



Lõuna-Soome ja Eesti Interreg III A programm 2000–2006

Projekt **KUTUR** kuurordi-, kultuuri- ja turismiprojekt 2005–2006

Loometurism kui võimalik sihtkoha arendamise suund Pärnu näitel

Autorid:

Heli Müristaja, TÜ Pärnu kolledž, heli.muristaja@ut.ee

Kaija Lindroth, Porvoo Polütehniline Instituut, lindroth.kaija.lindroth@helia.fi

Jarmo Ritalahti, Porvoo Polütehniline Instituut, jarmo.ritalahti@helia.fi

Johanna Olkanen, Porvoo Polütehniline Instituut, johanna.olkanen@helia.fi

Ulla-Maija Rouhiainen, Porvoo Polütehniline Instituut, ulla-maija.rouhiainen@helia.fi

2006

SISUKORD

Loometurism kui võimalik sihtkoha arendamise suund Pärnu näitel.....	2
Sissejuhatus ja võtmemõisted.....	4
Loovus (creativity).....	4
Loometurism (creative tourism).....	6
Pärnu kui turismisihtkoha arengulugu.....	7
Uurimismeetod	10
Uuringu tulemused.....	13
Külastaja ootused.....	13
Pärnu kui sihtkoha tõmbetegurid.....	14
Pärnu linnakeskkond.....	16
Pärnu turismitoote kitsaskohad.....	17
Võõrustaja-külastaja vahelised suhted.....	21
Sihtkoha turundus ja avalikud suhted.....	23
Pärnu kui turismisihtkoha arenguohud.....	24
Arutelu ja järeldused.....	26
Viidatud kirjandus.....	30

Sissejuhatus ja võtmemõisted

Kaasaja ühiskond liigub sellise majanduse suunas, kus inimeste kultuuripädevus koos inim- ja organisatsiooni loovusega on peamised juhtivad jõud. Organisatsioonid hakkavad pisitasa üle saama vanast uskumusest, et loovus ja äri on vastandlikud jõud. Loovust ja uuendusmeelsust määratletakse paljude ettevõtete juhtimisstrateegiatel peamiste võtmeteguritena. Täna majanduses aitab edu saavutada loovuse kombineerimine äritegevusega.

Kultuuri- ja ärivaldkonna omavaheline suhtlemise tasand ning üksteisest arusaamine on muret tekitavateks teguriteks. Traditsiooniliselt räägivad need kaks erinevat keelt, kuid selge on see, et nad muutuvad üksteisest üha rohkem sõltuvaks. Tekkinud on uued kontseptsioonid loovast heaoluühiskonnast ning loovatest strateegiatest. Parim koostöö äriinimeste ning kunstitegijate vahel on pidev õppimisprotsess ning pädevuste vahetamine, kus peamiseks siduvaks teguriks ei ole raha.

Wilenius (2004, 14-17) jagab kultuurilise teadmise kolme valdkonda:

- 1) oskus arendada huvitavaid, esteetilisi ja erilisi tooteid, mis põhinevad kultuurilisel kapitalil,
- 2) oskus interpreteerida ja kasutada nii oma- kui ka võõrkultuuri kultuurilise kapitali edendamiseks ning
- 3) loovust ja uuenduslikke lahendusi toetavad organisatsioonikultuurid.

Lisaks näeb ta oluliselt rolli võrgustikel (2004, 28), mis toimivad kui sotsiaalsed organisatsioonid uues globaalses võrgustunud ühiskonnas. Viimase kõige märkimisväärsemaks komponendiks on kultuuripädevus ja juhtivaks jõuks aga loovus, peamine väljakutse seisneb olemasolevate lahenduste ümbermõtestamises ning uuenduste loomises.

Koos teiste arenenud maadega liiguvad nii Eesti kui ka Soome tööstusühiskondadest võrgustikuühiskonna poole. Taoline muutus on põhjendatav kultuuriliselt: tekkiva võrgustikuühiskonna peamiseks ressursiks on intellektuaalne kapital – inimlikud omadused, informatsioon, oskused, kogemused ja loovus, mis aitavad suurendada sotsiaalset kapitali. Nii äriettevõtete kui ka ühiskondade edu sõltub aina enam sellest, kui uuenduslikud nad on ja kas nad on valmis looma uusi tootekontseptsioone, mis aitavad rahuldada inimeste vajadusi.

Viimasel ajal on nii Soomes kui ka Eestis ette võetud loomemajanduse kaardistamise ja analüüsiprotsesse, mille eesmärgiks on riigi majandus- ja kultuuripoliitika väljatöötamise abistamine ning selle efektiivsemaks toimimiseks soodsa keskkonna loomine. Strateegilised planeerijad näevad loomesektori arendamisega kaasnevat ka regiooni konkurentsivõime tõusu. Samuti otsitakse ühendusi kultuuri- ja turismiosaliste vahel.

Loovus (creativity)

Loovust võib määratleda mitmel erineval viisil. Oxford English Dictionary annab sõnale „creativity” vaste „leidlik, kujutlusvõimeline”. Mõistet aitab selgitada Chartrandi (1990, 2 viidatud Juutilainen 2005, 30 põhjal) poolt öeldu, et individuaalne loovus on miski, mis tekib kui üksikisik astub sammu väljapoole

traditsioonilist teadmist või tegemist. Shumpeteri järgi (*Ibid* 31) on uuendused ehk innovatsioonid tihedalt seotud ettevõtlikkusega, kuna ettevõtja isik, kes on täis ideid ja kes omab võimet inspireerida teisi inimesi. Veelgi enam, ettevõtja keeldub nägemast piire oma ettevõtlustegevustele.

Pine ja Gilmore (1999, 163-171) on kirjeldanud muutusi, mis on toimunud majanduses viimase kümendi jooksul järgnevalt: tooted ja teenused eraldiseisvana ei ole enam piisavad selleks, et rahuldada klientide muutuvaid vajadusi. Klient soovib elamust, mis laiendab tema seniseid kogemusi. Sellest tulenevalt võib väita, et kui aastaid on teenuste arendamise peamiseks suunaks olnud kliendikesksus, siis uued elamusteenused nõuavad ka kliendi isiklikku puudutust (*personal touch*). Pine ja Gilmore on kirjeldanud nihet elamusmajanduselt (*experience economy*) muundumise või teisenemise majandusele (*transformation economy*), kus isiklik pürgimus millegi suunas on peamisi arengupõhjuseid. Viimane omakorda nõuab teenuste loojatelt loovust ning sunnib neid otsima uusi võimalusi, kuidas luua teenuseid, mis vastaksid klientide vajadustele.

Florida arutleb oma raamatus „The Rise of the Creative Class“ (2002, 8) selle üle, et loomeklassi (*creative class*) roll ühiskonnas kasvab. Tegurid, mis ühendavad selliseid inimesi, on see, et neil on hea harid(t)uslik taust ning nende töö eesmärk on lahendada probleeme. Taoline uus loov klass hindab loovat keskkonda ning otsib teiste loovate inimeste seltskonda – loovus on tugevalt seotud kindla sotsiaalse keskkonnaga.

Vastavlt Floridale (2002, 243) mõjutab loov klass regiooni konkurentsivõimet. Iga regioon, kus on loova klassi liikmete suur kontsentratsioon, omab tugevat konkurentsieelist nende piirkondade ees, kus see puudub. Ta tõestas, et loova klassi koondumine toetab innovaatiliste keskuste loomist ning kõrgtehnoloogilise sektori kasvu.

Tuginedes rahvusvahelisele uuringule tõi Evans (Atlas 2005) välja mitmed mõtlemapanevad järeldused. Loomemajandust (*creative industry*) määratletakse maailmas kui teatud tüüpi majandusklastreid, mis on olemuselt katalüsaatorid selliste sektorite arendamiseks nagu finantsteenused, infokommunikatsioonitehnoloogia, *hi-tech*, biotehnoloogia, aidates samas kaasa regionaalse majanduse tugevdamisele. Loomemajanduse sektorite vahel toimub tugev koostöö, kuid suurim edasimineku saavutatakse valdkondades, kus loomemajandus põimub teiste majandussektoritega. Lisaks selgus, et sageli luuakse uuenduslikud tooted ja teenused suurte ja väikeste ettevõtete koostöös.

Kunstnike ja loomemajandust esindavate ettevõtete kaasamine erinevate valdkondade poliitikate arendamisse, juhtimisse ja majandusarenguprogrammidesse, sh turismi arendamisse, sihtkoha turundusse ja juhtimisse nõuab hästitoimivaid tavasid ning praktikaid. Viimane on oluline just alles loomisfaasis olevate loomeklastrite puhul.

Tuginedes Soome Tööstusliidu (The Confederation of Finnish Industries EK) (2005b, 23) raportile, seisnevad lähiaastate arenguväljakutsed järgnevas:

1. Uuenduste juhtimine: kombineeritud mitmekülgne teadmine, ettevõtete ja uuenduste integratsiooni, kiired tootearenduse tsüklid
2. Orienteeritus kliendile: terviklik pakkumine, parem kliendi tundmine, kliendisuhete juhtimine, „rätsepa-toodete“ pakkumine, sihtturgude tundmine

3. Strateegiline juhtimine: *know-how* / ekspertiisi juhtimine ja arendamine, teadmiste ja ekspertide võrgustike arendamine, partnerorganisatsioonid, suurenenud loovus.

Teenustesektori üheks peamiseks uuenduslikuks tunnusjooneks on teadmise kasv sellest, et klient on kaasatud teenuse osutamise ning uuenduse protsessi. Uuendused on õppimisprotsessi tulemuseks, mille osaliseks on nii teenuse pakkuja kui ka klient ning sageli on keeruline määratleda, kumb nendest on olnud määravaks jõuks uuenduse tekkel (EK 2005a, 22).

Juutilainen (2005, 151-152) on uurinud Soome mikroettevõtjaid eelkõige turismi valdkonnas ning leidnud, et ettevõtjad hindavad oma igapäevatöö juures just võimalust võtta kasutusele uuendusi ning arendada oma probleemide lahendamise oskusi. Kõrvutades erinevate valdkondade mikroettevõtteid leidis ta, et kõik need väljendasid valmisolekut uute lahenduste leidmiseks, samas mõne valdkonna esindajad on uuenduslikumad kui teised. Ta järeldas, et teenustesektoris on uuendustel keerulisem välja paista kui tehnilistel uuendustel, kuna teenustesektoris, sh ka turismis, ei pruugi klient alati oodata suurt uuendust, vaid sageli oodatakse väikseid ja loovaid lahendusi.

Loometurism (creative tourism)

Richards ja Raymond (2000, 16-20) määratlesid loometurismi esmalt kui kultuuriturismi laiendust või vastumõju sellele. Vastavalt nende käsitusele on loometurism turismi liik, mis pakub küllastajatele võimalust arendada enda loovat potentsiaali läbi osalemise aktiivses õppimiskogemuses, mida pakutakse puhkusesihtkohas.

Nemad nägid loovat turismi kui aktiivset tegevust, mille eesmärgiks on turisti kui isiku areng. Õppimine põhineb mitmekülgsetel kohalikel teadmistel ja tegevustel, mida kohalikud elanikud turistidega jagavad. Sellise protsessi käigus ei looda tulu mitte ainult kohalikule kogukonnale, vaid luuakse tihedaid kontakte ka sihtkoha küllastajate ja võõrustajate vahel, mis omakorda suurendab sihtkohast saadavat ainulaadset elamust (Richards 2005, 17-19).

Smith (2005, 33) tõi välja loovuse kasvava tähtsuse nii linnade kui ka muude sihtkohtade arengus. Vastavalt tema väidetele ei suuda traditsionaalsed pärandipaigad tänases konkurentsituatsioonis vastu pidada. Enamgi veel – sihtkohades ei pruugi olla piisavalt pärandiatraktsioone, mida edendada ning seega peab nende tähelepanu keskpunkt olema suunatud kaasaegsele turismitootele, mille keskmeks on idee loovast turismist (*creative tourism*), mida Eesti Keele Instituudiga konsulteerides soovitatakse eesti keeles märkida sõnaga loometurism.

Richards ja Wilson (2006) on oma aruteludes välja toonud ka keskkonna olulisuse loometurismi arendamisel. Ettevõtjad tunduvad eelistama loovaid kogukondi maapiirkondadele oma tegevustes ning loov ja kujutlusvõimeline kapital (inimesed ning muud tootmispanused) omavad olulist rolli turismiettevõtluse eduloo juures.

Richardsi arvates (2005, 15) on peamiseks loometurismi arengut tagant tõukavaks jõuks ühelt poolt toodete standardiseeritud loomus ning teiselt poolt moodsa inimese vajadus end pidevalt täiendada ja arendada. Kuid Richards on ka arvamusel, et loometurismi algatajateks on pigem loovad pakkujad mitte turistid. Sihtkoha

vaatenurgast on loometurismil mitmeid positiivseid tagajärgi: esiteks eesmärgipärased kontaktid võõrustajate ja külaliste vahel muutuvad majanduslikuks tuluks, kuna kohalikud „õpetavad“ turiste ning saavad seeläbi ka tasustatud ning teiseks väheneb seeläbi turimsitulude leke sihtkohast, sest tavapäraselt imporditakse sihtkohas turismitoote pakkumisel suur osa teenustest ja kaupadest väljapoolt sihtkohta. Mida rohkem teenuseid pakutakse kohalikke ressursse kasutades (inimesi ja muid tootmispanuseid), seda suurem on sihtkohta jääv tulu.

Pärnu kui turismisihtkoha arengulugu

Pärnu linna vanuse määramisel tuuakse välja erinevaid aastaarve – näiteks 1154, mil Sitsiilia kuninga teenistuses olev geograaf al-Idrisi mainis oma kirjutistes *Bernu*-nimelist kohta, või 1251, mil Vana-Pärnusse rajati katedraal ning toomkool. Hoolimata aastaarvude erinevusest on linnal vanust ligikaudu 800 aastat ja selle aja jooksul on linn üle elanud nii paremaid kui halvemaid aegu.

Tänane Pärnu linn asub Pärnu lahe ning kahe jõe, Sauga ja Pärnu jõe, vahel. Linna pindala on 32,2 km² ning linnas elab 43 788 inimest (Pärnu arvudes 2006: 7). Alla 15 aastased linnaelanikud moodustavad 15% ja üle 65 aastased 19% kogu linna elanikkonnast. Võrreldes Eesti keskmiste näitajatega, on Pärnus pisut kõrgem üle 65 aastaste inimeste osakaal (Eesti keskmine 16% kogu rahvastikust).

Kuurordi tegevus sai Pärnus alguse 1837. aastal, mil Pärnu raelt paluti luba ehitada randa Supelasutus ja mis 1838. aastal ka avati. Suvisel ajal pakuti seal sooje mereveevanne ja talvel töötas ta saunana. Muid ravi- või suvituseluga seotud asutusi ei lisandunud. Vaatamata reklaamile ei olnud raviasutusel piisavalt kliente, samas töötasid teised 19. sajandi algul loodud Eesti kuurordid – Haapsalu, Kuressaare ja Narva-Jõesuu - eduga. Mõiste *Cur-ort* ehk "ravi paik" tähendas 19. sajandil kohta, kus võis võtta ravivanne, kümmelda, jalutada, tegeleda spordiga. Pärnus lisavõimalused puudusid, sest prioriteediks ei olnud juhtivaks supellinnaks kujunemine, vaid kaubanduse arendamine.

1878. aastal valiti Pärnu linnapeaks Oscar Brackmann, kes tellis Riia parkide direktorilt Pärnu parkide ja puiesteede projekti ning asus seda ellu viima. 1889. aastal sai linn supelasutuse ning linnas loodi kuurordikomisjon (tänapäeval võiks seda nimetada turismikomisjoniks). Samuti võeti tööle palgaline supelinspektor (turisminõunik), kelle ülesandeks oli tegeleda kuurordi väljaarendamisega. Sellega pandi alus merekuurordile.

20. sajandi alguseks oli Pärnust kujunenud edukas turismisihtkoht. Aastal 1908 oli küllastajate arv rekordiline ning arvatavasti põhjustas järgneva languse juba ärevaks muutunud poliitiline olukord. Sõja-aastad laastasid kuurordi ning seiskasid selle arengu.

Merelinnana hakkas Pärnu taastuma 1919. aastal – muulide vahelt eemaldati nii venelaste kui sakslaste poolt sinna uputatud paadid-laevad, taastati sadama sihttuled ja baltisakslaste algatusel hakati arutama Supelasutuse taastamist. 1921. aasta linnavalitsuse valimistel oli sakslaste valimisloosungiks: "Leiba! Puid! Supelehitust!". Uue Mudaravila nurgakivi pandi 1926. aastal ja hoone avati 1927. aastal. 1927. aasta suvehooajal ületas nõudlus pakkumise. Selline olukord tegi 1929. aastal võimalikuks seada sisse suvitumaks, mille suurus sõltus kohapeal viibimise ajast ja grüpi suurusest.

Suvekülaliste arv kasvas aastast aastasse – 1939. aastal alanud sõda katkestas kuurorditegevuse selle kõrgperioodil. Aastatel 1927-1939 saab rääkida Pärnu kuurordist juba kui rahvusvaheliselt tuntud kuurordist: sarnaselt siseriiklike turistide arvu kasvuga kasvas ka välisriikide küllastajate osakaal, kui 1927. aastal oli väliskülaliste osakaal 10% kõigist Pärnu külalistest, siis aastatel 1929-1939 oli välismaalasi ligikaudu 1,3 korda rohkem kui eestlastest suvekülalisi. Pärnusse turismi genereerivateks maadeks olid põhiliselt Soome ja Rootsi.

Oma panuse kuurordi edule andis ka uue rannakultuuri arendamine: alasti naiste ja meeste rand pandi kokku ja tehti nn. supelkostüümidega segarand. Selline muutus oli heaks eelduseks muuta ravikuurort kaasaegseks puhkekuurordiks.

Pärast II Maailmasõda arenes Pärnust ravi- ja puhkekuurort. Kõik suvitusasutused riigistati ja anti "rahva kasutusse". Turistide arvu jõudsat kasvu soodustas suur NSVL-i turg.

NSVL-i klassifikaatori järgi kuulus Pärnu kuurort kliima- ja mudaravi kuurortide hulka ja oli üks tähtsamaid Liidus. Ka sel perioodil ületas nõudlus pakkumist, sest turg oli suur, kuid majutuskohdade arv piiratud. 1956. aastal oli Pärnus 3 sanatooriumit, milles oli kokku 830 voodikohta (kogu aasta jooksul oli Pärnul võimalik vastu võtta ligikaudu 14 000 klienti). 1971. aastal lisandus sanatoorium Tervis 125 voodikohaga ning 80-ndate lõpus oli Pärnus kokku 4 avalikku sanatooriumit ligikaudu 1780 voodikohaga. Lisaks sellele oli siin veel hulk ametkondlikke puhkekodusid ja pansionaate, sh. ka sõjaväele kuuluvaid. Aasta jooksul võis hinnanguliselt Pärnut külastada ligi 300 000 puhkajat.

Eesti Vabariigi taasiseseisvumise järel 1991. aastal lagunes seni funktsioneerinud ametiühingute hallata olnud sanatooriumite süsteem. Vene turu äralangemise tõttu vähenes järsult ravi saavate klientide arv. Osa hoonetest tagastati endistele omanikele, osa jäi linna käsutusse. Kõik raviasutused hakkasid pakkuma lisaks ravile ka majutusteenust. Eraettevõtjad avasid linnas suure hulga uusi hotelle, toitlus- ja meelelahutusasutusi.

Üks peamistest indikaatoritest, millega mõõdetakse sihtkoha arengut, on majutus- ning voodikohtade arv. Tuginedes Eesti Statistikaameti andmetele, oli 1992. aasta seisuga Eestis ühtekokku 67 majutusasutust ligikaudu 6800 voodikohaga. 2005. aastaks oli voodikohtade arv kasvanud 38 088 ning majutusasutuste arv 784ni. Viimastel aastatel võib märgata tendentsi, et voodikohtade arv kasvab kiiremini kui asutuste arv, mis tähendab majutusasutuste mahtude suurenemist.

Lääne-Eesti, s.h Pärnu linn, on oma turupositsiooni aasta-aastalt tugevdanud. Lääne-Eesti peamisteks tõmbeteguriteks on kindlasti saared ning mereäärsed kuurordid Haapsalu ja Pärnu. Selle piirkonna majutusmaht moodustab tänaseks ligikaudu 40% kõikidest Eesti majutusasutustest, samas voodikohad vaid 1/3 Eesti mahust, mis tähendab, et piirkonnas asuvad ettevõtted on suhteliselt väikesed (eriti just saartel asuvad).

Seisuga 31.12.2005 oli Pärnu linnas 71 tunnustatud majutusasutust 3856 voodikohaga, neist 14 hotelli ja viis taastusravikeskust (Pärnu arvudes...). Tuginedes Riikliku Statistikaameti andmetele, moodustavad Pärnu linna ettevõtted ligikaudu 1/10 kogu Eesti majutusettevõtetest. Samas on Pärnu majutusasutused Eesti keskmisest suuremad (seda just tänu spaadele ning teistele tervisekeskustele) - voodikohtadest asub Pärnus 13%.

Maksu- ja Tolliameti registrite talituse andmetel leidis 2005. aastal Pärnu hotellides ja restoranides tööd 1653 inimest (5% koguhõivest) (Pärnu arvudes...). Samas ei arvesta see statistika turismi kaudsema mõjuga kogu piirkonna majandusele ja

tööhõivele. On tehtud mitteametlikke arvutusi ning leitud, et tegelikult võiks Pärnu linnas olla turismi majanduslikust tegevusest kaudselt mõjutatud 1/3 linna koguhõivest. Kümne suurimat tööhõivet pakkuva ettevõtte ja asutuse seas on ka kolm turiste teenindavat ettevõtet: Sanatoorium Tervis AS (266 töötajat), Taastusravikeskus Estonia AS (235 töötajat) ning Tervise Paradiis OÜ (200 töötajat).

Eesti Statistikaameti andmetel majutati 1992. aastal Eestis kokku 310 000 inimest, millest välismaalased moodustasid 61%. 2005. aastaks on majutatute arv kasvanud 2,07 miljonini (rohkem kui kuuekordne kasv) ning välismaalaste osakaal 70%ni. Keskmiselt peatutakse Eestis 2 ööd.

Lääne-Eestis peatunud külaliste arv on kolmeteistkümne aastaga kasvanud 40 tuhandelt 441 tuhandeni (üle kümnekordne kasv) ning väliskülaliste osakaal samal perioodil 34%lt 57%ni, mis näitab, et välismaalased on avastamas enda jaoks Eestit ka väljapool Tallinna. Samas tuleb märkida, et võrreldes 2004. aastaga kasvasid Eesti elanike majutused Lääne-Eestis väliskülaliste majutustest kiiremini (2004. aastal moodustasid välismaalased 62,5% kogumajutatutest).

Turisminõudlus Eestis on väga hooajaline – madalaimad on täitumuse näitajad talvel (jaanuaris vaid ligikaudu 30%) ning kõrghooaja parimad kuud on juuni lõpp kuni augusti keskpaik, mil täitumus ületab 60% piiri. Viimastel aastatel on aga hooaja pikendamise nimel tublisti pingutatud ning tulemust võib märgata ka majutusasutuste statistikas: täitumus on suurenenud nii novembris-detsembris kui ka veebruarist aprillini.

Pärnus võib täheldada samasugust trendi vaid selle erinevusega, et täitumus on läbi aasta ligikaudu 5-10% kõrgem kui Eesti keskmine ning juulikuus saavutatakse isegi 90% täitumus. Samas on Pärnu toa keskmine müügihind vaid 75% Eesti keskmisest toa hinnast ning ligikaudu 60% Tallinna tubade müügihinnast, mis omakorda näitab Pärnu soodsat hinnataset ning keerulisi konkurentsitingimusi pakkujate vahel.

Tuginedes Pärnu Linnavalitsuse poolt igal aastal läbi viidavale suvekülalise uuringule, võib märkida järgmist: suvekülaliste arv on perioodil 2001-2005 aasta-aastalt vähenenud. Kui 2001. aastal oli vastava uuringu järgi linnas suvekülalisi perioodil juuni kuni august 376 000 - 415 000, siis 2005. aastal 241 000 - 267 000. Kasvanud on aastatega väliskülaliste osakaal: 2000. aastal oli väliskülalisi hinnanguliselt 40% kõikidest suvekülalistest, 2005. aastaks on vastav näitaja 70% (Pärnu arvudes...).

Turu nõudluse kvalitatiivsel analüüsil võib viimaste aastate uuringutest välja tuua järgmised trendid:

- Aasta-aastalt kasvab välismaiste külaliste osakaal sihtkoha kliendiportfoolios, ületades nüüd juba suvekuudel Eesti elanike osakaalu. Viimased on väga tundlikud ilmastikuolude suhtes - nende jaoks on tegemist peamiselt vana ja hea „Päikese sihtkohaga“, mida iseloomustavad 3Si (*Sun, Sea and Sand*). Välismaalase külaline, kes teeb oma reisimisotsuse tunduvalt varem kui eestimaalase külaline, ei lase end heidutada pilves taevast, sest tema tuleb sihtkohta otsima pigem teistsuguseid elamusi kui need 3Si.
- Suurima turuosa moodustavad meie lähinaabrid soomlased, kuid nende kõrval on ka sakslasi, rootslasi ning kaugemaid turge. Eestlastest suvekülalised on pärit peamiselt suurematest linnadest – Tallinn, Tartu, Viljandi, kus on suurem töökoha leidmise võimalus ning suuremad sissetulekud, mis omakorda loob baasi puhkusevõimalusele.
- Välismaalastest külaliste keskmine vanus on tunduvalt kõrgem kui eestimaalastest külaliste oma – see selgitab ka eelnevalt väljatoodud Pärnu

kui sihtkoha toote erinevust vastavates kategooriates. Eesti noorte jaoks on tegemist lõbustuspaigaga ning välismaalased tulevad otsima rahu ja vaikust. Viimane trend on muidugi väga ohtlik, sest kahe sihtrühma vahel on konfliktid kerged tekkima, seda ka kohalike elanike ning lärmakate külaliste vahel. Viimastel aastatel on hakatud rääkima nn „intelligentse turisti“ meelitamise vajadusest ning vajadusest vähendada „piduliste“ kuhjumist lühikestele nädalalõppudele suvel.

- Pärnus viibimise pikkus on suhteliselt pikk – välismaalastel 2004. aasta suvel 5,4 päeva ning eestimaalastel 6,7 päeva. Viimase näitaja taga peitub aga tõsiasi, et enamus linna külalistest ööbib sugulaste-tuttavate juures, jättes sihtkohta tunduvalt vähem raha.
- Suur hulk välismaalasi on Pärnus käinud mitmel korral – peamiselt on tegemist spaade ja taastusravikeskuste klientidega. Nad on rahul pakutavate teenuste kvaliteedi ja hinna suhtega ning Pärnu kui ödus linnake kutsub neid oma tervist ikka ja jälle parandama.

Linna arengukava ütleb, et 2015. aastal on Pärnu turvalise elukeskkonna, konkurentsivõimelise majanduse ja kaaseaegse infrastruktuuriga regioonikeskus, omanäoline ning aastaringelt atraktiivne kuurortlinn. Valdkondlike eesmärkide all on turismi mainitud kahel korral. Majandusarengu eesmärkide all tuuakse välja, et Pärnu on aasta ringi toimiv rahvusvaheliselt tunnustatud mitmekülgset ja kvaliteetset turismiteenust pakkuv kuurortlinn ning keskkonna säästva kasutuse ja arenduse eesmärkide all nimetatakse, et ajalooline kuurort toimib teemapargina ning uued kuurordipiirkonnad pakuvad mitmekesiseid vaba aja veetmise võimalusi.

Viimasel aastal on linnavalitsuse liikmed kritiseerinud suvepealinna ideed, mis on nende arvates oma aja ära elanud ning kahandab linna võimalusi end aastaringelt atraktiivselt müüa. Hetkel kasutatakse Pärnu linna turundamisel paralleelselt mitmeid strateegiaid. Pärnu linna kodulehekülg teadustab lehekülje külastajale: tere tulemast terviselinna! Pärnu linna turismiportaal is märgitakse, et Eesti kuulsaim kuurort Pärnu pole üksnes suvelinn, siin peetakse konverentse, teatrietendusi, kontserte. Kuurordi kõrval nimetatakse Pärnut ka vana hansalinn, sadamalinn ja ülikoolilinn. Kõik see kokku muudab kommunikatsiooni sihtturgudega keeruliseks ning vaja oleks ühtset koondavat kontseptsiooni, mis aitaks erinevaid teemakäsitusi lahti mängida.

Uurimismeetod

Käesoleva uuringu uurimisprobleem oli järgmine: sihtkohtade külastajate vajadused on muutumas või juba muutunud ning sihtkohtadevaheline konkurents üha kasvab. Samas puuduvad sihtkohtadel ideed, kuidas nende väljakutsetega toime tulla – kasutatakse suhteliselt traditsioonilisi käsitusi, mis ei aita saavutada konkurentsieelist. Eelpool käsitleti ühte võimalikku arendussuunda – loometurismi – ning sellest käsitusest tulenevalt tõstatati järgmised uurimisküsimused: 1) milline on turistide osalemise võimalus sihtkoha turismitootes, 2) millised on võõrustajate ja külastajate vahelised suhted, 3) mil määral on turismitoote pakkumisel tegemist konventsionaalsete või innovaatiliste partnerlussuhetega ning 4) kuidas suurendada turismi majanduslikku mõju sihtkohale.

Uuringu laiem eesmärk oli määratleda sihtkoha asjaliste suhtumine sihtkoha arendusse ning luua seosed pärandi ja sihtkoha tulevikuarengute vahel. Uuringu eesmärkidenä püstitati uute tooteideede genereerimine, innovaatiliste

partnerlussuhete väljatoomine ning olemasolevate ja potentsiaalsete loova turismi võimaluste määratlemine Pärnus.

Uurimismeetodiks valiti fookusrühma intervjuu, mis tähendab hoolikalt planeeritud diskussioonide seeriat, mille eesmärgiks on saada teada osalejate ettekujutlusi uurijaid huvitavas valdkonnas ehk siis käesoleva uuringu puhul loometurismis. Tulemuse edukuse üheks tingimuseks on fookusgrupi läbiviimine teema suhtes neutraalses osalejaid mitte-mõjutavas keskkonnas (Grudens-Schuck *et al* 2004a).

Fookusrühma intervjuu peamiseks eesmärgiks on saada aimu osalejate suhtumisest, tunnetest, uskumustest, kogemustest ning reaktsioonidest teatud teemavaldkonna suhtes. Suhtumine, tunded ja uskumused võivad olla osaliselt sõltumatud grupi liikmete arvamusel, kuid tuleb meeles pidada, et tegemist on samal ajal sotsiaalse kogunemisega ning osalejate mõjutavad üksteist vastakuti (Gibbs 1997).

Fookusrühmad võimaldavad koguda usaldusväärseid esmaseid andmeid, mis aitavad mõista inimkäitumist. Samal ajal ei võimalda need andmed teha üldistavaid järeldusi nagu seda võiks teha ankeetküsitluse tulemuste põhjal (Grudens-Schuck *et al* 2004b). Fookusrühmades kogutud informatsiooni kasutatakse selleks, et leida lahendusi vanadele ja uutele probleemidele. Grupi vastastikune suhtlemine ergutab osalejaid uusi ideid välja pakkuma, samas kui üks-ühele intervjuud ei pruugi seda teha (Grudens-Schuck *et al*, 2004a).

Teine eelis, mis sel meetodil selle osalejatele on, et fookusrühmad on võimalikud lähtekohad muutustele, kuna fookusrühmas kohtuvad inimesed, kes igapäevaselt ei pruugi kokku sattuda, kuid sellest kohtumisest võivad areneda uued vastastikused suhted – seda nii kohtumise ajal kui ka pärast kohtumist. (Gibbs 1997).

Kuigi meetodil on mitmeid eeliseid ei tohi unustada ka selle piiranguid. Mõningaid nendest on võimalik vähendada hoolika planeerimistegevusega ja fookusrühma modereerimisega. Kuid mõned probleemid on etteaimamatud – uurijal või moderaatoril on väike kontroll saadud andmete üle võrreldes kvantitatiivse uuringu või üks-ühele intervjuuga, st et uurija ei saa mõjutada tulemust endale sobivas suunas. Moderaator peab laskma osalejatel üksteisega rääkida, küsida küsimusi ning väljendada kahtlusi ja arvamusid sekkumata teemasse ning omamata suuremat kontrolli protsessi üle kui püüda hoida osalejaid keskendumaks konkreetsele teemale. Oma loomuselt on fookusgrupi uuring avatud lõpuga ning selle tulemusi ei ole võimalik ette määratleda (Gibbs 1997).

Tuleb meeles pidada, et mitte alati ei väljenda fookusgrupis osalejad nende endi individuaalseid vaateid. Nad räägivad spetsiifilises fookusrühma kontekstis ning mõnikord võib olla uurija jaoks keeruline mõista, milline on osaleja individuaalne sõnum (Gibbs 1997).

Pärnus korraldati kolm fookusrühma intervjuud ajaperioodil 24. aprill-1. juuni 2006. Gruppide suurused varieerusid neljast kuni kuue osalejani, millele lisandusid moderaator ning tehniline assistent. Fookusrühma liikmete valikul oli oluline kutsutute aktiivne osalemine Pärnu loomemajanduses, turismis või sellega kaudsemalt seonduvatel aladel. Grupi liikmeteks ei kutsunud kohaliku omavalitsuse esindajaid, et vältida osalejate vahelist konflikti igapäeva poliitika tasandil.

Grupis osalenute seas oli 7 naist ja 8 meest. Vanuseline skaala ulatus 20-50 eluaastani. Seitse osavõtjat mainisid, et nad on päritolult pärnakad – mõned neist olid mitmeid aastaid elanud väljapool Pärnut, kuid otsustanud sünnilinna tagasi tulla. Viis inimest märkisid, et nad on sündinud ja kasvanud mujal ning täisealisena tulnud Pärnusse elama ja töötama. Ülejäänud ei pidanud oluliseks oma päritolu täpsustada.

Valdkonniti olid lisaks traditsioonilisele turismile, st majutus ja toitlustus, esindatud kunst, toiduainetetööstus, muuseum, jaekaubandus, haridus ja sport ning meelelahutus. Mitmed kutsutud olid üllatunud, kui neid fookusgruppi osalema kutsuti, sest nad ei seosta ennast igapäevaselt turismiga. Samas ei keeldunud keegi osalemast, vaid olid vastupidi rõõmsad, et neid kutsuti oma mõtteid avaldama. Kõik osalejad jäid andmeanalüüsis anonüümseks.

Fookusrühma intervjuu keskmiseks kestvuseks oli 1,5 kuni 2 tundi, kõik vestlused salvestati helikandjale ning kirjutati hiljem üles. Andmete analüüsimisel kasutati muutumatut võrdlevat analüüsi (*Constant Comparative Analysis*) ning andmetöötluspaketti Nvivo7. Analüüsi käigus toimus andmete kategoriseerimine: linna sotsiaal-füüsiline keskkond, teenuste struktuur, demograafiline struktuur, tarbija käitumine, info- ja kommunikatsioonitehnoloogiad, logistika, võrgustumine, turismi nõudlus ja pakkumine, kohalike ressursside kasutamine ning turundus ja avalikud suhted. Pärnu kaasuse puhul lisandusid veel mõned kategooriad: arenguohud, avalik sektor, võõrustajate ja külastajate vahelised suhted, Pärnu kui turismisihtkoht ja Pärnu vaimulaad. Järgnevalt analüüsitakse intervjuusid, kasutades eelpooltoodud kategooriaid, analüüsi illustreerivad fookusgrupis osalenute vestluskatked.

Uuringu tulemused

Külastaja ootused

Uurimuse üheks lähtealuseks oli tõdemus, et turistide ootused ja vajadused sihtkoha toote osas on muutunud või muutumas. Fookusgrupis osalenutel paluti kirjeldada, mida ootavad nemad kui turistid erinevatelt sihtkohtadelt ning milliste ootustega tulevad nende arvates turistid Pärnusse.

Tuginedes ühe osaleja sõnadele, on reisimise muster järjest keerukam ning läheb veel keerulisemaks ning põhjus peitub selles, et inimeste huvid on väga erinevad. Lisaks toodi mitmel korral välja soovi osaleda kohalikel üritustel ning saada osa autentsetest turistidele mittemõeldud sündmustest.

/---/ Minu kõige suurem kogemus reisimisel on olnud see, kui sattusime Austrias küla pulma... kõik jooksid seal ringi sellistes riietes nagu oleme harjunud nägema muusikalides ning ma mõtlesin, et ega selliseid riideid ju tegelikus elus ei kasutata... aga see oli kõik nii lõbus, et veel kaks aastat hiljem ma mõtlen selle juhuse peale suure rõõmuga.

/---/ kaks aastat tagasi käisin Iirimaal ja nägin Belfasti poiste kakluse ära... kõik muu oli ilus, aga see jäi kõige rohkem meelde.

Nende näidete puhul oli tegemist ainulaadsete sündmustega, mida ei ole võimalik turistide jaoks ette planeerida, kuid millest osasaamine jätab külastuselamusse positiivse jälje ning mida räägitakse oma tuttavatele ja sõpradele veel ka aastaid hiljem.

Fookusgruppides osalejate arvates jagunevad turistid kahte suurde gruppi: ühed on need, kes otsivad vaikust, rahu ja soovivad rohkem olla looduses ning teised, kes tahavad pidutseda ja „rahva hulgas olla“ ehk siis veeta oma puhkeaeg linnakeskkonnas. Veel toodi esile teatud vanusegruppide erilisi ootusi: noored vajavad märksa agressiivsemat teenust ja lähenemist. Seega põhineb sihtkoha valik nii inimeste isiksuse tüübil (allo- ja psühhotsentrikud) kui ka grupi- või pereliikmete soovidel.

Vastajad arvasid, et linnalised sihtkohad on oma turismitoote ülesehituselt teatud määral sarnased – kõik põhinevad linnakeskkonna esitlemisel ning tavaliselt on neil mingid unikaalsed tõmbetegurid – atraktsioonid, ajaloojärgid jne. Üks vastaja tõi välja, et teda huvitab ringi reisides rohkem kui üks „asi“ (st atraktsioon või muu vaatamisväärsus) ning seega ei tohiks sihtkoht põhineda vaid ühel „tipul“. Teine osaleja märkis, et tema ootab igalt sihtkohalt erinevust ning läheb ka linnast välja, sooviga näha, mis toimub „pärismaalaste“ elus. Siit võib järeldada, et turisti jaoks ei pruugi linnakeskkonnas toimuv alati olla „päris“ – see on pigem tehiskeskond.

Sihtkohalt oodatakse terviklikkust nii füüsilise kui ka sotsiaalse keskkonna esitlemisel.

... siis ma ootaksin sealt pigem terviklikkust. Ma tahan olla kindel, et kui ma sinna satun, siis ma arvestan, et ma kohtan seal inimesi, keda ma pole võib-olla aasta läbi kohanud, mul on võimalik suhelda, mul on võimalik ööelust osa saada... stiilselt muidugi... /---/ ning sinna juurde veel ranna- ja kuurordikultuur ning heas mõttes provintsilik väikelinnakultuur... ma ahmiks seda turistina sisse. Ja et mul oleks

võimalik minna ka väljapoole Pärnut vaatama midagi teistsugust... kuidas see oli – pärismaalasi?

Hoolimata reisieesmärgist soovivad turistid sihtkohtades kogeda erinevaid tooteid. Uuringus osalejad tõid välja sisseostude sooritamise, aktiivsetes tegevustes osalemise ja soovi midagi ise teha. Veel nimetati kohvikutes ja heades ning ainulaadsetes söögikohtades käimise võimalust – see aitab kinnistada sihtkoha elamust.

... lähen ühte kohvikusse. Ma pean saama mingi pool tundi aega maha istuda ja mõelda selle asja üle ja ära sööma ühe väga hea koogi. Seda ma olen teinud Baieris ühes lossis, väga põnevas lossis ja nii edasi ja nii edasi. Noh, need on niisugused asjad, mis... mis inimestele jäävad nagu eluks ajaks meelde, et kasvõi see kooki süües see vaade aknast sellele... sellele järvele, kus luiged ujuvad ja nii edasi.

... ja muidugi tahab iga turist endale midagi osta. Vaevalt et ta tuleb siia Guccit või Armanit ostma – ta otsib siit ikka midagi sellist, mis on tüüpiline Pärnule. Sama moodi tuleb ta siia sööma – ta ei taha süüa võib-olla hiina restoranis, vaid ta tahab midagi, kus pakutakse midagi eestipärast.

Iseloomustamaks kaasaegset turisti märkisid osalejad veel trendi, et enne sihtkohta minekut viiakse ennast sihtkoha tausta ning eripäradega kurssi, selleks et sihtkohas saadav elamus oleks täiuslikum. Omades eelnevat informatsiooni, on võimalik sihtkohast vahetumalt osa saada ning kogeda „ahhaa“-efekti, mitte ainult ekskursioonidel passiivselt osaledes kuulata ning teadmiseks võtta.

... minuga on tavaliselt niimoodi, et ma olen natuke uurinud juba, et kuhu ma lähen ja mis seal näha on, et eel... eelinformatsiooni saada, sest ma tean, et igasugused ekskursioonid ja jooksmed läbi muuseumide paraku kui eelinformatsiooni ei ole, siis sealt ka midagi külge ei jää, aga pigem on asi hoopis värvilisem juhul, kui sa juba eelnevalt oled tutvust teinud selle asjaga, ja sa lähed sinna ja elad läbi nagu seda äratundmise rõõmu – ahhaa!

Vastanduvalt eelnevale mainiti, et turist on oma olemuselt piisavalt mugav – ta ei pruugi hakata sihtkohas ise võimalusi otsima, vaid talle tuleb kõik ette pakkuda. Vastasel korral saab turist sihtkohast traditsioonilise kuvandi, mida võib kohata kõikides reklaamtrükistes. Vähemteadvustatud, kuid samavõrd või isegi mõnevõrra atraktiivsemad tahud sihtkohast võivad jääda avastamata.

Pärnu kui sihtkoha tõmbetegurid

Järgmise teemana arutati, millised on osalejate arvates Pärnu kui sihtkoha peamised külgetõmbetegurid. Eelpool märgiti, et turistid ootavad sihtkohalt mitmekülgset ning erinevaid elamusi. Pärnu kui sihtkoht nendele tingimustele osalejate arvates eriti ei vasta. Ülekaalukalt kerkis tõmbeteguritest oodatult esile Pärnu rand, suvine melu ning üritused rõhuasetusega just suvisele turismile.

... Pärnu elabki ju ainult suvel, talvel on väga vaikne linn...

... aga ainus suvine magnet linnas on ju Pärnu rand...

... enamik eestlasi mõtleb Pärnu peale kui koha peale, kuhu tulla suvel selleks et peesitada rannas ja külastada kohvikuid – kõik see muu, arhitektuuriväärtused jne, on sekundaarne.

Pärnut teatakse kui suvituslinna ja kaunislinna

... ega see ainuke asi ongi see rand, et kui siin neid uuringuid on tehtud siin, siis on ka inimesed kirjutanud ikka, et siin on ilus rand ja see roheline linn eks

Nende näidete juurdes leiti üksmeelselt, et me ei saa konkureerida Vahemeremaadega, kus päike rannas on peaaegu garanteeritud – Pärnus on see pigem õnnelik juhus. Seega ei saa rand olla peamine tõmbetegur sihtkohas, vaid üks sihtkoha taustaelementidest.

Mitmed fookusgrupis osalejad nimetasid ühe linna küllastamise põhjusena Pärnus käimist kui moeküsimust. Kuna mood on kiirelt muutuvad, siis ei tohiks sihtkoht sellele suhteliselt ajutisele konkurentsieelisele pidama jääda.

... üks seltskond tuleb sellepärast, et Pärnus suvel lihtsalt ära käia. Sest Pärnu on kuum koht

... meestele on see kindlasti nagu „must“ (mõtleb ingl.keeles sõna „pidama“), et sa pead korraks... et kui sa ei ole Pärnus käinud, siis sa ei ole nigu seda aastat nigu elanud...

... nagu Savoy ballil pidi omal ajal käima, Tartu maratonil, ühesõnaga see on seltskondliku vestluse teema talvel näiteks, et siis, kui me Pärnus käisime...

Üks tõmbetegur, mille järgi tuntakse Pärnut juba aastakümneid, on olnud atraktiivne sündmustekalender. Viimase puhul nenditi taandarengut võrreldes 90ndate keskpaigaga ning osalejate arvates on see kaasa toonud ka tagasimineku sihtkoha enda arengus.

... minu sõbrad ja tuttavad, kes Pärnusse tulid tulidki nende sündmuste pärast, inimeste ja aktiivse suve pärast.

... igal aastal on see aina väiksemaks jäänud, kuigi oleks oodanud, et sündmuste hulk aasta-aastalt kasvab.

Naine: ... 90ndate keskpaiku, kui Pärnu võis ennast lugeda eesrindlikuks ja kiiresti arenevaks kohaks...

Mees: ... siis olid festivalid... ja igasugused asjad...

Naine: ... sellepärast inimesed linna tulidki...

Mees: ... linna teatri juures platsil olid kastid laotud hunnikusse ning kastide vahel mängisid muusikud, plats oli rahvast täis kella neljani hommikul...

... see seltskond, kes minu juures käivad (st mototuristid)... nad ütlevad, et ega siin Pärnus ju midagi imelist vanalinna vaadata ei ole... eks nad siin mööda kõrtse tuterdavad ja sellest rõõmu tunnevad... eks ju üritusi ka on ja nendes ka osalevad...

Lisaks suvisele rannaturismile märgiti ka Pärnu kui spaa- ja sanatooriumlinna tuntust. Kuid pidades silmas selle sektori kliendi keskmisest kõrgemat vanust, tõdeti ka, et Pärnust ei tohiks kujuneda vanadekodulinna. Osalejate arvates on Pärnu sihtkohaks ainult teatud vanuses sihtgrupile (st eakatele) ning välistatud on noored külalised, sest ei pakuta noortele sobiva energiatasemega elamusi.

... suvel on lust vaadata seljakotiga tulnud rändajaid Pärnus – mõtlen alati, et see linn on nende jaoks täiesti suletud, siin ei ole nende jaoks mitte midagi... sest siin ei ole noori inimesi...

... mul on tunne et Pärnu linna juhtkond on ajale jalgu jäänud... siinamaale räägitakse praktiliselt ainult soome pensionärist turistist ja sinna on jäädud, ja probleem on sügavam...

Täiendavalt eelnimetatud sihtgruppidele – eakad, kes sihtkohas domineerivad, ning noored, kes teatud põhjustel ei leia Pärnust piisavalt tegevust, mainiti veel ühte segmenti, kes peaks sobima väga hästi Pärnu energeetikaga – pereturistid. Samas leidis idee ka vastulauseid, sest konkreetseid pakkumisi pereturistile on vähe – see sihtgrupp eeldab väga mitmekülgset ning mitmetasandilist toodet, mis rahuldaks üheaegselt nii suuremate kui ka väiksemate pereliikmete vajadusi ja ootusi. Veel märgiti Pärnu linnakeskkonna sotsiaalset mittevalmisolekut lastest külastajaid teenindada. Mainiti, et kui me (st kohalikud elanikud) ei väärtusta oma lapsi, ei ole ka turistide lapsed eriti tähtsad.

... ma ei ütle, et meil on olemas see, mida neile pakkuda, aga nad tulevad sellepärast, et see õhkkond siin on pereturismiks meeletult hästi sobiv. Just nimelt sellepärast, et me oleme just nii suured kui me oleme ja meil on hea vaikne elu siin tegelikult. Me oleme roheline linn.. turvaline... lapsed ei pea käima rihma otsas.

Mees: ... Siin ei ole perega, kui sul lapsed vanuses kuni 15 aastat, mitte midagi teha. (keegi kinnitab – õige!) Siin ei ole mitte midagi teha, sa käid üks kord Terviseparadiisis ära ja siis on kõik

Naine:... siis lähed parki kiikuma...

Mees:... ei seda küll, aga ema-isa peavad nägema ränka vaeva, et leida lastele tegevust.

... alternatiive ei ole...

... laste jaoks on välja töötamata mänguplatsid, mängukohad... neid ei ole... pluss vaatasin leheküljel oli koht kuhu saab lapsi anda... ma tahtsin väga näha, kus see koht on ja kui palju saab sinna lapsi anda ja kui garanteeritud on see keelega toime saamise asi...

Pärnust rääkides toodi näiteid hästi toimivatest sihtkohadest, kõige sagedamini mainiti Tartut ja Jurmalat. Tartu puhul toodi esile mitmekülgseid nn iga-ilma-tegevusi – lisaks veekeskusele ka jäähall, mitmed atraktiivsed muuseumid, samuti kohvikud ja muud söögikohad oma atraktiivsuse, paljususe ning kvaliteediga. Tartut toodi esile positiivse näitena linnaruumi atraktiivsemaks muutmisel – osaleja sõnul püstitatakse Tartus skulptuure (mitte ainult monumente) ilma suurema kisa-kärata ja suurte korjandusteta.

Jurmala puhul nenditi, et eelpool toodud trendi kõrvale (Pärnu on moodne koht ja seal tuleb ära käia) hakkab tekkima suundumus, et suvel tuleb hoopis külastada hoopis Jurmalat – sinna koguneb sõpruskond, linn pakub atraktiivset elamust, on piisavalt melu ning linnapildist õhkab terviklikkust.

... neid inimesi, kes suvel tulevad, jääb aina vähemaks... küsisin ühtedelt tuttavatelt, et kas tulevad Pärnusse ka... nad vastasid, et ainult läbisõidul tulevad sööma, aga kuhu siis edasi? Ikka Jurmalasse läheme... see on suurem, seal on lõbusam... siin on sumud... seal käib pidu ja pillerkaar öö läbi ja nad panevad meist üle...

... mina ütlen ka et loodus tühja kohta ei kannata, aga ma tunnen natuke muret linna arengu pärast... täis koht, see on Jurmala, aga tühi koht on Pärnu...

Pärnu linnakeskkond

Pärnu üldine linnakeskkond on üks turismisihtkoha sisenditest – turistid naudivad linnavaateid, ajaloolisi objekte, kasutavad infrastruktuuri ning loodavad, et linnakeskkond on turvaline.

... kui perega siia tulla, siis sa saad ikka lastega minna ühest pargist teise, kui sa lähed jooksmas sa ei pea muretsema, et tramm, troll või miski asi sul kogu aeg kuklas on

Pärnu iseloomustamiseks kasutati eelpool sõnu „kaunislinn” , „suvitustlinn”, veel märkis üks osaleja, et kui vaadelda Pärnut õhust, siis paistab „totaalne mets... selle peale ei tulegi ... selliseid linnu maailmas, ma usun, et on väga vähe. Pärnu on nagu kahekordselt omapärane, sest ka selliseid linnu, kus on liivarand keset linna, on väga vähe...”.

Kuid Pärnu linnaruumis nähti ka kitsaskohti. Nenditi, et linna uusehitised ei haaku linna üldilme ja linnaruumi arendamises puudub ühtselt tajutav terviklikkus.

... Aga muidugi, mis arhitektuuri puudutab, siis need uusehitised meile au küll ei tee. Pole seda võimu, et seda peatada – kolemajade ehitamist.

... igasuguste lubade hankimine on tohutult vaearikas – linnaarhitekt ütleb sulle, et see ei lähe meie miljöoga kokku... esitades küsimuse, et milline on see teie miljöö, öeldakse, et ei tea... aga see ei sobi siia...

... (räägib Jurmalast) tekkis mulle hinge selline väike kripeldus, et miks meil Pärnus seda kõike ei ole, meil on ju kõik tingimused tegelikult olemas... terviklikkust otsiksin mina jah...

Fookusgruppides osalejad märkisid, et linna ajaloolised väärtused ei ole sellises korras, et kannataksid eksponeerimist. Lisaks nenditi, et linna suured pargid on suhteliselt elutud, ühesugused ja pimedal ajal valgustamata – nende ilmestamiseks võiks kasutada rohkem skulptuure ning erinevat tüüpi valgusinstallatsioone.

... Pärnul on suur šans olemas – meil on suured pargid, mis võiks täita vahvate skulptuuridega. Monumente on küll ja küll... aga just suvelinnale omased mõnusad skulptuurid... Meil Pärnus pannakse viimasel ajal ainult monumente püsti... Pärnu kui suvepealinn nõuab seda, et siin oleks palju erilmelisi dekoratiivskulptuure...

Kriitika osaliseks sai ka terviklikult arendatud ja ehitatud linnakeskuse puudumine. Tuginedes ühe osaleja sõnadele: „ ... Pärnus ei ole city't, Rüütli tänavalt on lausa masendav läbi minna... peale kasutatud riiete kaupluste seal varsti ei olegi midagi...”.

Pärnu turismitoote kitsaskohad

Rääkides Pärnu sihtkohatootest, toodi välja mitmeid atraktiivseid elamusi, mida Pärnu pakub, kuid rohkem mainiti lahendamist vajavaid kitsaskohti. Märgiti uute sihtrühmade huvi suurenemist Pärnu vastu (st lisaks Soome päritolu vanemaerialistele turistidele), kuid samas ei olda valmis neid vastu võtma ega neile sobilikku toodet pakkuma – tootearenduse oleks pidanud käivituma juba tükk aega tagasi, et olla valmis nn uue turismi laineks.

... nüüd hakkavad tulema sakslased ja rootslased ja me oleme hiljaks jäänud, me oleme oma turismiga nende jaoks, nende nooremate, rikkamate, rohkem rännanud ja näinud inimeste jaoks, kellel on laiad huvid, hiljaks jäänud...

... Minu meelest neid (st ajaloolisi ehitisi) eksponeeritakse vähe. Kui turistiga Pärnu linna sisse astuda, siis kõik nooled näitavad ranna poole.... kõik viidad viitavad kohvikutesse, randa ning nüüd viimasel ajal ka kaubamajadesse... Ettevõtted Pärnus taotleavad shopping-turismi juurdetekkimist.

Ühe kitsaskohana nimetati kasinat toetust avaliku sektori poolt kunsti tegemisele ja selle eksponeerimisele – mitmeid kordi mainiti uue kunsti muuseumi ja litograafiakeskuse juhtumit. Mõlemad oleksid magnetid nn intelligentse turisti jaoks, kuid nii nagu ütles üks osaleja "kunst ei ole kunagi sisse toonud", seega oleks vaja "kauneid kunste rahaliselt toetada". Siin heideti linnavalitsusele ette jällegi kunsti toetamise poliitika keerulisust või selle puudumist.

... linnaisad usuvad, et nad ei lähe kuhugi... anname neile natuke toetust, et leib oleks laual ja nad ei lähe mitte kuhugi! Et nagu arendaks, kasvaks...

Ette heideti just toetamise poliitika hetkelisust, seda, et puuduvad pikemaajalised plaanid, mis võimaldaksid ka tegijatel oma plaane sättida. Pikaajaliste plaanide puudumise linnavalitsuses tõid ettevõtjad esile veel ka üldisemas kontekstis: teeks oma plaane ja arendaks ettevõtet, kuid ei ole teada, mida plaanib avalik sektor. Teine probleem, mis kerkis üles, oli linnavalitsuste sage vahetumine ning eelmise linnavalitsuse poolt tehtu mahategemine ja uute suundade võtmine. Erasektor vajab oma tegevuste arendamisel stabiilset partnerit ka avalikust sektorist.

... tegelikult ongi see, et avaliku sektori pool ja kultuuri pool ja ettevõtluse pool panevad kokku selle, kes me tahame olla ja keda me siia tahame... me ei saa vaadata seda kaks aastat ettepoole, see peab olema teada 5-10 aastat ette

... see on selline pikaajaline plaan ja ka stabiilne... siis julgeksid siia tulla ka keegi, kes julgeks siia tulla ka pikemaks ajaks ja arendada oma plaane, aga mitte nii, et kogu aeg on ebamäärane poliitiline olukord ...ja mida sa hakkad siin midagi tegema... ja ükski äriinimene ei hakka ju katsetama korraks – nad tulevad ja tahavad kindlad olla oma investeringute tasuvuses. Aga kui ta ei tea, mis on aasta-kahe pärast tulemas, siis ta ei hakkagi katsetama, tal on parem kuskile stabiilsemasse keskkonda investeerida.

Ka rannaga seoses toodi välja mitmeid kitsaskohti. Mainiti, et ranna piirkonna arendamisel on esile kerkinud mitmesuguseid tüliküsimusi ning selle tulemusena ei ole kellelgi olnud võimalik süsteemselt rannapiirkonda arendada: rand on füüsiliselt väga kokku surutud, teenuste pakkumine on koondunud kitsale alale ning see põhjustab ülekoormust, puudub piisaval arvul tualette, toitlustamise korraldamine rannapiirkonnas on keeruline jne.

... rannaosa peaks olema pikem, siis tekiks ka võimalusi juurde... ega seal a-sektoris ka midagi ei ole... aga see kurnab ka ära.

... kui rannast rääkida, siis igal pool mujal käies on rannas ka mingi tegevus... ok vesi soojeneb seal kiiremini, aga mingit tegevust pakutakse – keegi veab kedagi kusagile taeva alla... saab skuuoriga sõita... meil on nii vaikne vesi... vaata kus vahemeri mässab, aga see on ju lomp mis lomp, väike laine... see on täpselt paras kõikidele nendele banaanidele ja mis veel on...

... (räägib toitlustamise korraldamisest rannas) mul on oma kogemus Pärnu rannaga – olen paar aastat võitlenud sellel alal – pidasin telki Pärnu rannas ja see lõppes suure litakaga ning ma väga kahetsen, et sinna oma nina toppisin... sel aastal kui Pärnu Õlle esindaja küsis minu käest, et ega sa ei sooviks sel aastal olla meie operaator pärnu rannas, siis ma hakkasin karjuma ja ütlesin ei! Jumala pärast ei!!! Sellepärast et, kõik algas ilusti, linnavõimud ütlesid, et turist tuleb ja tema tahab toitlustamist, mis siis, et tervisekaitse ei vaata selle peale kõige parema pilguga... esimesel aastal nad vaatasid ja ütlesid, et küll me vaatame, küll me vaatame ning teisel aastal nad määrasid mulle nii suure trahvi, et ma olin Eesti suurim trahvimaksja üleüldse sellel aastal...

Pärnu kui sihtkohatoote teemal arutledes tõstatus nn viie meelega kontseptsioon – inimene, kes tuleb sihtkohta, ei soovi ainult vaatamisväärsusi vaadata, vaid ta soovib

saada sihtkohast osa ka läbi kompimis-, kuulmis-, maitsmis- ja lõhnameele. Hetkel on kõige rohkem pakkuda vaatamismeelele, kuid ka siin toodi esile, et meie ajaloolised objektid ei ole piisavalt korras ning on linnakeskkonnas halvasti eksponeeritud. Samuti ei ole ära kasutatud kõiki võimalusi, mida linna tabanud õnnetused pakuvad.

... kusagil Pärnu linnas võiks olla üks niisugune märk, kus on peal, kus on olnud vesi. Kas ta on siiani või kuhu tahes, eksju. Ja mitte ainult see viimase tormi märk, vaid ka teiste tormide sajandite kaupa, aastate kaupa, sest paljuski ei teata seda, et 1911-13, kolmel järjestikusel aastal, siis kui see rannaosa, kus praegu on rannapark, kanti kõik mulda täis...

Teistest meeltest olevat „täiesti vaeslapse osas“ kuulmismeel – puudub vabaõhukontserdi paik, mis mahutaks rohkem kuulajaid-vaatajaid kui Kuursaali kõlakoda. Varem oli selliseks paigaks Vallikäär, kuid see ei kannata enam esitlemist ning ka elumajad on liiga ligidal, mis on takistavaks teguriks pärast öörahu kehtima hakkamist ürituste korraldamisel. Peamistel tänavatel ja teistes kogunemiskohtades võiks rohkem olla atraktiivseid tänavamuusikuid.

... Et vat seda kõrvadele, et seda osa Rüütli tänaval ei ole, seda on küll punnitatud teha, aga mitte eriti ja minu meelest ka näiteks need Hansa ja Gildi päevad, kui neid tehakse, siis sealt jääb nagu mingi... noh, kaks pööret kruvil nagu puudu. Et see... see täpp I-le jääb puudu...

Toodi välja selliste toodete vajalikkus, mis rahuldaks erinevaid huvisid ning mitmeid meeli. Mainiti seda, et kui teha vaid ühele kitsale huvigrupile spetsialiseeritud üritus, siis on publiku arv suhteliselt väike. Kui tegevusi on rohkem ning on võimalik nii vaadata, kuulata kui ka ise oma kätega midagi teha, siis on publikuhuvi kohe ka suurem.

... ja siin Vallikäärus olid käsitööpäevad... seal tegime puuskulptuure ning inimesed käisid vaatasid teatrietendust, külastasid igasuguseid väljapanekuid ning siis tulid ja vaatasid veel ka skulptuuride tegemist. Aga kui teeks ainult skulptuurile pühendatud ürituse, siis sinna tuleb vaid näpuotsatäis inimesi...

Veel tuntakse Pärnus puudust interaktiivsest muuseumist, mis aitaks linnakülalistele ja muidugi ka kohalikele lahti mängida Pärnu pärandit – hetkel on muuseumi võimalused väga piiratud ning pakutav teave suhteliselt „elutu“. Ühe Pärnu ajalooapärandi elustamise katset teadsid osalejad nimetada - Bastionide rada, kuid keegi ei teadnud, mis see endast kujutab ning kuidas see toimib.

Seoses üritustega nentisid osalejad, et suvel korraldatakse kahte sorti üritusi: ühed on oma inimestele ja teised turistidele. Puuduvad aga sellised üritused, kus turist ja pärnakas saaksid seguneda... Üks osaleja tõi välja, et tuginedes Pärnu linnavalitsuse ametniku sõnadele, on hetkel linna prioriteediks toetada üritusi, mis on mõeldud pärnakatele, mitte niivõrd linnakülalistele. Sündmuste rahastamine oli peaaegu kõikide fookusgruppide üks peamisi aruteluteemasid – senini on selgusetu, millistel alustel ja kuidas üritusi toetatakse, lisaks märgiti, et linnapoolne toetus tuleb sageli liiga hilja, vaja oleks pikaajalisemaid kokkuleppeid.

Sündmuste korraldamise juures toodi esile veel teisigi kitsaskohti. Ühe osaleja sõnul: „*üritus, mida tehakse lageda taeva all, ei toida Pärnut*“ – Eestimaa ilmastikutingimused on suhteliselt ebastabiilsed ning suviste sündmuste korraldamiseks oleks vaja varjualust. Ürituste aastaringseks korraldamiseks oleks vaja suuremat kinnist ruumi. Ühe võimalusena toodi kontserdimaja, kuid samas märgiti kohe, et kontserdimaja ei ole eriti huvitatud oma maja müümisest – on jäänud tunne, et sinna lubatakse vaid elitaarseid üritusi.

Fookusgrupis osalejate arvates oleks üks võimalus piisava hulga külaliste mahutamiseks ehitada kas ajutised või alalised katusealused näiteks jõeäärsele alale sillast ülesvoolu, kus ei ole ka elumaju liiga lähedal.

... jõe-äär on ju see koht, kus saaks süüa, kus saaks muusikat kõvemini mängida ja kõike teha...

... Minu meelest võiks selle platsi peal olla suur meelelahutuskeskus, kus oleksid nii kinnised ruumid kui ka vabaõhu tegevused – lõbustuspark...

Tootearendamise teema juures märgiti, et Pärnu turismitoodet peaks vaatlema geograafiliselt laiemalt – linnast väljas on võimalik osaleda mitmesugustes aktiivsetes tegevustes, kuid informatsioon ei jõua sageli turistini või siis ka linnas teenust pakkuva ettevõtjani, kes võiks kliendi juba linnast väljapoole suunata.

Märgiti ära, et kasutamata on linna üks sümbolitest – muul. Fookusgrupis osalejad pakkusid välja idee, et võiks koostada nn muulipaketi, millesse lisatakse paadisõit (st et muuli peal kõnnitakse vaid üks ots) ning väike söök-jook muuli lõpus.

Linna turismitootte analüüsimisel nentisid osalejad, et oleks vaja toodet, mis toimib 365 päeva aastas. Mõtet arendati edasi ning pakuti välja „nädalapäevade kontseptsioon“, mis toimib nn soojadel maadel, kus esmaspäev on safaripäev, teisipäev snorgeldamise päev jne. Pärnu tingimustes oleks võimalik arendada tootepakett, kus üks päev on maakonna päev, teine kunstipäev, kolmas ajaloo päev jne. Loomepakette (maalimine, skulptuur) on Pärnu linna kunstnikud koostöös majutusettevõtetega koostanud ja pakkunud ning need on osalejatele väga meeldinud – inimesed vaimustuvad omaenda kätega tehtud taiesest.

Ühe teemana tõstatus turistide petmine sihtkohtades alusetute müügilubaduste näol. Sellist praktikat tuleb ette ka Pärnus, kuid mitte nii märkimisväärselt kui lõunamaades. Ühelt poolt toodi see trend välja negatiivse alatooniga, kuid teisalt võis rääkijate hääles aimata ka imetlust: nad suudavad suurepärase emotsiooniga klientidele müüa ükskõik mida... Iseasi, kuidas see hiljem kliendi kogemuses kajastub – nagu osalejad ise ka mainisid, on võimalik sellist strateegiat kasutada sihtkohtades, mis toetub miljonitele külastajatele, aga mitte mõnelesajale tuhandele, nagu seda teeb Pärnu. Seega peaks Pärnu pigem tuginema kvaliteetteenusele, selleks et tagada ka korduvkülastusi.

Osalejad nentisid ka seda, et hetkel tegelevad kõik teenusepakkujad omaenda pakettide koostamise ja turundamisega ning selles valdkonnas oleks kindlasti vaja teha rohkem koostööd, et sõnum maailmale oleks tugevam ja selgepiirilisem. Samuti ei tohiks tähelepanuta jätta turismiga võib-olla nõrgemalt seotud ettevõtete ja institutsioonide panust turismitootte arendamisele. Nagu ütles üks osaleja: „...Veel üks tööriist on selline /---/, et kui võtta kooli seisukohalt matemaatika, füüsika, keemia, joonestamine /--/ öelda vene keel ja nii edasi ja nii edasi ja siis pookida neid kokku, eks ole siis matemaatika ja muusika eks ole ja füüsika ja luule, siis vot erinevate ainevaldkondade kokkupuute koha pealt hakkab see looming pihta eks ole. Et need tunduvad niivõrd raskesti kokkupandavad, aga kui sa hakkad neid vaatama, siis sealt hakkab tulema eks ole. Niisuguseid mõttetalguid võiks teha. Sealt... sealt saab ka uusi asju“.

Võõrustaja-külastaja vahelised suhted

Nii nagu linnakeskkond on osa turismitootest, on oma suur roll ka linnaelanikul ehk võõrustajal. Pärnu linnaelanike teema kerkis üles kõikides fookusgruppides – mõned osalejad olid teema puhul leebemad, kuid mõned vägagi kriitilised.

Räägiti sellest, et tüüpiliselt Eestile soovivad kõik vähegi aktiivsemad inimesed väikelinnast lahkuda ning uusi inimesi juurde ei tule. See omakorda tähendab, et Pärnu elanikkond vananeb aasta aastalt. Samas mainiti, et nende ärksate inimeste, kes julgevad Pärnusse elama asuda, initsiatiiv raugneb pärast mõneajalist katsetamist.

... See on väiksemate linnade viga jah... ajud voolavad ära – Tartusse ja Tallinnasse. Need, kes maha jäävad, need teevad küll, aga... neil kas ei lasta teha või...

... vaata, siia on tulnud ka ja üritatud... siia eksivad aegajalt sellised ärksamad inimesed ära, ja kannatust jätkub paariks aastaks niikaua, kui nad on väsinud sellest bürokraatiast ning kui nende tegemistele on pandud piirangud peale oma asja teha...

... hetkel on see, et ei olegi siia kedagi kutsuda, sest keegi ei julge siia tulla...

Üks osalejatest märkis, et tema arvates on pärnakatel silmaklappide mentaliteet: *“... inimeste nutikus kuskilt välja ei paista... tahaks näha midagi teistmoodi...”*. Teenusepakkumise poolelt leidsid osalejad, et tegelikult oskavad Pärnu linna elanikud linna külastavate inimeste pealt teenida küll. Kasutades ühe osaleja sõnu: *“... mina ütlen, et kohalik elanik on ära õppinud väga toredalt selle nn korteriturismi... mina ütlen et me oleme „baden-sakste” linn, alates sellest hetkest, kui siin hakkasid esimesed turistid käima... pärnakas teab, sealt tuleb raha...”*.

Lisaks majutuse pakkumisele oleks linnas veel teisigi teenuste nišše, kus kohalik elanik saaks teenust pakkuda ja sissetulekut teenida.

... pigem minu meelest see kohalik elanik võiks nagu õnnelik olla ja võiks pakkuda... pakkuda omalt poolt siis mingisugust teenust ja leida niši, kuidas siis raha teenida sellega. Näiteks peale seda, kui mina selle linna ära õppisin (märkus: osales giidikoolitusel), mis siin on ekssole oma arhitektuuri, ajaloo, on minu jaoks see palju soojemaks muutunud ja... ja vähe sellest, et ma niigi armastan seda Pärnu linna, on ta selline nagu ta on hetkel, aga peale seda, kui ma tean, et igas sopikeses on midagi toimunud, et siin on nii ja naa elatud ja-ja, siis on see märksa värvilisem, et noh me võiksime osata pakkuda seda.

... aga võib-olla ei ole veel selle peale tulnud, et turist võib olla mulle kasulik, heas mõttes. Mitte vaadata teda kui nuhtlust, vaid minu kasu...

Mõnede osalejate arvates pidurdab linnaelanik tootearendust – suvisel ajal on vaja üritused lõpetada kella 23ks, tehakse takistusi teatud ürituste korraldamiseks (näitena toodi tätoveeringute festival jne). Samas leiti, et kui linn on end määratlenud suvitus- ja turismilinnaks, siis peaksid ka linnaelanikud mõistma, mida selline staatus endaga kaasa toob.

... mujal maailmas on ju selliseid linnu küll ja küll, kus suurem osa sissetulekutest teenitakse suvekuudel. Linnavalitsus võiks võtta vastu otsuse, et kes ei suuda seda ühte kuud linnas hakkama saada, siis mingi ära maale...

... ei lubata üles panna reklaame, kuna see häirib inimesi... kuna tatted on ihu peal ja ihu näidata ei tohi, siis tuleb sellest moepilt, mitte tattoo-pilt... kontserti ei tohi mingil kellaajal toimuda... öörahu algab kell 11.. ja see kontsert ei ole sellel kuupäeval hea, sest siis puhkab Neeme Järvi Rannahotellis, kes ei saa magada... võtke teine päev, kui teda ei ole seal...nonsens...

... kui pärnakas määratleb linna kui turismilinna... siis midagi muutuks... kõik kellaajad võiksid muutuda paari tunni kaupa...

Eraldi teemana kerkis üles linnaelanike ja külaliste omavaheline võõristamine ning siira külalislahkuse puudumine. Ühe põhjusena toodi välja küllastajate kõrge vanus võrreldes Pärnu aktiivsema elanikkonnaga, mis ei võimalda külalistel ja võõrustajatel teineteist mõista.

... selles osas oleks parim ülemineku etapp /---/ pereturism... sest hetkel on turist ja kohalik elanik väga erinevatest generatsioonidest (märkus: peab silmas vanemaid sanatooriumituriste) ning neid ei pane mitte ühegi rollimänguga samastuma... kui 60-aastane ütleb ainult „kyllä-kyllä“, „mutta-mutta“, siis ei saa mingit samastumist tekkidagi...

Teisalt tõdeti, et Pärnu elanikud on aru saanud, kui vajalikud külalised linna arengule on ning nad „mängivad“ kaasa.

... näiteks minul oli selline kogemus Saaremaal... sinna on ka seda turismi aastatega läinud väga palju ning istusin seal linna lokaalis ja kuulsin, kuidas kohalikud virisesid, et teeb südame täis, et neid turiste siin nii palju on... seda juttu, et neid soomlasi linnas palju on, seda Pärnus ei kuule... seda, et nad on ära tüüdanud, seda kuuleb, aga seda, et mingit vaenu oleks, seda mitte... kõik on aru saanud, et kui neid ei oleks, siis oleks ikka poole sandim see elu... ma ütleks küll, et me oleme külalislahked ja me ootame, et nad ikka siia tuleksid... kui neid siia selleks kuuks ajaks ei tule, siis me ei ela ju seda külma talve üle...

Refereerides fookusgruppides osalejaid, on Pärnu elanikud võrreldes suurtes turismikeskustes elavate inimestega „väga toredad korralikud elanikud, sellised tagasihoidlikud ja rõõmsameelsed“.

Eraldi teemana tõstati fookusgruppides pärnakate mentaliteet ning seda pigem negatiivsest ning linna arengut takistavast aspektist. Toodi välja, et Pärnus kardetakse teha nõ suuri asju – kui mingi teema on võõras, siis töötatakse sellele pigem vastu kui et püütakse ennast sellega kurssi viia ning asja häid ja halbu külgi vaagida.

... meil on ju ikka nii, et kui miskit on, siis moodustatakse ranna pargi päästekomitee ja pensionärid jooksevad...

... üks ehitab tee randa, siis tehakse ta rahvavaenlaseks, minu pärast võib ta olla kasvõi prügist tehtud, aga oli võimalus rannast minna Raekülasse välja... see oli niisuke skandaal!

... Et me ühelt poolt oleme nagu liiga tagasihoidlikud mingeid asju näitama ja siin peaks stoori juures olema, eksju, mis peaks olema niiõelda fun. Et tõesti, et see, kes räägib seda, sellel silmad põlevad peas - maailma parim asi...

...: mul tuli meelde, et kui ma kandideerisin, siis seal oli kirjas, et julgen olla erinev ning siis oli tunne, et kõik tahtsid püssi lasta, et see julgeb olla erinev...

... võib-olla see on meie üks väike viga, et me lihtsalt ei julge nagu asju suureks teha... (Mees) ...suurelt mõelda.

Sihtkoha turundus ja avalikud suhted

Tootearenduse kõrval tõstatus linna turunduse ja avalike suhete korraldamise küsimus. Fookusgruppides osalejate arvates on siin mitmeid kitsaskohti, mida parema koostöö ja planeerimise tulemusena saaks efektiivsemalt teha.

Laiem avalikkus teab Pärnut peamiselt suvepealinnana ning fookusgruppides arutleti suvepealinnaks olemise positiivsete ja negatiivsete külgede üle. Pärnu kui suvepealinn on tuntud nii Eestis kui ka lähivälismaal, kuid osalejate arvates ei ole see kontseptsioon kõiki pakutavaid võimalusi ära kasutanud ning sellele on lähenetud liialt kitsalt.

... noh mina mõtlen, et kui ma sõidan sinna lõunamaale puhkama, siis mis ma sõidan sinna, et seal on päike...et siis on mingid kultuuriväärtused, siis on... noh näeb midagi huvitavat, et... et see inimene, kes siia sõidab /--/, kui talle reklaamitakse seda kui suvepealinna, siis ta mõtleb, et oh, siin on meri, päike, rand... siis ta tuleb siia kohale – noh, rand on...

... see suvepealinna tiitli variant... muidugi turistid tulevad selle peale siia, see on kogunud juba piisavalt rahvusvahelist kuulsust. Ma arvan, seda, et Pärnul endal on turistidega võrreldes suvepealinnast väga teistsugune arusaam. Linn ja linnaelanikud ise on suvepealinna tiitlit sidunud liiga palju rannaga, liivaga ja ujumas käimisega ja suunanud seda nimetust selles suunas.

Jutuks tuli ka, et võib-olla kitsendab suvepealinna tiitel Pärnu kui sihtkoha müüki ning sellest nimetusest peaks loobuma. Sellele vastas üks osaleja: „*vanasõna ütleb ka, et ära sülitata enne vanasse kaevu kui uus valmis ei ole... kui uut toimivat ideekontseptsiooni ei ole, siis võiks kasutada ikka olemasolevat*”.

Turundussõnumite edastamisel peaks linn fookusgruppides osalejate sõnul olema julgem ja uuenduslikum. Negatiivsena märgiti linna seni suhteliselt konventsionaalset turundust liiga laiadele sihtgruppidele.

... turismi juures tulebki natuke skandaali teha...(mees) turism on ju eelkõige mäng...

... turismi puhul ei saa teha vanadekodulinna...

... julge olla eriline... ja seda ka linna poolt, et linn peaks julgema olla eriline...

... Pärnu linna puhul tekib just see küsimus, et mis ta tahab olla. Me jääme lihtsalt ootama ja vaatama, et miks turist tuleb Pärnusse. Pigem peaks olema küsimus – mida meil on talle pakkuda, et ta tuleks Pärnusse.

... Et aga ükski asi ei ole midagi väärt, kui sa ei suuda selle kohta lugu rääkida ja sinna juurde peab käima ka tõsine näitlejameisterlikkus, et noh selles suhtes on spaadel ja kõikidel muudel linnamüüjatel kõvasti õppida.

Osalejad märkisid ka vähest avalikkuse teavitamist headest näidetest turismi valdkonnas ning jälle ebapiisavat koostööd erasektori ettevõtete ja era- ning avaliku sektori vahel turunduse küsimustes.

... positiivne oleks ka see, et kui keegi on midagi huvitavat teinud, siis räägitakse sellest rohkem...

... päris huvitav oleks teada, kui palju pakuvad tänasel päeval turistidele ööbimist pakuvad ettevõtted oma külalistele Pärnut tutvustavat bukletti? (Naine) ... kus oleks kõik koos... (Mees) ...kuni selleni välja, et turist eksis siia ära veebruaris ning tahaks siia tulla suvel, aga mida siin teha on? Kogu selle aja ürituste plaan? Mida siin pakkuda on?

Samas tõi üks osaleja välja positiivse näite era- ja avaliku sektori koostööst turunduse vallas Pärnu Konverentsibüroo näol.

... kui me saime konverentsibüroole 1 miljoni turundusraha, siis me saime teha turundust nelja või viide sihtgruppi... kui nüüd mõelda, et x ettevõtte oleks pidanud seda ise tegema... me oleme maksnud kolme aasta jooksul osavõtumaksu 6000, see tähendab kolme aasta jooksul 18 000, aga see kõik, mis meil praegu käes on... materjal, mis läheb sihtgruppidesse...

Pärnu kui turismisihtkoha arenguhud

Fookusgruppides osalejad märkisid mitmeid väliskeskkonnast tulenevaid ohtusid ja võimalusi ning ka sisemisi nõrkusi, mis võivad mõjutada sihtkoha edasist käekäiku.

Osalejate poolt nenditi, et üks Pärnu tugevustest, mis tuleneb linna paiknemisest kahe riigi pealinna vahel, võib ajapikku muutuda vähem tähtsaks, kui Helsingi ja Riia vahel luuakse laevaühendus. Teine eelis, mida Pärnu ja kogu Eesti kasutab, on suhteline hinnaeelis võrreldes „vana Euroopaga“, hinnataseme võrdsustumisel selle teguri olulisus kaob ning on vaja hakata konkureerima Euroopa turismiturul võrdselt teiste, kauem turul olnud sihtkohtadega.

Linna arengut takistava tegurina nimetasid osalejad linnavalitsuse liikmete sagedast vahetumist ning eelmiste poolt püstitatud eesmärkide ja ülesannete märkamata jätmist ning uutele radadele asumist. Samas nenditi, et paljud ametnikud on aastaid töötanud samal kohal ning nende suhtumine tundub sageli olevat ükskõikne.

... linnavalitsus muutub iga natukese aja tagant, kuid ametkond on ikka kogu aeg üks ja see sama ning mõni on seal juba nii pikka aega olnud... ja kui nüüd keegi tuleb uue ideega, siis sellest seisvast veest läbi murda on tõeline katsumus...

... miks ei suudeta linnavalitsuses nii asju ajada... antakse ülesanne, on ka vastutaja nii nagu me oma kodus teeme, nii nagu me oma ettevõttes teeme... mind hämmastab ikka järjepidevalt see...

... Mida me siis tegelikult tahame, mida need linnaisad ja linnavõimud üldse tahavad? See ei saa olla nii, et iga kahe aasta tagant suund muutub – ühed jõuavad sisse elada, kui tuleb võimuvahetus ning öeldakse, et see meile ei sobi... See on väga palju jätnud viimase aastakümne jooksul Pärnu arengus oma jälje.

... eesmärk peab olema üks ning see on linna hüvang... ei ole nii, et minu aegu, sinu aegu... seda jõuab pärast jagada küll ning avalik sektor on selleks sinna pandud, et see linn oleks tugev.

Üks osalejatest väljendas uuenduslike tegevuste ettevõtmist linnas järgnevalt: „... ja kogu aeg on selline tunne siin linnas, et ma olen eksinud siin linnas... kui teed midagi, siis on tunne, et ei leia teed ja oled eksinud...“. Leiti, et paljud head algatused sumbuvad kiiresti (eelpool viidati Bastionide raja projektile).

... meie majas ja ka muljal on näha seda, et alguses rajatakse midagi ja arvatakse et see on valmis, aga turismikeskuses ei saa miski valmis... pidev areng peab toimuma. Kui Tallinn ei saa kunagi valmis, siis miks Pärnu peab saama?

Kriitilise arengutegurina märgiti mitmel puhul kohalikku elanikku, kes ei ole piisavalt motiveeritud tegevustest osa võtma ning töötab aegajalt võib-olla enese teadmata Pärnule kui turismisihtkohale vastu.

Mees: ... siin käib üksteise varvastel tallumine...

Naine: ... aga äkki on see laiskus?... mingi vana rasva peal laisklemine...

Naine: ... aga see ongi see, et ma ei viitsi enam rohkem pingutada, mul on piisavalt hea olla... vaatan telerit ja...

Naine: ... rand on ju olemas...

Mees: ... ja teiselt poolt võib see olla hirm uue ees...

Edukate tulemuste saavutamiseks on fookusgruppides osalejate arvates vaja teha konstruktiivset koostööd nii linna kui ka terve maakonna tasandil.

Naine: me kõik oleme tugev jõud ning siin oleks vaja ühtset katust, kas siis ehitatud või organisatoorse katust ning koos oleksime me valmis suuri asju tegema... võtame kuskilt napsti raha juurde ja olemegi üks „pupe“ linn... üks ärimees ütles, et paneme organisatoorselt katuse peale ning saame sõpradeks, tõmbame igalt poolt rahad sisse – võtame nii suure raha peale, et kõik saab korda...

Ette heideti ühtse koordineeritud turismi arendamise puudumist linnas – on üksikud grupid inimesi, kes teevad oma asja hästi, kuid ühine tegevus puudub.

... linna poolel peaks olema ka nii, et kui ollakse öeldud, et me oleme suvituslinn, siis sealt ülevalt poolt peaks selle heaks midagigi ära tegema... peaks koostöös erasektoriga midagi koos tegema, mitte sõdima...

Välja toodi ka puudulik koostöö era- ja avaliku sektori vahel, mille tulemusena tekiksid pikemaajalised arenguvisionid ja eesmärgid, mille poole koos püüelda. Võib küll väita, et seda rolli kannab arengukava, kuid seda koostatakse mitme aasta tagant ning selline koostöö ei ole piisav kaasamaks ettevõtlust linna arengusse. Fookusgrupis kerkis üles etteheide, et ettevõtjad osalesid arengukava nn turismirühmas ning töötasid välja mitmeid ettepanekuid, kuid hiljem valminud arengukava lugedes nad neid sealt enam ei leidnud.

... tegelikult ongi see, et avaliku sektori pool ja kultuuri pool ja ettevõtluse pool panevad kokku selle, kes me tahame olla ja keda me siia tahame... me ei saa vaadata seda kaks aastat ettepoole, see peab olema teada 5-10 aastat ette...

... see on selline pikaajaline plaan ja ka stabiilne... siis julgeksid siia tulla ka keegi, kes julgeks siia tulla ka pikemaks ajaks ja arendada oma plaane, aga mitte nii, et kogu aeg on ebamäärane poliitiline olukord ...ja mida sa hakkad siin midagi tegema... ja ükski äriinimene ei hakka ju katsetama korraks – nad tulevad ja tahavad kindlad olla oma investeeringute tasuvuses. Aga kui ta ei tea, mis on aasta-kahe pärast tulemas, siis ta ei hakkagi katsetama, tal on parem kuskile stabiilemasse keskkonna investeerida.

... ettevõtted tahavad teada, milline on kolme aasta plaan, viie aasta plaan, strateegia... Pärnu linna kuvand väljapoole... see initsiatiiv peab tulema avalikust sektorist, mitte erasektorist...

... linna poolel peaks olema ka nii, et kui ollakse öeldud, et me oleme suvituslinn, siis sealt ülevalt poolt peaks selle heaks midagigi ära tegema... peaks koostöös erasektoriga midagi koos tegema, mitte sõdima...

Arutelu ja järeldused

Käesoleva uuringu lähtealuseks oli Florida (2002) poolt tõstatatud käsitlus loomeklasside (*creative class*) kaasamisest inimkapitali arendamisse ning piirkondade konkurentsivõime suurendamisse. Florida sõnul on sellised piirkonnad innovaatilisemad ning nendes on ka rohkem kõrgtehnoloogilist tootearendust.

Lähtudes Florida ideest määratlesid Richards ja Raymond (2000) loometurismi kui kultuuriturismi laienduse või vastasmõju. Nende sõnade järele on loometurism (ingl *creative tourism*) selline turism, mis pakub külastajatele võimaluse arendada nende loomepotentsiaali läbi aktiivse osalemise õppimiskogemustes, mida pakutakse nende poolt valitud puhkusesihtkohtades. Õppimise protsessi on kaasatud kohalikud elanikud, kes jagavad oma teadmisi ja oskusi. Seega nende tegevuste kaudu ei looda ainult käivet kohalikule kogukonnale vaid luuakse ka kontakte külaliste ja võõrustajate vahel, mis omakorda muudab sihtkohast saadava elamuse ainulaadseks ja unikaalseks.

Ka Smith (2005) on rõhutanud loomingulisuse tähtsuse kasvu linnade ja sihtkohtade arengus. Tema arvates traditsionaalsed pärandipaigad ei ole enam konkurentsivõimelised. Veelgi enam, sihtkohtadel ei pruugi olla piisavalt pärandil põhinevaid atraktsioone, mida edendada ning seega võiks kaasaegse turismitoote arendamise põhifookus põhineda loometurismi ideel. Sihtkoha vaatepunktist analüüsid on loometurismil mitmed positiivsed mõjud: kohalike tuleb julgustada õpetama turistidele oma oskusi ning head kontaktid külastajate ja võõrustajate vahel saab muuta majanduslikuks tuluks. Kohalike elanike suurem kaasamine sihtkohatoote pakkumisse aitab vähendada turismitulude leket sihtkohast, mis on väga omane turismisektorile, kuna turismitoote pakkumisel kasutatakse väga palju sihtkohaväliseid tooteid ja teenused ehk neid imporditakse sihtkohta. Selleks, et seda kõike eduliselt ellu viia on vaja sihtkoha tasandil leida ühendused sihtkoha ressursside ja turistide vajaduste vahel.

Antud põhimõtete rakendamisevõimalusi uuriti Pärnu ja Porvoo näidete varal. Mõlema kaasuse puhul on tegemist sihtkohtadega, mis põhinevad teatud pärandilool, kuid viimane ei ole piisav külgetõmbetegur, et aidata turismisektoril toimetada aastaringselt efektiivselt. Seetõttu on vaja leida alternatiivseid ja täiendavaid lahendusi sihtkoha atraktiivsuse ja konkurentsivõime suurendamisel. Porvoo uuring esitatakse teise uurimisgrupi poolt eraldi raportina.

Lähtuvalt loometurismi käsitusest olid käesoleva uuringu eesmärk uurida: 1) milline on turistide osalemise võimalus sihtkoha turismitootes, 2) millised on võõrustajate ja külastajate vahelised suhted, 3) mil määral on turismitoote pakkumisel tegemist konventsionaalsete või innovaatiliste partnerlussuhetega ning 4) kuidas suurendada turismi majanduslikku mõju sihtkohale.

Uuringu laiem eesmärk oli määratleda sihtkoha asjaliste suhtumine sihtkoha arendusse ning luua seosed pärandi ja sihtkoha tulevikuarengute vahel. fookusrühmade eesmärkidena püstitati uute tooteideede genereerimine, innovaatiliste partnerlussuhete väljatoomine ning olemasolevate ja potentsiaalsete loova turismi võimaluste määratlemine Pärnus.

Pärnus toimunud fookusgrupid olid oma teemakäsitlemise alatoonilt suhteliselt erinevad – mõni grupp oli ülestõstatud teemade (vt. Metoodika ptk) suhtes positiivsema arvamusega, teine seevastu vägagi negatiivne. Grupp, mis oli positiivsemalt häälestatud, tõi välja rohkem uusi tootearenduslikke ideid, kui grupp, mis keskendus eelkõige kritiseerimisele. Viimase grupi osalised olid valdavalt ettevõtjad, kes on Pärnus erinevaid sündmusi ja üritusi korraldanud ning nende kriitilisuse ühe põhjendusena võib tuua mitte kõige parema praktika linnas erinevate tegevuste korraldamisel.

Kõik grupid olid seda meelt, et Pärnu sihtkohatoode on suhteliselt konventsionaalne, uuenduslikke ideid on vähe ning turistide aktiivne kaasatus sihtkohatootesse on madal, vähe on isetegemise võimalusi. Leiti, et sihtkoht tuleb muuta elavamaks ning huvipakkuvaks aastaringsest. Nenditi, et probleeme atraktiivsusega on nii madalhooajal kui ka tegelikult kõrghooajal, kui ilmastik ei soosi „päikeseturismitoote“ pakkumist. Terve rida probleeme turismi- ja puhkuseelamuse saamisel kerkib üles ka päikesepaisteliste ilmade puhul. Kuid eesmärgiks ei peaks olema aastaringne 100%line täitumus – peab jääma võimalus ka taastumiseks.

Ressursid sihtkoha atraktiivsemaks muutmiseks on varjatud kujul olemas. Selle eelduseks on erinevate ettevõtjate, st nii turismi- kui ka muude valdkondade ettevõtjate ja loominguliste inimeste tihedamat koostööd. Lisaks tuleb teenuste pakkumisse tugevamalt kaasata Pärnu linna elanikke – võimaldada kohalikel avastada endas peituvad andeid ja võimeid ning neid siis rakendada loomingulise turismielamuse saamisel. Turismi arendamise protsessi tuleks kindlasti rohkem kaasata inimesi väljapoolt traditsioonilist turismisektorit, sest sellisel juhul tekiks sihtkoha arengusse nn uus hingus ning uued ideed.

Uurijate arvates on loometurism üks võimalustest kuidas lahendada pereturismitoote arendamisega tekkivad raskused. Viimased on seotud sellega, et perekonda kuuluvate liikmete ootused ja vajadused on väga erinevad tulenevalt nende vanusest, soost jne. Loomingulises turismis loob külastuselamuse turisti ise, kuid selleks peab olema eelnevalt loodud pinnas, kus looma hakata. Vastavalt iga osalise potentsiaalile ja kogemusele luuakse täiesti ainulaadne sihtkohaelamus.

Uuringuprobleemi üheks eelduseks oli väide, et sihtkohtadevaheline konkurents üha kasvab ning teema kerkis esile ka fookusrühmades. Linna võrreldi enim Tartu ja Jurmalaga. Toodi mitmeid näiteid (linnakeskkonna arendamine, teenuste pakkumine jne), mille osas oleks Pärnu neilt kahelt linnalt palju õppida. Konkureerimisel ning võrdlusanalüüsi tegemisel (*benchmarking*) ei tohiks lähtuda vaid sihtkohatüübikeskset konkurentsist (*a la* Pärnu konkurendid on Kuressaare, Haapsalu, Jurmala) vaid konkurentsist kõige laiemal skaalal. Sageli on võimalik häid praktikaid leida hoopis teisetüübilistest sihtkohtadest ning leida hoopiski unikaalseid lahendusi.

Loometurismi üheks lähtealuseks on kohalike elanike oskuste ja teadmiste rakendamine linnakülastajate elamuse pakkumisse. Seega on väga oluliseks eelduseks kogukonna ja turistide omavahelised suhted ja üksteisesse suhtumine. Fookusrühmades arutati, milline on pärnaka hoiak linnakülastajate suhtes ning kas nad tahaksid olla rohkem kaasatud ka nn turismiruumi kasutamisse.

Linna arenguvisionis aastaks 2015 viidatakse linna turismiruumi tsoneerimisele: „ ... ajalooline kuurort toimib teemapargina ning uued kuurordipiirkonnad pakuvad mitmekesiseid vaba aja veetmise võimalusi“. Viimasest võib järeldada, et teemapark

on pigem nostalgia koht ning aktiivne tegevus koos küllastajate kaasamisega toimub nn uue kuurordi alal. Eelpool on mainitud, et loominguulise turismi osas on elamuse loojaks turist ise läbi erinevate kaasamis- ja osalemisprotsesside. Teemapargi idee järgi rajatakse tehiskeskond, investeeritakse infra- ja superstruktuuri ning koha elavdamiseks luuakse näitemäng, milles kutsutakse osalema ka turistid. Kõik see peaks tekitama olukorra, et turistil tekib mõte – ahhaa, see on nagu selles filmis, raamatus, ajastus jne.

Teemapark avatakse mingil kellaajal ja pannakse mingil kellaajal kinni. Park ei ela linnarütmi järele vaid seal elatakse näidiselu. Seega võiks järeldada, et linna arenguvisioni on kirjutatud sisse, et tegelik elu viiakse rannapiirkonnast ehk vanast kuurordipiirkonnast välja ning see asendatakse loodud teemapargiga, mis on eelkõige suunatud linnakülalistele. Samas on üksikud omanikud ja residendid, kes omavad selles piirkonnas kinnisvara topelt koormus, et hooldada oma elusaset ja investeerida sellesse nii, et see sobiks loodud teemapargi raamistikuga.

Nn „meepottide“ arendamine pikemas perspektiivis ei ole jätkusuutlik, sest see viib linnaruumi killustumiseni – selleks et jõuda ühest „valgustatud alast“ teise, on vaja läbida „pimealad“. Jätkusuutlikum on arendustegevus, mis kaasab kogu linnaruumi ning viimane on ka loometurismi üks lähtealustest.

Teine võimalus oleks uuendada kogu turismiruumi läbi investeeringute kohalikesse elanikesse (aktsepteerida neid sellistena nagu nad on, anda neile võimalus leida endas peitunud anded) ning loomulikesse ressursidesse (kohaspetsiifiline arhitektuur, linnaruum). Sellise protsessi puhul vähendatakse tehiskeskonna tekkimise võimalust, kus kohalikud elanikud käivad tööl ja mis seostub neile vaid kohustustega vaid arendatakse tervet linnaruumi ehk loovat ruumi.

Loometurismi üheks eesmärgiks on suurendada kohalikke turismitulusid, mis põhineksid kohalikel panustel ehk turismitulude leke oleks siis kõige väiksem. Fookusrühmades arutati kunsti ja kunstitegemise olulisust sihtkohatootes. Tuginedes fookusrühmades osalejate arvamusalaldustele võib välja tuua suundumuse, kus omavalitsuse poolt toetatakse projekte, mille tulemusi on võimalik kontrollida – peljatakse unikaalsust, ainulaadsust ja kontrollile mitte alluvaid loominguulisi nähtusi ja protsesse.

Loomemajandus on orgaaniliselt seotud sihtkoha arenguga. Sihtkoha toote arendamisel saavutamaks terviklikku elamust on oluline läbi mängida ja rakendada nn viie meele käsitlust (kuulmine, haistmine, kompimine, nägemine, maitsmine). Hetkel on Pärnust saadav elamus uuringus osalejate hinnangul ühekülgne – õppimise, katsetamise ning erinevate meelte kaudu saadav elamus peaks olema sihtkohatoote sisu. Siin on jällegi oluline kaasata erinevate valdkondade eksperte, sest ärealade kokkupuutepunktis tekib uuenduslik mõtlemine ning uuenduslik toode.

Tootearenduse poolt tõstatati veel ka tähelepanek, et müües oma peamist turismiresurssi – merd ja randa, keskendutakse väga standardsetele lahendustele, st seostele vaid suve ja päikesega. Kasutusele tuleks võtta ka „mere teine külg“ ehk siis merelisusega kaasnevad kõikvõimalikud nähtused, tunded ja kogemused (torm, üleujutus, muul, sadam, jõgi jne).

Loometurismi pakkumise fooniks on loominguline ruum, mis on olemuselt mõnus, sõbralik ning selles viibise varjatud eesmärgiks on reisimise kaudu paremaks inimeseks muutumine. Ruumi loomise eelduseks on kohaliku omavalitsuse ning muude asjaliste tihe mõttevahetus ja järjepidev tegutsemine vastavalt seatud eesmärkidele. Turismiasjalised ei tunneta, et linna elu korraldamisel lähtutakse varasemalt koostatud arenguplaanidest ning viimased on jäänud vaid paberi peale. Uuringus osalenute arvates iseloomustab arengukavade rakendamist hektilisus.

Lisaks andis osalejate mõttemaailm märku liberaalse paradigma võimalikust muutusest – 90ndate alguse uskumus „vähem riiki ja vähem sekkumist“ on asendumas ihalusega süstemaatilisema planeerimise järele, seda nii kogu linna arengu kui ka turismi osas. Üha rohkem saadakse aru, et üksi ja lühiajalises perspektiivis on võimalik saavutada vaid väga väike võit – koos ning pikemaajaliselt on võimalik luua tõeline konkurentsieelis ning saavutada ka jätkusuutlik areng.

Tänuavaldused

Uurimisgrupp soovib tänada kõiki, kes aitasid kaasa käesoleva uuringu ettevalmistamisel ja läbiviimisel. Eriti sooviks tänada kõiki fookusrühmades osalejaid, partnereid Porvoo Polütehnilisest Instituudist Kaija Lindrothi, Jarmo Ritalahtit, Johanna Olkaneni ja Ulla-Maija Rouhiainenit, Pärnu Linnavalitsuse töötajaid Eda Toomsalut ja Anneli Leemetit ning Heli Toomanit TÜ Pärnu kolledžist asjakohaste märkuste eest.

Viidatud kirjandus

1. Confederation of Finnish Industries EK (2005a) *Palvelut 2020 – Kohti palvelujen tulevaisuutta*. Helsinki: Elinkeinoelämän keskusliitto.
2. Confederation of Finnish Industries EK. (2005b) *Tulevaisuusluotain: Teknologian ja uudistuva liiketoiminta – menestymisen edellyttämiä osaamistarpeita*. Väli raportti II. Helsinki: Elinkeinoelämän keskusliitto.
3. Florida, R. (2002) *The Rise of the Creative Class – And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life*. Basic Books, New York.
4. Gibbs, A. (1997) *Focus Groups*. Social Research Update. University of Surrey. [<http://www.soc.surrey.ac.uk/sru/SRU19.html>] 5.03.2006
5. Grudens-Schuck, N., Allen, B, L., Larson, K. (2004a) *Can You Call it a Focus Group?* Methodology Brief. Iowa State University. [<http://www.extension.iastate.edu/Publications/PM1969A.pdf>] 5.03.2006
6. Grudens-Schuck, N., Allen, B, L., Larson, K. (2004b) *Focus Group Fundamentals*. Methodology Brief. Iowa State University. [<http://www.extension.iastate.edu/Publications/PM1969B.pdf>] 5.03.2006
7. Juutilainen, A. (2005) *Pienen matkailuyrityksen yrittäjän taival: Oppiminen yrittäjyysprosessissa*, Lappeenranta: Acta Universitatis Lappeenrantaensis.
8. Pärnu arvudes 2005. Pärnu Linnavalitsuse planeerimisosakonna arengu- ja turismiteenistus 2006
[http://www.parnu.ee/fileadmin/user_upload/materjalid/Linn_arvudes_2005.pdf] 08.08.2006
9. Pärnu Rannapromenaad. Pärnu Linnavalitsus (2006) 8 lk.
10. Pine, B.J. & Gilmore, J.H. (1999) *The Experience Economy: Work is Theatre and Every Business a Stage*. Boston, Harvard Business School Press.
11. Richards, G. & Raymond, C. (2000) *Creative Tourism*. In Atlas News no. 23.
12. Richards, G. & Wilson, J. (2006) *Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?* *Tourism Management*, Vol. 27, Is. 6, pp. 1209-1223
13. Richards, G. (2005) *Creativity: A new strategic resource for tourism?* In *Tourism, creativity and development*. ATLAS Reflections 2005, October 2005.
14. Smith, M. (2005) *Tourism, culture and regeneration: differentiation through creativity*. In *Tourism, creativity and development*, ATLAS reflections 2005, October 2005.
15. Wilenius, M. (2004) *Luovaan Talouteen*. Kulttuuriosaaminen tulevaisuuden voimavarana. Helsinki: Edita.