

KULTUURIMINISTEERIUM
ESTONIAN MINISTRY OF CULTURE



Euroopa Liit
Euroopa Sotsiaalfond



Eesti tuleviku heaks



EESTI KONJUNKTUURIINSTITUUT

ESTONIAN INSTITUTE
OF ECONOMIC RESEARCH

Rävala 6 19080 Tallinn tel 668 1242 faks 668 1240 e-post eki@ki.ee

Eestis toimuvate kultuuri- ja spordi- sündmuste regionaalse majandusliku mõju hindamine ning analüüs

Tallinn
Veebruar 2012

Tellija: Kultuuriministeerium

Töö autorid:

Marje Josing	(projekti juhtimine, metoodika)
Triin Vahi	(projektijuht, metoodika, küsitluse läbiviimine, uuringu aruande koostamine)
Lia Lepane	(küsitluse läbiviimine ja metoodika, uuringu aruande koostamine)
Bruno Pulver	(IT alane nõustamine, uuringu vahearuanete koostamine)
Mati Reiman	(IT alane nõustamine)
Elmar Orro	(uuringu vahearuanete koostamine)
Ingrid Niklus	(uuringu tehniline korraldus)
Sirje Randrüt	(uuringu tehniline korraldus)
Piia Jõekalda	(uuringu tehniline korraldus)

Informatsioon: EKI direktor
Marje Josing, tel. 646 6439
19080 Tallinn, Rävala 6
fax: 668 1240
e-mail: eki@ki.ee
<http://www.ki.ee>

Copyright © Eesti Konjunktuuriinstituut

Eessõna

Eestis toimub igal aastal sadu kultuuri- ja spordisündmusi, mis lisaks kultuurielu rikastamisele ja meelelahutuse pakkumisele omavad olulist mõju kohalikule majandusele. Nende ürituste korraldamine tõstab toimumiskoha tuntust ja soodustab turismi, tuues otsest kasu ettevõtjatele, eeskätt teenusepakkujatele.

Kultuuri- ja spordiürituste majanduslik mõju regioonile on oluliselt suurem kui esmapilgul osatakse hinnata. Mujal maailmas teostatud uuringud on näidanud, et esmasele mõjule järgneb veel hulk järelmõjusid, mis jäävad kestma peale ürituse toimumist. Eestis ei ole varem kultuuri- ja spordisündmustega seotud mõjusid analüüsitud. Paljud kohalikud omavalitsused alles hakkavad mõistma kultuuri- ja spordiürituste majanduslikku tähtsust, nägema rohkem oma rolli ürituste ligimeelitamisel piirkonda ning toetusmehhanismide vajalikkust. Selleks, et mitte rääkida ainult kaudsetest mõjudest ja piirkonna üldise tuntuse suurendamisest, ongi valminud käesolev uuring.

Kuna mujal maailmas on taolisi uurimusi teostatud juba rohkem kui 30 aastat, siis ka käesolev töö pöörab tähelepanu paremate metodoloogiate interpretatsioonile ning kasutatud praktikate kajastamisele ja rakendamisele.

Kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju väljaselgitamisel leiti nii ürituste külastajate kulutustest tulenev otsene mõju piirkonna ettevõtetele kui ka kogu majanduslik mõju regioonile. Lisaks korraldajate finantsnäitajatele, kasu saanud ettevõtetele ja külastajate kulutustele kirjeldatakse laiemalt ürituste mõju piirkondadele. Töös sisalduvad soovitusel ürituste korraldajatele, kohalikele omavalitsustele, ettevõtetele kui ka riigile, sealhulgas pööratakse tähelepanu varasemast tihedamale erinevate osapoolte vahelisele koostööle ning sellest tulenevale majandusliku aktiivsuse tõusule.

Regionaalse majandusliku mõju analüüsi teostas Eesti Konjunktuuriinstituut kahekümne üleeestilise kultuuri- ja spordisündmuse näitel 2011. aastal. Uuring on valminud Kultuuriministeriumi tellimisel koostöös kahekümne kultuuri- ja spordiürituse korraldajaga, paljude kohalike ettevõtete ja asutuste ning ürituste külastajatega. Uuringu läbiviimist toetas Euroopa Sotsiaalfond.

Täname kõiki osapooli meeldiva ja avatud koostöö eest! Tänu teile on nüüd olemas esmakordne ülevaade Eesti kultuuri- ja spordisündmuste piirkondlikest majanduslikest mõjudest.

SISUKORD

1. UURINGU EESMÄRK JA ÜLESANDED	5
2. METODOLOOGIA JA VALIM	7
2.1. Ürituste valim	8
2.2. Rahvusvahelised uuringud ja ürituste mõjud	12
2.3. Uuringu metoodika ja valim	17
3. EESTI TURISMISEKTOR MAAKONNITI	24
4. ÜRITUSTE KORRALDUS JA EELARVED	32
4.1. Ürituste korraldus	33
4.2. Ürituste eelarved	37
5. ÜRITUSTE MAJANDUSLIK JA SOTSIAAL-KULTUURILINE MÕJU ETTEVÕTETE JA ASUTUSTE HINNANGUTE PÕHJAL	43
5.1. Ürituste majanduslik ja sotsiaal-kultuuriline mõju ettevõtete-asutuste hinnangute põhjal	44
5.2. Ettevõtete ja asutuste meelestatus ürituste korraldamise ja koostöö tegemise suhtes.....	50
6. ÜRITUSTE MAJANDUSLIK MÕJU KOHALIKELE ETTEVÕTETELE JA ASUTUSTELE	59
6.1. Ürituste majanduslik mõju kohalikele ettevõtetele ja asutustele	60
6.2. Ürituste majanduslik mõju kohalikele ettevõtetele ja asutustele tegevusalade lõikes	73
7. ÜRITUSTE KÜLASTAJAD JA NENDE PROFIILID	78
7.1. Kultuuriürituste külastamine Eesti elanike poolt varasemate uuringute põhjal	79
7.2. Ürituste külastajate profiilid 2011. aastal	82
7.3. Külastajate piirkonnas viibimise kestus ja seltskonna suurus	87
7.4. Külastajate kulutused ja kulustruktuur	90
7.5. Külastajate rahulolu üritusega	97
8. ÜRITUSTE REGIONAALNE MAJANDUSLIK MÕJU	99
9. SOOVITUSED JA ETTEPANEKUD	111
KOKKUVÕTE	118
LISAD	
Lisa 1 Ettevõtete ja asutuste küsimustik	124
Lisa 2 Külastajate küsimustik	126

1. UURINGU EESMÄRK JA ÜLESANDED

1. Uuringu eesmärk ja ülesanded

Eestis toimuvad igal aastal sajad kultuuri- ja spordisündmused, mille mõju ei piirdu ainult kultuuri või meelelahutusega. Nende ürituste korraldamine tõstab regiooni mainet, edendab turismi ja toob otsest kasu regiooni ettevõtetele ja asutustele, eeskätt teenusepakkujatele.

Käesoleva uurimistöo eesmärgiks oli välja selgitada kultuuri- ja spordisündmuste toimumise tõttu ilmnunud regionaalne majanduslik mõju. Seejuures analüüsiti ürituste mõju kohalikele ettevõtetele ja asutustele, külastajate kulutustest tulenevat otsest mõju, ürituste eelarvest piirkonda jäävaid kulutusi kui ka sündmuse laiemat mõju regioonidele ning töötati välja ettepanekud mõju suurendamiseks.

2011. aastal Eestis toimunud 20 kultuuri- ja spordisündmuste regionaalse majandusliku mõju uuringu ülesanded olid järgmised:

1. koguda informatsiooni ürituste tausta, külastajate ja osalejate arvude, eelarvete, finantseerimisallikate, koostööpartnerite ja toetajate, ürituste kasumlikkuse jms kohta;
2. selgitada välja ürituste mõju kohalike ettevõtete ja asutuste ning teenusepakkujate majandustegevusele (müügitulule, kasumile, töötajate arvule, külastatavusele), piirkonna mainele ja tuntusele ning erinevatele kultuuri- ja spordielu sfääridele. Samuti analüüsida kohalike ettevõtete ja asutuste meelestatust ja valmidust teha koostööd piirkonnas toimuvate ürituste korraldajatega ning uurida ettevõtjate hinnanguid ürituste vajalikkusele;
3. selgitada välja ürituste külastajate profiilid (vanus, sugu, elukoht, piirkonnas viibitud aeg, üritust külastanud seltskonna suurus), piirkonnas tehtud kulutused, rahulolu ning tagasiside ürituse kohta;
4. selgitada välja ja analüüsida kultuuri- ja spordisündmustest tulenevat majanduslikku mõju (kogukasu) piirkondadele läbi külastajate kulutuste ja ürituse eelarvest piirkonda jäävate kulutuste;
5. töötada välja soovitusel ürituse korraldajate, kohalike ettevõtete-asutuste ning kohaliku omavalitsuse vastastikuse positiivse mõju võimendamiseks regioonides.

2. METODOLOGIA JA VALIM

2.1. Ürituste valim

Uuringusse kaasatud kakskümmend kultuuri- ja spordisündmust valiti Kultuuriministeeriumi moodustatud ekspertide grupi poolt, kuhu kuulusid esindajad Kultuuriministeeriumist ja Eesti Konjunktuuriinstituudist, lisaks Villu Veski Kuressaare Kultuurivarast, Kärt Maurus ja Martti Kalvik Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumist, Eedi Sepp Siseministeeriumist, Kai-ra Kivi ja Piret Kallas Ettevõtluse Arendamise Sihtasutusest, Kutt Kommel Statistikaametist, Priit Vene Eesti Olümpiakomiteest ja Eva Leemet Loov Eestist. Ürituste seast valiku tegemiseks toimusid mitmed kohtumised.

Sündmuste valimisel arvestati mitmete kriteeriumidega nagu toimumiskoht, toimumisajalugu, ajaline kestus, eripära, mõjupiirkond, külastatavus jne. Uuringust välistati Tallinnas toimuvad üritused, sest nii suure piirkonna hindamisel oleks olnud väga raske hinnata konkreetse ürituse mõju. Valitud üritused olid kõikidele regioonidele majanduslikult suuremal või vähemal määral tähtsad ja töid külastajaid-osalejaid-esinejaid väljastpoolt piirkonda. Kokkuvõttes valiti kakskümmend üle-eestilist kultuuri- ja spordisündmust (vt tabel 2.1.1).

Tabel 2.1.1. Kultuuri- ja spordisündmuste valim

Kultuurisündmused	Spordisündmused
Pärnu Jäähfestival	Otepää MK etapp
Jõhvi Balletifestival	Tartu Maraton
Punk Laulupidu	Ruila Kevadtuur
Eesti Naiste Tantsupidu	Põlva noorte jalgpalliturniir Lootospring
Rabarock	Narva Energiajooks
Suure-Jaani Muusikafestival	Saaremaa Ralli
Sõru Jazz	
Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääh"	
Saaremaa Ooperipäevad	
Folkloorifestival Europeade	
Viljandi Pärimusmuusika Festival	
Leigo Järvemuusika	
Viru Folk	
Augustibluus	

Ürituste toimumiskohad on kronoloogilises järjestuses toodud joonisel 2.1.1. Esindatud olid kõik maakonnad peale Järva- ja Võrumaa.

Ürituste geograafiline paiknemine



1-Otepää MK etapp	6-Punk Laulupidu	11-MTF "Juu Jääb"	16-Leigo Järvemuusika
2-Tartu Maraton	7-Naiste Tantsupidu	12-Saaremaa Ooperipäevad	17-Viru Folk
3-Pärnu Jääfestival	8-Rabarock	13-Folkloorifestivali Europeade	18-Narva Energiajooks
4-Jõhvi Balletifestival	9-Suure-Jaani Muusikafestival	14-Viljandi Pärimumuusika Festival	19-Augustibliuus
5-Ruila Kevadtuur	10-Sõru Jazz	15-Põlva jalgpalliturniir Lootosspring	20-Saaremaa Ralli

Uuringusse kaasatud üritused erinesid üksteisest olulisel määral. Valimis oli neliteist kultuuri- ja kuus spordisündmust. Eesmärgiks oli kaasata üritusi erinevatest tegevusvaldkondadest ja erinevatele sihtgruppidele. Näiteks Põlva noorte jalgpalliturniir Lootosspring väärtustab jalgpalli populariseerimist, seda eriti noorte seas, folkloorifestivali Europeade erinevate kultuuride tutvustamist läbi tantsu ja muusika jne. Valikul võeti arvesse kodumaisuse-rahvusvahelisuse mõõdet ja traditsiooni olemasolu või puudumist ürituse korraldamisel. Rahvusvaheliste suurürituste näideteks võib tuua Otepää MK etapi või folkloorifestivali Europeade, pikaajalise traditsiooniga üritused olid näiteks Tartu Maraton, Saaremaa Ralli või Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääb". Pigem kohalikule elanikkonnale suunatud ürituseks oli Suure-Jaani Muusikafestival.

Ka külastajate arvult kaasati valimisse väga erinevaid üritusi, alates tuhande pealtvaatajaga Sõru Jazzist kuni enam kui kahekümne tuhande pealtvaatajaga Viljandi Pärimumuusika Festivalini (vt tabel 2.1.2). Kokku väisas uuritud kahtekümnet üritust 2011. a kokku üle 230 000 inimese (külastajad, osalejad, esinejad), kellest ligikaudu 88% olid ürituste külastajad. Külastajate arvult olid suurimad üritused valimis rahvusvaheline folkloorifestival Europeade koos Hansapäevadega, Viljandi Pärimumuusika Festival, Otepää MK etapp, Viru Folk, Saaremaa Ooperipäevad, Saaremaa Ralli ja Rabarock. Kuna uuringu eesmärgiks oli hinnata ürituste majanduslikku mõju, võis eeldada, et toodud üritused mõjutavad regioonide majandust enim.

Väljavalitud üritusi võib üldjoontes jagada aktiivseteks ja passiivseteks. Aktiivseteks võib pidada neid, kus küllastajate enamuse moodustasid osalejad. Sellisteks üritusteks olid näiteks Tartu Maraton ja Narva Energiajooks. Enamuse valimist moodustasid passiivsed (nn pealtvaataja) üritused nagu Viljandi Pärimusmuusika Festival, Saaremaa Ooperipäevad, Rabarock jne. Mõne ürituse puhul olid väga olulised nii osalejad kui ka pealtvaatajad, näiteks Naiste Tantsupidu, Punk Laulupidu, Põlva noorte jalgpalliturniir Lootosspring.

Tabel 2.1.2. Ürituste küllastajad, osalejad ja esinejad 2011. a

Ürituste valim	Kokku küllastajad, osalejad, esinejad	Küllastajad	Osalejad, esinejad
KOKKU	230 126	>192 858	>24 068
Kultuuriüritused	187 394	>162 683	>11 511
Spordiüritused	42 732	30 175	12 557
Otepää MK etapp	14 300	13 800	500
Tartu Maraton	11 037	3 000	8 037
Pärnu Jäähfestival	13 200
Jõhvi Balletifestival	2 351	1 921	430
Ruila Kevadtuur	395	225 ¹⁾	170
Punk Laulupidu	7 631	5 760	1 871
Naiste Tantsupidu	6 453	3 236	3 217
Rabarock	10 428	10 128	300
Suure-Jaani Muusikafestival	2 750	2 450	300
Sõru Jazz	1 150	1 100	50
Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääh"	2 459	2 318	141
Saaremaa Ooperipäevad	11 627	11 250	377
Folkloorifestivali Europeade (koos Hansapäevadega)	83 860	80 000	3 860 ²⁾
Viljandi Pärimusmuusika Festival	21 385	21 020	365
Põlva noorte jalgpalliturniir Lootosspring	1 550	950 ³⁾	600
Leigo Järvemuusika	3 760	3 500	260
Viru Folk	12 200	12 000	200
Narva Energiajooks	4 400	2 200	2 200
Augustibluus	8 140	8 000	140
Saaremaa Ralli	11 050	>10 000	1 050

1) Korraldajate hinnangul oli pealtvaatajaid 150-300; 2) Osalejate ja esinejate arv folkloorifestivalil Europeade; 3) Korraldajate hinnangul oli pealtvaatajaid 900-1000.

Valimisse valitud üritused toimusid enamasti suvekuudel – viisteist üritust toimus juunis-augustis. Talvekuudel, jaanuaris-veebruaries toimus neli ja sügisel, oktoobris üks üritus (vt tabel 2.1.3). Valdavalt oli tegemist mitmepäevaste üritustega. Enamus üritusi kestis kaks või rohkem päeva, kõige pikem oli ajaliselt Pärnu Jäähfestival, mis kestis pea kümme päeva. Ühepäevaseid üritusi oli valimis kolm: Punk Laulupidu, Naiste Tantsupidu ja Narva Energia-

jooks. Kuigi nimetatud üritused olid ühepäevase programmiga, siis osalejad-esinejad saabusid seoses proovide ja ettevalmistustöödega piirkonda paar päeva varem.

Tabel 2.1.3. Ürituste toimumise aeg 2011. a

Üritus	Toimumise aeg 2011. a
Otepää MK etapp	22.-23.01
Tartu Maraton	19.-20.02
Pärnu Jääfestival	18.-27.02
Jõhvi Balletifestival	25.-27.02
Ruila Kevadtuur	27.-29.05 ja 02.-05.06
Punk Laulupidu	11.06
Eesti Naiste Tantsupidu	12.06
Rabarock	17.-18.06
Suure-Jaani Muusikafestival	17.-23.06
Sõru Jazz	18.-19.06
Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääb"	5.-10.07
Saaremaa Ooperipäevad	18.-23.07
Folkloorifestival Europeade (koos Hansapäevadega)	20.-24.07
Viljandi Pärimusmuusika Festival	28.-31.07
Põlva noorte jalgpalliturniir Lootospring	4.-7.08
Leigo Järvemuusika	5.-6.08
Viru Folk	12.-14.08
Narva Energiajooks	13.08
Augustibluus	5.-6.08
Saaremaa Ralli	7.-8.10

Läbi töö on tabelites ja joonistel kultuuri- ja spordisündmused esitatud valdavalt ajalises järjestuses.

2.2. Rahvusvahelised uuringud ja ürituste mõjud

Viimasel ajal on maailmas hoogustunud ürituste ja festivalidega seotud turism, sh nii rahvusvaheline kui ka riigi või regiooni sisene. Seda on soodustanud lisandunud vaba aeg, infrastruktuuri, reisimise ja rahaliste võimaluste paranemine. Selle trendiga on kaasnenud soov analüüsida ja mõõta ürituste reaalselt mõju majandusele ja muudele ühiskonnaelu sfääridele. Üritus- ja festivaliturismi püütakse ka teadlikult kasutada regionaalse (majandus)elu elavdamiseks, näiteks perioodidel, mil vastavas regioonis on majanduselu madalseisus (suvel talispordipiirkondades või talvel suveturismi piirkondades). Peamiselt nähakse ürituste mõju piirkonnale turismi edendamise kaudu.

Mujal maailmas on ürituste ning sellega kaasneva majanduslikke ja muid mõjusid kaardistatud juba 30 aastat. Turistid ja nende poolt tehtud kulutused toovad piirkonda täiendavat raha, suurendades ettevõtete müügitulu, majapidamiste sissetulekuid, maksutuluseid, aga ka piirkonna mainet, tuntust jne.

Euroopa Liidus on kultuuri- ja spordisündmuste majanduslikku mõju uuritud nii liikmesriikides üldistavalt kui ka eraldi. Näiteks 2007. a viidi Euroopa Komisjoni tellimisel läbi uuring “*Cultural and Sporting Events: An Opportunity for Developing Tourist Destinations and the Tourist Industry*”¹, kus analüüsiti kümne suurema kultuuri- ja spordisündmuse sotsiaalset, majanduslikku ja keskkonnamõju regioonidele ning väikeettevõtetele. Euroopa Komisjon on kultuurisündmuste kõrval pööranud tähelepanu ka spordisündmuste majandusliku mõju väljaselgitamisele. Näiteks käsitleti seda teemat 2006. a Brüsselis toimunud üle-euroopalisel spordikonverentsil “*The Role of Sport in Europe*”². Sporti on traditsiooniliselt EL-is vaadeldud kitsalt sotsiaalses tähenduses, kuid tervise edendamise kõrval kaasnevad spordisektoriga ulatuslikud majanduslikud mõjud ja töökohtade loomine. Spordiüritused ja -turism on kõrge majandusliku arengupotentsiaaliga, mis võiks olla regiooni üheks arengumootoriks. Spordisektor ei piirdu vaid spordirajatiste ja -teenuste pakkumisega, vaid on laiemalt seotud kogu majandusega, sealhulgas spordikaupade tootmise, meelelahutuse, hariduse, reklaami, ringhäälingu, sponsorluse, toitlustuse, ehitamise, turismiga jne.

Mitmeid majandusliku mõju uuringuid eri kultuurivaldkondades on läbi viidud Suurbritannias Art Council-i finantseerimisel. Näiteks selgitati 2004. a uuringus “*The Economic and Social Impact of Cultural Festivals in the East Midlands of England*”³ üheteistkümmet kultuu-

¹ Cultural and Sporting Events: An Opportunity for Developing Tourist Destinations and the Tourist Industry. A Guide for maximising the durable impacts of cultural and sporting events on tourist destinations and the tourist industry. European Communities, 2007. [http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/studies/msc_events/mcs_events_handbook_en.pdf]. 23.02.2012.

² Dejonghe, T. (2006). The Economic Impact of Sport. Consultation Conference with the European Sport Movement on the Role of Sport in Europe, European Commission, Brussels. [http://ec.europa.eu/sport/library/documents/b1/doc312_en.pdf]. 23.02.2012.

³ Maughan, C., Bianchini, F. (2004). The Economic and Social Impact of Cultural Festivals in the East Midlands of England. [<http://www.efa-aef.eu/newpublic/upload/efadoc/11/Economic%20and%20social%20impact-final%20report.pdf>]. 23.02.2012.

rifestivali majanduslikku ja sotsiaalset mõju. Ürituste mõjusid on analüüsitud ka Šotimaal – Edinburghis kaardistati uuringu “*Edinburgh Festivals Impact Study*”⁴ raames kahteteist suuremat ja väiksemat aasta jooksul toimunud festivali.

Austraalias on 2002. a festivalide, kultuuri- ja spordisündmuste majandusliku mõju hindamiseks läbi viidud uuring “*Estimating the Economic Impacts of Festivals and Events: A Research Guide*”⁵. Seejuures keskendub Austraalia uuring just pigem väiksemate kultuuri- ja spordisündmuste majandusliku mõju uurimise metodoloogiale väljatöötamisele, mida seejärel rakendati kahe kultuuri- ja kahe spordiürituse mõjude hindamiseks.

Eestile lähedal asuvatest riikidest on festivalide majandusliku ja sotsiaalkultuurilise mõju meetodikat välja töötanud näiteks Joensuu Ülikooli turismi õpetamise ja uuringute keskus. 2007. a viidi pilootprojektina läbi East Side Story uuring: “*Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus*”⁶, mille käigus selgitati kaheteistkümne Ida-Soome kultuuri- ja spordisündmuse majanduslikke ja sotsiaalkultuurilisi mõjusid. Projekti käigus töötati välja esialgne meetodika, mida täiustati järgnevatel aastatel. Seejärel kaardistati 2008.-2009. a veel viite üritust. Savonlinna Ooperipäevade ja Savonlinna Balletifestivali kohta läbiviidud uuringus “*Economic and Socio-Cultural Impacts of Two Leading Cultural Festivals of Savonlinna*”⁷ analüüsiti festivalide mõjusid lähtuvalt viiest huvigrupist: koguti kohalike ettevõtjate hinnanguid ettevõtete majandustulemustele, küllastajate ja kohalike elanike hinnanguid festivali mõjude kohta mitmes valdkonnas ning ürituse ajal tehtud kulutusi ning selgitati, kui suured olid piirkonda jäänud korralduskulud (reklaamikulud, töötasu jms) ja kohalike poliitikategijate meelestatus.

Võib öelda, et pea kõikides uuringutes kaasati analüüsi erinevaid huvigruppe – sõltuvalt uuringust ürituste korraldajad, kohalikud ettevõtjad, kohalikud poliitikategijad, festivalide küllastajad, kohalikud elanikud, sponsorid, esinejad, vabatahtlikud jne. Kõigi ürituste majandusliku mõju leidmisel oli võtmelise tähtsusega nende küllastajate kulutuste väljaselgitamine, kes tulid piirkonda väljastpoolt regiooni tänu ürituse toimumisele, st eesmärgiks oli kindlaks määrata tänu üritusele regiooni tulnud täiendav rahavoog.

Üldiselt töötati uuringute tulemusel välja praktilised juhtnöörid, kas ettevõtetele ja asutustele, kohalikele omavalitsustele, korraldajatele või kohalikele elanikele, et kaasata spordi- ja kultuurisündmuste korraldamine enam regionaal- ja turismiarengu planeerimisse, suurendada

⁴ Edinburgh Festivals Impact Study. BOP Consulting, 2010. [<http://www.festivalsedinburgh.com/sites/default/files/Edinburgh%20festivals%202010%20Impact%20Study%20Report.pdf>]. 23.02.2012.

⁵ Janeczko, B., Mules, T., Ritchie, B. (2002). Estimating the Economic Impacts of Festivals and Events: A Research Guide. Sustainable Tourism CRC. [<http://www.crctourism.com.au/wms/upload/Resources/bookshop/Estimate%20Econ%20Impacts%20Festivals-Events.pdf>]. 23.02.2012.

⁶ Mikkonen, J., Pasanen, K., Taskinen, H. (2008). Itäsuomalaisten tapahtumien asiakasprofiilit ja aluetaloudellinen vaikuttavuus. ESS vaikuttaa – tapahtumien arviointihankkeen tutkimusraportti. Centre for Tourism Studies. [http://epublications.uef.fi/pub/urn_isbn_978-952-219-163-2/urn_isbn_978-952-219-163-2.pdf]. 23.02.2012.

⁷ Mikkonen, J., Pasanen, K. (2010). Economic and Socio-Cultural Impacts of Two Leading Cultural Festivals of Savonlinna. Centre for Tourism Studies, University of Eastern Finland, Savonlinna, Finland. [http://www.eventsandfestivalsresearch.com/files/proceedings/Mikkonen_Pasanen_FINAL.pdf]. 23.02.2012.

eelnevalt nimetatud osapoolte vahelist koostööd ja projektide ühist läbiviimist, mis tooks laiemalt kasu kogu piirkonnale ja kõigile osapooltele. Seega olid kõik need uuringud heaks lähtematerjaliks käesoleva uuringu metodoloogia väljatöötamisel.

Erinevate uuringute majandusliku mõju kõrvutamisel tuleb olla ettevaatlik. Majandusliku mõju leidmine erineb nii ülesehituselt kui ka läbiviimise viisilt, mistõttu on erinevate uurin- gutulemuste omavaheline võrdlus raskendatud. Võib öelda, et hoolimata aastatepikkusest kogemusest ei ole siiani ühtainust “õiget” meetodit mõjude mõõtmiseks. Erinevad kultuuri- ja spordisündmuste piirkondliku majandusliku mõju alased uuringud arvestavad mitmeid tegu- reid ja mõõdavad erinevaid suurusid, kuid levinud küsimused, millele uuringutes vastuseid otsitakse, on järgmised: kui palju külastajaid toob üritus piirkonda ja kui palju külastajad piirkonnas kulutavad, kui suur osa kohalike ettevõtete ja asutuste müügitulust teenitakse tänu üritusele, kui palju töökohti loob üritus piirkonnas, millised on ürituse otsesed ja teised mõjud, ürituse lühi- ja pikaajalised mõjud jne. Turismisektoris on majanduslike mõjude hin- damiseks välja töötatud keerukaid mudeleid, mis mõõdavad turistidevoost tulenevaid otseseid ja kaudseid mõjusid majandusele. Kuna käesolevas uuringus käsitletavad üritused ja nende toimumiskohad on enamasti väikesed, siis kaardistatakse eelkõige ürituste esmast majandus- likku mõju.

Üha enam püütakse rahvusvahelistes uuringutes arvestada majandusliku mõju kõrval ka muu- de mõjudega. Ainuüksi majanduslike mõjude hindamine ei ole piisav otsustamiseks piirkond- like ürituste edukuse, vajalikkuse ja olulisuse üle. Ürituse analüüsimist võidakse alustada võimalike mõjude kaardistamisest. Lisaks majanduslikule mõjule eristatakse näiteks turismi- ja kaubanduse, keskkonna, sotsiaalkultuurilisi, psühholoogilisi ning poliitilis-administratiiv- seid mõjusid⁸. Erinevate mõjude positiivseid ja negatiivseid näited on toodud tabelis 2.2.1.

Mõjude esinemine sõltub ürituse suurusest ja mastaabist, näiteks kinnisvara spekulatsioon ei ole ilmselt probleemiks kohalikele elanikele suunatud regionaalsetel väikeüritustel, kuid võib seda olla olümpiamängudel. Kvalitatiivsete mõjude kohta võib informatsiooni koguda koh- tumistel korraldajatega, läbi piirkonna ettevõtjate ning ürituse külastajate, kohalike elanike ja ekspertgrupi hinnangute, samuti läbi ürituste monitoorimise uuringu läbiviijate poolt, vara- sama praktika analüüsimise vms viisil.

Majandusliku mõju puhul on tavapärase leida, kui suur oli tänu üritusele piirkonda tulnud täiendav rahavoog. Muude mõjude kvantitatiivne mõõtmine on komplitseeritum tegevus, näiteks võib hinnata mõju keskkonnale läbi mürataseme või reostuse mõõtmist enne sünd- must ja sündmuse ajal vms. Küsimusi võib tekitada, kas majanduslik mõju on saavutatud mingi muu tegevuse kulul või arvelt, kuid harva hinnatakse muid üritustega kaasnevaid mõ- jusid rahaliselt (st keskkonna probleeme, müra, kuritegevust jne). Erinevate mõjude hindami- seks kasutatakse skaalasid.

⁸ Hall 1992 viidatud läbi Janeczko, B., Mules, T., Ritchie, B. (2002). Estimating the Economic Impacts of Festivals and Events: A Research Guide. Sustainable Tourism CRC. [<http://www.crctourism.com.au/wms/upload/Resources/bookshop/Estimate%20Econ%20Impacts%20Festivals-Events.pdf>]. 23.02.2012.

Tabel 2.2.1. Ürituste võimalikud mõjud ja mõjusuunad koos näidetega

Mõju liik	Positiivne mõju	Negatiivne mõju
Majanduslik	<ul style="list-style-type: none"> • Suurenenud tulud • Töökohtade loomine • Tööjõu pakkumise suurendamine • Elatustaseme tõus • Edu turistide ligimeelitamisel • Hooajalisuse vähendamine 	<ul style="list-style-type: none"> • Hinnatõus sündmuse ajal • Kinnisvara spekulatsioonid • Investeeringute ebaefektiivsus • Ebaadekvaatne sündmuse kulude hindamine, kahjum • Kohalike ettevõtete tõrjutus
Turism / kaubandus	<ul style="list-style-type: none"> • Suurenenud teadlikkus piirkonnast reisimis- ja turismisihtkohana • Suurenenud teadlikkus potentsiaalseteks investeeringuteks ja äritegevuseks • Uute majutuskohtade ja turismi-atraktsioonide rajamine • Suurenenud ligipääs 	<ul style="list-style-type: none"> • Piirkonna maine halvenemine ebasobivate rajatiste, tegutsemistavade, hindade tõusu, turvaprob- leemide vms tõttu • Negatiivsed reaktsioonid kohalikel ettevõtetelt tulenevalt kasvanud konkurentsist kohalikule töö- jõule ja omavalitsuste toetus- meetmetele
Keskkondlik	<ul style="list-style-type: none"> • Uute rajatiste ehitamine • Kohaliku infrastruktuuri paranemine • Pärandi säilitamine 	<ul style="list-style-type: none"> • Kahju keskkonnale (müra, liigne transport, tallamine jne) • Muutused loodusprotsessides • Kaitse all olevate rajatiste, kohtade kahjustamine • Ülerahvastatus
Sotsiaalne / kultuuriline	<ul style="list-style-type: none"> • Kohalike elanike püsiv huvi ja osalemine üritusega seotud tegevustes • Piirkondlike väärtuste ja traditsioonide tugevdamine • Noorte suurem seotus oma kodukohaga 	<ul style="list-style-type: none"> • Isiklike või isiklikku laadi tegevuste kommertsialiseerumine • Sündmuse või tegevuse olemuse muutmine turismi edendamiseks • Kuritegevuse kasv • Muutused kogukonna struktuuris
Psühholoogiline	<ul style="list-style-type: none"> • Suurem kohalik uhkus ja kogukonna ühtsustunne • Suurenenud arusaam maailma mitmekesisusest • Aktiivsuse kasv • Positiivsed emotsioonid 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaitsemehhanismi teke sündmust vastuvõtvast regioonis • Kultuurišokk • Arusaamatused, mis võivad tekitada kohalikus/küllastajas vaenu
Poliitiline / administratiivne	<ul style="list-style-type: none"> • Piirkonna ja selle väärtuste suurenenud (rahvusvaheline) tunnustamine • Planeerijate oskuste arenemine • Piirkonna ettevõtete, asutuste, organisatsioonide parem koostöö ja vastastikune mõistmine 	<ul style="list-style-type: none"> • Sündmuse tõelise olemuse muutumine eliidi väärtuste peegelpildiks • Suutmatust toime tulla ja saavutada soovitud eesmärke • Sündmuse kasutamine ebapopulaarsete otsuste õigustamiseks • "Vägikaikavedu"

Allikas: Hall 1992 viidatud Janeczko et al. 2002 kaudu, EKI täiendused

Kokkuvõttes võib öelda, et mitmed riigid on püüdnud välja töötada festivalide ja ürituste majandusliku mõju hindamise metodoloogiat. Eelpooltoodud on vaid üksikud näited paljust uuringutest. Uuringud, mis kaasavad mitmeid kultuuri- ja spordisündmusi, võimaldavad erinevate ürituste tulemusi süsteemselt esitada, võrrelda ja korduvalt läbi viia. Kuigi enim uurimist on leidnud majanduslikud mõjud, siis üha enam leitakse, et majanduslike mõjude kõrval on oluline analüüsida teisigi üritusega kaasnevaid positiivseid ja negatiivseid mõjusid nagu sotsiaalkultuurilised, keskkonnavalased vm mõjud. Erinevate eelnevate tööde metodoloogia on lähtepunktiks käesolevale uuringule.

2.3. Uuringu metoodika ja valim

Kultuuri- ja spordisündmuste uuringutes on enim analüüsimist leidnud majanduslikud mõjud. Majanduslike mõjude analüüsimine on levinud, sest aitab ürituste korraldajatel ja kohalikel omavalitsustel saavutada eelarves seatud eesmärged, põhjendada kulutusi, näidata ürituste olulisust, samuti on majanduslikud mõjud rahaliselt kergemini hinnatavad kui muud mõjud. Samas tõstetakse rahvusvahelistes uuringutes üha enam esile tervikliku lähenemisviisi vajalikkust, st majanduslikke mõjusid analüüsitakse koos turismi, sotsiaalkultuuriliste, keskkonna jm mõjudega.

Majanduslik mõju sõltub üritust külastanud inimeste arvust ja kulutustest, ürituse ja regiooni mainest, sisust, korraldajate professionaalsusest ja turunduslikust kompetentsist. Samuti piirkonna infrastruktuurist (kas on majutuskohi, toitlustust, kauplusi jne), ettevõtete ja asutuste valmidusest teenindada küllastajaid (varude täiendamine, lisatööjõu võtmine, lahtiolekuaegade pikendamine jne) ning valmidusest pakkuda korralduseks vajaminevaid kaupu ja teenuseid.

Ürituste majandusliku kasu mõõtmiseks määratleti iga ürituse eeldatav mõjupiirkond, st üritusest tuleneva mõju geograafiline ulatus. Näiteks Augustiblius leidis aset Haapsalu linnas, aga väljaspool Haapsalut oli eeldatav majanduslik kasu nõrk, seega oli selle ürituse puhul mõjupiirkonnaks Haapsalu. Seevastu Rabarocki puhul võis eeldada, et kasusaajaid saab olema lisaks Järvakandi vallale ka väljastpoolt, seega määratleti mõjupiirkonnaks Järvakandi koos 40 km raadiusega, mille sisse jääb Rapla linn. Valim moodustati üldjuhul ürituse otseses toimumiskohas tegutsenud ettevõtetest-asutustest, lähiümbruses tegutsenud ettevõteteid-asutusi kaasati vähem. Ürituste toimumiskoht ja analüüsitud mõjupiirkonnad on toodud tabelis 2.3.1.

Tabel 2.3.1. Uuringusse kaasatud üritused, maakond, toimumiskoht ja mõjupiirkond

Üritus	Maakond	Toimumiskoht	Mõjupiirkond
Otepää MK etapp	Valga maakond	Otepää	Otepää + 20 km
Tartu Maraton	Tartu maakond, Valga maakond	Otepää, Elva, Tartu	Otepää-Elva + 30 km
Pärnu Jäähfestival	Pärnu maakond	Pärnu	Pärnu
Jõhvi Balletifestival	Ida-Viru maakond	Jõhvi	Jõhvi + 20 km
Ruila Kevadtuur	Harju maakond	Ruila	Ruila + 30 km
Punk Laulupidu	Lääne-Viru maakond	Rakvere	Rakvere
Eesti Naiste Tantsupidu	Jõgeva maakond	Jõgeva	Jõgeva + 20 km
Rabarock	Rapla maakond	Järvakandi	Järvakandi + 40 km
Suure-Jaani Muusikafestival	Viljandi maakond	Suure-Jaani	Suure-Jaani + 30 km
Sõru Jazz	Hiiu maakond	Sõru	Hiiumaa
Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääd"	Saare maakond	Muhumaa	Muhumaa
Saaremaa Ooperipäevad	Saare maakond	Kuressaare, Saaremaa	Kuressaare
Folkloorifestival Europeade (koos Hansapäevadega)	Tartu maakond	Tartu	Tartu
Viljandi Pärimusmuusika Festival	Viljandi maakond	Viljandi	Viljandi + 20 km
Põlva noorte jalgpalliturniir Lootospring	Põlva maakond	Põlva	Põlva + 20 km
Leigo Järvemuusika	Valga maakond	Leigo	Leigo + 20 km
Viru Folk	Lääne-Viru maakond	Käsmu	Käsmu + 20 km
Narva Energiajooks	Ida-Viru maakond	Narva	Narva, Narva-Jõesuu
Augustibliuus	Lääne maakond	Haapsalu	Haapsalu
Saaremaa Ralli	Saare maakond	Saaremaa	Kuressaare

Sündmused mõjutavad regiooni majandust nii otseselt kui kaudsemalt. Tänu üritusele regiooni tulnud rahavoog paneb aluse protsessile, kus turismiga lähedalt seotud ettevõtete ja asutuste kõrval on ürituse mõju piirkonna majandusele oluliselt laialdasem ja kaugemaleulatavam, kui esialgu tundub. Piirkondlikuks majanduslikuks mõjuks nimetatakse väljastpoolt regiooni tulnud täiendavate rahavoogude tekitatud mõjusid, mis ilma ürituseta ei oleks aset leidnud. Käesolevas uuringus leiti ürituste otsene majanduslik mõju kohalikele ettevõtetele ja asutustele, majanduslik mõju läbi külastajate kulutuste ning ürituse eelarvest piirkonda jäävate kulutuste.

Uuringu eesmärgist ja ülesannetest lähtuvalt koostati ja viidi läbi küsitlus kohalike ettevõtete ja asutuste ning teenusepakkujate seas (vt lisa 1 ettevõtete ja asutuste küsitluslehe näidis). Uuringu eesmärgiks oli välja selgitada ürituste mõju kohalike ettevõtete ja asutuste ning teenusepakkujate majandustegevusele (müügitulule, kasumile, töötajate arvule, külastatavusele), piirkonna mainele ja tuntusele ning erinevatele kultuuri- ja spordielu sfääridele. Samuti analüüsida ettevõtete-asutuste meelestatust ja valmidust teha koostööd piirkonnas toimuvate ürituste korraldajatega ning uurida ettevõtjate hinnanguid ürituste vajalikkusele. Küsitlusega ei kogutud ettevõtete-asutuste tulude absoluutsuursi, mis oleks ilmselt vähendanud küsimustikule vastamise määra.

Kohalike ettevõtete ja teenusepakkujatega võeti paar nädalat enne ürituse toimumist ühendust, kus tutvustati uuringut ja paluti täita interneti teel saadetaküsitlusleht vahetult peale ürituse toimumist. Täitmiseks antud ajavahemiku (üks-kaks nädalat) möödumisel ja vastuste puudumisel võeti ettevõtte või asutusega uuesti telefoni teel ühendust, selgitati uuringu eesmärki ja küsimusi ning paluti uuringu objektiivsuse huvides ankeet ikka ära täita, st ka juhtudel kui muutusi ei täheldatud.

Kohalike ettevõtete ja asutuste küsitluse valimi koostamist alustati mõjupiirkonnas asuvate toitlustus-, majutus- ning teenindusettevõtete ja -asutuste väljaselgitamisest. Informatsiooni koguti erinevatest allikatest nagu turismiinfo portaalid, Puhkaeestis.ee, Majandustegevuse register, kohalike omavalitsuste kodulehed, korraldajate poolsed soovitusel jne. Valimite koostamisel ilmnas, et mõnes piirkonnas oli kohalike ettevõtete-asutuste arv väga väike. Näiteks Ruila Kevadtuuri toimumise mõjupiirkonda jäävaid ettevõtteid-asutusi oli vaid 30, Suure-Jaani Muusikafestivalil 45, Põlva noorte jalgpalliturniiril Lootosspring 46 ning Leigo Järvemuusikal 49. Sellest tulenevalt võis eeldada mainitud ürituste nõrgemat majanduslikku mõju, sest külastajatel ei avanenud just palju võimalusi raha jätmiseks piirkonda. Lisaks kohalikele ettevõtetele ja asutustele küsitleti võimaluse korral teenusepakkujaid ürituse alal, kes ei pruukinud olla kohalikku päritolu. Küsitletud ettevõtete-asutuste valim näitab seega üldist turismile orienteeritust ja sellest tulenevat võimalikku majanduslikku kasu (vt tabel 2.3.2., ettevõtete-asutuste arv küsitlusvalimis).

Tabelist on näha, et üritused, mille mõjupiirkonda jäi (või oli sissetoodud) palju ettevõtteid-asutusi, olid rahvusvaheline folkloorifestival Europeade, Tartu Maraton, Naiste Tantsupidu, Pärnu Jäähfestival, Viljandi Pärimusmuusika Festival, Saaremaa Ooperipäevad ja Saaremaa Ralli. Neist folkloorifestivalil Europeade ja Naiste Tantsupeol suurendasid valimi mahtu oluliselt ürituse ajal toimunud laadad. Lisaks suurematele linnadele mandril (Tartu, Pärnu, Viljandi) oli rohkem majutus-, toitlustus- ja teenindusettevõtteid saartel, sest need piirkonnad on enam turismile orienteeritud. Kokku oli kahekümne ürituse valimis 2126 ettevõtet-asutust, kellest küsimustikule vastas 939 (vastamise protsent 44%). Neist 87% olid kohalikud ettevõtteid-asutused ja 13% ürituse alal kauplused-teenusepakkujad, kes olid tulnud väljastpoolt ürituse toimumise maakonda. Suurim teenusepakkujate osakaal vastanutest (47%) oli folkloorifestivalil Europeade, mida korraldati koos Tartu Hansapäevadega.

Tabel 2.3.2. Ettevõtete ja asutuste küsitluse valim ning küsitlusele vastanute arv

Ürituste valim	Ettevõtete, asutuste arv küsitlusvalimis	Vastanud ettevõtete, asutuste arv	sh kohalikud ettevõtted, asutused	sh kauplejad, teenusepakkujad	Vastanute osakaal küsitlusvalimist (%)
KOKKU	2126	939	815	124	44
Kultuuriüritused	1585	719	600	119	45
Spordiüritused	541	220	215	5	41
Otepää MK etapp	111	34	29	5	31
Tartu Maraton	161	51	51	0	32
Pärnu Jäähfestival	134	68	68	0	51
Jõhvi Balletifestival	52	26	25	1	50
Ruila Kevadtuur	30	15	15	0	50
Punk Laulupidu	87	38	38	0	44
Naiste Tantsupidu	147	65	43	22	44
Rabarock	77	34	26	8	44
Suure-Jaani Muusikafestival	45	30	30	0	67
Sõru Jazz	102	32	32	0	31
Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääb"	51	28	28	0	55
Saaremaa Ooperipäevad	125	67	67	0	54
Folkloorifestival Europeade (koos Hansapäevadega)	404	146	78	68	36
Viljandi Pärimusmuusika Festival	126	66	60	6	52
Põlva noorte jalgpalliturniir Lootospring	46	29	29	0	63
Leigo Järvemuusika	49	24	24	0	49
Viru Folk	86	36	22	14	42
Narva Energiajooks	68	26	26	0	38
Augustiblius	100	59	59	0	59
Saaremaa Ralli	125	65	65	0	52

Tegevusalade lõikes vastas küsimustikule 36% majutus-, 20% toitlustus- ja 44% teenindusettevõtteid (sh kauplejad, teenusepakkujad) (vt tabel 2.3.3). Ettevõtete ja asutuste jaotamise aluseks oli ettevõtte põhitegevus, kuigi näiteks mitmed põhitegevusalaga majutusettevõtted pakkusid toitlustust vm.

Tabel 2.3.3. Uuringu käigus küsitatud ettevõtte-asutused tegevusala järgi

Küsitatud ettevõtte-asutuste tegevusala	Küsitatud ettevõtte-asutuste arv	Küsitatud ettevõtte-asutuste osakaal (%)	Ettevõtete liigitamine tegevusala järgi
KOKKU	939	100	
1. Majutus	343	36	majutus (hotellid, motellid, kodumajutus, puhkekülad jms)
2. Toitlustus	185	20	toidu ja joogi serveerimine (restoranid, kohvikud, pubid, söögitoad jms), teenusepakkujad (kauplejad) ürituse alal
3. Teenindus	411	44	jaekaubandus-, transpordi-, reklaamiettevõtted, bensiinijaamad, spordiasutused, lõbustus- ja vaba aja asutused, loome-, kunsti- ja meelelahutusasutused, muuseumid, galeriid jm kultuuriasutused, teenusepakkujad (kauplejad) ürituse alal

Uuringu haarde laiendamiseks koostati ja viidi EKI initsiatiivil ja finantseerimisel läbi küsitlus külastajate ja osalejate seas (vt lisa 2 külastajate küsitluslehe näidis). Koguti teavet nn tüüpkuulastaja profiili koostamiseks (vanus, sugu, elukoht, piirkonnas viibitud aeg, seltskonna suurus), selgitati välja külastajate kulutused, rahulolu ja koguti tagasisidet korraldajatele.

Külastajate uuring viidi valdavalt läbi interneti vahendusel ilma küsitlejateta, kuid mõne ürituse puhul lisandus võimalus täita ankeete paberil ürituse toimumiskohas (nt Naiste Tantsupidu, Saaremaa Ooperipäevad, folkloorifestivali Europeade, Ruila Kevadtuur, Jõhvi Balletifestival, Suure-Jaani Muusikafestival). Uuringus osalemist propageeriti erinevate kanalite kaudu (flaier, välireklaam, fänni- ja uudiskirjad, ürituse voldik, suhtlusvõrgustikud, ürituse koostööpartnerid, ajalehtede veebileheküljed jne). Lisaks panid ürituste korraldajad välja auhindu, mis loositi välja uuringule vastanud külastajate vahel ja milleks olid ürituse meened, suveniirid, järgmise aasta pääsmed, seotud ürituste pääsmed vms. Külastajate ja osalejate küsitlusele laekus 5508 vastust, st keskmiselt 275 vastust ürituse kohta. Kõige arvukam oli tagasiside Naiste Tantsupeo, Viljandi Pärimusmuusika Festivali ning Rabarocki külastajatelt ja osalejatelt, vastavalt 1190, 931 ja 781 ankeeti.

Piirkondlik majanduslik mõju avaldub ka läbi ürituste korraldamise, sest ürituste läbiviimine on seotud erinevat laadi kulutustega – esinejate ja osalejate majutamine, toitlustamine ja transport, reklaamimine, valgus- ja helitehnilised teenused, ürituste läbiviimine kohapeal jne. Seega on piirkonda jäävad kulud majanduslikus mõttes olulised, sest need toetavad kohalikke ettevõtlust ning toovad kasu piirkonna elanikele. Selleks, et teada saada kui palju jäi korralduslikest kulutustest piirkonda, koguti korraldajatelt vastavat informatsiooni. Enne ürituste toimumist aset leidnud kohtumistel korraldajatega koguti teavet ürituste tausta, ajaloo, külastajate ja esinejate arvude, finantseerimisallikate, koostööpartnerite jms kohta. Ürituse järgselt toimus eelarve täitmise ja eelarvest piirkonda jäänud kulutuste täpsustamine.

Ürituste majanduslik mõju läbi külastajate kulutuste ja ürituse eelarvest piirkonda jäävate kulutuste leiti järgmiselt:

Majanduslik mõju = otsene tulu + eelarvelised tulud

Otsene tulu näitab kui palju jäi piirkonda läbi külastajate kulutuste, mis tehti kohalikes majutuse, kaubanduse, toitlustuse, transpordi jm teenuseid pakkunud ettevõtetes ja asutustes. Kuigi ürituse majanduslik mõju avaldab läbi otseselt turismiga seotud ettevõtete-asutuste mõju ka seotud majandusharude ettevõtetele ja kohalike elanike sissetulekutele, siis käesolevas uuringus teiseseid mõjusid ei hinnatud tulenevalt ürituste ja nende toimumiskohtade väiksusest⁹. Majandusliku mõju hindamisel jäeti vaatluse alt välja kohaliku elanikkonna ja muudel põhjustel piirkonnas viibinud inimeste kulutused, sest need oleksid toimunud suures osas ka mingi muu teenuse või toote tarbimise raames. Kuigi kohalike inimeste poolt tehtud kulutused piletitele jm ei kajastu otseselt majandusliku mõju arvutuses, on nad siiski olulised. Seega arvestatakse majandusliku mõju arvestuses ainult nende külastajate kulutustega, kes olid piirkonda tulnud väljastpoolt ürituse maakonda ja tänu üritusele, sest eesmärgiks oli leida ürituse poolt loodud lisandväärtus ehk kui palju nõ uut raha tuli piirkonda tänu ürituse toimumisele.

Otsene tulu ehk külastajate kulutused ei kandu täies ulatuses automaatselt üle piirkonna ettevõtetele ja elanikele, vaid osa sellest lekib erinevatel põhjustel nagu varude täiendamine, maksud, osa tulust võib minna piirkonnavälistele inimestele, ettevõtetele ja organisatsioonidele jne. Kuna külastajate kulutuste täpne sihtotstarve ei ole teada, siis korrigeeriti külastajate kulutusi vaid piirkonnast väljarändavate kaudsete maksudega. Vaatluse alt jäeti välja teenuste ja kaupade müügiiga seotud käibemaks, milleks on kasutatud käibemaksu standardmäära 20%¹⁰. Järelejäänud summat külastajate kulutuste näol nimetati otseseks külastajate kulutuste sisendiks. Otsene tulu üritusest võrdub:

$$\text{otsene tulu} = \text{ürituse külastamise eesmärgil piirkonnas viibinud külastajate kulutused} - \text{maksud}$$

Ürituse külastajate koguarv saadi korraldajatelt, kes saatsid külastajate arvud kogutud piletimüügiandmete, vaatluse vms põhjal. Külastajate seas läbi viidud küsitlusega leiti sisend piirkondliku majandusliku mõju arvutamisele – ürituse tõttu väljastpoolt piirkonda tulnud kultuuri- ja spordihuviliste proportsioonid kõigist külastajatest ning nende kulutused ja kulustruktuurid piirkonnas. Mõnel juhul kasutati väljastpoolt piirkonda ja tänu üritusele saabunud külastajate arvu väljaselgitamisel korraldajate hinnangut.

⁹ Teisene majanduslik mõju varieerub üle regioonide, sõltudes piirkonna majanduse iseloomust ning turistiteenindavate sektorite seotusest teiste sektoritega. Mida iseseisvam on piirkond toodete ja teenuste pakkumises, seda suuremat tulu regioonile sinna jäetud eurod tekitavad. Teiseste mõjude mõõtmine on komplitseeritud tegevus. Käesoleva uuringu eesmärgi, mahu ja ürituste väiksuse tõttu ei ole teiseseid mõjusid piirkondlike majanduslike mõjude hulka arvatud.

¹⁰ Tegelikult ei tarvitsenud kõik kulud olla käibemaksuga maksustatud (käibemaksukohustuslasena tuleb arvele võtta kui maksustatav käive ületab kalendriaasta algusest arvates 16 000 €), samuti on osad kaubad ja teenused maksustatud alandatud (nt majutus ja raamatud 9%) käibemaksumääraga.

Majandusliku mõju teine sisend, eelarvelised tulud näitavad kui palju eelarvelistest kulutustest jäi ürituse toimumispiirkonda. Eelarveline tulu ehk majanduslik mõju läbi ürituse korraldamise leiti järgmiselt:

$$\text{eelarvelised tulud} = \text{ürituse eelarvest piirkonda jäävad kulutused} - \text{maksud}$$

Eelarvest piirkonda jäänud kulutusi kajastatakse samuti ilma käibemaksuta. Ürituse eelarvelised tulud leiti kohtumistel ja konsulteerimistel korraldajatega.

Kokkuvõttes võib öelda, et vahetult peale igat üritust läbiviidud kohalike ettevõtete ja asutuste küsimustikule vastas kokku 939 ettevõtet (815 kohalikku ettevõtet-asutust ning 124 ürituste ajal ja alal teenusepakkujat), külastajate küsimustikule vastas kokku 5508 inimest ning lisaks kohtuti kõigi kahekümne ürituse läbiviijatega, et selgitada eelarvest piirkonda jäänud kulutused ja eelarvete kujunemine. Need külastajate, kohalike asutuste-ettevõtete ja üritustel teenusepakkujate hulgas läbiviidud küsitluste tulemused ning korraldajate finantsnäitajad olid iga kahekümne ürituse piirkondliku majandusliku mõju analüüsi aluseks, mille põhjal ongi valminud käesolev koondaruanne.

3. EESTI TURISMISEKTOR MAAKONNITI

3. Eesti turismisektor maakonniti

Kultuuri- ja spordisündmuste majanduslik kogumõju sõltub piirkonna valmidusest teenindada külastajaid, mistõttu analüüsitakse käesolevas alapeatükis Eesti maakondade turismimajanduse valmidust ja suutlikkust. Regionaalne majanduslik mõju üritustest on seda suurem, mida paremad tingimused on külastajatele piirkonnas loodud.

Eestis on piirkondi, mis toetuvad olulisel määral turismisektorile (nt Tallinn, Saaremaa, Pärnu, Otepää vms), kuid arenguvõimalusi nimetatud ja teistes piirkondades turismisektori kvaliteedi ja efektiivsuse tõstmisel jagub. Majutuskohad on heaks piirkonna turismiaktiivsust kirjeldavaks näitajaks, sest mida rohkem neid on, seda suuremat kasu võib piirkond turismisektorist teenida. 2011. a tegutses Statistikaameti hinnangul Eestis 878 majutusettevõtet, nendest viiendik asus Harju maakonnas (sh Tallinn), enam kui kümnendik Saare ja Pärnu maakonnas ning ligi kümnendik Valga maakonnas, kus paikneb talve turismikeskus Otepää (vt tabel 3.1).

Tabel 3.1. Keskmise majutusettevõtete ja voodikohtade arv ning ööpäeva maksumus 2011. a

	Majutuskohad		Voodikohad		Ööpäeva keskmine maksumus (€)
	arv	osakaal (%)	arv	osakaal (%)	
Kogu Eesti	878	100	40 650	100	28
Harju maakond	180	21	16 779	42	33
sh Tallinn	124	14	14 718	36	33
Hiiu maakond	30	3	586	1	21
Ida-Viru maakond	53	6	2 348	6	25
Jõgeva maakond	20	2	556	1	16
Järva maakond	20	2	410	1	24
Lääne maakond	40	5	1 358	3	18
Lääne-Viru maakond	52	6	1 875	5	25
Põlva maakond	36	4	881	2	21
Pärnu maakond	101	11	5 349	13	25
sh Pärnu	59	7	3 811	9	26
Rapla maakond	14	2	369	1	16
Saare maakond	99	11	2 848	7	24
Tartu maakond	71	8	2 807	7	25
sh Tartu	42	5	1 909	5	27
Valga maakond	78	9	2 295	6	23
Viljandi maakond	40	5	947	2	20
Võru maakond	45	5	1 243	3	19

Allikas: Statistikaamet 2012

Voodikohtade jaotumine on veelgi ilmekam tõestus majutusteenuste kontsentreerumisest Harjumaaale, peamiselt Tallinna, kus asub 42% voodikohtadest. Tallinnas paiknevad kõrge mahutavusega suurhotellid ei ole iseloomulikud teistele linnadele ja piirkondadele, kus on enam väikehotelle, motelle, külalistemajasid, turismitalusid jne. Harju maakonnale järgnevad voodikohtade arvult Pärnu (13%), Saare (7%), Tartu (7%), Ida-Viru (6%) ja Valga (6%) maakond, mis on samuti enam valmis turistide teenindamiseks. Eesti turismisektorit iseloomustab lisaks majutuskohtade varieerumisele teenuste hinna erinevused maakondade lõikes. See puudutab nii toidlustust, muud teenindust (meelelahutus jms) kui ka majutust. Kui keskmine majutuskoha ööpäevane maksumus oli Eestis 28 €, siis näiteks Rapla ja Jõgeva maakonnas oli vastav näitaja 16 € ja Harju maakonnas 33 €.

2011. a oli Eesti turismisektorile edukas – siinsete majutusasutuste külastatavus kasvas võrreldes eelmise aastaga Statistikaameti andmetel 13%. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse turismistatistika¹¹ järgi hakkasid 2011. a tulenevalt majandusolukorra paranemisest ja nõudluse taastumisest kasvama majutusteenuste hinnad ja seega majutusettevõtete sissetulekud. Välisturistide arvu kasv toimus tänu üldise majandusolukorra paranemisele ja reisimisaktiivsuse kasvule maailmas, uute lennuliinide avamisele Tallinna lennujaamast, aktiivsele turundusele ning Tallinna kui Euroopa kultuuripealinna üritustele.

Eesti majutusettevõtteid külastas 2011. a Statistikaameti hinnangul 2,7 miljonit turisti (2010. a 2,4 miljonit), kes veetsid siinsetes majutusettevõtetes ligikaudu 5,4 miljonit ööd (2010. a 4,7 miljonit) (vt tabel 3.2). Neist kaks kolmandikku olid välisturistid ja kolmandik siseturistid. Enim külastasid turistid Tallinna, Pärnu ja Tartu linna ning Ida-Viru ja Saare maakonna majutusettevõtteid, sealjuures peatus Tallinnas pea 1,5 miljonit turisti ning ülejäänud mainitud piirkondades vahemikus 133 930 kuni 231 797 turisti. Selgelt eristuvad Tallinn ja Pärnu, kus majutati enamasti välisturiste ning ülejäänud maakonnad, kus majutati pigem kohalikke turiste. Turistide poolt veedetud ööde lõikes ilmneb, et lisaks Tallinnale ja Pärnule annavad välisturistid olulise panuse ka Lääne ja Saare maakonnas ning Tartu linnas. Keskmine ööbimiste arv majutatatu kohta oli Eestis kaks ööd. Kõige pikemalt peatusid turistid Pärnus (2,74 ööbimist majutatatu kohta), Lääne (2,59) ja Põlva maakonnas (2,56) ning kõige lühemalt peatuti Viljandi (1,54), Rapla maakonna (1,67) ja Tartu linna (1,68) majutusettevõtetes.

Majutatud turistidest oli kaks kolmandikku (67%) puhkuse eesmärgil majutusid turistid kõige enam Saare (79% majutatutest), Harju (sh Tallinn) (73%), Valga (75%) ja Hiiu (71%) maakonnas, kõige vähem aga Rapla (24%) ja Põlva maakonnas (28%). 2011. a kasvasid Statistikaameti andmetel turistide ööbimised tööreisidel 21% ja puhkuse eesmärgil 18%, kuid muudel reisidel vähenesid 1%.

¹¹ Eesti ja maailma turism 2011. Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus, 2012. [<http://www.puhkaeestis.ee/et/eesti-turismiarenduskeskus/spetsialistile/turismistatistika>]. 23.02.2012.

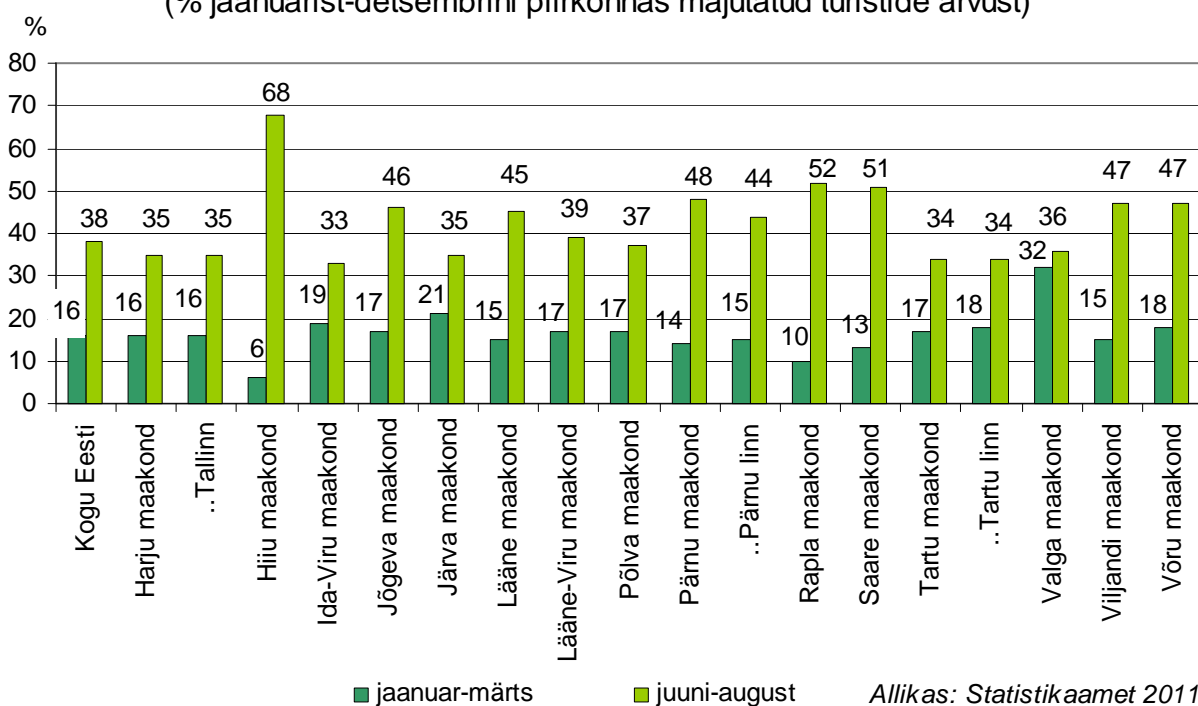
Tabel 3.2. Majutatud turistide ja ööbimiste arv Eesti majutusettevõtetes 2011. a

Maakond, linn	Majutatud turistid			Ööbimised		
	Kokku	sh välis- turistid (%)	sh puh- kusereisil (%)	Kokku	sh välis- turistid (%)	sh puh- kusereisil (%)
Kogu Eesti	2 725 937	66	67	5 399 392	69	60
Harju maakond	1 589 372	86	73	2 966 365	87	71
sh Tallinn	1 498 462	89	74	2 791 094	90	73
Hiiu maakond	16 107	28	71	29 617	26	67
Ida-Viru maakond	138 748	36	45	314 823	43	38
Jõgeva maakond	16 770	12	52	30 510	11	39
Järva maakond	10 873	23	41	23 939	31	27
Lääne maakond	65 048	48	42	168 153	61	27
Lääne-Viru maakond	90 779	28	62	163 773	28	48
Põlva maakond	33 717	17	28	86 254	19	20
Pärnu maakond	274 395	55	64	702 901	69	49
sh Pärnu	231 797	62	63	635 111	74	48
Rapla maakond	13 039	11	24	21 711	10	18
Saare maakond	133 930	48	79	287 396	54	73
Tartu maakond	187 981	44	51	321 638	45	42
sh Tartu	164 336	46	50	276 533	49	42
Valga maakond	77 269	18	75	145 206	31	63
Viljandi maakond	39 369	19	43	60 655	21	38
Võru maakond	38 540	15	58	76 451	15	43

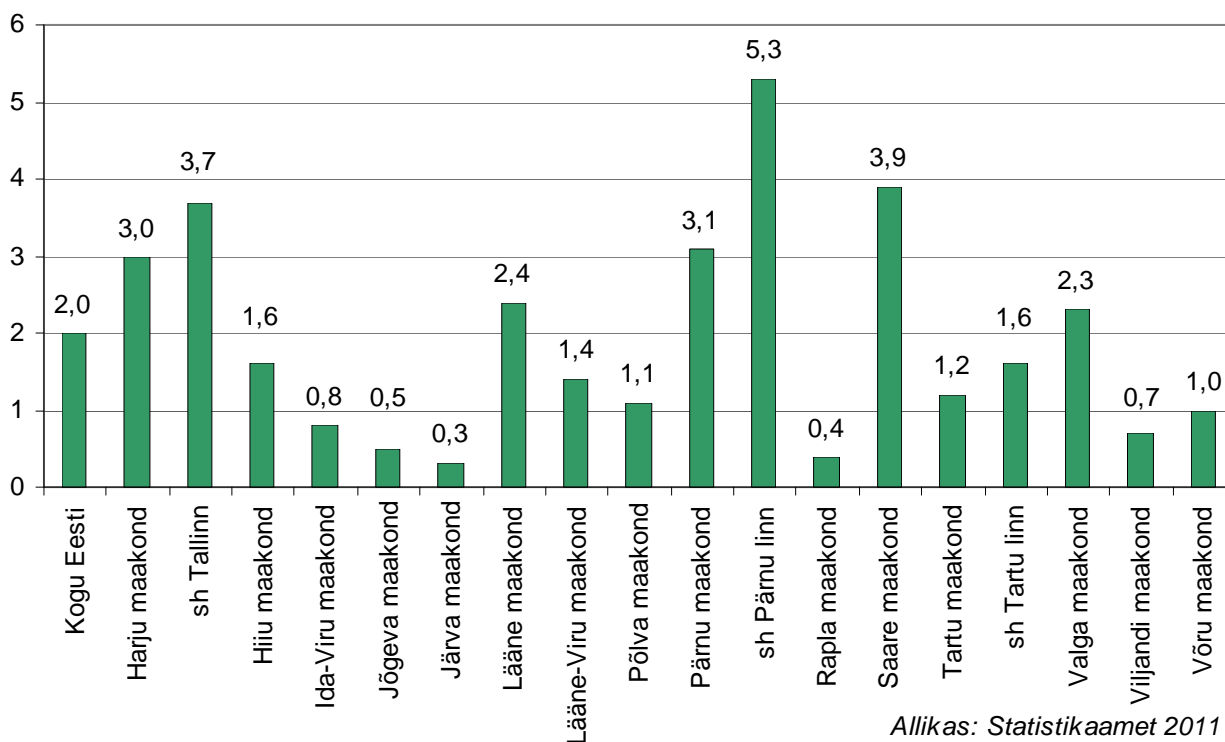
Allikas: Statistikaamet 2012

Turismi kõrghooaeg on Eestis teadupärast suvel. Kõigist 2011. a jooksul majutatud turistidest 38% majutus suvekuudel (juuni-august) ja 16% esimeses kvartalis (jaanuar-märts), kusjuures piirkonniti olid olulised erinevused (vt joonis 3.1). Majutatud turistide osakaal oli suvekuudel suurim Hiiu (68%), Rapla (52%), Saare (51%) ja Pärnu maakonnas (48%), tagasihoidlikum aga Ida-Viru maakonnas (33%). Esimeses kvartalis majutunute osakaal oli suurim Valga maakonnas (32%) ning väikseim Hiiu (6%) ja Rapla maakonnas (10%). Valga maakonna põhjal on selgelt näha talvehooaja suusaspordi ürituste ja Otepää kui talvepealinna kuvandi oluline mõju kohalikule turismimajandusele. Hiiu, Rapla ja Saare maakonnas oli majutumine kuude lõikes kõige ebaühtlasem, muul kui suveperioodil oli aktiivsus väike ja sesoonsusest tingitud mõjud seega suured.

Piirkonnas majutatud turistide osakaal talvel ja suvel 2011. a
(% jaanuarist-detsembrini piirkonnas majutatud turistide arvust)



Piirkonnas majutatud turistide arv elaniku kohta 2011. a



Piirkonnas majutatud turistide arv elanikkonna suhtes oli 2011. a kõrgeim Pärnu linnas (5,3 turisti), Saare maakonnas (3,9) ja Tallinnas (3,7) (vt joonis 3.2). Ülejäänud maakondades jäi majutatud turistide arv elanikkonna kohta vahemikku 0,3 kuni 2,4 turisti.

Vaadates käesolevasse uuringusse kaasatud kahekümne kultuuri- ja spordisündmusega seotud inimeste arvu ning ürituste toimumispiirkonna majutusettevõtete arvu ja mahutavust, siis on näha, et kõigi ürituste puhul napib majutuskohti, st üritusega seotud inimeste arv ületab märkimisväärselt piirkonna majutuskohtade võimekust. Kuigi sõltuvalt üritusest oli teatud osa üritusega seotud inimestest (küllastajatest, korraldajatest, vabatahtlikest) kohalikud elanikud (st ööbisid kodus), ei jätku piisavalt majutuskohti kõigi küllastajate teenindamiseks (vt tabel 3.1).

Majutusvõimalusi oli kõige enam Tartu Maratoni toimumispiirkonnas Otepää, Elva ja Tartu linnas ning Otepää vallas, kus oli kokku 89 majutuskohta enam kui 3000 voodikohaga, kuid ainuüksi 2011. aasta maratoni stardis oli üle 8000 suusahuvilise. Samas piirkonnas, Valga maakonnas, toimus talvel Otepää MK etapp ja suvel Leigo Järvemuusika festival. Teiste üritustega võrreldes oli paremas olukorras Saaremaa Ooperipäevade toimumiskoht Kuressaare oma 54 majutuskoha ja ligikaudu 2300 voodikohaga (2011. a juulis), millele lisandusid väljaspool linna asuvad majutuskohad. Samas oktoobris, mil toimus Saaremaa Ralli, oli Kuressaares majutuskohtade arv 37 ja voodikohtade arv 1609, seega oluliselt vähem kui suvel turismi kõrghooajal. Mõlema ürituse korraldajate hinnangul seab edasisele ürituste küllastajate arvu kasvule (sh välituristide arvu kasvule) piirid hotellimajandus. Sama võib öelda ka Viljandi Pärimusmuusika Festivali kohta, millel oleks potentsiaali tuua Eestisse ligi 5000 välisküllastajat. Siiani ei ole festivali aktiivselt välismaal reklaamitud, kuna linnas puudub välisküllastajaid teenindada võimaldav infrastruktuur ja ei ole leitud muud head alternatiivset lahendust välisküllastajate teenindamiseks.

Toimumispiirkonna voodikohtade arvu ja üritusega seotud inimeste arvu suhe näitab ilmekalt vajadust leida lahendus majutusprobleemidele ning viitab ürituste parema koordineerimise vajadusele. Suurim oli voodikohtade ja üritusega seotud inimeste suhtarv Leigo Järvemuusikal, Tartu Maratonil, Pärnu Jäähöövilil, Narva Energiajooksul ja Saaremaa Ooperipäevadel. Sajast üritusega seotud inimesest leiaks ideaalis voodikoha (eeldusel, et kõik kohad oleksid saadaval) 20-44 inimest. Leigo Järvemuusika puhul oli suhtarv kõrgeim (44), kuid samal ajal toimus Otepääl triatlonivõistlus TriStar, mistõttu olid piirkonna majutuskohad kinni. Suhtarv oli madalaim Rabarocki, Naiste Tantsupeo, Viljandi Pärimusmuusika Festivali ja Suure-Jaani Muusikafestivali puhul, kust sajast üritusega seotud inimesest leiaks voodikoha vaid 1-3 inimest.

Kuna olemasolevate majutuskohtade arv oli väike võrreldes üritust külastavate inimeste arvuga, löid korraldajad mitmeid lisavõimalusi ööbimiseks nagu telkalad, karavanide peatumiskohad vms. Telkalad sobivad hästi teatud liiki ürituste puhul ja suvisel turismihooajal, kuid neis on suuri probleeme hügieenitingimuste ja distsipliiniga (öörahu). Pea täiesti on aga Eestis välja arendamata kämpingud, mis on populaarsed peatumiskohad välisriikides. Lisaks ilmnes ürituste analüüsimisel, et tihtipeale ei jõua küllastajad ürituse toimumiskohast

Tabel 3.3. Kultuuri- ja spordisündmuste toimumiskohtade majutusstatistika 2011. a

Üritus	Kuu	Toimumispiirkond	Majutuskohtade arv ürituse toimumispiirkonnas ja kuul	Voodikohtade arv ürituse toimumise kuul	Üritusega seotud inimeste arv ¹⁾	Voodikohti üritusega seotud 100 inimese kohta
Otepää MK etapp	jaanuar	Otepää linn ja vald	49	1 539	15 000	10
Tartu Maraton	veebruar	Otepää linn ja vald, Tartu linn, Elva linn	89	3 376	11 937	28
Pärnu Jäähfestival	veebruar	Pärnu linn	53	3 539	13 200	27
Jõhvi Balletifestival	veebruar	Jõhvi ja Jõhvi vald	5	166	2 351	7
Ruila Kevadtuur	juuni	Kernu vald	3	78	455	17
Punk Laulupidu	juuni	Rakvere linn	9	614	7 656	8
Naiste Tantsupidu	juuni	Jõgeva linn ja vald	4	161	6 864	2
Rabarock	juuni	Rapla linn ja vald, Järvakandi vald	6	69	10 485	1
Suure-Jaani Muusikafestival	juuni	Suure-Jaani vald	5	89	2 788	3
Sõru Jazz	juuni	Emmaste vald	2	...	1 153	...
Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jäeb"	juuli	Muhu vald	12	246	2 475	10
Saaremaa Ooperipäevad	juuli	Kuressaare linn	54	2 299	11 657	20
Europeade	juuli	Tartu linn	51	1 986	12 560	16
Viljandi Pärimumuusika Festival	juuli	Viljandi linn	16	423	21 665	2
Põlva noorte turniir Lootosspring	august	Põlva linn ja vald, Laheda vald	13	288	1574	18
Leigo Järvemuusika	august	Otepää linn ja vald, Palupera vald	50	1 650	3 790	44
Viru Folk	august	Vihula vald	22	695	12 223	6
Narva Energiajooks	august	Narva linn, Narva-Jõesuu linn	19	1 099	4 470	25
Augustibluus	august	Haapsalu linn	19	717	8 170	9
Saaremaa Ralli	oktoober	Kuressaare linn	37	1 609	11 130	14

1) Sealhulgas külastajad, osalejad, esinejad, korraldajad

Allikas: Statistikaamet 2011, EKI andmed

veidi eemale asuvatesse majutuskohtadesse, kas informatsiooni puudumisel, transpordiprobleemide tõttu vms põhjustel. Kohalikel ettevõtjatel on koostöös ürituste korraldajatega kasutamata potentsiaal, mis võiks kasu tuua mõlemale poolele.

Piirkonna turismimajanduse edukus ja konkurentsivõime sõltub seega nii välis- kui ka siseturistidele pakutavatest võimalustest jätta piirkonda raha. Maakondade lõikes on turismisektor ja selle arengutase varieeruv, millest tulenevalt jaotuvad turistide kulutused ja piirkonnas viibimine maakonniti erinevalt. Eeldatavalt teenivad peale Tallinna turistide kulutustest enim Pärnu, Saare, Tartu ja Ida-Viru maakond. Regionaalses mõttes on piirkondade jaoks ühtmoodi tähtis nii siseriiklik kui ka rahvusvaheline turism, kusjuures nii välis- kui siseturistide arvud näitavad viimasel aastal olulist kasvamist. Turistid ei tule ega kuluta raha seal, kus midagi ei toimu, kus pole midagi vaadata-kogeda või vastuvõetaval tasemel majutust-toitlustust. Käesolevas uuringus käsitletavad kultuuri- ja spordiüritused on üheks tõmbeteguriks, mis saavad koos kohalike ettevõtetega mõjutada positiivselt regioonide majandust ning aidata kaasa turismi arengule piirkonnas. Üritustest osasaamiseks ning tulekuks-minekuks soodsate tingimuste loomine on ürituste sisu kõrval samuti oluline.

4. ÜRITUSTE KORRALDUS JA EELARVED

4.1. Ürituste korraldus

Antud alapeatükis vaadeldakse ürituste ajalugu, korralduse vormi ja korraldusmeeskonna suurust. Ülevaade on koostatud kohtumiste ja intervjuude põhjal korraldajatega, mis toimusid enne ürituste toimumist. Lisaks ülaltoodud teemadele olid kohtumistel vaatluse all ürituste programmid, sihtgrupid, külastatavuse ja eelarve prognoosid, finantseerimisallikad, koostöö kohaliku omavalitsuse ja kohalike ettevõtetega jms, mida käsitletakse muudes (ala)peatükkides. Ürituse järgselt toimus korralduslike prognooside täpsustamine.

Analüüsitud kultuuri- ja spordiüritused on väga erineva kogemuspagasiga (vt tabel 4.1.1). Kõige pikema korraldusajalooga on 1960. a alustanud Tartu Maraton ja 1974. a alguse saanud Saaremaa Ralli, mis toimusid tänavu vastavalt 40. ja 44. korda. Samuti on pikaajaline traditsioon rahvusvahelisel folkloorifestivalil Europeade, mis toimus Eestis esmakordselt, kuid sai alguse 1964. a Belgias, rännates tänaseni igal aastal riigist riiki.

Tabel 4.1.1. Ürituse algusaasta ja toimumiskord 2011. a

Üritus	Algusaasta	Toimumiskord 2011. a
Tartu Maraton	1960	40
Folkloorifestival Europeade	1964	48 ¹⁾
Saaremaa Ralli	1974	44
Viljandi Pärimusmuusika Festival	1993	19
Augustibluus	1993	18
Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääb"	1997	15
Suure-Jaani Muusikafestival	1998	14
Leigo Järvemuusika	1998	14
Otepää MK etapp	1999	11
Saaremaa Ooperipäevad	1999 ²⁾	12
Põlva noorte jalgpalliturniir Lootospring	1999	13
Rabarock	2005	6
Jõhvi Balletifestival	2008	4
Punk Laulupidu	2008	2
Sõru Jazz	2008	4
Viru Folk	2008	4
Ruila Kevadtuur	2010	2
Pärnu Jääfestival	2011	1
Naiste Tantsupidu	2011	1
Narva Energiajooks	2011	1

1) Europeade on suurim Euroopa rahvakultuuri festival, mis on toimunud alates 1964. a ja mida korraldatakse igal aastal erinevas Euroopa riigis. Eestis toimus festival 2011. a esmakordselt.

2) Korraldatud alates 1999. a Kuressaare Ooperipäevad nime all, kuid alates 2008. a, kui korraldamise võttis üle Eesti Kontsert, muutus nimi Saaremaa Ooperipäevadeks.

Mõned uuringusse kaasatud üritused toimusid tänavu esmakordselt – nendeks olid Pärnu Jääfestival, Naiste Tantsupidu ja Narva Energiajooks. Üldjoontes saab üritused jagada kaheks – ligikaudu pooled said alguse 1990-ndatel või varasematel aastatel (toimunud kümme ja enam korda) ja ülejäänud 2000-ndatel aastatel (toimunud kuni kuus korda).

Ürituste pikaajalisus peegeldus korralduse kvaliteedis ja professionaalsuses, sest pikaajalistel üritustel ja nende korraldajatel on aastatega kogunenud suurem teadmiste- ja kogemuste-pagas, st mitmed korralduslikud detailid on jõudnud ajaga paika loksuda. Korraldamise professionaalsust tõstis välisorganisatsioonidelt tulevate nõuete täitmise vajadus ürituse korraldusõiguse saamiseks, millega kaasnes korraldusala teabe edasiandmine ja välisekspertide kaasamise võimalus. Sellisteks üritusteks olid pea kõik valimis olnud spordiüritused, aga ka näiteks folkloorifestivali Europeade. Niipea kui üritus muutus läbi välisosalejate, -külastajate või -esinejate kaasamise rahvusvaheliseks, pidi korraldus vastama rahvusvaheliselt üldtunnustatud standarditele ja kvaliteedinõuetele.

Valimis olnud üritused olid enamjaolt korraldatud mitteriiklike ehk eraõiguslike kontserdi- ja spordikorraldajate poolt, kusjuures enamus tegutsesid mittetulundusühingu vormis (vt tabel 4.1.2). Kokku oli ürituste korraldamisega seotud neliteist mittetulundusühingut, viis osatühingut ja kaks sihtasutust. Kolm kultuuriüritust – Jõhvi Balletifestival, Suure-Jaani Muusikafestival ja Saaremaa Ooperipäevad – olid korraldatud riikliku kontserdikorraldaja, Eesti Kontserdi poolt. Riikliku kontserdikorraldaja, Eesti Kontserdi eeliseks väikekorraldajate ees oli võimalus kasutada kogu organisatsiooni kasutuses olevaid ressursse, näiteks ühise turunduskampaania kaudu erinevate ürituste tutvustamine üheaegselt Eestis ja välismaal. Kahe ürituse otseseks korraldajaks olid kohalikud omavalitsused või nende asutused – Suure-Jaani Muusikafestivali korraldamisel Suure-Jaani Vallavalitsus koos Eesti Kontserdiga ning Augustibluisi korraldamisel Haapsalu Kultuurikeskus koos Live Agency Group OÜ-ga. Ka kõigi teiste ürituste korraldamise olid suuremal või vähemal määral kaasatud kohalikud omavalitsused, kuid mitte otseste korraldajatena.

Valdavalt viidi üritused läbi ühe korraldaja poolt, mõned üksikud aga mitme osapoole koostööna. Kontserdikorraldajad on omavahelise koostöö suurendamiseks, laiema kõlapinna saavutamiseks ja ühise välisturunduskampaania korraldamiseks loonud MTÜ Eesti Muusikafestivalid, kuhu vaatlusalustest üritustest kuulusid Jõhvi Balletifestival, Suure-Jaani Muusikafestival, Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääb", Saaremaa Ooperipäevad ja Leigo Järve-muusika. Rahvusvaheliste (spordi)ürituste puhul oli teatud välisturundus garanteeritud tänu ürituste kuulumisele rahvusvahelisse (spordi)kalendrisse. Mitmed üritused said tänavu meediakajastust tänu kultuuripealinna Tallinn 2011 programmi kuulumisele.

Kõik korraldajad tegid üritusi suure entusiasmi ja pühendumusega, ollakse oma ala spetsialistid, kes tahavad anda panuse valdkonna arengusse. Ürituste korraldamine oli ühele osale korraldajatest põhitööks, kuid lisaks vaadeldud üritustele ollakse enamasti seotud ka muude ürituste korraldamisega, näiteks MTÜ Klubi Tartu Maraton korraldab lisaks Tartu Maratonile Tartu Jooksu-, Rulluisu-, Rattamaratone jm spordiüritusi. Teisele osale korraldajatest oli ürituste korraldamine lisatöö või -hobi põhitöö kõrvalt.

Tabel 4.1.2. Ürituse korraldaja ja korraldusmeeskonna suurus 2011. a

Üritus	Korraldaja	Korraldusmeeskonna suurus ürituse ajal	... sh aktiivsemalt seotud
Otepää MK etapp	SA Tehvandi Spordikeskus	ca 700	ca 40 ¹⁾
Tartu Maraton	MTÜ Klubi Tartu Maraton	ca 900	9
Pärnu Jäähfestival	OÜ HelpiR (Turundustugi)	ca 60 ²⁾	11 ³⁾
Jõhvi Balletifestival	Eesti Kontsert	ca 20 ⁴⁾	ca 20 ⁴⁾
Ruila Kevadtuur	MTÜ Ratsaklubi Ruila Tall	ca 60	4
Punk Laulupidu	MTÜ Punk Laulupidu	ca 849 ⁵⁾	5
Naiste Tantsupidu	MTÜ Jõgevahe Pere, Peo Toimkond	411	19
Rabarock	OÜ Eesti Rockifestival, MTÜ Elava Muusika Ühing	57	7
Suure-Jaani Muusikafestival	Eesti Kontsert, Suure-Jaani vallavalitsus	38	38
Sõru Jazz	OÜ Kuslap, MTÜ Kauni Muusika, MTÜ Sõru Jazz	...	3
Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääb"	MTÜ Eesti Saarte Kultuuriühendus	16	4
Saaremaa Ooperipäevad	Eesti Kontsert	30	30
Folkloorifestival Europeade	SA Tartu Muusikafestival	ca 210	10
Viljandi Pärimusmuusika Festival	MTÜ Eesti Pärimusmuusika Keskus	ca 280	30
Põlva jalgpalliturniir Lootospring	MTÜ Jalgpalliklubi Lootos	24	7
Leigo Järvemuusika	MTÜ Leigo Kontserdid	ca 40	4
Viru Folk	MTÜ Viru Folk, OÜ Berit Grupp	...	23
Narva Energiajooks	MTÜ Spordiürituste Korraldamise Klubi	70	...
Augustibliuus	OÜ Live Agency Grupp, Haapsalu Kultuurikeskus	30	5
Saaremaa Ralli	MTÜ Saaremaa Rally	88	8

1) SA Tehvandi Spordikeskus keskmine töötajate (SA Tehvandi Spordikeskus 2010. a majandusaasta aruanne)

2) Lisaks enam kui 50-le vabatahtlikule oli korraldusega seotud Pärnu linn ja Loomakeskus, konkreetsete alaürituste läbiviijad, toetajad, abistajad, turismivaldkonna ettevõtted ja organisatsioonid

3) OÜ HelpiR töötajate arv (OÜ HelpiR veebileht)

4) Jõhvi Kontserdimaja töötajate arv (Jõhvi Kontserdimaja veebileht)

5) Sealhulgas korraldajad, teenindajad, vabatahtlikud, ajakirjanikud, kutsetega külastajad, sponsorid ja televisioon

Ürituse korraldusega oli tavapäraselt seotud tuumikmeeskond, kes tegeles aastaringselt aktiivselt ettevalmistustöödega – nende inimeste arv varieerus sõltuvalt ürituse liigist ja mastaabist paarist-kolmest inimesest kuni neljakümne inimeseni. Korraldusmeeskonna suurus kasvas ürituste ajal märkimisväärselt, seda eriti aktiivse osalusega ürituste puhul nagu rahvaspordiüritused, Naiste Tantsupidu, Punk Laulupidu jne. Ürituste läbiviimisel oli oluline roll vabatahtlikel, kes olid üliõpilased või asjahuvilised. Vabatahtlikuna kaasalöömine annab noortele esmase reaalse korraldusala kogemuse ja oskusteabe, mis aitab kasvatada tulevasi professionaalseid kontserdi- ja spordiürituste korraldajaid. Koos vabatahtlikega kasvas kor-

raldusmeeskonna suurus ürituse päevadel kuni tuhande inimeseni. Seega loob ürituste korraldamine otseselt töökohti ja annab väärtuslikke kogemusi vabatahtlikele.

Ürituste läbiviimise eelduseks oli piletite müümine ja osalustasude kogumine. Piletihiinad ja osalustasud olid ürituste lõikes väga erinevad (vt tabel 4.1.3), sõltudes pileti liigist, külastaja vanusest, kas üritusel viibiti pealtvaatajana või osalejana vms. Mitmepäevastele üritustele oli tihti peale võimalik soetada pass või päevapass, mis kehtis kõigile või enamus kontsertidele ja esinemistele – passi hind küündis ligikaudu 60 € Leigo Järvemuusikal, Viru Folgil, Viljandi Pärimusmuusika Festivalil ja Muhu Tulevikumuusika Festivalil “Juu Jääb”. Üksikute piletite soetamine oli üldjuhul odavam ja võimaldas külastajal vaadata ühte endale meelepärast esinejat. Olenevalt üritusest võisid lapsed, noored kuni 18 a, invaliidid, pensionärid või kohalikud elanikud sisse pääseda soodushinnaga või tasuta.

Tabel 4.1.3. Ürituste piletite hinnad ja osalustasud 2011. a

Üritus	Pileti hind külastajale, pealtvaatajale (€)			Osalus- tasu (€)
	Pass (soodus- hind)	Päevapass (soo- dushind)	Üksik pilet (soo- dushind)	
Otepää MK etapp	15, 25 (8, 15)	8, 15 (5, 8)	–	...
Tartu Maraton		tasuta		10-60
Pärnu Jäähfestival	–	–	tasuta, 1-10	...
Jõhvi Balletifestival	–	–	5-32	–
Ruila Kevadtuur		tasuta		150-270
Punk Laulupidu	–	–	10 (5)	10-30
Naiste Tantsupidu	–	–	11-16	32
Rabarock	35-50	25-35 (8)	–	–
Suure-Jaani Muusikafestival	35 (25)	–	tasuta, 2-13	–
Sõru Jazz	15 (8)	8 (5)	–	–
MTF "Juu Jääb"	38-55	–	5-55	–
Saaremaa Ooperipäevad	–	–	5-100	–
Folkloorifestival Europeade	–	–	tasuta, 1-3	70,110
Viljandi Pärimusmuusika Festival	45-59	17-32	3-15	–
Põlva jalgpalliturniir Lootospring		tasuta		80, 120 ¹⁾
Leigo Järvemuusika	50, 60 (42, 51)	26-44 (22-37)	–	–
Viru Folk	55, 60 (50, 55)	20, 22 (18, 20)	tasuta, 5-15	–
Narva Energiajooks		tasuta		3,2-22
Augustibliuus	23-40	–	8-17	–
Saaremaa Ralli	10	–	3	125-400

1) Osalustasu meeskonna kohta, lisaks tuli maksta ööbimise ja toitlustuse eest 25-35 € päevas

Kokkuvõttes ilmnes alapeatükist ürituste mitmekesisus lähtuvalt toimumisajaloost, korraldaja tegevusvormist, korraldusmeeskonna suuruselt ning ürituse küllastamise kulukusest.

4.2. Ürituste eelarved

Ürituste korraldamine on loominguine tegevus, kuid kvaliteetse sisu pakkumise kõrval tuleb arvestada muude, sealhulgas majanduslike teguritega. Üldjuhul seavad rahalised võimalused ürituse programmile piirid, sest alati saaks võimaluse korral pakkuda rohkem. Antud alapeatükis on vaatluse all ürituste majanduslik jätkusuutlikkus. Selleks koguti korraldajatelt ürituse järgselt informatsiooni eelarve tulude ja kulude ning finantseerimisallikate kohta.

Kultuuri- ja spordiürituste eelarve sõltus üldjuhul ürituse külastatavusest – mida kõrgem oli külastatavus, seda suurem oli eelarve maht, kuigi oli ka erandeid. Ürituste keskmine eelarve kulude maht oli 216 000 € sealjuures spordiüritustel 240 000 € ja kultuuriüritustel 206 000 € (vt tabel 4.2.1).

Tabel 4.2.1. Ürituste eelarvete tulud ja kulud 2011. a

Üritus	Eelarve tulud (ca €)	Eelarve kulud (ca €)	Saldo (ca €)	Eelarve kulud külas- taja/osaleja/ esineja kohta (€)
Ürituste keskmine	208 000	216 000	-8 000	32
Kultuuriüritused	194 000	206 000	-12 000	23
Spordiüritused	242 000	240 000	2 000	53
Otepää MK etapp	811 000	804 000	7 000	56
Folkloorifestival Europeade ja Tartu Hansapäevad	568 000	568 000	0	7
Rabarock	426 000	457 000	-31 000	44
Viljandi Pärimusmuusika Festival	424 000	421 000	3 000	20
Saaremaa Ooperipäevad ¹⁾	374 000	409 000	-35 000	35
Tartu Maraton	372 000	368 000	4 000	33
Naiste Tantsupidu	210 000	210 000	0	33
Pärnu Jäähfestival	150 000	181 000	-31 000	14
Punk Laulupidu	100 000	100 000	0	13
Saaremaa Ralli	95 000	94 000	1 000	8
Viru Folk	88 000	89 000	-1 000	7
Leigo Järvemuusika	87 000	131 000	-44 000	35
Narva Energiajooks	87 000	89 000	-2 000	20
Augustibluus	85 000	85 000	0	10
Ruila Kevadtuur	75 000	74 000	1 000	158-233
Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääh"	73 000	81 000	-8 000	33
Jõhvi Balletifestival	66 000	94 000	-28 000	40
Suure-Jaani Muusikafestival	44 000	40 000	4 000	15
Sõru Jazz	25 000	20 000	5 000	18
Põlva jalgpalliturniir Lootosspring	9 000	8 000	1 000	5-6

1) käibemaksuta

Ligi poolte ürituste eelarve kulud ületasid 100 000 € Suurimad korralduskulud olid Otepää MK etapil (804 000 €), millele järgnesid folkloorifestival Europeade (568 000 €), Rabarock (457 000 €), Viljandi Pärimusmuusika Festival (421 000 €), Saaremaa Ooperipäevad (409 000 €) ja Tartu Maraton (368 000 €). Need üritused olid mastaabilt rahvusvahelised – Eestisse toodi tuhandeid väliskülastajaid ja -osalejaid või maailmas tuntud artiste. Samas ei tähenda see, et väiksema eelarvega üritused ei võiks samuti olla rahvusvahelised. Näiteks vaadeldud üritustest väikseima eelarvega Põlva noorte jalgpalliturniirist Lootosspring (8000 €) võttis osa viis välisvõistkonda lähiriikidest.

Eelarve tasakaalu saavutamine on läbi aastate olnud korraldajatele raskeks ülesandeks, sest täpset küllastajate arvu on keeruline prognoosida. Üheks oluliseks külastatavust mõjutavaks teguriks väliürituste puhul olid ilmastikutingimused. Lisaks mõjutas eelarve tasakaalu era- ja riiklike toetuste laekumine, mis tihtipeale selgus vahetult enne ürituse toimumist või peale üritust, kui korralduslikud kulutused olid tehtud. Nendest ja muudest teguritest tulenevalt jäid mõne ürituse tulud allapoole tegelikest korralduslikest kulutustest, mistõttu tuli korraldajatel panustada omavahendeid. Ürituste kahjum kantakse edasi järgmistesse aastatesse, kaetakse korraldajate muude tegevuste arvelt vm viisil. Vaadeldud üritustest kujunes 2011. aasta majanduslikult raskemaks Leigo Järvemuusikale, Jõhvi Balletifestivalile, Pärnu Jääfestivalile, Muhu Tulevikumuusika Festivalile “Juu Jääb”, Saaremaa Ooperipäevadele, Rabarockile, Narva Energiajooksule ja Viru Folgile, kus korraldajate omafinantseering jäi vahemikku 1-34% eelarve kulutustest.

Eelarve kulud külastaja-osaleja-esineja kohta näitavad, kui “kalliks” osutus korraldajatele ürituse korraldamine ehk kui palju suudeti ühe eelarves kulutatud euro kohta inimesi kohale meelitada. Keskmiselt kulutati ühe külastaja-osaleja-esineja kohta 32 € eelarvepõhist raha. Kõige kõrgemad olid eelarve kulud külastaja ja osaleja kohta Ruila Kevadtuuril, kus need jäid vahemikku 158-223 € Ratsasport on kallid spordialad, kuid lisaks sellele ei too ala Eestis tribüünidele nii palju pealtvaatajaid kui välisriikides või teistel spordialadel. Enamus üritustel kulutati ühe külastaja-osaleja-esineja kohta eelarvepõhist raha vahemikus 10-56 € Kõige vähem kulutati külastaja-osaleja-esineja kohta Põlva noorte jalgpalliturniiril Lootosspring (5-6 €), folkloorifestivalil Europeade ja Tartu Hansapäevadel (7 €), Viru Folgil (7 €) ja Saaremaa Rallil (8 €). Seega olid need üritused külastajate ligimeelitamisel olemasoleva eelarve piires edukaimad.

Ürituste eelarve tulude jagunemine näitab, kuidas finantseeriti oma tegevusi. Siinkohal eristati järgmisi eelarve tuluallikaid:

- ürituse omatulud,
- erasektori toetus,
- riiklikud toetused,
- kohaliku omavalitsuse toetus,
- muud tulud.

Ürituse omatulud olid teenitud piletitulu ja osalustasud, ürituse meenete ja esemete müük, müügiplatside rent jms tulu, mida teeniti otseselt läbi ürituse korraldamise. Omatulude ja erasektori tulude jaotus sõltus mõnevõrra korraldajast – kas ettevõtete rahalist panust nähti toetusena, müügiplatsi rendina või reklaamimüügina. Müügiplatside rent on kajastatud omatulude all ja reklaamimüük erasektori toetuse all.

Erasektor ehk ettevõtted toetavad üritusi rahaliselt või oma toodete ja teenuste tasuta andmise või olulise allahindlusega müügi kaudu. Kõik bartertehingud ei pruugi olla eelarve tuludes kajastatud. Ettevõtja ja ürituse korraldaja suhe on mõlemapoolselt kasulik. Ürituse toetamisest tulenev kasu ettevõtjatele võib olla erinev: promotsioon, positiivne kuvand, tasuta piletid, ettevõtte kliendiüritus toetatava ürituse raames, aktiivne müügitöö üritusel, ettevõtte töötajate osavõtt üritusest jne. Kõige traditsioonilisem kasu ettevõttele on otsene promotsioon ehk ettevõtte logo kasutamine ürituse turunduskampanias (ürituse kodulehel, välireklaamil jne). Kultuuri ja spordi toetamine on heaks võimaluseks ettevõttest positiivse kuvandi loomisel ja enda klientidega lähemaks identifitseerimiseks. Ürituse toetamise eest saadakse vastu tasuta pileteid, lisaks jagavad korraldajad tasuta pileteid mediaettevõtetele, et tagada ürituse laialdane kajastus ürituse eelselt ja järgselt. Uuringu käigus ilmnes, et lisaks eelnevatele kasudele lisandub üha uusi koostöövorme, mis seostavad ettevõtte tugevamini ürituse ja selle kontseptsiooniga või teenivad muid kasusaamise eesmärke. Näiteks korraldas Augustibluusi peasponsor Honda ürituse raames kolmandat korda oma kliendipäevi, Viljandi Pärimusmuusika Festivalil tegi LHV Pank AS kohapeal aktiivselt müügitööd uute klientide värbamiseks, müüdi laialdaselt A. Le Coq AS ja Premia Tallinna Külmoone AS tooteid, EMT AS kliendid said festivali pileteid osta soodushinnaga jne. Ettevõtte töötajatele üritusest osavõtu võimaldamine tõstab ettevõtte väärtust töötajate silmis ja propageerib tervislikke eluviise (osalemine rahvaspordiüritustel) või kultuuritarbimist (etenduste külastamine). Seega saavad ettevõtted üritustesse panustamisest kasu nii otseselt kui kaudselt.

Enamasti on korraldajate koostöö ettevõtjatega aastapikkune, mõningatel juhtudel (pea)sponsoritega ka pikemaajalisem. Siinkohal võib näidetena tuua Tartu Maratoni enam kui 14 a pikkuse koostöö SEB Pank AS, Narva Energiajooksu ja Eesti Energia AS vahel sõlmitud 3 a ning Lootospringi ja Värskas Vesi AS vahel sõlmitud 5 a sponsorlepingu või Augustibluusi ja Honda 3 a pikkuse koostöö.

Riiklikul tasandil taotlesid ürituste korraldajad toetusi Kultuuriministeeriumi toetusprogrammidest, Kultuurkapitali sihtkapitalidest ja maakondlikelt ekspertgruppidele ning Hasartmängumaksu Nõukogult. Lisaks neile rahastamisvõimalustele saadi toetusi muudelt (riigi)asutustelt nagu Eesti Kontsert, Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus, Põllumajanduse Registre ja Informatsiooni Amet, Integratsiooni ja Migratsiooni Sihtasutus, Sihtasutus Keskonnainvesteeringute Keskus jne. Riigi tasandi toetusena käsitleti uuringus ka Sihtasutus Tallinn 2011 toetust. Seega riigi tasandi toetusmeetmeid oli mitmeid, mida kõik korraldajad aktiivselt kasutasid.

Kohaliku omavalitsuse toetused olid linnade, valdade, maavalitsuste, omavalitsuste liitude vms linna või valla asutuste toetused üritustele. Lisaks kohalike omavalitsuste rahalisele panusele osutati ürituste korraldajatele sarnaselt ettevõtetega oma haldusala piires erinevaid teenuseid, mis ei pruukinud kõik olla eelarves kajastatud.

Muude tulude alla koondati kõik tulud, mis ei klassifitseerinud eelpooltoodud finantseerimisallikatesse. Näidetena võib siin tuua toetused suursaatkondadelt, välisfondidelt, eelmise aasta ürituse jääk jms.

Tabelis 4.2.2. on toodud ürituste eelarvete tulude jagunemine. Andmete puudumise või ebaselguse tõttu puuduvad Jõhvi Balletifestivali, Naiste Tantsupeo ja Punk Laulupeo eelarve tulude jaotused. Ligi pool ürituste eelarvete tuludest olid omatulud ehk tulud ürituse põhitegevusest (piletimüük, osavõtutasud, müügiplatside rent vms) ja seda nii kultuuri- kui ka spordiürituste puhul. Ürituste omatulud olid suurimad Rabarockil ja Saaremaa Ooperipäevadel, kus need moodustasid 82% eelarve tuludest. Keskmisest kõrgemad olid omatulud ka Leigo Järvemuusikal (78%), Viljandi Pärimusmuusika Festivalil (70%), Saaremaa Rallil (69%), Põlva jalgpalliturniiril Lootospring (67%), Augustibluusil (57%), Viru Folgil (55%), Tartu Maratonil (54%) ja Ruila Kevadtuuril (54%). Ülejäänud üritused sõltusid rohkemal määral muudest välistest finantseerimisallikatest.

Tabelist on näha, et kultuuri- ja spordiürituste korraldamisel on erasektoril ürituse omatulude kõrval mängida tähtselt teine roll. Mitte ühtegi valimis olnud üritust ei korraldatud ilma erasektori kaasamiseta. Sellest tulenevalt on oluline korraldajate ja erasektori vaheline jätkuv koostöö. Erasektori ehk ettevõtete toetused moodustasid ürituste eelarve tuludest keskmiselt ligi kolmandiku (30%). Siinkohal on näha, et spordiüritustel oli erasektori panus veidi kõrgem (38% eelarve tuludest) kui kultuuriüritustel (25%). Suurim oli erasektori toetus Pärnu Jäähfestivali korraldamisel, kus ettevõtete panus moodustas üle kolme neljandiku eelarve tuludest (enamjaolt ettevõtete mitterahaline panus). Pärnu Jäähfestival oli koostööprojekt, kuhu olid kaasatud mitmed kohalikud ettevõtted, koos korraldajatega oli ettevõtetel selge huvi vähendada ilmastikust tulenevat hooajalisust. Pärnu Jäähfestivalile järgnesid Narva Energiajooks (55%), mille suurtoetajaks oli Eesti Energia AS¹², Otepää MK etapp (54%), kus Eesti sponsori ja toetajate kõrval toetasid ürituse läbiviimist FIS-i¹³ sponsoriid, Sõru Jazz (52%), millel oli mitmeid häid toetajaid või Ruila Kevadtuur kahe suurema toetajaga (46%). Alla kümne diku oli ettevõtete panus folkloorifestivalil Europeade (3%), Suure-Jaani Muusikafestivalil (4%), Saaremaa Ooperipäevadel (6%) ja Viljandi Pärimusmuusika Festivalil (8%).

Riiklikud toetused andsid keskmiselt veidi üle kümnendiku ürituste eelarvete tuludest. Valimisse sattunud kultuuriüritustel oli riigipoolse toetuse osakaal üle kahe korra kõrgem kui spordiüritustel. Riiklikud toetused olid erinevatel üritustel vahemikus 0% kuni 55%. Kaks spordiüritust, Ruila Kevadtuur ja Lootospring korraldati 2011. a ilma otsese riigipoolse toe-

¹² Eesti Energia AS on küll riigile kuuluv energiaettevõte, kuid toetus üritusele on kajastatud erasektori all

¹³ FIS - Fédération Internationale de Ski (Rahvusvaheline Suusaföderatsioon)

tuseta. Riiklikel toetustel oli suurim roll Suure-Jaani Muusikafestivali korraldamisel, kus need katsid üle poole eelarve tuludest. Festivali korraldamist finantseerisid nii Kultuurkapital, Eesti Kontsert kui ka SA Tallinn 2011. Ülejäänud ürituste puhul küündis riigisektori roll kuni neljandikuni eelarve tuludest. Keskmisest kõrgem oli riiklike toetuste osakaal lisaks Suure-Jaani Muusikafestivalile veel folkloorifestivalil Europeade (26% eelarve tuludest), Narva Energiajooksul (25%), Sõru Jazzil (22%), Muhu Tulevikumuusika Festivalil “Juu Jääb” (20%) ja Viljandi Pärimusmuusika Festivalil (15%).

Tabel 4.2.2. Eelarvete tuluallikad 2011. a

Üritus	Omatulud (%)	Erasektor (%)	Riigi tasand (%)	Kohalik omavalitsus (%)	Muud tulud (%)
Ürituste keskmine	49	30	12	7	2
Kultuuriüritused	51	25	15	7	2
Spordiüritused	48	38	7	6	1
Otepää MK etapp	33	54	11	<1	2
Tartu Maraton	54	32	4	6	4
Pärnu Jääfestival	...	76	1	21	2
Ruila Kevadtuur	54	46
Rabarock	82	11	6	...	<1
Suure-Jaani Muusikafestival	24	4	55	15	2
Sõru Jazz	26	52	22
MTF "Juu Jääb"	48	30	20	1	1
Saaremaa Ooperipäevad	82	6	5	5	2
Folkloorifestival Europeade (koos Hansapäevadega)	33	3	26	24	14
Viljandi Pärimusmuusika Festival	70	8	15	6	<1
Põlva jalgpalliturniir Lootospring	67	17	...	16	...
Leigo Järvemuusika	78	14	8
Viru Folk	55	34	10	...	1
Narva Energiajooks	9	55	25	11	...
Augustibluus	57	34	2	7	...
Saaremaa Ralli	69	27	2	2	...

Märkus: ... tähendab, et suurus ei ole teada, oli null või ei olnud otseselt rahaliselt mõõdetud (keskmise arvutuses null)

Kohalike omavalitsuste toetus üritustele moodustas keskmiselt 7% eelarve tuludest, sealjuures nii kultuuri- kui ka spordiürituste puhul. Kohalike omavalitsuste toetusi on mitmete ürituste puhul alahinnatud, sest tihti ei ole igasugust kohaliku omavalitsuse poolset abi hinnatud rahaliselt. Näiteks Rabarocki puhul ei toetanud Järvakandi vald festivali toimumist rahaliselt, kuid aitas igati kaasa festivali korraldamisele läbi festivaliala andmise ning sellel parkimise ja koristamise korraldamise ürituse ajal ja järgselt. Suurim roll oli kohalikul omavalitsusel folkloorifestivali Europeade korraldamisel, kus Tartu linna toetus moodustas ligi veerandi eelarve tuludest. Üle kümnendiku eelarve tuludest tuli kohalikut omavalitsuselt Pärnu Jääfestivalile,

mille korraldamise olid aktiivselt kaasatud linna ja maakonna omavalitsused (21% eelarve tuludest), samuti Lootospringil, kus Põlva linna ja valla toetus moodustas 16% eelarve tuludest; Suure-Jaani Muusikafestivalil, kus Suure-Jaani Kultuurimaja ja Viljandimaa Omavalitsuste Liidu toetus oli eelarve tuludest 15% ning Narva Energiajooksul, kus Narva linna ja Ida-Viru Maavalitsuse toetus oli 11% eelarve tuludest.

Muude tulude osakaal eelarvest oli keskmiselt 2%, st nende tulude osakaal, mis ei tulnud omatuludena, riigisektorist, kohalike omavalitsustelt ega erasektorilt. Folkloorifestivalil Europeade kajastati Hansapäevade eelarve rida muude tulude all (14% eelarve tuludest).

Kokkuvõttes võib öelda, et ürituste programmile seavad raamistiku eelarvelised võimalused. Seetõttu on ürituste korraldamisel oluline leida tasakaal äri ja loomingu vahel. Mida edukamad oldi külastatavuse prognoosimisel ning toetajate ja toetuste kaasamisel, seda enam saadi keskenduda kvaliteetse programmi koostamisele. 2011. a oli ürituste korraldajatele pingeline, sest majandussituatsioonist tingituna olid nii külastajad kui ka ettevõtjad oma käitumises ettevaatlikud, samuti oli eelnevatel aastatel vähenenud riiklikul tasandil toetuste mahud ja kohaliku omavalitsuse võimalused panustamiseks. Ürituste keskmised eelarve tulud olid 208 000 € millest ligi pool teeniti ürituse põhitegevusest, ligi kolmandik tuli erasektorilt, üle kümnendiku riigilt ja alla kümnendiku kohalike omavalitsustelt. Seega oli ürituste omatulude kõrval korraldajatele suurimaks toeks ettevõtted, kelle jätkuvast toetusest sõltub kultuuri- ja spordisündmuste läbiviimine.

**5. ÜRITUSTE MAJANDUSLIK JA
SOTSIAAL-KULTUURILINE MÕJU
ETTEVÕTETE JA ASUTUSTE
HINNANGUTE PÕHJAL**

5.1. Ürituste majanduslik ja sotsiaal-kultuuriline mõju kohalike ettevõtete-asutuste hinnangute põhjal

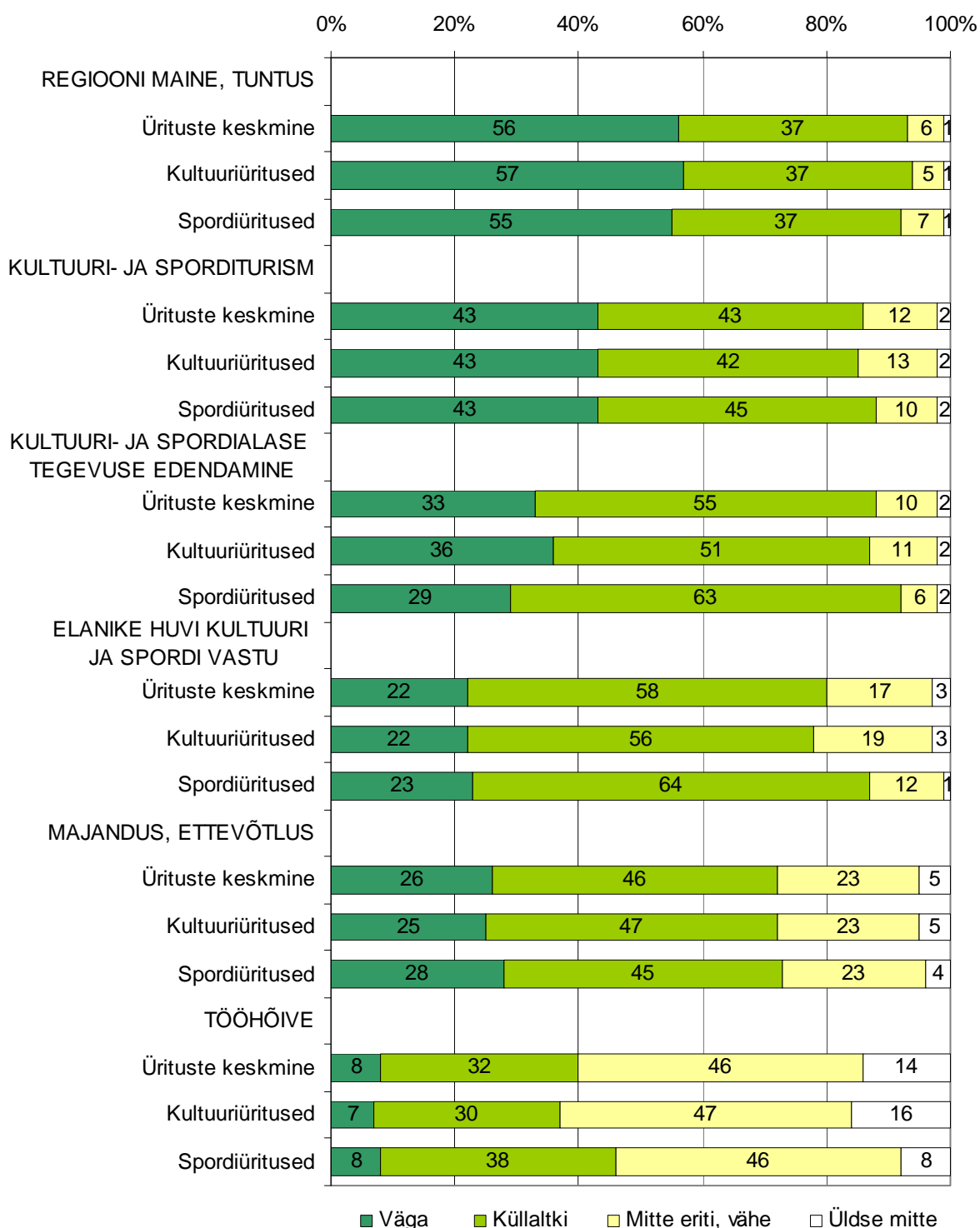
Üritused pakuvad meelelahtust ja uusi elamusi osalejatele-pealtvaatajatele, kuid mõjutavad ka laiemalt kogu ümbritsevat keskkonda. Selleks, et määratleda, mis valdkondades on ürituste mõju piirkondades tuntavam, palusime ürituste mõjupiirkonnas asunud kohalikel ettevõtetel ja asutustel hinnata konkreetse ürituse mõju piirkonna majandusele ja ettevõtlusele, tööhõivele, elanike kultuuri- ja spordihuvile, kultuuri- ja spordialase tegevuse edendamisele ning maine-tuntusele. Mõju toodud valdkondadele mõõdeti neljapallilisel skaalal, kus skaala otspunktideks olid vastandlikud hinnangud: üks pall tähistas väga olulist mõju ja neli palli mõju puudumist.

Üritustel oli kohalike ettevõtete ja asutuste hinnangul kõige suurem mõju regiooni maine ja tuntuse kujundamisele (vt joonis 5.1.1). Kokku 93% vastanute arvates mõjusid üritused soodsalt piirkonna mainele, 7% arvates oli mõju vähene või puudus üldse. Maine järel peeti oluliseks mõju kohalikule kultuuri- ja sporditurismile ning kultuuri- ja sporditegevusele, soodsat mõju märkis vastavalt 86% ja 88% vastanutest. Elanike huvi kultuuri ja spordi vastu aitasid üritused tõsta 80% ettevõtjate hinnangul. Seega nähakse ürituste olulisima panusena maine, turismi ning kultuuri- ja spordielu edendamist võrreldes majanduse ja tööhõivega, mis on avalikkuse jaoks olnud kultuuri- ja spordiürituste varjatumaks pooleks. Ürituste soodsat mõju piirkonna majandusele ja ettevõtlusele märkis 72% vastanutest (sh 26% väga olulist), vähest mõju 23% ja mõju puudumist 5%. Kõige tagasihoidlikumalt hinnati mõju piirkonna tööhõivele, soodsat mõju märkis 40% vastanutest, kuid 60% tões, et mõju kohalike elanike tööhõivele oli kas suhteliselt vähene või puudus üldse

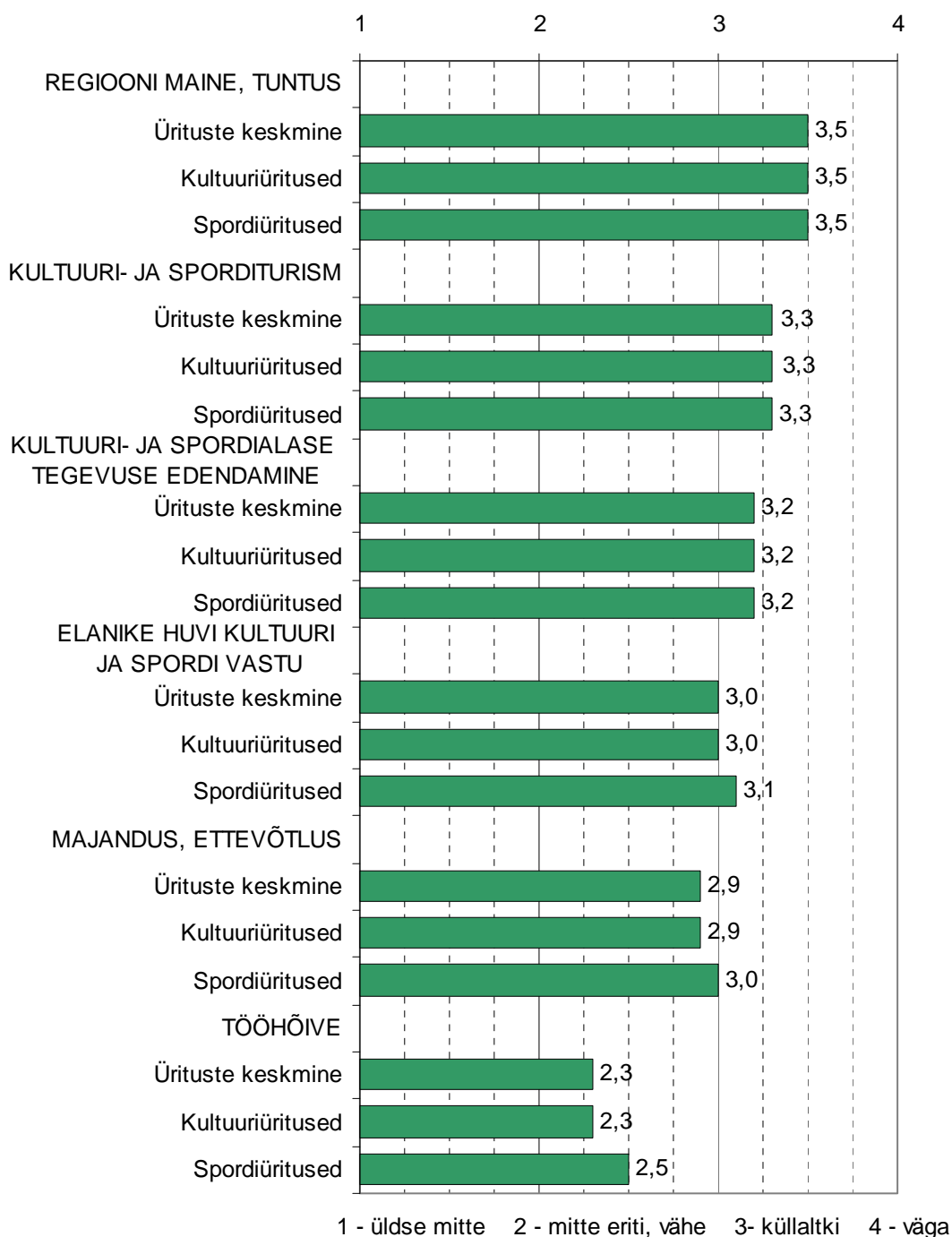
Kultuuri- ja spordiüritustele antud hinnangud olid samasuunalised, veidi enam märkasid kohalikud ettevõtjad spordiürituste panust piirkonna tööhõivesse. Mõju tööhõivele pidas väheks või puuduvaks kultuuriürituste puhul 63% ja spordiürituste puhul 54% vastanutest, soodsat mõju märkis vastavalt 37% ja 46% vastanutest.

Hinnangute teisendamine pallidesse võimaldas analüüsida ürituste mõju üldistatumalt (vt joonis 5.1.2). Näitaja väärtus võis olla üks kuni neli palli. Kui näitaja väärtus oli üle 2,5 palli, võis mõju piirkonnale antud valdkonnas pidada üle keskmise soodsaks. Kokkuvõtlikult hindasid kohalikud ettevõtjad kõrgeimalt ürituste rolli regiooni maine ja tuntuse kujundamisel (3,5 palli). Neile järgnesid kultuuri- ja sporditurismi edendamine (3,3 palli) ning kultuuri- või spordialase alase tegevuse edendamisest tulenev soodne mõju piirkonnale (3,2 palli). Üle keskmise oluliseks peeti samuti ürituste rolli elanike kultuuri- ja spordihuvi tõstmisel (3,0 palli) ning kohaliku majanduse ja ettevõtluse elavdamisel (2,9 palli). Ürituste mõju piirkonna tööhõivele jäi ainsana alla keskmise (2,3 palli). Kultuuri- ja spordiürituste lõikes olid tulemused sarnased.

Kuivõrd mõjutab üritus piirkonna majandust, kultuuri- ja spordielu ning mainet? (% hinnangu andnud ettevõtetest-asutustest)



Ettevõtete ja asutuste hinnangud ürituste mõjule piirkonnas
(keskmised hinnangud 4-pallisel skaalal)



Kõik üritused aitasid ettevõtjate hinnangul tõsta piirkondade mainet ja tuntust, kõigile üritustele antud hinnangud ületasid kolm palli varieerudes neljapallilisel skaalal 3,1 ja 3,8 palli vahel (keskmine 3,5 palli; vt tabel 5.1.1). Vahed hinnangutes olid väga väikesed, kuid pisut kõrgemalt hindasid kohalikud ettevõtjad piirkonna maine ja tuntuse kujundamisel Otepää MK etapi ja Augustiblusi (mõlemad 3,8 palli) ning Tartu Maratoni, Punk Laulupeo ja Saaremaa

Ooperipäevade (3,7 palli) panust. Keskmisele jäid veidi alla Põlva noorte jalgpalliturniiri Lootospring (3,1 palli), Pärnu Jääfestival, Narva Energiajooks, Leigo Järvemuusika ja Sõru Jazz (kõik 3,2 palli).

Kultuuri- ja sporditurismi soodustamise kohta arvamust avaldades olid ettevõtjad enam eri meelt kui maine ja tuntuse küsimuses. Kuigi keskmine hinnang oli 3,3 palli, varieerusid hinnangud rohkem, 2,8 pallist kuni 3,7 pallini. Ürituse toimumispiirkonna ettevõtted ja asutused hindasid kõrgelt Saaremaa Ooperipäevade (3,7 palli), Viljandi Pärimusmuusika Festivali ja Augustibluusi (mõlemad 3,6 palli) ning Muhu Tulevikumuusika Festivali “Juu Jääb” ja Otepää MK etapi (mõlemad 3,5 palli) panust piirkonna kultuuri- ja sporditurismi edendamisse. Keskmisest vähem tunnetati Jõhvi Balletifestivali (2,8 palli), Pärnu Jääfestivali, Naiste Tantsupeo ja Suure-Jaani Muusikafestivali mõju kultuuriturismile ning Põlva noorte jalgpalliturniiri Lootospring mõju sporditurismile (kõik 2,9 palli).

Tabel 5.1.1. Ürituste mõju valdkonniti (ettevõtete ja asutuste keskmised hinnangud 4-pallisel skaalal)

Üritused	Regiooni maine, tuntus	Kultuuri- ja sporditurism	Kultuuri ja spordialase tegevuse edendamine	Elanike huvi kultuuri ja spordi vastu	Majandus, ettevõtlus	Tööhõive
Ürituste keskmine	3,5	3,3	3,2	3,0	2,9	2,3
Kultuuriüritused	3,5	3,3	3,2	3,0	2,9	2,3
Spordiüritused	3,5	3,3	3,2	3,1	3,0	2,5
Otepää MK etapp	3,8	3,5	3,3	3,0	3,2	2,6
Tartu Maraton	3,7	3,4	3,3	3,4	3,1	2,5
Pärnu Jääfestival	3,2	2,9	3,0	2,8	2,6	2,1
Jõhvi Balletifestival	3,3	2,8	3,0	2,8	2,2	1,8
Ruila Kevadtuur ratsutamises	3,6	3,4	3,2	2,9	3,0	2,5
Punk Laulupidu	3,7	3,4	3,2	3,1	2,9	2,1
Eesti Naiste Tantsupidu	3,5	2,9	3,3	3,1	2,7	2,1
Rabarock	3,6	3,3	3,3	3,0	3,0	2,4
Suure-Jaani Muusikafestival	3,4	2,9	3,2	2,9	2,7	2,0
Sõru Jazz	3,2	3,2	3,0	2,6	2,5	1,9
MTF “Juu Jääb”	3,5	3,5	3,3	2,8	3,1	2,2
Saaremaa Ooperipäevad	3,7	3,7	3,2	3,0	3,4	2,7
Folkloorifestivali Europeade	3,6	3,3	3,3	3,2	3,2	2,6
Viljandi Pärimusmuusika Festival	3,6	3,6	3,4	3,0	3,3	2,6
Lootospring	3,1	2,9	3,2	3,0	2,6	2,0
Leigo Järvemuusika	3,2	3,1	3,1	3,1	2,9	2,2
Viru Folk	3,6	3,3	3,1	2,9	3,0	2,6
Narva Energiajooks	3,2	3,2	3,1	3,0	2,6	2,6
Augustibluus	3,8	3,6	3,5	3,1	3,4	2,7
Saaremaa Ralli	3,4	3,4	2,9	3,2	3,4	2,5

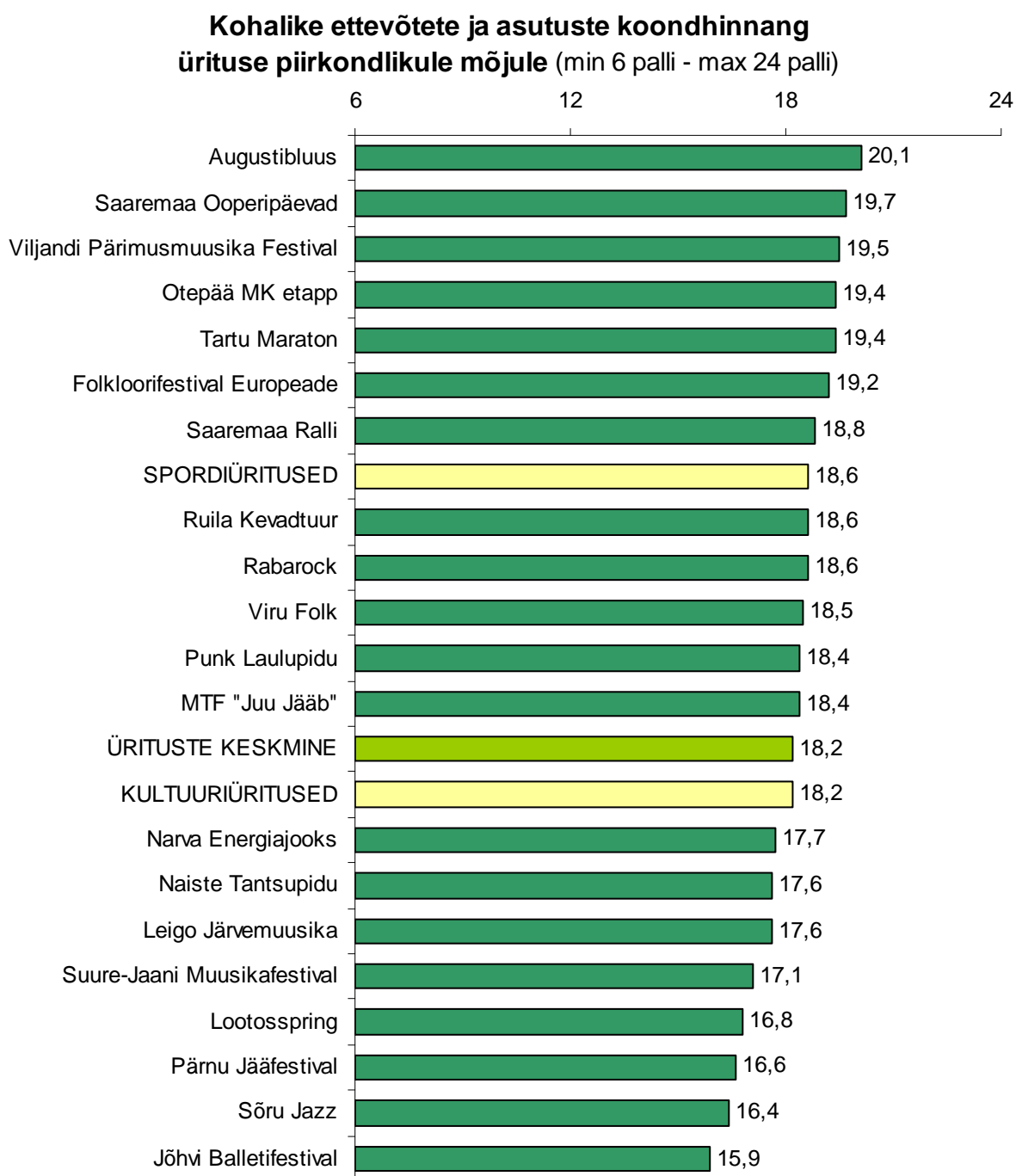
Enim üksmeelsed olid piirkondade ettevõtjad mõju osas piirkonna kultuuri- ja spordialase tegevuse edendamisele. Kõigi ürituste keskmine hinnang oli 3,2 palli, mis on küllaltki oluline mõju, kusjuures hinnangud varieerusid vaid 2,9 palli ja 3,5 palli vahel. Üle keskmise hinnangud said kohalikele ettevõtjatelt Augustibluus (3,5 palli) ja Viljandi Pärimusmuusika Festival (3,4 palli) ning veidi alla keskmise Saaremaa Ralli (2,9 palli), Pärnu Jääfestival, Jõhvi Balletifestival ja Sõru Jazz (kõik 3,0 palli).

Üritused on kohalike ettevõtjate hinnangul küllaltki olulised elanike kultuuri- ja spordihuvi ärgitajad, keskmine 3,0 palli, varieerudes 2,6-3,4 palli vahel. Kohalike elanike spordihuvi soodustajadena said kõrgemad hinnangud suured rahvaüritused – Tartu Maraton (3,4 palli) ja Saaremaa Ralli (3,2 palli) ning kultuuriüritustest rahvusvaheline folkloorifestival Europeade (3,2 palli). Väikestel üritustel, kus publikut ja kohalikke külastajaid vähem, oli elanike harjumusi raskem mõjutada, nt Sõru Jazzil (2,6 palli).

Üritused mõjutavad küllaltki oluliselt piirkondade majandust ja ettevõtlust, keskmine hinnang oli 2,9 palli ja see varieerus 2,2 pallist kuni 3,4 pallini. Mõju piirkonna majandusele oli kohalike ettevõtjate hinnangul suurem rahvarohketel üritustel nagu Saaremaa Ralli, Saaremaa Ooperipäevad, Augustibluus (kõik 3,4 palli), Viljandi Pärimusmuusika Festival (3,3 palli), Otepää MK etapp ja koos Tartu Hansapäevadega toimunud folkloorifestival Europeade (mõlemad 3,2 palli). Tagasihoidlikumalt hinnati Jõhvi Balletifestivali (2,2 palli), Sõru Jazzi (2,5 palli), Pärnu Jääfestivali, Põlva noorte jalgpalliturniiri Lootosspring ja Narva Energiajooksu mõju kohalikule majandusele (kõik 2,6 palli).

Kultuuri- ja spordiüritused ei mõjuta ega soodusta kohalike ettevõtjate hinnangul eriti piirkondade tööhõivet. Mõju oli alla keskmise ehk vähene, keskmine hinnang oli 2,3 palli, varieerudes 1,8 ja 2,7 palli vahel. Üle keskmise mõjutasid piirkonna tööhõivet Saaremaa Ooperipäevad ja Augustibluus (mõlemad 2,7 palli) ning Otepää MK etapp, folkloorifestival Europeade, Viljandi Pärimusmuusika Festival, Viru Folk ja Narva Energiajooks (kõik 2,6 palli). Madalamaks hinnati mõju väikeste ürituste puhul nagu Jõhvi Balletifestival (1,8 palli), Sõru Jazz (1,9 palli), Suure-Jaani Muusikafestival ja Põlva noorte jalgpalliturniir Lootosspring (mõlemad 2,0 palli).

Ürituste mõjukus piirkonnas sõltub paljuski pealtvaatajate arvust, kas on tegemist massiürituse või väikesele sihtgrupile suunatud üritusega, samuti avaldavad mõju ürituse maine ja ajalugu. Mõjukuse koondhinnangu leidmiseks liideti kokku kõik üritusele antud keskmised hinnangud kuues valdkonnas: maine ja tuntus, kultuuri ja sporditurism, kultuuri- ja sporditegevuse edendamine, elanike kultuuri- ja spordihuvi soodustamine, mõju majandusele ja ettevõtlusele ning tööhõivele. Koondhinnang võis olla vahemikus 6 kuni 24 palli, esimese juhul hinnati kõiki valdkondi ühe palliga (üritus ei avaldanud üldse mõju), teisel juhul nelja palliga (üritus avaldas väga suurt mõju). Kuigi kõigi vaadeldud ürituste mõju oli üle keskmise, võib erinevate valdkondade lõikes suuremat mõju avaldanud üritusteks pidada Augustibluusi, Saaremaa Ooperipäevi, Viljandi Pärimusmuusika Festivali, Otepää MK etappi, Tartu Maratoni ja folkloorifestivali Europeade. Tagasihoidlikumaks hindasid ettevõtte-asutused Jõhvi Balletifestivali, Sõru Jazzi, Pärnu Jääfestivali ja Põlva noorte jalgpalliturniiri Lootosspring mõju (vt joonis 5.1.3).



Kokkuvõtlikult võib öelda, et kohalikud ettevõtjad hindasid kõrgelt ürituste rolli regiooni maine ja tuntuse kujundamisel, kultuuriturismi edendamisel, kultuuri- või spordialase alase tegevuse edendamisel, elanike kultuuri- ja spordihuvi tõstmisel ning kohaliku majanduse ja ettevõtluse elavdamisel. Ürituste mõju hinnang piirkonna tööhõivele oli tagasihoidlik.

5.2. Ettevõtete ja asutuste meelestatus ürituste korraldamise ja koostöö tegemise suhtes

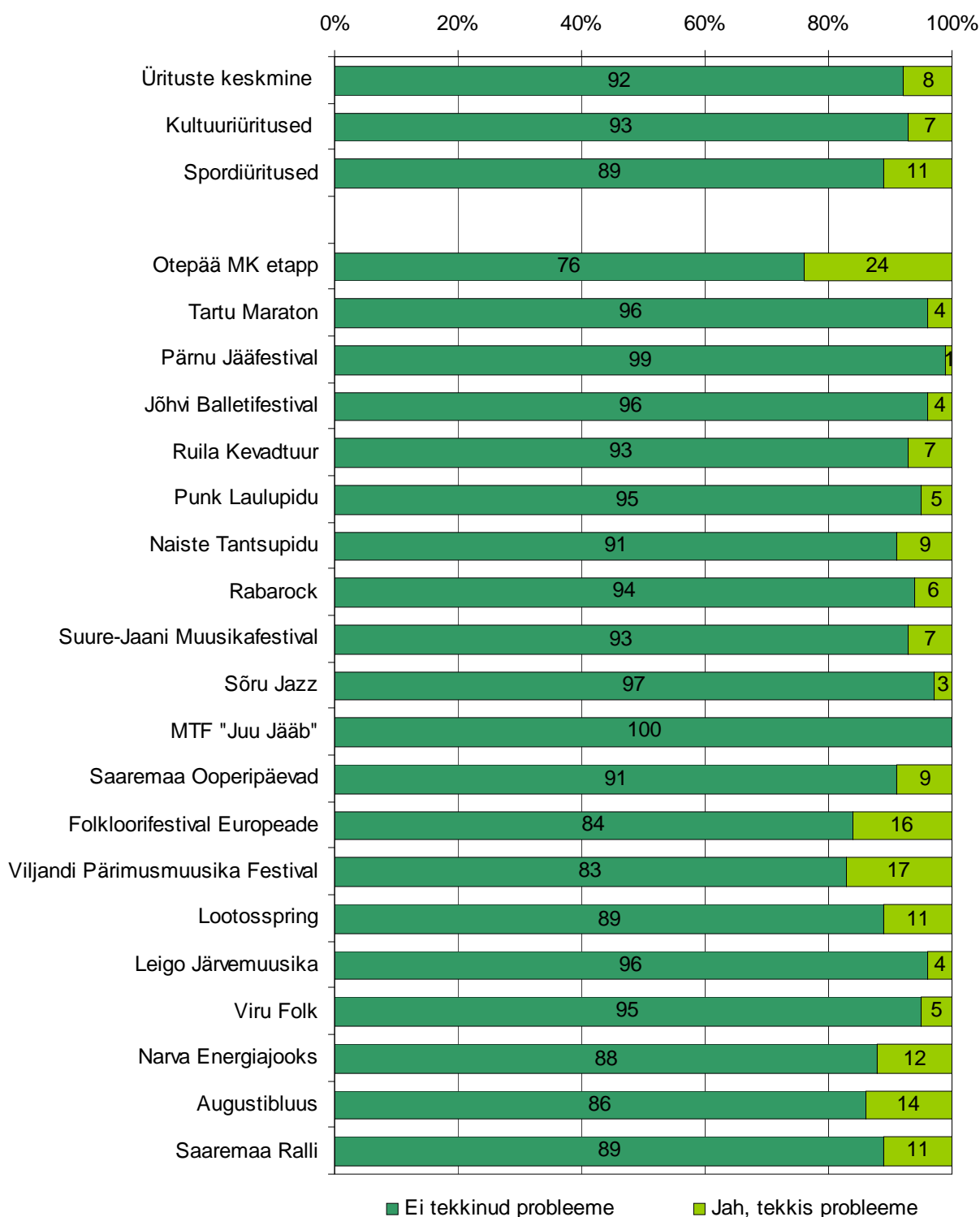
Probleemide esinemine seoses üritustega

Kohalikel ettevõtetel ja asutustel ei tekkinud seoses üritusega enamjaolt probleeme (92%), vaid ligi kümnendik (8%) märkis probleeme (vt joonis 5.2.1). Kultuuriüritused tekitasid ettevõtjate hinnangul mõnevõrra vähem probleeme võrreldes spordiüritustega, kuid mõlemal juhul ei tekkinud ligikaudu üheksal kohalikul ettevõtjal kümnest probleeme – kultuuriürituste puhul ei tekkinud probleeme 93% ja spordiürituste puhul 89% ettevõtjate hinnangul.

Üheteistkümne ürituse puhul oli “ei tekkinud probleeme” vastuste osakaal ürituste keskmisest mõnevõrra suurem ja üheksa ürituse puhul veidi väiksem. Kohalikel ettevõtetel ja asutustel ei tekkinud üldse probleeme seoses Muhu Tulevikumuusika Festivaliga “Juu Jääb”, väga vähesel määral esines probleeme seoses Pärnu Jääfestivali, Sõru Jazzi, Leigo Järvemuusika, Viru Folgi, Tartu Maratoni, Jõhvi Balletifestivali ja Punk Laulupeoga. Enim probleeme tekitas kohalikele ettevõtetele Otepää MK etapp, kus probleeme märkis iga neljas ettevõtja. Otepää ürituse mõjupiirkonna ettevõtjad märkisid peamise kitsaskohana parkimist, sest linna sulgemine tavalikele liiklejatele ja ettevõtete parkimiskohtade hõivamine tähendas ettevõtjaile tavapärase klientuuri kaotamist ning rajahooldustehnika ja inimeste koondumine Otepäele vähendas suusaradade kvaliteeti ja küllastatavust lähiümbruses.

Parkimisprobleeme toodi välja ka teiste rahvarohkete ürituste puhul (nt Europeade, Augustibluus, Viru Folk, Rabarock jt). Majutusettevõtted nimetasid probleemidena eelbroneeringute hilist tühistamist, mistõttu ei saadud uusi broneeringuid vastu võtta ja hotellitoad jäid osaliselt välja müümata. Kui oli tegemist väliüritusega, kus külastajad liikusid väljas, siis tõdeti müügi ja küllastatavuse vähenemist, mõne tänava muutumist parkimisalaks, häireid elektrivarustuses ning tualettide puudumist või nappust üritustel osalejatele. Häirivaks pidasid ettevõtjad külastajate liigset alkoholitarbimist ja sellest tingitud ebakultuurset käitumist, mis ei sobinud kokku ürituse kuvandiga. Kohati esines varastamist, prügi mahaloopimist, lõhkumist ja vandaliismi. Suurenenud liiklus ei olnud alati ettevõtjaile meeldiv, samuti müra ja öisel ajal korra tagamine. Turvalisuse ja alkoholi probleeme tõsteti esile eriti rahvarohkete suurürituste puhul (nt Viljandi Pärimusmuusika Festival, Saaremaa Ralli). Publiku rohkuse tõttu olid kohati ülekoormatud nii majutuskohad kui toitlustusasutused (istekohad, jõudlus) ja seetõttu kannatas klientide teeninduskvaliteet, sest püüti hakkama saada olemasoleva tööjõuga. Publiku rohkusest tingitud probleemid oleksid ettevõtjate sõnul teataval määral välditavad parema planeerimise tulemusel.

Probleemide esinemine seoses üritusega (% vastanutest)



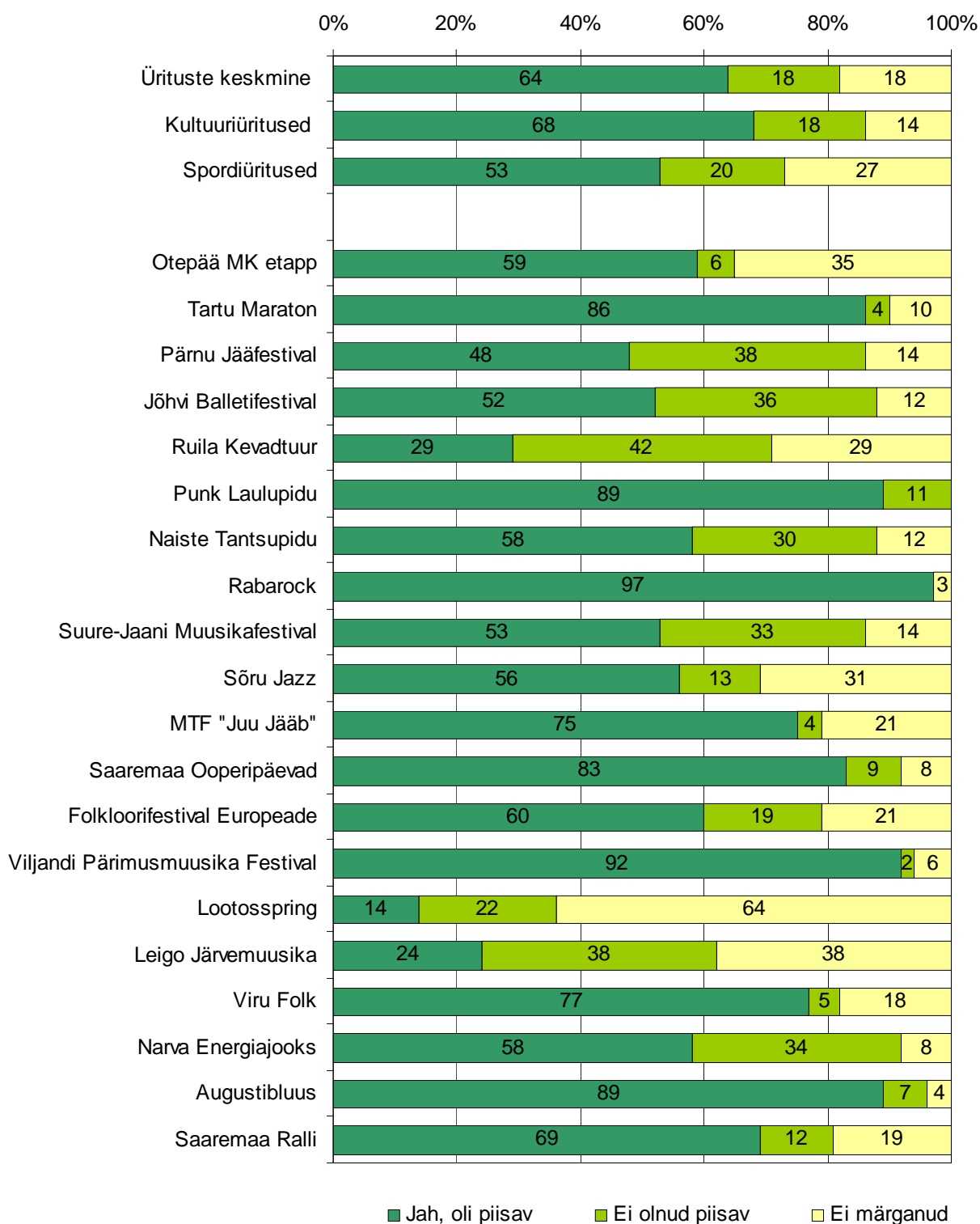
Hinnangud reklaami piisavusele publiku juurdemeelitamiseks

Ürituste korraldajad kasutasid publiku tähelepanu köitmiseks väga erinevaid reklaamivahendeid ja meediakanaleid alates internetist, kodulehekülgedest, välireklaamist ning reklaamist meediaväljaannetes kuni messidel osalemise, telesaadete ja -reklaamideni välja. Mitmed üritused on aastatega kujunenud kaubamärkideks, mis toetavad piirkonna kuvandit, nt Saaremaa Ooperipäevad, Tartu Maraton, Viljandi Pärimusmuusika Festival, Saaremaa Ralli, Augustibluus jt. Kui üritus on kaubamärgina (rahvusvaheliselt) tuntud (nt Saaremaa Ooperipäevad), siis aitab see korraldajate hinnangul reklaamikulusid mõnevõrra kokku hoida. Korraldajad panustasid sõltuvalt üritusest ja selle sihtgrupist ning rahalistest võimalustest kohapealsesse, üleriigilisse ja välismaal tehtavasse reklaami.

Kohalike ettevõtete ja asutuste hinnangul oli ürituste toimumiseks tehtud reklaam piisav, seda meelt oli 64% vastanutest (ürituste keskmine). Ligikaudu viiendik (18%) vastanutest pidas tehtud reklaami ebapiisavaks ja viiendik (18%) ei märganudki reklaami. Kultuuriüritustele tehtud reklaamiga jäid kohalikud ettevõtted ja asutused rohkem rahule kui spordiüritustele tehtud reklaamiga. Kultuuriüritustele tehtud reklaami pidas piisavaks 68% vastanutest, spordiüritustele tehtud reklaami aga 53% vastanutest, kusjuures iga neljas ettevõtja ei märganud spordiürituste reklaami (vt joonis 5.2.2). Kui ettevõtte või asutus oli seotud üritusega, näiteks pakkus festivalile teenuseid, pandi ka reklaame rohkem tähele.

Valdavalt peeti üritustele tehtud reklaami piisavaks, v.a kolme ürituse, Ruila Kevadtuuri, Leigo Järvemuusika ja Põlva noorte jalgpalliturniiri Lootosspring puhul, kus vastati sagedamini, et reklaam ei olnud piisav või ei märganud reklaami. Vähemalt üheksa kohalikku ettevõtjat kümnest pidas piisavaks Rabarockile, Tartu Maratonile, Punk Laulupeole, Viljandi Pärimusmuusika Festivalile ja Augustibluusile publiku juurdemeelitamiseks tehtud reklaamikampaaniat. Reklaamid olid ettevõtjate hinnangul teretulnud, olenevalt ettevõttest-asutusest ning üritusest leiti, et enam oleks võinud panustada nii kohapealsesse kui ka üleriigilisse reklaami ning kaasata enam kohalikke ettevõtteid ja asutusi ürituste reklaamimisse.

Ettevõtete ja asutuste hinnang reklaami piisavusele publiku juurdemeelitamiseks (% vastanutest)



Hinnangud ürituste toimumise olulisusele järgmisel aastal

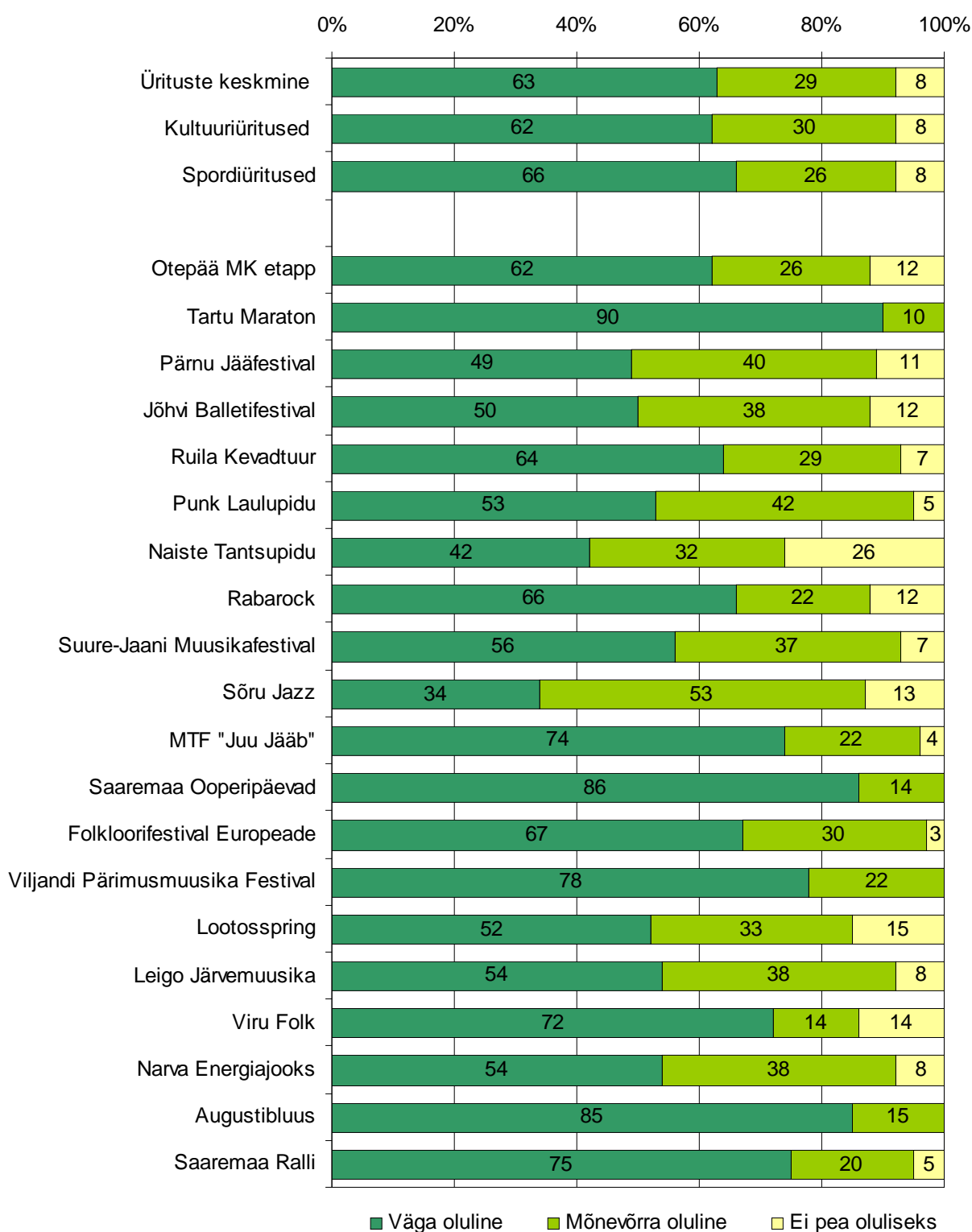
Enamus uuringus vaadeldud üritusi toimus mitmendat korda, mis kohalikele ettevõtetele ja asutustele, eriti teeninduse, toitlustuse ja majutuse valdkonnas, ning piirkonnale tervikuna toovad regulaarselt, igal aastal külastajaid ja võimaldavad teenida tulu. Seetõttu oli oluline teada kohalike ettevõtjate meelestatust, st kuivõrd nad väärtustavad ürituste traditsioonide jätkumist. Ettevõtjatel paluti hinnata, kuivõrd oluliseks nad peavad ürituse toimimist järgmisel aastal.

Tulemused näitavad, et ettevõtete ja asutuste huvi ürituste jätkumise vastu oli väga kõrge. Tüüpiliselt peetigi ürituste toimumist järgmisel aastal väga oluliseks, ürituste keskmine oli 63%. Kui lisada juurde need 29%, kes pidasid toimumist mõnevõrra oluliseks, siis ürituse jätkumist väärtustas 92% kohalikest ettevõtjatest ja vaid 8% ei pidanud seda oluliseks (vt joonis 5.2.3). Mida vahetum oli kokkupuude üritusega, seda olulisemaks peeti traditsiooni jätkumist. Kultuuriürituste toimumist pidas väga oluliseks 62%, mõnevõrra oluliseks 30% ja ebaoluliseks 8%, spordiürituste toimimist aga väga oluliseks 66%, mõnevõrra oluliseks 26% ja ebaoluliseks 8% vastanutest.

Nelja ürituse toimumist pidasid järgmisel aastal oluliseks kõik uuringus osalenud vastava ürituse mõjupiirkonna ettevõtjad. Nendeks olid Tartu Maraton, Saaremaa Ooperipäevad, Viljandi Pärimusmuusika Festival ja Augustibluus.

Tänavu esimest korda toimunud üritused võeti samuti hästi vastu ning oodatakse, et järgmisel aastal leiavad üritused taas aset. Näiteks 2011. a esimest korda toimunud Naiste Tantsupeo puhul pidas tantsupeo toimumist järgmisel aastal oluliseks 74% kohalikest ettevõtjatest, sh 42% väga oluliseks. Kahjuks on järgmine pidu planeeritud alles 2016. aastasse ja on oht, et vahepealsete aastatega sel aastal saadud teadmised ja oskused ürituse korraldamisel jälle ununevad ning tuleb alustada tühjast kohast.

Hinnangud ürituste toimumise olulisusele järgmisel aastal (% vastanutest)



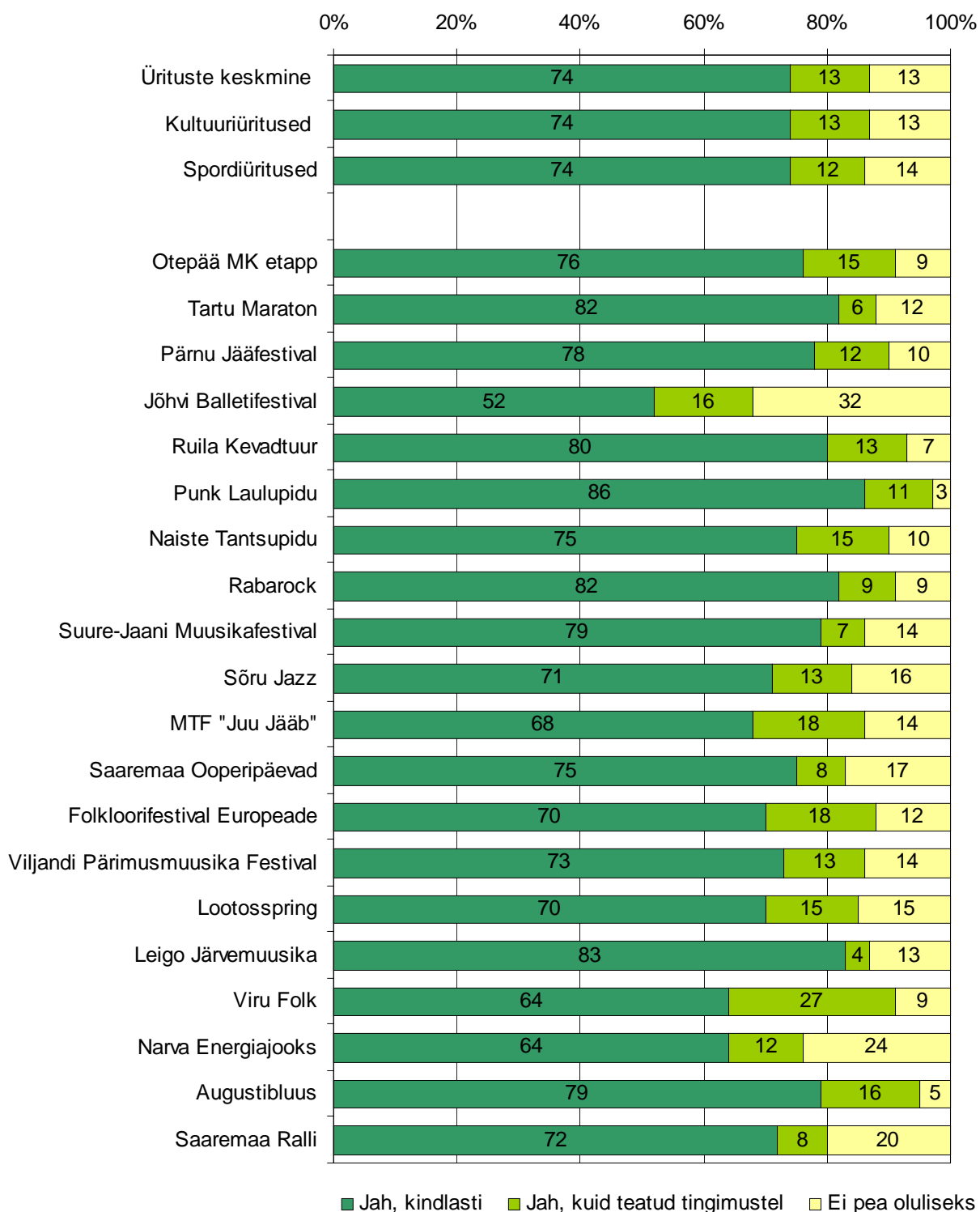
Kohalike ettevõtete ja asutuste koostöösoov kultuuri- ja spordiürituste korraldajatega

Üritustest majandusliku kasu suurendamise ja probleemide ennetamise või vältimise üheks olulisemaks lahenduseks on suurem koostöö ürituste korraldajate, ettevõtete ja avaliku sektori vahel. Kohalike ettevõtete valmidus koostööks oli kõrge (vt joonis 5.2.4). Keskmiselt 87% kohalikest ettevõtetest ja asutustest soovis tulevikus teha rohkem koostööd piirkonnas toimivate kultuuri- ja spordisündmuste korraldajatega, sh 13% teatud tingimustel. Vaid veidi enam kui kümnendik (13%) ettevõtjatest ei tähtsustanud korraldajatega koostööd. Kõrget koostöösoovi väljendati sarnaselt nii kultuuri- kui spordiürituste puhul. Näiteks kümnest Punk Lauupeo, Leigo Järvemuusika, Tartu Maratoni ja Rabarocki mõjupiirkonna ettevõtjast kaheksa üheksa olid edasises koostöösoovis kindlalt veendunud.

Jõhvi Balletifestivali mõjupiirkonna ettevõtetest ja asutustest pidas koostööd oluliseks 68% ja 32% mitte. Ligi kolmandiku ettevõtjate negatiivne meelestatust näitab, et võrreldes teiste piirkondadega omatakse vähem koostöökogemust, üritusi toimub vähem ja piirkonna turismimajandus on alles arenemas. Saaremaa Ralli puhul väljendas koostöösoovi 80% kohalikest ettevõtjatest (sh 8% teatud tingimustel) ja 20% ei pidanud koostööd tulevikus oluliseks. Ralli korraldajatel on palju häid koostööpartnereid, kuid mitmed ettevõtted ja asutused, kes võiksid samuti koostööd teha, seda ei tee (ja meelestatust on raske muuta), kuigi teenitakse hea meelelega tänu üritusele Saaremaale tulnud külastajatelt.

Koostöö tingimustena nimetati mitmel korral ürituste paremat ajalist orienteeritust – et üritusi ei kuhjataks mõnele nädalavahetusele, vaid hajutataks perioodile, kus nii majutus- kui ka toitlustusasutused on tühjemad. Märgiti, et koostöö oleneb üritusest, korraldajate poolsetest pakkumistest, ettevõtte võimalustega arvestamisest (nt lahtiolekuajad, lisatööaja tasustamine), läbirääkimistest, koostöölepetest, korraldusest, paigas piasjadest (alkoholimüük, tualetid jms), ametnike mõistvast suhtumisest jms. Ei soosita ohtrat alkoholi tarbimist, liikluse takistamist ja looduskeskkonna survestamist (nt Viljandis, aga ka Saaremaal ja Käsmus). Koostöö on tõenäolisem, kui ürituse teema pakub ettevõttele huvi või on seotud ettevõtte tegevusalaga, väärtustega või kui koostöö põhimõtted on eelnevalt kokku lepitud.

Ettevõtete ja asutuste koostöösoovid piirkonna kultuuri- ja spordiürituste korraldajatega tulevikus (% vastanutest)



Kokkuvõttes võib öelda, et üheksal kohalikul ettevõtjal kümnest ei tekkinud üritustega seoses probleeme, jäädgi rahule publiku juurdemeelitamiseks tehtud reklaamiga, üritusi väärtustati ja peeti oluliseks nende jätkumist ka tulevikus. Kohalike ettevõtjate koostöövalmidus kultuuri- ja spordisündmuste korraldamisel oli kõrge, keskmiselt 87% kohalikest ettevõtetest ja asutustest soovis tulevikus teha rohkem koostööd, sh 13% teatud tingimustel. Vaid 13% ei pidanud koostööd tulevikus oluliseks. Mida vahetum oli ettevõtte või asutuse kokkupuude, seda olulisemaks peeti ürituse toimumist järgmisel aastal ja seda suurem oli üritusest saadud kasu. Suurem omavaheline koostöö nii kohalike ettevõtjate, kohalike omavalitsuste kui ka korraldajate vahel aitaks suurendada küllastajate rahulolu veelgi, ennetada ja vähendada rahvarohkusega kaasnevat probleeme ning tõhusamalt ära kasutada olemasolevat infrastruktuuri küllastajate teenindamisel. Selle tulemuseks oleks suurem kasu üritusest kõigile osapooltele.

**6. ÜRITUSTE MAJANDUSLIK MÕJU
KOHALIKELE ETTEVÕTETELE JA
ASUTUSTELE**

6.1. Ürituste majanduslik mõju kohalikele ettevõtetele ja asutustele

Eelnevas alapeatükis analüüsiti ettevõtete ja asutuste hinnanguid ürituste majanduslike ja sotsiaalkultuuriliste mõjude kohta piirkonnale tervikuna. Alljärgnevas alapeatükis tuleb vaatluse alla ürituste majanduslik mõju kohalike ettevõtete ja asutuste majandustegevuse tulemustele. Enne ürituse toimumist teavitati ettevõtteid ja asutusi uuringu toimumisest ning peale üritust saadeti elektrooniline küsitlusvorm (vt lisa 1), mis paluti täita kolme nädala jooksul. Küsimustiku eesmärgiks oli välja selgitada, kas ürituse toimumine mõjutas ettevõtte-asutuse majandustegevust – külastatavust, müügitulu, kasumit ja töötajate arvu – võrreldes sama kuu tavalise nädalaga. Ettevõtelt ja asutustelt ei küsitud näitajate absoluutsuursi, vaid mõju suunda (suurenes, jäi samaks, vähenes) ning hinnangut mõju suurusele protsentides. Ühtlasi andsid ettevõtted ja asutused üldhinnangu ürituse olulisusele majanduslikus mõttes. Küsitlusele vastas 815 ürituste toimumiskohas (ja lähiümbruses) tegutsenud ettevõtet ja asutust. Küsitleti ettevõtteid ja asutusi erinevatelt tegevusaladelt, sealhulgas toitlustus-, majutus-, transpordi-, reklaami-, kaubandusettevõtteid, bensiinijaamu, kultuuri-asutusi jne. Siinkohal on vaatluse alt välja jäetud 124 teenusepakkujat, kes antud üritusel küll korraldajaid või kliente teenindasid, kuid kes olid regiooni tulnud teisest piirkonnast (nt Sõrule või Käsmu Tallinnast).

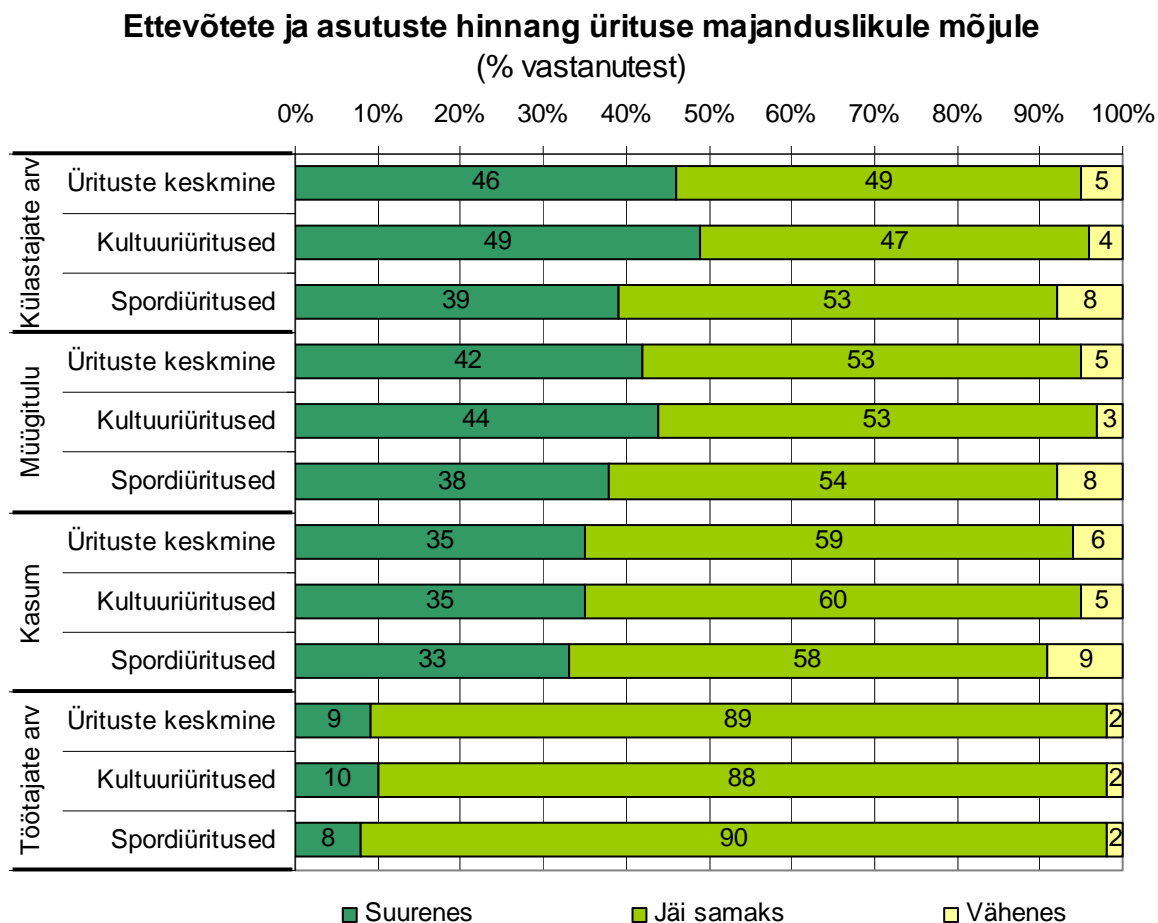
Ürituse majanduslik mõju regiooni ettevõtetele ja asutustele sõltus külastajate arvust, ürituse ja regiooni mainest, sündmuse sisust, korraldaja professionaalsusest ja turunduslikust kompetentsist, külastatavusest, kuid lisaks sellele piirkonna infrastruktuurist, kohalike ettevõtete ja asutuste valmidusest teenindada külastajaid ning pakkuda ürituse korraldajatele vajaminevaid kaupu ja teenuseid.

Ürituste keskmine ning kultuuri- ja spordiürituste majanduslik mõju kohalikele ettevõtetele ja asutustele on toodud joonisel 6.1.1. Ettevõtted ja asutused hindasid, kas ürituse läbiviimise ajal toimus tavalise nädalaga võrreldes muutusi külastajate arvus, müügitulus, kasumis ja töötajate arvus. Nagu jooniselt näha, tõusis ürituste keskmisena külastatavus võrreldes tavalise nädalaga peaaegu pooltes regiooni ettevõtetes ja asutustes (46%). Ligi pooltes ettevõtetes ja asutustes (49%) jäi külastajate arv tavapärase nädalaga võrreldavale tasemele ja 5% vähenes. Kultuuri- ja spordiürituste lõikes ilmnasid mõningad erinevused – kultuuriürituste puhul kasvas külastatavus 49% ja spordiürituste puhul 39% vastanud ettevõtetest ja asutustest. Siin võib olla mitmeid põhjusi nagu ürituse formaat (enamus spordiüritusi olid aktiivse osalusega, st peamine eesmärk oli üritusel osalemine), külastajate sihtgrupp, ürituse toimumiskoht jne.

Tänu suurenenud külastatavusele kasvasid ettevõtete ja asutuste müügitulud. Võrreldes tavalise nädalaga tõusis ürituste keskmisena käive kahel viiendikul (42%), jäi samaks pooltel (53%) ja vähenes 5% vastanutest. Nagu külastatavuse puhul, märkisid ka siin kultuuriürituste külastajaid teenindanud ettevõtted ja asutused müügitulude suurenemist veidi sagedamini kui

spordiürituste küllastajaid teenindanud ettevõtte ja asutused. Veidi enam kui pooled ettevõtte ja asutused (nii kultuuri- kui spordi) ei täheldanud ürituse perioodil muutusi müügitulus.

Joonis 6.1.1



Ürituste keskmisena jäi kasum samaks 59%, suurenes 35% ja vähenes 6% vastanud ettevõttes ja asutuses. Kui müügitulu suurenes, siis üldiselt kandus see üle kasumi kasvuks. Kultuuri- ja spordiürituste lõikes olulisi lahknevusi tulemustes ei ilmnenud.

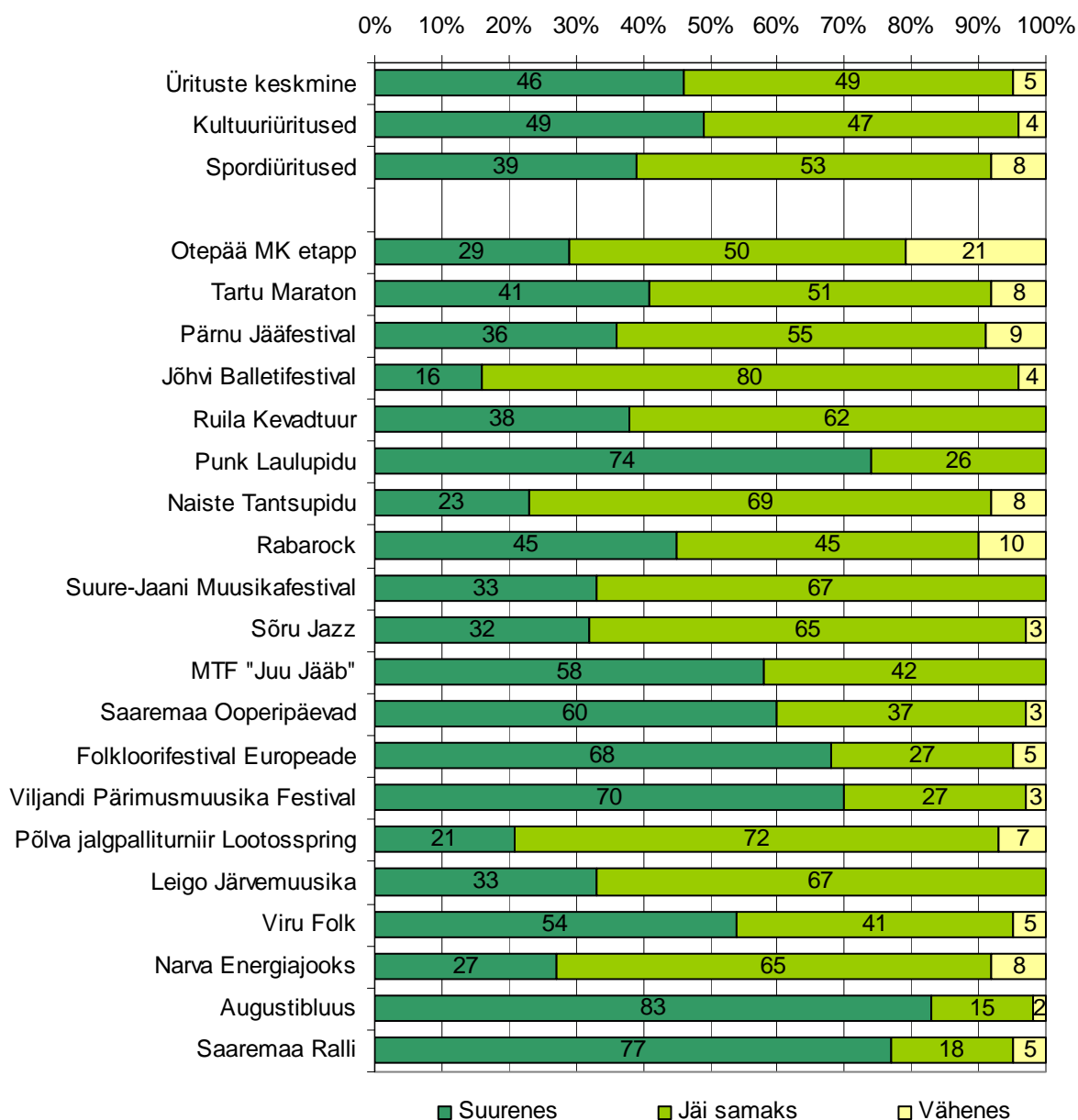
Lisatööjõudu ettevõtte ja asutused ürituse toimumise ajaks valdavalt ei palganud. Joonisel on näha, et vaid ligi kümnendik ettevõtetest ja asutustest võttis ürituse ajaks juurde lisatööjõudu, kuid enamus juhtudel seda ei tehtud. Seega kui küllastatavus isegi kasvas, siis üritati kasvanud nõudluse tingimustes hakkama saada olemasolevate töötajatega. Nii mõnigi kord märkisid ettevõtjad, et paljude klientide sattumine ühele ajahetkele raskendas teenindamist, st ei jõutud kõiki küllastajaid vastu võtta või kannatas teeninduse kvaliteet. Samas oli lisatööjõudu raske planeerida, sest klientide arv kasvas ühel väikesel ajahetkel.

Järgnevalt analüüsitakse eelnevalt toodud näitajaid ürituste lõikes. Ürituste mõju kohalike ettevõtete ja asutuste küllastajate arvule on toodud joonisel 6.1.2. Ürituste lõikes suurenes küllastajate arv keskmiselt 46% vastanutest. Üle keskmise mõjutas ürituse toimumine küllastajate arvu kaheksa ürituse puhul, st vahemikus 58% kuni 83% kohalikest ettevõtetest ja asutus-

test tõdes, et ürituse ajal kasvas klientide hulk. See tähendab, et enam kui pooled ettevõtted ja asutused nende ürituste toimumiskohtades said kliente juurde. Enim tunnetasid ettevõtjad küllastajate arvu kasvu Augustibluusi (83% vastanutest), Saaremaa Ralli (77%) ja Punk Lau-lupeo (74%) ajal. Ülejäänud üritustel suurenes küllastatavus keskmisel tasemel või alla selle (vahemikus 16% kuni 45%). Valdavalt märkisid ettevõtted ja asutused, et küllastajate arv jäi tavapärase nädalaga samale tasemele või harvadel juhtudel vähenes.

Joonis 6.1.2

Ettevõtete ja asutuste hinnang ürituse mõju kohta küllastajate arvule (% vastanutest)

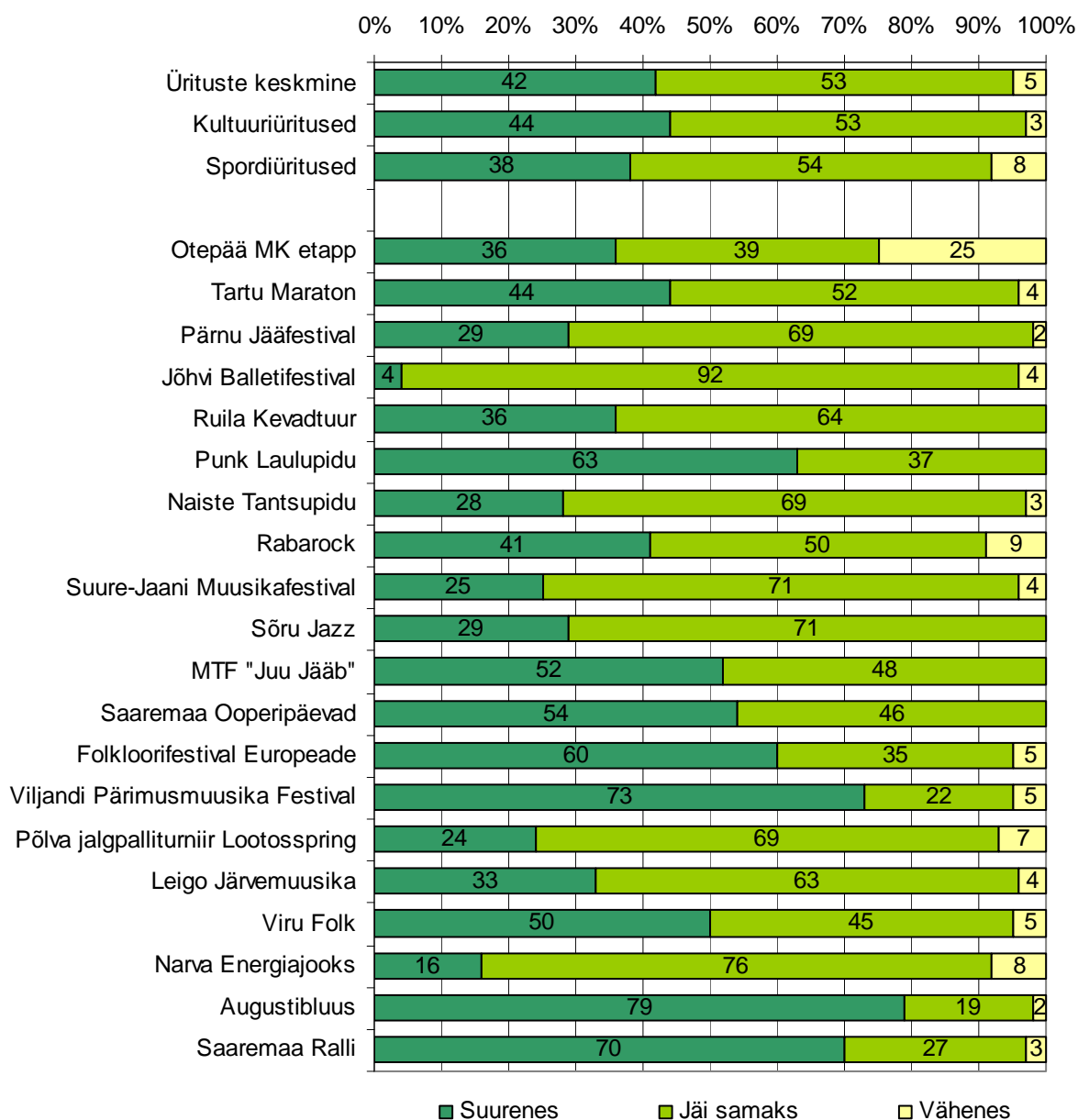


Küllastajate arvu suurenemine avaldas mõju ettevõtete ja asutuste müügitulule. Ürituste keskmiselt kasvas müügitulu 42% vastanud ettevõttes ja asutuses, kuid enam kui pooltel juh-

tudel jäi müügitulu tavalisel nädalaga võrreldavale tasemele (vt joonis 6.1.3). Üle keskmise (vahemikus 44-79% vastanutest) tunnetati müügitulu kasvamist üheksa ürituse puhul, sealhulgas enim Augustibluusil (79%), Viljandi Pärimusmuusika Festivalil (73%) ja Saaremaa Rallil (70%). Seega võib öelda, et nende ürituste toimumiskohas tegutsevatele ettevõtjatele on ürituste aeg heaks tuluteenimise võimaluseks – osatakse näha ja ära kasutada ürituse poolt piirkonda toodud külastajate potentsiaali.

Joonis 6.1.3

Ettevõtete ja asutuste hinnang ürituse mõju kohta müügitulule (% vastanutest)



Kohalikule majandusele keskmisest suuremat positiivset mõju avaldanud üritused toimusid Haapsalus, Viljandis, Saaremaal, Rakveres, Tartus, Muhumaal ja Käsmus. Neis linnades ja

piirkondades on Eesti mõistes üle keskmise arenenud turismiinfrastruktuur (majutus, toitlus jne), mistõttu ollakse paremas algspositsioonis külastajate teenindamisel ja/või oldi paremini ettevalmistunud külastajate teenindamiseks. Samuti olid keskmisest enam ettevõtjatele kasu toonud üritused rahvarohked ja üle kümneaastase korraldusajalooga (samas mitte kõik). Kuigi ülejäänute puhul oli samuti üritusest kasu saanud ettevõtteid ja asutusi, siis valdavalt jäi müügitulu tavalise nädalaga võrreldavale tasemele. Seega kui kohalikud ettevõtted ja asutused tahavad müügitulu suurendada, siis tuleb eelnevalt valmistuda külastajate teenindamiseks ning teha korraldajatega koostööd, et külastajad jõuaksid teenusepakkujateni.

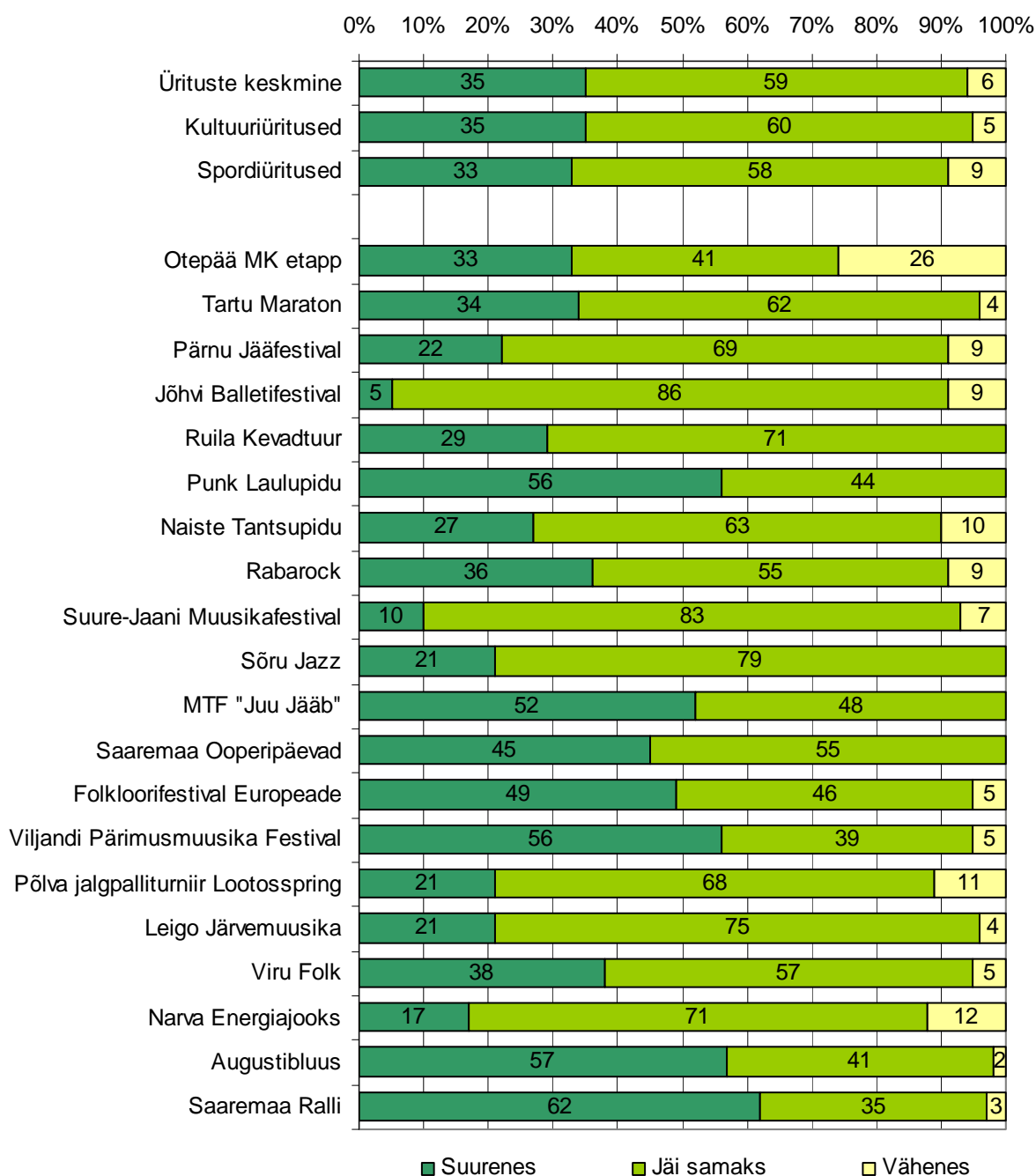
Enamus ürituste puhul jäi mõjupiirkonna ettevõtete ja asutuste kasum samale tasemele, kuid müügitulu suurendanutel kandus see üle kasumi kasvaks (vt joonis 6.1.4). Keskmiselt kasvas kasum enam kui kolmandikus (35%), jäi samale tasemele rohkem kui pooltes (59%) ja vähenes alla kümnendikus (6%) ettevõtetes ja asutustes. Seega valdavalt jäi ettevõtete ja asutuste kasum tavapärase nädalaga samale tasemele. Sarnaselt müügituluga tunnetati keskmisest enam kasumi kasvamist üheksa ürituse puhul. Nende ürituste toimumiskohtades leidsid 36%-62% vastanud ettevõtetest ja asutustest, et ürituse ajal kasum võrreldes tavalise nädalaga suurenes, sealjuures kõige enam Saaremaa Rallil (62% vastanutest), Augustibluusil (57%), Punk Laulupeol ja Viljandi Pärimusmuusika Festivalil (mõlemal üritusel 56%).

Ürituse mõju kohalike ettevõtete ja asutuste töötajate arvule on toodud joonisel 6.1.5. Nagu jooniselt näha, ei võtnud kohalikud ettevõtted ja asutused ürituse toimumise ajaks valdavalt juurde lisatööjõudu, vaid üritasid hakkama saada olemasolevate töötajatega. Üheteistkümne ürituse puhul võis täheldada, et enam kui kümnendik ja maksimaalselt kuni viiendik vastanud ettevõtetest ja asutustes võttis juurde lisatööjõudu.

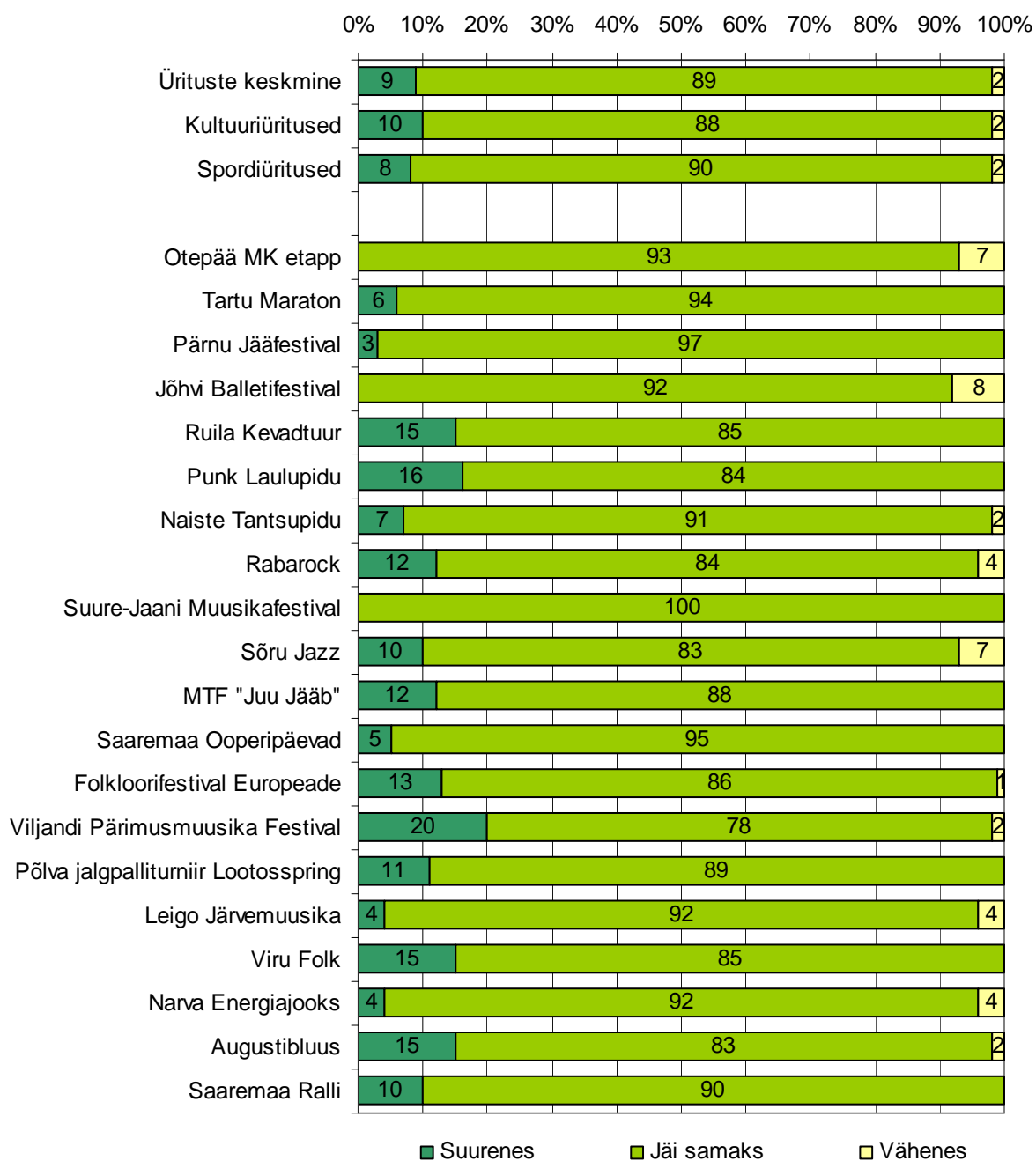
Kokkuvõttes võib öelda, et ürituste mõju kohalikele ettevõtetele ja asutustele oli suhteliselt varieeruv. Kõige enam mõjutasid vaadeldud üritustest kohalikku majandust Augustibluus, Viljandi Pärimusmuusika Festival, Saaremaa Ralli, Punk Laulupidu, folkloorifestival Europeade, Saaremaa Ooperipäevad, Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääb", Viru Folk ja Tartu Maraton, kus ürituse toimumise ajal kasvas enam kui pooltes vastanud ettevõtetes ja asutustes külastajate arv, mis suurendas müügitulu enam kui kahel viiendikul ja kasumit enam kui kolmandikul kohalikest ettevõtetest ja asutustest. Ka ettevõtete ja asutuste töötajate arvu mõjutasid need üritused valdavalt üle keskmise, kuigi enamasti lisatööjõudu ei palgatud.

Küsitlusega kogutud üldhinnang ürituse olulisusest oma ettevõttele ja asutusele majanduslikus mõttes kinnitab eelnevat (vt joonis 6.1.6). Ligi kaks kolmandikku ettevõtetest ja asutustest (65% vastanutest, ürituste keskmine) hindasid ürituse majanduslikus mõttes tähtsaks, kusjuures ligi veerandile (24%) oli üritus väga oluline ja kahele viiendikule (41%) mõnevõrra oluline. Ülejäänud ettevõtetele ja asutustele ei olnud üritused majanduslikus mõttes olulised (23% vastanutest) või ei osatud täpselt öelda, kuidas üritus neid majanduslikult mõjutas (12%).

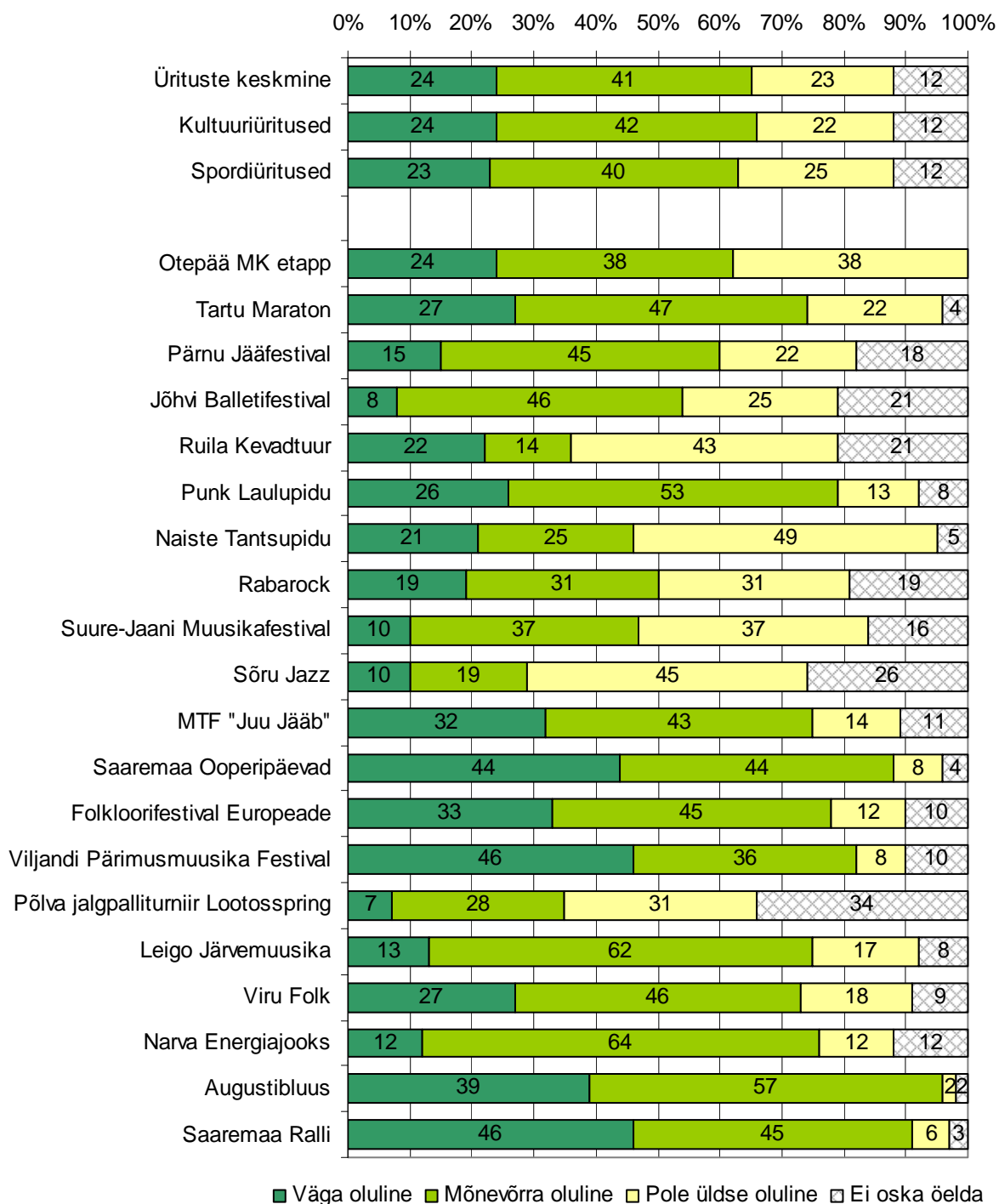
Ettevõtete ja asutuste hinnang ürituse mõju kohta kasumile (% vastanutest)



Ettevõtete ja asutuste hinnang ürituse mõju kohta töötajate arvule
(% vastanutest)



Ettevõtete ja asutuste üldhinnang ürituse majanduslikule olulisusele
(% vastanutest)



Kultuuri- ja spordiürituste lõikes olid tulemused sarnased, kuid iga ürituse puhul taas varieeruvad. Mida rohkem said kohalikud ettevõtted ja asutused üritusest ise kasu, seda kõrgemalt hinnati ürituse majanduslikku olulisust. Samas võib öelda, et üldhinnangu andmisel olid ettevõtted ja asutused veidi positiivsemad kui üksikute näitajate hindamisel. Jooniselt nähtub, et keskmisest (st 65%) kõrgemaks hinnati üritust majanduslikult väga või mõnevõrra oluliseks üheteistkümne ürituse puhul, kusjuures valdavalt peeti ürituse mõju mõnevõrra oluliseks. Kõrgeimaks hindasid ettevõtted ja asutused Augustibluusi, Saaremaa Ralli, Saaremaa Ooperipäevade ja Viljandi Pärimusmuusika Festivali majanduslikku mõju – üle 80% ettevõtjatest leidsid, et majanduslik mõju oli väga või mõnevõrra oluline. Viie ürituse toimumiskohas oli ettevõtjate arvamus, et majanduslik mõju ei olnud oluline või ei osatud mõjule hinnangut anda.

Järgnevalt vaadeldakse, kas ettevõtete ja asutuste seotus üritusega mõjutas üritusest saadavat kasu. Kohalikud ettevõtted ja asutused võisid üritusega olla seotud erineval moel – võidi olla ürituse koostööpartneriks, sponsoriks-toetajaks, teenindada ürituse külastajaid, üritusega üldse mitte seotud olla vms. Tabelis 6.1.1. on toodud vastanute seotus üritusega, kusjuures üks ettevõtte-asutus võis märkida mitu vastusevarianti.

Tabelist on näha, et enamus kohalikke ettevõtteid ja asutusi olid teenindanud ürituse külastajaid (43% vastanutest) või ei olnud üritusega mingil moel seotud (44%). Üritusega mitteseotus ei välistanud ürituse külastajate teenindamist, mida mõned neist ka tegid. Ürituste lõikes varieerus külastajate teenindajate osakaal 16%-st Hiiumaal Sõru Jazzil kuni 68%-ni Tartus folkloorifestivalil Europeade. Keskmisest suurem oli teenindamisega seotud ettevõtete ja asutuste osakaal kümnel üritusel, kus mitmed neist olid kaasatud kogu ürituse planeerimisse ja läbiviimisse. Tegemist oli pikemaajaliste (st toimunud enam kui kümme korda), suuremates linnades ja piirkondades toimunud üritustega või üritustega, mis olid välja kasvanud kohalikust kogukonnast. Mitteseotud ettevõtete ja asutuste osakaal varieerus 24% kuni 72%.

Lisaks külastajate teenindamisele või üritusega mitteseotud ettevõtetele ja asutustele oli pea kaheksandik (12%) ettevõtetest ja asutustest ürituse koostööpartneriks. Pea pooled koostööpartneriks olnud ettevõtted ja asutused teenindasid samaaegselt ürituse külastajaid. Koostööpartnerite osakaal oli kõrgem Suure-Jaani Muusikafestivalil, Viru Folgil, Pärnu Jääfestivalil, Naiste Tantsupeol ja Ruila Kevadtuuril, kus koostööpartnerite hulk vastanute seas oli viiendik ja enam. Ürituste sponsoriks ja toetajaks oli 5% vastanud kohalikest ettevõtetest ja asutustest. Neist enam kui pooled teenindasid samaaegselt ürituse külastajaid. Kohalike sponsoritoetajate osakaal oli kõrgem (st kümnendik ja enam) Naiste Tantsupeol, Suure-Jaani Muusikafestivalil, Saaremaa Rallil ning Põlva noorte jalgpalliturniiril Lootosspring.

Küsitlusega koguti eelkõige teeninduse ja kaubandusega tegelevate ettevõtete ja asutuste vastuseid, millest tulenevalt ei saadetud küsitlust kõigile koostööpartneritele ja sponsoritoetajatele. Seega oli ürituse koostööpartnerite ja sponsoritoetajate ring oluliselt laiem nii kohalike ettevõtete ja asutuste arvelt, kellele küsitlust ei saadetud (nt tootmisettevõtted) kui ka väljastpoolt regiooni üritust toetanud ettevõtete ja asutuste arvelt.

Tabel 6.1.1. Kohalike ettevõtete/asutuste seotus üritusega (% vastanutest, mitme vastuse võimalus)

	Koostöö-partner	Sponsor, toetaja	Külastajate teenindaja	Ei olnud üritusega seotud	Muu
Ürituste keskmine	12	5	43	44	6
Kultuuriüritused	14	5	43	44	6
Spordiüritused	7	6	45	45	6
Otepää MK etapp	3	3	48	48	3
Tartu Maraton	8	4	39	41	12
Pärnu Jäähfestival	22	6	38	43	7
Jõhvi Balletifestival	8	4	32	60	12
Ruila Kevadtuur	20	0	40	47	0
Punk Laulupidu	16	8	50	26	3
Naiste Tantsupidu	21	14	40	33	12
Rabarock	8	4	23	65	8
Suure-Jaani Muusikafestival	27	13	27	47	3
Sõru Jazz	3	3	16	72	9
MTF "Juu Jääb"	14	4	29	61	4
Saaremaa Ooperipäevad	16	7	57	33	1
Folkloorifestival Europeade	12	0	68	24	1
Viljandi Pärimumuusika Festival	17	2	60	28	8
Põlva jalgpalliturniir Lootosspring	3	10	45	45	10
Leigo Järvemuusika	4	0	54	42	4
Viru Folk	23	5	45	45	5
Narva Energiajooks	0	4	31	65	4
Augustibluus	5	0	61	34	5
Saaremaa Ralli	8	12	65	26	5

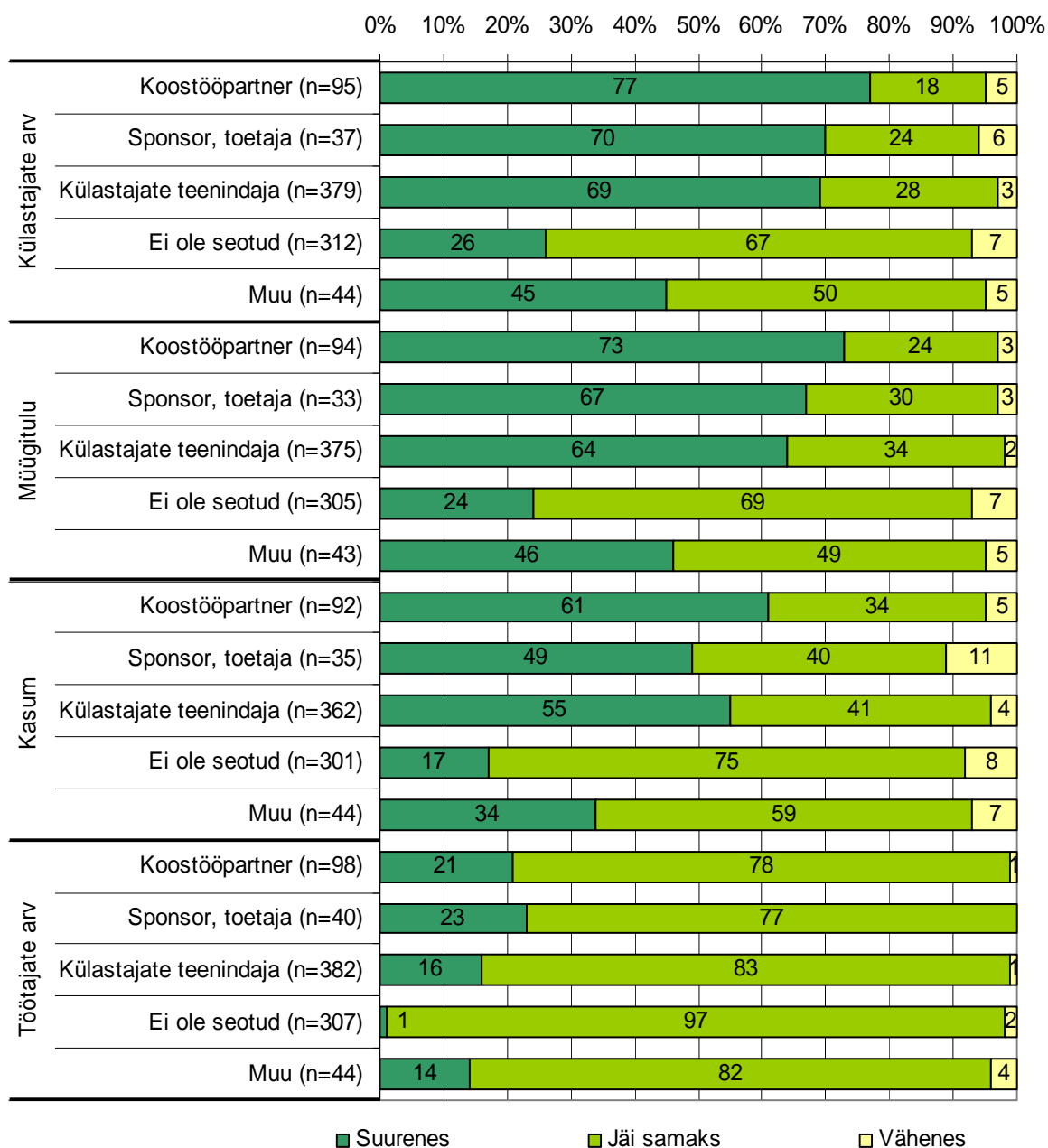
Üritusega muud moodi seotud kohalikke ettevõtteid ja asutusi oli valimis keskmiselt 6%. Ankeetidesse märgitud vastuste põhjal võib öelda, et muu seotus oli mitmesugune. See võis tähendada, et ettevõtte või asutus oli seotud konkreetse tegevusega ürituse raames (nt mõne alaürituse läbiviimisega), kaupade-teenuste pakkumise või osalejate-esinejate teenindamisega, samuti märkisid muud moodi seotust ürituste läbiviimise paigad, potentsiaalsed koostööpartnerid järgmisel aastal, koostööpartnerid või sponsorid-toetajad varasematel aastatel, lisaks väljendati isiklikku sidet üritusega läbi enda või pereliikme osalemise jne.

Kokkuvõttes on tabelist näha, et keskmisest enam olid ürituste korraldamise kaasatud kohalikud ettevõtted ja asutused (läbi koostööpartneriks, sponsoriks-toetajaks olemise või küllastajate teenindamise) Saaremaa Ooperipäevadel, Punk Laulupeol, Pärnu Jääfestivalil, Naiste Tantsupeol, Suure-Jaani Muusikafestivalil, Viljandi Pärimusmuusika Festivalil, Põlva noorte jalgpalliturniiril Lootospring, Viru Folgil ja Saaremaa Rallil.

Joonisel 6.1.7. on vaadeldud ürituste mõju lähtuvalt ettevõtte ja asutuse seotusest üritusega.

Joonis 6.1.7

Ettevõtete ja asutuste hinnang ürituse majanduslikule mõjule lähtuvalt üritusega seotusest (% vastanutest)



Kuna ankeeti võis märkida mitu vastusevarianti, siis on mõningad ettevõtted ja asutused arvesse läinud mitmekordselt, st nii koostööpartneri, sponsor-toetaja või küllastajate teenindajana. Kahe vastusevariandi, “sponsor, toetaja” ja “muu” puhul oli vastanuid kokku alla 50.

Ürituse küllastajaid teenindanud ja üritusega mitteseotud ettevõtteid ja asutusi oli ligikaudu samas suurusjärgus – mõlemal juhul koguti olenevalt küsimusest (näitajast) 300 ja enama ettevõtte ja asutuse vastused. Loogiliselt said ettevõtted ja asutused, kes teenindasid (või võisid teenindada) ürituse küllastajaid sellest kasu. Jooniselt on näha, et neist 69% suurenes küllastajate arv, mis suurendas müügitulu 64% ja kasumit 55% vastanutest. Kuigi üritusega mitteseotus ei välistanud ürituse küllastajate teenindamist, siis on näha, et valdavalt jäi neis ettevõtetes ja asutustes majandustegevus ürituse ajal tavalise nädalaga samale tasemele. Mitteseotud ettevõtetes ja asutustes suurenes küllastajate arv ja müügitulu ligikaudu neljandikul ning kasum kuuendikul vastanutest. Ürituste mõju töötajate arvule oli eelnevate näitajatega võrreldes oluliselt madalam, ent ligi kuuendik (16%) küllastajaid teenindanud ettevõtetest ja asutustest võttis juurde lisatööjõudu. Üritusega mitteseotud ettevõtete ja asutuste töötajate arvule ei avaldanud ürituse toimumine mitte mingisugust mõju.

Mitmed koostööpartnerid ja sponsorid-toetajad teenindasid ühtlasi ürituse küllastajaid. Samas on ülaltoodud jooniselt näha, et koostööpartneriks või sponsoriks-toetajaks olnud kohalikud ettevõtted ja asutused said üritustest veelgi rohkem kasu kui ürituse küllastajaid teenindanud ettevõtted-asutused. Ligikaudu kolmel neljandikul ürituse koostööpartneritest suurenes küllastajate arv (77% vastanutest) ja müügitulu (73%), kolmel viiendikul kasum (61%) ja viiendikul töötajate arv (21%). Kuigi ürituse sponsori ja toetajana määratlenu kohalike ettevõtete ja asutuste valim oli väike, on näha, et küllastatavus ja müügitulu kasvas enam kui kahes kolmandikus (vastavalt 70% ja 67% vastanutest), kasum pooltes (49%) ja töötajate arv enam kui viiendikus (23%) ettevõtetes ja asutustes. Seega tõuseb ürituste korraldajatega mingil moel koostöö tegemisest kohalikele ettevõtetele ja asutustele endale märkimisväärset kasu.

Üritusega muud moodi seotud olnud ettevõtetest ja asutustest said kasu ligikaudu pooled läbi küllastatavuse ja müügitulu suurenemise, kuid pooltel ja enamatel juhtudel jäid tulemused samaks tavapärase nädalaga. Näitajate suurem varieerumine tuleneb ettevõtete ja asutuste määratluse mitmekesisusest (vt eespool).

Kokkuvõttes võib öelda, et ürituste mõju piirkonna ettevõtete ja asutuste majandustegevuse tulemustele oli positiivne. Kõikide analüüsitud majandusnäitajate saldod olid positiivsed, st mõju suurenemist märkinud ettevõtteid ja asutusi oli rohkem kui vähenemist märkinud ettevõtteid ja asutusi. Ürituste keskmiselt kasvas küllastajate arv ligi pooltes (46%), suurendades müügitulu kahes viiendikus (42%) ja kasumit enam kui kolmandikus (35%) ettevõtetes ja asutustes. Üritusega seonduvalt täiendavat tööjõudu valdavalt juurde ei võetud (89%), seda tegi ligikaudu iga kümnes (9%) ettevõtte või asutus. Üldiselt olid küsitlusele vastanud teenindanud kas ürituse küllastajaid või ei olnud otseselt üritusega seotud, ligikaudu kaheksandik (12%) olid olnud ürituse koostööpartneriks ja 5% sponsoriks-toetajaks. Ürituse küllastajaid teenindanud või korraldajatega koostööd teinud (koostööpartner, sponsor-toetaja) ettevõtted

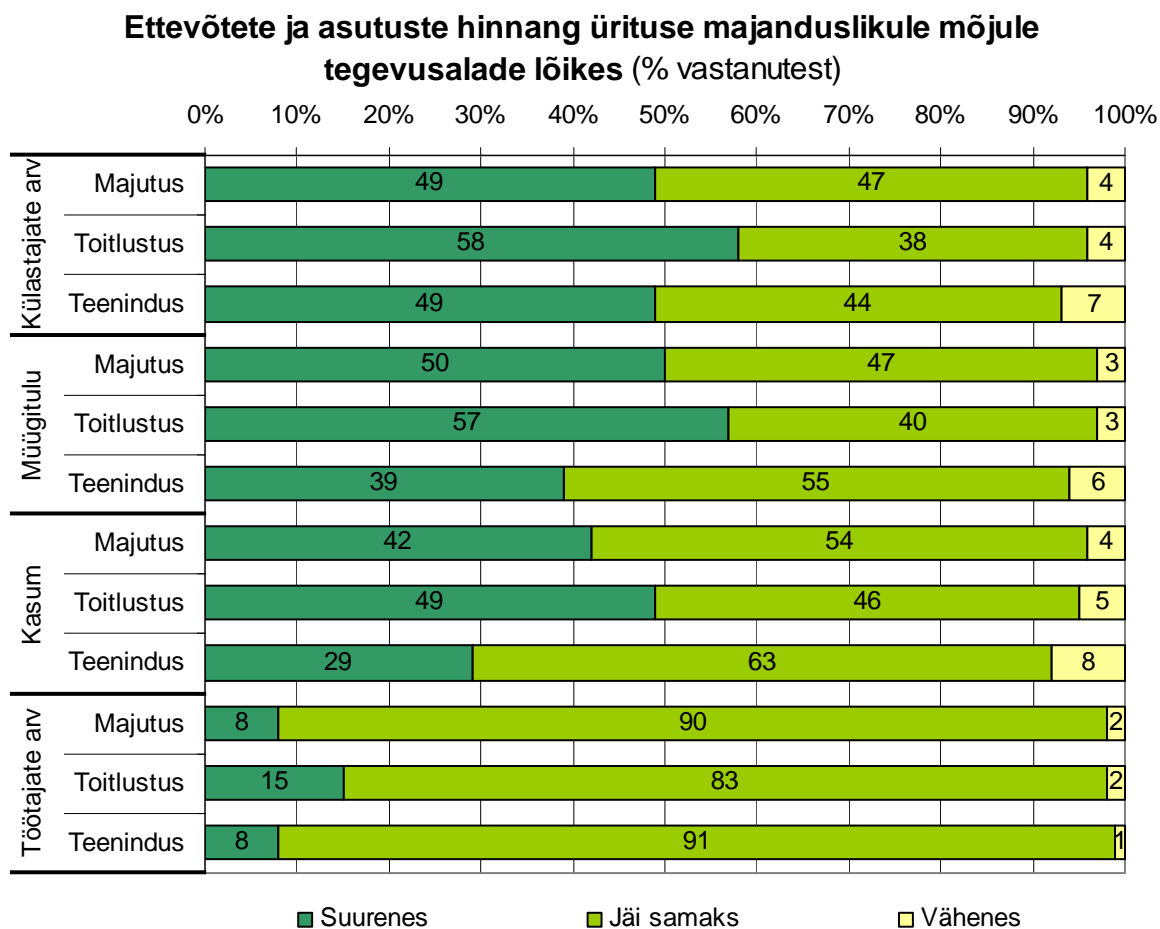
ja asutused said üritusest oluliselt enam kasu kui mitteseotud ettevõtted ja asutused. Seega erasektori ja ürituste korraldajate koostöö on mõlemapoolselt kasulik. Kuigi ürituste lõikes tulemused varieerusid, oli ürituste toimumine kohalikele ettevõtetele ja asutustele heaks täiendava tulu teenimise võimaluseks. Oli selliseid piirkondi, kus osatakse juba praegu hästi ära kasutada ürituse poolt loodavat potentsiaali, kuid oli ka piirkondi, kus arengupotentsiaal küllastajate teenindamiseks oli kasutamata.

6.2. Ürituste majanduslik mõju kohalikele ettevõtetele ja asutustele tegevusalade lõikes

Järgnevalt analüüsitakse ürituste majanduslikku mõju tegevusalade lõikes ehk ürituste mõju majutus-, toitlustus- ja teenindusettevõtetele. Uuringu käigus küsitleti ettevõtteid ja asutusi erinevatelt tegevusaladelt, kuid üldistuste tegemiseks jagati kolme suuremasse tegevusala gruppi: majutus, toitlustus ja teenindus (vt jaotust alapeatükis 2.3). Tegevusala jaotamise aluseks võeti ettevõtte põhitegevusala, kuigi oli ilmne, et näiteks mitmed põhitegevusala majutusettevõtted pakkusid toitlustamist vm. Küsitlusele vastas 815 ürituste toimumiskohas (ja lähiumbruses) tegutsenud ettevõtet ja asutust, sealhulgas 343 majutus-, 298 teenindus- ja 174 toitlustusettevõtet ja -asutust. Seega oli valimis vastavalt 42% majutus-, 37% teenindus- ning 21% toitlustusettevõtteid ja -asutusi. Tulenevalt valimite väiksusest vaadeldakse tulemusi üldiselt ega tooda välja ürituste lõikes. Lisaks eelnevas alapeatükis vaadeldud näitajatele analüüsitakse siinkohal mõju suurust ja küllastajate kulutusi ettevõtetes-asutustes.

Joonisel 6.2.1. on toodud ettevõtete ja asutuste hinnangud ürituse küllastajate arvule ja majanduslikule mõjule tegevusalade lõikes.

Joonis 6.2.1



Jooniselt on näha, et ürituste toimumine mõjutas positiivselt nii majutus-, toitlustus- kui ka teenindusettevõtete ja -asutuste külastatavust. Enim said tänu üritustele kliente juurde kohalikud toitlustusasutused, kus ürituste ajal suurenes külastatavus 58%, jäi samaks 38% ja vähenes 4% vastanutest. Ürituse soodustav mõju majutuse ja teeninduse pakkujate külastajate arvule oli kümnendiku võrra madalam – ligi pooled majutuse ja teeninduse valdkonnas tegutsenud ettevõtted ja asutused said tänu üritusele juurde täiendavaid kliente, kuid ligi pooltes ettevõtetes-asutustes jäi klientide arv tavapärasele tasemele või mõnel juhul langes.

Suurenenud külastatavusega kaasnesid täiendavad müügitulud – müügitulud kasvasid 57% toitlustus-, 50% majutus- ja 39% teenindusettevõtetes ja -asutustes. Seega tunnetasid ürituse mõju enam toitlustus- ja majutusettevõtted, mis ürituste toimumise ajal täitusid arvukate külastajatega või üritusega mingil moel seotud olnud inimestega (korraldajad, esinejad). Majutusasutustesse jäetud rahasummad (vt lk 76) ja majutusele tehtud kulutused olid külastajate kulustruktuuris ühed kõrgemad (vt alapeatükk 7.4). Kuigi teenindusettevõtete külastatavuse kasvu tunnistanud ettevõtteid oli sama palju kui majutuses, jäi mõju müügituludele madalamaks. See võis tuleneda teeninduse tegevusala ettevõtete ja asutuste mitmekesisusest, näiteks kaasas teeninduse tegevusala kultuuriasutusi (esmatähtis ei pruukinud olla müügitulu teenimine), samuti jaekaubanduse, transpordi ja kütusemüügiga tegelevad ettevõtted jne. Majutuse, toitlustuse ja teeninduse pakkujad tunnetasid iga külastaja lisandumist mõnevõrra erinevalt – näiteks kümne külastaja lisandumine hotelli, restorani või jaekaubandusettevõttesse omas tõenäoliselt erinevat mõju ettevõtte müügitulemustele.

Müügitulud kandusid valdavalt edasi ettevõtete ja asutuste kasuminäitajatesse, kuigi mitte alati, st müügitulude kasv ei olnud piisavalt suur avaldamaks mõju kasumile. Kokkuvõttes tunnetas kasumi suurenemist 49% toitlustus-, 42% majutus- ja 29% teenindusettevõtetest ja -asutustest ning ülejäänud ettevõtetel-asutustel jäi kasum samaks või vähenes.

Ürituse toimumise ajaks ettevõtted ja asutused kõigilt tegevusaladelt valdavalt lisatööjõudu ei palganud. Mõnevõrra võtsid täiendavaid töötajaid juurde toitlustusasutused – enam kui iga seitsmes toitlustuse pakkuja (15% vastanutest) suurendas ürituse ajaks töötajate arvu ning majutuse ja teeninduse pakkujatest võttis pea iga kümnes (8%) juurde lisatöötajaid.

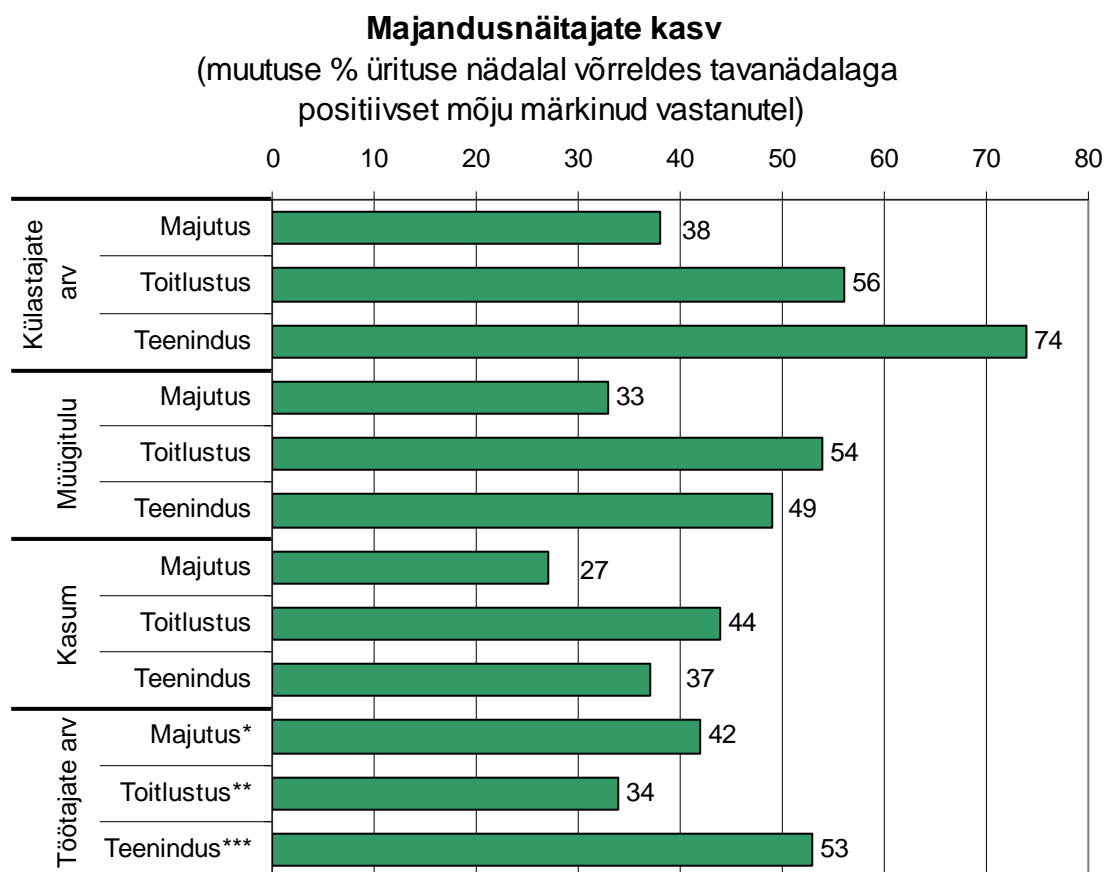
Ettevõtted ja asutused andsid majandusliku mõju suuna kõrval hinnangu ka mõju suurusele, st kui palju suurenesid või vähenesid eelnevad näitajad protsentides. Ettevõtteid ja asutusi, kes märkisid ürituse toimumise ajal majandustegevuse langust ja languse suurust oli vähe, millest tulenevalt neid vastuseid ei analüüsitud.

Joonisel 6.2.2. on näha, kui palju suurenes külastatavus, müügitulu, kasum ja töötajate arv neil ettevõtetel ja asutustel, kes märkisid vastavate näitajate suurenemist. Kõik ettevõtted ja asutused ei avaldanud mõju suuruse hinnangut, keskmiselt tegi seda 77% vastajatest.

Jooniselt on näha, et keskmiselt kasvas külastatavuse kasvu märkinud teenindusepakkujatel ürituseaegsel nädalal külastatavus 74%, mis tähistab 778 külastaja lisandumist (vahemikus

5-15 000). Toitlustusettevõtete külastatavus tõusis keskmiselt veidi enam kui poolteist korda, sellega said ettevõtted keskmiselt juurde 252 külastajat (vahemikus 10-1000). Majutus-asutustes suurenes külastajate arv tavapärase nädalaga võrreldes enam kui kolmandiku võrra, tuues ettevõttesse-asutusse keskmiselt juurde 68 külastajat (vahemikus 2-1100).

Joonis 6.2.2



* n=15; ** n=12; *** n=10

Ettevõtete ja asutuste müügitulu kasv oli madalam kui külastajate arvu kasv. Kui ettevõtte või asutus märkis, et müügitulud suurenesid, siis keskmiselt kasvasid müügitulud toitlustustes ja teeninduses ligikaudu poolteist korda ja majutuses kolmandiku võrra. Eelnevast tulenevalt suurenes ka ettevõtete ja asutuste kasum, küll aga veidi vähem kui müügitulud – kasum suurenes toitlustuses keskmiselt 44%, teeninduses 37% ja majutuses 27% võrra.

Töötajate arvu suurenemist hindasid vähesed ettevõtted ja asutused. Olemasolevate vastuste põhjal saab öelda, et kui teeninduses võeti inimesi juurde, siis keskmiselt kasvas töötajate arv poolteist korda ehk kolme inimese võrra. Majutuses oli keskmine töötajate arvu kasv 42% ehk võeti juurde neli inimest ning toitlustuses, kus töötajaskond kasvas kolmandiku võrra võeti keskmiselt juurde kolm inimest.

Inimesed jätsid ettevõttesse ja asutustesse raha erineval määral (vt tabel 6.2.1). Keskmiselt kulutas ettevõtjate hinnangul üks külastaja majutusettevõttes 42 € kusjuures külastajate kulutused varieerusid 2 €kuni 200 € Toitlustusse ja teenindusse jäetud rahasummad olid oluliselt

madalamad. Keskmiselt jättis üks külastaja teenindusettevõtetesse ja -asutustesse 14 € Toitlustusse jäetud rahasummad inimese kohta olid veelgi madalamad, keskmiselt kulutati toitlustusasutuses 8 € vahemikus 2-50 € Seega jätsid külastajad suurimad rahasummad majutusasutustesse – majutusele kulutatud summad ületasid toitlustuses tehtud kulutusi üle viie ja teeninduses tehtud kulutusi ligi kolm korda.

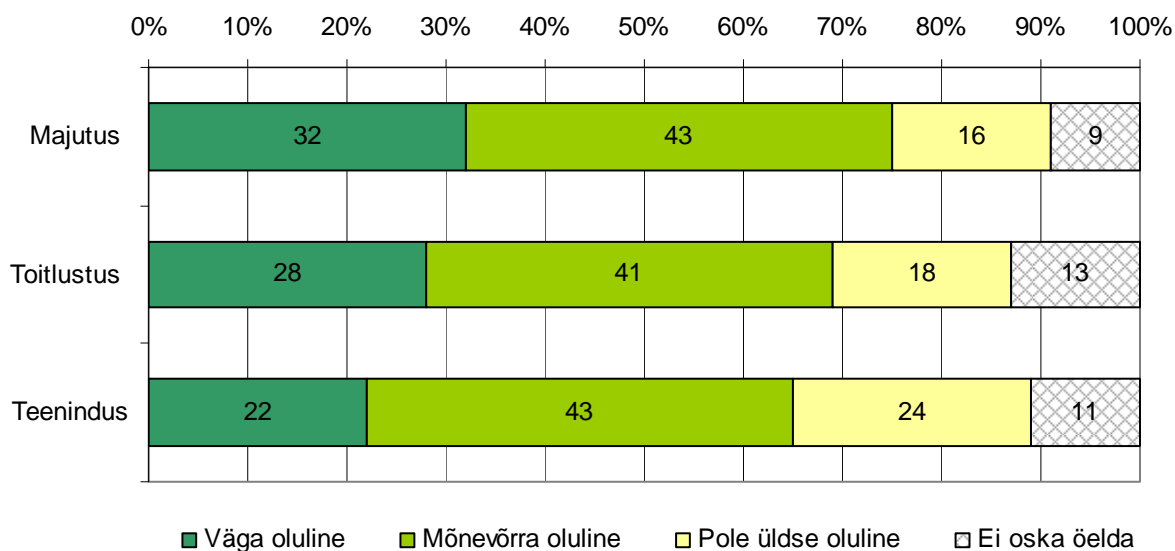
Tabel 6.2.1. Ettevõttes/asutuses keskmiselt ühe külastaja poolt kulutatud summa (€)

	Ettevõtete/asutuste hinnang €
Majutus	42
Toitlustus	8
Teenindus	14

Viimasena vaadeldakse ürituse majanduslikku olulisust erinevate tegevusalade ettevõtetele ja asutustele tervikuna (vt joonis 6.2.3).

Joonis 6.2.3

Ettevõtete ja asutuste üldhinnang ürituse majanduslikule olulisusele tegevusalade lõikes (% vastanutest)



Kõige olulisemaks lugesid ürituste korraldamise majanduslikku mõju majutusasutused. Valdavale osale ettevõtetest ja asutustest kõigilt tegevusaladelt olid üritused kas väga või mõnevõrra olulised – vastavalt 75% majutus-, 69% toitlustus- ja 65% teenindusettevõtetest ja -asutustest. Väikesele osale ettevõtetest ja asutustest ei olnud üritused majanduslikus mõttes üldse olulised – ligikaudu igale neljandale teeninduses, pea igale viiendale toitlustuses ja igale kuuendale majutuses. Ligikaudu kümnendik ettevõtetest-asutustest erinevatel tegevusaladelt ei osanud öelda, kuidas üritus neid mõjutas.

Kokkuvõttes võib öelda, et ürituste toimumine avaldas positiivset mõju nii majutus-, toitlus- kui ka teenindusettevõtetele ja -asutustele. Enim said ürituste toimumisest kasu kohalikud toitlustusasutused – ürituste ajal suurenes külalastavus 58% toitlustusasutustes, suurendades müügitulu 57% ja kasumit 49% vastanud ettevõtetes ja asutustes. Keskmiselt suurenes müügitulu poolteist korda. Lisatööjõudu valdavalt juurde ei võetud, seda tegi vaid iga seitsmes (15%) ettevõtte või asutus. Ürituse mõju majutuse ja teeninduse pakkujatele oli veidi madalam kui toitlustuse pakkujatele. Ligi pooled majutus- ja teenindusettevõtted (49% vastanutest) said tänu üritusele juurde täiendavaid kliente, mis suurendas müügitulu ligikaudu igas teises majutusettevõttes (50%) ja kahes viiendikus (39%) teenidusettevõttes ja -asutuses. Kasum suurenes vastavalt kahel viiendikul majutuse (42%) ja enam kui neljandikul teeninduse pakkujatel (29%). Töötajaid võttis juurde peaaegu iga kümnes (8%) mõlema tegevusala ettevõtte või asutus. Teeninduses kasvas müügitulu keskmiselt poolteist korda ja majutuses kolmandiku võrra. Seega võib kokkuvõtlikult öelda, et taolised üritused toovad kohalikele teenustepakkujatele olulisel määral juurde külalastajaid ja täiendavat tulu, kuid töötajate arvu ürituste toimumine kuigi palju ei mõjuta.

7. ÜRITUSTE KÜLASTAJAD JA NENDE PROFIILID

7.1. Kultuuriürituste külastamine Eesti elanike poolt varasemate uuringute põhjal

Eestis ei ole varem läbi viidud ulatuslikku kultuuri- ja spordisündmuste uuringut. Varasemalt on ürituste korraldajad oma tarbeks läbi viinud külastajate küsitlusi, üle-eestilistes uuringutes on käsitletud üldisemalt eesti elanike kultuuritarbimist, -harjumusi ja -eelistusi (vähem sporditarbimist). Näidetena võib tuua Eesti elanike suviste sisereiside uuringud, mida on tellinud EAS alates 2005. a; ajakasutuse uuringu, mille viis 2009.-2010. a läbi Statistikaamet; samuti Statistikaameti leibkonna eelarve uuringud, milles selgitatakse ühtlasi välja kulutused vabale ajale, väljas söömisele ja majutusteenusele.

Eesti Uuringukeskus OÜ viis EAS-i tellimusel läbi 2011. aasta suviste sisereiside uuringu (vaba aja reisirid)¹⁴, milles analüüsiti Eesti elanike siseturismi harjumusi. 2011. a kolmel suvekuul käis 63% Eesti elanikest vähemalt ühel vaba aja reisiril. 2009. a võrreldes vähenes vaba aja reisiril käinute hulk pea kümnendiku. Ühepäevaseid reise kultuuri- või meelelahutusürituste külastamise eesmärgil väljaspool oma maakonna piire tegi 38% elanikest (2009. a 48%). Vähemalt ühel kontserdil või muusikafestivalil käis suve jooksul 16% elanikest, 12% külastas mõnda teatrietendust või suvelavastust ning 26% käis mõnel muul meelelahutusüritusel. Kokku käidi ühepäevasel kultuuri- või meelelahutusüritusel 1,6 miljonil korral (2009. a 1,43 mln). Mitmepäevaseid (st ööbimisega) reise tegi 49% elanikest, mis on oluliselt vähem kui 2009. a (64%). Peamiselt mindi mitmepäevastel reisiril külla sugulastele või tuttavatele (49% ööbimisega reisiril), puhati rannas (32%) või külastati mõnda vaatamisväärsust (21%). Kontserti või muusikafestivali külastati 15% ja spordiüritustel osaleti või käidi pealt vaatamas 4% ööbimisega reisiridest. Mitmepäevane reis kestis keskmiselt 2,4 ööd, varasematel aastatel 2,5-2,6 ööd, sealjuures olid levinuimad ühe öö ööbimisega reisirid. Enamasti peatuti sugulaste ja tuttavate juures või nende suvilates, majutusteenuseid kasutati vähe. Kultuuri- või meelelahutusürituste külastamise korral peatus 50% vastanutest sugulaste-tuttavate juures või nende suvilas, 22% tasulises majutuskohas, 22% telgis (tasuta) ja 6% oma suvilas, maakodus või korteris. Andes hinnangut majutus- ja toitlustusasutuste hinna-kvaliteedi suhtele, pidasid pooled vastanutest toitlustusasutuste hinna ja kvaliteedi suhet heaks ning 5% vastanutest pigem mitte heaks. Majutusasutuste hinna-kvaliteedi suhet pidas pigem heaks 37% ja pigem mitte heaks 3% vastanutest.

Statistikaameti 2009.-2010. a ajakasutuse uuringus¹⁵ leiti, et kõige meelsamini külastavad Eesti elanikud kontserte, millele järgnevad kultuurimälestiste ning teatri-, ooperi- või tantsuetenduste ja kino külastamine. 2010. aasta Statistikaameti leibkonna eelarve uuringu kohaselt kulutas Eesti elanik leibkonnaliikme kohta aastas keskmiselt vabaaja- ja kultuuriteenustele 71,8 € väljaspool kodu söömisele 81,3 € ja majutusteenusele 10,4 € (vt tabel 7.1.1).

¹⁴ 2011. aasta suviste sisereiside uuring (vaba aja reisirid). Eesti Uuringukeskus, 2011. [<http://www.puhkaeestis.ee/et/eesti-turismiarenduskeskus/spetsialistile/turismistatistika>]. 23.02.2012.

¹⁵ Elanikud osaleksid kultuurisündmustel meelsasti rohkem. Eesti Statistikaamet, 2011. [<http://www.stat.ee/49531?highlight=kultuuris,osalemise>]. 23.02.2012.

Tabel 7.1.1. Kulutused vabaaja- ja kultuuriteenustele, söömisele väljaspool kodu ja majutusteenusele 2010. a (leibkonnaliikme kohta aastas (kuus), €)

Maakond, linn	Vabaaja- ja kultuuriteenused ¹⁾	Söömine väljaspool kodu	Majutusteenused	Kokku
Tallinn	110,2 (9,2)	122,0 (10,2)	24,5	256,7 (21,4)
Harju maakond (v.a Tallinn)	85,4 (7,1)	88,4 (7,4)	8,9	182,7 (15,2)
Lääne maakond	70,7 (5,9)	97,2 (8,1)	10,6	178,5 (14,9)
Tartu maakond	75,1 (6,3)	88,9 (7,4)	5,3	169,3 (14,1)
Pärnu maakond	73,5 (6,1)	90,0 (7,5)	3,7	167,2 (13,9)
Eesti keskmine	71,8 (6,0)	81,3 (6,8)	10,4	163,5 (13,7)
Rapla maakond	66,3 (5,5)	69,4 (5,8)	3,5	139,2 (11,6)
Järva maakond	58,7 (4,9)	76,8 (6,4)	2,5	138,0 (11,5)
Saare maakond	39,6 (3,3)	76,8 (6,4)	7,3	123,7 (10,3)
Hiiu maakond	40,3 (3,4)	55,2 (4,6)	5,0	100,5 (8,4)
Viljandi maakond	41,0 (3,4)	51,8 (4,3)	5,1	97,9 (8,1)
Lääne-Viru maakond	51,8 (4,3)	41,0 (3,4)	3,6	96,4 (8)
Jõgeva maakond	53,0 (4,4)	37,0 (3,1)	1,2	91,2 (7,6)
Valga maakond	36,9 (3,1)	35,1 (2,9)	0,6	72,6 (6,1)
Võru maakond	28,8 (2,4)	42,8 (3,6)	0,3	71,9 (6)
Põlva maakond	31,9 (2,7)	31,0 (2,6)	0,2	63,1 (5,3)
Ida-Viru maakond	24,9 (2,1)	33,0 (2,8)	2,9	60,8 (5,1)

1) sh audiovisuaal-, fotograafia- ja infotööluseseadmed; muud vaba aja ja kultuuriga seotud suured püsikaubad; muud vabaajakaubad ja -tarbed, aiandus, lemmikloomad; vabaaja- ja kultuuriteenused; ajalehed, raamatud ja kirjatarbed; pakettreisid

Allikas: Statistikaamet 2011

Kõige enam kulutasid vabale ajale, väljaspool kodu söömisele ja majutusteenusele Tallinna elanikud – vastavalt 110,2 €, 122 € ja 24,5 € leibkonnaliikme kohta aastas (kokku 256,7 € aastas, 21,4 €kuus). Teistest Eesti maakondadest paistsid keskmise või keskmisest kõrgemate kulutustega silma Harju- (v.a Tallinn) (182,7 €), Lääne- (178,5 €), Tartu- (169,3 €) ja Pärnumaa (167,2 €) elanikud. Kultuuri- ja vabaaja teenustele ning väljas söömisele kulutavad Eesti elanikud meelsamini, kuid majutusteenusele kulutatakse vähe ja kui kulutatakse, siis eeldatavasti mitte sagedamini kui üks-kaks korda aastas.

Erinevad uuringud selgitasid välja ka kultuuri- ja sporditarbimist takistavad tegurid. Statistikaameti 2009.-2010. a ajakasutuse uuringu kohaselt olid linlaste peamiseks takistusteks kultuurisündmuste külastamisel kõrged piletihinnad, tervislik seisund ja üritusi puudutava informatsiooni vähesus. Maaelanike peamiseks probleemideks olid kultuuriasutuste puudumine maapiirkondades, transpordiprobleemid, vajadus hoolitseda pereliikmete eest ja kaaslaste puudumine. 2009. aastal EAS-i tellimisel Saar Polli poolt läbi viidud suviste sisereiside uuring¹⁶ tuvastas samuti, et peamised takistused sisereisidele olid rahapuudus (47% mitterei-

¹⁶ 2009. aasta suviste sisereiside uuring. Saar Poll, 2009. [<http://www.puhkaeestis.ee/et/eestiturismiarenduskeskus/spetsialistile/turismistatistika>]. 23.02.2012.

sinutest), ajapuudus (28%), halb tervislik seisund (19%), huvipuudus (13%), hoolitsemine teise inimese eest (12%), välisreiside eelistamine (10%), transpordivõimaluste puudumine (8%) jne.

Kokkuvõttes võib öelda, et ligikaudu kaks kolmandikku Eesti elanikest käis 2011. a suvel ühel vabaaja reisir, mis on pea kümnendiku võrra vähem kui 2009. a. Ühepäevaseid kultuuri- või meelelahutusüritusi külastas enam kui kolmandik elanikest ning mitmepäevasel reisir oli kultuuri- või meelelahutusürituste külastamine reisi üheks tegevuseks 15% ja spordiürituste puhul 4% juhtudel. Üldiselt peatuvad inimesed kultuuri- või meelelahutusüritusi külastades sugulaste ja tuttavate juures või nende suvilates, kuid viiendik vastajatest ka tasulises ööbimiskohas ja viiendik telgis. Eesti elanikud ei kuluta üldiselt väga palju majutusteenusele, pigem üritatakse kasutada muid ööbimisvõimalusi. Peamised takistused kultuuritarbimisele on erinevate uuringute põhjal raha-, aja- ja huvipuudus ning halb tervislik seisund.

7.2. Ürituste külastajate profiilid 2011. aastal

Külastajate küsitlusega selgitas EKI välja külastajate sotsiaaldemograafilised näitajad (vanus, sugu, elukoht), üritusega seoses piirkonnas viibitud päevade ja ööde arvu, piirkonnas viibimise eesmärgi ja ürituse külastamisega seoses piirkonnas tehtud rahalised kulutused. Lisaks väljendasid külastajad oma rahulolu üritusega, võisid anda tagasisidet ürituse kohta ning kirja panna oma soovitusi ja ettepanekuid ürituste paremaks korraldamiseks (vt lisa 2, külastaja ankeet). **Kuna ürituse külastajate küsitlust ei olnud tellitud ning finantseeritud, siis panustas EKI siia vabatahtlikult oma aega ja raha ja ka külastajatele oli vastamine vabatahtlik.** Vastamise aktiivsus oli kõrgem seal, kus korraldajate huvi ja koostöö uuringu vastu oli suurem, kus ürituse kodulehe külastatavus oli kõrge, kus olid olemas osalejate- või fännilistid, korraldajate ja külastajate vahelised võrgustikud või kus ürituse korraldajad toetasid organisatoorselt küsitluse läbiviimist.

2011. aasta jooksul läbiviidud kahekümne kultuuri- ja spordiürituse külastajate ankeedile vastas kokku 5508 inimest. Keskmiselt vastas seega ürituse kohta 275 inimest. Küsitluses osalemise aktiivsus varieerus suuresti, sõltuvalt üritusest alates 28 kuni 1190 vastajani. Vastanute väikese arvu tõttu (<50 vastuse) tuleks Suure-Jaani Muusikafestivali, Leigo Järvemuusika, Põlva noorte jalgpalliturniiri Lootospring, Otepää MK etapi ja Pärnu Jääfestivali puhul arvestada suurema statistilise veaga. Enim vastuseid saadi Naiste Tantsupeolt (1190 vastanut), Viljandi Pärimusmuusika Festivalilt (931) ja Rabarockilt (781).

Ürituste külastajaid ja pealtvaatajaid oli vastanute hulgas 67% (ürituste keskmine), osalejaid ja esinejaid 32% ning määratlemata jättis seotuse üritusega 1% vastanutest. Enamasti vastasid ankeedile külastajad (pealtvaatajad) Otepää MK etapil, Pärnu Jääfestivalil, Jõhvi Balletifestivalil, Rabarockil, Sõru Jazzil, Muhu Tulevikumuusika Festivalil “Juu Jääh”, Saaremaa Ooperipäevadel, Viljandi Pärimusmuusika Festivalil, Leigo Järvemuusikal, Viru Folgil, Augustibluusil ja Saaremaa Rallil. Osalejad ja esinejad olid vastanute hulgas suures ülekaalus Tartu Maratonil, Naiste Tantsupeol, Europeadel ja Narva Energiajooksul. Ruila Kevadtuuri, Punk Laulupeo, Suure-Jaani Muusikafestivali ja Põlva noorte jalgpalliturniiri Lootospring küsitlustele vastanute hulgas oli enam-vähem võrdselt külastajaid ning osalejaid-esinejaid.

Küsitluste andmetel oli keskmine ürituse külastaja 36-aastane, kultuuriürituste puhul veidi vanem, 38-aastane (vt tabel 7.2.1). Naisi oli külastajate hulgas 66% ja mehi 34%. Spordiürituste keskmine külastaja-osaleja oli veidi noorem, 31-aastane, kusjuures meeste ja naiste vaheline proportsioon oli võrdne. Meeste osakaal oli kõrgem Tartu Maratonil ja Saaremaa Rallil (73% ja 81% vastanutest), naiste osakaal aga Naiste Tantsupeol, Jõhvi Balletifestivalil ja Suure-Jaani Muusikafestivalil (vastavalt 95%, 91% ja 89%). Ürituste keskmisi analüüsides selgus, et 80% külastajatest olid alla 50 a (sh alla 30 a 37%, 30-49 a 43%) ja üle 50 a 20%. Kultuuriüritustel oli publik veidi vanem kui spordiüritustel: 75% kultuuriürituste külastajatest ja 90% spordiürituste külastajatest olid alla 50 a. Alla 30 a oli kultuuriüritustel 33%, spordiüritustel aga 47%, 30-49 a vastavalt 42% ja 43% ning üle 50 a 25% ja 10%.

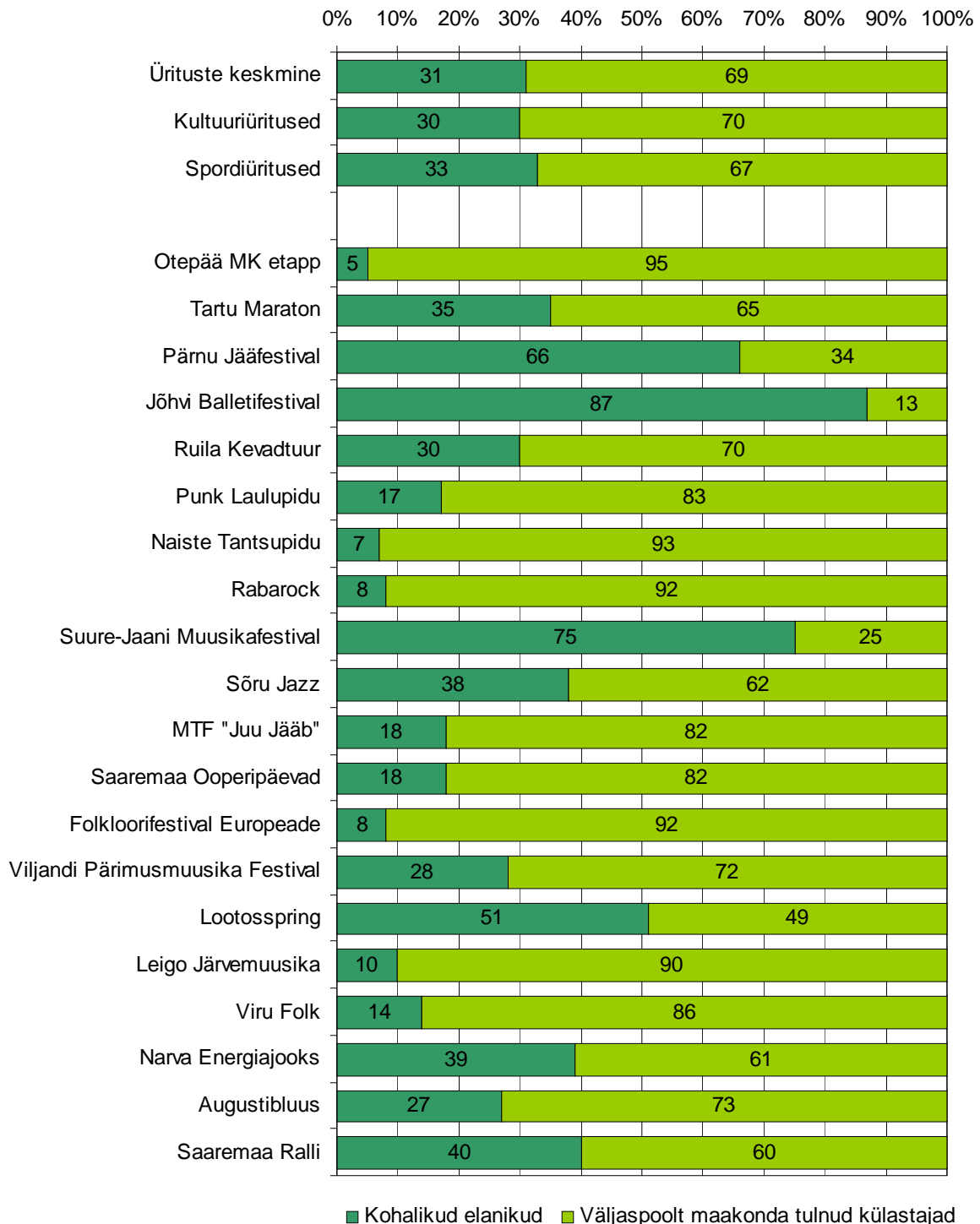
Tabel 7.2.1. Küsitlustele vastanute jaotus vanuse, soo ja elukoha lõikes

Üritused	Vanus (keskmine, a)	Sugu	
		mehed (%)	naised (%)
Ürituste keskmine	36	34	66
Kultuuriüritused	38	27	73
Spordiüritused	31	49	51
Otepää MK etapp	35	44	56
Tartu Maraton	35	73	27
Pärnu Jäähfestival	32	23	77
Jõhvi Balletifestival	41	9	91
Ruila Kevadtuur	22	17	83
Punk Laulupidu	34	40	60
Naiste Tantsupidu	44	5	95
Rabarock	26	45	55
Suure-Jaani Muusikafestival	52	11	89
Sõru Jazz	36	47	53
MTF "Juu Jääh"	32	33	67
Saaremaa Ooperipäevad	56	16	84
Folkloorifestival Europeade	40	37	63
Viljandi Pärimusmuusika Festival	33	26	74
Põlva noorte jalgpalliturniir Lootospring	30	30	70
Leigo Järvemuusika	39	26	74
Viru Folk	32	20	80
Narva Energiajooks	35	48	52
Augustibluus	39	43	57
Saaremaa Ralli	29	81	19

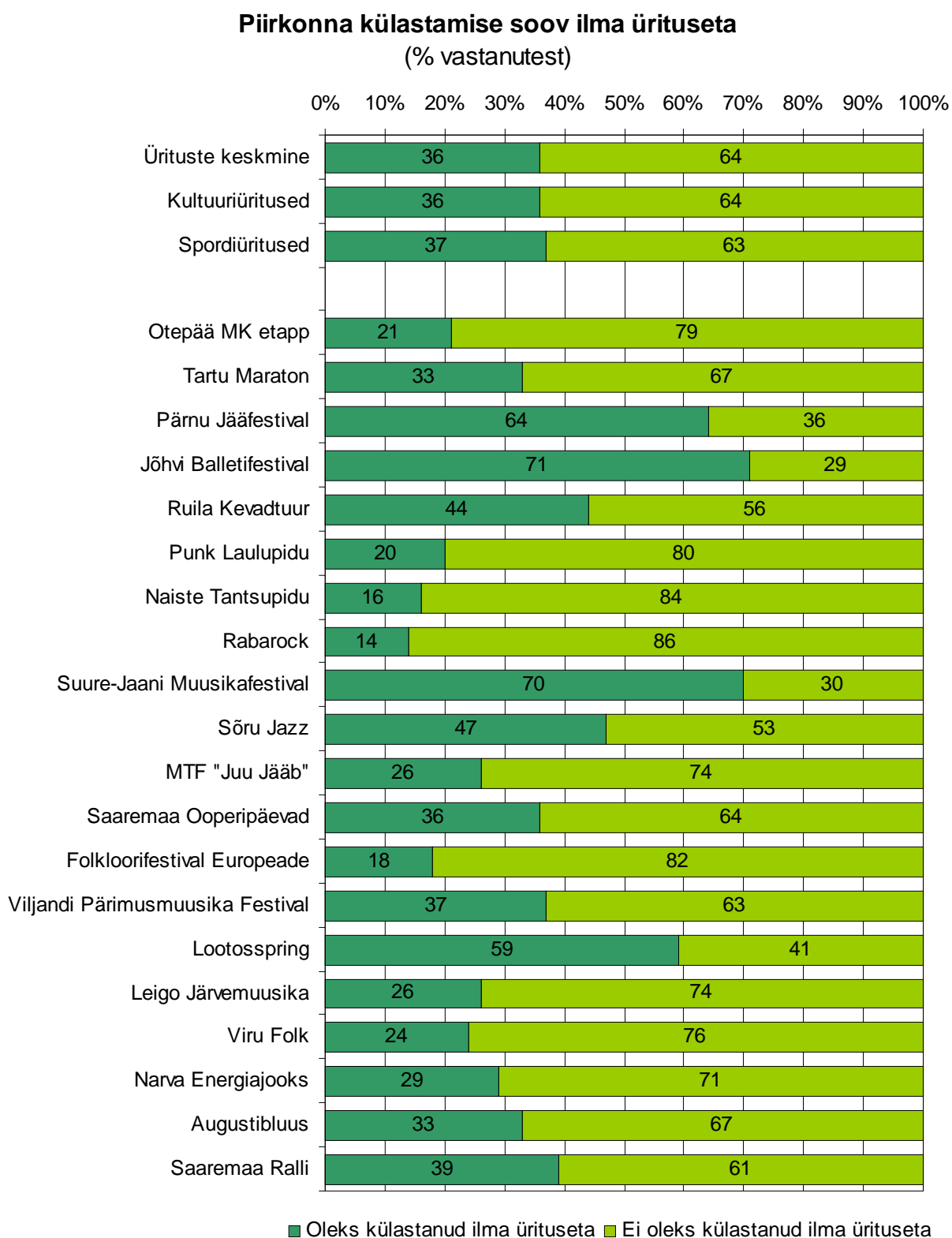
Alla 30 a vastanute osakaal oli üritustest suurim Ruila Kevadtuuril (79% vastanutest), Rabarockil (71%), Saaremaa Rallil (61%), Muhu Tulevikumuusika Festivalil "Juu Jääh" (54%), Viru Folgil (48%), Põlva Lootospringil (44%) ja Viljandi Pärimusmuusika Festivalil (43%). 30-49 a osakaal oli suurim Tartu Maratonil (61% vastanutest), Sõru Jazzil (61%), Punk Laulupeol (56%), Pärnu Jäähfestivalil (55%), Augustibluusil (51%), Naiste Tantsupeol (51%) ja Põlva noorte jalgpalliturniiril Lootospring (50%). 50 a ja vanemate külastajate osakaal ületas keskmist Saaremaa Ooperipäevadel (71% vastanutest), Suure-Jaani Muusikafestivalil (66%), folkloorifestivalil Europeade (37%), Naiste Tantsupeol (33%), Jõhvi Balletifestivalil (30%) ja Leigo Järvemuusikal (29%).

Üritused on kui magnetid, mis tõmbavad külastajaid maakonda (vt joonis 7.2.1). Ürituste keskmise järgi selgus, et 69% külastajatest saabus piirkonda väljastpoolt ürituse maakonda, kultuuriürituste külastajatest 70% ja spordiürituste külastajatest 67%. Kõrgeima maakonnavälise külastatavusega olid küsitluse kohaselt Otepää MK etapp (95% vastanutest), Naiste Tantsupidu (93%), Rabarock (92%), folkloorifestival Europeade (92%) ja Leigo Järvemuusika (90%). Kõrgeim maakonnasisene külastatavus (st kohalikud elanikud) oli Jõhvi Balletifestivalil (88%) ja Suure-Jaani Muusikafestivalil (75%).

Ürituste küllastajate jaotus elukoha järgi - kohalikud elanikud ja väljastpoolt maakonda tulnud küllastajad
(% vastanutest)



Ürituste olulisus maakondadele selgub ilmekalt küllastajate vastustest küsimusele, kas nad oleksid külastanud ürituse perioodil piirkonda ka ilma ürituse toimumiseta. (vt joonis 7.2.2)



Ligi kaks kolmandikku külastajatest (64%) ei oleks piirkonda külastanud ilma ürituse toimumiseta, kuid enam kui kolmandik (36%) oleks külastäigu ka ilma ette võtnud, st oli kohalik elanik või oleks viibinud piirkonnas ilma ürituseta (ürituse külastamine ei olnud reisi peamine

eesmärk). Ilma kultuuriürituse toimumiseta poleks piirkonda tulnud 64% ja ilma spordiürituse toimumiseta 63% külastajatest. Kahekümne ürituse sihtrühmad ei kattunud, seetõttu erines külastajate käitumine oluliselt. Näiteks ilma ürituseta ei oleks tulnud piirkonda Rabarocki puhul 86% külastajatest, Naiste Tantsupeo puhul 84%, folkloorifestivali Europeade puhul 82%, Punk Laulupeo puhul 80% ja Otepää MK etapi puhul 79% küsitlusele vastanutest. See tähendab, et nende ürituste rolli külastajate meelitamisel piirkonda võib pidada väga oluliseks. Ürituste korral, mis olid rohkem suunatud kohalikele elanikele, oleks piirkonnas viibitud ka ilma ürituseta. Näiteks 71% Jõhvi Balletifestivali ja 70% Suure-Jaani Muusikafestivali külastajatest oleks festivali toimumise perioodil küsitluse kohaselt ikka piirkonnas viibinud.

Küsitluse põhjal olid suurimad väliskülastajate, -osalejate osakaaluga üritused Saaremaa Ooperipäevad ja folkloorifestival Europeade. Väliskülastajate osakaalu väljaselgitamine üritustel ei olnud käesoleva uuringu eesmärgiks, kuid korraldajate hinnangul tuli Europeade festivalile välismaalt 2313 osavõtjat, Saaremaa Ooperipäevade pealtvaatajast olid välismaalased 60%. Välismaalastest külastajate osakaal on oluline, sest väliskülaliste kulutused piirkonnas olid Saaremaa Ooperipäevade näitel oluliselt suuremad eesti ooperihuviliste kulutustest (vt pkt 8). Vaadeldud üritustest olid kõige rahvusvahelisemad spordivõistlused Tartu Maraton ja Otepää MK etapp, millest võttis osa üle 1000 välisosaleja ja -külalise enam kui kolmekümnest riigist.

Kokkuvõttes võib küsitluse tulemustele tuginedes öelda, et naised olid aktiivsemad ürituste külastajad võrreldes meestega, eriti kultuuriüritustel. Vastanute hulgas oli 66% naisi ja 34% mehi. Keskmine ürituste külastaja oli 36-aastane, kultuuriüritustel 38-aastane, spordiüritustel 31-aastane, kusjuures mehi ja naisi oli spordiürituste külastajate hulgas võrdselt. Nn meeste üritusteks võib pidada Tartu Maratoni ja Saaremaa Rallit, naiste üritusteks aga Naiste Tantsupidu, Jõhvi Balletifestivali ja Suure-Jaani Muusikafestivali. Ürituste publik oli pigem nooremagegrupp, 80% külastajatest olid alla 50 a, kusjuures alla 30 a oli 37%, 30-49 a 43% ja üle 50 a 20%. Kultuuriürituste külastajad olid veidi vanemad spordiürituste külastajatest. Üritused olid pigem maakonnavälised, st peamiselt saabuti üritustele väljastpoolt ürituse toimimise maakonda (69% külastajatest). Kõrgeima maakonnavälise külastatavusega olid küsitluse kohaselt Otepää MK etapp, Naiste Tantsupidu, Rabarock, folkloorifestival Europeade ja Leigo Järvemuusika. Kohalikele elanikele olid suunatud Jõhvi Balletifestival ja Suure-Jaani Muusikafestival. Üritusi võib pidada maakondadele väga olulisteks, sest ilma nendeta ei oleks piirkonda tulnud 64% külastajatest. Suurima väliskülastajate ja välisosalejate osakaaluga üritused olid Saaremaa Ooperipäevad ja folkloorifestival Europeade, rahvusvahelisemad spordiüritused Tartu Maraton ja Otepää MK etapp.

7.3. Külastajate piirkonnas viibimise kestus ja seltskonna suurus

Vaadeldud üritused olid erineva pikkusega, kestusega alates ühest päevast (Narva Energiajooks) kuni üheksa päevani (Pärnu Jäähfestival). Keskmiselt kestis üks üritus neli päeva. Samas piirkonnas viibiti küsitluse kohaselt keskmiselt 2,8 päeva ja 1,5 ööd. Kultuuriüritused kestsid keskmiselt neli päeva, spordiüritused olid lühemad, keskmiselt kolme päeva pikkused, külastajad viibisid kohapeal vastavalt 3,0 ja 2,2 päeva ning 1,8 ja 0,9 ööd (vt tabel 7.3.1).

Tabel 7.3.1. Ürituse keskmine kestus, keskmine viibitud päevade ja ööbitud ööde arv

Üritused	Ürituse kestus päevades	Keskmine üritusel viibitud päevade arv	Keskmine üritusel ööbitud ööde arv
Ürituste keskmine	4	2,8	1,5
Kultuuriüritused	4	3,0	1,8
Spordiüritused	3	2,2	0,9
Otepää MK etapp	2	2,0	0,9
Tartu Maraton	2	1,6	0,6
Pärnu Jäähfestival	9	3,8	1,9
Jõhvi Balletifestival	3	1,5	0,6
Ruila Kevadtuur	7	3,6	1,3
Punk Laulupidu	1(2 ¹)	1,6	0,7
Naiste Tantsupidu	1 (3 ²)	3,0	1,9
Rabarock	2	2,5	1,6
Suure-Jaani Muusikafestival	7	5,6	1,2
Sõru Jazz	2	2,1	1,4
MTF "Juu Jääh"	6	3,0	2,1
Saaremaa Ooperipäevad	6	4,3	3,2
Folkloorifestivali Europeade	5	5,1	4,5
Viljandi Pärimusmuusika Festival	4	3,5	2,2
Põlva jalgpalliturniir Lootosspring	4	1,7	0,2
Leigo Järvemuusika	2	1,6	0,7
Viru Folk	3	2,5	1,6
Narva Energiajooks	1	1,2	0,4
Augustibluus	2	2,1	1,1
Saaremaa Ralli	2	2,8	1,7

1) Punk Laulupeol osalevad koorid saabusid Rakverre päev varem 2) Tantsurühmad saabusid Jõgevale paar päeva enne tantsupeo toimumist

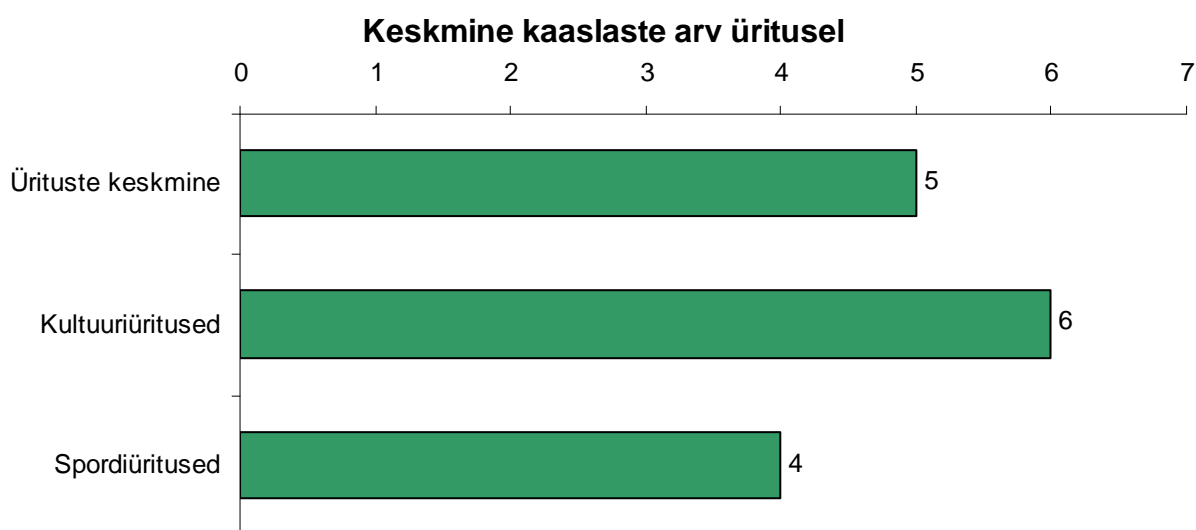
Kõige kauem viibisid piirkonnas Suure-Jaani Muusikafestivali ja folkloorifestivali Europeade külastajad (keskmiselt 5,6 ja 5,1 päeva, üritused kestsid vastavalt 7 ja 5 päeva), kõige vähem aga Narva Energiajooksu ja Jõhvi Balletifestivali külastajad (keskmiselt 1,2 ja 1,5 päeva, üritused kestsid vastavalt 1 ja 3 päeva). Narva Energiajooksule tuldi enamasti üheks päevaks ja lahkuti ka samal päeval, vaid 18% vastanutest viibis piirkonnas enam kui kaks päeva ja

vaid 6% ööbis rohkem kui kaks ööd, st võrreldes teiste üritustega jäi kohalolek piirkonnas kõige tagasihoidlikumaks, lisaks oli suur osa osalejatest kohalikud Ida-Virumaa inimesed.

Üritus kestis üldjuhul kauem kui kohapeal viibiti, mis näitab, et külastajad valisid programmist endale meelepärase, seda eriti 6-9 päeva kestnud ürituste puhul. Näiteks üheksa päeva kestnud Pärnu Jääfestivalil viibiti keskmiselt 3,8 päeva, seitse päeva kestnud Ruila Kevadtuuril 3,6 päeva (toimus kahel nädalavahetusel), kuus päeva kestnud Saaremaa Ooperipäevadel 4,3 päeva ja kuus päeva kestnud Muhu Tulevikumuusika Festivalil “Juu Jääb” 3,0 päeva. Eelnevaid ettevalmistusi ja proove nõudnud ürituste puhul oli viibimise aeg pikem, nt ühepäevastel Naiste Tantsupeol (viibiti 3,0 päeva), Punk Laulupeol (1,6 päeva) ning kahepäevastel Saaremaa Rallil (2,8 päeva) ja Rabarockil (2,5 päeva). Piirkonnas viibitud aega mõjutas toimumiskoha kaugus elukohast, nii ületas samuti Sõru Jazzil, Europeadel, Narva Energiajooksul ja Augustibluusil keskmine kohalviibimise aeg veidi ürituse kestust. Samuti mõjutas üritusel viibimist see, kui palju oli vastanute hulgas kohalikke elanikke, nt kohalike elanike osakaal oli suurem Suure-Jaani Muusikafestivalil ja Jõhvi Balletifestivalil.

Vaadeldud üritused olid sisult ja vormilt väga erinevad, oli nii rahvakunsti- kui spordi- ja tantsuüritusi, tõsise kui kergema muusika üritusi, millest sai osa võtta või ainult vaatamakuulama minna. Sellest tulenevalt varieerus inimeste arv, kellega üritust külastati. Keskmiselt külastati üritusi viie kaaslasega, kultuuriüritusi kuue ja spordiüritusi nelja kaaslasega peale vastaja enda.

Joonis 7.3.1



Üritusi ei ole tavaks külastada üksinda, pigem kas ühe kaaslasega, kahe kuni nelja või enama kui nelja kaaslasega: 11% külastajatest tuli üritusele üksinda, 26% koos ühe kaaslasega, 37% kahe kuni nelja ja 26% enam kui nelja kaaslasega. Üritused erinevad selles mõttes, et külastama tullaakse, kas iseseisvalt või (osalejate) gruppidega. Seega keskmist kaaslaste arvu tõstsid oluliselt osalejate (nt Europeade, Naiste Tantsupidu, Punk Laulupidu, Põlva noorte jalg-

palliturniir Lootospring) või külastajate gruppidega (nt Saaremaa Ooperipäevad) üritustele saabunud inimesed.

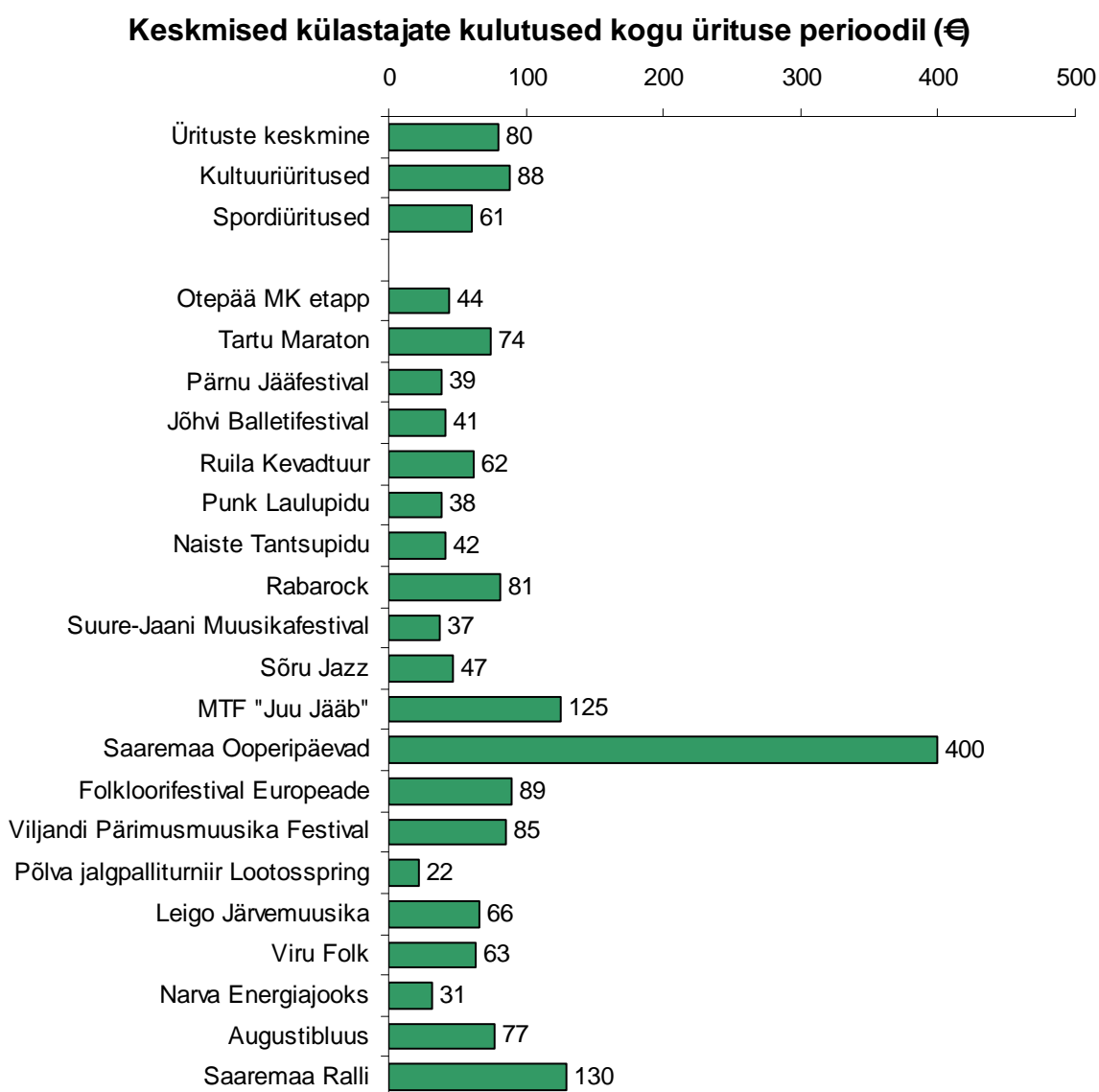
Kokkuvõttes võib öelda, et keskmiselt kestis üks üritus neli päeva, kusjuures ürituse toimumiskohas viibiti küsitluse kohaselt keskmiselt 2,8 päeva ja 1,5 ööd. Eelnevaid ettevalmistusi ja proove nõudnud ürituste puhul oli piirkonnas viibimise aeg pikem, mõju avaldas ka toimumiskoha kaugus elukohast. Üritusi ei ole tavaks külastada üksinda, pigem kas ühe kuni nelja kaaslasega või enama kui nelja kaaslasega osalemisega üritustel ja gruppidega külastuste korral.

7.4. Külastajate kulutused ja kulustruktuur

Regionaalse majandusliku mõju leidmiseks oli vaja ülevaadet ürituse tõttu piirkonda jäänud rahasummadest, st külastajate kulutustest. Selleks panid külastajad kirja oma kulutused ürituse perioodil ja toimumispiirkonnas kaheksa kululiigi lõikes: toitlustus (väljas söömine-joomine), toidu ja jookide ostud, muude kaupade ostud (kingitused, rõivad jms), majutus, transport, meelelahutus, piletikulu (osaluskulu) ja muud kulud (spordivarustus, iluteenused jms).

Keskmiselt kulutas üks külastaja ürituse perioodil piirkonnas 80 € kultuuriüritustel veidi rohkem (88 €) ja spordiüritustel veidi vähem (61 €) (vt joonis ja tabel 7.4.1).

Joonis 7.4.1



Külastajate keskmised kulutused varieerusid alates 22 € Põlva noorte jalgpalliturniiril Lootospring kuni 400 € Saaremaa Ooperipäevadel. Üldist keskmist mõjutasid oluliselt Saaremaa Ooperipäevade külastajate kulutused, eeskätt välismaalt kohalesõitnud ooperihuviliste kulutused. Siseturistidest ooperihuvilised kulutasid Saaremaa Ooperipäevade ajal Saare maakonnas keskmiselt 233 € välituristidest ooperihuvilised aga 622 € st 2,7 korda rohkem. Ilma Saaremaa Ooperipäevadeta oli ürituste keskmine külastaja kulutus 63 €

Tabelist 7.4.1. on näha, et külastajad kulutasid enim piletitele (14,9 €), väljas söömisele (14,7 €), majutusele (12,4 €), toidu ja jookide ostule (11,7 €) ning transpordile (11,3 €). Ülejäänud kululiikide puhul jäid kulutused alla 10 € Kultuuriüritustel kulutati enim piletitele (18,2 €), väljas söömisele (17,1 €) ja majutusele (15,0 €), spordiüritustel aga transpordile (13,7 €), väljas söömisele (9,1 €) ning toidu ja joogi ostmisele (8,8 €).

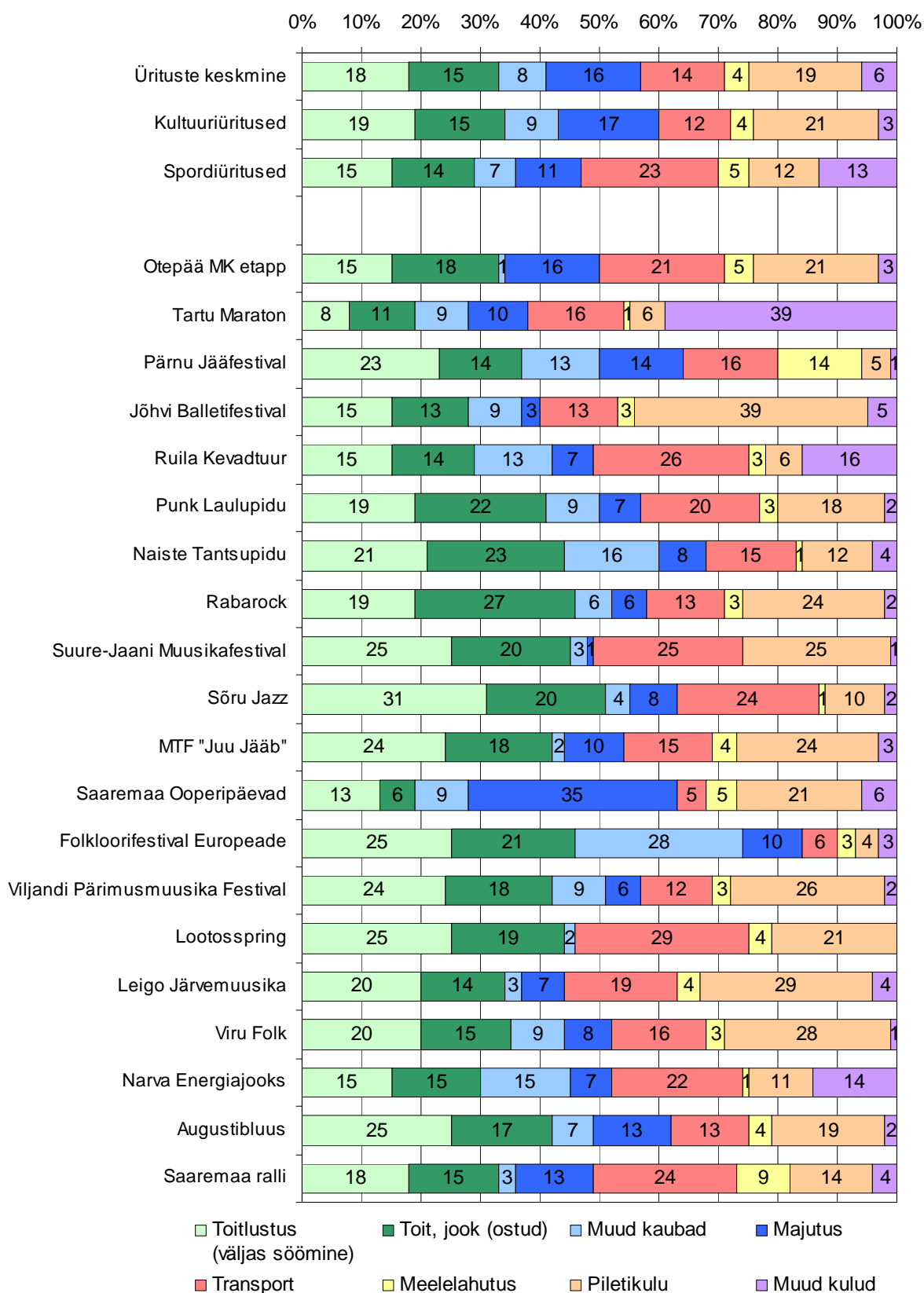
Tabel 7.4.1. Külastajate keskmised kulutused ürituse perioodil toimumispiirkonnas (€)

Üritused	Toitlus- ¹⁾	Toit, jook ²⁾	Muud kaubad	Majutus	Transport	Meelelahutus	Piletikulu	Muud kulud	Kokku
Ürituste keskmine	14,7	11,7	6,7	12,4	11,3	3,2	14,9	4,7	79,6
Kultuuriüritused	17,1	12,9	7,8	15,0	10,2	3,4	18,2	3,2	87,8
Spordiüritused	9,1	8,8	4,1	6,5	13,7	2,9	7,2	8,2	60,5

1) Väljas söömine-joomine; 2) Toidu ja jookide ost

Külastajate kulustruktuurist on näha, et 19% moodustasid kulud piletitele (osalustasule), 18% toitlustusele, 16% majutusele, 15% toidu ja jookide ostmisele ning 14% transpordile. Muude kaupade ja teenuste ning muu meelelahutuse osakaal jäi alla 10% (vt joonis 7.4.2). Kultuuriürituste puhul kulutati enim piletitele (21% kulutatud summast, üldine keskmine 19%), spordiürituste puhul oli see kululiik vähem tähtis (12% kulutatud summast). Spordiürituste külastajate-osavõtjate kulustruktuuris olid tähtsaimad transpordikulud (23% kulutatud summast, üldine keskmine 14%), majutuskulude osakaal oli üldise keskmise ja kultuuriüritustega võrreldes madalam (11% kulutatud summast, üldine keskmine 16%). Muude kulutuste alla liigitati iluteenuste jms kõrval kulud spordivarustusele, mis näiteks Tartu Maratoni puhul olid märkimisväärsed (39% ürituse perioodil ja seoses üritusega tehtud kulutustest).

Külastajate kulustruktuur - kogu ürituse perioodil tehtud kulutused
(% vastanutest)



Majutuskulude 16% osakaal tähendab, et majutusele kulus keskmiselt 12,4 € kultuuriürituste külastajatel 15 € ja spordiürituste külastajatel-osalejatel 6,5 €. Ka varasematest uuringutest on teada, et Eesti elanikud kulutavad majutusele vähe ja ööbivad kultuuriüritusi külastades võimalusel sugulaste-tuttavate pool, telgivad või sõidavad koju tagasi. Majutuskulude tähtsust piirkonda raha toomisel näitavad ilmekalt vastavaid kulutusi teinud külastajate osakaalud ning kulutuste suurused (vt tabel 7.4.2).

Tabel 7.4.2. Keskmised majutuskulud külastaja ja majutunud külastaja kohta

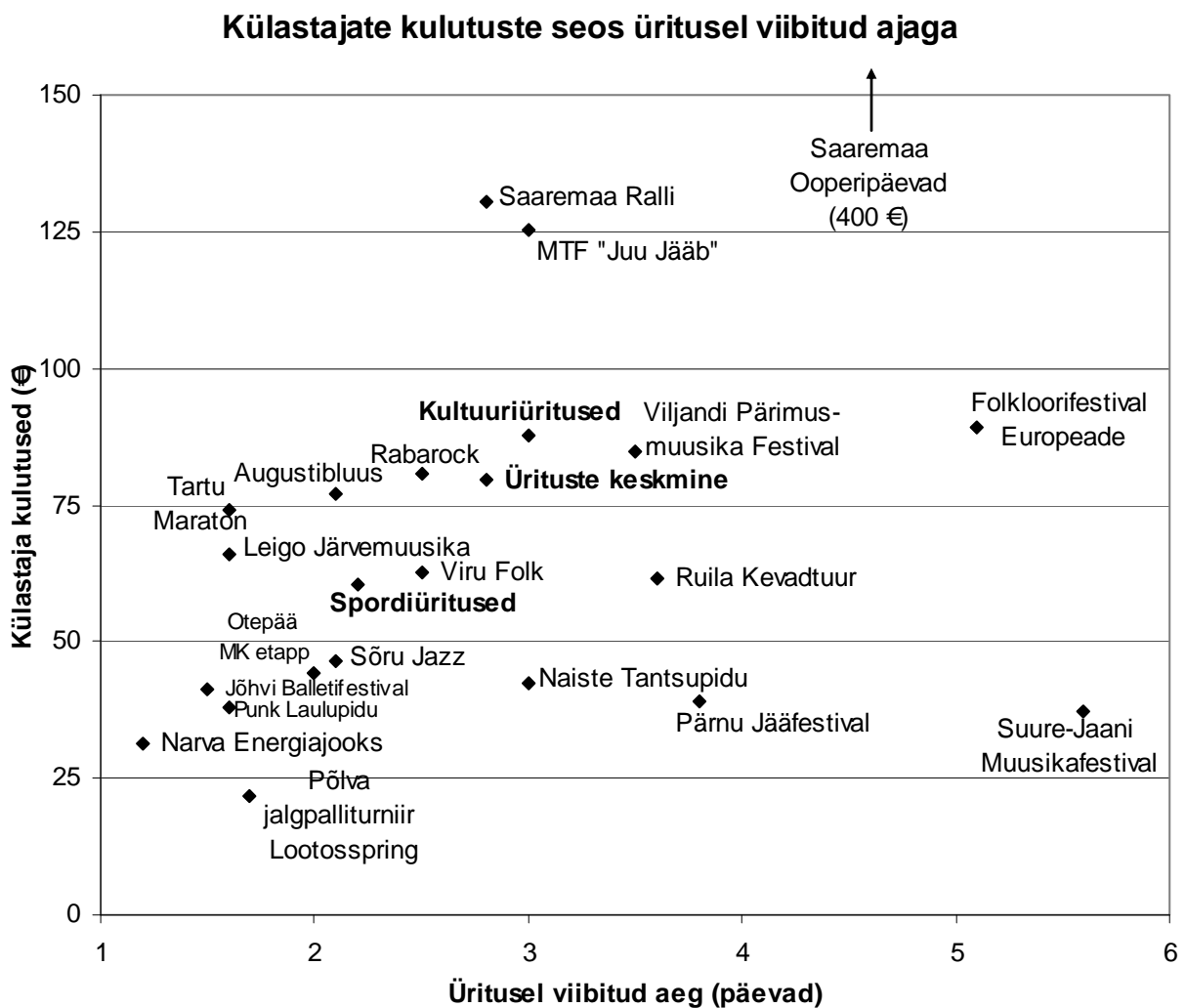
Üritused	Keskmine majutuskulu (€)	Vastanud külastaja- test märkis kulutusi majutusele (% vastanutest)	Kui märkis kulutusi majutusele, siis kulutas ürituse perioodil (€)
Ürituste keskmine	12,4	23	39,0
Kultuuriüritused	15,0	25	42,0
Spordiüritused	6,5	16	31,9
Otepää MK etapp	7,3	19	39,2
Tartu Maraton	7,2	23	31,4
Pärnu Jäähfestival	5,6	30	...
Jõhvi Balletifestival	1,2	4	32,5
Ruila Kevadtuur	4,5	9	49,0
Punk Laulupidu	2,7	21	13,1
Naiste Tantsupidu	3,4	37	9,2
Rabarock	5,3	49	10,9
Suure-Jaani Muusikafestival	0,5	4	...
Sõru Jazz	3,6	16	22,6
MTF "Juu Jääh"	11,9	23	50,8
Saaremaa Ooperipäevad	141,9	57	250,2
Folkloorifestival Europeade	9,0	14	65,8
Viljandi Pärimusmuusika Festival	5,3	20	26,0
Põlva jalgpalliturniir Lootospring	0,0	0	...
Leigo Järvemuusika	4,5	23	19,8
Viru Folk	5,0	27	18,2
Narva Energiajooks	2,2	15	14,7
Augustibluus	10,3	28	36,6
Saaremaa Ralli	17,5	31	57,2

Kulutusi majutusele märkis keskmiselt 23% ürituste külastajatest, 25% kultuuri- ja 16% spordiürituste külastajatest. Need, kes märkisid kulutusi majutusele, kulutasid majutusele ürituste lõikes keskmiselt 39 € kultuuriürituste külastamise korral 42 € ja spordiürituste külastamise korral 32 €. Tulemused on kooskõlas majutusasutuste hinnanguga ühe külastaja poolt ettevõttesse jäetud keskmise rahasummaga (vt alaptk 6.2). Kuna väljastpoolt ürituse piirkonda tuli keskmiselt 69% külastajatest, siis mitte kõik ei valinud ööbimiseks hotelli, motelli, külaliskorterit, tasulist telkala, kämpingut vms. Peamiselt ööbiti kas sugulaste, tuttavate

või sõprade juures, sõideti peale üritust koju tagasi, telgiti ürituse telkalast väljaspool. Majutuskulusid märkinud külastajate osakaal oli suurim Saaremaa Ooperipäevade (57%), Rabarocki (49%) ja Naiste Tantsupeo (37%) külastajate hulgas. Rohkem eurosid kulus majutusele Saaremaa Ooperipäevadel (250 €), folkloorifestivalil Europeade (66 €), Saaremaa Rallil (57 €) ning Muhu Tulevikumuusika Festivalil “Juu Jääb” (51 €). Väikeste majutuskulude üheks oluliseks põhjuseks on majutuskohtade suur nappus võrreldes külastajate arvudega.

Külastajate kulutused varieerusid sõltuvalt üritusel viibitud ajast, reeglina mida kauem üritusel viibiti, seda suuremaid kulutusi tehti. Kõige kulukamateks üritusteks külastajaile osutusid Saaremaal ja Muhumaal toimunud Saaremaa Ooperipäevad, Saaremaa Ralli ja Muhu Tulevikumuusika Festival “Juu Jääb”. Saaremaalt oli keerulisem õhtuks koju jõuda, lisaks mõjus Saaremaa kuvand ja keskkond, sealsete suurürituste külastamine omandas seega puhkuseriisi mõõtme. Spordiüritused olid reeglina lühiajalised, kus külastajate rahalised väljaminekud jäid väikesteks, näiteks Põlva noorte jalgpalliturniiril Lootospring ja Narva Energiajooksul (vt joonis 7.4.3).

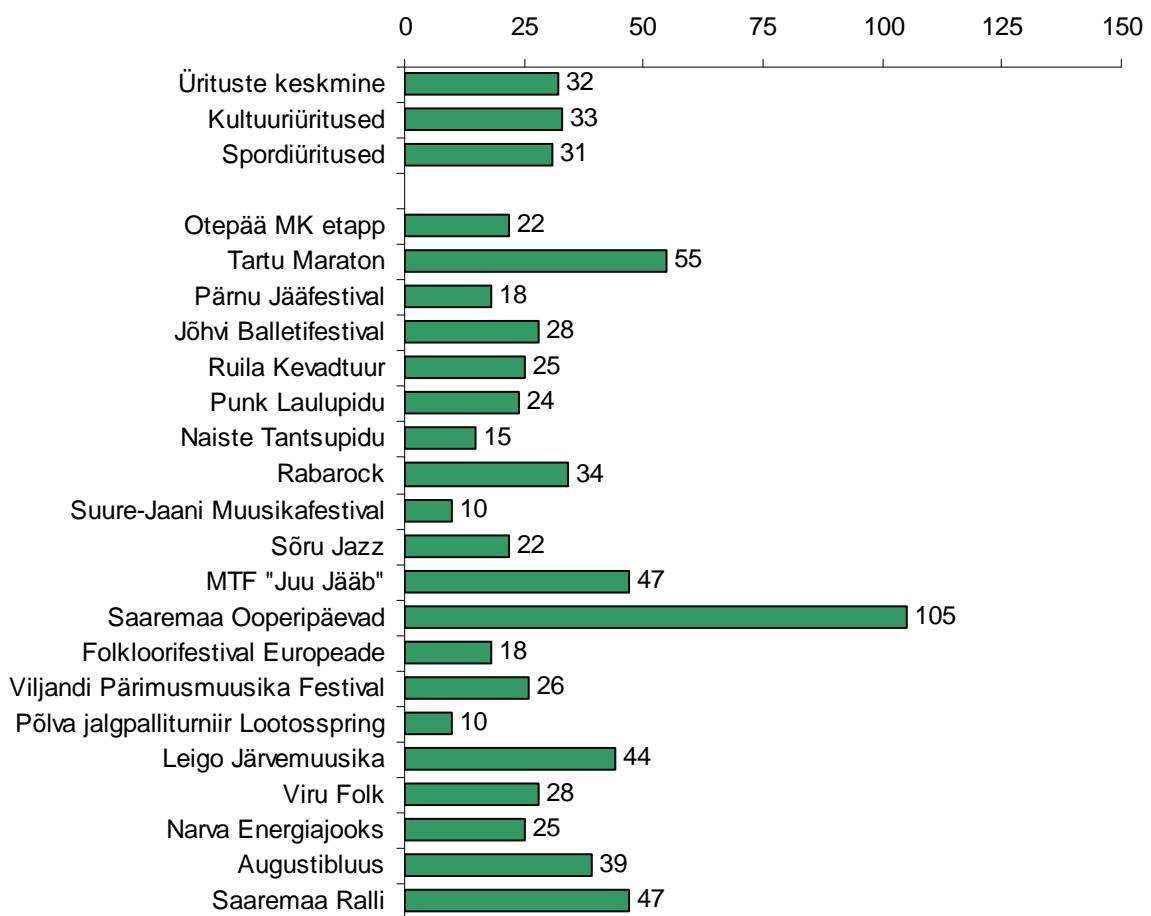
Joonis 7.4.3



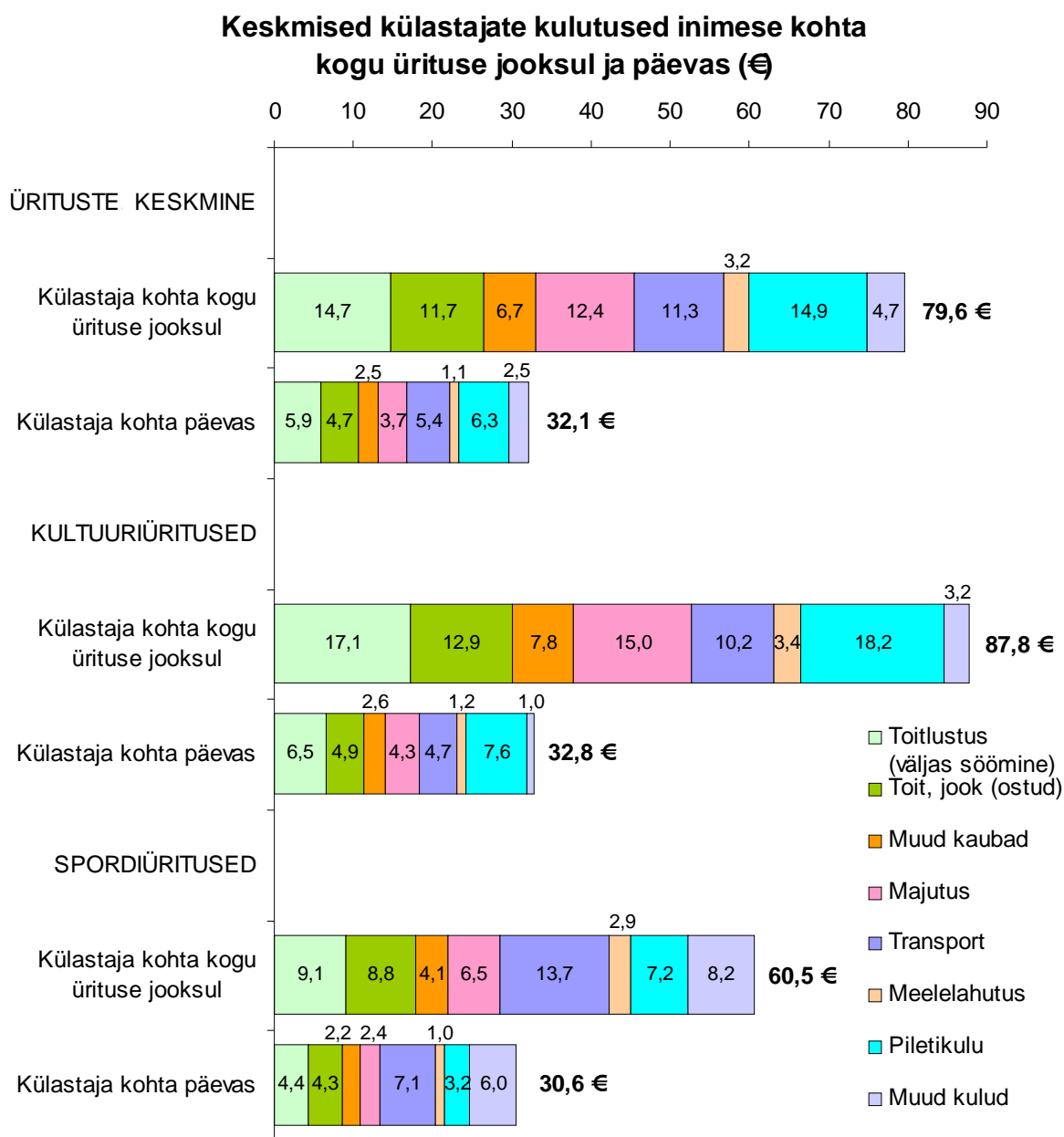
Eelnevalt olid toodud külastajate kulutused kogu ürituse perioodil. Järgnevalt arvestatakse iga inimese piirkonnas viibitud aega ning leitakse külastajate keskmised kulutused päevas, mis võimaldab kulutusi paremini võrrelda (vt joonis 7.4.4). Keskmiselt kulutati päevas 32 € sealjuures kultuuri- ja spordiürituste lõikes ligikaudu võrdselt. Päevased kulutused olid suuremad Saaremaa Ooperipäevade (105 €) ja Tartu Maratoni külastajatel (55 €), samuti Saaremaa Ralli ja Muhu Tulevikumuusika Festivali “Juu Jääh” külastajatel (mõlemal 47 €). Väikseimad päevased kulutused olid Suure-Jaani Muusikafestivali ja Põlva noorte jalgpalliturniiri Lootospring külastajatel (mõlemal 10 €).

Joonis 7.4.4

Keskised külastajate kulutused inimese kohta päevas (€)



Kui kogu ürituse jooksul kulutas üks külastaja keskmiselt 80 € (keskmiselt viibiti üritusel 2,8 päeva), siis ühe päeva kohta keskmiselt 32 € (vt joonis 7.4.5). Kultuuriüritustel kulus päevas keskmiselt 33 € ja spordiüritustel 31 €. Jooniselt on näha külastajate kulutuste jagunemine kogu ürituse perioodil ja päeva lõikes.

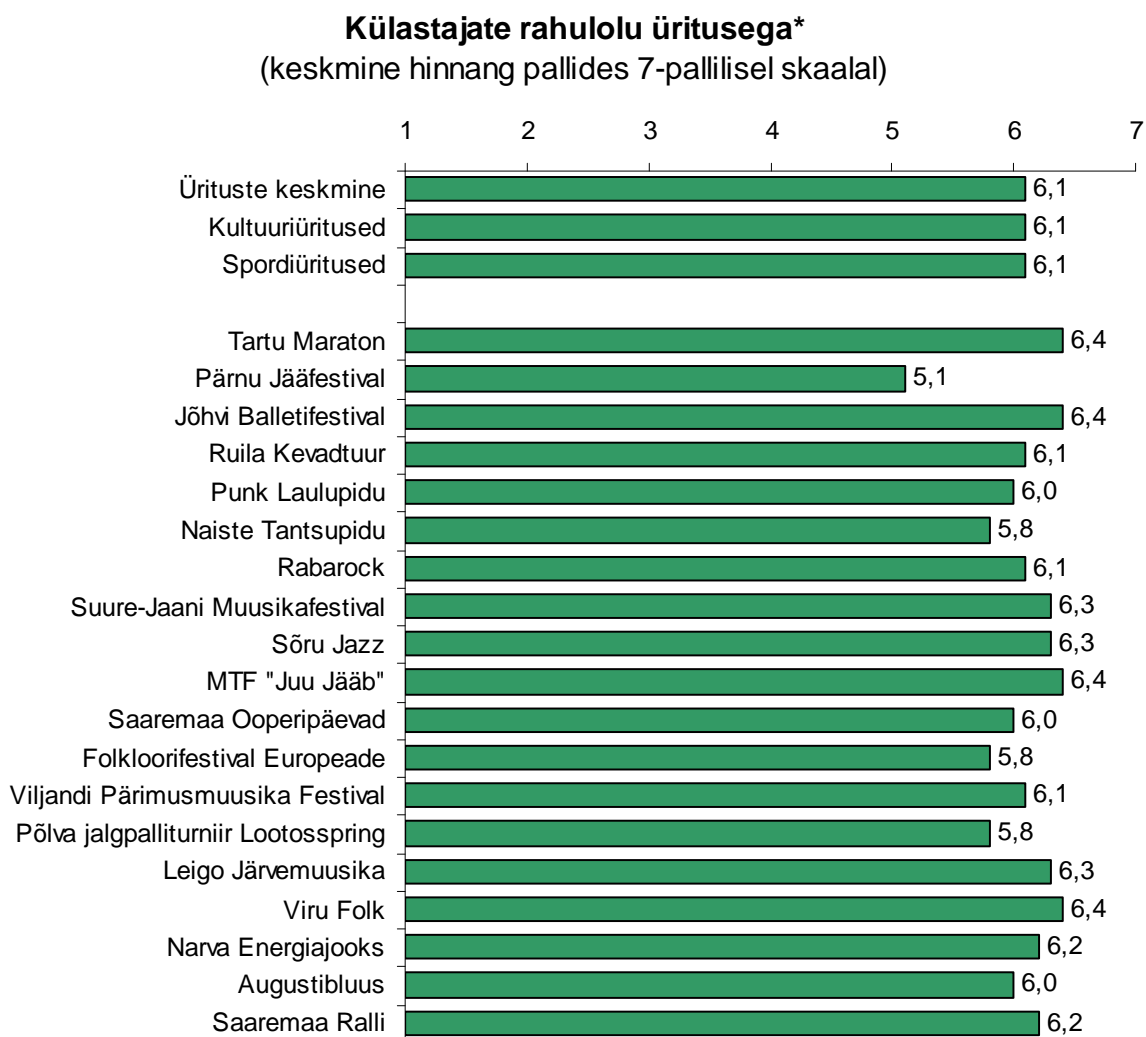


Kokkuvõttes kulutas üks küllastaja ürituse perioodil piirkonnas keskmiselt 80 € kultuuriüritustel 88 € ja spordiüritustel 61 € kusjuures kulutused varieerusid alates 22 € (Põlva noorte jalgpalliturniir Lootospring) kuni 400 € (Saaremaa Ooperipäevad). Kulutustest suurem osa läks piletitele (19%), toitlustamisele (18%), majutusele (16%), toidu ja jookide ostmisele (15%) ning transpordile (14%). Ühe päeva kohta kulus keskmiselt 32 € kultuuriüritustel 33 € ja spordiüritustel 31 €. Küllastajate kulutused varieerusid sõltuvalt üritusel viibitud ajast, mida kauem üritusel viibiti, seda suuremad olid üldjuhul väljaminekud. Kõige kulukamateks üritusteks küllastajatele olid Saaremaa Ooperipäevad, Saaremaa Ralli ja Muhu Tulevikumuusika Festival “Juu Jäab”. Spordiüritused olid reeglina lühemad, mistõttu rahalised väljaminekud jäid väiksemaks.

7.5. Külastajate rahulolu üritusega

Külastajate rahulolu üritusega on tähtis, eriti nn korduvalt üritust külastavate püsiklientide ehk fännide rahulolu, kes aitavad üritust muuta traditsiooniks. Seega võib külastajate rahulolu pidada oluliseks näitajaks ürituse korraldajaile. Üldist rahulolu üritustega mõõdeti seitsmepallilisel skaalal, kus skaala otspunktideks olid vastandlikud hinnangud: üks pall tähistas täielikku rahulolematust ja seitse palli täielikku rahulolu. Vaadeldud kahekümne üritusega jäid külastajad ja osalejad väga rahule, keskmine rahulolu hinnang oli 6,1 palli, kusjuures kultuuri- ja spordiürituste puhul ei olnud erinevusi (vt joonis 7.5.1). Kõigi vaadeldud ürituste rahulolu hinnang oli väga kõrge, ümardades kuus palli, v.a Pärnu Jääfestivalil, kus hinnang oli palli võrra madalam, st viis palli. See näitab, et iga üritus on leidnud oma sihtgrupi ja pakub midagi ainuomast just sellistena nagu nad on loodud. Kõrgeimalt hindasid külastajad Tartu Maratoni, Jõhvi Balletifestivali, Muhu Tulevikumuusika Festivali “Juu Jääb” ja Viru Folki, kus keskmine rahulolu hinnang ulatus 6,4 pallini.

Joonis 7.5.1

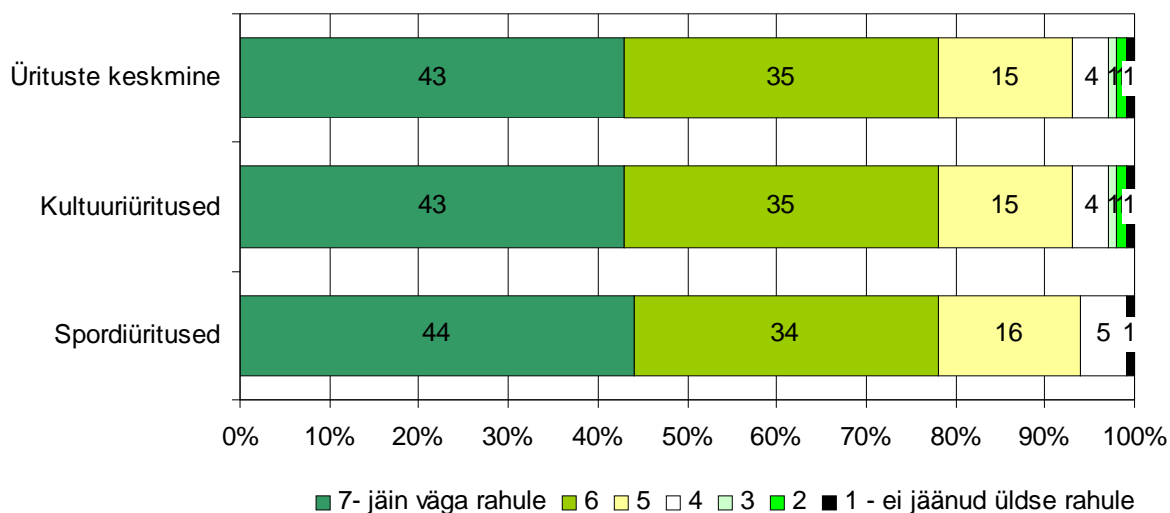


* v.a Otepää MK etapp, kus külastajate rahulolu ei küsitud

Rahulolu hindamisel anti ülekaalukalt positiivseid hinnanguid – ürituste keskmiselt oli 93% vastanutest rahul (7-5 palli), 4% jäi neutraalseks (4 palli) ja 3% ei jäänud rahule (3-1 palli). Kõrgeima, 7 palliga, hindas üritust 43% vastanutest ning sellele järgneva, kuue palliga 35% vastanutest.

Joonis 7.5.2

Külastajate rahulolu hinnangud üritustega 7-pallisel skaalal
(% vastanutest)



Kokkuvõtvalt võib öelda, et kõik vaadeldud üritused olid ainulaadsed ja omapärsed, kõik olid leidnud oma sihtrühma ja toimumispäiga ning ürituste külastajad-osalejad olid pakutavaga väga rahul, rahulolevate inimeste osakaal oli 93% ja keskmine rahulolu oli seitsmepallilisel skaalal 6,1 palli.

8. ÜRITUSTE REGIONAALNE MAJANDUSLIK MÕJU

8. Ürituste regionaalne majanduslik mõju

Regionaalse majandusliku mõju uuringu käigus leiti ürituse poolt loodud lisandväärtus ehk kui palju nõ uut raha tuli piirkonda tänu ürituse toimumisele. Majandusliku mõju väljaselgitamiseks oli vaja teada inimeste arvu, kes külastasid üritust, kui suur osa neist tuli piirkonda tänu üritusele ja väljastpoolt ürituse toimumise maakonda, kui palju need inimesed viibitud aja jooksul kulutasid ja kui suur oli ürituse eelarvest piirkonda jäänud kulutuste summa. Muudel põhjustel piirkonnas viibinud inimesed ja kohalikud elanikud ei lähe majandusliku mõju leidmisel arvesse, sest toimub regioonis olemasoleva raha ümberjagamine (kulutused oleks tehtud nii või teisiti). Kuigi kohalike inimeste poolt tehtud kulutused piletitele jm ei kajastu antud töö majandusliku mõju arvutuses, on need samuti olulised.

Väljastpoolt maakonda üritusele tulnud külastajate keskmised kulutused ja eelarvest piirkonda jäävad kulutused olid majandusliku mõju kindlaksmääramisel peamised sisendid. Ürituse mõju regiooni majandusele leiti järgmiselt:

$$\text{Majanduslik mõju} = \text{otsene tulu} + \text{eelarvelised tulud},$$

kus $\text{otsene tulu} = \text{külastajate kulutused piirkonnas perioodil} - \text{maksud}$
 $\text{eelarvelised tulud} = \text{ürituse eelarvest piirkonda jäävad kulutused} - \text{maksud}$

Regionaalse majandusliku mõju metodoloogiat kirjeldati pikemalt alapeatükis 2.3. Järgnevalt keskendutakse peaaesjalikult tulemustele.

Otsene tulu

Otsene tulu oli regionaalne majanduslik mõju läbi külastajate kulutuste. Peatükis 7.4. käsitleti ürituste külastajate keskmisi kulutusi (sealhulgas kohalikud elanikud). Ürituse majandusliku mõju kindlaksmääramisel oli oluline, kui palju nõ uusi inimesi ja uut raha tuli piirkonda tänu ürituse toimumisele. Sellest tulenevalt vaadeldakse külastajad, kes olid kohale tulnud väljastpoolt ürituse toimumise maakonda (küsimus 11 ankeedis, vt lisa 2) ja kelle jaoks oli ürituse külastamine piirkonda tulemise peamiseks eesmärgiks (küsimus 4 ankeedis, vt lisa 2).

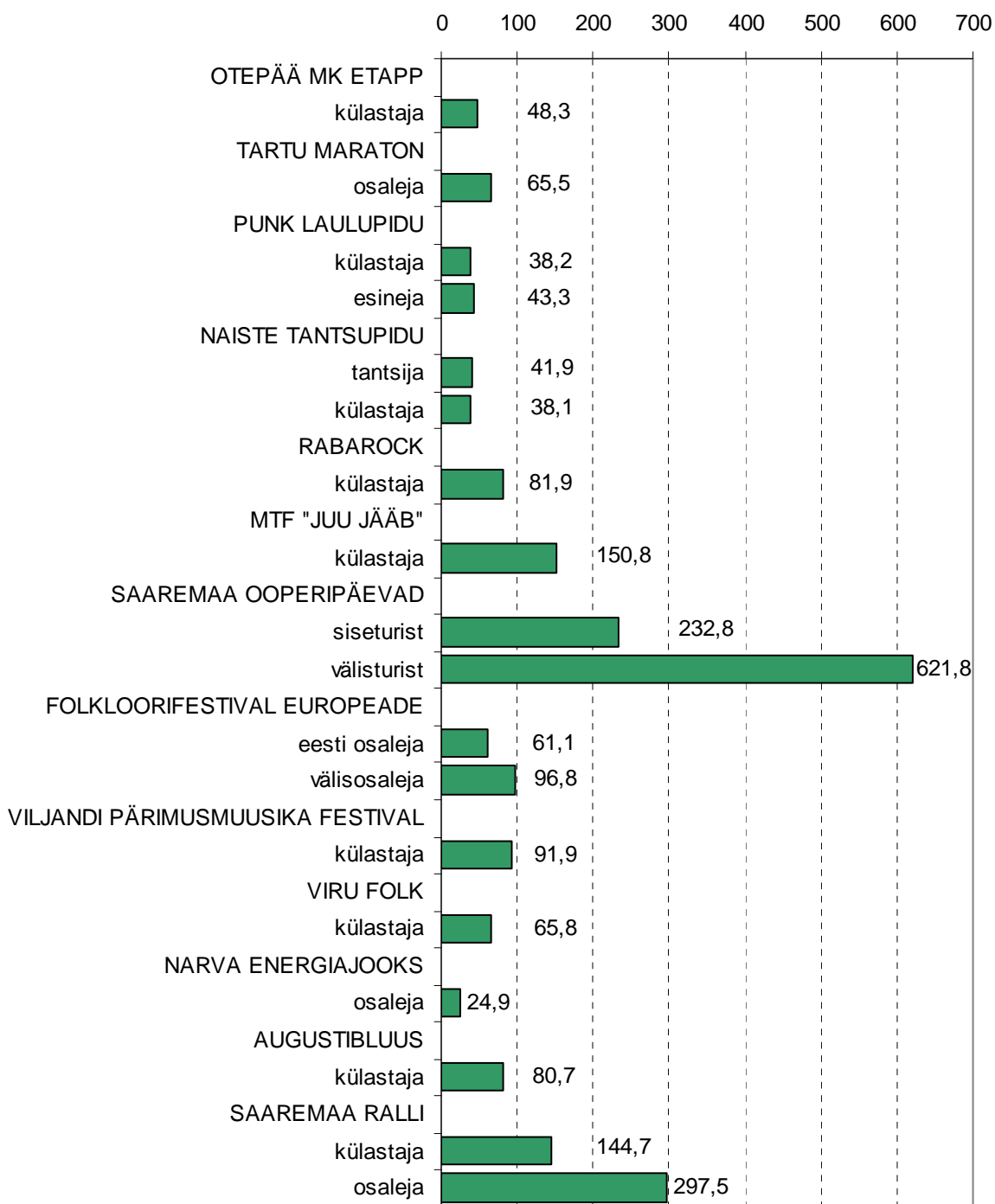
Järgnevalt analüüsitakse neid külastajate kulutusi, mis olid aluseks majandusliku mõju leidmisel. Sõltuvalt üritusest vaadeldi võimalusel eraldiseisvalt külastajaid, osalejaid ja esinejaid. Kõigi ürituste puhul ei olnud valimi väiksusest tulenevalt võimalik hinnata ürituse külastamise eesmärgil piirkonnas viibinud külastajate kulutusi usaldusväärsetl. See oleks olnud võimalik teise uuringumetoodikaga – kohapeal juhuvalikul pealtvaatajaid küsitledes, mis nõudnuks aga eraldi uuringuprojekti. Taolise projekti läbiviimist tasuks kaaluda edaspidi tulevikus. Regionaalse majandusliku mõju leidmine läbi külastajate kulutuste oli võimalik kolmeteistkümne ürituse puhul. Seitsme ürituse puhul oli vastanute väikese hulga tõttu statistiline viga liialt suur ja antud uuringus neid ei kajastata. Seega jäid seitse üritust valimi väiksusest tulenevalt vaatluse alt välja, nendeks olid: Pärnu Jäähfestival, Jõhvi Balletifestival, Ruila

Kevadtuur, Suure-Jaani Muusikafestival, Sõru Jazz, Põlva noorte jalgpalliturniir Lootosspring ja Leigo Järvemuusika.

Ekstra ürituse külastamise eesmärgil piirkonnas viibinud külastajate kulutused on toodud joonisel 8.1.

Joonis 8.1

Ürituse külastamise eesmärgil piirkonda tulnud külastajate kulutused (€)



Üldjuhul olid ürituse külastamise eesmärgil piirkonnas viibinud külastajate kulutused kõrgemad kui kohalike inimeste kulutused. See on loogiline, sest reisitakse väljapoole oma igapäevast elukeskkonda, millest tulenevalt kulutatakse väljas söömisele, toitule ja jookidele, majutusele, transpordile, suveniiridele jms. Mõne ürituse puhul ei olnud väljastpoolt tulnud külastajate keskmised kulutused kõrgemad, sest ka kohalikud elanikud käivad hea meelega üritustel ja teevad kulutusi. Näiteks Naiste Tantsupeol soetasid kohalikud elanikud samal ajal toimunud käsitöölaadal suveniire vms või Tartu Maratoni ajal tegid mitmed inimesed kulutusi suusavarustuse täiendamisele jne. Keskmiselt olid siiski ürituse külastamise eesmärgil piirkonnas viibinud külastajate kulutused ligikaudu kümnendiku ehk 13,7 € kõrgemad võrreldes külastajate keskmise kulutusega (vt külastajate keskmisi kulutusi alaptk 7.4).

Tabelis 8.1. on toodud ürituse külastamise eesmärgil piirkonnas viibinud külastajate keskmised kulutused ürituse ajal kululiikide lõikes. Ürituse külastamise eesmärgil piirkonnas viibinud külastaja-osaleja-esineja keskmised kulutused olid vahemikus 24,9 € Narva Energiajooksul osalenud inimestel kuni 621,8 € kulutanud välituristideni Saaremaa Ooperipäevadel.

Tabel 8.1. Ürituse külastamise eesmärgil piirkonnas viibinud külastajate keskmised kulutused üritusel kululiikide lõikes (€)

Üritus	Seotus üritusega	Toitlulus	Toit, jook	Muud kaubad	Majutus	Transport	Meelelahutus	Piletikulu	Muud kulud	Kokku
Otepää MK etapp	Külastaja	6,4	8,6	0,5	9,5	9,8	2,5	9,2	1,8	48,3
Tartu Maraton	Osaleja	7,5	8,5	4,7	11,5	12,4	0,4	2,6	17,9	65,5
Punk Laulupidu	Külastaja	7,6	7,9	3,0	1,6	8,9	0,9	7,7	0,6	38,2
	Esineja	8,0	9,6	3,8	5,0	9,2	0,9	6,3	0,5	43,3
Naiste Tantsupidu	Tantsija	8,9	9,8	6,5	3,6	6,2	0,4	4,7	1,8	41,9
	Külastaja ¹⁾	4,8	9,7	2,6	1,4	7,5	0,2	11,7	0,2	38,1
Rabarock	Külastaja	15,1	22,1	5,4	5,8	10,7	1,8	19,5	1,5	81,9
MTF "Juu Jääb"	Külastaja	39,0	26,5	3,4	15,6	22,8	6,3	33,0	4,2	150,8
Saaremaa Ooperipäevad	Siseturist	33,2	22,3	17,1	43,4	25,6	10,6	73,4	7,2	232,8
	Väliturist	84,6	27,4	47,1	256,4	17,8	29,1	118,6	40,8	621,8
Folkloorifestival Europeade	Eesti osaleja	13,8	11,0	14,6	2,3	10,8	2,5	5,0	1,1	61,1
	Välisosaleja	24,7	20,5	29,2	12,7	3,0	2,3	1,8	2,6	96,8
Viljandi Pärismusmuusika Festival	Külastaja	21,7	15,8	8,6	7,4	12,1	2,3	23,2	0,8	91,9
Viru Folk	Külastaja	13,4	9,8	6,4	5,6	10,9	1,0	18,4	0,3	65,8
Narva Energiajooks	Osaleja	4,9	3,8	1,8	2,2	8,7	0,1	3,4	0,0	24,9
Augustibluus	Külastaja	20,5	11,3	6,0	11,9	12,6	2,0	15,7	0,7	80,7
Saaremaa Ralli	Külastaja	31,7	23,4	5,3	25,9	33,0	13,3	9,8	2,3	144,7
	Osaleja	36,6	27,5	6,8	42,6	71,0	19,7	73,7	19,6	297,5

1) valimi suurus n=24

Kõrgeimaid kulutusi tegid külastajad üritustel, mis toimusid Saaremaal (Saaremaa Ooperipäevad, Saaremaa Ralli) ja Muhumaal (Muhu Tulevikumuusika Festival “Juu Jääb”). Asukohast tulenevalt oli mandrilt (või välismaalt) tulnud inimestele nende ürituste külastamine nii ajalises kui ka rahalises mõttes kulukas. See tähendab, et kui otsustati üritusele minna, siis viibiti piirkonnas kauem kui üks päev, seega ööbiti kohalikus majutusasutuses, samuti läks arvestatav osa kulutustest mandri ja saarte vahelisele transpordile, väljas söömisele ja toitumisele jms. Saartel, eriti Saaremaal on suvisel ajal küllaltki head võimalused majutuseks, vaba aja veetmiseks ja väljas söömiseks-joomiseks. Üldiselt olid külastajate kulutused seda kõrgemad, mida enam oli ürituse toimumiskohas arenenud turismile omane infrastruktuur või mida enam suudeti vastavat infrastruktuuri piirkonda importida. Viimasel juhul ei ole tihtipeale kasusaajad regioonid ise, kuna teenusepakkujad ei ole kohalikku päritolu, vaid tulnud üritusele mujalt. Seega peegeldavad külastajate kulutused kululiikide löikes hästi piirkonna üldist valmidust turistide teenendamiseks.

Samuti on eelnevast tabelist näha, et kahe ürituse puhul – folkloorifestivalil Europeade ja Saaremaa Ooperipäevadel – õnnestus koguda väliskülastajate ja -osalejate vastuseid. Välismaalaste kulutused olid eestimaalastega võrreldes märkimisväärselt kõrgemad – keskmine välituristi kulutus Saaremaa Ooperipäevadel oli 621,8 €(eestimaalastel 232,8 €) ja folkloorifestivalil Europeade 96,8 €(eestimaalastel 61,1 €). Seega jätsid väliskülastajad Eestisse oluliselt kõrgeimaid rahasummasid. Mitmed ürituste korraldajad sooviksid Eestisse tuua väliskülastajaid, kuid siinkohal tuleb korraldajatel üheskoos kohalike ettevõtjatega hästi läbi mõelda logistilised ja turunduslikud lahendused, kuidas potentsiaalsed huvilised välismaalt üritusele meelitada, seejärel üritusele tuua-viia ning lähipiirkonnas majutada-toitlustada.

Tabelis 8.1. toodud ürituse külastamise eesmärgil piirkonda tulnud külastajate kogukulutused olid aluseks otsese tulu leidmisel. Tänu üritusele piirkonda tulnud külastajate arv ja nende kulutused piirkonnas ongi otsene tulu ehk regionaalne majanduslik mõju läbi külastajate kulutuste (vt tabel 8.2).

Kahel üritusel – folkloorifestivalil Europeade ja Narva Energiajooksul – oli otsene tulu mõnevõrra alahinnatud tulenevalt andmete puudumisest pealtvaatajate kulutuste kohta. Rohkemal määral puudutas see folkloorifestivali Europeade, sest ürituse ava- ja lõppkontserti külastas mõlemal päeval 8500 pealtvaatajat ning üritusega samal ajal toimunud Hansapäevi hinnanguliselt üle 80 000 inimese. Narva Energiajooksu otsest tulu pealtvaatajate kulutuste puudumine niipalju ei mõjutanud, sest paarituhandest pealtvaatajast olid enamuse kohalikud elanikud.

Ürituste keskmine otsene tulu peale käibemaksu maha arvamist oli üle poole miljoni euro, varieerudes ligi 26 000 €Narva Energiajooksul kuni üle 1 888 000 €Saaremaa Ooperipäevadel. Kultuuri- ja spordiürituste löikes oli otsene tulu ligikaudu samas suurusjärgus. Otsene tulu oli seda suurem, mida enam külastajaid tõi üritus piirkonda, mida kauem külastajad piirkonnas viibisid ja mida enam oli külastajatel võimalusi raha jätmiseks piirkonda. Keskmisest kõrgem oli otsene tulu Saaremaa Ooperipäevade kõrval Saaremaa Rallil (ca 1 386 000 €) ja

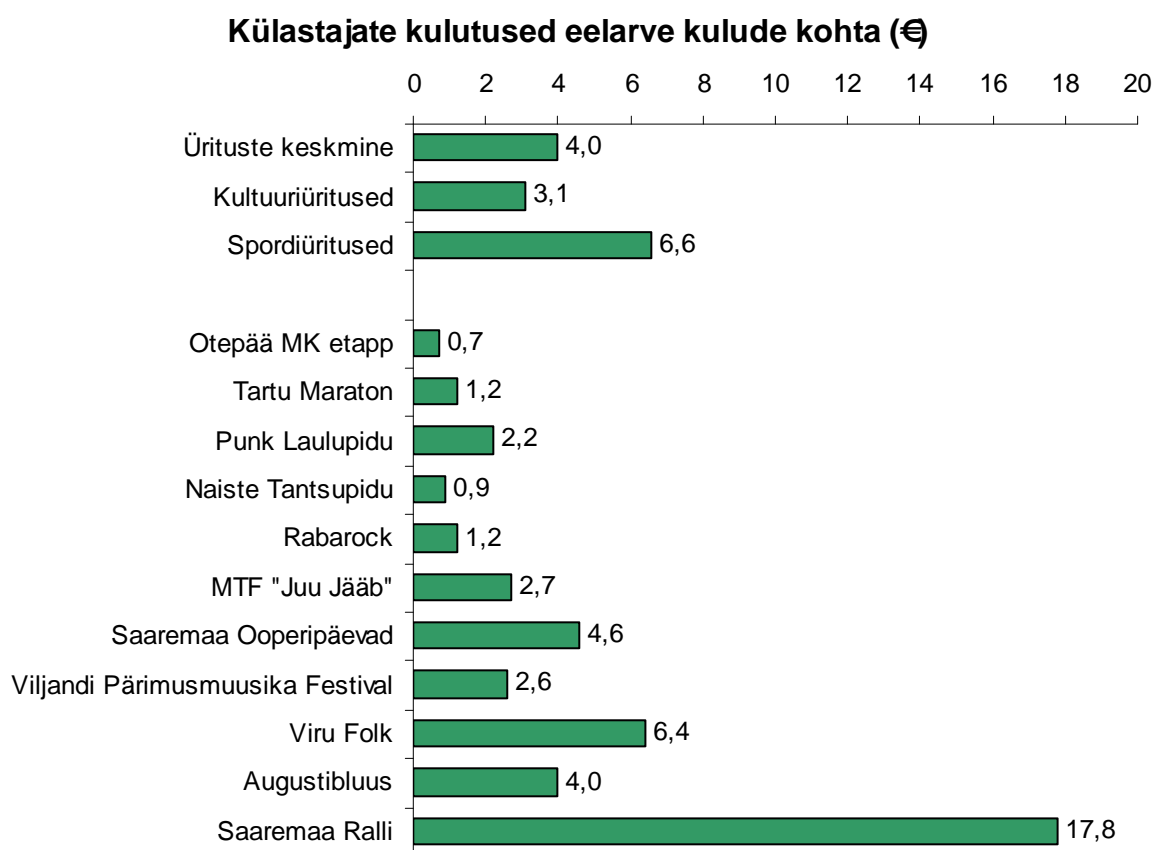
Viljandi Pärimusmuusika Festivalil (ca 918 000 €). Alla keskmise, kuid üle 300 000 €küün-
dis otsene tulu Viru Folgil, Otepää MK etapil, Rabarockil ja Tartu Maratonil ning ilmselt
folkloorifestivalil Europeade, kus tegelik otsene tulu oli suurem kui tabelis toodud. Ülejäänud
ürituste puhul jäi otsene tulu alla 300 000 €

Tabel 8.2. Regionaalne majanduslik mõju – otsene tulu

Üritus	Ürituse külastamise eesmärgil piirkonda tulnud külastajad (arv) ¹⁾	Külastajate kulutused (€)	Külastajate kulutused –20% (€)
Ürituste keskmine	6 275	645 531	537 943
Kultuuriüritused	5 695	632 646	527 206
Spordiüritused	7 581	674 522	562 102
Otepää MK etapp	11 505	555 692	463 077
Tartu Maraton	6 852	448 806	374 005
Punk Laulupidu	5 453	216 347	180 289
Naiste Tantsupidu	4 508	181 692	151 410
Rabarock	6 644	544 144	453 453
MTF "Juu Jääb"	1 470	221 676	184 730
Saaremaa Ooperipäevad	4 859	2 265 270	1 887 730
Folkloorifestival Europeade ²⁾	3 547	259 910	216 592
Viljandi Pärimusmuusika Festival	11 981	1 101 054	917 545
Viru Folk	8 652	569 302	474 418
Narva Energiajooks ³⁾	1 241	30 901	25 751
Augustibluus	4 144	334 421	278 684
Saaremaa Ralli	10 725	1 662 688	1 385 573

1) leitud küsitluse põhjal või kasutatud korraldajate hinnangut; 2) ürituse osalejate kulutustest tulenev otsene tulu piirkonnale, kuid andmete puudumisel on arvestamata pealtvaatajate poolt piirkonnas tehtud kulutused; 3) ürituse osalejate kulutustest tulenev otsene tulu piirkonnale, kuid andmete puudumisel on arvestamata pealtvaatajate poolt piirkonnas tehtud kulutused

Külastajate kulutuste ja eelarve kulude suhtarv näitab, kui palju iga eelarvesse panustatud euro tõi piirkonnale tagasi. Joonisel 8.2. on näha, et iga eelarvesse panustatud euro tõi piirkonda keskmiselt 4 €, vahemikus 0,7 € Otepää MK etapil kuni 17,8 € Saaremaa Rallil. Kultuuri- ja spordisündmuste lõikes oli tulemus mõnevõrra erinev tulenevalt Saaremaa Ralli suhtarvu kõrgest väärtusest spordiürituste keskmisele. Saaremaa Ralli kõrge suhtarv tulenes ühelt poolt sellest, et üritus tõi mandrilt rallile kaasa elama 10 000 pealtvaatajat, kes viibisid kohapeal keskmiselt ligi kolm päeva ja kaks ööd ning teiselt poolt sellest, et ralli eelarve kulud olid keskmisest kaks korda madalamad.



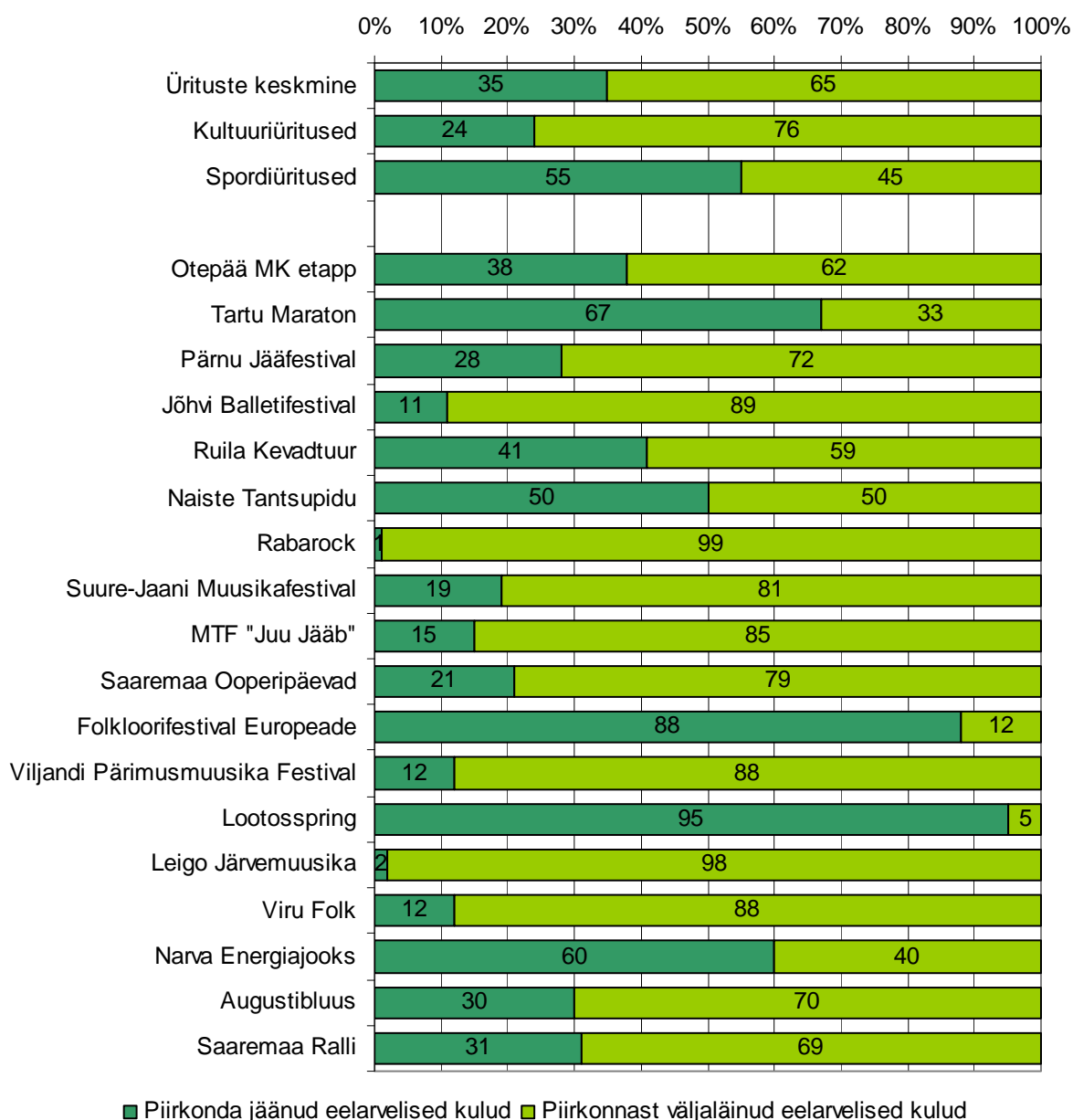
* Folkloorifestivali Europeade, Narva Energiajooksu kohta ei leitud tulenevalt otsese tulu alahinnatusest

Eelarvelised tulud

Eelarvelised tulud ehk piirkonda jäävad eelarvelised kulutused olid ürituse seisukohalt kulud, kuid majandusliku mõju arvestuses regiooni tulud, mis ilma ürituse toimumiseta ei oleks aset leidnud ja millest piirkond ei oleks kasu saanud. Regionaalne majanduslik mõju üritusest on seda suurem, mida enam pakuvad kohalikud ettevõtted ja asutused korralduseks vajaminevaid tooteid ja teenuseid (nt reklaami-, turva-, heli- ja valgusteenuseid, toitlustust, majutust, transporti jne) ning mida enam on ürituse korraldamisse kaasatud kohalikud elanikud. Piirkondlikud eelarvelised tulud toetavad seega kohalikku ettevõtlust ning toovad kasu sealsetele elanikele. Piirkonda jäänud eelarvelised tulud jäid andmete puudumise tõttu kajastamata Punk Laulupeo ja Sõru Jazzi kohta.

Eelarvest piirkonda jäänud kulutuste osakaal oli keskmiselt 35%, vahemikus 1-2% kuni 95% (vt joonis 8.3). Kõige madalamaks osutusid need Järvakandis toimunud Rabarocki puhul, kus korraldajad töid kohapealsete teenusepakkujate puudumise tõttu festivali korraldamiseks vajalikud teenused ja kaubad sisse mujalt, lisaks oli suur osa eelarve kulutustest seotud (välis)esinejate honoraride, transpordi ja majutamisega. Põlva noorte jalgpalliturniiri Lootospring eelarvelistest kulutustest jäid piirkonda pea kõik, sest suurimad kululiigid olid seotud võistlejate majutuse, auhindade, turvamise ja transpordiga, mis olid kohapeal olemas.

Piirkonnasiseste ja -välaliste eelarveliste kulutuste osakaal (%)



Spordiüritustel olid piirkonda jäänud eelarvelised kulud keskmiselt kõrgemad kui kultuuriüritustel – vastavalt 55% ja 24% eelarve kuludest. Enamus vaadeldud spordiüritustest olid aktiivse osalusega üritused, kus osalejate teenindamisega (võistluskeskuse ettevalmistus, majutus, toitlustus jne) seonduv raha jäi kohapeale. Kultuuriürituste puhul oli tihti peale suurimaks eelarveliseks kuluallikaks esinejatega seonduv kulutus, mis ei jäänud ürituse toimumiskohta, vaid läksid koos artistiga piirkonnast välja. Teiselt poolt oli näha, et aktiivse osalusega kultuuriüritustel oli piirkonda jäänud kulutuste osakaal samuti üle keskmise, headeks näideteks olid folkloorifestival Europeade, Naiste Tantsupidu ja tõenäoliselt Punk Laulupidu, mille kohta andmed puudusid.

Tabelis 8.3. on toodud eelarvest piirkonda jäänud kulutuste suurus maksudega ja ilma käibemaksuta. Keskmiselt jäi peale käibemaksu mahaarvamist eelarvest piirkonda üle 72 000 € sealjuures spordiüritustel poolteist korda rohkem kui kultuuriüritustel. Eelarvest piirkonda jäänud kulutuste absoluutsuurus oli kõrgeim Europeadel, mis jättis Tartu linna üle 400 000 € vahemikus 200 000-300 000 € jättis piirkonda Otepää MK etapp ja Tartu Maraton, 10 000-100 000 € Naiste Tantsupidu, Saaremaa Ooperipäevad, Narva Energiajooks, Pärnu Jääfestival, Viljandi Pärimusmuusika Festival, Ruila Kevadtuur, Saaremaa Ralli, Augustibluus ja Muhu Tulevikumuusika Festival “Juu Jääb”. Ülejäänud ürituste piirkonda jäänud kulutused ei ületanud 10 000 € sest tegemist oli eelarve mõttes väiksemate üritustega või imporditi korralduseks vajaminevad kaubad-teenused piirkonda.

Tabel 8.3. Regionaalne majanduslik mõju – eelarvelised tulud

Üritus	Eelarvest piirkonda jäänud kulud (€)	Eelarvest piirkonda jäänud kulud – 20% (€)
Ürituste keskmine	85 364	72 025
Kultuuriüritused	71 050	61 535
Spordiüritused	111 608	93 007
Otepää MK etapp	302 000	251 667
Tartu Maraton	246 222	205 185
Pärnu Jääfestival	51 000	42 500
Jõhvi Balletifestival	10 467	8 723
Ruila Kevadtuur	30 865	25 721
Naiste Tantsupidu	105 085	87 571
Rabarock	6 218	5 182
Suure-Jaani Muusikafestival	7 547	6 289
MTF "Juu Jääb"	12 000	10 000
Saaremaa Ooperipäevad ¹⁾	...	87 127
Folkloorifestival Europeade ²⁾	499 069	415 891
Viljandi Pärimusmuusika Festival	50 809	42 341
Lootospring	7 972	6 643
Leigo Järvemuusika	3 000	2 500
Viru Folk	11 000	9 167
Narva Energiajooks	53 481	44 568
Augustibluus	25 350	21 125
Saaremaa Ralli	29 106	24 255

1) käibemaksuta; 2) Europeade ja Tartu Hansapäevade eelarve oli ühine

Regionaalne majanduslik mõju

Ürituse regionaalne majanduslik mõju leiti otsese ja eelarvelise tulu summana. Sellest tulenevalt selgitati eelnevalt välja nende külastajate arv ja kulutused, kes tulid piirkonda tänu ürituse toimumisele ja väljastpoolt ürituse toimumise maakonda ning leiti, kui suur oli eelarvest piirkonda jäänud kulutuste summa.

Tabelis 8.4. on toodud ürituste regionaalne majanduslik mõju. Majanduslik mõju leiti üritustel, kus olid olemas mõlemad komponendid – nii otsene tulu kui ka eelarvelised tulud. Kui üks komponentidest puudus, siis majanduslikku mõju ei leitud. Tabeli tõlgendamisel tuleb silmas pidada, et kahe ürituse puhul (folkloorifestival Europeade, Narva Energiajooks) oli otsene tulu alahinnatud tulenevalt andmete puudumisest pealtvaatajate kulutuste kohta.

Tabel 8.4. Regionaalne majanduslik mõju

Üritus	Otsene tulu (€)	Eelarveline tulu (€)	Majanduslik mõju (€)
	Külastajate kulutused – 20%	Eelarvest piirkonda jäänud kulud – 20%	
Ürituste keskmine	537 943	72 025	609 968
Kultuuriüritused	527 206	61 535	588 741
Spordiüritused	562 102	93 007	655 109
Otepää MK etapp	463 077	251 667	714 744
Tartu Maraton	374 005	205 185	579 190
Pärnu Jäähfestival	...	42 500	...
Jõhvi Balletifestival	...	8 723	...
Ruila Kevadtuur	...	25 721	...
Punk Laulupidu	180 289
Naiste Tantsupidu	151 410	87 571	238 981
Rabarock	453 453	5 182	458 635
Suure-Jaani Muusikafestival	...	6 289	...
Sõru Jazz
MTF "Juu Jäeb"	184 730	10 000	194 730
Saaremaa Ooperipäevad	1 887 730	87 127	1 974 857
Folkloorifestival Europeade	216 592 ¹⁾	415 891	632 483 ¹⁾
Viljandi Pärimusmuusika Festival	917 545	42 341	959 886
Lootospring	...	6 643	...
Leigo Järvemuusika	...	2 500	...
Viru Folk	474 418	9 167	483 585
Narva Energiajooks	25 751 ¹⁾	44 568	70 319 ¹⁾
Augustibluus	278 684	21 125	299 809
Saaremaa Ralli	1 385 573	24 255	1 409 828

1) majanduslik mõju alahinnatud, kuna otsene tulu leiti pealtvaatajate kulutuste kohta andmete puudumisel vaid osalejate hinnangute põhjal

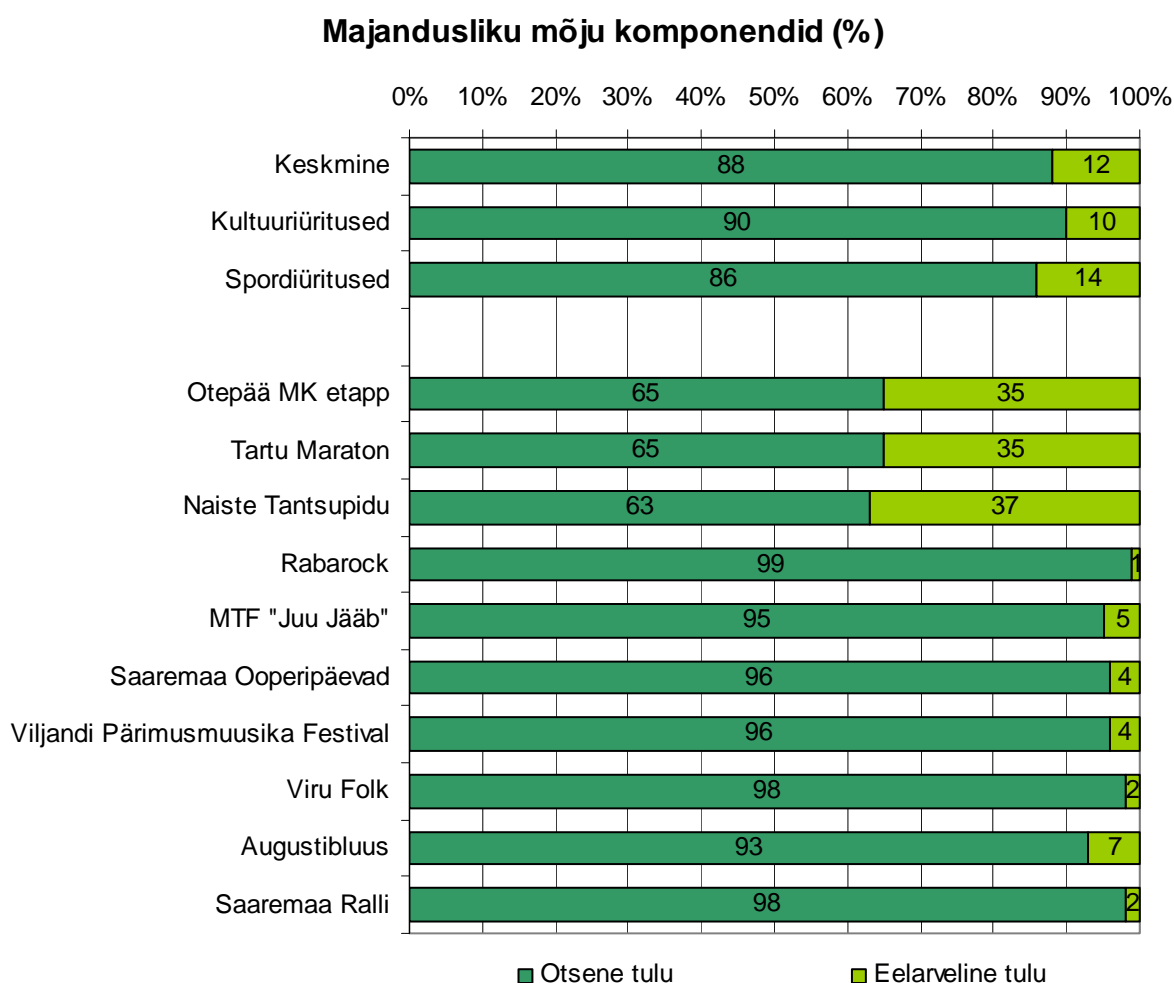
Lisaks on enne tulemuste tõlgendamist oluline arvestada, et kuigi külastajaid juhendati märkima ankeetidesse kulutusi, mis tehti ürituse toimumispiirkonnas, ei saa siiski välistada, et ankeetidesse märgiti kulutusi, mis leidsid aset küll seoses ürituse külastamisega, kuid mõnes teises maakonnas. Samuti tuleb silmas pidada, et külastajate kulutused ei jää täies ulatuses kohapeale, sest kõik ettevõtted ja asutused või teenusepakkujad ürituse alal ei ole kohalikku päritolu, st ettevõtte juhtimine asub ja tulud liiguvad mujale, näiteks suur osa jaekaubandusest ja bensiini-tanklatest ei ole kohalikku päritolu. Teiselt poolt andsid need ettevõtted tööd kohalikele elanikele.

kele ja kaudselt mõjutasid teenitud tulud neid. Seega tuleb regionaalse majandusliku mõju tõlgendamisele sõnasse “regionaalne” suhtuda teatava ettevaatusega.

Ürituste keskmine majanduslik mõju oli üle 600 000 €, kusjuures kultuuriüritustel keskmiselt üle 580 000 € ja spordiüritustel üle 650 000 €. Selle põhjal ei saa kindlasti järeldada, et spordiüritused olid tulutoovamad kui kultuuriüritused, sest tulude suurus sõltus palju ürituse iseloomust. Majanduslik mõju oli suurim Saaremaal toimunud Saaremaa Ooperipäevadel ja Saaremaa Rallil. Saaremaa Ooperipäevadel oli 60% külastajatest välismaalased (peamiselt soomlased), kes tulid ooperikultuuri nautimise kõrval siia puhkama ja jätsid sellega seondult Saaremaa majutus-, toitlustus-, transpordi- ja muudesse asutustesse märkimisväärset hulga raha. Saaremaa Ralli tõi mandrilt rallisõitjatele kaasa elama 10 000 inimest. Viimastel aastatel on ralli jälgimine ja sellele kaasa elama minemine populaarsust üha juurde kogunud. Saaremaa Ralli oli tänaväärne üritus ka selles mõttes, et toimus turismihooajavälisel ajal, elavdades sügis-talvist madalhooaega.

Majandusliku mõju komponentide osatähtsus kogumõjus oli ürituste lõikes mõnevõrra erinev (vt joonis 8.4).

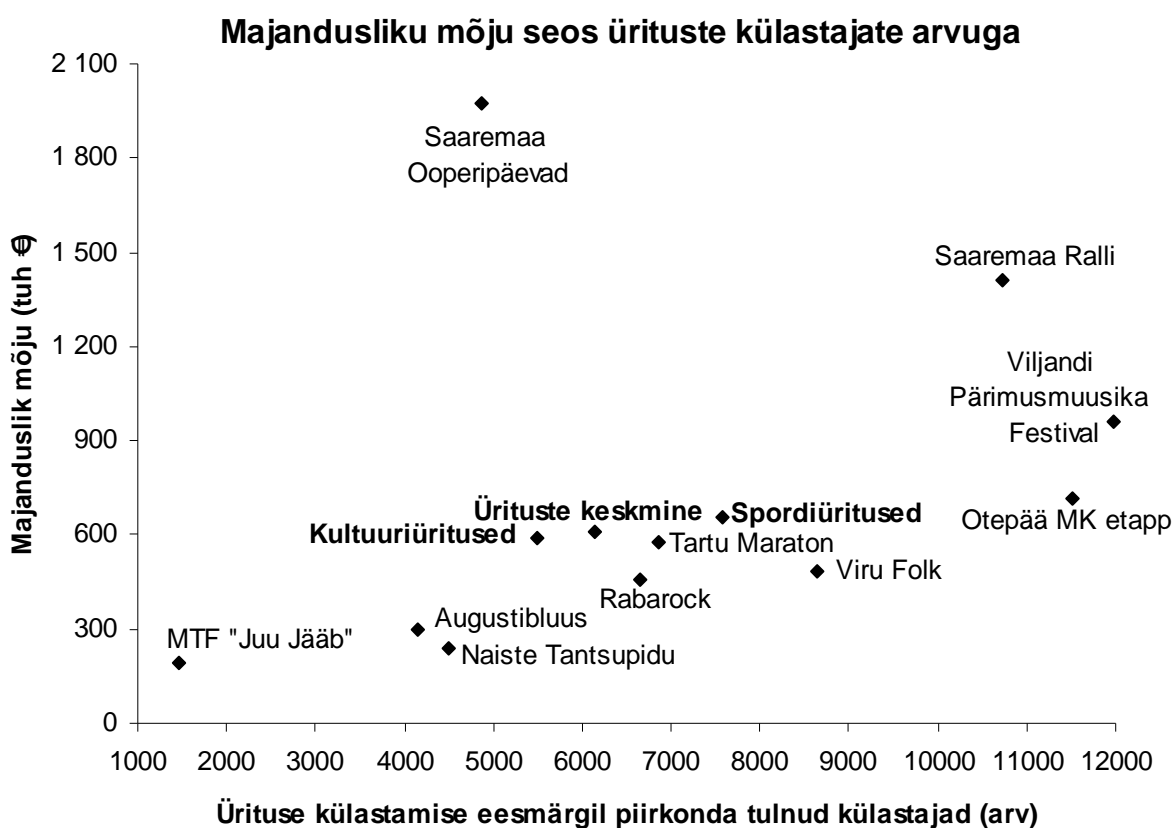
Joonis 8.4



Keskmiselt oli otsese tulu osatähtsus majanduslikus mõjus 88% ja eelarvelise tulu osatähtsus 12%. Otsese tulu osakaal jäi üritustel vahemikku 63-99%, mille kohaselt tuleb suurem osa majanduslikust mõjust läbi külastajate kulutuste. Läbi eelarve tulude jäi keskmisest enam piirkonda Otepää MK etapil, Tartu Maratonil ja Naiste Tantsupeol, kus suur osa eelarvelistest kulutustest oli seotud ürituse toimumiskoha ettevalmistamisega ning tuhandete esinejate, osalejate ja võistlejate kohapealse teenindamisega (majutamine, toitlustamine, transport jne).

Üldiselt võib öelda, et majanduslik mõju oli seda suurem, mida enam külastajaid tõi üritus piirkonda väljastpoolt (vt joonis 8.5). Jooniselt paistab erandlikuna silma Saaremaa Ooperipäevad, kus väliskülastajate kõrgetest kulutustest tulenevalt oli majanduslik mõju oluliselt suurem kui ülejäänud üritustel.

Joonis 8.5



Kokkuvõttes võib öelda, et majandusliku mõju eesmärgiks oli leida, kui palju uut raha tuli piirkonda läbi ürituse toimumise. Ürituste keskmine regionaalne majanduslik mõju oli ligi 610 000 €, sealjuures ligi 538 000 € läbi külastajate ja üle 72 000 € eelarveliste kulutuste. Kuigi majandusliku mõju summad olid suured, on üritustel regionaalse majandusliku mõju suurendamiseks palju arengupotentsiaali. Näiteks korraldajate tihedam koostöö kohalike omavalitsuste, ettevõtjate ja elanikega võimaldaks tõsta piirkonda jäävat eelarvelist tulu või olles paremini valmistunud külastajate teenindamiseks, saaksid kohalikud ettevõtted ja asutused enam kasu. Konkreetsemad soovitusel ja järeldused kohalikele omavalitsustele, korraldajatele ja ettevõtetele koostöö ja seeläbi majandusliku mõju suurendamiseks on toodud järgmises peatükis.

9. SOOVITUSED JA ETTEPANEKUD

9. Soovitused ja ettepanekud

Soovitused korraldajatele, ettevõtetele-asutustele, kohalikele omavalitsustele ja riigile töötati välja kohtumiste põhjal korraldajatega, lähtuvalt ettevõtete-asutuste ning külastajate kommentaaridest ja soovitustest ning uuringu läbiviijate tähelepanekutest üritustel kohapeal.

Soovitused korraldajatele:

- ürituste kodulehtede olemasolu ja arendamine: ajakohane informatsioon programmi (esinejate) kohta, tulevate ürituste kuupäevad, kontaktandmed, meililist, asukohta puudutav informatsioon, piletite ostmise võimalus läbi kodulehe ja viited muudele ostukohtadele, foorum, informatsioon potentsiaalsetele esinejatele, ürituse ajalugu, informatsioon erinevates keeltes, veebisaidi lihtne loogiline jälgitavus ning kerge leidmine ja meeldejäetavus, lingid teenuspakkujatele (majutus, toitlustus, transport, teenindus), kohalikule omavalitsusele, turismiinfokeskusele, sponsoritele-toetajatele, turismiobjektidele ja vaatamisväärsustele, seonduvatele kultuuri- ja spordisündmustele, sotsiaalmeediale;
- teavitada külastajaid toimumiskohas ja lähiümbruses tegutsevatest teenusepakkujatest läbi ürituse veebilehekülje. Inimesed ei leia (ei ole aega otsida) iseseisvalt üles kõiki majutuse, toitlustuse ja muude teenuste pakkujaid. Seega oleks hea kui mittekohalikul külastajal tekiks ülevaade piirkonnas pakutavatest võimalustest. Samuti kaasata otsesest toimumiskohast eemale jäävaid ettevõtteid-asutusi, kelle potentsiaal jäi hetkel tihtipeale kasutamata, kuna külastajad ei leidnud teenusepakkujaid lähiümbruses üles;
- ürituse brošüüride, kavade, meenete olemasolu, lihtne leitavus ja laialdane kättesaadavus;
- üritust puudutava informatsiooni jagamine kohalikele turismiinfokeskustele ja muudele asutustele nii vara kui võimalik, sest tegelikult küsitakse informatsiooni aastaringselt;
- ürituste koostöö erinevate turismiinfot pakkuvate portaalidega nagu Puhkaestis.ee jne. Teisalt peavad turismiagentuurid tunnistama festivalide väärtust sihtkoha turustamisel;
- ühise turundusstrateegia väljatöötamine (teeb MTÜ Eesti Muusikafestivalid), sest üksikud üritused ei suuda konkureerida (välis)turul ja jääda silma;
- üleüldine teavitamine üritusest, mitte ainult suuremates linnades vaid ka toimumispiirkonnas;
- koostöö teiste piirkonnas toimuvate üritustega, nn ristturundus ehk üksteise ürituste reklaamimine või pakkuda tasulist võimalust oma veebilehel, brošüüril, reklaamida teisi üritusi;
- ühele sihtgrupile suunatud ürituste omavahelise koostöö suurendamine (nt jalgpalliklubide Lootospring ja Tammeka omavaheline koostöö turniiride korraldamisel, autorallide korraldamine);
- panna selgelt paika või selgitada läbi uuringute, kes on ürituse sihtgrupp, kellele üritust tehakse (kohalik elanik, kõik eesti elanikud, väliskülastajad, noored, vanemad inimesed jne), mis aitab efektiivselt suunata reklaamikampaaniaid, kasutades selleks sobivaid rek-

laamikanaleid ja -vahendeid, samuti mõelda, miks peaks külastaja tahtma tulla üritusele ja viibida pikemalt;

- (välis)külastaja soovib täisteenust, seega ei ole mõttekas püüda (välis)külastajat kui eelnevalt ei ole välja mõeldud, kuidas teda teenindada. Hetkel soovitakse väliskülastajaid üritusele, kuid alati ei teadvustata, mida (välis)külastaja ootab: majutus, toitlustus, teenused, vaatamisväärsused, sisukas vaba aeg jne;
- pikemaajalisem piletite eelmüük;
- pakkuda tasuta või sooduspileteid kohalikele elanikele, lastele, puuetega, eakamatele inimestele;
- tasakaal äri (agressiivsed sponsorid) ja ürituse vahel – „õhuke piir“, kus üritus muutub kommertsiks (külastaja tunnetab seda väga hästi);
- tasakaal loomingu ja eelarveliste võimaluste vahel – olulised on nii hea programm kui ka programmile vastav eelarve (finantskontrolli mehhanismide paikaseadmine, arveldamise ja asjaajamise korrektsus), millest sõltub ürituste pikaajaline jätkusuutlikkus, samuti koostööpartnerite ja sponsorite koostöösoov;
- festivali õnnestumiseks on oluline nii visioon kui ka oskuslik juhtimine;
- traditsioonide jätkamine ja edasiandmine, aastatepikkune kogemus väljendub korraldamise professionaalsuses ja kõrgemas külastajate rahulolus;
- üritustel tuleb hoida ja jätkuvalt panustada ning kujundada oma mainet;
- kohalike elanike ja ettevõtete-asutuste kaasamine ürituste korraldamisse nii palju kui võimalik, et tugevdada ürituse sidet kohaliku kogukonnaga. Kohaliku kogukonna toetusest sõltub suurel määral ürituse õnnestumine, edukus ja pikaajaline jätkusuutlikkus;
- vabatahtlike kaasamine, mis aitab kasvatada tulevasi professionaalseid kultuuri- ja spordiürituste korraldajaid. Samas tuleb neid koolitada ja kursis hoida korraldusküsimustega, muutustega kavas, esinejate osas jne;
- tugevdada festivaliga seonduvaid haridusprogramme, korraldada õpitube, konkursse, et harida järeltulevat festivalidel käivat põlve ja arendada pikaajalist suhet kohaliku kogukonnaga;
- pikemaajalise kestusega üritustel võiks olla üks selge “magnet”, mis tõmbab inimesed üle Eesti või välismaalt piirkonda, muud üritused saab integreerida selle ümber;
- alkoholi ja kultuuri-sportiürituste kokkusobimatus, mis mõjutab ürituse mainet ja tekitab turvalisuse probleeme;
- teavitada külastajaid ajakavas toimunud muudatustest;
- lahendus vihmale, suvekuumusele väliürituste ajal (tekitab eriti probleeme lastele, vanematele inimestele);
- olmetingimuste parendamine, st tualetid, kätepesemise võimalus (külastajate poolt enim kommenteerimist leidnud teema olenemata üritusest);

- parkimise ja liikluskorralduse muudatuste puhul säilitada juurdepääs kohalikele ettevõtetele-asutustele;
- külastajatele on oluline parkla ja telkala lähedus (külastaja ei jõua kanda asju pikka maad);
- lastehoiu- ja mänguala loomine;
- toitlustuse mitmekesisus ürituse alal, kokkulepped kohalike toitlustusasutustega, et kindlustada toidu ja joogi laialdane kättesaadavus (eriti kui oma söökide-jookidega sissepääs on keelatud);
- mõelda transpordile, pakatile kas ise või koostöös kohalike ettevõtjatega, turismifirmadega (piirkonnasisene, üleriigiline, väliskülalised). Leidus üritusi, kuhu ilma autot omanata ei olnud võimalik ligi pääseda;
- aktiivsem suhtlemine majutusasutustega – eelbroneeringute tühistamine võimalikult varajastelt;
- esinemispaikadena kaaluda kohvikuid, restorane, pubisid, kaubanduskeskusi ja nende ümbrust jne.

Soovitused kohalikele ettevõtetele-asutustele:

- panustamine ürituste läbiviimisesse, sest kui ei ole üritust ei ole ka külastajaid, mõtteviisi muutus vajalik. Praegune suhtumine on sageli äraootav – oodatakse, et keegi tuleb ja teeb ja mina saan kasu ilma panustamata. Vastastikune kasu ja vastutulek on oluline. Näiteks välisriikides toimib süsteem, kus läbi ürituse kodulehe tehtud majutusbroneeringutelt saavad osa teenitud tulust korraldajad, sest kui ei oleks üritust ei oleks ka külastajaid;
- üritused on heaks tuluteenimise võimaluseks, kuid üritusteks tuleb olla valmis läbi varude täiendamise, lahtiolekuaegade pikendamise, enda nähtavaks tegemise, lisatööjõu võtmise teeninduskvaliteedi hoidmise jne;
- uuring näitas, et need ettevõtted-asutused, kes tegid korraldajatega mingil viisil koostööd said üritusest enim kasu – otsida ühiseid kokkupuutepunkte ja võimalusi koostööks. Koostöö korraldajatega võib olla mitmesugune – läbi ürituse rahalise toetamise või oma teenuste-kaupade pakkumise, oma kaupade-teenuste müümise külastajatele jms;
- ettevõtte saab kasu ürituse toetamisest: tulu teenimine, positiivne kuvand, otsene promotsioon (nt ettevõtte logo ürituse turunduskampanias), tasuta või soodsad piletid (töötajatele, klientidele), aktiivne müügitöö üritusel jne. Vajalik on oskus näha koostööd laiemalt kui ühepoolse rahalise toetamisena;
- pakkuda ennast ise rohkem korraldajatele, sest korraldajad on niigi hõivatud programmi ja eelarve koostamisega, mistõttu ei pruugi jõuda kõigi potentsiaalsete koostööpartneriteni (toitlustus, reklaam, ürituse turundamine, kaupade ja teenuste müük, korraldusalaused teenused, viidad, meened, toit (maasikad, herved, hapukurgid jne), kohalik käsitöö);

- üritusega seotud tegevuste või toodete väljamõtlemine (nt Punk Lauulupeo ajal müüdi Punk vett, piparkooke, jogurtit);
- tuleb osata muuta üritus endale kasulikuks. Teinekord märgiti, et ettevõtte jäi toimumiskohast liiga kaugemale, samas ei ole 20 km pikk distant. Seega tuleb külastajale organiseerida ise transport kontserdipaika, kui ettevõtte jääb liiga kaugemale. Mõelda, kuidas teha ettevõtte nähtavaks seoses üritusega. Kui on näha, et klient ei jõua ise ettevõteteni, siis mitte jääda ootama, vaid otsida lahendusi, nt koostöös korraldajatega;
- kohalikud reisi- või majutusettevõtted – tehke üritusele pakette (st piletid koos ööbimise ja transpordiga);
- turismiettevõtete suurem koostöö korraldajatega – üritused on teatud ajaperioodil piirkonna “magnetiks”, kujundada kultuuriürituse külastamisest puhkusereid, minipuhkused.

Soovitused kohalikele omavalitsustele:

- tunnustada, väärtustada ja toetada ürituste korraldajaid. Heatahtlik suhtumine ürituste korraldajatesse ja korraldamisse piirkonnas. Üritused rikastavad kohalikku elu, tõstavad piirkonna atraktiivsust ja konkurentsivõimet;
- oluline on koordineerida maavalitsuste ja kohaliku omavalitsuste tasandil piirkonnas toimuvate sündmuste kalendrit, et mitu (suur)üritust ei satuks ühele nädalavahetusele, millest tulenevalt on kohalik infrastruktuur (majutusasutused) ülekoormatud ja kannatab teeninduse kvaliteet. Eriti suureks probleemiks on see suvisel kõrghooajal. Kuna hetkel on ürituste omavaheline koordineeritus nõrk, siis saaks siin enim kaasa aidata maavalitsus;
- ürituste kalendri koordineerimine nii, et väheneb hooajast tulenev sesoonsus. Ürituste kalendri planeerimine selliselt, et pidevalt oleks linnas, vallas, maakonnas tegevust. Kui on erinevaid üritusi ja tegevusi külastajatele, siis viibitakse piirkonnas pikemalt;
- teenuste pakkumine korraldajatele oma võimaluste piires (nt ruumide, pillide, transpordivahendi jms kasutamise võimalus);
- jätkuv rahaline toetamine on muu abi kõrval korraldajatele väga oluline;
- kohalike ettevõtete-asutuste ja elanike varane informeerimine ürituste toimumisest, et oldaks valmis linna tulnud külastajate teenindamiseks (valmidus oli tihtipeale väga nõrk). Kohalik ettevõtlusnõunik (kui on olemas) võiks kutsuda kolm osapoolt (korraldaja, omavalitsus ja ettevõtjad) juba aasta algul ühise laua taha, et arutada läbi iga osapoolte võimalused panustada ürituse läbiviimisesse. Vajalik on korduv teavitustöö, sest soovitud muutused suhtumises ja tegutsemisviisides võtavad aastaid, nt et kohalik pood või kohvik ei sulgeks oma uksi külastajate ees. Seega oluline on teenindusvõrgu kvaliteet ja valmisolek (suur)ürituseks;
- linna, valla kohta informatsiooni olemasolu ja jagamine: kaardid, viidad jms (mittekohalik ei tunne linna, valda);

- parkimise korraldamine linnas ja vallas (võimalusel nii, et juurdepääs kohalikele ettevõtetele-asutustele ei oleks takistatud);
- transpordikorraldus (maakonna- ja linnasisene);
- piirkonna üldine turvalisus ja heakord – politsei jm julgeolekuüksuste valmisolek (suur)üritusteks, melu ja lärmi ohjamine (eriti öisel ajal), vähendada mõju looduskeskonnale;
- koostöös siseministeriumiga panustada enam alkoholismi, narkomaania tõkestamisele üritustel (eriti noored);
- investeeringud turismialasesse infrastruktuuri: kui hotell ei ole tasuv muul kui ürituse ajal, siis mõelda kämpingute ja muu kergema infrastruktuuri rajamisele. Üheks võimaluseks on kodumajutuse süsteemi väljaarendamine. Mitmed üritused võiksid külastatavust kasvatada, kuid omad piirid seab kohapealne infrastruktuur. Seega oluline on infrastruktuuri võimaluste kaardistamine ja planeerimine, sest toimumiskohad ei suuda praegu teenindada lühiajalisi suuri rahvamasse;
- investeeringud festivalinfrastruktuuri ehk väli- ja siseürituste korraldamiseks sobilike tingimuste loomine (sh heli ja helivõimendus, valgustus, elektriliinid, veevarustus jms);
- ürituste kaasamine piirkonna arengukavasse, ürituste olulisus regionaalarengus, piirkonna ja ürituse kuvandi ühine loomine ja vastastikune toetamine. Üritused on üheks viisiks tõsta linna mainet ja tuntust, need aitavad luua piirkonnast positiivset kuvandit, annavad väärtuslikke kogemusi nii osalejatele kui ka külastajatele. Avalikul sektoril on vastutus ürituste mõjude eest pikaajalises perspektiivis;
- piirkondliku turismistrateegia väljatöötamine ja rakendamine, mille raames saab kohalike üritusi enam positsioneerida ja toetada. Nišiturgude avastamine lähtuvalt kohalikust keskkonnast (nt ökoturism, ekskursioonid, õpitoad, vaatlused kohaliku giidi-teadja juhendamisel jms).

Soovitused riigile:

- jätkata erinevate toetusmeetmete pakkumisega, sest annab tuge igale festivalile ja laiemalt kogu festivalide süsteemile;
- festivalide korraldajate hinnangul selguvad toetused riigi tasandil hilja, ürituste planeerimine algab tihtipeale oluliselt varem, eelarve hägusus ei võimalda hästi planeerida programmi;
- korraldajatele võiks kasu olla toetusmeetmest, kus saaks soodsatel tingimustel võtta laenu, sest suur osa festivali kuludest tehakse enne ürituse toimumist, kuid tulud teenitakse peale ürituse toimumist;
- festivalide infrastruktuuri panustamine läbi kohalike omavalitsuste;

- siseministeeriumil koostöös kohalike omavalitsustega oleks vaja panustada enam alkoholi, narkomaania tõkestamisele üritustel (eriti noored);
- ärikonsultatsioonide pakkumise ja kättesaadavuse suurendamine ürituste korraldajatele, et tõsta korraldajate professionaalsust (nt juhtimine, turundus ja reklaam, sponsorlus, eelarvestamine, ettevõtete kaasamine partneriks jms);
- kultuuri- ja spordivaldkonna uuringute jätkuv toetamine aitab tõsta kultuuri ja spordi väärtustamist ja korralduse taset;
- toetustingimuste lihtsustamine väiksemate ürituste korraldajatele (nt EAS-i Rahvusvaheliste ürituste ja konverentside toetamise meetmes on vajalik tõendada tuhande väliskülastaja ööbimine siinsetes majutusasutustes, toetus suuresti mõeldud ainult Tallinnas toimuvatele suurüritustele, ilmselt ka Saaremaa, Pärnu, Tartu võiksid kasu saada);
- nn alustajate toetus üritustele, mis pikendaks hooaega, st tooks regiooni külastajaid ka muul ajal kui suvekuudel.

KOKKUVÕTE

- Eesti Konjunktuuriinstituudi uuringu andmetel andis 2007. a loomemajanduse sektor Eestis 3% SKP-st ja seal töötas 4,3% töötavast rahvastikust. Majanduslik mõju, mida loomemajandus, kultuur ja sport ühiskonnale tähendavad, on siiski palju ulatuslikum, kui see otseselt mõõdetav lisandväärtus. Kultuuri- ja spordisündmused on valdkond, kus läbi ürituste korraldamise tekib oluline nõudlus ka ümbritsevas turismi-, teenindus-, tootlustus-, majutus-, kaubandus- ja transpordisektoris.
- Kultuuriministeeriumi tellimusel viis Eesti Konjunktuuriinstituut ajavahemikul 2011. aasta jaanuar kuni 2012. aasta veebruar läbi uurimistöo, mille eesmärgiks oli hinnata, millist mõju omab ürituste korraldamine Eesti erinevate regioonide majandustele.
- Uuringu objektiks olid 20 kultuuri- ja spordisündmust, mis toimusid üle Eesti 2011. aasta jooksul. Vaatluse all olid järgnevad üritused:

Üritus	Toimumise aeg 2011. a
Otepää MK etapp	22.-23.01
Tartu Maraton	19.-20.02
Pärnu Jääfestival	18.-27.02
Jõhvi Balletifestival	25.-27.02
Ruila Kevadtuur	27.-29.05 ja 02.-05.06
Punk Laulupidu	11.06
Eesti Naiste Tantsupidu	12.06
Rabarock	17.-18.06
Suure-Jaani Muusikafestival	17.-23.06
Sõru Jazz	18.-19.06
Muhu Tulevikumuusika Festival "Juu Jääb"	5.-10.07
Saaremaa Operipäevad	18.-23.07
Folkloorifestival Europeade	20.-24.07
Viljandi Pärimusmuusika Festival	28.-31.07
Põlva noorte jalgpalliturniir Lootospring	4.-7.08
Leigo Järvemuusika	5.-6.08
Viru Folk	12.-14.08
Narva Energijooks	13.08
Augustibluus	5.-6.08
Saaremaa Ralli	7.-8.10

- Kokku külastas neid üritusi üle 230 tuhande inimese. Neist 88% olid külastajad/pealtvaatajad ja 12% osalejad/esinejad. Loomulikult sõltus külastajate/osalejate suhe ürituse iseloomust. Nii näiteks oli Otepää MK etapil 500 osalejat ja 13 800 pealtvaatajat, Tartu suusamaratonil aga 8037 osalejat ja 3000 pealtvaatajat.

- EKI viis läbi ürituste **külastajate/osalejate küsitluse**. Kokku vastas küsitlusele 5508 inimest.
- Küsitluste andmetel oli keskmine ürituse külastaja 36-aastane, kultuuriürituste puhul veidi vanem, 38-aastane. Naisi oli külastajate hulgas 66% ja mehi 34%. Spordiürituste keskmine külastaja ja/või osaleja oli veidi noorem, 31-aastane. Meeste osakaal oli kõrgem Tartu Maratonil ja Saaremaa Rallil (73% ja 81% küsitlusele vastanutest), naiste osakaal aga Naiste Tantsupeol, Jõhvi Balletifestivalil ja Suure-Jaani Muusikafestivalil (vastavalt 95%, 91% ja 89% vastanutest). Ürituste keskmisi analüüsid selgus, et 80% külastajatest olid alla 50 a, kusjuures alla 30 a oli 37%, 30-49 a 43% ja üle 50 a 20%. Alla 30 a vastanute osakaal oli üritustest suurim Ruula Kevadtuuril (79% vastanutest), Rabarockil (71%) ja Saaremaa Rallil (61%). 30-49 a osakaal oli suurim Tartu Maratonil (61%) ja Sõru Jazzil (61%). 50 a ja vanemate külastajate osakaal ületas keskmist Saaremaa Ooperipäevadel (71%) ja Suure-Jaani Muusikafestivalil (66%).
- Kõige rohkem külastajaid/osalejaid väljastpoolt regiooni tõid küsitluse kohaselt Otepää MK etapp, Naiste Tantsupidu ja Rabarock. Kohalikele elanikele olid rohkem suunatud Jõhvi Balletifestival ja Suure-Jaani Muusikafestival. Üritusi võib pidada maakondadele väga olulisteks, sest ilma nendeta ei oleks piirkonda tulnud 64% külastajatest.
- Suurima väliskülastajate ja -osalejate osakaaluga üritused olid Saaremaa Ooperipäevad, folkloorifestival Europeade, Tartu Maraton ja Otepää MK etapp.
- Keskmiselt kestis üks üritus neli päeva. Külastajaid viibisid ürituse toimumiskohas küsitluse kohaselt keskmiselt 2,8 päeva ja 1,5 ööd. Eelnevaid ettevalmistusi ja proove nõudnud ürituste puhul oli piirkonnas viibimise aeg pikem, mõju avaldas ka toimumiskoha kaugus elukohast.
- Keskmiselt kulutas üks külastaja ürituse perioodil piirkonnas 80 € kultuuriüritustel veidi rohkem (88 €) ja spordiüritustel veidi vähem (61 €). Külastajate keskmised kulutused varieerusid alates 22 € (Põlva noorte jalgpalliturniir Lootospring) kuni 400 € (Saaremaa Ooperipäevad). Kui kogu ürituse jooksul kulutas üks külastaja keskmiselt 80 € (keskmiselt viibiti üritusel 2,8 päeva), siis ühe päeva kohta keskmiselt 32 €, sealjuures kultuuriüritustel 33 € ja spordiüritustel 31 €.
- Ürituse perioodil külastajate poolt tehtud kulutustest moodustasid 19% kulud piletitele (osalustasule), 18% väljas söömisele, 16% majutusele, 15% toidu ja jookide ostmisele ning 14% transpordile. Muude kaupade ja teenuste ning muu meelelahutuse osakaal jäi alla 10%.
- Kulutusi majutusele märkis keskmiselt 23% ürituste külastajatest, 25% kultuuri- ja 16% spordiürituste külastajatest. Need, kes märkisid kulutusi majutusele, kulutasid majutusele ürituste lõikes keskmiselt 39 €, kultuuriürituste külastamise korral 42 € ja spordiürituste külastamise korral 32 €. Kuna väljastpoolt ürituse piirkonda tuli keskmiselt 69% külastajatest, siis mitte kõik ei valinud ööbimiseks hotelli, motelli, külaliskorterit, tasulist telkala, kampingut vms. Peamiselt ööbiti kas sugulaste, tuttavate või sõprade juures, sõideti peale üritust koju tagasi, telgiti ürituse telkalast väljaspool. Majutuskulud olid madalad nendes

piirkondades, kus nappis kohti hotellides, turismitaludes, kämpingutes. Majutuskulude tõus on väga suure kasvupotentsiaaliga, sest praegu ei ole siin külastajate nõudlus rahuldatud.

- Turismifirmad ei ole panustanud selliste ürituste teenindamisele ja kompleksseid teenuseid (transport, majutus, meelelahutus + ürituse külastamine) sisuliselt ei pakuta. Mitmetesse ürituskohtadesse on juurdepääs ilma isiklikku autot omamata sisuliselt võimatu ja transporti ei ole organiseeritud.
- Vaadeldud üritused olid ainulaadsed ja omapärased, kõik olid leidnud oma sihtrühma ja toimumispaiga ning ürituste külastajad-osalejad olid pakutava kvaliteediga väga rahul, rahulolevate inimeste osakaal oli 93% ja keskmine rahulolu oli seitsmepallilisel skaalal 6,1 palli.
- EKI viis läbi ka regiooni **ettevõtete/asutuste küsitluse**. Küsitlusele vastas 939 ettevõtetasutust (sh 815 kohalikku ettevõtetasutust ja 124 teenusepakkujat), kes võisid potentsiaalselt teenindada ürituse korraldajaid ja külastajaid. Küsitlustulemustest ilmnnes, et ürituste mõju piirkonna ettevõtete ja asutuste majandustegevuse tulemustele oli igati positiivne. Külastajate arv kasvas ürituse nädalal 46%-s ettevõtetes, suurendades müügitulu 42%-s ja kasumit 35%-ndis vastanud ettevõtetes ja asutustes. Üritusega seonduvalt täiendavat jõudu valdavalt juurde ei võetud, seda tegi ligikaudu iga kümnes ettevõtte või asutus.
- Küsitluses palus EKI hinnata ettevõtjatel ürituse mõju regioonile (neljapallilisel skaalal, kus neli oli maksimum). Kokkuvõtlikult hindasid kohalikud ettevõtjad kõige kõrgemalt ürituste rolli regiooni maine ja tuntuse kujundamisel (3,5 palli). Neile järgnesid kultuuri- ja sporditurismi edendamine (3,3 palli) ning kultuuri- või spordialase tegevuse edendamisest tulenev soodne mõju piirkonnale (3,2 palli). Üle keskmise oluliseks peeti ürituste rolli elanike kultuuri- ja spordihuvi tõstmisel (3,0 palli) ning kohaliku majanduse ja ettevõtluse elavdamisel (2,9 palli). Ürituste mõju piirkonna tööhõivele jäi alla keskmise (2,3 palli).
- Kohalikel ettevõtetel ja asutustel ei tekkinud seoses üritusega probleeme (nii ütles 92% ettevõtetest-asutustest ja probleeme märkis 8%). Kui probleeme esines, siis nimetati anarhilist parkimist, olmetingimusi (tualettide, kätepesu võimaluste vähesust), turvalisuse vähenemist regioonis. Häirivaks pidasid ettevõtjad ka osadel üritustel külastajate liigset alkohoolitarbimist ja sellest tingitud ebakultuurset käitumist, mis ei sobinud kokku ürituse kuvandiga.
- EKI analüüsis ürituste **eelarveid** (kulude-tulude suurus, tulude allikad, eelarve tasakaal). Kultuuri- ja spordiürituste eelarve sõltus üldjuhul ürituse külastatavusest – mida kõrgem oli külastatavus, seda suurem oli eelarve maht. Ürituste keskmine eelarve tulude maht oli 208 000 € sealjuures kultuuriüritustel 194 000 € ja spordiüritustel 242 000 €

- Ligi pool (49%) ürituste eelarvete tuludest olid omatulud ehk tulud ürituse põhitegevusest (piletimüük, osavõtumaksud, müügiplatside rent vms). Ürituste omatulud olid suurimad Rabarockil ja Saaremaa Ooperipäevadel, kus need moodustasid 82% ürituse eelarve tuludest. Keskmisest kõrgemad olid omatulud ka Leigo Järvemuusikal (78%), Viljandi Pärimusmuusika Festivalil (70%), Saaremaa Rallil (69%) ja Põlva jalgpalliturniiril Lootospring (67%).
- 30% ürituste tuludest saadi toetustena erasektorilt, 12% riigilt, 7% omavalitsustelt.
- Keskmise eelarve kulude maht oli 216 000 €, sealjuures spordiüritustel 240 000 € ja kultuuriüritustel 206 000 €. Ligi poolte ürituste eelarve kulud ületasid 100 000 €. Suurimad korralduskulud olid Otepää MK etapil (804 000 €), millele järgnesid folkloorifestival Europeade (568 000 €), Rabarock (457 000 €), Viljandi Pärimusmuusika Festival (421 000 €), Saaremaa Ooperipäevad (409 000 €) ja Tartu Maraton (368 000 €). Need üritused olid mastaabilt rahvusvahelised – Eestisse toodi tuhandeid väliskülastajaid ja -osalejaid või maailmas tuntud artiste.
- Analüüsitud 20 üritusest jäi eelarvega plussi või tasakaalu 12 üritust, 8 ürituse puhul jäi eelarve miinusesse, mis kaetakse kas eelmiste aastate tuludest või korraldajate muude majandustegevuste tulude arvelt.
- **Regionaalse majandusliku mõju** kindlaksmääramise peamised sisendid olid väljastpoolt maakonda ürituse külastamise eesmärgil piirkonda tulnud külastajate keskmised kulutused (nn otsene tulu) ja ürituse eelarvest piirkonda jäävad kulutused (nn eelarveline tulu).
- Ürituste otsene tulu peale käibemaksu maha arvamist oli keskmiselt üle poole miljoni euro, varieerudes ligi 26 000 € Narva Energiajooksul kuni üle 1 888 000 € Saaremaa Ooperipäevadel.
- Keskmisest kõrgem oli otsene tulu Saaremaa Ooperipäevade kõrval Saaremaa Rallil (ca 1 386 000 €) ja Viljandi Pärimusmuusika Festivalil (ca 918 000 €).
- Külastajate kulutuste ja ürituse eelarve kulude suhtarv näitab, kui palju iga eelarvesse panustatud euro tõi piirkonnale tagasi. Analüüs näitas, et iga eelarvesse panustatud euro tõi piirkonda keskmiselt 4 € vahemikus 0,7 € Otepää MK etapil kuni 17,8 € Saaremaa Rallil.
- Ka piirkonda jäävad ürituste eelarvelised kulutused olid majandusliku mõju arvestuses regiooni tulud, mis ilma ürituse toimumiseta ei oleks laekunud. Regionaalne majanduslik mõju üritusest on seda suurem, mida enam pakuvad kohalikud ettevõtted ja asutused korralduseks vajaminevaid tooteid ja teenuseid (nt reklaami-, turva-, heli- ja valgusteenuseid, toitlustust, majutust, transporti jne) ning mida enam on ürituse korraldamisse kaasatud kohalikud elanikud. Keskmiselt jäi peale käibemaksu mahaarvamist eelarvest piirkonda üle 72 000 €

- Eelarvest piirkonda jäänud kulutuste osakaal kõigist eelarve kuludest oli keskmiselt 35%, vahemikus 1-2% kuni 95%. Kõige madalamaks osutusid need Järvakandis toimunud Raba-rocki puhul, kus korraldajad töid kohapealsete teenusepakkujate puudumise tõttu pea kogu festivali korraldamiseks vajalikud teenused ja kaubad sisse mujalt, lisaks oli suur osa eelarve kulutustest seotud (välis)esinejate honoraride, transpordi ja majutamisega. Põlva noorte jalgpalliturniiri Lootosspring eelarvelistest kulutustest jäid piirkonda pea kõik, sest suurimad kululiigid olid seotud võistlejate majutuse, auhindade, turvamise ja transpordiga, mis olid kohapeal olemas.
- Ürituste keskmine majanduslik mõju (s.t otsene tulu+eelarvest piirkonda jääv raha) oli üle **600 000 €**, kusjuures kultuuriüritustel keskmiselt üle 580 000 € ja spordiüritustel üle 650 000 €
- Kuigi majandusliku mõju summad olid suured, on üritustel regionaalse majandusliku mõju suurendamiseks palju arengupotentsiaali. Näiteks korraldajate, omavalitsuste, ettevõtjate ja elanike omavaheline tihedam koostöö võimaldaks tõsta piirkonda jäävat eelarvelist tulu või olles paremini valmistunud küllastajate teenindamiseks, saaksid kohalikud ettevõtted ja asutused enam kasu.
- Kohalike omavalitsuste koostöö ürituste korraldajatega oli väga erineval tasemel ulatudes korraldajaks olemisest kuni ükskõikse suhtumiseni. Väga vähe tegeletakse omavalitsuste poolt ürituste ja ettevõtjate suurema koostöö arendamisega ja ürituste ajalise planeerimisega (et mitu suurüritust ei satuks regioonis ühele ajaperioodile, mis tekitab suure majutuskohtade defitsiidi).
- Riiklikul tasemel tasuks mõelda investeerimistoetusele, mis aitaks Eestis välja arendada suvehooajale sobilikku odavamat majutusvõimalust. Eestis on väga halvasti välja kujundatud kämpingute võrgustik, samas kui välismaalt Eestisse tulnud autoga (karavaniga) puhkajate hulk on aasta aastalt suurenenud. Samuti peab olema välja kujundatud turistidele vajalik baasinfrastruktuur (tualetid, kätepesemise võimalus). Just viimane oli ürituste küllastajaid kõige enam häirivaks probleemiks.
- Ürituste korraldajad ootavad suuremat koostöövalmidust ka kohalike ettevõtjatelt. Ouline on mõista, et regiooni tuleb küllastajaid palju just tänu üritusele ning mõistlik oleks siin aidata ürituse korraldajat seal, kus võimalik, et üritus ka järgmine aasta toimuda saaks ja finantsiliselt jätkusuutlik oleks.
- Antud uuringu eesmärk oli uurida ürituste majanduslikku mõju, kuid samas tunnistasid nii küllastajad, osalejad kui ka ettevõtjad, et kõigil neil üritustel on laiem mõju – need muudavad piirkondi atraktiivsemaks, parandavad elukeskkonda, annavad praktikavõimalust vabatahtlikena kaasa löövatele noortele, edendavad kohalikku kultuuri- ja spordielu.

LISAD

Ettevõtete ja asutuste küsimustik (Augustibluusi näitel)

AUGUSTIBLUUSI REGIONAALSE MAJANDUSLIKU MÕJU UURING

Hea ettevõtte/asutus!

Meil on hea meel, et soovite osaleda Augustibluusi piirkondliku majandusliku mõju uuringus! Vastake palun järgnevale 12-le küsimusele ja pange kirja kõik oma arvamused seoses Augustibluusiga.

Vastama

1. Kuidas on ettevõtte/asutus seotud Augustibluusiga? Mitme vastuse võimalus!

koostööpartner	1
sponsor, toetaja	1
teenindasime (võisime teenindada) külastajaid	1
ei ole seotud	1
muu (märkige, palun)	1

2. Kas Augustibluus avaldas mõju Teie ettevõtte, asutuse majandustulemustele? Märkige hinnanguliselt, millised muutused toimusid seoses Augustibluusiga!

Müügitulu võrreldes tavapärase augusti nädalaga

müügitulu/käive suurenes	1	ca	+	%
müügitulu/käive jäi samaks	2			0 %
müügitulu/ käive vähenes	3	ca	-	%

Kasum (kõik kulud + tulud) võrreldes tavalise augusti nädalaga

kasum suurenes	1	ca	+	%
kasum jäi samaks	2			0 %
kasum vähenes	3	ca	-	%

Töötajate arv Augustibluusi perioodil (arvestage kõiki töötajad, ka lepingulisi)

võeti tööle lisatööjõudu	1	inimest ehk	%
töötajate arv jäi samaks	2			
töötajaid oli vähem	3	inimest ehk	%

3. Kuivõrd oluliseks Te peate Augustibluusi oma asutusele, ettevõttele majanduslikult?

väga oluline	1
mõnevõrra oluline	2
pole üldse oluline	3
ei oska öelda	4

4. Kuidas muutus ürituse toimumise perioodil külastajate arv võrreldes tavalise augusti nädalaga?

külastajate arv suurenes	1	ca	+	%
külastajate arv jäi samaks	2			0 %
külastajate arv vähenes	3	ca	-	%

5. Kui mitu külastajat tõi Teie ettevõttele juurde Augustibluus (ürituse ajal kokku)?

Orienteeruvalt lisandus külastajaid: inimest (sh lapsed).

6. Kui palju raha kulutas Teie hinnangul üks külastaja Augustibluusi toimumise perioodil Teie ettevõttes? Märkige hinnanguliselt keskmine kulutus ühe külastaja kohta (eurodes)!

Keskmiselt kulutas üks külastaja: eurot.

7. Kuivõrd soodustab/mõjutab Augustibluus Teie hinnangul piirkonna majandust, ettevõtlust, tööhõivet, elanike kultuurihuvi, kultuurialase tegevuse edendamist ning mainet-tuntust?

Märkige oma hinnang iga valdkonna kohta!

	väga	küllaltki	mitte eriti, vähe	üldse mitte	ei oska öelda
majandust, ettevõtlust	1	2	3	4	5
tööhõivet	1	2	3	4	5
elanike huvi muusika vastu	1	2	3	4	5
kultuurialase tegevuse edendamist	1	2	3	4	5
regiooni mainet, tuntust	1	2	3	4	5
kultuuriturismi	1	2	3	4	5

8. Kas Augustibluusiga seoses tekkis Teie ettevõtte/asutusel probleeme?

jah, oli probleeme 1
ei olnud probleeme 2

9. Kui esines probleeme, siis milliseid? Kirjutage vabas vormis!

.....

10. Kuivõrd oluliseks Te peate, et Augustibluus toimuks ka järgmisel aastal?

väga oluliseks 1
mõnevõrra oluliseks 2
ei pea oluliseks 3

11. Kas Teie ettevõtte/asutus sooviks tulevikus teha rohkem koostööd piirkonnas toimuvate spordi- ja kultuurisündmuste korraldajatega?

jah, kindlasti 1
jah, kuid teatud tingimustel 2 (kirjutage, palun)
ei soovi 3

12. Kas reklaam, mida organiseerijad üritusele publiku juurdemeelitamiseks tegid oli Teie hinnangul piisav?

Jah, oli piisav 1
Ei olnud piisav 2
Ei märganud 3

Muud tähelepanekud, head ettepanekud ja märkused (mis võiks paremini olla?):

.....

Täname Teid vastuste eest!
Eesti Konjunkturiinstituut

Palun märkige enda kontaktandmed, et saaksime täpsustavate küsimuste korral Teiega ühendust võtta. Garanteerime, et ankeedi täitja kontaktandmeid ei edastata kolmandatele isikutele ja Teie vastused jäävad konfidentsiaalseks.

Ankeedi täitis (ees- ja perekonnanimi):

Ettevõtte/asutus:

Kontakttelefon:

Külastajate küsimustik (Augustibluusi näitel)

KULTUURI- JA SPORDISÜNDMUSTE PIIRKONDLIKU MAJANDUSLIKU MÕJU UURING

05.-06.08.2011 Augustibluus

Hea muusikahuviline!

Meil on hea meel, et külastasite tänavu Augustibluusi ja soovite osaleda sündmuse piirkondliku majandusliku mõju uuringus! Vastake palun järgnevale 11-le küsimusele ja pange kirja, milliseid kulutusi Te tegite Haapsalus seoses Augustibluusi külastamisega (majutus, toitlustus, meelelahutus jms). Kõigi vastanute vahel loosime välja auhinnad.

Palun alustage vastamist

1. Kuidas jäite rahule Augustibluusiga?

ei jäänud üldse rahule	jään väga rahule							
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 14.28%; text-align: center;">1</td> <td style="width: 14.28%; text-align: center;">2</td> <td style="width: 14.28%; text-align: center;">3</td> <td style="width: 14.28%; text-align: center;">4</td> <td style="width: 14.28%; text-align: center;">5</td> <td style="width: 14.28%; text-align: center;">6</td> <td style="width: 14.28%; text-align: center;">7</td> </tr> </table>	1	2	3	4	5	6	7	
1	2	3	4	5	6	7		

2. Mitu päeva Te (Teie pere) viibisite Augustibluusi toimumiskohas Haapsalus? Märkige päevade arv! Näiteks: märkige 1 päev, kui tulek, kohalolek ja minek mahtus 1 päeva sisse. Kui te ei ööbinud või olete kohalik elanik, siis märkige, et ööbisin 0 ööd.

Kokku päeva, ööbisin ööd.

3. Mitme inimesega (sh Teie ise) Te külastasite Augustibluusi?

..... inimest

4. Kas Te oleksite külastanud sellel perioodil Haapsalut ka ilma Augustibluusita?

jah 1
ei 2

5. Et ürituse majanduslikku mõju välja selgitada oleme huvitatud, kui palju Teie ise (Teie pere) Haapsalus seoses Augustibluusiga raha kulutas. Palun märkige ligikaudselt üles kulutuste suurus!

Kulu liik	Kulutatud raha-summa
Toitlustus, väljas söömine-joomine (sh restoranid, baarid, kohvikud jms)	eurot
Toidu ja jookide ost	eurot
Muude kaupade ost (riietus, suveniirid, kingitused jms)	eurot
Majutus (hotellid, motellid, kodumajutus jms)	eurot
Transport (bensiin, parkimine, bussipiletid, autorent, takso jms)	eurot
Meelelahutus (sh peod, muud kultuuriüritused jms)	eurot
Piletikulu (sh muud üritused, kus osalesite sündmuse toimumise ajal)	eurot
Muud kulud (mis?)	eurot
.....	eurot

6. Mitme inimese kohta Te märkisite 5. küsimuse tabeli kulutused?

..... inimest

7. Mis võiks olla külastaja seisukohalt paremini? Teie head ettepanekud ja märkused korraldajatele:

.....
.....

8. Te olite Augustibluusil

külastaja	1
osaleja, esineja	2

9. Teie vanus: aastat

10. Sugu:	mees	1
	naine	2

11. Maakond, kus Te elate:

Tallinn	1
Harju maakond (v.a Tallinn)	1
Hiiu maakond	1
Ida-Viru maakond	1
Jõgeva maakond	1
Järva maakond	1
Lääne maakond	1
Lääne-Viru maakond	1
Põlva maakond	1
Pärnu maakond	1
Rapla maakond	1
Saare maakond	1
Tartu	1
Tartu maakond (v.a Tartu)	1
Valga maakond	1
Viljandi maakond	1
Võru maakond	1

Täname Teid väga vastuste eest!
Eesti Konjunktuuriinstituut

Vastanute vahel loositakse välja auhinnad. Kui Te soovite osaleda loosimisel, siis palun märkige siia enda kontaktandmed. Vastaja kontaktandmeid ei edastata kolmandatele isikutele ja Teie vastuseid kasutatakse üldistatult vaid Augustibluusi külastajate kogukulutuste väljaarvutamiseks.

Ankeedi täitis (ees- ja perekonnanimi):

Kontakttelefon või meiliaadress: