



*Pilt: Audru polder, puhkuseestis.ee*

# **Sise- ja välisturistide uuring: Tõstamaa ja Audru osavald, Kihnu vald**

**Tellijä:** Pärnu Linnavalitsus

**Töö teostaja:** Eesti Uuringukeskus OÜ

September 2024

## SISUKORD

<b>KOKKUVÕTE</b> .....	<b>3</b>
<b>METOODIKA</b> .....	<b>6</b>
1. UURINGU EESMÄRK .....	6
2. SIHTRÜHM JA VALIM .....	6
3. KÜSITLUSE LÄBIVIIMINE .....	7
4. ANDMETE ANALÜÜS .....	8
<b>TULEMUSED</b> .....	<b>9</b>
1. AUDRU OSAVALD.....	9
1.1. Audrut külastanute taust .....	9
1.2. Külastuse planeerimine .....	11
1.3. Audrus kohapeal viibimine .....	14
1.4. Reisijärgne käitumine .....	17
2. TÕSTAMAA OSAVALD .....	19
2.1. Tõstamaad külastanute taust .....	19
2.2. Külastuse planeerimine .....	21
2.3. Tõstamaal kohapeal viibimine .....	24
2.4. Reisijärgne käitumine .....	27
3. KIHNU VALD .....	30
3.1. Kihnut külastanute taust.....	30
3.2. Külastuse planeerimine .....	32
3.3. Kihnu saarel kohapeal viibimine .....	35
3.4. Reisijärgne käitumine .....	38
4. SISE- JA VÄLISKÜLASTAJAD .....	40
4.1. Sise- ja väliskülastajate taust .....	40
4.2. Külastuse planeerimine .....	41
4.3. Piirkonnas kohapeal viibimine.....	44
4.4. Reisijärgne käitumine .....	47
<b>LISA 1 – KÜSITLUSANKEET</b> .....	<b>51</b>

## KOKKUVÕTE

OÜ Eesti Uuringukeskus viis 2024. aasta suvel Pärnu linna tellimusel läbi Tõstamaa ja Audru osavalla ning Kihnu saare täisealiste sise- ja välituristide seas uuringu, mille peamiseks eesmärgiks oli kaardistada antud piirkondade sise- ja väliskülastajate klienditeekonda ning nende käitumist sihtkohas, sh kestliku turismi potentsiaali. Andmekogumine toimus kohapealse väärtamise ja intervjuude ning veebipaneeli kaudu. Vastuseid laekus kokku 225.

### Külastajate taust

- ✓ Sisekülastajad moodustasid koguvalimist 80% ja väliskülastajad 20%. Kihnu ja Audru vastajatest moodustasid väliskülastajad 25%, Tõstamaal 7%.
- ✓ Väliskülastajaid oli enim Saksamaalt, Lätist, Soomest, Prantsusmaalt, Austriast ja Poolast, lisaks Hollandist, Luksemburgist, Rootsist, Ühendkuningriigist ning üksikud külastajad ka Leedust, Hispaaniast, Itaaliast, Šveitsist, Tšehhist, Ungarist ja USA-st.
- ✓ Enim on vastajate seas 26–40-aastaseid, piirkonda on sagedaimini saabunud Lääne-, Rapla- ja Viljandimaa kaudu ning külastajatest üle poole moodustavad korduvkülastajad, enam kui kolmandiku esmakülastajad ning 7% on piirkonnas teine kodu (nt suvekodu).
- ✓ Piirkonna korduvkülastajatest (v.a. piirkonnas teise kodu omajad) 96% on viibinud varem sihtkohas suvel, 31% kevadel, 29% sügisel ja 14% talvel.

### Külastuse planeerimine

- ✓ Kahe **peamise infokanali** seas, mille kaudu eelistatakse otsida infot külastatava piirkonna kohta, mainisid kõigi piirkondade külastajad ning nii sise- kui välituristid ülekaalukalt enim Google't või Google Mapsi. Lisaks tulid oluliste infokanalitena kõigis piirkondades esile sotsiaalmeedia, sõbrad/tuttavad ja Puhka Eestis/Visit Estonia erinevad kanalid. Visit Pärnu erinevaid kanaleid kasutab info otsimisel 16% Kihnu ning 13% Audru ja Tõstamaa külastajatest.
- ✓ Nii Audru, Tõstamaa kui Kihnu kohta **info otsimisel kasutatud märksõnad** puudutasid peamiselt tegevusi, sündmusi ja majutust.
- ✓ Reisisihtkoha **kestlikest tegevustest ja võimalustest** peavad **Audru ja Tõstamaa külastajad** endi jaoks üldiselt kõige tähtsamateks avalike tualettide ja puhta joogivee ning veevõtukohtade olemasolu. Kihnu külastajad tõid väga oluliste aspektidena enim välja avalikke tualette, ligipääsu sihtkohta meresõiduvahendiga ning kohaliku toidu ja kohapeal kasvatatud saaduste ostmise võimalust. Avalike tualettide ja puhta joogivee ning veevõtukohtade olemasolu tähtsustavad ühtviisi nii sise- kui väliskülastajad, väliskülastajate jaoks on lisaks samavõrra oluline ka jalgrattateede võrgustik.
- ✓ Sihtkoha eriline tähendus, kohalike teenusepakujate külaliste keskkonnasäästlikult käituma suunamine ja sihtkoha tugev keskkonnahoiu kuvand on **reisisihtkoha valimisel** väga või pigem **olulised** tegurid ca 60–70% Audrut, Tõstamaad ja Kihnut külastanute jaoks. Kõik kolm tegurit on mõnevõrra olulisemad välis- kui sisekülastajatele.

- ✓ Kõiki kolme piirkonda külastati viimati **enim puhkuse eesmärgil** (Kihnu 84%, Audru 75%, Tõstamaa 70%). Väliskülastajatest käis piirkonnas puhkamas 93% ning sisekülastajatest 74%.
- ✓ Viimasel külastusel **ööbis piirkonnas** 80% Kihnu, 66% Audru ja 50% Tõstamaa külastajatest. Piirkonnas ööbinud külastajad **broneerisid oma majutuskoha** kõige sagedamini otse ööbimiskoha kaudu või Booking.comist. Ligi 30% ööbijatest ei teinud majutuskoha broneeringut ise (broneeris ettevõtte või reisikorraldaja) või ei pidanud ööbimist (ametlikult) broneerima. Otse ööbimiskoha kaudu broneeringu tegemine on enim levinud viis nii sise- kui väliskülastajate seas.
- ✓ Piirkonna külastuse **planeerimise mugavamaks ja sujuvamaks muutmise** ettepanekud puudutasid eelkõige vajaliku info kättesaadavust, transpordivõimalusi, paremaid kaarte/kaardirakendusi ning rohkemaid majutusvõimalusi.

### Kohapeal viibimine

- ✓ Viimane Audru ja Tõstamaa külastus toimus kõige sagedamini **koos pere ja lastega või kaaslase seltsis**, Kihnu saare külastus aga enim koos **töökollektiivi või sõpruskonnaga**, millele järgnesid samuti pere ja laste ning kaaslasega reisid. Laste ja perega reisimine oli kõige populaarsem nii sise- kui väliskülastajate seas. Siseturistide puhul järgnesid sellele sõpruskonna või töökollektiivi ning väliskülastajatel koos kaaslasega reisimine.
- ✓ Kõigis kolmes piirkonnas **viibiti viimase külastuse käigus** kõige sagedamini 1–2 kaks ööd. Tõstamaal ja Audrus järgnesid sellele ühepäevased külastused ja lühiajalised paaritunnised visiidid, Kihnu puhul oli aga võrdselt nii ühepäevaseid kui 3–5 päeva kestnud reise. Viimase reisi pikkus oli kõige sagedamini 1–2 kaks ööd nii sise- kui väliskülastajatel, sisekülastajatel olid aga enam levinud lühiajalised ja väliskülastajatel 3–5 öö pikkused reisid.
- ✓ Piirkonda **ööbima jäänud külastajad majutusid** Audrus ja Tõstamaal enim puhkeküladel või kämpingutes ning Kihnus kodumajutuses, külaliskorteris, või külalistemajas. Populaarsuselt teine majutuskohas on Audrus karavan või telk, Tõstamaal hotell või motell ning Kihnus puhkeküla või kämping. Sisekülastajatest ööbijate enim levinud majutuskohaks on puhkeküla või kämping, väliskülastajatel kodumajutus, külaliskorter või külalistemaja.
- ✓ Viimase külastuse **enim levinud tegevuseks** oli kõigis kolmes piirkonnas kohvikute ja restoranide külastamine, Audrus lisaks aktiivsed tegevused rannas, Tõstamaal kohalikel kultuuri- või muudel sündmustel osalemine ning Kihnus muuseumi, näituse, teemaürituse või töötoa külastamine. Sise- ja väliskülastajate tegevused sihtkohas on üsna sarnased.
- ✓ Viimasel Audru, Tõstamaa ja Kihnu külastusel **kasutatud teenuste ja aktiivsete tegevustega jäädgi üldiselt rahule**. Väga rahulolevad oldi Audrus kõige sagedamini seiklustega seotud elamuste ja väikelastega peredele mõeldud tegevustega, Tõstamaal õhtuse ja/või öise meelelahutuse, muuseumide, näituste, teemaürituste ja töötubade ning

restoranide ja kohvikute külastamisega ning Kihnus giidituuridega. Nii sise- kui väliskülastajad oli väga rahulolevad enim restoranide ja kohvikute külastamisega.

- ✓ Valdav enamik külastajatest ei tundnud **piirkonnas viibides millestki puudust**. Millestki puudust tundnud töid enim välja vajadust rohkemate söögikohtade järele.

### Reisijärgne käitumine

- ✓ Umbes 60–70% piirkonna külastajatest on valmis peale oma reisi ka **teenusepakkujatele tagasisidet andma**. Eelistatuimaks viisiks on sealjuures kõigis piirkondades ning nii sise- kui väliskülastajatel tagasiside andmine otse teenusepakkujale, kas elektroonselt, e-kirjaga, paber kandjal, suuliselt vm viisil. Väliskülastajate puhul on tagasiside andmisel rohkem levinud ka Google'i ja broneerimisplatvormide kasutamine.
- ✓ Kõigi piirkondade külastajatest (k.a need, kes üldiselt teenusepakkujale tagasisidet ei anna) ei soovi enam kui pooled **tagasiside andmise korral sellele vastust**. Nii positiivse kui negatiivse tagasiside andmisel soovivad vastust saada ligi 30% ning vaid negatiivse tagasiside andmisel 10–16%. Väliskülastajate puhul on teenusepakkujalt tagasiside saamise soov sisekülastajatega võrreldes suurem nii ainult negatiivse kui ka nii positiivse kui negatiivse tagasiside andmise korral.
- ✓ Oma piirkonna külastusele tagasi vaadates **hindavad uuringus osalejad** kõige kõrgemalt kohalike teenusepakkujate keeleoskust ja külalislahkust, Kihnus samavõrra ka piirkonda jõudmise lihtsust. Seevastu kõige kriitilisemad oldi kõigis kolmes piirkonnas ühistranspordi korralduse turistidele sobivuse ja toitlustusvõimaluste piisavuse osas.
- ✓ **Siseturistid** hindavad oma külastusel **välituristidest** kõrgemalt toitlustusvõimaluste piisavust, teeviitade ja juhiste arusaadavust, piirkonda jõudmise lihtsust ja teenusepakkujate keeleoskust, välituristid tundsid aga ennast rohkem oodatuna. Kõige kriitilisemad olid sisekülastajad ühistranspordi korralduse turistidele sobivuse ja väliskülastajad toitlustusvõimaluste piisavuse osas.
- ✓ Tulevikus soovib Kihnu saart ja Tõstamaad **kindlasti uuesti külastada** pea 70% ning Audrut veidi alla 60% uuringus osalejatest. Siseturistidest soovib piirkonda kindlasti uuesti külastada 69% ning väliskülastajatest 49%.
- ✓ Oma sõbrale või heale tuttavale **soovitaks külastada** Kihnu saart 81%, Tõstamaad 62% ja Audrut 58% uuringus osalenutest. **Soovitusindeksiks** kujunes Audrus 41%, Tõstamaal 54% ja Kihnus 79%.
- ✓ Siseturistidest soovitaks oma sõbrale või heale tuttavale piirkonna külastamist 71% ja väliskülastajatest 62%. Piirkonna soovitusindeksid olid aga peaaegu identsed – siseturistidel 61% ja väliskülalistel 62%.

## **METOODIKA**

### **1. Uuringu eesmärk**

Uuringu eesmärgiks oli kaardistada Tõstamaa ja Audru osavalla ning Kihnu saare sise- ja välituristide klienditeekonda ning nende käitumist sihtkohas, sh kestliku turismi potentsiaali. Uuringu tulemusel on võimalik pöörata rohkem tähelepanu sise- ja välituristi kliendikogemusele, leidmaks uusi ideid ja väljundeid teenuste ja toodete pakkumises ning aidata jõuda paremini soovitud sihtgrupini.

### **2. Sihtrühm ja valim**

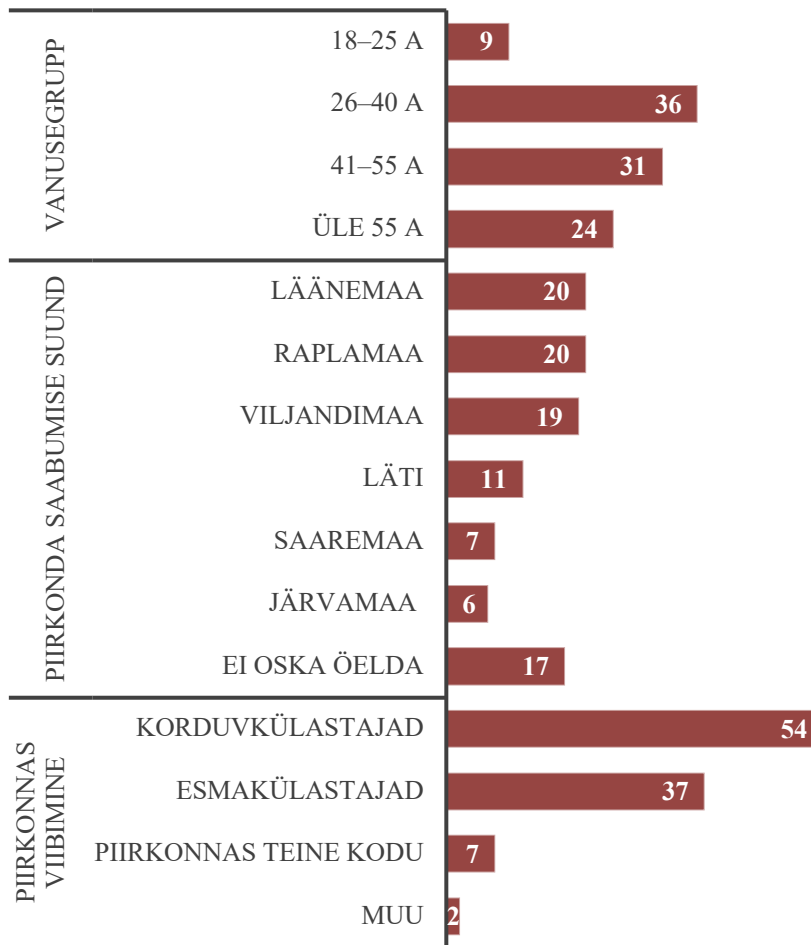
Uuringu üldkogumi moodustasid Tõstamaa ja Audru osavalla ning Kihnu saare täisealised sise- ja välituristid. Vastaja valikul rakendati juhuvalikut.

Valimi moodustamisel seati eesmärgiks, et igast kolmest piirkonnast on saadud 60 tagasisidet. Kuna Kihnu vallas oli vastamisaktiivsus oluliselt suurem kui Audrus ja Tõstamaal, kujunes lõppvalimiks 225 vastajat – 101 Kihnust, 64 Audrust ja 60 Tõstamaalt. Sisekülastajad moodustasid valimist 80% ja väliskülastajad 20%. Väliskülastajaid oli enim Saksamaalt (12), Lätist (4), Soomest (4), Prantsusmaalt (4), Austriast (3) ja Poolast (3), lisaks Hollandist (2), Luksemburgist (2), Rootsist (2), Ühendkuningriigist (2) ning üksikud külastajad ka Leedust, Hispaaniast, Itaaliast, Šveitsist, Tšehhist, Ungarist ja USA-st.

Kihnu ja Audru vastajatest moodustasid väliskülastajad 25%, Tõstamaal 7%.

Valimi üldine jaotus taustatunnuste lõikes on esitatud joonisel nr 1.

Enim on vastajate seas 26–40-aastaseid, piirkonda on kõige sagedamini saabunud Lääne-, Rapla- ja Viljandimaa kaudu ning külastajatest üle poole moodustavad korduvkülastajad, enam kui kolmandiku esmakülastajad ning 7% on piirkonnas teine kodu (nt suvekodu). Lisaks 1% tõi välja, et on olnud piirkonnast läbisõidul ja samuti 1% elavad piirkonnas sugulased („muu“ vastused). Piirkonna korduvkülastajatest (v.a. piirkonnas teise kodu omajad) 96% on viibinud varem sihtkohas suvel, 31% kevadel, 29% sügisel ja 14% talvel.



Joonis 1. Valimi jaotus taustatunnuste lõikes (% , n=225)

### 3. Küsitluse läbiviimine

Koostöös tellijaga koostati uuringu läbiviimiseks eesti- ja inglisekeelne küsitlusankeet, mis koosnes valdavalt kinnistest küsimustest, kuid lisatud oli ka kolm avatud küsimust.

Andmete kogumine toimus veebis kahel eri meetodil:

- 1) Põhiuuringu raames värbasid küsitlajad vastajaid ja viisid läbi intervjuusid sihtkohtades kohapeal, jagades QR koodiga flaiereid. See võimaldas külastajatel vastata veebiküsitlusele oma mobiiltelefonist või muust vahendist endale sobival ajal. Juhul, kui piirkonna külastus oli alles alanud, soovitasid küsitlajad vastata uuringule külastuse lõpus. Enamikel juhtudel soovisid külastajad vastata uuringule iseseisvalt, kuid soovijatega viidi läbi ka intervjuusid kohapeal. Lisaks jagati QR koodiga flaiereid piirkonna turismiettevõtetele ning riputati üles uuringus osalemise kutsega postreid paikades, kus piirkonna külastajad sagedamini liiguvad.

- 2) Lisaks viidi valimi täitumiseks läbi täiendav uuring Norstat Eesti veebipaneelis. Veebipaneeli vastajad moodustasid 27% Audru ja 38% Tõstamaa valimist, Kihnus lisauuringu läbiviimise vajadust ei tekkinud.

Norstat Eesti veebipaneeli liikmed on värvatud telefoniintervjuude käigus, mis tagab vastajate kvaliteedi. Veebipaneeli suurus on ca 26 000 aktiivset liiget. Veebipaneeli värbamise ja haldamise protsesside aluseks on kvaliteedistandardid ISO 9001 ja ISO 20252:2019. Küsitluskeskkond on turvaline, tagab vastuste konfidentsiaalsuse ja välistab korduva ankeedi täitmise sama vastaja poolt, on kohandatud töötama igas seadmes, sh nutitelefonis.

Põhiuuring kohapeal inimeste värbamise ja intervjuerimisega viidi läbi perioodil 29.07 – 05.09 ja lisauuring veebipaneelis ajavahemikus 26.08 – 05.09. Keskmine vastamise aeg oli põhiuuringus 8 minutit ja veebipaneelis 7 minutit.

Viimase sammuna küsitlusprotsessis vaadati üle kõik vastused ning korrigeeriti ankeeti sisestatud avatud kommentaarid.

#### **4. Andmete analüüs**

Küsitlustulemuste töötlemiseks kasutati andmetötluspakette *MS Excel* ja *SPSS*.

Käesolevas raportis on tulemused illustreeritud jooniste ja tabelitena. Joonistel ja tabelites toodud andmed on ümmardatud arvutiprogrammide poolt ja seetõttu võib ridade või veergude summa moodustada kohati üle või alla 100%.

Jooniste allkirjades on välja toodud valimi vastajate arvud.

Raportis on tulemusi käsitletud piirkondade kaupa – Audru, Tõstamaa ja Kihnu. Kuna sise- ja väliskülastajate võrdluseks oli Audru ja Tõstamaa piirkonna vastajate seas liiga vähe väliskülastajaid, on piirkondade lõikes käsitletud sise- ja väliskülastajate vastuseid koos. Raporti viimases peatükis on toodud välja koguvalimi ehk kõigi kolme piirkonna koondtulemused sise- ja väliskülastajate lõikes.

## TULEMUSED

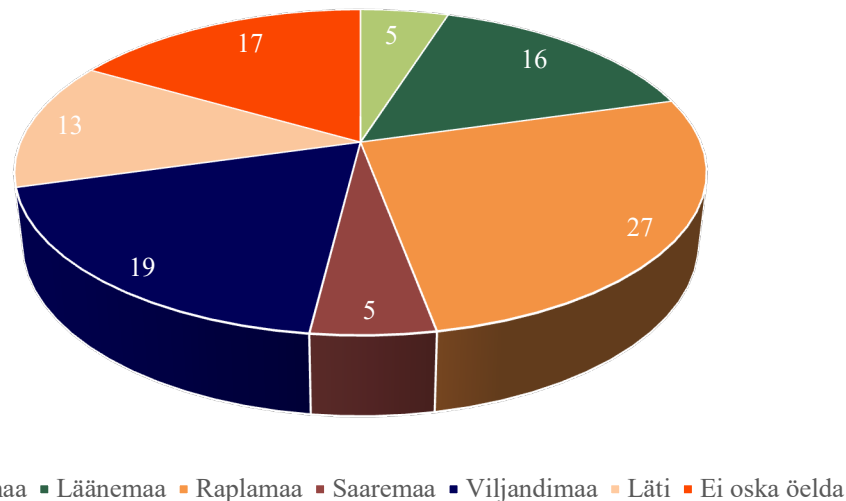
### 1. Audru osavald

#### 1.1. Audrut külastanute taust

Audru osavalla suvekülastajate uuringu vastajate seas oli 75% sise- ja 25% väliskülastajaid. Väliskülastajad oli tulnud kõige sagedamini Saksamaalt (5), Lätist (2) ja Rootsist (2), lisaks ka Soomest, Hollandist, Luksemburgist, Poolast, Prantsusmaalt, Šveitsist ja USA-st.

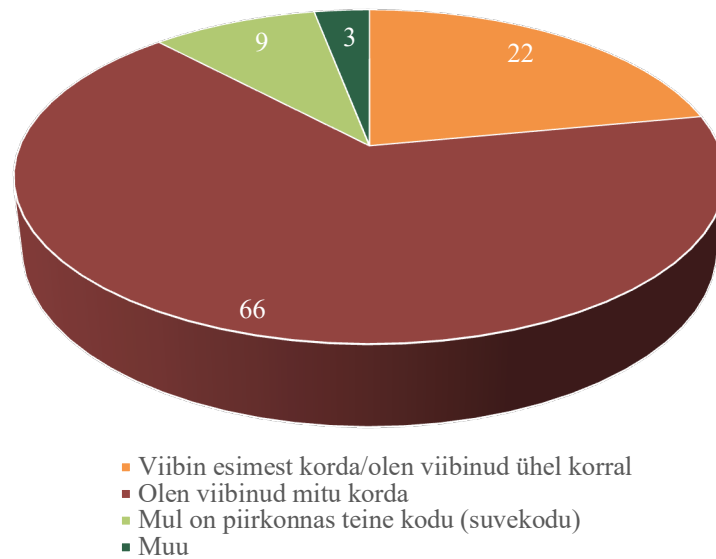
Vastajatest 9% oli vanuses 18–25, 41% 26–40, 30% 41–55 ja 20% üle 55 aasta.

Kõige sagedamini olid uuringus osalenud külastajad saabunud Audrusse Raplamaa kaudu, järgnesid Viljandi- ja Läänemaa (joonis 2). Veidi alla viiendiku vastajatest ei osanud oma saabumise suunda määratleda.



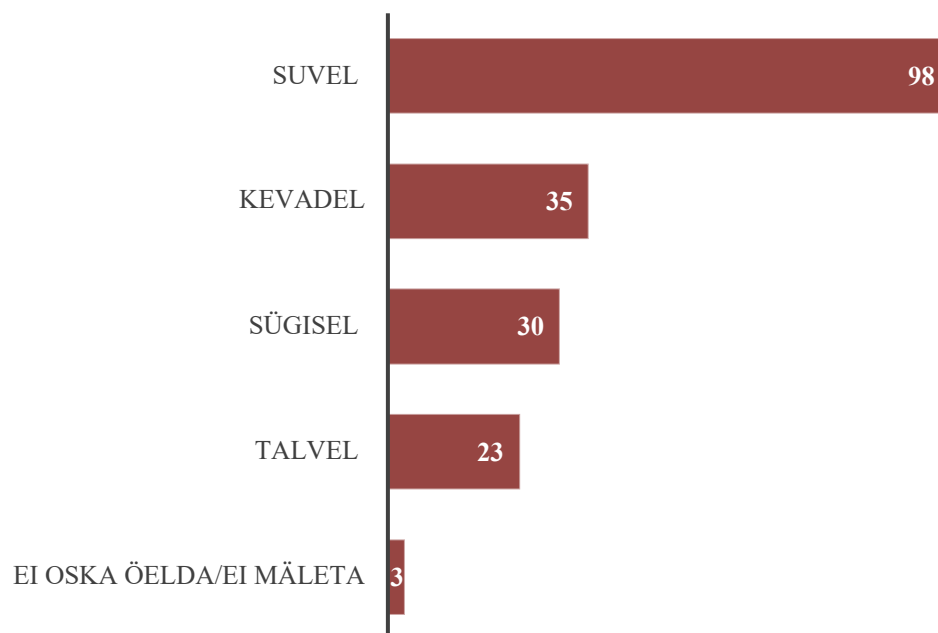
Joonis 2. Audrusse saabumise suund (% , n=64)

Uuringus osalenutest olid 2/3 Audru osavalla korduvkülastajad, veidi üle viiendiku viibis piirkonnas esimest korda ning ligi kümnendikul on seal teine kodu, näiteks suvemaja (joonis 3). Muu variandina toodi välja piirkonnast läbisõitmine.



Joonis 3. Varasem viibimine Audru piirkonnas (% , n=64)

Korduvkülastajatest (piirkonnas varem mitu korda viibinud, v.a teise kodu omanikud) olid pea kõik viibinud varem piirkonnas suvel, veidi üle kolmandiku kevadel, alla kolmandiku sügisel ning pea neljandik talvisel ajal (joonis 4).

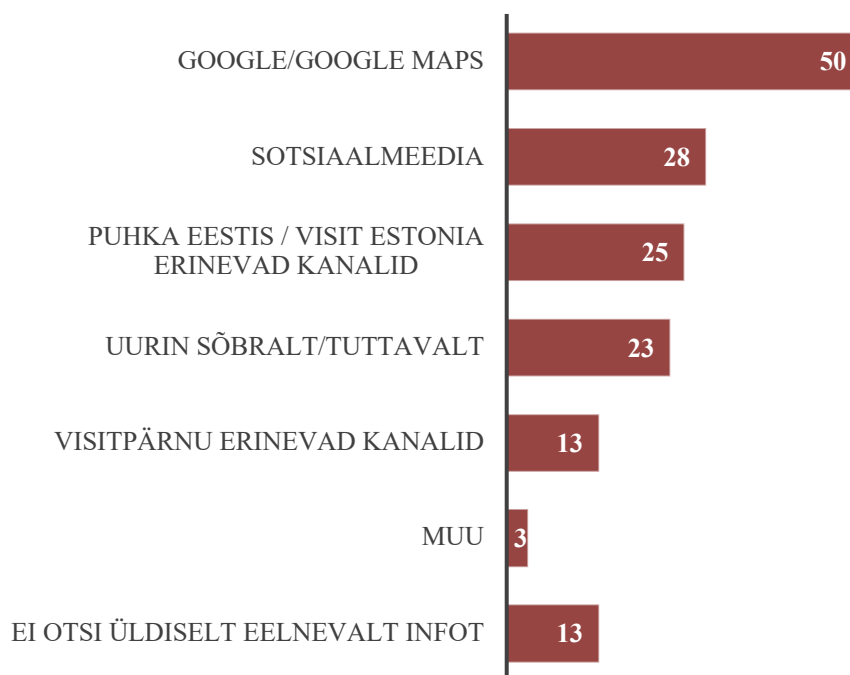


Joonis 4. Korduvkülastajate (v.a teise kodu omanikud) varasemad piirkonnas viibimise aastaajad (% , mitu vastust, n=40)

## 1.2. Külastuse planeerimine

Kahe peamise infokanali seas, mille kaudu eelistatakse otsida infot külastatava piirkonna kohta, mainisid pooled Audru külastajad Google't või Google Mapsi ning ligi neljandik sotsiaalmeediat, Puhka Eestis/Visit Estonia erinevaid kanaleid ning sõpradelt ja tuttavatelt saadud infot (joonis 5).

Visit Pärnu erinevaid kanaleid kasutab info otsimisel 13% ning sama palju on neid, kes külastuse eelselt üldiselt infot ei otsigi. Muude infokanalitena toodi välja Park4Night ja Travelbook. Eelnevalt ei otsi piirkonna kohta infot need, kes on piirkonda varem korduvalt külastanud.

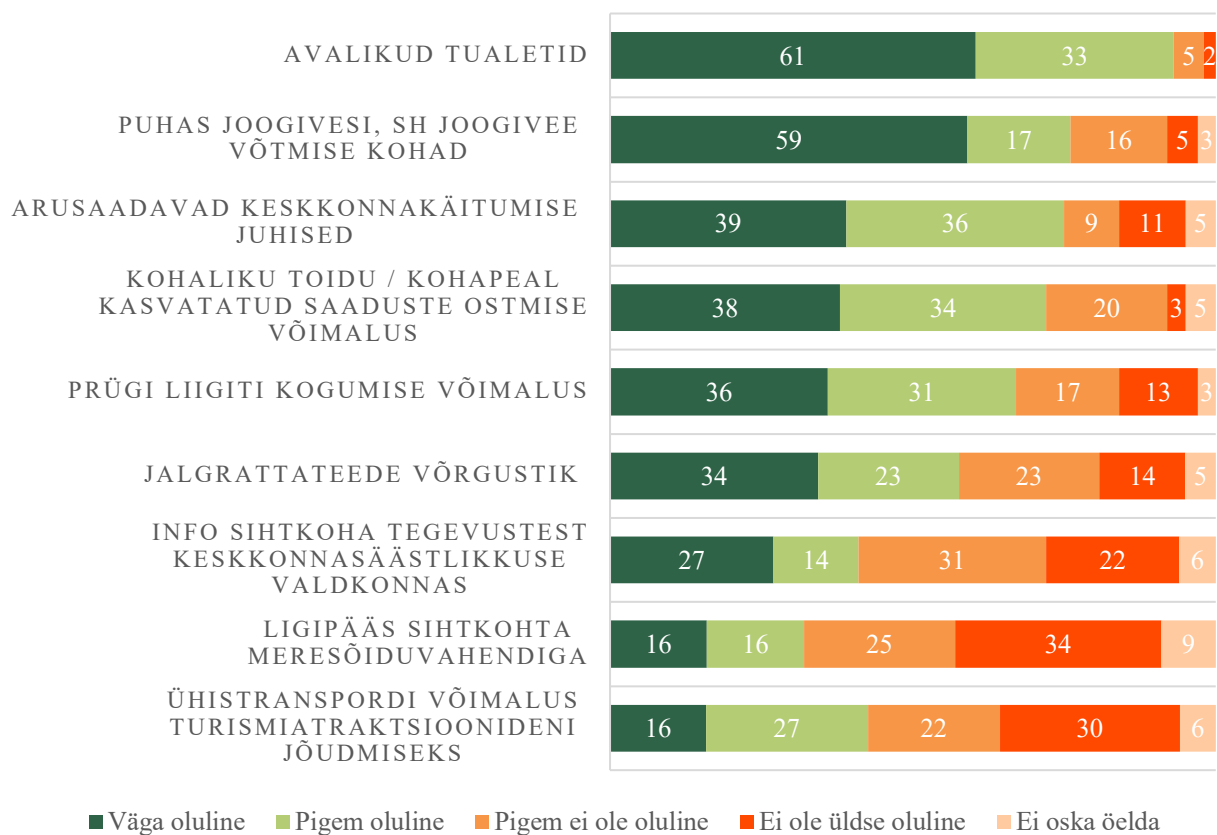


Joonis 5. Peamised külastatava piirkonna kohta info otsimise kanalid (%), kuni 2 vastust, n=64)

Audru kohta **info otsimisel kasutatud märksõnad** puudutasid peamiselt tegevusi, sündmusi, majutust ja konkreetseid kohti piirkonnas. Majutuse valdkonnas olid otsingusõnadeks „majutus“, „ööbimine“, „kämping Pärnu“, „karavan/karavanide parklad“. Piirkonna tegevuste otsimisel kasutati: „golf/Pärnu golf“, „matkarajad“, „Pärnus tegevus/mida teha Pärnus“, „rattamatka teed“, „mida teha lastega Pärnumaal?“, „kuhu minna Audrus?“. Sündmuste otsingul kasutati: „Valgeranna jaanituli“, „suvelavastus“, „kontsert“, „suvesündmused“. Konkreetsete kohtadena piirkonnas otsiti Audru mõisa, elektriijaama, farmi/rebasefarmi, Kirsi talu, seiklusparki/Valgeranna seiklusparki, Ojako puhkemaja ja loodusparki. Lisaks otsiti infot parkimise, ranna, vaatamisväärsuste, söögikohtade, ilmateate ja puhkekohtade kohta. Enim kasutatavad üldised märksõnad olid „Valgerand“, „Audru“ ja „Pärnu/Pärnumaa/Pärnu piirkond“.

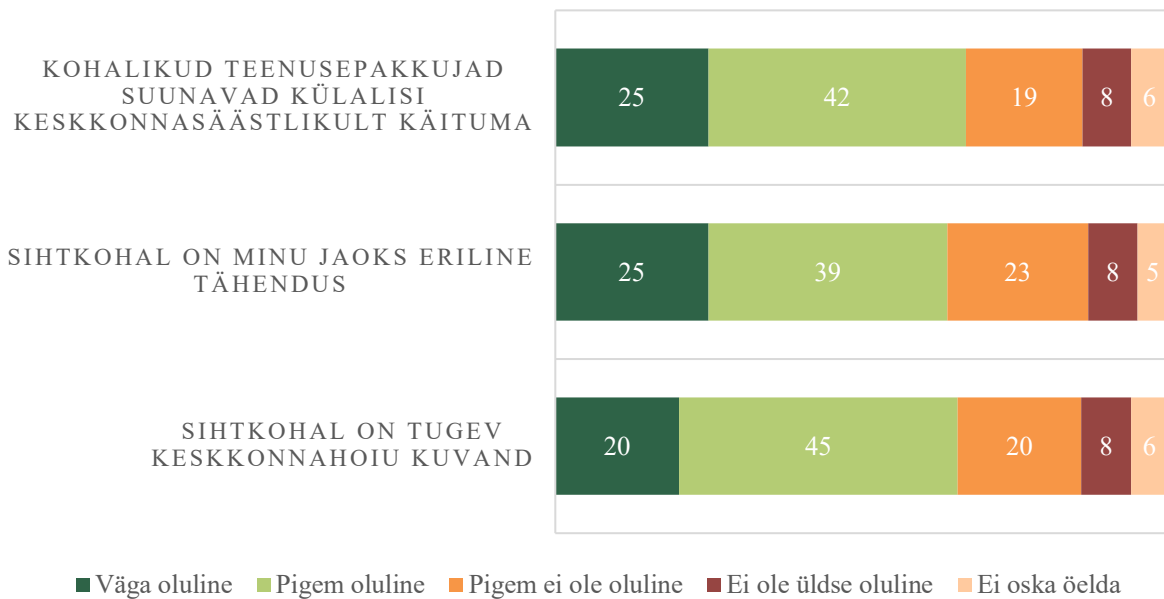
Reisisihtkoha kestlikest tegevustest ja võimalustest peavad Audru külastajad endi jaoks üldiselt kõige tähtsamateks avalike tualettide ja puhta joogivee ning veevõtukohtade olemasolu, mis on väga oluline ligi 60% vastajate jaoks (joonis 6). Ligi kolmveerand vastajatest peavad kas väga või pigem oluliseks ka arusaadavaid keskkonnakäitumise juhiseid ning kohaliku toidu ja kohapeal kasvatatud saaduste ostmise võimalust. Prügi liigiti kogumise võimalust peab oluliseks 2/3 ja jalgrattateede võrgustikku pea 60%.

Seevastu sihtkohta meresõiduvahendiga ligipääsu, infot sihtkoha tegevustest keskkonnasäästlikkuse valdkonnas, sh keskkonnamärgiste olemasolu (Roheline Sihtkoht, Green Key, Europarc vms) ning võimalust jõuda turismiattraksioonideni ühistranspordiga peeti sagedamini ebaoluliseks kui oluliseks.



Joonis 6. Reisisihtkohas olevate tegevuste ja võimaluste üldine olulisus (% , n=64)

Sihtkoha eriline tähendus, kohalike teenusepakkujate külaliste keskkonnasäästlikult käituma suunamine ja sihtkoha tugev keskkonnanahoiu kuvand on reisisihtkoha valimisel väga või pigem olulised tegurid 2/3 Audrut külastanud vastajate jaoks (joonis 7).

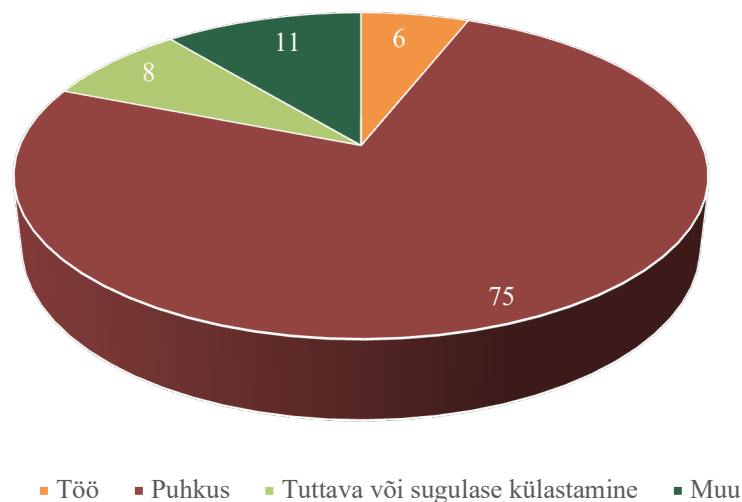


Joonis 7. Erinevate tegurite olulisus reisisihtkoha valimisel (% , n=64)

Kolmveerand vastajatest külastas Audrut viimati puhkuse eesmärgil, töölaseid külastajaid oli vaid 6% ning sugulaste või tuttavate juures käis 8% (joonis 8). Muude Audrusse tuleku eesmärkidena mainiti enim läbisõitu ja (Valgerannas) ujumist, näiteks:

*„Vana-Pärnus pole liivaranda korralikku. Pärnu kesklinnas ei hakka linnaisade kukrusse parkimise eest tasuma. Lapse jaoks on liivarand olulisem.“*

Üksikutel juhtudel oli Audrusse tuleku eesmärgiks ka golfi mängimine, koorilaager ning suvila külastamine.



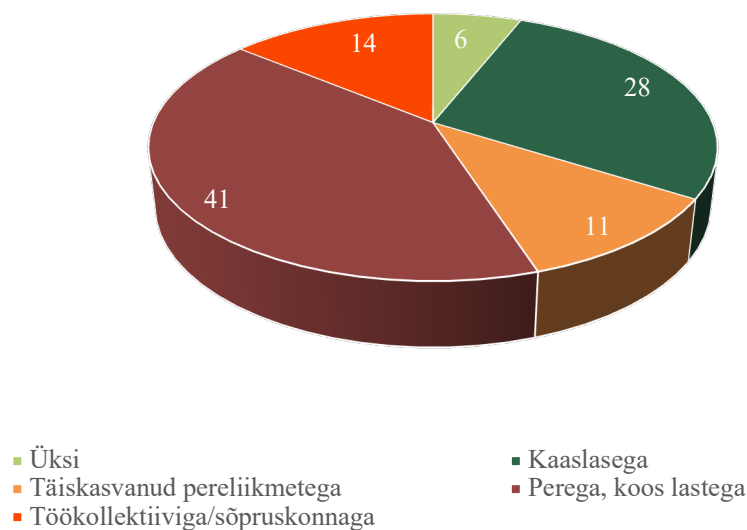
Joonis 8. Viimase Audru piirkonna külastuse eesmärk (% , n=64)

Audru piirkonnas ööbinud külastajad (66% kõigist külastajatest) broneerisid oma majutuskoha kõige sagedamini Booking.comist (31%) või otse ööbimiskoha kaudu (31%), 12% kasutas broneeringu tegemiseks AirBnb platvormi ning neljandik (26%) kas ei teinud majutuskoha broneeringut ise (nt töökoha suvepäevad jms) või ei pidanud ööbimist (ametlikult) broneerima. Viimasel juhul ööbiti näiteks oma suvekodus, sugulaste juures või telgis.

84% piirkonda külastanudtest ei osanud välja tuua, mis oleks teinud nende Audru külastuse **planeerimise mugavamaks ja sujuvamaks**. Vastajate välja pakutud tegurid olid järgnevad: Googles pildid turismiatraktsioonide kohta, head teed, kaasaegsus, kenamad telkimiskohad, kohene info, rohkemad elektriauto tanklad, paremad tualetid, piirangute selgus ja kaotamine looduses liikumisel (igal pool on autoga ligipääsu keeld), rohkem infot inglise keeles, rohkem toidukohti Valgerannas.

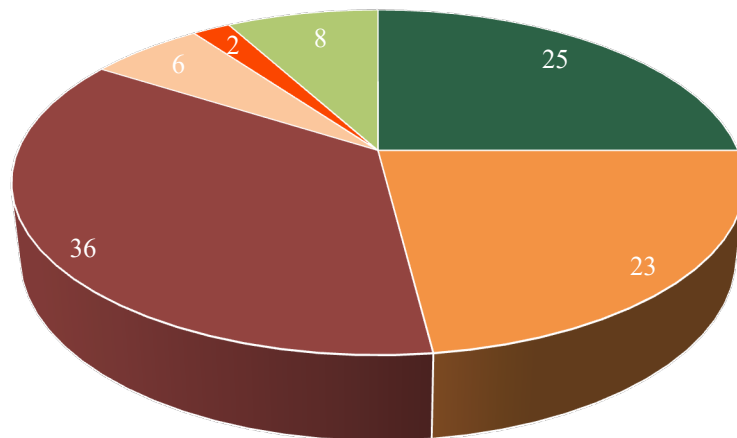
### 1.3. Audrus kohapeal viibimine

Viimane Audru külastus toimus kõige sagedamini koos pere ja lastega (41%) või kaaslase seltsis (28%) (joonis 9). Veidi enam kui kümnendik reisis ka töökollektiivi või sõpruskonna ning täiskasvanud pereliikmetega, üksinda reisijaid oli samas vaid 6%.



Joonis 9. Viimase Audru piirkonna külastuse reisikaaslased (% , n=64)

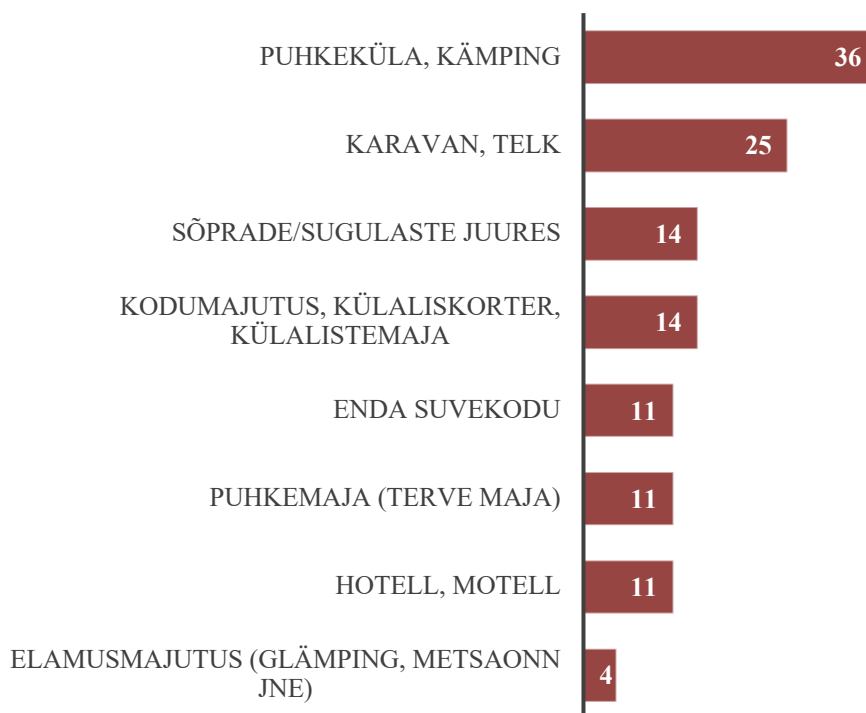
Enam kui kolmandik Audru külastajaid viibis viimase külastuse käigus piirkonnas 1–2 kaks ööd, ligi neljandik oli nii ühepäevaseid külastusi kui lühiajalisi paaritunniseid visiite (joonis 10). Oma piirkonnas asuvas suvemajas käijaid oli 8% ning kokku sama palju oli ka neid, kes viibisid Audrus vähemalt kolm ööd.



- Lühiajaline (mõned tunnid)
- 1 päev
- 1-2 ööd
- 3-5 ööd
- 6 ja rohkem ööd
- Olen piirkonna suvelanik

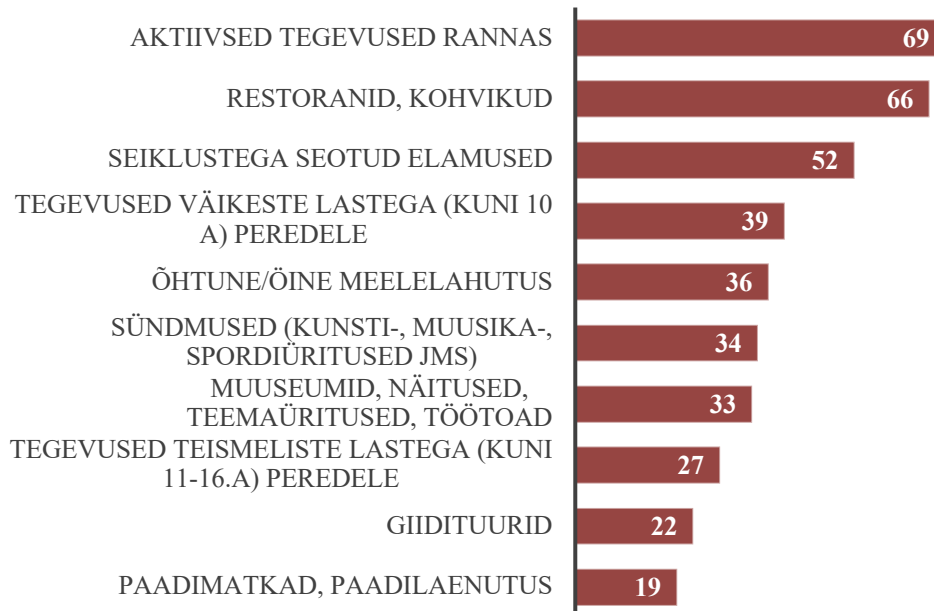
Joonis 10. Viimase Audru piirkonna külastuse kestus (% , n=64)

Külastajad, kes Audrusse ka ööbima jäid, majutusid kõige sagedamini puhkekülades või kämpingutes ning telkides või karavanides, vähim levinud oli aga elamusmajutuses peatumine (joonis 11).



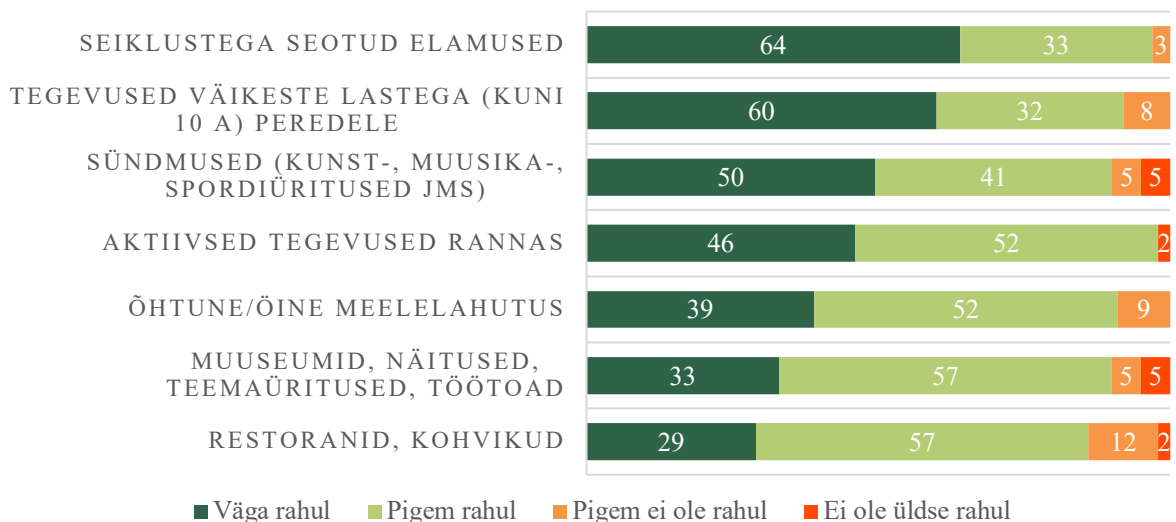
Joonis 11. Viimase Audru piirkonna külastuse majutuskoht (% , n=28)

Viimasel Audru külastusel olid enim levinud aktiivsed tegevused rannas ning kohvikute ja restoranide külastamine, mille oli ette võtnud vähemalt 2/3 külastajatest (joonis 12). Enam kui pooled külastajad kogesid piirkonnas viibides ka seiklustega seotud elamusi. Audru külastamisel vähim levinud olid aga giidituurid ja paadimatkad.



Joonis 12. Viimasel Audru külastusel kasutatud teenused ja aktiivsed tegevused (% , n=64)

Viimasel Audru külastusel kasutatud teenuste ja aktiivsete tegevustega jäädgi üldiselt rahule (joonis 13).



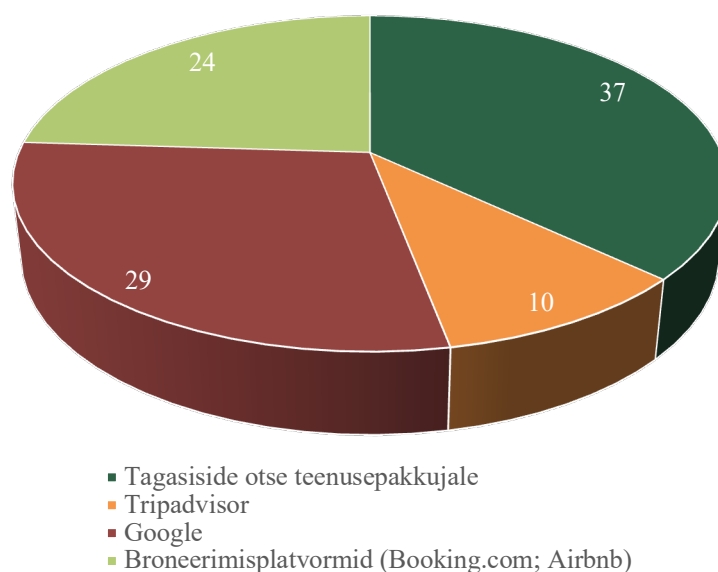
Joonis 13. Rahulolu viimase Audru külastuse teenuste ja aktiivsete tegevustega (% , n=kokkupuudet omanud vastajad, keda oli vähemalt 21. Välja jäid paadimatkad/ paadilaenutus (n=12), giidituurid (n=14), teismeliste lastega (kuni 11-16.a) peredele mõeldud tegevused (n=17))

Väga rahulolevad oldi kõige sagedamini seiklustega seotud elamuste, väikelastega peredele mõeldud tegevuste ning külastatud kunsti-, muusika-, spordi- vms sündmustega. Enim rahulolematust väljendati aga piirkonna kohvikute ja restoranide osas.

81% Audru külastajatest ei tundud endi sõnul **piirkonnas viibides millestki puudust**. Ülejäänud viiendik tõi enim välja soovi rohkemate söögikohtade järele (sh vegan), lisaks mainiti infovoldikut, rebasefarmi, suveüritusi, võimalust rentida kanuu ja sõita omal käel jõel ilusas looduses ning kasutada rannas erinevaid veesõiduvahendeid (nt vesiratas). Samuti mainiti, et Lindi rabas võiks sarnaselt Tolkuse rabale olla laudtee ning Valgerannas oli must, konid liiva peal.

#### 1.4. Reisijärgne käitumine

Pea kaks kolmandikku Audru piirkonna külastajaid on valmis peale oma reisi ka teenusepakkujatele tagasisidet andma. Eelistatuimaks viisiks on sealjuures tagasiside andmine otse teenusepakkujale, kas elektroonselt, e-kirjaga, paber kandjal, suuliselt vm viisil (joonis 14). Vähim populaarne oli aga tagasiside andmine Tripadvisori kaudu.

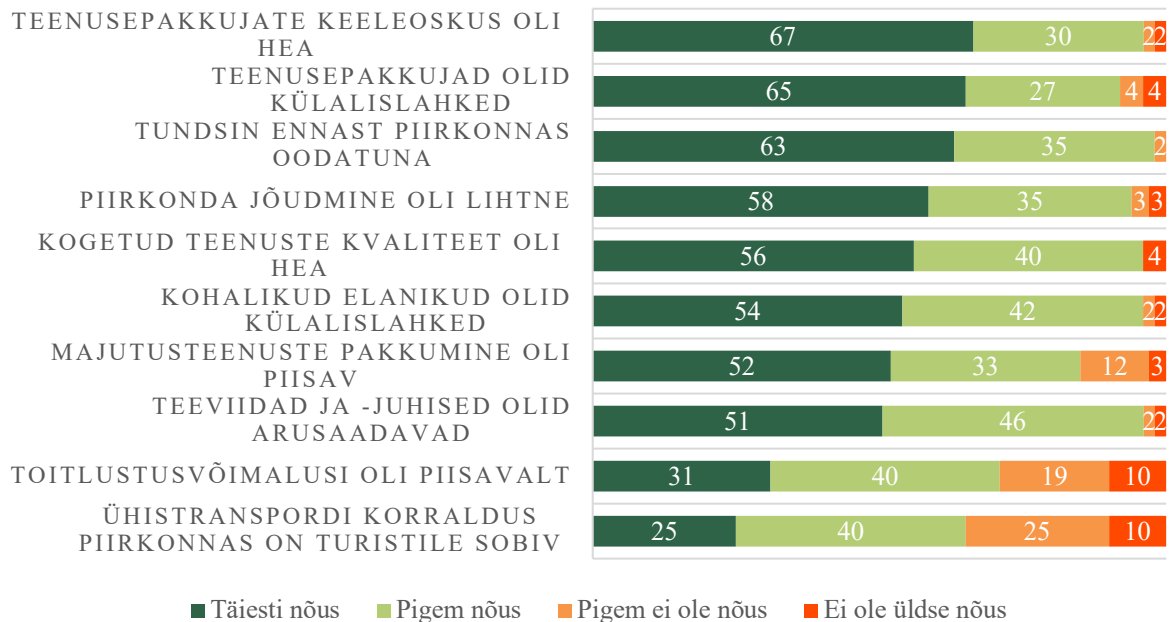


Joonis 14. Teenusepakkujatele tagasiside andmise eelistused (% , n=41)

Kõigist Audru piirkonna külastajatest (k.a need, kes üldiselt teenusepakkujale tagasisidet ei anna) ei soovi enam kui pooled (52%) tagasiside andmise korral sellele vastust. Nii positiivse kui negatiivse tagasiside andmisel soovivad vastust saada 31% ning vaid negatiivse tagasiside andmisel 16%.

Külastajad hindasid enda kogemuse põhjal väiteskaalal erinevaid Audru piirkonna aspekte (joonis 15). Oma Audru piirkonna külastusele tagasi vaadates hindavad uuringus osalejad kõige

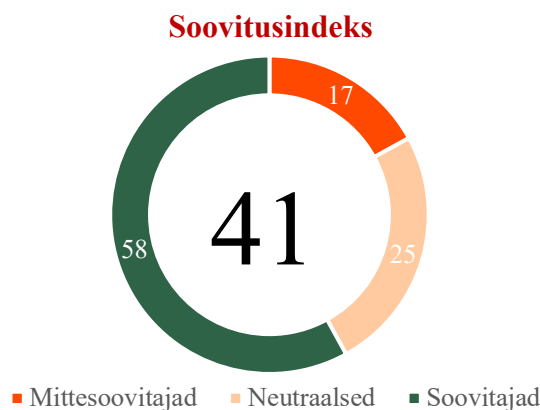
kõrgemalt kohalike teenusepakkujate keeleoskust ja külalislahkust, samuti tunti ennast Audru oodatud külalisena. Teiste külastust puudutavate aspektidega võrreldes oldi oluliselt kriitilisemad ühistranspordi korralduse turistidele sobivuse ja toitlustusvõimaluste piisavuse osas.



Joonis 15. Hinnangud Audru piirkonna külastuse erinevatele aspektidele (% , n= kokkupuudet omanud vastajad)

Tulevikus soovib Audru osavaldada kindlasti uuesti külastada 58% vastajatest, pigem sooviks seda teha kolmandik ning 9% ei oska veel selles osas seisukohta võtta.

Oma sõbrale või heale tuttavale soovitaks Audru piirkonna külastamist 58% uuringus osalejatest (joonis 16). Audru piirkonna soovitusindeksiks kujunes 41%.



Joonis 16. Audru piirkonna külastajate soovitusindeks (n=64)

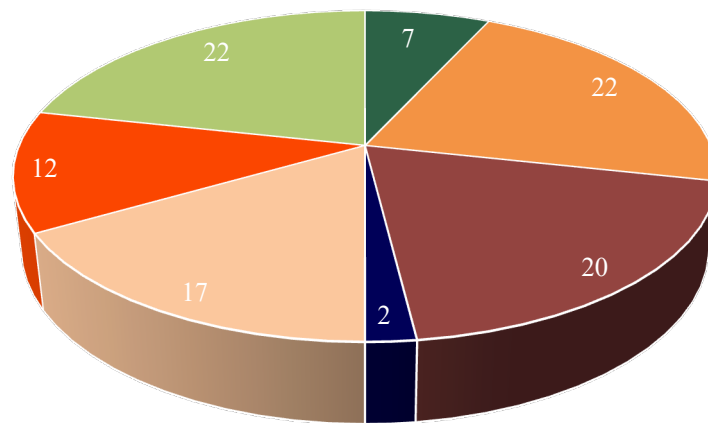
## 2. Tõstamaa osavald

### 2.1. Tõstamaad külasthanute taust

Tõstamaa osavalla suveküllastajate uuringu vastajate seas oli 93% sise- ja 7% välisküllastajaid. Välisküllastajad olid tulnud Saksamaalt (2), Lätist (1) ja Austriast (1).

Vastajatest 7% oli vanuses 18–25, 23% 26–40, 30% 41–55 ja 40% üle 55 aasta.

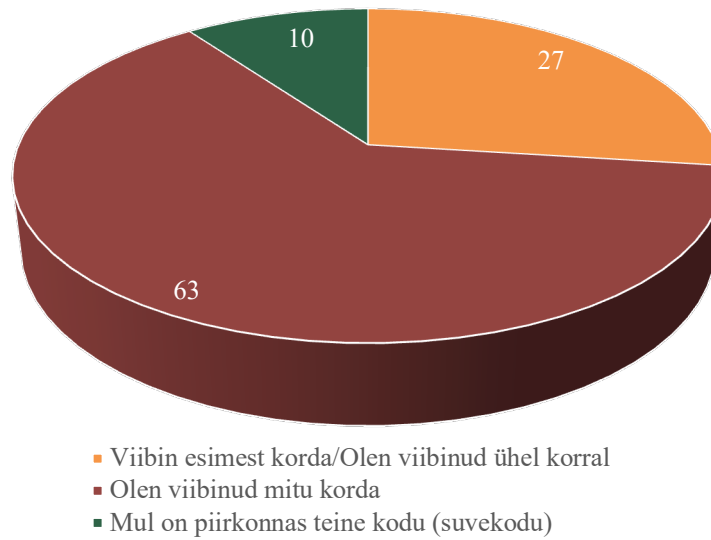
Kõige sagedamini olid uuringus osalenud küllastajad saabunud Tõstamaale Lääne- ja Raplamaa kaudu, järgnesid Viljandimaa ja Läti (joonis 17). Veidi üle viiendiku vastajatest ei osanud oma saabumise suunda määratleda.



■ Järvamaa ■ Läänemaa ■ Raplamaa ■ Saaremaa ■ Viljandimaa ■ Läti ■ Ei oska öelda

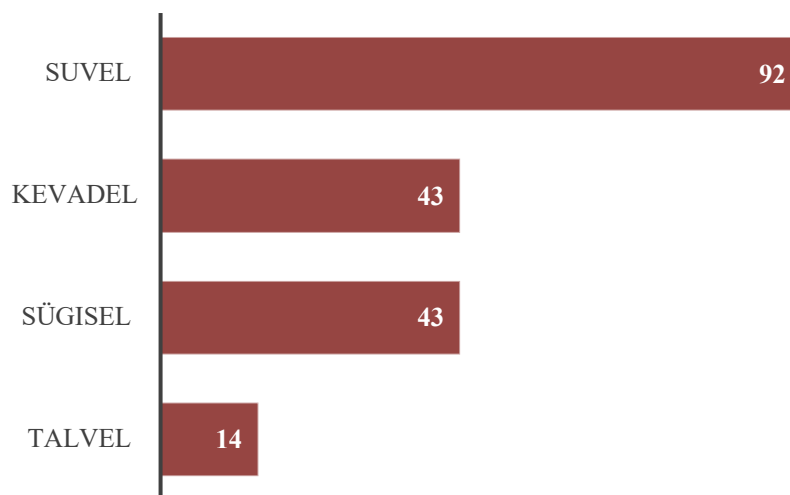
Joonis 17. Tõstamaale saabumise suund (% , n=60)

Uuringus osalenutest olid peaaegu 2/3 osavalla korduküllastajad, veidi üle neljandiku viibis piirkonnas esimest korda ning kümnendikul on seal teine kodu, näiteks suvemaja (joonis 18).



Joonis 18. Varasem viibimine Tõstamaa piirkonnas (% , n=60)

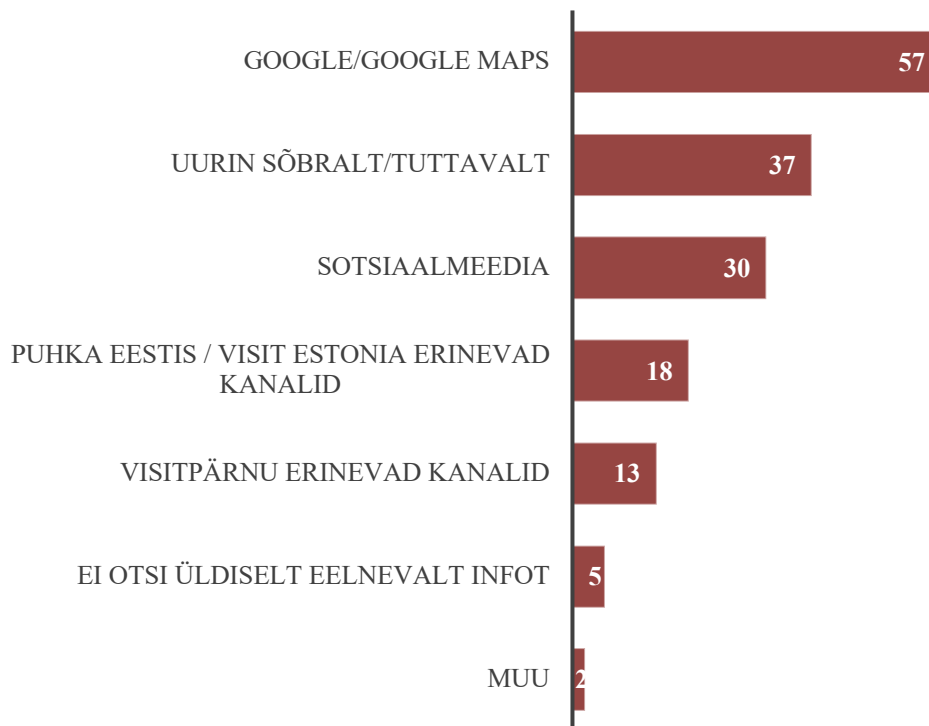
Korduvkülastajatest (v.a. piirkonnas teise kodu omajad) 92% oli viibinud varem piirkonnas suvel, 43% kevadel ja sügisel ning 14% talvisel ajal (joonis 19).



Joonis 19. Korduvkülastajate (v.a teise kodu omanikud) varasemad piirkonnas viibimise aastaajad (% , mitu vastust, n=37)

## 2.2. Külastuse planeerimine

Kahe peamise infokanali seas, mille kaudu eelistatakse otsida infot külastatava piirkonna kohta, mainis 57% Tõstamaa külastajatest Google't või Google Mapsi, 37% sõpru ja tuttavaid ning 30% sotsiaalmeediat (joonis 20). Puhka Eestis/Visit Estonia erinevaid kanaleid eelistab info otsimisel veidi alla viiendiku ning Visit Pärnu kanaleid enam kui kümnendik. 5% külastuse eelselt üldiselt infot ei otsigi ning korra mainiti (muu) eelistusena kohalikke stende.

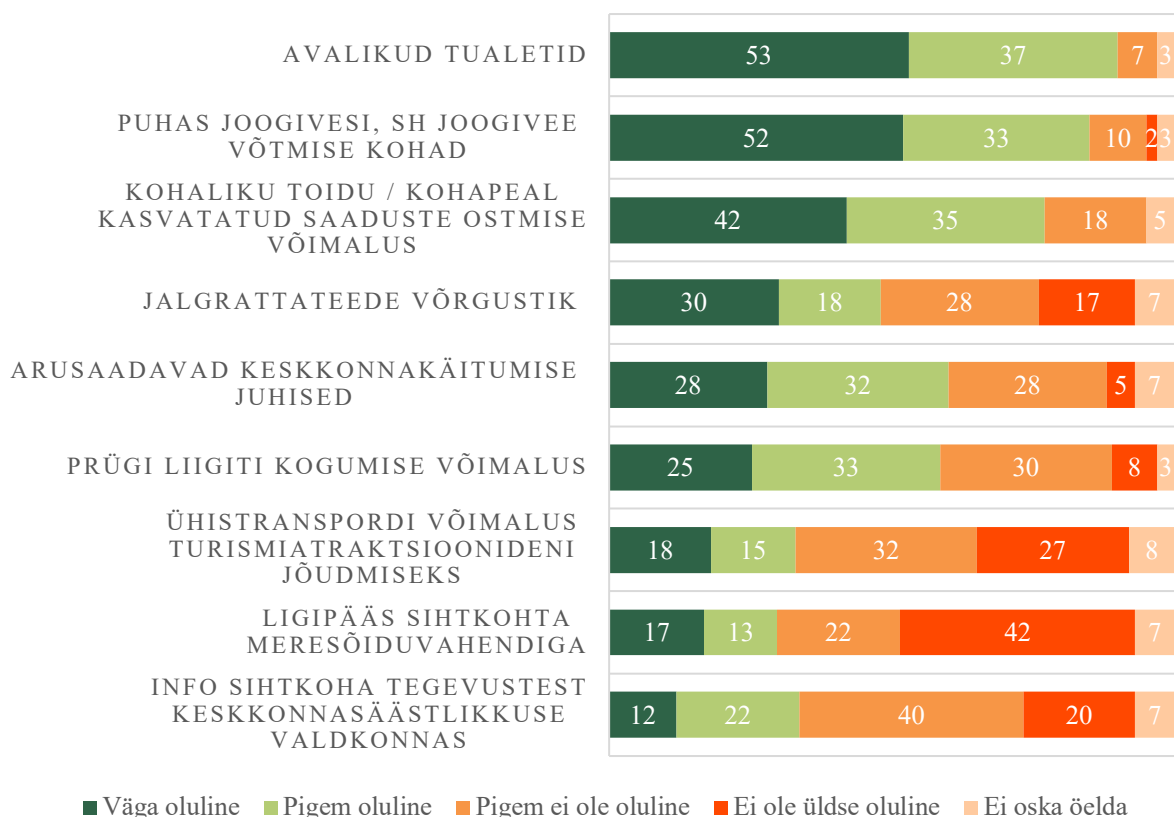


Joonis 20. Peamised külastatava piirkonna kohta info otsimise kanalid (%; kuni 2 vastust, n=60)

Tõstamaa kohta **info otsimisel kasutatud märksõnad** puudutasid peamiselt tegevusi, sündmusi, majutust, söögikohti ja konkreetseid kohti piirkonnas. Majutuse valdkonnas olid otsingusõnadeks „ööbimine“, „hotell“, „telkimine“. Piirkonna tegevuste otsimisel kasutati sõnu: „kalapüük“, „käsitöö“, „paadilaenus“, „matkarada“. Sündmuste otsingul kasutati: „Täna Tõstamaal/üritused Tõstamaal“, „Suvesündmused Tõstamaal“, „suveüritus“, „suveteater“, „vallapäevad“. Konkreetsete kohtadena piirkonnas otsiti Matsiranda/Matsit, Ermistut, Kastnat, Tõstamaa mõisa, Munalaidu, Pärnumaad/Pärnut, puhkekeskust, rannikut, Tõstamaa meiereid, Tõstamaa rahvamaja, väikesadamaid ja Värati piirkonda. Söögikohtade otsingul toodi lisaks üldisele „söögikohad“ välja restoran Groot, baar Väljas, Võrgukuur ja Reipad räimed. Lisaks otsiti infot ranna ja vaatamisväärsuste kohta.

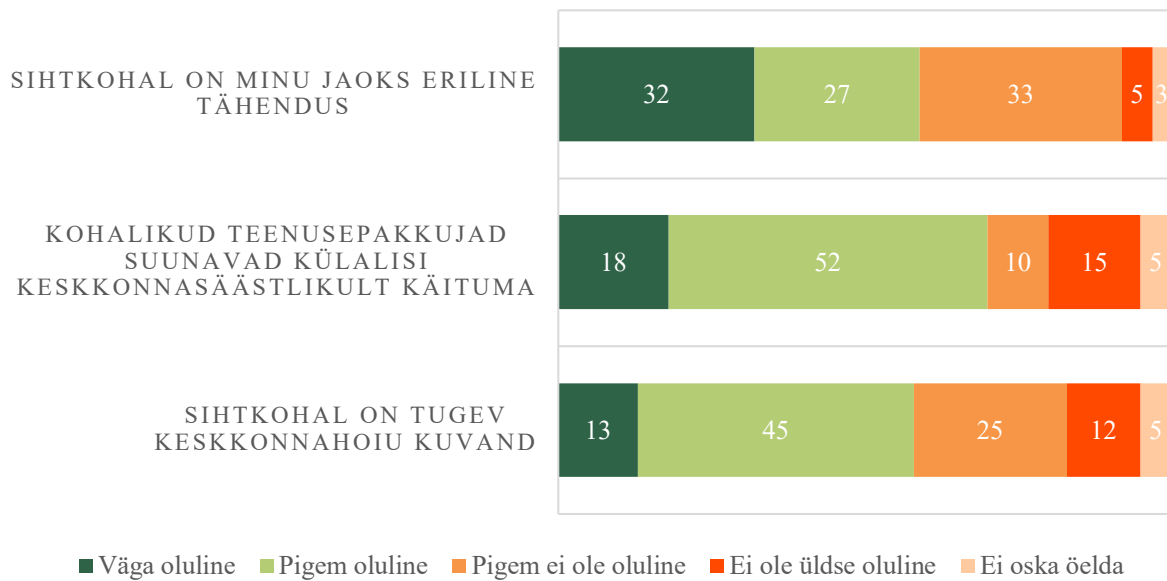
Reisisihtkoha kestlikest tegevustest ja võimalustest peavad Tõstamaa külastajad endi jaoks üldiselt kõige tähtsamateks avalike tualettide ja puhta joogivee ning veevõtukohtade olemasolu, mis on väga olulised enam kui poolte vastajate jaoks (joonis 21). Ligi 80% vastajatest peab kas väga või pigem oluliseks ka kohaliku toidu ja kohapeal kasvatatud saaduste ostmise võimalust. Arusaadavaid keskkonnakäitumise juhiseid ja prügi liigiti kogumise võimalust peavad oluliseks ligi 60% ja jalgrattateede võrgustikku veidi vähem kui pooled.

Seevastu sihtkohta meresõiduvahendiga ligipääsu, infot sihtkoha tegevustest keskkonnasäästlikkuse valdkonnas, sh keskkonnamärgiste olemasolu (Roheline Sihtkoht, Green Key, Europarc vms) ning võimalust jõuda turismiatraktsioonideni ühistranspordiga peeti sagedamini ebaoluliseks kui oluliseks.



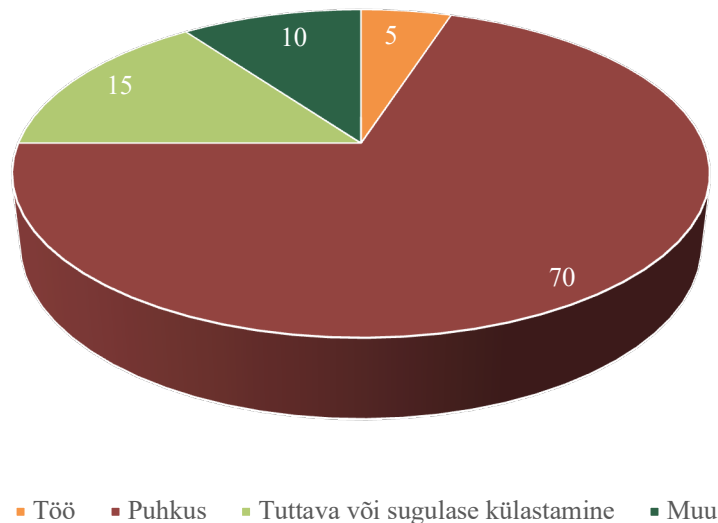
Joonis 21. Reisisihtkohas olevate tegevuste ja võimaluste üldine olulisus (% , n=60)

Kohalike teenusepakkujate külaliste keskkonnasäästlikult käituma suunamine on reisisihtkoha valimisel väga või pigem oluline tegur 70% ning sihtkoha tugev keskkonnanahoiu kuvand ja eriline tähendus ligi 60% Tõstamaad külastanud vastajate jaoks (joonis 22).



Joonis 22. Erinevate tegurite olulisus reisisihtkoha valimisel (% , n=60)

Tõstamaa külastajatest 70% käis seal viimati puhkuse eesmärgil, 15% sugulaste või tuttavate juures ning töölaseid asjaajamisi oli vaid 5% (joonis 23). Kümnendikul olid Tõstamaa külastamiseks ka muud põhjused nagu hea söök, koolitus, rattamatk, teatriendus ning suvekodus või kalmistul käimine.



Joonis 23. Viimase Tõstamaa piirkonna külastuse eesmärk (% , n=60)

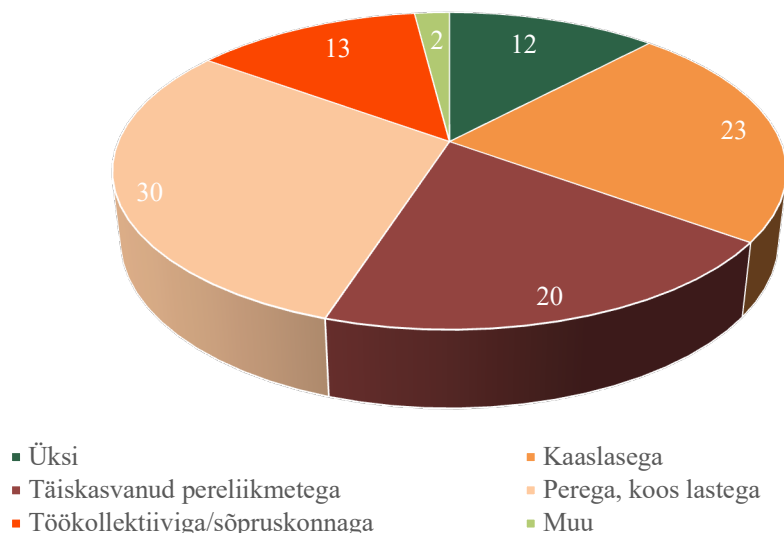
Tõstamaa piirkonnas ööbinud külastajad (50% kõigist külastajatest) broneerisid oma majutuskoha kõige sagedamini otse ööbimiskoha kaudu (57%), Booking.comi kasutas 17%, samas kui AirBnb platvormi ei maininud keegi. Ligi neljandik (27%) kas ei teinud majutuskoha broneeringut ise (reisikorraldaja teenused) või ei pidanud ööbimist (ametlikult) broneerima.

Viimasel juhul ööbiti näiteks oma suvekodus, sõprade ja tuttavate juures, telgis või RMK majutuskohas.

Kolmveerand Tõstamaad külastanutest ei osanud välja tuua asjaolusid, mis oleks muutnud nende viimase piirkonna külastuse planeerimise mugavamaks või sujuvamaks. Ülejäänud neljandik tõi mh välja suuremat ööbimisvõimaluste valikut, vajaliku info leidmist ühest kohast ning paremaid kaarte, infostende ja teeviitasid.

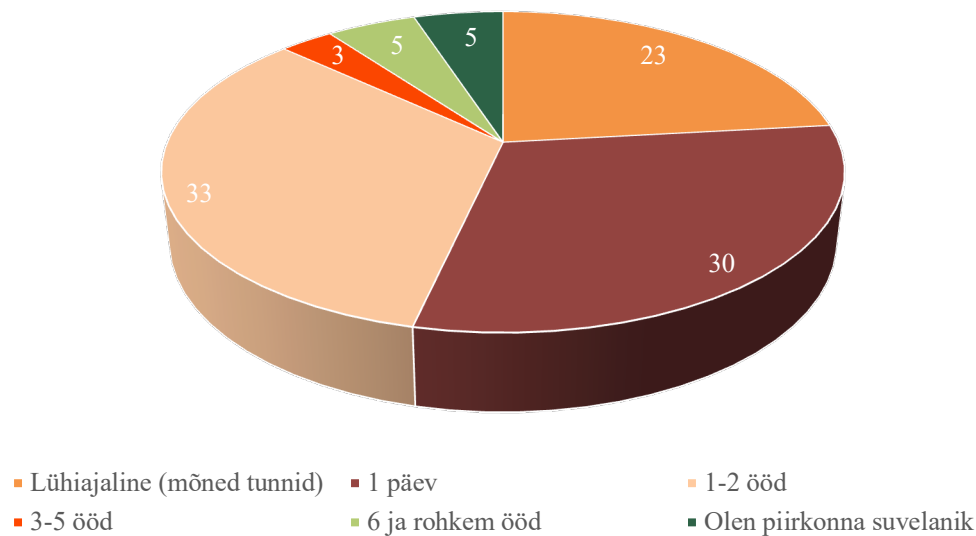
### 2.3. Tõstamaal kohapeal viibimine

Viimane Tõstamaa külastus toimus kõige sagedamini koos pere ja lastega (30%) (joonis 24). Pea neljandik reisis koos kaaslasega ja viiendik täiskasvanud pereliikmetega, nii üksinda kui töökollektiivi või sõpruskonnaga reisijaid oli veidi enam kui kümnendik. Muu reisiseltskonnana maini väliskülalisi.



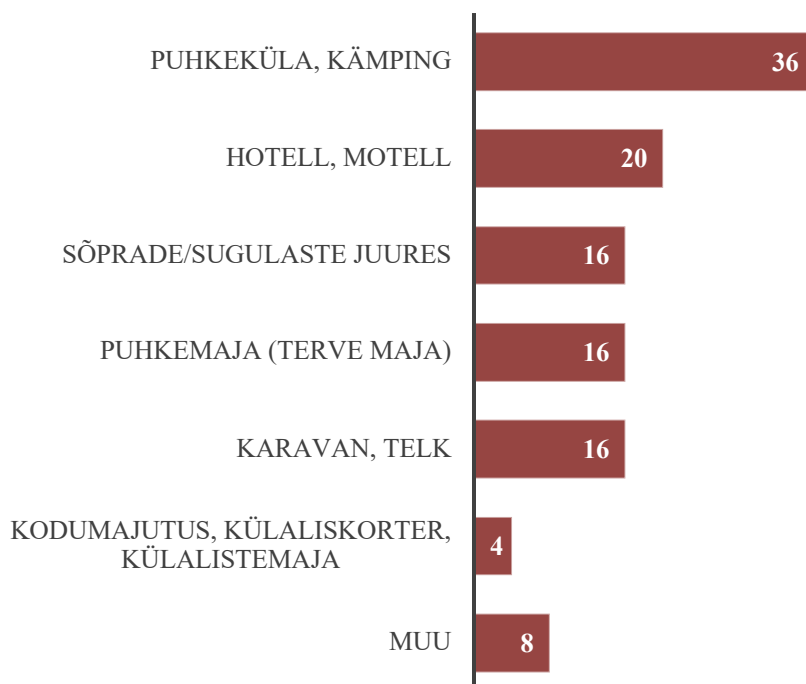
Joonis 24. Viimase Tõstamaa piirkonna külastuse reisikaaslased (%), n=60

Kolmandik Tõstamaa külastajaid viibis viimase külastuse käigus piirkonnas 1–2 kaks ööd, 30% oli ühepäevaseid külastusi ja pea neljandik lühiajalisi paaritunniseid visiite (joonis 25). Nii oma suvemaja külastajaid kui piirkonnas vähemalt kolm ööd veetnud külastajaid oli 5%. Kõige harvemini viibiti Tõstamaal 3–5 ööd.



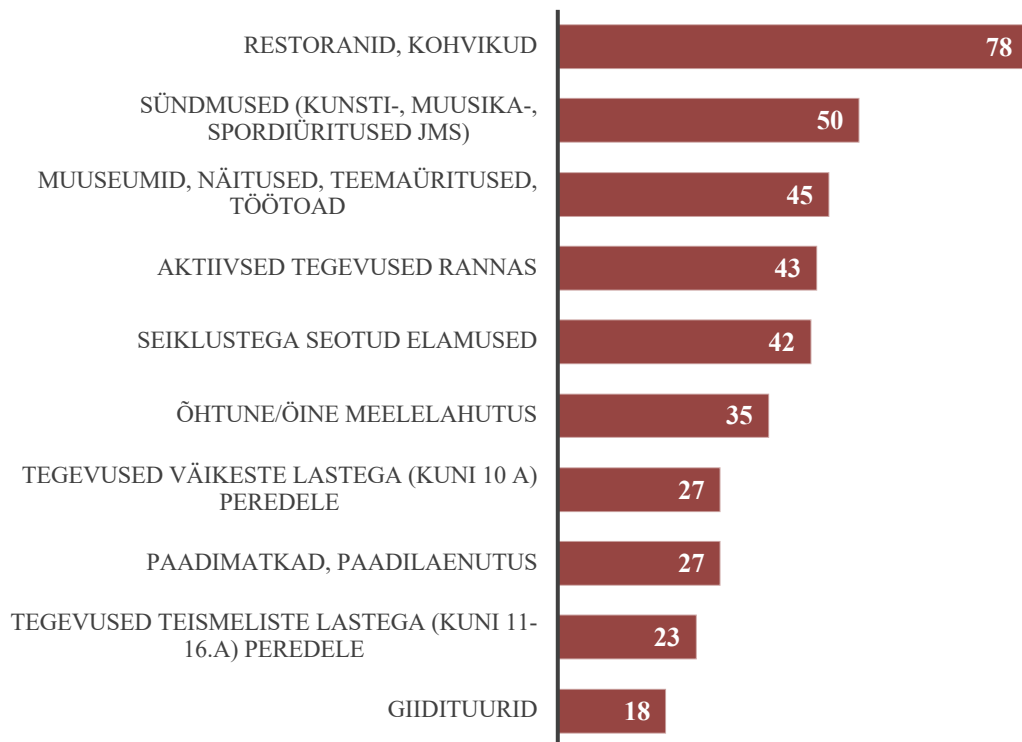
Joonis 25. Viimase Tõstamaa piirkonna külastuse kestus (% , n=60)

Enam kui kolmandik Tõstamaale ööbima jäänud külastajatest majutus puhkekülas või kämpingus, viiendik hotellis või motellis ning 16% nii telkides/karavanides, puhkemajades kui sugulaste ja sõprade juures (joonis 26). Kodumajutuses, külaliskorteris või külalistemajas peatuti harva ning elamusmajutuses ööbijaid vastajate seas ei olnud. Muude majutusvõimalustena toodi välja RMK ja oma suvekodu.



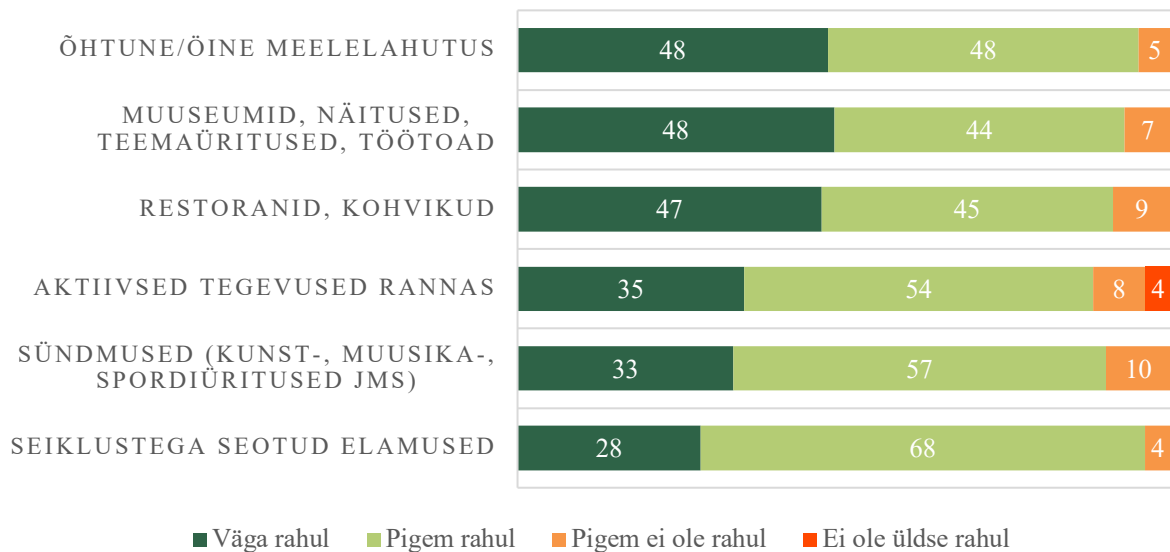
Joonis 26. Viimase Tõstamaa piirkonna külastuse majutuskoht (% , n=25)

Viimase Tõstamaa külastuse enim levinud tegevus oli kohvikute ja restoranide külastamine, millega oli kokku puutunud pea 80% reisijatest (joonis 27). Kohalikel kultuuri- või muudel sündmustel olid osalenud pooled uuringu suvekülastajad ning enam kui 40% oli käinud ka muuseumis, näitusel, teemaüritusel või töötoas, tegutsenud aktiivselt rannas ja kogenud seikluslikke elamusi. Kõige vähem levinud tegevuseks osutus aga Tõstamaa giidituur.



Joonis 27. Viimasel Tõstamaa külastusel kasutatud teenused ja aktiivsed tegevused (% , n=60)

Viimasel Tõstamaa külastusel kasutatud teenuste ja aktiivsete tegevustega jäädgi üldiselt rahule (joonis 28).



Joonis 28. Rahulolu viimase Tõstamaa külastuse teenuste ja aktiivsete tegevustega (% , n= kokkupuudet omanud vastajad, keda oli vähemalt 21. Välja jäid paadimatkad/ paadilaenutus (n=16), giidituurid (n=11) ning teismeliste (n=14) ja väikelastega (n=16) peredele mõeldud tegevused

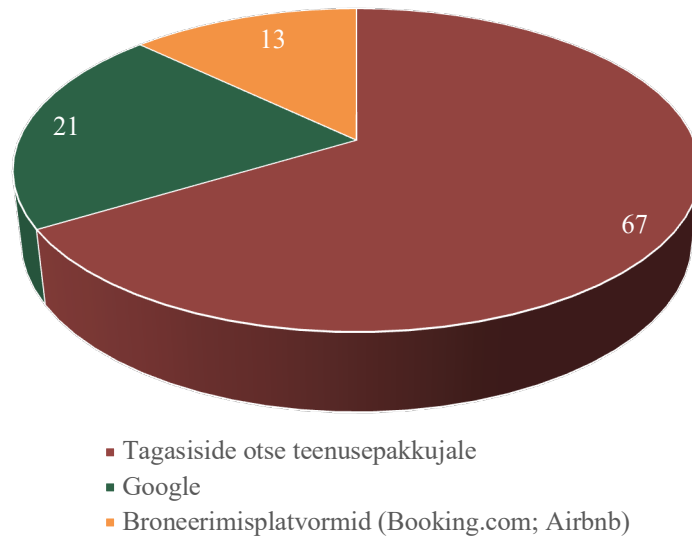
Väga rahulolevad oldi kõige sagedamini õhtuse ja/või öise meelelahutusega ning muuseumide, näituste, teemaürituste ja töötubade ning restoranide ja kohvikute külastamisega. Enim rahulolematust väljendati aga aktiivsete tegevustega rannas.

Millestki puudust tundis piirkonnas viibides 13% külastajaid. Mainiti avalikke tualette, välijõusaali, noortelaagrit, raadiot ja telerit majutuskohas, söögikohti ja nende ebasobivaid avamisaegu (nr esmaspäeva õhtul kinni), liigset kallidust ning vajadust parema joogivee järele (olemasolevat ei kannata juua).

## 2.4. Reisijärgne käitumine

Pea kaks kolmandikku Tõstamaa piirkonna külastajaid on valmis peale oma reisi ka teenusepakkujatele tagasisidet andma. Eelistatuimaks viisiks on sealjuures tagasiside andmine otse teenusepakkujale, kas elektroonselt, e-kirjaga, paber kandjal, suuliselt vm viisil (joonis 29).

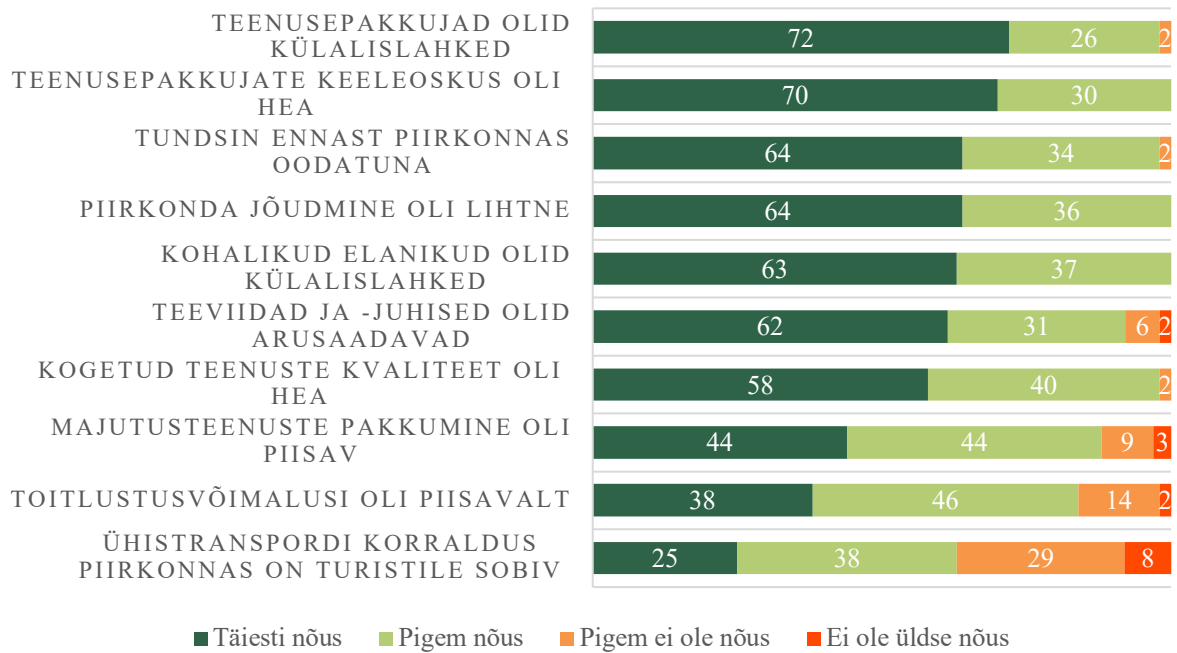
Google't kasutab tagasiside andmiseks veidi üle viiendiku ning broneerimisplatvormi enam kui kümnendik. Tripadvisorit ei mainitud üldse.



Joonis 29. Teenusepakkujatele tagasiside andmise eelistused (% , n=39)

Kõigist Tõstamaa piirkonna külastajatest (k.a need, kes üldiselt teenusepakkujale tagasisidet ei anna) ei soovi 57% tagasiside andmise korral sellele vastust. Nii positiivse kui negatiivse tagasiside andmisel soovivad vastust saada 32% ning vaid negatiivse tagasiside andmisel kümnendik.

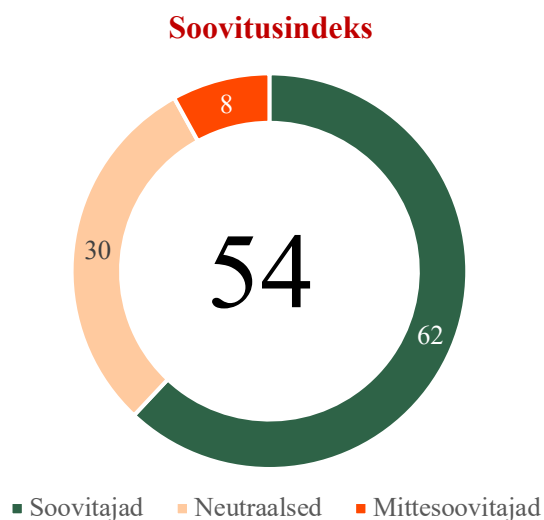
Külastajad hindasid enda kogemuse põhjal väiteskaalal erinevaid Tõstamaa piirkonna aspekte (joonis 30). Oma Tõstamaa piirkonna külastusele tagasi vaadates hindavad uuringus osalejad kõige kõrgemalt kohalike teenusepakkujate külalislahkust ja keeleoskust. Enam kui 60% külastajatest tundis ennast Tõstamaal kindlasti oodatud külalisena, pidas kohalikke elanikke külalislahketeks, arvas, et piirkonda jõudmine oli lihtne ning teeviidad ja -juhised arusaadavad. Seevastu kõige kriitilisemad oldi ühistranspordi korralduse turistidele sobivuse ja toitlustusvõimaluste piisavuse osas.



Joonis 30. Hinnangud Tõstamaa piirkonna külastuse erinevatele aspektidele (% , n= kokkupuudet omanud vastajad)

Tulevikus soovib Tõstamaa osavalda kindlasti uuesti külastada 67% vastajatest, pigem sooviks seda teha 27%, pigem ei sooviks 3% ning samuti 3% ei oska veel selles osas seisukohta võtta.

Oma sõbrale või heale tuttavale soovitaks Tõstamaa piirkonna külastamist 62% uuringus osalejatest (joonis 31). Tõstamaa piirkonna soovitusindeksiks kujunes 54%.



Joonis 31. Tõstamaa piirkonna külastajate soovitusindeks (n=60)

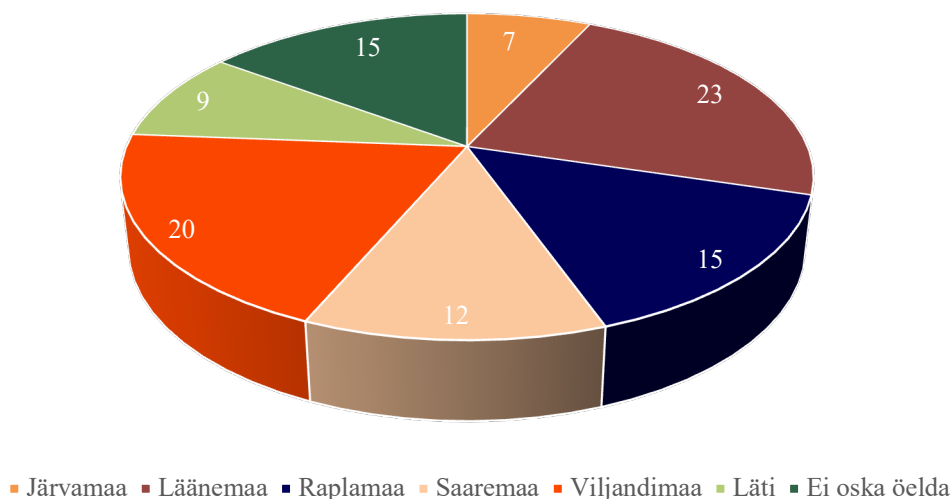
### 3. Kihnu vald

#### 3.1. Kihnut küllastanute taust

Kihnu valla suvekülastajate uuringu vastajate seas oli 75% sise- ja 25% väliskülastajaid. Väliskülastajad oli tulnud kõige sagedamini Saksamaalt (5), Soomest (3), Prantsusmaalt (3), Austriast (2), Ühendkuningriigist (2) ja Poolast (2), lisaks ka Lätist, Leedust, Hispaaniast, Hollandist, Itaaliast, Luksemburgist, Tšehhist ja Ungarist.

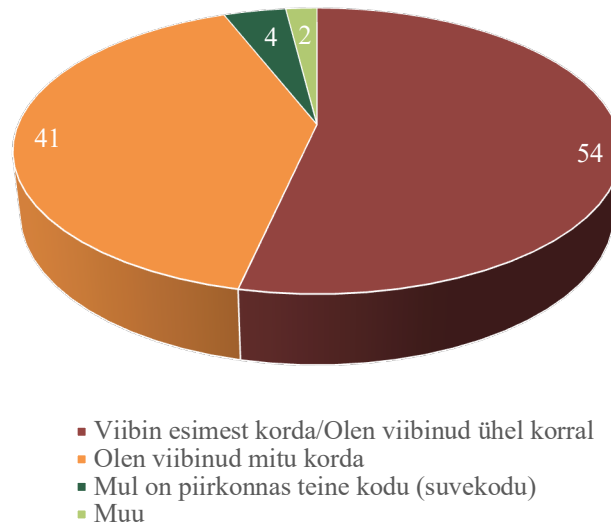
Vastajatest 11% oli vanuses 18–25, 41% 26–40, 33% 41–55 ja 16% üle 55 aasta.

Kõige sagedamini olid uuringus osalenud küllastajad saabunud Kihnusse Lääne- ja Viljandimaa kaudu, järgnesid Raplamaa ja Saaremaa (joonis 32). 15% vastajatest ei osanud oma saabumise suunda määratleda.



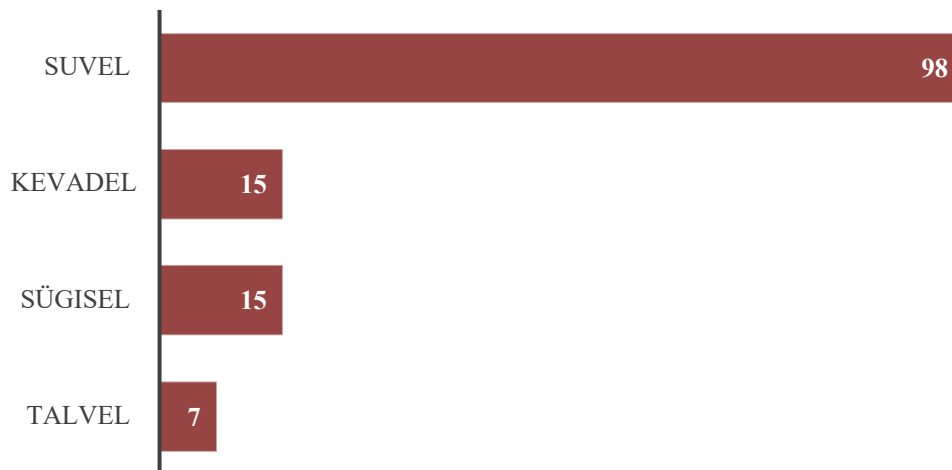
Joonis 32. Kihnusse saabumise suund (% , n=101)

Enam kui pooled uuringus osalenutest viibisid Kihnus esimest korda ning veidi üle 40% olid saare korduvkülastajad (joonis 33). Teine kodu (suvekodu) on saarel 4% ning paaril juhul käiakse seal ka sugulaste juures.



Joonis 33. Varasem viibimine Kihnu saarel (% , n=101)

Pea kõik korduvkülastajad (v.a. Kihnus teise kodu omanjad) on viibinud varem piirkonnas suvel, 15% kevadel ja sügisel ning 7% talvisel ajal (joonis 34).

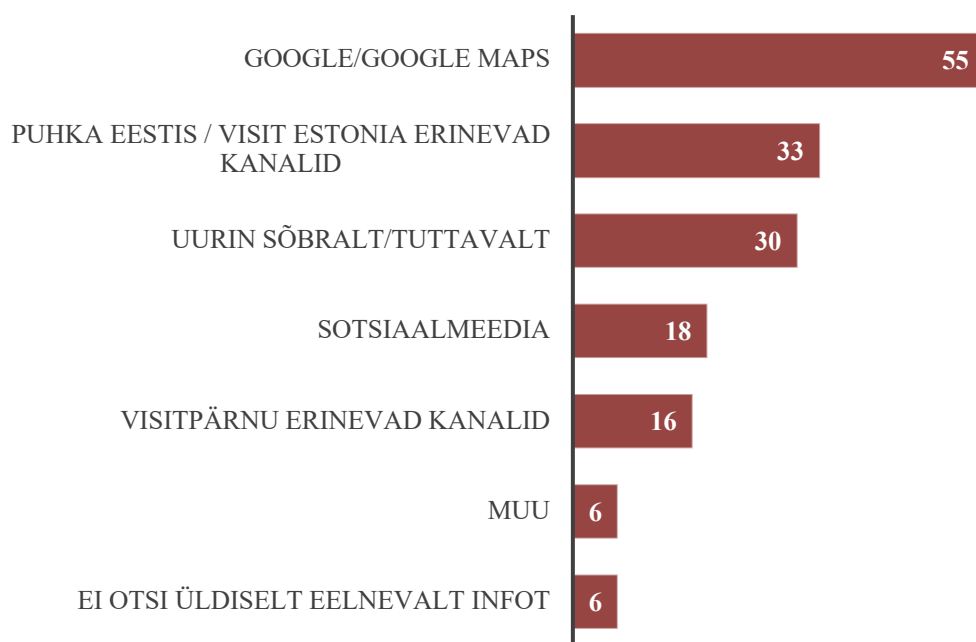


Joonis 34. Korduvkülastajate (v.a teise kodu omanikud) varasemad piirkonnas viibimise aastaajad (% , mitu vastust, n=41)

### 3.2. Külastuse planeerimine

Kahe peamise infokanali seas, mille kaudu eelistatakse otsida infot külastatava piirkonna kohta, mainis 55% Kihnu külastajatest Google't või Google Mapsi, kolmandik Puhka Eestis/Visit Estonia erinevaid kanaleid ning 30% sõpru ja tuttavaid (joonis 35). Veidi alla viiendiku eelistab info otsimisel sotsiaalmeediat ning 16% Visit Pärnu kanaleid. 6% külastuse eelselt üldiselt infot ei otsi ning sama suur osakaal kasutab muid kanaleid.

Muude kanalite all toodi enim välja veebilehte Visitkihnu.ee (3 korral), lisaks mainiti kohapealseid infokaarte, Interneti reisiblogisid ja veebilehte Geocaching.com.



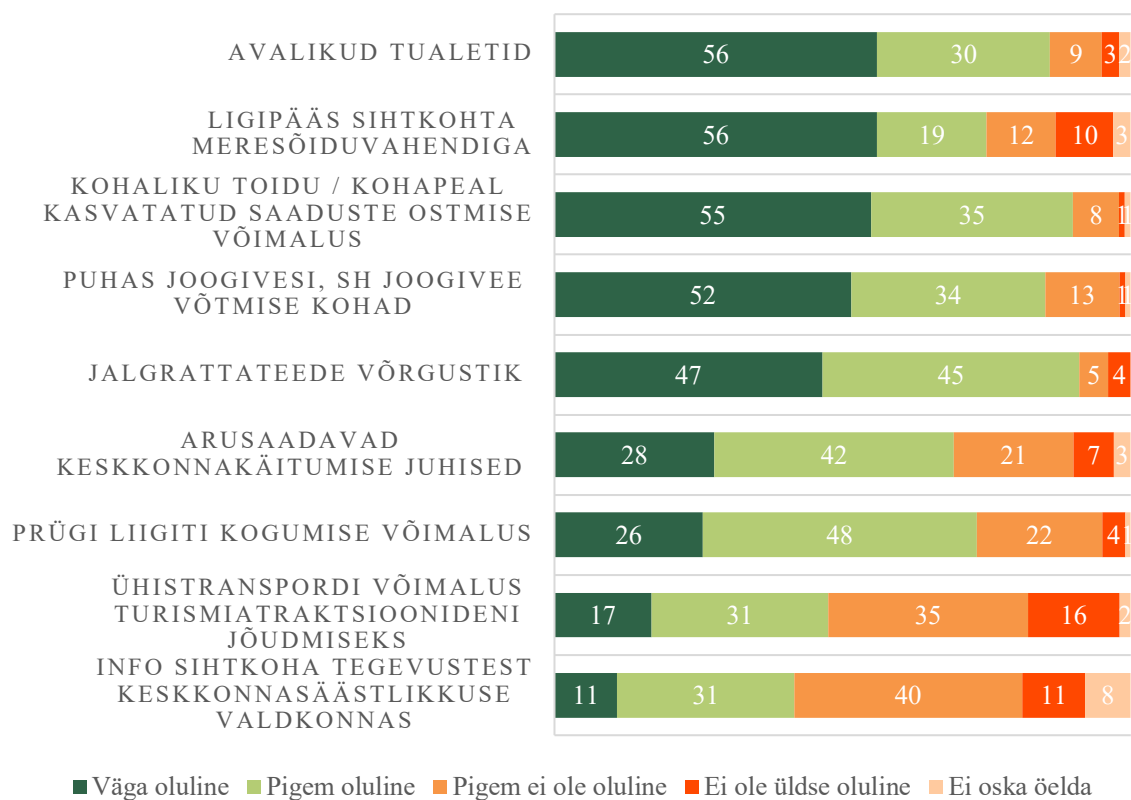
Joonis 35. Peamised külastatava piirkonna kohta info otsimise kanalid (% kuni 2 vastust, n=101)

Kihnu saare kohta **info otsimisel kasutatud märksõnad** puudutasid lisaks üldisele „Kihnu/Kihnu saar“ otsingule peamiselt tegevusi, sündmusi, majutust, söögikohti, transporti, vaatamisväärsusi ja konkreetseid kohti piirkonnas. Majutuse valdkonnas olid otsingusõnadeks lisaks enim levinud üldisele „majutusele“ „kämping“, „parim ööbimiskoht“. Piirkonna tegevuste otsimisel kasutati märksõnu: „käsitöö“, „jalgrattasõit“, „geopeitus“, „Kihnu tegevused“, „Kihnu tuur“, „mida teha Kihnus?“, „rattarent“, „ujumiskoht“. Sündmuste otsingul kasutati: „üritused“, „sündmused/sündmused Kihnus“. Konkreetsete kohtadena piirkonnas otsiti poodi/kauplust, tuletorni/majakat, Kihnu randa, Kihnu sadamat, Metsamaa pärimustalu, Nuki talu, Kihnu muuseumit ja Balti merd. Söögi(kohtade) otsingul toodi lisaks üldisele „söögikohad“ välja „hommikusöök“, „Kihnu sai“, „Kihnu söök“, „kohvik“, „toitlustus“, „restoran“, „suitsukala“. Lisaks otsiti infot transporti, erinevate lahtiolekuage ja vaatamisväärsuste kohta ning toodi välja nt Kihnu Virve, Kihnu Eesti kirjanduses, traditsioonid ja Kihnu meened.

Reisisihtkoha kestlikest tegevustest ja võimalustest peavad Kihnu külastajad endi jaoks üldiselt kõige tähtsamateks avalikke tualette, ligipääsu sihtkohta meresõiduvahendiga, kohaliku toidu ja kohapeal kasvatatud saaduste ostmise võimalust ning puhta joogivee ning veevõtukohtade olemasolu (joonis 36).

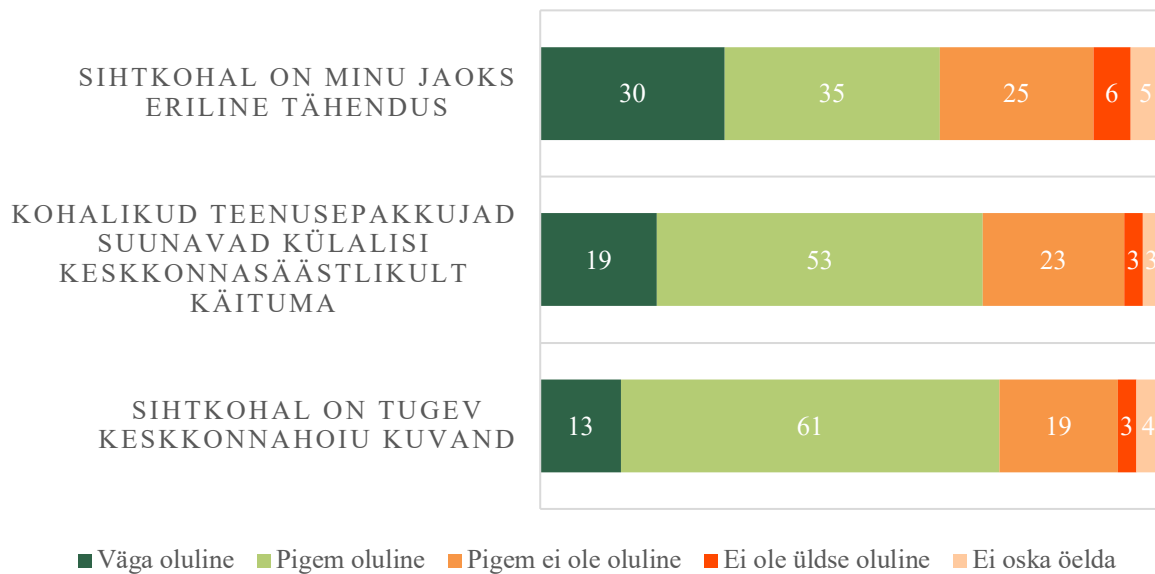
Üle 90% vastajatest peab kas väga või pigem oluliseks ka jalgrattateede võrgustikku ning vähemalt 70% arusaadavaid keskkonnakäitumise juhiseid ja prügi liigiti kogumise võimalust.

Seevastu infot sihtkoha tegevustest keskkonnasäästlikkuse valdkonnas, sh keskkonnamärgiste olemasolu (Roheline Sihtkoht, Green Key, Europarc vms) ning võimalust jõuda turismiattraksioonideni ühistranspordiga peeti sagedamini ebaoluliseks kui oluliseks.



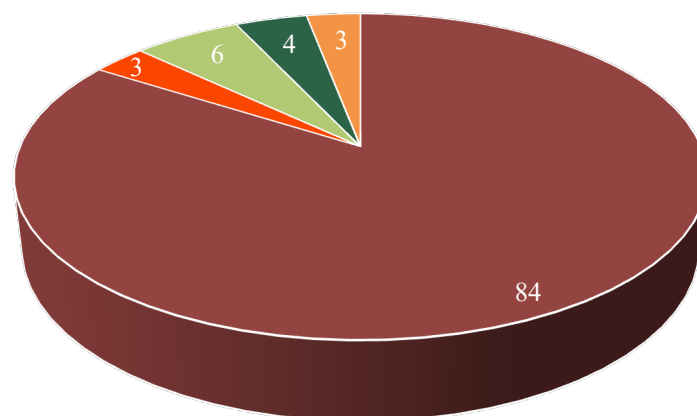
Joonis 36. Reisisihtkohas olevate tegevuste ja võimaluste üldine olulisus (% , n=101)

Kohalike teenusepakkujate külaliste keskkonnasäästlikult käituma suunamine ja sihtkoha tugev keskkonnahoiu kuvand on reisisihtkoha valimisel väga või pigem oluline tegur enam kui 70% ning paiga eriline tähendus ligi 2/3 Kihnu saart külastanud vastajate jaoks (joonis 37).



Joonis 37. Erinevate tegurite olulisus reisisihtkoha valimisel (% , n=101)

Kihnu saarel käis 84% külastajatest viimati puhkuse eesmärgil, ettevõtte suvepäevadel viibis 6%, sugulasi või tuttavaid külastas 4% ja tööreisil käis 3% (joonis 38). Üksikutel juhtudel olid saare külastusel ka muud põhjused nagu teatrietendus ja Kihnu maraton.



■ Puhkus ■ Töö ■ Ettevõtte suvepäevad ■ Tuttava või sugulase külastamine ■ Muu

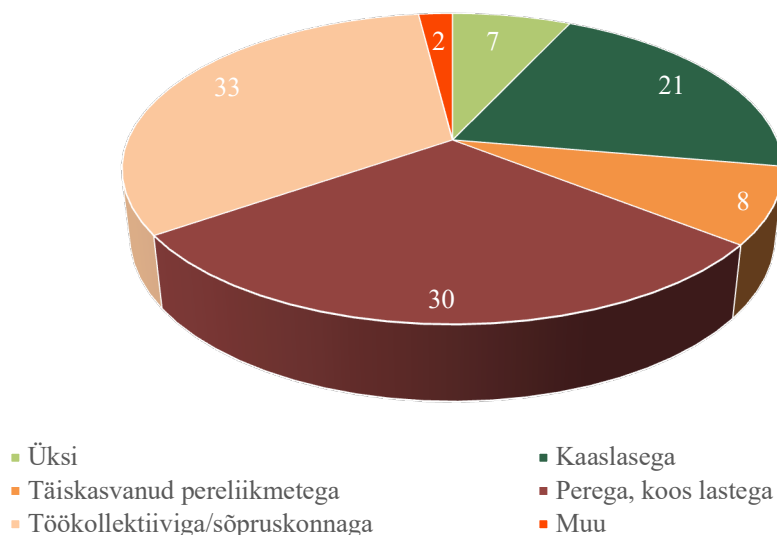
Joonis 38. Viimase Kihnu saare külastuse eesmärk (% , n=101)

Kihnu saarel ööbinud külastajad (80% kõigist külastajatest) broneerisid oma majutuskoha kõige sagedamini otse ööbimiskoha kaudu (51%), Booking.comi kasutas 19% ja Airbnb platvormi 1%. 30% ööbijatest ei teinud majutuskoha broneeringut ise (broneeris ettevõtte või reisikorraldaja) või ei pidanud ööbimist (ametlikult) broneerima. Viimasel juhul ööbiti näiteks enda suvekodus, sõprade ja tuttavate juures, sadamas oma paadis, karavanis või telgis.

Kolmandik Kihnu saart külastanud vastajatest oskas välja tuua asjaolusid, mis oleksid muutnud nende viimase külastuse **planeerimise mugavamaks ja sujuvamaks**. Parendusettepanekud puudutasid eelkõige vajaliku info kättesaadavust, transpordivõimalusi, paremaid kaarte/kaardirakendusi ning rohkemaid majutusvõimalusi. Info kohapealt toodi välja, et kõikidel teenustel (restoranid, kohvikud jne) peaksid olema lahtiolekuajad ja info teenuste kohta (sh hinnad) saadaval Internetis, Facebookis või Instagramis, rohkem infot saare tegevuste jms kohta võiks olla juba praamis, võiks olla parem ülevaade saarel pakutavatest võimalustest ning rohkem võiks olla ka inglisekeelseid selgitusi, näiteks Kihnu muuseumis. Transpordi osas sooviti eelkõige tihedamat ja mugavat praamigraafikut, lisaks mainiti, et keeruline on leida õiget veebilehte laevapiletite ostmiseks. Kaartide osas tunti vajadust nii parema paberkaardi järele (sarnane, mis on suurtel plakatitel), kus on teed, sihid ja maamärgid peal, kui sooviti interaktiivset kaarti aktuaalse infoga lahtiolekuajade, hindade jms kohta. Majutuse puhul toodi näiteid sobiva majutuskoha leidmise keerukusest ning tehti ettepanek, et võiks olla üks keskne veebisait, kus külastajad saaksid kõiki majutusvõimalusi näha ja otse broneerida.

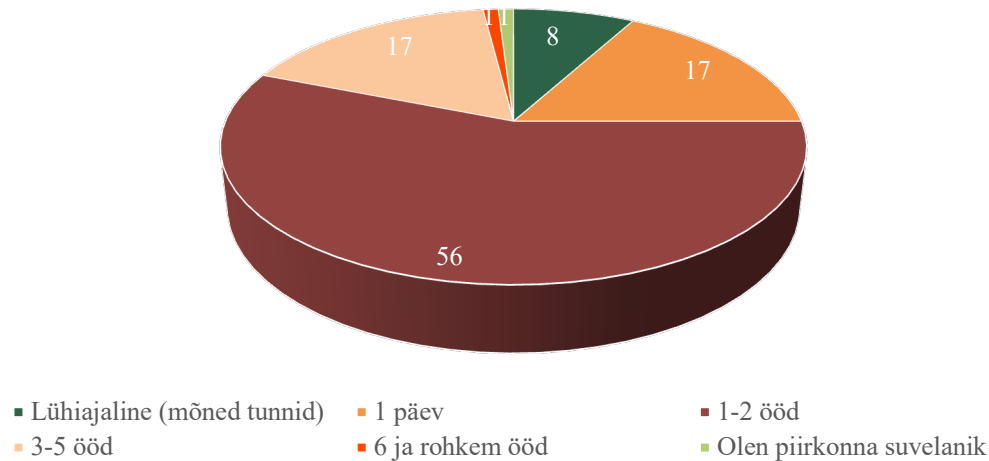
### 3.3. Kihnu saarel kohapeal viibimine

Viimane Kihnu saare külastus toimus kõige sagedamini koos töökollektiivi või sõpruskonna (33%) ning pere ja lastega (30%) (joonis 39). Viiendik reisis koos kaaslasega ning vähem kui kümnendik kas täiskasvanud pereliikmetega või üksinda. Muu reisiseltskonnana mainiti kogukonna liikmeid ning üheaegselt nii sõpru kui peret.



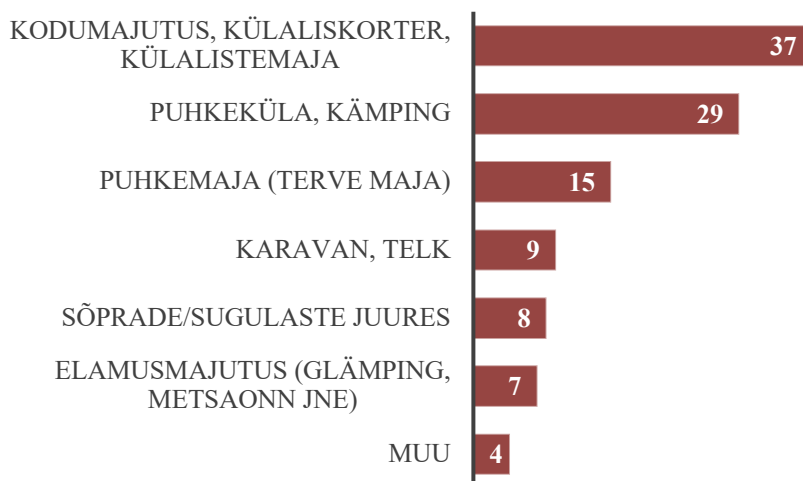
Joonis 39. Viimase Kihnu saare külastuse reisikaaslased (% , n=101)

Enam kui pooled külastajaid viibisid viimase reisi käigus Kihnus 1–2 ööd, veidi alla viiendiku oli nii ühepäevaseid kui 3–5 öö pikkuseid ning alla kümnendiku lühiajalisi külastusi (joonis 40).



Joonis 40. Viimase Kihnu saare külastuse kestus (% , n=101)

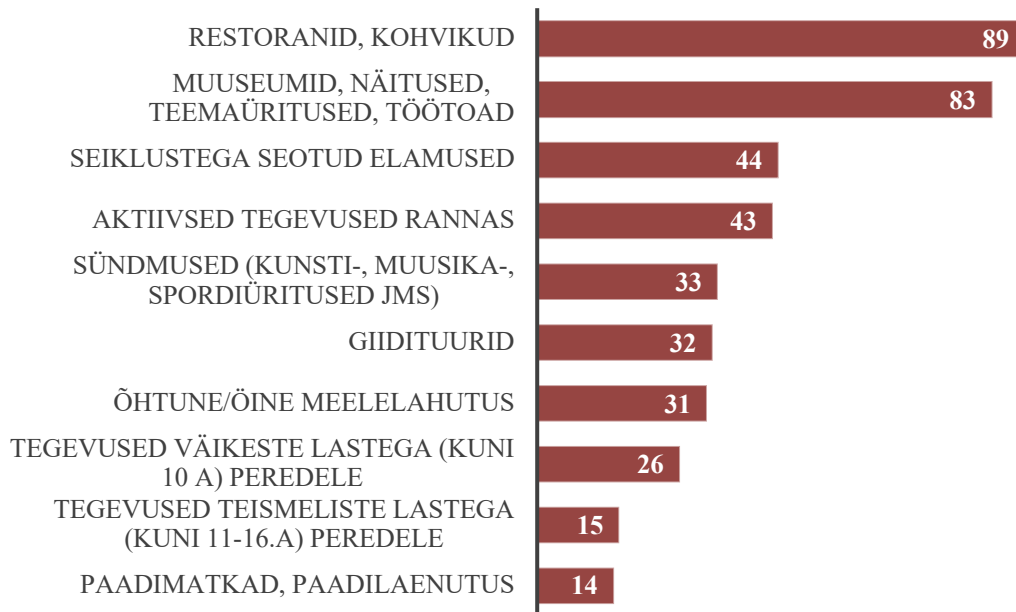
Enam kui kolmandik Kihnu saarele ööbima jäänud külastajatest majutus kodumajutuses, külaliskorteris või külalistemajas ning ligi 30% puhkekülas või kämpingus (joonis 41). Puhkemajas ööbijaid oli 15% ning teistes majutusliikides vähem kui kümnendik. Hotellis või motellis ööbijaid ei olnud sealjuures ühtegi, kuna sellised majutusasutused ei ole Kihnu saarel levinud. Muude majutusvõimalustena mainiti oma suvekodu ja veesõidukit.



Joonis 41. Viimase Kihnu saare külastuse majutuskoht (% , n=75)

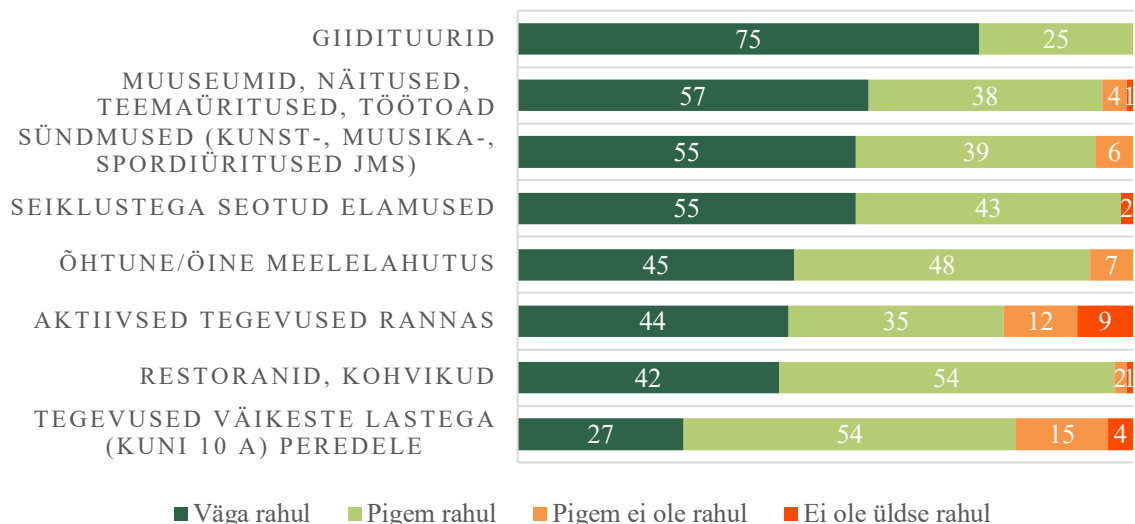
Viimase Kihnu saare külastuse enim levinud tegevused olid kohvikute ja restoranide ning muuseumi, näituse, teemaürituse või töötoa külastamine, millega oli kokku puutunud üle 80% reisijatest (joonis 42). Aktiivselt rannas tegutsenud ja seikluslikke elamusi kogunud oli üle 40%

ning kohalikel kultuuri- või muudel sündmustel, giidituuridel ja õhtuses/öises meelelahutuses olid osalenud ligi kolmandik saare külastajatest. Kõige vähem levinud tegevuseks osutusid paadimatkad/-laenus ning tegevused teismeliste lastega.



Joonis 42. Viimasel Kihnu külastusel kasutatud teenused ja aktiivsed tegevused (% , n=101)

Viimasel Kihnu saare külastusel kasutatud teenuste ja aktiivsete tegevustega jäidi üldiselt rahule (joonis 43).



Joonis 43. Rahulolu viimase Kihnu külastuse teenuste ja aktiivsete tegevustega (% , n=kokkupuudet omanud vastajad, keda oli vähemalt 26. Välja jäid paadimatkad/ paadilaenus (n=14) ja teismeliste lastega peredele mõeldud tegevused (n=15)

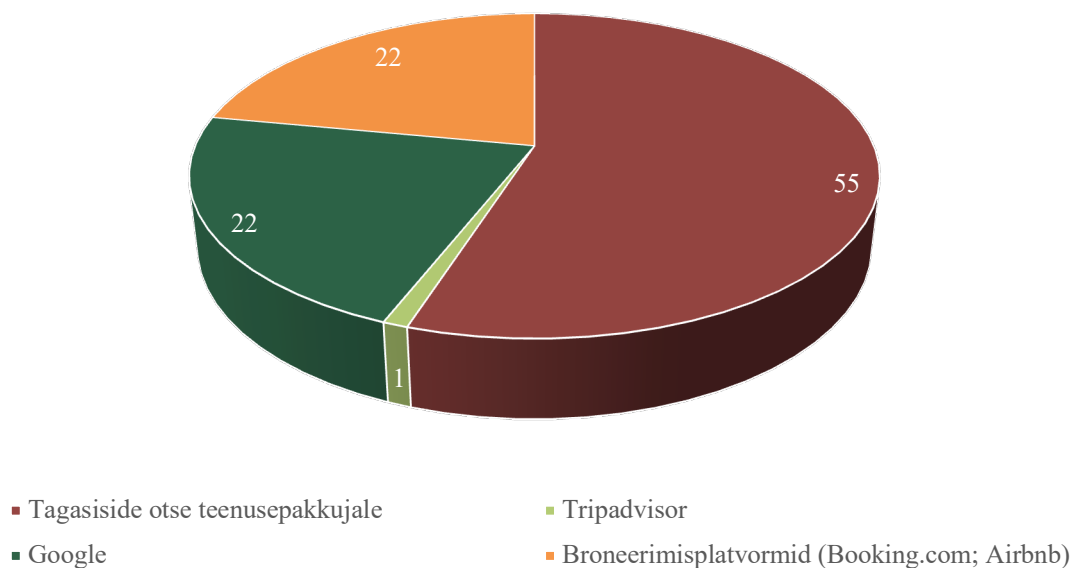
Väga rahulolevad oldi kõige sagedamini giidituuridega, millele järgnesid muuseumide, näituste, teemaürituste ja töötubade ning kohalike sündmuste külastamine ning seiklustega seotud elamustest osasaamine. Enim rahulolematust väljendati aga aktiivsete rannategevuste ja väikelastega perede tegevuste osas.

Kolmandik Kihnu saart külastanud uuringus osalejatest tundis saarel viibides millestki puudust. Eelkõige nähti vajadust rohkemate söögikohtade järele, samuti sooviti rohkem aktiivseid ning lastele ja noortele suunatud tegevusi. Võiks olla ka parem mobiililevi ja ujumiskohad ning parem info kättesaadavus.

### 3.4. Reisijärgne käitumine

Pea kolmveerand Kihnu saare külastajaid on valmis peale oma reisi ka teenusepakkujatele tagasisidet andma. Eelistatuimaks viisiks on sealjuures tagasiside andmine otse teenusepakkujale, kas elektroonselt, e-kirjaga, paber kandjal, suuliselt vm viisil (joonis 44).

Nii Google't kui broneerimisplatvormide kasutab tagasiside andmiseks veidi üle viiendiku, Tripadvisorit mainis 1%.

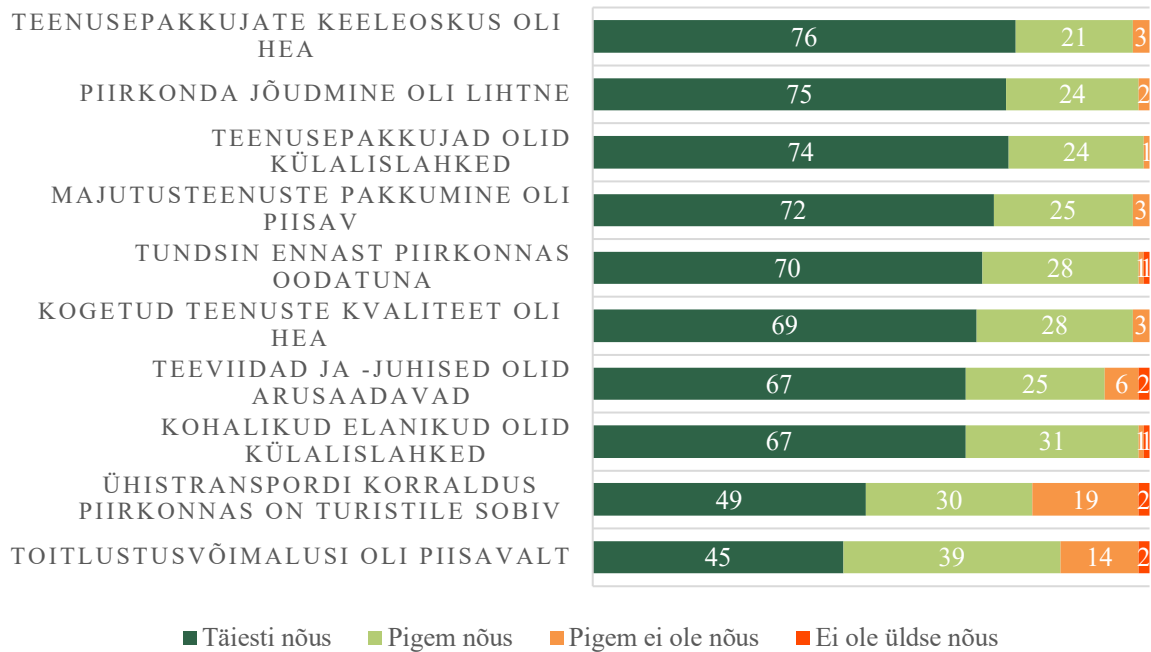


Joonis 44. Teenusepakkujatele tagasiside andmise eelistused (% , n=73)

Kõigist Kihnu saare külastajatest (k.a need, kes üldiselt teenusepakkujale tagasisidet ei anna) ei soovi 57% tagasiside andmise korral sellele vastust. Nii positiivse kui negatiivse tagasiside andmisel soovivad vastust saada 26% ning vaid negatiivse tagasiside andmisel 15%.

Külastajad hindasid enda kogemuse põhjal väiteskaalal erinevaid Kihnu saare aspekte (joonis 45). Oma Kihnu saare külastusele tagasi vaadates hindavad uuringus osalejad kõige kõrgemalt

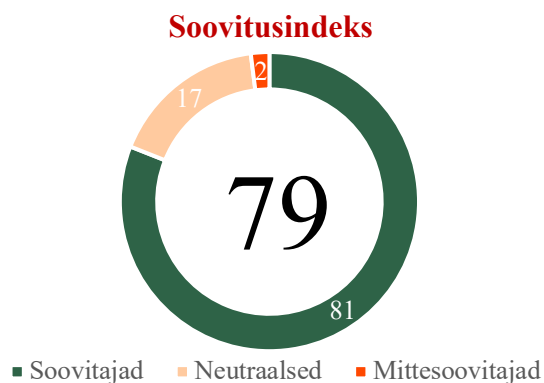
kohalike teenusepakkujate keeleoskust ja külalislahkust, piirkonda jõudmise lihtsust ja majutusteenuse pakkumise piisavust. Samuti tunti ennast saarel oodatud külalisena ning peeti heaks ka kogetud teenuste kvaliteeti. Seevastu kõige kriitilisemad oldi ühistranspordi korralduse turistidele sobivuse ja toitlustusvõimaluste piisavuse osas.



Joonis 45. Hinnangud Kihnu saare külastuse erinevatele aspektidele (% , n= kokkupuudet omanud vastajad)

Tulevikus soovib Kihnu saart kindlasti uuesti külastada 68% vastajatest, pigem sooviks seda teha 21%, pigem ei sooviks 3% ning 8% ei oska veel selles osas seisukohta võtta.

Oma sõbrale või heale tuttavale soovitaks Kihnu saare külastamist 81% uuringus osalejatest (joonis 46). Kihnu saare soovitusindeksiks kujunes 79%.



Joonis 46. Kihnu saare külastajate soovitusindeks (n=101)

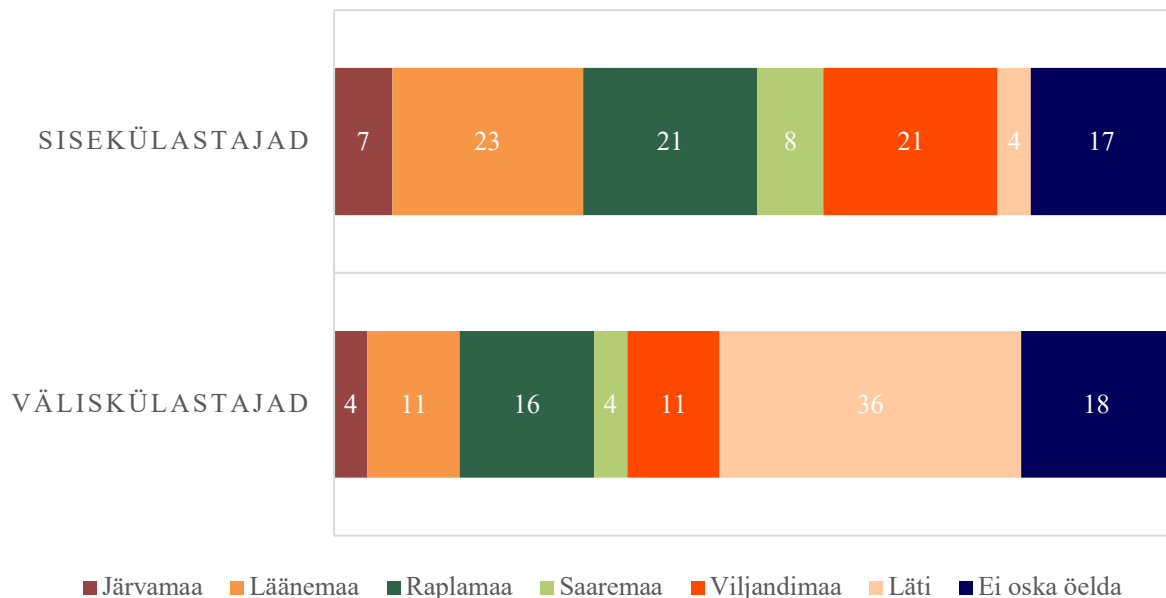
## 4. Sise- ja väliskülastajad

### 4.1. Sise- ja väliskülastajate taust

Siseküllastajad moodustasid valimist 80% ja väliskülastajad 20%.

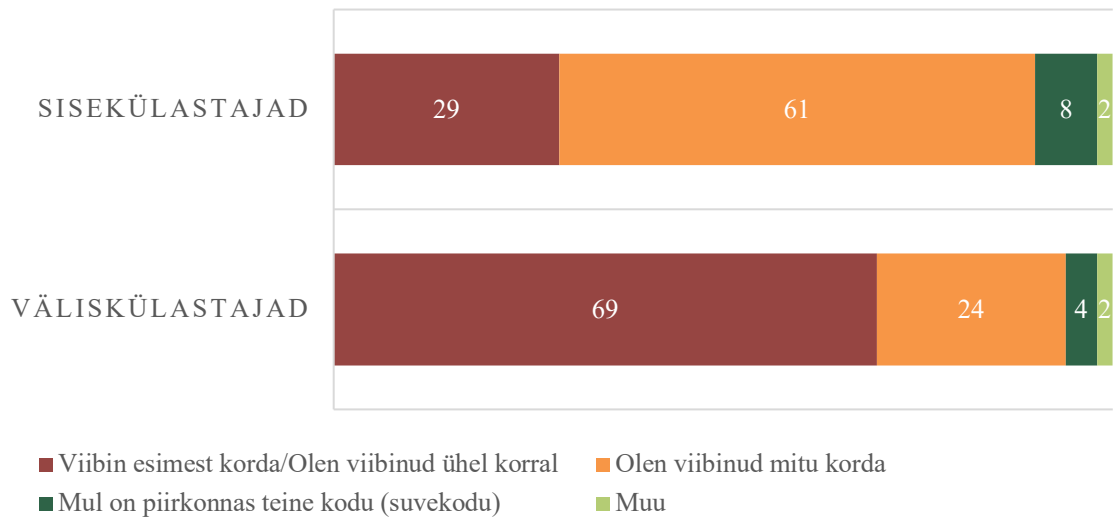
Siseküllastajatest 9% oli vanuses 18–25, 35% 26–40, 29% 41–55 ja 26% üle 55 aasta. Välisküllastajatest olid 18–25-aastased 9%, 26–40-aastased 40%, 41–55-aastased 38% ja vanemad kui 55-aastased 13%.

Siseküllastajad saabusid Audru või Tõstamaa osavaldale või Kihnu saarele kõige sagedamini Lääne- ja Viljandimaa kaudu, välisküllastajad aga Lätist (joonis 47).



Joonis 47. Piirkonda saabumise suund (% , n=225)

Uuringus osalenud siseküllastajatest olid üle 60% piirkonna korduvküllastajad, välisküllastajatest aga ligi 70% esmaküllastajad (joonis 48).

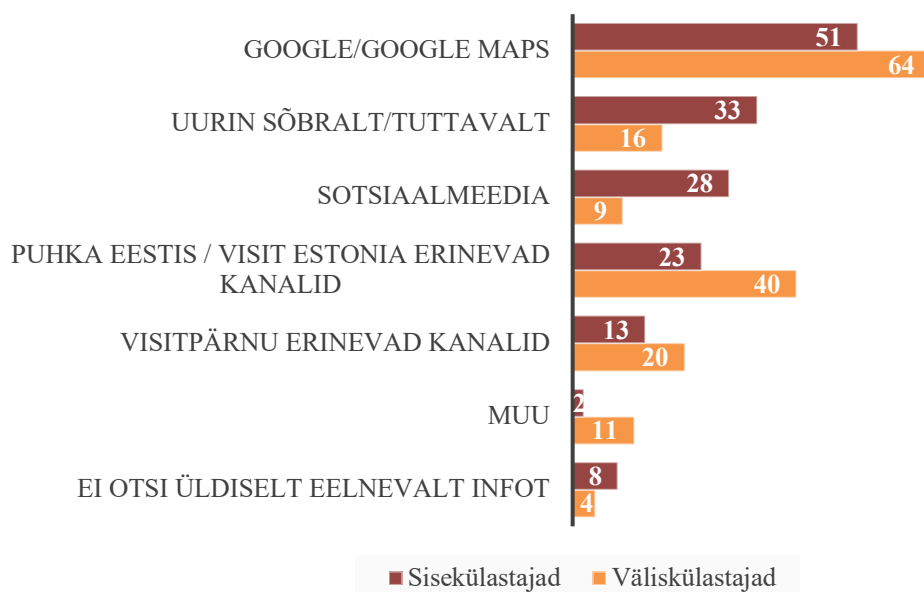


Joonis 48. Varasem viibimine Audru, Tõstamaa või Kihnu piirkonnas (% , n=225)

Sisekülastajatest 95% oli viibinud varem piirkonnas suvel, 31% kevadel, 29% sügisel ning 14% talvisel ajal. Väliskülastajate seas oli korduvkülastajaid varasemate külastuse aastaegade välja toomiseks liiga vähe (n=11).

#### 4.2. Külastuse planeerimine

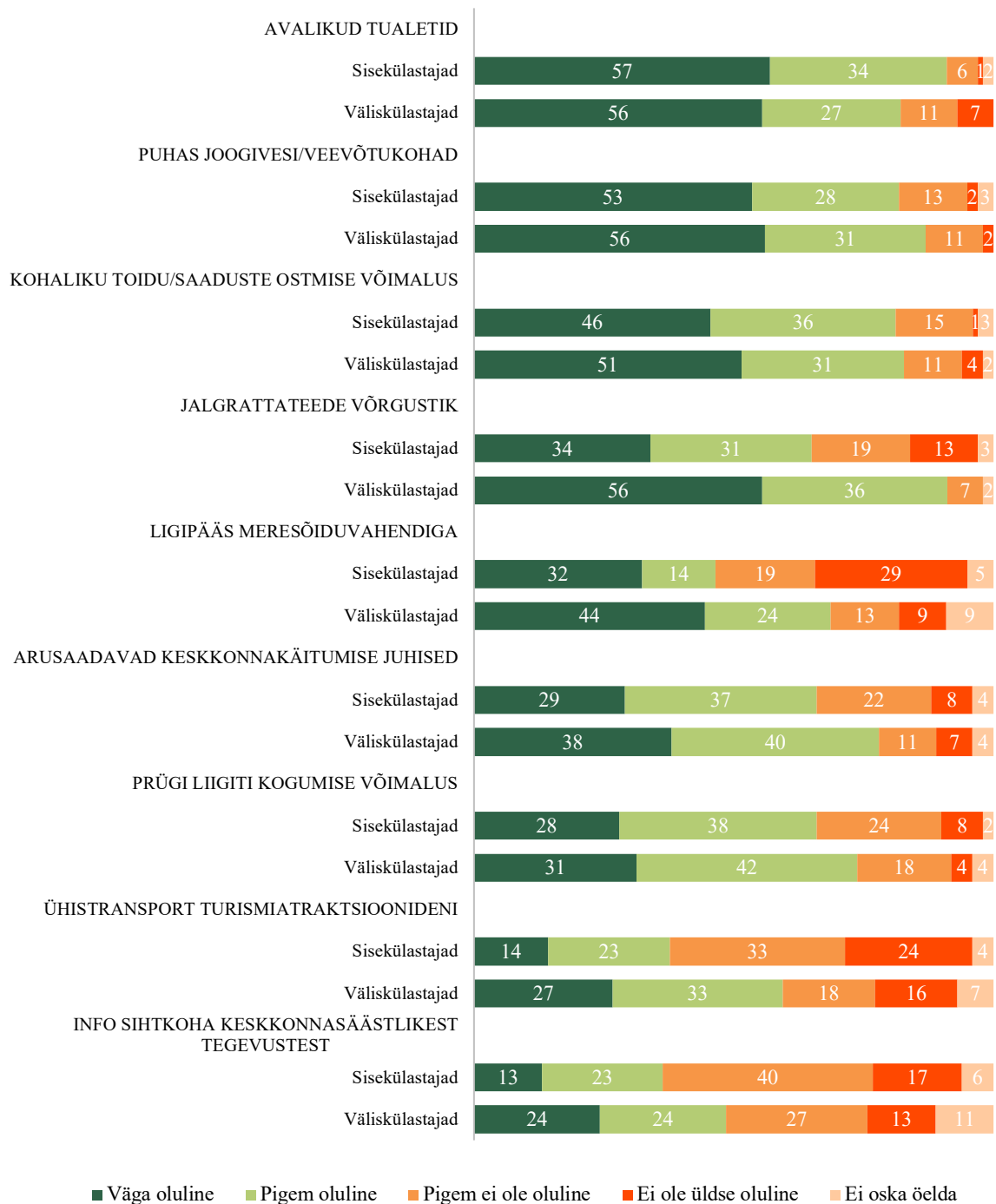
Kahe peamise infokanali seas, mille kaudu eelistatakse otsida infot külastatava piirkonna kohta, mainisid nii sise- kui väliskülastajad enim Google't või Google Mapsi (joonis 49).



Joonis 49. Peamised külastatava piirkonna kohta info otsimise kanalid (% , kuni 2 vastust, n=225)

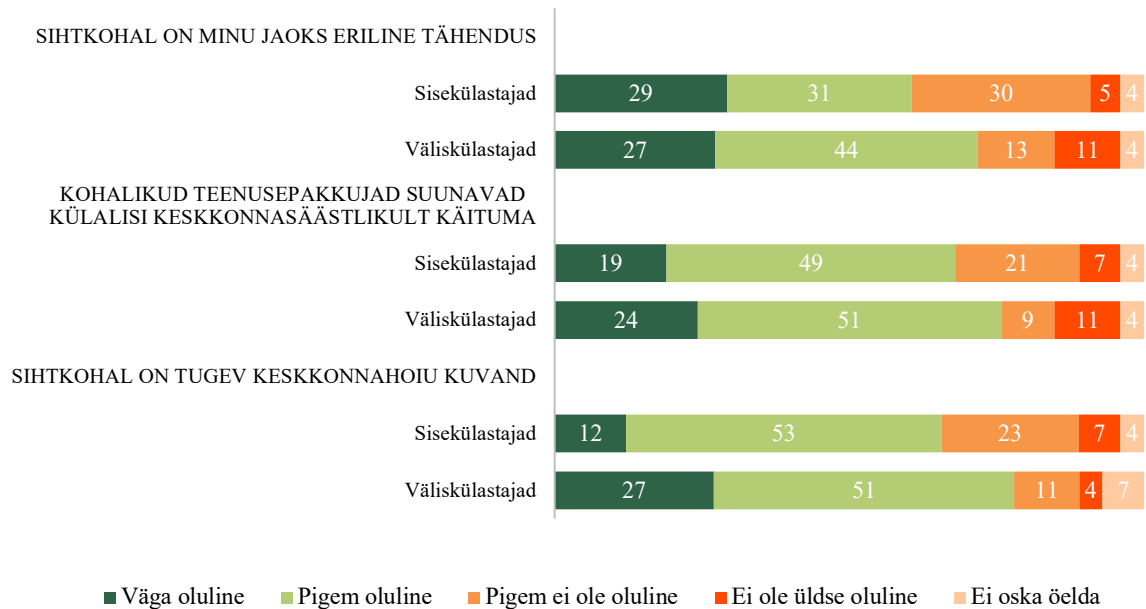
Sisekülastajate puhul järgnes sellele sõpradelt ja tuttavatelt ning sotsiaalmeediast info uurimine, väliskülastajate puhul aga Visit Estonia erinevad kanalid.

Reisisihtkoha kestlikest tegevustest ja võimalustest peavad nii sise- kui väliskülastajad endi jaoks üldiselt kõige tähtsamateks avalike tualettide ja puhta joogivee ning veevõtukohtade olemasolu, väliskülastajad lisaks samavõrra ka jalgrattateede võrgustikku (joonis 50).



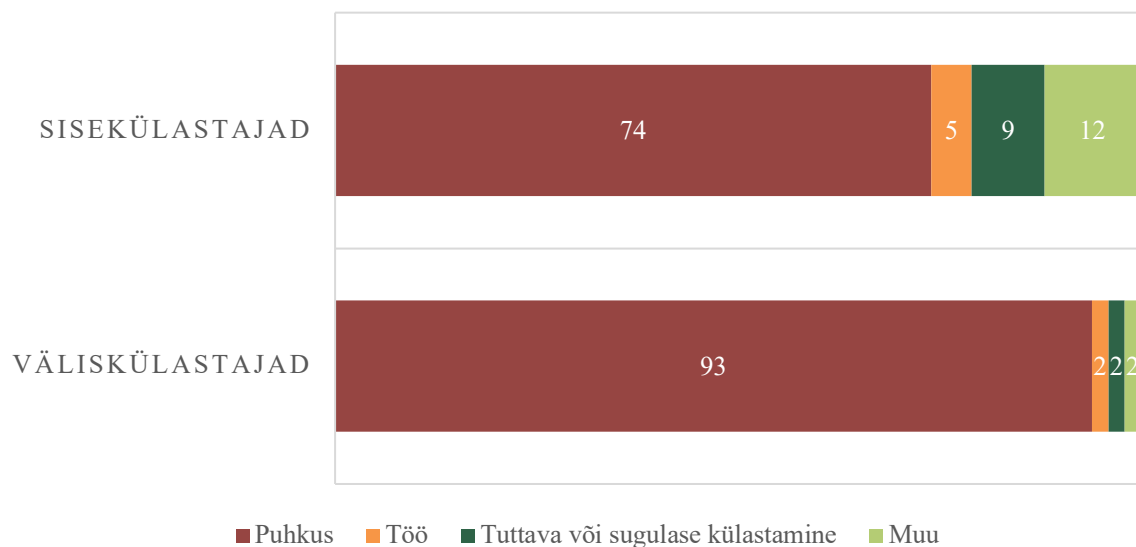
Joonis 50. Reisisihtkohas olevate tegevuste ja võimaluste üldine olulisus (% , n=225)

Kohalike teenusepakkujate külaliste keskkonnasäästlikult käituma suunamine, sihtkoha tugev keskkonnahoiu kuvand ning eriline tähendus on reisisihtkoha valimisel väga või pigem olulised tegurid sagedamini välis- kui sisekülastajatele (joonis 51).



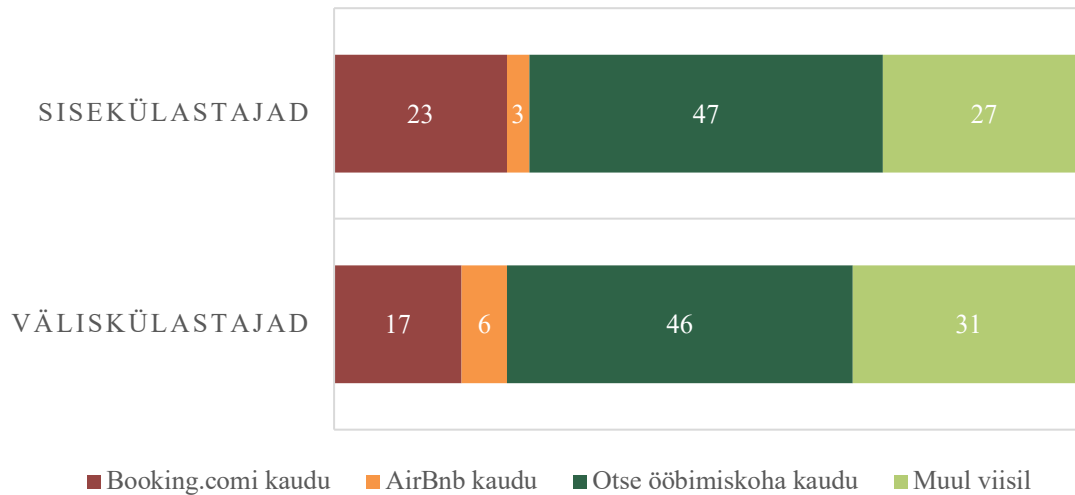
Joonis 51. Erinevate tegurite olulisus reisisihtkoha valimisel (% , n=225)

Enam kui 90% väliskülastajatest on reisi eesmärgiks olnud puhkus, sisekülastajate puhul tuleb selle kõrval rohkem esile ka muid reisimise põhjuseid (joonis 52).



Joonis 52. Viimase Audru, Tõstamaa või Kihnu piirkonna külastuse eesmärk (% , n=225)

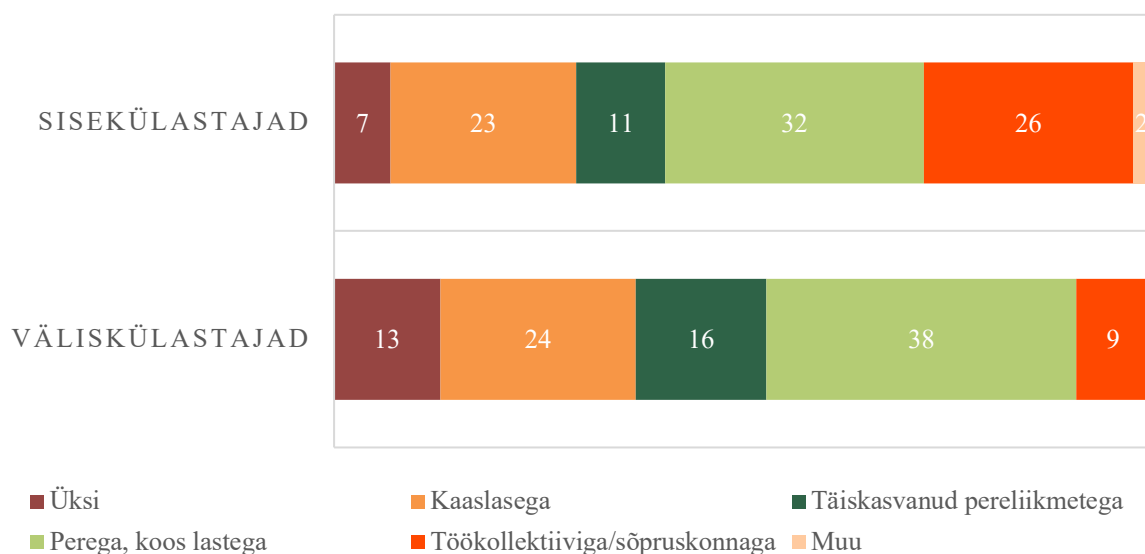
Nii piirkonnas ööbinud sise- kui välisküllastajad broneerisid oma majutuskoha kõige sagedamini otse ööbimiskoha kaudu (joonis 53). Booking.comi kasutasid sagedamini sise- ja muid viise välisküllastajad.



Joonis 53. Piirkonnas ööbijate majutuskoha broneerimise viis (% , n=153)

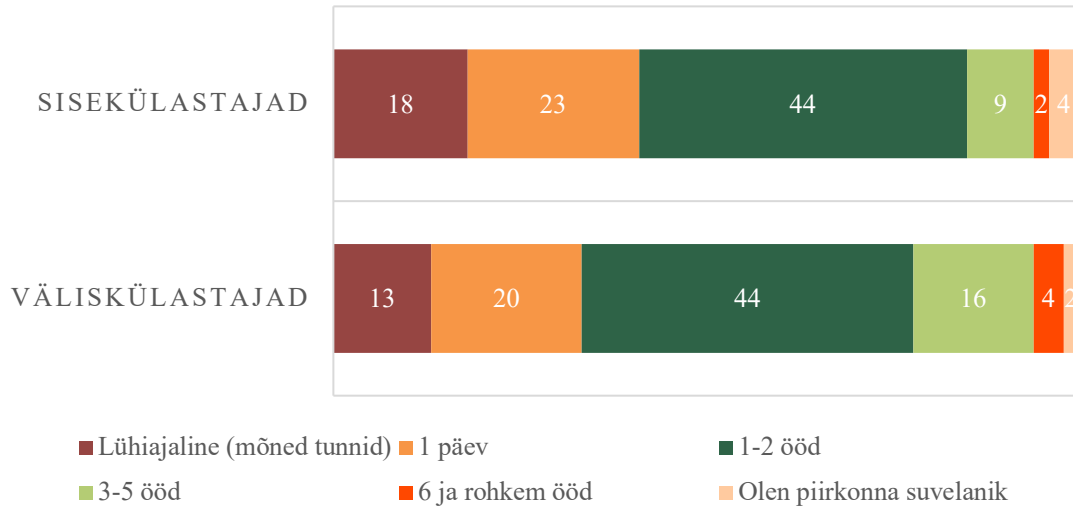
### 4.3. Piirkonnas kohapeal viibimine

Viimane Audru, Tõstamaa või Kihnu külastus toimus siseküllastajatel kõige sagedamini koos pere ja laste või sõpruskonna ning töökollektiiviga, välisküllastajad reisisid enim lastega peredena või koos kaaslasega (joonis 54).



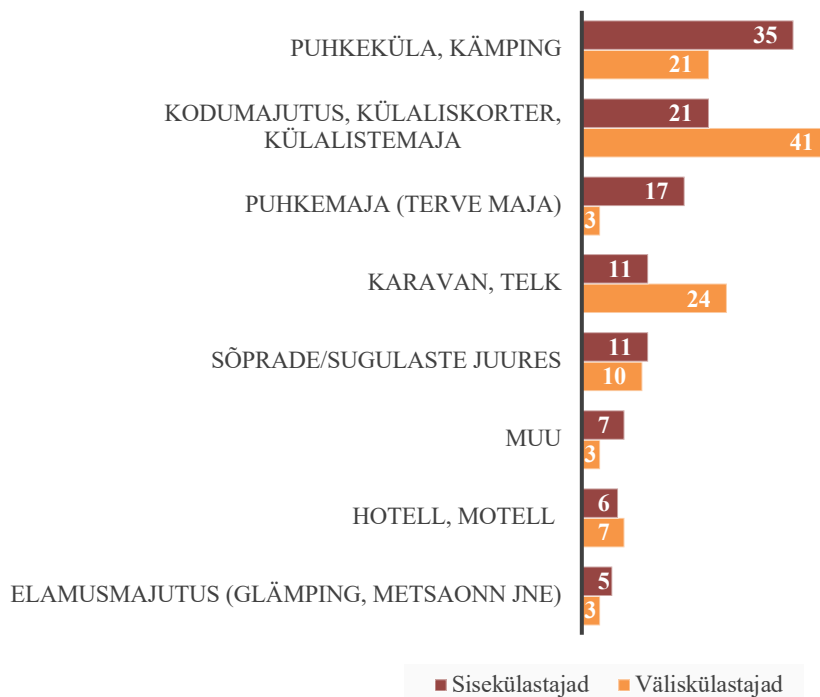
Joonis 54. Viimase Audru, Tõstamaa või Kihnu külastuse reisikaaslased (% , n=225)

Nii sise- kui väliskülastajaid viibisid viimase külastuse käigus piirkonnas kõige sagedamini 1–2 kaks ööd, sisekülastajatel olid enam levinud lühiajalised ja väliskülastajatel 3–5 öö pikkused reisirid (joonis 55).



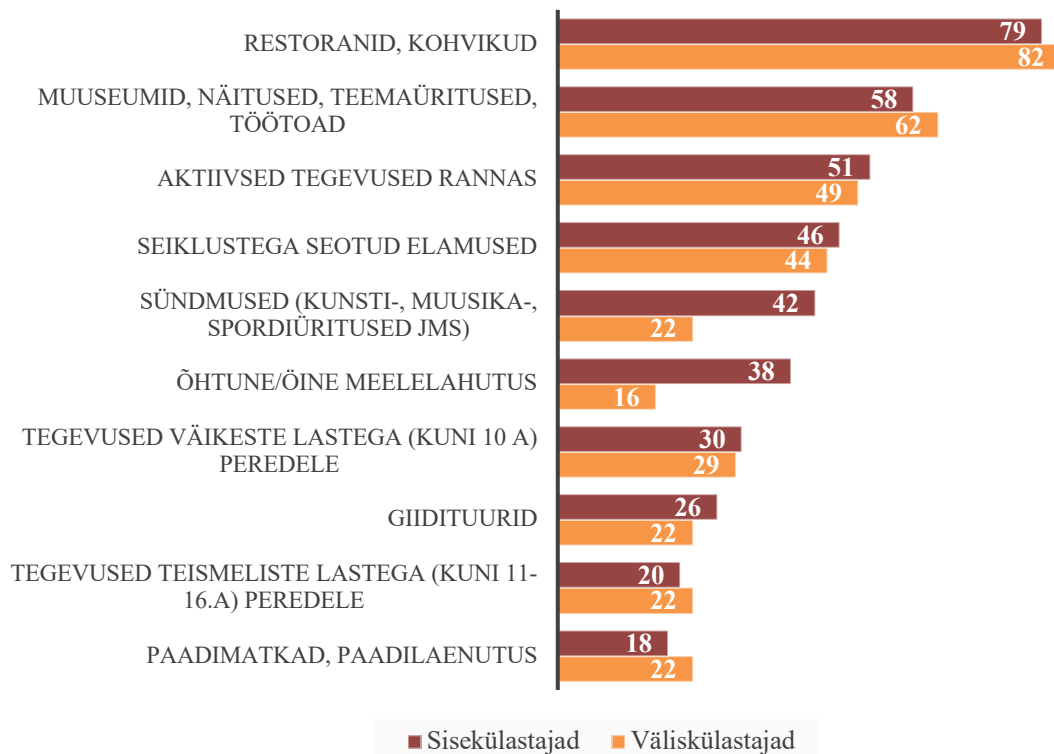
Joonis 55. Viimase Audru, Tõstamaa või Kihnu külastuse kestus (% , n=225)

Sisekülastajatest ööbijate enim levinud majutuskohaks on puhkeküla või kämping, väliskülastajatel aga kodumajutus, külaliskorter või külalistemaja (joonis 56).



Joonis 56. Viimase Audru, Tõstamaa või Kihnu piirkonna külastuse majutuskohas (% , n=153)

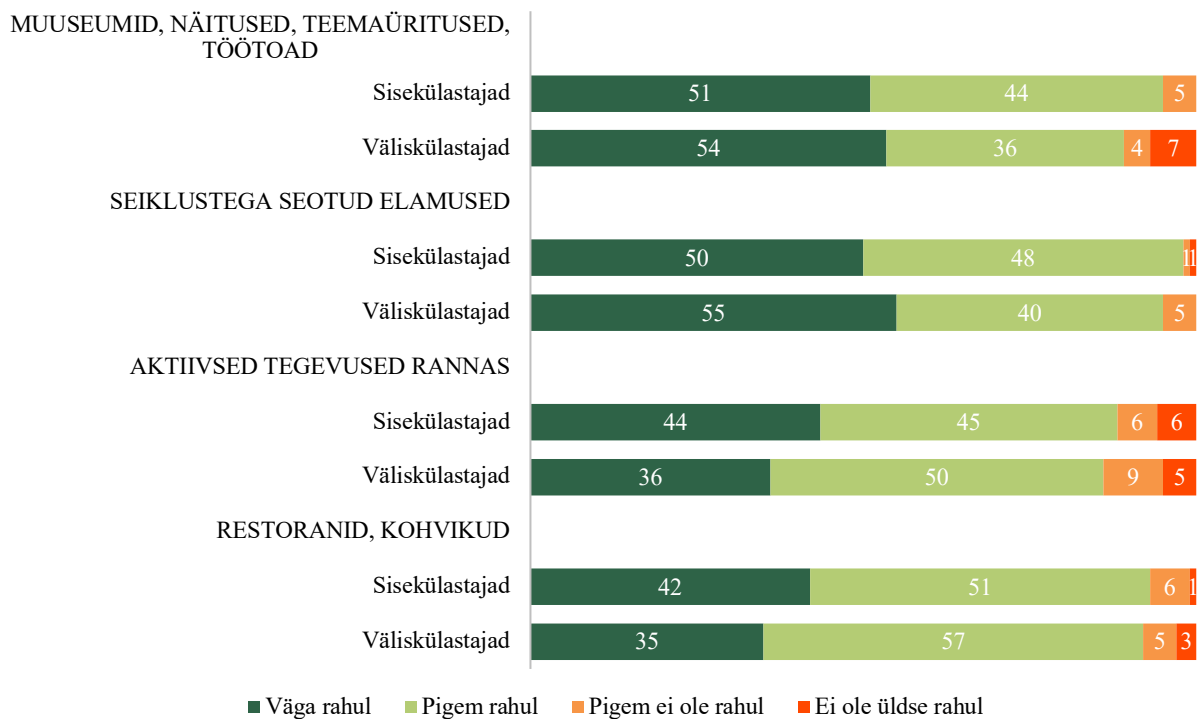
Viimase Audru, Tõstamaa või Kihnu külastuse enim levinud tegevus oli nii sise- kui väliskülastajatel kohvikute ja restoranide külastamine, millega oli kokku puutunud ligi 80% reisijatest (joonis 57). Sise- ja väliskülastajate teenuste tarbimine sihtkohas on olnud üsna sarnane. Eesti siseturistid olid oluliselt enam käinud vaid kohalikel kultuuri- või muudel sündmustel ning osalenud öises meelelahutuses.



Joonis 57. Viimasel külastusel kasutatud teenused ja aktiivsed tegevused (% , n=225)

Viimasel külastusel kasutatud teenuste ja aktiivsete tegevustega jäädgi üldiselt rahule (joonis 58).

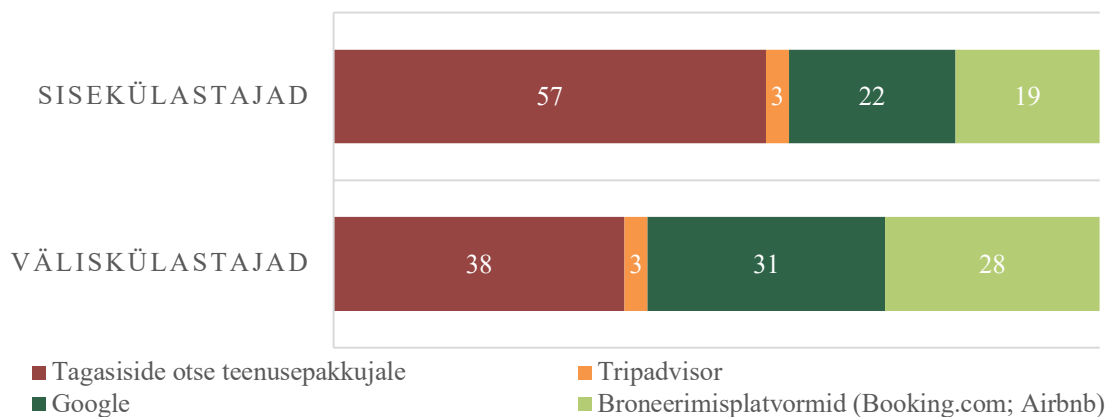
Väga rahulolevad olid nii sise- kui väliskülastajad enim muuseumide, näituste, teemaürituste ja töötubade ning restoranide ja kohvikute külastamise ning seiklustega seotud elamustega. Enim rahulolematust väljendati aga aktiivsete tegevustega rannas.



Joonis 58. Rahulolu viimase külastuse teenuste ja aktiivsete tegevustega (%), n=kokkupuudet omanud vastajad, keda oli vähemalt 20. Giidituuride, paadimatkade/paadilaenutuse, sündmuste, õhtuse/öise meelelahutuse, väikelaste ja teismelistega perede tegevuste puhul oli vastajaid analüüsiks liiga vähe.)

#### 4.4. Reisijärgne käitumine

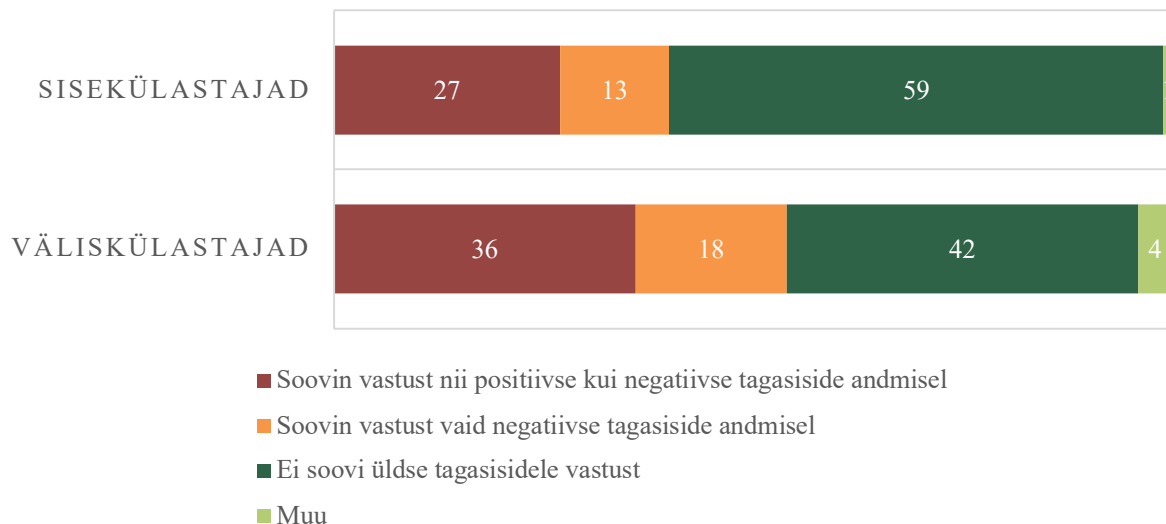
Sisekülastajatest 69% ja väliskülastajatest 64% on valmis peale oma reisi ka teenusepakkujatele tagasisidet andma. Eelistatuimaks viisiks oma reisi kohta teenusepakkujatele tagasiside andmiseks on nii sise- kui välituristide puhul suhtlemine otse teenusepakkujaga, kas elektroonselt, e-kirjaga, paber kandjal, suuliselt vm viisil (joonis 59).



Joonis 59. Teenusepakkujatele tagasiside andmise eelistused (%), n=tagasiside andmiseks valmisolijad)

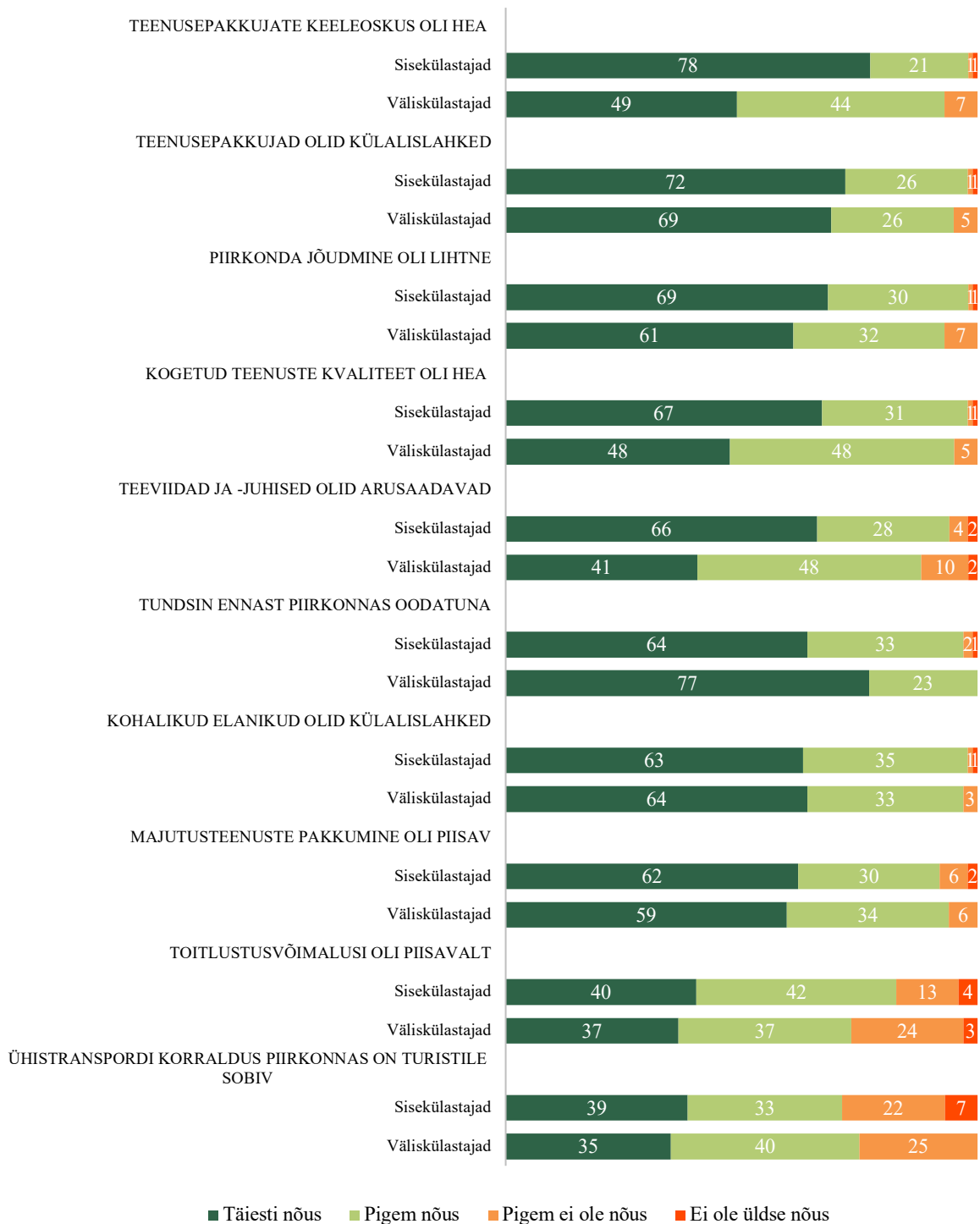
Välisküllastajate puhul on tagasiside andmisel rohkem levinud ka Google'i ja broneerimisplatvormide kasutamine.

Kõigist Audru, Tõstamaa ja Kihnu siseküllastajatest (k.a need, kes üldiselt teenusepakkujale tagasisidet ei anna) ei soovi 59% tagasiside andmise korral sellele vastust (joonis 60). Välisküllastajate puhul on teenusepakkujalt tagasiside saamise soov suurem nii ainult negatiivse kui ka nii positiivse kui negatiivse tagasiside andmise korral.



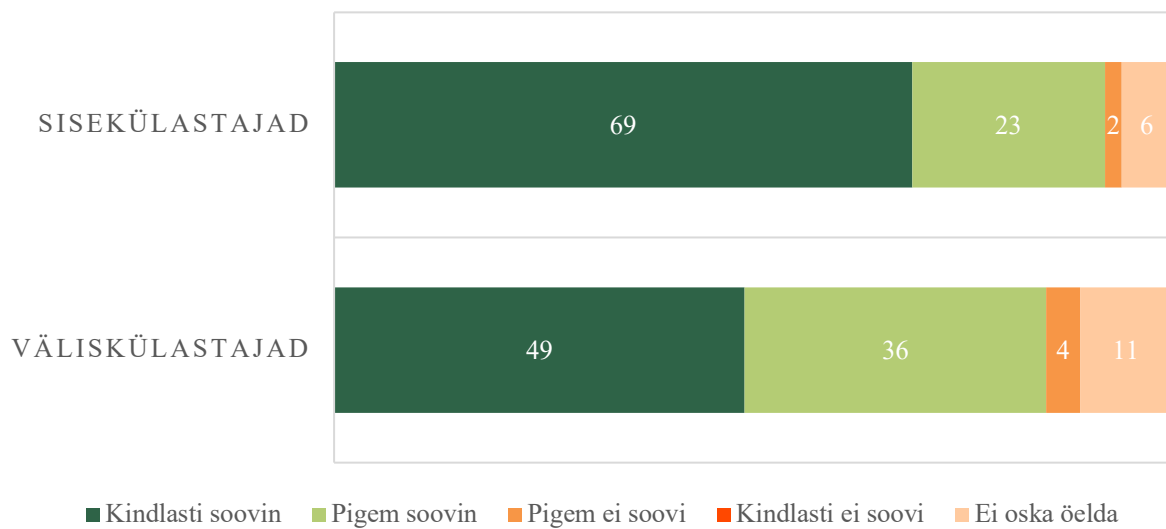
Joonis 60. Teenusepakkujatelt tagasiside saamise eelistused (% , n=225)

Küllastajad hindasid enda kogemuse põhjal väiteskaalal erinevaid Audru, Tõstamaa või Kihnu piirkonna aspekte. Oma küllastusele tagasi vaadates hindavad uuringus osalenud siseturistid kõige kõrgemalt kohalike teenusepakkujate külalislahkust ja keeleoskust, välituristid tundsid aga ennast sagedamini oodatuna ning arvasid samuti, et teenusepakkujad on külalislahed (joonis 61). Kõige kriitilisemad olid siseküllastajad ühistranspordi korralduse turistidele sobivuse ja välisküllastajad toitlustusvõimaluste piisavuse osas.



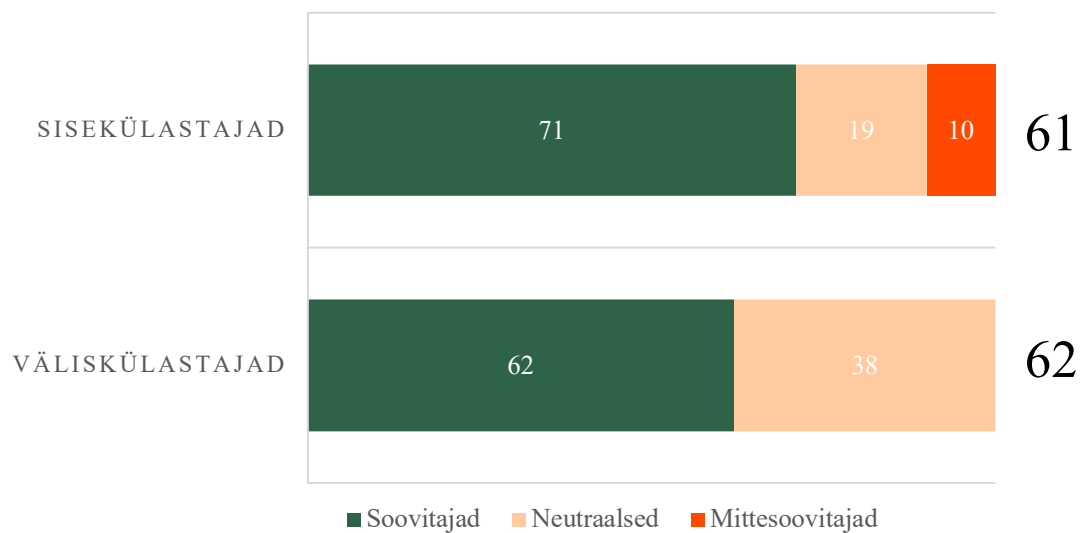
Joonis 61. Hinnangud Audru, Tõstamaa või Kihnu külastuse erinevatele aspektidele (%; n= kokkupuudet omanud vastajad)

Tulevikus soovib siseturistidest Audru, Tõstamaa või Kihnu piirkonda kindlasti uuesti külastada 69% ning väliskülastajatest 49% (joonis 62).



Joonis 62. Soov Audru, Tõstamaa või Kihnu piirkonna tulevikus uuesti külastada (% , n= 225)

Oma sõbrale või heale tuttavale soovitaks piirkonna külastamist 71% sise- ja 62% väliskülastajatest (joonis 63). Piirkonna soovitusindeksiks kujunes siseturistidel 61% ja väliskülalistel 62%.



Joonis 63. Piirkonna külastajate soovitusindeks (n=225)

## LISA 1 – Küsitlusankeet

### TAUST

**1. Mis on Teie elukohariik?**

1. Eesti
2. Läti
3. Leedu
4. Soome
5. Saksamaa
6. Muu, palun täpsustage...

**2. Palun märkige, millisesse vanusevahemikku Te kuulute.**

1. 18–25 aastat
2. 26–40 aastat
3. 41–55 aastat
4. üle 55 aasta

**3. Mis suunast saabusite Audru/Kihnu/Häädemeeste piirkonda?**

1. Järvamaa
2. Läänemaa
3. Raplamaa
4. Saaremaa
5. Viljandimaa
6. Läti
7. Ei oska öelda

**4. Mis piirkonda peamiselt külastate/külastasite (viibite/viibisite kõige kauem)?**

1. Audru
2. Häädemeeste
3. Kihnu

*Palun vastake järgnevatele küsimustele lähtuvalt valitud piirkonnast*

**5. Mitu korda olete viibinud \_\_\_ piirkonnas?**

1. Viibin siin esimest korda/Olen siin viibinud ühel korral
2. Olen siin viibinud mitu korda
3. Mul on piirkonnas teine kodu (nt suvekodu)
4. Muu, palun täpsustage...

*Kui küsimus nr 5=2*

**6. Millistel aastaegadel olete varem \_\_\_ piirkonda külastanud?  
(mitu vastusevarianti)**

1. Suvel
2. Sügisel
3. Talvel
4. Kevadel
5. Ei oska öelda/ei mäleta

## PLANEERIMINE

### 7. Milliste infokanalite kaudu eelistate peamiselt otsida infot külastatava piirkonna kohta? *(Palun märkige kuni 2 peamist kanalit)*

1. Sotsiaalmeedia (Instagram, Facebook)
2. Google/Google Maps
3. VisitPärnu erinevad kanalid (sh. koduleht, Facebook, Instagram)
4. Puhka Eestis / Visit Estonia erinevad kanalid (sh. koduleht, Facebook, Instagram)
5. Uurin sõbralt/tuttavalt
6. Muu, palun täpsustage...
7. Ei otsi üldiselt eelnevalt infot

### 8. Palun nimetage mõni märksõna või küsimus, mida kasutasite info otsimisel \_\_\_ piirkonna kohta?

....

Ei oska öelda/ei mäleta

### 9. Kuidas broneerisite piirkonnas ööbimise korral majutuskoha?

1. Booking.comi kaudu
2. AirBnb kaudu
3. Otse ööbimiskoha kaudu (telefoni teel, veebist vms)
4. Muul viisil, palun täpsustage.
5. Ei ööbinud piirkonnas

### 10. Kuivõrd oluline on üldiselt Teie jaoks järgmiste tegevuste ja võimaluste olemasolu reisisihtkohas?

	Väga oluline	Pigem oluline	Pigem ei ole oluline	Ei ole üldse oluline	Ei oska öelda
Avalikud tualetid					
Puhas joogivesi, sh joogivee võtmise kohad					
Arusaadavad keskkonnakäitumise juhised					
Prügi liigiti kogumise võimalus					
Kohaliku toidu / kohapeal kasvatatud saaduste ostmise võimalus					
Info sihtkoha tegevustest keskkonnasäästlikkuse valdkonnas, sh keskkonnamärgiste olemasolu (Roheline Sihtkoht, Green Key, Europarc vms)					
Jalgrattateede võrgustik					

Ühistranspordi võimalus turismitraktsioonideni jõudmiseks					
Ligipääs sihtkohta meresõiduvahendiga (sadam)					

### 11. Kuivõrd olulised on üldiselt Teie jaoks reisisihtkoha valimisel järgmised tegurid?

	Väga oluline	Pigem oluline	Pigem ei ole oluline	Ei ole üldse oluline	Ei oska öelda
Kohalikud teenusepakkujad suunavad külalisi keskkonnasäästlikult käituma (selged juhised, teenused jms)					
Sihtkohal on tugev keskkonnahoiu kuvand					
Sihtkohal on minu jaoks eriline tähendus					

### 8. Mis eesmärgil Te seekord/viimati \_\_\_ piirkonda tulite?

1. Töö
2. Puhkus
3. Tuttava või sugulase külastamine
4. Muu, palun täpsustage...

### 9. Mis oleks muutnud viimase või käesoleva \_\_\_ külastuse planeerimise Teie jaoks mugavamaks / sujuvamaks?

....

Ei oska öelda

## KOHAPEAL VIIBIMINE

### 10. Kellega koos külastate sel korral/külastasite viimati \_\_\_ piirkonda?

1. Üksi
2. Kaaslasega
3. Täiskasvanud pereliikmetega
4. Perega, koos lastega
5. Töökollektiiviga/sõpruskonnaga
6. Muu, palun täpsustage...

### 11. Kui kaua kestab Teie seekordne või kestis viimane külastus \_\_\_ piirkonda?

1. Lühiajaline (mõned tunnid)
2. 1 päev
3. 1-2 ööd
4. 3-5 ööd
5. 6 ja rohkem ööd
6. Olen piirkonna suvelanik

**Kui küsimus nr 11=3-5**

**12. Millist tüüpi majutuskohas ööbisite? (võite valida mitu mitu vastusevarianti)**

1. Hotell, motell
2. Puhkeküla, kämping
3. Karavan, telk
4. Elamusmajutus (glämping, metsaonn jne)
5. Puhkemaja (terve maja)
6. Kodumajutus, külaliskorter, külalistemaja
7. Sõprade/sugulaste juures
8. Muu, palun täpsustage

**13. Milliseid teenuseid ja aktiivseid tegevusi kasutasite seekordsel või viimasel \_\_\_\_ külastusel piirkonnas kohapeal ja kuidas nendega rahule jäite?**

	Väga rahul	Pigem rahul	Pigem ei ole rahul	Ei ole üldse rahul	Ei kasutanud seda teenust
Giidituurid (loodus, kultuur, ajalugu jms)					
Paadimatkad, paadilaenus					
Restoranid, kohvikud					
Seiklustega seotud elamused					
Muuseumid, näitused, teemaüritused, töötoad					
Sündmused (kunst-, muusika-, spordiüritused jms)					
Aktiivsed tegevused rannas					
Õhtune/öine meelelahutus					
Tegevused väikeste lastega (kuni 10 a) peredele					
Tegevused teismeliste lastega (kuni 11-16.a) peredele					

**14. Millistest võimalustest/teenustest/tegevustest tundsite \_\_\_\_ piirkonnas viibides puudust?**

....

Ei tundnud millestki puudust

**REISIJÄRGNE**

**15. Milline järgnevatest on Teie esimene valik teenusepakkujale tagasiside andmiseks?**

1. Tagasiside otse teenusepakkujale (elektroonselt, e-kirjaga, paberkandjal, suuliselt)
2. Tripadvisor
3. Google
4. Broneerimisplatvormid (Booking.com; Airbnb)
5. Ma üldiselt ei anna tagasisidet
6. Muu, palun täpsustage...

**16. Millisel juhul soovite saada teenusepakkujalt enda tagasisidele vastust?**

1. Soovin vastust nii positiivse kui negatiivse tagasiside andmisel
2. Soovin vastust vaid negatiivse tagasiside andmisel
3. Ei soovi üldse tagasisidele vastust
4. Muu, palun täpsustage...

**17. Kuivõr nõustute oma \_\_\_ piirkonna külastuse põhjal järgnevate väidetega?**

	Täiesti nõus	Pigem nõus	Pigem ei ole nõus	Ei ole üldse nõus	Ei oska öelda
Teenusepakkujad olid külalislahked					
Kohalikud elanikud olid külalislahked					
Teenusepakkujate keeleoskus oli hea					
Teeviidad ja -juhised olid arusaadavad					
Kogetud teenuste kvaliteet oli hea					
Piirkonda jõudmine oli lihtne (teedevõrgustik, transpordiühendused jms)					
Majutusteenuste pakkumine oli piisav					
Toitlustusvõimalusi oli piisavalt					
Ühistranspordi korraldus piirkonnas on turistile sobiv					
Tundsin ennast piirkonnas oodatuna					

**18. Kas soovite ... piirkonda tulevikus uuesti külastada?**

1. Kindlasti soovin
2. Pigem soovin
3. Pigem ei soovi
4. Kindlasti ei soovi
5. Ei oska öelda

**19. Kas Te soovitaksite ... piirkonna külastamist oma sõbrale või heale tuttavale?**

*Palun andke oma hinnang 10-palli skaalal, kus 0 - "üldse ei soovita" ja 10 "kindlasti soovitan"*