

Hiiumaa mereline eripära tuleb tuua esile hooajaväliste ürituste ja ühisturundusega

Hiiumaa turismiklastri läbi viidud turismiasjaliste küsitluse tulemused

November 2021

Sisukord

Ülevaade ja kokkuvõte

1. Tegevusvaldkond
2. Aastaringsus
3. Lisatööjõud kõrghooajal
4. Kes on hooajatöölised
5. Koroona-aasta käibemuutus
6. Rahulolu käibega
7. Käibekasvu soov järgmiseks 2022. aastaks
8. Klientide arvu muutuse soov 2022. aastaks
9. Sihtrühmad praegu
10. Soovitavad sihtühmad tulevikus
11. Valmisolek teenindada võõrkeeltes
12. Soovitavad sihtturud välisriikides
13. Hinnang koostöövajadusele teiste turismiettevõtjatega
14. Koostöö reklaamitegevustes
15. Peamised infokanalid ettevõtte reklaamimisel
16. Turunduseelarve suurus
17. Kodulehe keeled
18. Hooaja pikendamise perioodid
19. Hinnang hooaja pikendamise võimalikkusele
20. Takistused hooaja pikendamisele
21. Tegevused turismihooaja pikendamiseks
22. Arendamist vajavad turismivaldkonnad hooaja pikendamiseks
23. Unikaalsed tegurid, millele Hiiumaa turismi edendamisel keskenduda
24. Turistide ootused päringute alusel
25. Luba saata infot ja käidelda isikuandmeid

Ülevaade ja küsitluse läbiviimise kirjeldus

Küsitlus viidi läbi veebiküsitlusena, kutsed vastamiseks saadeti suunatult turismiga tegelevatele ettevõtetele, kelle andmed olid Hiiumaa Arenduskeskusele antud varasemate turismiarendusprojektide käigus. Kutsed vastata küsitlusele saadeti kokku 164 adressaadile, küsitlusele vastas etteantud tähtjaks 54 turismi ja turistide teenindamisega seotud ettevõtjat, mis teeb vastanute protsendiks ligi 33 %. Lisaks kutsuti küsitlusele vastama ka Hiiumaa turismiasjaliste infokirja kaudu ning üleskutsele reageeris üle kümne turismiettevõtja või turismiettevõtlusega kokku puutuva huvigrupi esindaja.

Hiiumaa olusid arvestades tuleb lugeda vastanute hulk piisavalt representatiivseks, et selle põhjal järeldusi teha. Et kompenseerida suhteliselt väikesest valimist tuleneva statistilise vea riski, on järelduste tegemisel jälgitud süvendatult ka vaba tekstiga vastuseid ning püütud leida sisulisi seoseid erinevatele küsimustele antud vastuste vahel ka üksikute vastajate ning nende tegevusalade lõikes. Küsitluses esitati 24 sisulist küsimust Hiiumaa turismiettevõtluse kohta. Mõned küsimused puudutasid olemasoleva olukorra kirjeldamist, kuid põhiosa küsimustest keskendus arenguvõimaluste otsimisele.

Üldised järeldused

Igale küsimusele antud vastuste detailsem ülevaade koos kommentaaridega järgnevad allpool, kuid üldised ja olulisemad Hiiumaa turismiettevõtlust puudutavad järeldused, mis käesolevast küsitlusest on võimalik välja tuua, on järgnevad.

- Koroona-aasta tõi külastajate arvu kasvu majutust pakkuvatele turismiettevõtetele, aga paraku käibelanguse giididele, kultuuri- ja ajalooa seotud teenustesse ehk lisateenustesse. Külastatavuse ja käibe langusest teatasid ka väikesadamad.
- Käibekasvust unistab vähem kui pool turismiasjalistest, 51,9 % on olemasolevaga rahul.
- Tuleviku suhtes on optimistlikumad ettevõtjad, kelle teenuste hulka kuulub ka majutus.
- Perspektiivse kliendina nähakse pigem jõukat, stabiilset ja rahulikku klienti, kel on kindlad huvid ja soovid, mida Hiiumaale otsima tuleb.
- Eelistatud on konkreetse huviga (loodus, peretegevused, matkamine, merelised tegevused) individuaalkliendid või väiksemad grupid.
- Turismiettevõtete eraldiseisvad turunduseelarved on nii väikesed, et tõhusat turundustegevust ei ole nende summade eest võimalik teha.
- Hooaega aitaks kõige paremini pikendada ürituste, sündmuste, konverentside ja seminaride korraldamine ning Hiiumaa ühtne mainekujundus ja ettevõtjate ühisturundustegevused

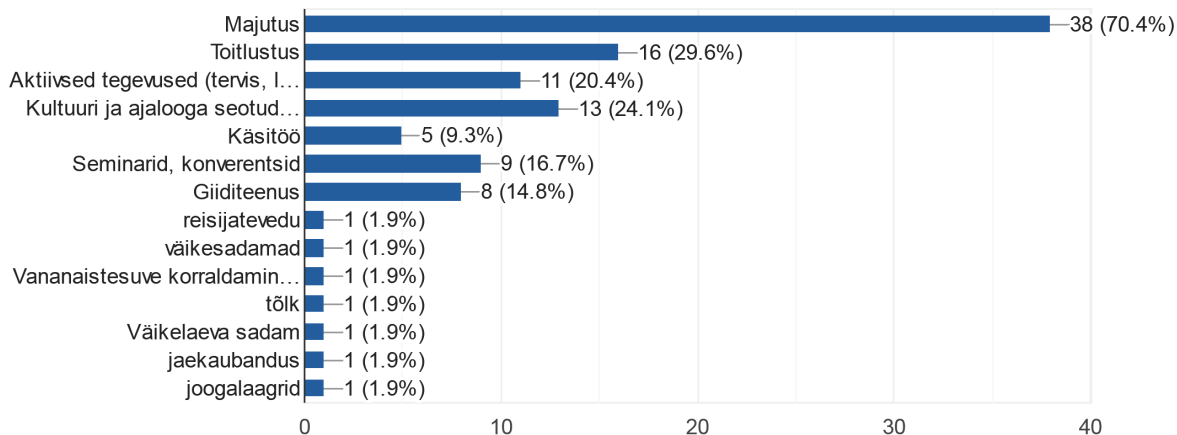
NB! Konkreetne küsitlus põhineb vaid Hiiumaa turismiettevõtlusega tegelevate või nendega seotud isikute kogemustel ning ei kajasta sihtgruppide ehk turistide tegelikke eelistusi ja ootusi.

Kuidas lugeda GRAAFIKUID

Kuna enamuse küsimuste puhul sai vastaja valida ka mitu vastusevarianti, on alljärgnevatel graafikutel välja toodud kõik esitatud vastused protsendina vastanute koguarvust. Seepärast ei ole need arvud nullsumma mäng ega terviku kokku liitmine ning % kogusumma on enamasti suurem kui 100 %.

1. Tegevusvaldkond

54 responses

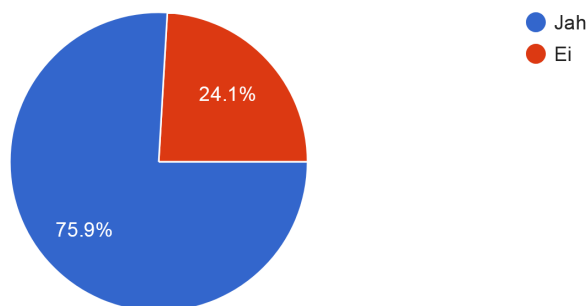


Vastanud ettevõtete jaotus tegevusvaldkondade kaupa

Vastanutest kõige rohkem, 21 ettevõtet ehk 38,2% pakkusid majutust kombineerituna muude tegevustega, eelkõige toitlustusega (13) ja aktiivsete turismitegevustega (7). Ainult majutust pakkus 17 vastajat ehk 31.5%. Aktiivseid turismitegevusi mainisid 11 ehk 20 % vastanutest. 13 vastajat ehk 24,5 % märkisid, et tegelevad ka kultuuri- ja ajaloovaldkonna teenustega, neist 5 vastajat tegelesid ainult selle valdkonnaga. Toitlustust kokku mainiti 16 vastuses, kuid ainult toitlustusteenuse pakkujaid oli vastanute seas vaid üks, seegi kombineerituna jaekaubandusega. Ainult giiditeenuseid ilma lisateenusteta pakkus 2 vastajat ehk 3,64% ning käsitöö tõi peamise tegevusvaldkonnana välja 1 vastaja. Sadamaettevõtetest vastas 2 küsitlusele kutse saanutest, kuigi sadamapidajaid on Hiiumaal rohkem.

2. Kas pakute aastaringselt turismiteenust?

54 responses

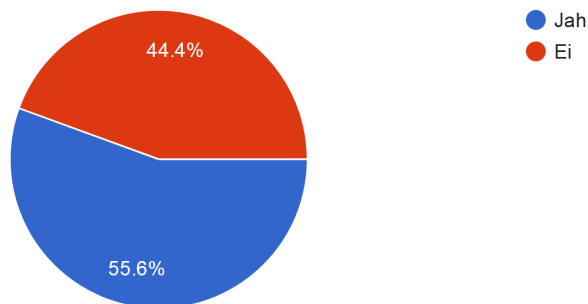


Aastaringsus: üle ¾ ettevõtetest tegutseb JUBA aastaringselt

Aastaringselt pakkus teenust 41 vastanut, ainult suvehooajal tegutses 13 ettevõtet ehk 24,1 %. Vaid hooajaliselt tegutsevate ettevõtete hulgas oli üks ainult giiditeenuseid pakkuv ettevõtte, kaks üritusekorraldajat ning väikesadamate haldaja, ülejäänud talveks ukseid sulgevad ettevõtted tegutsesid kombineeritult majutuse, toitlustuse, giidi- ja kultuuriteenuste valdkonnas.

3. Kas kasutate kõrghooajal lisatööjõudu?

54 responses

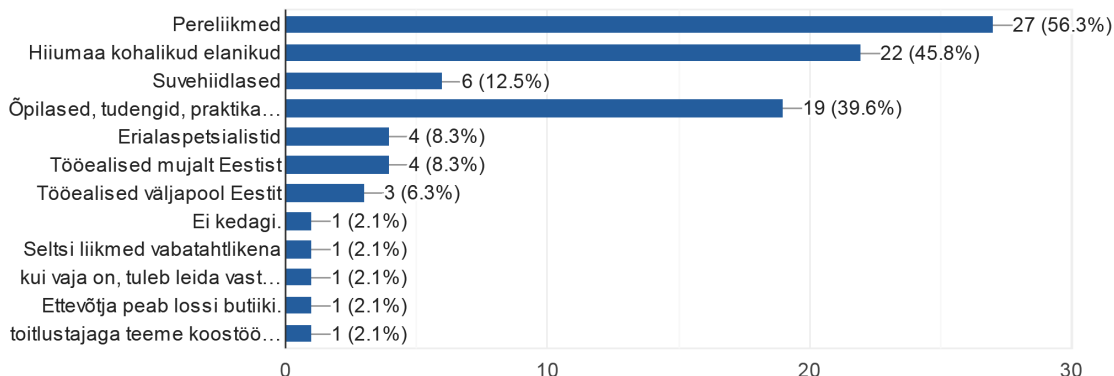


Lisatööjõud kõrghooajal leitakse peamiselt pereliikmete seast

30 vastanut märkis, et vajavad hooajal täiendavaid abikäsi, 44,4 % ettevõtetest saab ka kõrghooajal hakkama lisatööjõudu kasutamata,

4. Keda kasutate peamiselt hooajatöölisena?

48 responses

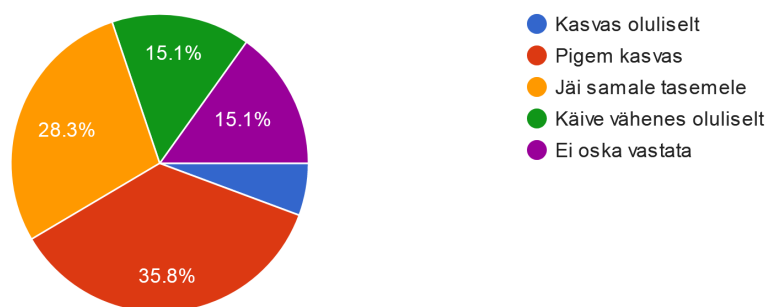


Kes on hooajatöölised?

Ka neist, kes eelmisele küsimusele vastasid, et lisatööjõudu ei vaja, märkisid 12 vastajat siiski, et hooajatööde tegemiseks tuleb kaasata pereliikmed. Ka nende, kes vastasid, et vajavad lisatööjõudu vastuste hulgas olid esimese valikuna abitööjõu leidmisel pereliikmed. Järgnesid õpilased, tudengid, praktikandid ja muud Hiiumaa elanikud.

5. Kuidas muutus Teie ettevõtte käive 2020. aastal võrreldes varasemate aastatega,

53 responses

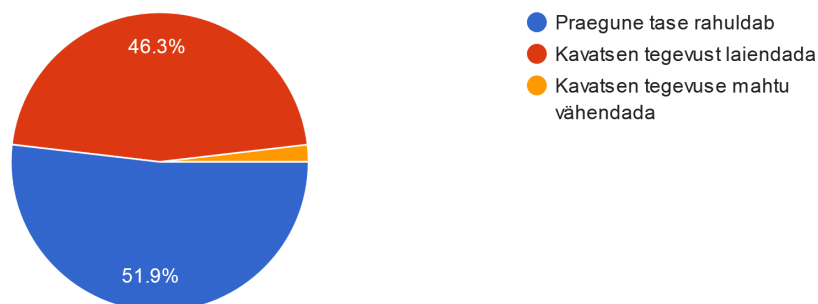


Koroona-aasta käibemuutus oli paljudele pigem positiivne

Käive kasvas või jäi samale tasemele 62,9 % vastanutest ehk 34 ettevõttel ning peamiselt olid need majutusteenuste pakkujad. Olulist käibekasvu maininud 3 ettevõtet tegelesid samuti majutusega, kuid pakkusid ka lisateenuseid: seminare, toitlustust, aktiivseid puhketegevusi. Käive vähenes 14,8 % vastanutest ehk 8 ettevõttel, kusjuures nende seas EI OLNUD ühtki majutusteenuste pakkujat.

6. Kas olete rahul praeguse klientuuri ja käibe tasemega või kavandate kasvu?

54 responses

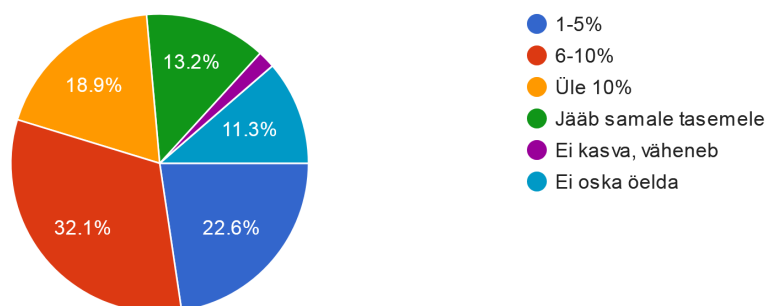


Rahulolu käibega: pooled on rahul ja teine pool soovib tegevust laiendada

Üle poole ettevõtjatest ehk 28 olid praeguse käibe tasemega rahul, 25 kavandasid tegevuse laiendamist. Nende kahe grupi vahel olulist erinevust välja tuua ei saa, mõlemasse kuulus sarnaselt nii majutusettevõtteid kui toitlustajaid ning aktiivsete turismiteenuste, giiditeenuste ja kultuuri- ja ajaloo tegevuste pakkujaid. Vaid üks vastaja teatas, et kavandab tegevust koomale tõmmata, tegemist oli ettevõttega, kes ei paku majutust, vaid ainult aktiivseid vaba-aja tegevusi.

7. Plaanitud käibe kasv aastaks 2022 (%)?

53 responses

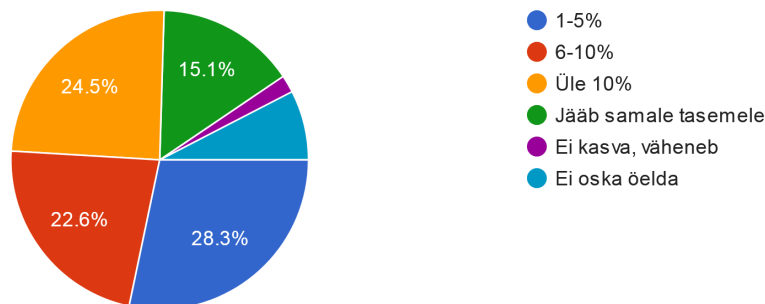


Käibe prognoos järgmiseks 2022. aastaks on positiivne

18.9 % vastanutest ehk 10 ettevõtjat olid optimistlikud ning ennustasid järgmiseks aastaks üle 10 % kasvu. Koos 17 ettevõtjaga, kes prognoosisid 6-10% käibekasvu, oli tuleviku suhtes väga positiivselt meelestatud kokku 51 % vastanutest. 12 vastajat nägid ette kasvu 1-5% ehk ligi ¼ vastajatest usub turismimajanduse kasvu. Tegevusvaldkondade lõikes olid optimistlikumad majutusteenuste pakkujad ning selge seisukohata pigem ilma majutuseeta tegevuste korraldajad, nende hulgas üks giiditeenuste pakkuja ja käsitöötegevuste korraldaja.

8. Soovitav klientide arvu kasv (%) 2022?

53 responses



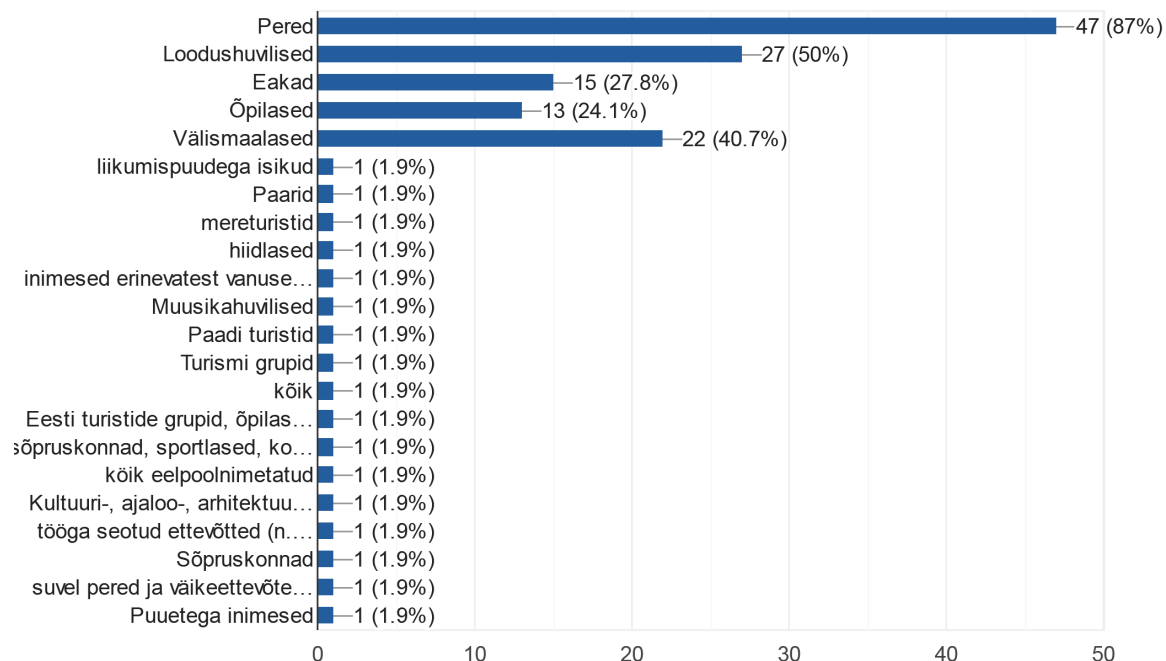
Klientide arvu kasvu prognoos on veelgi positiivsem

Kokku 75,4 % vastanutest uskus, et klientide arv 2022 pigem kasvab. Tegevusvaldkondade kaupa kattusid ootused klientuuri kasvule vastustega käibe kasvu kohta, vt. eelmist graafikut.

Sihtrühmad ja sihtturud

9. Kes on teie ettevõtte peamised sihtrühmad?

54 responses



Suurimaks sihtrühmaks pereturistid

Küsimus sihtrühmade kohta oli ehk püstitatud vastajates mõnevõrra segadust tekitaval viisil, kuna ka välismaalaste hulgas võib olla nii loodushuvilisi kui pereinimesi. Samas andis vaba tekstiga vastusevariant võimaluse vastust täpsustada ning sealt tuli mitmeid huvitavaid sihtrühmi. Sellegipoolest sai ülekaaluka eelistuse pereturistide grupp 87 %.

10. Millistele sihtrühmadele peaks tulevikus Hiiu maal turismiteenuseid pakkuma?

Vaba tekstiga küsimus soovivate sihtrühmade kohta tõi palju huvitavaid vastuseid (toimetamata):

- Võõrkeelsetele
- Loodushuvilised
- Keskkonda hindavatele väiksematele seltskondadele, peredele omapead reisivatele inimestele
- kõigile
- Endistele Hiidlastele ja keda huvitab ajalugu.
- Pikemaajalised nautlejad :)
- Kõik on muutumises ja prognoosida on raske, kasvutrendis on siseturism.
- Loodusturism - fotograafid, linnuvaatlejad, matkajad; suuremad konverentsid-koolituspaketid, et inimesed tuleksid linnast korra kaugemale, teatrietendused erinevates Hiiu kohtades - meie klientidest on jäänud arusaamine, et teatrietendused on see, kus käiakse kõige rohkem. Suuresadamas käib väga palju rahvast Ungu restorani pärast, lisaboonus, kui seal oleks näiteks veel avatud Suuresadama ait muuseumi näol või võimalus legendaarseid Hiiu kaluri laevasid vaadata ja muuseumi külastada või vanad sõjaväebaasi osa vaadata, teatrietendused Suuresadamas. Lastelaagrid - maalilaagrid, merendusteemalised, rahvatantsijatele laagrid vm
- Küsitluse punkt 9, aga peaaesjalikult nõ kõrgem keskklass, ettevõtjad
- Siseturist Eestist
- pered; bussituristid; üksikuitajad; jne
- lähivälismaa (läti, soome, eesti-venelased), lisaks siseturismile
- kõigile
- Pered, matkajad, jalgrattagrupid
- Jahi- ja kalastushuvilistele, küpses eas välismaalastele ja siseturistidele.
- Matka ja aktiivse eluviisi harrastajad
- Ma ei näe põhjust ühegi sihtrühma välistamiseks.
- Loodus- ja pereturist
- Äriturism
- peredele
- Erinevatele sihtrühmadele
- Peredele
- kõigile
- jahi ja kalameestele
- Loodushuvilised, välismaalased
- RMK uued matkaraja kasutajatele
- Peredele
- Loodushuvilistele

- välismaalased
- Pakkuda võib ju kõigile, aga meie sihtrühmaks on pered, sõpruskonnad ja eelkõige loodushuvilised ning saarelist hõngu otsivad külalised.
- Pensionäride grupid, välismaa grupid, samuti rohkem lastegruppe
- neile, kes oskavad meie saart hinnata:)
- Üksik-külastajatele ja väikegruppidele
- matkajatele: rabad, metsad, laiud, meri. Süstamatkad, kalasturetked, linnuvaatlus, öömatkad (virmalised sügis--talv)
- Pered, loodus- ja kultuurihuvilised
- Kõikidele
- Linnuvaatlejad, linnuvaatlusturism
- Pered
- Pered, välismaalased
- Pered, erihuvidega rühmad, organisatsioonid

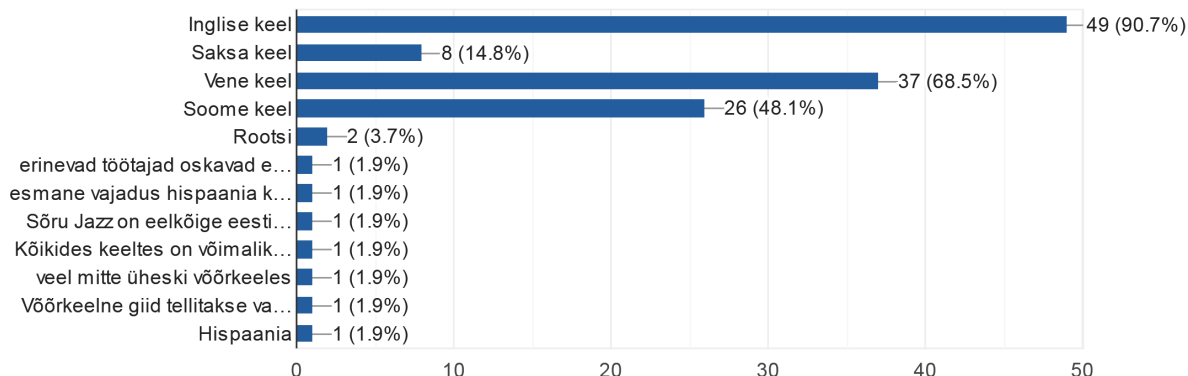
Grupeerides toodud vaba tekstiga vastused 21 üldistava tunnuse alla, sai kõige enam vasteid pereturism (12). Järgnes loodusturism 10 mainimisega koos selle erivariantidega: merematkamine, linnuvaatlus, rabad, laiud, virmalised. 7 mainimisega tõusis kolmandaks enam mainitud tunnuseks niinimetatud omal käel matkaja või individuaalturist, keda samuti võis huvitada nii loodus, kultuur kui aktiivne puhkus, näiteks mere- või jalgrattamatk.

Vastustest joonistub välja, et parema meelega nähakse kliendina jõukamat ja stabiilsemat sihtgruppi. Jõukamale sihtgrupile orienteerumise vajadust rõhutati ka välismaiseid sihtturge puudutava küsimuse juures. Noori mainiti ühel korral, eakaid kahel korral. Kahel korral mainiti ka jahimehi-kalastajaid ja äriturismi ehk jõukamaid kliente.

Autokaravaniga reisivaid ega motomatkajaid ei puudutatud ühelgi korral, kuigi Hiiumaa suvises maastikus paistavad mõlemad sihtgrupid oluliselt välja.

11. Millistes võõrkeeltes olete valmis oma ettevõtte väliskülalisi teenindama?

54 responses

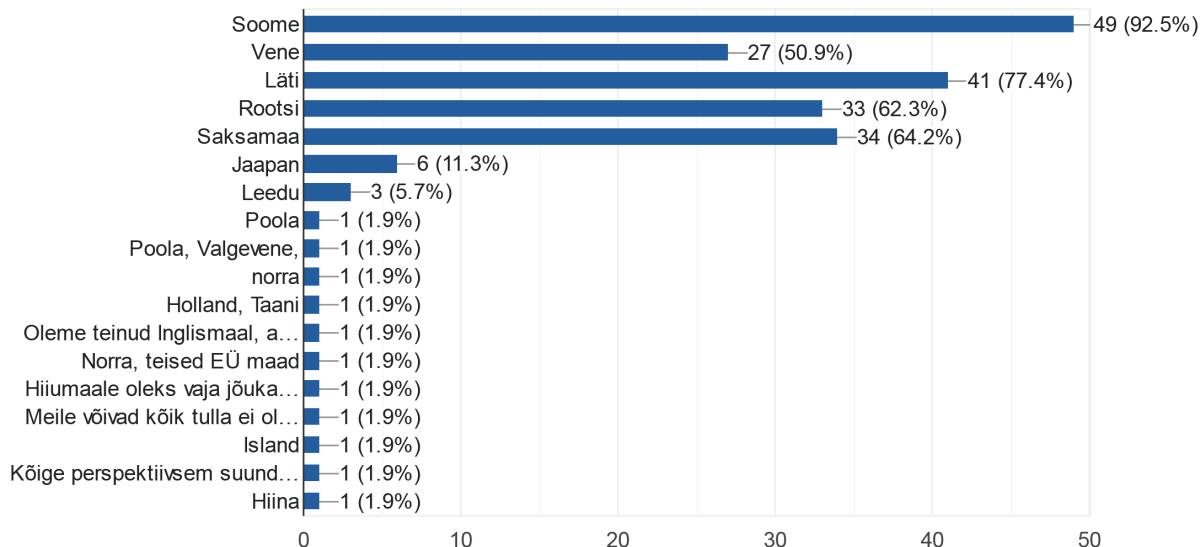


Valmisolek teenindada võõrkeeltes on ootuspärane

Kõige enam on inglise, vene ja soome keeles teenindajaid, järgnevad saksa ja rootsi keeled.

12. Millistes välisriikides peaks tulevikus pakkumisi tegema?

53 responses

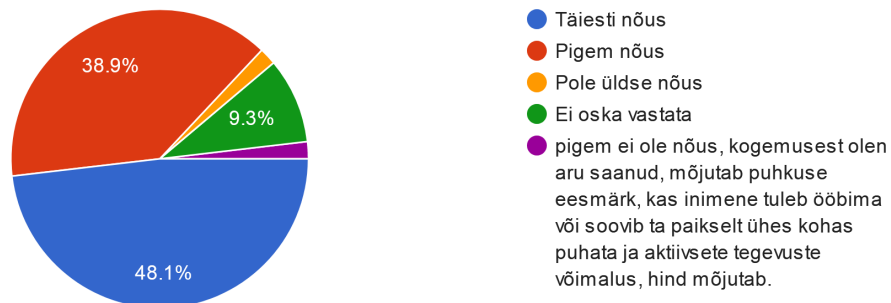


Soovitavad sihtturud välisriikides on eelkõige lähivälismaad

Eelkõige nähakse soovitatavate klientidena lähivälismaa ehk Soome, Läti, Rootsi, Venemaa ja Saksamaa kliente. 6 korral mainiti Jaapanit, mis võib viidata Tallinki ja teiste turistide Eestisse toovate suurte reisikorraldajate heale tööle; ja 3 korral Leedut. Perspektiivseks peetakse ka Kesk-Euroopat, eelkõige Saksamaad.

13. Kas olete nõus väitega: Minu ettevõtte edu sõltub osaliselt teiste Hiiumaa (turismi)ettevõtete edukusest

54 responses

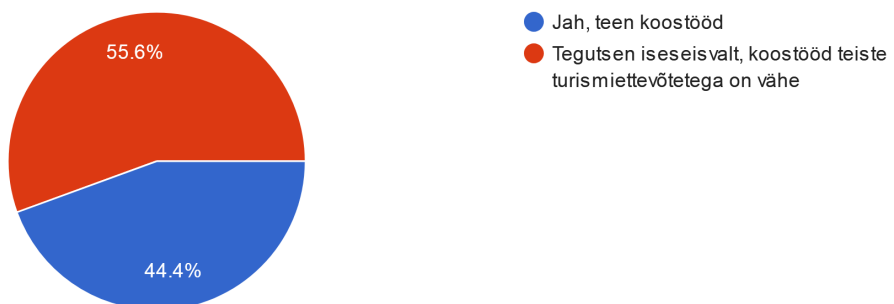


Koostöövajadus teiste turismiettevõtjatega

47 vastajat pidas teiste turismiettevõtjate edukat tegutsemist ka oma edu komponendiks. 2 vastajat polnud selle väitega nõus ning üks neist tõi põhjuseks puhkaja eesmärgi. 5 vastajat ei osanud küsimusele vastata

14. Kuivõrd Te oma ettevõtte reklaamimisel/turundamisel teete koostööd teiste(turismi)ettevõtete või organisatsioonidega?

54 responses

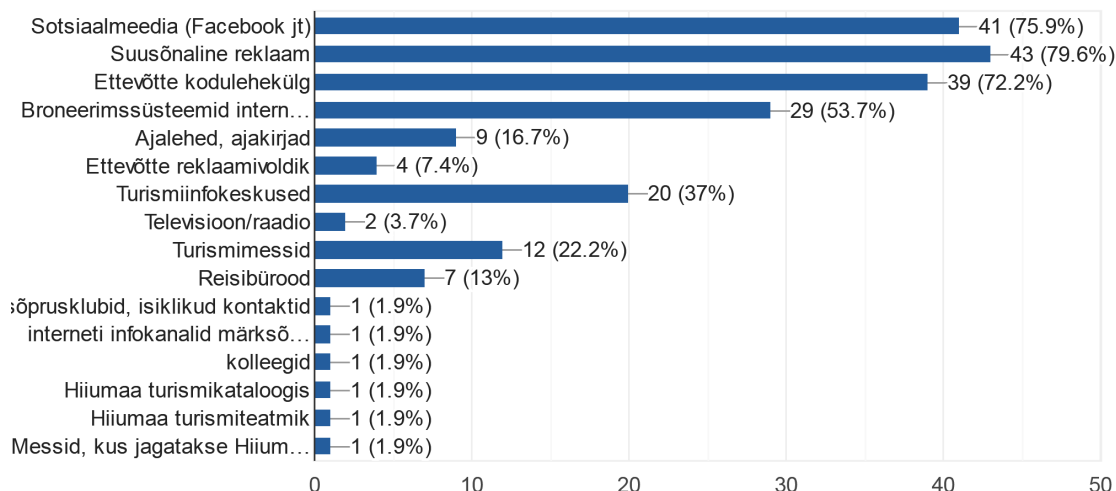


Koostöö reklaamitegevustes

Vahe oma teenuste turundamisel iseseisvalt tegutsevate ettevõtete (30) ja koostööd eelistavate (24) vahel ei olnud suur. Et küsimus oli püstitatud ilma kommenteerimisvõimaluseta, ei ole vastustest võimalik järeldada, mis põhjusel koostööd tehakse või tegemata jäetakse.

15. Millised on peamised infokanalid, kus oma ettevõtet reklaamite? (Vali 5 kanalit)

54 responses

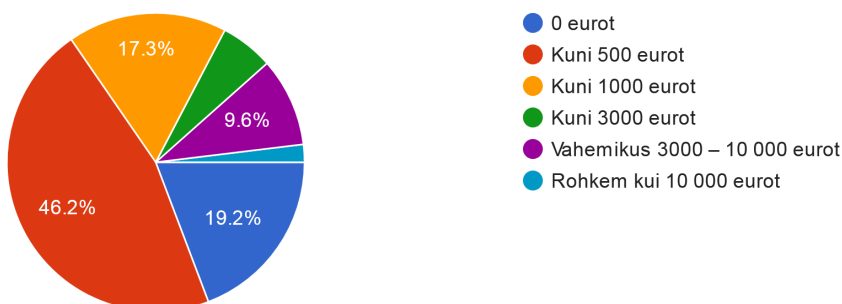


Peamised infokanalid ettevõtte reklaamimisel

Kanaliteks, kus vastanud oma teenuseid reklaamivad, olid ülekaalukalt internetipõhised kanalid: sotsiaalmeedia, kodulehekülg, broneerimissüsteemid. Tänapäevast infotarbimist arvestades tuleb suures osas internetipõhisteks lugeda ka inimeselt inimesele ehk suusõnaline reklaam (soovitajad) ja ajalehed-ajakirjad.

16. Kui suur on ettevõtte turundusele kulutatav eelarve suurusjärg aastast?

52 responses



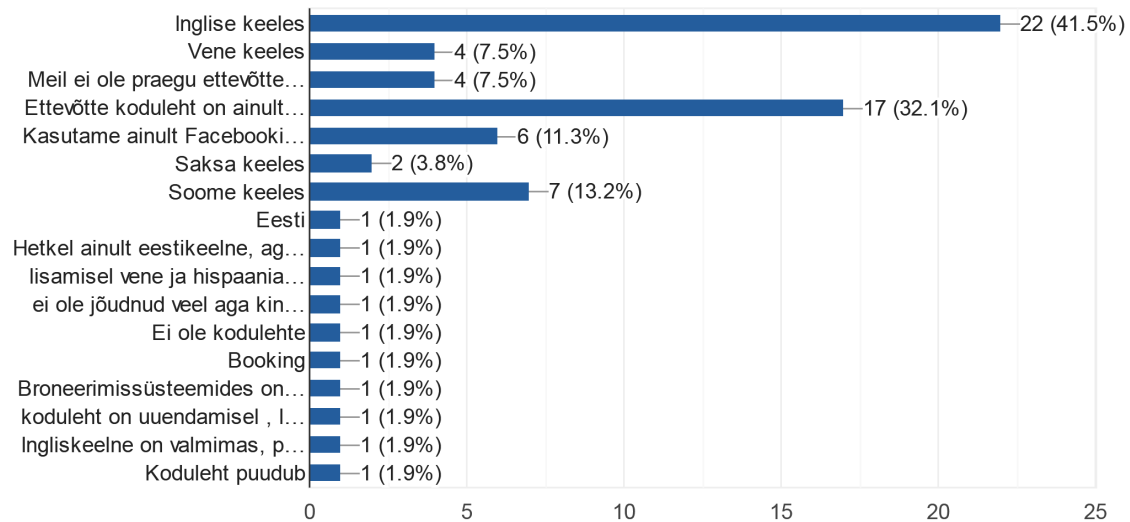
Turunduseelarved on napid

Põhiosa vastanutest (33) turunduseelarve aastast jääb alla 1000 euro, 10 vastajat kinnitas, et ei kuluta turundusele üldse. Need vastused kinnitavad ka eelmisele küsimusele antud vastuseid, mille kohaselt on levinumad reklaamikanalid need, milles oma andmeid saab edastada tasuta või

väga madalate kuludega. Vaid üks vastajatest panustas reklaamitegevustele üle 10 tuhande euro aastas.

17. Millistes võõrkeeltes on Teie ettevõtte koduleht olemas?

53 responses



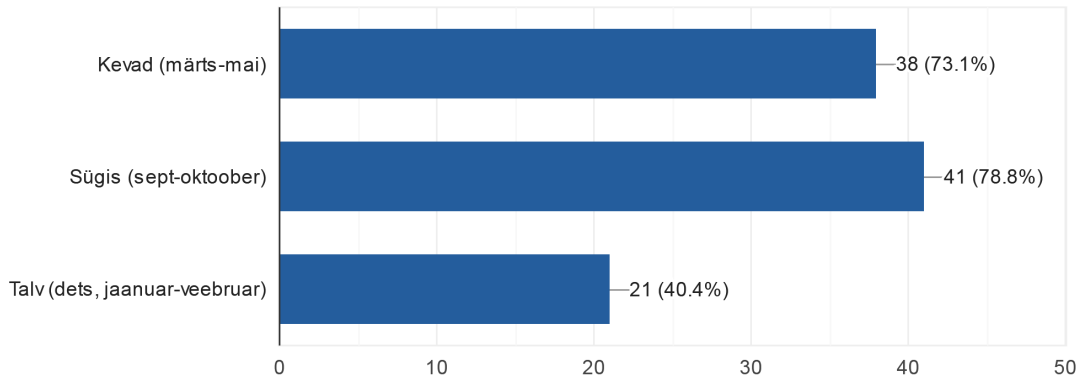
Kodulehe keeled

32 % küsitlusele vastanud Hiiumaa turismiettevõtete kodulehtedest olid ainult eestikeelsed. Ainult Facebookiga piirdus 11 % küsitletutest.

Hooaja pikendamise võimalused

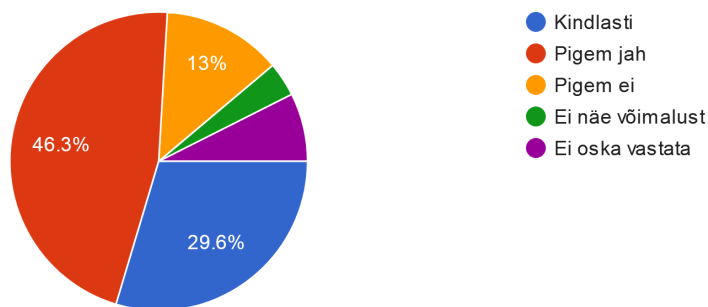
18. Millistele perioodidele tuleb keskenduda, et pikendada turismihooaega?

52 responses



19. Kuivõrd näete tulevikus oma ettevõtte tegevustes hooaja pikendamise võimalusi?

54 responses



20. Takistused hooaja pikendamisele

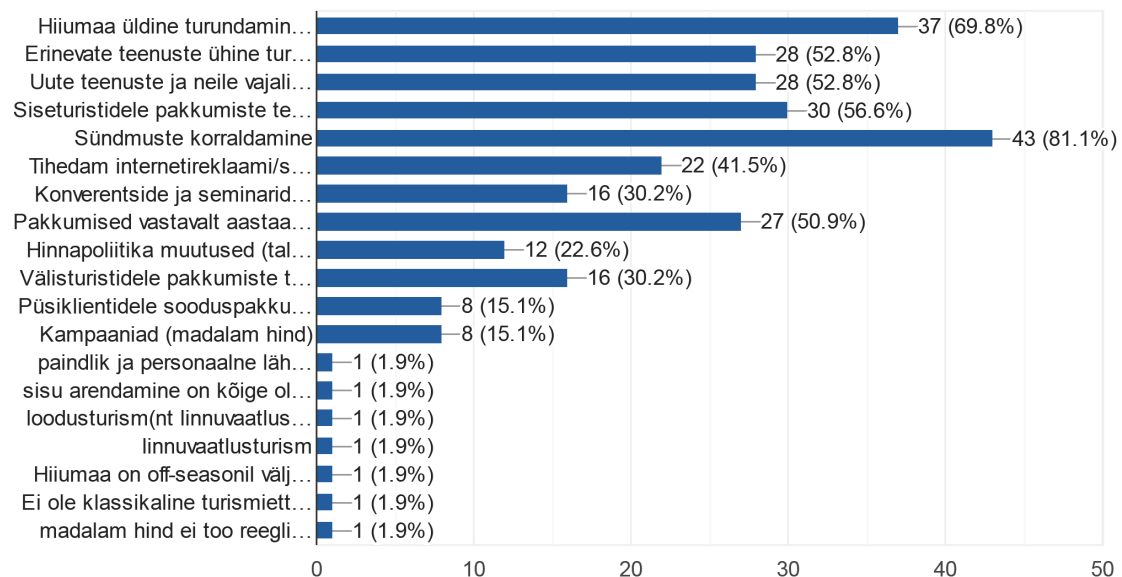
Takistustena hooaja pikendamisele toodi vaba tekstiga vastustes välja järgmised argumendid:

- Hetkel saab aastaringselt kasutada puhkamiseks ühte maja, ülejäänud majade kasutus sõltub ilmast
- Pakume võimalust loodusmatkadeks. Meie teenus sõltub ilmast. Seda pole võimalik ette näha.
- Hooned on ehitatud suveperioodiks
- Kõik sõltub sellest, millised on ilmad, kuna sõltun tavaturistist, siis saarele meelitab neid ikkagi kaunis kevad ja soe sügis. Samuti ei leia hooajaväliselt tööjõudu. Koolilapsed/tudengid käivad koolis, mistõttu nad saavad töötada ainult suvehooajal.
- Sõru Jazz on kord aastas ning meil ei ole plaani korraldada kontserte aastaringselt.
- Oleme külastajatel aastaringselt avatud.

- 90% eestlastest puhkavad suvel või käivad külmemal ajal soojamaaareisidel (või kodumaistes SPA-des). Hiiumaa seostub kesmisele eestlasele ainult suvega, muul ajal käiakse sündmuste tõttu (ralli, spordivõistlused, mõned püsikliendid oma korduva eraüritusega).
- Pakun ainult majutust. Väljaspool hooaega on palju tööga seotud klientuuri, keda teenindada ja rohkem lihtsalt ei mahu.
- Oleme niigi avatud aastaringselt, pigem on looduslikel põhjustel hooajavälisel ajal parem valik kui hooaja sees.
- Praamigraafik, kliima, enda tegevused (palgatöö ja turismindusega mitteseotud tegevused). Raha tuleb suvevälisel ajal teistest tegevustest lihtsamalt.

21. Millised võiksid olla peamised tegevused turismihooaja pikendamiseks?

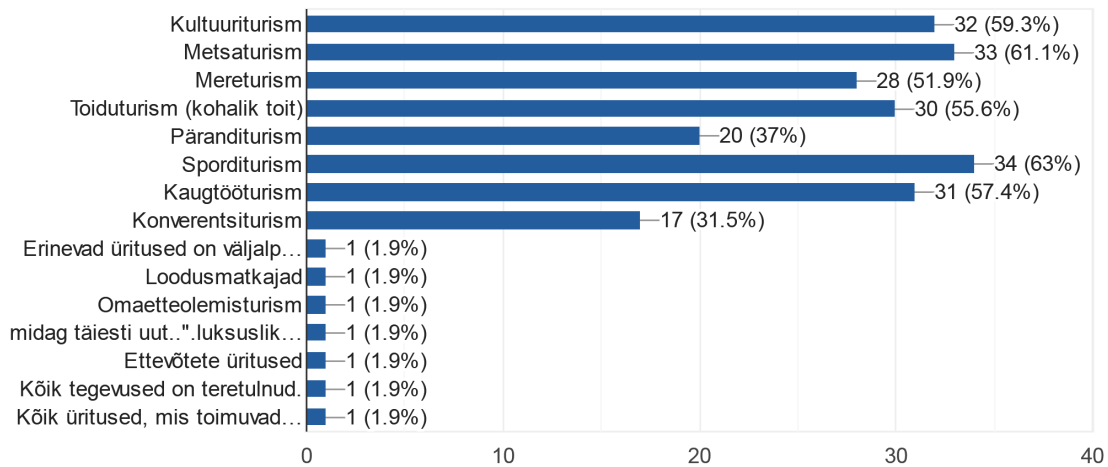
53 responses



Peamiste meetmetena Hiiumaa turismihooaja pikendamiseks nähti efektiivsemat, paremini sihitut ja konkreetseid pakkumisi sisaldavat turundustegevust, sealhulgas ühistegevust turunduses (176 mainimist erinevates vastustes). Teise suurema suunana toodi välja sündmuste (43), konverentside ja seminaride korraldamine (16) ning kolmandana uute teenuste välja arendamine koos selleks vajaliku taristu loomisega (28).

22. Millistele turismivaldkondadele suunatud tegevus aitaks Teie hinnangul hooaega pikendada Hiiumaa turismiettevõtetes?

54 responses

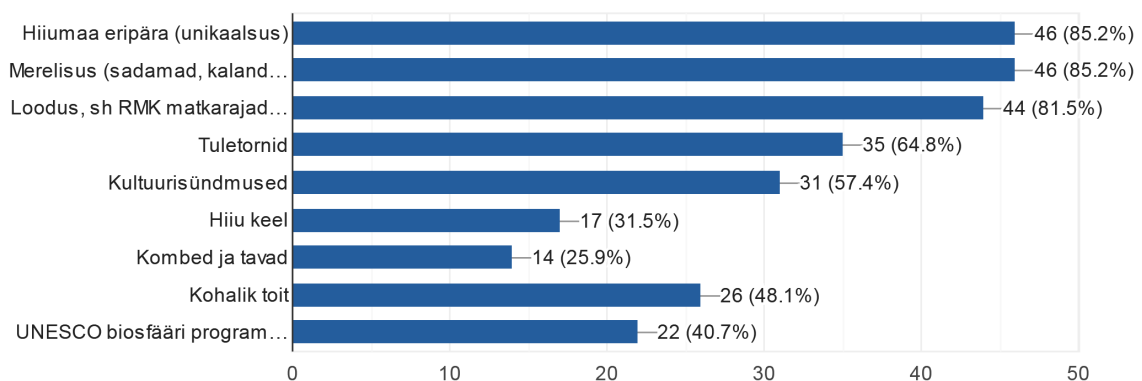


Arendamist vajavad turismivaldkonnad hooaja pikendamiseks

Vastused keskendusid peamiselt aktiivsete tegevuste ümber, praktiliselt võrdselt nimetati spordiüritusi, metsamatkasid, kultuuriturismi, toiduturismi, kaugtööd ja mereturismi. Vaba tekstiga vastusevariandi juures pakuti välja omaette olemist, vaikust ja loodusmatkamist, kuid rõhutati ka ürituste korraldamist. "Kõik üritused, mis toimuvad madalhooajal, aitavad tuua majutusasutustesse külalisi."

23. Millised on peamised tegurid, millega peaks teenuste/toodete arendamisel arvestama?

54 responses

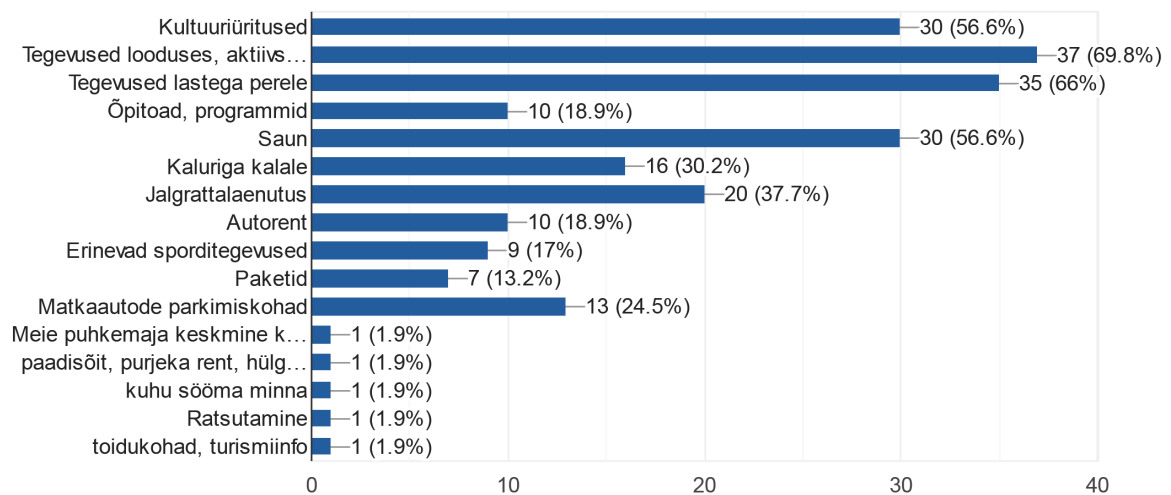


Hiiumaa turismi edendamiseks tuleks keskenduda unikaalsusele ja merelisusele

Küsimusele Hiiumaa välja arendamata turismipotentsiaali kohta said ettevõtjatelt võrdsest palju punkte Hiiumaa unikaalsus ja merelisus. Järgnesid Hiiumaa Loodus, s.h. RMK matkarajad, tuletornid ja kohalik toit.

24. Milliseid teenuseid või tegevusi on peamiselt küsinud Hiiumaad külastanud turistid?

53 responses



Turistide ootused päringute alusel kinnitavad aktiivsete tegevuste otsimist

Turismiettevõtjatelt küsitud teenuste ja tegevuste hulgas olid kõige nõutumad aktiivsed loodusega seotud tegevused, sealhulgas lastega perele, järgnesid kultuuriüritused ja saun. Kõrgetele kohtadele tõusid ka jalgratta- ja autorent ning soov koos kaluritega merele minna. 13 juhul mainiti ära ka matkaautode parkimiskoha päringuid.

Soov saada lisainfot turismiklastri tegevuse kohta ja luba saata lisainfot

52 vastanut olid huvitatud turismiklastri tegevusest ning soovisid lisainfot, et olla ühenduse tegevustega kursis, 39 soovis lisainfot klasteri liikmelisuse kohta.