



TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL
INSENERITEADUSKOND
Kuressaare kolledž

Lauri Lend

**TOPU SADAMAPIIRKONNA EELDUSED JA VÕIMALUSED
ELAMUSTEENUSE ARENDAMISEL**

Lõputöö

Õppekava „Ettevõtlus ja elamusmajandus“

Juhendaja: Jana Raadik Cottrell, PhD

Kuressaare 2023

Deklareerin, et olen koostanud lõputöö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on 7459 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Lauri Lend 18.05.2023

Üliõpilase kood: 210516SDVR

Üliõpilase e-posti aadress: laurilend@gmail.com

Juhendaja: Jana Raadik Cottrell, PhD

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

| | |
|--|----|
| LÜHIKOKKUVÕTE | 4 |
| SISSEJUHATUS | 5 |
| 1. MUUTUV TURISMIMAASTIK JA ELAMUSTEENUSTE DISAINI OLULISUS VÄIKEETTEVÕTETE ARENGUS | 7 |
| 1.1 Muutused turismimaastikul | 7 |
| 1.1.1 Loodusturism ja pandeemiajärgsed muudatused turismisektori strateegias | 7 |
| 1.1.2 Haridusturism kui kohaliku kalanduskultuuri hoidja | 9 |
| 1.2 Teaduslikud alused autentse ja personaalse elamuse loomisel | 10 |
| 1.2.1 Elamuste mudel | 12 |
| 2. TOPU SADAMAPIIRKONNA ARENDUSVÕIMALUSED | 14 |
| 2.1 Autentse ja personaalse külastuselamuse otsingud eesti väikesadamate näitel | 14 |
| 2.1.1 Orjaku sadam | 14 |
| 2.1.2 Dirhami sadam | 15 |
| 2.1.3 Koguva küla sadam | 16 |
| 2.1.4 Suursadam | 17 |
| 2.1.5 Kalana sadam | 18 |
| 2.2 Topu sadamapiirkonna lugu | 18 |
| 2.3 Uurimistöö metoodika | 19 |
| 2.4 Intervjuude tulemused | 19 |
| 2.4.1 Topu sadamapiirkonna arendusideed intervjuude põhjal | 21 |
| 2.4.2 Topu sadamapiirkonna arenguvõimalused ja ohud | 24 |
| 3. TOPU SADAMAPIIRKONNAST LÄHTUVAD EELDUSED JA VÕIMALUSED ELAMUSTEENUSE LOOMISEKS | 26 |
| 3.1 Huvigruppide analüüs | 26 |
| 3.2 Elamusteenuse võimalused Topu sadamapiirkonnas | 27 |
| KOKKUVÕTE | 31 |
| SUMMARY | 33 |
| KASUTATUD ALLIKATE LOETELU | 36 |
| LISAD | 39 |
| Lisa 1. Intervjuu küsimused | 39 |
| Lisa 2. Lihtlitsents | 47 |

LÜHIKOKKUVÕTE

Elamusteenuste loomine ja nende järjepidev disainimine on väikeettevõtete jaoks viimase aastakümne edu võtmeteguriks, mis aitab kaasaegsetel organisatsioonidel konkurentide seas toime tulla ja silma paista. Elamuse loomisel on oluline silmas pidada kohaliku kultuuripärandi väärtustamist, uudset lähenemist, elamuse värskust, tähenduslikkust, uute teadmiste saamise võimalust ja kliendi kaasatust (Kim & Ritchie, 2014).

Kuivõrd Topu sadamapiirkonnas on olemas keskkondlikud eeldused elamusteenuste loomiseks, on oluline silmas pidada piirkonnas tegutsevaid huvigruppe ning kaugemalt tulijate ootusi. Sellest lähtuvalt sai käesoleva töö eesmärgiks kaardistada, millised on Topu sadamapiirkonna eeldused ja võimalused elamusteenuste loomiseks, võttes aluseks elamusmajanduse teoreetilised lähtekohad, Eesti väikesadamate head praktikad ning läbiviidud empiirilise uuringu tulemused.

Märksõnad: elamusteenus, sadamapiirkond, väikesadam, loodusturism, kalaturism, haridusturism.

SISSEJUHATUS

Käesolev lõputöö keskendub elamusteenuste disaini teoreetiliste käsitluste ja heade Eesti väikesadamate praktikate alusel Topu Sadama elamusteenuste väljatöötamise võimalustele.

Topu Sadama rannapiirkonnas on pikaajaliselt tegutsenud Rannakalurite Selts Topu, mis on teenindanud kalasõpru ning edendanud kalanduskultuuri kogu Läänemaal. Viimaste aastakümnete jooksul toimunud mereandide ülepüük (OECD, 2011), võõrliikide sissetoomisest tingitud tasakaalupunkti kadumine Läänemere väikestes soppides ning kliima soojenemisega seotud negatiivsed muutused, on teinud elukutseliste kalurite elu keeruliseks. Seetõttu on pidanud ka Topu kalurid mõtlema piirkonnaga seotud arendustegevusele, mis toetaks kalanduskultuuri ja hoiaks Topu Sadamat keerulistel aastatel ning perioodidel töös. Sellest lähtuvalt sai käesoleva lõputöö eesmärgiks kaardistada piirkonna eeldused ja võimalused ning välja pakkuda Topu sadamapiirkonnale huvigruppide ootustest lähtuvad elamusteenused, mis elavdaks piirkonna külastatavust, looks võimaluse haridus- ja loodusturismiks ning edendaks Topu Kalasadama tegevust.

Antud probleemile võimalike lahenduste leidmiseks püstitas töö autor järgmised uurimisülesanded:

1. Terviklike elamusteenuste kujunemise ja võimaluste pakkumise teoreetiliste lähtekohtadega tutvumine.
2. Teaduslikud lähenemised rannapiirkondade arendustegevusteks elamusmajanduse seisukohalt.
3. Eesti väikesadamate analüüs toimivate elamusteenuste ja praktikate leidmiseks.
4. Topu sadamapiirkonna loodus- ja sotsiaalkultuurilise keskkonna võimaluste kirjeldamine.

Tegemist on empiirilise uuringuga Topu sadamapiirkonna võimalustest elamusteenuse arendamisel.

Käesolev lõputöö koosneb kolmest peatükist. Töö esimene peatükk keskendub viimase aastakümne jooksul toimunud muutustele turismimaastikul. Põgusalt käsitletakse loodusturismi, kalaturismi ja haridusturismi iseärasusi ning võimalusi, mida väikeettevõtted saavad kasutada elamusteenuste loomisel. Samuti tuleb esimeses peatükis juttu autentse ja personaalse elamuse teaduslikest lähtealustest.

Töö teine peatükk sisaldab erinevate Eesti väikesadamate analüüsi. Täpsemalt keskendub töö autor viiele väikesadamale, mis on silma paistnud nutikate lahenduste ja elamust loovate võimaluste poolest. Peatükis antakse ülevaade Eesti väikesadamate headest arendusideedest, tutvustatakse Topu sadamapiirkonda, empiirilise uuringu metoodikat ja uuringu tulemusi.

Töö kolmandas peatükis toob töö autor välja Topu sadamapiirkonna eeldused ja võimalused elamusteenuse arendamiseks. Selleks on töö viimases peatükis analüüsitud Topu sadamapiirkonna potentsiaalset huvigruppi ning välja toodud viis kategooriat, mille kaudu luua võimalusi piirkonna elamusteenuste arendamiseks.

1. MUUTUV TURISMIMAASTIK JA ELAMUSTEENUSTE DISAINI OLULISUS VÄIKEETTEVÕTETE ARENGUS

Elamusteenuste loomine ja nende järjepidev disainimine on eriti väikeettevõtluses viimase aastakümne edu võtmeteguriks, mis aitab kaasaegsel organisatsioonil konkurentide seas toime tulla ja silma paista. Pine ja Gilmore (2013) on välja toonud, et pelgalt toode/teenus muutub elamuseks siis, kui teenusepakkujad muudavad oma loodavad või olemasolevad teenused personaalseks. Elamusteenuste olulisuse kasvu võib täheldada üha enam ka selles, kuidas inimesed valivad endale reisisihtkohti. Reisisid ja ringi liikudes soovitakse üha enam, et tooted ja teenused, mida tarbitakse, oleksid personaliseeritud ning tekitaksid tunde, et sihtkohta planeerides on mõeldud just neile.

1.1 Muutused turismimaastikul

Järgnevas peatükis keskendub autor põgusalt kolmes turismivaldkonnas toimuvatele muutustele. Nendeks valdkondadeks on loodusturism, haridusturism ja kalaturism, mis on seotud Topu sadamapiirkonna eeldustega elamusteenuste loomiseks.

1.1.1 Loodusturism ja pandeemiajärgsed muudatused turismisektori strateegias

Viimase aastakümne turismi alased uurimused on näidanud, et inimesed on üha enam loodusest isoleeritud. Sellele on kaasa aidanud kasvav linnastumine ja tehnoloogia areng (Balmford et al., 2009). Covid-19 pandeemia-aegsed isolatsiooninõuded tõid kaasa pisut muudatusi, kuna looduses käimine andis inimestele võimaluse minna koduseinte vahelt välja distantsi hoides ning looduses ringikäimine andis selleks parima võimaluse. Kasvas ka inimeste huvi looma- ja taimekasvatuse vastu, mida hakati üha enam rakendama kodustes tavatingimustes (nt kanakasvatus, kasvuhoone pidamine jne). Võib öelda, et inimeste isoleeritus loomulikust elukeskkonnast on aidanud kaasa uute reisisihtkohtade väljatöötamisele või olemasolevate modifitseerimisele ning loonud soodsa pinnase kasvada ja areneda enim just loodusturismi valdkonnal (Balmford et al., 2009). Sellest tendentsist võib muuhulgas ka järeldada, et kuigi inimeste elustiil liigub üha enam tehniliku ja tehnoloogilise elukorralduse poole, igatsetakse puhata ikkagi looduses ja loomulikus elukeskkonnas.

Gössling, Scott ja Hall (2020) analüüsisid pandeemia haripunktis Covid-19 mõju maailma majandusele ja leidsid, et viimati mõjutas ülemaailmset majandust samal määral II Maailmasõda. Enim sai 2020. aastal mõjutatud turismisektor. Kuigi reisimine taastus üsna kiiresti pärast suurte

piirangute leevendamist, võib öelda, et riikide poolt rakendatud otsused mõjutasid reisisektorit sisulises plaanis jäädavalt.

Üheks suurimaks muutuseks, mis leidis aset pärast 2020. aasta märtsis alanud ülemaailmset pandeemiat oli strateegia ja väljavaadete muutmine turismiettevõtete poolt. Kuna potentsiaalsete klientide hulgast langesid päeva pealt ära piiritagused turistid, tuli tähelepanu suunata kohalikule inimesele (Lapointe, 2020). Kohalikust kogukonnast sai seega reisisihtkohtade jaoks ellujäämisstrateegia olulisim osa. Lapointe (2020) on välja toonud, et kohalikule inimesele suunatud strateegiaga leppimisest ning kriitilisel hetkel tegutsemise kiirusest sõltus enamus turismisektoris tegutsevate ettevõtete käekäik.

OECD (2020) uuringus on välja toodud, et pandeemia sundis turismiettevõtteid looma kindlamate alustaladega turismiteenuseid. Selliste muudatuste juurde kuulusid erinevate digilahendusprojektide loomised, rohelisema turismisüsteemi poole liikumine ning tuleviku turismi kontseptsiooni väljatöötamine. Sellised lahendused hõlmasid tol hetkel ja edaspidigi üha enam rõhuasetust elamusteenuste disainile, mis pakuks huvi ja väärtust ka kohalikule elanikule. Kuna turismisektor oli ka enne pandeemiat kergesti mõjutatav erinevate looduskatastroofide, poliitiliste sündmuste ja ühiskonnas toimuvate muudatuste poolt (Ugur & Akbiyik, 2020), kasvas pärast pandeemia haripunkti suuresti ka reisikindlustusteenuste hulk ja kvaliteet, pakkudes uut väljavaadet mitmetele turismi suurettevõtetele.

Viimase aastakümne globaalsed reisimisvõimalused ja reisimisse suhtumine on muutnud muuhulgas ka seda, et reisivale inimesele ei läheneta enam kui turistile vaid kui rändajale ja seiklejale (Palauskaite, Powell, Stefaniak & Morrison, 2017). Muutuste tuules on hakatud rohkem huvi tundma selle vastu, milliseid kogemusi soovib reisija saada, mitte enam niivõrd sellele, mida materiaalselt tarbitakse (Tussyadiah & Pesonen, 2016). Reisimistrendidest on näha, et mida aeg edasi, seda enam kasvab reisijate soov kogeda sihtriigis/asukohas autentset kogemust, mis hõlmab millegi ise tegemise võimalust ja sügava tähendusega vestluseid kohalikega.

Kirillova, Lehto ja Cai (2016) on välja toonud, et just autentsuse tajumine on võtmelise tähtsusega kliendi elamuse loomisel. Selle juures on oluline ka suhtumise muutmine elamuse pakkuja poolt. Kui külaline tajub, et teda pole vastu võetud vaid kui ühena tuhandest ja tema vajaduste eest hoolitsetakse individuaalsemalt, siis kogeb ta ka elamust sügavamalt.

Ram, Bjork ja Weidenfeld (2016) on selgitanud autentsuse sisu millegina, mida tajutakse tõelise ja siirana. Kui siduda autentsuse küsimus elamusteenuste disaini põhiküsimusega, mis loob hea elamuse, on selle kohta hea vastuse andnud Pine ja Gilmore (1998), kes defineerivad edukat

elamust sellisena, mis on tarbija jaoks unikaalne, meeldejääv ja ajatu ning mida soovitakse uuesti kogeda ning mida teistele edasi soovitada.

Autentse ja meeldejääva elamuse otsingutel rõhutab üha enam teoreetikuid, et teenuste ja reisisihtkohtade väljatöötamisel on oluline pakkuda külalistele üha rohkem sisu ja mitte enam välist fassaadi, mis ei kõneta (Ritchie & Hudson, 2009). Kim ja Ritchie (2014) kirjeldavad oma töös meeldejääva elamuse komponente (The Memorable Tourism Experience Scale), mille hulka kuuluvad hedonism, kohaliku kultuuripärandi olemasolu, uudsus, elamuse värskus, tähenduslikkus, uute teadmiste saamise võimalus ja kaasatus.

1.1.2 Haridusturism kui kohaliku kalanduskultuuri hoidja

Üha populaarsema valdkonna, loodusturismi kõrval, on aastaid hoogu kogunud ka haridusturism (McGladdery & Lubbe, 2017). Kuna haridusturism annab haridussüsteemi erinevatele tasemeõppe programmidele võimaluse lõimida koolis õpitud teoreetilist osa praktiliste oskuste ja teadmistega, on üha enam näha ka Eestis kohalikul tasandil, kuidas väikeettevõtted loovad võimalusi oma teadmiste jagamiseks õpilastega.

Haridusturism loob võimaluse ka spetsialiseeruvate üliõpilaste ja ettevõtjate kokkuviiamiseks, mis annab tudengitele võimaluse praktiseerida viimaste teadusuuringute leide ja õpikutarkusi ning töandjatele ligipääsu innovaatilistele ideedele ja tehnilistele oskustele (McGladdery & Lubbe, 2017).

Haridusturism ei ole kaasajal siiski populaarne vaid õpilaste seas, vaid ühiskonna üldine lähenemine elukestvate õppele on üha enam soositud igas vanuses inimeste õppimisvõimalusi läbi praktilise tegevuste või autentsete elamusteenuste (Ritchie, 2003).

Haridusturism toetab üha enam elukestva õppimise ideed ning targalt majandades leiab kvaliteetseid haridusturismi alaseid programme pakkuv ettevõtte endale üsna kerge vaevaga koostööpartnereid ka haridusmaastikult.

Topu Sadama kontekstis on paslik rääkida ka kalaturismi võimalustest. Mõistet kalaturism võib käsitleda kui kohalikul kultuuril baseeruvat turismi vormi, kuna on olemasolevast keskkonnast motiveeritud ja inspireeritud (Gonzalez & Antelo, 2020). Maapiirkondades on turismitööstus peaaegu alati seotud looduse poolt pakutud tegevustega. Kalaturismi võimalusi on Eesti rannikualadel mitmeid ning potentsiaalne asukoht kalaturismi kogemiseks on ka Topu Sadamal.

Hänninen ja Tonder (2020) on toonud välja suure erinevuse kahe mõiste vahel, milleks on inglise keeles *tourism fishing* ja *fishing tourism*. Esimese puhul on kalastamine vaid üheks reisisihtkoha

valimise põhjuseks. Teise puhul on kalastamine ainus eeldus sihtkoha valimiseks. Chen ja Chang (2017) ei erista kalaturismi nii kategooriliselt, vaid käsitlevad kalaturismi tegevuste kogumina, kus kalurid annavad küllastajatele edasi autentset kalamehe kogemust - viivad turiste kalapaatidega merele, pakuvad külalistele ööbimisvõimalust kalurikülades, pakuvad võrkude ja kalapaatide puhastamise võimalust jne. Nende vaate järgi saab eristada kalandust kui tegevust, mille käigus kalur varustab ennast toiduga või suhtub kalandusse kui sportlikku tegevusse.

Kuna haridusturism annab erinevatele tasemeõppe õpilastele võimaluse lõimida koolis õpitud teoreetilisi teadmisi praktikaga ning laste ja noorte teadmised Eesti kalanduskultuurist on hääbumas, võiks just haridusturismi võimalusi ning potentsiaali rakendades edasi kanda rannakalurite kultuuripärandit.

1.2 Teaduslikud alused autentse ja personaalse elamuse loomisel

Mõistmaks, kuidas ettevõtte saab saavutada jätkusuutlikke konkurentsieeliseid, on oluline teada, kuidas pakkuda elamusi, mida turg nõuab. Meeldejääva elamuse komponente on palju uuritud ning kirja on pandud ka erinevaid lähenemisi (Boswijk et al., 2007; Pine & Gilmore, 1998; Tarssanen & Kylänen, 2005; Mossberg, 2008). Üheks tunnustatumaks tervikliku ja meeldejääva elamuse komponentide kirjeldajateks peetakse Pine'i ja Gilmore'i (1998) lähenemist, mille kohaselt on elamused sündmused, mis on seotud inimesega isiklikul tasandil. Pine ja Gilmore (1999) käsitlesid elamusi kahe skaala kaudu. Esimene (Pine'i & Gilmore, 1998) skaala on seotud kliendi osalusega, mis võib olla kas passiivne (klient ei mõjuta elamuse kulgemist) või aktiivne (klient kujundab elamuspakkumise kulgemist).

Teine skaala kirjeldab kliendi sidet keskkonna või sündmusega, kus elamust tajutakse. Selle skaala ühes otsas ei taju klient oma seotust, teises otsas on tajutud seotuse tunne väga tugev.

Kliendi osaluse ja tunnetuse seoseid on võimalik illustreerida ka läbi elamuse kontseptsiooni nelja dimensiooni, milleks on hariduslik dimensioon, meelelahutuslik dimensioon, esteetiline dimensioon ja nii öelda reaalsusest põgenemise dimensioon.

Siiski ei pruugi elamus olla seotud ainult ühega neljast dimensioonist. Pine ja Gilmore (1998) tõid välja, et isegi, kui suurepärase elamuse loomisel on rõhutatud ühte neljast dimensioonist, on sellel tavaliselt olemas ka kõikide teiste dimensioonide elemendid. Kui klient tajub teenust või toodet tarbides, et ta kogeb midagi ainulaadset, õpib midagi uut ning saab teha midagi aktiivset, millega kõik meeled saavad kaasatud, tõlgendab klient saadud kogemust erakordse elamusena. Pine ja Gilmore (1998) on kirjeldanud sellist kogemust *sweet spot* 'ina ehk elamusena, milles on kaasatud kõik neli dimensiooni.

Võib öelda, et elamusmajanduse keskmis on tõdemus et klient vajab ja eeldab teenustelt ja toodetelt pidevalt uusi omadusi. Tarssanen (2009) on leidnud, et ettevõtted peavad üha enam võistlema selle nimel, et saada kliendi tähelepanu. Seda püütakse teha aina efektsamate elamusteenuste pakkumistega (nt elamuskeskused, mille osadeks oni SPA'd, kontserdisaalid, disainerhotellid, restoranid, jne).

Le et al. (2019) on selgitanud, et elamuse kujunemise protsess algab enne, kui klient jõuab teenusepakkuja juurde ostu sooritama ning kestab veel pärast ostu sooritamist, kui klient tegeleb toote/teenuse kasutamisega. Elamust luues peab teenusepakkuja mõtlema, milline on tema potentsiaalne klient ning kuidas jõuda erinevate sensoorsete sümbolite ja stiimulite kasutamise kaudu kliendini. Ka Pine ja Gilmore (2013) on välja toonud, et elamuse tekkimise juures ei mängi nii suurt rolli müüdava toote või teenuse praktilised omadused, vaid kogemus, mille klient saab toote või teenuse tarbimisel kogu elutsükli jooksul.

Gentile et al. (2007) on elamuse kogemist selgitanud kuue komponendi kaudu. Klient tajub elamust emotsionaalse, meelelise, pragmaatilise, kognitiivse, olemasolevate kogemuste või soovitud elustiili kaudu. Kui elamuse disainimisel on läbi mõeldud kõik komponendid, siis tõstab see kliendi jaoks elamuse tajumise võimalust. Ka Boswijk et al (2007) suhestusid elamuste tajumisega sügava kogemise tasandil. Oma uurimuses pakkusid nad samuti välja, et inimesed koguvad enda ümbert muljeid meelte kaudu, mis tekitavad emotsioone. Emotsioonid aitavad muutuda kogemustel tähenduslikuks (Boswijk et al., 2007), kuna need on seotud sellega, kust me tuleme ning mida oleme eelneva elu jooksul läbi elanud.

Tarssanend ja Kylänen (2005) selgitavad elamuse olemust kogemuste püramiidi abil. Esimene element Tarssanendi ja Kyläneni (2005) püramiidis on individuaalsus, mis võimaldab anda kliendile väarikuse tunnet. Teiseks elemendiks on autentsus, mis on seotud kliendi subjektiivse taju ja ettekujutusega ehedast tootest. Püramiidi kolmas element on lugu, mis on tihedalt seotud toote või teenuse autentsusega ning mis peaks siduma kõik kogetud elamuse elemendid tervikuks. Neljandaks elemendiks on multisensoorne taju, mis tähendab, et toode või teenus pakub kogemust, mida saab kirjeldada võimalikult paljude meelte kaudu. Viies element on kontrast, mille kaudu toodet esitletakse ning mis peaks erinema kliendi igapäevastest kogemustest ja rutiinidest. Kuuendaks elemendiks on interaktsioon klientide ja ettevõtte vahel. Kõik kuus elementi on omavahel seotud erinevate tasandite kaudu (motivatsioonist lähtuv, füüsiline, intellektuaalne, emotsionaalne ja mentaalne tasand). Tarssanen (2009) on välja toonud, et just viimasel, mentaalse

tasandil kogetud positiivsed ja suured emotsioonid võivad tekitada inimeses personaalse ja sügavalt meeldejäeva elamuse.

1.2.1 Elamuste mudel

Ettevõtte elamuste loomisel ja kujundamisel tasub silmas pidada strateegilisi nüansse, mille abil on organisatsioonil võimalik oma tegevuse efektiivsust kontrollida ja maksimeerida. Taolised nüansid on mudeliks vormistanud Schmitt (1999), kes on jaganud elamuste kontseptsiooni võtmetegurid kaheks: elamuste strateegiline moodul (*strategic experiential modules*) ja tegurid, mis kujundavad elamuse (*experience providers*). Lin et al (2009) järgi on eduka elamuse võtmeteguriks unikaalsus, meeldejäävus, kliendi soov elamust uuesti kogeda ja sellest teistele edasi rääkida. Kogemused, mis on hästi läbimõeldud ning mille puhul on loodud kliendiga emotsionaalne side, muutuvad kliendi jaoks elamuseks (Lin et al., 2009). Seda silmas pidades saavad organisatsioonid sisukamalt läbi mõelda, kuidas disainida oma elamusi nii, et arvesse oleks võetud erinevad elamuse võtmetegurid.

Elamuste strateegiline moodul

Elamuste strateegilist moodulit võib pidada teenuste kujundamise aluseks. Et luua sensoorseid elamusi, peab ettevõtte mõtlema sellele, kuidas oma toodet või teenust müüa erinevate meelte kaudu (nägemine, kuulmine, maitsmine, haistmine, kompimine) (Rodrigues et al., 2011). Meelte kaudu tajutav eesmärgipäraselt kujundatud keskkond loob kliendile teenust või toodet ostma tülles õige seisundi ja kogemuse.

Tänases kiiresti muutuvus turusituatsioonis peab arvesse võtma kliendi soovi olla teenuse loomisprotsessi igati kaasatud. Seetõttu on ettevõtelt oluline luua loomingulis-kognitiivseid elamusi, mis võimaldavad kliendil kaasa lüüa. Nii loob ettevõtte võimalusi personaalseteks kogemusteks, mille aluseks on innovatsioon ja kliendi kaasatus. Afektiivsete elamuste kogemiseks peab klient seostama saadud elamust varasema emotsiooniga (Lulham, 2013). Lulham (2013) on kirjeldanud taoliste emotsioonide esile kutsumise võimalusi ja eelduseid. Kui klient kogeb teenust või toodet kasutades positiivseid emotsioone, annab ta ettevõttele positiivse hinnangu ning soovib elamust ka teistele. Füüsiliste teguritega seotud elamused on seotud füüsiliste tingimustega, mille ettevõtte kliendi jaoks on loonud. Füüsiliste tegurite alla kuuluvad näiteks asukoht, asukoha kujundus ja selle loogiline ülesehitus, kasutajamugavus jne. Ettevõtte füüsiline keskkond peaks märku andma, milline on ettevõtte toote või teenuse sisu ja lugu. Samuti annab see kliendile esmase tunde, millega ta ettevõtet ja selle tooteid seostab (DeLeon, 2018). Oluline on silmas pidada ka seda, et ettevõtte ühtiks nii oma välise kui sisemise kontseptsiooniga sihtgrupi

elustiili ja väärtushinnangutega. Selle eelduseks on arusaam oma soovitud kliendibaasi harjumustest, elustiilist, väärtustest ja olemusest.

Elamust kujundavad tegurid

Elamust kujundavate tegurite abil saab ettevõtte mõjutada kogetud elamuse kulgu enne ja pärast teenuse või toote kasutamist. Ettevõtte jaoks olulised elamust kujundavad tegurid on ettevõtte visuaalne ja verbaalne identiteet ja brändi kohaloleku tajumine kliendi poolt.

Visuaalse ja verbaalse identiteedi abil hakkavad kliendid eristama brändi selle konkurentidest (Griffin et al, 2014). Visuaalne ja verbaalne identiteet loob ettevõttele raamid, mille kaudu ta ennast väljendab ja mille abil luuakse soovitud kuvand. Siia hulka kuulub ettevõtte logo, *slogan* 'id, sümbolid, värvid, font, *storytelling*, kodulehekül, sotsiaalmeedia kontode sisu jne. Visuaalse ja verbaalse identiteedi puhul on oluline, et kliendile edastatud info oleks lihtne, loogiline ja kerge tabada.

Oluliseks teguriks, mis aitavad kaasa kliendi elamuse tekkimisel, on ettevõtte brändi kohaloleku tajumine. Brändi kohalolekut soosivad erinevate sensorsete võimaluste kasutamine. Seda saab kaasajal enim soosida läbi sotsiaalmeediakanalite turundamise. Barbosa ja Ferreira (2017) on välja toonud, et ettevõtte oskus nutikalt ära kasutada turundusvõtteid- ja kanaleid moodustab suure osa brändi eduloost.

2. TOPU SADAMAPIIRKONNA ARENDUSVÕIMALUSED

Järgnevas peatükis käsitletakse Topu sadamapiirkonna arendusvõimalusi lähtuvalt läbiviidud empiirilisest uuringust ning kasutades teiste Eesti väikesadamate näiteid. Peatükis antakse ülevaade Eesti väikesadamate headest arendusideedest, tutvustatakse Topu sadamapiirkonda, empiirilise uuringu metoodikat ja uuringu tulemusi.

2.1 Autentse ja personaalse külustuselamuse otsingud eesti väikesadamate näitel

Eesti rannikualadelt võib leida mitmeid pika ajaloo ja värvika taustaga väikesadamaid, mille ümber on aja jooksul tekkinud asustatud alad. Nii mõnigi neist väikesadamatest on läbi teinud viimase kahekümne aasta jooksul värskenduskuuri ning otsinud kalasadama funktsioonile lisaks ka muid väljundeid. Nii võibki leida Eesti rannikutelt väikesadamaid, mis meelitavad nii kohalikke kui ka turiste kohvikute, majutusvõimaluste, kultuuriprogrammide, paadisadamate ja muu atraktiivsega.

Järgnevalt toob töö autor välja mõned näited Eesti väikesadamatest, mis on Eestis ringi reisides silma jäänud ning pakkunud elamust. Kõikide välja toodud sadamate juures on tähelepanuväärne oskus ennast ka läbi sotsiaalmeedia ja kodulehekülje turustada, mis teeb nii külalise kui ka kohaliku elaniku jaoks lihtsaks sadamate kohta eelinfo uurimise ning teadmised piirkonnas toimuvate võimaluste kohta.

2.1.1 Orjaku sadam

Orjaku sadam asub Hiiumaa läänerannikul (Orjaku, 2023) ning tegutseb peamiselt külalissadamana. Kai-äärsel asub vana sadamahoone, kõrvalhooned ja mõned aastat tagasi valminud külamaja kompleks. Ajaloolisele kalasadama alale on lisaks kalapaatide teenindamisele loodud kõikohad kohalikele ja turistidele, kes soovivad liikumiseks kasutada mereteede võimalust. Kuna Hiiumaa ja Kassari piirkond on väga populaarsed suvitusalad, siis on Orjaku sadama otsus avada kai-äärne kõikidele soovijatele nii majanduslikult kui ka külaelu rikastamise seisukohalt ära tasunud.

Orjaku sadam paistab külastajale esmalt silma oma atraktiivse külamajade kompleksiga. Hooned on modernse joonega, ent maalähedase laudise värvi tõttu, millega on kaetud nii hoonete välisseinad kui ka katuseala, mõjuvad külalismajad lihtsana ning sulavad ümbritseva tausta sisse. Külalismaja pakub nii kohalikele kui ka külastajale erinevaid võimalusi (Orjaku, 2023).

Regulaarselt korraldab Orjaku külaliskojas tegutsev MTÜ Orjaku Külaselts erinevaid üritusi, näiteks kontserte (selle raames suvisel hooajal “Kassari kultuurineljapäevad”), kinoõhtuid, avatud uste päevi, hooaja avamise ja lõpetamise pidusid, talgupäevi, õpitubasid, vestlusõhtuid, laatasid, toidufestivale (“Tuulekala festival” ja “Jääkala festival”), seminaride ja õppepäevade korraldamise võimalust.

Covid-19 pandeemia ajal kogus Orjaku infomaja tuntut kaugtöökantori võimaluse pakkujana. Hinnas sisaldub kahe töökoha võimalus, kiire internet, kohvi tegemise võimalust ning köögi kasutamise võimalust (Orjaku, 2023). Oma kaugtöökantorit reklaamivad nad järgmiselt: “Tule maailma ilusaimasse väikesadamasse Orjakusse kas üksi või koos kaaslasega, tee tööd infomaja II korruse kontoris ja puhka silma merele vaadates, kus luiged ja kormoranid kala püüdes oma igapäevaelu toimetusi teevad.”

Orjaku infomaja pakub klientidele lisaks sadama infole meenete, jäätise ja karastusjookide ostmise võimalust. Nii infomajast kui ka sadama kodulehelt võib leida teavet ümbritsevate väikesadamate ja mereteede kohta ning kohalike soovitusi piirkonda külastades. Viimaste hulgas on sadam välja toonud Hiiumaa Muuseumi Kassari ekspositsioonimaja, Kassari kabeli, Vaemla Villavabriku, Kassari Ratsamatkad ja Käina kardiraja (Orjaku, 2023). Samuti soovitab sadam külastada ümberkaudseid loodusradasid ning rannajoont laiemalt. Vanas sadamahoones tegutseb juba mitmendat aastat restoran IiUmekk, mis on kuulsust kogunud oma maitsvate roogade ja keskkonnateadliku toidukultuuriga.

2.1.2 Dirhami sadam

Dirhami küla rannikul asuv väikesadam on üks suuremaid Eesti-ja Läänemere loodesadamaid (Dirhami, 2023). 2016. aastal pärjati Dirhami sadam tiitliga Lääne-Eesti Turismitegu. Suvekuudel on Dirhami sadam atraktiivne jahisadam, kuna asub looduskaunite rannarootsi kuldsete randade ja mustikapõdsastest haljendavate männimetsade piirkonnas. Talvel toimib sadam tegusa kala- ja kaubasadamana (Dirhami, 2023). Võib öelda, et tänu soodsale asukohale meelstab sadam ligi erinevaid merekülalisi. Jahtidega saabujatele on sissesõit sadamasse mööda liitsihti lühike ja lihtne ning võib olla raskendatud vaid tugeva kirdetuule korral. Tänu soodsale asukohale on sadam aastaringelt jäävaba ning kaitstud tormide eest.

Kuna Dirhami sadam sai uue ilme ja lisaehitused vaid mõne aasta eest, mõeldi sadamat ehitades ka elementaarsetele hügieeniteenustele. Külastajale on kättesaadavad tasuta joogivesi ja hügieeniteenused, sadamaalalt leiab kütusetankla, pilsivee- ja jäätmete kogumise üksused, hoiustada saab talvisel perioodil ka paate.

Tänu mugavale kodulehele saab külaline kerge vaevaga ligi erinevatele sadamaalal pakutavatele lisateenustele (Dirhami, 2023). 2014. aastal valmis Dirhami sadama kaasaegne ning hubane külalistemaja, mida saab broneerida nii perepuhkuseks, suuremateks sündmusteks ja ärikohtumisteks.

Tänu aastaringselt toimivale aktiivsele kalapüügile pakub Dirhami sadam kodulehe kaudu võimalust tellida kohalikest kaluritest värsket kala (Dirhami, 2023). Tegemist on kindlasti nii kohaliku kui ka turisti jaoks meeldiva võimalusega, kuna lubab huvigruppidel osa saada kohalikest kalapüügi kultuurist ning annab ligipääsu ainulaadsele teenusele. Sadamas tegutseb aastaringsel ka Kalakohvik, mis annab nii sadamast möödujatele kui ka sihtkohana piirkonda tulnud inimestele võimaluse meeldejäädavaks kehakinnituseks.

2014. aastal asutati sadamasse ka väike kalatööstus, mis kannab nime Fish Gourmet, mis on erinevate kalatoodete looja, valmistaja ning tegeleb ka loodud toodete turustamisega (Dirhami, 2023). Tooraine on saadud nii Läänemere kalast kui ka Norra vääriskalast.

Dirhami sadam reklaamib oma kodulehel ka erinevaid piirkonna võimalusi. Nii võib lihtsa vaevaga leida informatsiooni piirkonna linnuvaatlus piirkondade, vaba aja veetmise võimaluste, kohaliku poe ja piirkonna eluolu kohta. Lisaks leiab teavet ka piirkonnas toimuvate sündmuste kohta.

2.1.3 Koguva küla sadam

Koguva sadam asub Saare maakonnas Muhu vallas Koguva külas. Sadamas tegutseb ning seda peab üleval MTÜ Ankur (Koguva, 2023). Ajalooliselt on Koguva vana ja tuntud kaluriküla, kus filmiti Eesti kultusfilmid “Siin me oleme” ja “Mehed ei nuta” ning kust on pärit kirjanik Juhan Smuul. Külas on tegutsenud aastasadu ka kalasadam ning piirkonda külastatakse siiani palju tänu hästi säilinud talupojaarhitektuurile. Koguva sadama kalandusmuuseum annab huvilistele hea ülevaate kohalikest mereajaloost. Tänu piirkonnas tegutsevatele ühendustele MTÜ Ankur on taastatud mõne aasta eest Koguva sadam ning loodud piirkonda külastavate inimeste jaoks erinevaid turismiteenuseid (Koguva, 2023). Ühenduse eesmärk on piirkonna järjepidev arendamine ning rannakalurite kultuuri hoidmine. Tänapäevaks on sadamas külastajate rõõmuks nii majutus- kui ka toitlustusvõimalused ja kalandusmuuseum. Nii saavadki kohalikud ja külastajad kinnitada keha sadamarestoranis Noodakuur, kus pakutakse kohalike kalurite püütud värsket kala ning kohalikel rannaniitudel kasvatatud loomade liha. Restoran on avatud suvisel perioodil.

Kaugemalt tulijad saavad leida öömaja butiik-külastemajas Bottengarn (Puhka Eestis, 2023), kus on viis tuba ning mis on samuti avatud vaid suvisel perioodil.

Sadamat on aja jooksul renditud nii mandri kaudu liiklejate kui ka külalispaatide vastuvõtmiseks. Kai kõrval on olemas mõned parkimiskohad automajadele ja telkidele ning kail on 15 külaliskohta veesõidukitele (Puhka Eestis, 2023). Koguva sadamat külastades ei saa märkamatuks jääda ka samapiirkonna hoolitsetud üldmulje ning piirkonnale omase niši kasutamine kõikides arendusprojektides. Seetõttu on sadam omanäoline tõmbenumber kõigile, kes soovivad aega veeta Eesti väikesaare autentsetes kalasadamas ja nautida selle juurde kuuluvaid mugavusteenuseid suvisel perioodil.

2.1.4 Suursadam

Hiumaa idapoolsel küljel, Suuresadama külas asub ajalooline kalasadam, mis on säilinud esimeses ehitusjärgses vormis. Küla järgi nime saanud ja 17. sajandil arenema hakanud Suursadam võib esmakülastajale jätta räämas ning väsinud mulje, kuid pakub piirkonnas pikemalt viibivale rändurile nii mõndagi avastamisväärtust. 1680. aastatel rajati Suuresadama laevaehitustevõtte, mis tegutses parun Ungern-Sternbergi omanduses veel 19. sajandil (Hiiumaa arenduskeskus, 2023).

Vanade sadamahoone taga paikneb vana kai-äärne ala, kus peatuvad peamiselt kalurid, ent soovi korral saab endale rentida koha ka iga veesõiduki omanik ja Hiiumaa huviline (Hiiumaa arenduskeskus, 2023). Kuna sadama-äärne on piisavalt sügav, et teenindada suuri kalalaevu, siis pääseb mere poolt mandrile ligi ka jahiga.

Üheks Suuresadama märkimisväärseks peatuskohaks on White Guide soovitusena Ungru restoran, mis asub otse sadamakai ääres. 19. sajandil ehitatud vanas tollihoones asuv restoran keskendub kohalikule ja hooajalisele toorainele, mis üllatavad maitsemeeli ning kannavad edasi vanu eesti maitseid uues kuues (Hiiumaa arenduskeskus, 2023). Pikemalt peatuja saab end sisse seada Ungrumaja teisele korrusele, kus on renoveeritud meretemaatilised toad ning mida saab broneerida Ungrumaja kodulehekülje kaudu.

Kalasadama läheduses asub veel nii mõnigi majutusasutus, mille välialadel saab suvitaja nautida ranna- ja sportmänge. Loomulikult on kai-äärne ala ahvatlev ka hobikaluritele, keda võib soodsa ilma ja tuule korral sadamast alati leida.

2.1.5 Kalana sadam

Kalana sadamat võib pidada kõige metsikumaks ja kaugemaks Hiiumaa nurgaks (Orjaku, 2023). Piirkond on nii kohalike kui ka mandriinimeste jaoks tuntud Eesti parimate surfirandade ja ajalooliste tuletornide poolest. Kuna sadama lähedal on merevees mitmed madalikud ja suured kivid, on vanasse Kalana sadamasse soovitatud läheneda piirkonda mitteteadval külalisel pigem madala mootorpaadiga (Orjaku, 2023). Vana sadama juures käib ka uue jahisadama ehitus, mis avatakse navigatsiooniks juba 2023. aasta hooajal ning võimaldab sadamat külastada suuremate veemasinatega. Sadamas saab rentida kohta nii kalurite kail kui ka tavakail. Külastajatel on väikese tasu eest ligipääs hügieeniteenustele, sauna külastamise võimalusele ning matkaauto pargile, mis on varustatud joogivee võtmise koha ning reovee väljalaskmise punktiga (Puhka Eestis, 2023).

Kalana sadama-alale jõudes tervitab külalisi soolane meretuul, metsikud lained, Eesti läänerrannikule omased liivaluited, männimetsad ja kämpingualad. Vanas sadamahoones on suvisel perioodil avatud restoran-baar Kalana ÄÄR, mis kutsub suvitajaid oma boheemlasliku õueala ja istumisvõimalusega. Oma restorani reklaamivad nad järgmiselt: “ÄÄRes kohtuvad need, kes tahavad elult rohkemat (Puhka Eestis, 2023). ÄÄR toob kokku need, kes otsivad kõrgemaid laineid ja teravamaid maitseid. Need, kes tahavad, et loojangud kestaksid kauem ja et iga päikesetõus oleks sündmus” (Puhka Eestis, 2023). Kalana sadam tervitab külastajaid ka mitmekesise kultuuriprogrammiga, mille kohta leiab jooksvalt infot sadama sotsiaalmeedia kontolt (Puhka Eestis, 2023).

2.2 Topu sadamapiirkonna lugu

Topu sadam asub Läänemaa mereäärses piirkonnas Kivikülas, umbes 10 km kaugusel Haapsalust. Nagu Läänemaad üldiselt, iseloomustavad ka Kiviküla piirkonda tasandikulised väljad, hõre asustus ja avarad loodusmassiivid, kuid pakub nii kohalikule elanikule kui ka külalisele atraktiivset rannikuala (Eesti Entsüklopeedia, 2011). Rannajoont iseloomustab lauskjas ja madal kallas, puuduvad järsandid ning suurema kaldega nõlvad.

Topu sadamapiirkonna teeb eriliseks selle näiliselt häirimatu omaette olek. Tänu madalale kaldaäärele pakub lahesopp turvalist perepuhkuse võimalust lastega peredele ning aerusurfi lauduritele, kuid tugevad läänetuuled meelitavad kohale ka äkiliste veesportialadega tegelejaid. Haapsalu linna lähedus võimaldab nii kohalikule elanikule kui ka turistile laiema teenuste kättesaadavuse ning annab Kivikülas puhkajale vaikse, soojade läänetuulte meelevaldas kulgeva merepuhkuse kogemuse.

Topu Sadamas tegutsev MTÜ Rannakalurite Selts Topu alustas äritegevust 20 aastat tagasi (intervjuu 1). Kuna Topu Sadamas on ajalooliselt tegutsenud Läänemaa kalurid, siis on sadamapiirkond tõmmanud aastasadade jooksul ligi kohalikke kalamehi, kes on kaluri pärimust edasi kandnud isalt pojale. Seltsis tegutseb praegu aktiivselt 20 kalurit. Piirkonnas on tegutsetud aktiivselt juba enne II Maailmasõda. Kalapüük moodustas isegi paarkümmend aastat tagasi suure osa piirkonnas elavate inimeste sissetulekust (intervjuu 1). Mehed käisid merel ja tõid kala, naised tegelesid kala puhastamisega. Praegu pole lõviosa Topu püsielanikest seotud ei kalanduse ega kalapüügiga, kuid austab ja naudib väheste, piirkonna traditsiooni edasi kandvate kalameeste saaki.

2.3 Uurimistöö metoodika

Käesoleva uurimistöö eesmärk on kaardistada Topu Sadama elamuspaketi võimalused, võttes aluseks elamusteenuste disaini teoreetilised käsitlused, olemasolevate Eesti väikesadamate parimad praktikad ning intervjuudest selgunud ettepanekud.

Töö eesmärgi teostamiseks ning andmete kogumiseks valis töö autor juhtumianalüüsi, mis andis läbi kombineeritud uurimismeetodi võimaluse kaardistada Topu Sadama hetkeolukorda küsitledes Rannakalurite Selts Topu kalurit ja Seltsi edendajat, Kiviküla vanemat ja kohalikku elanikku, Topul asuva maakodu omanikku, kahte haapsallast, kes on piirkonda külastanud peamiselt ujumise ja tähtpäevade pidamise eesmärgil ning tallinlast, kes ei ole piirkonnast varem kuulnud. Autor viis läbi kuus intervjuud, mille põhjal kaardistas Topu Sadama ja Kiviküla piirkonna hetkeolukorra, vajadused ja võimalused ning ohukohad.

Intervjuude küsimused koostas autor lähtuvalt intervjuueeritavate taustast. Seetõttu pidas autor oluliseks, et intervjuude läbiviimiseks ning vajaliku info saamiseks oleks viis erinevat versiooni (Lisa 1). Intervjuude eesmärk oli uurida, milline potentsiaal, võimalused ja vajadused on piirkonnas elades ning piirkonda külastades. Kohalikke intervjuueerides selgusid piirkonnaga seotud takistused, võimalused ja võimalikud arengusuunad. Topuga mitte seotud inimeste intervjuudest selgusid piirkonnaga seotud ootused ja huvid.

2.4 Intervjuude tulemused

Rannakalurite Seltsile kuulub suur osa Topu kalasadama kinnisvarast, kuid teadlikult ei ole selts tahtnud oma eramaad piirata tõkkepuudega, vaid võimaldada inimestele avatud piirkonna külastatavuse. Kohe veepiiri lähedusse, Topu lahe mereäärsele alale on Rannakalurite Selts

arendanud lõkkeala ja istumiskohad (intervjuu 1). Lõkkealal taastati tol korral ka vana suitsuahi, mis on kättesaadav avalikuks kasutuseks. Mereäärsel muruplatsil saab telkida, ning sadamahoone parkimisalal saavad peatuda automajad. Topu Sadama suplusala on Läänemaale kohaselt küll kivine, kuid on meelitanud aastakümneid ligi surfareid ja vähenõudlikke ujujaid. Kiviküla vanem nendib, et kivise ranna ja tuulise ranniku tõttu on neil välja kujunenud ütlus: “Kiviküla pole pehmodele”, mis võiks iseloomustada hästi Topu püsielanikku ja külalist, kes naudib kivist üksiolekut (intervjuu 2).

Kuna Läänemaa lahesopid on tänu soodsatele lääne-ja edelatuultele juba maikuu keskel mõõduka temperatuuriga, võib öelda, et Topu lahes algabki rannahooaeg varem, kui Põhja-Eesti rannikualadel, aga ka Haapsalust põhja pool asuvates Lääne-Eesti supelrandades (intervjuu 2).

Rannakalurite Seltsi liige tõdeb, et rannakaluri traditsiooni säilitamiseks on väga oluline kanda edasi oskusi ja teadmisi traditsioonilisest kalapüügist (intervjuu 1). Seetõttu on tehtud koostööd Topu Kiviküla vanema ja kõigi huvilistega, kes soovivad piirkonnast rohkem teada saada ning seal ka erinevaid üritusi korraldada. Kalurite traditsiooni säilitamiseks on oluline edasi anda teadmisi selle kohta, kuidas kala püütakse, millised on kalapüügivahendid (paadid, võrgud). Samuti on korraldatud üksikuid lastelaagreid, et edendada laste teadmisi kalapüügist (intervjuu 1). Võib öelda, et mingil määral juba tegeletakse haridusturismiga, kuid see ei ole veel regulaarne osa seltsi tööst ning puudub püsiv koostöö haridusasutustega.

Lastele on tehtud suviseid programme, kus on õpetatud võrkude paadist välja viskamist, sõlmede tegemist, järgmisel päeval võrkude paati tõmbamist, kalade vaatlemist ning tundmaõppimist ja hiljem ka puhastamist ning töötlemist. Kalurite jaoks on oluline, et lapsed saaksid kogeda noores eas merel olemise fenomeni ning õpiksid tundma, millised kalad elavad Läänemeres ja Topu lahes (intervjuu 1).

Haridusprogrammide raames tahetakse üha enam edasi anda teadmisi sellest, milline oli kalastamine enne ja milline on praegu. Kuna riiklik õppekava pöörab üha enam tähelepanu keskkonnahoiule ning loodusressursside vähenemisele, on ka Rannakalurite Seltsi liikmete jaoks oluline, et lapsed saaksid nende kaudu teadmisi selle kohta, millised on kalaressursside vähenemisega seotud probleemid, millised on riigi ja Euroopa Liidu poolt kehtestatud piirangud kalapüügile, millised on kalahooaegade erisused (nt millal võib mingit kala püüda) ning millised on kalade vaenlased ja parasiidid (intervjuu 1).

Topu Kiviküla vanemaga koostöös on korraldatud sadamapiirkonnas Avatud Sadamate Päevi, Muinastuledeöö üritusi ning erinevaid töötubasid täiskasvanutele (intervjuu 2). Kuna kohalik

külavanem on ka lohesurfi treener, siis on sadamapiirkonna suplusala ja hooneid kasutatud ka veespordi treeninglaagrite läbiviimiseks.

Samuti on korraldatud täiskasvanutele võrgu parandamise töötubasid, kalajuttude rääkimise õhtuid ning kuulutatud välja päevi, mil on võimalik osta kala otse paadist (intervjuu 1). Need on olnud siiani pigem ühekordsed või ebaregulaarse toimumissagedusega tegevused.

Topu sadamapiirkonnas asub ka mitmeid MTÜ Rannakalurite Selts Topule kuuluvat hoonet (intervjuu 1). Euroopa Liidu rahadega on taastatud kalasadama põhikai, kalasorteerimiskuur ning puhkemaja. Kalurite seltsi liige nendib (intervjuu 1), et vanasti, kui püügemahud olid suuremad, tuli kala laevadelt transportlintidega kalasorteerimiskuuri. Muutused Läänemeres ning trendid kalasöömises on vähendanud aja jooksul kalapüügi mahtusid Topu lahest. Sellest tulenevalt ehitati ümber ka vana kalasorteerimiskuur ning transportlintide asemele ehitati külmkamber, kaalumisruum ja nõupidamisruum.

Traditsioonide säilitamise ja edendamise eesmärgil taastati kaluri kolhoosi kontor ning mõrraparanduskuurist ehitati Topu puhkemaja, mis asub merekaldast umbes 30 meetri kaugusel (intervjuu 1). Topu puhkemajal on kaks korrust. Esimesel korrusel asub köök, elutuba, tualettruum ja duširuum. Teisel korrusel asub trepihall ning kaks magamistuba. Magamistoad mahutavad kokku 12 külalist. Puhkemajal on suur, aiaga piiratud muruplatsi ala, kuhu on ehitatud ka väike kiiguplats lastele ning väliköök. Supluskoht asub puhkemajast kahe minuti pikkuse jalutuskäigu kaugusel. Rannakalurite Seltsi puhkemaja on võimalik külastajatel ka välja üürida ööbimiseks ja ürituste korraldamiseks. Siiski on otsustanud ettevõtte reklaamida puhkemaja siiani ainult suusõnaliselt, mis tähendab, et ööbimiskohale tehakse praegu reklaami ainult sõbralt-sõbrale. Selline lähenemine on Seltsi sõnul väga teadlik, kuna peale kinnisvara ja teenuste arendamise soovitakse säilitada Kiviküla ja Topu sadama omanäolisust (intervjuu 1). Rannakalurite Seltsi liikmed on ka ise kohalikud Topu piirkonna elanikud. Kalandus on nende nägemuses eluviis, mille hulka kuuluvad ka oma püütud kala söömine ja selle andmine sõpradele. Tänu kala müügile kohalikul tasandil (Läänemaal) on võimalik suhelda nii kohaliku inimese kui laiema kogukonnaga. Kala otse võrgust toidulauale on nii võimalus kui ka elamus, mida enamus inimestel nii Eestis kui ka maailmas enam pole.

2.4.1 Topu sadamapiirkonna arendusideed intervjuude põhjal

Haridus-ja loodusturismi ideed Topul

Rannakalurite Selts Topu idee on arendada piirkonda nii, et säiliks Kivikülale omane kalurikultuur ning taastatud saaks ka kunagi ehitatud kalandusega seotud strateegilised hooned (intervjuu 1). Kalurikultuuri säilimise seisukohalt on oluline kalandusalaste teadmiste edasiandmine. Hetkel on seda tehtud lastelaagrite raames, kuid tulevikus nähakse, et teenused võiksid olla kättesaadaval regulaarselt igale vanuseklassile. Kui arendada piirkonnas haridusturismi, siis peaks Selts investeerima kalapüügivarustusse, tegema teadlikult reklaami ning otsima koostööpartnereid.

Rannakalurite Seltsi liikmed on ka ise välja pakkunud mõtteid, mille abil edasi kanda eesti kalapüügi kultuuri ja Topu piirkonna traditsioone. Nende ideede hulka kuuluvad näiteks jääpüügi õpetamine, mõrra nõudmine, võrgu panemine paadist, paadisõit laidudele ja saartele koos kohaliku piirkonna tutvustamisega, kala soolamise ja suitsutamise õpetamine (intervjuu 1). Ebaregulaarsete teenustena toimivad juba majutusteenus ning värske kala ja suitsukala müümine.

Nagu Rannakalurite Selts, näeb ka Kiviküla vanem, et igat Kivikülas toimuvat tegevust ja võimalust võiks ühendada kalanduse temaatika (intervjuu 2). Seetõttu näeb ta suurt võlu nii lastelaagrite korraldamises ja haridusturismi laiendamises kui ka merega seonduvate matkade (nt aerulauaga Topult-Rohuküla sadamasse) korraldamises. Haapsalu linnapeaga on olnud jutuks ka külaelu hoidmine Kivikülas ja selle raames ajaloolise Topu-Rohuküla matkatee avamine (intervjuu 2).

Intervjuudest selgus, et ka teised, piirkonda mitte teadvad kui ka sihtkohta külastanud küsitletud pidasid nii loodusradade loomist kui ka hariduslikke programme põhjuseks, miks külastada Topu piirkonda ning soovitada seda ka tuttavatele (intervjuu 4; intervjuu 5).

Strateegiliste ehitiste taastamine/rajamine ja nende sihtotstarbeline kasutamine Topul

Rannakalurite Seltsile kuuluva kinnisvara arendamise osas on seatud eesmärgiks ehitada välja vabad ja seni kasutuseta olnud hooned, lisada ujuvkaisid, et suurendada kairendi võimalust kõikidele huvilistele (intervjuu 1). Sellega seoses peab ette võtma ka kai otsa süvendamise. Kiviküla vanem leiab, et kaiala laiendamine on oluline ka seetõttu, et huvilised saaksid piirkonda külastada oma mootorsõidukiga, kui neil selleks huvi on (intervjuu 2). Viimased aastad on näidanud, et eestlaste merelembus aina kasvab ning oma meresõidukiga kodumaa väikesadamate külastamine on üha populaarsem teema (intervjuu 3). Rannakalurite Selts soovib üha enam tähelepanu pöörata majutusteenuse laiendamisele, sh otsitakse võimalusi, kuidas telkimisala ja

automajade kasutajatel oleks piirkonda mugavama kasutada (nt avaliku WC võimalus) (intervjuu 1). Nii kohaliku elu edendajad kui ka teised küsitlusele vastanud leidsid, et veespordi viljelejatele on lisaks WC-le oluline ka esmatasandi pesemisvõimalus, mis võimaldaks pärast merelolekut ja piirkonnas puhates end korda seada (intervjuu 2; intervjuu 3).

Kohalik külaselts soovib sadama lähedal asuvat mõrrakuuri restaureerida eelkõige suuremate ürituste korraldamiseks ning võimalusel hooajalise kohviku loomiseks, kust saaks osta värsket või suitsutatud kala ning oleks olemas ka tualettruumi kasutamise võimalus (intervjuu 1).

Teised küsitluses osalenud pidasid oluliseks ka lastele suunatud tegevuste ja rajatiste olemasolu (intervjuu 4; intervjuu 5, intervjuu 6). Seetõttu on oluline, et Topu piirkonnas oleks tulevikus olemas piirkonda sobiv seiklusrada, mänguväljak või muu lastele atraktiivne tegevuskoht.

Teenuste loomine Topule

Kiviküla vanem näeb, et Kiviküla ja Topu Sadama arengus mängib suurt rolli just laiemateadlikkuse tõstmine piirkonnast (intervjuu 2). Ta näeb, et piirkonnas võiks olla rohkem üritusi nii kohalikule kui laiemale kogukonnale ning näeb, et regulaarselt toimivate teenuste taga on piirkonna arengupotentsiaal.

Kiviküla vanema visioon piirkonnale hõlmab rohkem teenuseid ja kogemusi kui materiaalseid mälestusi (intervjuu 2). Topu on tema sõnul koht, mis pakub nii kohalikule kui ka külalisele aega ja ruumi. Rannikualal näeb ta pikas perspektiivis suurt potentsiaali just veespordialadel tegutsevate inimeste toetamiseks. Kuna Topu laht on madal ning tugevad läänetuuled toovad kaasa nii suured tuulekoridorid kui ka sooja vee, on surfihooaeg piirkonnas väga pikk - mõnel aastal isegi kuue kuu pikkune. Seetõttu on oluline toetada piirkonda külastavaid hobi-ja profisportlasi, kelle jaoks avaliku WC ja pesemisvõimaluse olemasolu lisaks rannaalale palju juurde (intervjuu 2). Samuti näeb Kiviküla vanem, et ajalooline jääladu, mis varjutab ka praegu sadamavaadet, võiks tulevikus pakkuda piirkonda külastavale või kohalikule inimesele lihtsamate hügieeniteenuste, riievahetuse, kohviku ja istumisala võimalust.

Külavanemaks olemise perioodi jooksul on piirkonnas suudetud ellu kutsuda nii Avatud Sadamate Päev kui ka Muinastulede öö, mida külastab igal aastal üle 300 inimese (intervjuu 2). Siiski leiavad kohalikud entusiastid, et Kivikülal on palju teha, meelitamiseks kohale mitte ainult veesportlasi, vaid ka lastega perekondi, soojal ajal ringi uitajaid ja rannapuhkuse otsijaid (intervjuu 1; intervjuu 2). Seetõttu on oluline, et rannaäär saaks senisest enam tähelepanu. Elementaarsed oleksid seljatoega pingid randa, külakiik lõkkeplatsi lähedusse ning temaatiline mänguala lastele (intervjuu 6). Samuti on Kiviküla vanem arvamusel, et kaasajal ei peaks me enam niivõrd pelgama

seltskondi, kes tulevad mugavuste peale lõhkuma ja rikkuma, vaid suunama oma tähelepanu inimestele, kes otsivad vaikust ja rahu ning lihtsat merepuhkuse sihtkohta (intervjuu 2). Kindlasti on tulevikus omal kohal kõik toredad töötoad (nt meremärgid) ja laagrid (kalandus ja traditsioonid, surf, mereohutus, kalarooegade valmistamine jne) (intervjuu 2; intervjuu 3). Kuna Topu puhkemaja ei lahenda kogu piirkonda külastavate inimeste majutusprobleemi, siis nähakse tulevikus suurt vajadust lihtsate ööbimiskohtade arendamise järele (intervjuu 3). Sobilikud oleksid kohalike sõnul kaasajal populaarsed konteinermajad, mille välimuse saaks kujundada merepiirkonnale sobilikuks ja tagasihoidlikuks (intervjuu 2; intervjuu 3). Majutuskohtade lisamine kasvataks kindlasti ka piirkonda külastavate inimeste hulka ning annaks nii Rannakalurite Seltsile kui ka Kiviküla suurema finantsvõimekuse asukoha arendamiseks ning kalurikultuuri edendamiseks (intervjuu 1). Küsitluses osalejad pidasid piirkonna võimalusi silmas pidades oluliseks ka veesõiduki rentimise teenust Topu sadamast, mis soodustaks piirkonnaga tutvumise võimalust nii loodus- kui ka haridusturismi perspektiivis (intervjuu 3; intervjuu 4, intervjuu 5). Samuti peetakse oluliseks piknikulaudade ja prügikastide olemasolu mere-äärsel alal ning kehakinnitamise võimalust suvisel hooajal (intervjuu 6).

Mõned vastanud tõid välja ka talviste teenuste vajalikkuse piirkonna külastajate arvu kasvaks (intervjuu 6). Huvi tunti nii talviste suusa- ja uisuradade kui ka loodusõppeprogrammide vastu. Kuivõrd Topu ei paku hetkel liiga palju majutusvõimalusi, tundsid vastanud huvi ka telkimisala ja automajade parkla vastu koos joogivee kraanide ning reovee väljalaskmise võimalustega (intervjuu 4; intervjuu 5). Samuti on vastanute sõnul üheks tõmbenumbriks alati ka avalikud üritused põnevate külalistega, mis eeldaks kaugemalt tulijate kohale meelitamiseks tõhusat turundamist (intervjuu 6).

2.4.2 Topu sadamapiirkonna arenguvõimalused ja ohud

Järgnevalt on välja toodud Topu sadamapiirkonna arenguvõimalused ja ohud. Kaardistus on loodud lõputöö käigus läbiviidud intervjuude põhjal ning sisaldab ka töö autoripoolseid ideid piirkonna arendamiseks.

Tänu toimivale kalasadamale ja värskelt laiendatud kai-alale, on soovijatel juba praegu võimalus rentida oma veesõidukile sobivaks perioodiks Topu sadama kai-alale koht. Rannajoone suplusala arendamist toetab atraktiivne rannajoon, mille läheduses asub parkimisala ning rannakalurite poolt loodud lõkkeala ja suitsuahi koos istumisvõimalusega. Haapsalu linna lähedus pakub Topule tulnud puhkajatele laiemat teenuste kättesaadavust.

Sadamapiirkonna arenguvõimalused

- suplusala sissekäigu puhastamine kividest ning ujumisala peresõbralikuks muutmine;
- ujuva silla ehitamine suplusalale, et ujuja jõuaks kiiremini sügavasse vette;
- esmatasandi hügieeniteenused ujumiskoha lähedusse (WC, dušš);
- rannikuala supluskohta laiendamine liivaga;
- kaiääre avamine kõikidele külalistele;
- pop-up kohviku avamine suvisel hooajal/tähtsatel sündmustel;
- haridusturismi edendamine;
- loodusturismi edendamine;
- ürituste korraldamine laiemale kogukonnale;
- majutusteenuse arendamine, avaliku broneerimissüsteemi olemasolu;
- saunakeskuse loomine mere äärde või merele;
- avalik kodukontori ruumi(de) võimalus.

Sadamapiirkonna arendamise ohud

- keskkonna reostumine külastatavuse suurenemisel;
- väikesadama miljööväärtuse rikkumine turismivoogude suurenemisel;
- huvipuudus Topu sadamapiirkonna külastamise vastu;
- huvipuudus Kivikülas pakutavate teenuste vastu;
- kohaliku Kiviküla kogukonna vastumeelsus piirkonna arendamisel;
- kalurite seltsi ja kohaliku kogukonna aktiivi vaheline huvide konflikt;

3. TOPU SADAMAPIIRKONNAST LÄHTUVAD EELDUSED JA VÕIMALUSED ELAMUSTEENUSE LOOMISEKS

Topu sadamapiirkonda võib juhusliku külastaja jaoks kirjeldada tühja lõuendina, millel on potentsiaal olla avatud ja kutsuv külastuspaik laiemale sihtgrupile. Hetkel tegutseb vanas kalasadamas MTÜ Rannakalurite Selts Topu ning rannajoonel oleva ujumiskoha on kõlblikuks lugenud piirkonna kohalikud elanikud ja suvekodude omanikud. Aktiivselt kasutavad Topu ujumiskohta ja madalat lahesoppi lohesurfarite kogukond üle Eesti.

Analüüsidest teisi Eesti väikesadamaid ning nendes loodud teenuseid ja võimalusi on näha, et välja toodud väikesadamate arengupotentsiaali eelduseks on olnud aktiivne grupp inimesi, kes soovivad edendada kohalikku kaluriküla kultuuri ning pakkuda seeläbi elamusteenuseid ka piirkonna külastajatele. Uurides Topu sadamat ja Kiviküla eluolu nii intervjuude kui ka külastuste kaudu võib öelda, et piirkonnas on olemas aktiivne grupp inimesi, kelle eesmärgid ja tuleviku visioon oleks vaja siduda ühise laua taga terviklikuks elamusteenuseks.

3.1 Huvigruppide analüüs

Uurimistöö käigus läbiviidud intervjuudest selgus, et Topu sadamapiirkond on armastatud sihtkoht erineva taustaga külastajate jaoks. Siiski ühendab kaugemalt tulijaid külaskäigu lühiajalisuse printsiip, kuna rannikualal ei ole avalikke teenuseid, mis suurendaksid külaskäigu pikkust. Topu sadamat kasutatakse aktiivselt kalastama minemise eesmärgil, madal lahesopp ja soojad edelatuuled tõmbavad ligi veespordiga tegelejaid, väljakujunenud ujumiskoha on enda jaoks leidnud kohalikud elanikud, suvekodu elanikud ja Topu lähiümbruses elajad. Suviste külalistena võib vahel kohata laste- ja noortegruppe. Intervjuudest selgus, et piirkonna sihipärasel arendamisel, sisukate elamusteenuste ja teatud mugavuste lisamisel (pesemisvõimalus, ööbimisvõimalus) oleks sihtkoht potentsiaalne valik puhkusepiirkonnana nii lastega peredele, noortele lõõgastajatele, veespordi armastajatele kui ka lähiümbruses elavatele inimestele. Seetõttu on oluline läbi mõelda ja analüüsida ideelised võimalused piirkonna elamusteenuse arendamiseks, võttes arvesse olemasolevad võimalused ja ressursid.

3.2 Elamusteenuse võimalused Topu sadamapiirkonnas

Toetudes uurimistöö teoreetilises osas väljatoodud elamusmajanduse lähtekohtadele võib välja tuua mitmeid Topu sadamapiirkonna eelduseid tervikliku ja meeldejäáva elamuse väljatöötamiseks. Üheks oluliseks lähtekohaks võib pidada Kirillova, Lehto ja Cai (2016) poolt nimetanud elamuse autentsust, mille juures mängib olulist rolli suhtumise muutmine elamusteenuse pakkuja poolt. Kui külaline tunneb, et teda on sihtkohta oodatud, siis kogeb ta elamust sügavamalt. Seega on Topu sadamapiirkonna arendamisel oluline läbi mõelda, mil moel kutsub ja tervitab kohalik kogukond piirkonna külastajat. Lähtuvalt Pine'i ja Gilmore'i (2013) välja toodud mõttele, ei mängi elamuse tekkimise juures niivõrd suurt rolli mitte müüdava toote või teenuse praktilised omadused, vaid kogemus, mille klient saab toote või teenuse tarbimisel elutsükli jooksul. Kusjuures oluliseks saab toote või teenuse unikaalsus, meeldejäávus ja ajatus - sel moel soovitab tarbija kogemust edasi ka teistele.

Nii nagu mitmed teisedki Eesti toredad väikesadamad, mis on läbi hea toote- ja teenusearenduse leidnud oma niši ja pärimuse, on ka Topu sadamapiirkonna puhul oluline võtta elamusteenuse loomise aluseks kohaliku kalasadama kultuuripärand ning ehitada selle peale ajatu looga elamusteenuste kogum.

Kim ja Ritchie (2014) on kirjeldanud meeldejäáva elamuse komponente, mille hulka kuuluvad hedonism, kohaliku kultuuripärandi olemasolu, uudsus, elamuse värskus, tähenduslikkus, uute teadmiste saamise võimalus ja kaasatus. Piirkonda analüüsid on näha, et Topu sadamal ja selle ümbrusel on olemas Kim ja Ritchie (2014) poolt välja toodud elamuse komponentide eeldused, kuid koostöös kohaliku kogukonnaga peab kõiki osapooli silmas pidades välja mõtlema nutikad lahendused piirkonna arendamiseks.

Järgnevalt on välja toodud Topu sadamapiirkonna elamusteenuse ideekavand, mis on koostatud eelnevalt kogutud ja analüüsitud empiiriliste andmete põhjal, võtab arvesse Eesti toredade väikesadamate praktikaid ning tugineb elamusmajanduse teoreetilistele lähtealustele.

1. *Haridusturismi võimalused Topul*

Koolituskeskuse loomine partnerkoolidele ja gruppidele. Teemadeks:

- Kalandus ja merendus (Läänemere kalade ja taimede tundmaõppimine, kalamaketid, võrgud, sõlmed, meremärgid, vee ökosüsteem, kala kui toiduaine - püüdmine võrkudega, puhastamine, töötlemine, valmistamine, suitsutamine).
- Taluloomad: lambad ja veised kui rannaniitude puhastajad ja väetajad.
- Rannaniitude taimestik ja ökoloogiline mitmekesisus.

- Praktiline kooli ainekavade lõimimine ning õpitu seostamine praktilise eluga (loodusõpetus, bioloogia, ajalugu).

2. Kalaturismi võimalused Topu sadamas

- Kalamehejuttude kuulamise võimalus Topu sadamaalal, audiogiid QR-koodiga erinevates keeltes;
- Topu rannakaluriga merelemineku võimalus (võrgupüük, õngepüük).
- mootorpaadi rentimise võimalus Topu kalasadamast;

3. Loodusturismi võimalused Topul

- Topu-Rohuküla loodusraja avamine ja korrastamine. Õppekäigud giidiga ümbritseva looduskeskkonna tundmaõppimiseks.
- Talvisel perioodil suusa- ning uisuraja loomine ning korrastamine;
- Tarvikute rent: suuskade, uiskude ja soome kelgu rentimise võimalus sadamaalalt.
- Talvistel nädalavahetustel kuuma tee, sooja supi ja suitsukala ostmise võimalus.
- Suvisel perioodil lohesurfi koolitused ja varustuse rentimise võimalus.
- Aerusurfilaua rentimise võimalus:
- Kajakimatkad mööda suvist Topu lahe rannikuala.

4. Ehitiste/rajatistega seotud arenguvõimalused Topu sadamapiirkonnas

- Sadamaala vabastamine piiravast aiast ning avamine jalutajatele;
- kaiala edasiarendus ja võimalus randuda sadamakail suvisel perioodil ka juhuslikul veesõidukiga külastajal;
- veeteo märgistus Topu lahte (ohutuks randumiseks veeteelt lähenejale);
- sadama mõrrakuuri ümberehitamine avara terrassiga kohvikuks/pop-up restoraniks suvisel perioodil;
- eelneva broneerimisvõimaluse ning piirkonna välisilmega sobivate merkonteineritest saunakompleksi ja ööbimiskohtade ehitamine sadamaalale;
- viipemakse võimalusega esmatasandi hügieenivõimalused: WC ja sooja veega pesemisvõimalus ujumiskoha lähedusse (samas stiilis saunakompleksiga);
- avalik Topu Musta Papli maja broneerimise võimalus kodulehekülje kaudu erinevate sündmuste, töökoosolekute ja puhkuse planeerimiseks;
- mereteemaline ja rannapiirkonna üldmuljet mitte häiriv laste mänguväljak

ujumiskoha lähedusse;

- liivase rannapiiri laiendamine;
- ujusild sügavasse vette jõudmise hõlbustamiseks;
- tasuta joogivee võtmise võimalus parkimisalal;
- reovee ja jäätmete kogumise võimalus parkimisalal (tõstab karavanidega puhkamatulijate aktiivsust);
- loodusradade märgistused ning viited kohalikule taimestikule ning piirkonna püüasukatest lindudele ja loomadele;
- piirkonna ajalugu tutvustav infotahvel koos lindistatud kalamehejuttude kuulamise võimalusega (QR-koodiga audiogiid).

5. Sündmused Topu sadamapiirkonnas

- Kultuurisündmused Topul: suvised kontserdid sadamaalal ja Topu puhkemaja hoovis, muinastuledeöö programmi jätkamine, talvepäev Topul suusaraja läbimise ning sooja supiga, suvise mõõnaaja pop-up restoran Topu lahe laidudel.

Le et al. (2019) on välja toonud, et elamuse kujunemise protsess algab enne, kui klient jõuab teenusepakkuja juurde ostu sooritama ning kestab veel pärast ostu sooritamist, kui klient tegeleb toote/teenuse kasutamisega. Elamust luues peab teenusepakkuja mõtlema, milline on tema potentsiaalne klient ning kuidas jõuda erinevate sensorsete sümbolite ja stiimulite kasutamise kaudu kliendini. Kui laiendada välja toodud teoreetilist lähtekohta Topu sadamapiirkonnale, siis võib öelda, et väga oluliseks saab elamuste ja piirkonna võimaluste turundamine ning info kättesaadavus kliendile enne teenuse või toote tarbimist. Vajalik on piirkonna eeldustest lähtuva infokanali leidmine ja loomine, et tutvustada Topu sadamapiirkonna eelduseid ning võimalusi potentsiaalsete puhkajate hulgas.

Topu sadamapiirkonda analüüsid võib öelda, et asukohal on olemas nii looduslikud eeldused kui ka aastakümneid tagasi loodud sadamaala infrastruktuur, et arendada piirkonnale meeldejääv ning erinevaid huvigruppe ligitõmbav elamusteenus. Mõningaid sadamaala võimalusi kasutatakse elamusteenuse loomiseks juba täna, kuid nende toimumine on ebaregulaarne ja sõltub peamiselt huvigrupi aktiivsusest ning ootustest.

Siiski on Topu sadamapiirkonna elamusteenuse realiseerimise eelduseks kohaliku kogukonna ja aktiivgrupi ühine visioon ning arengukava, olemasolevate ressursside tark majandamine uute

elamusteenuste loomiseks ning oskuslik sadamapiirkonna turundamine potentsiaalsete külastajateni jõudmiseks.

KOKKUVÕTE

Elamusteenuste loomine ja nende järjepidev disainimine on väikeettevõtete jaoks viimase aastakümne edu võtmeteguriks, mis aitab kaasaegsetel organisatsioonidel konkurentide seas toime tulla ja silma paista. Pine ja Gilmore (2013) toovad väikeettevõtluse toimetuleku strateegia olulise komponendina välja elamuse loomise olulisuse. Samuti on nad oma uurimistöös välja toonud, et pelgalt toode/teenus muutub elamuseks alles siis, kui teenusepakkujad muudavad oma loodavad või olemasolevad teenused tarbija jaoks personaalseks (Pine & Gilmore, 2013). Autentse ja meeldejääva elamuse otsingutel rõhutab üha enam teoretikuid, et teenuste ja reisisihtkohtade väljatöötamisel on oluline pakkuda külalistele üha rohkem sisu ja mitte enam välist fassaadi, mis ei kõneta (Ritchie & Hudson, 2009). Kim ja Ritchie (2014) kirjeldavad oma töös meeldejääva elamuse komponente, mille hulka kuuluvad hedonism, kohaliku kultuuripärandi olemasolu, uudsus, elamuse värskus, tähenduslikkus, uute teadmiste saamise võimalus ja kaasatus.

Eesti rannikualadelt võib leida mitmeid pika ajaloo ja värvika taustaga väikesadamaid, mille ümber on aja jooksul tekkinud asustatud alad. Nii mõnigi neist väikesadamatest on läbi teinud viimase kahekümne aasta jooksul värskenduskuuri ning otsinud kalasadama funktsioonile lisaks ka muid väljundeid. Nii võib leida Eesti rannikutelt väikesadamaid, mis meelitavad nii kohalikke kui ka turistide kohvikute, majutusvõimaluste, kultuuriprogrammide, paadisadamate ja muu atraktiivsega.

Topu sadam asub Läänemaa mereäärses piirkonnas Kivikülas, umbes 10 km kaugusel Haapsalust ning piirkonda iseloomustavad tasandikulised väljad, hõre asustus ja avarad loodusmassiivid (Eesti Entsüklopeedia, 2011). Topu sadamapiirkonna teeb eriliseks selle näiliselt häirimatu omaette olek. Tänu madalale kaldaäärele pakub lahesopp turvalist perepuhkuse võimalust lastega peredele ning aerusurfi lauduritele, kuid tugevad läänetuuled meelitavad kohale ka äkiliste veesportialadega tegelejaid. Haapsalu linna lähedus võimaldab nii kohalikule elanikule kui ka turistile laiemate teenuste kättesaadavuse ning annab Kivikülas puhkajale vaikse, soojade läänetuulte meelevaldas kulgeva merepuhkuse kogemuse.

Topu sadamapiirkonna arendamine ja tulevikuvision on näiliselt paradoksaalne: ühelt poolt soovitakse säilitada piirkonna puutumatu olekut, teiselt poolt avada sadamaala uutele võimalustele ja küllastajatele. Nii kohalik aktiivgrupp kui ka rannakalurite selts soovivad elavdada piirkonda just neile omanäolise elamuspaketiga, kuid jääda Topule omaselt tagasihoidlikuks suvituspiirkonnaks, mitte ülerahvastatud turismiatraktsiooniks.

Sellest lähtuvalt lõi töö autor antud uurimistöös raames Topu sadamapiirkonda tervikliku elamuste paketi, mis lähtub uurimistöös raames läbiviidud empiirilisest uuringust ja elamusmajanduse teoreetilistest lähtealustest pakkudes välja tegevusi nii suvisele kui ka hooajavälisele perioodile. Autor pakub töö viimases peatükis välja tegevusi nii loodusturismi, kalaturismi kui ka haridusturismi huvilistele, kultuurisündmuste osakaalu kasvatamist ning otsib võimalusi läbi hõreda hoonestuse ja rajatiste sadamapiirkonna otstarbekamaks ning mugavamaks külastamiseks.

Topu sadamapiirkonna elamusteenuste realiseerimise eelduseks on esmatasandil siiski kohaliku kogukonna ja aktiivgrupi ühine visioon ning arengukava, olemasolevate ressursside tark majandamine uute elamusteenuste loomiseks ning oskuslik sadamapiirkonna turundamine potentsiaalsete külastajateni jõudmiseks.

SUMMARY

Creating and consistently designing residential services has been a key success factor for small businesses over the past decade, helping modern organisations to stand out from the competition. Pine and Gilmore (2013) highlight the importance of creating an experience as a key component of small business survival strategy. In their research, they have also pointed out that a mere product/service becomes an experience only when service providers personalise their created or existing services for the consumer (Pine & Gilmore, 2013). In the search for an authentic and memorable experience, a growing number of theorists emphasise the importance of providing more and more content to guests in the development of services and destinations, rather than an external facade that does not appeal (Ritchie & Hudson, 2009). In their work, Kim and Ritchie (2014) describe the components of a memorable experience, which include hedonism, the presence of local cultural heritage, novelty, meaningfulness, the opportunity to gain new knowledge, and involvement.

Estonia's coastal areas are home to a number of small harbours with long histories and colourful backgrounds, around which inhabited areas have developed over time. Many of these small harbours have undergone a revitalisation over the last twenty years and have sought other outlets in addition to their function as fishing harbours. Thus, small harbours can be found along Estonia's coasts, attracting both locals and tourists with cafés, accommodation, cultural programmes, marinas and other attractions.

Topu harbour is located in Kiviküla, a seaside area of Läänemaa, about 10 km from Haapsalu, and the area is characterised by lowland fields, sparse population and vast natural masses (Estonian Encyclopaedia, 2011). What makes the Topu harbour area special is its seemingly undisturbed seclusion. Thanks to its shallow shore, the bay offers a safe family holiday for families with children and paddlers, but strong westerly winds also attract those who enjoy extreme water sports. The proximity to the city of Haapsalu allows for a wider range of services for locals and tourists alike, and gives the holidaymaker a quiet seaside holiday experience with warm westerly winds.

The Topu Fishermen's Association has been active in the Topu Harbour coastal area for many years, serving fishing enthusiasts and promoting fishing culture throughout Läänemaa. Over the past decades, overfishing of seafood, the loss of equilibrium in the small Baltic seas due to the introduction of alien species, and negative changes linked to global warming have made life difficult for professional fishermen. Topu fishermen have therefore also had to think about

development activities in the area that would support the fishing culture and keep the Port of Topu running in difficult years and periods. In this context, the aim of this thesis was to map the prerequisites and opportunities of the area and to propose a range of residential services for the Topu Harbour area based on the expectations of the stakeholders, which would stimulate the area's visitor numbers, create opportunities for educational and nature tourism and promote the activities of the Topu Fishing Harbour.

In order to find possible solutions to this problem, the author of the thesis set the following research tasks:

1. To study the theoretical foundations of the development of holistic residential services and the possibilities for providing them.
2. Scientific approaches to the development of coastal areas from the perspective of the housing economy.
3. Analysis of Estonian small harbours to identify viable residential services and practices.
4. Describing the potential of the natural and socio-cultural environment of the Topu port area.

The development of the Topu harbour area and the vision for its future is seemingly paradoxical: on the one hand, the aim is to preserve the area's unspoilt status, on the other hand, to open up the harbour area to new opportunities and visitors. Both the local activist group and the coastal fishermen's association want to revitalise the area with a package of experiences that is unique to them, but to remain a modest summer resort, as is typical of Topu, rather than a crowded tourist attraction.

Accordingly, the author of this research created a comprehensive package of experiences for the Topu harbour area, based on the empirical research and the theoretical foundations of the experience economy, proposing activities for both summer and off-season. In the final chapter of the work, the author proposes activities for those interested in nature tourism, fishing tourism and educational tourism, an increase in the proportion of cultural events, and looks for ways of making the port area more practical and convenient to visit through the use of sparse buildings and facilities.

However, at the first level, the prerequisite for the realisation of a comprehensive experience product in the Topu harbour area is a joint vision and development plan of the local community

and active group, smart management of existing resources to create new experience products, and skillful marketing of the harbour area to reach potential visitors.

Keywords: experience service, port area, small ports, nature tourism, fishing tourism, educational tourism.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Baumeister, R., F., Vohs, K., D., & Zhang L. (2016). How Emotions Shapes Behavior: Feedback, Anticipation, and Reflection, Rather Than Direct Causation. *Journal of Travel Research*. Vol 11, issue 2. <https://doi.org/10.1177/1088868307301033>
- Balmford, A., Beresford, J., Green, J., Naidoo R., Walpole M., & Manica A. (2009). A Global Perspective on Trends in Nature-Based Tourism. *PLoS Biol* 7(6): e1000144. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1000144>
- Barbosa, B. Ferreira, F. (2017). Consumers' attitude toward Facebook advertising. — *International Journal of Electronic Marketing and Retailing*, Vol. 8, No. 1, 45-57.
- Boswijk, A., Thijssen, T., & Peelen, E. (2007). *The experience economy – a new perspective*. Pearson Education Benelux.
- Chen, C-L., & Chang, Y-C. (2017). A transition beyond traditional fishers: Taiwan's experience with developing fishing tourism. Elsevier. Vol 79, pp. 84-91. <https://doi.org/10.1016/j.marpol.2017.02.011>
- DeLeon, R. (2018) 10 principles of physical experience design. Loetud aadressil: <https://medium.com/capitalonedesign/10-principles-of-physical-experience-design-711bef279bf2>, 26. aprill 2019.
- Dirhami sadam. (2023). Loetud aadressil: <https://www.dirhami.ee>.
- Eesti Entsüklopeedia 12. (2011). Lääne maakond. Loetud aadressil: <http://entsyklopeedia.ee/artikkel/läänemaa4>.
- Gentile, C., Spiller, N. & Noci, G. (2007). How to Sustain the Customer Experience: An Overview of Experience Components that Co-create Value With the Customer. *European Management Journal* 25(5), 395-410. <http://dx.doi.org/10.1016/j.emj.2007.08.005>
- Gonzalez, R., C., L. & Antelo, M., de los A., P. (2020). Fishing Tourism as an Opportunity for Sustainable Rural Development – The Case of Galicia, Spain. *Land Journals*, 9(11), 437. <https://doi.org/10.3390/land9110437>.
- Griffin, W. G. McQuarrie, E. F. Phillips, B. J. (2014). How visual brand identity shapes consumer response. — *Psychology and Marketing*, 31(3), 225-236.
- Grössling, S., Scott, D. & Hall, C. M. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*. Vol 22, issue 3. pp 577-598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Hiiumaa arenduskeskus. (2023). Loetud aadressil: <https://hiiumaa.ee/objekt/suursadam/>.
- Hänninen, J. & Tonder, M. (2020). Matkailukalastuksen kehittäminen Saimaan Pihlajavedellä. Kala-ja Riistaraportteja. Loetud aadressil: <https://core.ac.uk/download/pdf/52287509.pdf>.

- Hughes, G. (1995). Authenticity in tourism. *Annals of Tourism Research*. Vol 22, issue 4, pp. 781-803. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00020-X](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00020-X).
- Jensen, O., & Prebensen, N. (2015). Innovation and Value Creation in Experience-based Tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. Vol 15. <https://doi.org/10.1080/15022250.2015.1066093>.
- Koguva. (2023). Loetud adressil: www.koguva.ee
- Kim, J-H. & Ritchie J. R. B. (2014). Cross-Cultural Validation of a Memorable Tourism Experience Scale (MTES). *Journal of Travel Research*, 53(3):323-335. <https://doi.org/10.1177/0047287513496468>.
- Kirillova, K., Lehto, X., & Cai. L. (2016). Tourism and Existential Transformation: An Empirical Investigation. *Sage Journals*, 56(5). <https://doi.org/10.1177/0047287516650277>
- Lapointe, D. (2020). Reconnecting tourism after COVID-19: the paradox of alterity in tourism areas. *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*, vol 22, issue 3, pp 633-638. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762115>
- Le, D. Scott, N. Lohmann, G. (2019). Applying experiential marketing in selling tourism dreams — *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 36, No. 2, 220-235.
- Lin, K-M. Chang, C-M. Lin, Z-P. Tseng, M-L. (2009). Application of Experiential Marketing Strategy to Identify Factors Affecting Guests' Leisure Behaviour in Taiwan Hot-Spring Hotel. — *WSEAS Transactions on Business and Economics*, Vol. 6, No. 5, 229-240.
- Lulham, R. (2013). A theory of affective experience. — International conference on engineering design, 19-22 August 2013, Seoul, Korea.
- McGladdery, C., A., & Lubbe, B., A. (2017). Rethinking educational tourism: proposing a new model and future directions. *Tourism Review*. Vol 72, issue 3, pp. 319-329. <https://doi.org/10.1108/TR-03-2017-0055>.
- Morgan, M. (2006). Making space for experiences. *Journal of Retail & Leisure Property*. Vol 5, 305-313. <https://doi.org/10.1057/palgrave.rlp.5100034>.
- Mossberg, L. (2008). Extraordinary Experiences through Storytelling. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 8(3), 195–210. <https://doi.org/10.1080/15022250802532443>
- Orjaku Sadam. (2023). Loetud adressil: <https://orjaku.ee/sadam/>.
- OECD. (2020). Tourism Policy Responses to the coronavirus (COVID-19). Loetud adressil: <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/tourism-policy-responses-to-the-coronavirus-covid-19-6466aa20/>
- OECD. (2011). The Economics of Adapting Fisheries to Climate Change. OECDiLibrary. <https://doi.org/10.1787/9789264090415-en>.

- Paulauskaite, D., Powell, R., Stefaniak, J., A., C & Morrison, A., M. (2017). Living like a local: Authentic tourism experiences and the sharing economy. *International Journal of Tourism Research*, 19(6), 619-628. <https://doi.org/10.1002/jtr.2134>.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2013). The experience economy: past, present and future. *Handbook on the Experience Economy*, ch 2, pp 21-44.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105. <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy>
- Puhka Eestis. (2023). Loetud aadressil: <https://www.puhkaeestis.ee/et/restoran-kalana-aar>.
- Ram, Y., Björk, P. & Weidenfeld, A. (2016). Authenticity and place attachment of major visitor attractions. *Journal of tourism management*, vol 52, pp 110-122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.010>
- Ritchie, B.W. (2003). *Managing educational tourism*. Channel View Publications, Clevedon.
- Ritchie, J. R. B., & Hudson, S. (2009). Understanding and meeting the challenges of consumer/tourist experience research. *International Journal of Tourism Research*, 11(2), 111–126. <https://doi.org/10.1002/jtr.721>
- Rodrigues, C. Hultén, B. & Brito, C. (2011). Sensorial brand strategies for value co-creation — *Innovative Marketing*, Vol. 7, No. 2, 40-46.
- Schmitt, B.H. (1999) Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15, 53-67. <http://dx.doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Tarssanen, S. (2009). *Handbook for experience stagers*. Oy Sevenprint Ltd <https://docplayer.net/7195872-Handbook-for-experience-stagers-edited-by-sanna-tarssanen.html>
- Tarssanen, S., & Kylänen, M. (2005). A Theoretical model for producing experiences – a touristic perspective. *Articles on Experiences* 2, 134-154.
- Tussyadiah, I. P., & Pesonen, J. (2016). Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns. *Journal of Travel Research*, 55, 1022-1040. <https://doi.org/10.1177/0047287515608505>
- Ugur, N. G. & Akbiyik, A. (2020). Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A cross-regional comparison. *Tourism Management Perspectives*. Elsevier, vol 36. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744>
- Wang, Y., & Pfister, R., E. (2008). Residents' Attitudes Toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community. *Journal of Travel Research*. Vol 47, issue 1. <https://doi.org/10.1177/0047287507312402>

LISAD

Lisa 1. Intervjuu küsimused

Tere!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare kolledži kolmanda kursuse üliõpilane Lauri Lend ja uurin oma lõputöö raames Topu sadamapiirkonna võimalusi ja arengupotentsiaali uute elamusteenuste loomiseks.

Suur tänu, et olite nõus võtma selle aja, et vastata piirkonnaga seotud küsimustele. Teie vastused on üheks lähtekohaks lõputöö raames loodava elamuspaketi loomiseks.

Intervjuu küsimused Rannakalurite Selts Topu liikmele (intervjuu 1)

- A. Kõigepealt palun rääkige oma seostest ja kogemustest Topu Sadamapiirkonnaga.
 - a. Palun jagage oma kogemust ja teadmisi Topu Sadama ajaloost;
 - b. Millist kultuurilist väärtust Topu Sadam Teie arvates kannab ja võiks kanda tulevikus?
- B. Palun jagage oma arvamust Topu piirkonnast elukeskkonnana:
 - a. Millist väärtust kannab Topu piirkond elukeskkonnana?
 - b. Mida võiks Teie arvates Topu piirkonnas arendada tõstmaks selle väärtust elukeskkonnana?
- C. Topu piirkond on ajalooliselt olnud seotud kalandusega. Palun jagage oma arvamust ja kogemusi piirkonna kalandusega seoses.
 - 1. Milline on Topu Sadama tekkelugu?
 - 2. Kuidas sattusite Rannakalurite Seltsi?
 - 3. Mida tähendab kalandus Teie/Teie perekonna jaoks?
 - 4. Millist kultuuripärandit kannab Topu Sadam?
 - 5. Millist väärtust kannab Teie jaoks Topu piirkond elukeskkonnana?
 - 6. Milline võiks olla Topu Sadama roll Läänemaa külastus/reisisihtkohana?
 - 7. Milliste teenustega olete praegu avalikult turul?
 - 8. Millises suunas sooviksite arenedada?
 - 9. Kuivõrd pakub Teile huvi oma rolli suurendamine loodusturismi teenusepakkujana?
 - 10. Kuivõrd pakub Teile huvi oma rolli suurendamine haridusturismi valdkonnas?

11. Kuivõrd pakub Teile huvi oma rolli suurendamine kalaturismis?
12. Kuivõrd pakub Teile huvi oma rolli suurendamine majutusettevõttena?
13. Kes on tulevikus Topu Sadama pärandi edasikandja?

Intervjuu küsimused Topu rannapiirkonna kohaliku elaniku ja Kiviküla vanemale (intervjuu 2)

Tere!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare kolledži kolmanda kursuse üliõpilane Lauri Lend ja uurin oma lõputöö raames Topu sadamapiirkonna võimalusi ja arengupotentsiaali uute elamusteenuste loomiseks.

Suur tänu, et olite nõus võtma selle aja, et vastata piirkonnaga seotud küsimustele. Teie vastused on üheks lähtekohaks lõputöö raames loodava elamuspaketi loomiseks.

- A. Olete Topu sadamapiirkonnas asuva Kiviküla vanem. Palun rääkige kõigepealt oma seosest Topu piirkonnaga. Kust olete pärit ja kuidas sattusite Topule elama?
- a. Palun jagage oma kogemusi piirkonnas elades. Mis on pakkunud rõõmu, mis meelehärmi?
 - b. Millist kultuurilist väärtust kannab Topu piirkond elukeskkonnana?
- B. Topu Sadam ja piirkond on ajalooliselt olnud seotud kalandusega. Palun jagage oma arvamust ja kogemusi piirkonna arendamisel, võttes arvesse piirkonna muutunud vajadusi.
- a. Millist kultuurilist väärtust kannab Topu Sadamapiirkond Teie jaoks?
 - b. Mida võiks Teie arvates Topu piirkonnas arendada tõstmaks selle väärtust elukeskkonnana?
 - c. Mida võiks Teie arvates Topu sadamapiirkonnas arendada tõstmaks selle väärtust turismipiirkonnana?
- C. Olen kuulnud Teie põnevatest projektidest ja ettevõtmistest eesmärgiga edendada Topu piirkonda reisi ja haridusturismi sihtkohana. Kuivõrd on Topu piirkonna kohalik püsielanik huvitatud piirkonna populariseerimisest?
- a. Kas sooviksite näha, et piirkonnas toimuks rohkem avalikke üritusi?
 - b. Mil määral tunnete, et piirkonnas oleks vaja edendada kasutamata potentsiaali loodus- ja haridusturismis valdkonnas?

Intervjuu küsimused Topu rannapiirkonna maakodu omanikule (intervjuu 3)

Tere!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare kolledži kolmanda kursuse üliõpilane Lauri Lend ja uurin oma lõputöö raames Topu sadamapiirkonna võimalusi ja arengupotentsiaali uute elamusteenuste loomiseks.

Suur tänu, et olite nõus võtma selle aja, et vastata piirkonnaga seotud küsimustele. Teie vastused on üheks lähtekohaks lõputöö raames loodava elamuspaketi loomiseks.

A. Teie perekond omab Topu piirkonnas maakodu. Palun rääkige kõigepealt oma seosest Topuga. Kust olete pärit ja miks valis teie perekond maakodu rajamiseks Topu piirkonna?

- a. Palun jagage oma kogemusi piirkonnas puhates. Mis on pakkunud rõõmu, mis meelehärmi?
- b. Millist kultuurilist väärtust kannab Topu piirkond puhkajale?

B. Juhuslike külastajate jaoks on Topu näol tegemist pigem puutumata piirkonnaga. Siiski on Topu Sadamal ja rannapiirkonnal potentsiaali olla ka laiemale klientuurile kättesaadav, mis eeldaks aga piirkonna sihipärast arendamist. Sellest lähtuvalt uurin:

- a. Kas Teil on Eestis mõni lemmik kalasadam?
- b. Millist kultuurilist väärtust kannavad Teie jaoks Eesti väikesed kalasadamad?
- c. Mis on Teie jaoks olulised komponendid, mis muudavad sadamapiirkondade külastamise nii Eestis kui ka välismaal atraktiivseks?

C. Topu Sadam ja piirkond on ajalooliselt olnud seotud kalandusega. Palun jagage oma arvamust ja kogemusi piirkonna arendamisel, võttes arvesse piirkonna muutunud vajadusi.

- a. Millist kultuurilist väärtust kannab Topu Sadamapiirkond Teie jaoks?
- b. Mida võiks Teie arvates Topu piirkonnas arendada tõstmaks selle väärtust elu- või suvituskeskkonnana?
- c. Mida võiks Teie arvates Topu sadamapiirkonnas arendada tõstmaks selle väärtust turismipiirkonnana?

D. Kuivõrd on Topu piirkonna kohalik maakodu omanik või püsielanik huvitatud piirkonna populariseerimisest?

- a. Kas sooviksite näha, et piirkonnas toimuks rohkem avalikke üritusi?

- b. Mil määral tunnete, et piirkonnas oleks vaja edendada kasutamata potentsiaali loodus- ja haridusturismis valdkonnas?

Intervjuu küsimused Topu rannapiirkonda külasthanud läänemaalastele (intervjuu 4 ja 5)

Tere!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare kolledži kolmanda kursuse üliõpilane Lauri Lend ja uurin oma lõputöö raames Topu sadamapiirkonna võimalusi ja arengupotentsiaali uute elamusteenuste loomiseks.

Suur tänu, et olite nõus võtma selle aja, et vastata piirkonnaga seotud küsimustele. Teie vastused on üheks lähtekohaks lõputöö raames loodava elamuspaketi loomiseks.

- A. Olete pärit Haapsalust ning külasthanud Topu piirkonda suvitamise eesmärgil.
 - a. Palun jagage oma kogemusi piirkonda külastades. Mis teeb Topu piirkonna Teie jaoks atraktiivseks? Mis vajaks arendamist?
 - b. Millist kultuurilist väärtust kannab Topu piirkond puhkajale?

- B. Topu Sadam ja piirkond on ajalooliselt olnud seotud kalandusega. Palun jagage oma arvamust ja kogemusi piirkonna arendamisel, võttes arvesse piirkonna muutunud vajadusi.
 - a. Millist kultuurilist väärtust kannab Topu Sadamapiirkond Teie jaoks?
 - b. Mida võiks Teie arvates Topu piirkonnas arendada tõstmaks selle väärtust suvituskeskkonnana?
 - c. Mida võiks Teie arvates Topu sadamapiirkonnas arendada tõstmaks selle väärtust turismipiirkonnana?

- C. Kuivõrd olete Kiviküla maakodu omanikuna huvitatud piirkonna arendamisest?
 - a. Kas sooviksite näha, et piirkonnas toimuks rohkem avalikke üritusi?
 - b. Mil määral tunnete, et piirkonnas oleks vaja edendada kasutamata potentsiaali loodus- ja haridusturismis valdkonnas?

Intervjuu küsimused Topu rannapiirkonnast mitteteadvale potentsiaalsele külastajale (intervjuu 6)

Tere!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare kolledži kolmanda kursuse üliõpilane Lauri Lend ja uurin oma lõputöö raames Topu sadamapiirkonna võimalusi ja arengupotentsiaali uute elamusteenuste loomiseks.

Suur tänu, et olite nõus võtma selle aja, et vastata piirkonnaga seotud küsimustele. Teie vastused on üheks lähtekohaks lõputöö raames loodava elamuspaketi loomiseks.

A. Olete reisihimuline eestlane. Loodetavasti olete leidnud põnevaid sihtkohti ka kodumaad külastades.

- b. Palun jagage, mida peate tähtsaks, kui planeerite puhkusepäevi Eestis?
- c. Milliseid Eestimaa piirkondi eelistate?
- d. Milliseid Läänemaa rannapiirkondi olete varasemalt puhkamise eesmärgil külastanud?
- e. Kas olete midagi kuulnud Topu sadamast ja Kivikülast?

B. Topu Sadam ja piirkond on olnud ajalooliselt seotud kalandusega. Tegemist on juhuslike külastajate mõttes pigem puutumata piirkonnaga. Topu Sadamas tegutseb aktiivselt Rannakalurite Selts Topu, ujumiskoha on leidnud enda jaoks pigem kohalikud elanikud, suvekodu omanikud ja läänlased ning tuulise piirkonna tõttu ka veespordiga tegelevad inimesed. Siiski on Topu Sadamal ja rannapiirkonnal potentsiaali olla ka laiemale klientuurile kättesaadav, mis eeldaks aga piirkonna sihipärast arendamist. Sellest lähtuvalt uurin:

- d. Kas Teil on Eestis mõni lemmik kalasadam?
- e. Millist kultuurilist väärtust kannavad Teie jaoks Eesti väikesed kalasadamad?
- f. Mis on Teie jaoks olulised komponendid, mis muudavad sadamapiirkondade külastamise nii Eestis kui ka välismaal atraktiivseks?
- a. Mida peate oluliseks, et külastada piirkonda pikemalt kui üks päev?

C. Eesti väikesadamate arendamine on kogunud tänu erinevatele toetustele viimasel aastakümnel kõvasti hoogu.

- a. Kuivõrd olete huvitatud Eesti väikesadamate arendamisest?
- b. Milliseid avalikke üritusi võiks Eesti väikesadamates korraldada?

- c. Kuivõrd olete huvitatud rannikupiirkondadesse loodud loodus- ja haridusturismi programmidest?

Lisa 2. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina, Lauri Lend

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose “Topu sadamapiirkonna eeldused ja võimalused elamusteenuse arendamisel”, mille juhendaja on Jana Raadik Cottrell

1.1 reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

18.05.2023

¹ Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal vastavalt üliõpilase taotlusele lõputööle juurdepääsupiirangu kehtestamiseks, mis on allkirjastatud teaduskonna dekaani poolt, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil. Kui lõputöö on loonud kaks või enam isikut oma ühise loomingulise tegevusega ning lõputöö kaas- või ühisautor(id) ei ole andnud lõputööd kaitsvale üliõpilasele kindlaksmääratud tähtajaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. jq 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.