



TARTU ÜLIKOOL
Pärnu kolledž

Kesk-Eesti turismipiirkonna elanike rahulolu turismiga

Tellija: Sihtasutus Viljandimaa Arenduskeskus

Uuringu lõpparuanne

2026

Tartu Ülikooli Pärnu kolledž

Sisukord

Uuringu lühikokkuvõte	3
Uuringu kirjeldus ja eesmärk.....	4
Uuringu metoodika	5
Sihtrühma määratlemine ja valimi moodustamine	5
Andmete kogumine.....	6
Andmete analüüs ja tõlgendamine	6
Uuringu tulemused.....	8
Uuringu tulemused teemagruppide kaupa.....	8
1) Demograafilised andmed – vastajate profiil.....	8
2) Rahulolu turismiga.....	11
3) Turismiga seotud aktuaalsed teemad.....	21
Elanike tunnetuslik rahulolu turismiga	25
Ettepanekud	27
Uuringu piirangud ja edasised uuringu läbiviimise soovitusel.....	29
Lisad.....	31
Lisa 1 Küsitlusankeet	31
Lisa 2 Turismiarenduse potentsiaaliga paigad/objektid	35
Lisa 3. Uuringu kutse levitamine	37
Viidatud allikad.....	39

Uuringu lühikokkuvõte

Elanike rahulolu turismi ja selle arendamisega on kestliku sihtkoha juhtimise oluline osa ning peegeldab turismi eeliste ja puuduste tasakaalu. Turismisihtkohtade vastutustundlikul arendamisel on oluline, et oleks tagatud selle positiivne mõju nii elanike elukvaliteedile kui kogukondade heaolule terviklikult. Elanike rahulolu regulaarne hindamine võimaldab tuvastada tekkivaid probleeme ning anda sihtkohaorganisatsioonile vajalikke suuniseid elanikkonna toetuse hoidmiseks või suurendamiseks turismi arendamisel.

Kesk-Eesti turismipiirkonna elanike turismiga rahulolu uuring annab ülevaate sellest, kuidas turism mõjutab kohalike igapäevaelu ja elukeskkonda ning millised on nende hoiakuid turismi arendamise suhtes. Turismipiirkonda kuuluvad Viljandi ja Järva maakonnad ning Tõrva ja Põltsamaa vallad. Uuring tugines kestlikkuse prisma mudelile (Cottrell jt, 2013), mis võimaldab hinnata rahulolu majandusliku, keskkonna-, sotsiaal-kultuurilise ja turismijuhtimise mõõtmes ning tunnetuslikku rahulolu tervikuna.

Tulemused näitavad, et elanike üldine hoiak turismi suhtes on positiivne ning külastajaid nähakse pigem piirkonnale väärtust loovana. Kõige kõrgemalt hinnatakse turismi sotsiaal-kultuurilist mõju ja tunnetuslikku rahulolu, mis viitavad turismi heale sobitumisele igapäevaেলuga ning kultuuri elujõulisuse toetamisele. Majanduslikus mõõtmes nähakse turismi olulise kohaliku ettevõtluse elavdajana ning teenuste mitmekesisistajana. Keskkonna- ja turismijuhtimise mõõtmes on rahulolu küll pigem positiivne, kuid madalam, tuues esile vajaduse tähelepanu pöörata looduses liikumise taristule, külastuskoormuse tasakaalustamisele ning turismivaldkonna selgemale juhtimisele ja kommunikatsioonile. Vastajad väärtustavad piirkonna loodus- ja kultuuripärandit ning näevad seal suurt potentsiaali, kuid toovad esile ka ootuse paremale koostööle, info kättesaadavusele ja elanike kaasamisele.

Kestlike sihtkohtade juhtimisel on kohalike elanikega arvestamine ja nende kaasamine turismi arendamisse üheks võtmeteguriks. Uuringu tulemused annavad sihtkohaorganisatsioonile sisendi turismi arendamiseks ja turundamiseks kohalike elanike soove arvestades, võimaldavad teha üldistavaid järeldusi Kesk-Eesti turismipiirkonna elanike turismiga rahulolu kohta ning olla lähtepunktiks tulevaste samal metoodikal põhinevate uuringutulemuste võrdlemiseks.

Uuringu läbiviimist kaasrahastas Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus.

Uuringu kirjeldus ja eesmärk

Elanike rahulolu turismiga nende kodukohas, samuti nende toetus turismi arengule omab suurt mõju piirkonna turismi tulevikule, edukale arendamisele ning kuvandi loomisele (Cottrell jt, 2013; Mehdiabadi jt, 2021). Sealjuures kujundavad elanike rahulolu turismiga kõik kolm kestlikkuse mõõdet, milleks on majanduslik, sotsiaalkultuuriline ja keskkonnamõõde, lisaks ka institutsionaalne ehk turismijuhtimisega seotud mõõde (Cottrell jt, 2013; Ritchie ja Croutch, 2005). Majanduslik mõõde hõlmab piirkonna majanduslikku tulu ja kohalike kogukondade töövõimalusi, sotsiaalkultuuriline nii kultuuriteadlikkust kui ka igapäevast elukeskkonda, keskkonnamõõde kätkeb loodusteadlikkust, -kaitset ja -hoidu. Institutsionaalne mõõde hõlmab turismisihtkoha planeerimist, juhtimist ja otsustusprotsessides osalemist.

Kestliku turismi arendamisel sihtkohas on oluliseks komponendiks kohaliku elanikkonna rahulolu, mida tuleks turismiarenduse planeerimisel silmas pidada (ETIS, 2016). Ühelt poolt tuleb märgata tegureid, mis köidavad turismisektorist kasu saavaid huvigruppe, nagu kulude vähendamine ning keskkonnavalaste, majanduslike ja sotsiaalsete hüvede suurendamine (Cottrell jt, 2013), teiselt poolt aga neid tegureid, mis säilitavad sihtkoha kultuurilist terviklikkust, bioloogilist mitmekesisust ja seda toetavaid tugisüsteeme ning mis jõustavad kohalikke kogukondi, lisaks nende näitajate seiret (Falak jt, 2014). Uuringus toetuti elanike turismiga rahulolu väljaselgitamiseks Euroopa turismiindikaatorite süsteemile (ETIS, 2016) ning kestlikkuse prisma mudelile (Cottrell jt, 2013).

Uuringu eesmärk oli selgitada välja Kesk-Eesti turismipiirkonna elanike rahulolu turismiga ja turismiarendustegevustega, analüüsida kohalike elanike turismist tuleneva rahulolu mõjutegureid ning esitada uurimistulemustele tuginedes soovitusi Sihtasutusele Viljandimaa Arenduskeskus kohalike elanike rahulolu suurendamiseks, nende tõhusamaks kaasamiseks ning turismisektori positiivsema kuvandi kujundamiseks. Soovitusi saab turismisihtkoha arendusorganisatsioon arvesse võtta arendustegevuste kava koostamisel.

Uuringu meeskonda kuulusid Margrit Kärp ja Kandela Õun Tartu Ülikooli Pärnu kolledžist.

Uuringu metoodika

Uuringu eesmärgi saavutamiseks kasutati kvantitatiivset uuringumetoodikat, et saada statistiliselt usaldusväärseid andmeid järelduste tegemiseks ja kohalike elanike turismiga rahuolu hindamiseks. Andmete kogumiseks kasutati küsimustikku, elanike hinnangute paremaks mõistmiseks täiendati kvantitatiivset andmestikku kvalitatiivsete elementidega, kasutades avatud vastustega küsimusi, mis võimaldasid esile tuua põhjendusi, arvamusi ja piirkondlikke erisusi.

Eestikeelne küsimustik koosnes peamiselt suletud ja valikvastustega küsimustest, kuid sisaldas ka avatud küsimusi isikliku arvamuse ja seisukohtade avaldamiseks/täpsustamiseks ning täiendava sisendi saamiseks. Ankeetküsimustik (Lisa 1) oli jaotatud kolme teemagruppi: 1) vastaja profiil ehk demograafilised parameetrid, 2) rahuolu turismiga majanduslikus, keskkondlikus, sotsiaalses ja institutsionaalses vaates ja 3) turismiga seotud aktuaalsed teemad. Elanike rahuolu hindamiseks turismi ja selle arendamisega nende elukohas paluti teises küsimuste plokis vastajatel hinnata 5-palli skaalal väiteid kõikides kestlikkuse prisma mõõdetes ning tajutavat rahuolu turismiga. Hindamise skaala: nõustun täiesti (5 palli), pigem nõustun (4 palli), nii ja naa (3 palli), pigem ei nõustu (2 palli) ja ei nõustu üldse (1 pall). Vastajatel oli ka võimalus valida vastuseks ei oska öelda / puudub kogemus.

Sihtrühma määratlemine ja valimi moodustamine

Käesoleva uuringu üldkogumi moodustasid Kesk-Eesti turismipiirkonna (Viljandi ja Järva maakond; Tõrva ja Põltsamaa vald) täisealised ehk 18-aastased ja vanemad elanikud. Uuringus kasutati sihipärast valimit, mille aluseks olid Statistikaameti Rahvastikunäitajate päringu RV0240 andmed. Lõplikuks valimiks kujunes 319 vastajat.

Valimi veapiiride leidmiseks kasutati valimikalkulaatorit. Uuritavate koguarvuks sisestati valimi kalkulaatorisse Statistikaameti tabeli RV0240 uuringu piirkonna üle 18-aastaste elanike vastajate arv, milleks oli 73628. Usaldusnivoo 95% ja lubatud veapiiri 5% korral on soovituslikuks valimi suuruseks 382 vastajat. See tähendab, et 95% usaldusnivoo saavutamiseks oli vajalik 382 või enama vastaja vastust, et üldkogumi tegelik tulemuste väärtus jääks valimi põhjal uuritud väärtusest $\pm 5\%$ piiresse (MaCorr Research, n.d.). Küsitluse lõplikuks valimiks jäi 319 vastajat, mis tähendab, et lõplikuks veapiiriks jäi 5,5% ehk valimis olijate erinevus üldkogumis kehtivate vastustega on 5,5% mis jääb statistiliselt lubatava vea piiresse. Võrreldes piirkonna täiskasvanud

elanikkonna jaotustega on valimis suurem osakaal naisi ning keskealisi vastajaid, samas kui nooremad (18–25) ja eakamad (66+) on alakaetud. Piirkondlikus lõikes on mõned väiksemad omavalitsused suurema esindatusega ning suuremad üksused alakaetud. Seetõttu ei kirjelda valim täpselt üldkogumi jaotusi vanuse, soo ega elukoha lõikes (vt tabel 1) ning tulemusi saab tõlgendada kui küsitlusele vastanute hinnanguid, mitte kui kogu piirkonna elanikke kirjeldavaid näitajaid. Üldistamine kogu elanikkonnale on võimalik erinevate vastajagruppide esindatuse suurendamise kaudu.

Tabel 1. Valimi ja üldkogumi jaotuste koostõla¹

		Vastajate arv	Valim	% Üldkogumist
Vanus (aastates)	18–25a	6	2%	10%
	26–40a	79	25%	21%
	41–55a	128	40%	22%
	56–65a	60	19%	17%
	66 ja vanemad	46	14%	29%
Sugu	Naine	248	78%	53%
	Mees	70	22%	47%
Vastaja elukoht	Viljandi maakond	109	34%	50%
	Järva maakond	81	25%	33%
	Põltsamaa vald	63	20%	10%
	Tõrva vald	66	21%	7%

Andmete kogumine

Andmeid koguti ajavahemikul 19.12.2025–15.01.2026 eestikeelse ankeetküsimustikuga, mida sai täita veebikeskkonnas LimeSurvey. Kutset uuringus osalemiseks koos ankeetküsimustikuga levitas uuringu tellija kohalikes paberkanalites, ajalehtedes ning nende veebikanalites, turismipiirkonna omavalitsuste infokanalites ja raamatukogudes, uuringukutset jagas tellija ka kohalikes kogukonnalistides ning sotsiaalmeedia kogukonnagruppides (vt Lisa 3).

Andmete analüüs ja tõlgendamine

Läbiviidud uuring toetub teoreetilisele alusele (vt uuringu kirjeldus ja viidatud allikate loetelu) ning tulemused on esitatud tulemuste peatükis osade kaupa: 1) vastaja profiil ehk demograafilised parameetrid, 2) rahulolu turismiga majanduslikus, keskkondlikus,

¹https://andmed.stat.ee/et/stat/rahvastik_rahvastikunaitajad-ja-koosseis_rahvaarv-ja-rahvastiku-koosseis/RV0240/table/tableViewLayout2 (01.01.2025 seisuga)

sotsiaalses ja institutsionaalses vaates ja 3) turismiga seotud aktuaalsed teemad. Raportis on esitatud koondtulemused Kesk-Eesti turismipiirkonna kohta, olulised erisused vastajagruppide vahel on kirjeldatud vastavate teemade juures.

Vanusegruppide piiritlemisel ja võrdlemisel lähtuti uuringus tulemuste tõlgendamisel sellest, et igal põlvkonnal on ühised tunnusjooned, mis annavad sellele spetsiifilise iseloomu (Strauss ja Howe, 2020). Põlvkonnad erinevad üksteisest mõtteviisi, ellusuhtumise ning ootuste poolest nii elule, juhtimisele kui ka karjäärile. Erinevad allikad määratlevad põlvkondi erinevalt, tavapäraselt eristatakse viite põlvkonda: vaikiv põlvkond (sündinud kuni aastani 1945), beebibuumid (sündinud 1946–1964), X-põlvkond (sündinud 1965–1980), Y-põlvkond (sündinud 1981–1996) ja Z-põlvkond (sündinud 1997–2012) (Dimock, 2019). Eristatakse ka kuuendat – alfa-põlvkonda, kelle sünniaastad algavad alates 2010. aastast (Szilágyi, 2023), kuid selle põlvkonna esindajad jäid uuringu valimist välja, kuna olid uuringu perioodil alaealised. Kokkuleppel tellijaga on uuringutulemuste analüüsiks erinevate vanuserühmade lõikes aluseks võetud järgmised vanusegrupid:

- I vanusegrupp: 18–25-aastased;
- II vanusegrupp: 26–40-aastased;
- III vanusegrupp: 41–55-aastased;
- IV vanusegrupp: 56–65-aastased;
- V vanusegrupp 66-aastased ja vanemad.

Tulemuste esitlemisel ning tõlgendamisel eristati ka kolme põhilist vastajate rühma: a) need, kes töötavad või tegutsevad põhikohaga turismisektoris; b) need, kes ei tööta põhikohaga, kuid saavad turismisektorist täiendavat tulu ja c) need, kes ei saa üldse turismisektorist majanduslikku kasu. Selline eristamine võimaldab paremini mõista turismisektorist majanduslikku kasu saavate ja mittesaavate elanike rahulolu erisusi juhul, kui need ilmnevad.

Ankeetküsitluse teel kogutud andmed kodeeriti ning analüüsiti sotsiaalteaduslike andmete analüüsiprogrammi SPSS versiooni 29 abil. Tulemuste esitamisel võeti arvesse lõpuni täidetud ankeedid (n=319) ning tulemuste esitlemiseks leiti nii sagedused kui ka protsentuaalsed jaotused. Olulisemad näitajad on esitatud tabelite, jooniste ja kirjeldustena, tuues välja vaid märkimisväärsed ja asjakohased erisused.

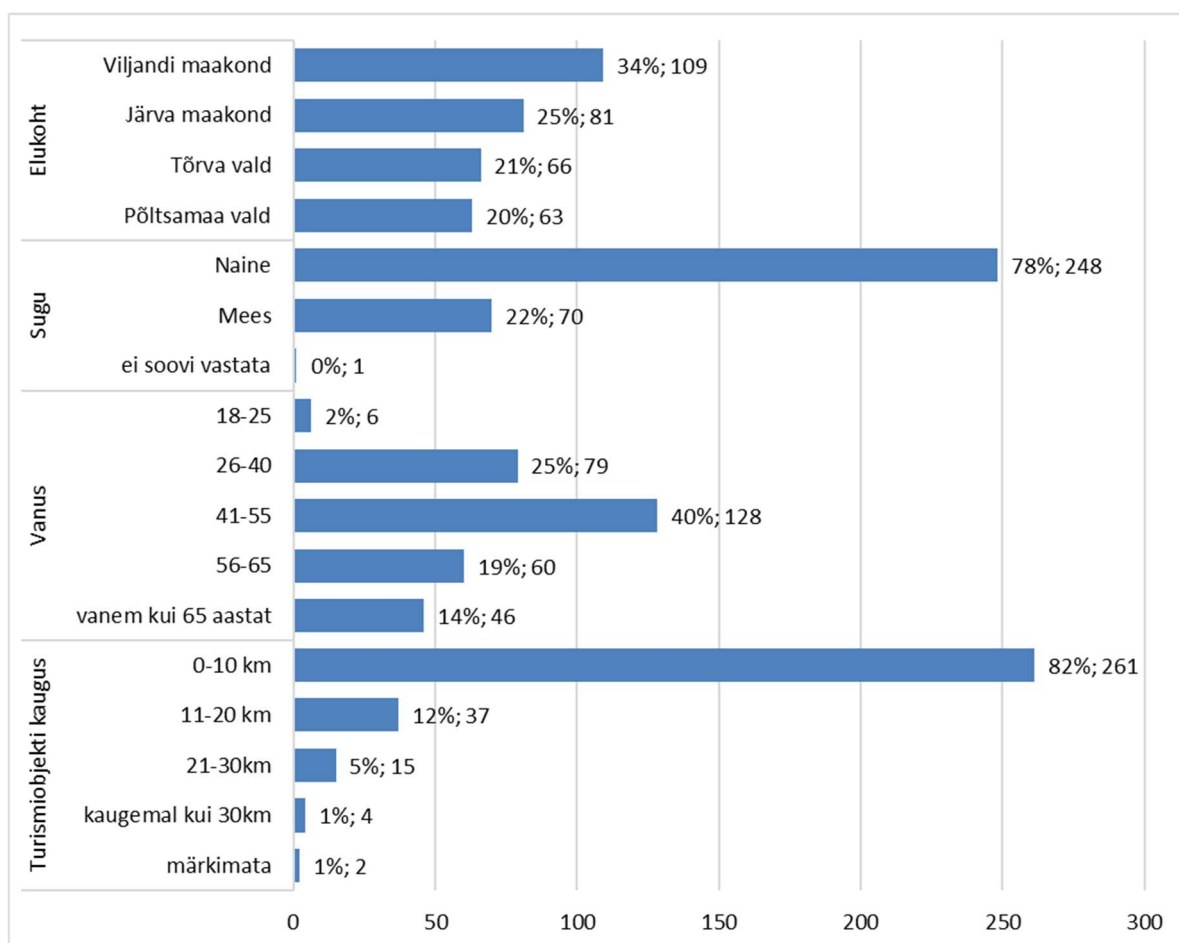
Uuringu tulemused

Uuringu tulemused on esitatud teemagruppide kaupa kogu uuringu piirkonna kohta: 1) vastaja profiil ehk demograafilised parameetrid, 2) rahulolu turismiga majanduslikus, keskkondlikus, sotsiaalses ja institutsionaalses vaates ja 3) turismiga seotud aktuaalsed teemad. Ankeetküsitlusest saadud kvantitatiivsete andmete ilmetamiseks kasutati vabavastuste kujul esitatud andmeid, uuringu lõpus on esitatud järeldused ning soovitusel Kesk-Eesti turismiorganisatsioonile kohalike elanike rahulolu suurendamiseks, nende tõhusamaks kaasamiseks ning turismisektori positiivsema kuvandi kujundamiseks.

Uuringu tulemused teemagruppide kaupa

1) Demograafilised andmed – vastajate profiil

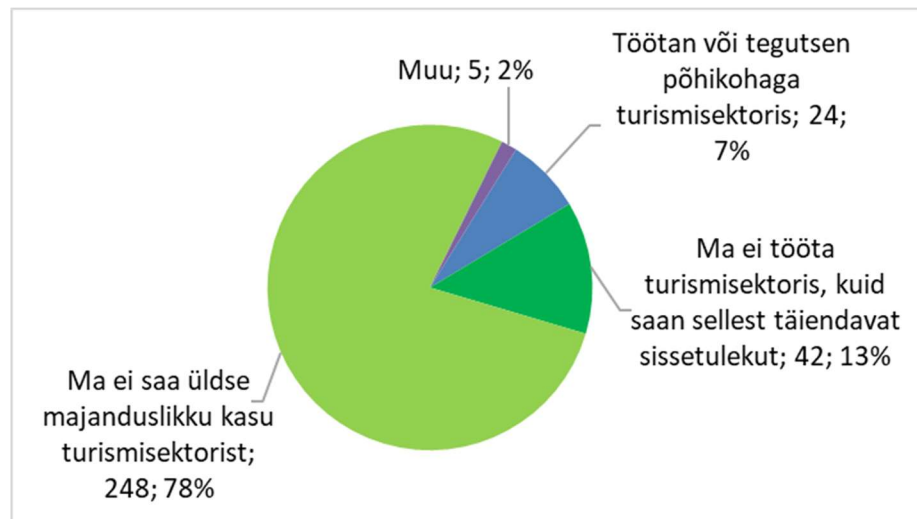
Ankeetküsitlusele laekus 775 ankeeti, millest 319 olid lõpuni täidetud. Vastuseid laekus proportsionaalselt igast haldusüksusest, arvuliselt enim Viljandi maakonnast (109), elanike arvu silmas pidades enim Tõrva vallast (66) (vt Joonis 1).



Joonis 1. Ankeetküsitluses osalejate profiil (n=319)

Enim vastajaid (40%) olid vanuses 41–55 aastat, hea esindatus oli ka vanuserühmades 26–40 (25%) ja 56–65 aastat (19%). Võrreldes üldkogumi soolise jaotusega (53% naisi ja 47% mehi) olid vastanute seas ülekaalus naised (78%), samas peetakse seda sotsioloogiliste uuringute puhul tavapäraseks. Enamik vastajaid elas turismiobjektist või suurema sündmuse toimumiskohast kuni 10km kaugusel.

Enamik vastajatest (78%) ei saa turismisektorist majanduslikku kasu, 7% töötab või tegutseb põhikohaga turismisektoris ning 13% ei tööta turismisektoris, kuid saavad sellest täiendavat sissetulekut (vt Joonis 2). Seotust turismisektoriga („Muu“) väljendasid selgitused nagu vabatahtlik abiline, turismiobjekti arendaja, liikuva kino pakkuja, kohalike sündmuste korraldaja ja eramuuseumi pidaja.



Joonis 2. Ankeetküsitluses osalejate majanduslik seotus turismisektoriga (n=319).

Vastajatel paluti nimetada mõnda nende elukoha lähedal toimuvat suursündmust (nt kontsert, rahvusvaheline spordivõistlus vm) ning hinnata selle mõju nendele. Enimmainitud sündmus Viljandi maakonna vastajate seas oli Viljandi Folk (72 mainimist), märgiti Urissaare Kantrit (15) ja Suure-Jaani muusikafestivali (12) ja teisi sündmuseid nagu Viljandi Järve jooks, Abja päevad, meefestival, uisumaraton, kohvikute öö, Mulgi pidu, külghorvikrossi võistlused, muuseumiöö jt. Järvamaa vastajad tõid esile Türi Lillelaata (22 mainimist), Türi-Paide jooksu (21), Arvamusfestivali (21), Väätsa vaateaknaid, Paide Rallyt, Järvamaa laulu- ja tantsupidu, Kirna tulbifestivali, erinevaid spordivõistlusi ja kila-kola laata. Põltsamaal teati ja märgiti enim lossipäevasid (26 korral) ja veinipäevasid (20), aga ka mudajooksu (5), W-pargi sündmuseid, vanatehnika päeva ja rahvusvahelisi rallikrossi võistluseid.

Tõrva valla vastajad mainisid enim Tõrva Tulepäevi (44 mainimist), festivali Võnge (5), Wagenkülli võlumaad (3), samuti Holdre klaverimuuseumi sündmuseid ja Malmizza maitserännakuid, Riidaja mõisapäeva ja Tõrva triatloni.

Kuigi hinnangut ei andnud 24% ning 5% märkis, et mõju neile isiklikult puudub, hindas kolmandik vastajatest nende kodukandis toimuvate sündmuste mõju positiivseks (34%): „*mõnus melu*“; „*elavdab turismi, toetab ettevõtlust ja loob linna elu*“ ning „*annab võimaluse kohalike toodete ja teenuste müümiseks*“; „*väiksemates linnades toimuvad suuremad üritused toovad kokku rohkem inimesi ja aitavad paika avastada*“; „*sündmusturism on peamine, mis piirkonda raha toob*“; „*oodatud sündmused kõik*“; . Märgati ka spordisündmuste soodsat mõju: „*(rattamaraton) mõjutab vaid liiklust, samas hoiab metsateed korras ja saab seal muul ajal jalutada*“. Turismiettevõtja vaates on „*kõik sellised tegevused teretulnud*“ ning kohalik leidis, et „*on tore, kui teatud aja tagant on väikelinnas melu ja palju tegevusi*“. Märgiti ka, et „*Viljandi on kultuuripealinn ja me peame kõik selle nimel pingutama, ka isegi kui mõned päevad aastas on linnatänavad rahvast täis ja see ürgne rütm on hetkeks võimendunud turboks*“ ning leiti, et „*linna hüvanguks kannatame need mõned lärmakad päevad ära*“. Tunnistati, et „*kultuuriüritused piirkonnas annavad elanikele lootust maal elamise võimalikkusest ja aitavad luua positiivseid emotsioone*“ ning on „*tore näha, et linn elab, inimesed sigivad sagivad, tullakse kokku üle Eesti ja ka kaugemalt*“.

Kriitilisemalt tajus sündmuste toimumist elukoha läheduses 6% kõikidest vastajatest. Toodi välja liiklus- ja parkimiskorralduse kitsaskohad, sündmuskorralduse järgsete tegevuste puudulikkus (viitade ja reklaamide jätmine; ala korrastamine) ning sündmuste külastajate hoolimatu käitumine (prügistamine ja eramaadel liikumine). Oli ka neid, kelle hinnangul on külastajaid nende kodukandis juba piisavalt: „*ausalt ega ei soovikski rahvamasse kodu juurde*“. Märgiti veel vajadust lahkuda sündmuse toimumise ajaks oma elukohast („*palju rahvast, põliselaniku elu sel ajal kaoses, põgenen sõprade poole kaugemale*“), sündmusega kaasnevat müra ja purjus inimesi. Kurdeti kõrgete piletihindade pärast ja avaldati soovi tasuta osalemiseks, aga leiti ka, et „*mida aasta edasi, siis ei paku see enam huvi...on igavaks läinud*“.

Avaldati ka arvamust, et „*toredad paar päeva sagimist... ja siis tagasipöördumine unne... rohkem võiks toimuda erinevaid tegevusi*“ ning „*korraldamisel võiks rohkem arvestada ja kaasata kohalikke elanikke, sõltumata ürituse suurusest*“. Leiti ka, et „*Keskus Eesti on peaaegu välja surnud, kuigi asukoha järgi peaks olema teisiti*“. Märgiti

veel, et „reklaam puudulik ja kuuleb, saab lugeda alles siis kui toimunud“ ning „pidime ise palju uurima ja helistama“.

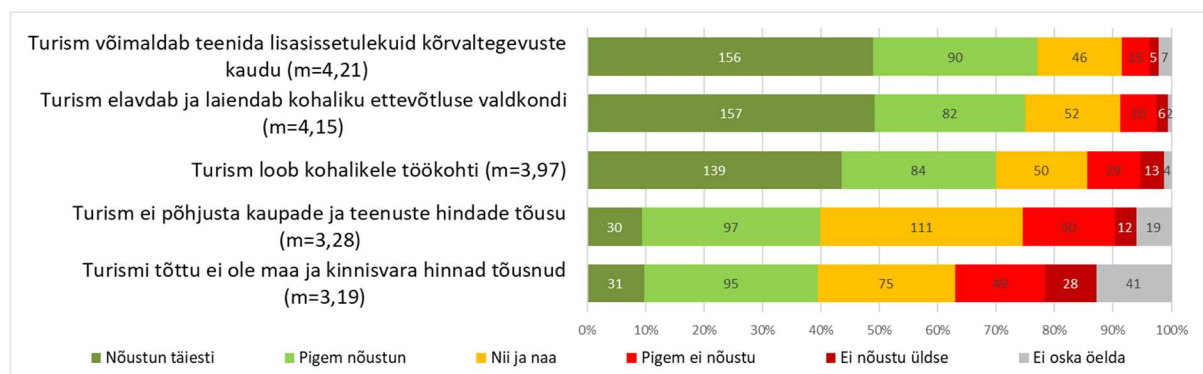
Toimuvast sündmusest 0–10km kaugusel elavate vastajate seas oli sündmustele antud positiivsete hinnangute osakaal suurem (36%; n=126) kui kaugemal elavate vastajate seas (11–20km 28%; n=16 ja 21–30km 23%; n=8). Kaugemate elanike vastustes peegeldus eelkõige puuduse tundmine kohapealsetest sündmustest.

2) Rahulolu turismiga

Turismiga rahulolu hinnati kestlikkuse prismale (Cottrell jt, 2013; ETIS, 2016) tuginedes, väited olid jaotatud nelja ploki, millest igas oli viis kuni seitse väidet. Väited peegeldasid rahulolu turismi majanduslikus, keskkonna-, sotsiaal-kultuurilises ja institutsionaalses ehk turismijuhtimise mõõtnes. Lisaks hinnati tajutavat rahulolu turismiga oma kodukohas. Vastajatel oli võimalus kas nõustuda väidetega, nõustuda osaliselt või mitte nõustuda.

Majanduslik mõõde

Majanduslik mõõde hõlmab piirkondlikku majanduslikku tulu, sealhulgas elanike materiaalsel heaolu, tööhõivet ja sissetulekut. Esimeses ploki paluti vastajal hinnata turismi majanduslike mõjudega seonduvaid väiteid (vt joonis 3). Tulemused näitavad, et elanikud tajuvad maa ja kinnisvara ning kaupade ja teenuste hindade suurenemist turismi tõttu. Nii maa ja kinnisvarahindade (36%; n=66) kui ka kaupade ja teenuste (24%; n=66) hindade tõusu tajuti enim Tõrva vallas. Samas oli mõlema väite puhul arvestatav osa neid, kelle hinnangul on olukord nii ja naa, samas oli 13% ka neid, kes ei osanud vastata.



Joonis 3. Rahulolu turismi majanduslikus mõõtes (n=319; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Nende vastajate hulgas, kelle arvates turism ei loo kohalikele töökohti, oli kõige rohkem neid elanikke, kes ise turismisektorist majanduslikku kasu ei saa (14%; n=248). Viimati nimetatute seas leidis ka enim neid, kes ei nõustunud, et turism võimaldab teenida lisasissetulekuid kõrvaltegevuste kaudu (8%; n=248) ja et turism elavdab ja laiendab kohaliku ettevõtluse valdkondi (9%; n=248).

Turismi majandusliku mõju kohta antud kommentaarides toodi kõige sagedamini esile, et turism elavdab kohalikku majandust ja toob piirkonda raha. Mitmes vastuses rõhutati, et suurim mõju tekib juhul, kui külastajad „jäävad piirkonda ööbima“, sest see aitab suunata kulutusi erinevatesse asutustesse. Samas märgiti, et turismi roll on mitmes kohas väike: „turismi osakaal on siin väike“ ja „siin ei ole turismi, mis majandust mõjutaks“. Osa vastajaid seostas turismi majanduslikke mõjusid ka hindade kasvu ja inflatsiooniga, märkides näiteks: „hetkel on tõusnud hinnad inflatsioon...“ või „viimane kord olid hinnad üsna hüppeliselt kasvanud“.

Toodi esile, et omavalitsused ei märka ega hinda turismist tekkivaid võimalikke tulusid piisavalt, näiteks: „KOV ei kasuta seda hästi ära lisasissetulekute tekitamiseks“ või „ei märka turismi majanduslikku mõõdet“. Mõnes kommentaaris mainiti, et kasu jääb pigem eraomanikele. Üksikud vastused käsitlesid turismi mõju kinnisvarale ja tööjõuturule („kinnisvara hind on tõusnud“; „ja selle ostab üles turismiettevõtja“) ning „turism ei too juurde töökohti, kasutatakse võõrtööjõudu“. Mitmed vastajad pidasid vajalikuks paremat koostööd ja koordineerimist, näiteks: „hea kui oleks piirkonnaülene organisatsioon, kes näeb tervikpilti“ või „turism vajaks ühtsemat visiooni ja turundust“. Samas nenditi ka, et turism võib pakkuda uusi võimalusi kohalikele, näiteks: „antagu kohalikule võimalust oma toodangut turustada“.

Tulemustele tuginedes saab **peamiste järeldustena majanduslikus mõõtmes** välja tuua järgmist:

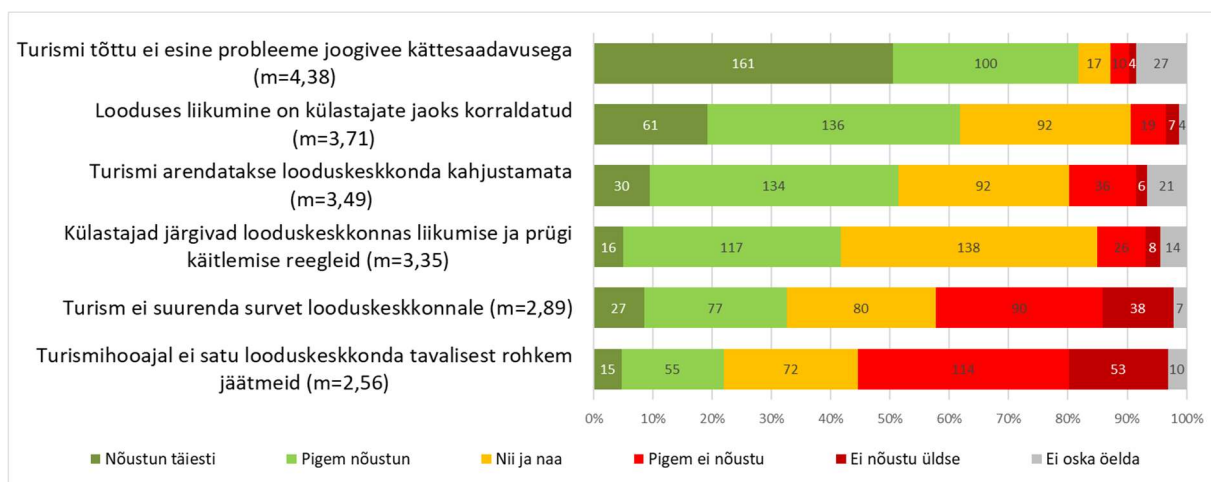
- Turism loob ja mitmekesistab töövõimalusi, kuid tajutav kasu ei jõua kõigini võrdselt. Turismist vähem kasu saavad inimesed tajuvad turismi rolli tööhõive suurendamisel väiksemana.
- Pikem kohalviibimine toob kasu majutusest, toitlustusest ja elamustest üheaegselt; ühepäevaste tippsündmuste efekt on lühiajaline.
- Elanikud seostavad turismi kohati elukalliduse kasvuga (kinnisvara, majutus, tippsündmuste hinnatõus).

- Turismi positiivne majanduslik mõju ei ole kogu piirkonnas ühtlane, vaid on koondunud konkreetsetesse keskustesse ja sündmustesse.
- Kogukond ootab paremat koordineeritust: selget sündmuste kalendrit, ühtset väärtuspakkumist ning läbipaistvat infot.

Kokkuvõtlikult saab öelda, et turismi majanduslik potentsiaal on selgelt olemas ja seda tajutakse laiemalt, kuid mõju tugevus ja jaotus sõltuvad otseselt kohalviibimise ajast, pakkumise koordineeritusest ning sellest, kuivõrd süsteemselt jõuab külastaja kulutus kohaliku väärtusahelani.

Keskkonnamõõde

Keskkonnamõõde on seotud loodusväärtuste, taastuvate ja taastumatute ressursside olukorra tajumisega, samuti turistide keskkonnakäitumise ja selle võimaldamisega sihtkohas. Kuigi paljud jäid kahtlevale seisukohale, tajusid vastajad turismi tõttu suurenenud loodussurvet kõikides haldusüksustes sarnasel tasemel (vt Joonis 4), teistest veidi enam Viljandi linnas ja Järva vallas.



Joonis 4. Rahulolu turismi keskkonnamõõdtes (n=319; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Samas ei leitud, et turism tekitaks probleeme joogivee kättesaadavusega nende kodukohas (82%). Suures osas jäadi kahtlevale seisukohale, kas külastajad järgivad looduskeskkonnas liikumise ja prügi käitlemise reegleid. Neist enim märkasid külastaja vastutustundlikku keskkonnakäitumist need, kes töötavad või tegutsevad turismisektoris, vähim aga vastajad Järva vallast. Neid, kes ei pidanud külastajate keskkonnakäitumist heaks, leidsid kõikides vastajagruppides nii vanuselises, asukoha, soo kui ka turismisektoriga seotuse lõikes.

Seda, et turismi arendatakse looduskeskkonda kahjustamata, tajuti enim Põltsamaa vallas (62%; n=63) ja Türi vallas (59%; n=37). Ka looduses liikumise korraldusega oldi üldjoontes rahul, positiivsete hinnangute suurim osakaal oli 18–25-aastaste ja vanemate kui 65-aastaste ning Tõrva ja Põhja-Sakala valla vastajate seas.

Vastustes rõhutati eeskätt prügi ja taristu teemasid: „*suvehooajal on paratamatu rõõm korjata külastajate prügi vanadest riie test kommipaberiteni*“. Mitmetes kommentaarides märgiti, et „*avalikke tualette on vähe*“ ning „*linnapildis on toredaid istumis- ja tegevuskohti vähe*“. Pakuti välja, et „*kui prügikastide asukohtade peale on mõeldud, siis pole inimestel põhjust prügi maha loopida*“. Esile tõsteti matkaradade ja loodustaristu puudujääke: „*Põltsamaa ümbruses puudub RMK õpperada*“ ning „*suunaviited on kohati puudulikud või puudu*“, matkaraja järele tunti puudust ka Võrtsjärve Valma piirkonnas. Külastajate keskkonnahoidlikkuse hindamisel tõid vastajad esile, et „*enamik turiste on looduse suhtes hoolivad*“ ja „*üldiselt on Eestis matkaja viisakas*“, samas kui teised märkisid „*... kuigi on prügikastid, leidub ikka inimesi, kes jätavad prügi maha*“. Keskkonnakoormuse ühe allikana kirjeldati mootorsõidukite ja hobiautode mõju, näiteks juhtumid jalgsi või rattaga liikumiseks mõeldud radadel sõidetakse ATV-dega või „*maastikukaitsealal mootorsaaniga radade vedamine ja hiigelveokitega sõitmine on keskkonnakahjulik*“. Lisaks märgiti, et „*helireostus ja valgusreostus on samuti keskkonnamõjuga*“.

Tulemustele tuginedes saab **peamiste järeldustena keskkonnamõõtmes** välja tuua järgmist:

- Turismi tekitatud loodussurvet tunnetatakse ühtlaselt kõigis omavalitsustes, intensiivsemalt suurema külastuskoormusega piirkondades.
- Külastajate keskkonnakäitumist hinnatakse pigem heaks, kuid mitte ühtlaselt – osa elanikke tajub korrektset käitumist, osa näeb probleeme, eriti prügistamises ja loodusreeglite eiramises. Turismisektoriga kokkupuutuvad inimesed tajuvad külastajaid keskkonnahoidlikumana kui ülejäänud elanikud.
- Looduses liikumine on külastajale valdavalt arusaadavalt korraldatud ning joogivee kättesaadavust ei peeta probleemiks.
- Prügi, prügikastide paiknemine, tualetid ja puhkealade taristu (nt istumiskohad, jalgteed jm) on külastuskogemuse seisukohalt kõige olulisemad. Nende puudulikkust tajutakse eri paikades ja vanuserühmades ühtmoodi.

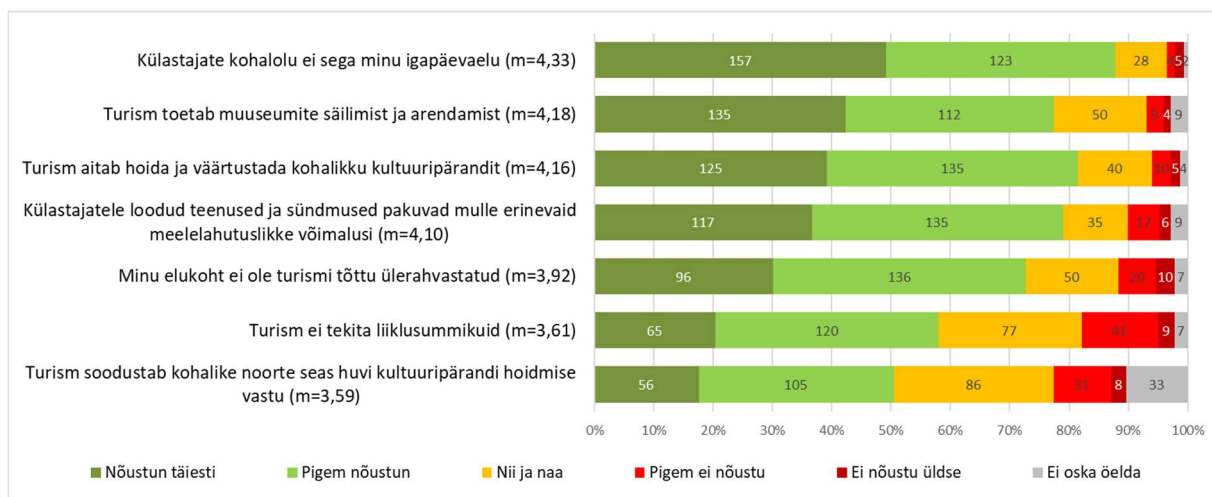
- Matkaradade, viitade ja õpperadade kvaliteet ja/või kättesaadavus ei ole alati piisav. Mõnes piirkonnas tuntakse selget puudust uutest radadest ja paremini tähistatud liikumisteedest.
- Mootorsõidukite ja hobiautode kasutamine maastikel ei ole piisavalt reguleeritud.
- Looduses liikumise taristu vajab täiendamist, liikumisteedekondade ja külastuskorra üldraamistik toimiv, kuid probleemid esinevad taristu oluliste elementide puhul: viidad, puhkealad, istumiskohad, prügikastid, tualetid.

Üldiselt saab öelda, et külastuskoormust tajutakse mõõdukalt, looduses liikumise korraldus ja külastajate üldine keskkonnakäitumine on rahuldav, joogivee kättesaadavust probleemiks ei peeta ning suurimat tähelepanu vajavad jäätmemajandus, matkaradade tähistus ja mootorsõidukite liikluse ohjamine.

Sotsiaal-kultuuriline mõõde

Turismisektor peab ja saab positiivselt panustada kogukondadesse, kellest see sõltub, kaitstes samal ajal kultuuri- ja looduspärandit. Reisimise ja turismi kiire kasv on maailmas põhjustanud olukordi, kus sihtkohad on langenud oma edu lõksu ning peavad tegelema probleemidega nagu ülerahvastatus, ületurism ja antiturism. Seetõttu on kaasava ja jätkusuutliku turismi arendamisel sihtkohas eriti oluline arvestada kohalike elanike heaolu ja hea elukeskkonna teemadega. (Hunt, 2017; Deery jt, 2012; Milano jt, 2024) Turismi sotsiaal-kultuuriline mõõde käsitleb kohalikku elanikku ja nende teadlikkust, kogemusi, teadmisi, oskuseid ja käitumist kui sihtkoha arendamise ressursi.

Kesk-Eesti turismipiirkonnas ei sega turism üldiselt kohalike igapäevaelu ning enamuse hinnangul ei ole nende kodukoht turismi tõttu ka ülerahvastatud (vt joonis 5). Turismist tingitud liiklusummikuid tajuti veidi enam – 16% vastajate arvates turism neid siiski põhjustab. Paljudele kohalikele (79%) pakuvad külastajatele loodud teenused ja sündmused meelelahutust, proportsionaalselt vastajate arvuga nõustusid sellega vähim Järva valla elanikud (45%; n=22), enim Paide (91%; n=22) ja Viljandi linna elanikud (89%; n=37) ning naised olid nõus veidi enam (82%) kui mehed (69%).



Joonis 5. Rahulolu turismi sotsiaal-kultuurilises mõõtmes (n=319; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Turismi tuge kohaliku kultuuripärandi hoidmisel ja väärtustamisel ning muuseumite säilimisel ja arendamisel tajusid vastajad üldiselt kõrgelt. Nii kultuuripärandi osas (36%) kui ka muuseumite osas (50%) tajusid vähim turismi tuge vastajad Järva vallast (n=22). Pooled vastajatest leidsid, et turism soodustab kohalike noorte seas huvi kultuuripärandi hoidmise vastu, samas jäi ligi veerand (27%) selles osas kahtlevale seisukohale.

Kommentaaries rõhutati, et sündmused ja külalised mõjutavad paiga kuvandit ja argielu: „*Üritused on kodukoha mainekujundus. Seega olulised! Äge on, kui vahepeal on melu.*“ Märgiti, et külastajad on üldjoontes oodatud („*kui turiste on palju, aitab see tõsta koha väärtust...*“), samas jääb seoste loomine lähedal asuvate paikade ja huviväärsustega vahel nõrgaks („*üritustel kasutatakse vähe piirkonna tegelikku tutvustust*“). Tunnistati ka seda, et külastajatel on erinev huvi ja fookus: „*kui turisti huvitab ainult pidutsemine... siis ei huvita teda mingi kultuur ega muuseum.*“ Kohalikele on koormavad liikluse ja ligipääsu piirangud, nagu tänavate sulgemine või liiklusummikud sündmuste ajal. Leiti veel, et kogukonna häält kuulatakse pigem vähe: „*...teerulliga ei peaks üle käima kogukondadest*“.

Tulemustele tuginedes saab **peamiste järeldustena sotsiaal-kultuurilises mõõtmes** välja tuua järgmist:

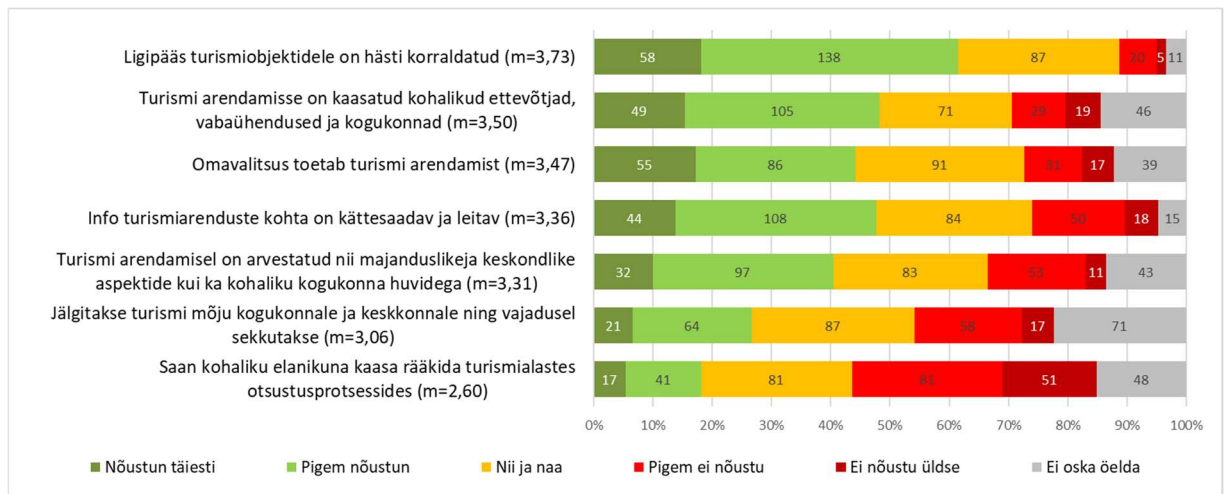
- Turism sulandub üldiselt hästi igapäevaellu ja ei tekita laialdasi häiringuid. Liikluskoormus, sh ummikud ja tänavate sulgemine, on peamised häiringu tekitajad, kuid neid kogetakse pigem konkreetsetel tippsündmustel.
- Turismil on oluline roll kultuuripärandi, muuseumite ja kogukonna kultuurielu hoidmisel ja väärtustamisel nii erinevates vanuserühmades ja piirkondades, kuid ühtlasemalt seal, kus kultuuritegevus on mitmekesine ja nähtav.
- Turistidele mõeldud teenused ja sündmused pakuvad väärtust ka kohalikele.
- Osadele külastajatele on sihtkoht eelkõige sündmuste ja peolise meelelahutuse paik, teistele kultuuri ja muuseumite sihtkoht. Sellest sõltub, kui palju turist panustab kultuuripärandi hoidmisele ja kohalike teenuste kasutamisele.
- Kohalikud ootavad kaasamist ja nendega arvestamist, kuid nende hääl ei ole alati piisavalt kuuldav, eriti suuremate ürituste planeerimisel, liikluskorralduses ja ruumikasutuses ning tajutakse, et otsused sünnivad tihti ilma kogukonna sisendita või kohaliku konteksti arvestamata.
- Kuigi külastajad on oodatud, leiavad kohalikud, et sündmused ei ole piisavalt seotud kohalike teenuste, kultuuriobjektide või piirkonna tegeliku omapäraga.

Kokkuvõttes saab öelda, et turismi sotsiaal-kultuuriline mõju on Kesk-Eesti turismipiirkonnas valdavalt positiivne, see ei sega igapäevaelu, toetab kultuuri ja toob kogukonda väärtust juurde. Samas oodatakse külastajatekondade paremat sidumist kohaliku sisuga, sujuvamat liikluskorraldus tippsündmustel ja kohalike elanike teadlikku ning varajast kaasamist sihtkoha arendusprotsessidesse.

Turismijuhtimise ehk institutsionaalne mõõde

Kestlikkuse prisma institutsionaalse mõõtmefookus on sotsiaalsel kapitalil, sealhulgas ühiskondlikel institutsioonidel, valitsusorganisatsioonidel, inimestevahelistel suhetel, kaasavatel planeerimisprotsessidel, partnerlussuhetel, koostööl ja võimusuhetel (Cottrell *et al*, 2013). Turismijuhtimise mõõtmes oli iga väite puhul ligi veerand neid, kes valisid vastuseks nii ja naa (vt joonis 6), mitme väite puhul ei osanud palju vastajad ka seisukohta võtta. Enim (22%) ei osatud öelda, kas turismi mõju kogukonnale ja keskkonnale jälgitakse, ligi veerand (24%) oli ka neid, kes leidsid, et seda ei tehta. Kriitilised oldi elanike otsustusprotsessidesse kaasamise osas – 41% vastajatest ei

tajunud enda kaasamist ning 15% vastajatest ei osanud öelda, kas nad saavad kaasa rääkida. Teravaimalt tajusid seda vastajad Põhja-Sakala vallas (52%; n=23) ja Järva vallas (68%; n=22).



Joonis 6. Rahulolu turismijuhtimise mõõtnes. (n=319; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Turismi arendamisega kestlike põhimõtete järgi ei nõustunud 31% meestest, naiste seas oli neid vähem – 17%. Ka Järva (35%; n=22) ja Mulgi valla (33%; n=31) ning turismisektorist lisisissetulekut saavate (33%; n=42) vastajate seas ei olnud ligi kolmandik nõus, et turismi arendatakse kestike põhimõtete järgi. Turismiarenduste kohta käiva info kättesaadavusega olid kõige rahulolematumad Järva valla elanikud (58%; n=22) ja Mulgi valla elanikud (41%; n=31). Samades valdades oldi kriitilised ka kohalike ettevõtjate, vabaühenduste ja kogukondade kaasamise suhtes – rahulolematuid oli Mulgi vallas 48% ja Järva vallas 45%.

Ligi pooled vastajatest (47%) tajusid, et omaavalitsus toetab turismiarendust. Samas olid Mulgi valla (nõustus vaid 13%) ja Järva valla elanikud (nõustus 18%) selle toetuse suhtes märksa kriitilisemad. Ja kuigi 61% vastajaid leidis, et ligipääs turismiobjektidele on hästi korraldatud, oli igas vastajagrupis ka neid, kes sellega ei nõustunud.

Kommentaariid puudutasid eeskätt juhtimise, info ja koostöö teemasid, tajuti proaktiivsuse puudumist ning otsuste/tegevuste toetumist pigem optimismile kui teadlikkusele, lisaks „puudub piirkonnas mitmekesisem ja laiem turismipakkumine“. Väljendati muret piirkondliku turismiinfopunkti sulgemise ja info kättesaadavuse pärast, märgiti, et Puhka Eestis lehelt on väga keeruline konkreetset infot leida.

Vastajad leidsid, et „ei saa mingit infot mingite arenduste kohta“ ning „kohalikul tavaelanikul pole siiani olnud võimalusi turismivaldkonna arendamisel osaleda ja kaasa rääkida, vähemalt ei tea sellistest initsiatiividest“. Ligipääsetavusega seoses mainiti, et „kuhu need erineva puudega inimesed ikka oodatud on?“ ning „Kui Põltsamaa ujula tehakse äärelinna, siis need kel pole autot, seda ei külasta“. Üksikutes vastustes mainiti ka kõrget hinnataset ja majutuse vähest võimekust suuremate ürituste ajal. Toodi välja, et „Tõrva valla turismiobjektide ligipääsetavus ja heakord on üldiselt väga heal tasemel“.

Tulemustele tuginedes saab **peamiste järeldustena turismijuhtimise mõõtmes** välja tuua järgmist:

- Toetus turismile on tugev ning märgatav osa elanikke tajub oma valitsus panust turismi arendamisse. Samas peegeldub elanike vähene veendumus selge strateegia ja kestlikkuse põhimõtteid järgiva arendustegevuse osas ning vajadus süsteemsema ja järjepidevama turismijuhtimise järele.
- Piirkonnas on alus tugevamaks võrgustikutööks (ettevõtjad, kogukonnad, arenduskeskused), kuid ühtlane kvaliteet on veel saavutamata.
- Osa elanikest ei tunne end turismivaldkonna otsustesse kaasatuna ning sageli puudub arusaam, kuidas ja millal nende sisendit oodatakse.
- Info turismiarenduste, objektide ja planeeritavate muudatuste kohta ei jõua elanike ja ettevõtjateni järjepidevalt.
- Elanikel puudub selgus, kas turismi arendatakse tasakaalustatult kohalike vajaduste, keskkonna ja majandusliku kasu vahel.

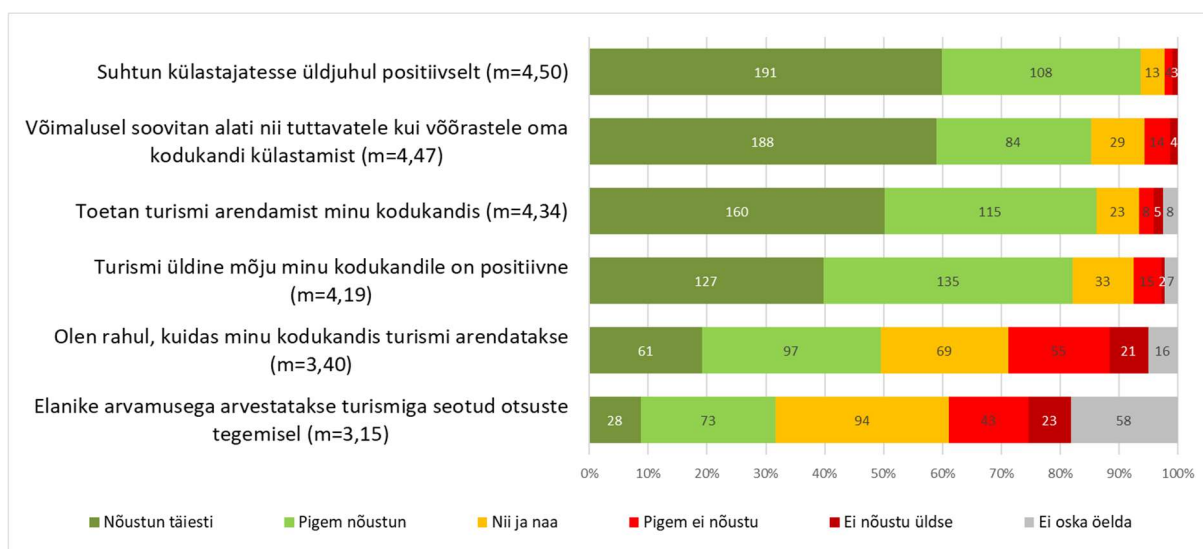
Tulemustest peegeldub vajadus selgema, kaasavama ja koordineerituma turismijuhtimise järele, suurendada usaldust, tugevdada piirkondlikku turismi ökosüsteemi ja tagada turismi kestlik arendamine.

Tunnetuslik rahulolu turismiga

Elanike tunnetuslik rahulolu turismiga peegeldab kokkuvõtlikult seda, kuidas kohaliku kogukonna liikmed hindavad turismi üldist mõju oma igapäevaelule ja elukeskkonnale. Mõõde kajastab tasakaalu elanike kogetud hüvede – näiteks majanduslike võimaluste, paremate teenuste ja kultuurilise elujõulisuse – ning võimalike puuduste, sealhulgas ülerahvastatuse, kasvavate kulude või keskkonnakoormuse vahel. (Cottrell jt, 2013) Lisaks väljendab seda, mil määral on turismi areng kooskõlas kogukonna väärtustega,

aitab kaasa elukvaliteedile ja säilitab kohaliku toetuse turismile. Kõrge elanike rahulolu näitab, et turismi juhitakse ja arendatakse vastutustundlikult ja seda tajutakse kogukonnale kasulikuna. Samas annab madalam rahulolu märku võimalikest konfliktidest või tasakaalustamatusest, mis vajavad sihtkohaorganisatsiooni ja omavalitsuse sekkumist.

Üldine hoiak turismi suhtes Kesk-Eesti turismipiirkonnas on positiivne. Vastajate seas peaaegu kõik (94%) suhtusid külastajatesse positiivselt, negatiivselt meelestatuid oli 7, neist enim Järva vallast (4). Enamus toetab turismi arendamist oma kodukohas (86%) ning tajub turismi üldist positiivset mõju (82%), turismi arendust ei toetanud 13 vastajat (neist 5 Järva vallast) ja positiivset mõju ei tajunud 17 vastajat (neist 7 Järva vallast). Turismi arendamisega kodukohas oli rahulolevaid 50%, kuid arvestatav hulk ka neid, kes sellega rahul ei ole (24%); rahulolematuid oli enim Mulgi vallas (65%; n=31).



Joonis 7. Tunnetuslik rahulolu turismiga. (n=319; m=keskmine hinnang väitele 5-palli skaalal, kus 5 on „Nõustun täiesti“ ja 1 „Ei nõustu üldse“)

Elanike arvamusel arvestamist turismiga seotud otsuste tegemisel tajus 32%, kuid ligi kolmandik (29%) leidis, et on nii ja naa ning 18% ei osanud selle kohta midagi öelda. 21% vastajatest oli seisukohal, et elanike arvamusel ei arvestata, enim tajusid seda vastajad Järva vallast (55%; n=22), turismisektorist täiendavat sissetulekut saavate seas jagas seda seisukohta 38% (n=42).

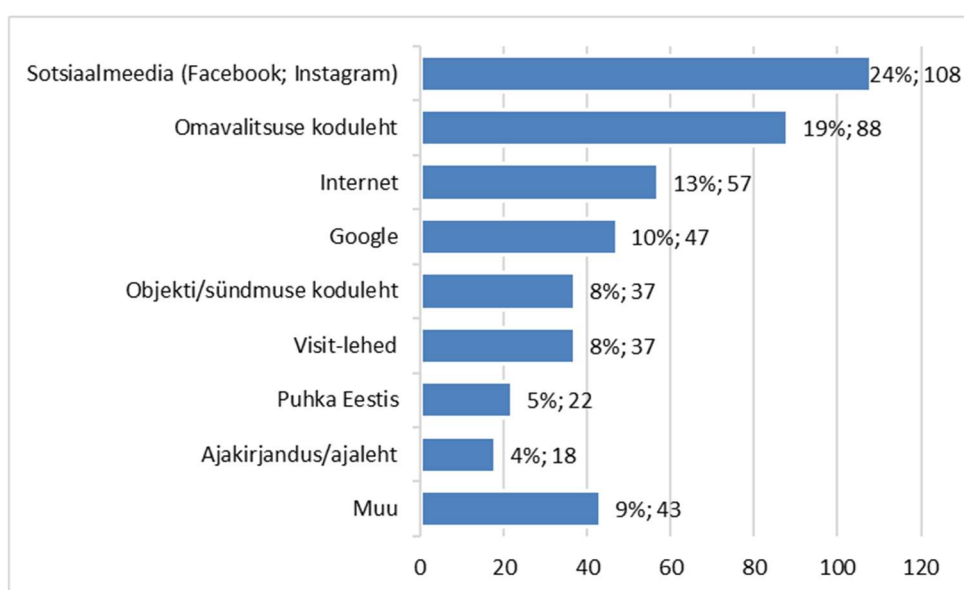
Tulemustele tuginedes saab **peamiste järel dustena tunnetusliku rahulolu mõõtmis** välja tuua järgmist:

- Üldine hoiak turismi suhtes on positiivne ja toetus turismi arendamisele on kõrge, elanikud näevad turismis pigem väärtust kui koormust.
- Turismi arendamisega ollakse rahul, kuid mitte kõikjal ja alati. Madalam rahulolu ilmneb paikades, kus toimub rohkem suursündmusi.
- Kohalikud soovivad suuremat ja järjepidavamat kaasamist ning nende arvamusega arvestamist.

3) Turismiga seotud aktuaalsed teemad

Elanike kaasamist turismiarendusse toetab nende teadlikkus turismisektoris toimuvast ning informeeritus kohalikest turismiarendustest, samuti võimalus kaasa rääkida aktuaalsetel teemadel, mis puudutavad nende heaolu ja elukeskkonda. Seetõttu uuriti osalejatelt, millistest infokanalitest nad otsivad turismi ja turismiarendusega seonduvat infot, millisel objektil või paigal võiks olla turismipotentsiaal ning milliseid on hetkel elanike endi jaoks kõige kriitilisemad turismiga seonduvad teemad.

Peamiselt otsitakse infot sotsiaalmeediast, sh nii omavalitsuste kui ka objektide/sündmuste Facebooki lehtedelt, samuti Instagramist (vt Joonis 8). Lisaks märgiti info otsimise kanalitena tehisaru, Google Maps-i, sõpru, reklaamtrükiseid ja kuulutuste tulpasid, aga ka raadiot, infotelefoni ja kultuurikalendrit.



Joonis 8. Turismi ja turismiarendusega seonduva info otsimise kanalid.

Paljud kasutavad info leidmiseks omavalitsuste kodulehti, Google-otsingumootorit, samuti turismiobjekti või sündmuse ja Visit-kodulehti ning Puhka Eestis platvormi. Infot otsitakse ka ajakirjandusest ja kohalikest paberkanalidest ajalehtedest.

Lisatud kommentaaridest selgus, et „*järjepidevalt uuendatud turismiinfokanalit on keeruline leida*“ ja „*turismiinfo on esitatud piiratud mahus ja pigem suunavate linkidena*“, lisaks on „*enamus infokanaleid on aegunud ja vajavad üle vaatamist*“. Jälgitakse „*turismikeskuse FB lehte, et osata ette aimata, millal liigub piirkonnas rohkem inimesi*“, kuid märgiti ka, et „*kui seal ette ei viska, siis jään infost ilma. Kodulehtedelt otsimine ei meeldi, alati ei leia ka sealt juba teadaolevat infot kontrollimiseks üles*“. Märgiti veel, et „*Visit Viljandi ei ole kogu maakonna huvides, vaid pigem Viljandi linna infokanal, kus maakond on raskelt leitav*“. Toodi välja ka elaniku isikliku panuse vajalikkus info levitamisel: „*...luua kontaktid teiste turismitegijatega... oleme ka endi tegemisi turismi arendamises püüdnud teistele nähtavaks teha*“. Soovitati rakendada tehisar, et jagada paremini infot nii turismi kohta kui ka turistidele.

Vastajad tõid välja hulgaliselt objekte ja paiku, millel võiks olla turismipotentsiaal või mis vajaksid turismiobjektina paremaks toimimiseks rohkemat tähelepanu (vt Lisa 2). Nimetati nii Viljandi vanalinna ja Viljandi järve ümbrust, Karksi-Nuia kandis olevaid vaatamisväärsusi (Karksi lossivaremed ja viltuse torniga kirik). Põltsamaa huviobjektidest märgiti Uue-Põltsamaa mõisa, Kuningamäe kompleksi, Põltsamaal õmmeldud Eesti lipu lugu jt. Türi kandis toodi välja Eesti Jalgratta ja Eesti Ringhäälingumuuseum ning tehti ettepanek luua Türiale Pinkide Allee ning „*loodusrajad ja Pärnu jõe kallas võiks olla hoolitsetud, et seal oleks ka kohad kus istuda*“.

Märgiti veel, et Türi vallas „*on suur osa kohalikust ajaloost ja pärandist turismis sisuliselt kasutamata. Vähe on esile toodud paberivabriku ja telliskivitööstuse ajalugu, vesiveskeid, Eesti esimeste lastelaulupidude traditsiooni ning läbi ajaloo tuntud inimesi*“. Lisaks mainiti, et „*viitade ja siltide olukord aastatega oluliselt halvenenud ning Türi vald kui turismipiirkond on ka põhimaanteedel selgelt märgistamata...see jätab turistidele pigem negatiivse esmamulje*“. Paide kandis aga „*võiks paremini markeerida matkarajad, et need oleks RMK matkaradadega võrdsed, nt Paide tehisejärve äärest viia matkarada tehismaastikule ja sealt edasi Pärnu jõe äärde ja mööda vana raudtee tammi Türiale*“.

Tõrva ümbruses nähti kasutamata potentsiaali Holdre lossil ja Helme lossivaremetel, Pikasilla puhkealal, Barclay de Tolly mausoleumil ja Tõrva järvedel, samuti Võrtsjärve lõunatipul. Pakuti, et *„Tõrva kesklinna hooned võiks olla väikeäridega asustatud – armsa väikelinna kuvand, mis paneks igaühe siin peatust tegema“*.

Kommentaaries jäi silma, et külastajatel on ootused lihtsate looduslähedaste kogemuste järele: *„järjest enam lähevad hinda nn lihtsad loodusobjektid – mets, soo, järv, ka karjäär (näeb geoloogiat) ja nende elustik“*. Vastajad tegid ka üldisemaid ettepanekuid nagu *„kollane maamärk pildistamiseks“, „kaunite aedade avatud päevad“, „mõni julge skulptuuri- või muu välinäitus“, „taluturism“ või „paadi/lodja/väikelaevareisid Väike-Emajõel“*. Potentsiaali nähti ka *„õige loo jutustamises ja paikade sidumises – selle kaudu kujuneb eristuv ja korduvkülastust soodustav sihtkoht.“* Väljendati ka seisukohta, et *„hetkel on turismis nähtavamad eelkõige need kohad ja objektid, mis küsivad otseselt tasu või millel on selge majanduslik väljund, jättes tagaplaanile tasuta ja avalikud, kuid sisuliselt väärtuslikud paigad ja lood, mis on olemas, kuid mida ei tutvustata, kuna keegi ei teeni nende pealt vahetatut tulu“*. Siiski leiti ka, et *„turism võiks tagasi tõmmata ja kohalikele hingamisruumi anda“*, mõned vastajad ei soovinudki turismipotentsiaali omavaid objekte/paiku avaldada peljates paiga rikkumist.

Turismiga seonduvad kriitlised teemad vabavastuste põhjal

Vabavastused näitavad, et elanikud näevad oma kodukoha turismipotentsiaali ning huvi turismiarenduse vastu on olemas. Turismi hetkeseisus nähakse aga väljakutset juhtimisele, soovitakse selgemat visiooni, koostööd ja tasakaalu kohaliku elu ning külastajakogemuse vahel. Mõnes omavalitsuses või organisatsioonis ollakse turismijuhtimisega väga rahul, mõnes aga mitte. Nähakse kohaliku ettevõtluse elavnemist, uute turismiettevõtete lisandumist ja teenusepakkumise mitmekesistumist, samuti piirkonna tugevat looduslikku ja kultuurilist potentsiaali. Kogukond on ise valmis panustama ja koostööd tegema ning elanikud usuvad turismiarenduse võimalikkusesse ja vajalikkusesse.

Võttes arvesse vastajate jaotust turismisektoriga seotuse põhjal saab öelda, et rohkem on vabavastustes esindatud nende hääl, kes turismisektorist majanduslikku kasu ei saa. Välja saab tuua järgmised aktuaalsed ja kriitilisemad teemad:

Koostöö ja kaasamine

Kohalikel on ootus senisest sujuvama ja kaasavama koostöö järele kohalike omavalitsuste, turismiettevõtjate ja kogukonna vahel, soovitakse erinevate osapoolte senisest järjepidevamat ja varasemas etapis kaasamist otsustusprotsessidesse. Leiti, et piirkonnas koostööpotentsiaal ei tule veel täielikult esile. Turismi tasakaalustatud arengut piirkonnas toetavad vastajate arvates ühised arutelud ja koordineeritud strateegiline lähenemine.

Turismi juhtimine ja valitsemine

Turismiarendust tajuti kohati ebaselgena ja ebaühtlasena, strateegia ja pikaajaline visioon ei ole elanikele piisavalt nähtavad ning ootus on koordineerituma ja läbipaistvama juhtimisprotsessi järele. Vastustest peegeldus erinev arusaam sellest, kes turismi arendab ja otsuseid teeb – on see riik, omavalitsus, ettevõtjad või piirkondlik turismiorganisatsioon, kriitilisi tähelepanekuid tehti kõikide osas.

Kommunikatsioon, info ja nähtavus

Vastustes on märgata, et turismialane teave ei ole külastajatele ja kohalikele alati kergesti leitav ega üheselt kommuникеeritud. Leiti, et info piirkonna tegevusvõimaluste ja huviväärsuste kohta ei ole alati leitav, viidati füüsiliste turismiinfopunktide sulgemisele. Samuti osutati, et nähtavuse ja turundustegevuste tugevdamine aitaks piirkonna pakkumisi potentsiaalsetele külastajatele paremini esile tuua.

Turismi mõju kohalikule elule

Vastustest peegeldub soov, et turismi areng ja korraldus oleks kooskõlas kohaliku elanikkonna heaoluga, kuna turism võib tekitada häiringuid, näiteks seoses ürituste, müra, parkimise või prügiga.

Turismipakkumise kitsaskohad

Turismipakkumine võiks vastajate hinnangul olla mitmekesisem ja terviklikum, mainiti vajadust suurema valiku järele nii ööbimisvõimalustes kui ka toitlustuses, samuti looduses liikumise ja kvaliteetse ajaveetmise võimalustes. Leiti, et puudub

sidus teenuste jada, mis toetaks pikemaajalist külastajate kohalviibimist ning pakuks mitmekesiseid ja omavahel haakuvaid turismielamusi.

Turismi infrastruktuur ja keskkond

Turismi arengut mõjutavate teguritena nimetati mitmed infrastruktuuri ja avaliku ruumi kvaliteediga seotud väljakutseid nagu ligipääsuteed, teede võrgustik ja kergliiklusteed, mis kõikjal ei toeta mugavat liikumist, samuti tunti puudust suunaviitadest. Mitmete turismiobjektide ning avalike alade puhul märgiti järjepidevama hoolduse vajadust. Toodi välja ka ühistranspordi piiratud võimalusi, mis elanike sõnul mõjutab nii külastajakogemust kui ka piirkonna üldist kuvandit.

Majanduslik ja institutsionaalne kontekst

Laiemalt nähti turismi arengut mõjutava tegurina majanduslikku ebakindlust, mainiti ka turismi mõjutavat hinna- ja elukalliduse tõusu ning siseturismi vähenemist. Eeltoodu piirab vastajate hinnangul nii külastajate huvi kui ka ettevõtjate tegutsemisvõimalusi. Märgiti, et riiklikud turismitoetused ja regulatsioonid ei ole piisavalt stabiilsed ning turismivaldkonna pikaajaline planeerimine seega keerukas. Leiti, et sellises olukorras toimetulemine eeldab tugevat turismijuhtimist.

Kasutamata potentsiaal ja arenguvõimalused

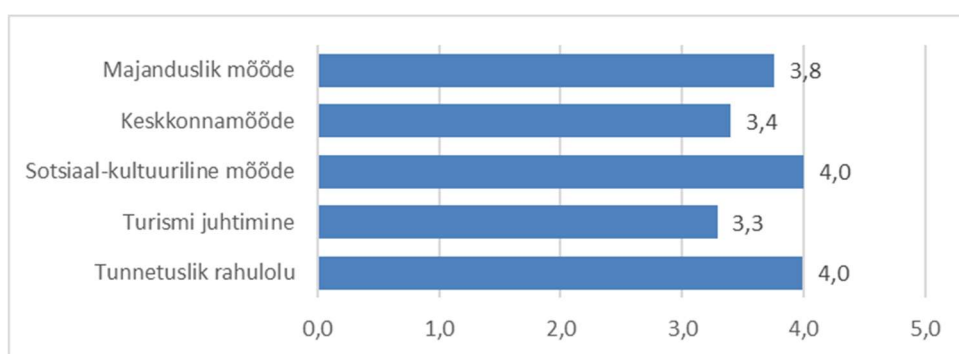
Leiti, et piirkonna olemasolevad ressursid on pigem alakasutatud ning napib uusi ja loomingulisi lahendusi. Lahendust nähti liikumises kvaliteetse, elamusliku ja kogukonda väärtustava turismi suunas, et luua külastajatele tähenduslikke kogemusi ja toetada piirkonna pikaajalist arengut.

Elanike tunnetuslik rahulolu turismiga

Elanike rahulolu turistide kohaloleku ja turismiga nende kodukohas, samuti nende toetus turismi arengule on oluliseks osaks turismi piirkonna edukal arendamisel ja kuvandi loomisel. Sealjuures kujundavad elanike rahulolu turismiga kõik kestlikkuse mõõtmed, milleks on keskkonna-, majanduslik, sotsiaal-kultuuriline ja institutsionaalne mõõde (Cottrell jt, 2013). Kui institutsionaalse mõõtme fookus on sotsiaalsel kapitalil, sealhulgas ühiskondlikel institutsioonidel, valitsusorganisatsioonidel, inimestevahelistel suhetel, kaasavatel planeerimisprotsessidel, partnerlussuhetel, koostööl ja võimussuhetel, siis sotsiaal-kultuuriline mõõde käsitleb kohalikku elanikku ja nende teadlikkust, kogemusi, teadmisi, oskuseid ja käitumist kui sihtkoha arendamise

ressurssi. Keskkonnamõõde on seotud loodusväärtuste, taastuvate ja taastumatute ressursside olukorra tajumisega, samuti turistide keskkonnakäitumise ja selle võimaldamisega sihtkohas. Majanduslik mõõde aga hõlmab piirkondlikku majanduslikku tulu, sealhulgas elanike materiaalsel heaolu, tööhõivet ja sissetulekut.

Eeltoodud tulemuste ja järelduste üldistamiseks ning visuaalseks esitluseks leiti teemagruppide põhiselt väidete aritmeetilised keskmised, mis võimaldavad nii eelnevaid kui tulevasi uuringuid võrrelda (vt joonis 9). Aritmeetilise keskmise arvutamisel võeti aluseks vastajate antud hinnangud 5-palli skaalal, kus 5 vastab vastusele „Nõustun täiesti“ ja 1 vastusele „Ei nõustu üldse“.



Joonis 9. Elanike keskmine indikatiivne rahulolu turismiga Kesk-Eesti turismipiirkonnas.

Tulemuste põhjal on hoiakuid saab pidada pigem positiivsed, samas on need erinevad mõõtmete lõikes. Sotsiaal-kultuuriline mõju rahulolule on kõrgeim ($m=4,0$ viiepallisüsteemis) ning viitab sellele, et turism sulandub elanike igapäevaellu pigem hästi, toetab kultuurielu ning on laiemalt aktsepteeritud. Tajutav rahulolu majanduslikus mõõtmes ($m=3,8$) viitab aga sellele, et elanikud tunnetavad turismi panust kohaliku majanduse elavdamisse ning teenuste valiku laienemisse. Rahulolu keskkonnamõõtmes jääb keskmisest veidi madalamaks ($m=3,4$) osutades tähelepanuvajadusele looduses liikumise korralduses, puhkealade olulistes elementides (nt viidad, tualetid, jäätmekorraldus) ning külastuskoormuse tasakaalustamises. Rahulolu turismijuhtimisega (institutsionaalne mõõde) on madalaim ($m=3,3$), peegeldades ootust selgematele rollidele, terviklikumale sihtkohaarendusele ja toetavale strateegiale, paremale info kättesaadavusele ning läbipaistvamale ja järjepidevamale kaasamisele. Tunnetuslik rahulolu ehk elanike üldine tajus turismi mõjust nende igapäevaelule ja elukeskkonnale, uuringu tulemuste põhjal kõrge. Aritmeetiline keskmine (4,0) näitab, et suurem osa vastajaid tajub turismi mõju pigem positiivsena ning ei pea seda oma eluolu häirivaks. See on kooskõlas

rahuloluga sotsiaal-kultuurilises mõõtnes, viidates sellele, et turism on piirkonnas enamasti hästi integreeritud ning loob kohalikele väärtust nii kultuurielu kui sündmuste osas. Tunnetusliku rahulolu tase viitab, et turismi nähakse kogukonnas laiemalt toetava tegurina, samas ei välista see tundlikkust üksikute teemade osas, mille lahendamine aitab rahulolu ka tulevikus stabiilsena hoida.

Kokkuvõtvalt näitavad rahulolu tasemed, et elanike üldine hoiak turismi suhtes on positiivne ja toetav. Suurimate tugevustena nähakse on kogukonnatunnet ja kultuurielu toetav mõju ning tajutav majanduslik panus, arendusvajadus ilmneb eelkõige turismijuhtimise selguses ja keskkonnaalases korralduses.

Ettepanekud

Ettepanekud on suunatud eeskätt Kesk-Eesti turismiorganisatsioonile, samuti ettevõtjatele ja teistele turismiasjalistele, kes panustavad piirkonna turismiarendusse. Need lähtuvad uuringu järeldustes toodud peamistest kitsaskohtadest ja arendusvajadustest neljas mõõtnes – majanduslik, sotsiaal-kultuuriline, keskkonna- ja juhtimismõõde – ning on mõeldud praktiliseks sisendiks piirkondlike arendustegevuste ja koostöö kavandamisel. Ettepanekutes on sünteesitud küsitluse tulemused ja vabavastustes esile kerkinud teemad ning toetatud rahvusvahelisele väikesaarte ja tundlike sihtkohtade kogemusele (nt Šotimaa saared, Fääri saared, Uus-Meremaa regionaalsed sihtkohad). Fookuses on elanike rahulolu kasvatamine läbi nähtava kasu, parema juhtimise ja sisulise kaasamise. Ettepanekud ei ole reastatud pingeritta ning nende ellurakendamisel tuleks lähtuda piirkondlikust kontekstist.

- Uuring näitab, et turismipiirkonnal puudub ühtselt tajutav Kesk-Eesti identiteet, iga kant tajub ennast omaette sihtkohana. Võib kaaluda ühiselt mõistetava ja jagatud sihtkohaloo kujundamist, mis looks selge põhjuse Kesk-Eestit külastada, tooks terviklikult esile kogu piirkonna eripära. Ühine identiteet toetaks ühtset arusaamist turismi eesmärkidest kogu piirkonnas, samuti turismipiirkonna elanike ühtsustunnet ja uhkust oma kodukoha üle.
- Kaasamise ja kaasatuse tunde suurendamine võiks toetuda kolmele põhiprintsiibile, milleks on a) varajane kaasamine (enne otsuste tegemist); b) järjepidev tagasiside andmise ja küsimise protsess (elanikud saavad teavet ja selle kohta, kuidas nende arvamust kasutati) ning c) lihtne osalus (kiired digiküsitlused, piirkondlikud aruteluringid, regulaarsed avatud uste päevad).

See võimaldab vähendada tunnet, et otsused sünnivad „kusagil mujal“ ja toetada usaldust turismiarenduse vastu.

- Uuringu üks sõnumitest on turismiinfo ebapiisavus ja raskesti leitavus nii elanike kui ka piirkonna külastajate jaoks. Soovituslik on püüda mõista, millel selline arusaam põhineb, leida lahendusi olemasolevate infokanalite koordineeritumaks kasutamiseks ning parandada turismiinfo leitavust elanikele. Selgitada elanikele ja turismiasjajalistele trendimuutusi turisti infokäitumises ning turismiinfo jagamises – maailmakogemus näitab, et partnervõrgustikud, liikuvad ja hooajalised *pop-up* infokioskid ning info jagamine kohtades, kus turistid nagunii viibivad (muuseumid, kirikud ja pärandipaigad, majutuskohad, bussijaamad, kogukonnakeskused jt) on külastajate liikumise ja vajadustega enim kohanduvad alternatiivid, samuti on need kuluefektiivsemad (Kim, 2019; UNESCO, 2023).
- Turismi positiivse kuvandi kujundamiseks ja elanike rahulolu suurendamiseks on soovitatav edendada kogukonnale väärtust loovat turismi. Kohalikele mõeldud pakkumised, soodustused, osalusvõimalused ja kogukonda kaasavad tegevused aitavad turismi näha igapäevase elukeskkonna kvaliteeti toetava tegurina.
- Terviklikuma külastuskogemuse ja killustatuse vähendamiseks tuleks tähelepanu pöörata ettevõtjate, omavalitsuste ja kogukondade koostöö tugevdamisele (nt koordineeritud tegevused, ühised sündmuste kalendrid, partnerlusprojektid, ühiselt arendatud turismipaketid vms).
- Leida võimalusi turismitaristu (viidad, puhkealad, avalikud tualetid, istumis- ja peatumiskohad, karavanitaristu, rajatähistused jms) parendamiseks ja regulaarseks hoolduseks.
- Tuua turunduses veelgi enam esile autentseid ja lihtsaid looduslähedasi elamusi, mida vastajad väärtustasid, ilmestada neid kohalike lugude ja pärandi abil ning kaasata ka kohalikke. See toetab külastajate ootust tähenduslike kogemuste järele.
- Toetada turismi tasakaalustatud, kvaliteedil põhinevat ning lisaväärtust loovat arengut, vältides liigset koormust nii loodus- kui elukeskkonnale. Võimalusteks on külastusvoogude parem hajutamine suursündmuste ajal ning praktilisemate juhiste loomine ürituste korraldajatele, et vähendada müra, prügi ja liikluskorraldusega seotud häiringuid.

- Suunata rohkem tähelepanu turismijuhtimise selgusele ja läbipaistvusele, et suurendada usaldust nii kogukonna kui ka partnerite seas. Seda saab toetada selge kommunikatsiooni, otsuste kujunemise läbipaistvuse ning saavutatud tulemuste järjepideva kommunikeerimisega.
- Leida võimalusi ettevõtete võimestamiseks ja koostöö suurendamiseks, kuna turismipiirkonna terviklikus arengus on ettevõtjatel ja ettevõtetel arvestatav roll. Toetada innovatsiooni soodustavaid algatusi, jagada praktilisi kogemusi ja häid näiteid, innustada piirkonnaülest pakkumiste arendamist jms, sest ettevõtjate parem toimetulek ja mitmekesisem teenusepakkumine toetavad nii kohalike elanike rahulolu kui sihtkoha positiivset kuvandit tervikuna.

Uuringu piirangud ja edasised uuringu läbiviimise soovitus

Kuigi valimi suurus ja struktuur võimaldavad teha üldistusi elanike turismiga rahulolu kohta, tuleb siinse uuringu tulemuste tõlgendamisel arvestada mõningate piirangutega, mis võivad mõjutada andmete üldistatavust ja tõlgendussügavust. Valim ei olnud vanuse, soo ega elukoha osas täielikult proportsionaalne piirkonna tegeliku elanikkonnaga, mistõttu peegeldavad tulemused eeskätt nende inimeste hinnanguid, kes küsitlusele vastasid. Kuna osalemine oli vabatahtlik, võisid uuringus aktiivsemalt osaleda elanikud, kellel on turismiga seotud teemade suhtes tugevam arvamus, mis võib mõningal määral rõhutada rahulolevamaid või kriitilisemaid seisukohti. Kuna hinnangud põhinevad elanike tajudel, väljendavad tulemused eelkõige nende subjektiivset arusaama turismi mõjust, mitte otsest või objektiivselt mõõdetud mõju majandusele, keskkonnale või kogukonnale. Kogutud andmed kirjeldavad vastajate seisukohti uuringu toimumise perioodil, mistõttu võivad hinnangud erineda sõltuvalt aastaajast, uuringu perioodil elukoha lähedal toimunud sündmusest või muudest teguritest. Vähem kaetud oli noorte (18–25) ja eakate vanusegrupp (66+) ning ülekaal oli keskealistel (41–55). Tulemused peegeldavad seega eeskätt keskealiste vaadet, noorte ja eakate hoiakute teadasaamine vajab täiendavat uuringut. Kuna naiste osakaal valimis oli ülemäära suur – 78% vs üldkogumis 53%, oli meeste häält vähem kuulda. Tulemused võivad seetõttu kajastada teemasid, mis peegeldavad pigem naiste seisukohti.

Seega, on valimi representatiivsus nii vanuse, soo kui ka piirkonna lõikes väike ning üldistamine kogu täiskasvanud elanikkonnale ei ole ilma statistilise kohandamise või

täiendavate uuringuteta põhjendatud. Usaldusvääruse suurendamiseks võiks tulevastes uuringutes täiustada valimi kujundamist, et tagada erinevate elanikerühmade parem esindatus. Ajas toimuvate muutuste jälgimiseks võiks kord aastas läbi viia lühema versiooni küsitlusest, keskendudes tunnetuslikule rahulolule ja peamistele muutujatele ning korraldada perioodiliselt kogukondades fookusgrupi intervjuusid.

Edasistes uuringutes võiks senisest süsteemsemalt uurida elanike kaasamise eelistusi, et teada saada millistes turismiga seotud teemades ja millisel viisil nad sooviksid kaasa rääkida. See looks parema aluse elanike ootustega kooskõlas olevate kaasamisvormide kujundamiseks ning toetaks kogukonnapõhist turismijuhtimist.

Lisad

Lisa 1 Küsitlusankeet

Mida Teie arvate turismist oma kodukohas?

Soovime teada saada, mida teie kohalike elanikena arvate turismist ning kuidas olete rahul turismiarendusega oma kodukohas. Uuringusse kutsutakse osalema kõikide Järvamaa ja Viljandimaa valdade ning Põltsamaa ja Tõrva valla elanikud. Palume teil täita järgnev küsimustik - ootame väga teie mõtteid ja kogemusi turismi ja selle arendamise kohta oma kodukohas.

Küsimustik on anonüümne ja selle täitmine võtab aega umbes 15 minutit. Kõigi vastanute vahel, kes soovivad osaleda loosimises ja jätavad küsimustiku lõpus oma telefoninumbri, loosime välja vahvaid auhindu. Loosiõnn võib tuua külastuse Tõrva Veemõnulasse, Viljandi kohvikusse Fellin, Toosikannu loodusparki, Põltsamaa lossikompleksi ja restorani Oberpahlen või koguperekülastuse Wagenkülli Talvevõlumaale.

Loosimine toimub pärast uuringu perioodi lõppemist. Võitjatega võtab telefoni teel ühendust Kesk-Eesti turismiorganisatsiooni esindaja.

Täname kõiki vastajaid kaasamõtlemiss eest! Teie arvamus on oluline, et mõista kuidas turism teie igapäevaelu ja kohalikku kogukonda mõjutab.

Uuring viiakse läbi perioodil 19.12.2025 kuni 25.01.2026.

Uuringut aitab läbi viia Tartu Ülikooli Pärnu kolledž Sihtasutuse Viljandimaa Arenduskeskuse Kesk-Eesti turismiorganisatsiooni tellimisel. Uuringut kaasrahastab Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus.

A-osa

1. Kus on teie püsiv elukoht? *

Viljandi maakond
Järva maakond
Tõrva vald
Põltsamaa vald

2. Millise omavalitsuse haldusalasse jääb teie püsiv elukoht? *

Viljandi maakond	Järva maakond
Viljandi linn	Paide linn
Viljandi vald	Järva vald
Mulgi vald	Türi vald
Põhja-Sakala vald	

3. Märkige oma sugu: *

- Naine
- Mees
- Ei soovi vastata

4. Palun märkige oma vanus täisaastates: *

5. Milline väide kehtib teie kohta kõige enam? * Palun valige **ainult üks** järgnevatest:

- Töötan või tegutsen põhikohaga turismisektoris (nt majutus, reisikorraldus, restoran, seikluspark, muuseum, korraldan näitusi/sündmusi vms; olen ise turismiettevõtja)
- Ma ei tööta turismisektoris, kuid saan sellest täiendavat sissetulekut (nt teen giidituure, müün käsitööd, pakun eramajutust vms)
- Ma ei saa üldse majanduslikku kasu turismisektorst
- Muu, palun täpsustage:

6. Palun hinnake, kui kaugel asub teie elukohast mõni turistide poolt külastatav objekt või koht, või kus toimub mõni suurem sündmus (festival, kontsert, spordivõistlus vm) *

- 0-10 km
- 11-20 km
- 21-30km
- kaugemal kui 30km
- Muu

7. Palun nimetage mõni suursündmus (nt kontsert, rahvusvaheline spordivõistlus vm), mis toimub teie elukoha lähedal? Märkige, kuidas see teid mõjutab? On see tore sündmus, mida ootate või pigem soovimatu teie kodukohas?

B. osa. Kohaliku elaniku rahulolu turismiga

8. Turismi majanduslik mõju. Järgnevatele väidetele vastamisel palun lähtuge oma püsivast elukohast – kuidas te tunnetate olukorda oma elukohas. Palun valige kõige sobivam vastusevariant. *

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Turism loob kohalikele töökohti						
Turism võimaldab teenida lisaissetulekuid kõrvaltegevuste kaudu (nt majutamine, käsitöö, giiditeenused)						
Turism elavdab ja laiendab kohaliku ettevõtluse valdkondi						
Turismi tõttu on maa ja kinnisvara hinnad tõusnud						
Turism põhjustab kaupade ja teenuste hindade tõusu						

9. Kui soovite midagi kommenteerida majandusliku mõõtmekohta, saate seda teha siin

10. Turismi mõju keskkonnale. Järgnevatele väidetele vastamisel palun lähtuge oma püsivast elukohast – kuidas te tunnetate olukorda oma elukohas. Palun valige kõige sobivam vastusevariant. *

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Turism suurendab survet looduskeskkonnale						
Turismi hooajal satub looduskeskkonda tavalisest rohkem jäätmeid						
Turismi tõttu esineb probleeme joogivee kättesaadavusega						
Turismi arendatakse looduskeskkonda kahjustamata						
Looduses liikumine on külastajate jaoks korraldatud (rajad, suunavad viidad, sildid jms)						
Külastajad järgivad looduskeskkonnas liikumise ja prügi käitlemise reegleid (käituvad vastutustundlikult, hoiavad loodust)						

11. Kui soovite midagi kommenteerida keskkonnamõõtmekohta, saate seda teha siin

12. Turismi sotsiaalne ja kultuuriline mõju. Järgnevatele väidetele vastamisel palun lähtuge oma püsivast elukohast – kuidas te tunnetate olukorda oma elukohas. Palun valige kõige sobivam vastusevariant. *

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Turism aitab hoida ja väärtustada kohalikku kultuuripärandit						
Külastajate kohalolu ei sega minu igapäevaelu						
Külastajatele loodud teenused ja sündmused pakuvad mulle erinevaid meelelahutuslikke võimalusi						
Turism soodustab kohalike noorte seas huvi kultuuripärandi hoidmise vastu						
Turism toetab muuseumite säilimist ja arendamist						
Turism tekitab liiklusummikuid						
Turiste on aeg-ajalt liiga palju						

13. Kui soovite midagi kommenteerida sotsiaal-kultuurilise mõõtmekohta, saate seda teha siin

.....

14. Turismijuhtimine. Järgnevatele väidetele vastamisel palun lähtuge oma püsivast elukohast – kuidas te tunnetate olukorda oma elukohas. Palun valige kõige sobivam vastusevariant. *

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Omavalitsus toetab turismi arendamist						
Turismi arendamisse on kaasatud kohalikud ettevõtjad, vabaühendused ja kogukonnad						
Turismi arendamisel on arvestatud nii majanduslike ja keskkondlike aspektide kui ka kohaliku kogukonna huvidega						
Saan kohaliku elanikuna kaasa rääkida turismialastes otsustusprotsessides						
Jälgitakse turismi mõju kogukonnale ja keskkonnale ning vajadusel sekkutakse						
Ligipääs turismiobjektidele on hästi korraldatud						
Tean, kustkohast leida infot turismiarenduste kohta						

15. Kui soovite midagi kommenteerida turismijuhtimise mõõtmekohta, saate seda teha siin

.....

16. Tunnetuslik rahulolu. Vastake täpselt nii nagu tunnete. Palun valige kõige sobivam vastusevariant.

	Nõustun täiesti	Pigem nõustun	Nii ja naa	Pigem ei nõustu	Ei nõustu üldse	Ei oska öelda / Puudub kogemus
Turismi üldine mõju minu kodukandile on positiivne						
Olen rahul, kuidas minu kodukandis turismi arendatakse						
Toetan turismi arendamist minu kodukandis						
Võimalusel soovitan alati nii tuttavatele kui võõrastele oma kodukandi külastamist						
Suhtun külastajatesse üldjuhul positiivselt						
Elanike arvamusega arvestatakse turismiga seotud otsuste tegemisel						

C. osa.

17. Palun nimetage mõni infokanal, mille kaudu otsite turismiinfot (arendus, külastusobjektid, teenused vm) enda kodukandi kohta.

.....

18. Mis võiks olla teie kodukandis avastamata või unustatud objekt/paik, millest võiks potentsiaalselt saada turistidele huvitav vaatamisväärsus?

.....

19. Mida soovite omalt poolt veel lisada? Mis on praegusel hetkel teie jaoks kriitilise tähtsusega teema turismiga seoses??

.....

Kui soovite osaleda loosimises, siis palun sisestage siia väljale oma telefoninumber.

Kõigi vastanute vahel, kes soovivad osaleda loosimises ja kirjutavad oma telefoninumbri, loosime välja vahvaid auhindu. Loosiõnn võib tuua külastuse Tõrva Veemõnulasse, Viljandi kohvikusse Fellin, Toosikannu loodusparki, Põltsamaa lossikompleksi ja restorani Oberpahlen või koguperekülastuse Wagenküllil Talvevõlumaale.

Loosimine toimub 3 nädala jooksul pärast uuringu perioodi lõppemist. Võitjatega võtab telefoni teel ühendust Kesk-Eesti turismiorganisatsiooni esindaja.

Siia väljale oma telefoninumbrit kirjutades annate oma nõusoleku teiega telefoni teel ühenduse võtmiseks auhinna võitmisest teavitamiseks.

Teie sisestatud telefoninumbrit kasutame ainult loosimise läbiviimiseks. Kõik loosis osalenud, kuid mitte võitnud telefoninumbritid kustutatakse andmebaasidest koheselt pärast loosimise läbiviimist.

Siia väljale võib sisestada ainult numbreid.

Kirjutage vastus siia:

Suur tänu, et võtsite aega vastamiseks.

Teie vastused aitavad meil mõista, kuidas kohalikud turismi suhtuvad ning arvestada teie arvamusega turismitegevuste planeerimisel ja arendamisel.

Kui jätsite meile oma telefoninumbri, siis osalete auhindade loosimisel. Loosiõnn võib tuua külastuse Tõrva Veemõnulasse, Viljandi kohvikusse Fellin, Toosikannu loodusparki, Põltsamaa lossikompleksi ja restorani Oberpahlen või koguperekülastuse Wagenküllil Talvevõlumaale.

Loosimine toimub pärast uuringu perioodi lõppemist. Võitjatega võtab telefoni teel ühendust Kesk-Eesti turismiorganisatsiooni esindaja. Auhinnad toimetatakse võitjateni.

Teie sisestatud telefoninumbrit kasutame ainult loosimise läbiviimiseks. Kõik loosis osalenud, kuid mitte võitnud telefoninumbritid kustutatakse andmebaasidest koheselt pärast loosimise läbiviimist.

Lisa 2 Turismiarenduse potentsiaaliga paigad/objektid

Enimmärgitud objektide mainimiste arv on esitatud sulgudes

Abja linavabrik	Karupoegade skulptuur	Närska mäe slaalomirajad
Abja muuseum	Tõrvas	Ohvriannikivid ja muinasaegsed asulad (Türi vald)
Adavere tuulik	Kaunid koduaiad	Oisu mõis
Aidu mälestusmärk	Kirna voorestik	Orina mõis
Ainja järv	Kitsbergi muuseum ja libahundi temaatika (4)	Orjakivi Helme lossi taga
Ala karjamõis	Kiviaja asulakohad (Tõrva)	paadi/lodja/väikelaevareisid Väike-Emajõe
Barclay de Tolly mausoleum (6)	Kivilõppe vanapagana kivi	Papioru mets
Ennuksemäe punker	Koeru surnuaed ja ajalugu	Peetri mõis
Esna ja mõis	Kollane maamärk pildistamiseks	Pikasilla puhkeala (4)
Halliste surnuaed ja kirik	Koorküla	Pilistvere kirik ja kalmed
Heimtali viinaköök	Koorküla koopad	Pinkide Park Türi
Helme kalmistu legendid	Korsten keset põldu Räägu külas Abja-Paluoja-Sarja-Tõlla tee ja Mäekse tee ristil	Postijaam (Järva vald)
Helme kiriku varemed Kirikukülas	Kulla leerimaja	Puurmani mõis
Helme koduloomuuseum (3)	Kuningamäe kompleks ja rajatised/käigud (4)	Põhjasõja lahingupaigad Hummulis
Helme koopad ja lossivaremed (3)	kõis-raudtee teha üle oru lossimägedesse (Karksi-Nuia)	Põltsamaa Eesti lipu õmblemise ajalugu
Helme orjakivi	Kütimäe kalmistu	Põltsamaa hiis
Hendrik Visnapuu sünnikoht	Lagesoole rabarada	Põltsamaa keskaegne kirik
Holdre loss	Lip-lapi tüdrukute kool	Põltsamaa loss
Holstre matkarada	Loodusrajad Pärnu jõe kaldal	Põltsamaa kesklinnas Maxima kõrval 2 vana ajaloolise taustaga maja
Hummuli mõis	Lõhavere linnamägi	Rabarajad (Paide)
Jalgrattamuuseum	Maimu koobas	Rava tammik
Johan Köleri sünnikoht Kõõbral	Matkarada läbi Karksi-Nuia rahvapargi lossimägedesse	Riidaja mõisapark
Jämejala park	Mõisaküla muuseum	Ringhäälingumuuseum
Kabala rahvamaja küün	mõni julge skulptuur-välinäitus	Risttee talu
Kalana Otisaare muinaslinnus	Norra mõis ja allikad	Rubina soo (3)
Kale purjekad	Nukitsamehe temaatika ja filmi võttepaigad	Rumbi tee
Kalevipoja kuju Järvamaal	Nähri põrgukoopad	Rutikvere meierei ja kalmistu
Kareda linnusepaik		Rändrahnud Põltsamaal
Kariste järv		Saksa kalmistu Võisikul
Karksi kirik (viltune torn)		
Karksi lossimäed ja varemed (legend)		
Karksi-Nuia keskväljak		

Saksa surnuaia vana kabel	Tõrva kalmistu	Veski-Silla
Struve kaare punkt Holstre külas	Tõrva liivakujud	hotell/bowling/kardikeskus
Struve maamärk	Tõrva linnusemägi (3)	Viljandi järv ja selle äärsed alad (4)
Suislepa mõis	Uue-Kariste mõis	Viljandi lossimäed (3)
Suure-Jaani Kondase sild	Uue-Põltsamaa mõis (7)	Viljandi tekstiilitööstus
Sõpruse park	Uueveski basseinid	Viljandi vanalinn
Särevere Mõisa Kuivati	Uueveski org	Von Wahlide kabel
Sündmusturism	Valma kaluriküla	Võllaste terviserajad
Taluturism	Valuoja park	Võrtsjärve lõunatipp
Tantsumägi (3)	Vana veetorn (Järva vald)	Väiksemad mõisad
Teringi rabarada	Vanamõisa kant	Õhkamise allée Pikasillal
Tori ja Kolu mõisad	Vao mõis	Õisu matkarada
Tõrva järved	Veski järv	Õötla mõis

Lisa 3. Uuringu kutse levitamise

Kesk-Eesti turismipiirkonna elanike uuringusse osalema kutsuvad teavitused (loetelu ei pruugi olla ammendav)

Viljandimaa Arenduskeskus: <https://arenduskeskus.viljandimaa.ee/kogukonna-vaade-turismile-kutsume-osalema-elanike-rahulolu-uuringus/>

Viljandi linn: <https://viljandi.ee/kesk-eesti-elanikke-kutsutakse-kaasa-raakima-turismi-arengus/>

Järva Teataja: <https://jarvateataja.postimees.ee/8384252/jarvalane-osale-turismiuuringus>

Visit Põltsamaa: <https://visitpoltsamaa.com/kesk-eesti-turismipiirkonnas-kaardistatakse-elanike-rahulolu-turismiga/>

Järva vald: <https://jarvavald.ee/kesk-eesti-turismipiirkonnas-kaardistatakse-elanike-rahulolu-turismiga/>

Järva valla raamatukogu FB: <https://www.facebook.com/Jarva.Vallaraammatukogu/posts/kesk-eesti-turismipiirkonnas-toimub-kuni-15012026-ulatuslik-rahulolu-uuring-mill/880877140990526/>

Türi vald: https://www.tyri.ee/et/uudised/-/asset_publisher/99HSdni1bdxw/content/id/43978118?redirect=https%3A%2F%2Fwww.tyri.ee

Mulgimaa Arenduskoda: <https://mak.mulgimaa.ee/mak/teated/2023/uudis/2026/01/19/vastakusumustikule-ja-anna-teada-mida-sina-arvas-turismist-omakodukohas/>

SA Järvamaa: <https://jarva.ee/kesk-eesti-turismipiirkonnas-kaardistatakse-elanike-rahulolu-turismiga/>

SA Järvamaa FB:

<https://www.facebook.com/arenduskeskus/posts/pfbid028q48433PMcHxYkKP9bYbV35c7MY4UUBBB1u55Ud66zEtPXVNGft4VXqfSoPYa6kl>

Vastemõisa raamatukogu FB: <https://www.facebook.com/vastemoisaraamatukogu/posts/turismikohaliku-elu-osana-miks-kaardistada-elanike-rahulolualgab-kesk-eesti-turi/888399257160335/>

Suure-Jaani raamatukogu FB: <https://www.facebook.com/SuureJaaniRaamatukogu/posts/vastaturismi-rahulolu-uuringu-k%C3%BCsimustele-ja-osale-loosimiseskesk-eesti-turismi/1268245795344851/>

Tõrva vald: <https://kov.torva.ee/uudised/kesk-eesti-turismipiirkonnas-kaardistatakse-elanike-rahulolu-turismiga>

Tõrva vald FB: <https://www.facebook.com/torvavald/posts/kesk-eesti-turismipiirkonnas-viiakse-l%C3%A4bi-ulatuslik-elanike-rahulolu-uuring-mill/1338599504979168/>

Mulgi Kultuuri Instituut FB:

<https://www.facebook.com/mulgimaa/posts/pfbid05rw1X9gitBCMgUpp85ZFZ4hLyeovb5Pqfw8EpCtLpcGBKXmbnFaJNTaFkrjVpGgEI>

Põhja-Sakala vald: https://www.pohja-sakala.ee/uudised-ja-teated/-/asset_publisher/K2OWMUnCm1Qp/content/avalda-arvamust-kuidas-oled-sina-rahul-turismiga-oma-kodukohas

Põhja-Sakala vald FB: <https://www.facebook.com/pohjasakala/posts/anna-oma-h%C3%A4%C3%A4l-ja-aita-suunata-kesk-eesti-turismi-tulevikku-keskeesti-turismiorga/1196310882609460/>

Paide linn: https://paide.kovtp.ee/uudised/-/asset_publisher/vsufM7ZqJIRX/content/kesk-eesti-turismipiirkonnas-kaardistatakse-elanike-rahulolu-turismiga

Põltsamaa kohalik FB grupp:

<https://www.facebook.com/groups/poltsamaaelu/posts/1619440915885996>

Põltsamaa vald FB: <https://www.facebook.com/Poltsamaa/posts/hea-p%C3%B5ltsamaa-valla-elanikpalun-leia-aega-vastata-%C3%BChele-v%C3%A4ikesele-k%C3%BCsimustikule-/1313844190758852/>

Mulgi vald FB: <https://www.facebook.com/mulgivald.ee/posts/andke-teada-mida-teie-kohalike-elanikena-arvate-turismist-ning-kuidas-olete-rahu/1304306488384599/>

Viidatud allikad

- Cottrell, S. P., Vaske, J. J., & Roemer, J. M. (2013). Resident satisfaction with sustainable tourism: The case of Frankenwald Nature Park, Germany. *Tourism Management Perspectives*, 8, 42–48. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2013.05.005>
- Deery, M., Jago, L., & Fredline, L. (2012). Rethinking social impacts of tourism research: A new research agenda. *Tourism Management*, 33(1), 64-73. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.01.026>
- Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center, 17(1), 1–7. <https://pewrsr.ch/2szqtJz>
- ETIS. The European Tourism Indicator System. ETIS toolkit for sustainable destination management. (2016). European Commission. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2873/983087>
- Falak, S., Chiun, L. M., & Wee, A. Y. (2014). A repositioning strategy for rural tourism in Malaysia – community's perspective. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, vol. 144, pp. 412–415. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.310>
- Hunt, E. (2017, August 4). 'Tourism kills neighbourhoods': how do we save cities from the city break? The Guardian. www.theguardian.com.
- Kim, Y. (2019). Rethinking tourist information centers (TICs) in the digital age: Improving customer experience of the Helsinki TICs with sustainable services. Master Thesis. Aalto University. <https://aaltodoc.aalto.fi/items/cc07bf9d-eb0f-4ae2-8d16-72eda20946a8>
- MaCorr Research. (n.d.). Sample size calculator. <https://www.macorr.com/sample-size-calculator.htm>
- Milano, C., Novelli, M., & Russo, A. P. (2024). Anti-tourism activism and the inconvenient truths about mass tourism, touristification and overtourism. *Tourism Geographies*, 26(8), 1313–1337. <https://doi.org/10.1080/14616688.2024.2391388>
- Mehdiabadi, A., Wanke, P. F., Khorshid, S., Spulbar, C., & Ramona Birau, R. (2021). A New Hybrid Fuzzy Model: Satisfaction of Residents in Touristic Areas toward Tourism Development. *Mathematical Problems in Engineering*, Article ID 6650735. <https://doi.org/10.1155/2021/6650735>
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2005). The competitive destination: A sustainable perspective. Cambridge, MA: CABI Publishing.

- Strauss, W., & Howe, N. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York, NY: Vintage Original. p. 370. ISBN 0-375-70719-0.
- Szilágyi, Z. P. (2023). Examining the Virtues of Organisational Citizenship Behaviour (OCB) at an SME. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 1–12. <https://doi.org/10.21791/IJEMS.2023.036>
- UNESCO Office Venice and Regional Bureau for Science and Culture in Europe. (2023). *Enabling Visitor Centres to promote Sustainable Tourism in UNESCO Designated Sites: New Report on Regional Experiences*. VNI/2023/PI/H/2. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf00000385769>