

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Siiri Laanemets

AJUTISTE RESIDENTIDE ROLL SIHTKOHA ARENDAMISEL SUVEHIIDLASTE NÄITEL

Lõputöö

Juhendaja: Tatjana Koor, MSc

Kaasjuhendaja: Merle Looring, MSc

Pärnu 2016

Soovitan suunata kaitsmisele

(juhendaja allkiri)

.....

(kaasjuhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud „...“a.

TÜ Pärnu Kolledži turismiosakonna osakonna juhataja

Heli Müristaja

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

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

.....

(töö autori allkiri)

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Ajutiste residentide kui kohaliku kogukonna roll ja seda mõjutavad tegurid sihtkoha arendamisel maapiirkonnas	7
1.1. Kohaliku kogukonna roll sihtkoha arendamisel maapiirkonnas	7
1.2. Ajutiste residentide roll kogukonnas ja sihtkoha arendamisel	12
2. Suvehiidlaste kui ajutiste residentide osaluse uuring Hiiumaa sihtkoha arendamisel	20
2.1. Hiiumaa kui sihtkoha tutvustus ning uuringu meetod, valim ja korraldus	20
2.2. Uuringu tulemuste analüüs	26
3. Järeldused ja ettepanekud	42
Kokkuvõte	51
Viidatud allikad	54
Lisa 1. Hiiu maakonna kaart	59
Lisa 2. Ankeet	60
Summary	67

SISSEJUHATUS

Ameerikas, Lõuna-Euroopas ja mujal arenenud riikides omatakse suurel hulgal kahte majapidamist. Esimene majapidamine asub enamasti töökoha ligiduses, samal ajal kui teine majapidamine on soetatud tavaliselt puhkuse eesmärgil. (Gallent, 2014, lk 176) Teiste kodude omajate ja kasutajate elustiili kirjeldab mobiilne rutiin, mis põhineb sagedasel liikumisel linnapiirkonnast maapiirkonda (Hiltunen & Rehunen, 2014, lk 2). Kui enamus maapiirkondades asuvaid sihtkohti külastavad turistid viibivad seal lühiajaliselt, siis teise kodu omamine piirkonnas tingib sihtkoha pideva korduvkülastuse. (Overvåg & Berg, 2011, lk 432)

Hoogendoorn ja Visser (2010, lk 547–549) on oma uuringus maininud, et kuigi teised majapidamised, mis asuvad Suurbritannia maapiirkondades, võivad mõjuda kohalikule kogukonnale halvasti, siis lõppkokkuvõtteks annavad uued elanikud piirkonnas positiivse panuse sihtkoha arendamisse. Kohaliku kogukonna jaoks on positiivne majanduslik mõju kõige suurem juhul kui teist majapidamist kasutatakse tihti, olenemata sellest kus see asub. Marjavaara ja Nordini (2012, lk 294) sõnul on hoolimata sellest siiani teadmata, mil määral osalevad ajutised residendid kogukonna tegemistes.

Kuigi maailma tasemel on ajutiste residentide kohta tehtud mitmeid uuringuid, siis Eestis on neid uuritud vähe. Pendelrändeuuringust (Siseministeerium, 2010, lk 147–153) selgus, et 67 000 inimest ehk 5% Eesti elanikest vahetab Eestis suvekuudeks elukohta, mistõttu suureneb 84% omavalitsustest elanike arv just suvel. Nendel omavalitsustel on üsna selge geograafiline jaotus millest selgub, et populaarsemad sihtkohad on suurte linnade lähedal, rannikualadel ja saartel.

Intervjuus MTÜ Hiidlaste Koostöökogu tegevjuhi Reet Kokovkiniga (suuline vestlus, 20.05.2015) selgus, et Hiiumaal ollakse suvehiidlaste kogukonnast teadlikud, kuid nende kohta puudub üleüldine statistika. Mõeldud on erinevatele viisidele, kuidas oleks

võimalik suvehiidlasi kaasata, kuid informatsiooninappus on antud tegevust pärssinud. Ka ei ole MTÜ Hiidlaste Koostöökogu teadlik sellest, kuidas toimib koostöö suvehiidlastega. Seetõttu on vajalik uurida suvehiidlaste kaasatust kohalikku kogukonda ning nende koostöövalmidust sihtkoha arendamisel.

Antud lõputöö keskendub ajutiselt Hiiu maal elavatele inimestele, kes omavad seal nn suvekodu, ning nende kaasamisele sihtkoha arendamisel. Seetõttu on püstitatud probleemküsimus, millist rolli omavad ajutised residendid sihtkoha arendamisel. Lõputöö eesmärk on uurida, kuidas osalevad ajutised residendid sihtkoha arendamisel ning sellest tulenevalt teha ettepanekuid kohalikele kogukonnale, sh ajutistele residentidele ja MTÜ Hiidlaste Koostöökogule ajutiste residentide paremaks kaasamiseks turismiettevõtluses ja sihtkoha arendamisel. Lõputöö uurimisküsimus on, kuidas on võimalik suvehiidlasi paremini kaasata sihtkoha arendamisse.

Lõputöö eesmärgi täitmiseks püstitati järgmised ülesanded:

- teoreetilise ülevaate koostamine sihtkoha arendamisest maapiirkonnas ja ajutiste residentide osalemisest sihtkohas ja selle arendamisel;
- uuringu väljatöötamine ja läbiviimine küsitluse meetodil, selgitamaks välja suvehiidlaste osalemine sihtkoha arendamisel;
- uuringu tulemuste analüüsimine;
- ettepanekute tegemine kohalikele kogukonnale, sh ajutistele residentidele ja MTÜ Hiidlaste Koostöökogule ajutiste residentide paremaks kaasamiseks sihtkoha arendamisse.

Töö koosneb kolmest peatükist. Esimene peatükk koosneb kahest alapeatükist, millest esimeses kirjeldatakse sihtkoha arengut ning turismiasjaliste seoseid maapiirkonna kui sihtkoha arendamisel. Teises alapeatükis keskendutakse ajutiste residentide kui kohaliku kogukonna rollile sihtkoha arendamisel. Kirjanduse ülevaate koostamisel kasutatakse enamasti ingliskeelseid teadusartikleid ning erinevaid andmebaase, sh EBSCO ja SAGE. Samuti tuginetakse olulisematele autoritele nagu näiteks D. K. Müller, G. Hoogendoorn, M. C. Hall, J. F. Rye ja G. Moscardo. Teise peatüki esimeses alapeatükis tuuakse välja Hiiu maa kui sihtkoha tutvustus ning uuringu meetod, valim ja korraldus. Teises alapeatükis analüüsitakse läbiviidud uuringu tulemusi. Kolmandas peatükis

keskendutakse uuringu tulemuste kokkuvõttele, järeldustele ning ettepanekutele. Lisades tuuakse välja Hiiumaa kaart ning läbiviidud uuringu töövahend.

Antud töö võiks olla huvipakkuv ka kohalikele omavalitsustele, Hiiu maavalitsusele ning erinevatele turismimajandusega seotud organisatsioonidele sihtkohas. Töö tulemused aitavad paremini välja selgitada suvehiidlaste olemasoluga tekkivaid kitsaskohti, mistõttu saab teha ettepanekuid suvehiidlaste paremaks kaasamiseks sihtkoha arendamisse, sh turismiettevõtlusesse ja kohaliku kogukonna tegemistesse. Antud töö tulemused võiksid olla huvipakkuvad ka teistele maapiirkondadele, kus on ajutised residendid samuti esindatud, sest antud uuringu tulemuste põhjal saab ka nendes piirkondades teha muudatusi ja ettepanekuid ajutiste residentide paremaks kaasamiseks sihtkoha arendamisse.

1. AJUTISTE RESIDENTIDE KUI KOHALIKU KOGUKONNA ROLL JA SEDA MÕJUTAVAD TEGURID SIHTKOHA ARENDAMISEL MAAPIIRKONNAS

1.1. Kohaliku kogukonna roll sihtkoha arendamisel maapiirkonnas

Antud alapeatükis kirjeldatakse sihtkoha mõistet ja olemust. Samuti on välja toodud erinevad turismiasjalised, kes on seotud sihtkoha arendamisega maapiirkonnas. Maailma Turismiorganisatsioon (United Nation World Tourism Organization, UNWTO) (UNWTO, 2016) defineerib turismisihtkohta kui füüsilist ruumi, kus külastaja veedab vähemalt ühe ööpäeva. Oma külastusel soetab külastaja erinevaid turismitooteid ja kasutab mitmesuguseid turismiteenuseid. Turismisihtkohal on füüsilised ja administratiivsed piirid ning tema arendamist mõjutavad erinevad turismiasjalised.

Benuri ja Bramwelli (2015, lk 213–214) sõnul sõltuvad sihtkohad oma esmastest turismitoodetest ja -teenustest (näiteks majutus- ja toitlustusteenus) kui põhilistest võtmeteguritest, mis tingib turistide külastatavuse. Nende analüüs keskendub esmaste turismitoodete arendamisele sihtkohas, eelkõige nende kontsentreerumisele ja mitmekesisusele. Toote arendamisega seotud elemente ja protsesse võib pidada turismisihtkoha arendamise eeldusteks. Kui keskenduda protsessidele ja elementidele, siis on võimalik luua parem toode. Seetõttu on oluline mõista neid sügavuti ning rakendada eesmärgipäraselt.

Sihtkohad vajavad mitmekesiseid tooteid, kuid ka vastastikku toimivaid koostöösuhteid. Sihtkoha arengu strateegiliseks eesmärgiks võib pidada seda, et luuakse tulutoovaid

tooteid ja teenuseid, ent samas töötatakse jätkusuutliku arengu ja konkurentsieelise nimel. Seetõttu peavad turismisihtkohtadel olema turismitoodete mitmekesistamiseks strateegilised valikud. Lisaks tavalistele turismitoodetele on võimalik arendada vastavalt turu vajadusele ja suurusele ka niši- või massiturismi tooteid. Turismisihtkoha toodete tunnusjooned on sageli juba kindlaks määratud koordineerimata turupõhistel otsustel, ent tunnusjooned tuleks kindlaks teha sihtkoha põhisel poliitikal ja turu põhimõtete alustel.

Sihtkoha arengut on uuritud rohkem kui kolmkümmend aastat, kasutades erinevaid teooriaid ja mudeleid. Uuringutes on pööratud tähelepanu sellele, kuidas sihtkohta arendada ning millised on need dünaamilised tegurid, mis sellele kaasa aitavad. (Zhang & Xiao, 2014, lk 216) Látková ja Vogt (2012, lk 51) ning paljud teised turismivaldkonna spetsialistid on olenemata sellest, et turismi arendamise uurimiseks on loodud mitmeid mudeleid, jäänud siiski Butleri loodud mudeli juurde, mida peetakse üheks tähenduslikumaks paradigmaks, et uurida turismi arengu protsesse.

Butleri (1980, lk 7) mudeli põhjal läbib sihtkoha elutsükkel viit faasi: avastamine, kasvamine, arenemine, stabiliseerumine ja stagnatsioon (näiteks kahanemine või uuenemine). Erinevates etappides on tähelepanuväärne see, et tekivad märgatavad muutused külastajate arvus ja tunnustes, avalikus infrastruktuuris, turundusvaldkonnas ja nende strateegiatel, looduslikus ja tehiskeskkonnas. Samuti kohaliku kogukonna suhtumises ning osalemises turismi arendamisel. Eelmainitud muutused akumulēruvad aja jooksul. Sihtkohale, mis asub stagnatsiooni faasis, on jätkusuutlikkus tähtis ning see sõltub kohaliku kogukonna tegevusest ja mõjust. (Látková & Vogt, 2012, lk 51–52)

Turismi sihtkoha arengut maapiirkondades saab kirjeldada järgnevate punktidega (Moscardo, 2014, lk 366–367):

- tuleb rohkem tähelepanu pöörata sihtkohta arendavatele organisatsioonidele, nende tunnustele ja rollile turismi arengus;
- on oluline, et tulevikus läbiviidavad uuringud turismiettevõtjate seas keskenduksid detailsemalt nende seosele sihtkoha ja kogukonnaga. See aitaks kaasa ka kosmopoliitsete kohalike kui uue grupi mõistmisele sihtkohas, kes on saanud vähe tähelepanu;

- intensiivsem uuring turismiettevõtete hulgas, et uurida uute liikuvuste paradigma arengut (edasipidi NMP – *new mobilities paradigm*, täpsemalt selgitatud lk 11) kogukonnas.

Moscardo (2014, lk 367) läbiviidud uuringus maaturismi arendamise kohta selgus neli soovitus, mida võiks arendamisel praktiseerida. Esiteks, tuleb luua arengustrateegiad turismiettevõtjatele, mis julgustavad ja motiveerivad turismiettevõtjaid ja -liidreid kogukonda kaasama, selle asemel, et eksisteerida n-ö ühemehefirmadena. See sisaldab erinevate programmide ja koolituste loomist, et samastuda kogukonnaga ning luua juhtimisoskused, positiivne võimekus ja panus erinevatele kapitalidele, eriti sotsiaal- ja inimkapitalile.

Teine soovitus juhib tähelepanu asjasepühendatud valitsuse koostöö olemasolule, mis on seotud turismivaldkonna otsuste tegemisel ja elluviimisel. Kui turismimajanduse juhtimissüsteemid on puudulikud ja mitteefektiivsed, siis tingib see nõrgema maapiirkondade arengu, hoolimata turismiettevõtjate olemusest ja püüdlikkusest. Seetõttu on soovituslik, et turismiettevõtjate ja valitsuse vahel leiaks aset selge ja edukas koostöö. Näiteks Zhang ja Xiao (2014, lk 219) on oma uuringus mitu korda maininud, et Hiina turismimajanduse näitel võib väita, et Hiina ei ole mitte ühtegi uuringut turismi ega sihtkoha arendamise kohta viinud läbi ilma institutsioonide või valitsuse heakskiiduta. Nende organisatsioonide roll on toetada arengu kasvu ja selle jätkusuutlikkust ning seda tuleb arvestada ka uuringute läbiviimisel.

Kolmanda soovitusena on Moscardo (2014, lk 367) oma uuringus välja toonud selle, et enne kui hakatakse tegelema turismimajanduse arendamisega, tuleks hinnata turismi arenguga kaasnevaid tegureid ja kogukonna võimekust turismi arendamisel osaleda ning seda juhtida. Viimase soovitusena juhib Moscardo tähelepanu mugavusmigrantidel ja kosmopoliitsetele elanikele, kes koos kogukonnaga on potentsiaalsed efektiivsed turismiettevõtjad, sest nende kaasamine ja sihtkohas hoidmine on maapiirkondade arendamise seisukohalt oluline aspekt. See tähendab, et kogukonnas tuleb hoida üldist heaolu ja mitte panustada ainult turismi kasvule.

Turismi arendamine ja juhtimine sihtkohas peab olema koostöös valitsuse, erasektori ja kohaliku kogukonnaga. Ebapiisav koostöö osapooltega õõnestab ettevõtlikkuse jätkusuutlikkust. Kaasates kohalikud kogukonnad maapiirkonna turismi juhtimisse, vähendab see negatiivset hoiakut turismi suhtes. Samuti aitab see kohalikel aru saada, et maaturismi areng ei loo töökohti kõikidele elanikele, kuid selles suunas liigutakse. Kohalik kogukond tuleb kaasata turismisihtkoha juhtimisse ka põhjusel, et veenduda, kas kõiki kogukonna probleeme ja hirme on turismi arendamisel arvesse võetud. (Lekaota, 2015, lk 459)

Oluliseks turismiasjaliste grupiks võib pidada väljastpoolt kogukonda saabuvaid ettevõtjaid, sest nad rikastavad sihtkohta teadmiste, oskuste ja kultuurilise kapitaliga ning see väärtustab sihtkoha arenemist. See argument on oluline, sest ettevõtjad on turismiettevõtete arengu seisukohalt tähtsa osakaaluga ja ettevõtjad väljastpoolt maapiirkonda ja sihtkohti on vajalikud selleks, et tuua sihtkohta uusi ideid, oskusi ja seoseid. Nii kohalikud kui ka mittekohalikud on ühisel arvamusel, et ettevõtjate olemasolu ja nende aktiivsus on turismi arengu oluline osa. Samas vaieldakse teemal kohalike ja mittekohalike väärtuste arusaamisest ning nende kahe grupi erisustest. (Moscardo 2014, lk 360)

Turismimajandusel on suur potentsiaal mõjutamaks kohalikke elanikke (Andereck & Nyaupane, 2011, lk 249). Kohalike residentide roll turismi arengu kaasaaitamisel on saanud suure tähelepanu osaliseks. Osadel turismiasjalistel puudub tolerantsus turismi arengu heakskiidu suhtes, samal ajal kui teiste osaliste jaoks on see tähtis. Seda illustreerivad ka turismivaldkonda iseloomustavad killustunud tunnusjooned ja kasumite ning väljaminekute jaotamine, mis on turisti kogemuse elujõuliseks osaks. Omades informatsiooni turistide ettekujutusest turismi arengu kohta, siis on iga detail oluline nii planeerijate, arendajate kui ka turismiga seotud organisatsioonide jaoks. Kõik nüansid on tähtsa osakaaluga, et hinnata millises suunas turismivaldkonna areng liigub ja seda eriti kohaliku kogukonna perspektiivi silmas pidades. (Lundberg, 2015, lk 266) Andereck ja Nyaupane (2011, lk 251) sõnul on turismivaldkonnas koostatud mitmeid numbrilisi skaalasid, et mõista kohaliku kogukonna ettekujutusi ja hoiakuid.

Hamzah ja Nair (2015, lk 431) toovad oma uuringus välja kohalikul kogukonnal põhineva turismi (edaspidi CBT – *community based tourism*). Antud terminid võib pidada kogukonna arengu tööriistaks, mis aitab tugevdada maapiirkondi, kindlustades kohaliku kogukonna osalemise. CBT aitab kohalikel residentidel tekitada sissetulekut, mitmekesistada kohalikku majandust, säilitada kultuuri ja loodust ning tagada haridusalased võimalused. CBT nõuab pikaajalist lähenemist, milles maksimeeritakse kasutegurid kogukonnale ning limiteeritakse negatiivne turismi mõju kogukonnale ja selle keskkondlikele ressurssidele.

Kohalikku elanikkonda ei kuulu ainult kohalikud vaid ka mitteajutised elanikud. Nende elanike tähtsusest lähtuvalt on Halfacree (2012, lk 215) välja tulnud NMP teooriaga. Ta rakendas seda maapiirkondade elanikkonnas ja avastas, et enam ei eristu lihtsat ja selget piiri kohalike, mittekohalike ja külastajate vahel. Ta identifitseeris erinevaid seoseid inimeste ja maapiirkondade vahel, mis baseeruvad erinevate liikuvuste dimensioonidel, näiteks külastuste sagedus, viibimise pikkus ja reisimise põhjus. Moscardo (2014, lk 357) toob sama teooria kohta välja selle, et inimesed ei ela enam terve elu ühes kohas vaid on pidevas liikumises. Otsitakse uusi ja põnevaid kohti elamiseks. Inimesi ei saa enam identifitseerida nende elukoha järgi vaid pigem liikuvuse näitaja alusel.

Messerli (2011, lk 336) rõhutab, et kõikide turismiasjaliste koostöö on oluline selleks, et kindlustada maapiirkondade turismi arengu jätkusuutlikkust. Turismiarendajatel on kohustus teavitada kohalikku kogukonda oma plaanidest ja võimaldama neil muudatuste tegemisel kaasa rääkida. Kohalikel inimestel on õigus osaleda neid otseselt puudutavate turismiprojektide juhtimisel. Uuringute põhjal on selgunud, et suhtlemine turismiasjalistega ning laiema avalikkuse ja otseste turismiasjaliste kaasamine on määrava tähtsusega. Ka Lekaota (2015, lk 452) koostatud uuringu andmetel võib väita, et kohalikku kogukonda tuleks kaasata nii otsuste tegemisel kui ka läbiviimisel.

Sihtkoha arendamine maapiirkonnas peab olema läbimõeldud ning planeeritud, toetudes näiteks eelnevalt välja toodud Moscardo (2014, lk 367) neljale soovitusel maaturismi arendamise kohta. Sihtkoha arendamisel on oluline roll sellistel turismiasjalistel nagu kohalik omavalitsus, väljastpoolt tulevad ettevõtjad ja kohalik kogukond. Koostöö turismiasjaliste vahel peab olema ladus ning eesmärgipärane. Sihtkoha arendamisel on

kõige olulisem kaasata kohalikku kogukonda, et luua atraktiivne sihtkoht nii külastajatele kui ka kohalikele. NMP teooria kohaselt ei ela inimesed enam ainult ühes kohas, vaid liigutakse ringi ning avastatakse uusi sihtkohti, mis mõjutab ka maapiirkondades asuvate sihtkohtade arendamist.

1.2. Ajutiste residentide roll kogukonnas ja sihtkoha arendamisel

Antud alapeatükis on välja toodud ajutiste residentide roll sihtkoha arendamisel. Samuti on kirjeldatud mitmeid probleeme, mis võivad tekkida ajutiste elanike olemasolul sihtkohas. Lisaks on toodud mitmeid argumente, et teise majapidamise omajad võivad mõjuda sihtkohale positiivselt, ent samas ka negatiivselt.

Ameerikas, Lõuna-Euroopas ja mujal arenenud riikides omatakse suurel hulgal kahte majapidamist. Esimene majapidamine asub enamasti töökoha ligiduses, samal ajal kui teine majapidamine on soetatud tavaliselt puhkuse eesmärgil. Selline majapidamiste jaotus on ainult üks võimalik viis kuidas defineerida kahe majapidamise olemasolu. (Gallent, 2014, lk 176) Teiste kodude omajate ja kasutajate elustiili kirjeldab mobiilne rutiin, mis põhineb sagedasel liikumisel linnapiirkonnast maapiirkonda (Hiltunen & Rehunen, 2014, lk 2). Ka Mülleri (2011, lk 137) uuringu andmete põhjal võib kinnitada, et teine majapidamine asub tavaliselt maapiirkondades.

Algselt peeti paljudes riikides puhkuse eesmärgil teise kodude omajaid kõrgema eliidi esindajate tunnuseks. Teist majapidamist võib iseloomustada kui lihtsat hoonet, millel on längus kallakuga katus. Puhketoas asuvad suured aknad, millest saab vaadelda merd või randa. Arhetüübiliselt iseloomustatakse teist majapidamist kui moodsat ja madalate kuludega majapidamist. (Carr & Walters, 2015, lk 131–132) Hoogendoorn ja Müller (2013, lk 354) ning mitmed teised vaidlevad vastu sellele, et teise majapidamise omamine ei pea kuuluma ilmtingimata eliiti kirjeldavate tunnuste hulka, nagu seda tehakse Suurbritannias. Teise majapidamise omajaid tuleb pidada siiski kogukonna liikmeteks. Uurima peab uusi esile tekkivaid geograafilisi piirkondi, kus asub inimeste teine majapidamine. Samuti on oluline keskenduda sellele, et miks inimesed on just antud piirkonna valinud ning mis teeb selle sihtkoha atraktiivseks.

Huijbens (2012, lk 349) kinnitab, et ajutised residendid on tavaliselt kohalike elanikega väga sarnased, eelkõige oma olemuselt ja taustalt. Hall (2014, lk 117) aga leiab, et ajutisi residentide tuleb siiski eristada kohalikust kogukonnast ning turistidest. Moscardo on kohalikud jaotanud viide erinevasse gruppi, mis baseeruvad seostel sihtkoha kogukonnaga (2014, lk 361):

- kõige suurem grupp on pikaajalised kohalikud residendid, keda kirjeldatakse kui sihtkohas sündinutena või enamuse oma elust seal elanuna;
- teiseks grupiks on mugavusmigrandid ehk elanikud, kes on sihtkohta kolinud sooviga seal elada ning nende jaoks võib sihtkohas elamist kirjeldada sõnaga mugav;
- kolmas grupp on kogukonna arendamisega tegelevad ametnikud või kohaliku valitsuse liikmed, keda kirjeldatakse kui tugevalt sihtkoha kogukonnale ja arendamisele pühendujatena;
- neljandaks on arendajad, kes algselt elasid mujal, ent tulid sihtkohta elama turismiettevõtte loomise eesmärgil;
- viiendaks grupiks on inimesed, keda saab kõige paremini kirjeldada kui ajutised elanikud.

Ajutised residendid viibivad sihtkohas periooditi. Kui enamus maapiirkondades asuvaid sihtkohti külastavad turistid viibivad seal lühiajaliselt, siis teise kodu omamine piirkonnas tingib sihtkoha pideva korduvkülastuse. (Overvåg & Berg, 2011, lk 432) Teise majapidamise omamine sihtkohas võib olla seotud perekonnalt saadud pärandusega. Päranduse käigus saadud majapidamist on oluline säilitada, et hoida perekonnasidemeid, mis omakorda tingib samuti sihtkoha korduvkülastuse. (Flognfeldt & Tjørve, 2013, lk 284)

Teise majapidamise omamine sihtkohas teeb sihtkohast väljastpoolt tulijatest rohkem kogukonna liikmed kui turistidest. Ajutised residendid ei kasuta turistidele mõeldud teenuseid, ent kontakteeruvad kohalikega sellistel teemadel nagu ehitusvõimalused, infrastruktuuri arendamine või igapäevane poes käimine. Samuti ollakse üksteise naabrid ning elatakse üksteise läheduses. Keelelisi ja kultuurilisi erinevusi rõhutatakse mitte ainult omavahelisel suhtlemisel vaid ka kohaliku kogukonna reeglite, väärtuse ja

traditsioonide lahti mõtestamisel. Piirkondades, kus kinnistute arv on piiratud, võib nõudlus teise majapidamise omamise järgi suurendada kinnisvara turul asetsevat konkurentsi. (Hall, 2015, lk 4–5)

Marjavaara ja Nordini (2012, lk 294) läbiviidud uuringus on rõhutatud ajutiste residentidega kaasnevat turismi (inglise k – *second home tourism*). Huibjens (2012, lk 334) toob välja selle, et ajutiste residentide turism erineb teistest turismi tüüpidest selle poolest, et inimesed pöörduvad aasta-aastalt üha uuesti ühte ja samasse sihtkohta tagasi. Neil on tekkinud kindla sihtkohaga emotsionaalne side. Võib väita, et paljudest teiste kodude omajatest on saanud maapiirkondades kohaliku kogukonna arendamise protsessis osalejad.

Marjavaara ja Nordini (2012, lk 294) läbiviidud uuringus saab teiste kodude omajatega kaasnevat turismi jaotada keskkondlikuks, majanduslikuks ja ühiskondlikuks mõjuks. Spetsiifilisteks võtmeteguriteks on teenuste ettevalmistus, elamute kättesaadavus, kohalik demokraatia, kohalik kultuur ja kombed jne. Sellest hoolimata on siiani teadmata mil määral ajutised residendid osalevad kohaliku kogukonna tegemistes. Ajutiselt kohal viibivad residendid saavad hüpoteetiliselt anda oma panuse kohalikku arengusse sellega kui teevad kohaliku kogukonnaga koostööd. Näiteks tegelevad ettevõtlusega, kasutavad kohalikke teenuseid või võtavad osa kohalikest sündmustest. Oluline küsimus antud teema puhul on see, kas ajutised residendid osalevad kohalikus ettevõtluses. Samuti on oluline teada, et millised organisatsioonid on nende jaoks olulised koostöö tegemisel ning kas ajutised elanikud osalevad ka regionaalpoliitikas.

Ajutiste residentide pidev viibimine sihtkohas on tekitanud uusi küsimusi. Gallent (2014, lk 179–180) juurdleb oma uuringus selle üle, kuidas mõjutab kohalikku kogukonda see kui hakatakse n-ö võõrustama suurenevate hooajaliste või perioodiliste elanike hulka. Tekib küsimus, et kas kohalik kogukond „kaob“, teeb läbi muudatused, taastub endiseks või mõjutab see kohalikku kogukonda positiivselt ning ärgitab koostööle. Uute hooajaliste elanike saabudes, võivad muutuda kinnisvara hinnad, sotsialvõrgustiku olemasolu ja kohalik olustik. Nick Gallent tõstatab ka teise küsimuse, kas võib eeldada, et interaktiivsed protsessid, mis hoiavad alal kogukonda, kaovad.

Hoogendoorn ja Visser (2010, lk 547–549) on maininud, et teised majapidamised, mis asuvad Suurbritannia maapiirkondades mõjuvad kohalikule kogukonnale halvasti. Samas kinnitavad nad oma uuringu lõpus, et pigem annavad uued elanikud piirkonnas positiivse panuse sihtkoha arendamisse. Kohaliku kogukonna jaoks on positiivne majanduslik mõju kõige suurem juhul kui teist majapidamist kasutatakse tihti, hoolimata sellest kus see asub.

Rye (2015, lk 167–168) kinnitab oma uuringus, et kinnisvara omamine kogukonnas omistab omanikule teatud õigused, ent samas kohustab järgima ka ametlikke kui ka mitteametlikke kohustusi. Sellest hoolimata on maapiirkondades laialt levinud arvamus, et teise majapidamise omamine kogukonnas toob kaasa pigem positiivseid tegureid kui negatiivseid. Samuti toob Rye välja, et teiste kodude loomine piirkonda aktiveerib nii lühi- kui ka pikaajalist kohalikku majandust. Üheks tugevuseks peetakse seda, et inimesed, kes omavad teist kodu, otsustavad ehk mingil hetkel kolida sihtkohta püsielanikuna. See aga aitab kaasa rahvaarvu suurendamisele maapiirkondades. Sellised trendid on populaarsed Norras. Suurbritannias on aga ajutisest elanikust püsielanikuks saamine poliitikute jaoks üheks võtmeteguriks, et arendada kohalikke ja üleriigilisi piirkondi, kus on vähem rahvastikku.

Ka Rye (2015, viidatud Bachke & Rye, 2011 vahendusel) teine läbiviidud uuring kinnitab, et sotsiaalse aktiivsuse puhul on ruumi olemasolu muutunud vähem tähtsaks teguriks. Inimene võib viibida metsamajakeses ja olla siiski ühenduses sotsiaaleluga. Näitena võib tuua töökoha, mis ei pea ilmtingimata asuma kontoris vaid tööd võib teha ka oma suvekodus.

Collins, Kearns ja Wildish (2016, lk 130) leiavad, et püsielanikuks saamisel on oluline roll ka kohatunnetusel. Kohatunnetus baseerub emotsiooni, mõistmise, uskumuse ja käitumise koostoime mõjul. Kohatunnetus hõlmab positiivset sidet inimeste ja sihtkoha vahel mis ajapikku muutub üha tugevamaks. Ka see võib olla üheks mõjuteguriks, miks inimestest saavad püsielanikud või pidevalt sihtkohta külastavad ajutised elanikud. Selline kuuluvustunne on oluline seetõttu, et sellest saab järeldada, kuidas sihtkohta panustatakse ning mis motiveerib seda tegema. (Collins & Kearns, 2013, lk 45)

Ühe puudusena võib tuua välja selle, et ajutised residendid elavad kahes kohas mistõttu on Müller (2010, lk 190) oma uuringus toonud näite, kus Rootsis näitas küsitlus, et keskmiselt kasutab omanik teist kodu rohkem kui kolmel kuul aastas. Sellest saab järeldada, et mõned teise majapidamise kasutajad veedavad rohkem aega oma suve- või puhkekodus kui püsivas elukohas. Sellega seoses rõhutab Rye (2015, lk 168) tekkinud probleemi, kus teise kodu omamise fenomen esitab väljakutse omavalitsuste poliitikale. Seda eeldusel, et inimene, kes elab kahes kohas, on elukohaks märkinud ainult ühe neist. Näidetena võib siinkohal mainida maksude maksmist, valimistel hääletamist ja heaolu keskkonna loomist sihtkohas. Maapiirkonna kogukonna piirid on tavaliselt määratletud nende poolt, kes elavad kogukonnas püsivalt ehk püsielanike poolt. Neid, kes ei ela piirkonnas alaliselt, ei peeta otsesteks kogukonna liikmeteks, vaid neid defineeritakse erinevate tunnuste alusel külastajateks.

Samuti on tekkinud probleem, kuidas jaotada maapiirkondade territooriume kohaliku kogukonna ja teise kodu omajate vahel. Aruteludes keskendutakse teise kodu omamise mõju üle keskkonnale ning kohalikule kogukonnale. Enamasti keskendutakse küsimustele, kes on kohalik ja milline on tema osa kogukonnast ning kui suur õigus on tal kaasa rääkida tulevikuotsuste tegemisel. Probleemiks võib pidada ka avalike arutelude puudumist ajutiste elanike seas. Seetõttu on igal perioodilisel elanikul oma isiklik ettekujutus maakoha tähtsusest. Paljudes uuringutes on kirjeldatud ajutisi elanikke ainult nende endi vaatenurgast, arvestamata nende osatähtsusega kogukonnas. (Müller, 2010, lk 201)

Hall (2014, lk 121) toob oma uuringus välja kohalike elanike ja ajutiste residentide pingestatud suhtluse, mis on tingitud kohalike elanike ettekujutustest majanduslikust kasu saamisest. Kinnisvara omamine sihtkohas annab omanikule märkimisväärse õiguse ja võimaluse huvitada finantsilistest võimalustest sihtkohas. Lisaks garanteerib kinnisvara omamine ajutistele residentidele rohkem kaugeleulatuvaid võimalusi seaduse alusel avaldada mõju kohalikule arengule. (Hall, 2015 lk 5) Sellest lähtuvalt kohanevad Farstadi (2011, lk 168) sõnul kohalikud elanikud ajutiste residentide nõudmistega nii kaua kui nad saavad sellest majanduslikku, materiaalselt või sotsiaalselt kasu. Sellest

hoolimata on rõhutatud, et mitte kõik kohalikud elanikud ei taju majanduslikku kasumit ühtemoodi (Mantecón & Huete, 2011, lk 120).

Paljud maapiirkondade kogukonnad loodavad, et ajutistest elanikest saavad püsielanikud, mis teeks nad omavalitsuse seisukohalt väga väärtuslikuks. Antud teooria on asjakohane Norra näitele (Kroken, Logstein, Storstad, & Villa, 2010 lk 3), milles kirjeldatakse seda kuidas mitmed kohalikud omavalitsused on koostanud spetsiifilised arengukavad, et ehitada uusi maju, mida saab reklaamida puhkekodudena. Oluline faktor selle juures on teenida võimalikult palju kasumit. Samuti tuleb veenda ajutisi elanikke jääma kogukonda püsivalt, sest see aitab takistada elanikkonna väljarändamist maapiirkondadest, millega on pidanud paljud väiksemad omavalitsused kokku puutuma.

Kuigi omavalitsused teevad palju üksikasjalikke plaane, et sihtkoht oleks atraktiivne uutele elanikele, siis on otsene strateegia harva keskendunud teise majapidamise omanikele. See võib muuta paljude omavalitsuste sihtkoha planeerijate teadmiste adekvaatsust ja osatähtsust. Siit tulenevalt võib väita, et kui kutsuda inimesi maakohhta elama, siis ilmselt ei ole parimaks strateegiaks see kui luua pilt maakohast kui idüllilisest asukohast. Kohalikud omavalitsused peaksid teise majapidamise omajaid vastu võtma teistmoodi. Üheks võimaluseks on määratleda neid kui püsielanikke ning märkida statistikas neid kohaliku kogukonna täieõiguslikeks liikmeteks, mitte küllastajateks. See on üks viis, kuidas saab ajutisest elanikust püsielanik. Kindlasti on oluline ka kaasata neid kohaliku kogukonna tegemistesse. (Rye, 2015, lk 174–175)

Samuti tasub vaadelda ajutiste elanikke rolli maapiirkonna arendamisel. Antud teoorias tasub uurida regionaalset arengut, kus on oluline koostöö linna- ja maapiirkondade vahel. Oluliseks mõjutajaks on ka NMP teooria (selgitatud lk 11), millega seoses võib suurened mobiilse elanikkonna arv maapiirkonnas. Ent tihti ei teata põhjuseid, miks ajutised elanikud on oma teise majapidamise ühte kindlasse sihtkohta loonud ning kuidas täpsemalt saaksid nad kohalikku kogukonda panustada. (Müller, 2010, lk 193)

Olulise faktina tuuakse välja ka välismaalased kui ajutised residendid sihtkohas. Üha rohkem ostetakse teine majapidamine teise riiki. Kuigi rahvusvahelisel tasandil on välismaalaste kinnisvaratehingud sihtkohas marginaalsed, siis riigipiiride piirkonnas on

need tõusujoones. Näitena võib tuua Ida- ja Kesk-Soomes, kus asuvad enamus venelaste teised majapidamised. Kõige populaarsem piirkond on Savonlinna regioon. Antud piirkonnas osteti välismaalaste poolt aastatel 2003–2013 kokku 930 kinnistut. 90% ostjatest olid venelased. Välismaalased moodustavad antud piirkonnas märkimisväärse osakaalu. (Hall, Honkanen & Pitkänen, 2015, lk 152)

Toetudes Lipkina (2013, lk 300) uuringu andmetele ostsid venelased aastatel 2010–2013 Soomes umbkaudu 400 kinnistut. Osad kinnistud müüdi venelaselt venelasele, mis ei suurendanud välismaalaste omandiõiguste arvu. Venelastest ostujõud on enamasti keskklassi perekonnad St. Peterburgist ja Moskvast. Alates 2014. aastast on poliitilised sündmused mõjutanud venelaste kinnisvaratehinguid Soomes. Eelkõige peetakse silmas Ukrainaga seotud sündmusi ning vene rubla langust.

Kui ühte ja samasse piirkonda soovivad teist kodu osta nii välismaalased kui ka pärismaalased, siis võib see tekitada omavahelisel suhtlemisel konflikte nii hetkeolukorras kui ka tulevikus (Åkerlund, Hall & Lipkina, 2015, lk 78). Ida-Soomes on olnud mitmeid arutelusid teemal kuidas mõjutab venelastest ostujõud kinnisvara hindu. Samuti on oluline jälgida seda, kuidas mõjutab antud muudatus kohalikku kultuuri ja kogukonda. Ühelt poolt leitakse, et venelased suurendavad maksutulu ning nad on arvestatav ostujõud. Samuti avavad nad uusi ettevõtteid ning sellega seoses loovad ka uusi töökohti. (Hall, Honkanen & Pitkänen, 2015, viidatud Kotilainen, Piipponen & Pitkänen, 2010 vahendusel) Teiselt poolt leiab aga kohalik kogukond, et kinnistute müümist venelastele tuleks vähendada, sest kardetakse võõrkeelse kultuuri, kommete ja emakeele liigset domineerimist sihtkohas. Seda kinnitab ka asjaolu, et Ida-Soomes läbiviidud küsitlusele vastas 63% kohalikest omavalitsustest jaatavalt ehk tuleks piirata kinnisvara müümist venelastele. (Tutkimus- ja Analysointikeskus, 2013, lk 53).

Gallent (2014, lk 179) toob välja, et hoolimata erinevatest teguritest ja mõjudest, tuleb teadvustada, et iga kogukond on erinev. Tuleb arvestada kogukonnaga kui sotsiaal-majandusliku tootega, mida ümbritsevad erinevad väljakutsed, olemasolevad ressursid, oluliseks peetavad väärtused ja suhted lähipiirkondadega. Maapiirkondades asuvad kohalikud kogukonnad ei ole lihtsa moega ega homogeensed vaid tihti iseloomustavad seda keerulised sisemised ja välimised dünaamilised tegureid.

Ka Müller (2010, lk 205) leiab, et teine majapidamine maapiirkonnas on kui lahutamatu osa nii geograafiliselt piiritletuna kui ka maapiirkonna osana. Mitmetes sihtkohtades võib pidada neid kui muutuste loojaks. Kui ajutisi elanikke eristada püsielanikest, olenemata nende seosest koha kuuluvustundega, jätta nad hooletusse ning nendega mitte koostööd teha, siis nad mitte ainult ei koli ära vaid vähendavad ka maapiirkondi arendavate elanike arvu. Tänapäeva maailmas, kus inimesed on liikuvad, on oluline teadvustatud, et inimesed võivad elada samal ajal mitmetes erinevates kohtades.

Mobiilses maailmas on ajutiste residentide olemasolu aktuaalne teema. NMP teooria kohaselt on inimesed pidevas liikumises. Kuigi ühelt poolt leitakse, et ajutiste residentide olemasolu on negatiivne, siis samas saab tuua ka palju positiivseid vastuargumente. Iga kogukond on erinev ning ajutiste elanike rolli tähtsus kogukonnas on sihtkoha enda otsustada. Kui ajutisi elanikke kogukonda kaasata, siis tingib see paremini toimiva koostöö. Kui aga ajutiste elanike olemasolu eirata, siis võib see tekitada suuri probleeme kõikidele osapooltele. Kõige mõistlikum on ajutised elanikud kaardistada ning uurida, milline võiks olla nende panus kogukonda ja sihtkohta tervikuna.

2. SUVEHIIDLASTE KUI AJUTISTE RESIDENTIDE OSALUSE UURING HIIUMAA SIHTKOHA ARENDAMISEL

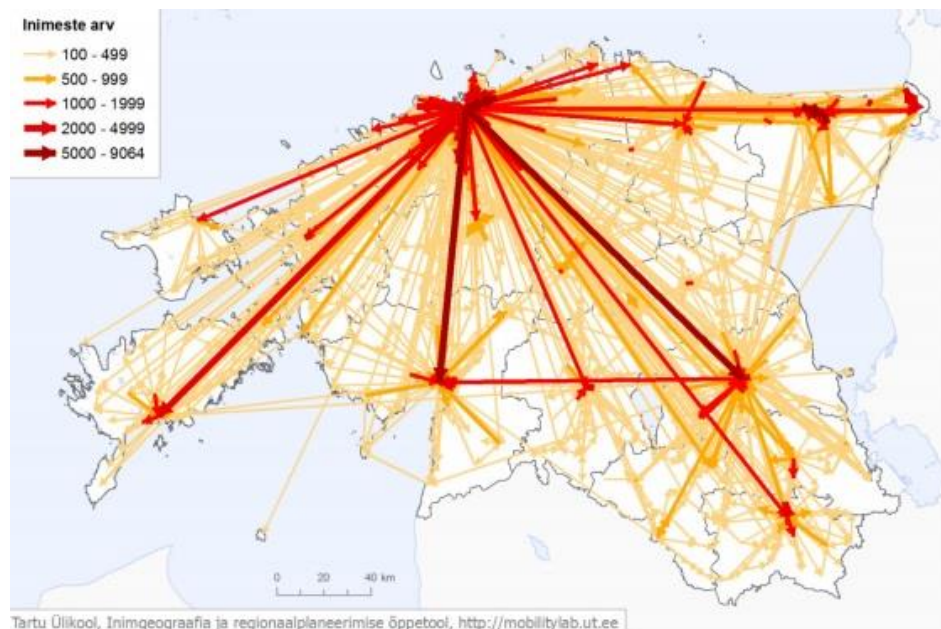
2.1. Hiiumaa kui sihtkoha tutvustus ning uuringu meetod, valim ja korraldus

Antud alapeatükis on välja toodud Hiiumaa, kui sihtkoha ning MTÜ Hiidlaste Koostöökoja, kui sihtkoha arendamisega seotud organisatsiooni tutvustused. Samuti on kirjeldatud uuringu meetodit ja valimi moodustamist. Allikatena kasutatakse muuhulgas autori poolt läbiviidud intervjuusid MTÜ Hiidlaste Koostöökogu tegevjuhi Reet Kokovkiniga ja Hiiu valla abivallavanema ja arenguosakonna juhatajana töötanud Katrin Sarapuuga, et selgitada välja kahe erineva organisatsiooni teadmised ajutistest residentidest Hiiumaal ehk suvehiidlastest.

Hiiumaa.ee andmetel on Eesti saartest suuruselt teine saar Hiiumaa. Administratiivselt moodustab see koos lähedal asetsevate laidude ning Kassari saarega Hiiu maakonna, mis on Eesti väikseim maakond. Hiiumaa moodustab riigi üldpindalast 2,2%. Saare suurim pikkus Sarvelt Ristnani on 60 km ja laius Tahkunast Rannakülla 45 km ning rannajoone pikkus ligikaudu 326 km. Kõrgeim punkt on Tornimägi Kõpus, mis ulatub 68 meetrit üle merepinna. See on ühtlasi ka Lääne-Eesti kõrgeim punkt. Hiiumaa kaugus mandri-Eestist on 22 km ning Tallinnast 120 km. Maakonnas on üks linn, kaks alevikku ja 182 küla. Alates 30. oktoobrist 2013 jaguneb Hiiu maakond halduslikult neljaks omavalitsuseks – Hiiu, Emmaste, Käina ja Pühalepa vallaks (vt lisa 1). Rahvastiku paiknemine maakonnas on ebaühtlane. Tihedamalt on asustatud saare kagu- ja idaosa, hõredamalt aga lääneosa ehk Kõpu poolsaar ning samuti saare keskosa.

Eesti Statistikaameti (2015) põhjal oli Hiiumaa rahvaarv 1.jaanuar 2015. a seisuga 8582 elanikku. Kõige suuremaks vallaks on Hiiumaa vald, kus elab 49% maakonna elanikest. Hiiumaa vald on moodustatud kahe endise omavalitsuse – Kärdla linna ja Kõrgessaare valla ühinemisel. Valla administratiivkeskuseks on Kärdla, mis on ühtlasi ka maakonnakeskuseks. Kärdlas asuvad enamused saarel paiknevad riigiasutused ning suurem osa tegutsevatest ettevõtetest.

Hiiumaal, kui saarel on oluline roll teise kodu omamise põhimõtetel. Pendelrändeuuringust (Siseministeerium, 2010, lk 147–153) saab välja tuua, et 5% Eesti elanikest ehk ligikaudu 67 000 inimest vahetab Eestis suvekuudeks elukohta, mis tähendab, et neil on kas teine teine kodu või külastatakse teatud sihtkohti regulaarselt. Seetõttu suureneb 84% omavalitsustest elanike arv just suvel. Suvised elukoha arvu suurenemisega omavalitsustel on üsna selge geograafiline jaotus, millest selgub, et populaarsemad sihtkohad on suurte linnade lähedal, rannikualadel (nii mere kui Peipsi järve ääres) ja saartel (kõik Hiiumaa ning enamused Saaremaa omavalitsused). Joonisel 1 on välja toodud elukoha ja sekundaarsete ankurpunktide vahel liikujate arv suveperioodil nii üle Eesti kui ka Hiiumaa kohta.



Joonis 1. Elukoha ja sekundaarsete ankurpunktide vahel liikujate arv suveperioodil, 2013 (allikas: Ahas & Silm, 2013, lk 20)

Lõputöö koostamisel ja uuringu läbiviimisel tegi autor koostööd *LEADER* tegevusgrupp MTÜ Hiidlaste Koostöökoguga (<http://www.kogu.hiiumaa.ee/>). MTÜ Hiidlaste Koostöökogusse kuuluvad kõik neli omavalitsust. *LEADER*'i tegevusgrupp asub Kärdlas ning tegevjuht on Reet Kokovkin. MTÜ Hiidlaste Koostöökogu eesmärgid on (MTÜ Hiidlaste Koostöökogu, 2015):

- suurendada kohalikku algatusvõimet piirkonnas;
- koostada piirkonna integreeritud arengustrateegia;
- viia ellu piirkonna integreeritud arengustrateegia korraldades piirkonna tegevusprojektide rahastamist ning nõustamist;
- arendada avaliku-, era- ja mittetulundussektori koostööd;
- arendada koostööd teiste ühendustega Eestis ja mujal Euroopas;
- osaleda rahvusvahelistes, riiklikes, piirkondlikes ja kohalikes maaelu arendavates projektides;
- viia läbi koolitustegevust.

Suveelanike ehk suvehiidlaste kohta informatsiooni kogumiseks ja hetkeolukorra selgitamiseks, viis autor läbi kaks intervjuud. Esimene intervjuu viidi läbi MTÜ Hiidlaste Koostöökogu tegevjuhi Reet Kokovkiniga ning teine Hiiu valla abivallavanema ja arenguosakonna juhatajana töötanud Katrin Sarapuuga. Mõlema intervjuu eesmärk oli välja selgitada hetkeolukord suvehiidlaste osalemise kohta kohalikus kogukonnas, turismiettevõtluses ja sihtkoha arendamises. Intervjuud viidi läbi 20.05.2015, Hiiumaal.

Intervjuus R. Kokovkiniga (suuline vestlus, 20.05.2015) selgus, et suvehiidlaste kogukonnast ollakse teadlikud, kuid nende kohta puudub üleüldine statistika. Suvehiidlaste kohta ei ole koostatud mitte ühtegi uurimust, kuid vajadus selle järgi on. MTÜ Hiidlaste Koostöökogu on mõelnud erinevatele viisidele, kuidas oleks suvehiidlasi võimalik kaasata, kuid informatsiooninappus on antud tegevust pärssinud. Ka ei ole MTÜ Hiidlaste Koostöökogu teadlik sellest, kuidas toimib koostöö suvehiidlastega. Seetõttu on vajalik viia läbi uuring, et selgitada välja suvehiidlaste osalemine kohalikus kogukonnas ning nende koostöövalmidusest sihtkoha arendamisel.

Ka intervjuus K. Sarapuuga (suuline vestlus, 20.05.2015) selgus, et Hiiu vallal puudub konkreetne ülevaade suvehiidlaste arvust. Samas toob ta välja, et teatud hulgal suvehiidlastel on sissekirjutus Hiiumaal, mis tähendab, et kohalikku kogukonda panustatakse läbi maksumaksmise. Positiivseks võib pidada ka suvehiidlaste suurenevat hulka ning seda, et Hiiumaad külastatakse ka hooajavälisel ajal. Ollakse teadlikud ka sellest, et teatud hulgal suvehiidlastel on võimalik infotehnoloogiast tulenevatel põhjustel töötada Hiiumaal ehk teha kaugtööd. Seetõttu tullakse Hiiumaale juba kolmapäeval või neljapäeval, sest nii on võimalik pikendada nädalavahetust. Sellest tulenevalt on lisaks suvehiidlaste kõrvale tekkinud ka n-ö „nädalalõpuhiidlased“.

Vaatamata sellele, et suvehiidlaste kohta puudub konkreetne statistika ning teave nende käitumistunnustest on kogukonnas tähendatud ka aktiivseid suvehiidlasi (R. Kokovkin, suuline vestlus, 20.05.2015). Ka K. Sarapuu tõdes (suuline vestlus, 20.05.2015), et leidub aktiivseid suvehiidlasi, kes osalevad kohalikus ettevõtluses ja kogukonna arendamisel. Nad tunnevad huvi sihtkoha ja kogukonna arendamise vastu ning avaldavad oma arvamust. Näitena võib siinkohal tuua planeeringute avalikud arutelud, kus suvehiidlased osalevad, avaldavad arvamust ja püüavad oma huve kaitsta. Kohaliku kogukonnaga saavad suvehiidlased suhelda erinevate ürituste ja sündmuste raames, näiteks piirkondade külapäevad. R. Kokovkin kinnitab (suuline vestlus, 20.05.2015), et suvehiidlasi ollakse nõus hea meelega kaasama erinevatesse tegevusaladesse. Samuti ollakse erinevate meetmete kaudu valmis toetama nende projekte.

Marjavaara ja Nordin (2012, lk 294) on tõstatanud küsimuse selle kohta, mil määral osalevad ajutised elanikud kohaliku kogukonna tegemistes, sh ettevõtluses. Ka Müller (2010, lk 193) leiab, et on oluline uurida, kuidas ajutised elanikud kohalikku kogukonda ja sihtkohta panustavad. Toetudes eelnevatele allikatele ja läbiviidud intervjuudele, oli uuringu eesmärk välja selgitada, kuidas osalevad suvehiidlased sihtkoha arendamisel.

Rye (2015, lk 170) ja Müller (2010, lk 200) peavad ajutiste residentide uurimisel kõige efektiivsemaks uuringu meetodiks küsitlust. Sellest tulenevalt oli uuringu meetod küsitlus ning töövahendina kasutati ankeeti. Kuna suvehiidlastega on talvisel perioodil keerulisem kontakti saada, siis viidi küsitlus läbi veebipõhiselt. Selleks lisati küsitlus *Facebook*'i erinevatesse suvehiidlastega seotud gruppidesse. Uuringu üldkogum oli

Hiiumaal elavad ajutised residendid. Uuringusse valiti inimesi mittejuhusliku valimi alusel, milleks oli sihipärane valim. Sihipärasesse valimisse kuulusid suvehiidlased ehk inimesed, kes elavad Hiiumaal ajutiselt ning omavad seal teist majapidamist. Sihipärasest valimist tekkis ka lumepallimeetod ehk üks suvehiidlane saatis ankeedi teisele suvehiidlasele.

Ankeedi (vt lisa 2) koostamisel on tuginetud lõputöö teooria osas esitatud uuringutele. Küsimusi on kohandatud uurimisküsimusega sobivaks. Samuti koostati ja parendati ankeedi küsimusi kooskõlas MTÜ Hiidlaste Koostöökogu ja Hiiu maavalitsusega, kes omalt poolt täiendasid olemasolevaid ja seejärel lisasid neile nii suvehiidlaste kui ka sihtkohaga seotud küsimusi. Küsitlus koosnes kahekümne kahest avatud ja valikvastustega küsimustest. Analüüsi koostamisel on välja jäetud kolm küsimust – millist tüüpi on Hiiumaal asuv elukoht, kellega koos sihtkohas viibitakse ning kas ollakse nõus kolima Hiiumaale jäädavalt. Need olid MTÜ Hiidlaste Koostöökogu poolt lisatud küsimused ning nende analüüsimine ei anna sisulist infot uurimisküsimusele vastamiseks. Hindamisküsimuste puhul kasutati *Likert*’i 5–palli skaalat.

Teemad ja allikad, millele ankeedi koostamisel tugineti, olid järgmised:

- maaturismi arendamine sihtkohas, panustamine sihtkohta ja ettevõtjatega seotud küsimused – Moscardo, G. (2014). “Tourism and Community Leadership in Rural Regions: Linking Mobility, Entrepreneurship, Tourism Development and Community Well-Being”; Rye, J. F. (2015). „Moving to the countryside? The case of second home users in Norway“;
- sihtkoha külastamise sageduse, viibimise pikkuse ja põhjusega seotud küsimused – Halfacree, K. (2012). „Heterolocal identities? Counter-urbanisation, second homes, and rural consumption in the era of mobilities“;
- kogukonna ja ajutiste elanike vahelise läbisaamise ja koostöö küsimused – Gallent, N. (2014). „The social values of second homes in rural communities“; Müller, D. K. (2010). „Second homes in Sweden: Between common heritage and exclusive commodity“; Marjavaara, R., & Nordin, U. (2012). „The local non-locals: Second home owners associational engagement in Sweden“.

Ajanappuse tõttu pilootuuringut ei koostatud. Selle asemele keskenduti küsimuste koostamisele, sh koostööle MTÜ Hiidlaste Koostöökogu ja Hiiu Maavalitsusega. Põhiuuring viidi läbi sotsiaalmeedias perioodil 1.03.2016–18.03.2016. Ankeet koostati *Google Drive* keskkonnas ning seejärel lisati erinevatesse suvehiidlastega seotud *Facebook*’i gruppidesse. *Google Drive* keskkonda kasutati sellepärast, et autor oli sellega eelnevalt tuttav mistõttu oli seda lihtne kasutada. MTÜ Hiidlaste Koostöökogu poolt pakuti välja kaks auhinda – üks küsitluse jagajatele ja teine küsitlusele vastajatele. Küsitluse jagamine sotsiaalmeedias osutus edukaks. Esimese viieteistkümne tunniga jagati küsitlust üle paarikümne korra ning vastanuid oli kokku 166. Suvehiidlased tundsid ankeedi vastu suurt huvi ning tegid mitmeid omapoolseid ettepanekuid. Uurimisperioodi lõpuks oli ankeedile vastanud 212 inimest.

Andmeanalüüsimeetodina kasutati sisuanalüüsi ja statistilist analüüsi. Statistilise sisuanalüüsi puhul kasutati nii deduktiivset kui ka induktiivset kodeerimist, et kirjeldada kvalitatiivseid tunnuseid, sh küsimusi milles vastaja saab avaldada arvamust või ettepanekuid. Järgnevalt on välja toodud deduktiivse ja induktiivse kodeerimise kategooriad, märksõnad ehk koodid ning kasutatud allikas:

- kohaliku kogukonna ja suvehiidlaste omavahelise suhtluse ja koostöö hinnangute põhjendamine – märksõnad: infonappus, üritused, head kogemused, halvad kogemused, edukas koostöö, ajapuudus, ei paku huvi. Allikas: Gallent, N. (2014). „The social values of second homes in rural communities“;
- sihtkohta panustamise täpsustamine – märksõnad: teenuste kasutamine/toodete soetamine, rahaline panus, maksude laekumine, projektides osalemine, turundus, kinnisvara korrashoid, looduse säilitamine, vaimne panustamine. Allikas: Rye, J. F. (2015). „Moving to the countryside? The case of second home users in Norway“;
- turismiettevõtlusega tegelemise põhjused sihtkohas – märksõnad: saare olemus ehk sihtkoha väärtus, madal konkurents, hea kogukond, lisateenistus, missioonitunne. Allikas: Moscardo, G. (2014). „Tourism and Community Leadership in Rural Regions: Linking Mobility, Entrepreneurship, Tourism Development and Community Well-Being“;
- turismiettevõtlusega tegelemise eelised sihtkohas – märksõnad: saare olemus (sh loodus, meri, eraldatus), unikaalne/eksootiline, kohalikud väärtused, madal

konkurents, kasvav huvi saare vastu, suvine turismihooaeg. Allikas: Moscardo, G. (2014).“ Tourism and Community Leadership in Rural Regions: Linking Mobility, Entrepreneurship, Tourism Development and Community Well-Being“;

- turismiettevõtlusega tegelemise puudused sihtkohas – märksõnad: hooajalisus, transport (sh kohalik), omavalitsuste passiivsus (sh ebapiisav koostöö), kallimad kaubad/teenused jne, olematud tugiteenused, saare olemus (kaugus mandrist, ühekülgsus), tööjõu puudumine, väljaränne, vähene huvi (sh puudulik turundus ja tugiteenused), rahaliste võimaluste puudumine. Allikas: Moscardo, G. (2014).“ Tourism and Community Leadership in Rural Regions: Linking Mobility, Entrepreneurship, Tourism Development and Community Well-Being“;
- ettepanekud, et turismiettevõtlusega tegelemine oleks lihtsam ajutiste residentide jaoks – märksõnad: informatsiooni levik, parem transpordiühendus, suurem ostujõud, parem regionaalpoliitika, investeerida tugiteenustesse, vähendada hooajalisust, parem turundus, kogukonna suhtumise muutmine. Allikas: Moscardo, G. (2014).“ Tourism and Community Leadership in Rural Regions: Linking Mobility, Entrepreneurship, Tourism Development and Community Well-Being“ .

Statistilist, sh nii analüütilist kui ka kirjeldavat analüüsimeetodit kasutati, et luua ülevaade suvehiidlaste olemasolust ja nende paiknemisest, vanusest, soost ja muudest kvantitatiivsetest tunnustest. Analüüsi tulemusi on illustreeritud erinevate joonistega, kus N tähistab vastuste arvu.

2.2. Uuringu tulemuste analüüs

Andmete analüüsimisel selgus, et täielikult ankeedile vastanute arv oli 200. Ankeeti jagati sotsiaalmeedias üle 80ne korra nii Hiiumaaga seotud erinevates *Facebook*'i gruppides kui ka inimeste isiklikel kontodel. Ankeedile vastanute seas oli 78% naisi ja 22% mehi. Kõige rohkem (32%) vastajaid oli vanuses 36–45, sellele järgnes vastajate hulk 26% vanuses 26–35. Vastajatest 16% oli vanuses 46–55 ja sama palju ka vanuses 18–25. Vanusevahemikus 56–64 oli vastanuid 8%. Kõige vähem (2%) vastanuid oli üle 65-aastaseid.

Vastajatest 59% on märkinud oma põhiliseks elukohaks Tallinna ja 19% Harju maakonna. Tartu maakonna on vastuseks märkinud 4% vastajatest. Tähelepanuväärne on see, et 3% vastajatest elavad alaliselt välismaal. Järgnevate maakondade puhul – Rapla, Lääne, Viljandi ja Pärnu on vastuseks märgitud 2%. Ida-Viru, Lääne-Viru, Järva, Põlva, Võru, Valga ja Saare maakondades elab 1% vastajatest. Jõgeva maakonnas ei ela alaliselt mitte ühtegi suvehiidlast.

Kõige enam (14%) vastanutest töötab hariduse ja teaduse valdkonnas, kellest 80% elab alaliselt Tallinnas või Harju maakonnas. Kultuuri ja meelelahutuse valdkonnas töötab 12% vastajatest, kellest 57% elab Tallinnas või Harju maakonnas, kuid esindatud on ka Viljandi, Järva, Lääne, Ida-Viru ja Lääne-Viru maakonnad. Antud valdkonnas töötab ka kolm välismaalast. IT tegevusvaldkonnas töötab 9% vastajatest ning selles valdkonnas töötavatest inimestest elavad põhiliselt Tallinnas või Harju maakonnas 82% vastajatest. Samuti töötab IT valdkonnas ka kaks välismaalast. Analüüsimisel saadud tulemuste puhul võib järeldada, et antud valdkondades töötamine võimaldab inimestel oma aega paremini planeerida ning viibida rohkem sihtkohas.

Klienditeeninduse, riigi- ja avaliku halduse ning tervishoiu valdkondades töötab igaühes võrdselt 7% vastajatest. Nii finants/raamatupidamise valdkonnas kui ka tööstuse valdkonnas töötab 6% vastanutest. Koolituse ja personalitöö, toitlustuse, turunduse, ehituse/kinnisvara ja kaubanduse valdkondades töötab võrdselt 3% igas tegevusvaldkonnas. Erasektoris töötab 3% vastanutest ning sama palju omandab ametit ehk on õpilane või üliõpilane. Meedia valdkonnas töötab 2% vastajatest. Kõige vähem töötab energeetika, õigusteenuste, korrakaitse, merenduse, sotsiaaltöö ja turismivaldkondades – 1% igas valdkonnas ning 2% vastanutest ei tööta üldse. Nende valdkondade puhul on esindatud erinevad maakonnad üle Eesti ning ühte kindlat tendentsi esile tuua ei saa.

Esimene küsimuste plokk sisaldas küsimusi, mis uurisid, millal ja kus suvehiidlased Hiiumaal viibivad ning millisel eesmärgil Hiiumaale tulla. Esimese küsimuse puhul sai valida ka mitu vastusevarianti. Antud küsimuse vastuste kogusummaks oli 316. Enamasti viibitakse Hiiumaal puhkuste ajal – 49% vastanutest, kellest 58% elab alaliselt Tallinnas ja 22 % Harju maakonnas. Tartu maakonnas elab 4% ja 3% vastajatest elab nii

välismaal kui ka Pärnus. Muude maakondade puhul on vastajate arv marginaalne. Vastanutest 33% viibib Hiiumaal nädalavahetustel ning nendest 62% elab Tallinnas ning 24% Harju maakonnas. Tähelepanuväärne on ka see, et nädalavahetustel viibivatest suvehiidlastest elab 3% vastajatest nii Rapla kui ka Lääne maakonnas. Sellest saab järeldada, et nädalavahetuseks tulevad Hiiumaale pigem need suvehiidlased, kelle põhiline elukoht on Hiiumaale lähemal. Muude maakondade puhul on vastajate arv marginaalne.

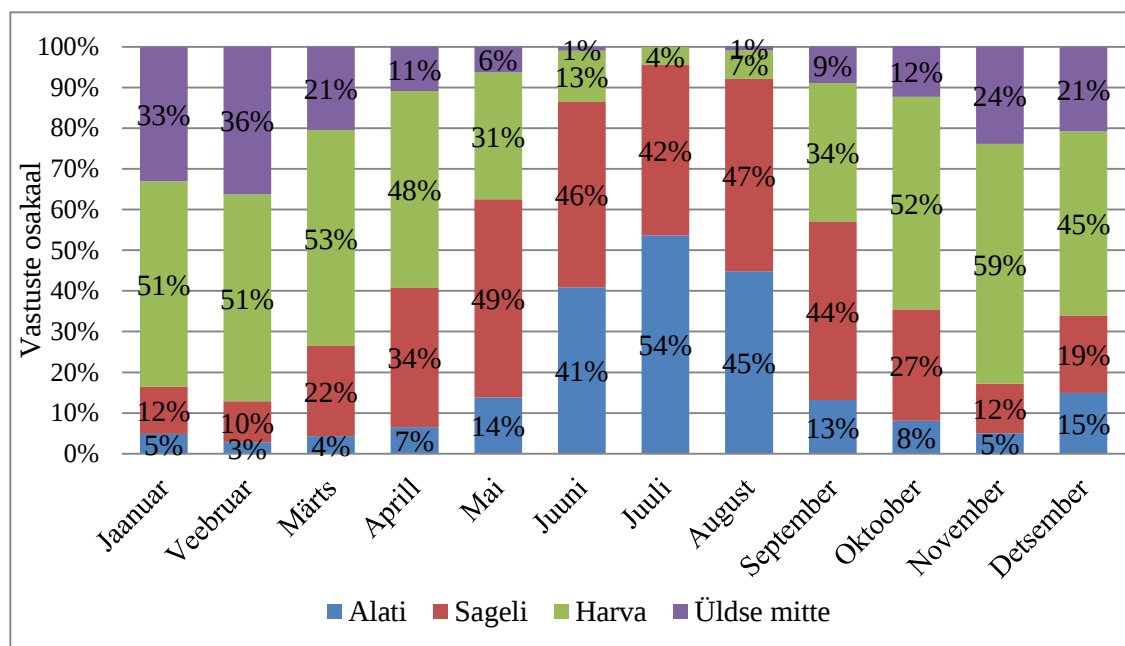
Vastajatest 18% on märkinud, et viibivad Hiiumaal muul ajal kui nädalavahetustel või puhkuste ajal. Muu all on välja toodud, et 44% vastajatest viibib sihtkohas igal vabal hetkel, kui ajaline graafik seda võimaldab. Vastanutest 33% viibib Hiiumaal enamasti suvel. Võrdsest 9% on märgitud mõlemal juhul – Hiiumaal viibitakse pühade ajal ning iga kuu vähemalt ühe korra ja 5% on välja toonud, et sihtkohas viibitakse koolivaheaegadel. Selle vastusevariandi kohta ei saa kindlat tendentsi maakondade suhtes välja tuua, sest märkimisväärset erinevust ei esinenud.

Teise küsimuse puhul tuli märkida, millises piirkonnas tavapäraselt viibitakse. Vastanutest 44% märkis, et viibib Hiiu vallas. Enamus vastajatest (33%) on vanusevahemikus 36–45, 26–35aastaseid on 23% ning 46–55aastaseid on 20%. Kõige vähem (1%) on vastajaid vanuses üle 65. Käina vallas viibib tavapäraselt 23% vastajatest, kellest kõige suurema osakaaluga (36%) vastajatest on vanusevahemikus 36–45. 26–35aastaseid on 27% ning antud juhul on tähelepanuväärne ka see, et 18–25aastaste vastajate hulk on 23%. Käina vallas on kõige vähem (2%) vastajaid üle 65-aastaseid.

Pühalepa vallas viibib tavapäraselt 17% vastajatest, kellest 35% on vanusevahemikus 26–35 ning 36–45aastaseid on 29%. Kõige vähem (2%) esineb vanusevahemikku 56–64 ning üle 65-aastaseid. Vastajatest 16% on märkinud, et viibib tavapäraselt Emmaste vallas. Nendest 28% on vanusevahemikus 36–45 ning 24% nii 26–35 kui ka 46–55aastaseid. Üle 65-aastaste vastajate arv antud väites puudub.

Järgmises küsimuses tuli vastajatel täpsustada Hiiumaal viibimise aega kuude kaupa (vt joonis 2). Sihtkohas viibitakse alati juunis 41%, juulis 54% ja augustis 45%. Sageli

valiti vastusevariandiks mais 49%, juunis 46%, juulis 42%, augustis 47% ja septembris 44%. Antud protsendihulgad kinnitavad esimese küsimuse vastust, kus toodi välja, et Hiiumaal viibitakse enamasti puhkuste ajal. Sellest võib järeldada, et puhatakse suvekuudel. Samuti on tähelepanuväärne, et ka detsembris viibitakse Hiiumaal – alati 15% ja sageli 19%. Põhjuseks on see, et jõulude ajal saavad inimesed samuti pikemalt puhata.



Joonis 2. Hiiumaal viibimise aeg kuude lõikes, iga tulp n= 200 (autori koostatud)

Harva viibitakse sihtkohas sügisel – oktoobris 52% ja novembris 59%. Talvekuudel on vastusevariandiks harva märgitud jaanuaris ja veebruaris – mõlemas kuus võrdselt 51%. Kevadkuudest viibitakse Hiiumaal kõige harvem (53%) märtsikuus. Veebruarikuus ei viibi Hiiumaal 36% ja jaanuarikuus 33% vastanutest. Juulikuus antud hinnang puudub, millest võib järeldada, et juulikuus viibivad suvehiidlased Hiiumaal kõige rohkem.

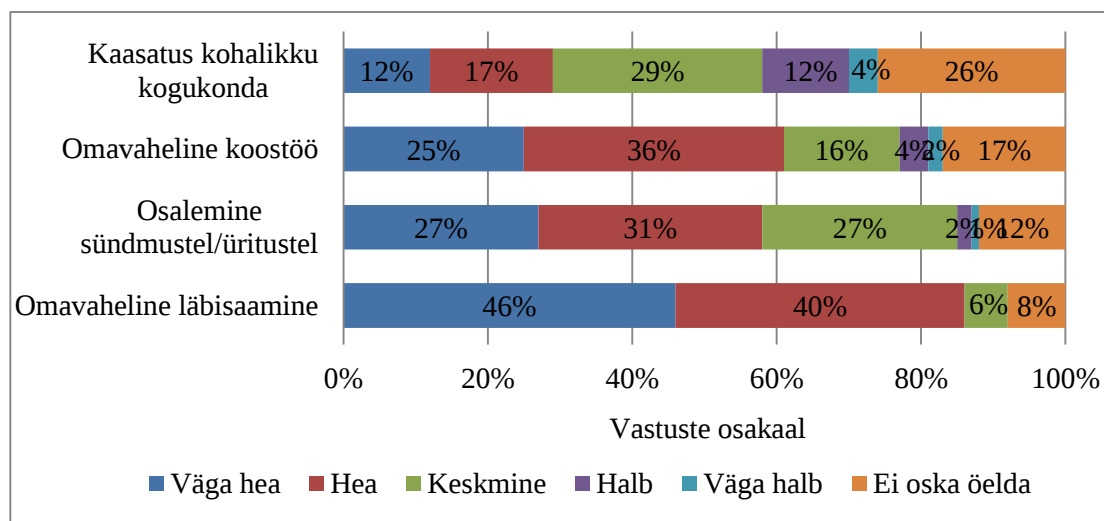
Viimane küsimus antud plokis uuris vastajatelt, millisel eesmärgil Hiiumaal viibitakse. Vastuseks sai märkida mitu varianti ning vastuseid oli kokku 421. Ka antud küsimuse puhul oli kõige suurema osakaaluga vastusevariant puhkuse eesmärgil ehk 44% vastanutest. Kinnisvara eest hoolitseb 20% vastajatest ja 15% saab ühildada töö ja puhkuse (s.t saab teha kaugtööd). Viimase vastusevariandi puhul saab välja tuua, et 45%

vastajatest viibivad tavapäraselt Hiiu vallas ning Käina ning Pühalepa vallas – mõlemal juhul 21%.

Hiiumaal viibib eneseteostuse eesmärgil 10% ning lisatulu teenimise eesmärgil 2% vastanutest. Viimase väite puhul on tähelepanuväärne see, et lisatulu teenimise eesmärgil ei viibi Emmaste vallas mitte ühtegi suvehiidlast. Kõikides teistes valdades on vastajate hulk jagunenud võrdselt. Vastajatest 9% on märkinud, et viibib Hiiumaal muul eesmärgil. Muu all oli välja toodud, et enamasti (62%) külastatakse perekondi, sugulasi, sõpru ja tuttavaid. Vastajatest 26% viibib sihtkohas Hiiumaa enda pärast, 5% külastab sündmusi, 5% käib Hiiumaa ametikoolis ja 2% töötab Hiiumaal. Eesmärkide osas soolise, vanuselise ja alalisest elukohast lähtuvalt märkimisväärseid erinevusi, mida võiks esile tuua, ei esine.

Järgmine küsimuste plokk keskendus suvehiidlaste ja kohalike elanike omavahelisele läbisaamisele. Kõigepealt paluti vastajatel hinnata suvehiidlaste ja kohaliku kogukonna omavahelist suhtlemist *Likert*'i skaala alusel (vt joonis 3). Kõige paremaks peetakse kohalike ning suvehiidlaste omavahelist läbisaamist. Väga hea on vastuseks märkinud 46% ja hea 40% vastajatest, keskmist vastusevarianti esineb 6% ja 8% ei oska öelda. Negatiivseid hinnanguid ei esine. Positiivseks peetakse ka suvehiidlaste osalemist kogukonna sündmustel ja üritustel. Vastajatest peab osalemist heaks 31% ja väga heaks 27%. Keskmiseks peetakse 27%, 12% ei oska öelda, halvaks peab 2% ja väga halvaks 1%.

Omavahelist koostööd peetakse pigem heaks 36% ja väga heaks 25%. Vastanutest 16% peab seda keskmiseks, 4% halvaks ja 2% väga halvaks. Oluline antud küsimuse puhul on see, et 17% ei oska antud väidet kommenteerida. Suvehiidlaste kaasatust kohalikku kogukonda peab keskmiseks 29% vastanutest, heaks 17%, väga heaks 12%, halvaks 12% ja väga halvaks 4%. Ka selle küsimuse puhul on oluline, et 26% vastajaid ei oska kaasatust kohalikku kogukonda üldse hinnata. Samuti on selle väite puhul tähelepanuväärne see, et kaasatust kohalikku kogukonda on 12% vastanutest hinnanud halvaks. Üheski teises küsimuse vastusevariandis ei ole negatiivset hinnangut nii suurel määral esinenud.



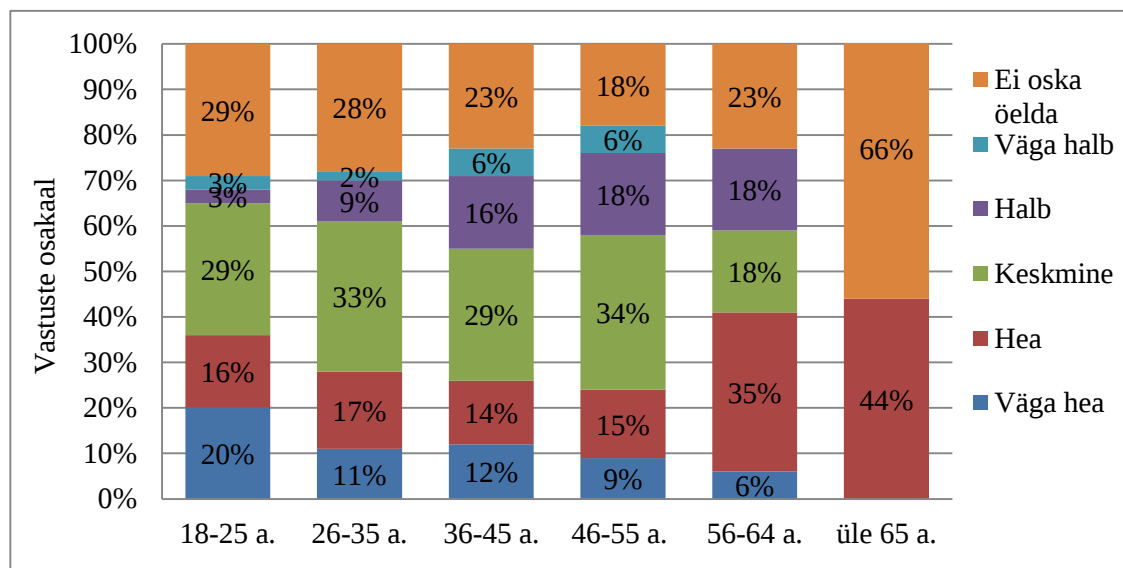
Joonis 3. Suvehiidlaste hinnang omavahelisele suhtlusele kohaliku kogukonnaga, iga tulp n= 200 (autori koostatud)

Viimases lõigus esitatud negatiivsest hinnangust lähtudes, on põhjalikumalt analüüsitud väidet, kus tuli hinnata kaasatust kohalikku kogukonda. Analüüsimisel on lähtutud vanusegruppidest ning nende antud hinnangutest (vt joonis 4). Kaasatust kohalikku kogukonda peab väga heaks 18–25aastaste seas 20%, 36–45aastaste seas 12% ning 26–35aastaste vanusevahemikus 11%. Vanusevahemikus 46–55 esineb antud vastust 9% ja 56–64aastaste seas 6%. Üle 65-aastaste seas antud hinnangut ei esine.

Kaasatust kohalikku kogukonda peab heaks 44% üle 65-aastaste seas ja 35% vanusevahemikus 56–64. Ülejäänud vanusevahemike vahel jaotub antud hinnang suhteliselt võrdselt – 17% 26–35aastaste seas, 16% 18–25aastaste seas, 15% 46–55aastaste seas ning 14% 36–45aastaste seas. Keskmist hinnangut esineb kõige rohkem (34%) 46–55aastaste seas. Vanusevahemik 26–35 peab kaasatust kohalikku kogukonda keskmiseks 33%. Vanusegrupid 18–25 ning 36–45 on antud väidet hinnanud võrdselt 29% mõlemad grupid. Kõige vähem (18%) esineb antud hinnangut 56–64aastaste seas ja hinnang puudub üle 65-aastaste seas.

Halb hinnang on esindatud vanusevahemikes 46–55 ja 56–64 võrdselt 18%. Ka 36–45aastaste seas on 16% hinnanud kaasatust kohalikku kogukonda halvaks. Vastajatest 9% on väidet hinnanud halvaks 26–35aastased ning 3% 18–25aastased. Üle 65-aastaste

seas antud hinnangut ei esine. Kaasatust kohalikku kogukonda peab väga halvaks 36–45 ja 46–54aastased, mõlemal juhul 6%. Vanusevahemik 18–25 on hinnanud antud väidet väga halvaks 3% ja 26–35aastaste seas 2%. Antud hinnangut ei esine 56–64aastaste ja üle 65-aastaste seas.

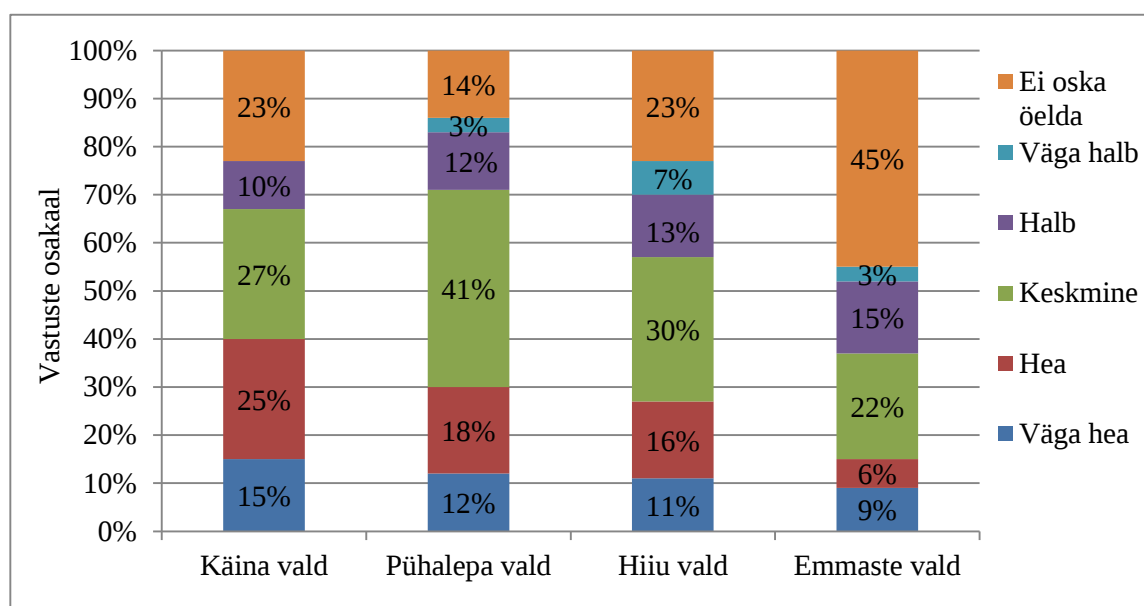


Joonis 4. Suvehiidlaste hinnang kaasatusele kohalikku kogukonda vanusevahemike lõikes, vastuste koguarv n=200 (autori koostatud)

Tähelepanuväärne on ka väide – ei oska öelda. Üle 65-aastase seas esineb antud hinnangut 66%. Vanusevahemikes 18–25 ja 26–35 on antud väidet hinnatud vastavalt 29% ja 28%. Vanusevahemikud 36–45 ja 56–64 ei ole osanud kaasatust kohalikku kogukonda hinnata võrdselt – mõlemad grupid 23%. Kõige vähem (18%) on antud väidet hinnanud 46–55aastased.

Järgnevalt on analüüsitud täpsemalt suvehiidlaste kaasatust kohalikku kogukonda omavalitsuste lõikes (vt joonis 5). Kõige paremaks peetakse suvehiidlaste kaasatust Käina vallas – 15% on märkinud vastuseks väga hea ja 25% hea. Sellele järgneb Pühalepa vald, kus 12% on märkinud väga hea ja 18% hea. Hiiu vallas on hinnatud kaasatust väga heaks 11% ja heaks 16% ning kõige madalamad näitajad on Emmaste vallas, kus väga hea on märgitud 9% ja hea 6%. Keskmiseks (41%) peetakse kaasatust kohalikku kogukonda Pühalepa vallas. Vastanutest 30% märkis kaasatust keskmiseks Hiiu vallas, 27% Käina vallas ja 22% Emmaste vallas.

Suvehiidlaste kaasatust kohalikku kogukonda on märgitud halvaks kõikides omavalitsustes enam-vähem samaväärselt – 15% Emmaste vallas, 13% Hiiu vallas, 12% Pühalepa vallas ning 10% Käina vallas. Väga halvaks peetakse kaasatust Hiiu vallas 7%, Emmaste ja Pühalepa vallas võrdselt 3% ning negatiivne hinnang Käina vallas puudub. Kaasatust kohalikku kogukonda ei oska hinnata 45% Emmaste vallast vastanutest, Käina ja Hiiu vallast võrdselt 23% ning 14% Pühalepa vallast. Seega võib järeldada, et kõige positiivsem on suvehiidlaste kaasatus kohalikku kogukonda Käina vallas.



Joonis 5. Suvehiidlaste hinnang nende kaasatusele kohalikku kogukonda omavalitsuste lõikes, vastuste koguarv n=200 (autori koostatud)

Antud küsimuse lõpus oli soovijatel palutud oma vastuseid põhjendada. Vastajatest 18% leiab, et pigem külastavad erinevaid sündmusi ja üritusi ning 20% toob välja positiivsed kogemused omavahelisel suhtlemisel. Positiivse kommentaarina on lisatud näiteks Hiiumaa koguteose kirjutamine hiidlaste ja suvehiidlaste omavahelise koostööna. Samuti on toodud välja näide, kus Sääre küla suvehiidlaste initsiatiivil on loodud MTÜ, et elustada Suursadama piirkonna elu. Aastal 2015 võeti osa Kohvikutepäeva üritusest ning omavaheline koostöö sujus põliselanike ja suvehiidlaste vahel suurepäraselt.

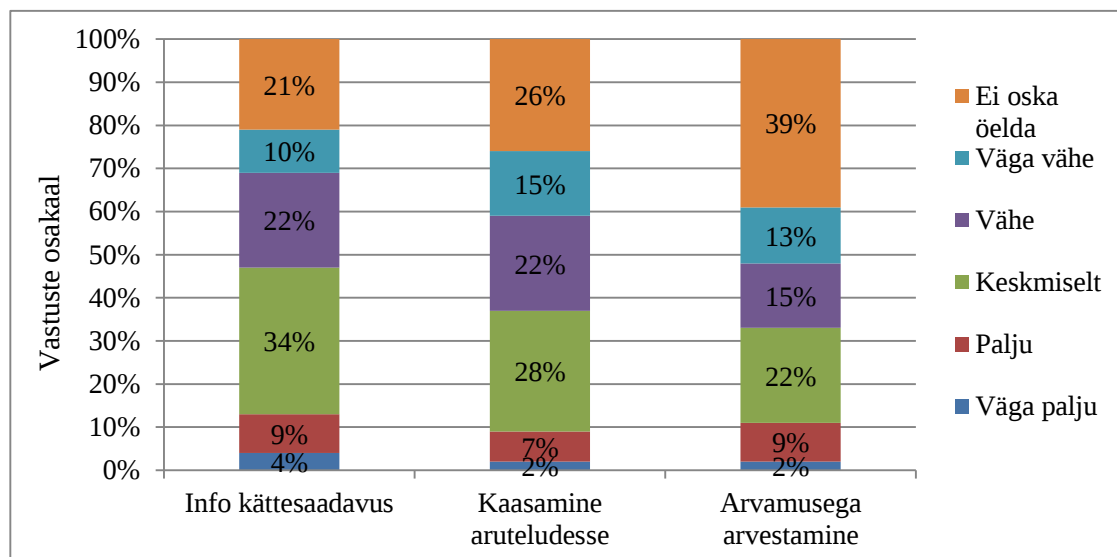
Vastajatest 16% lisab, et kogukonnaga suhtlemiseks ei jätku aega ning 15% toob välja, et suvehiidlasi ei kaasata kohaliku kogukonna tegemistesse ja väite, et põlishiidlane ei kipu abi küsima vaid pigem tegutseb üksi. Vastanutest 13% on oma põhjendustes välja toonud informatsiooninappuse ning selle, et tihti ei teata milles kogukond täpselt abi vajab. Probleeme ei ole kogenud 4% vastajatest, 5% toob omavahelisel suhtlemisel välja halvad kogemused ning 9% ei oska täpsemalt kommenteerida.

Halbadest kogemustest mainiti negatiivset suhtumist uutesse elanikesse piirkonnas ja looduse rikkumist. Peamise ettepanekuna toodi välja, et informatsioon võiks paremini levida. Seega tuleb luua sotsiaalmeedias erinevaid gruppe, et kindla piirkonna inimesed saaksid omavahel rohkem suhelda. Siinkohal on mõeldud iga omavalitsuse kohta eraldiseisvat gruppi. Hetkel *Facebook*'is olevad grupid on pigem suunatud kõikidele suvehiidlastele. Samuti võiks info liikuda ka Hiiu lehe kaudu, erinevate valdade väljaannetes, poeseintel, plakatitel või meili teel. Lisaks tuuakse välja, et rohkem tuleks korraldada ühiseid üritusi, kus kogukond saaks omavahel tutvuda ning leitakse, et ka valdade panus on oluline suvehiidlase ja põlishiidlase omavahelisel efektiivsemal suhtlemisel.

Järgmisena uuriti, kui palju kaasatakse suvehiidlasi sihtkoha arendamisse (vt joonis 6). Palutud oli hinnata sihtkoha arenguga seotud info kättesaadavust, kaasamist aruteludesse ja suvehiidlase arvamusega arvestamist. Info kättesaadavust peab keskmiseks 34% vastajatest, kellest 41% viibib tavapäraselt Hiiu vallas. Vastanutest 21% peab info kättesaadavust väheks ja 10% väga väheks. Mõlemaid hinnanguid on kokku märkinud 46% suvehiidlastest, kes viibivad Hiiu vallas. Kõige vähem (14%) on antud väidet hinnanud Käina vallas viibivad suvehiidlased. Vastanutest 9% peavad info kättesaadavust paljuks ja 4% väga paljuks. Viimasena välja toodud hinnangu puhul on märkimisväärne see, et mitte ükski suvehiidlane, kes viibib Pühalepa vallas, ei ole antud väitega nõustunud. Enamasti ei oska info kättesaadavust hinnata 22% vastajatest, kellest 50% viibib tavapäraselt Hiiu vallas.

Suvehiidlaste kaasamist aruteludesse peetakse keskmiseks 28%, kellest 40% viibivad Hiiu vallas. Vastanutest 23% peab kaasamist aruteludesse väheks ja 15% väga väheks. Antud hinnang on esindatud Hiiu vallas 43% ja 23% negatiivselt hindajatest viibivad

tavapäraselt Pühalepa vallas. Vastanutest 6% arvab, et suvehiidlasi kaasatakse aruteludesse palju ja 2% väga palju. Kaasamist aruteludesse ei oska hinnata 26% vastajatest, mis on suur hulk inimesi. Ka antud väite puhul viibib 47% vastajatest põhiliselt Hiiu vallas.

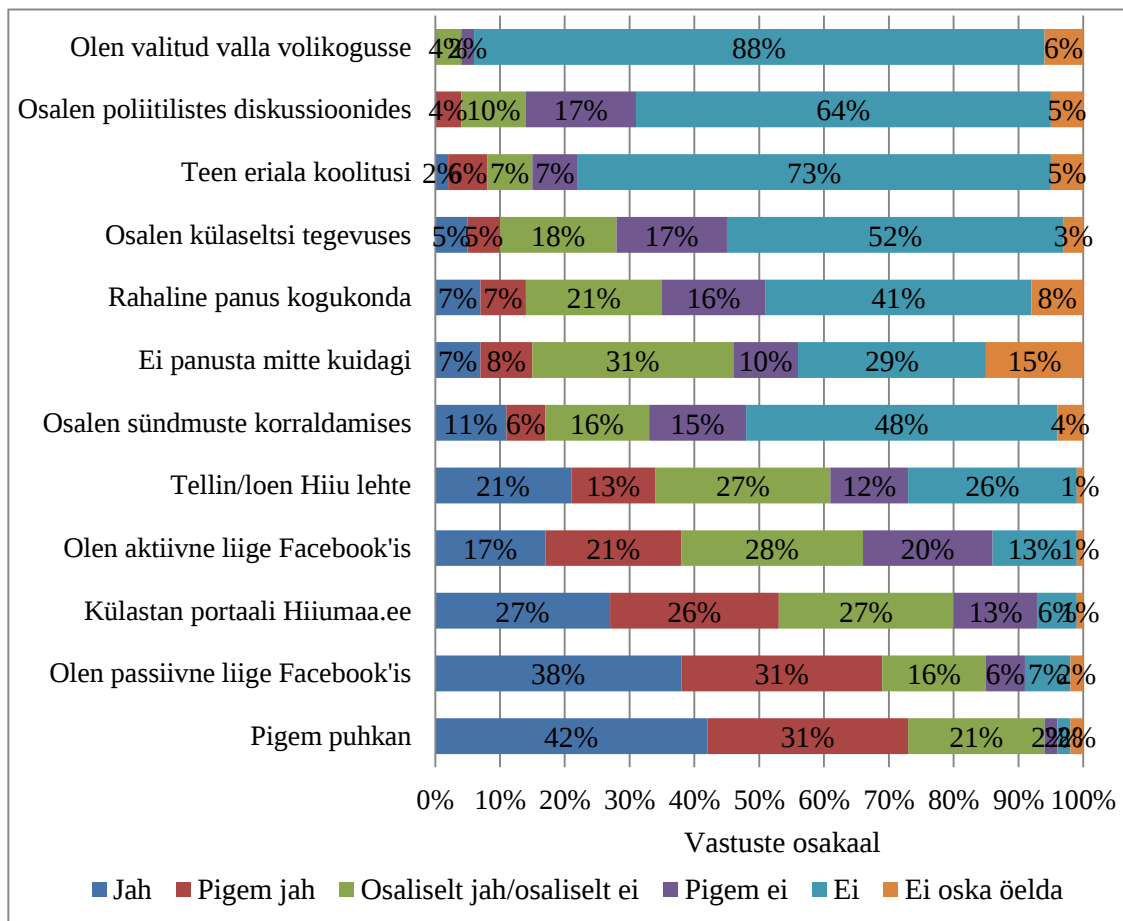


Joonis 6. Suvehiidlaste hinnang nende kaasamisele sihtkoha arendamisse, iga tulp n=200 (autori koostatud)

Viimase väitena küsiti seda kui palju arvestatakse suvehiidlaste arvamusega. Vastajatest 22% arvab, et arvestatakse keskmiselt, 16% leiab, et vähe ning 12% on märkinud vastuseks väga vähe. Antud hinnangu märkijatest viibib Hiiu vallas 45% ning nii Käina kui ka Pühalepa valdades 21%. Vastanutest 9% arvab, et suvehiidlaste arvamusega arvestatakse palju ning 2%, et väga palju. Hinnangud jagunevad valdade vahel suhteliselt võrdselt. Suur hulk (39%) vastajatest on märkinud vastuseks, et ei oska hinnangut anda. Tähelepanuväärne on see, et antud hinnangut esineb kõige rohkem (20%) Emmaste vallas. Muudes tunnustes ei esine märkimisväärsed erinevusi, mida esile tuua.

Antud ploki viimases küsimuses sooviti teada suvehiidlaste endi panust sihtkoha arendamisse (vt joonis 7). Vastajatel on palutud hinnata kahteist väidet *Likert*’i skaala alusel. Juurde on lisatud väide – ei oska öelda. Vastanutest 42% on valinud vastusevariandiks, et pigem puhkab sihtkohas, millele järgnevad vastajad, kellest 38%

on passiivsed liikmed ning 17% on aktiivsed liikmed Facebook'i grupis nimega Hiiumaa Heaks. Vastajatest 27% külastab portaali Hiiumaa.ee ning 21% tellib või loeb Hiiu lehte.

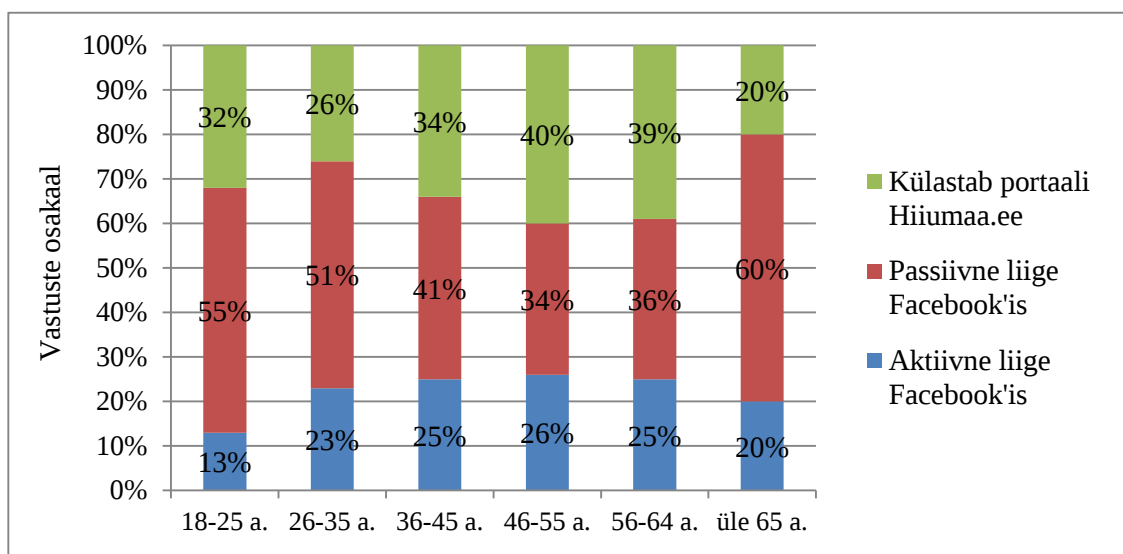


Joonis 7. Suvehiidlaste panustamine sihtkoha arendamisse erinevate tegevuste lõikes, iga tulp n=200 (autori koostatud)

Sündmuste korraldamises osaleb 11%, külaseltsi tegevuses 5% ning 2% teeb oma erialapõhiseid koolitusi. Vastanutest 7% ei panusta mitte kuidagi. Kõige vähem (88%) osaletakse valla volikogu töös. Erialaseid koolitusi ei tee 73% vastanutest, 64% ei osale poliitilistes diskussioonides, 52% ei osale külaseltsi tegevuses ja 48% ei osale sündmuste korraldamises. Vastanutest 41% ei toeta rahaliselt kohalikku investeringut.

Eelmisest küsimusest lähtuvalt on täpsemalt uuritud panustamist sotsiaalmeedia vahendusel (vt joonis 8). Välja on valitud väited – külasthan portaali Hiiumaa.ee, olen

passiivne liige *Facebook*'is ja olen aktiivne liige *Facebook*'is. Arvestatud on jah ning pigem jah hinnanguid. Märkimisväärsed erinevusi esines vanusegruppide lõikes. Kõige rohkem (60%) passiivseid liikmeid *Facebook*'is on üle 65-aastaseid. Seejärel 18–25 vanusevahemikus 55%, 26–35 vanusevahemikus 51% ja 36–45 vanusevahemikus 41%. Kõige vähem passiivseid liikmeid on 56–64 aastaste seas 36% ja 46–55 seas 34%. Kõige aktiivsemad *Facebook*'i liikmed on vanuserühmas 46–55 26% ja võrdselt 36–45 ja 56–64 vanusevahemikes 25%. Seejärel on 26–35 vanusevahemikus 23% ja üle 65-aastaste seas 20%. Kõige vähem (13%) on aktiivseid liikmeid 18–25 vanusevahemikus.



Joonis 8. Suvehiidlaste panustamine sihtkoha arendamisse sotsiaalmeedia vahendusel, vastuste koguarv n=200 (autori koostatud)

Kõige rohkem (40%) loeb portaali Hiiumaa.ee vanusegrupp 46–55. Sellele järgneb vanusevahemik 56–64, kellest külastab portaali 39%. Vastajatest 36–45aastased külastavad 34%, 18–25aastaste vanusegrupp 32% ja vanusevahemik 26–35 loeb portaali Hiiumaa.ee 26%. Kõige vähem (20%) külastab antud portaali vanuserühm üle 65-aastased. Antud tulemustest võib järeldada, et kuuest vanuserühmast viis on pigem passiivsed liikmed *Facebook*'is. Sellel järgneb portaali Hiiumaa.ee külastamine. Aktiivsed liikmeid *Facebook*'is on kõikides vanuserühmades kõige vähem. Ainult üle 65-aastastel on see võrdväärne Hiiumaa.ee portaali külastatavusega.

Järgnevalt on analüüsitud sotsiaalmeedia vahendusel panustajaid maakondade lõikes, kus esines samuti märkimisväärsed erinevusi. Analüüsimisel on arvestatud väiteid – aktiivne liige *Facebook*'is, passiivne liige *Facebook*'is ning portaali Hiiumaa.ee külastamine. Arvestatud on hinnanguid jah ning pigem jah. Kõige rohkem panustavad suvehiidlased, kes on pärit Tallinnast 57% ja Harju maakonnast 19%. Lääne ja Tartu maakondadest panustajaid on võrdselt – mõlemaid maakondi 4%. Alaliselt välismaal elavatest suvehiidlastest panustab sotsiaalmeedia vahendusel 3%. Pärnu, Ida-Viru ja Järva maakondadest on sotsiaalmeedia vahendusel panustajaid igast maakonnast 2%. Muude maakondade puhul on vastajate arv marginaalne. Tallinnast panustajaid jagunevad 45% passiivseteks liikmeteks *Facebook*'is, 34% loeb portaali Hiiumaa.ee ning 21% räägivad *Facebook*'i gruppides aktiivselt kaasa. Harju maakonnast oli vastajaid 56. Nende hulgast passiivseid liikmeid *Facebook*'is on 25 inimest, 17 inimest loeb portaali Hiiumaa.ee ning 14 vastajat on *Facebook*'is aktiivsed liikmed.

Antud küsimuse lõpus said soovijad oma panustamise põhjuseid ja vastuseid täiendada. Põhjendamise ei olnud kohustuslik. Vastajaid oli 55. Panustamise kohta tõi 14 vastajat, kellest 12 olid naised ning viis neist elavad Tallinnas, eraldi välja selle, et tarbitakse võimalikult palju kohalikke teenuseid ja tooteid. Söögi- ja tarbekaupu ostetakse võimalusel Hiiumaalt. Samuti kasutatakse erinevaid iluteenuseid pigem Hiiumaal, kui oma alalises elukohas. Vastajatest 13 inimest, kellest kümme elavad alaliselt Tallinnas, osalevad erinevates projektides. Näiteks korraldatakse luuleõhtuid või võetakse osa aktsioonist „Teeme ära!“. Küsitlusele vastajatest turundavad kümme inimest Hiiumaad tuttavatele, sõpradele ja sugulastele, et Hiiumaa külastatavus oleks veelgi suurem ning sihtkohta külastavad inimesed jätaksid Hiiumaale võimalikult palju raha. Turundajatest olid kõikidest vastajatest kaheksa naised ning kolm neist pärit välismaalt.

Vastajatest viis, kellest kõik olid naised, märkisid vastuseks, et sissekirjutus on Hiiumaal ning maksud laekuvad sihtkohta, neli inimest panustavad sihtkohta pigem oma kohalolekuga, kolm inimest hoiavad korras oma kinnisvara ning üks inimene tõi välja looduse hoidmise. Vastajatest viis, kellest üks oli ka välismaalane, panustaksid veelgi rohkem, kui teaks täpselt mismoodi ning mil viisil seda kõige rohkem vaja oleks. Antud põhjendustest võib teha järelduse, et muudmoodi panustajatest on enamus naised,

kelle vastuseid oli kokku 46 ning 22 neist elab alaliselt Tallinnas. Samuti on kaheksa Harju maakonnast pärit naist sihtkohta pigem panustanud muudmoodi. Lisaks tuleb märkida, et ka välismaalased tunnevad muudmoodi panustamise kohta huvi, sest kõikidest vastajatest on viis pärit välismaalt.

Järgmine küsimuste plokk keskendus suvehiidlaste osalemisele turismiettevõtluses. Antud uuringu osa eesmärk oli teada saada kui suur hulk valimi moodustunud inimestest osaleb turismiettevõtluses. Vastanutest 94% ei osale turismiettevõtluses mitte mingil määral. Kahesajast vastajast on jaatavaks vastuseks märkinud 6% vastajatest, millest võib teha järelduse, et suvehiidlane ei osale Hiiumaa turismiettevõtluses.

Turismiettevõtluses osalevatest vastajatest on 7 naist ja 4 meest. Naissoost vastajatest on kolm vanusevahemikus 36–45 ja kaks vanuserühmas 18–25. 26–45 ja 46–55 vanusevahemikku jääb kumbagi üks vastaja. Meessoost vastajatest on kolm 36–45 aastased ja vanusevahemikes 26–35 ning 56–64 on kummaski üks vastaja. Kõikidest vastajatest kaheksa põhiline elukoht asub Tallinnas. Harju, Viljandi ja Valga maakonnas – kõigis kolmes maakonnas elab alaliselt üks vastaja. Naiste tegevusaladeks on haridus, meedia, tööstus, finantsvaldkond, kalandus ning üks vastaja jättis vastamata. Mehed töötavad põhiliselt kinnisvara, meedia, tõlketeenuste ja logistika/kaubanduse valdkondades.

Järgmises küsimuses uuriti, millises valdkonnas suvehiidlased tegutsevad. Kõige enam tegutsevad majutuse valdkonnas – neli inimest kõikidest vastanutest ning kõige vähem toitlustuse ja vabaaja teenuste valdkondades – kummaski üks vastaja. Samuti töötab üks inimene ka majutuse ja toitlustuse valdkonnas ning üks majutuse ja vabaaja teenuste valdkonnas. Majutuse ja toitlustuse valdkonnas töötab kaks inimest. Vastuseks „muu“ on märkinud üks inimene, täpsustades, et tegeleb turundusvaldkonnas.

Tähelepanuväärne on see, et pooled majutuse valdkonnas töötavatest vastajatest on naised ja pooled mehed ning majutuse ja toitlustuse valdkonnas töötavad ainult naised. Küsimusele kui kaua on turismiettevõtluse valdkonnas tegutsenud, vastas viis inimest kuni 5 aastat, neli inimest vastas 6 kuni 10 aastat ning kaks vastajat märkisid vastuseks rohkem kui 20 aastat.

Järgnevalt oli soov teada, mis ajendab turismiettevõtlusega tegelema. Vastajatest viis tõi välja saare olemuse ehk sihtkoha väärtuse, puhta looduse ja mere olemasolu ning kaks vastajat saab teenida ettevõtlusega lisaraha. Mõlemale küsimusele vastajad on pärit Tallinnast. Samuti toodi välja hea kogukond, missioonitunne ning madal konkurentsitas – igat varianti üks inimene. Küsimusele on jätnud vastamata üks inimene.

Kahes järgmises küsimuses paluti välja tuua turismiettevõtlusega tegelemise eelised ja puudused. Vastata paluti kõikidel küsitletavatel – ka neil, kes turismiettevõtluses ei osale. Vastajaid oli kokku 200. Eelistest toodi kõige rohkem välja loodust ja merd 22%. Vastajatest 17% leidis, et Hiiumaa eelisteks on rahu, vaikus, eraldatus ja puutumatus. Oluline oli ka antud põhjenduste puhul see, et Hiiumaa ei ole nii tuntud ning „äraleierdatud“ nagu Saaremaa. Vastanutest 14% tõi välja Hiiumaa kui saare. Eelistena toodi välja märksõnad unikaalne, eksootika, omapärane 12%. Ka kohalikke väärtusi mainiti 12%, sh toodi välja kohalikku kogukonda, majutust, toitlustust ja kultuurisündmusi. Suvist hooaega hinnati eeliseks 5% ning kasvavat huvi saare vastu samuti 5%. Vähest konkurentsi mainiti 3%. Samuti pidas 3% eeliseid olematuks ning sama palju ei osanud eeliseid öelda.

Puudustest toodi kõige enam välja halba praamiliiklust 26% ning hooajalisust 25%. Vastajatest 8% leiab, et olematud või halvad tugiteenused pärsivad turismiettevõtluse arendamist. Samuti 8% leiab, et turistide ja ettevõtjate vähene huvi turismiettevõtluse vastu on üheks puuduseks. Vastanutest 6% arvab, et Hiiumaale tehakse vähest turundust ja 5% leiab, et Hiiumaal on kallimad kaubad, teenused, tooted, tarne ning kinnisvara kui mujal Eestis, mis mõjutab turismiettevõtlust negatiivselt. Hiiumaa kaugust mandrist peab puuduseks 4%.

Võrdselt 2% on mainitud kõiki järgnevaid puudusi: kohaliku omavalitsuse passiivsust, kohalikku transporti, halba teenindust, konkurentsi, saare ühekülgisust, rahaliste võimaluste ja kvaliteetse tööjõu puudumist. Halva teeninduse all on toodud ka näide, milles 20ndal augustil 2015 sooviti minna toitlustuskohta einestama, kuid antud ettevõtte oli selleks hooajaks oma ukse juba sulgenud. Olenemata sellest, et ilusaid ilmasid oli veel ka septembris ja oktoobris mil oleks võinud kliente vastu võtta.

Puuduseks peetakse ka ebapiisavat koostööd ja väljarännet – mõlemat 1%. Vastajatest 2% ei oska puudusi välja tuua.

Ettepanekutena toodi enamasti välja parema transpordiühenduse organiseerimise 21%. Vastajatest 17% leiab, et parem omavaheline suhtlemine, koostöö ja informeeritus aitab parendada turismiettevõtluse arendamist ja 9% arvab, et regionaalpoliitikat tuleb muuta vastavalt puudustele. Ühe näitena on välja toodud turismimaks. Küsitletavad arvavad veel, et nii kohalikel kui ka suvehiidlastel tuleb muuta oma suhtumist ning olla aktiivsemad ja samuti on oluline teha paremat ja efektiivsemat turundust – mõlemat varianti toob välja 8% vastanutest.

Vastanutest 5% leiab, et tuleb rohkem investeerida erinevatesse tugiteenustesse ja 4% pakub, et oluline samm on vähendada hooajalisust. Positiivse näitena on välja toodud projekt nimega Rannatee ning arvatakse, et taolise idee kasutamine Hiiumaal võiks arendada turismiettevõtlust edukalt. Vastajatest 2% arvab, et ostujõudu on juurde vaja ning samuti 2% leiab, et hinnad peaksid Hiiumaal olema madalamad, mis võimaldaks turismiettevõtlusega tegeleda. Vastanutest 6% arvab, et ei tule teha mitte midagi turismiettevõtlusega tegelemise parendamiseks ning 18% vastajatest ei osanud midagi välja tuua.

Uurimisküsimusest lähtuvalt ei osale 94% suvehiidlastest turismiettevõtluses. Samuti on suvehiidlaste kaasatus kohalikku kogukonda ja sihtkoha arendamisse madal. Kaasatust kohalikku kogukonda hindasid negatiivselt enamasti vastajad vanuses 36–55, kes viibivad tavapäraselt Hiiu, Emmaste või Pühalepa vallas. Sihtkoha arendamise puhul peetakse info kättesaadavust ja kaasamist aruteludesse väheks enamasti Hiiu ja Pühalepa vallas. Kõige enam panustavad suvehiidlased sihtkoha arendamisse sotsiaalmeedia vahendusel vanuses 26–64 ning kes alaliselt elavad Tallinnas.

3. JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD

Antud peatükis on välja toodud uuringu tulemuste analüüsimise põhjal tehtud kokkuvõte. Samuti on analüüsi kokkuvõttele tuginedes tehtud järeldused, mille põhjal on koostatud ettepanekud suvehiidlaste paremaks kaasamiseks kohalikku kogukonda, sihtkoha arendamisse ja turismiettevõtlusesse. Nii järelduste kui ka ettepanekute puhul on arvestatud esimeses peatükis kirjeldatud teooriat ning ka suvehiidlaste endi ettepanekuid.

Uuringust selgus, et enamus suvehiidlasi on naissoost ning pärit Tallinnast. Nende vanus jääb vahemikku 26–45. Peamiselt töötavad suvehiidlased hariduse ja teaduse ning kultuuri ja meelelahutuse valdkondades. Enamasti viibitakse Hiiu valla piirkonnas. Hiltuneni ja Rehuneni (2014, lk 2) sõnul kirjeldab ajutisi residentide mobiilne rutiin, mis põhineb sagedasell liikumisel linnapiirkonnast maapiirkonda. Seetõttu viibitakse Hiiumaal kõige sagedamini puhkuste ja nädalavahetuste ajal. Kõige aktiivsem periood, mil Hiiumaal viibitakse, on maist kuni septembrini ning ka detsembris. Viimase puhul võib järeldada, et puhatakse ka talvisel perioodil.

Hiiumaal viibimise eesmärk on enamasti puhkus. Samuti hoolitsetakse kinnisvara eest. Suvehiidlastel on võimalik teha ka kaugtööd ehk ühildada töö ja puhkus. Kaugtöö tegemise võimalikkust on maininud ka Rye (2015, viidatud Bachke & Rye, 2011 vahendusel) kes leiab, et sotsiaalse aktiivsuse puhul on ruumi olemasolu muutunud vähem tähtsaks teguriks. Inimene võib viibida metsamajakeses ja olla siiski ühenduses sotsiaaleluga. Näitena võib tuua töökoha, mis ei pea ilmtingimata asuma kontoris vaid tööd võib teha ka oma suvekodus.

Küsimuste plokis, kus tuli hinnata suvehiidlaste ja kohalike elanike omavahelist suhtlemist, oli kõige positiivsemaks näitajaks suvehiidlaste ja kohalike elanike

omavaheline läbisaamine ning suvehiidlaste osalemine kohalikel üritustel ja sündmustel. K. Sarapuu (suuline vestlus, 20.05.2015) tõi intervjuus välja, et suvehiidlastel on võimalus kohaliku kogukonnaga suhelda erinevate ürituste ja sündmuste raames. Seega positiivne näitaja annab aimdust, et kohalike sündmuste külastamine on tõusujoones. Lisaks sündmuste külastamisele peetakse ka omavahelist koostööd positiivseks, kuid antud väite puhul on oluline, et veerand vastajatest ei oska seda väidet hinnata, mis näitab, et nendel konkreetsetel vastajatel puuduvad kogemused omavahelise koostööga.

Kõige negatiivsema tulemuse on saanud suvehiidlaste kaasatus kohalikku kogukonda. Rye (2015, lk 175) leiab, et ajutiste residentide kaasamine kohaliku kogukonna tegemistesse on oluline. Kõige negatiivsemalt on antud väidet hinnanud 36–55aastased. Kõige halvema hinnangu on andnud suvehiidlased, kes viibivad Hiiu, Pühalepa ja Emmaste vallas. Antud väite puhul on oluline, et veerand vastajatest ei oska hinnangut anda ning Emmaste valla puhul on tähelepanuväärne see, et pooled vastajatest ei oska antud väidet hinnata. Sellest võib järeldada, et suvehiidlastel puuduvad enamasti kogemused kaasatusega kohalikku kogukonda.

Kaasatust kohalikku kogukonda on vastajatel palutud ka põhjendada ning enamasti on väljatoodud informatsiooninappus ja tõsiasi, et kohalik elanik ei küsi abi. Sageli ei olda teadlikud, mismoodi on võimalik kohalikku kogukonda panustada. Vähem on mainitud ka seda, et omavahelisel suhtlemisel on tekkinud negatiivsed kogemused. Halbadest kogemustest mainiti negatiivset suhtumist uutesse elanikesse piirkonnas ja looduse rikkumist.

Järgnevalt paluti hinnata suvehiidlaste kaasatust sihtkoha arendamisse. Väidete puhul – info kättesaadavus, kaasamine aruteludesse ja arvamusega arvestamine – on hinnangutest üle 50% negatiivsed või ei osatud antud väidet hinnata. Sihtkoha arendamise puhul peetakse info kättesaadavust ja kaasamist aruteludesse väheks enamasti Hiiu ja Pühalepa vallas. Antud tulemusi võib seostada Mülleri (2010, lk 201) uuringuga, kus üheks suurimaks probleemiks peetakse avalike arutelude puudumist ajutiste residentide seas. See aga tingib igal ajutisel residendil oma isikliku ettekujutuse maakoha tähtsusest, mis omakorda raskendab kaasatust kohalikku kogukonda.

Kõige enam panustatakse sihtkoha arendamisse sotsiaalmeedia vahendusel vanuses 26–64 ning kes alaliselt elavad kas Tallinnas või Harju maakonnas. Antud küsimuse lõpus said soovijad oma panustamise põhjuseid ja vastuseid täiendada. Panustamise kohta tõi 14 vastajat, kellest 12 olid naised ning viis neist elavad Tallinnas, eraldi välja selle, et tarbitakse võimalikult palju kohalikke teenuseid ja tooteid. Siinkohal saab tuua seose Hall'i (2015, lk 5) uuringuga, kus tuuakse välja, et ajutised residendid ei kasuta turistidele mõeldud teenuseid, ent kontakteeruvad kohalikega sellistel teemadel nagu ehitusvõimalused, infrastruktuuri arendamine, igapäevane poes käimine või muud sellist.

Vastustena on välja toodud ka seda, et vastajate sissekirjutus on Hiiumaal ning maksud laekuvad sihtkohta. Sellega seoses rõhutab Rye (2015, lk 168) tekkinud probleemi, kus teise kodu omamise fenomen esitab väljakutse omavalitsuste poliitikale. Seda eeldusel, et inimene, kes elab kahes kohas, on elukohaks märkinud ainult ühe neist. Oluliste näidetena võib siinkohal mainida maksude maksmist, valimistel hääletamist ja heaolu keskkonna loomist sihtkohas.

Antud küsimuse puhul mainiti ka seda, et ilmselt oleksid vastajad nõus veelgi rohkem panustama, kui oleks teada täpselt mismoodi ning mil viisil seda kõige rohkem vaja oleks. Puudusena võib siinkohal tuua taaskord välja vähese informatsiooni liikuvuse. Hamzah ja Nair (2015, lk 431) toovad oma uuringus välja, et panustamisel sihtkoha arendamisse on oluline roll kohalikul kogukonnal põhineval turismil ehk CBT-l (selgitatud lk 11). Antud terminit võib pidada kogukonna arengu tööriistaks, mis aitab tugevdada maapiirkondi, kindlustades kohaliku kogukonna osalemise. CBT võib omavahel ühendada neid, kes soovivad sihtkohta rohkem panustada.

Kaasamisel kohalikku kogukonda ja sihtkoha arendamisse, on vastajad peamise ettepanekuna maininud paremat informatsiooni levitamist. Seetõttu tuleks luua rohkem erinevaid gruppe sotsiaalmeedias eesmärgiga, et kindla piirkonna inimesed saaksid omavahel intensiivsemalt suhelda. Siinkohal on mõeldud iga omavalitsuse kohta eraldiseisvat gruppi, kuid eeldusel, et igas grupis liigub ka üleüldine informatsioon Hiiumaa kohta. Hetkel *Facebook*'is olevad grupid on pigem suunatud kõikidele suvehiidlastele üle Hiiumaa. Antud juhul tuleb arvestada ka suvehiidlastega, kes

sotsiaalmeediat nii suurel määral ei kasuta. See aga tähendab, et informatsiooni tuleb kajastada ka Hiiu lehes, erinevate valdade väljaannetes, poeseintel ja plakatitel. Suvehiidlased on välja toonud ka info liikuvuse meili teel, mis oleks neile kõige kiirem ja mugavam variant.

Vastajad mainivad ka seda, et tuleb rohkem korraldada ühiseid üritusi, kus kogukond saaks omavahel tutvuda. Seetõttu tuleks sündmusi korraldada nii igas vallas eraldi kui ka Hiiumaal ühiselt. Märksõnadena võiks siinkohal kasutada suvehiidlaste kaasatust kohaliku kogukonna tegemistesse. Sündmusteks võivad olla külapäevad või kogukonnapäevad, ühised jaanipäevad, jõulupidude pidamine või muud sellist. Tähtis on siinkohal valida sündmusi, mis kogukonda liidaks ning annaks võimaluse luua uusi kontakte, mis tingib omakorda selle, et kui vajatakse teatud valdkondades abi, siis seda saab üksteise käest küsida. Lisaks on oluline viia läbi ka arutelusid ja seminare, et erinevad turismiasjalised saaksid avaldada oma arvamust sihtkoha arendamise kohta või pakkuda uusi ideid, kuidas oleks võimalik näiteks hooajalisust vähendada.

Vastajad toovad ettepanekuna esile ka omavalitsuste intensiivsemat panust suvehiidlase ja põlishiidlase omavahelise efektiivsema suhtlemise korraldamisel. Põhjendustes on välja toodud ka valdade efektiivsem panus lõimumisprotsessi läbiviimisel. Messerli (2011, lk 336) rõhutab seda, et kõikide turismiasjaliste koostöö on oluline, et kindlustada maapiirkondade turismi arengu jätkusuutlikkust. Seega oleksid info parema liikuvuse teostajateks ja vastutajateks iga piirkonna omavalitsused, mis annaks valdadele parema ülevaate suvehiidlaste olemasolust, statistikast ning nende käitumismustritest. Kohaliku omavalitsuse ja MTÜ Hiidlaste Koostöökoja ülesannete hulka võiks kuuluda ka eelnevalt mainitud sündmuste korraldamine.

Eeldusel, et igas piirkonnas on korraldatud kohtumine suvehiidlaste ja kohalike vahel, mille käigus on inimesed saanud omavahel tutvuda, võiks viia läbi erinevaid töötube Hiiumaa kitsaskohtade väljaselgitamiseks. Töötubade läbiviimise käigus selgub, kuidas saaks luua uusi ja huvitavaid tooteid või teenuseid, kaasates nii suvehiidlasi kui ka kohalikke turismiettevõtlusesse, sh vähendades hooajalisust ning pikendades turismihoaja kestvust. Antud kitsaskohtade vähendamiseks loodud projektid tuleks ellu viia näiteks ajavahemikul veebruarist septembrini, et saaks hinnata loodud toodete ja

teenuste edukust ka hooajavälisel ajal. Peale seda oleks võimalik teha toodete või teenuste elluviimisel parendusi, kaasates nii kohalikku kogukonda, omavalitsusi kui muid organisatsioone.

Uuringu teine osa keskendus suvehiidlaste osalemisele turismiettevõtluses. Eesmärk oli teada saada kui suur hulk valimi moodustunud inimestest osaleb turismiettevõtluses. 94% vastanutest ei osale turismiettevõtluses mitte mingil määral. 6% vastajatest, kes osalevad, on seitse naist ja neli meest, nendest kaheksa vastaja alaline elukoht asub Tallinnas. Küsimusele, mis ajendab turismiettevõtlusega tegelema, märkisid pooled vastajad, et saare olemus ehk sihtkoha väärtus, puhas loodus ja mere olemasolu. Mõned vastajad, kes alaliselt elavad Tallinnas, saavad teenida ettevõtlusega lisaraha. Samuti toodi välja head kogukonda, missioonitunnet ning madalat konkurentsitaset. Küsimusele kui kaua on turismiettevõtluse valdkonnas tegutsenud, märkisid pooled vastajad kuni 5 aastat, kolmandik vastas 6 kuni 10 aastat ning paar vastajat märkisid vastuseks rohkem kui 20 aastat. Kõige enam tegutsevad suvehiidlased majutuse valdkonnas ning kõige vähem toitlustuse ja vabaaja teenuste valdkondades.

Moscardo (2014, lk 360) peab väljastpoolt kogukonda saabuvaid ettevõtjaid oluliseks turismiasjaliste grupiks, kes väärtustavad sihtkoha arenemist. Antud teooriast lähtudes võib pidada turismiettevõtjaid maapiirkonnas olulisteks, sest nad toovad sihtkohta uusi ideid, oskusi ja seoseid. Turismiettevõtjate analüüsimisel selgus, et Hiiumaal on pooled vastajatest tegutsenud suhteliselt pikka aega, millest saab järeldada, et loodud unikaalne idee aitab arendada sihtkohta ning antud toote või teenuse pakkumine toimib.

Turismiettevõtlusega tegelemise eeliseid ja puudusi paluti välja tuua kõikidel küsitletavatel – ka neil, kes turismiettevõtluses ei osale. Eelistest toodi peamiselt välja loodust ja merd. Oluliste eelistena mainita ka rahu, vaikust, eraldatust, puutumatus ning Hiiumaad kui saart. Märksõnadena kasutati veel unikaalne, eksootiline ja omapärane. Kohalikest väärtustest toodi välja kohalikku kogukonda, majutust, toitlustust ja kultuurisündmusi. Vähemtähtsateks eelisteks peeti suvist hooaega, kasvavat huvi saare vastu ja vähest konkurentsi. Esimese nelja eelise puhul saab järeldada, et Hiiumaa kui saar ise on kõige suurem eelis turismiettevõtluses. Ka kohalike väärtuste välja toomine

annab aimdust, et Hiiumaal kui sihtkohal on pakkuda mitmekülgseid ja atraktiivseid tooteid ja teenuseid. Ettevõtjate jaoks võib eeliseks pidada vähest konkurentsi.

Puudustest toodi kõige enam välja halba praamiliiklust ning hooajalisust. Samuti pärssivad turismiettevõtluse arendamist olematud või halvad tugiteenused ning turistide ja ettevõtjate vähene huvi turismiettevõtluse vastu. Puudustena tuuakse välja veel, et Hiiumaale tehakse vähest turundust ning Hiiumaal on kallimad kaubad, teenused, tooted, tarne ning kinnisvara kui mujal Eestist. Vähemolulisteks puudusteks peetakse Hiiumaa kaugust mandrist, kohaliku omavalitsuse passiivsust, kohalikku transporti, halba teenindust, konkurentsi, saare ühekülgset, rahaliste võimaluste ja kvaliteetse tööjõu puudumist, ebapiisavat koostööd ja väljarännet.

Antud tulemustest saab järeldada, et Hiiumaal on mitmeid eeliseid, mis aitaksid luua sihtkohal põhinevaid turismitooteid- ja teenuseid, kuid samas ka puudusi mis pärssivad nende arendamist. Benuri ja Bramwelli (2015, lk 213–214) sõnul sõltuvad sihtkohad eelkõige oma esmastest turismitoodetest ja -teenustest (näiteks majutus- ja toitlustusteenus) kui põhilistest võtmeteguritest, mis tingib turistide külastatavuse. Kui võtta arvesse väljatoodud eeliseid, siis on võimalik luua mitmekesisemaid ja kontsentreeritumaid turismitooteid- ja teenuseid, mis aitavad vähendada ühte suurimat puudust Hiiumaal – hooajalisust. Sellise sihtkoha puhul nagu Hiiumaa on võimalik arendada lisaks tavalistele turismitoodetele ka nišiturismi tooteid (näiteks vee- ja ekstreemspordi ning seiklus- ja loodusturismiga seotud sihtkohapõhised tooteid) ning ka siinkohal saab arvesse võtta küsitletavate poolt väljatoodud eeliseid. Lisaks toodetele on vajalikud ka vastastikku toimivad koostöösuhted nagu näiteks kohaliku omavalitsuse panus turismiettevõtluse arendamisse, mis tagab sihtkoha jätkusuutlikkuse ning kohaliku kogukonna kaasatuse.

Peamiste ettepanekutena, mis aitaksid suurendada turismiettevõtlusega tegelemist, töid vastajad välja parema transpordiühenduse organiseerimise ja efektiivsema omavahelise suhtlemise, koostöö ja informeerituse. Vastajad toovad ettepanekuna välja ka regionaalpoliitika muutmise vajaduse vastavalt puudustele. Ettepanekutena tuuakse välja veel kohaliku kogukonna ja suvehiiudlaste suhtumise muutmist, sh mõlema osapoole aktiivsuse suurendamist ning efektiivsemat ja paremat turundust. Samuti

leiavad küsitletavad, et tuleb rohkem investeerida erinevatesse tugiteenustesse, vähendada hooajalisust, suurendada ostujõudu ja madaldada hindu, et oleks võimalik turismiettevõtlusega tegeleda. Neljandik vastajatest ei osanud välja tuua ühtegi ettepanekut.

Antud ettepanekute põhjal saab luua seose Moscardo (2014, lk 367) läbiviidud uuringuga maaturismi arendamise kohta, kus selgus neli soovitus, mida võiks maapiirkonna arendamisel praktiseerida. Esiteks, tuleb luua arengustrateegiad turismiettevõtjatele, mis julgustavad ja motiveerivad turismiettevõtjaid ja -liidreid kogukonda kaasama, mille eest vastutab kohalik omavalitsus. Ettepanekutena võib siinkohal tuua kohaliku kogukonna, sh suvehiidlaste arvamusega arvestamist. Samuti võib kohalik kogukond pakkuda omapoolseid ideid ja mõtteid, mida võiks toodete või teenuste arendamisel arvesse võtta. Lisaks aitab kohaliku kogukonna kaasamine vähendada tööjõupuudumist. Suvehiidlastele annab see aga võimaluse leida sihtkohas kindel töökoht ning kolida Hiiumaale püsielanikuna.

Teiseks tuleb tähelepanu juhtida asjassepühendatud omavalitsuse koostöö olemasolule, mis on seotud turismivaldkonna otsuste tegemisel ja elluviimisel. Näiteks Zhang ja Xiao (2014, lk 219) on oma uuringus mitu korda maininud, et Hiina turismimajanduse näitel võib väita, et Hiina ei ole mitte ühtegi uuringut turismi ega sihtkoha arendamise kohta viinud läbi ilma institutsioonide või valitsuse heakskiiduta. Nende organisatsioonide roll on toetada arengu kasvu ja selle jätkusuutlikkust ning seda tuleb arvestada ka uuringute läbiviimisel. Uuringute kavandamisel ja teostamisel ning analüüsi koostamisel saab koostööd teha ka muude organisatsioonidega, kellel on olemas turismimajandusega seotud kogemused ja teadmised – näiteks ülikoolid või kompetentsikeskused.

Moscardo (2014, lk 367) kolmas soovitus on see, et enne kui hakatakse tegelema turismimajanduse arendamisega, tuleks hinnata turismi arenguga kaasnevaid tegureid ja kogukonna võimekust turismi arendamisel osaleda ning seda juhtida. Siinkohal saab välja tuua näiteks seminarid koos kohaliku kogukonna ja omavalitsuse ning turismiettevõtjatega. Oluline on arvestada kohaliku kogukonna arvamusega, sh ka ajutiste residentide arvamusega turismimajanduse arendamisel. Samuti võivad nad omalt poolt pakkuda välja uusi ja huvitavaid ideid.

Viimase soovitusena juhib Moscardo (2014, lk 367) tähelepanu mugavusmigrantidel ja kosmopoliitsetele elanikele, kes koos kogukonnaga on potentsiaalsed efektiivsed turismiettevõtjad, sest nende kaasamine ja sihtkohas hoidmine on maapiirkondade arendamise seisukohalt oluline aspekt. Kindlustades, et ajutised residendid jääksid sihtkohta ning oleksid nõus selle arendamisse panustama, on oluline arvestada nende iseärasustega. Igal ajutisel residendil on sihtkohaga emotsionaalne side, mis tingib selle kas tulevikus ollakse valmis sihtkohta jääma püsivalt või mitte. Kui ajutised residendid tunnevad sihtkohaga ühtekuuluvustunnet ning seda, et nende arvamusega arvestatakse, siis võivad neist saada potentsiaalsed turismiettevõtjad, kes on nõus sihtkohta arendama ning sinna maksimaalselt panustama.

Antud uuringu põhjal tehtud soovitusi ja ettepanekuid on võimalik ellu viia ka teistes omavalitsustes, kus viibib samuti palju ajutisi residente. Siinkohal on mõeldud neid omavalitsusi, kus elanike arv suureneb just suvel ehk siis suurte linnade lähedal, rannikualadel ja saartel asuvates omavalitsustes. Samas ei saa öelda, et kõik soovitused on üks-ühele rakendatavad ka mujal, sest soovituste tegemine eeldab siiski seda, et eelnevalt on spetsiifilisemat uuritud sihtkohapõhist ja seal viibivate ajutiste residentide käitumise ja kaasatusega seotud informatsiooni.

Elanike arvu suurenemine sellistes piirkondades nõuab kindlasti suuremat tähelepanu omavalitsuste poolt ning seetõttu oleks riigi tasandil oluline välja töötada nn teise kodu omamise poliitika, mis arvestab sesoonse nõudluse eripäradega (sh intensiivsem teenuste kasutamine, transport, tervishoid jms). Samuti on oluline arvestada erinevate turismiasjaliste seisukohtadega, mistõttu tuleks läbi viia sihtkoha arendamisega seotud küsitlusi, seminare ja arutelusid. Erinevate osapoolte kaasamine tingib parema ja efektiivsema omavalitsuse juhtimise ning sihtkoha arendamise.

Piirkondade puhul, kus viibib palju ajutisi residente, võib ettepanekuna välja tuua eelnevalt mainitud maksusüsteemi loomise. Antud juhul tuleb kõikidel regioonidel mõelda sellele, kas maksusüsteemi loomine sihtkohta aitab luua kvaliteetsemaid teenuseid ajutistele elanikele ja tulubaasi omavalitsustele või võib see põhjustada nende vähenemise piirkonnas. Siinkohal on oluline viia läbi erinevad arutelud, et arvestada nii kohaliku kogukonna, sh ajutiste residentide kui ka kohalike omavalitsuse

seisukohtadega. Samuti on oluline, et omavalitsustes, kus rahvaarvu sesoonne varieeruvus on suur, pööratakse suuremat tähelepanu avaliku sektori teenuste planeerimisele. Siinkohal on oluline tagada kvaliteetseid avalikke teenuseid, eelkõige sellistes valdkondades nagu tervishoid, turvalisus, infosüsteemid, transport ning muid teenuseid, sh esmatarbekaubad, meelelahutus jms.

Antud uuringust selgus, et ajutiste residentide kaasatus kohalikku kogukonda, sihtkoha arendamisse ning turismiettevõtlusesse on madal. Lekaota (2015, lk 452) koostatud uuringu andmetel võib väita, et kohalikku kogukonda tuleks kaasata nii otsuste tegemisel kui ka läbiviimisel. Müller (2010, lk 205) on oma uuringus välja toonud seose selle vahel, et kui ajutisi residentide kogukonna liikmetena mitte arvestada, siis võib see tingida nende sihtkohast lahkumise ning rahvaarvu vähenemise. Uuringust lähtuvalt võib väita, et kohaliku kogukonna kaasamine turismisihtkoha arendamisse on oluline. Tähtis on arvestada ka ajutiste residentide arvamusega, kes on kohaliku kogukonna üks osa. Turismiasjaliste omavaheline koostöö tagab positiivsema ja sh efektiivsema turismisihtkoha arengu.

Lõputöö eesmärk sai täidetud. Ajutiste residentide põhjalikumaks hindamiseks sihtkohas on soovitatav viia läbi uuringud kindlate omavalitsuste lõikes ning kaasates lisaks ajutistele residentidele ka kohalik omavalitsus ning kogukond. Antud juhul peaksid suurema tähelepanu all olema nii kohalik omavalitsus kui ka kohalik kogukond. Eelkõige tuleks mõelda sündmuste korraldamisele, mille käigus saab kohalik kogukond suhelda ning seejärel viia läbi töötoad, et uurida kohaliku kogukonna arvamust Hiiumaa kitsaskohtadest. Paremate võimaluste loomine kohaliku kogukonna omavaheliseks suhtlemiseks tingib sihtkoha arendamise ja jätkusuutlikkuse.

KOKKUVÕTE

Sihtkoha arendamisele aitavad kaasa mitmed tegurid, mille tähtsus ja osakaal on erinevad, ent neil kõigil on ühine eesmärk – arendada sihtkohta tervikuna. Kohaliku kogukonna, sh ajutiste residentide roll ja olulisus maapiirkondade arendamisel, on vajalik ja oluline. Lekaota (2015, lk 452) sõnul tuleb kohalikku kogukonda kaasata rohkem ning Messerli (2011, lk 336) rõhutab, et kõikide turismiasjaliste koostöö on oluline. Kui sihtkoha arendamisega seotud nüanssidesse kaasata võimalikult palju turismiasjalisi, siis on võimalik luua atraktiivne ning edukalt toimiv sihtkoht.

Käesolevas lõputöös on keskendutud ajutiste residentide rollile sihtkohas. Mitmed autorid toovad välja ajutiste elanikega seotud probleemid. Rye (2015, lk 168) rõhutab väljakutset omavalitsuste poliitikale, kus inimene, kes elab kahes kohas, on oma elukohaks märkinud ainult ühe neist. Müller (2010, lk 201) aga leiab, et üheks suurimaks probleemiks on avalike arutelude puudumine ajutiste residentide seas. Vastupidiselt eelnevatele autoritele Hoogendoorn ja Visser (2010, lk 547–549) kinnitavad oma uuringus, et pigem annavad uued elanikud piirkonnas positiivse panuse kui negatiivse. Kroken, Logstein, Storstad, ja Villa, (2010 lk 3) kirjeldavad oma uuringus Norra näidet, kus on koostatud spetsiifilisi arengukavu, et veenda ajutisi residentide jääma sihtkohta püsivalt, mis takistaks elanikkonna väljarändamist maapiirkondadest.

Uuringu eesmärk oli välja selgitada, kuidas osalevad ajutised residendid sihtkoha arendamisel ning sellest tulenevalt teha ettepanekuid kohalikule kogukonnale, sh ajutistele residentidele ja MTÜ Hiidlaste Koostöökogule ajutiste residentide paremaks kaasamiseks turismiettevõtluses ja sihtkoha arendamisel. Rye (2015, lk 170) ja Müller (2010, lk 200) peavad ajutiste residentide uurimisel kõige efektiivsemaks uuringu meetodiks küsitlust, millest tulenevalt oli uuringu meetod küsitlus ning töövahendina

kasutati ankeeti. Uuring viidi läbi sotsiaalmeedias perioodil 1.03.2016–18.03.2016. Ankeedi koostamisel tugineti lõputöö teooria osas esitatud uuringutele. Uuringusse valiti inimesi mittejuhusliku valimi alusel, milleks oli sihipärane valim. Valimisse kuulusid suvehiidlased ehk inimesed, kes elavad Hiiumaal ajutiselt ning omavad seal teist majapidamist. Sihipärasest valimist tekkis ka lumepallimeetod.

Uurimisperioodi lõpuks oli ankeedile vastanute hulk 212, millest analüüsimisel kasutati 200 ankeeti. Andmeanalüüsimeetodina kasutati sisuanalüüsi ja statistilist analüüsi. Kõige positiivsemaks näitajaks peeti suvehiidlaste ja kohalike elanike omavahelist läbisaamist ning suvehiidlaste osalemist kohalikel üritustel ja sündmustel. Kõige negatiivsema tulemuse sai suvehiidlaste kaasatus kohalikku kogukonda, mis oli tingitud informatsiooninappusest. Suvehiidlaste kaasatust sihtkoha arendamisse on selliste väidete puhul nagu – info kättesaadavus, kaasamine aruteludesse ja arvamusega arvestamine – hinnatud 50% kas negatiivseks või ei osatud antud väidet hinnata. Kõige enam panustatakse sihtkoha arendamisse sotsiaalmeedia vahendusel.

Peamise ettepanekuna on mainitud paremat informatsiooni levitamist – gruppide loomine sotsiaalmeedias eesmärgiga, et kindla piirkonna inimesed saaksid omavahel intensiivsemalt suhelda. Informatsiooni tuleb kajastada ka Hiiu lehes, erinevate valdade väljaannetes, poeseintel, plakatitel ja meili teel. Lisaks peaks kohalik omavalitsus korraldama rohkem ühiseid üritusi, kus kogukond saaks omavahel tutvuda. Siinkohal on tähtis valida sündmused mis kogukonda liidaks (nt jaanipäevad, jõulupeod vms). Lisaks on oluline viia läbi ka töötube, arutelusid ja seminare, et erinevad turismiasjalised, sh suvehiidlased saaksid avaldada oma arvamust sihtkoha arendamise kohta või pakkuda uusi ideid, kuidas oleks võimalik näiteks hooajalisust vähendada. Oluline on ka valdade panus suvehiidlase ja põlishiidlase suhtlemise lõimumisprotsessi läbiviimisel. Seega oleksid info parema liikuvuse teostajateks ja vastutajateks iga piirkonna omavalitsused ja MTÜ Hiidlaste Koostöökoda.

Uuringu teine osa keskendus suvehiidlaste osalemisele turismiettevõtluses. 94% vastanutest ei osale turismiettevõtluses. Turismiettevõtlusega ajendab enamasti tegelema saare olemus ehk sihtkoha väärtus, puhas loodus ja mere olemasolu. Kõige enam tegutsetakse majutuse valdkonnas ning kõige vähem toitlustuse ja vabaaja

teenuste valdkondades. Turismiettevõtluse valdkonnas on pooled vastajatest tegutsenud kuni 5 aastat ja kolmandik 6 kuni 10 aastat, millest saab järeldada, et loodud unikaalne idee aitab arendada sihtkohta ning antud toote või teenuse pakkumine toimib.

Peamised märksõnad, millega kirjeldati turismiettevõtlusega tegelemise eeliseid: loodus, rahu, unikaalne, hea kohalik kogukond ehk Hiiumaa kui saar. Peamiste puudustena mainiti praamiliiklust, hooajalisust, turistide, ettevõtjate ja kohaliku omavalitsuse vähest huvi. Märksõnadest saab järeldada, et Hiiumaal on mitmeid eeliseid mis aitaksid luua sihtkohal põhinevaid turismitooteid- ja teenuseid, näiteks nišiturismi tooteid, mis aitaksid vähendada ühte suurimat puudust Hiiumaal – hooajalisust. Turismiettevõtluse parendamiseks toodi välja efektiivsem omavaheline koostöö, informeeritus ja hooajalisuse vähendamine. Peamiste ettepanekutena saab välja tuua arengustrateegiate loomise turismiettevõtjatele, mis aitab suurendada kohaliku kogukonna kaasatust sihtkoha arendamisse ning vähendada tööjõupuudumist. Turismi arendamisel tuleb koostööd teha ka muude turismimajandusega seotud organisatsioonidega, sh viia läbi seminare koos kohaliku kogukonna ja omavalitsuse ning turismiettevõtjatega.

Ajutiste residentide kaasamine ja sihtkohas hoidmine on maapiirkondade arendamise seisukohalt oluline aspekt. Kindlustades, et ajutised residendid jääksid sihtkohta ning panustaksid selle arendamisse, on oluline arvestada nende iseärasustega, mis tingib selle kas tulevikus ollakse valmis sihtkohta jääma püsivalt või mitte. Kui ajutised residendid tunnevad sihtkohaga ühtekuuluvustunnet ning seda, et nende arvamusega arvestatakse, siis võivad neist saada potentsiaalsed turismiettevõtjad, kes on nõus sihtkohta arendama ning sinna maksimaalselt panustama. Riigi tasandil on oluline välja töötada nn teise kodu omamise poliitika.

Lõputöö eesmärk ja püstitatud uurimisülesanded said täidetud. Ajutiste residentide põhjalikumaks hindamiseks sihtkohas on soovitatav viia läbi uuringud kindlate omavalitsuste lõikes ning kaasates lisaks ajutistele residentidele ka kohalik omavalitsus ning kogukond. Eelkõige tuleks mõelda sündmuste korraldamisele, mille käigus saab kohalik kogukond suhelda ning seejärel viia läbi töötoad, et uurida kohaliku kogukonna arvamust Hiiumaa kitsaskohtadest.

VIIDATUD ALLIKAD

- Ahas, R., Silm, S. (2013). *Regionaalse pendelrände kordusuuring*. Joonis 1 võetud aadressilt http://kodu.ut.ee/~siiri/Pendelr%E4nde%20kordusuuring_3.pdf
- Åkerlund, U., Hall, M. C., & Lipkina, O. (2015). Second home governance in the EU: in and out of Finland and Malta. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 7(1), 77–97. doi: 10.1080/19407963.2014.933229
- Andereck, K. L., & Nyaupane, G. P. (2011). Exploring the nature of tourism and quality of life perceptions among residents. *Journal of Travel Research*, 50(3), 248–260. doi: 10.1177/0047287510362918
- Benur, M., & Bramwell, B. (2015). Tourism product development and product diversification in destinations. *Tourism Management*, 50, 213–214. doi: 10.1016/j.tourman.2015.02.005
- Butler, R.W. (1980). The concept of a tourist area life cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12. doi: 10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x
- Carr, N., & Walters, T. (2015). Second homes as sites for the consumption of luxury. *Tourism and Hospitality Research*, 15(2), 130–141. <http://dx.doi.org/10.1177/1467358414567800>
- Collins, D., & Kearns, R. (2013). Place attachment and community activism at the coast: The case of Ngunguru, Northland. *New Zealand Geographer*, 69(1), 39–51. doi: 10.1111/nzg.12005
- Collins, D., Kearns, R., & Wildish, B. (2016). At home away from home: visitor accomodation and place attachment. *Annals of Leisure Research*, 19(1), 177–133. doi: 10.1080/11745398.2015.1037324
- Eesti Statistikaamet. (2015). Hiiu maakond. Loetud aadressil <http://www.stat.ee/ppe-44780>

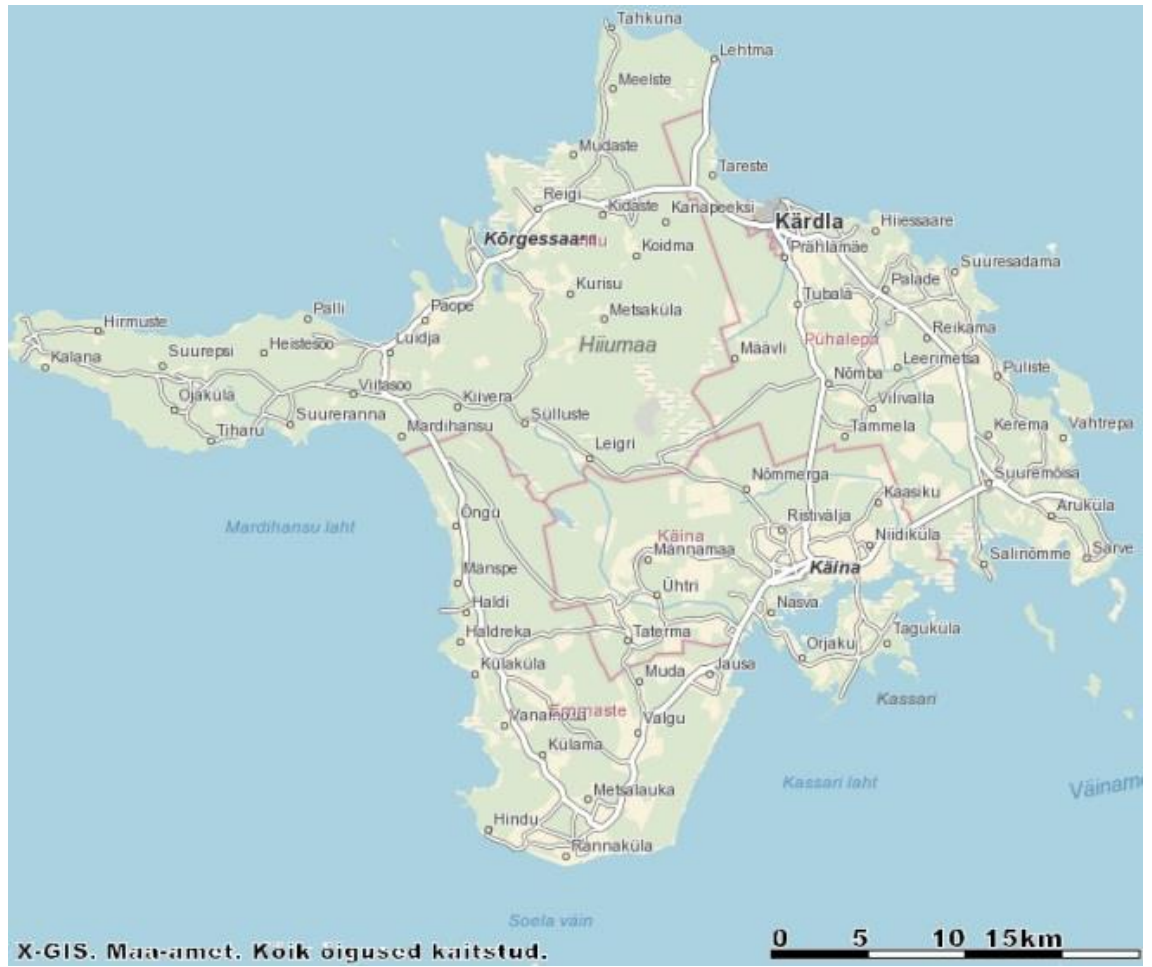
- Farstad, M. (2011). Rural residents' opinions about second home owners' pursuit of own interests in the host community. *Norwegian Journal of Geography*, 65(3), 165–174. doi: 10.1080/00291951.2011.598551
- Flognfeldt, T., Tjørve, E., & Tjørve, K.M.C. (2013). The effects of distance and belonging on second home markets. *Tourism Geographies*, 15(2), 268–291. doi: 10.1080/14616688.2012.726264
- Gallent, N. (2014). The social values of second homes in rural communities. *Housing, Theory & Society*, 31(2), 174–191. doi: 10.1080/14036096.2013.830986
- Halfacree, K. (2012). Heterolocal identities? Counter-urbanisation, second homes, and rural consumption in the era of mobilities. *Population, Space & Place*, 1(2), 209–224. doi: 10.1002/psp.665
- Hall, M. C. (2014). Second Home Tourism: An International Review. *Tourism Review International*, 18(3), 115–135. <http://dx.doi.org/10.3727/154427214X14101901317039>
- Hall, M. C. (2015). Second homes planning, policy and governance. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 7(1), 1–14. <http://dx.doi.org/10.1080/19407963.2014.964251>
- Hall, M. C., Honkanen, A., & Pitkänen K. (2015). A Local Perspective on Cross-Border Tourism. Russian Second Home Ownership Eastern Finland. *International Journal of Tourism Research*, 18(2), 149–158. doi: 10.1002/jtr.2041
- Hamzah, A., & Nair, V. (2015). Successful community-based tourism approaches for rural destinations. The Asia Pacific experience. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 429–439. doi: 10.1108/WHATT-06-2015-0023
- Hiiumaa maakonna kaart. (2016). Maa-ameti geoportaal. Võetud aadressilt http://xgis.maaamet.ee/xGIS/XGis?app_id=UU82&user_id=at&bbox=379997.357419675,6507344.38789127,457428.260788511,6549099.48247653&setlegend=SHYBR_ALUS01=0,SHYBR_ALUS07_82L=1&LANG=1
- Hiltunen, M. J., & Rehunen, A. (2014). Second home mobility In Finland: Patterns, practices and relations of leisure oriented mobile lifestyle. *Fennia*, 192(1), 1–22. doi: 10.11143/8384

- Hoogendoorn, G., & Müller D. K. (2013). Second homes: curse of blessing? A review 36 years later. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13(4), 353–369. doi: 10.1080/15022250.2013.860306
- Hoogendoorn, G., & Visser, G. (2010). The role of second homes in local economic development in five small South African towns. *Development Southern Africa*, 27(4), 547–562. doi: 10.1080/0376835X.2010.508585
- Huete, R., & Mantecón, A. (2011). Sociological insights on residential tourism: host society attitudes in a mature destination. *European Journal of Tourism Research*, 4(22), 109–122.
- Huijbens, E. H. (2012). Sustaining a Village's Social Fabric. *Sociologia Ruralis*, 52(3), 332–352. doi: 10.1111/j.1467-9523.2012.00565.x
- Kroken, A., Logstein, B., Storstad, O., & Villa, M. (2010). *Norske kommuner og fritidsbefolkningen: Kommentert frekvensrapport*. [Norra kohalike omavalitsuste ja populatsiooni paiknemise sageduse raport]. Rapport 9/10. Trondheim: Bygdeforskning. Retrieved from <http://www.bygdeforskning.no/publikasjoner/norske-kommuner-og-fritidsbefolkningen-komentert-frekvensrapport>
- Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50–67. doi: 10.1177/0047287510394193
- Lekaota, L. (2015). The importance of rural communities' participation in the management of tourism management. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 453–462. doi: 10.1108/WHATT-06-2015-0029
- Lipkina, O. (2013). Motives for Russian Second Home Ownership in Finland. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13(4), 299–316. doi: 10.1080/15022250.2013.863039
- Lundberg, E. (2015). The Level of Tourism Development and Resident Attitudes: A Comparative Case Study of Coastal Destinations. *Scandinavian Journal of Hospitality & Tourism*, 15(3), 266–294. doi: 10.1080/15022250.2015.1005335
- Marjavaara, R., & Nordin, U. (2012). The local non-locals: Second home owners associational engagement in Sweden. *Tourism*, 60(3), 293–305.

- Messerli, H. R. (2011). Transformation through tourism: harnessing tourism as a development tool for improved livelihoods. *Tourism Planning & Development*, 8(3), 335–337. doi: 10.1080/21568316.2011.591162
- Moscardo, G. (2014). Tourism and Community Leadership in Rural Regions: Linking Mobility, Entrepreneurship, Tourism Development and Community Well-Being. *Tourism Planning & Development*, 11(3), 354–370. doi: 10.1080/21568316.2014.890129
- MTÜ Hiidlaste Koostöökogu. (2015). MTÜ Hiidlaste Koostöökogu põhikiri. Loetud aadressil <http://www.kogu.hiiumaa.ee/index.php?page=pohikiri>
- Müller, D. K. (2011). Second Homes in Rural Areas: Reflections on a Troubled History. *Norwegian Journal of Geography*, 65(3), 137–143. doi: 10.1080/00291951.2011.597872
- Müller, D. K. (2010). Second homes in Sweden: Between common heritage and exclusive commodity. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 130(3), 185–208. doi: 10.1080/15022250701300272
- Overvåg, K., & Berg, N.G. (2011). Second homes, rurality and contested space issues in Eastern Norway. *Tourism Geographies*, 13(3), 417–442. doi: 10.1080/14616688.2011.570778
- Rye, J. F. (2015). Moving to the countryside? The case of second home users in Norway. *Norwegian Journal of Geography*, 69(3), 166–177. doi: 10.1080/00291951.2015.1040832
- Siseministeerium. (2010). *Regionaalne pendelrändeuring. Lõpparuanne*. Tartu. Loetud aadressil http://mobilitylab.ut.ee/wp-content/uploads/2013/04/Regionaalne-pendelr%C3%A4ndeuring_TU_2010.pdf
- Zhang, C., & Xiao, H. (2014). Destination development in China: towards an effective model and explanation. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(2), 214–233. doi: 10.1080/09669582.2013.839692
- Tutkimus- ja Analysointikeskus TAK Oy. (2013). *Venäläiset vapaa-ajan asukkaina Suomessa 2030*. [Venelased ajutiste residentidena Soomes 2030]. TEM raportteja 20/2013. Retrieved from Työ- ja Elinkeinoministeriö website https://www.tem.fi/files/36722/TEMrap_20_2013_web_22052013.pdf

- UNWTO. (2016). Destination Management & Quality Programme. Loetud aadressil <http://destination.unwto.org/content/conceptual-framework-0>

Lisa 1. Hiiu maakonna kaart



(Allikas: Maa-ameti geoportaal, 2016)

Lisa 2. Ankeet

Hei suvehiidlane! Ütle sõna sekka!

Lugupeetud vastaja!

Täna Teid, et olete otsustanud küsimustikule vastata. Käesoleva uuringu eesmärk on välja selgitada suvehiidlaste osalemine turismiettevõtluses ja nende roll sihtkohas ning selle arendamisel. Küsitluse tulemuste põhjal tehakse parandusettepanekuid selleks, et suvehiidlaste osalemine kohalikus kogukonnas ja sihtkoha arendamises oleks efektiivsem ja tulemuslikum. Küsitlusele vastamine võtab aega umbes 10 minutit. Küsimustik on anonüümne.

Uuringu läbiviimist toetab MTÜ Hiidlaste Koostöökogu. Lisaküsimuste korral võtke ühendust Siiri Laanemetsaga laanemets.siiri@gmail.com

Kõigi vastajate vahel, kes avaldavad ankeedi lõpus oma e-posti aadressi, loosin 25. märtsil välja VIP programmi kahele Hiiumaa toidu- ja kunstinädalale.

Koos teeme rohkem!

1. Millal tavaliselt Hiiumaal viibite?

Saate valida mitu vastusevarianti. Kui valite "Muu", siis palun täpsustage.

- ☐ Nädalavahetustel
- ☐ Puhkuste ajal
- ☐ Muu:

2. Millises Hiiumaa piirkonnas tavapäraselt viibite?

- ☐ Hiiu vald
- ☐ Emmaste vald
- ☐ Käina vald
- ☐ Pühalepa vald

3. Millist tüüpi on Teie Hiiumaal asuv elukoht?

Kui valite "Muu", siis palun täpsustage.

- ☐ Oma maja
- ☐ Oma korter
- ☐ Üürin elukohta
- ☐ Pärandiks saadud vara
- ☐ Viibin sugulaste/tuttavate/sõprade juures
- ☐ Muu:

Lisa 2 järg

4. Kellega koos tavapäraselt Hiiumaal viibite?

Kui valisite "Muu", siis palun täpsustage.

- ☐ Üksinda
- ☐ Elukaaslasega/abikaasaga
- ☐ Perega (sh lapsed)
- ☐ Perega (sh lapsed ja vanavanemad)
- ☐ Sõpradega
- ☐ Mitme perega koos
- ☐ Muu:

5. Millistel kuudel viibite Hiiumaal?

	Alati	Sageli	Harva	Üldse mitte
Jaanuar	☐	☐	☐	☐
Veebruar	☐	☐	☐	☐
Märts	☐	☐	☐	☐
Aprill	☐	☐	☐	☐
Mai	☐	☐	☐	☐
Juuni	☐	☐	☐	☐
Juuli	☐	☐	☐	☐
August	☐	☐	☐	☐
September	☐	☐	☐	☐
Oktoober	☐	☐	☐	☐
November	☐	☐	☐	☐
Detsember	☐	☐	☐	☐

6. Millisel eesmärgil Hiiumaal viibite?

Saate valida mitu vastusevarianti. Kui valite "Muu", siis palun täpsustage.

- ☐ Puhkuse eesmärgil
- ☐ Eneseteostuse eesmärgil
- ☐ Lisatulu teenimise eesmärgil
- ☐ Hoolitsen kinnisvara eest
- ☐ Saan ühildada töö ja puhkuse (st saan teha kaugtööd)
- ☐ Muu:

Lisa 2 järg

7. Palun hinnake kohaliku kogukonna ja suvehiiidlaste omavahelist suhtlemist.

	Väga hea	Hea	Keskmine	Halb	Väga halb	Ei oska öelda
Omavaheline läbisaamine	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Omavaheline koostöö	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Suvehiiidlaste kohaliku arengusse kaasamine kogukonna	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Suvehiiidlaste kogukonna sündmustel/üritustel osalemine	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Palun põhjendage.

▲

▼

8. Palun täpsustage mida saaks teha, et suvehiiidlaste ja kohaliku kogukonna omavaheline koostöö toimiks ja oleks tulemuslikum.

▲

▼

9. Palun hinnake kui palju kaasatakse suvehiiidlasi sihtkoha arendamisse.

	Väga palju	Palju	Keskmiselt	Vähe	Väga vähe	Ei oska öelda
Sihtkoha arenguga seotud info kättesaadavus	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Suvehiiidlaste kaasamine arutellu	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Suvehiiidlaste arvamusega arvestamine	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Lisa 2 järg

10. Kuidas panustate suvehiidlasena sihtkoha arengusse?

	Jah	Pigem jah	Osaliselt jah/osaliselt ei	Pigem ei	Ei	Ei oska öelda
Olen Facebooki grupi Hiiumaa Heaks aktiivne liige, kirjutan ja mõtlen kaasa	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Loen Facebooki gruppi Hiiumaa Heaks, aga ei avalda oma arvamust	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tellin/loen Hiiu Lehte	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Külasthan portaali Hiiumaa.ee	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Osalen külaseltsi tegevuses	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Koolitan hiidlasi oma eriala tutvustavatel õpipäevadel	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Toetan rahaliselt kohalikku investeeringut	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Osalen sündmuste korraldamises	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Osalen poliitilistes diskussioonides	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Olen valitud valla volikogusse	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Pigem puhkan	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Ei panusta mitte kuidagi	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Kui panustate muudmoodi, siis palun täpsustage.

11. Kas tegelete Hiiumaal turismiettevõtlusega? Kui ei, siis palun jätkake küsimusega nr 15.

- ☐ Jah
- ☐ Ei

Lisa 2 järg

12. Millises Hiiumaa turismiettevõtluse valdkonnas tegutsete/töötate?

Kui valite "Muu", siis palun täpsustage.

- ☐ Toitlustus
- ☐ Majutus
- ☐ Vabaaja teenused
- ☐ Toitlustus ja majutus
- ☐ Toitlustus ja vabaaja teenused
- ☐ Majutus ja vabaajateenused
- ☐ Muu:

13. Kui kaua olete Hiiumaal turismiettevõtluse valdkonnas tegutsenud/töötanud?

- ☐ Kuni 5 aastat
- ☐ 6 kuni 10 aastat
- ☐ 11 kuni 15 aastat
- ☐ 16 kuni 20 aastat
- ☐ Rohkem kui 20 aastat

14. Mis ajendab Teid Hiiumaal ettevõtlusega tegelema?

15. Palun öelge millised on Hiiumaal turismiettevõtlusega tegelemise eelised?

Lisa 2 järg

16. Palun öelge millised on Hiiumaal turismiettevõtlusega tegelemise puudused?



17. Mida peab muutma, et tegelemine turismiettevõtlusega oleks lihtsam ka suvehiidlaste jaoks?



18. Kas olete nõus kolima tulevikus Hiiumaale jäädavalt?

- ☐ Jah
- ☐ Pigem jah
- ☐ Osaliselt jah/osaliselt mitte
- ☐ Pigem ei
- ☐ Ei
- ☐ Ei oska öelda

Palun põhjendage.



19. Millises valdkonnas töötate igapäevaselt?

Kui valite "Muu", siis palun täpsustage.

- ☐ Informaatika
- ☐ Käsitöö
- ☐ Kalandus
- ☐ Tööstus
- ☐ Muu:

Lisa 2 järg

20. Sugu

- ☐ Mees
- ☐ Naine

21. Vanus

- ☐ 18-25
- ☐ 26-35
- ☐ 36-45
- ☐ 46-55
- ☐ 56-64
- ☐ üle 65

22. Millises maakonnas asub Teie peamine (põhiline) elukoht?

- ☐ Tallinn
- ☐ Harju maakond
- ☐ Lääne-Viru maakond
- ☐ Ida-Viru maakond
- ☐ Järva maakond
- ☐ Rapla maakond
- ☐ Lääne maakond
- ☐ Jõgeva maakond
- ☐ Viljandi maakond
- ☐ Pärnu maakond
- ☐ Põlva maakond
- ☐ Tartu maakond
- ☐ Võru maakond
- ☐ Valga maakond
- ☐ Saare maakond

Kui soovite osaleda loosis, siis palun jätke oma e-posti aadress siia!

SUMMARY

THE ROLE OF TEMPORARY RESIDENTS IN DEVELOPING OF DESTINATION IN THE CASE OF TEMPORARY RESIDENTS IN HIIUMAA

Siiri Laanemets

In recent years, there has been an increasing interest in development of tourism destination which is affected by different kind of agents of tourism. One of the most important groups is temporary residents. According to the Overvåg and Berg (2011, pp 432) temporary residents are staying in the destination occasionally and therefore are affecting development of destination. When most of the tourists are visiting destination for a one time then second home owners are doing it frequently.

This study was focused on the temporary residents in Hiiumaa. To collect information about the temporary residents in Hiiumaa, two interviews were conducted. The results of interviews showed that there is not much information about the temporary residents. Therefore it was necessary to carry out a study to research the role of temporary residents in Hiiumaa. The main question of this theme was to find out the role of temporary residents in the development of destination in Hiiumaa.

The aim of the study was to find out the role of temporary residents in development of destination in Hiiumaa therefore in the tourism enterprise and to make suggestions to the temporary residents, local community and to the Hiiumaa LAG (NGO Hiiumaa Cooperation Network) to attract them more in the development of tourism destination. The aim of the research was to find out how to attract temporary residents more in the development of tourism destination in Hiiumaa.

Previous studies have reported that temporary residents are also important part of the local community. Halfacree (2012, pp 215) came out with new theory which is called new mobility paradigm – NMP. This focuses on the different kind of dimensions of mobility. There is a thin line between temporary residents and tourists. Moscardo (2014, pp 357) brings out that people are not staying in one place but they are moving around in different places. It is not possible to identify people due to their permanent place of residence.

Müller (2010, pp 205) indicates in his study, that it is important to co-operate with temporary residents and to attract them more. Otherwise they will move away and also decrease the number of people who will develop rural regions. Marjavaara and Nordin (2012, pp 294) are aiming in their study that it is still rather unknown in what way temporary residents are actually engaged in the local community. Hypothetically, they can deal with business activity, use local services or participate in local events. Müller (2010, pp 193) points out that it is important to find out the ways how temporary residents can contribute in the development of destination.

The survey approach was chosen due to Rye (2015, pp 170) and Müller (2010, pp 193) studies in which the most effective way to research temporary residents was questionnaire which was also the way this data was collected. The selection of respondents included every temporary resident in Hiiumaa who has got a second home there. The questionnaire themes were relied on the theory of this study, for example D. K. Müller, G. Hoogendoorn, M. C. Hall, J. F. Rye ja G. Moscardo. The data was collected via Internet from 1.03.2016 until 18.03.2016. In the end of the survey there were 212 answers in which 200 were used in the analysis. The data was analysed by using content and statistic analysis. The content analysis divided into deductive and inductive analysis.

Further analysis showed that 94% of respondents are not participating in the tourism enterprise by having their own enterprise. Respondents answers also showed that they are not attracted to the development of destination and therefore in the local community. The attracting in the local community was low in the case of respondents who were between ages 36–55 and who stayed in the parish of Hiiu, Emmaste or Pühalepa.

Respondents were asked to rate the accessibility of information and attracting them in the discussions between local community and local government. The results were overall negative especially by those who stay in the parish of Hiiu or Pühalepa. Respondents were also asked whether they are contributing to the development of destination. The results showed that temporary residents were mostly contributing via Internet which means they actively speak up in different kind of subjects in Internet. Those respondents were mainly from Tallinn which is their permanent place of residence and they were between ages 26–64.

The results of this study indicate that temporary residents are not attracted to the development of destination. Therefore, the main suggestion is better information mobility. The respondents indicate to increase groups in Internet. This means that every parish in Hiiumaa will have their own group and local community can communicate with temporary residents. What is more, the information must be also in the newspaper of Hiiumaa, on the flyers and on the walls of the shops.

Another important suggestion is that there should be more events where community can communicate with each other. It is important to choose events which bring together local community and the temporary residents. There should be events in all over Hiiumaa but also in every parish separately. The activity of local government is important too. The local government should be in charge improving better communication between the local community and therefore better information mobility. Also, the government should carry out workshops in which community including temporary residents, can state their opinion about development of destination and therefore make suggestions for better improving.

The aim of this study was completed. In further studies it is recommended to use particular parish of Hiiumaa to carry on detailed survey between local community, temporary residents and local government. The main emphasis is on the role of local government and local community. This could also include test-events to see how the community is communicating with each other and how they are interacting. The suggestions which are made by using these results will be more detailed and effective.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Siiri Laanemets,

(autori nimi)

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

„Ajutiste residentide roll sihtkoha arendamisel suvehiidlaste näitel“,

(lõputöö pealkiri)

mille juhendajad on Tatjana Koor ja Merle Loothing,

(juhendajate nimed)

1.1 reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi Dspace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **19.05.2016**