



TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL
INSENERITEADUSKOND
Kuessaare kolledž

Verena Vaagen

**TALVISEL HOOAJAL PAKUTAVATE ELAMUSTEENUSTE
ARENDAmise VÕIMALUSED SAAREMAAL**

Lõputöö

Õppekava „Ettevõtlus ja elamusmajandus“

Juhendaja: Eeve Kärblane, MA

Kuessaare 2024

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 7350 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Verena Vaagen

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 212632SDVR

Üliõpilase e-posti aadress: vverena23@gmail.com

Juhendaja: Eeve Kärblane, MA

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees:

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	4
SISSEJUHATUS	5
1. ELAMUSTEENUSED TALVISEL HOOAJAL	6
1.1. Elamusteenuste teoreetilised alused	6
1.2. Skandinaavia piirkonna saarte väljakutsed talvise turismi arendamisel.....	11
1.2.1. Ahvenamaa väljakutsed ja pakutavad elamusteenused talvisel hooajal	12
1.2.2. Ölandi ja Gotlandi saarte talvised väljakutsed ja pakutavad elamusteenused	14
1.2.3. Bornholmi saare talvised väljakutsed ja pakutavad elamusteenused.....	16
1.3. Maailmas kasutatavad strateegiad hooajalisusega toimetulekuks	17
1.4. Saaremaal talvisel hooajal pakutavad elamusteenused	18
2. SAAREMAA TALVISEL HOOAJAL ELAMUSTEENUSTE ARENDAMISE UURING KÜLASTAJATE JA ETTEVÕTETE SEAS	21
2.1. Uuringu metoodika ja korraldus	21
2.2. Uuringu tulemused	22
2.2.1. Saaremaa talviste elamusteenuste kasutajate analüüs.....	22
2.2.2. Saaremaa talviste elamusteenuste pakkujate analüüs	29
2.3. Järeldused ja ettepanekud	35
KOKKUVÕTE	37
SUMMARY	39
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	41
LISAD	44
Lisa 1. Ankeetküsimustik kliendile	44
Lisa 2. Ankeetküsimustik ettevõtjale.....	47
Lisa 3. Lihtlitsents	50

LÜHIKOKKUVÕTE

Käesolevas uurimistöös uuritakse Saaremaal pakutavate elamusteenuste arendamise võimalusi talvisel hooajal. Talviseks hooajaks määratakse astronoomilise talve periood (21.detsember - 20. märts). Uuringus osalevad Saaremaa elamusteenuste kasutajad (kliendid) $n=110$ ja elamusteenuste pakkujad (ettevõtjad) $n=30$. Kogutud andmeid analüüsitakse kvantitatiivsel meetodil. Uuring viiakse läbi elektrooniliselt Google Formsi platvormil. Klientidele suunatud ankeetküsitluses kasutatakse mugavusvalimit ja ettevõtetele sihipärast valimit. Uurimistöö põhitulemuste kohaselt hindavad kliendid Saaremaa elamusteenuste hetkeolukorda keskväärtusega $3,0 \pm 1,02$ standardhälve. Ettevõtjad hindavad hetkeolukorda pigem rahuldavaks keskväärtusega $2,26 \pm 0,83$ standardhälve. Kõige rohkem esineb hinnangut „3”. Küllastajate ankeetküsitlusest selgus, et kõige populaarsemateks elamusteenusteks on $n=83$ (30%) spa külastamine, restoranide külastamine $n=70$ (25%) ja Kuressaare lossi külastamine $n=38$ (14%).

Talviseid elamusteenuseid kasutanud kliendid vastasid, et kõige sagedamini esile kerkivaks emotsiooniks on rõõm $n=74$ (26%), lõdvestus $n=69$ (22%) ja uudishimu $n=45$ (15%). Peamisteks puudusteks toovad kliendid välja vähest ürituste reklaami/kajastamist $n=82$ (47%). Samuti ootuste osas vastavad kliendid, et võiks olla rohkem teenuste mitmekesisust/ rohkem üritusi ja reklaami $n=47$ (40%). Ettevõtjad peavad kõige suuremateks puudusteks turistide puudumist talvisel hooajal $n=17$ (57%). Ettevõtjate hinnangul on kõige soodustavateks tegevusteks talvisel hooajal tegeleda siseturismi soodustamisega $n=13$ (43%) ja samal seisukohal on ka klientide sihtrühm $n=70$ (26%). Uuringust järeldub, et kliendid on hetkeolukorraga rahulolevamad kui ettevõtjad. Tuleb rohkem tähelepanu pöörata ürituste turundusele ja info kättesaadavusele. Kliendid soovivad talveteemaliste pakettide ning eriürituste korraldamist. Lisaks tuuakse välja teenuste/toodete mitmekesisuse pakkumine. Kuna talvine hooaeg paneb proovile ettevõtjate hakkama saamise, siis käibenumbrite languse tõttu vajavad nad talvise hooajaga võitlemisel kõige enam toetust ürituste läbiviimise jaoks $n=13$ (43%).

Võtmesõnad: hooajalisus, saare turism, talvine hooaeg, elamusteenus

SISSEJUHATUS

Antud lõputöö keskendub talvisel hooajal pakutavate elamusteenuste arendamise võimalustele Saaremaal. Olgu öeldud, et autor käsitleb töös talvist hooaega alates talvise pööripäeva algusest kuni kevade tulekuni, milleks on kolmekuune ajavahemik (21.detsember - 20.märts). Saaremaa on teadatuntud kui üks populaarsemaid saarte turismi sihtkohti Eestis, kuid turistide arv on talvisel hooajal märgatavalt väiksem võrreldes suvise perioodiga. Sellest tulenevalt on oluline leida viise, kuidas meelitada rohkem külastajaid Saaremaale ka talvisel hooajal ning pakkuda külastajatele unustamatuid elamusi.

Bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida ja välja selgitada peamised murekohad elamusteenuste pakkumisel külastajate kui ka kohalike ettevõtjate seas talvisel hooajal Saaremaal. Uurimistöö aktuaalsuseks on asjaolu, et antud teema valdkonda on vähe uuritud Saaremaa kontekstis ning teadaolevalt puudub sarnane probleemipüstitus ja teema uurimine teistelt autoritelt. Samuti on uurimistöö teema uudne, sest varem ei ole elamusteenuste arendamise võimalusi talvisel hooajal Saaremaa kohta uuritud. Uurimistöö tulemuste saavutamiseks viiakse läbi ankeetküsitlused Saaremaad külastanud inimeste ja kohalike turismivaldkonnas tegelevate ettevõtete seas, mis käsitleb talvist hooaega.

Lähtuvalt töö teemast püstitas uurimistöö autor järgmised uurimisküsimused:

1. Millised võimalused on elamusteenuste arendamiseks talvisel hooajal Saaremaal?
2. Milliseid peamisi takistusi näevad ettevõtjad elamusteenuste pakkumisel talvisel hooajal?
3. Missugused on klientide ootused elamusteenustele talvisel hooajal?

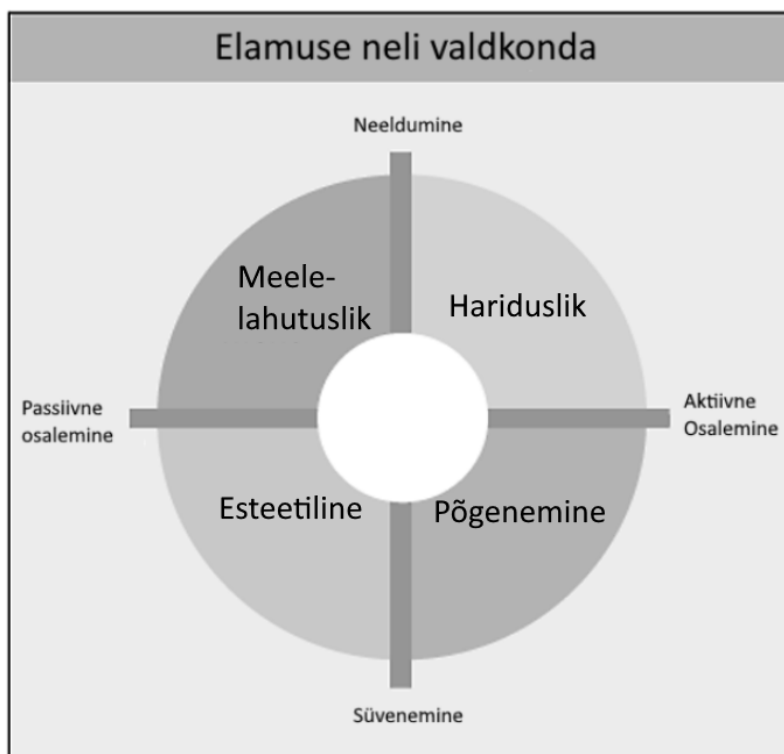
Lõputöö tulemused annavad praktilisi soovitusi Saaremaa turismiettevõtjatele, kuidas arendada ja edendada talvisel hooajal pakutavaid elamusteenuseid. Samuti võib see aidata kaasa Saaremaa turismisektori üldisele arengule ja konkurentsivõime tõstmisele talvisel hooajal.

1. ELAMUSTEENUSED TALVISEL HOOAJAL

Selles peatükis käsitletakse elamusteenuste teoreetilisi aluseid ja Skandinaavia lähipiirkonna saarte väljakutseid talvisel hooajal. Lisaks analüüsitakse praeguseid pakutavaid elamusteenuseid talvisel hooajal Saaremaal. Samuti antakse ülevaade maailmas kasutusel olevatest universaalsetest strateegiatest.

1.1. Elamusteenuste teoreetilised alused

Peamiseks ülesandeks turistidele heade elamuste loomiseks on vaja teada ja tunda, millisest elamusest klient on huvitatud ja mis võimalused nende pakkumiseks ettevõtetel on. Kasutades Pine'i ja Gilmore'i (1998) kirjeldatud elamusmajanduse mõistet saab elamused jagada nelja valdkonda. Elamuste dimensioonid ristuvad omavahel kahemõõtmeliste telgede vahel, milleks üks telg (horisontaalne) on aktiivne ja passiivne osalemine ning sellele lõikuvaks teljeks (vertikaalne) on elamusse süvenemine ja neeldumine (joonis 1).



Joonis 1. Elamuse neli valdkonda (Pine & Gilmore, 1998)

Elamusteenuste neli valdkonda on hariduslik, meelelahutuslik, esteetiline ja põgenemine. Kõigil nendel valdkondadel on oluline osa elamuse kujunemisel. Hariduslikku elamusvaldkonda iseloomustab mistahes suhtlust või elamust, milles toimub õppimise protsess. Sisuliselt on tegemist uue informatsiooni hankimisega ning teadmiste pagasi suurendamisega elamuse käigus. Näiteks käsitöötoad, kus meisterdatakse või õpitakse uusi tehnikaid, et valmistada ehteid või muid tooteid. Tegemist on aktiivse osalusega, mille käigus toimub oskuste ja teadmiste omandamine neeldumise teel. Meelelahutusliku valdkonna puhul on tegemist sellise tegevusvormiga, milles toimub publiku tähelepanu, huvi, naudingut või rõõmu köitmine, et saadud elamus tarbijateni jõuaks. Põgenemisega seotud elamustes osalemine on sama õpetlik kui hariduslikud üritused ja sama lõõgastav kui meelelahutus, kuid need pakuvad suuremat süvenemist kui ainuüksi vaatamine. Olgu nendeks teatrietendus või seiklus mägedes, siis sellist laadi tegevused nõuavad aktiivset osalemist ja süvenemist elamuse kujunemisse. Elamus, kus osalejate kaasamist vähendatakse muutub põgenemisega seotud elamus esteetiliseks. Esteetilise elamuse puhul on selles osalejad süvenenud mõnda tegevusse või seda ümbritsevasse keskkonda, kuid ise ei osale aktiivselt elamuse kaasloomisel. Näideteks võib tuua erinevaid vaatamisväärsused või muuseumis kunstinäituse külastamine. (Pine & Gilmore, 1998)

Elamuse kujunemisel on esimeseks dimensiooniks passiivne osalemine, mis tähendab, et „kliendid ei mõjuta otseselt elamuse sooritust“. Aktiivse osalemise puhul „kliendid mõjutavad isiklikult elamuse sündmust, mis annab uue kogemuse“ (Pine & Gilmore, 1998). Teine dimensioon, mis lõikub esimesega on seotud elamuse süvenemisega. Näiteks kui elamusteenus on kujunenud inimese jaoks personaalseks kogemuseks, siis tavaliselt ollakse sellesse täielikult haaratud ning tähelepanu on keskendunud teenuse kasutamisele. Heaks näiteks on virtuaalreaalsus, kus klient põgeneb argielust ning süveneb spetsiaalsete prillide kaudu täiesti teise maailma. Teine pool sellest dimensioonist on neeldumine ehk klient ei pea niivõrd keskenduma vaid elamuse kulg kaudselt hõivab inimese tunnetuslikku osa elamusest, mis pakub distantsilt elamuse olemust. Näitena võib tuua televiisori vaatamise või kontserdil käimise. Üldiselt heaks elamuseks loetakse seda kui see on olnud inimese jaoks personaalne kogemus, mis jääb pikemaks ajaks meelde. Elamusteenuste disainimisel on tähtsaks teguriks personaalsus, et tekitada kliendi ja toote/teenuse vahel emotsionaalne side. (Pine & Gilmore, 1998)

Üldiselt väidetakse, et äriedu saavutamiseks tuleb keskenduda peamiselt toote füüsilistele aspektidele nagu tootekvaliteet, hind või tarneaeg, siis nende tegurite varju võivad jääda klientide ostu või teenuse tunnetuslikud aspektid ehk emotsioonid. Hea kliendikogemuse all mõeldakse

kliendi emotsiooni, kas tuntakse end brändi tootekvaliteedi suhtes hästi või halvasti. Tarbimisturul on palju sarnaseid tooteid, müüjaid, tehnoloogiaid ja hindu, et valida mis tahes meelepärane toode ostmiseks Ferrante et al., (2018). Tihedas konkurentsisis erinevad just need ettevõtted, kes mõtlevad oma teenuste osutamisel ka elamuse pakkumisele. Elamusteenuse puhul on väga oluline ka esmamulje, mis tekitab kliendis tunde – jääda või lahkuda. Määravaks teguriks võib osutuda see, kuidas klient tunneb end ettevõtte poolt loodavas keskkonnas tunneb. Kui kliendile on pakutud meeldejäävaid elamusi, siis on väga tõenäoline, et klient soovib uuesti tagasi tulla. (Lok, 2019)

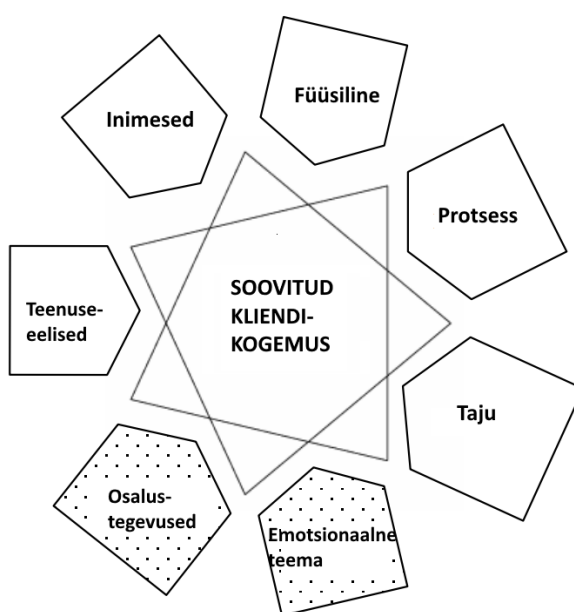
Kliendi tagasitulek ei puuduta ainult ettevõtte müügiinimeste oskusi ja teenuseid, vaid ka turundust, veebisaitide kujundust, kasutatavaid süsteeme, protsesse ja üldist personali võimekust. Suurepärane kliendikogemus tekitab klientides hea tarbimiskogemuse, milleks on kaks elementi: füüsiline ja emotsionaalne. Inimestel on emotsioonid enamasti püsivaid, kuid need võivad ajas oluliselt muutuda. Konkurentsi eelise on saavutanud need ettevõtjad, kes on klientidele loonud hea keskkonna, mis toetab ja mõjutab positiivselt klientide heaolu. Hästi korraldatud elamus jääb inimestele pikemaks ajaks meelde. (Lok, 2019)

Restoranide puhul saavad konkurendid tõsta sarnaste toitude maitset, hinda, restorani keskkonda, näiteks suurust, asukohta ja disaini. Peamiseks määravaks konkurentsi teguriks on emotsioonide faktor. Kuidas kliendid end rahulolevalt ja mugavalt tunnevad nautides lahket ettekandjate serveerimist, mis loob lühikese aja jooksul positiivse emotsiooni. Lisaks hea emotsioon jätkub ka pärast seda, kui kõik toidud on tellitud ja tarbitud (Joanne Connell et al., 2015). Seega emotsiooni faktor võib mõjutada tugevalt seda, kas kliendid valivad restorani taas külastamiseks või mitte. Kui restoran pingutab selle nimel, et klientidele lühikese aja jooksul tekitada häid emotsiooni, siis tõenäoliselt ei kaota restoran oma püsikliente. Klientide jaoks on teenindamise kogemus üheks olulisemaks teguriks, mis peab tekitama hea tunde uuesti kogemust nautima tulla. (Lok, 2019)

Teenuse kvaliteedist saab alguse kliendi rahulolu, mida võivad mõjutada ka muud tegurid nagu hind ja kvaliteet. Kõige olulisemaks kliendi rahulolu koostisosaks on teenuse tajutav kvaliteet Seligman (2018). On teada, et turismiga tegelevad ettevõtted on enamasti väike ja keskmise suurusega ettevõtted. Ühes uuringus võrreldi ettevõtete teenuste disaini ja klientide kogemuste vahelist seost. Tulemustes leitakse, et klientide kogemuste parandamiseks ja külaliste rahulolu suurendamiseks on neid vaja kaasata teenuste disainimisse. Eriti puudutab see just teenuse osutamise protsesside määratlemist ja täiustamist. Uuringust järeldus, et ettevõtjad peavad

haldama, koguma, hindama, salvestama ja taaskasutama asjakohaseid andmeid kliendikogemuste kohta. (Bergmann, 1999)

Teenuse kavandamine peab toimuma terviklikul viisil, mis on integreeritud teenusepakkuja organisatsioonikultuuri. Ettevõtete konkurentsieelist võib määrata asjaolu kuidas kasutatakse erinevaid tööriistu, mille tulemusena paraneb kliendikogemus. Uuringus jõutakse järeldusele, et turismiteenuste professionaalne juhtimine nõuab koostööd mitmete osapoolte vahel ja palju tähelepanu läheb teenuste disainimisele, et pakkuda tarbijatele meeldejäävaid kogemusi (Zehrer, 2009). Selleks, et kliendi vajadustest või ideaalidest paremini aimu saada on Lally & Fynes (2006) koostanud mudeli, mis on tuntud kui kliendikogemuse kontseptsiooni komponentide kontseptuaalset mudelit (joonis 2).



Joonis 2. Soovitud kliendikogemuse jagunemine (Lally & Fynes, 2006).

Lally ja Fynes (2006) kirjeldavad soovitud kliendikogemuse jagunemist kui protsessi, kus kliendi ootused on jaotatud erinevateks kategooriateks, mis kajastavad nende eelistusi ja vajadusi. Antud lähenemisviis soovitud kliendikogemusele võimaldab ettevõtetel sügavamalt mõista, millised on nende sihtgrupi peamised ootused ja prioriteedid ning kuidas saavutada nende ootustega parim

võimalik kooskõla. Soovitud kliendikogemuse jagunemine võib hõlmata mitmeid erinevaid dimensioone:

Teenuse eelised – Pakutavad teenuse eelised ja lisaväärtused võivad mängida olulist rolli kliendi rahulolus ja lojaalsuses. Kvaliteetsed teenusepakkumised, personaalsed lahendused meelitavad kliente teenuse tarbimise juurde, aidates ettevõttel eristuda turul pakutavatest konkurentidest. (Lally & Fynes, 2006)

Inimesed – Teenuse osutajad mõjutavad oluliselt kliendikogemust. Sõbralik, abivalmis ning professionaalne teeninduspersonal muudab kliendi tajumist teenusesse kindlamaks ja suurendab usalduse tekkimist ettevõtte vastu. (Lally & Fynes, 2006)

Füüsiline – Füüsiline keskkond mängib olulist rolli kliendikogemuse loomisel, pakkudes esmast visuaalset ja füüsilist muljet. Õdus ja atraktiivne keskkond loob positiivse emotsionaalse sideme kliendiga ja suurendab rahulolu tunnet. (Lally & Fynes, 2006)

Protsess – Teenuseprotsesside sujuvus ja efektiivsus on olulised kliendikogemuse kujundamisel. Lihtsad, selged ja hästi korraldatud protsessid aitavad tagada positiivse kliendikogemuse ning vähendada võimalikke konflikte teenuse tarbimise ajal. (Lally & Fynes, 2006)

Taju – Kliendi taju teenusest on oluline faktor elamuse kujundamisel. Kliendi tajutud teenuse kvaliteet, väärtus ja kasulikkus mõjutavad otseselt rahulolu ja lojaalsust. Ettevõtte poolt loodud positiivne taju võib viia parema kliendikogemuseni ning soodustada klientide tagasisidet ja korduvat teenuse kasutamist. (Lally & Fynes, 2006)

Emotsionaalne teema – Emotsioonidel on oluline roll kliendikogemuse kujundamisel. Positiivsed emotsioonid nagu rõõm, mugavus ja usaldus, võivad tugevdada kliendi seotust ettevõttega ning suurendada nende valmidust teenust kasutada ja teistele soovitada. Emotsionaalse sideme loomine klientidega aitab luua püsivaid ja tugevaid suhteid ettevõtte ja osutavate teenuste vahel. (Lally & Fynes, 2006)

Osalemistegevused – Kliendi osalus tegevustes võib suurendada nende kaasatust ja seotust teenusega. Interaktiivset laadi tegevused võimaldavad kliendil olla osa teenuse loomisest või kohandamisest vastavalt nende vajadustele. (Lally & Fynes, 2006)

Elamusteenuste pakkumisel on oluline roll emotsioonidel ja osalemistegevustel. Ettevõtjate jaoks on kõige olulisem teada saada, millistele kliendigrupidele elamusi pakkuda. Abiks on klientide segmenteerimine erinevate tunnuste alusel. Tõhus kliendi segmenteerimine põhineb ulatuslikel kvantitatiivsetel uuringutel, mis keskenduvad suurele hulgale inimestele. Klientide segmenteerimiseks on kasutusel mitu erinevat viisi, millest peamised neli on esitatud tabelis 1.

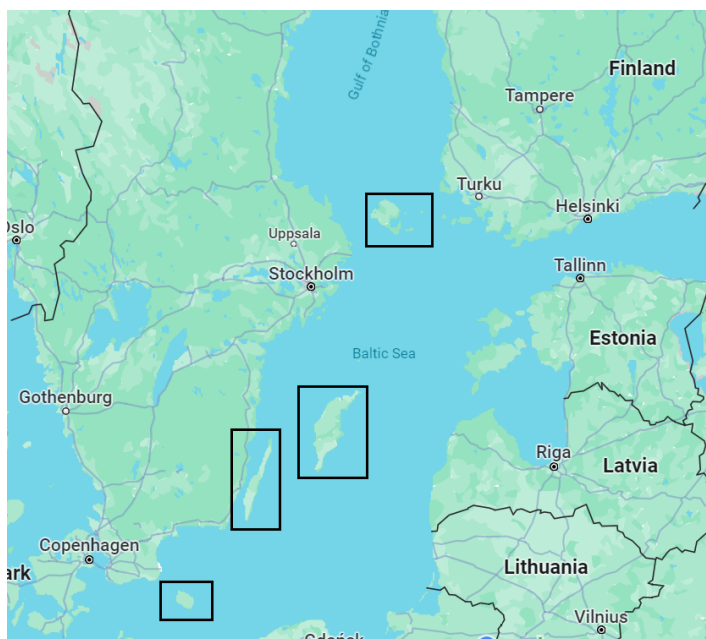
Tabel 1. Kliendisegmentide jaotamine (Sherwood, 2023)

Kliendisegment	Kirjeldus
Demograafiline	Klientide jagamine vanuse, soo, sissetuleku, hariduse ja muude tegurite alusel
Geograafiline	Klientide jaotamine asukoha alusel, nt riik, piirkond või linn
Psühhograafiline	Klientide jagamine elustiili, huvide, väärtuste ja isiksuseomaduste alusel
Käitumuslik	Klientide käitumise ja tegevuste alusel, nagu reisimise sagedus, kulutamisharjumused ja reisimotivatsioon

Kliendisegmente kasutades töötatakse välja suunatud turundusstrateegiaid, et parandada klientide rahulolu, suurendada lojaalsust ja omakorda tulusid. Reisi- ja turismitööstuse kõige populaarseimad elamusteenuste nautlejad on põgenejad, õppijad, planeerijad ja unistajad. (Sherwood, 2023)

1.2. Skandinaavia piirkonna saarte väljakutsed talvise turismi arendamisel

Uurimistöo autor on kirjanduse ülevaates esitanud Läänemeres paiknevate saarte väljakutseid, mis käsitlevad elamusteenuste pakkumist talvisel hooajal. Paremaks ülevaateks tegi töö autor kuvatömmise uurimispiirkonna saartest (joonis 3).



Joonis 3. Autori kuvatõmmis (Allikas: Google Maps 2024)

Mitmed saared, mis asuvad Läänemeres joonisel 3 on markeeritud mustade kastikestega. Ülevalt poolt alla liikudes on tegemist Ahvenamaaga (Soome), seejärel Gotlandi ja Ölandiga (Rootsi) ning Bornholmi saarega (Taani). Eelnevalt nimetatud neli saart asuvad võrdlemisi lähedal Saaremaale, siis töö autor uuris talvise hooaja mõjusid ja tegureid saarte turismisihukohtadele.

1.2.1. Ahvenamaa väljakutsed ja pakutavad elamusteenused talvisel hooajal

Turismihooaeg Ahvenamaa näitel koosneb suhteliselt lühikesest suvest, vaiksemast sügisest ja peaaegu täiesti vaiksest talvest. Varasemad uuringud on näidanud, et paljudes saare sihtkohtades on raskusi hooajalisusega toimetulekul. Ahvenamaal asuvad ärid on kõik kohalikku päritolu ja need on enamasti väike ettevõtted või pereärid. 2022 aasta seisuga oli Ahvenamaal registreeritud 601 ettevõtet, millest 83% oli kuni neli töötajat. Ahvenamaale reisitakse enamasti praamide, isiklike paatide või kruisilaevadega. (Skogster, 2023)

Reisides kasutatakse vähe õhustransporti. Ahvenamaa lennujaam Mariehamn tervitab igapäevaseid reisijaid Soomest ja Rootsist. Ahvenamaa valitsus on teinud mitmeid katseid turismi madalhooajal suurendada, peamiselt julgustades ürituste korraldamist. Ettevõtted ja organisatsioonid, kes soovivad teha üritusi saavad taotleda rahalist toetust. Ürituste toetamise meede loodi selleks, et edendada uute ürituste kavandamist, mis mõjutab positiivselt turismimajandust ja aitab kaasa ööbimiste ja külastajate arvu suurenemisele. Korduvate sündmuste puhul on võimalik rahastada maksimaalselt kolmeks aastaks, mis on korraldatud väljaspool hooaega. Ahvenamaal on

populaarsed festivalid (Skördefesten Åland, Åland Grönskar, Åland Glimrar). Skördefesten Ålandi puhul on tegu suvise lõikushooaja lõpetamisega, kus saab nautida Ahvenamaa maastikku, tutvuda eluga maal, osta kaupu otse tootjatelt ning süüa head toitu kohalikust valminud toorainest. Åland Grönskari nimeline üritus on mõeldud kevade saabumist tervitama. Üritus toimub tavalisel mai kuu lõpus ning mille eesmärk on näidata ja tutvustada külastajatele Ahvenamaa maaelu. Külastajatele pakutakse talukohvikutes kohalikke toite ja suupisteid. Åland Glimrar on jõuluteemaline üritus, mis on väga populaarne. Jõuluturgu külastades on võimalus leida huvitavaid kingiideid kohalikelt tootjatelt, mida saab lähedastele jõuludeks kinkida. Külastajatele pakutakse ehedat Ahvenamaist hõõgveini, milles on kasutatud kohalikke tooraineid. Võitlemaks talvise hooaja väljakutsetega on tehtud püüdlusi uue kliendigrupini jõudmiseks ehk ärireisijateni proovides turundada Ahvenamaad kui konverentsiturismi. Tegumist on kliendigrupiga, kes ei ole otseselt seotud ilmastiku, kellaaja või aastaajaga vaid suudab ja soovib madalhooajal reisida. (Skogster, 2023)

Talvisteks tegevusteks pakutakse Ahvenamaal ilusat loodusmaastiku vaateid ja sellega seonduvaid matkasid. Ahvenamaal on rohkem kui 30 matkarada. Ahvenamaal toimub iga aastane traditsiooniline jõuluturg koos jõulukontsertidega, lisaks pakuvad kohalikud restoranid jõuluteemalisi suupisteid ja roogasid. Ahvenamaa ja selle saarestik on ümbritsetud mere ja lahtedega, siis kalastusretked koos giidiga on turvaline viis nautida teistsugust kalastuskogemust. Pakutakse talvist kalapüüki koos giidi, varustuse ja piknikukorviga. Talvisel ajal on populaarne kalastusviis just jääpüük. Esmalt puuritakse auk jäässe ning seatakse üles vastavad vahendid kalapüüdmiseks, seejärel oodatakse kuni kelluke heliseb, mis annab märku sellest, et kala on sööda võtnud. Talvisel ajal on mõeldud ka ekstreemsematele harrastajatele ja neile pakutakse jääujumise võimalust Lilla Holmeni rannas või ujumiskeskuses Mariebadis. (Visit Åland, 2024)

Talvisel ajal kui meri külmub muutub saarestiku maastik kokku üheks tervikuks. Pikamaa uisumatkasid korraldatakse kogunud giididega ning õigete juhiste ja turvavarustuse olemasolul saab jääll turvaliselt ringi liikuda. Ahvenamaa pealinnas Mariehamnis on olemas ka uisutamiskeskus nimega „Islandia”. Samuti on olemas Ahvenamaa lääne osas Eckerös jääkeegli harrastamise võimalus, kus asub vastav treeningkeskus. (Visit Åland, 2024)

Ahvenamaa suusa- ja laskesuusakeskusest saab otse minna murdmaa suusaradadele. Kohapeal pakutakse võimalust suuski laenutada. Juhul kui talvised olud peaksid olema lumevaesed, siis toodetakse kohapeal kunstlund juurde. Ahvenamaa suvised golfiväljakud muutuvad talvisel ajal kauniteks maastikeks, kus laiuvad suusarajad ja on võimalus järsematest nõlvadest alla sõita

slaalomit või lumelauda. Mariehamnis on olemas ka kelgutamise rada lastele nimega Gnisten. (Visit Åland, 2024)

Ahvenamaal saab talvisel ajal siseruumides nautida kino külastust. Bowlingut saab mängida Idrottsgårdeni renoveeritud keeglisaalis, kus on olemas kaheksa rada. Sportlikele inimestele on olemas jõusaali kasutamise võimalus ning soovi korral saab proovida ka CrossFiti treeninguid. Talvisel hooajal on võimalus külastada erinevaid Ahvenamaa muuseume näiteks Ahvenamaa meremuuseum, Ahvenamaa kultuuriloo muuseum ja Ahvenamaa kunstimuuseum. Kehahoolitsetjatele pakutakse spaa-mõnuseid ja massaaži Mariebadi Spaa ja Veekeskuses. Mariebadi spaa asub otse mereääres ja on väikse jalutuskäigu kaugusel kesklinnast. (Visit Åland, 2024)

1.2.2. Ölandi ja Gotlandi saarte talvised väljakutsed ja pakutavad elamusteenused

Ölandi ja Gotlandi saarte puhul tehti uuring, et mõista paremini turundusstrateegiaid ja konkurentsivõimet teiste sihtkohtade suhtes. Selle jaoks võeti arvesse nii kohalike elanike ja ettevõtete vaatenurka mõistmaks, kuidas sihtkoha võõrustajad kohalikku turismi tajuvad. Sihtkohtade turismi arendamisel on oluliseks teguriks see kuidas kohalikud suhtuvad turismiarendamisse. Uuringust selgus, et kohalikud elanikud toetasid turismi arendamist positiivselt ning seda sama täheldati ka turistidega suhtlemisel. Turistide ja kohalike inimeste mõistev suhtumine loob häid võimalusi sihtkoha turismi arendamiseks aastaringelt. Gotland ja Öland pakuvad kultuuriturismi, ökoturismi ja hooajalist turismi. Hooajalisus loob saartele võimaluse näidata, mida neil teatud perioodidel pakkuda on. Äritegevuse käigus on hooajalisuse peamiseks tulemuseks majanduslik mõju ja sõltuvus kõrg- ja madal hooajast. Üks oluline ühisjoon kõigi kaheksa intervjuueeritud ettevõtte seas oli tõsiasi, et nad kõik töötavad selle nimel, et kõrghooaeg kestaks kauem. (Benmakhlof & Fajardo, 2023)

Ölandi saare maastik on ainulaadne paljude loodusparkide, vanade kalurikülade, vanaaegsete losside, kindluste ja tuuleveskite poolest. Osa saarest on oma suurepärase maalilise väärtuse tõttu isegi UNESCO maailmapärandi nimekirjas. Öland on piklik ja kitsakujuline saar. Umbes 140 km pikisuunas ja 10-15 km laiust. Kuue kilomeetri pikkuse Ölandsbroni sild ühendab Ölandi mandri Rootsiga. (Visit Öland, 2024)

Talvisel hooajal pakutakse Ölandi saarel sajandite vanust arhitektuuri ja ajalugu, millel on 1800. aastate lõpust ja 1900. aastate algusest pärit unikaalne pärand. Mere ja avalike väljakute vahelised hooned koosnevad ajastuaegsetest puitmajadest, mida ümbritsevad kaunid aiad. Matkajatele

pakutakse võimalust teha matkareise Risinge või Sandbergeni poole. Grillimisalad on saadaval väga mitmetes kohtades üle saare ja on korduvalt kasutatavad aastaringselt. Grillimispaikades saab nautida talvisel ajal pikniku ja valmistada toitu elaval tulel või soojendada kaasavõetud toitu. (Visit Öland, 2024)

Kuulsamateks vaatamisväärsusteks on Borgholmi loss ning seda ümbritsev mets. Samuti saare keskosas asuv Gråborgis on Ölandi omaegse linnuse varemed, mis oli ühtlasi üks Rootsi suurimaid omataolisi rajatisi. Linnus ehitati rauaajal ja seda kasutati kaitserajatisena kuni 1677. aastani sõjas taanlaste vastu. Saarel on mitmetes asutatud piirkondades aastaringselt võimalik nautida restorani elamusi nautides kohalikku toitu ja kultuuri. Saarel asub kohalik muuseum, mis annab hea ülevaate saare ajaloost läbi sajandite. Saare põhjaosas Rällaskogenis asuvad kaunid männimetsa rajad. See on populaarne koht matka-, ratta- ja jooksuradadega. Talvisel ajal leidub saarel kohtasid, mille nõlvadest on võimalik alla kelgutada. Kuna saarel on esindatud erinevad piirkond, mis on üsna kivised ja raskesti läbitavad, siis kõige parem on neid avastada peamiselt matkates. Saare läänepoolseima lossi ääres kõrgub ligi 25 meetrine kõrguste erinevus, kust saab nautida ilusat vaadet merele ja rannale. Ölandi vanaaegsetest lossidest lõunapoolseim koht on Eketorpi loss, mida saab uudistada kui väljakaevatud lossi, mille müürid on taastatud otse muinaspaigas. (Visit Öland, 2024)

Gotlandi saarel pakutavad talvised elamused on põhiliselt jõuludega seonduv temaatika. Näiteks iga aastane jõuluturg, kus kohast saab kaasa osta ja maitsta erinevaid jõuluteemalisi hõrgutisi ning kohaliku käsitöö tooteid, mida võib ka jõuludeks kinkida. Üks suuremaid linnasid Gotlandil on Visby, kus toimuvad enamus traditsioonilisi jõuluteemalisi üritusi nagu jõulukontserdid keskaegsetes kirikutes. Pakutakse vanaaegse rongiga lõbusõitu, mis toimub Dalhelmi jaama ja Roma Kungsgårdi jõuluturu vahel. (Visit Gotland, 2024)

Visbys on talvise tegevusena on võimalik mängida padelit, mis on sarnane tennisele kuid täiesti erinev spordiala ja seda saab harratada spetsiaalselt ehitatud hoones. Samuti on olemas sisejalgpalli, korvpalli või võrkpalli mängimise võimalused spordihoonetes. Saarel asub ka täiesti eraldiseisev mootorspordi harrastamise komplekskeskus. Spetsiaalset kardirada talvisel ajal ei saa kasutada, kuid krossirada saab aastaringselt kasutada. Gotlandil on võimalik kasutada väga mitmeid matkaradu, mis ühendavad saare erinevaid osad omavahel üheks tervikuks. (Visit Sweden, 2024)

1.2.3. Bornholmi saare talvised väljakutsed ja pakutavad elamusteenused

Paljudes saarte sihtkohtade on ilm talvisel ajal ettearvamatu, sest läheb vara pimedaks ja on piiratud arv parvlaevade väljumisi. Talvised tormid võivad muuta reisimise teatud juhtudel väga ebameeldivaks või suisa ohtlikuks. Artiklis käsitletakse, et ka Bornholmi taolise sihtkoha avamiseks väljaspool hooaega nõuab märkimisväärseid jõupingutusi ja koostööd kõigi peamiste osapoolte vahel. (Lundtorp et al., 1999)

Bornholmi saar ise meelitab talvisel hooajal rannakalapüügi huvilisi, pakkudes talviseid tingimusi kalapüügiks ja mugavaid puhkemajakesi lõõgastumiseks. Üle saja aasta tuntud reisi sihtkoht Bornholm meelitab igal aastal enda juurde ligi 600 000 turisti. Esimesteks saare avastajateks olid taanlased, millele järgnesid turistid Saksamaalt ja teistest naaberriikidest. Tänapäevaks on saarel arenenud turismiinfrastruktuur, sest saadaval on mitmes valikus hotellid, külalistemajad, eramajutused, puhkemajad ja käämpingud, mis pakuvad kokku üle 29 000 majutuskoha. (Visit Bornholm, 2024)

Talviste vaatamisväärsuste poolest on talv Bornholmil tõeline paradiis looduse sõpradele. Kaunit vaatepilti pakuvad uhked kaljud ning jäätunud järved, mis on lumisel talvel kaunilt kaetud. Seega talvine matk Bornholmis on kindlasti meelde jääv elamus. Lisaks kaunis Døndaleni juga, mis pakub lumtavat vaadet talvisel ajal looduse sõpradele. Bornholm on oma asukoha ja vähese saare valgustatuse tõttu ka ideaalne koht tähevaatlusteks. Talvisel ajal on näha rohkem selgemat taevast, mis tähtede vaatlemise teha. (Visit Bornholm, 2024)

Talvisel ajal pakutakse kultuurielamustest jõuluteemalist festivali nimega „Vinterjazz” ja jõuluturgu, kus pakutakse kohalikku kunstiloomet ja käsitöö tubasid, mis annavad aimu kohalikust kultuurist ja traditsioonidest. Populaarset Hammershusi lossivaremeid saab samuti distantsilt vaadelda ja mõtiskleda ajaloo sündmuste üle ning kohalik Bornholmi muuseum pakub ülevaadet kohalikust ajaloost ja kultuurist. Talvised näitused keskenduvad sageli saare traditsioonidele, käsitööajaloole ja Bornholmi rollile tervikuna Baltikumis. Küllastajad saavad näha viikingiajast pärit esemeid, tutvuda kohalike legendidega ja näha, kuidas saare elanike igapäevaelu on sajandite jooksul muutunud. (Visit Bornholm, 2024)

Aktiivse puhkuse nautijatele pakub Bornholm laia valikut talispordialasid ja tegevusi. Näiteks kaljuronimist, matkamist lumega kaetud radadel või harrastada mägilgrattasõitu maastikuradadel. Siseruumide tegevustest talvisel hooajal saab end proovile panna kardisõidus, mis asub spetsiaalselt ehitatud sisehallis. Lisaks on ehitatud siseruumi minigolffi areen. (Visit Bornholm, 2024)

1.3. Maailmas kasutatavad strateegiad hooajalisusega toimetulekuks

Laiemas tähenduses on hooajalisusega seotud probleemid turismis globaalsete mõõtmega. Maailma praktikas on aastakümneid kasutatud mitmeid erinevaid strateegiaid hooajalisusega võitlemiseks ja selle ületamiseks. Täpsem loetelu strateegiatest on esitatud tabelis 2. Kogu maailmas peetakse hooajalisusega seotud mõjusid ja nende põhjuseid mitmekesisteks ja keerukateks, sest hooajalisuse mõju varieerub sõltuvalt sihtkohast Zvaigzne et al., (2022). Kõige suuremaks mõjuks majanduslikust aspektist on turisminõudluse langus, mis mõjutab otseselt tulu teenimist ja lisaks nõudluse ja pakkumise oma vahelist tasakaalu. Mitmed uuringud on näidanud, et turismiga seotud ettevõtted muudavad enda tööjõudu vastavalt hooajalistele muutuste muustrile. Hooaja alguses värbatakse tööjõudu lisaks, et suurenenud külastajate hulkasid ära teenindada ning vastupidisel kõrghooajast lõppedes koondatakse töötajaid proportsionaalselt nõudluse vähenemisega. Sotsiaalsest vaatenurgast on talvine hooaeg väga vaikne ning tavaliselt tegeletakse mõne muu valdkonnaga, et tekitada lississetuleku allikaid hooajalisuse ületamiseks ja toimetulekuks. (Yabanci, 2023)

Tabel 2. Hooajalisuse jaoks suunatud universiaalsed strateegiad (Yabanci, 2023)

Vähendage nõudlust kõrghooajal/ Suurendage pakkumist madalhooajal
Suurendage nõudlust väljaspool kõrghooaega
Vähendage pakkumist või jaotage ümber /restruktureerimine
Nõudluse ümberjagamine
Põhihooaja pikendamine
Lisa hooegade kehtestamine
Tootevaliku mitmekesistamine Mitmekesised atraksioonid (nt konverentsid, festivalid ja muud lühiajalised sündmused väljaspool hooaega)
Turgude mitmekesistamine, turu segmenteerimine
Turunduskampaaniate ja suunatud reklaami rakendamine

Diferentseeritud hinnakujunduse kasutamine
Avaliku sektori stiimulid (nt turundustoetus, tööjõud ja/ või ajalised toetused/ maksusoodustused)
Pöörata tähelepanu turismiliikidele: kultuuri-, äri-, kongressi-, usu-, spordi-, talve-, linna-, seltskond
Erihuviturismi arendamine ja soodustamine
Siseturismi soodustamine väljaspool hooaega
Kooli ja tööstusega seotud vaheaegade jaotamine pikema perioodi peale
Kahe asukoha vaheline puhkus (näiteks kahe linna)

Käesoleva uurimistöö autor on tabelis 2 välja toonud maailmas hooajalisuse vastu suunatud universiaalseid strateegiaid. Tabelis 2 loetletud strateegiatest on autor kasutanud uurimistöö küsimustiku koostamisel ettevõtjatele. Need strateegiad, mida autor oma uurimistöö küsimustikus ei kajastanud väärivad sellegipoolest tähelepanu ning võivad pakkuda huvi teema laiemaks aruteluks.

1.4. Saaremaal talvisel hooajal pakutavad elamusteenused

Saaremaal talvisel hooajal pakutavad elamusteenused võivad hõlmata mitmesuguseid tegevusi ja kogemusi, mis võimaldavad nautida saare looduse ilu, kultuuripärandit ja lõõgastavat õhkkonda. Oluline on märkida, et talvine periood pakub külastajatele võimalust avastada Saaremaa ilu uues valguses ning nautida rahulikumat ja vaiksemat aega, mis loob uusi unikaalseid ja meeldejäävaid kogemusi.

Visit Saaremaa lehel on ülesloetletud üheksa talvist tegevust, mida on võimalik külastada individuaalselt, sõpradega või koos perega. Töö autor on esitanud tabelis 3 pakutavad talvised elamusteenused. Tabelist saab ülevaate elamuse valdkonna ja dimensioonide kohta, mida talvisel hooajal pakutavates teenustes esile tuuakse.

Tabel 3. Talvised tegevused Saaremaal (Visit Saaremaa, 2024)

Talviste tegevuste nimetused	Elamuse valdkond	Elamuse dimensioon
Pidula talvepark	meelelahutuslik, eskapistlik, hariduslik	süvenemine, aktiivne osalus
Saanisõit (ratsatalud)	meelelahutuslik, eskapistlik	süvenemine, aktiivne osalus
Angla tuulikumägi	meelelahutuslik, hariduslik	süvenemine, aktiivne osalus
Kuressaare loss*	meelelahutuslik, eskapistlik, hariduslik, esteetiline	süvenemine, aktiivne osalus
Kuressaare teater*	meelelahutuslik, eskapistlik, hariduslik, esteetiline	neeldumine, passiivne osalus
WOW Elamuskeskus*	meelelahutuslik, hariduslik, eskapistlik, esteetiline	süvenemine, aktiivne osalus
Thule Koda*	meelelahutuslik, hariduslik, eskapistlik, esteetiline	süvenemine, aktiivne osalus
Spaa- ja restorani külastused	meelelahutuslik, esteetiline	neeldumine, passiivne osalus
Talvine loodusmatk*	meelelahutuslik, hariduslik, esteetiline, eskapistlik	süvenemine, aktiivne osalus

Tabelis 3 on esitatud talvised tegevused Saaremaal, mis pakuvad mitmekülgset valikut elamusi ja meelelahutust külastajatele. Aktiivsed talvised tegevused nagu saanisõit, talvised matkad kuni kultuuriliste ja esteetiliste elamusteni nagu Kuressaare lossi ja teatri külastamine. Lisaks on võimalik leida mitmeid erinevaid võimalusi lõõgastumiseks ja naudinguks. Enamik pakutavatest tegevustest on määratletud kui meelelahutuslikud ja eskapistlikud, mis viitab nende eesmärgile pakkuda lõõgastust ja põnevust külastajatele.

Samuti on oluline märkida, et mitmed tegevused on kavandatud ka haridusliku aspektiga, pakkudes küllastajatele võimalust õppida ja avastada uusi teadmisi talviste tegevuste kaudu.

Elamuste dimensioonide analüüs näitab, et küllastajad saavad osaleda tegevustes, mis pakuvad süvenemist ja aktiivset osalust, samuti ka neeldumist ja passiivset osalust. See mitmekesisus võimaldab küllastajatel valida tegevusi vastavalt oma eelistustele ja soovidele ning kogeda mitmekülgseid elamusi talvistel päevadel Saaremaal. Tabelis esitatud talvised tegevused loovad küllastajatele võimaluse nautida Saaremaa ilu ja pakkuda unustamatuid kogemusi nii kohalikele kui ka turistidele.

Üheksast välja toodud elamusest viiel on olemas kõik elamuse valdkonna tunnused, mis on märgitud tabelis tärniga (*). Kõige paremateks elamusteenusteks loetakse just neid, mis sisalduvad kõiki elamusvaldkondi, mis moodustavad kokku täiusliku elamuse. (Pine & Gilmore, 1998)

2. SAAREMAA TALVISEL HOOAJAL ELAMUSTEENUSTE ARENDAMISE UURING KÜLASTAJATE JA ETTEVÕTETE SEAS

Järgnevas peatükis esitatakse ülevaade empiirilise uuringu metoodikast, korraldusest ja ankeetküsitluste tulemustest külastajate ja turismivaldkonnaga tegelevate ettevõtete seas.

2.1. Uuringu metoodika ja korraldus

Uurimistööd käsitlev küsitlusuuring viidi läbi (06.04.2024 – 20.04.2024) eesmärgiga välja selgitada talvisel hooajal pakutavate elamusteenuste arendamise võimalusi Saaremaal. Uuringust saadud andmeid analüüsiti kvantitatiivsel meetodil. Andmeid koguti ankeetküsitluse käigus kahtelt sihtrühmalt, kelleks olid Saaremaal pakutavate elamusteenuste kasutajad (külastajad) ning teenusepakkujad (ettevõtjad). Uurimistöö autor analüüsis ankeetküsitluse tagasiside põhjal külastajate ja ettevõtete vastuseid, millest koostatati uurimistöö tulemused.

Esmalt püstitati uurimistöö eesmärgi saavutamiseks järgmised uurimisülesanded:

1. Tutvuda teemakohase kirjandusega teiste piirkondade kohta talvisel hooajal
2. Koostada kirjanduse ülevaatest teemakohased uurimistöö küsitlused, mis lähtuvad Saaremaast
3. Ankeetküsitlusest kogutud andmete töötlemine
4. Uurimistöö tulemuste esitamine, järelduste ja ettepanekute kui ka kokkuvõtte tegemine

Ankeetküsitlused viidi läbi elektrooniliselt Google Forms platvormil. Läbiviidud uuringu vastuste andmed töödeldi ja analüüsiti andmetöötlusprogrammis Microsoft Excel ja tulemuste osa Microsoft Word tekstitöötlusprogrammis. Klientidele suunatud ankeetküsitluse linki jagati mugavusvalimi alusel. Selleks kasutati *Facebook*'i platvormi, kus autor jagas küsitlust enda sotsiaalmeedia kontol. Küsimustik oli ülesehitatud elamusteenuste kasutamisega seotud küsimustele. Kliendid hindasid oma kogemusi talvisel hooajal elamusteenuseid kasutades. Küsimused olid koostatud suunavalt, et koguda võimalikult palju teavet klientide kogemuste ja ootuste kohta talvisel hooajal.

Elamusteenuste pakkujatele (ettevõtjatele) suunatud ankeeti jagati sihipärase valimi alusel Eesti Turismi- ja Reisifirmade liidu sisemises meililistis Saaremaaga seotud ettevõtjatele. Samuti

jagati ankeeti ka Visit Saaremaa töökollektiiviga, kes omakorda edastas info koostööpartneritele, kelleks olid Saaremaa ettevõtjad. Ettevõtjatele suunatud küsimused olid koostatud mitmest erinevast lähtekohast, mis käsitlesid elamusteenuste pakkumist talvisel hooajal. Mõlemad ankeetküsimustikud on esitatud töö lisades 1 ja 2.

2.2. Uuringu tulemused

Käesolevas peatükis esitatakse uurimistöö põhitulemused elamusteenuste kasutajate ja ettevõtjate kohta, mis põhinevad töödeldud ankeetküsitluse andmetest.

2.2.1. Saaremaa talviste elamusteenuste kasutajate analüüs

Kokku vastas kliendi ankeetküsitlusele n=110 inimest. Vastajate profiili moodustasid 66% naised ja 34% mehed. Küsitlenute vanus jäi vahemikku 21-62 eluaastat. Autor analüüsis elamusteenuste kasutamise kohta uurivaid küsimusi, mis on esitatud töö lisas 1.

Tabel 4. Klientide hinnang elamusteenuste pakkumise olukorrale talvisel hooajal Saaremaal

Klientide hinnang	Vastanute arv	Osakaal, %
1 - Halb	9	8%
2 - Rahuldav	20	18%
3 - Keskmine	53	48%
4 - Hea	18	16%
5 - Suurepärase	10	9%
Kokku	110	100%
<i>Keskväärtus</i>	3,00	
<i>Standardhälve</i>	1,02	
<i>Mood</i>	3,00	
<i>Mediaan</i>	3,00	

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 4 esitatud klientide hinnangud näitavad, et enamik vastanutest hindasid teenuseid keskmisest kõrgemalt. Keskmine hinnang on 3,00 ja standardhälve 1,02, mis näitab, et antud hinnangud olid üsna ühtlased. Kõige sagedamini esinenud hinnang oli 3,00, mis viitab sellele, et teenus oli üldiselt rahuldav. Protsentuaalne jaotus näitab, et enamik klientidest hindas teenust keskmisest kõrgemalt, kuid siiski oli ka neid, kes pidasid seda halvaks või keskmiseks. Analüüsi põhjal võib öelda, et teenuse kvaliteet oli üldiselt keskmine, kuid on ka ruumi parendusteks, et pakkuda klientidele veelgi suurepärasemat elamust.

Tabel 5. Elamusteenuste kasutamine klientide seas talvisel hoojal Saaremaal

Elamusteenused Saaremaal	Vastanute arv	Osakaal, %
Spaa külastus	83	30%
Restorani külastus	70	25%
Kuressaare loss	38	14%
Kuressaare teater	19	7%
Talvine loodusmatk	17	6%
Thule Koda	16	6%
WOW elamuskeskus	11	4%
Ei ole külastanud mitte ühtegi	10	4%
Angla Tuulikumägi	7	3%
Pidula Wakepark	2	1%
Kino	2	1%
Jahiretk	1	0,4%
Titeranna taliujumine	1	0,4%
Kokku	277	100%

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 5 selgub, et Saaremaal kasutatavate talviste elamusteenustele vastas kõige enim 83 inimest spaa külastus, osakaaluga 30%. Järgnevad restoranikülastus 70 vastanuga osakaaluga 25% ja Kuressaare loss 38 vastusega, mille osakaal on 14%. Ülejäänud vastuste osakaalud jäid alla 10%. Tabelis 5 esitatud kolme kõige populaarsemate vastuste osakaal kokku oli summana 69%, mis näitab selgelt, et spaad, restoranid ning Kuressaare loss on kõige tuntumad talvised elamusteenused, mida kasutajad on kogunud.

Tabel 6. Klientide poolt hinnatud emotsioonid elamusteenuste kasutamisel

Emotsioonid	Vastanute arv	Osakaal, %
Rõõm	74	24%
Lõdvestus	69	22%
Uudishimu	45	15%
Põnevus	40	13%
Elevus	38	12%
Usaldus	10	3%
Imestus	10	3%
Pettumus	8	3%
Liigitamata emotsioon	6	2%
Ärevus	4	1%
Kahetsus	4	1%
Agressiivsus	0	0%
Kokku	308	100%

Allikas: Autori arvutused

Klientide kogetud emotsioonid tabelis 6 elamusteenuste kasutamisel talvise hooaja kohta sai kõige rohkem märgitud vastuseks „rõõm”, millele vastas 74 küsitletutest osakaaluga 24%. Lisaks kogeti elamusteenuseid kasutades järgmisi emotsioone nagu „lõdvestus” (22%), „uudishimu”(15%), „põnevus”(13%) ja „elevus” (12%), mis moodustasid kokku 86% kogu vastanute arvust. Järelduseks võib öelda, et inimestele on Saaremaal talvisel hooajal pakutavad elamusteenused jätnud positiivse elamuse.

Tabel 7. Klientide vastuste tagasiside elamusteenuste pakkumisel puuduste näol

Puudused elamusteenuste pakkumisel	Vastanute arv	Osakaal, %
Vähene ürituste reklaam/kajastamine	82	47%
Piiratud lahtiolekuajad	44	25%
Kehv toote/teenuse disain	20	11%
Ligipääs teenuste kättesaadavusele	12	7%
Ei oska öelda	5	3%
Vähene aktratiivsus	4	2%
Võimaluste puudumine	3	2%
Ilmastik	2	1%
Kõrged hinnad	2	1%
Kokku	174	100%

Allikas: Autori arvutused

Klientide vastused tabelis 7 annavad ülevaate, et elamusteenuste pakkujad teevad väga vähe ürituste reklaami ning nende kajastamine on väga tagasihoidlik, mille kohta vastas 82 inimest, moodustades osakaaluks 47% küsitletutest. Lisaks puudusena märgiti ka piiratud lahtiolekuageasid, millele vastas 44 inimest osakaaluga 25%. Toodi veel esile kehva toote/teenuse disaini, millele vastas 20 inimest osakaaluga 11%. Samuti vastas kehva ligipääsu teenuste kättesaadavusele 12 inimest, mille osakaal oli 7%. Kokku moodustus neist summana 91% vastajate arvamus, mis annab selge arusaama, et inimesed tuleksid talvisel ajal meeleldi üritustele kui üritusi rohkem korraldataks ja suuremas mahus reklaamitaks. Samuti siseruumide puhul naudiksid külalastajad seal rohkem aega kui lahtiolekuajad oleksid paindlikumad.

Tabel 8. Klientide hinnangul Saaremaal elamusteenuste arendamist soodustavad tegevused

Soodustavad tegevused	Vastanute arv	Osakaal, %
Siseturismi soodustamine väljaspool hooaega	70	26%
Eriürituste korraldamine	59	22%
Toote/teenuse valiku mitmekesistamine	51	19%
Turunduskampaaniad ja suunatud reklaami rakendamine	51	19%
Põhihooaja pikendamine	34	13%
Ei oska öelda	2	1%
Kokku	267	100%

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 8 esitatud klientide vastused elamusteenuste arendamist soodustavatest teguritest vastasti kõige rohkem 70 vastanuga siseturismi soodustamisele väljaspool hooaega, mis moodustas osakaaluks 26%. Järgnevad eriürituste korraldamine 59 vastanuga, mille osakaal on 22%. Võrdselt on vastatud toote/teenuse valiku mitmekesistamine ja turunduskampaaniate s.h reklaami rakendamine 51 inimest osakaaluga 19%. Võimalusena nähakse ka põhihooaja pikendamist, millele vastas 34 inimest osakaaluga 13%. Klientide vastustest võib välja lugeda, et nende jaoks on oluline, et oleks piisavalt kohti ja tegevusi millest osa saab võtta.

Tabel 9. Klientide hinnang elamusteenuste pakkujate info kättesaadavusele

Klientide hinnang	Vastanute arv	Osakaal, %
1 – Halb	7	6%
2 - Rahuldav	16	15%
3 - Keskmine	50	45%
4 - Hea	29	26%
5 - Suurepärase	8	7%
Kokku	110	100%
<i>Keskväärtus</i>	3,14	
<i>Standardhälve</i>	0,97	
<i>Mood</i>	3,00	
<i>Mediaan</i>	3,00	

Allikas: Autori arvutused

Tabel 9 on analüüsitud 110 kliendi vastuseid, kelle keskmine hinnang oli 3,14, standardhälve 0,97 ning mood ja mediaan mõlemad „3”. Analüüsidest vastajate arvu protsentuaalset jaotust, selgus, et 6% hindas info kättesaadavust halvaks, 15% rahuldavaks, 45% keskmiseks, 26% heaks ja 7% suurepäraseks. Kliendid on teenuste pakkujate info kättesaadavusega üldiselt rahul, kuid parendamise ruumi on.

Tabel 10. Klientide vanuse kategooriad

Vanuse kategooria	Vastajate arv	Osakaal, %
20-29	17	15%
30-39	39	35%
40-49	27	25%
50-59	18	16%
60-69	9	8%
Kokku	110	100%
<i>Keskväärtus</i>	40,80	
<i>Standardhälve</i>	10,96	
<i>Mood</i>	33,00	
<i>Mediaan</i>	39,00	

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 10 on esitatud klientide vanuse kategooriad, mida on kokku 6. Kõige rohkem vastajaid oli kategoorias 30-39 eluaastat, mis moodustas osakaaluks 35% kõikidest vastajatest. Järgmises vanuse kategoorias 40-49 oli vastajaid 27, mis moodustas osakaaluks 25%. Peaaegu võrdselt vastasid vanuse kategooriad 20-29 (17 inimest) ja 50-59 (18 inimest), mis moodustavad osakaalud vastavalt 15% ja 16%. Kõige vähem oli vastajaid vanuses 60-69, mis annab kokku 8% kõigist vastajatest. Vanuste jaotuvusest võib järeldada, et kõige enim on kasutanud elamusteenuseid noorem sihtgrupp talvisel hooajal Saaremaal, kelle vanus jääb vahemikku 20-49 eluaastat. Uuringus osalejate keskväärtus oli 40,8 ja standardhälve 10,96. Kõige rohkem oli vastanuid vanuses 33 eluaastat.

Tabel 11. Klientide elukutsete valdkonnad

Valdkond	Vastanute arv	Osakaal, %
Klienditeenindus	17	15%
Haridus /teadus	13	12%
Ehitus/ kinnisvara	13	12%
Juhtimine	9	8%
Müük	3	3%
Tööstus /Tootmine	5	5%
Tervishoid /Sotsiaaltöö	4	4%
Kultuur/ Meelelahutus	3	3%
Infotehnoloogia	5	5%
Põllumajandus / metsandus	4	4%
Turism / Hotellindus	5	5%
Assisteerimine/ administreerimine	5	5%
Korraldus/ Julgeolek	3	3%
Õigusala	1	1%
Toitlustus	3	3%
Meedia / Loomemajandus / Tõlkimine	2	2%
Elektroonika/ Telekommunikatsioon	3	3%
Finants	3	3%
Transport /Logistika	2	2%
Mehaanika / Tehnika	3	3%
Riigi- ja avalik haldus	1	<1%
Koolitus/ Personalitöö	1	<1%
Iluvaldkond	1	<1%
Töötu	1	<1%
Pangandus	0	0%
Energeetika / loodusvarad	0	0%
Merendus	0	0%
Kokku	110	100%

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 11 esitatud andmed näitavad, et uuringu küsimustikule kogunes vastuseid kokku 110. Millest kõige enam vastasid inimesed, kes töötavad klienditeeninduse valdkonnas. Vastajaid oli kokku 17, mis teeb osakaaluks 15% kõigist kogutud vastustest. Järgnesid haridus ja teadusvaldkond 13 vastajaga ja ehitusvaldkond 13 vastajaga, moodustades osakaaludeks 12%

Tabel 12. Klientide maakondlik paiknevus

Maakond	Vastanute arv	Osakaal, %
Harjumaa	50	46%
Saaremaa	28	25%
Tartumaa	11	10%
Jõgevamaa	7	6%
Lääne-Virumaa	4	4%
Viljandimaa	3	3%
Läänemaa	2	2%
Pärnumaa	2	2%
Põlvamaa	1	1%
Raplamaa	1	1%
Hiiumaa	1	1%
Valgamaa	0	0%
Järvamaa	0	0%
Võrumaa	0	0%
Ida-Virumaa	0	0%
Kokku	110	100%

Allikas: Autori arvutused

Tabel 12 annab ülevaate klientide maakondlikust paiknemisest. Enamik vastajaid asus Harjumaa, moodustades 110st vastanust (46%). Järgnes Saaremaa 28 vastajaga (25%) ja Tartumaa 11 vastajaga (10%). Jõgevamaa, Lääne-Virumaa, Viljandimaa ja Läänemaa vastajad moodustavad vastavalt 6%, 4%, 3% ja 2%. Ülejäänud vastused jagunesid alla 1%.

Tabel 13. Klientide ootused elamusteenustele Saaremaal talvisel hooajal

Ootused Saaremaal pakutavatele elamusteenustele	Vastajate arv	Osakaal, %
Teenuste mitmekesisus/rohkem üritusi/reklaam	47	40%
Eriüritused/Innovatsioon	18	15%
Talveteemalised teenuste paketid	13	11%
Taskukohane hind tootele/ teenusele	10	9%
Kogeda häid emotsioone	9	8%
Ei oska öelda	9	8%
Rahul praeguse olukorraga	5	4%
Pikemad lahtiolekuajad	5	4%
Pakkuda tegevusi siseruumides	1	<1%
Kokku	117	100%

Allikas: Autori arvutused

Klientide ootused elamusteenustele talvisel hooajal Saaremaal on esitatud tabelis 13. Vastustest selgub, et ootused Saaremaal pakutavatele elamusteenustele talvisel hooajal on mitmekülgsed.

Enamik vastanutest soovib rohkem teenuste mitmekesisust ja ürituste paremat reklaamimist, mis moodustas 47 vastanu seas 40% osakaalu. Samuti eriüritused/ innovatsioon on klientide jaoks olulised, moodustades 18 vastanu seas 18% osakaalu. Talveteemalised teenuste paketid ja taskukohane hind tootele/teenusele on samuti olulised moodustades osakaaludeks vastavalt 9% ja 8%. Kliendid soovivad kogeda häid emotsioone ja hindavad praegust olukorda pigem rahuldavaks. Pikemad lahtiolekuajad ja siseruumides toimuvad tegevused on ka klientide soovide hulgas esindatud. Kuna antud küsimusele võis vastata mitme erineva valikuga kogunes lisaks 7 vastust 110st ankeedi täitjast, mis moodustas 6,3% kogu vastanute arvust.

2.2.2. Saaremaa talviste elamusteenuste pakkujate analüüs

Saaremaa ettevõtetele suunatud ankeetküsitlusele kogunes vastuseid n=30 ettevõtjat. Uurimistöö autor analüüsis elamusteenuste pakkumise kohta uurivaid küsimusi, mis on esitatud töö lisas 2.

Tabel 14. Ettevõtjate hinnang Saaremaal pakutavate elamusteenuste olukorra kohta talvisel hooajal

Ettevõtjate hinnang	Vastanute arv	Osakaal, %
1 – Halb	7	23%
2 - Rahuldav	8	27%
3 - Keskmine	15	50%
4 – Hea	0	0%
5 - Suurepärase	0	0%
Kokku	30	100%
<i>Keskväärtus</i>	2,27	
<i>Standardhälve</i>	0,83	
<i>Mood</i>	3,00	
<i>Mediaan</i>	2,50	

Allikas: Autori arvutused

Ettevõtjate hinnang (tabelis 14) Saaremaal olemasolevate elamusteenuste olukorrale talvisel hooajal on keskmiselt 2,27, mis näitab pigem üldist rahulolematust. Standardhälve 0,83 näitab vastuste hajuvust, mis viitab erinevatele arvamustele. Enim esindatud vastuste väärtus ehk mood on 3. Vastused annavad aimu sellest, et ettevõtjad on väga pessimistlikud Saaremaal pakutavate elamusteenuste suhtes talvisel hooajal.

Tabel 15. Elamusteenuste pakkumiste takistused talvisel hooajal ettevõtjate hinnangul

Peamised takistused	Vastanute arv	Osakaal, %
Turistide puudus	17	57%
Ebastabiilne majanduskeskkond	5	17%
Kõrged sisendhinnad	3	10%
Vaba kapital investeringuteks	3	10%
Tööjõupuudus	2	7%
Kokku	30	100%

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 15 on esitatud ettevõtjate vastused, mis käsitlevad elamusteenuste pakkumise takistusi talvisel hooajal. Ettevõtjate hinnangul on talvisel hooajal elamusteenuste pakkumisel mitmeid takistusi. Turistide puudus on peamiseks probleemiks, mida toovad esile 57% vastanutest. Ebastabiilne majanduskeskkond ja kõrged sisendhinnad on samuti olulised takistused, moodustades vastavalt 17% ja 10% vastajate arvust. Lisaks on märgitud, et vaba kapitali puudumine investeringuteks ja tööjõupuudus on olulised tegurid, vastavalt 10%. Tulemused annavad ülevaate sellest, milliseid takistused vajaksid rohkem tähelepanu ja edasi uurimist.

Tabel 16. Ettevõtjate vastused seoses toetusmeetmete kohta talvisel hooajal

Toetusmeetmed	Vastanute arv	Osakaal, %
Maksusoodustused	7	23%
Toote / teenuse arendamise toetus	5	17%
Ürituste läbiviimisega seotud toetused	13	43%
Digilahenduste toetus (veebileht, andmebaasid jms)	2	7%
Toetus siseturismi kaudu (tarbitakse tooteid/ teenuseid)	3	10%
Kokku	30	100%

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 16 on esitatud ettevõtjate arvamused toetusmeetmete kohta talvisel hooajal. Maksusoodustused on olulised 10% vastajate jaoks. Toote ja teenuse arendamise toetust pidas oluliseks 23% ettevõtjatest. Ürituste läbiviimisega seotud toetused ja digilahenduste toetus leidsid vastavalt 7% ja 17% toetusmeetmete tähtsustamist. Kõige enam vajavad ettevõtjad toetust ürituste läbiviimise kohta, mille kohta vastas 43% vastanutest. Kokku jagas oma seisukohti 30 ettevõtjat, kes tõid välja erinevad prioriteedid toetusmeetmete valdkonnas. Tulemused annavad aimu, millist tuge ettevõtjad vajavad talvisel hooajal ning milliseid toetusmeetmeid peaks edaspidi rohkem rõhutama ja arendama.

Tabel 17. Ettevõtjate hinnang Saaremaa potentsiaalile talvisel hooajal

Ettevõtjate hinnang	Vastamiste arv	Osakaal, %
1 - Halb	4	13%
2 - Rahuldav	3	10%
3 - Keskmine	11	37%
4 - Hea	8	27%
5 - Suurepärase	4	13%
Kokku	30	100%
<i>Keskväärtus</i>	3,17	
<i>Standardhälve</i>	1,21	
<i>Mood</i>	3,00	
<i>Mediaan</i>	3,00	

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 17 on ettevõtjate hinnang Saaremaa potentsiaalile elamusteenuste pakkumisel talvisel hooajal üldiselt positiivne keskväertusega 3,17. Ettevõtjad usuvad, et Saaremaal on potentsiaali pakkuda mitmekesiseid ja kvaliteetseid elamusteenuseid ka talvisel perioodil. Standardhälve 1,21 tähendab, et hinnangud olid üsna hajutatud, mis võib viidata erinevatele arvamustele ja nägemustele Saaremaa võimaluste kohta. Enamus ettevõtjaid hindas Saaremaa potentsiaali keskmisest kõrgemaks, mis võib näidata nende usule piirkonna arengupotentsiaalile. Kokku andis sellele küsimusele vastuse 30 kohalikku ettevõtjat. Ettevõtjate arvamused annavad väärtuslikku teavet selle kohta, kuidas ettevõtjad näevad piirkonna võimalusi ja millised võiksid olla edasised arengusuunad elamusteenuste valdkonnas talvisel hooajal.

Tabel 18. Ettevõtjate kliendisegmentid elamusteenuste pakkumisel

Kliendisegment	Vastamiste arv	Osakaal, %
Psühhograafiline	12	40%
Geograafiline	5	17%
Käitumuslik	8	27%
Demograafiline	5	17%
Kokku	30	100%

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 18 on esitatud ettevõtjate poolt hinnatud kliendisegmentide analüüs elamusteenuste pakkumisel. Tulemustest järeldub, et ettevõtjaid rõhutasid psühhograafiliste tunnuste olulisust, millele vastas 12 ettevõtjat osakaaluga 40%. Ettevõtjate peavad oluliseks kliente vastavalt nende elustiilile ja hoiakutele. Samuti olid olulised käitumuslikud ja demograafilised kategooriad, moodustades vastavalt 27% ja 17% vastustest. Geograafilistele segmentidele omistati vähem tähtsust, moodustades 17% vastajatest. Kliendisegmentide paremaks mõistmiseks elamusteenuste valdkonnas tuleb ettevõtjatel kohandada oma teenuseid vastavalt klientide vajadustele ja eelistustele.

Ettevõtjate teadlikus jätkusuutliku arengukava kohta vastas 47% vastajatest, et neil puudub teadlikkus selle olemasolust või selle sisust. Küsimusele vastas jaatavalt 53% vastanutest, et nad on jätkusuutliku arengukava olemasolust teadlikud. Tulemused viitavad sellele, et teema on laiemalt teadvustatud, kuid siiski on ruumi teadlikkuse suurendamiseks. Jätkusuutlikkus on oluline aspekt tänapäevases ärikeskkonnas, kus üha enam ettevõtteid püüavad integreerida keskkonnasõbralikke ja sotsiaalselt vastutustundlikke tavasid oma tegevustesse. Ettevõtjate teadlikkus jätkusuutlikkusest võib mängida olulist rolli nende äristrateegiates ja otsuste langetamisel. Suurem teadlikkus jätkusuutlikkusest võib olla oluline samm selle suunas, et ettevõtted panustaksid rohkem keskkonna ja ühiskonna heaolule. Talvisel hooajal on vaja jätkusuutlikumat äri- ja elukeskkonda hoida, et teenused ja tooted saaksid areneda.

Tabel 19. Ettevõtjate hulgas elamusteenuste arendamist soodustavad tegevused talvisel hooajal Saaremaal

Soodustavad tegevused	Vastamiste arv	Osakaal, %
Siseturismi soodustamine	13	43%
Eriürituste korraldamine	10	30%
Toote/teenuse valiku mitmekesistamine	5	17%
Spaa puhkuste turundamine	1	3%
Turunduskampaaniad ja suunatud reklaam	1	3%
Kokku	30	100%

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 19 on Saaremaal tegutsevate ettevõtjate poolt märgitud mitmeid tegevusi, mis soodustavad elamusteenuste arendamist talvisel hooajal. Küsitluse tulemused näitavad, et kõige rohkem vastati siseturismi soodustamise kohta, millele vastas 13 vastanut osakaaluga 43%. Eriürituste korraldamine oli oluline 10 vastaja arvates osakaaluga 30%. Toote ja teenuse valiku mitmekesistamise tähtsus on rõhutatud viie vastaja poolt osakaaluga 17%. Vaid 3% ettevõtjatest peavad oluliseks Spaa-puhkuste turundust ja turunduskampaaniate/suunatud reklaami kasutamist. Kokku vastas 30 ettevõtjat, kes jagasid oma seisukohti erinevate tegevuste olulisuse kohta elamusteenuste arendamisel talvisel hooajal Saaremaal.

Eriürituste korraldamine, siseturismi soodustamine ning toote ja teenuse valiku mitmekesistamine on esile tõstetud kui peamised võtmetegurid, mis võivad muuta Saaremaa talvise hooaja atraktiivsemaks nii kohalike elanike kui ka turistide jaoks. Need tulemused annavad ettevõtjatele olulisi juhiseid ja ideid, kuidas paremini ära kasutada Saaremaa talvist potentsiaali ning pakkuda mitmekülgseid ja meeldejäävaid elamusi talvise hooajal.

Tabel 20. Saaremaal pakutavate elamusteenuste üldine tuntus väljaspoole kõrghooaega

Ettevõtjate hinnang	Vastamiste arv	Osakaal, %
1 - Halb	6	20%
2 - Rahuldav	10	33%
3 - Keskmine	12	40%
4 - Hea	2	7%
5 - Suurepärane	0	0%
Kokku	30	100%
<i>Keskväärtus</i>	2,33	
<i>Standardhälve</i>	0,88	
<i>Mood</i>	3,00	
<i>Mediaan</i>	2,00	

Allikas: Autori arvutused

Tabelis 20 on esitatud ettevõtjate hinnang Saaremaal pakutavate elamusteenuste tuntusele väljaspool kõrghooaega, mis on oluline tegur piirkonna turismi ja teenuste jätkusuutlikkuse seisukohast. Küsitlusele vastas 30 ettevõtjat ja keskmine hinnang oli 2,33, mis viitab sellele, et teenused on keskmisest vähem tuntumad. Standardhälve 0,88 näitab vastuste vähest hajusust ning kõige sagedamini esinenud hinnang oli 3.

Tulemused annavad märku sellest, et Saaremaa elamusteenused vajavad suuremat tähelepanu ja tuntust väljaspool kõrghooaega. See võib olla seotud turundusstrateegiate puuduliku rakendamisega või teenuste vähese tuntusega väljaspool kõrghooaega. Ettevõtjad saavad nende tulemuste põhjal analüüsida, kuidas paremini turundada ja reklaamida oma teenuseid aastaringselt, et meelitada rohkem külastajaid ning tagada teenuste jätkusuutlikkus ka väljaspool kõrghooaega. Tuntuse suurendamine aitab kaasa piirkonna turismi arengule ja kohaliku majanduse elavdamisele, mis tõstab Saaremaad kui turismisihtkoha atraktiivsust.

Tabel 21. Ankeedile vastanud ettevõtjate üldandmed

Ettevõtte valdkond	Keskmine töötajate arv	Keskmine ettevõtte vanus	Küsitletute amet	Vastajate arv	Osakaal, %
Kaubandus ja jaemüük	1	13,0	Teenindusjuht	2	7%
Põllumajandus ja toiduainetööstus	9	21,5	Tegevjuht	3	10%
Kultuur ja meelelahutus	5	14,3	Tegevjuht	5	17%
Tervishoid ja iluvaldkond	1	10,3	Tegevjuht	8	27%
Toitlustus ja majutus	19	19,5	Tegevjuht	12	40%
			Kokku	30	100%

Allikas: Autori arvutused

Tabel 21 annab ülevaate vastanud ettevõtjate üldandmest erinevates valdkondades. Enim esindatud olid vastajate hulgas toitlustus ja majutus moodustades 40% vastanutest. Keskmine töötajate arv oli 19 ning ettevõtte vanus 19,5 aastat. See võib viidata sellele, et toitlustus- ja majutussektor on aktiivne ning stabiilne valdkond, kus ettevõtted on suutnud end pikka aega turul hoida. Põllumajandus ja toiduainetööstuse keskmine töötajate arv oli 9 ja ettevõtte vanus 21,5 aastat. Kultuuri ja meelelahutuse sektoris oli keskmine töötajate arv 5 ja ettevõtte keskmine vanus 14,3 aastat.

2.3. Järeldused ja ettepanekud

Saaremaal on talvise hooaja kestel potentsiaali elamusteenuste arendamiseks. Küllastajate seas on märgatav huvi mitmekesiste talviste tegevuste vastu, mis pakuvad erilisi elamusi ja unustamatuid kogemusi. Saaremaa ainulaadne looduskeskkond loob suurepäraseid võimalusi talviste aktiivsete tegevuste ja loodusturismi jaoks. Küllastajad hindavad võimalust osaleda matkadel, loodusvaatlustel ning teistel looduslähedastel tegevustel, mis aitavad neil avastada saare looduslikku ilu ja mitmekesisust.

Talviste tegevuste mitmekesistamine on oluline. Kuigi mõned talvised tegevused on juba olemas, vajavad need laiendamist ja täiendamist, et rahuldada külastajate kasvavat nõudlust. Külastajad otsivad rohkem valikuid, sealhulgas kultuurilisi sündmusi, talviseid festivale ja käsitöölaatasid, mis annavad neile võimaluse avastada saare kohalikku kultuuri ja traditsioone.

On oluline mõista, et talvine hooaeg Saaremaal pakub rikkalikke võimalusi elamusteenuste arendamiseks, eriti loodus- ja aktiivturismi valdkonnas. Lisaks tuleb tähelepanu pöörata talviste tegevuste mitmekesistamisele ja kohaliku kultuuri tutvustamisele, et rahuldada külastajate ootusi ning tagada nende naasmine ka tulevikus.

Talviste elamusteenuste arendamiseks Saaremaal on mitmeid võimalusi, mis võiksid oluliselt suurendada saare talvist atraktiivsust ning aidata kaasa kohaliku majanduse arengule. Ettevõtted peaksid välja töötama talviseid pakette, mis sisaldavad mitmekesiseid tegevusi nagu matkad, spaakülastused, õpitoad ja toiduelamused. Need paketid võimaldavad külalistel kogeda Saaremaa talvist võlu ja aitavad ettevõtetel eristuda turul.

Oluline on välja töötada turundusstrateegiad, mis keskenduvad talviste elamuste tutvustamisele ja Saaremaa talvise sihtkohana esiletõstmisele. Tõhus turundus suurendab teadlikkust saare talvistest võimalustest ja meelitab saarele rohkem külastajaid. Kohalike ettevõtjate tihedam koostöö võimaldab luua terviklikke talviseid elamuspakette ja -teenuseid, mis rahuldavad erinevate külastajate vajadusi ja eelistusi. Ühine pingutus ja koostöö aitavad parandada teenuste kvaliteeti ja mitmekesisust.

Investeeringud talviste tegevuste jaoks sobivate teenuste ja rajatiste loomisse on oluline külastajate rahulolu tagamiseks ja nende tagasipöördumise kindlustamiseks tulevikus. See hõlmab näiteks talviste spordivahendite rentimisvõimaluste parandamist, transpordi tagamist ja infrastruktuuri arendamist.

KOKKUVÕTE

Käesolev uurimistöö uuris talvisel hooajal pakutavate elamusteenuste arendamise võimalusi Saaremaal. Autor keskendus elamusteenuste teoreetilistele alustele kasutades Pine'i & Gilmore'i (1998) poolt määratletud elamusmajanduse kontseptsiooni. Selles kontekstis analüüsis töö autor Skandinaavia piirkonna saarte talvise turismi väljakutseid ning leidis, et talvisel hooajal on suur potentsiaal elamusteenuste arendamiseks. Uuringus leiti, et Saaremaal on märgatav huvi mitmekesiste talviste tegevuste vastu, mis pakuksid erilisi elamusi ja unustamatuid kogemusi.

Autori poolt klientidele suunatud ankeetküsitluses selgus, et $n=47$ (40%) tahaksid ootusena Saaremaa elamusteenustele teenuste mitmekesisust, rohkem üritusi ja selle kohast reklaami. Kõige enim kasutatavaks elamusteenuseks osutus spaa külastus $n=83$ vastaja hulgas 277'st osakaaluga 30%, restoranide külastamine $n=70$ vastajaga osakaaluga 25%. Elamusteenustest tundsid külastajad kõige enam rõõmuga seonduvat emotsiooni, mida vastas $n=74$ inimest 308'st vastusest moodustades osakaaluks 24%. Klientide välja toodud elamusteenuste pakkumisega seonduvate puuduste osas märgiti $n=82$ vastaja poolt 174st osakaaluga 47%, et praegu leiab aset vähene ürituste reklaam/ kajastamine, mis omakorda mõjutab otseselt mistahes elamusteenusest osavõtjate arvu. Positiivse soodustava tegurina nägid kliendid, et tuleks pöörata tähelepanu siseturismi soodustamisele väljaspool hooaega, millele vastas $n=70$ inimest, mis teeb osakaaluks 26%.

Käesolevas uuringus hindasid ettevõtjad peamiseks elamusteenuste pakkumise takistuseks turistide puudust, millele vastas 17 vastanut 30st, moodustades osakaaluks 57%. Selleks, et talviseid elamusteenuseid saaks Saaremaal edukalt arendada on oluline mitmekesistada talviseid tegevusi ja reklaamida rohkem kohalikku kultuuri. Ettevõtted võiksid välja töötada spetsiaalseid talviseid pakette, mis hõlmavad mitmekesiseid tegevusi nagu matkad, spaakülastused, õpitoad ja toiduelamused, ning keskenduda tõhusale turundusele, et suurendada teadlikkust saare talvistest võimalustest.

Saaremaa ainulaadne looduskeskkond loob suurepäraseid võimalusi talviste aktiivsete tegevuste ja loodusturismi jaoks. Külastajad hindasid võimalust osaleda matkadel, loodusvaatlustel ning teistel looduslähedastel tegevustel, mis aitavad neil avastada saare looduslikku ilu ja mitmekesisust. Lisaks on oluline mõista, et talvine hooaeg Saaremaal pakub rikkalikke võimalusi elamusteenuste arendamiseks, eriti loodus- ja aktiivturismi valdkonnas.

Saaremaa ettevõtjad on ise pigem positiivselt meelestatud, et pakkuda elamusteenuseid talvisel hooajal, kuid pessimistlikud hetkeolukorra suhtes. Ankeetküsitluse keskmine hinnang oli 3,17 ja standardhälve 1,21. Kliendisegment kellele Saaremaa ettevõtjad oma teenuseid ülesehitavad sai 12 vastaja poolt 40% osakaaluga psühhograafiline. Ettevõtjad hindavad kõige enam kliendi elustiili ja hoiakuid, et pakkuda parimaid elamusi. Talvisel hooajal tihedam koostöö kohalike ettevõtjatega võimaldab luua terviklikke talviseid elamuspakette ja teenuseid, mis rahuldavad erinevate küllastajate vajadusi ja eelistusi. Investeerimine talviste tegevuste jaoks sobivate teenuste arendamisse on küllastajate rahulolu tagamiseks väga oluline, mis kindlustaks nende tagasipöördumise tulevikus.

SUMMARY

POSSIBILITIES FOR THE DEVELOPMENT OF EXPERIENCE SERVICES IN THE WINTER SEASON IN SAAREMAA

Verena Vaagen

Research on opportunities for developing experiential services offered during the winter season in Saaremaa. The author focused on the theoretical foundations of experiential services, particularly the concept of the experience economy defined by (Pine & Gilmore, 1998).

In this context, the author analyzed the challenges of winter tourism in Scandinavian and nearby islands, finding that there is great potential for developing experiential services during the winter season. The study found a significant interest in a variety of winter activities in Saaremaa, offering unique experiences and unforgettable memories. A customer-oriented survey conducted by the author revealed that 40% of respondents expect a diverse range of experiential services in Saaremaa, with more events and better promotion.

The most popular experiential service was a visit to a spa, with 83 out of 277 respondents, accounting for 30%. This was followed by dining at restaurants, with 70 respondents accounting for 25%. Visitors associated the most emotion with relaxation, as mentioned by 74 out of 308 respondents, representing 24%. Regarding shortcomings related to the offering of experiential services brought up by customers, 82 out of 174 respondents, accounting for 47%, noted a lack of event promotion/coverage, which could greatly enhance the overall experience. As a positive contributing factor, customers saw that attention should be paid to promoting domestic tourism in the off-season, to which 70 people responded, representing 26%.

In this study, the entrepreneurs assessed the lack of tourists as the main obstacle to the provision of experience services, which was answered by 17 out of 30 respondents, accounting for 57%. In order for winter experience services to be successfully developed in Saaremaa, it is important to diversify winter activities and promote local culture. Companies could develop special winter packages that include a variety of activities such as hikes, spa visits, workshops and food experiences, and focus on effective marketing to increase awareness of the island's winter opportunities. The survey revealed that the entrepreneurs of Saaremaa themselves are rather

positive about the potential of Saaremaa to offer experience services in the winter season. The average rating of the survey was 3.17 and the standard deviation was 1.21. The customer segment for which Saaremaa entrepreneurs build their services was psychographic with 40% share by 12 respondents. So entrepreneurs value the customer's lifestyle and attitudes the most in order to offer the best experiences. During the winter season, closer cooperation with local businesses enables the creation of comprehensive winter experience packages and services that satisfy the needs and preferences of various visitors. Investing in the development of services suitable for winter activities is very important to ensure the satisfaction of visitors, which would ensure their return in the future.

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

Benmakhlouf, S., & Fajardo, R. (2023). *Tourism Marketing Management and Competitiveness A Case Study in Öland & Gotland*. Kättesaadav: <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1730428/FULLTEXT01.pdf> (19.01.2024)

Jensen, N. (2017). *Destination development in an island state (Doctoral dissertation, Master's thesis)*. Aalborg University) Kättesaadav: https://projekter.aau.dk/projekter/files/259869511/Thesis_2017.pdf (8.02.2024)

Joanne Connell, Stephen J. Page, Denny Meyer. *Visitor attractions and events: Responding to seasonality*, *Tourism Management, Volume 46, 2015, Pages 283-298*, ISSN 0261-5177, <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.06.03>.

Lally, A. M., & Fynes, B. (2006). *Articulating service concept to enhance tourism experience design*. Kättesaadav: https://repository.wit.ie/309/2/IAM_PAPER_-_Tourism_Experience_design.pdf (24.03.2024)

Lok, J. C. (2019). *Consumer Experience Factor Influences Business Success*. (n.p.): Independently Published.

Lundtorp, S., Rassing, C. R., & Wanhill, S. (1999). *The off-season is 'no season': the case of the Danish island of Bornholm*. *Tourism Economics*, 5(1), 49-68. Kättesaadav: Sci-Hub | The off-Season is "No Season": The Case of the Danish Island of Bornholm. *Tourism Economics*, 5(1), 49–68 | [10.1177/135481669900500104](https://doi.org/10.1177/135481669900500104) (9.01.2024).

Mauro Ferrante, Giovanni L. Lo Magno, Stefano De Cantis, *Measuring tourism seasonality across European countries*, *Tourism Management, Volume 68, 2018, Pages 220-235*.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). *Welcome to the experience economy*. *Harvard Business Review*, 76(4), 97-105.

Kättesaadav: <https://hbr.org/1998/07/welcome-to-the-experience-economy> (12.02.2024).

Seligman, J. (2018). *CUSTOMER EXPERIENCE MANAGEMENT - THE EXPERIENTIAL JOURNEY*. Kättesaadav: https://www.google.ee/books/edition/CUSTOMER_EXPERIENCE

_MANAGEMENT_THE_EXPER/mlZwDwAAQBAJ?hl=et&gbpv=1&dq=experience+services&printsec=frontcover (13.03.2024)

Sherwood P. (2023). *Market Segmentation in Tourism (What It Is & Why It Matters)*
<https://www.gravitatedesign.com/blog/tourism-market-segmentation-101/> (20.03.2024)

Skogster, F. (2023). *The Struggles of Seasonality Among Businesses: The Case of Åland, Finland*. Kättesaadav:

<https://www.divaportal.org/smash/get/diva2:1778559/FULLTEXT01.pdf> (5.03.2024)

Zehrer, A. (2009). *Service experience and service design: concepts and application in tourism SMEs*. *Managing Service Quality: An International Journal*, 19(3), 332-349.

Kättesaadav:<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09604520910955339/full/pdf?title=service-experience-and-service-design-concepts-and-application-in-tourism-smes> (24.03.2024)

Zvaigzne, A., Litavniece, L. and Dembovska, I. (2022), "Tourism seasonality: the causes and effects", *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, Vol. 14 No. 5, pp. 421-430.

Kättesaadav: <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/WHATT-07-2022-0080/full/html> (13.02.2024).

Visit Åland. 2024. Kättesaadav: *Discover Åland's beautiful winter landscapes*.

<https://visitaland.com/en/experience/discover-aland-beautiful-winter-landscapes/>
(11.05.2024)

Visit Åland. 2024. Kättesaadav: *Conference and group activities from A to Z*

<https://visitaland.com/en/acb/conference-and-group-activities-from-a-to-z/> (12.05.2024)

Visit Bornholm. 2024. *Discover Bornholm: The Magical Danish Island*. Kättesaadav:

<https://visitbornholm.com/en/bornholm/explore/bornholm> (12.03.2024)

Visit Bornholm. 2024. Kättesaadav: *Discover Winter Bornholm: Your Ultimate Destination for Winter Holidays*. <https://visitbornholm.com/en/bornholm-in-winter> (12.05.2024)

Visit Bornholm. 2024. Kättesaadav: *Winter Discoveries on Bornholm: 9 Unforgettable Attractions*. <https://visitbornholm.com/en/blog/9-winter-attractions-on-bornholm> (13.05.2024)

Visit Gotland. 2024. *Christmas in Gotland*. Kättesaadav: <https://gotland.com/besoka-uppleva/jul-pa-gotland/> (13.05.2024)

Visit Saaremaa. 2024. Perepuhkus talvisel Saaremaal. TOP 9 TALVIST TEGEVUST PEREGA SAAREMAAL Kättesaadav: <https://visitsaaremaa.ee/perepuhkus-talvisel-saaremaal/%20> (15.03.2024)

Visit Sweden. 2024 Kättesaadav: *Gotland – where Viking-era history meets unique natural scenery* <https://visitsweden.com/where-to-go/southern-sweden/gotland/> (12.05.2024)

Visit Öland. 2024. Kättesaadav: *That's why you'll definitely want to visit the island of Öland*. <https://www.silver-travellers.com/island-of-oland/> (12.05.2024)

Visit Öland. 2024. *Öland winter excursions*. Kättesaadav: <https://en.oland.se/goods-excursions> (14.05.2024)

YABANCI, O. (2023). *Managing seasonality in tourism*. International Journal of Geography and Geography Education(50), 353-369. <https://doi.org/10.32003/igge.1299610.3153409> (dergipark.org.tr)

LISAD

Lisa 1. Ankeetküsimustik kliendile

Tere, hea küsimustikule vastaja!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare Kolledžis kolmandal kursusel studeeriv üliõpilane Verena Vaagen. Viin läbi oma lõputööd teemal „Talvisel hooajal pakutavate elamusteenuste arendamise võimalused Saaremaal” ja soovin, et leiaksid küsimustikule vastamiseks pisut oma väärtuslikku aega. Kinnitan, et küsimustik on täielikult anonüümne.

* Töös käsitletav talvine hooaeg algab talvise pööripäevaga 21.12 ja kestab kuni kevadise pööripäeva tulekuni 20.03 (astronoomilise talve periood)

* Elamusteenus on teenus, mis on loodud eesmärgiga pakkuda kliendile meeldivaid emotsioone, et saadud elamusest tekiksid meeldejäädavad mälestused.

Suur tänu Teile vastuste eest!

1. ELAMUSTEENUSTE KASUTAMISE KOHTA UURIVAD KÜSIMUSED

1.1. Kuidas Te hindate praegust elamusteenuste pakkumise olukorda talvisel hooajal Saaremaal ?

Halb < 1 2 3 4 5 > Suurepärane

1.2. Milliseid elamusteenuseid Te olete kasutanud Saaremaal talvisel hooajal (võib valida mitu vastuse varianti) ?

- Spa külastus
- Restorani külastus
- Pidula Wakepark
- Angla tuulikumägi
- Kuressaare loss
- Kuressaare teater
- WOW elamuskeskus
- Thule Koda
- Talvine loodusmatk
- Muu....

1.3. Milliseid emotsioone on Teis tekitanud elamusteenuste kasutamine (võib valida mitu vastuse varianti) ?

- Rõõm
- Elevus
- Imestus
- Põnevus
- Lõdvestus
- Ärevus
- Uudishimu
- Kahetsus
- Usaldus
- Pettumus
- Agressiivsus
- Muu.....

1.4. Milliseid puudusi Te kõige enam näete elamusteenuste pakkumisel talvisel hooajal Saaremaal ?

- Vähene ürituste reklaam/kajastamine
- Piiratud lahtiolekuajad
- Kehv toote/teenuse disain, vähe uuendusi
- Ligipääs teenuste kättesaadavusele
- Muu....

1.5. Mis võiks Teie arvates kaasa aidata Saaremaal elamusteenuste arendamisele talvisel hooajal?

- Põhihooaja pikendamine
- Toote/teenuse valiku mitmekesistamine
- Turunduskampaaniad ja suunatud reklaami rakendamine
- Eriürituste korraldamine
- Siseturismi soodustamine väljaspool hooaega
- Muu....

1.6. Kuidas Te hindate elamusteenuste pakujate info kättesaadavust teenuste kohta ?.

Halb < 1 2 3 4 5 > Suurepärase

1.7. Millised on Teie ootused Saaremaal pakutavatele elamusteenustele talvisel hooajal ? (võib kirjutada märksõnade või lausetega)

.....

1.8. Kas soovite veel midagi lisada ?

.....

2. ÜLDANDMED

Palun täitke alljärgnevad andmed:

2.1. Teie sugu

Mees

Naine

2.2. Teie vanus

.....

2.3. Mis valdkonnas Te töötate ?

Assisteerimine /
administreerimine

Ehitus /kinnisvara

Elektroonika

/Telekommunikatsioon

Energeetika /

loodusvarad

Finants

Haridus/ teadus

Infotehnoloogia

Juhtimine

Klienditeenindus

Koolitus/

Personalitöö

Korrakaitse/

Julgeolek

Kultuur/

Meelelahutus

Meedia/

Loomemajandus/

Tõlkimine

Mehaanika /Tehnika

Merendus

Müük

Pangandus

Põllumajandus /
metsandus

Riigi- ja avalik haldus

Tervishoid /

Sotsiaaltöö

Toitlustus

Transport / Logistika

Turism / Hotellindus

Turundus / Reklaam

Tööstus / Toomine

Õigusala

Muu.....

2.4. Kus maakonnas Te elate ?

Harjumaa

Läänemaa

Pärnumaa

Hiiumaa

Saaremaa

Raplamm

Järvamaa

Viljandimaa

Valgamaa

Võrumaa

Põlvamaa

Tartumaa

Jõgevamaa

Lääne-Virumaa

Ida-Virumaa

Lisa 2. Ankeetküsimustik ettevõtjale

Tere, hea küsimustikule vastaja!

Olen Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare Kolledžis kolmandal kursusel studeeriv üliõpilane Verena Vaagen. Viin läbi oma lõputööd teemal „Talvisel hooajal pakutavate elamusteenuste arendamise võimalused Saaremaal” ja soovin, et leiaksid küsimustikule vastamiseks pisut oma väärtuslikku aega. Kinnitan, et küsimustik on täielikult anonüümne.

* Töös käsitletav talvine hooaeg algab talvise pööripäevaga 21.12 ja kestab kuni kevadise pööripäeva tulekuni 20.03 (astronoomilise talve periood)

* Elamusteenus on teenus, mis on loodud eesmärgiga pakkuda kliendile meeldivaid emotsioone, et saadud elamusest tekiksid meeldejäädavad mälestused.

Suur tänu Teile vastuste eest!

1. ELAMUSTEENUSTE PAKKUMISE KOHTA UURIVAD

KÜSIMUSED

1.1. Kuidas Te hindate olemasolevate elamusteenuste olukorda (hetkeseis) talvisel hooajal Saaremaal ?

Halb < 1 2 3 4 5 > Suurepärase

1.2. Milliseid takistusi Te kõige enam näete elamusteenuste pakkumisel talvisel hooajal Saaremaal?

- Turistide puudus
- Ebastabiilne majanduskeskkond
- Vaba kapitali olemasolu investeringuteks
- Tööjõupuudus
- Kõrged sisendhinnad
- Muu.....

1.3. Missuguseid toetusi peaks riik pakkuma kohalikele ettevõtetele võitlemaks talvise madala hooajaga?

- Turunduse/reklaami toetus
- Maksusoodustused (nt. tööjõumaks)
- Ürituste läbiviimisega seotud toetused
- Toote/teenuse arendamise toetus
- Ärimudelite rakendamise toetus
- Digilahenduste toetus (veebileht, andmebaasid jms)
- Muu.....

1.4. Milliseks Te hindate Saaremaa potentsiaali elamusteenuste arendamisel talvisel hooajal ?

Halb < 1 2 3 4 5 > Suurepärase

1.5. Millistele turismi segmenti(dele) Te sooviksite elamusteenuseid talvisel madalal hooajal pakkuda (võib valida mitu varianti) ?

- Demograafiline (vanus, sugu, sissetuleku, hariduse ja muude demograafiliste tegurite alusel)
 - Geograafiline (asukoha alusel, riik, maakond, linn või asula)
 - Psühograafiline (elustiili, huvide, väärtuste ja isiksuse omaduste alusel)
 - Käitumuslik (käitumise ja üldtegevuste alusel, nagu reisimise sagedus, kulutamisharjumused, reisimotivatsioon)
- Muu.....

1.6. Kas olete midagi kuulnud jätkusuutlikkust turismiarenduskavast ?

- Jah
- Ei

1.7. Mis võiks Teie arvates kaasa aidata Saaremaal elamusteenuste arendamisele talvisel madalal hooajal?

- Põhihooaja pikendamine
- Toote/teenuse valiku mitmekesistamine
- Turunduskampaaniad ja suunatud reklaami rakendamine
- Eriürituste korraldamine
- Siseturismi soodustamine väljaspool hooaega
- Muu....

1.8. Kuidas Te hindate Saaremaal pakutavate elamusteenuste üldist tuntutust väljaspool kõrghooaega ?

Halb < 1 2 3 4 5 > Suurepärase

1.9. On Teil mõtteid, mida soovite lisada ?

.....

2. ÜLDANDMED

Palun täitke alljärgnevad andmed:

2.1. Milline on Teie ettevõtte tegevusvaldkond ?

.....

2.2. Kellena Te töötate ?

.....

2.3. Teie ettevõttes vanus?

.....

2.4. Töötajate arv Teie ettevõttes?

.....

Lisa 3. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina Verena Vaagen

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose Talvisel hooajal pakutavate elamusteenuste arendamise võimalused Saaremaal

mille juhendaja on Eeve Kärblane

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.

18.05.2024 (kuupäev)

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 tähtjaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. jq 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.