

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Reili Valk

**MAATURISMI ARENDUSVÕIMALUSED KADRINA
VALLA NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Heli Tooman, PhD

Pärnu 2022

Soovitan suunata kaitsmisele (allkirjastatud digitaalselt)

Heli Tooman

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht (allkirjastatud digitaalselt)

Tiina Viin

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

(allkirjastatud digitaalselt)

Reili Valk

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Maaturismi arendamine maapiirkonnas	7
1.1. Maaturismi teoreetilised käsitlused, eripära ja ressursid.....	7
1.2. Maaturistide ootused ja vajadused	13
1.3. Maaturismi arendusvõimalused maapiirkonnas	17
2. Maaturismi arendusvõimalused Kadrina vallas	21
2.1. Ülevaade valla turismiressurssidest ning uuringu kirjeldus.....	21
2.2. Kadrina valla turismiettevõtjate uuringu tulemuste analüüs	27
2.3. Järeldused ja ettepanekud maaturismi arendamiseks Kadrina vallas.....	33
Kokkuvõte	40
Viidatud allikad.....	43
Lisad.....	51
Lisa 1. Kadrina vald, Lääne Virumaal	51
Lisa 2. Kadrina valla turismiressursid.....	52
Lisa 2 järg.....	53
Lisa 3. Intervjuu küsimused	54
Summary	55

SISSEJUHATUS

Teema valikut ajendas asjaolu, et Fotiadis *et al.*, (2016, viidatud Mwesiumo *et al.*, 2021 vahendusel, lk 1); Buffa, (2015, viidatud Mwesiumo *et al.*, 2021 vahendusel, lk 1); Rodriguez *et al.*, (2012, viidatud Mwesiumo *et al.*, 2021 vahendusel, lk 1) uuringu andmete tulemustele tuginedes on huvi maaturismi vastu kasvamas pea kõikjal maailmas. Maapiirkonna sihtkohad saavad pakkuda inimeste huvile isikupärastatud ja autentseid kogemusi, mis võimaldavad kohaliku kogukonnaga suhtlemist, pakkudes kohalikku toodangut. Paljud inimesed, kes töötavad linnapiirkondades, olles eraldunud loodusest, peavad oluliseks veeta oma puhkused maapiirkonnas. (Mwesiumo *et al.*, 2021, lk 1)

„Vaishar ja Štastná (2020) leidsid, et käimasoleva COVID-19 pandeemia ajal on saanud maaturismist alternatiivne võimalus linnaturismile. Nad märkisid, et 2020. aasta suvehooajal kasvas Norras Træna maapiirkonna siseturistide arv võrreldes 2019. aastaga. Lopes *et al.*, (2021) alusel on maapiirkonna sihtkohad eelistatavuse alusel kasvavas trendis, mis põhiliselt viitab sellele, et neid piirkondi peetakse suhteliselt ohutumaks, kus koroonaviiruse leviku tõenäosus on väiksem“. (Mwesiumo *et al.*, 2021, lk 1)

Mitmed uuringud näitavad, kuidas on pandeemiaajal turistide nõudmised muutunud. Nad on teadlikumad, valivad sisukamaid, füüsilist ja vaimset heaolu toetavaid tegevusi, eelistavad eraldatumaid ja turvalisi sihtkohti ning võimalusi stressi maandamiseks. Maaturism saab kõike seda pakkuda. (Rosalina, *et al.*, 2021, lk 134)

Tuginedes UNWTO (2020) andmetele on maaturismi areng aktuaalsem kui kunagi varem. Üha enam pakub turism maapiirkondades võimalusi, kuidas taastuda pandeemia tõttu majanduslikest ja sotsiaalsetest probleemidest. Kuna maapiirkonnad seisavad silmitsi erinevate väljakutsetega, nagu elanikkonna vananemine, majandustegevuse langus, rahvastiku vähenemine, kliimamuutused ja põllumajanduslikust tegevusest saadava majandusliku tulu vähenemine, nähakse üha enam nende probleemide leevendamiseks potentsiaali maaturismi arendamisel.

Maaturismisihtkohtadega seonduvate teadusuuringute vajadusele hakati suuremat tähelepanu pöörama 20. sajandi keskpaigast. Juba varasemate uuringute tulemused näitasid, et turismiettevõtjate ja -arendajate teadmised maaturismi eripärast ning maaturistide ootustest ja vajadustest on tihtipeale ebapiisavad ning see on põhjustanud piirkonna turismi arendamisel mitmesuguseid väärasusaamu ning probleeme. (Lo, *et al.*, 2019, lk 140)

Tööstuse arengu tõttu on maapiirkonnad tähelepanuta jäetud, mille tagajärjel seisavad nad silmitsi majanduslangusega, millest on saanud ülemaailmne nähtus. Selleks, et maapiirkondade arengut soodustada, tuleks üha enam investeerida turismi, sest turism on vahend maapiirkondade arendamiseks, kuna põllumajandus on muutunud ebastabiilseks. Turismi arendamise eesmärgiks maapiirkondades on maaelanike tööhõive suurendamine läbi olemasolevate ressursside ärakasutamise turismipakkumise kujul, kuid enne turismi arendamist maapiirkonnas tuleb välja selgitada nende piirkondade turismipotentsiaal ja sihtkoha atraktiivsus. (Puška *et al.*, 2020, lk 387–388)

Samasugused probleemid esinevad ka Eestis, Lääne-Virumaal, Kadrina vallas, kus maaturismi areng on suhteliselt tagasihoidlikul tasemel. Põhilised turismiga tegelejad vallas on turismiettevõtjad, kelle pakutavate teenuste tase on tagasihoidlik ja piiratud. See tuleneb vaatamisväärsuste ja objektide korrastamatusest, teenuste puudulikkusest välja arendamisest ning ettevõtjate vähesusest. (Kadrina Vallavolikogu, 2013, lk 39) Seega maaturismi potentsiaali uurimine maapiirkondades, kus on rikas loodus- ja kultuuripärand ning ebasoodsad majanduslikud ja sotsiaalsed tingimused, on pikaajalise majandusarengu seisukohalt oluline ja vältimatu (Nagy *et al.*, 2017, lk 195).

Probleemi kirjeldusele tuginedes sõnastatakse lõputöö probleemküsimus: Kuidas saab paremini rakendada potentsiaali maaturismi arendamiseks maapiirkonnas? Käesolevas lõputöös leitakse probleemküsimusele vastus Kadrina valla turismiettevõtete juhtide seas läbi viidud uuringu toel. Lõputöö eesmärgiks seatakse tuginedes teaduskirjandusele ja uuringu tulemustele esitada Kadrina vallavalitsusele ja turismiettevõtjatele ettepanekud maaturismi arendamiseks Kadrina vallas. Lõputöö eesmärgi saavutamiseks püstitatakse uurimisküsimus: Kuidas saab Kadrina vallas paremini rakendada potentsiaali maaturismi arendamisel?

Eesmärgi saavutamiseks ja uurimisküsimusele vastuse leidmiseks kavandatakse järgmised uurimisülesanded:

1. Anda ülevaade maaturismi teoreetilistest käsitlustest, eripärast ja ressurssidest.
2. Kirjeldada maaturistide küllastajate ootusi ja vajadusi.
3. Tuua esile maaturismi arendusvõimalused maapiirkonnas.
4. Anda ülevaade Kadrina valla turismiressurssidest.
5. Ette valmistada ja läbiviija uuring turismiettevõtjate seas.
6. Analüüsida Kadrina valla turismiettevõtjate uuringu tulemusi.
7. Teha järeldused ja ettepanekud maaturismi arendamiseks Kadrina vallavalitsusele ja turismiettevõtjatele

Lõputööl on sissejuhatus, kaks peatükki, kokkuvõte, viidatud allikate loetelud, inglisekeelne resüme ja kolm lisa. Esimeses peatükis antakse ülevaade maaturismi teoreetilistest käsitlustest, eripärast ja ressurssidest, maaturistide ootustest ja vajadustest ning maaturismi arendusvõimalustest maapiirkonnas. Teises peatükis antakse ülevaade Kadrina valla turismi hetkeolukorrast, kirjeldatakse lõputöö uuringut, analüüsitakse uuringu tulemusi, tehakse järeldused ja esitatakse ettepanekud maaturismi arendamiseks Kadrina vallas.

Uuringu sisulisel ettevalmistamisel tuginetakse töös kasutatud teoreetilistele allikatele, andmete kogumiseks kasutatakse kvalitatiivset uurimismeetodit intervjuud ning andmete analüüsimisel kvalitatiivset sisuanalüüsi. Töö koostamisel tuginetakse põhiliselt autorite Puška, Lo, Mwesiumo, Fotiadis, Wilson, Kastenholz ja Mthethwa uuringu tulemustele ning Kadrina Vallavalitsuse arengukavadele.

Lõputöö koostamisel olid toeks ja abiks intervjuueeritavad, uurimispraktika ja lõputöö juhendaja.

1. MAATURISMI ARENDAMINE MAAPIIRKONNAS

1.1. Maaturismi teoreetilised käsitlused, eripära ja ressursid

Esimeses peatükis antakse ülevaade maaturismisihtkoha teoreetilistest käsitlustest ja eripärast ning tuuakse esile, milliseid uuringuid on eelnevalt läbi viidud sihtkoha arendamisega seotud valdkonnas ning milline on maaturismi eripära võrreldes teiste turismivormidega.

Manhas *et al.*, (2016, lk 26) alusel on turismisihtkoht kui geograafiline asukoht, kuhu inimene reisib. Geograafilise asukoha all mõistetakse üksust, millel on poliitiline raamistik turismi planeerimiseks ja turundamiseks. Turismi aga peetakse oluliseks majanduslikuks ja sotsiaalseks tegevuseks, mis annab 10,4% maailma sisemajanduse koguproduktist, millel on oluline roll piirkondade arengus (Liasidou *et al.*, 2021, lk 731).

Maaturismisihtkoha all aga mõistakse sellist geograafilist piirkonda, mis on hõredalt asustatud ning asub väljaspool linna. Maaturismisihtkoha arendamisel nähakse üha enam maaturismi vahendina maapiirkonna elujõulisuse suurendamiseks, kuna maaturism on üks turismivormidest, mis aitab hoida maapiirkonda atraktiivsena, leevendades demograafilisi probleeme, vähendades rännet maalt linna ning edendades kohalikke ressursse ja traditsioone, pakkudes kohalikele uusi töövõimalusi ning suurendades nende sissetulekut. (Mwesiumo *et al.*, 2021, lk 2)

Puška *et al.*, (2020, lk 389) defineerib maaturismi kui looduskeskkonnas toimuvat turismivormi, mille eesmärgiks on pakkuda turismitooteid- ja teenuseid, parandada elanikkonna elatustaset, arendada maapiirkondi ja võimaldada maapiirkondade elanikkonnale suuremal hulgal tööd. Lisaks sellele võimaldab maaturismiga tegelemine lubada ümber hinnata maapiirkondade infrastruktuur ja olemasolevad ressursid ning kasutada neid turismipakkumise kujul. Sharif & Lonik (2014, lk 2) defineerivad maapiirkonda kui alla 10 000 elanikuga asulat, kus asuvad erinevat tüüpi külad, mida

iseloomustavad põllumajanduse ja loodusvaradega alad. Maapiirkondi seostatakse sageli selliste eluvaldkondadega nagu madal haridustase ja piiratud kohalike elanike kaasatus.

Rosalina *et al.*, (2021, lk 136) alusel mõistetakse maaturismi all, turismi maapiirkonnas, mida iseloomustab traditsiooniline identiteet ja kombinatsioon maakeskkonnast, majandusest, ajaloost ja asukohast. Maaturism omakorda hõlmab enda all mitmesuguseid turismivorme, olenevalt piirkonna ressursidest ja vaatamisväärsustest, näiteks: seiklusturism, terviseturism, spirituaalturism, taluturism, nostalgiaturism, päranditurism, ökoturism ja kultuuriturism.

Päranditurism on puhkusereis, mille peamiseks eesmärgiks on kogeda selliseid kohti ja tegevusi, mis esindavad minevikku. Ökoturism/loodusturism on põhiliselt looduslike alade külastamine, mille eesmärgiks on erinevate maastike, taimede ja loomade vaatlemine. Looduspõhine turism on, kas passiivne ehk loodusvaatlejad või aktiivne, kus inimesed võtavad osa välitegevustest või seiklusreisidest. (Trivedi, 2020, lk 12)

Agroturism ehk põllumajandusturism, on turismivorm, kus külastatakse töötavat talu või põllumajandusettevõtet, kas nautimise, hariduse või aktiivsetes tegevustes osalemise eesmärgil. Nende alla kuuluvad lemmikloomade talud, talukülastused, põllumajandusega seotud festivalid, muuseumid ja muud vaatamisväärsused. (Trivedi, 2020, lk 12)

Maaturismisihtkohta võib iseloomustada nelja komponendi ehk 4 A (inglise keeles *Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary*) mudeli kaudu, milleks on atraktsioonid, juurdepääsetavus, mugavus- ja täiendavad teenused. Atraktsioonide alla kuuluvad kõik naturaalsed, kultuurilised ja erilised vaatamisväärsused. Juurdepääsetavus hõlmab transpordi infrastruktuuri ja transporditeenused. Mugavusi pakuvad majutus- ja toitlustusasutused, täiendavaid teenuseid mitmesugused teised organisatsioonid ja spetsialistid. (Andrianto & Sugiyama, 2016, lk 139)

Turismiressursid on aga looduslikud ja tehiskud vaatamisväärsused, infrastruktuur, teenused ning olud, mis köidavad turiste teatud piirkonda ning aitavad kaasa turismisihtkoha kujunemisele. Terminina on see põhiliselt seotud turismi arendamise erinevate mudelitega (massiline, alternatiivne) ning turismikuurortide planeerimisprotseduuridega. (Tsartas & Sarantakou, 2017, lk 1269–1273)

Turismikuurortide planeerimisprotseduur on aga pidev arendamise protsess, mis on süsteemselt määratletud ja kontrollitud kuurorti poolt (Ozdemir, 2007, lk 246).

Turismiressursid liigitatakse olemasolevateks, loodud ja toetavateks ressursideks. Olemasolevad ressursid on kõik loodusressursid (sh. taimestik ja loomastik), ajaloolised paigad, pärand, traditsiooniline kunst ja kultuur, arhitektuurilised omadused ning kliima. Loodud ressursid on meelelahutus (kultuurietendused), mitmesugused köögid (toiduvalmistamiseviisid), üritused, festivalid ning mitmesugused muud tegevused. Olemasolevad ja loodud ressursid on need, mis köidavad turiste sihtkohta külastama. Toetavad ressursid mõjutavad turistide reisimotivatsiooni sihtkohta külastada, mis on oluliselt seotud elanike külalislahkusega turistide vastu, turistide ja elanike omavahelise suhtlemise ning usaldusega, sihtkoha ligipääsetavusega, teenuste ja infrastruktuuri kättesaadavusega (majutuse kvaliteet, kohaliku kogukonna toetus). (Chin, 2022)

Maaturismi ressursideks nimetatakse ka maapiirkonda, mis köidab külastajaid oma turismitegevusega ning toodab kõikehõlmavat majanduslikku, sotsiaalset ja ökoloogilist kasu. See põhineb põhiliselt looduskeskkonnal, kultuurilistel teguritel ehk inimese kultuurimaastiku juhtival teguritel ning kultuuri ja looduskeskkonna kombinatsioonist. Maaturismi ressursideks on ka looduskeskkonna materiaalsed ja mittemateriaalsed elementide kombinatsioon maapiirkonnas, mida iseloomustab inimese ja looduse ühildumine, ressurside piirkondlik jaotumine, ressurside mitmekesisus ja unikaalsus, kohalike ressurside omadused, ressurside arendamise kaasaegsus. (Qi, 2016, lk 872–873)

Maaturismiattraksioonideks on kõik maapiirkonna turismiressursid, nagu looduslikud ressursid, sh. mäed, jõed ja mered; kultuuriressursid sh. ajaloolised paigad, muuseumid; sotsiaalsed ressursid nagu kohalike elanike huvid, elamiskultuur, ajalugu ja kombed. Maaturismisihtkoha ressurside all mõeldakse ka kõiki maapiirkonnas toimuvaid üritusi nagu kohalikud festivalid, etendused ja elamused sh. kultuuri- ja kunstietendused, kohalikud festivalid ning vabaajaspord. Eripära alla kuuluvad ka erinevad põllumajandussaadused, traditsiooniline alkohol ja kohalikud suveniirid. (Kim, 2018, lk 6)

Puška *et al.*, (2021, lk 7–8) viis läbi uuringu selleks, et selgitada välja Bosnia ja Hertsegoviina Brčko maapiirkonna turismipotentsiaal. Maaturismi potentsiaali uurimine viidi läbi koostöös Bosnia ja Hertsegoviina Brčko rajooni valitsusega. Sellest uuringust selgus, et maaturismi potentsiaali on võimalik määrata nelja kriteeriumi alusel, milleks on loodusvarad, kultuur, sotsiaalsed- ja majanduslikud tegurid. (vt tabel 1)

Tabel 1. Maaturismi potentsiaali määramise kriteeriumid

Kriteeriumid	Kirjeldus
Loodusvarad	Loodusvarad on kohalikele elanikele kättesaadavate geograafiliste tunnuste kogum, mis on määratud selle asukoha kliima, vee, taimestiku, loomastiku ning looduspärandiga.
Kultuur	Esindab väärtuste, uskumuste, käitumisviiside ja sümbolite kogumit, nagu traditsioon, kombed, ajaloomälestised, kunst jne, mida kasutatakse turismitootena.
Sotsiaalsed tegurid	On inimressursside mitmekesisus, mis on konkreetsele kohalikule kogukonnale kättesaadav ja mis on seotud kohaliku kogukonna vanuse, hariduse, tööhõivega jne
Majanduslikud tegurid	On teatud kohaliku kogukonna majandusressursid, mis puudutavad olemasolevat majanduslikku infrastruktuuri ja turistidele atraktiivsete kodumaiste toodete olemasolu

Allikas: Puška *et al.*, 2021, lk 8

Turismipotentsiaal sõltub maapiirkondades geograafilisest piirkonnast, eriti kohaliku omavalitsuse olemasolust, looduse kvaliteedist, ajaloo- ja kultuuri ehitistest ning säilmetest rohkem kui midagi muud. Maaturism võib olla strateegia valitsuse mitmekülgseks arenguks, majandus-, sotsiaal- ja keskkonna teemadel. (Mustika & Aditya, 2018, lk 22) Sel juhul tähendab see töövahendit, mis on loodud selleks, et käivitada positiivseid muutusi maapiirkondades. Selle eesmärgiks on parandada maapiirkondades kohalike elanike elutingimusi kõigis valdkondades. (Lenao, 2014, lk 12)

Enamasti on maaturism suures osas kohalik ja väiksemahuline tegevus, mis on muutunud alternatiiviks massiturismile ja üha populaarsemaks linnaelanike seas. Põhiliselt eeldab maaturismitegevus ürituste ja teenuste kavandamist kohalike turismiettevõtete poolt, et tõsta potentsiaalsete küllastajate huvi maaturismisihtkoha küllastamiseks. Selleks on vaja investeerida turismi, et luua paremaid tingimusi maaelanikkonna püsivusele maapiirkonnas ja turismiga tegelemiseks. (Puška *et al.*, 2020, lk 389)

Maaturismi valdkonnas on eelnevalt läbi viidud mitmesuguseid uuringuid, kus on välja selgitatud, millist kasu toob turism kohalikule kogukonnale. Nendeks on kasvutulu suurenemine, rahavoogude stabiliseerumine, tööhõive kasv, kohaliku majanduse tugevdamine ning hariduse kui ka elukvaliteedi paranemine. (Puška *et al.*, 2020, lk 389) Selleks, et turismi maksimaalset kasu saavutada on vaja kombineerida kõik need maapiirkondades elluviidavad tegevused. Põhiliselt on turism maapiirkondades täienduseks juba nendes piirkondades toimuvatele tegevustele. Turisminõudluse tekitamine maapiirkondades toob kaasa mitmesuguseid positiivseid eeliseid, milleks on linnastumise leevendamine, kultuuri taaselustamine ja maaelanike elujärje paranemine (Liasidou *et al.*, 2021, lk 740).

Maaturismi arenguga on veel seotud suurenenud sissetulekud, väiksemad perekonnad, muutuv demograafia, madalamad transpordikulud, paranenud elatustase ning rahu ja vaikus maapiirkondades. Lisaks huvi tervislike eluviiside vastu, kasvav huvi pärandi vastu, infrastruktuuri arendamine, külalislahkemad piirkonnad turistidele ning inimeste suurenenud vaba aja hulk. (Mthethwa *et al.*, 2020, lk 3)

Sellest olenemata, et maaturismi arendamisel on positiivseid külgi, kannatavad maapiirkonnad sageli probleemide ja puudujääkide all, milleks on väheste töövõimaluste hulk, ebapiisav infrastruktuur, piiratud majanduslik mitmekesisus, puudujäägid sotsiaalses ja majanduslikus arengus võrreldes linnapiirkondadega. Rahvastiku vananemine, põhiteenuste vähenemine ja noorte väljaränne toovad kaasa rahvastiku vähenemise maapiirkondades. (Ruiz-Real *et al.*, 2020, lk 1)

Seega maaturismi arendamine sihtkohas on oluline, kuna see aitab lahendada peamiseid probleeme, millega maapiirkonnad võivad kokku puutuda. Nendeks võivad olla näiteks sotsiaalsed ja keskkonnasäästlikkusega seotud probleemid, mis on seotud suurte külastajate arvuga maapiirkondades. Uute hoonete ehitus, kiire rahvastiku kasv, kiire infrastruktuuri laienemine ja keskkonnareostus, mis toovad kaasa pöördumatuid kahjustusi ja rikuvad ökoloogilist tasakaalu. (Mwesiumo *et al.*, 2021, lk 1) Nendeks on ka oskuste ja teadlikkuse puudumine, mis takistavad maaturismi arengut (Mthethwa *et al.*, 2020, lk 2).

Pato & Kastenholz (2017, lk 125) alusel on olulised ka turundustegevused maaturismisihtkoha arendamisel. Selgub, et olenemata turunduse tähtsusest maaturismis, on see selline tegevus, millele ei pöörata piisavalt palju tähelepanu ja mida uuritakse üsna harva. Selleks, et tagada maapiirkonna arengueesmärgid turunduskontekstis, tuleks teha kindlaks, mida sihtkohal on pakkuda, millistel sihtrühmadel oleks raha, aega ja soovi sihtkohta külastada, kuidas neid veenda sihtkohta jõudma ning kuidas rahuldada nende soove ja vajadusi.

Üheks võimaluseks on internetturundus, mis pakub odavat ja tõhusat võimalust klientideni jõudmiseks. Kuigi internetist on saanud paljude turistide jaoks olulisem teabeallikaks. (Pesonen, 2015, lk 212) Kasutatakse ka infoallikatena ajalehti ja ajakirju ning tuginetakse sõprade ja sugulaste soovitudele, ajalehtede ja ajakirjade teabele ning televisiooni infole (Eusébio, *et al.*, 2017, lk 204). Efektiivse turundamisega on võimalik mitmekesistada maapiirkondade majandust, saavutada pikaajalisem majanduslik stabiilsus, suurendada turistide viibimist ning nõudlust kohalike kaupade ja teenuse järele (Giray *et al.*, 2019, lk 3)

Maaturismis on oluline ka koostöö kohaliku omavalitsuse, äriühenduste, ettevõtjate, turistide ja kogukondade vahel, sest erinevalt teistest sektorist on turism nagu võrgustik, mille puhul maapiirkonnas turistide kogetav lõpptoode koosneb sellistest komponentidest, mida pakuvad mitmed erinevad turismiettevõtjad. Just selline tegevus eeldabki koostööd, et maaturismikogemuse tulemuseks oleks korduvkülastus või soovitus potentsiaalsele külastajale. (Mottiar, 2015, lk 208)

Koostööd tehakse eelkõige sellepärast, et jagada ideid, informatsiooni ning ressursse. Suurendada külastajate arvu ja kasumit. Luua väärtuslikke kontakte erinevate organisatsioonide vahel ning aidata kaasa piirkonna arengule. Olulisel kohal on ka suhteliselt kõrge koostöö tase ühisturunduse ja tootearenduse osas, mis on sihtkoha seisukohalt oluline. Põhiliselt tehakse koostööd selliste piirkonna asutustega, kelle vastu on teadmiste põhine usaldus. Teadmiste põhine usaldus on selline usaldus, mis tekib eelnevatest koostöödest saadud positiivsete kogemuste tulemusena (Czernek, 2013, lk 97). Selline koostöö ei too mitte ainult kasu, vaid ka mõjutab kohalikku piirkonda positiivselt, aidates kaasa piirkonna arengule ja sihtkoha edukusele. (Mottiar, 2015, lk 209)

Fotiadis *et al.*, (2013, lk 29–30) ja Fotiadis *et al.*, (2019, lk 10) alusel koostöö efektiivsus organisatsioonide ja ettevõtete vahel sõltub vaba aja olemasolust, ettevõtjate koostöövalmidusest, erinevate ettevõtjate vahelisest ühisest koostööst, aga ka sellest, kuidas kohalik omavalitsus aitab kaasa kohalikule arengule ja edendamisele ning infrastruktuuri arendamisele ja säilitamisele. Lisaks sellele aitavad ka koostöö tõhusust suurendada ettevõtete loodavad meeskonnad turismi arendamiseks, investeerides neisse aega, raha ja energiat.

Kõige olulisem maaturismi teoreetilistest käsitlustest, eripärast ja ressurssidest, mida esile tuua on, et maaturism aitab maapiirkonna elujõulisust suurendada ja hoida maapiirkonda atraktiivseks. Maaturismi toob sihtkohale palju kasu ning aitab leevendada erinevaid probleeme. Maaturismi sihtkoha iseloomustamiseks kasutatakse 4 A mudelit, mille alla kuuluvad atraktsioonid, juurdepääsetavus, mugavus- ja täiendavad teenused. Maapiirkonna turismiressurssideks on kõik loodus-, kultuuri- ja sotsiaalsed ressursid. Eripära alla kuuluvad ka erinevad põllumajandussaadused ja kohalikud suveniirid.

1.2. Maaturistide ootused ja vajadused

Käesolevas peatükis selgitatakse, et maaturismi sihtkoha külastajatel võivad olla erinevad ootused ja vajadused seonduvalt nende eesmärgist puhata, seigelda, kalastada, loodust nautida, maaelu kogeda jne. Terviklik külastuskogemus seonduv ka ootustega külalislahke ja sõbraliku teenindamise osas, ootustega maitsta ehtsat maatoitu ja mitmesuguste muude teguritega.

Maaturistid väärtustavad üha enam maapiirkondi iseloomustavaid endogeenseid ressursse nii looduses kui ka kultuuris, sealhulgas traditsioone, kombeid ja kultuurilist identiteeti. Maaturism rahuldab kasvava linnaturistide grupi vajadusi, kes soovivad igapäevaelust eralduda ja saada värskendavat maalähedast ja autentset kogemust, mis ühendaks traditsioone, kombeid ja kohalikku identiteeti. Maaturistid hindavad sihtkoha valikul kõige olulisemaks rahu ja lõõgastavat keskkonda, maastikku, loodust, külalislahkust ning kultuurilisi ja ajalooliseid ressursse. (Amaral, 2019, lk 355) Üks maakoha edutegureid külastajate atraktiivsuse suurendamisel on turismipakkumine ning kas see vastab ka potentsiaalse külastaja vajadustele. Aina enam otsivad maapiirkondade

külastajad selliseid marsruute ja elamusi, mis oleksid atraktiivsed. (Litavniece *et al.*, 2021, lk 765)

Maaturistid jaotatakse omakorda mitmeteks sihtrühmadeks. Näiteks puhkusele orienteeritud külastajateks, kes on rohkem huvitatud looduspõhisest ja vähem seikluslikust spordiga seotud tegevustest, aga on ka lisaks sellele huvitatud ostlemisest, festivalidel osalemisest ning kohaliku toidu degusteerimisest. Lastega peredeks, kes on huvitatud veega seotud tegevustest. Passiivseteks külastajateks, kes on enamasti eakamad ja reisivad koos oma elukaaslasega. Looduslike tegevuste harrastajateks, kes samuti reisivad koos oma partneriga. Talviste tegevuste huvilisteks, kes on enamasti noored ja reisivad koos oma sõpradega. Ja aktiivsemateks külastajateks, kes on huvitatud mitmesugustest välitegevustest. (Eusébio *et al.*, 2017, lk 201)

Samuti ka päevakülastajateks, kelle jaoks on oluline hea infrastruktuur ja transpordiühendus. Erilise huviga turistideks, kellel on erihuvid näiteks kõndimine, matkamine, jalgrattasõit, kohalik pärand, folkloor, gastronoomia jne. Koolirühmadeks, kelle külastused on seotud põllumajanduse, kultuuripärandi, folklooriritustega jne. (Koteski *et al.*, 2017, lk 20)

Varasemad uurijad Bayrak ning Wu ja Zheng on väitnud, et üritused suurendavad turismisihtkoha atraktiivsust. Üritused on immateriaalsed teenused, mis toimivad maaturismisihtkoha jaoks ainulaadse müügiargumendina. Vastavalt sellele hõlmavad üritused mitmesuguseid lühiajalisi tegevusi, mis on oluline tõmbetegur külastajate sihtkohta veenmisel. (Lo *et al.*, 2019, lk 143)

Kim (2018, lk 6–7) uuris turistide eelistusi maaturismisihtkohta reisimisel. Selle uuringu käigus selgus, et maaturismisihtkohta külastatakse turistide poolt mitmel erineval eesmärgil, millest kõige eelistatum on puhkus, seejärel kohalikud vaatamisväärsused, kohaliku toidu degusteerimine, ajaloolised ekskursioonid, kohalikud festivalid ja üritused ning sugulaste külastamine.

Samuti ka An ja Alarconi (2021) uuringust selgus, et turistid eelistasid maaturismisihtkohta reisimisel kõige enam head töötajate külalislahkust, mitmekülgsid vabaõhutegevusi, lisavõimalusi sihtkohas, aga ka asukohta. Turistid reisivad

maapiirkonda, sest nad soovivad saada uusi kogemusi, leevendada stressi, kogeda maaelu autentsust, kogeda maainimestega suhtlemist ja traditsioonilist eluviisi ning saada teadmisi kohaliku kultuuri ja ajaloo kohta.

Oluliseks põhjuseks, mis motiveerib külastajaid maapiirkondi külastama, on ka seal olevad ressursid. Ressursid mõjutavad maapiirkonda külastavate külastajate otsust sihtkohta külastada. Nendeks ressursideks on looduslikud-, tehnilikud-, kultuurilised- ja sotsiaalsed atraktsioonid/vaatamisväärsused. Kulcsari läbi viidud uuringus on näiteks leitud, et maapiirkonna külastaja huvitub põhiliselt ehedatest maaelamustest ja sportlikest tegevustest. (Lo *et al.*, 2019, lk 140)

Maapiirkonnas harrastavate tegevuste valik peaks koosnema põhiliselt välitegevustest ja peaks pakkuma külastajatele rohkem integreeritumat kogemust. Maapiirkonnas on oluline pakkuda külastajatele mitmekülgseid tegevusi, mis on kombineeritud rekreatsioonilistest, hariduslikest, kultuurilisest ja looduslikest tegevustest, kuna see on sihtkoha ainulaadsuse loomisel oluline. Mitmekülgsete tegevuste lai valiku pakkumine võimaldab rahuldada maapiirkonda külastavate külastajate ootusi ja vajadusi. (Lo *et al.*, 2019, lk 143)

Maapiirkonna turismitegevuste all mõeldakse ka puhkamist, kontakti loomist loodusega, ajalooliste ja traditsiooniliste külade külastamist, kohaliku toidu degusteerimist, vaatamisväärsuste külastamist, kohalike elanikega suhtlemist, kaitsealade külastamist ja muuseumite külastamist. Aga ka kultuuriüritustel osalemist, spordiga tegelemist ning ringkäikudel käimist. (Eusébio *et al.*, 2017, lk 206)

Varasem uurija Hall on leidnud, et transpordi infrastruktuur mõjutab oluliselt külastajate otsust maapiirkonda külastada. Seega hea transpordi infrastruktuuri olemasolu on oluline, kuna see tagab parema ligipääsetavuse külastajatele, kes soovivad maaturismi sihtkohta külastada. Lisaks on varasemalt läbi viidud uuringute käigus leitud, et transpordi infrastruktuuri kättesaadavus, jõukohasus ja mugavus viivad maaturismisihtkoha parema edukuseni. (Lo *et al.*, 2019, lk 142) Maapiirkonna külastajate seas on põhiliseks transpordivahendiks auto, seejärel buss ja rong (Eusébio, *et al.*, 2017, lk 203).

Kogukonna toetus turismile ja kohalike turismivaldkonnas töötajate suhtumine ja külalislahkus on olulised eduka maaturismisihtkoha arendamisel. Nii käitumine kui ka suhtumine turistidesse mõjutavad külastajate muljeid kohalikest elanikest. Oluline on austada ja kohelda külastajaid õiglaselt, kuna nad hindavad ja tunnustavad seda. See omakorda mõjutab seda, kuidas sihtkohta teistele edasi turundatakse. Üks peamine turunduskanal, mida nad ka kasutavad, on suust-suhu turundus, mis on üks väärtuslikemaid teabeallikaid turistide jaoks, aga ka sihtkoha arengu seisukohalt. (Wilson *et al.*, 2001, lk 136)

Samuti kontakt külastajate ja kohalike elanike vahel on oluline, mõjutades nii külastajate rahulolu kui ka nende soovi sihtkohta tagasi pöörduda. Külalised peavad kontakti kohaliku elanikkonnaga väga positiivseks, sest kohalikud elanikud on külalislahked, abivalmid ning avatud külastajatega suheldes. Positiivne suhtlus kohalike turismitoodete ja -teenuste pakujate ning külastajate vahel on tähtis, sest see loob aluse maaturismisihtkoha arenguks. (Kastenholz, 2013, lk 372)

Kachniewska (2015, lk 503) alusel mõjutavad turistide kogemust konkreetses maapiirkonnas erinevate ettevõtjate pakutavate teenuste hulk, elukvaliteet konkreetses piirkonnas, infrastruktuuri olemasolu ja kvaliteet, kohalike elanike sõbralikkus külastajate vastu, turistide hulk ja nende käitumine. Samuti mõjutab turistide kogemusi ka turismiressursside atraktiivsus.

Kõige olulisem, mida esile tuua maaturismisihtkoha külastajate (maaturistide) ootuste, vajaduste ja soovide esile toomiseks ja silmas pidamisel sihtkoha arendamisel on, et erinevad turismiressursid ning mitmekülgsed tegevused vastaksid külastajate ootustele. Selleks, et aga külastajate ootusi täita, on oluline pakkuda külastajatele maalähedasemat ja autentsemat kogemust, rahu ja lõõgastavat keskkonda, sportlike välitegevusi ja üritusi. Samuti on tähtis ka võimaldada turistidele selliseid elamusi ja marsruute, mis oleksid neile atraktiivsed.

1.3. Maaturismi arendusvõimalused maapiirkonnas

Kuna turism on maapiirkondades elu hoidmiseks ja arenguks väga oluline, siis tuleks maaturismi arendamise võimalustele pöörata suurt tähelepanu. Järgnevalt tuuakse esile, kuidas on võimalik maaturismi maapiirkonnas arendada ning mida selleks teha tuleb.

Maaturismi arendamine saab sageli alguse kohaliku omavalitsuse initsiatiivist, mis tuleneb maapiirkondade tegevuste (eelkõige põllumajanduse) allakäigust, demograafilistest muutustest ja vajadusest mitmekesistada traditsioonilisi turismitooteid. Maaturismi arendamiseks on vajalik ka maaturismi ettevõtjate laialdane osalus ja panus, et tagada alus edukaks turismi arenguks. (Komppula, 2014, lk 364)

Maksimović *et al.*, (2019, lk 1187–1188) alusel on põllumajandus oluline faktor maaturismi arendamiseks, sest see tagab kõigi turismivormide arengu maapiirkonnas. Samas on see ka tähtis majandustegevus, mis tagab toidu ja joogi olemasolu turistidele kui ka kohalikele elanikele. Põllumajanduse areng sõltub eelkõige põllumajandusmaa olemasolust, põllumajandusarengu soodsatest kliima-, pinnase- ja muudest tingimustest ning soodsast turumajanduslikust keskkonnast.

Nagy *et al.*, (2017, lk 204–205) alusel on maaturismi võimalik arendada ka põllumajanduse ja selle mitmekesistamise toetamise kaudu selleks, et motiveerida põllumehi oma tegevust laiendada ning põllumajandustootmist siduma maaturismiga. Selleks tuleb kahte sektorit, nii põllumajandust kui ka turismi toetada riiklikest vahenditest maapiirkonna tervikliku arengu saavutamiseks, tuginedes loodusressurssidele. Samuti peaksid vastavad asutused olema aktiivsemad maaturismi ja koolituselase teabe jagamisel, mis suurendaksid teadlikkust maaturismi arendamise majanduslikust tähtsusest ja võimalustest põllumeeste ja kohalike elanike seas.

Wilson *et al.*, (2001, lk 134) alusel on maapiirkondade turismi edukaks arendamiseks vajalik tervikliku turismipaketi loomine, hea juhtimisoskus, kohaliku omavalitsuse toetus ja osalus, piisavad vahendid turismi arendamiseks, strateegiline planeerimine, koordineerimine ja koostöö maaturismi ettevõtjate vahel, infoalane ja tehniline abi turismi arendamiseks ja kogukonna laialdane toetus turismi arenguks.

Maakogukonnad, kes on olnud edukad maaturismisihtkoha arendamises, on välja töötanud kvaliteetsed turismiatraktsioonid ja kokku pannud turismipaketid, mille eesmärgiks on köita turiste sihtkohta külastama, seal viibima, raha kulutama ja hiljem ka tagasi pöörduma. Eduka maaturismi arendamine nõuab head juhtimisoskust. Oluline on toetuda inimestele, kes mõistavad turismi tähtsust sihtkohas, rahastades ja edendades seda. Lisaks on tähtis, et erinevate ettevõtete ja organisatsioonide juhid teeksid omavahel koostööd, kuna maapiirkondades on alati puudus ressurssidest ja rahalistest vahenditest. On tähtis, et kohalikud omavalitsused rahastaksid turismi arendamist ja turundamist sihtkohas, rajaksid ja hooldaksid turismi jaoks vajalikku infrastruktuuri ning tagaksid hariduse ja tööalase toetuse nii turismiettevõtjatele kui ka turismivaldkonnas töötajatele. (Wilson *et al.*, 2001, lk 134)

Turismi arendamises on tähtis ka strateegiline planeerimine. Planeerimine on tõhus ja tulemuslik ressursside ja rahaliste vahendite kasutamine maapiirkondades, kus on vähe raha ja ressursse. Täpsemalt nõuab turismi strateegiline planeerimine turismiettevõtjate, kohalike omavalitsuste ja mittetulundusühingute koordineeritud juhtimist ja tegevust. Turismi arendamise ja planeerimise toimimiseks on kohaliku omavalitsuse ja ettevõtjate vaheline koostöö ja selle koordineerimine oluline. (Wilson *et al.*, 2001, lk 135)

Milićević *et al.*, (2015, lk 761–762) alusel on maaturismi võimalik arendada mitmel erineval viisil. Näiteks korraldada koolitusprogramme kohalikele elanikele, et neid turismi arendamisse saaks kaasata, parandada maaelu infrastruktuuri, teha ettepanekuid ministriumile soodsate laenude või toetuste eraldamiseks majutusasutuste või muude asutuste ehitamiseks. Nõuda riigilt abi seadusandluse, institutsionaalse ja nõuandva toetuse näol maaturismi arendamiseks ning arendada maaturismi klastrit koostöös teiste maapiirkondadega.

Lisaks on oluline toetada kohalike turismiorganisatsioone maaturismitoodete kujundamisel, brändimisel, reklaamimisel ja turundamisel. Maaturismitoode peab olema autentne, et parimal viisil tutvustada seal elavate inimeste kultuuri, kombeid ja traditsioone. Samas peab turismitoode lisaks sellele ka hõlmama harrastustegevusi näiteks ratsutamist, jalgrattasõitu, linnuvaatlemist, ekskursioone, aga ka võimalusi looduses lõõgastumiseks. Samuti on ka tähtis toetada ja arendada avaliku ja erasektori

partnerlusi maapiirkondades, eesmärgiga luua võimalused maamajapidamiste ühendamiseks avalike asutuste ja ettevõtete vahel. (Milićević *et al.*, 2015, lk 762)

Dimitrovski *et al.*, (2012, lk 294) alusel on maaturismisihtkoha arendamiseks vaja investeerida märkimisväärsel hulgal raha infrastruktuuri, et maaturismi eelised muuta nii sise- kui ka välituristidele kättesaadavaks. Oluline on märgata, et infrastruktuuri arendamisel on vajalik ka keskkonna eest hoolt kanda, et kaitsta kontrollimatu linnastumise eest. Lisaks on tähtis püstitada üles ka teemärgised ja jalutusradade tähised, et võimalusel korraldada jalgsi ja ratsutamise ekskursioone külastajatele.

Lisaks on oluline harida maaturismiga seotud turismiettevõtjaid, kuidas loodus- ja kultuuriressursse õigesti kasutada oma tegevuses. Seda saab teha näiteks kogenumate turismipiirkondade või spetsialistide abiga, kellel on laialdasemad teadmised ja kogemused selles valdkonnas. (Dimitrovski *et al.*, 2012, lk 295)

Ezeuduji & Rid (2011, lk 195) uuringus selgus, et maaturismisihtkohtade arendamine hõlmab enda all ka kohalikele elanikele tööhõive võimaluste loomist, koostöö soodustamist avaliku- ja erasektori ning kohaliku kogukonna vahel, turismi sotsiaal- kultuurilise mõju suurendamist, turistidele juurdepääsu võimaldamist infrastruktuurile ja pakutavatele teenustele, kohaliku ühiskonna toetamist ning institutsioonilise võimekuse suurendamist, et kohalikud elanikud saaksid turismi arendamisest aktiivselt osa võtta. Radovic (2020, lk 1340) alusel maaturismi arendamine ja elluviimine peab toimuma läbi koostöö nii valla kohalikul kui ka regionaalsel tasandil. Oluline on ka liituda laiemate rahvusvaheliste programmidega.

Maapiirkonnad vajavad maaturismi arendamist sihtkohas sellisel juhul kui piirkonnas on suurenenud mahajäetud maatükkide arv, toimub noorte väljaränne maapiirkondadest linna, ettevõtjatel ja kohalikel elanikel on madalad sissetulekud, mis tulenevad peamiselt põllumajanduslikust tegevusest. Nendeks põhjusteks on veel ka käsitöö hääbumine ja traditsioonide kadumine, hoolimatus ressursside haldamisel ning raskused talude tarnitavate põllumajandustoodete turustamisel. Lisaks veel ka siis, kui maapiirkondades asuvad majad, mida ei hooldata ja kus ei elata, vajaksid restaureerimist. (Nitescu, 2015, lk 200)

Maaturismisihtkohta peetakse vähearenenuks siis kui maaturismi ei peeta turismi arendamise esmaseks prioriteediks, toitlustus- ja majutusasutuste ning turismirajatiste arendamiseks pole piisavalt rahalisi vahendeid. Ühistranspordi infrastruktuuri arendamiseks ei tehta piisavalt rahalisi investeeringuid ning ei investeerida turundusse. Teenuseosutajate koostöö ja hariduse tase on ebapiisav, puuduvad teenuse kvaliteedi standardid ning ametlikud andmed teenuseosutajate arvu ja nende pakutavate turismivoogude kohta. (Radovic, 2020, lk 1341)

Koteski *et al.*, (2017, lk 21) alusel nõuab turismi arendamine maapiirkonnas lisaks kohalikele elanikele ka professionaalsete töötajate kaasamist kvaliteetse toote pakkumisel. Näiteks teenuse paketi kujundamine, hinnapoliitika kehtestamine, potentsiaalsete külastajate trendide ja vajaduste järgimine, turundustegevused, teenuse ja toodete testimine ning täiustamine eeldavad kõrgelt spetsialiseerunud töötajaid turundus- ja finantsvaldkonnast.

Oluline on ka pakkuda koolitusi üksikisikutele või gruppidele, kes on huvitatud maaturismiga seotud tegevustest. Neil on vaja lisaks keeleoskustele ja muudele oskustele ka teadmisi külalislahkusest ning piirkonna ajaloo ja kultuurist, kuna need on vajalikud oskused maaturismi arendamiseks sihtkohas. (Koteski *et al.*, 2017, lk 21)

Teadusartiklitele tuginedes võib öelda, et kõik sihtkohad vajavad maaturismi arendamiseks ettevõtjate kui ka kohaliku omavalitsuse osalust ja panust, põllumajanduse olemasolu, head juhtimisoskust, ressursse turismi arendamiseks, koostööd ja selle koordineerimist ning kogukonna laialdast toetust. Maaturismi arendamiseks on ka oluline põllumajanduse olemasolu, kuna see tagab kõigi turismivormide arengu maapiirkonnas.

2. MAATURISMI ARENDUSVÕIMALUSED KADRINA VALLAS

2.1. Ülevaade valla turismiressurssidest ning uuringu kirjeldus

Selles alapeatükis antakse lühike ülevaade Kadrina vallast ja tuuakse esile, mida on Kadrina vallas siiani turismi arendamisel tehtud, millised on valla turismiressursid ja milliseid turismiga seonduvaid uuringuid on siiani läbi viidud. Selgitatakse, miks on lõputöö temaatika ja turismiasjaliste uuringu läbiviimine vajalik ning kirjeldatakse uuringu eesmärki ning metoodikat. Samuti antakse ülevaade valitavast uurimismeetodist.

Geograafiliselt asetseb Kadrina vald Lääne-Virumaal (vt lisa 1), mille pindalaks on 354 km². Kadrina vallas on 40 küla ja 2 alevikku. Kadrina valla alevikeks on Kadrina ja Hulja. Kadrina alevikust asub idast ja läänest 15 km kaugusel kaks Eesti linna, milleks on Rakvere ja Tapa. Pealinnast Tallinnast asub Kadrina alevik umbes 85 km kaugusel. 2022. aasta seisuga elab Kadrina vallas 4838 elanikku (Statistikaamet, *s.a.*). Alates 2008. aastast on Kadrina valla elanike arv pidevalt langenud, mille põhjuseks on 2009. aasta majanduskriis, kus paljud inimesed läksid välismaale eesmärgiga tööd otsima. (Kadrina Vallavolikogu, 2020, lk 5)

Kadrina vald on mitmekesise kultuuriga paik, kus on olulisel kohal traditsioonid, vaim, isetegevus ning seltsielu. Seal on olemas head võimalused, kus harrastada mitmekülgseid tegevusi, näiteks rahvamajas, huvikeskuses või raamatukogus. Samuti on seal mitmed kodanikuühendused ja aktiivsed külaseltsid, kes viivad läbi erinevaid projekte. Nendeks on näiteks retked Viru instituudiga, õpilasprojektid, õpitoad, huvi reisirid, talgud (Kadrina Vallavalitsus, *s.a.-b*). (Kadrina Vallavolikogu, 2020, lk 14)

Kadrina vallal on nüüd ka uus visuaalne identiteet, mis väljendab sõbralikkust ja selgust. Uus identiteet sümboliseerib värskust, avatust aga ka kasvu. Ikka selleks, et Kadrina vald oleks kokkuhoidev, ühtne ja läbimõeldud koht, mis jääks meelde nii valla kohalikele

elanikele kui ka külastajatele. Uue visuaalse identiteedi loomisel saadi ideid Kadrina valla looduslikest vaatamisväärsustest nagu näiteks järvedest ja metsadest. Selle uue identiteedi iseloomustamiseks valiti puuleht ja põldude siluetid. Puuleht sümboliseerib kasvu ja loodust ning põldude siluetid sümboliseerivad põllumajandusliku osa tähtsust ja kultuuri, sporti kui ka ettevõtlust. (Kadrina Vallavalitsus, 2022)

Kadrina vallas on olulisel määral levinud puhkemajandus. Eelkõige on see levinud sellistes piirkondades nagu Ohepalu, Neeruti, Viitna ning sellistes kohtades, kus väärtustatakse ajalooliste hoonete ja keskkonna säilimist. Puhkemajandust iseloomustab ka erinevate kultuuriasutuste, kultuuri- ja ajaloomälestiste ning spordirajatiste olemasolu. Kadrina vallas on maaturismi ettevõtted need, kes põhiliselt tegelevad säästva turismi arendamisega, et olla keskkonnateadlik turismiteenuste pakkuja. Sellised ettevõtted väärtustavad, aga ka kasutavad loodusvarasid säästlikult, mis aitavad kulusid rohkem kokku hoida. (Kadrina Vallavolikogu, 2020, lk 36–37)

Kadrina valda iseloomustab hea ja tihe teedevõrgustik, mis on hästi välja arendatud. Suurimad riigimaanteed, mis Kadrina valda läbivad, on Tallinn–Narva ja Pärnu–Rakvere–Sõmeru maantee. Kadrina vallas on ühistranspordiühendus suuremate linnade ja asulate vahel hea, kuid transpordiühendus väljapool seda on see problemaatilisem ning vajab arendamist. Samuti on Kadrinas olemas ka rongiühendus suuremate linnade vahel. Nagu Tallinn, Kehra, Tapa, Rakvere, Kiviõli, Jõhvi ja Narva vahel. (MTÜ Arenduskoda & TÜ Pärnu kolledž, 2018, lk 11)

Kadrina vallas on turismiressurssidest esindatud vaatamisväärsused, majutuskohad, terviserajad, telkimisalad, lõkkekohad, toitlustuskohad, skulptuurid, mälestuskivid ja muud aktiivse puhkuse harrastamise kohad (vt lisa 2). Vaatamisväärsustest on esindatud näiteks Kadrina kirik, Neeruti mõis, Kadrina emakeele ausammas, Kadrina rahvamaja ja Kadrina raudteejaamahoone. Kadrina vallas on majutusettevõtteid 14. Neist enamlevinud on külalistemajad, loodustalud, puhkekeskused ja puhkemajad. Näiteks on nendeks Linnumäe Loodustalu, Madi puhkeküla ja Kuusiku loodustalu. Enamus majutusasutusi pakuvad lisaks majutusele ka toitlustamist ettetellimisel, neist kahes toitlusteenus puudub. (Kadrina Vallavalitsus, *s.a.*)

Kadrina vallas on toitlustusettevõtteid seitse, milleks on Tristvere kohvik, Rõmeda šašlökibaar, Kadaka baar, Viitna kõrts, Viitna kebab, Kadaka Snack ja Kaubi kohvik. Enamus on neist nii kohapealse kui ka ettetellimis võimalusega toitlustuskohad, ainult üks on ettetellimisega toitlustusettevõtte. Kadrinas on olemas ka terviserajad, telkimisalad ja lõkkekohad, kus on võimalik tegeleda näiteks matkamisega, jooksmisega, kõndimisega või orienteerumisega. Aktiivse puhkuse võimalusi pakub näiteks Kadrina Spordikeskus, Kadrina Paisjärve rannavõrkpalliplats, Kadrina EPT golfisimulaator ja Pariisi Puhkeküla. (Kadrina Vallavalitsus, *s.a.*)

Kadrina vallas on ka erinevad skulptuurid ja mälestuskivid, mida on külastajatel võimalik näha. Nendeks on skulptuurid „Hobujõud“, „Katariina kleit“, „Rusikas“ ja puuskulptuur „Kala“. Mälestuskividest on esindatud näiteks MTJ mälestuskivi, Kadrina mälestuskalju ja mälestuskivi, mis on pühendatud nimetuile ohvreile. (Avasta Kadrina, *s.a.*)

Maksu- ja Tolliameti (*s.a.*) andmetel oli Kadrina valla majutus- ja toitlustusettevõtete tegevusalalt saadav 2019. aasta kogu käive 2 215 490 eurot ja 2021. aasta käive 1 580 596 eurot. Kunsti, meelelahutuse ja vaba aja tegevusalalt saadav käive 2019. aastal oli 278 981 eurot ning 2021. aastal 198 201 eurot. Kuna aga Kadrina valla kohta pole eraldi turismistatistikat välja toodud, siis keskenduti põhiliselt Lääne-Virumaa piirkonna turismistatistikale tervikuna. Lääne-Virumaad külastati 2019. aastal peamiselt puhkuse (98 153 majutatut), tööreisi (28 181 majutatut), muu reisi (17 438 majutatut) ning konverentsidel ja koolitustel osalemise (4316 majutatut) eesmärgil. Seeläbi 2021. aastal oli puhkusreisi majutatuid 79 090, tööreisil 20 184 majutatut, konverentsi ja koolitusel osalejaid majutatut 3991 ja muul reisil oli majutatut 9497. (Statistikaamet, *s.a.-b*)

Lääne-Virumaal tehti 2019. aasta seisuga ööbimisega sisereise 180 000 ja 2021. aastal 104 000. Lääne-Virumaal oli keskmise majutuse hind 2019. aastal 32 eurot ja 2021. aastal 35 eurot. Põhilised majutusasutustes viibijad olid 2019. aastal pärit Eestist (105 258), Soomest (10 159), Saksamaalt (8319), Venemaalt (6378), Lätist (2603) ja Šveitsist (940) ning teistest riikidest nagu Prantsusmaalt, Leedust ja Rootsist. Seeläbi 2021. aastal Eestist (101 435), Soomest (2077), Saksamaalt (1254) Lätist (1015) ja Leedust (514). (Statistikaamet, *s.a.-b*)

Kadrina valla arengukava alusel võib öelda, et piirkonna potentsiaal on seotud enamasti põllumajanduse ja tööstuse arendamisega, aga ka Loobu-Viitna piirkonnas Tallinn-Narva maanteel suunduvate külastajate teenindamisega, toitlustus ja majutus valdkonnast, koostöö Lahemaa rahvusparki, Palmse mõisa ja Vihula vallaga, mille eesmärgiks on traditsioonilise maaelu säilitamine. Vohnja piirkonna potentsiaal lisaks põllumajanduse arendamisele on talu- ning loodusturismi arendamine. Neeruti piirkonna potentsiaali seostatakse lisaks põllumajanduse arendamisele ka puhkemajanduse ja looduskaitse arendamisega. (Kadrina Vallavolikogu, 2016, lk 11–12)

Turismiga seonduvaid uuringuid pole Kadrina vallas eelnevalt läbi viidud, küll aga on kaasatud eelnevalt näiteks Lahemaa rahvusparki säästva arengu strateegia 2019–2030+ koostamisesse. Seega oleks oluline uurida, kuidas saaks Kadrina vallas paremini rakendada potentsiaali maaturismi arendamiseks maapiirkonnas, sest maaturismi arendamine sihtkohas toob majanduslikult palju kasu ning parandab kohalike elanike elukvaliteeti. Kuna kohaliku omavalitsuse esindajad ei olnud nõus uuringus osalema, siis otsustati hoopis Kadrina valla turismiettevõtjate seas välja selgitada, kuidas saab paremini rakendada potentsiaali maaturismi arendamisel maapiirkonnas.

Selgitamaks välja, kuidas saaks Kadrina vallas paremini rakendada potentsiaali maaturismi arendamiseks maapiirkonnas, viidi läbi uuring. Uuringu eesmärgiks oli välja selgitada, kui oluliseks peavad Kadrina turismiettevõtjad turismi arendamist vallas ning milline potentsiaal on Kadrina vallal maaturismi arendamiseks maapiirkonnas.

Uuringus kasutatavate intervjuuküsimuste (vt lisa 3) andmete valik on tuletatud teoreetilistest käsitlustest, mis annavad ülevaate Kadrina valla turismi hetkeolukorrast, Kadrina valla külastusargumendist, turismiressurssidest, Kadrina valla oodatavatest külastajatest, Kadrina valla kättesaadavusest, koostööst ja külalislahkusest, mis on sõnastatud autori poolt alljärgnevalt tabelis (vt tabel 2).

Tabel 2. Uuringu sisulisel ettevalmistamisel kasutatud teoreetilised käsitlused

Teoreetilise käsitluse kategooriad	Allikad	Seonduvad küsimused
Hetkeolukord	Liasidou <i>et al.</i> , 2021; Mthethwa <i>et al.</i> , 2020; Mwesiumo <i>et al.</i> , 2021; Puška <i>et al.</i> , 2020; Ruiz-Real <i>et al.</i> , 2020	1–5
Külustusargumendid	An & Alarcon, 2021; Amaral, 2019; Kim, 2018; Lo <i>et al.</i> , 2019	6
Turismiressursid	Chin, 2022; Puška <i>et al.</i> , 2021	7
Oodatav sihtrühm	Puška <i>et al.</i> , 2021	8
Kättesaadavus (transport, turunduskanalid)	Andrianto & Sugiyama, 2016; Eusébio, <i>et al.</i> , 2017; Giray <i>et al.</i> , 2019; Lo <i>et al.</i> , 2019; Pato & Kastenholtz, 2017	9–11
Koostöö	Mottiar, 2015; Fotiadis <i>et al.</i> , 2013; Fotiadis <i>et al.</i> , 2019	12–13
Külalislahkus (ettevõttes, kohalike elanike külalislahkus ja suhtumine)	Kachniewska, 2015; Wilson <i>et al.</i> , 2001	14–15

Allikas: Autori koostatud tabelis toodud allikate alusel

Uuringu meetodiks valiti poolstruktureeritud intervjuu. Intervjuu on oluline andmekogumismeetod, mis annab põhjaliku ja üksikasjaliku ülevaate osalejate kogemustest ja vaadetest. Poolstruktureeritud intervjuu on intervjuu, mis sisaldab avatud lõpuga küsimusi, mis võimaldavad vahetuid ja põhjalikke vastuseid. Poolstruktureeritud intervjuu kasutamine andmekogumismeetodina sisaldab selliseid etappe, milleks on intervjuu juhendi väljatöötamine, intervjuu läbiviimine ja intervjuu andmete analüüsimine. (Baumbusch, 2010, lk 255)

Datko (2015, lk 145) alusel on poolstruktureeritud intervjuu eeliseks kuluefektiivsus, lihtsus, kohanemisvõime ja mitmekülgus. Samuti selline uurimismeetod austab ka uuringus osalejat kui ainulaadset, dünaamilist ja integreeritud individuaali. Szombatová (2016) toob välja, et poolstruktureeritud intervjuu on tõhus viis väärtuslike andmete kogumiseks erinevates uurimisvaldkondades, eriti inimeste arusaamade ja kogemuste uurimisel konkreetsel teemal.

Saadud andmete analüüsimiseks kasutatakse kvalitatiivset sisuanalüüsi. Sisuanalüüs on üks arvukatest uurimismeetoditest tekstiandmete analüüsimiseks. Selle andmeanalüüsimeetodi eesmärgiks on anda teadmisi ja mõista uuritavat nähtust süstemaatilise teksti kodeerimise ja klassifitseerimise meetodi abil, seaduspärasuste ja teemade avaldamiseks. (Renz *et al.*, 2018, lk 825) Sisuanalüüs on määratletud kui

süsteemiline tööviis paljude tekstide liigitamiseks väiksemateks sisukategooriateks, mis põhinevad konkreetsetel kodeerimisreeglitel (Stemler, 2000, lk 1).

Valimi moodustamine lähtub mittetõenäosusliku, täpsemalt sihipärase valimi põhimõtetest. Sihipärane valim, tuntud kui ka selektiivne või subjektiivne valim, peegeldab valimi rühma, mis tugineb uurija otsusel, kui tegemist on üksuste valimisega (nt inimesed, organisatsioonid, sündmused, andmed), mida tuleb uurida (Sharma, 2017, lk 751).

Valimi moodustamisel peeti silmas, et esindatud oleksid turismiettevõtjad majutus ja toitlustustus valdkonnast, tegevuste pakkujad ja sündmuste korraldajad. Kadrina vallas on majutusettevõtteid 14, toitlustusettevõtteid seitse, sündmuste ja tegevuste pakkujaid 12, millest uuringus osales viis majutusettevõtet ning kolm sündmuste ja tegevuste pakkujat. Kokku kaheksa intervjuud. Intervjuueritavad on tulemuste osas tähistatud märgistusega R1–R8.

Autor viis uuringu läbi intervjuerides Kadrina valla turismiettevõtjate juhte, kes on turismi teemadega hästi kursis. Intervjueritavate nõusolekul intervjuud helisalvestati. Helisalvestatud tekst transkribeeriti. Pärast transkribeerimist viidi läbi tekstide kodeerimine, millele omistati kategooriad. Seejärel omistati teksti lõikudele koodid, mille põhjal viidi läbi kvalitatiivne sisuanalüüs. Intervjuud viidi läbi, kas veebivahendusel Zoomi keskkonnas, silmast silma kohtumisel või läbi telefoni kõne, mis sõltus intervjueritava eelistusest. Keskmiselt kestis iga intervjuu 30 minutit. Piloot-uuringu viis autor läbi märtsi alguses ning uuringu algusaeg algas märtsi keskelt kuni aprilli alguseni.

Alapeatükis anti ülevaade Kadrina vallast, turismiressurssidest ning turismi hetkeolukorrast, mille põhjal võib öelda, et turismi arendamisele vallas tuleks pöörata märksa suuremat tähelepanu. Põhjendati turismiasjaliste uuringu vajalikkust ja eesmärki ning kirjeldati uuringu metoodikat.

2.2. Kadrina valla turismiettevõtjate uuringu tulemuste analüüs

Selles alapeatükis antakse ülevaade Kadrina valla turismiettevõtjate uuringu tulemustest, mille käigus intervjueriti kaheksat turismiettevõtjate juhti, kes tegutsevad Kadrina vallas. Kõigile intervjueritavatele esitati samad intervjuu küsimused, mis annavad ülevaate Kadrina valla hetkeolukorrast, Kadrina valla külastusargumendist, turismiressurssidest, Kadrina valla külastajast, Kadrina valla kättesaadavusest, koostööst ja külalislahkusest (ettevõttes, kohalike elanike külalislahkus ja suhtumine külastajatesse).

Üldiselt tuuakse välja see, et Kadrina vallal läheb hästi, vaatamata sellele, et tegemist on ühe Eesti kõige väiksema valla ja kohaliku omavalitsusega. Kadrina vald on kiiresti arenev keskkond, nii füüsiliselt kui ka vaimselt, kus tegeletakse oluliste asjadega, mis tähendab seda, et Kadrina vallas on viimastel aastatel tehtud palju arendustöid ning projekte näiteks Kadrina rulapargi ja madalseiklusraja rajamine. Samuti on loodud Kadrinale uus visuaalne identiteet ning valmis on ka saanud Kadrina Keskväljaku kui ka koolimaja projekt.

Intervjueritavatel uuriti ka seda, kuidas Kadrina valla turismiettevõtjatel läheb. Enamus turismiettevõtjad toovad välja selle, et neil läheb hästi, kuid on ka neid, kellel läheb halvemini. Neil, kel halvemini läheb, on põhjustatud koroonaviiruse piirangutest tulenevate probleemide tõttu, mis on endaga kaasa toonud sissetulekute vähenemise, külastajate arvu languse, ürituste vähesuse ning tavapärase tegevuste ära jäämise (õpitoad, näitused), kuid olenemata sellest toetab vald projektide toetustega turismiettevõtjaid oma arendustöödega, näiteks uute hoonete ja teenuste arendamisel. Lisaks paljud turismiettevõtted tegutsevad turusituatsioonist sõltuvalt ja sihtrühmade ootustest lähtuvalt.

Turismiettevõtjad ning sündmuste ja tegevuste pakkujad peavad turismi arendamist vallas oluliseks. Kadrina vald asub kena looduskaunikoha vahel, seal on Neeruti mäed, Neeruti kaitseala, Lahemaa rahvuspark, Viitna looduskaitseala ja Ohepalu. Lisaks Kadrina vald asub positsioonilt heas kohas, kus on hea rongiühendus Tallinn-Narva vahel. Peamiselt edendavad Kadrina vallas turismi väikeettevõtjad.

Kadrina vallas on olemas ettevõtjad, kes pakkuvad oma külastajatele majutusvõimalusi, toitlustusvõimalusi ja vaba ajaga seotud tegevusi. Kadrinas on toimunud pika aega mitmekesine turismiteenuste pakkumine, erinevates turismivaldkondades nagu majutus, elamusteenused ja aktiivne puhkus. Kadrina vallas on olemas ilus loodus, matkarajad, veekogud, turismitalud ja suuremad majutusasutused, mida külastajatele pakkuda, kuid suurimaks probleemiks tuuakse esile see, et Kadrina vallas ei ole piisavalt suuri toitlustusettevõtteid, mis suudaksid korraga vastu võtta palju külastajaid.

Maaturismi arendamine Kadrina vallale toob palju kasu, näiteks aitab see luua Kadrina visuaalset olemust, mitmekesistab oluliselt kõigi kohalike inimeste eluolu, loob töökohti, aitab kaasa ka erinevate objektide väljaehitamisele ning aitab kaasa mainele kvaliteetsete turismiteenuste pakkumise näol, aga ka näiteks tuntuks kohalike elanike ja välismaalaste hulgas ning lisaks ka teenuste ja toodete tarbijad, kes sihtkohta raha sisse toovad. Peamised probleemid, mis maapiirkonnas turismi arendamisega võivad kaasneda, on stabiilsuse ja koostöö koordineerimise puudumine, inimtööjõupuudus (puuduvad oskused ennast müüa ja suurema seltskonnaga koostööd teha), arendusega kaasnevad rahaprobleemid, pettused, külastuskoormuse suurenemisest tulenevad reostused, looduskeskkonna kahjustamine ning kohalike elanike häirimine. Ühe intervjuueeritava arvates maapiirkonna turismi arendamisega probleeme ei kaasne.

Teisalt uuriti intervjuueeritavatelt, miks tuleks tulla Kadrina valda külastama. Selle põhjenduseks toodi välja mitmeid erinevaid aspekte. Näiteks logistiline asukoht, mõnus puhkamiskoht looduskaunis kohas, Kadrina vallas on olemas ka kaunis loodus, värske õhk, järved ja mõisad, mis köidavad külastajaid oma iluga, lisaks on olemas mitmekesised puhkusevõimalused, kuid soovitakse, et neid arendataks juurde. Lisaks tulevad paljud külastajad Kadrina valla piirkonda, eesmärgiga külastada sugulasi ja tuttavaid, tarbida turismiteenuseid, külastada iseseisvalt kaitsealade looduse õpperadasid ning puhkeplatse.

Esiteks viimastel aastatel on Kadrina vallas toimunud kultuurielu aktiveerumine, näiteks tegeletakse rohkem kultuuriasjadega ja korraldatakse üritusi. Kadrinas on palju põnevaid ja looduskauneid kohti näiteks Ristisalu, Nostalgiakeskus, Kadrina ajalooline keskus, Neeruti maastikukaitseala, Viitna maastikukaitseala. Esile tuuakse ka veel vanasid kirikuid, ausambaid sealhulgas Emakeeleausammast, Mälestussammast, aga ka Vabadussõja monumenti. Samuti veel ka Pariisi küla ja selle suusaradasid ning Neeruti

metsa suusaradasid. Üks intervjueeritav toob ka esile Läsna-Loobu küla, mis on üsna aktiivne kogukond kohalike elanike seas. Hõbeda kitsefarmi, kus toodetakse kitsepiimast juustu, jäätist, aga ka muid tooteid. Lisaks ka Viitna ja Neeruti RMK matkarajad, mis on külastajate seas populaarsed:

/.../ inimeste huvid on nii laialivalguvad, et väga palju on neid, kes käivad siin matkamas, Neeruti matkarada on väga populaarne, väga, väga populaarne, sest mul on isegi siin käinud inimesi peredega Tallinnast, kes käivad siin matkarajal..., siin suvel on ka selliseid jalgrattagruppe, et kes siis ka käivad seal Neeruti mägedes sõitmas /.../ (R1).

Järgnevalt uuriti intervjueeritavatelt Kadrina valla olulisemaid turismiressursse. Üldiselt selgus, et Kadrina valla olulisemateks turismiressurssideks on Kadrina vallas Neeruti kolm järve, Neeruti Orajärv, Neeruti Ees- ja Tagajärv ning Neeruti Sinijärv, Viru tänava erinevad kultuuriobjektid (Kadrina Katariina kirik, Ristisalu, vana koolimaja, Nostalgiakeskus), turismitalud, Ohepalu, Viitna kõrts, Neeruti mõis, matkarajad läbi Kadrina valla, inimpuutumatu puhas loodus, pärandkultuur, avastamata mõisad, aga ka Kadrina inimesed. Ühe intervjueeritava arvates on, aga turismiressursid midagi enam, kui ainult loodus-, kultuurilised-, ja sotsiaalsed ressursid:

Turismiressursid /.../ Mina arvan, et kõige olulisemad turismiressursid on see, kui sul on mingi asi, mida näidata, mille pealt asja teha. Ja teine asi on leidlikud inimesed, et neid asju teha, sest noh nagu ma ütlen, et ega siis see idee teha sellist asja /.../ Et tegelikult ongi asi selles aluses või baasis, mis sul on, ükskõik, mis asi see on /.../ Sul peab olema mingi asi ja sa pead hakkama ise olema tohutult leidlik. Kogu ressurss. (R1)

Intervjueeritavatelt uuriti ka seda, kes on põhilised sihtrühmad, keda oodatakse Kadrina valda külastama. Põhilisteks sihtrühmadeks on siseturistid, matkajad, pered, ronijad, sõpruskonnad, kooliekskursioonid (koolilapsed), ettevõtjad, erivajadustega kliendid, kruisituristid, loodusturistid, aga ka välismaalased näiteks Soomest ja Rootsist ning teistest erinevatest riikidest: Samuti toodi ettevõtjate puhul esile see, et välituristide hulk on viimase kahe aasta jooksul kõige madalamal tasemel, mis vähenes aastal 2020-2022 koroonaviirusest tingitud piirangute tõttu.

Aga tegelikult laiemalt ka, mul endal on siin käinud Kadrinas külas nii Inglismaalt, nii Indiast, nii igalt poolt inimesi. Kõik on nad leidnud siit midagi huvitavat, mis just eriti eksootilistele külalistele on see täiesti võlumaa, kogu Eesti, et siin on üks osa Eestist. (R6)

Järgnevalt uuriti intervjueeritavatel, milliseid tegevusi, teenuseid ja tooteid külastajatele nende ettevõtetes pakutakse. Ühiselt pakutakse teenustest sauna kasutamise võimalust (suitsusaun, soome saun), majutus- ja toitlustusvõimalusi, õpitubasid, loodushariduse elementidega programme gruppidele, ringkäike, meisterdamist erinevatest puiduliikidest ning aktiivse puhkuse võimalusi nagu näiteks räätsamatkad, loodusmatkad, öised tõrvikumatkad, oosimatkad ja kanuumatkad. Kadrina vallas korraldatakse ka erinevaid üritusi, sealhulgas suvefestivale ja suvekontserte nt jaanituled ja minifestival Moosekants. Üha enam nähakse potentsiaali ürituste korraldamise näol, eriti turistide köitmiseks sihtkohta. Lisaks Kadrinas on ka muuseum, mis pakub teenustest sissepääsu tasuta muuseumi külastamiseks, giiditeenust, rendib ruume välja erinevate ürituste korraldamiseks, näiteks sünnipäevadeks, jõuluõhtuteks, vana-aasta õhtuteks. Samuti on nad Eesti filmidele ja teatritele üks suurimaid rekvisiitide ladusid.

Järgnevalt uuriti intervjueeritavatel kui kättesaadav on nende arvates transpordi infrastruktuur Kadrina vallas kohalikele elanikele ja külastajatele. Enamike intervjueeritavate arvates vajab transpordi infrastruktuur Kadrina vallas arendamist, eelkõige külade vahel, mis puudutab, aga alevike ja nende vahelisi linnasid, nagu Tapa ja Rakvere, siis nende vaheline transpordi infrastruktuur Kadrina vallas on hea. Kadrina vald asub Tallinn-Narva ja Peterburi-Pärnu maantee ääres. Iga tund liiguvad Rakvere-Tapa linnade vahel bussid, kus külastajal on võimalik sõita ühest linnast teise. Osade arvatest on rongiühendus hea ja teiste arvates vajab see arendamist:

/.../ võibolla on tõesti rongiga tulnud. Ongi see, et kas sa tuled väga vara hommikul või sa tuled, jõuad mingi peale nelja, siis on pool päeva raisus, või siis õhtul on ju. See rongi infrastruktuur on minu arust kõige nõrgem koht, seda võiks kindlasti rohkem olla. (R3)

/.../ teistpidi on väga hea rongiliiklus, aga võimalik käia Kadrinas, nii, et ma ei näe üldse põhjust, et miks neid, miks ei võiks ligi pääseda sündmustele.

Arvestades seda, et viimane rong Rakvere poole sõidab kell 23.00, siis enamus sündmuseid saab ära vaadata ja Rakvere rahulikult rongiga sõita tagasi koju ja ka seda kasutatakse päris hästi. (R6)

Lisaks sellele ka uuriti intervjueeritavatelt, millised on põhilised Kadrina valla turunduskanalid ja turundusvõimalused. Ühiselt tuuakse välja, et peamiseks Kadrina valla turunduskanaliks on sotsiaalmeedia Facebook. Lisaks kasutatakse turunduskanalitena ka Kadrina valla veebilehte ning Kadrina valla lehte „Kodukant“, kus tuuakse esile, et Kadrina valla veebileht vajaks rohkem arendamist just turismiinfo osas. Üks intervjueeritav toob ka esile selle, et Kadrina vallal puudub selline kaart, kus oleks kõik vajalik info ja asukoht olemas vaatamisväärsuste, majutusasutuste ja toitlustusettevõtete kohta.

Turismiettevõtjad kasutavad, aga peamise turunduskanalina kodulehte, mis ka enamus turismiettevõtetel olemas on. Turundusvõimalusena kasutatakse ka Kadrina valla uut visuaalset identiteeti, et kommunikeeruda Kadrina vallast ka kaugemale, näiteks üle Eesti lähevad kõik Kadrina valla üritused pressiteatena. Suur osa turundusvõimalustest on ka meedial, kus on oldud erinevates saadetes näiteks Televisioonis, Ringvaates ning Kätemaksukontoris ja Võsareporteris ning suuremal määral on ka kasutusel turundusvõimalustest suust-suhu reklaam:

Siis väga suur osa on siis, siis erineval meedial näiteks Televisioon, et ikka üritad kuskil saadetes olla, et noh, mis meil on siin olnud, Ringvaade, siis on olnud Lääne-Virumaa uudised portaal, siis on läbi selle, et me oleme osalenud Kätemaksukontori ühes seerias, mis tehti terve Kadrina peale nagu. Kohe varsti tuleb Võsareporter, me oleme seal sees... ja mingid artiklid näiteks, noh, me oleme Maalehes olnud, valla lehes ja hästi palju on suust-suhu reklaam. (R1)

Järgnevalt uuriti, kas ja milliste kultuuri-, haridus, ja muude asutuste vahel tehakse koostööd. Ühiselt tuuakse välja, et turismiettevõtjad teevad omavahel koostööd, näiteks majutusasutustega, samuti kooli ja lasteaia vahel ürituste raames, Neeruti seltsi ning Kultuurikodaga. Kui aga korraldatakse kultuurisündmusi, siis koostööd teevad kõik valla allasutused, milleks on näiteks Kadrina Sport, Kadrina raamatukogu, Kadrina pääste,

Kadrina keskkool, Läsna ja Ridaküla rahvamaja, Noortekeskus, Kadrina Noortevolikogu ning Neeruti Seltsiga.

Koostööd tehakse ka erinevate eraettevõtetega nagu Matsimoka ja Hõbeda kitsefarm. Intervjueeritavatelt selgus ka see, et vald teeb koostööd teiste ettevõtete ja organisatsioonidega, kuid turismialane koostöö vajab arendamist: „/.../ et valla siis, pigem tehakse koostööd MTÜ-dega, Ehedad Elamused Lahemaal, kes on siin piirkondlikud, aga nagu valla tasemel seda koostööd noh ei ole märgata /.../ Nagu otseselt kuidas öelda, või nagu ei genereerita koostööd“ (R3).

Teine asi on koostöö, et seda ei ole nüüd ka valla poolt suudetud väga hästi teha, ikkagi. Et noh, mis ma ütlen, turismiettevõtjate listist ilmus info viimati aasta tagasi umbes. Rohkem pole, ei kippu, ega kõppu. Isegi seda noh, seal me arutasime, kuidas me hakkame siis turismimessele minema ja nii edasi, isegi seda infot ei ole, et turismimesse ei toimu. (R1)

Intervjueeritavatelt uuriti ka seda, kuidas saaks muuta asutuste vahelist koostööd veelgi efektiivsemaks. Intervjueeritavad toovad esile info vahetamise ja kaasamise valla kui turismiettevõtjate vahel, üksteise vastastikku toetamise, näiteks ürituste korraldamise ajal, inimestega mõistlikult suhtlemise, igapäevaste ettevõtete isiklik panus koostöösse, aga ka vastastikune huvi koostöö vastu.

Järgnevalt uuriti intervjueeritavatelt seda, kuidas suhtuvad ettevõtjad kui ka nende töötajad küllastajatesse. Intervjueeritavatelt selgub, et turismiettevõtjad suhtuvad ettevõtte küllastajatesse hästi ning positiivselt. Kõik on teretunud. Ettevõtjad on rahul, aga ka nende külalised. Kõik küllastajad on oodatud ettevõtte kui ka töötajate poolt. Kõik külalised võetakse vastu koduselt ning neile tagatakse privaatsus, kui nad seda soovivad: „Hästi vaba suhtumine. Meil on sõbralik koer ka. Koer laseb hoovi peal ringi, inimestele meeldib. Ma pole kunagi nagu täheldanud mingit vastuolu meie töötajaskonna ja külaliste vahel. See on nagu täiesti vastastikune austus.“ (R3)

Intervjueeritavatelt uuriti ka seda, kui külalislahked on nende arvates kohalikud elanikud. Intervjueeritavate arvates on kohalikud elanikud külalislahked ja abivalmid, toredad ning sõbralikud: „Toovad vajadusel isegi kliendi ettevõttesse kohale kui klient ise üles ei leia.

Vahel on isegi sõidutatud klient bensiinjaama“ (R2). Tuuakse esile ka seda, et on olemas kahte tüüpi kohalike elanikke, keda turistid ei häiri ja keda häirivad, mis sõltub enamasti inimeste suhtumisest. Kohalikud elanikud korraldavad ühiselt üritusi, käivad matkamas ja kevadel koristamas.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et Kadrina vallas läheb hästi. Turismi arendamist peetakse oluliseks. Põhjused, miks Kadrina valda tuleks tulla külastama, on kultuurielu aktiveerumine, Läsna-Loobu küla, Hõbeda kitsefarm ning Viitna ja Neeruti matkarajad. Kadrina vallas on kaunis loodus, järved, mõisad, Neeruti mõis ning Pariisi küla, Neeruti kolm järve, Neeruti Orajärv, Neeruti Ees- ja Tagajärv ning Neeruti Sinijärv, Viru tänava erinevad kultuuriobjektid, turismitalud, Ohepalu, Viitna kõrts, Neeruti mõis, inimpuutumatu puhas loodus, pärandkultuur ja avastamata mõisad.

Kadrina valda on sihtrühmadest oodatud matkajad, pered, koolilapsed, ronijad, välismaalased ja noored. Kõige levinumad teenused, mida turismiettevõtjad Kadrina vallas pakuvad, on peamiselt majutus- ja toitlustusteenused, kuid arendusvõimalusena tuuakse esile rohkemate ürituste korraldamise, aga ka erinevate tegevuste arendamise.

Kadrina valla kõige levinumad turunduskanalid on sotsiaalmeedia Facebook, Kadrina valla veebileht ning Kadrina valla leht „Kodukant“. Ettevõtte põhiselt kasutatakse näiteks sotsiaalmeediat, kodulehekülge, meediat, aga suust-suhu turundust. Turismialast koostööd nähakse Kadrina vallas arendusvõimalusena, kas info vahetamise ja kaasamise või üksteise vastastikku toetamise abil.

2.3. Järeldused ja ettepanekud maaturismi arendamiseks

Kadrina vallas

Selles alapeatükis tehakse järeldused ja esitatakse ettepanekud turismi arendamiseks Kadrina vallavalitsusele ja turismiettevõtjatele selleks, et Kadrina vallas saaks paremini rakendada potentsiaali maaturismi arendamiseks maapiirkonnas. Lisaks sellele võrreldi varasemate uuringute tulemusi lõputöös turismiettevõtete juhtide intervjuudest saadud tulemustega.

Sharif & Lonik (2014) ja Mwesiumo *et al.*, (2021) alusel võib öelda et Kadrina vald on maapiirkond ja seal on potentsiaali maaturismi arendamiseks, sest tegemist on sellise piirkonnaga, kus elanike arv on alla 10 000 ja levinud on enamasti põllumajanduslikud alad. Lisaks on see vald hõredalt asustatud ning asub väljaspool linnu.

Kadrina vallal läheb hästi. Tegemist on kiiresti areneva vallaga nii vaimselt kui füüsiliselt, kus on tehtud viimastel aastatel rohkem arendustöid. Turismi arendamist peetakse vallas turismiettevõtjate ja sündmuste ning tegevuste pakkujate poolt oluliseks. Turismi edendavad peamiselt vallas väikeettevõtjad, kellel on aga probleemid ja rahalised raskused peale koroonaviirusest tingitud piirangute ära lõppemist. Kuna Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus võimaldab turismiettevõtjatele rahalist toetust turismiteenuste või toodete juurde arendamiseks, siis oleks oluline, et ka turismiettevõtjad kasutaksid seda võimalust ära ning taotleksid toetusi, et köita turiste rohkem sihtkohta külastama.

Suuremal määral edendavad turismi Kadrina vallas peamiselt väikeettevõtjad. Näiteks Komppula (2014) toob välja selle, et turismi arendamine tuleneb kohaliku omavalitsuse initsiatiivist, milleks on vajalik nii kohaliku omavalitsuse kui ka turismiettevõtjate osalus ja panus selleks, et tagada alus edukaks turismi arenguks. Turismiettevõtjad võiksid teha rohkem koostööd teiste maakondade nagu Harjumaa ja Ida-Virumaa turismiettevõtjatega, kes tegelevad rohkem maapiirkonna arendamisega, näiteks marsruutide või elamuste pakumisel külastajatele, nagu Rätsepa Turismitaluga, Kernu mõisaga, Leesikalda Puhkemajaga, Jõekääru Puhkekeskusega või Alutaguse Puhke- ja Spordikeskusega.

Maaturismi arendamine toob Kadrina vallale palju kasu, näiteks aitab see luua Kadrina visuaalset olemust, mitmekesistab oluliselt kõigi kohalike inimeste eluolu, loob töökohti, aitab kaasa erinevate objektide väljaehitamisele, mainele, tuntusele kohalike kui ka välismaalaste seas ning toob sihtkohta teenuste ja toodete tarbijad. Kui võrrelda seda Mwesiumo *et al.*, (2021) ja Puška *et al.*, (2020) uuringu tulemustega, siis maaturismi arendamine Kadrina vallas põhiliselt parandabki kohalike inimeste elukvaliteeti, loob uusi töövõimalusi ning edendab kohalike ressursse, mis on sarnased eelnevalt uuritud uuringu töö tulemustega.

Nii nagu Ruiz-Real *et al.*, (2020), Mwesiumo *et al.*, (2021) ja Mthethwa *et al.*, (2020) tulemustest selgus, et peamised probleemid ja puudujäägid, mille all maapiirkonnad

kannatavad on sotsiaalsed ja keskkonnasäästlikkusega seotud probleemid, kiire rahvastiku kasv, keskkonnareostused, noorte väljaränne, väheste töövõimaluste hulk, põhiteenuste vähenemine ning oskuste ja teadlikkuse puudumine. Kui võrrelda seda lõputöö tulemustega, siis võib öelda, et Kadrina vald kannatab selliste probleemide all nagu stabiilsuse ja koostöö koordineerimise puudumine, tööjõupuudus, arendustegevusega seotud rahaprobleemid, mida eelnevates uuringutes välja toodud pole.

Selleks, et Kadrina valla turismiettevõtete stabiilsust hoida, oleks oluline võimaldada turismiettevõtjatele rahalist toetust või investeerida nende turismitegevustesse. Samuti oleks tähtis, kui vald oleks võimeline tõstma ettevõtjate turundustegevuse efektiivsust näiteks tehes koostöös Kadrina valla kõikide turismiettevõtjatega ühise video nende pakutavate turismitoodete ja -teenuste ning tegevuste kohta, mis motiveeriks rohkem külastajaid Kadrina valda tulema.

Tööjõupuuduse leevendamiseks võimaldada turismiettevõtjatele ja kohalikele elanikele maaturismi arendamisega seotud koolitusi, mis annaksid ülevaated maaturismi eripärast ning maaturistide ootustest ja vajadustest. Lisaks on oluline ka inimesi rohkem motiveerida turismitegevusega jätkama, pakkudes erinevaid preemiaid, toetusi või soodustusi. Samuti pakkuda vähemkogenenud väikeettevõtjatele väljaõpet maaturismi arendamisega seotud vajalike teoreetiliste ja praktiliste oskuste omandamiseks.

Arendusega kaasnevad rahaprobleeme on võimalik turismiettevõtjatel lahendada. Selleks tuleb külastajatele maapiirkonnas pakkuda rohkem huvitavamaid tegevusi ning elamusi, nagu näiteks rattarentimise võimalust või looduskeskkonnas olevaid matku, mis tooksid sihtkohta rohkem külastajaid ja raha. Lisaks rahaprobleeme on võimalik lahendada ka näiteks SEB-st või Swedbankist väiksemaid laenu võttes. Samuti on võimalik ka turismiettevõtjatel tõsta ka majutuskohdade hindu selleks, et vältida suuremaid rahaprobleeme.

Selleks, et väiksemad turismiettevõtjad saaksid paremini oma ettevõtte tegevusest tulenevaid rahaprobleeme vältida, peaksid nad ka oma äritegevuse finantse paremini planeerima, et vähendada suuremate kulutuste tekkimist. Seejuures oleks oluline ka palgata tööle vastav erialaspetsialist näiteks raamatupidaja, kes hoiab rahaasjadel silma peal. Samuti on võimalus küsida riigilt ka abi rahaliste toetuste saamiseks maaturismi

arendamiseks. Lisaks tuleks tööle palgata ka turismierialaharidusega spetsialistid Kadrina valla omavalitsusse, kes koordineerivad koostööd kui ka tegelevad turismi arendamisega Kadrina vallas.

Nii nagu näitasid ka Amaral (2019), Litavniece *et al.*, (2021), Kim (2018) ja An & Alarcon (2021) uuringu tulemused, toodi ka intervjuus esile, et Kadrina valda külastatakse põhiliselt asukoha, puhkuse, looduse, kultuurilise ja ajalooliste ressursside, vaatamisväärsuste ja sugulaste ning tuttavate külastamise eesmärgil. Lisaks Chin (2022), Qi (2016), Kim (2018) ning turismiettevõtjate uuringu tulemustele toetudes võib öelda, et Kadrina vallas on esindatud põhiliselt loodus- ja kultuuriressursid, mis köidavad turiste sihtkohta külastama.

Koteski *et al.*, (2017) ja Eusébio *et al.*, (2017) kui ka Kadrina valla turismiettevõtjate uuringu tulemustele toetudes võib öelda, et maaturismisihtkoha põhilisteks sihtrühmadeks on pered, sõpruskonnad, koolilapsed ning looduslike tegevuste harrastajad ehk loodusturistid, mille põhjal võib järeldada seda, et maaturismisihtkohti külastavad üsna mitmekülgsed sihtrühmad, kellel on erinevad soovid ja vajadused.

Nii nagu Lo *et al.*, (2019) ja Puška *et al.*, (2021) uuringutele toetudes huvituvad maapiirkondade külastajad põhiliselt väli-, sportlikest ja mitmekülgsetest tegevustest, mida Kadrina vald ka oma külastajatele pakub. Näiteks õpitubasid, loodushariduse elementidega programme gruppidele, ringkäike, meisterdamist, aktiivse puhkuse võimalusi näiteks erinevaid tüüpi matkasid, aga ka festivale, kontserte ja üritusi, mille põhjal võib väita ka seda, et mida rohkem ja mida mitmekülgsemaid tegevusi külastajatele pakutakse, seda enam rahuldatakse maapiirkonda külastavate külastajate ootusi. Samas on see ka tõmbeteguriks külastajate veenmisel sihtkohta.

Lõputöö uuringu tulemustes toodi ka esile, et transpordi infrastruktuur Kadrina vallas suuremate asulate ja linnade vahel on hea, kuid külade vahel vajab see arendamist. Nii Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna säästva arengu strateegia 2019–2030+ alusel kui ka lõputöö uuringu põhjal võib väita, et Kadrina valla transpordi infrastruktuur vajab arendamist, kuna külastajatele ei ole tagatud paremat ligipääsetavust väiksematesse küladesse ning selline olukord võib omakorda mõjutada külastajate otsust Kadrina valda külastada, kui puudub ligipääs väiksematesse piirkondadesse ühistranspordiga.

Transpordi infrastruktuuri arendamiseks tuleks näiteks Dimitrovski *et al.*, (2012) alusel investeerida raha infrastruktuuri, et muuta maaturismitoodete ja -teenuste tarbimine kättesaadavaks nii sise- kui ka välituristidele ja kohalikele elanikele. Samuti tuleks juurde lisada bussiliine erinevate Kadrina valla külade vahel (hommiku, lõuna ja õhtune bussiliin), mis oleks organiseeritud vajadusepõhiselt ning vastavalt kohalike elanike kui ka külastajate nõudlusele. Selleks tuleks näiteks kohalike elanike ja külastajate seas läbi viia uuring, mis selgitaks välja, millal on kõige suurem vajadus ja nõudlus valla siseste külade vahel liikumiseks.

Lisaks sellele vajaks Kadrina vallas arendamist ka rongiühendus. Selleks tuleks näiteks teha Harju-, Lääne-Viru- ja Ida-Virumaa ning Elroni vahel koostööd ühe rongiliini Tallinn-Narva ning Narva-Tallinn juurde lisamiseks idasuunas. See rongiliin võiks käigus olla kella 12.00 või 12.30 ajal, et rongisõidud oleksid päeva peale ühtlaselt jaotunud.

Kui võrrelda Kadrina valla turunduskanaleid ja -võimalusi Eusébio *et al.*, (2017) uuringu tulemusega, siis ikkagi põhilisteks turunduskanaliteks või turundusvõimalusteks on internetiturundus nagu sotsiaalmeedia ja veebilehed, sõprade ja sugulaste soovitusel ehk suust-suhu turundus ning televisioon ja ajakirjandus ehk meedia, mis on ka Kadrina vallal peamiste turunduskanalitena ja -võimalustena kasutusel. Uuringu tulemustest võib ka järeldada seda, et Kadrina vald pöörab tähelepanu turundusvõimalustele, kuid vajaka jääb turismialane info valla veebilehel.

Selleks, et Kadrina valla kodulehte rohkem arendada just turismialase info osas, tuleks teha eraldi Kadrina valla turismiteemaline veebileht, kus oleks kirjas kogu info kõikide majutusasutuste, toitlustusettevõtete ja vaba aja tegevuste kohta, erinevates keeltes näiteks eesti-, soome-, inglise- või rootsi keeles. Samuti oleks oluline seal ka välja tuua Kadrina vallas pakutavad turismitooted ja -teenused.

Lisaks toodi uuringus välja, et Kadrina vallal puudub selline kaart, kus oleks kõik vajalik info ja asukohad olemas vaatamisväärsuste, majutusasutuste ja toitlustusettevõtete kohta. Selleks on oluline ka koostada, kas paber kandjal või veebis selline informatiivne kaart, kus oleksid olemas kaardil märgitud asukohad huvitavate vaatamisväärsuste, majutusasutuste ja toitlustusettevõtete kohta. Samuti kaardil tuleks välja tuua ka sellised asukohad, kus saab tegeleda nii aktiivsete kui ka passiivsemate tegevustega.

Selleks, et turism Kadrina vallas ka paremini silma paistaks tuleks turismiettevõtjatel tuua Puhka Eesti veebilehel välja Kadrina valla kohta üldine info ning täiendada infot erinevate puhkusevõimaluste, aktiivsete tegevuste ning majutus- ja toitlustusettevõtete kohta, mida külastajatele pakkuda, sest kõikide asjade kohta hetkel info puudub. Info kajastamine veebis on oluline, kuna see oluliseks motivaatoriks turistide sihtkohta jõudmiseks, aga samas ka annab see vajaliku teabe.

Saadud uuringu tulemustest selgus ka, et Kadrina vald kui ka turismiettevõtjad teevad teiste ettevõtete ja organisatsioonidega koostööd, kuid turismialane koostöö vajab arendamist. Mottiar (2015) uuringu tulemustes toodi esile, et ettevõtted eelistavad koostööd teha teadmiste põhisel usaldusel ning teevadki seda, millele tuginedes võib järeldada, et need ettevõtted, kes Kadrina vallas teevad omavahel koostööd, teevad seda teadmiste põhisel usaldusel, mis on oluline piirkonna arengu seisukohalt, sest see aitab kaasa maapiirkonna positiivsele arengule ja sihtkoha edukusele.

Selleks, et turismialast koostööd arendada turismiettevõtjate ja Kadrina valla vahel, tuleks korraldada ühiseid ümarlaudu kord kuus turismiettevõtjate ja valla töötajate vahel maaturismi arendamiseks, kus arutleda maaturismi arendamisega seotud teemade, projektide, probleemide ja koostöö üle. Oluline on ka, et turismiettevõtjad kui ka valla töötajad osaleksid koostöös nii siseriiklikes kui ka rahvusvahelistes projektides, mis puudutab maaturismi arendamist. Näiteks nii Euroopa Maaturismi Kongressil kui ka Rahvusvahelisel Maaturismi Kongressil.

Turismialase koostöö arendamiseks on oluline ka jagada pidevalt informatsiooni turismiettevõtjatele erinevatest muutustest, tegevustest, käimasolevatest maaturismi arendamisega seotud projektidest ning lisaks sellele ka kaasata neid maaturismi arendamise protsessi. Selle jaoks tuleks teha näiteks ühine Google Docsi dokumendi fail, kus turismiteemalist informatsiooni levitada.

Nii nagu Fotiadis *et al.*, 2013 ja Fotiadis *et al.*, 2019 uuringu tulemustest selgus, toodi ka intervjuudes esile, et asutuste vahelist koostööd Kadrina vallas on võimalik efektiivsemaks muuta koostöövalmiduse, huvi, kui ka info vahetamise ja kaasamise abil turismiettevõtjate ning valla vahel.

Wilson *et al.*, (2001) toob välja, et turismivaldkonnas töötajad peaksid suhtuma küllastajatesse austavalt ning õiglaselt. Intervjueeritavad tõid hoopiski välja selle, et turismiettevõtjate juhid ning nende töötajad suhtuvad turistidesse hästi ning rahulolevana, millest võib järeldada, et üldiselt suhtutakse oma küllastajaskonda positiivselt.

Kadrina valla kohalikud elanikud on küllastajate vastu külalislahked, abivalmid, toredad, sõbralikud, siis Kastenholzi (2013) uuringus toodi samuti esile, et kohalikud elanikud suhtuvad turistidesse positiivselt, olles samuti külalislahked ja abivalmid. Selline positiivne suhtumine küllastajatesse otseselt mõjutab küllastate rahulolu ning nende soovi sihtkohta tagasi pöörduda.

Kokkuvõttes võib öelda, et lõputöö uuringu ja varasemate uuringu tulemused on sarnased, kuid esinesid ka mõned erinevused. Need põhiliselt tulenesid maaturismi arendamise kasust sihtkohale. Nendeks olid varasemate uuringute põhjal, et maaturismi arendamine hoiab maapiirkonda atraktiivsena, leevendab erinevaid probleeme ning vähendab rännet maalt linna, mida lõputöö uuringus esile ei toodud. Lisaks erinäolisemad olid ka sihtrühmad, kes maaturismisihtkohti küllastavad. Erinevused tulenesid veel ka juhtide ja töötajate suhtumisest küllastajatesse.

Lõputöö uurimisküsimusele: Kuidas saab Kadrina vallas paremini rakendada potentsiaali maaturismi arendamisel?, võimaldavad uuringu tulemused vastuseid anda. Selleks tuleb teha rohkem turismialast koostööd turismiettevõtjatega, teha ühiseid ümarlaudu, kaasata ja informeerida turismiettevõtjaid ning osaleda erinevates projektides. Samuti investeerida raha transpordi infrastruktuuri, võimaldada Kadrina vallas tegutsevatele turismiettevõtjatele rahalist toetust selleks, et nad saaksid turismitegevuse kui ka maaturismitoodete ja -teenuste arendamisega jätkuvalt tegeleda. Lisaks panustada ja rohkem tähelepanu pöörata Kadrina valla turunduskanalitele ja -võimalustele selleks, et köita küllastajaid sihtkohta tulema.

KOKKUVÕTE

Lõputöö teemaks oli „Maaturismi arendusvõimalused Kadrina valla näitel“, mille teooria osa keskendub maaturismi ja maapiirkonna mõistete selgitamistele ning erinevate maaturismivormide nagu pärandturismi, ökoturismi, loodus- ja looduspõhise turismi ning agroturismi kirjeldustele. Lisaks selgitati välja, millist kasu toob maaturism kohalikule kogukonnale ja piirkonnale ning milliseid probleeme aitab maaturismi arendamine leevendada. Maaturismi arendamisel on olulised ka turunduskanalid- ja võimalused, külalislahkus, turismiressursid ning maaturistide ootused ja vajadused. Samuti toodi lõputöös esile ka maaturismi arendusvõimalused maapiirkonnas. Maaturismi on võimalik sihtkohas arendada näiteks hea juhtimisoskuse, kohaliku omavalitsuse toetuse ja osaluse, strateegilise planeerimise, koostöö, transpordi infrastruktuuri investeerimise ja koolitusprogrammide kaudu.

Lisaks anti lühike ülevaade Kadrina vallast ning selle turismiressurssidest. Kadrina vald asub Lääne-Virumaal, mille pindalaks on 354 km². 2022. aasta hetkeseisuga elab Kadrina vallas 4837 elanikku. Kadrina valla näol on tegemist sellise kultuuri paigaga, kus on esindatud traditsioonid, vaim, isetegevus ja seltsielu. Kadrina vallas on olulisel määral levinud puhkemajandus Ohepalu, Neeruti ja Viitna piirkondades. Piirkonna potentsiaal on põhiliselt seotud põllumajanduse ja tööstuse arendamisega, kuid ka puhkemajanduse, looduskaitse, talu ning loodusturismi arendamisega. Kadrina valla turismiressurssidest on esindatud mitmesugused vaatamisväärsused, majutuskohad, terviserajad, lõkkekohad, toitlustuskohad, skulptuurid, mälestuskivid ja aktiivse puhkuse harrastamise kohad.

Tulenevalt probleemi kirjeldusest ja sissejuhatuses sõnastatud probleemküsimusest, seati lõputöö eesmärgiks tuginedes teaduskirjandusele ja uuringu tulemustele esitada Kadrina vallavalitsusele ja turismiettevõtjatele ettepanekud maaturismi arendamiseks Kadrina vallas, ja püstitati eesmärgi saavutamiseks uurimisküsimus: Kuidas saab Kadrina vallas paremini rakendada potentsiaali maaturismi arendamisel?

Uurimisküsimusele vastuse leidmiseks viidi läbi Kadrina valla turismiasjaliste uuring, mille eesmärgiks oli välja selgitada, kui oluliseks peavad Kadrina turismiettevõtjad turismi arendamist vallas ning milline potentsiaal on Kadrina vallas maaturismi arendamiseks maapiirkonnas. Uuringumeetodina kasutati poolstruktureeritud intervjuud ning saadud andmete analüüsiks kasutati kvalitatiivset sisuanalüüsi. Valimi moodustamisel peeti silmas, et esindatud oleksid turismiettevõtjad majutus- ja toitlustusvaldkonnast ning sündmuse ja tegevuste pakkujad. Selleks otsustati intervjuuerida kaheksat turismiettevõtete juhti, kes olid turismiteemadega hästi kursis. Intervjuud viidi läbi veebivahendusel Zoomi keskkonnas, silmast silma kohtumisel või läbi telefoni kõne, mis helisalvestati intervjueeritavate nõusolekul. Helisalvestatud tekst transkribeeriti. Keskmiselt kestis iga intervjuu 30 minutit. Uuringu algusaeg algas märtsi keskelt ja lõppes aprilli alguses.

Uuringu tulemustest selgus, et Kadrina vallas peavad turismiettevõtjad ning tegevuste ja sündmuste pakkujad turismi arendamist oluliseks. Maaturismi arendamine toob vallale palju kasu näiteks mitmekesistab kohalike inimeste eluolu, loob töökohti ning loob tuntuse kohalike kui välismaalaste seas. Samuti selgus, et transpordi infrastruktuur alevike ja linnade vahel on hea, kuid arendamist vajab külade vaheline transpordiühendus. Turunduskanalitena ja -võimalustena kasutatakse põhiliselt sotsiaalmeediat, veebilehti, meediat (televisioon, ajalehed ja -kirjad) ning suust-suhu turundust. Koostööd tehakse erinevate ettevõtete ja organisatsioonide vahel, kuid turismialane koostöö vajab arendamist.

Vastavalt eelnevalt uuritud uuringu tulemustele ja intervjuust saadud tulemustele tehti järeldused Kadrina valla turismi arendamise kohta. Mitmete uurijate põhjal võib väita, et Kadrina vallas on põhiliselt esindatud loodus- ja kultuuriressursid, mis köidavad turiste sihtkoha külastama. Samuti Kadrina vallas pakutakse mitmekülgseid tegevusi, milleks on õpitoad, programmid, ringkäigud, meisterdamised, aktiivse puhkuse võimalused näiteks matkad, mille põhjal võib väita, et mida rohkem ja mida mitmekesisemaid tegevusi külastajatele pakutakse, seda enam rahuldatakse maapiirkonda külastavate külastajate ootusi ning see on ka tõmbeteguriks külastajate veenmisel sihtkohta. Eelnevate uuringute põhjal võib ka väita seda, et Kadrina vallas transpordi infrastruktuur vajab arendamist, kuna külastajatele ei ole tagatud paremat ligipääsetavust väiksematesse küladesse. Samuti

uuringu tulemustest võib järeldada ka seda, et Kadrina vald pöörab tähelepanu turundusvõimalustele, kuid vajaka jääb turismialane info valla veebilehel. Samuti eelnevalt läbi viidud uuringu tulemustele tuginedes võib järeldada, et Kadrina vallas olevad ettevõtted teevad omavahel koostööd teadmiste põhisel usaldusel, mis oluline piirkonna arengu seisukohalt.

Lõputöös esitati ka lähtuvalt uuringu tulemustest praktilised soovitused maaturismi arendamiseks Kadrina vallas. Näiteks võimaldada turismiettevõtjatele rahalist toetust turismitoodete ja -teenuste arendamiseks või investeerida nende turismitegevusse. Lisaks pakkuda turismiettevõtjatele ja kohalikele elanikele maaturismi arendamisega seotud koolitusi ning motiveerida neid turismitegevusega jätkama, pakkuda väljaõpet ettevõtetele ja kohalikele elanikele maaturismi arendamisega seotud vajalike teoreetiliste ja praktiliste oskuste omandamiseks. Oluline on ka palgata tööle turismieriala spetsialistid, kes koordineerivad koostööd kui ka tegelevad turismi arendamisega. Investeerida raha infrastruktuuri, arendada Kadrina valla kodulehte turismialase info osas, luua informatiivne kaart vaatamisväärsuste, majutus- ja toitlustusasutuste ning aktiivsete tegevuste kohta ning arendada turismialast koostööd.

Lõputöö eesmärgiks seati tuginedes teaduskirjandusele ja uuringu tulemustele esitada Kadrina Vallavalitsusele ja turismiettevõtjatele ettepanekud maaturismi arendamiseks Kadrina vallas. Eesmärk täideti ja vastavad ettepanekud ka esitati. Eesmärgi saavutamiseks seatud uurimisküsimusele leiti uuringu toel vastused. Uuringu tulemused võimaldavad anda teatud vastuseid ka probleemiküsimusele ja pakuvad huvi ka teistele maapiirkondadele. Lõputöös kasutatud uuringumeetod oli autori arvates sobiv, kuid edaspidi tuleks kasutada ka teisi uurimismeetodeid ning uurida tuleks ka külastajate rahulolu Kadrina valla külastusega. Tuginedes eelnevalt läbiviidud uuringutele kui ka lõputöö uuringule, saaks uurida kohalike elanike suhtumist ja hoiakuid maaturismi arendamisesse või uurida maaturismitoodete ja -teenuste arendusvõimalusi Kadrina vallas. Loodan, et Kadrina Vallavalitsus ja turismiettevõtjad saavad lõputööd kasutada edasiseks arendamiseks vallas. Tore, kui lõputööga tutvumisest saaksid mõtteid ka teised maapiirkonnad ja maaturismiettevõtjad.

VIIDATUD ALLIKAD

- Amaral, M. (2019). Rural Tourism, Hospitality and Cultural Tourism Experiences – Rural Tourism Business Case Studies in Baixo Alentejo (Portugal). *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 7(4), 351–362. <https://www.jsod-cieo.net/journal/index.php/jsod/article/view/211/173>
- Andrianto, T., & Sugiyama, G. (2016). The Analysis of Potential 4A's Tourism Component in the Selasari Rural Tourism, Pangandaran, West Java. *Proceedings of the Asia Tourism Forum 2016 – the 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia* (pp. 144–150). Atlantis Press. <https://dx.doi.org/10.2991/atf-16.2016.21>
- An, W., & Alarcon, S. (2021). Rural tourism preferences in Spain: Best-worst choices. *Annals of Tourism Research*, 89(6). <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103210>
- Avasta Kadrina. (s.a.). *Kadrina* [Kkaart]. <https://avastakadrina.ee/kaart/kadrina>
- Baumbusch, J. (2010). Semi-Structured Interviewing in Practice-Close Research. *Journal for Specialists in Pediatric Nursing*, 15(2), 255–258. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1111/j.1744-6155.2010.00243.x>
- Buffa, F. (2015). Young Tourists and Sustainability. Profiles, Attitudes, and Implications for Destination Strategies. *Sustainability*, 7(10), 14042–14062. <https://doi.org/10.3390/su71014042>
- Chin, C. H. (2022). Empirical research on the competitiveness of rural tourism destinations: a practical plan for rural tourism Industry post-COVID-19. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*. Advance online publication. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1108/CBTH-07-2021-0169>
- Czernek, K. (2013). Determinants of cooperation in a tourist region. *Annals of Tourism Research*, 40(1), 83–104. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1016/j.annals.2012.09.003>
- Datko, J. (2015). Semi-structured interview in language pedagogy research. *Journal of Language and Cultural Education*, 3(2), 142–156.

- https://www.researchgate.net/publication/279195544_Semi-structured_Interview_in_Language_Pedagogy_Research
- Dimitrovski, D. D., Todorovića, T. A., & Valjarević, D. A. (2012). Rural Tourism and Regional Development: Case Study of Development of Rural Tourism in the Region of Gruža, Serbia. *Procedia Environmental Sciences*, 14(1), 288–297. <https://doi.org/10.1016/j.proenv.2012.03.028>
- Eusébio, C., Carneiro, J. M., Kastenzholz, E., Figueiredo, E., & Silva, S. D. (2017). Who is consuming the countryside? An activity-based segmentation analysis of the domestic rural tourism market in Portugal. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31(1), 197–210. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.12.006>
- Ezeuduji, O. I., & Rid, W. (2011). Rural tourism offer and local community participation in the Gambia. *Tourismos: an International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 6(2), 187–211. <https://tourismosjournal.aegean.gr/article/view/227/197>
- Fotiadis, K. A., Vassiliadis, A. C., & Piper, A. L. (2013). Measuring Dimensions of Business Effectiveness in Greek Rural Tourism Areas. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 23(1), 21–48. <https://doi.org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1080/19368623.2012.746931>
- Fotiadis, A., Yeh, S. S., Huan, C. T. C. T. (2016). Applying configural analysis to explaining rural- tourism success recipes. *Journal of Business Research*, 69(4), 1479–1483. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.10.128>
- Fotiadis, A., Nuryyev, G., Achyldurdyeva, J., & Spryridou, A. (2019). The Impact of EU Sponsorship, Size, and Geographic Characteristics on Rural Tourism Development. *Sustainability*, 11(8), 1–15. <https://doi.org/10.3390/su11082375>
- Giray, H. F., Kadakoğlu, B., Çetin, F., & Bamoi, A. G. A. (2019). Rural tourism marketing: Lavender tourism in Turkey. *Ciência Rural*, 49(2), 1–15. <http://dx.doi.org/10.1590/0103-8478cr20180651>
- Google Maps. (2022). *Kadrina vald* [Kkaart]. <https://www.google.com/maps/place/Kadrina+vald,+L%C3%A4%C3%A4ne-Viru+maakond/@59.4125107,26.1063792,10z/data=!4m5!3m4!1s0x46930958a10618bb:0x400b36d18fc6710!8m2!3d59.3788371!4d26.0863914>

- Kachniewska, A. M. (2015). Tourism development as a determinant of quality of life in rural areas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 500–515. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1108/WHATT-06-2015-0028>
- Kadrina Vallavalitsus. (2022). *Kadrina vallal on varuks eriti vinge uudis – Eestis on rohkelt auhindu võitnud loovagentuur Tabasco kujundas meile uue ja värsked identiteedi*. https://www.kadrina.ee/uudised-ja-teated/-/asset_publisher/uTAnxr2qMVjI/content/kadrina-vallal-on-varuks-eriti-vinge-uudis-%E2%80%93-eestis-rohkelt-auhindu-voitnud-loovagentuur-tabasco-kujundas-meile-uee-ja-varske-identiteedi
- Kadrina Vallavalitsus. (s.a.). *Külalisele*. <https://www.kadrina.ee/kulalisele>
- Kadrina Vallavalitsus. (s.a.-b). *Seltsitegevus*. <https://www.kadrina.ee/seltsitegevus>
- Kadrina Vallavolikogu. (2013, september). *Kadrina valla arengukava aastateks 2013–2025*. Riigiteataja. <https://www.riigiteataja.ee/aktilisa/4041/1201/5007/Lisa.pdf>
- Kadrina Vallavolikogu. (2016, august). *Kadrina valla arengukava aastani 2035*. Riigiteataja. https://www.riigiteataja.ee/aktilisa/4190/9201/7016/arengukava_uus.pdf#
- Kadrina Vallavolikogu. (2020, september). *Kadrina valla arengukava aastateks 2018–2035*. Riigiteataja. <https://www.riigiteataja.ee/aktilisa/4081/0202/0003/arengukava.pdf#>
- Kastenholz, E. (2013). Host–guest relationships in rural tourism: evidence from two Portuguese villages. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research* 24(3), 367–380. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1080/13032917.2013.769016>
- Kim, N. H. (2018). The Economic Valuation of Change in the Quality of Rural Tourism Resources: Choice Experiment Approaches. *Sustainability*, 10(4), 1–17. <https://doi.org/10.3390/su10040959>
- Komppula, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination – A case study. *Tourism Management*, 40(1), 361–371. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.007>
- Koteski, C., Majhošev, D., & Jakovlev, Z. (2017). Possibilities for the development of rural tourism in the Republic of Macedonia. *Journal of Process Management New Technologies*, 5(2), 18–24. <https://www.doi.org/10.5937/jouproman5-13488>

- Lenao, M. (2014). Rural tourism development and economic diversification for local communities in Botswana: The case of Lekhubu Island. *Nordia Geographical Publications*, 43(2), 1–53. <https://nordia.journal.fi/article/view/65025>
- Liasidou, S., Stylianou, C., Berjozkina, G., & Garanti, Z. (2021). Residents' perceptions of the environmental and social impact of tourism in rural areas. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13(6), 731–743. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1108/WHATT-07-2021-0099>
- Litavniece, L., Silicka, I., Garanti, Z., Berjozkina, G., & Kolongou, S. (2021). Under-tourism regions and destinations: what are their opportunities to succeed? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 13(6), 763–772. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1108/WHATT-07-2021-0097>
- Lo, C. M., Chin H. C., & Law, Y. F. (2019). Tourists' perspectives on hard and soft services toward rural tourism destination competitiveness: Community support as a moderator. *Tourism and Hospitality Research*, 19(2), 139–157. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1177/1467358417715677>
- Maksimović, G., Ivanović, T., Milošević, B., & Sekulic, D. (2019). Factors of the rural tourism development of Sirinicka Zupa in Kosovo and Metohija. *Ekonomika Poljoprivrede* 66(4), 1187–1199. <https://www.doi.org/10.5937/ekoPolj1904187M>
- Maksu- ja Tolliamet. (s.a.). *Statistika ja avaandmed*. <https://www.emta.ee/ariklient/ametuudised-ja-kontakt/uudised-pressiinfo-statistika/statistika-ja-avaandmed#ettevotluse-statistika>
- Manhas, S. P., Manrai, A. L., & Manrai, K. A. (2016). Role of tourist destination development in building its brand image: A conceptual model. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 21(40), 25–29. <https://doi.org/10.1016/j.jefas.2016.01.001>
- Milićević, S., Podovac, M., & Čavlin, M. (2015). Resources for development of the Raca Municipality as a rural tourism destination. *Ekonomika Poljoprivrede*, 62(3), 751–765. https://www.researchgate.net/publication/283761165_Resources_for_development_of_the_Raca_Municipality_as_a_rural_tourism_destination

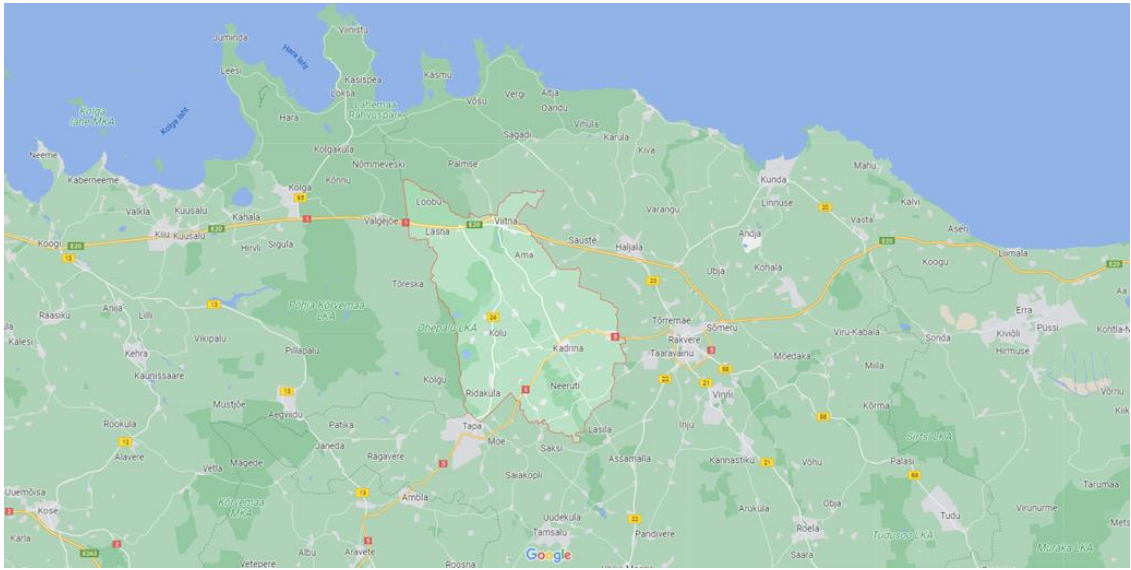
- Mottiar, Z. (2015). The importance of local area as a motivation for cooperation among rural tourism entrepreneurs. *Tourism Planning & Development*, 13(2), 203–218. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1080/21568316.2015.1076509>
- Mthethwa, B. N., Taylor, S., & Tefera, O. (2020). The involvement, perceptions and challenges of the community in rural tourism development: A case of the Isithumba Village in eThekweni. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(2), 1–17. https://www.researchgate.net/publication/341131182_The_involvement_perceptions_and_challenges_of_the_community_in_rural_tourism_development_A_case_of_the_Isithumba_Village_in_eThekweni
- MTÜ Arenduskoda, & TÜ Pärnu kolledž. (2018). *Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna säästva arengu strateegia 2019–2030+*. <https://kaitsealad.ee/sites/default/files/uploads/Lahemaa%20rahvuspark/Lahemaa%20RP%20turismipiirkonna%20strateegia%20ja%20tegevuskava.pdf>
- Mustika, A., & Aditya, K. M. (2018). SWOT Analysis of Rural Tourism Development: Case Study of Kampung Tajur. *2nd International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination. Advances in Economics Business and Management Research* (pp. 19–28). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/ictgtd-18.2018.3>
- Mwesiumo, D., Halfdanarson, J., & Shlopak, M. (2021). Navigating the early stages of a large sustainability-oriented rural tourism development project: Lessons from Træna, Norway. *Tourism Management*, 89(1), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104456>
- Nagy, H., Káposzta, J., & Meta, B. (2017). The potential of rural tourism in developing rural areas in Albania. *The Central European Journal of Regional Development and Tourism*, 9(3), 188–206. <https://www.doi.org/10.32725/det.2017.029>
- Nitescu, A. (2015). Development Of Rural Tourism In The European Context. *Annals of The Constantin Brancusi University of Targu Jiu, Economy Series*, 2(1), 199–202. https://www.utgjiu.ro/revista/ec/pdf/2015-01.Volumul%202/31_Nitescu%20Alina.pdf

- Ozdemir, G. (2007). The role of resort planning in sustaining tourist destination image. *A Scientific Journal on Agricultural Economics*, 51(19), 246–250. <http://dx.doi.org/10.22004/ag.econ.58931>
- Pato, L., & Kastenholtz, E. (2017). Marketing of rural tourism – a study based on rural tourism lodgings in Portugal. *Journal of Place Management and Development*, 10(2), 121–139. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1108/JPMD-06-2016-0037>
- Pesonen, A. J. (2015). Targeting Rural Tourists in the Interent: Comparing Travel Motivation and Activity-Based Segments. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(3), 211–226. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1080/10548408.2014.895695>
- Puška, A., Pamucar, D., Stojanović, I., Cavallaro, F., Kaklauskas, A., & Mardani, A. (2021). Examination of the Sustainable Rural Tourism Potential of the Brčko District of Bosnia and Herzegovina Using a Fuzzy Approach Based on Group Decision Making. *Sustainability*, 13(2), 583. <https://doi.org/10.3390/su13020583>
- Puška, A., Šadić, S., Maksimović, A., & Stojanović, I. (2020). Decision support model in the determination of rural touristic destination attractiveness in the Brčko District of Bosnia and Herzegovina. *Tourism and Hospitality Research*, 20(4), 387–405. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1177%2F1467358420904100>
- Qi, X. (2016). Rural Tourism Resources and Its Development Strategy. *Proceedings of the 2016 International Conference on Economics, Social Science, Arts, Education and Management Engineering*, (pp. 872–876). <https://doi.org/10.2991/essaeme-16.2016.175>
- Radovic, G. (2020). Underdevelopment of rural tourism in Serbia: Causes, consequences and possible directions of development. *Ekonomika Poljoprivrede*, 67(4), 1337–1352. <https://doi.org/10.5937/ekoPolj2004337R>
- Renz, M. S., Carrington, M. J., & Badger, A. T. (2018). Two Strategies for Qualitative Content Analysis: An Intramethod Approach to Triangulation. *Qualitative Health Research*, 28(5), 824–831. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1177%2F1049732317753586>
- Rodriguez, B., Molina, J., Perez, F., & Caballero, R. (2012). Interactive design of personalised tourism routes. *Tourism Management*, 33(4), 926–940. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.09.014>

- Rosalina, D. P., Dupre, K., & Wang, Y. (2021). Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47(1), 134–149. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.03.001>
- Ruiz-Real, L. J., Uribe-Toril, J., Valenciano, P. J., & Gázquez-Abad, J. (2020). Rural tourism and development: Evolution in Scientific Literature and Trends. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. Advance online publication. <https://doi-org.ezproxy.utlib.ut.ee/10.1177/1096348020926538>
- Sharif, M. N., & Lonik, T. A. K. (2014). Entrepreneurship as a Catalyst for Rural Tourism Development. *SHS Web of Conferences Volume 12, 2014 4th International Conference on Tourism Research* (pp. 1–8). EDP Sciences. https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/pdf/2014/09/shsconf_4ictr2014_01087.pdf
- Sharma, G. (2017). Pros and cons of different sampling techniques. *International Journal of Applied Research*, 3(7), 749–752. <https://www.allresearchjournal.com/archives/2017/vol3issue7/PartK/3-7-69-542.pdf>
- Statistikaamet. (s.a.). *Rahvastik 2017. aasta haldusreformi järgselt, 1. jaanuar* [andmebaas]. https://andmed.stat.ee/et/stat/rahvastik__rahvastikunaitajad-ja-koosseis__rahvaarv-ja-rahvastiku-koosseis/RV0240/table/tableViewLayout2
- Statistikaamet. (s.a.-b). *Turism, majutus ja toitlustus* [andmebaas]. <https://andmed.stat.ee/et/stat>
- Stemler, S. (2000). An overview of content analysis. *Practical Assessment, Research, and Evaluation*, 17(7), 1–6. <https://doi.org/10.7275/z6fm-2e34>
- Szombatová, V. (2016). The Semi-structured Interview in Foreign Language Education Research. The International Conference on Language and Literature in Education and Research, 15–17 September. http://files.jolace.webnode.sk/200003010-075e108597/441471241087_Szombatov%C3%A1_The_semi-structured_interview.pdf
- Trivedi, S. (2020). Potential and possibilities of rural tourism in Darbhanga district, Bihar. *International Journal of Tourism and Hotel Management* 2(2), 8–16. https://www.researchgate.net/publication/348390243_Potential_and_possibilities_of_rural_tourism_in_Darbhanga_district_Bihar

- Tsartas, P., & Sarantakou, E. (2017). Tourism Resources. In L. Lowry (Ed.), *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism* (Vol. 1, pp. 1269–1273). SAGE Publications, Inc. Retrieved from <https://dx.doi.org/10.4135/9781483368924.n462>
- Wilson, S., Fesenmaier, R. D., Fesenmaier, J., & Van Es, C. J. (2001). Factors for Success in Rural Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 40(2), 132–138. <https://doi.org/10.1177/004728750104000203>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2020, September). *Tourism and Rural Development*. <https://www.unwto.org/world-tourism-day-2020/tourism-and-rural-development-technical-note>

Lisa 1. Kadrina vald, Lääne Virumaa



Allikas: Google Maps, 2022

Lisa 2. Kadrina valla turismiressursid

Vaatamisväärsused (16)	Majutuskohad (14)	Terviserajad/lõkkekohad (11)	Aktiivne puhkus (10)
Kadrina kirik	Õnnela külalistemaja	Kadrina terviserada ja jõulinnak	Kadrina Spordikeskus
Neeruti mäed	Linumäe Loodustalu	Neeruti maastikukaitseala matkarada	Kadrina Hulja Kergliiklustee
Neeruti järved	Madi puhketalu	Viitna loodusõpperada	Kadrina Paisjärve rannavõrkpalliplats
Kadrina emakeeleausammas	Kuusiku loodustalu	Pariisi tervise- ja suusarajad	Kadrina Keskkooli mängudeväljak
Viitna järved	Metsaveere turismitalu	Kadrina seiklusrada	Kadrina Keskkooli staadion ja välijõusaal
Kadrina paisjärv	Pariisi puhkeküla	Neeruti loodusrajad 1,5 ja 3,5 km	Kadrina discgolfi park
Viitna kõrts	Arbavere puhkekeskus	Neeruti eesjärve telkimisala	Kadrina EPT golfisimulaator
Kadrina rahvamaja	Pallase puhkemaja	Ohepalu lõkkekoht	Kuusekännu ratsatalu
Neeruti mõis Buxhöwden	Arturi puhkemajad	Neeruti Tissipuu lõkkekoht	Pallase tallid
Vana- ja uus koolimaja	Tee motell	Ohepalu maastikukaitseala	Pariisi Puhkeküla (ratsutamine)
Vohnja mõis	Viitna Puhkekeskus	Leivaahjumäe lõkkekoht	
Vohnja kõverjärv	Tristvere maja		
Kadrina raudteejaama hoone	Kadrina Spordikeskuse hostel		
Kadrina laululava	Püha Katariina külalistemaja		
Läsna rahvamaja			
Kadrina valla raamatukogu			

Allikas: Kadrina Vallavalitsus, s.a.

Lisa 2 järg

Toitlustuskohad (7)	Skulptuurid (6)	Mälestuskivid (5)
Tristvere kohvik	Skulptuur „Hobujõud“	MTJ mälestuskivi
Rõmeda šašlõkibaar	Emakeele ausammas	Mälestusmärk „Estonia“ laevahuku ohvritele
Kadaka baar	Puuskulptuur „Kala“	Kadrina mälestuskalju
Viitna kõrts	Neeruti Kalevipoja monument	Mälestuskivi nimetuile ohvritele
Viitna kebab	Skulptuur „Katariina kleit“	II maailmasõjas hukkunute mälestusmärk
Kadaka Snack	Skulptuur „Rusikas“	
Kaubi Kohvik		

Allikas: Avasta Kadrina, s.a.; Kadrina Vallavalitsus, s.a.

Lisa 3. Intervjuu küsimused

1. Kuidas Kadrina vallal ja teie ettevõttel läheb?
2. Kui oluliseks peate turismi arendamist Kadrina vallas?
3. Milline on turismi hetkeolukord Kadrina vallas?
4. Millist kasu tooks maaturismi arendamine Kadrina vallale?
5. Millised on peamised probleemid, mis võib maapiirkonna turismi arendamisega kaasneda?
6. Kui teie käest küsitakse, miks tuleks tulla Kadrina valda külastama, mida tooksite esile?
7. Millised on teie arvates Kadrina valla olulisemad turismiressursid?
8. Kes on põhilised sihtrühmad, keda oodatakse Kadrina valda külastama?
9. Millised tegevusi/teenuseid/tooteid külastajatele pakutakse teie ettevõttes?
10. Kui kättesaadav on teie arvates transpordi infrastruktuur Kadrina vallas kohalikele elanikele/külastajatele?
11. Millised on põhilised Kadrina valla turunduskanalid/turundusvõimalused?
12. Kas ja milliste valla kultuuri-, haridus-, ja muude asutuste vahel tehakse koostööd?
13. Kuidas saaks muuta asutuste vahelist koostööd veelgi efektiivsemaks?
14. Kuidas suhtutakse teie ettevõttes külastajatesse? Kuidas suhtuvad ettevõtte töötajad külastajatesse?
15. Kui külalislahked on teie arvates kohalikud elanikud, mis seda iseloomustab?

SUMMARY

RURAL TOURISM DEVELOPMENT OPPORTUNITIES IN THE EXAMPLE OF KADRINA MUNICIPALITY

Reili Valk

The topic of the work is actual because interest in rural tourism has increased steadily in recent years. Rural areas can offer visitors a more unique and authentic experiences, safer environment due to the spread of coronavirus and ways to reduce stress. Rural areas are on a growing trend in terms of preference. Due to the spread of coronavirus tourists demands have changed. They are more aware, preferring more isolated and secure destinations and search ways to relieve stress. Rural tourism can offer all of this.

Also it is important to study this issue, because the knowledge of tourism entrepreneurs and developers are not sufficient for the development of a rural tourism destination, which has caused various problems. Similar problems occur in Estonia, Kadrina municipality as well, where the development of rural tourism is at a modest level. This is due to the disorganization of sights and objects, the lack of entrepreneurs and the lack of development of services. That is why it is also necessary to research this topic, how the potential for the development of rural tourism in Kadrina municipality could be used even better.

Based on the description of the problem, the problem question of the graduation paper is formulated: How can the potential for the development of rural tourism in rural areas can be better exploited? The aim of the graduation paper was to submit suggestions to the Kadrina municipality government and tourism entrepreneurs for the development of rural tourism based on the scientific journalism and the results of the study. In order to achieve the goal of the graduation paper, a research question is asked: How can Kadrina municipality better use its potential for the development of rural tourism in rural areas?

The theory part of the graduation paper focuses on the explanation of the concepts of rural tourism and rural area and the description of different forms of rural tourism as heritage tourism, ecotourism, nature and nature-based tourism and agrotourism. It was also found out what benefits rural tourism brings to the local community and area, and what problems the development of rural tourism helps to relieve. Marketing channels and opportunities, hospitality, tourism resources and the expectations and needs of rural tourists are also important in the development of rural tourism. The development opportunities of rural tourism in rural areas were also highlighted in the graduation paper. Rural tourism can be developed at the destination through, for example local government support and participation, strategic planning, cooperation and investment in transport infrastructure.

Also an overview of Kadrina municipality was provided. Kadrina municipality is located in Lääne-Virumaa, with an area of 354 km². As of 2022, there are 4,837 inhabitants in Kadrina municipality. Kadrina municipality is a place of culture where traditions, spirit, self-activity and social life are represented. In Kadrina municipality, recreation is significantly widespread in Ohepalu, Neeruti and Viitna areas. The potential of the region is mainly related to the development of agriculture and industry, but also to the development of recreation, nature conservation, farming and nature tourism. The tourist resources of Kadrina municipality include various sights, accommodation places, health trails, campfire sites, catering places, sculptures, memorial stones and places for active recreation.

Semi-structured interviews were used as the research method and qualitative content analysis was used to analyze the obtained data. The sample was designed to represent tourism entrepreneurs in the field of accommodation and catering, as well as event and activity providers. Eight tourism entrepreneurs who were well acquainted with tourism issues were interviewed. Interviews were conducted online in the Zoom environment, a face-to-face meeting or by telephone. With the consent of the interviewees, the interviews were recorded. The recorded text was transcribed. The average duration of each interview was 30 minutes. The research started in mid-March and ended in early April.

The results of the survey revealed that tourism entrepreneurs and providers of activities and events in Kadrina municipality consider the development of tourism important. The development of rural tourism brings many benefits to the municipality, for example, it diversifies the lives of local people, creates jobs and creates notoriety among locals as foreigners. It also turned out that the transport infrastructure between small towns is good, but the transport connection between villages needs to be developed, as visitors are not guaranteed better accessibility to smaller villages.

Social media, websites, media (television, newspapers and magazines) and word-of-mouth marketing are mainly used as marketing channels and opportunities. It can also be concluded from the results of the survey that Kadrina municipality pays attention to marketing opportunities, but there is a lack of tourism information on the municipality's website. There is co-operation between different companies and organizations, but co-operation in the field of tourism needs to be developed. It can also be concluded from the results of a previous survey that the companies in Kadrina municipality cooperate with each other on the basis of trust, which is important for the development of the region.

Based on the results of the study, practical recommendations for the development of rural tourism were also presented in the graduation paper. For example to provide training for rural businesses and local residents related to the development of rural tourism and to motivate them to continue their tourism activities, In addition, employ specialists in the field of tourism who coordinate as well as deal with the development of tourism. Invest in the infrastructure, develop the websites of Kadrina municipality in terms of tourism information, create an informative map about attractions, accommodation and catering establishments and activities. Also tourism entrepreneurs could apply for more financial backing from the EAS Enterprise Estonia, cooperate more with tourism businesses from different counties and plan better their business finances.

The results of the graduation paper provides answers to the research question. The results of the survey also provide some answers to the problem question and might offer wider interest to tourism entrepreneurs and local municipalities.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Reili Valk,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose

„Maaturismi arendusvõimalused Kadrina valla näitel“,

mille juhendaja on Heli Tooman,

reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.

2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 3.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Reili Valk

20.05.2022