



## Lääne-Eesti loomeettevõtjate uuring

**Teostajad:**

**Heli Müristaja, Kandela Õun, Jekaterina Rõbassova, Airi Noppel  
(Tartu Ülikooli Pärnu kolledž)**

**Tellijad:**

**SA Pärnumaa Ettevõtluse Arendamise Keskus, SA Tuuru,  
SA Saaremaa Arenduskeskus, SA Läänemaa Arenduskeskus**

**Pärnu 2012**

## Sisukord

Sissejuhatus ja lühikokkuvõte .....	3
Valim ja korraldus.....	6
Alustamise motiivid ja takistavad tegurid .....	10
Loomettevõtlus kui põhi- või kõrvaltegevus .....	13
Majandusnäitajad ja toetuste taotlemine.....	16
Töötajad ja rollide jagunemine organisatsioonis .....	23
Koostöö loomemajandusvaldkonnas ja väljaspool .....	28
Hinnang ettevõtluskeskkonnale .....	33
Konkurentsieelis ning välis- ja sisekeskkonnategurite mõju organisatsiooni arengule .....	37
Arengueesmärgid .....	41
Vastajate täiendavad kommentaarid .....	44

## Sissejuhatus ja lühikokkuvõte

Loomemajandusest hakati maailmas rääkima 1980ndatel ning Euroopas ja Eestis asuti teemaga sügavamalt tegelema 2000ndate alguses. Valdonna arendamise eesmärk on uuendada riigi või regiooni majandus- ja ettevõtlusstruktuuri ning suurendada piirkonna konkurentsivõimet. Esimene üle-Eestiline loomemajanduse kaardistamine viidi läbi 2005. aastal. Sellele on järgnenud mitmed piirkondlikud uuringud<sup>1</sup>. Samuti defineeriti loomemajanduse olemus ning baasiks oli Suurbritannias kasutuses olnud põhimõtted, mille järgi on loomemajandus majandussektor, mis põhineb individuaalsel ja kollektiivsel loovusel, oskustel ja andel ning mis on võimeline looma heaolu ja töökohti intellektuaalse omandi loomise ja kasutamise kaudu<sup>2</sup>.

Eesti Konjunktuuriinstituudi poolt läbi viidud uuringu põhjal võib öelda, et loomemajandus moodustas 2007. aastal ligikaudu 3% Eesti sisemajanduse kogutoodangust ning pakub tööd 4,3% tööealisest elanikkonnast. Piirkondlikult on loomemajandust kaardistatud Tallinnas ja Tartus<sup>3</sup> ning kuna loomemajandus on kohaspetsiifiline, st vajab arenguks paikkondlikku eripära tuge ja soodsaid tingimusi, siis leiti, et valdkonna arendamiseks Lääne-Eestis (st Hiiumaa, Saaremaa, Läänemaa ja Pärnumaa) vajatakse hetkeolukorra kaardistust.

Käesoleva uuringu eesmärk on saada ülevaade Lääne-Eesti loomeettevõtete ja -asutuste (edaspidi organisatsioonid) hetkeolukorrast ning arenguperspektiividest. Teemad, millele detailsemalt tähelepanu pööratakse on: organisatsiooni asutamismotiivid ja mõjutajad, majandusnäitajad, toetuste taotlemine, tööjõu spetsiifika, koostööküsimused, rahulolu piirkonna ettevõtluskeskkonnaga, organisatsioonide arenguperspektiivid ning vajadused tugisüsteemide osas.

*Asutamismotiivid ja mõjutajad.* Uuringus osalenud organisatsioonide peamiseks ettevõtlusega alustamise motiiviks on soov ennast teostada. Sellele järgneb vajadus olla iseenda peremees, võtta vastu väljakutse ning loometegevus kui elustiil. Küsimusele, millised olid peamised takistused ettevõtlusega alustamisel, vastati, et kõige keerulisem oli leida rahastamist, kliente ning tellimusi ning paljud hindasid oma teadmisi ettevõtlusest ning turust puudulikeks. Enne loomemajanduse organisatsiooniga liitumist või selle asutamist töötati palgatöölisena kas samas valdkonnas või mõnes teises valdkonnas, kuid on ka neid, kes on vastaval suunal lõpetanud õpingud.

Üle 60% organisatsioonidest tegeleb loomemajandusega põhitegevusena ning kõrvaltegevusena tegelevatest organisatsioonidest ligi pooled leiavad, et tahaksid antud tegevusega tegeleda põhitegevusena. Takistuseks on majanduslik ebakindlus, tegevuse tugev hooajalisus ning klientide vähesus.

*Majandusnäitajad ja toetuste taotlemine.* Uuringus osalenud organisatsioonide keskmine eeldatav käive 2011. aastal oli 51 768 eurot. Kasumit märkis 90% vastanutest ning keskmine kasumi suurus oli 12 168 eurot. 10% mainis võimalikku kahjumit, mille keskmiseks suuruseks oli 3 133 eurot. Organisatsioonid, mis tegelevad loomemajandusega põhitegevusena märkisid ligikaudu kolm korda suuremat käivet, kui need, kes tegelevad loomemajandusega kõrvaltegevusena.

---

<sup>1</sup> Eesti uuringud ja strateegiad. Loomemajandus Eestis [<http://loomemajandus.edicypages.com/uuringud>]

<sup>2</sup> Loomemajandus Eestis. Loov Eesti. [<http://www.looveesti.ee/loomemajandusest.html>]

<sup>3</sup> Tafel-Viia, K., Viia, A., Terk, E., Ibrus, I., Lassur, G. (2011) Väike- ja mikroloomeettevõtete arengutsükkel. Tallinna Ülikooli Eesti Tuleviku-uuringute Instituut [[http://www.looveesti.ee/attachments/141\\_Lyhikokkuvote%20uuringust\\_TLY%20ETI\\_23.01.2012.pdf](http://www.looveesti.ee/attachments/141_Lyhikokkuvote%20uuringust_TLY%20ETI_23.01.2012.pdf)]

Üle 60% vastanutest on oma organisatsiooni arenguks taotlenud lisarahastamist. Enim taotletaksi raha põhivara soetamiseks, sündmuste korraldamiseks, tegevustoetuseks ning koolitamiseks. Puudust tuntakse kõige rohkem turundus-, koolitus-, kasvu ja tootearendustoetustest. Küsimusele, miks ei ole toetusi taotlenud vastati, et neid hirmutab taotlusprotseduuride keerukus ja liigne ajakulu, puudub sobiv meede, aega napib ning kohati on puudus ka asjakohasest informatsioonist.

*Tööjõu spetsiifika.* Valdavalt on tegemist mikroettevõtetega, keskmine töötajate arv organisatsiooni kohta on 3,6 inimest, sh 1,9 täiskohaga ning 1,7 osalise tööajaga. Neile lisandub keskmiselt 3 vabatahtlikku organisatsiooni kohta. Ligikaudu 39% töötajatest on loomemajanduse valdkonnas kõrgharidusega ning üle 60% töötajatest on naised.

Ligikaudu veerand organisatsioonidest kasutab hooajalist tööjõudu ning neist üle poolte on kokku puutunud ka probleemidega: hooajalisi töötajaid ei ole piisavalt, neil on väike töökogemus ning neil puuduvad vajalikud oskused.

*Koostööküsimused.* Koostöö oma tegevusvaldkonna sees on suhteliselt tihe – ligikaudu 80% vastanutest märgib, et teeb koostööd teiste loomemajandusettevõtete või -asutustega oma tegevusvaldkonnas. Koostööteemadena leidis kõige enam mainimist ühised pakkumised klientidele, ühised koolitused ja ühisturundus. Teistest loomemajanduse valdkondadest tehakse enim koostööd ürituste ja festivalide korraldajatega, käsitöö ja huvitegevuse pakkujatega ning muusika, kunsti, muuseumite ja disaini valdkonna organisatsioonidega. Koostöö sisuks on klientidele tervikpakkumiste tegemine, ühised koolitused ja ühisturundus. Potentsiaalsed koostööpartnerid asuvad tavaliselt kodumaakonnas ning ka mujal Eestis.

*Ootused ja hinnang (ettevõtlus)keskkonnale.* Kuna loomemajanduse puhul on tegemist sümbioosiga loomingust ja ettevõtlusest, siis uuriti, millised on ootused ettevõtluskeskkonnale. Teistest tugevamalt kerkib esile vajadus hea infrastruktuuri ja soodsa hinnaga ruumide järele nagu teistelgi ettevõtetel. Nendele järgneb soov olla ümbritsetud mitmekülgsest ja loomingulisest keskkonnast ning turvalisus ja madal kuritegevuse tase on olulised. Konkreetne maakond valitakse oma ettevõtluse arendamiseks kuna ettevõtja lihtsalt elab antud maakonnas, samuti imponeerib neid ilus ümbrus ning tööd toetav loominguline keskkond.

*Konkurentsieelised ja arengueesmärgid.* Enamus loomemajandusorganisatsioonidest peab oma konkurentsieeliseks kvaliteetset toodet või teenust ning kvalifitseeritud tööjõudu. Samas on tööjõud, selle piiratus ja madal kvalifikatsioon, üheks võimalikuks takistuseks edasiste arengute osas. Lisaks tööjõu küsimustele leiavad ettevõtteid, et majanduslangus on tinginud nõudluse vähenemise ning neile teeb muret ka nõudluse muutuv loomus (peab kaasa minema turumuutustega). Organisatsioonisiseseid probleeme on viimase aasta jooksul ette tulnud ligi veerandil vastanutest ning enim tuuakse esile finantsraskusi, tööjõuga seotud küsimusi ning ajapuudust.

Lähima aastate olulisimateks väljakutseteks peetakse vajadust kasvatada käivet, suurendada turuosa, laiendada tootepaketti ning pakkuda kõrgemat kvaliteeti suurendades seeläbi tarbijate rahulolu. Küsimusele, milliseid tugiteenuseid vajatakse oma eesmärkide täitmiseks, vastati enim, et turundusalast tuge ning kõrgelt hinnati võrgustike arendamise ja klubilise kooskäämise vajadust.

Käesolev uuring on esimene osa Lääne-Eesti loomeettevõtluse kaardistamisest ning uuringuprotsess jätkub intervjuudega erinevate tegevusvaldkondade esindajatega, et täpsustada valdkonniti üles

kerkinud probleeme ja võimalikke lahendusi. Uuringu tulemused on sisend piirkondliku loomemajanduse arendamise strateegia välja töötamiseks.

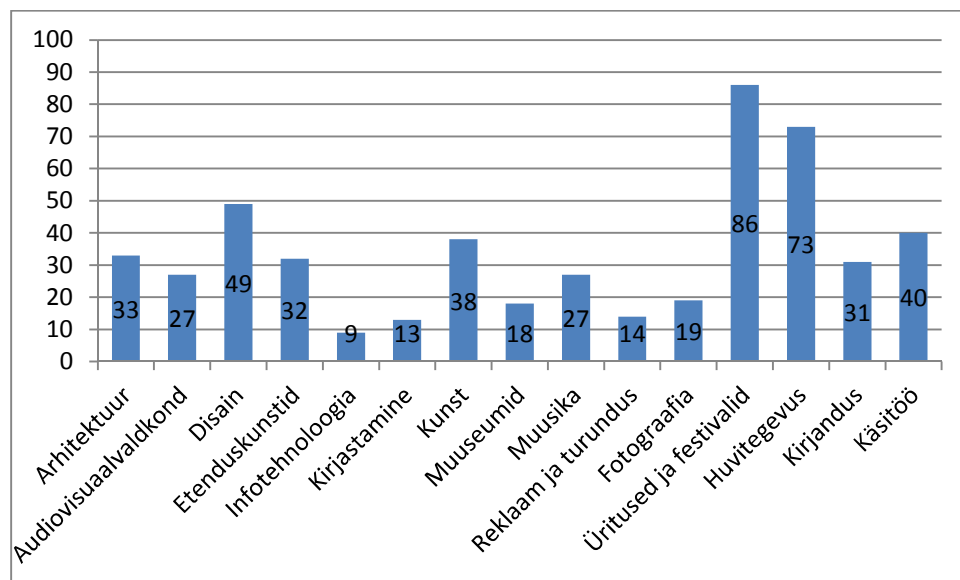
Uuringu läbiviijad tänavad kõiki uuringus osalenud organisatsioonide esindajaid.

## Valim ja korraldus

Üldkogumi kaardistamiseks kasutati arenduskeskuste andmebaase, mida täiendati internetis leiduvate andmetega. Eesmärk oli kaardistada võimalikult suur hulk potentsiaalseid loomemajandusorganisatsioone. Ühtekokku saadi nimekirja koos vajalike kontaktidega 888 (sh 228 Läänemaa, 182 Saaremaa, 192 Hiiumaa ja 286 Pärnumaa) ettevõtet ja organisatsiooni (edaspidi nimetatakse organisatsioonideks). Uuring viidi läbi kasutades struktureeritud ankeetküsitlust. Vastajatele ankeedi edastamiseks kasutati elektroonilist küsitluskeskkonda e-formular (<http://eformular.com>), mille kaudu saadeti igale osalejatele välja unikaalne uuringukutse link, millele vajutades avanes elektrooniline ankeet. Kutsed saadeti välja kolm korda, igal järgneval korral jäeti välja need organisatsioonid, mis olid juba küsimustikule vastanud.

Uuringu pilootetapp toimus 26.03-02.04.2012, mille käigus koguti vastused neljalt respondendilt. Tuginedes saadud vastustele ning tagasisidele tehti ankeedis väikseid muudatusi ning uuringu põhiküsitlus toimus 17.04-15.06.2012. Uuringuga kogutud andmed korrastati ning töödeldi. Andmeanalüüsil kasutati statistilist andmeanalüüsi (keskmisi, standardhälvet, ühe- ja kaheageduslikke tabelleid, korrelatsiooni) ning avatud vastuste puhul sisuanalüüsi.

Uuringust võttis osa 181 loomemajanduse organisatsiooni, neist 41 Hiiumaalt, 45 Läänemaalt, 21 Saaremaalt ning 74 Pärnumaalt. Ühtekokku märgiti 509 tegevusvaldkonda, mis teeb keskmiselt 2,8 tegevusvaldkonda ühe organisatsiooni kohta. Kõige enam tegeletakse ürituste ja festivalide korraldamisega ning huvitegevusega. Järgmise suurema grupi moodustavad disainile, käsitööle ja kunstile keskendunud organisatsioonid ning neile järgnevad valdkondadena arhitektuur, etenduskunstid, kirjandus, muusika, audiovisuaalvaldkonda, fotograafia, muuseumid, reklaam ja turundus ning infotehnoloogia (vt joonis 1).



Joonis 1. Vastanute tegevusvaldkondade jaotus (n=509)

Arhitektuuri valdkonnas tegeletakse enamasti projekteerimise ja sisearhitektuuriga (märgitud vastavalt 15 ja 10 korda). Audiovisuaalvaldkonnast leidsid kõige enam märkimist kino- ja videofilme tootmine (11) ja linastamine (7), disaini valdkonnas graafiline disain (20) ja tekstiilikunst (9), millele järgnesid moedisain, tarbekunst ja puidukunst (kõiki märgitud 6 korda). Etenduskunstidest märgiti

enim tantsu (19) ja sõnateatrit (11), infotehnoloogia valdkonnas tegeletakse tarkvara arenduse, programmeerimise, kodulehtede arendamise ning internetipunkti teenuse osutamisega. Vastanute seas oli ka kirjastamisega tegelevaid organisatsioone ning 6 nendest märkis tegevusvaldkonnaks digitaalse kirjastamise. Kunsti valdkonnas oli kõige enam esindatud organisatsioonid, mis tegelevad kujutava kunsti (19) ja tarbekunstiga (16), uuringus osales ka 6 galeriid.

Muuseumitest oli enim esindatud koduloomuuseumid (9) ning muusika valikus oli enim vastajaid interpretide ja esitajate seas (19). Reklaami ja turunduse valdkonnas märgiti kõige rohkem oma positsiooniks reklaamiagentuur (8) ning fotograafias osales uuringus kõige rohkem fotostuudioid (14). Ürituste ja festivalide kategoorias leidis enim tähistamist koolituste ja kursuste (43 korda), kontsertide (37) ja teiste ürituste (35) korraldamine. Festivalide korralduse märkis tegevusvaldkonnaks 23 organisatsiooni.

Huvitegevuse valdkonnas oli valitud tegevusalade amplituud kõige laiem ning enim leidis mainimist muusika ja käsitöö (24 korda), neile järgnesid tants (19), fotograafia (17), kunst (13) ja teater (12). Vähem tegeletakse tehnika ja infotehnoloogiaga (vastavalt 6 ja 5 korda märgitud). Kirjanduse valdkonnas osales uuringus 22 raamatukogu ning 9 kirjandusteoste loojat (enim, 5, neist Hiiumaalt) (vt tabel 1). Käsitöö osas leidis enim märkimist tekstiil (22), kudumid (14) ja keraamika (10).

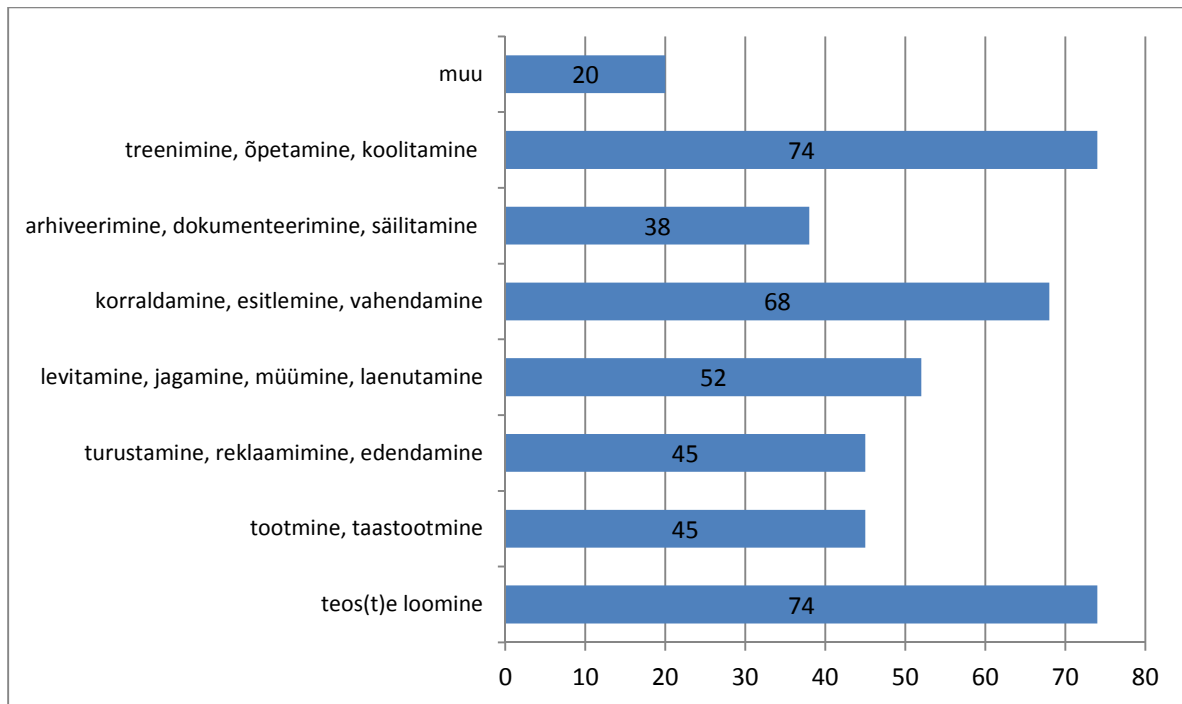
Tabel 1. Märgitud tegevusvaldkondade osakaalud maakonniti ja Lääne-Eesti piirkonnas (edaspidi piirkond) (%)<sup>4</sup>

	HIIU	LÄÄNE	PÄRNU	SAARE	Piirkonna keskmine
Arhitektuur	7%	4%	8%	5%	6%
Audiovisuaalvaldkond	6%	6%	6%	2%	5%
Disain	11%	10%	8%	14%	10%
Etenduskunstid	4%	7%	9%	2%	6%
Infotehnoloogia	2%	1%	1%	5%	2%
Kirjastamine	4%	3%	2%	2%	3%
Kunst	9%	7%	6%	10%	7%
Muuseumid	1%	8%	4%	0%	4%
Muusika	6%	5%	5%	7%	5%
Reklaam ja turundus	2%	3%	1%	7%	3%
Fotograafia	3%	3%	3%	7%	4%
Üritused ja festivalid	15%	16%	18%	17%	17%
Huvitegevus	15%	17%	13%	12%	14%
Kirjandus	7%	3%	9%	3%	6%
Käsitöö	8%	8%	8%	7%	8%
KOKKU	100%	100%	100%	100%	100%

Küsimusele, mis on teie organisatsiooni tähtsaim roll, vastastati kõige enam, et teoste loomine ning treenimine, õpetamine, koolitamine (mõlemal 18%), neile järgnes korraldamine, esitlemine, vahendamine (16%) (vt joonis 2). Ühtekokku märgiti 416 valikut, mis teeb ühte organisatsiooni kohta

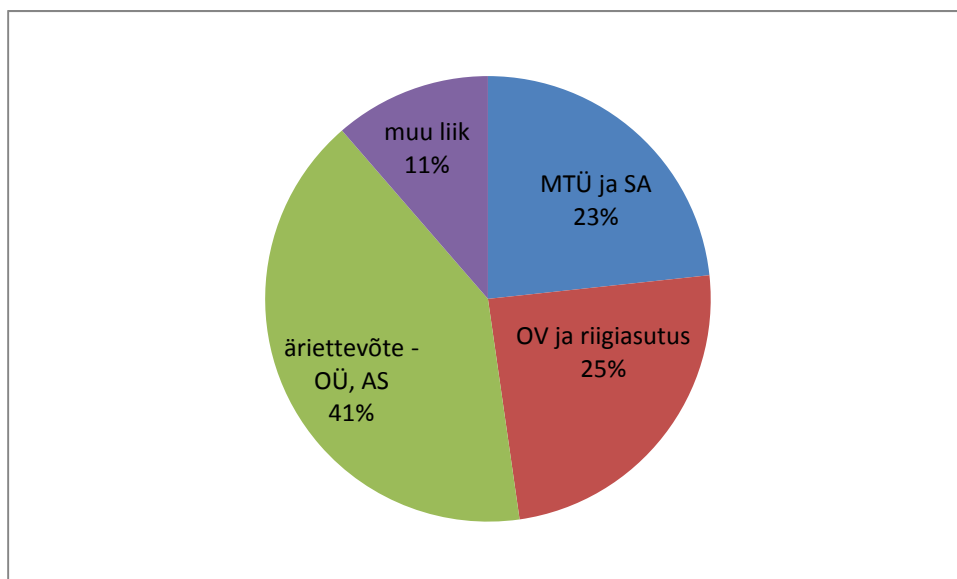
<sup>4</sup> rohelisega on märgitud piirkonna keskmisest kõrgemat ja punasega keskmisest madalamat esindatust valimis

keskmiselt 2,3 valikut. Keskmiselt vähem märkisid rolle Läänemaa organisatsioonid ja keskmiselt rohkem Saaremaa organisatsioonid.



Joonis 2. Organisatsiooni tähtsaim(ad) roll(id) (n=416)

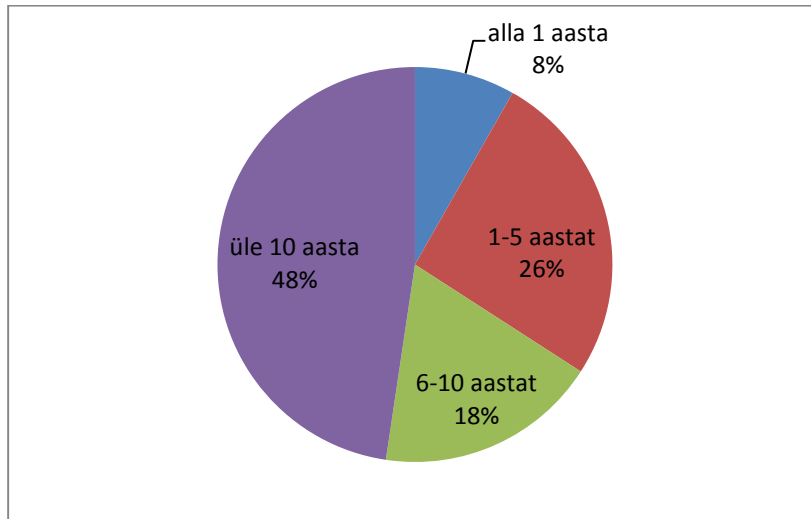
Uuringus osalenud organisatsioonidest 41% olid äriettevõtted (st aktsiaseltsid või osaühingud), 25% oli omavalitsus- või riigiasutused (edaspidi avaliku sektori organisatsioonid), 23% mittetulunduslikud ühingud (st sihtasutused või mittetulundusühingud) ning 11% märkisid organisatsiooni liigiks „muu“ (vt joonis 3). Põhiliselt märgiti, et tegutsetakse füüsilisest isikust ettevõtjana. Liigi jätsid märkimata 5 organisatsiooni.



Joonis 3. Organisatsioonide liigid (n= 176)

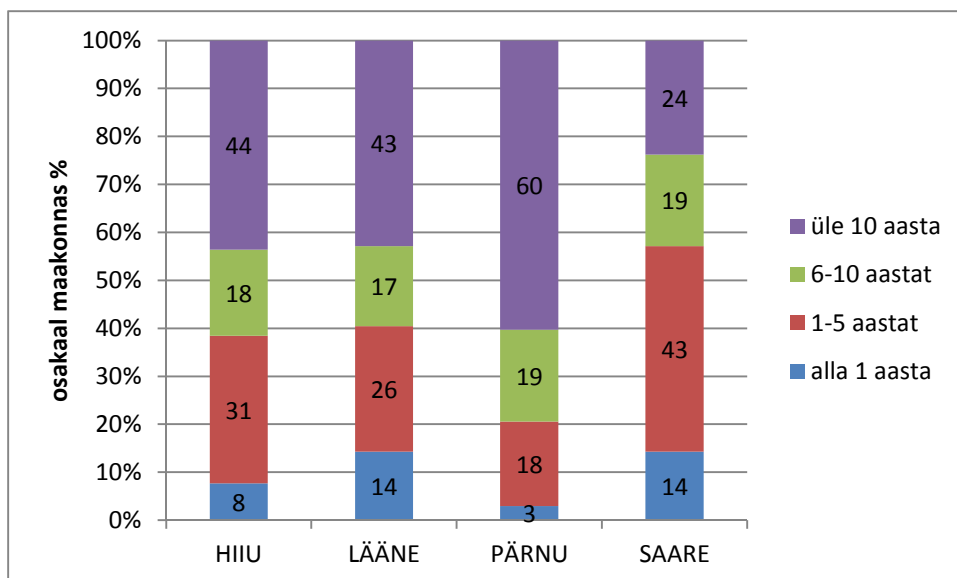


Küsimusele, kui mitu aastat olete loomemajanduse valdkonnas tegutsenud, vastas 170 organisatsiooni. Kõige enam oli organisatsioone, kes on tegutsenud üle kümne aasta (48% vastanutest) (vt joonis 4). Veerand vastanutest on tegutsenud 1-5 aastat ning 18% 6-10 aastat. Alla 1 aasta loomemajandusega tegelejad organisatsioonide hulk oli alla 10%.



Joonis 4. Loomemajanduse valdkonnas tegutsemise aeg (n=170)

Maakondade valimid organisatsioonide vanuste lõikes olid suhteliselt sarnased (vt joonis 5) – Pärnumaalt oli võrreldes teiste maakondadega keskmiselt kõige vähem esindatud alla 1 aasta ning keskmiselt rohkem üle 10 aasta tegutsenud organisatsioone; Saaremaalt oli keskmiselt enam 1-5 aastat ning pisut vähem üle 10 aasta tegutsenud organisatsioone.

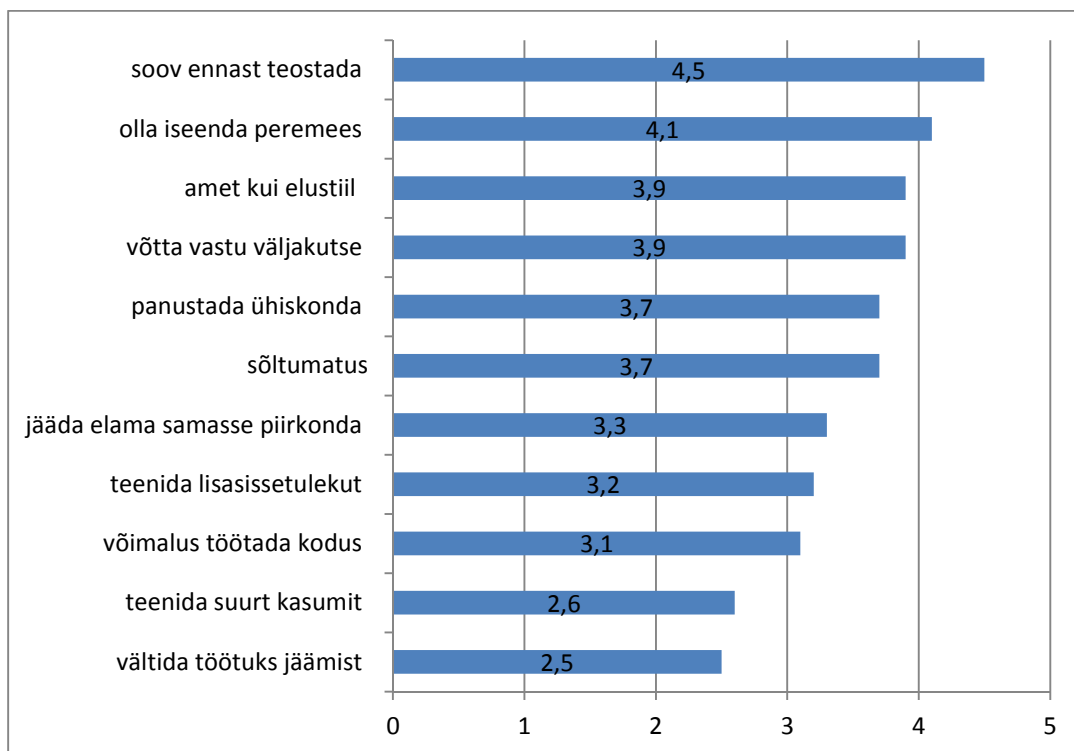


Joonis 5. Uuringus osalenud organisatsioonide „vanuserühmade“ osakaalud maakondade lõikes

## Alustamise motiivid ja takistavad tegurid

Loomemajandusega alustamise motiive märkis 139 vastajat. Kõige olulisemate motiividena hinnati soovi ennast teostada ning olla iseenda peremees. Neile järgnes soov võtta vastu väljakutse ning tegeleda elustiili ettevõtlusega (vt joonis 6). Kõige vähem olulised oli soov teenida suurt kasumit ning vältida töötuks jäämist.

Vastuste hajuvus kõikide motiivide osas on suhteliselt suur (st et igale küsimusel on olnud vastajaid, kes ei pea antud motiivi üldse oluliseks või siis just peab oluliseks). Teistest suurema hajuvusega, ehk vastanute hinnangute erinevusega, on motiivid „sõltumatus“, „jääda elama samasse piirkonda“, „võimalus töötada kodus“ ning „vältida töötuks jäämist“. Lisaks ankeedis pakutud variantidele lisati, et loomemajandusega alustati asjaolude kokkusattumisel ning oli soov töötada õpitud erialal. Näiteks üks vastaja aitas niimoodi sõpra ning üks vastaja tõi välja, et ettevõttega alustamine oli sundkäik – teised valikud puudusid.



Joonis 6. Loomemajandustegevusega alustamise motiivide keskmine olulisus (1 – ei olnud oluline ... 5 – oli oluline) (n=139)

Analüüsid tegevusega alustamise motiive tegevusvaldkondade lõikes, eristuvad tegevusvaldkondade grupid. Esimese grupi moodustavad arhitektuuri, disaini ja fotograafia valdkond, kus kõigi jaoks on keskmiselt olulisem enese teostamise soov, olla iseenda peremees, saavutada majanduslik sõltumatus ja teenida suurt kasumit. Samuti on nende ühiseks nimetajaks elustiili ettevõtlus. Panustamine ühiskonna arengusse ei olnud nende kolme tegevusvaldkonna esindajate jaoks keskmiselt eriti oluline. Samas eristub antud grupis teistest fotograafia valdkond – nende jaoks ei ole töötamine kodus ja kodupiirkonnas keskmiselt nii oluline kui teistel antud grupi ettevõtetel.

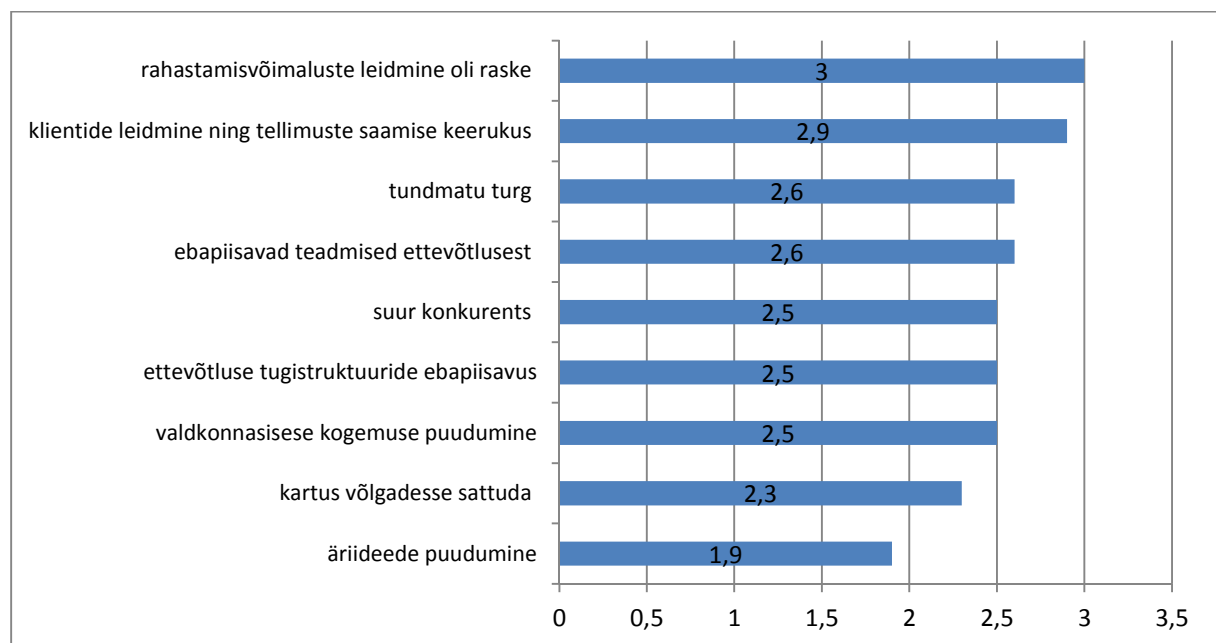
Teise sarnaste motivaatoritega ettevõtete grupi moodustavad etenduskunstide, infotehnoloogia ja muusikaga tegelevad ettevõtted ning muuseumid. Nende jaoks ei ole keskmiselt nii oluline

eneseteostuse võimalus ning olla iseenda peremees. Selle grupi jaoks (v.a. infotehnoloogia) on oluline panustada ühiskonna arengusse. Infotehnoloogiaettevõtete jaoks on olulisem teenida suurt kasumit, töötada kodus, jääda elama samasse piirkonda ning teenida lisasissetulekut.

Kui pea kõikide tegevusvaldkondade puhul on kõige suurema olulisusega motiiv „eneseteostus“, siis siin erinevad teistest kaks valdkonda – muuseumid (olulisim on panustada ühiskonda) ning reklaami ja turundusega seotud organisatsioonid. Viimased peavad kõige olulisemaks iseenda peremeheks olemist.

Võrreldes omavahel erinevate maakondade tulemusi, võib välja tuua, et Pärnumaa loomemajandusorganisatsioonide alustamise motiivide seas eristus teistest maakondadest keskmiselt suurem soov jääda elama samasse piirkonda, samas ei olnud selle maakonna esindajate jaoks nii oluline võimalus töötada kodus (teiste maakondade esindajate jaoks tunduvalt olulisema motivaator). Saaremaalaste jaoks oli keskmiselt olulisem võimalus töötada kodus ja läbi loomemajanduse tegevuse vältida ka töötuks jäämist. Hiiumaa esindajate jaoks oli keskmiselt olulisemaks alustamise motivaatoriks võimalus teenida lisasissetulekut.

Tegevusega alustamist takistanud tegureid märkis 139 vastajat. Keskmiselt olulisema takistusena toodi välja raskused rahastamisvõimaluste leidmisel (3,0) (vt joonis 7). Teistest vähem oluliseks hindasid seda infotehnoloogia ja kirjastamisega seotud organisatsioonid. Samuti leiti, et suhteliselt keeruline oli leida kliente ning saada tellimusi (2,9) – selles osas erinesid teistest valdkondadest audiovisuaalvaldkonna organisatsioonid (neil oli teiseks olulisemaks takistuseks suur konkurents), etenduskunstide ja kirjandusega tegelevad organisatsioonid (neil oli oluliseks takistuseks valdkonnasisese kogemuse puudumine), erinevate kunstiliikidega tegelevad ettevõtted (neil oli olulisem kartus võlgadesse sattuda) ning sündmuste korraldajad leidsid, et ettevõtluse tugistruktuurid ei olnud piisavad. Audiovisuaalvaldkonna ja kirjastamise ettevõtted hindasid suurt konkurentsi oma valdkonnas oluliseks takistavaks teguriks.



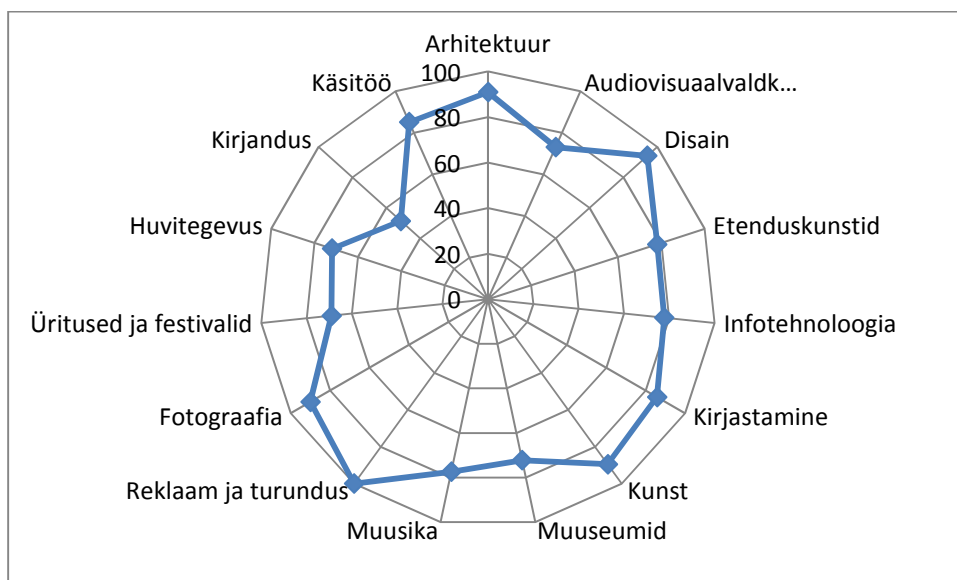
Joonis 7. Loomemajandustegevusega alustamist takistanud tegurite olulisus (1 – ei olnud oluline ... 5 – oli oluline) (n=139)

Vastajad lisasid ka omaltpoolt mõningaid probleeme, mis nende tegevuse alustamist takistasid, sh inimeste usalduse võitmine, sobiva rendipinna leidmine ning vähe aega arendustegevusele pühendamiseks. Mittetulundusliku ühingu poolt kirjutati, et projektipõhise MTÜ juures on kõige suuremaks probleemiks „vanade tegijate“ eelistamine.

Kartus sattuda võlgadesse või äriideede puudus ei olnud uuringus osalenud ettevõtetele oluliseks takistuseks (vt joonis 7). Samas oli see keskmiselt olulisem alla 1 aasta tegutsenud organisatsioonidele. Alustamist takistanud tegurite ja tegutsemisaja järgi on võimalik eristada kaks organisatsiooni rühma: alla 1 aasta ja üle 10 aasta tegutsenud organisatsioonid. Alla aasta toimetanud organisatsioonide jaoks oli keskmiselt keerulisem rahastamisvõimaluste leidmine, neid pelutas teadmine, et võib võlgadesse sattuda, turg on tundmatu ning kliente ning tellimusi ja töid on raske leida, samuti töid nad keskmiselt enam välja suure konkurentsi antud valdkonnas. Üle 10 aasta tegutsenud organisatsioonid vastupidiselt eelnevale on keskmiselt optimistlikumad

Maakondade võrdluses on keskmiselt kriitilisemad Pärnu maakonna loomemajandusorganisatsioonid, nende sõnusti oli rahastamise võimaluste leidmine neile raske ning maakonna ettevõtluse tugistruktuurid on ebapiisavad. Organisatsiooni liigi järgi oli mittetulundussektori ja FIEde jaoks alustamisel rahastusvõimaluste leidmine keskmiselt raskem kui teiste organisatsioonide jaoks. Keskmiselt optimistlikumalt hindasid alustamist takistavaid tegureid avaliku sektori organisatsioonid.

Vastajatelt küsiti, kas nad olid antud loomemajandusorganisatsiooni asutamise juures või mitte. Vastanute hulgas oli kõige vähem asutajaid nende seas, kes tegutsesid kirjanduse, huvitegevuse ning muuseumide valdkonnas (so. peamiselt mittetulunduslikud ühingud ja omavalitsuse organisatsioonid, mille tegutsemisaeg on piisavalt pikk, et alustajad on tegevuse juurest lahkunud). Valdkonnad, kus kõige olulisem on konkreetse inimese oskused ja looming, oli keskmiselt rohkem neid vastajaid, kes olid selle organisatsiooni ka ise asutanud (nt arhitektuur, disain, kunst, reklaam ja turundus, fotograafia, käsitöö) (vt joonis 8).



Joonis 8. Vastanute osalemine organisatsiooni alustamise juures (% valdkonna koguarvust)

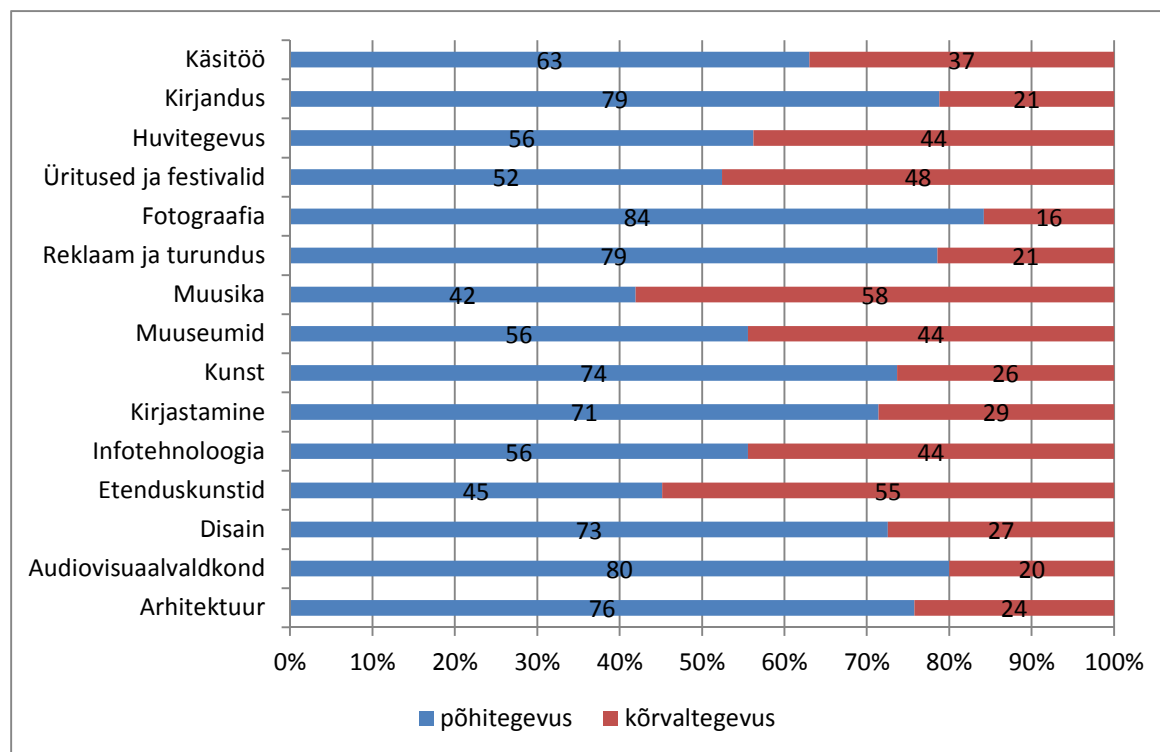
Lisaks küsiti vastajatelt, millega tegelesid nad enne antud loomemajanduse organisatsiooni asutamist või sellega liitumist. Enamus vastanutest töötas varem samas valdkonnas palgatöolisena või oli

palgatööline mõnes teises valdkonnas. Kolmas enim valitud vastusevariant oli, et selles valdkonnas on lõpetatud õpingud. Teistest valdkondadest on vastava vastuse poolest teistest eristuv disain, kus ~20% vastanutest oli lõpetanud ka disainiõpingud, muusika osas oli õpingud lõpetanud 16% vastanutest ning arhitektuuri valdkonnas 14% vastanutest. Teiste valdkondade osas jäi õpingud lõpetanute protsent 10 või alla selle. Uuringus osalenud 9 infotehnoloogia ettevõttest ei olnud vastava valdkonna õpinguid lõpetanud ükski vastaja, kuid enamus nendest (st 8) oli töötanud samas valdkonnas palgatöölisena.

Ettevõtlusinkubaatorites või samalaadsetes projektides on osalenud ühtekokku 4 vastajat (tegevusaladeks huvitegevus, käsitöö, üritused ja festivalid, disain, etenduskunstid, muuseumid, kirjandus ja muusika). 12 vastajat oli varem olnud töötud. Lisaks märgiti, et enne organisatsiooni asutamist või sellega liitumist oldi FIE (3 vastajat), lastega kodus (2 vastajat), ajateenistuses ning üks märkis, et tegemist oli tema lemmikharrastusega.

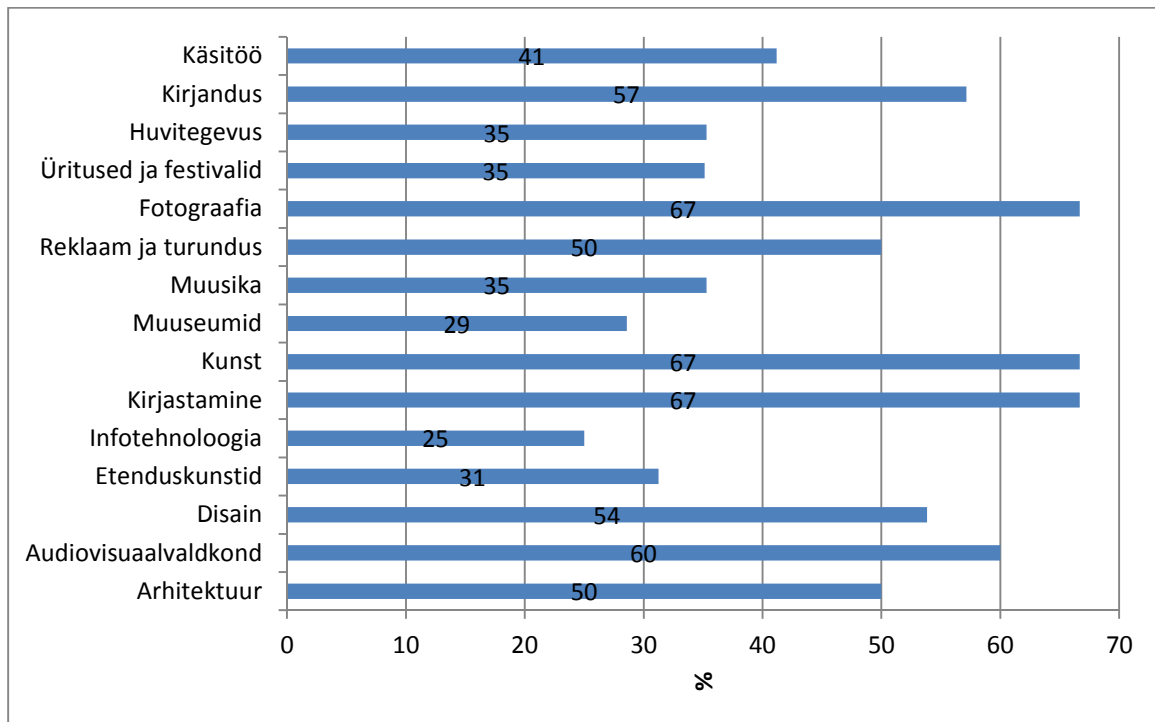
## Loomeettevõtlus kui põhi- või kõrvaltegevus

Uuringus osalejatest 63% märkis, et loomeettevõtlusega tegelemine on nende organisatsiooni põhitegevus ning 37%, et kõrvaltegevus. Analüüsidest maakondade näitajaid, on loomeettevõtlus põhitegevusena tegelevate organisatsioonide osakaal keskmiselt kõrgem Pärnumaal (69% märkis põhitegevuseks). Pea kõikide tegevusvaldkondade raames on põhitegevusena tegelevate organisatsioonide osakaal ülekaalus võrreldes kõrvaltegevusena loomeettevõtlusega tegelevate organisatsioonidega. On paar erandit, muusika ja etenduskunstid, kus kõrvaltegevusena tegelevate organisatsioonide osakaal antud valdkonnas on suurem kui põhitegevusena tegelevate organisatsioonide osakaal (vt joonis 9). Organisatsiooni vanuse lõikes on loomeettevõtlusega põhitegevusena tegelevate organisatsioonide osakaal suurem nende seas, kes on tegutsenud alla aasta (st loodud sellel eesmärgil) ning üle 10 aasta, mis on piisavalt pikk periood, et spetsialiseeruda.



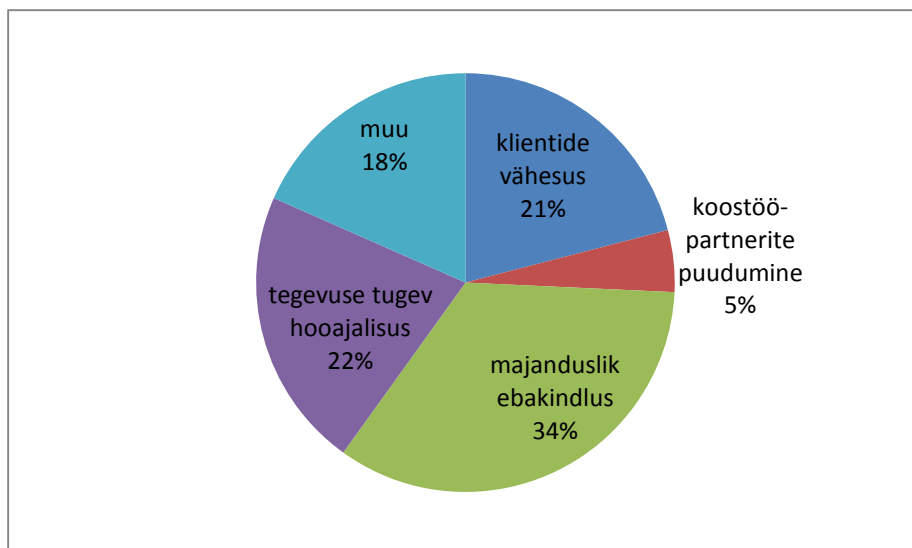
### Joonis 9. Loomeettevõtlusega tegelemine põhi- ja kõrvaltegevusena

Nendelt, kes vastasid, et loomeettevõtlusega tegelemine on nende kõrvaltegevus, küsiti, kas plaanite tulevikus tegeleda loomeettevõtlusega põhitegevusena. 41% vastajatest märkis, et plaanivad küll, keskmiselt rohkem leidus neid kirjastamise, kunsti, fotograafia, audiovisuaal-, disaini, kirjanduse ja arhitektuuri valdkondades (vt joonis 10). Keskmiselt enam on sellise sooviga 1-5 aastat tegutsenud organisatsioonide seas.



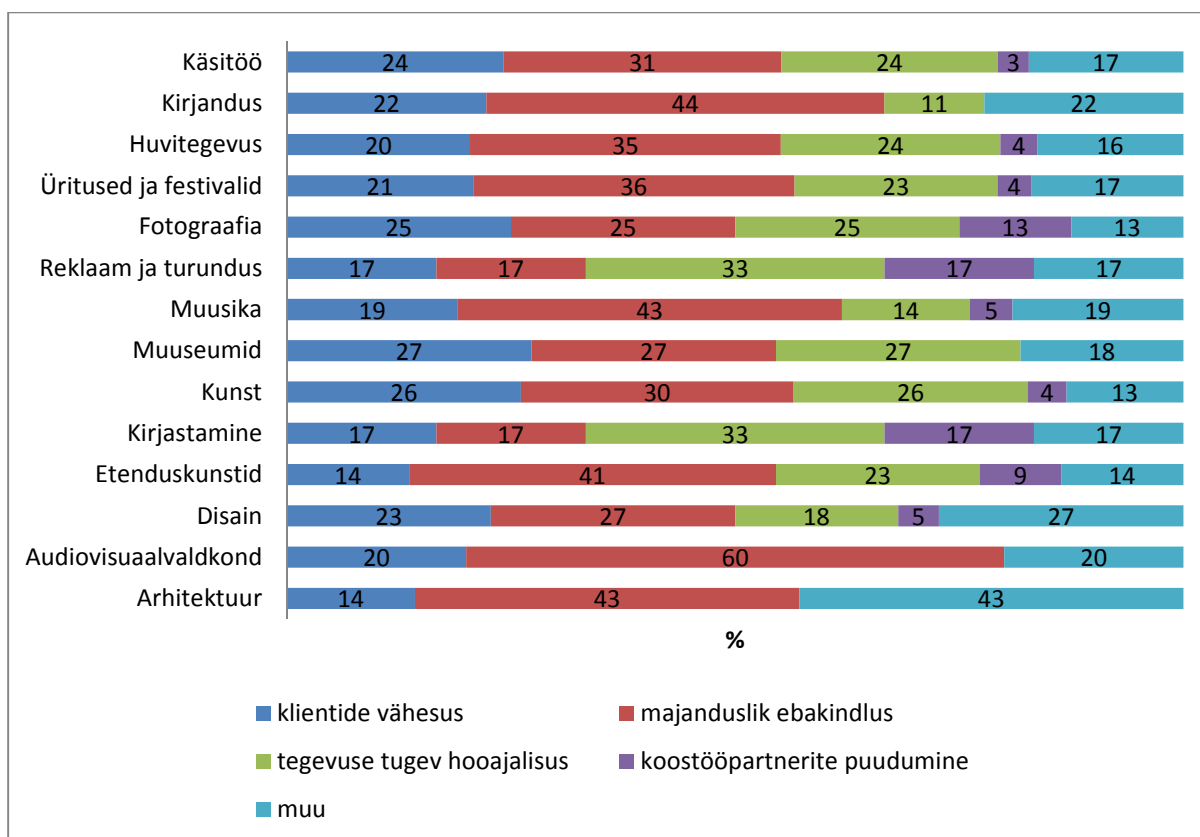
### Joonis 10. Soov arendada tulevikus loomeettevõtluse tegevust põhitegevusena (hetkel kõrvaltegevus) (n=75)

Peamine põhjus, miks tegeletakse loomeettevõtlusega kõrvaltegevusena, oli majanduslik ebakindlus, millele järgnes tegevuse tugev hooajalisus ning klientide vähesus (vt joonis 11). Keskmiselt enam toodi majanduslikku ebakindlust välja arhitektuuri, audiovisuaal-, etenduskunstide, muusika, ürituste ja festivalide ning kirjanduse valdkondades. Tegevuse tugeva hooajalisuse üle tundsid enim muret kirjastuse, kunsti, muuseumite, reklaami ja turunduse ning fotograafiaga tegelevad organisatsioonid. Klientide vähesust tõid keskmiselt enam esile disaini, kunsti, muuseumite, fotograafia ja käsitööga tegelevad organisatsioonid ning koostööpartnerite puudumist märkisid etenduskunstide korraldajad, kirjastajad ning reklaami ja turundusega tegelevad organisatsioonid (vt joonis 12).



Joonis 11. Põhjused loomeettevõtlusega kõrvaltegevusena tegelemiseks (n=272)

Lisaks märgiti mitmeid muid põhjuseid, miks ei tegeleta antud valdkonnaga põhitegevusena, nt takistuseks on aktiivsete külaelanike vähesus, ebapiisavad oskused, ajanappus, laiskus, madal hinnatase. Paar vastajat kirjutas, et peres on väikesed lapsed ning üks vastas, et tegemist on ikkagi hobi, mitte põhitegevusega. Üks respondent tõi välja, et põhitegevusena vajaks organisatsioon põhjalikumat arendus- ja laiendustööd – see võtab palju aega ning ka algkapitalist on vajaka. Lisaks märgiti, et projektipõhise ettevõtmisega ei ole garantiid, et ettevõtmine rahastuse saab ning nii ei saa endale ja teistele palka kindlustada.



Joonis 12. Põhjused, miks tegeletakse loomeettevõtlusega kõrvaltegevusena (% osakaal kõikidest valdkonna vastustest)

Analüüsid põhjuseid maakonniti, selgub, et Hiiumaal tuuakse keskmiselt enam välja koostööpartnerite puudumist, Läänemaal märgitakse klientide vähesust ning tegevuse tugevat hooajalisust. Pärnumaal on suurimaks probleemiks võrreldes teiste maakondadega majanduslik ebakindlus ning Saaremaal märgitakse ka teistest enam klientide vähesust.

## Majandusnäitajad ja toetuste taotlemine

Küsimusele, milline oli teie organisatsiooni eeldatav käive 2011. aastal, vastas 91 vastajat (90 jättis vastamata). Keskmine käive organisatsiooni kohta oli 51 768 eurot. Kasumi / kahjumi küsimusele vastas 70 organisatsiooni esindaja – 7 organisatsiooni teenisid kahjumit (keskmiselt 3133 eurot) ja 63 organisatsiooni teenisid keskmiselt 12 168 eurot kasumit.

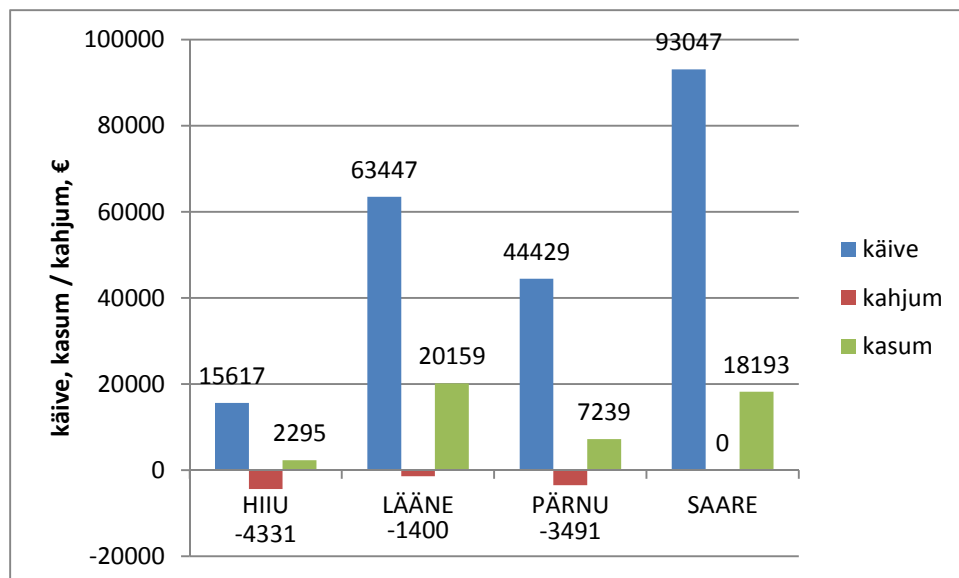
Pooled vastanutest teenisid vähem kui 15 000 eurot (mediaan) ning poolte vastanute kasum oli vähem kui 2 500 eurot (mediaan). Veerand vastanutest käibest on alla 4700 eurot ning veerandi käive suurem kui 40 000 eurot. Kasumi osas jääb 25% organisatsioonide kasum alla 400 euro (vt tabel 2).

Tabel 2. Organisatsioonide eeldatav käive ning kasum / kahjum 2011. Aastal

		käive (n=91) €	kasum (n=63) €	kahjum (n=7) €
<b>Keskmine</b>		51 768	12 168	-3 133
<b>Mediaan</b>		15 000	2 500	-2 000
<b>Standardhälve</b>		117 251	33 079	3 578
<b>Protsentiilid</b>	5	400	10	-8 361
	25	4 700	400	-8 000
	50	15 000	2 500	-2 000
	75	40 000	10 000	-300
	95	251 484	35 700	-100

Saaremaa ettevõtete keskmine käive ületas piirkonna keskmist pea kaks korda ning oli Hiiumaa loomemajanduse organisatsioonide käibest ligikaudu kuus korda suurem (keskmise väärtust mõjutas mõne üksiku ettevõtte suur käive ning samas oli valim väiksem kui teistel maakondadel) (vt joonis 13). Samal ajal oli poolte ettevõtete käive alla 9 351 euro (Pärnumaal oli vastav näitaja 15 000 ning Läänemaal 16 000 eurot). Hiiumaal teenisid pooled ettevõtted alla 6 488 euro.

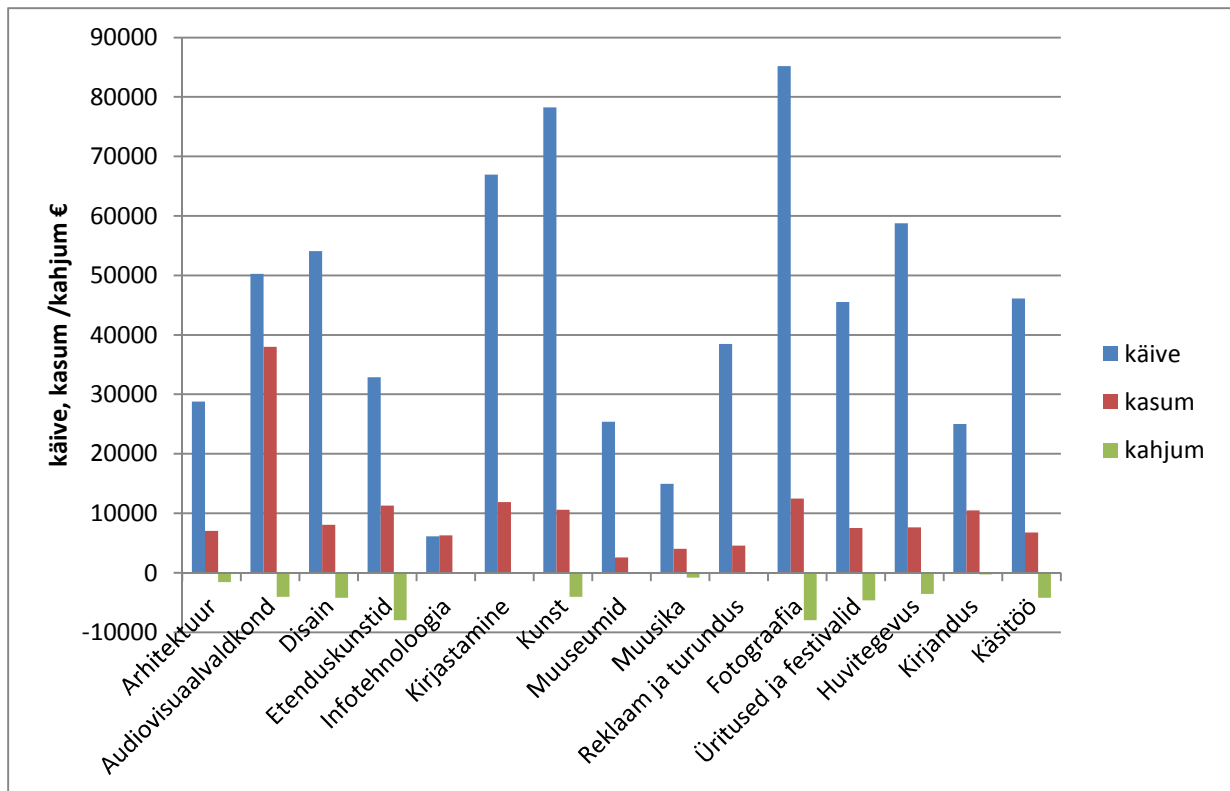




Joonis 13. Loomemajandusettevõtete keskmine eeldatav käive ning kasum / kahjum 2011. aastal (n=70)

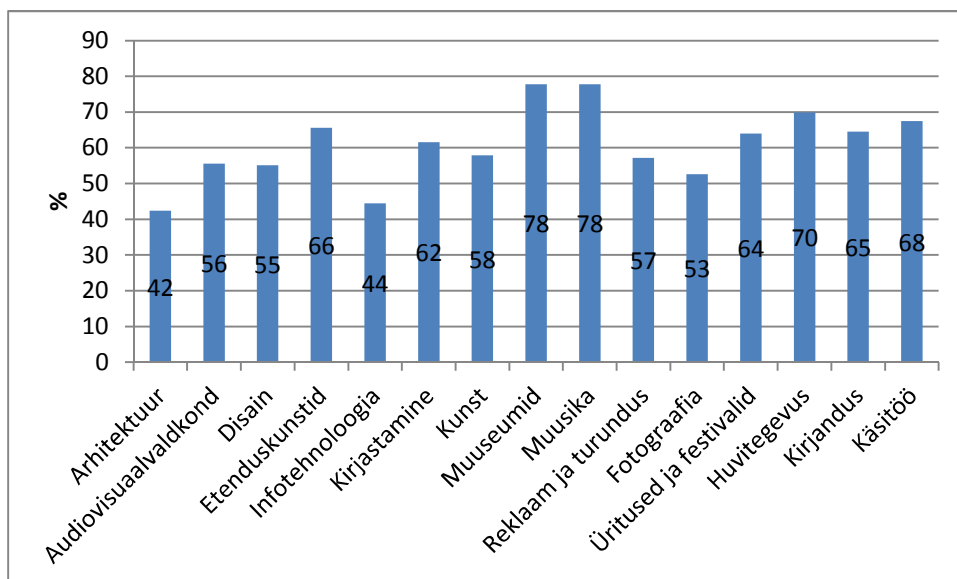
Need, kellele loomemajandusega tegelemine on kõrvaltegevuseks, märkisid keskmiseks käibeks 22 500 eurot, samas põhitegevusena loomemajandusega tegelevate ettevõtete eeldatav käive 2011. aastal oli 71 822 eurot. Ühtlasi oli keskmine kasum sellel grupil ettevõtetel keskmiselt väiksem kui loomemajandusega kõrvaltegevusena tegelevatel ettevõtetel (vastavalt 10 990 ja 13 959 eurot) ning kahjum suurem (vastavalt -5 350 ja -2 247 eurot).

Tegevusvaldkonniti märkisid kõige suuremat käivet fotograafia, kunsti ja kirjastamise valdkonna organisatsioonid. Samas kõige kasumlikumad olid infotehnoloogia, kirjanduse ning audiovisuaalvaldkonna organisatsioonid. Kõige suuremat kahjumit märkisid etenduskunstide ja fotograafia ettevõtted (vt joonis 14).



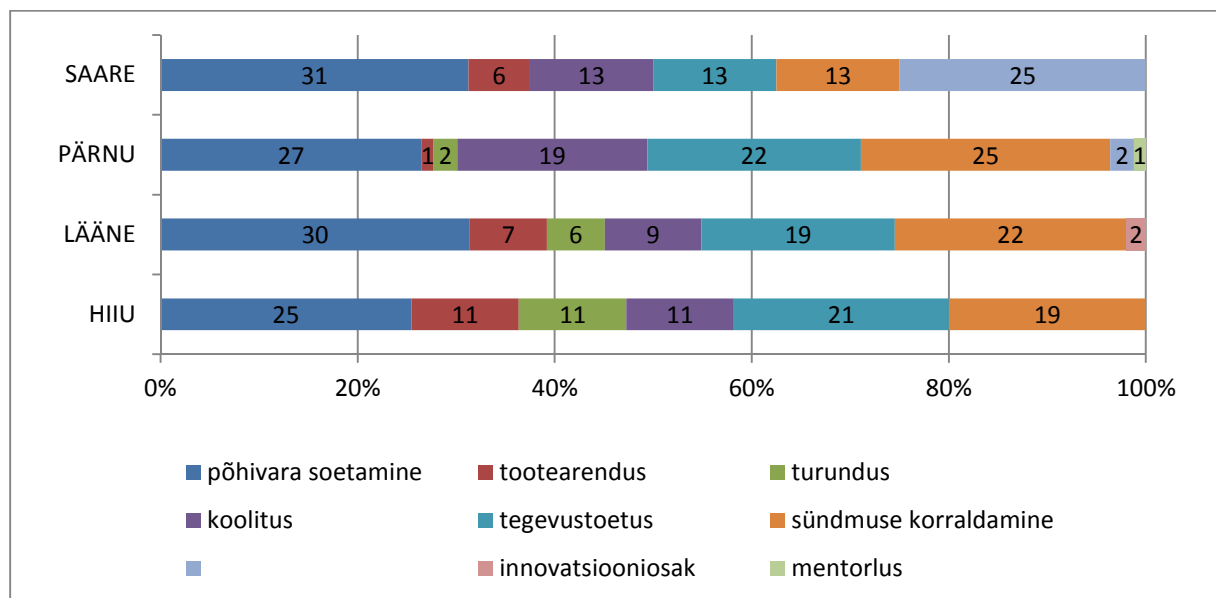
Joonis 14. Ettevõtete eeldatav käive ja kasum / kahjum 2011. aastal tegevusvaldkonniti (n=70)

Uuringus osalenutest 62 % märkis, et nad on oma tegevuse arendamiseks küsinud toetust struktuurfondidest või omavalitsustelt. Enim leidis toetuse taotlejaid muuseumite, muusika, huvitegevuse, käsitöö ja etenduskunstide valdkonnas. Organisatsiooni liigi järgi oli pea kõikide liikide (mittetulunduslikud ühingud, äriettevõtted ning avalik sektor) osakaalud võrdsed – pisut teistest enam oli toetusi taotlenud mittetulunduslik sektor (34% kõikidest taotlejatest). Kõige vähem oli toetusi taotlenud FIEd (5%) (vt joonis 15).



Joonis 15. Toetuste taotlemise osakaal valdkonniti

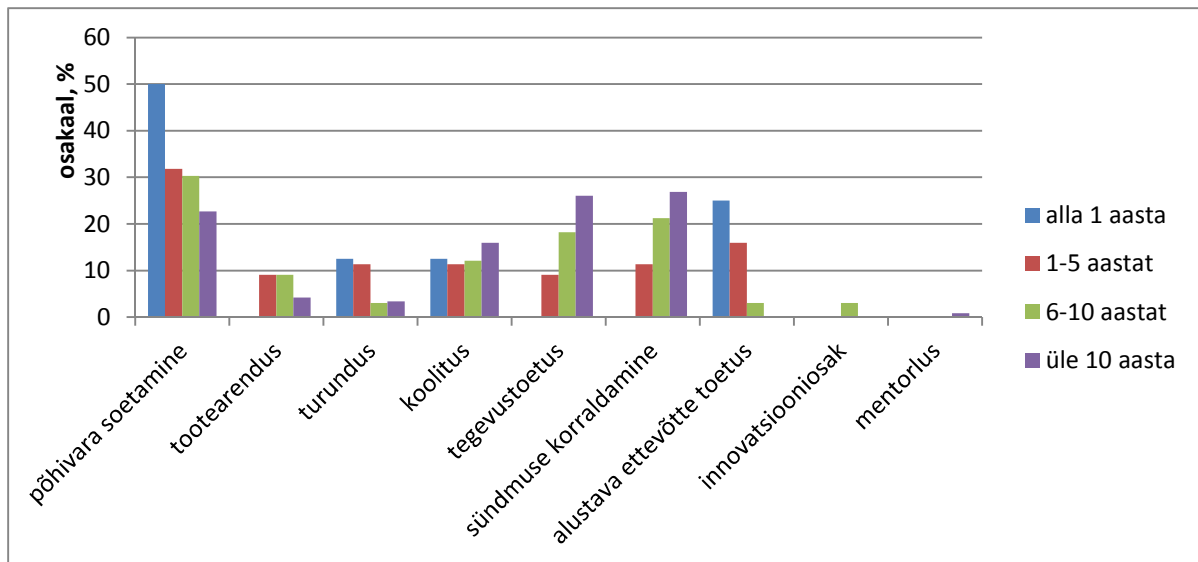
Uuringus osalenutest olid kõige usinamad toetusi taotlema Pärnumaa organisatsioonid (40% kõikidest märgitud toetuse taotlustest), Hiiu- ja Läänemaa olid esindatud suhteliselt võrdselt (vastavalt 27 ja 26%) ning kõige vähem taotlusi märkisid Saaremaa organisatsioonid (8%). Arvestades Saaremaa organisatsioonide suhteliselt vähest esindatust antud uuringus, on vaja tulemusi analüüsida osakaaludega ning mitte absoluutarvudega. Analüüsist selgub, et Hiiumaa organisatsioonid on taotlenud võrreldes teiste piirkonna organisatsioonidega keskmiselt enam tootearenduse ja turunduse toetusi. Saaremaa ettevõtted paistavad silma alustava ettevõtte toetuse rohkusega ning Pärnumaa organisatsioonid sündmuste korraldamise toetustega. Lisaks taotleti raha ehitus-, remondi- ja renoveerimistöodeks (vt joonis 16). Kolm vastajat märkis, et taotles raha, kuid toetust ei saanud.



Joonis 16. Toetuste taotlemise osakaalud maakondade lõikes (%) (n=210)

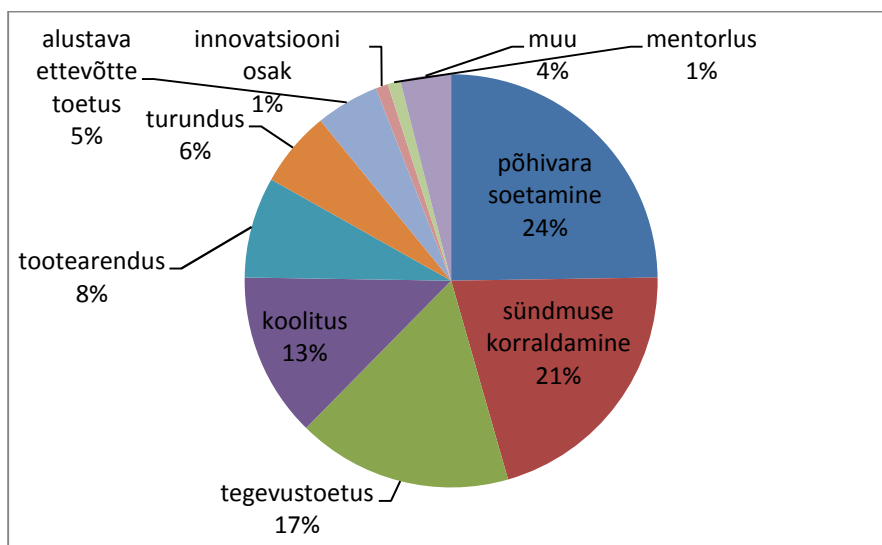
Võttes aluseks organisatsiooni vanuse, on kõige enam toetusi taotlenud üle 10 aasta tegutsevad organisatsioonid (58% kõikidest märgitustest), millele järgnevad 1-5 aasta vanused organisatsioonid (22%) ja 6-10 aasta vanused organisatsioonid (16%). Alla aasta tegutsenud organisatsioonid märkisid 4% kõikidest taotlustest ning nende peamiseks toetuste valdkondadeks oli alustava ettevõtte toetus ning toetus põhivara soetamiseks (vt joonis 17). Samas on suhteliselt lühikest aega tegutsenud organisatsioonid võrreldes teiste organisatsioonidega sama aktiivsed taotlemaks turundus- ja koolitustoetust. Kõige pikemalt aega tegutsenud organisatsioonid on taotlenud teistest keskmiselt enam tegevustoetusi ja sündmuste korraldamise toetusi<sup>5</sup>.

<sup>5</sup> tegemist oli MTÜde ja avaliku sektori organisatsioonidega



Joonis 17. Taotluste osakaalud organisatsioonide vanusegruppides (%)

Toetust taotlenud organisatsioonidest märkis kõige enam toetuse otstarbeks põhivara soetamise, sellele järgnevad toetused sündmuste korraldamiseks, tegevustoetused, koolitustoetused ning tootearenduse ja turundustoetused (vt joonis 18).



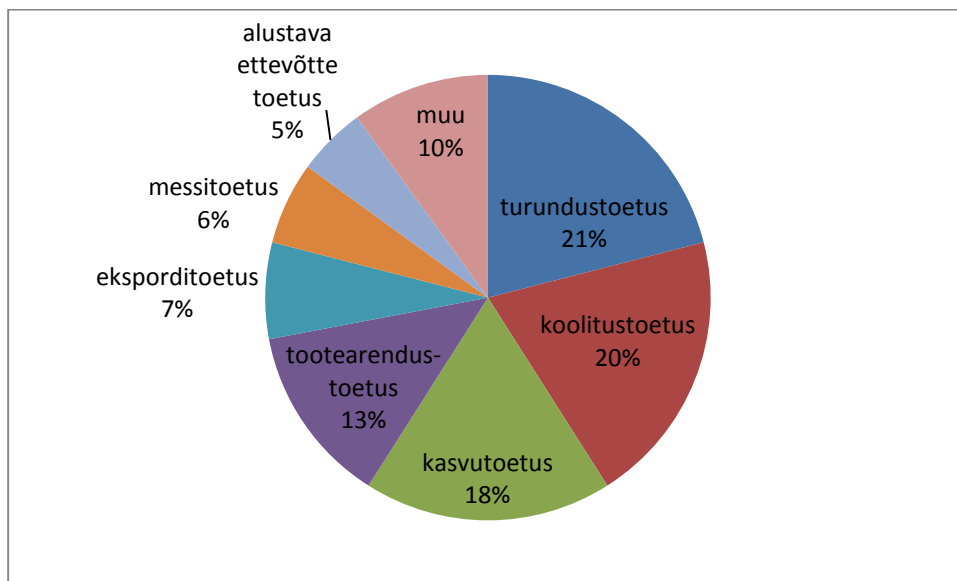
Joonis 18. Toetuse otstarve

Analüüsidest toetuste taotlemist organisatsioonide liikide kaupa, võib välja tuua, et äriettevõtted on keskmiselt enam taotlenud toetust põhivara soetamiseks, turunduseks ning üldse ettevõtte alustamiseks. Mittetulunduslik sektor keskmiselt enam koolituseks, tegevuse toetust ning sündmuste korraldamise toetust. Avaliku sektori organisatsioonid on küsinud toetust koolitamiseks ning sündmuste korraldamiseks. Muud ehk FIEd on taotlenud lisafinantse tootearenduseks, turunduseks ning tegevustoetusi. Tulemusest selgub, et tootearenduse ja turunduse toetused on suhteliselt vähem märgitud ning äriettevõtted ei küsi raha koolitusteks.

Küsimusele, missuguse toetuse järgi tunnete hetkel kõige rohkem puudust, märgiti kõige enam, et turundus- ja koolitustoetusest (mõlemad ca 20% vastustest). Nendele järgnes kasvutoetus (18%) ning

tootearendustoetus (13%) (vt joonis 19). Koolitustoetust soovisid keskmiselt enam arhitektuuri, infotehnoloogia, huvitegevuse ning kirjandusega tegelevad organisatsioonid. Kunsti ja fotograafiaga tegelevad organisatsioonid märkisid teistest enam ettevõtluse alustamise toetuse vajadust. Kasvutoetuse vajadust hindasid kõrgelt audiovisuaalvaldkonna, disaini ja käsitööettevõtted. Kirjastuse ja käsitööettevõtted soovisid teistest enam messitoetust. Kirjastamisega tegelevad ettevõtted soovisid teistest enam ka turundustoetust. Huvi eksporditoetuse järele oli suurem disaini, infotehnoloogia, kunsti ning reklaami ja turundusega tegelevate ettevõtete seas.

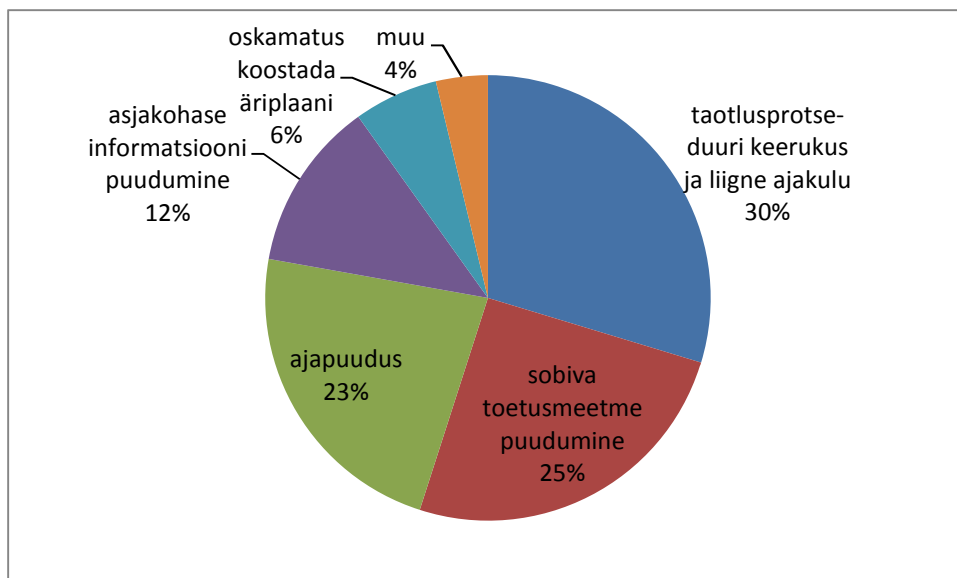
Lisaks ankeedis pakutud variantidele märgiti vastajate poolt mitmeid teisi valdkondi, mille osas soovitakse toetust, nt investeringu-, infotehnoloogia ja tarkvara uuendamise, transpordi-, trükiste, loometegevuse, renoveerimis-, tegevus- ja korraldustoetus. Veel mainiti toetust raamatute ostmiseks ning reisimiseks.



Joonis 19. Toetused, mille järgi tuntakse enim puudust

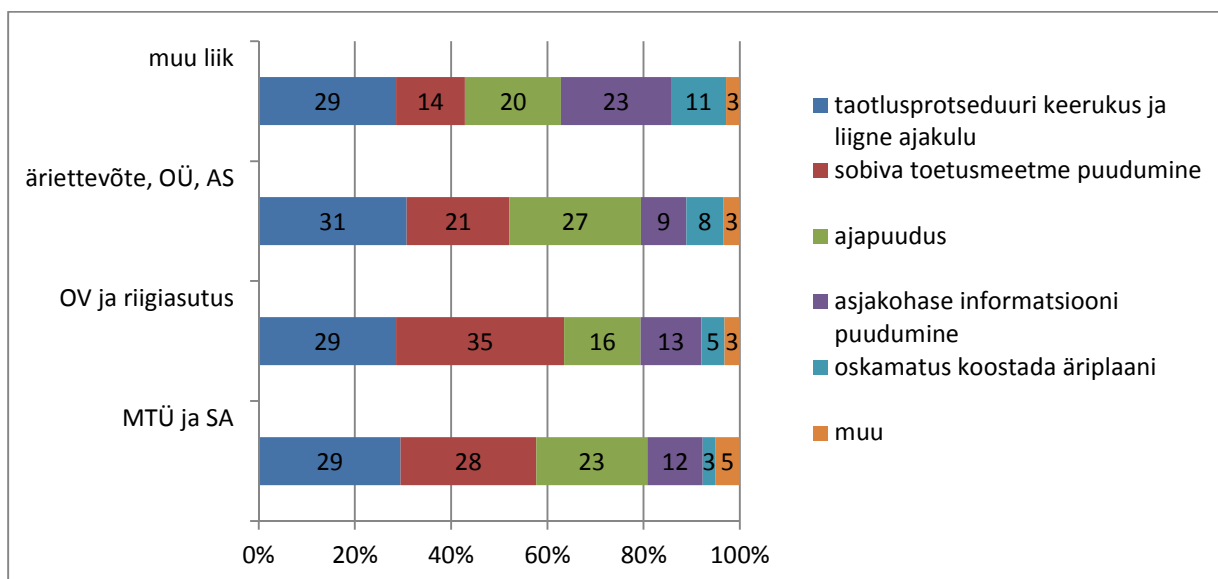
Analüüsidest toetuste vajadust organisatsioonide liikide järgi, selgub, et mittetulunduslikud ühingud ning riigi- ja omavalitsusasutused soovivad enam koolitus- ja raamatute soetamise toetust (raamatukogud). Äriettevõtted kasvu-, turundus- ja eksporditoetusi. FIEd soovivad teistest enam toetust alustavale ettevõtjale, messi-, turunduse- ja tootearenduse toetusi.

Lisaks uuriti vastajatelt, millised on nende peamised toetuste taotlemist takistavad tegurid. Ligi kolmandik märkis, et taotlusprotseduuride keerukus ja liigne ajamahukus. Sellele järgnesid peaaegu võrdselt sobiva toetusmeetme puudumine ning ajapuudus (vt joonis 20). Lisaks mainiti takistava tegurina omafinantseeringu leidmise keerulisust ning sündmuste valdkonnas on palju „tühja rapsimist“ – kirjutatud taotlusi toetatakse väheses mahus või üldse mitte (Pärnumaa).



Joonis 20. Toetuste taotlemise peamiselt takistavad tegurid (n=293)

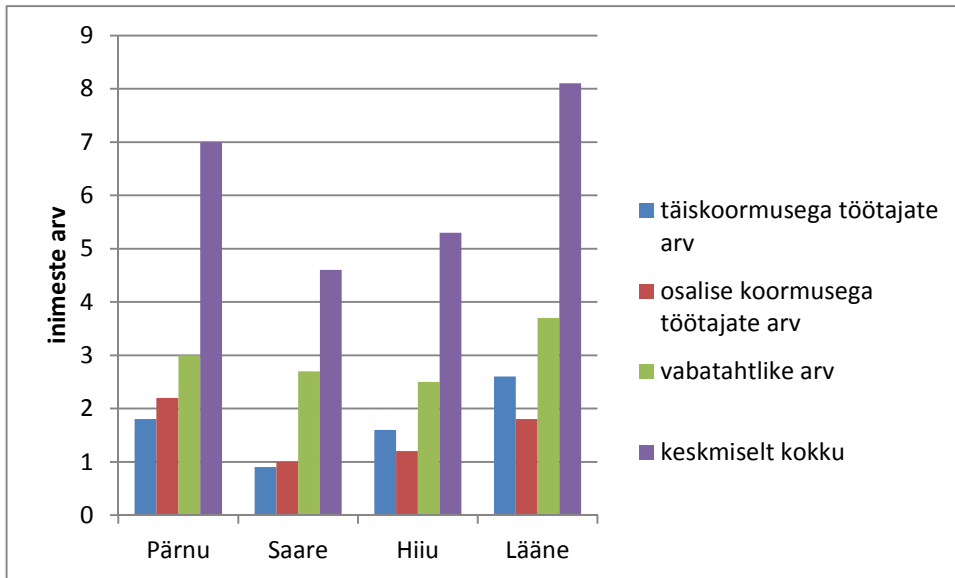
Organisatsiooniliikide kaupa eristusid muud organisatsioonid, sh FIEd sellepoolest, et neil oli keskmiselt vähem infot toetusmeetmete kohta kui teistel organisatsioonidel ning nemad nägid teistest enam takistava tegurina ka oskamatus koostada äriplaani. Äriettevõtted tõid teistest enam välja ajapuudust tegelemaks taotlustega ning omavalitsuse- ja riigiasutused märkisid teistest enam sobiva toetusmeetme puudumist (vt joonis 21).



Joonis 21. Toetuste taotlemist takistavad tegurid (osakaal, %) organisatsiooniliikide kaupa

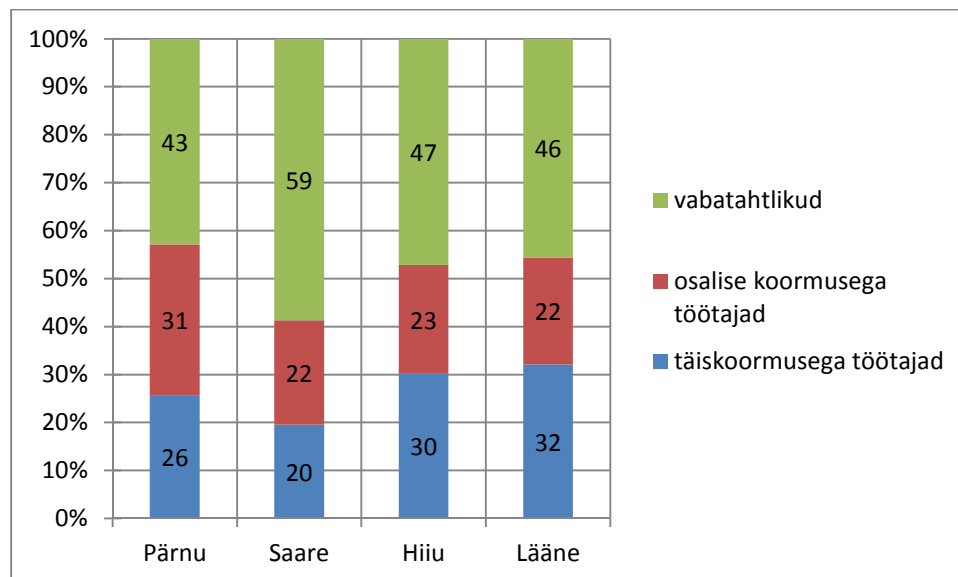
## Töötajad ja rollide jagunemine organisatsioonis

Järgnevalt paluti märkida organisatsioonis töötavate inimeste arv – võimalik oli eristada täis- ja osalise koormusega töötajaid ning vabatahtlikke. Ühe organisatsiooni kohta tuli keskmiselt 1,9 täiskoormusega, 1,7 osalise koormusega töötajat ning 3 vabatahtlikku (vt joonis 22), st tegemist on mikroettevõtetega. Vastuste hajuvus oli suhteliselt suur (standard hälve (SD) täiskoormusega töötajate puhul 3 ning vabatahtlike osas 5,9).



Joonis 22. Keskmine töötajate ja vabatahtlike arv ühes organisatsioonis maakondade lõikes (n=181)

Suhteliselt enam on täiskoormusega töötajaid Läänemaa organisatsioonides, samas kasutavad Pärnumaa organisatsioonid piirkonnas teistest enim osalise ajaga töötajaid ning Saaremaal on teistest suurema tähtsusega vabatahtlike osakaal (vt joonis 23).



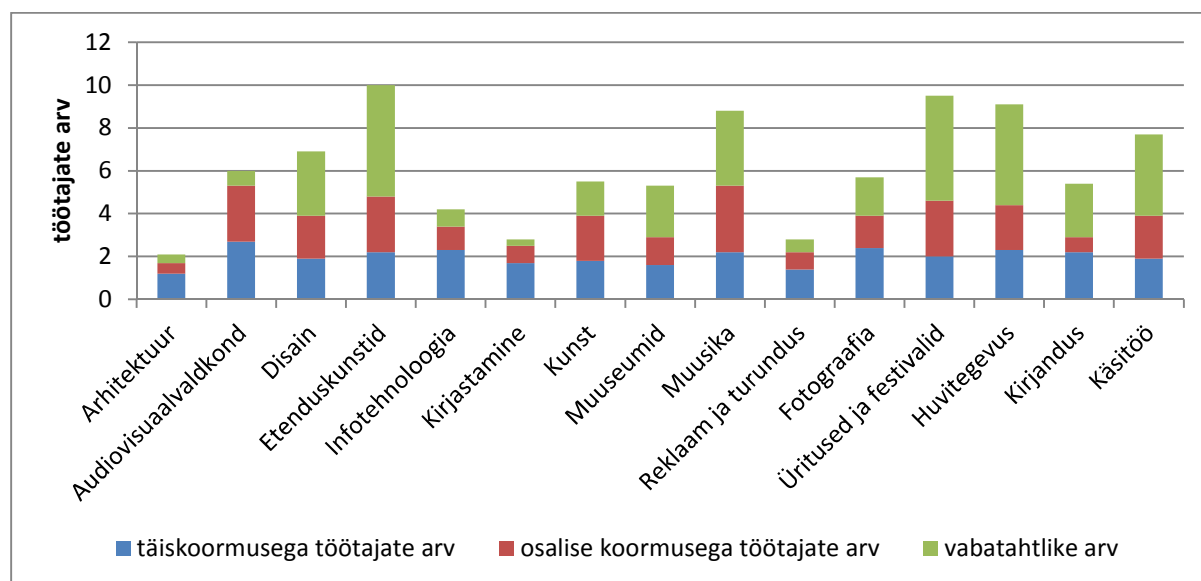
Joonis 23. Täiskoormusega, osalise koormusega ja vabatahtlike osakaal organisatsioonides maakonniti (%)

Kõige rohkem inimesi oli tegevad mittetulunduslike ühingute juures, samas nendest inimestest ligikaudu 70% olid vabatahtlikud (vt tabel 3). Järgmise suurema töötavate inimestega organisatsiooniliigi moodustasid omavalitsus- ja riigiasutused (keskmisel 8,6 inimest organisatsioonis) – selles grupis on vabatahtlike osakaal jällegi suhteliselt madal. Äriettevõtted on väga väikesed (keskmiselt 3,2 inimest, kellest 0,8 on vabatahtlikud).

Tabel 3. Keskmine töötajate arv organisatsioonis organisatsiooniliikide järgi

	täiskoormusega töötajad	osalise koormusega töötajad	vabatahtlikud	kokku
MTÜ ja SA	0,8	2,3	6,6	9,7
OV ja riigiasutus	3,9	2,6	2,1	8,6
Äriettevõtte – OÜ, AS	1,5	0,9	0,8	3,2
muu liik	0,6	0,5	0,6	1,7

Tegevusvaldkondadest suurima panustajate arvuga olid etenduskunstide, ürituste ja festivalide, huvitegevuse ning käsitöö valdkonna organisatsioonid, kus oli ka kõige suuremad vabatahtlike arvud. Kõige enam põhikohaga inimesi töötas infotehnoloogia, audiovisuaalvaldkonna, fotograafia ja huvitegevuse kategooriates (vt joonis 24). Keskmiselt enam palgatakse osalise ajaga tööjõudu etenduskunstide, audiovisuaal-, muusika ning ürituste ja festivalide valdkonnas.



Joonis 24. Keskmine töötajate arv valdkonniti

Lisaks paluti vastajatel märkida, kui palju inimesi töötab loomingu- ja tehnilises ning administratiivses valdkonnas. Keskmine loomingu- ja tehniliste töötajate arv organisatsiooni kohta oli 2,3, tehniliste töötajate keskmine arv 0,8 ning administratiivtöötajate arv 1,1. Kõige suurem hajuvus oli loomingu- ja tehniliste töötajate osas (SD=4,2). Võrreldes teiste maakondadega oli Hiiumaa organisatsioonides loomingu- ja tehniliste töötajate osakaal teiste maakondade organisatsioonidest kõrgem ning Pärnumaa organisatsioonid paistsid silma keskmisest kõrgema administratiivtöötajate osakaaluga.

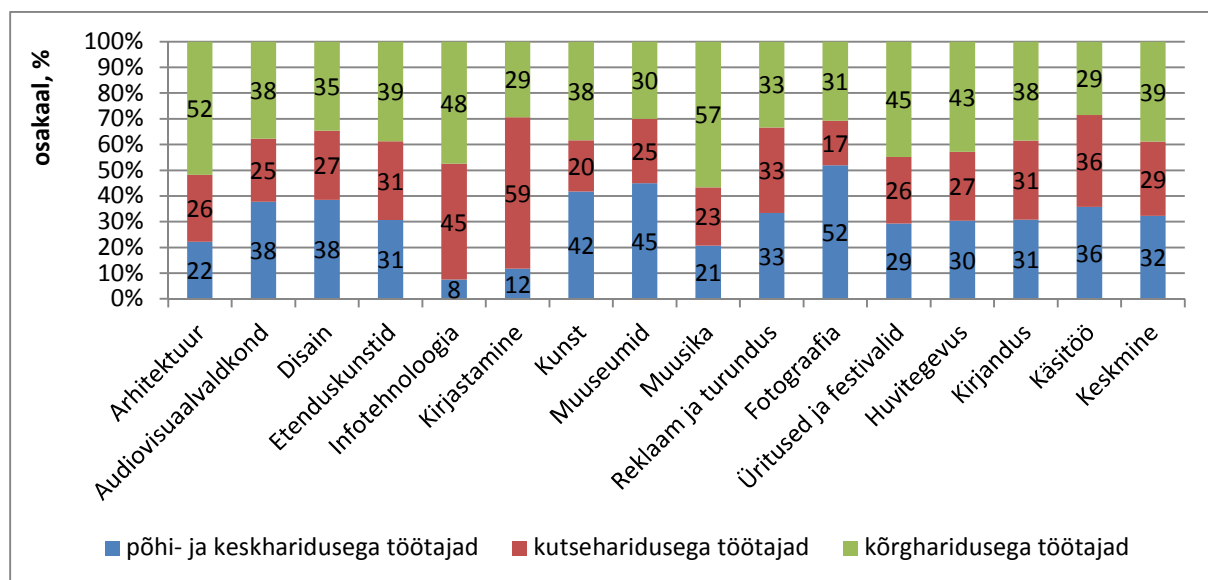


Uuringus sooviti teada saada, milliseid rolle kannavad loomemajanduse organisatsioonide juhid nendes organisatsioonides. 84% juhtudest vastas küsitlusele organisatsiooni juht, 7% vastas organisatsiooni loominguiline töötaja kes ühtlasi täitis ka administratiivseid ülesandeid. Ülejäänud märkisid endale organisatsioonis administratiivse või tehnilise rolli.

44% juhtidest väitis, et nad ei kanna organisatsioonis ei administratiivset, loominguilist ega ka tehnilist rolli – on vaid juhid. 6% juhtidest olid ka üksiti loominguilise ja administratiivtöötaja rollis ning 30% juhtidest väitis end täitvat kõiki kolme eelpool nimetatud rolle.

Võttes arvesse organisatsiooni suuruse (töötajate arvu ja vabatahtlike järgi), leiab statistiliselt olulise seose täiskoormusega töötajate arvu ning ankeedile vastanu rollide arvu vahel ( $p=0,24$ ) – mida rohkem on täiskoormusega töötajaid, seda väiksem on juhi rollide hulk. Seos on statistiliselt väga oluline ( $p=0,000$ ), osalise koormusega töötajate arvu ning juhi rollide vahel – mida rohkem on osalise koormusega töötajaid, seda vähem on juhil rolle. Võib väita, et osalise koormusega töötajate arvu suurenemine aitab hajutada organisatsioonis rolle paremini. Vabatahtlike hulgal on ka mõju juhi rollide arvule, kuid mitte nii tugev kui eelnevatel juhtudel ( $p=0,37$ ) – vabatahtlikele ei panda organisatsiooni arengus olulisi ülesandeid.

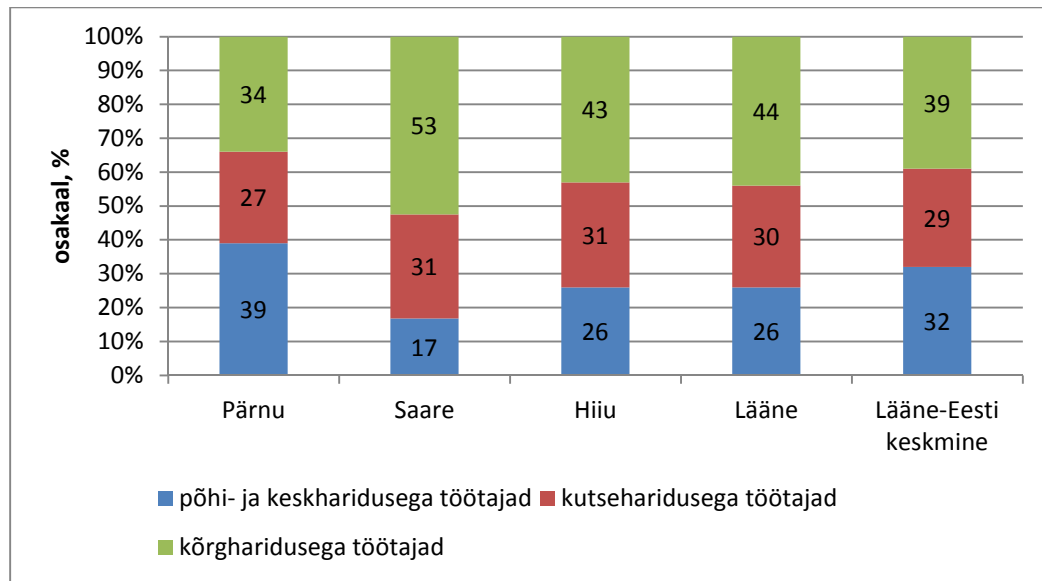
Analüüsid erinevates valdkondades töötavate inimeste haridustasemeid, võib välja tuua, et piirkonnas keskmiselt on kõik tasemegrupid (põhi- ja keskharidus, kutseharidus, sh keskharidus ja kõrgharidus) pea võrdse suurusega (vt joonis 25). Teistest valdkondadest keskmiselt enam on kõrgharidusega töötajaid arhitektuuri, infotehnoloogia, muusika, ürituste ja festivalide ning huvitegevuse valdkonnas. Keskmiselt enam on kutseharidusega inimesi tööl infotehnoloogia, kirjastamise ja käsitöö valdkondades. Keskmiselt rohkem on põhi- ja keskharidusega inimesi tööl kunsti, muuseumite, fotograafia ja käsitöö valdkonnas.



Joonis 25. Erineva tasemega haridusega töötajate osakaalud valdkonniti piirkonnas (%)

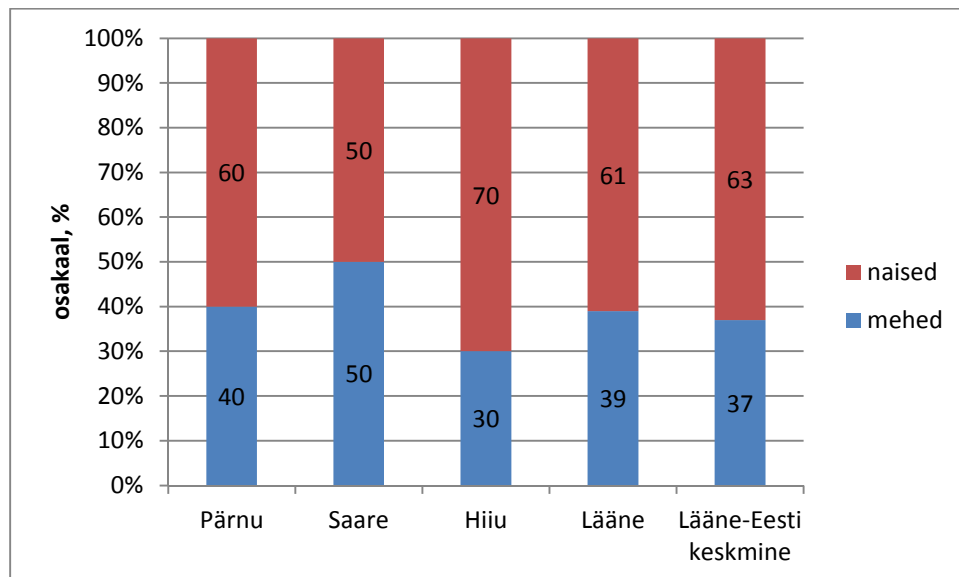
Analüüsid maakondlikke haridustasemete erinevusi piirkonna keskmisega, võib nentida, et Pärnumaal on keskmiselt enam põhi- ja keskharidusega töötajaid ning pisut vähem kõrgharidusega töötajaid. Saare-, Lääne- ja Hiiumaal on olukord vastupidine – kõrgharidusega töötajate osakaal

kõikidest töötajatest on oluliselt kõrgem ning põhi- ja keskharidusega töötajate osakaal madalam piirkonna keskmisest (vt joonis 26).



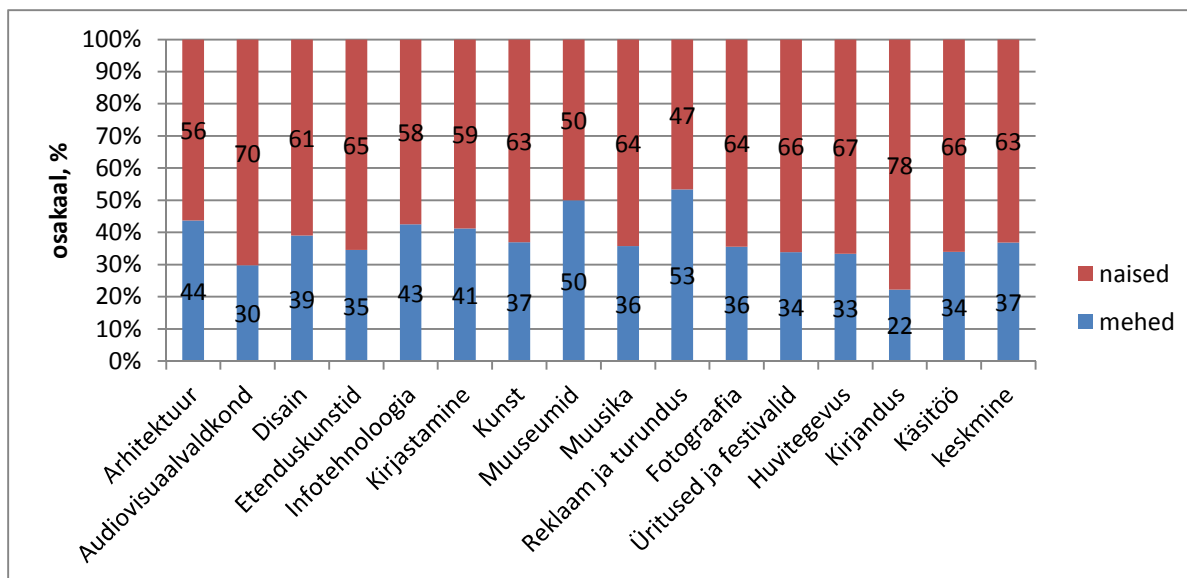
Joonis 26. Loomemajanduses töötavate inimeste haridustasemete osakaalud maakonniti võrreldes piirkonna keskmisega

Lääne-Eesti loomemajandussektoris töötajatest 37% on mehed ning 63% naised. Saaremaal on naiste ja meeste osakaal võrdne ning Hiiumaal on naiste ülekaal meeste üle suurem (naisi 70%) (vt joonis 27).



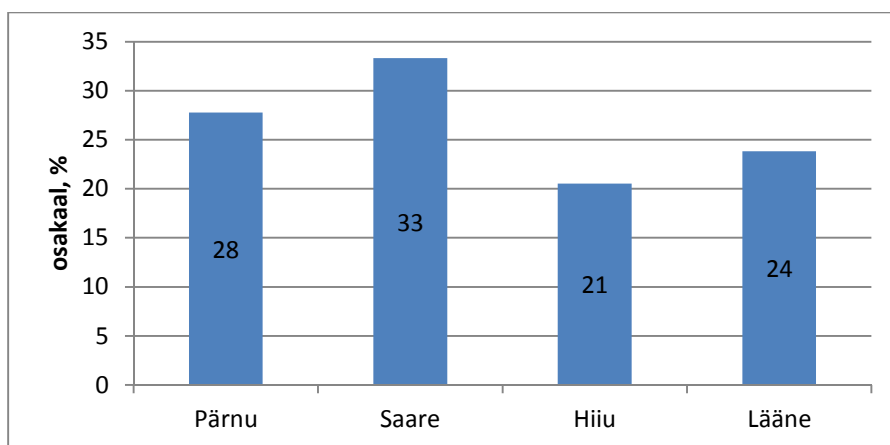
Joonis 27. Loomemajanduse valdkondades töötavate inimeste sooline jaotus maakonniti võrreldes piirkonna keskmisega

Keskmiselt maskuliinsemad on arhitektuuri, infotehnoloogia, kirjastamise, muuseumite ning reklaami ja turunduse valdkonnad. Teistest maakondadest eristub Hiiumaa, kus pea kõikides valdkondades on naised esindatud suurema osakaaluga kui piirkonna keskmised (vt joonis 28).



Joonis 28. Naiste ja meeste osakaal töötajaskonnas valdkonniti Lääne-Eesti piirkonnas

Küsimusele, kas teie ettevõttes kasutatakse hooajalist tööjõudu, vastas 26% uuringus osalenud organisatsioonidest jaatavalt. Keskmiselt rohkem kasutavad hooajalist tööjõudu Saaremaa loomemajanduse organisatsioonid (33%) (vt joonis 29). Keskmiselt vähem kasutavad ajutisi töötajaid alla aasta ja üle 10 aasta tegutsenud organisatsioonid. 1-10 aasta vanustest organisatsioonidest kasutab pea iga kolmas ajutist tööjõudu. Valdkondadest kasutavad teistest enam ajutisi töökäsi etenduskunstide, kunsti, muuseumite, muusika, reklaami ja turunduse ning ürituste ja festivalide valdkonnad.



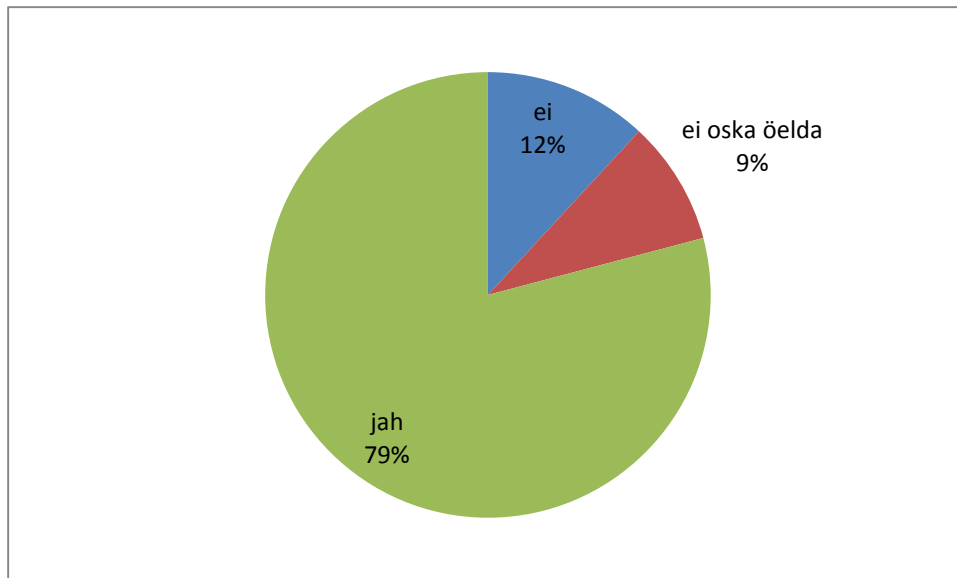
Joonis 29. Hooajalist tööjõudu kasutavate organisatsioonide osakaal maakonniti

Hooajalist tööjõudu kasutanud organisatsioonidest 40% leidis, et hooajalise tööjõu kasutamisega probleeme ei ole. 28% märkis, et sobivaid töötajad ei ole piisavalt ning lisaks on hooajalistel töötajatel väike töökogemus ning puuduvad vajalikud oskused (18%). Pärnu- ja Läänemaa organisatsioonid märkisid, et igal aastal uue meeskonna koolitamine on suur kulu. Lisaks toodi välja muid probleeme - kuigi tegemist on vabatahtlikega, siis nende värbamine ja kaasamine nõuab teatud finantsilisi vahendeid ning neid on keeruline leida.

Organisatsioonid, mis ei ole hooajalist tööjõudu kasutanud, tõid välja oma kahtlused hooajalise tööjõu rakendamise osas – mõnede arvates ei ole sobivaid inimesi piisavalt (5 vastajat) ning sellistel töötajatel on väike töökogemus ning puuduvad vajalikud oskused (2 vastajat).

## Koostöö loomemajandusvaldkonnas ja väljaspool

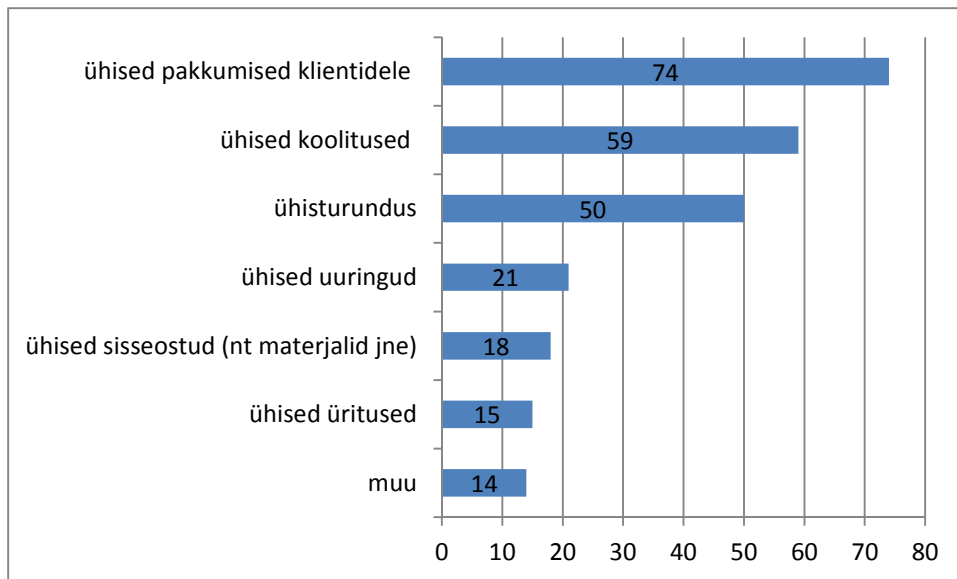
Uuringu koostööga seotud küsimustele vastas 177 osalejat. Oma tegevusvaldkonnas teeb koostööd teiste juriidiliste ja füüsiliste isikutega 79% organisatsioonidest (vt joonis 30).



Joonis 30. Oma tegevusvaldkonnas koostöö tegemine teiste juriidiliste ja füüsiliste isikutega (n=177)

Peamine tegevusvaldkonnasisene koostöö seisneb ühiste pakumiste tegemises klientidele (29% vastustest), ühiste koolituste korraldamises (24%) ning ühisturunduses (20%). Vähemal määral teostatakse ühiseid uuringud, tehakse ühiseid sisseoste ning korraldatakse ühiseid üritusi. Üks vastaja kirjutas, et saadab kliendid konkurendi juurde, kui ta ise on hõivatud (vt joonis 31).

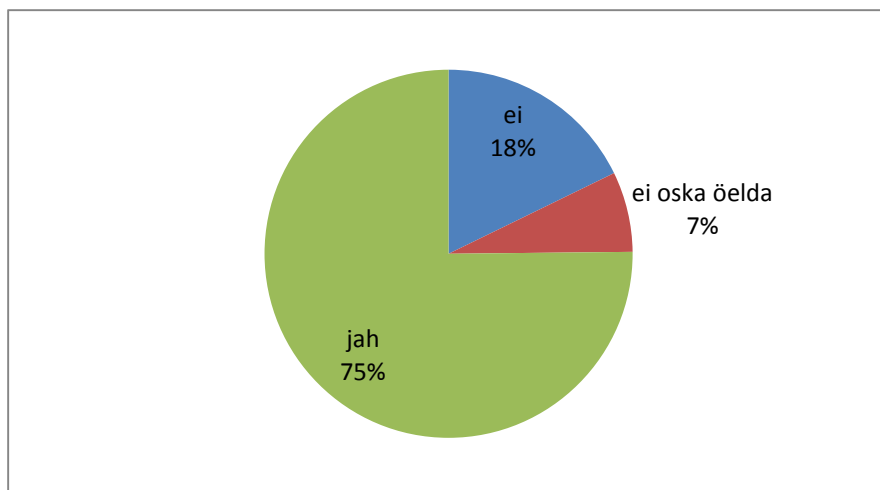
Keskmiselt rohkem tehakse ühiseid pakumisi klientidele arhitektuuri, audiovisuaal-, disaini, kunsti, muuseumite, reklaami ja turunduse ning fotograafia valdkondades. Keskmiselt vähem aga infotehnoloogia valdkonnas. Ühiseid sisseoste tehakse enam audiovisuaal-, infotehnoloogia, muuseumite ning reklaami ja turunduse valdkonnas. Keskmiselt vähem tehakse ühiseid oste etenduskunstide, kunstide ja käsitöö valdkonnas – ollakse pigem killustunud ning igaüks seisab iseenda eest. Ühisturundus on keskmiselt populaarsem audiovisuaal-, disaini, etenduskunstide, kirjastamise, kunsti ning käsitöö valdkonnas. Ühisturundust kasutatakse suhteliselt vähe etenduskunstide ning käsitöö valdkonnas. Ühised koolitused on keskmiselt populaarsemad infotehnoloogia, etenduskunstide, ürituste ja festivalide ning kirjanduse valdkonnas. Suhteliselt vähe viljeletakse sellist koostööd arhitektuuri, disaini, audiovisuaal-, reklaami ja turunduse ning fotograafia valdkonnas.



Joonis 31. Koostöövaldkonnad tegevusvaldkonna siseselt (n=177)

Uuringus osalenud organisatsioonidest märkis 34, et kuuluvad ühte või enamasse erialaliitu. Liitude ja ühingute nimekiri on mitmekülgne alates piirkondlikest ning lõpetades üleriiklike ja rahvusvaheliste organisatsioonidega. Nimetatute hulgas on Eesti Arhitektide Liit, Eesti Muusikakoolide Liit, Eesti Autoriühing, Eesti Esitajate Liit, Eesti Akordionide Liit, Eesti Kaubandus-Tööstuskoda, Eesti Klaasikunstnike Ühendus, Eesti Disainerite Liit, Eesti Maastikuarhitektide Liit, Eesti Muuseumiühing, Eesti Muusikafestivalid, Eesti Raamatukoguhoidjate Liit, Eesti Muusikakogude Ühing, Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liit, Eesti Haridustöötajate Liit, Eesti Rahvamajade Ühing, Pärnumaa Rahvakultuuri Keskseks, Eesti Rahvatantsu ja Rahvamuusika Selts, Eesti Vabaharidusliit, Eesti Täiskasvanute Koolitajate Assotsiatsioon ANDRAS, Eesti Rahvaülikoolide Liit, *European Federation of Museum & Tourist Railways*, Hiiumaa Käsitööselts, Eesti Külaliikumine Kodukant, Eesti Kunstnike Liit, MTÜ HiKu, Läänemaa Turism, Maarja-Magdaleena Gild, Pärnu Rakenduskunsti Ühing, Saarte Koostöökogu ja Pärnumaa Väikemuuseumide Seltsing.

Küsimusele koostöö kohta loomemajanduse valdkonna teiste tegevusvaldkondadega vastas 169 organisatsiooni. 75% vastanutest märkis, et teevad ka oma valdkonnaväliselt koostööd loomemajanduse ettevõtetega ning 18% ütles, et ei tee koostööd (vt joonis 32). Kõige enam mainiti koostööd ürituste, festivalide ja sündmusturundajatega (12% vastustest), käsitöö ja huvitegevusega (mõlemad 9%), muusika (8%), kunsti, muuseumite ja disaini valdkonnaga (kõik 7%).



Joonis 32. Koostöö teiste loomemajandusvaldkondade ettevõtetega (n=169)

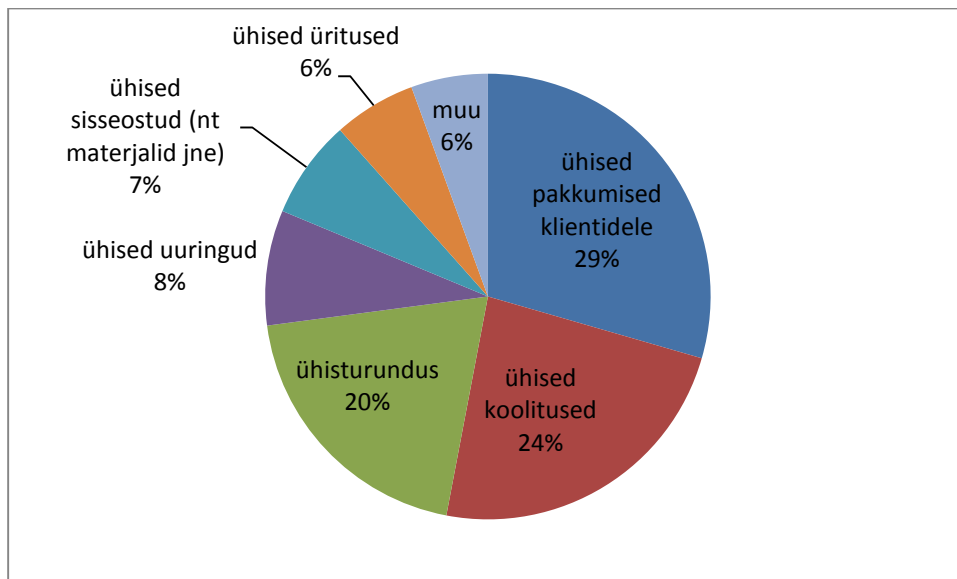
Organisatsiooniliigiti joonistub muster, mille järgi võib öelda, et äriettevõtted teevad võrreldes teiste organisatsiooniliikidega rohkem koostööd arhitektuuri, disaini ja fotograafia valdkondadega. Mittetulunduslik sektor on koostöös huvitegevus ja muusika valdkonnaga ning lisaks sündmuskorraldajatega. Omavalitsuse ja riigiasutuse organisatsioonid teevad teistest enam koostööd raamatukogude ja muuseumitega, sest sageli on nad avaliku sektori organisatsioonid. FIEd teevad teistest enam kunsti valdkonna ettevõtjatega (nt kunstnikud kunstigaleriidega).

Analüüsidest tegevusvaldkonniti, milline valdkond millise valdkonnaga enam koostööd teeb, ilmnevad mõistetavad seosed, nt arhitektuuri valdkonna ettevõtted teevad koostööd disaini ja käsitöö valdkondadega – arvatavast hoonete sisekujunduse välialade planeerimisel ning ellu viimisel (vt tabel 4).

Tabel 4. Erinevate tegevusvaldkondadevaheline koostöö (olulisuse järjekorras)

Tegevusvaldkond	Enim koostööd tegevad valdkonnad
Arhitektuur	Disain, käsitöö
Audiovisuaalvaldkond	Üritused ja festivalid, muusika, huvitegevus
Disain	Fotograafia, kunst, käsitöö
Etenduskunstid	Huvitegevus, muusika
Infotehnoloogia	Kirjandus, muusika, üritused ja festivalid
Kirjastamine	Infotehnoloogia, kirjandus, kunst, käsitöö
Kunst	Üritused ja festivalid, käsitöö
Muuseumid	Audiovisuaalne valdkond, üritused
Muusika	Etenduskunstid, huvitegevus
Reklaam ja turundus	Audiovisuaalne valdkond, infotehnoloogia
Fotograafia	Disain, infotehnoloogia, kirjastamine, muusika, üritused ja festivalid
Üritused ja festivalid	Muusika, huvitegevus, käsitöö
Huvitegevus	Infotehnoloogia, kirjandus
Kirjandus	Infotehnoloogia, huvitegevus, üritused ja festivalid
Käsitöö	Kunst, üritused ja festivalid, huvitegevus

Küsimusele, mida koostöös tehakse, märgiti enim ühiseid pakkumisi klientidele (24% vastustest). Sellele järgnesid variandid „ostan neilt teenuseid ja tooteid“, ühised koolitused ja ühisturundus (vt joonis 33). Teised variandid olid suhteliselt vähem esindatud. Maakonniti teevad Saaremaa loomemajanduse organisatsioonid võrreldes teiste maakondade organisatsioonidega keskmiselt vähem ühiseid pakkumisi klientidele, kuid ostavad teistel kaupu ja teenuseid keskmisest rohkem ehk kasutavad allhankijatena. Hiiumaa organisatsioonid eristuvad teiste maakondade organisatsioonidest, et ostavad keskmiselt vähem teistelt kaupu ja teenuseid teistelt, kuid korraldavad ühiseid koolitusi. Läänemaa organisatsioonid omakorda korraldavad teistega võrreldes keskmiselt vähem ühiseid koolitusi, kuid see-eest korraldavad keskmiselt rohkem ühiseid üritusi.



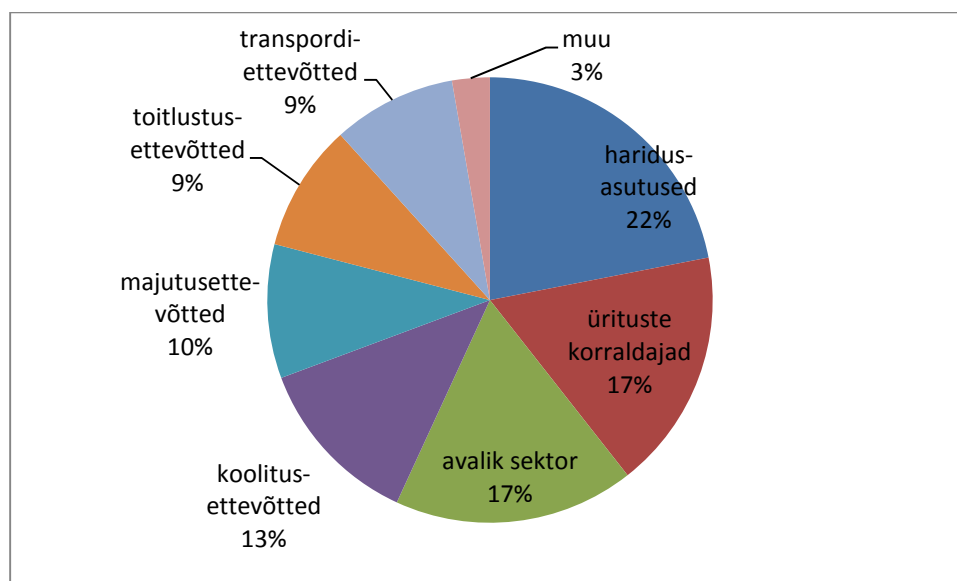
Joonis 33. Teiste loomemajandussektorite ettevõtetega tehtav koostöö (n=169)

Analüüsid ühistegevusi organisatsiooni liikide kaupa, selgub, et omavalitsus- ja riigiasutused ning mittetulunduslikud ühingud korraldavad koostöös teiste valdkondadega keskmiselt enam koolitusi ning viivad läbi ühiseid uuringuid. Äriettevõtted esitavad koostöös teistega ühiseid pakkumisi, ostavad tooteid ja teenuseid ning teevad ka ühisturundust.

Lisaks uuriti osalejatelt, kas ja kellega loomemajanduse väliselt koostööd tehakse. 8% vastajatest märkisid, et ei tee koostööd loomemajandusväliste ettevõtete või organisatsioonidega. Nendest, kes märkisid, et teevad koostööd, mainisid 22% koostööd haridusasutustega, 17% avaliku sektori ja ürituste korraldajatega (vt joonis 34). Neile järgnesid suhteliselt võrdsete osakaaludega koolitusettevõtte, majutus-, transpordi- ja toitlustusettevõtted.

Võrreldes saadud tulemusi maakonniti, selgub, et keskmiselt rohkem tehakse koostööd loomemajandusväliste ettevõtete ja organisatsioonidega Pärnumaal ning keskmiselt vähem Saaremaal. Pärnumaa loomemajanduse organisatsioonid teevad keskmiselt rohkem koostööd ürituste korraldajatega ning haridusasutustega. Saaremaa organisatsioonid on keskmiselt tihedamas koostöös haridusasutuste, avaliku sektori ning koolitusettevõtete, keskmiselt vähem tehakse koostööd majutusettevõtete ning ürituste korraldajatega. Hiiumaa ettevõtted teevad ka keskmiselt rohkem koostööd avaliku sektoriga ning Läänemaa loomemajanduse organisatsioonide käitumist iseloomustab keskmiselt madalam koostöö avaliku sektoriga ning koolitusettevõtete ja

keskmiselt tihedam koostöö majutus- ja toitlustusasutustega ning võib eeldada, et nad on hästi seotud turismiga.



Joonis 34. Koostöö loomemajandusväliste ettevõtete ja organisatsioonidega

Analüüsisides koostöösuhteid valdkondade kaupa, saab järgmise tulemuse (vt tabel 5).

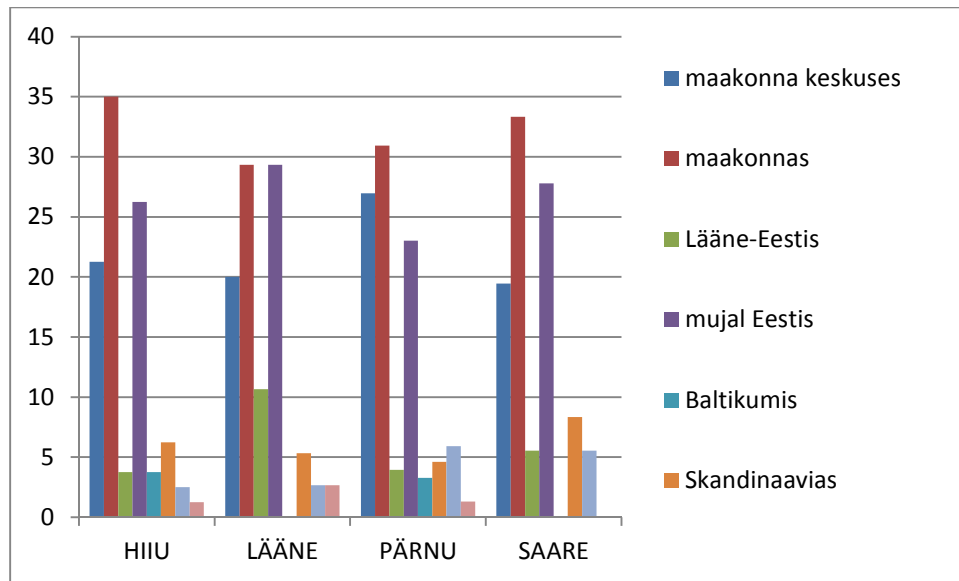
Tabel 5. Loomemajandusettevõtete koostöö loomemajandusväliste organisatsioonide ja ettevõtete (olulisuse järjekorras)

Tegevusvaldkond	Enim koostööd tegevad valdkonnad
Arhitektuur	Avalik sektor, haridusasutused
Audiovisuaalvaldkond	Transpordiettevõtted, ürituste korraldajad
Disain	Majutusettevõtted, avalik sektor, koolitusettevõtted
Etenduskunstid	Majutus- ja toitlustusettevõtted
Infotehnoloogia	Transpordiettevõtted, haridusasutused
Kirjastamine	Avalik sektor
Kunst	Ürituste korraldajad, koolitusettevõtted
Muuseumid	Toitlustusettevõtted, haridusasutused
Muusika	Transpordiettevõtted, haridusasutused
Reklaam ja turundus	Toitlustus- ja transpordiettevõtted
Fotograafia	Ürituste korraldajad, koolitusettevõtted
Üritused ja festivalid	Haridusasutused, toitlustus- ja transpordiettevõtted
Huvitegevus	Haridusasutused, ürituste korraldajad, avalik sektor
Kirjandus	Haridusasutused, avalik sektor, ürituste korraldajad
Käsitöö	Haridusasutused, ürituste korraldajad, majutusettevõtted

Selleks, et paremini mõista koostöövõrgustike ulatust, paluti vastajatel märkida, kus nende koostööpartnerid asuvad. Keskmiselt kõige rohkem asuvad organisatsioonide koostööpartnerid maakonnas (vastavalt siis Pärnumaa organisatsioonidel Pärnumaal ja Hiiumaa omadel Hiiumaal). Teise suurema sihtrühma moodustavad mujal Eestis ning maakonna keskses (Pärnus, Haapsalus, Kärdlas ja Kuressaares) asuvad partnerid (vt joonis 35). Partnerite asukohaks väljapool Eestit märkisid



15% Pärnumaa, 14% Hiiumaa ja Saaremaa ning 11% Läänemaa organisatsioonidest. Ettevõtte vanuse kasvades laieneb ka koostööpartnerite võrgustiku ulatus.

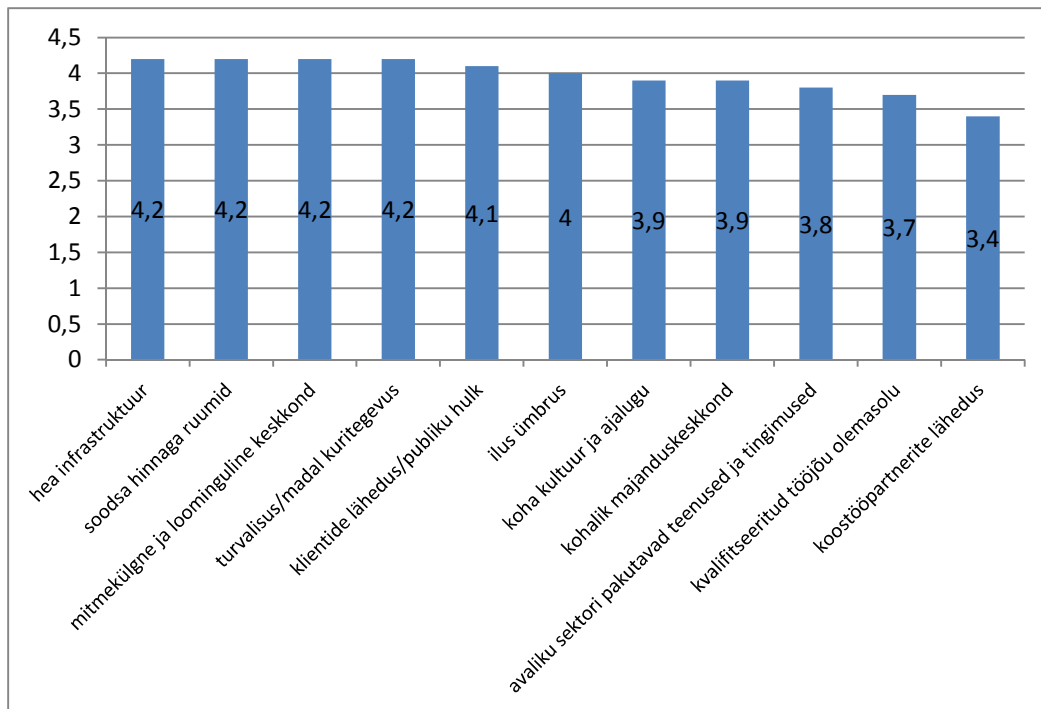


Joonis 35. Organisatsioonide koostööpartnerite asukoht maakonniti

## Hinnang ettevõtluskeskkonnale

Uuringus osalenute käest küsiti, millised tegurid omavad nende arvates organisatsiooni asukohta valides olulist rolli. Tegureid hinnati 5-palli skaalas, kus 5 tähendas „on oluline“ ja 1 „ei ole üldse oluline“ ning 3 „ei oska öelda“. Saadud numbrilistest väärtustest leiti aritmeetilised keskmised ning analüüsid keskmisi võib öelda, et ankeedis välja pakutud variandid leiti vastanute poolt pea kõik olema „pigem olulised“. Järjestades tegurid pingeritta keskmiste tulemuste järgi, on tulemused järgmised (vt joonis 36):

- 1.-4. hea infrastruktuur, soodsa hinnaga ruumid, mitmekülgne ja loominguine keskkond, turvalisus ja madal kuritegevustase (4,2);
5. klientide lähedus / publiku hulk (4,1);
6. ilus ümbrus (4,0);
- 7.-8. koha kultuur ja ajalugu, kohalik majanduskeskkond (3,9);
9. avaliku sektori pakutavad teenused ja tingimused (3,8);
10. kvalifitseeritud tööjõu olemasolu (3,7) ning
11. koostööpartnerite lähedus (3,4).



Joonis 36. Organisatsiooni asukoha valikul erinevate tegurite olulisus (5 - on oluline; 4 - on pigem oluline; 3 - ei oska öelda; 2 - pigem ei ole oluline; 1 - ei ole üldse oluline) (n=181)

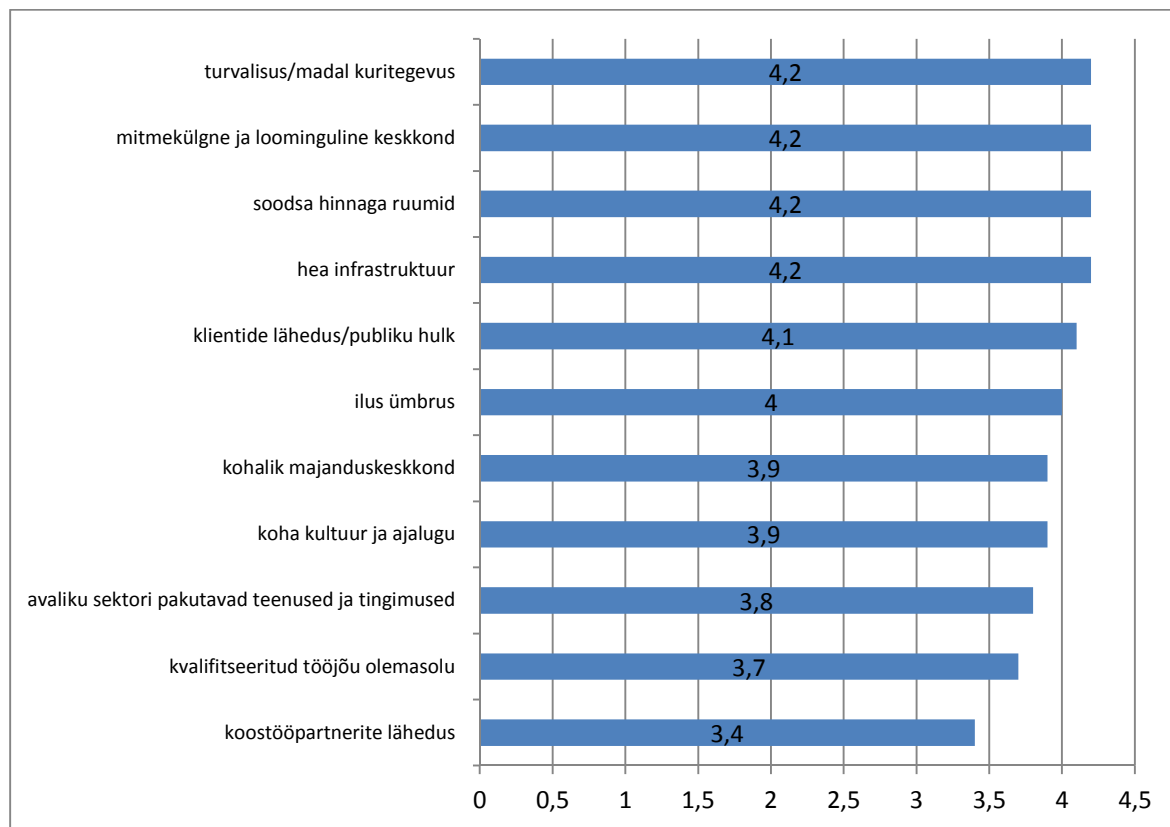
Pärnumaa organisatsioonid hindasid kõiki tegureid teistest piirkonna organisatsioonidest keskmiselt olulisemaks. Kõrgeim keskmine hinnang anti kriteeriumitele „soodsa hinnaga ruumid“ (4,5) ning „hea infrastruktuur“ (4,4). Kõige madalam keskmine väärtus tuli „koostööpartnerite lähedus“ (3,6, st et seda kriteeriumi olulisust ei osata hinnata). Hiiumaa organisatsioonid andsid kõrgeima keskmise hinnangu tegurile „turvalisus / madal kuritegevustase“ (4,3) ning madalaima keskmise hinde sai „koostööpartnerite lähedus“ (3,3). Läänemaa ettevõtted hindavad kõrgeimalt soodsa hinnaga ruume (4,0) ning Saaremaa ettevõtted turvalisust ja madalat kuritegevustaset (4,3). Koostööpartnerite läheduse olulisusele ei oska ka nemad hinnangut anda (3,3 ja 3,1).

Analüüsid asukohavaliku kriteeriumite olulisust tegevusvaldkondade kaupa, võib välja tuua järgmised tulemused (vt tabel 6). Kuigi kvalifitseeritud tööjõu olemasolu peeti eelpool oluliseks, on ta antud pingeridades on ta tagapool – seega ei peetud asukoha valiku puhul seda primaarseks. Samuti on vähem tähtis koostööpartnerite lähedus, seega loomemajanduse klaster ei ole nende organisatsioonide jaoks oluline või pigem nad ei oska seda hinnata või hinnangut anda.

Tabel 6. Organisatsiooni asukoha valiku kriteeriumid valdkonniti (olulisuse järjekorras)

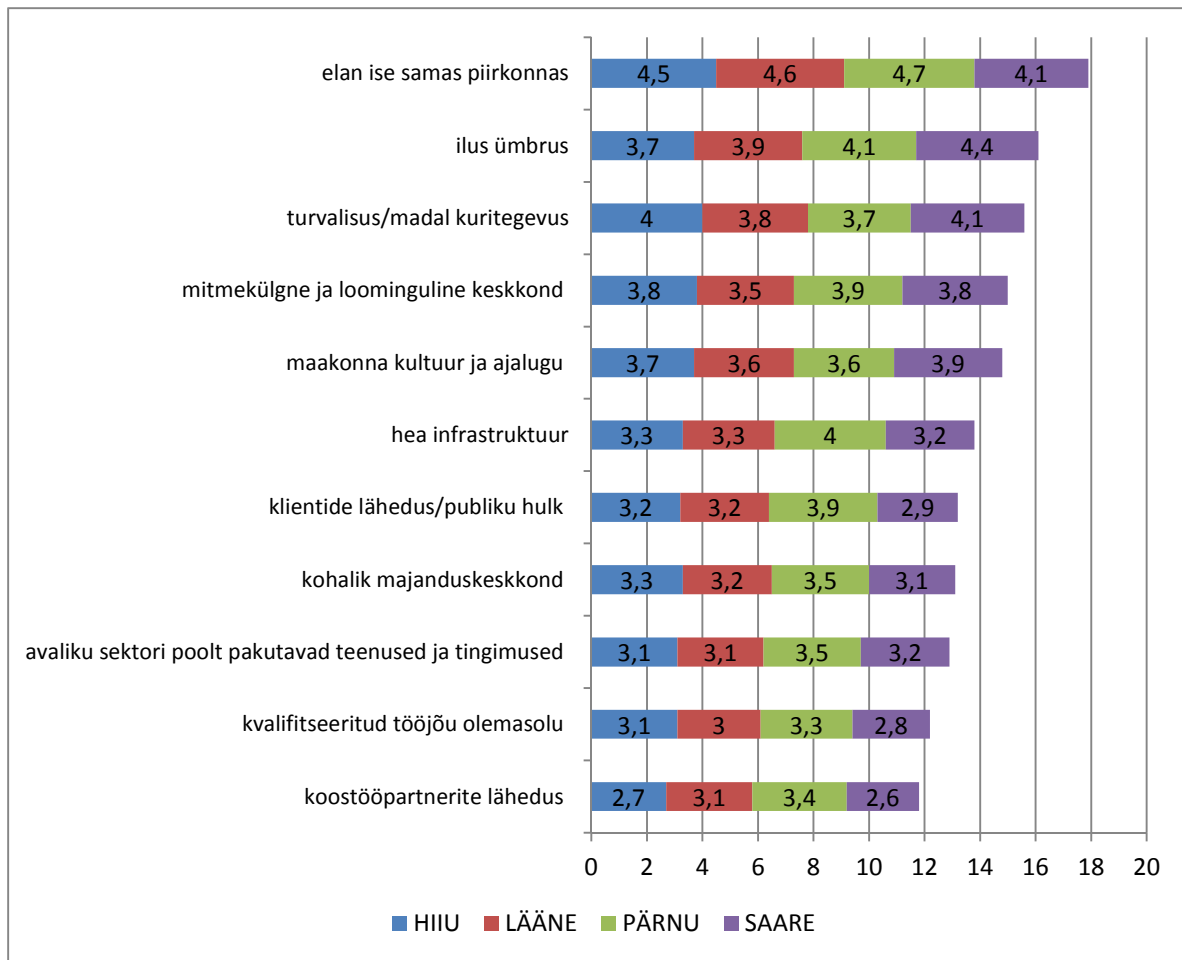
	<b>Kõige olulisemad</b>	<b>Kõige vähem olulisemad</b>
<b>Arhitektuur</b>	turvalisus, hea infrastruktuur, ilus ümbrus	kvalifitseeritud tööjõu olemasolu, klientide lähedus, koostööpartnerite lähedus
<b>Audiovisuaal</b>	soodsa hinnaga ruumid, klientide lähedus, mitmekülgne ja loominguline keskkond, turvalisus	koostööpartnerite lähedus, kohalik majanduskeskkond, koha kultuur ja ajalugu
<b>Disain</b>	hea infrastruktuur, soodsa hinnaga ruumid, mitmekülgne ja loominguline keskkond	koha kultuur ja ajalugu, koostööpartnerite lähedus, kvalifitseeritud tööjõu olemasolu
<b>Etenduskunstid</b>	soodsa hinnaga ruumid, mitmekülgne ja loominguline keskkond, publiku hulk	koostööpartnerite lähedus, kvalifitseeritud tööjõu olemasolu
<b>Infotehnoloogia</b>	hea infrastruktuur, soodsa hinnaga ruumid	koostööpartnerite lähedus, koha kultuur ja ajalugu, klientide lähedus
<b>Kirjastamine</b>	turvalisus, hea infrastruktuur, soodsa hinnaga ruumid	koostööpartnerite lähedus, koha kultuur ja ajalugu
<b>Kunst</b>	turvalisus, mitmekülgne ja loominguline keskkond, ilus ümbrus	koostööpartnerite lähedus, kvalifitseeritud tööjõu olemasolu
<b>Muuseumid</b>	koha kultuur ja ajalugu, publiku hulk, hea infrastruktuur	koostööpartnerite lähedus, kvalifitseeritud tööjõu olemasolu, kohalik majanduskeskkond
<b>Muusika</b>	hea infrastruktuur, soodsa hinnaga ruumid, mitmekülgne ja loominguline keskkond	koostööpartnerite lähedus, koha kultuur ja ajalugu
<b>Reklaam ja turundus</b>	hea infrastruktuur, ilus ümbrus, mitmekülgne ja loominguline keskkond	koostööpartnerite lähedus, kvalifitseeritud tööjõu olemasolu, klientide lähedus
<b>Fotograafia</b>	hea infrastruktuur, turvalisus, klientide lähedus	koha kultuur ja ajalugu, kvalifitseeritud tööjõu olemasolu, avaliku sektori pakutavad teenused ja tingimused
<b>Üritused ja festivalid</b>	hea infrastruktuur, soodsa hinnaga ruumid, mitmekülgne ja loominguline keskkond, publiku suurus	koostööpartnerite lähedus, kvalifitseeritud tööjõu olemasolu
<b>Huvitegevus</b>	hea infrastruktuur, soodsa hinnaga ruumid, mitmekülgne ja loominguline keskkond, publiku suurus	koostööpartnerite lähedus, kvalifitseeritud tööjõu olemasolu
<b>Kirjandus</b>	hea infrastruktuur, turvalisus, klientide lähedus, ilus ümbrus	kohalik majanduskeskkond, koostööpartnerite lähedus
<b>Käsitöö</b>	soodsa hinnaga ruumid, mitmekülgne ja loominguline keskkond, klientide lähedus, hea infrastruktuur	koostööpartnerite lähedus, kvalifitseeritud tööjõu olemasolu

Küsimusele, miks valisite oma ettevõtte või organisatsiooni asupaigaks just antud maakonna, vastati järgmiselt. Peamiseks valikukriteeriumiks oli elamine samas piirkonnas (4,5). Teine olulisim põhjus oli ilus ümbrus (4), millele järgnes maakonna turvalisus (3,9) ning mitmekülgne ja loominguline keskkond (3,8). Kõige vähem olulisem oli kvalifitseeritud tööjõu olemasolu (3,1), koostööpartnerite lähedus (3,1) ning avaliku sektori poolt pakutavad teenused ja tingimused (3,2) (vt joonis 37).



Joonis 37. Ettevõtete ja organisatsioonide põhjused asuda tegutsema just antud piirkonnas (5 - on oluline; 4 - on pigem oluline; 3 - ei oska öelda; 2 - pigem ei ole oluline; 1 - ei ole üldse oluline) (n=181)

Pärnumaa organisatsioonid pidasid teistest keskmiselt olulisemaks otsustuskriteeriumiks maakonna head infrastruktuuri ja klientide hulka (nb ka suvine lisanõudlus turistide kaudu). Hiiu- ja Saaremaa organisatsioonid pidasid oluliseks teguriks saarte turvalisust ning madalamat kuritegevustaset ning Saaremaa ettevõtjate jaoks oli keskmiselt olulisem ka ilus ümbrus (vt joonis 38).



Joonis 38. Ettevõtete ja organisatsioonide põhjused asuda tegutsema just antud maakondades (5 - on oluline; 4 - on pigem oluline; 3 - ei oska öelda; 2 - pigem ei ole oluline; 1 - ei ole üldse oluline)

Analüüsidest sama küsimust valdkonniti, on vastused väga sarnased, pea kõikide valdkondade jaoks on kõige olulisem otsustamise kriteerium see, et elatakse selles maakonnas, ümbrus on ilus ning turvaline. Muuseumide jaoks on teistest olulisem hea infrastruktuur ning etenduskunstide valdkonna organisatsioonide jaoks oli oluline ka publiku lähedus ning hulk. Mitmekülgne ja loominguline keskkond oli teistest olulisem disaini, kunsti ja käsitöö valdkonna organisatsioonidele. Koha kultuur ja ajalugu oli teistest olulisem kirjanduse, kirjastamise ja muuseumide valdkonna esindajatele.

## Konkurentsieelis ning välis- ja sisekeskkonnategurite mõju organisatsiooni arengule

Edasi uuriti vastajatelt, mida nad peavad enda konkurentsieeliseks. Hiiu-, Lääne- ja Pärnumaa organisatsioonid pidasid oma olulisimaks tugevuseks konkurentide ees kvaliteetset toodet või teenust, Saaremaa organisatsioonid aga kvalifitseeritud tööjõudu. Pärnumaa puhul toodi välja ka hea asukoht. Suhteliselt pingerea tagalõpus olid tugevustena hinnaeelis ning usaldusväärsed koostööpartnerid, võib arvata, et seda ei osata veel strateegiliseks eeliseks pidada (vt tabel 7). Lisaks mainiti eelistena kodulähedust, inimeste koostöövalmidust, paindlikkust, pikaajalist kogemust ning asukoha kultuurilist tausta (Saaremaa).

Tabel 7. Organisatsiooni konkrentsielised maakonniti olulisuse järjekorras (1 kõige olulisem) (n=181)

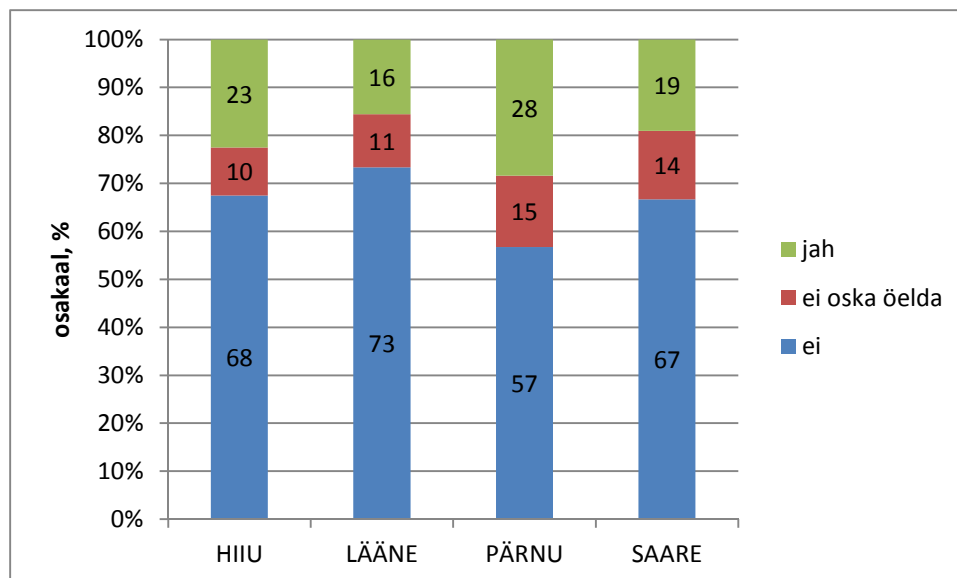
<b>jrk</b>	<b>HIIU</b>	<b>LÄÄNE</b>	<b>PÄRNU</b>	<b>SAARE</b>
1.	Kvalifitseeritud töajõud	Kvaliteetne toode/teenus	Hea asukoht	Kvalifitseeritud töajõud
2.	Kvaliteetne toode/teenus	Toote/teenuse unikaalsus	Kvaliteetne toode/teenus	Toote/teenuse unikaalsus
3.	Kvaliteetne teenindus	Tegevuse teadlik planeerimine	Kvalifitseeritud töajõud	Tegevuse teadlik planeerimine
4.	Toote/teenuse unikaalsus	Kvalifitseeritud töajõud	Toote/teenuse unikaalsus	Kvaliteetne toode/teenus
5.	Usaldusväärased koostööpartnerid	Hea asukoht	Kvaliteetne teenindus	Kvaliteetne teenindus
6.	Hea asukoht	Kvaliteetne teenindus	Hinnaeelis	Usaldusväärased koostööpartnerid
7.	Hinnaeelis	Usaldusväärased koostööpartnerid	Tegevuse teadlik planeerimine	Hinnaeelis
8.	Tegevuse teadlik planeerimine	Hinnaeelis	Usaldusväärased koostööpartnerid	Hea asukoht

Analüüsid konkrentsieliseid organisatsiooni vanuse lõikes, võib täheldada, et kõik peavad olulisimateks tugevusteks toote või teenuse kvaliteeti ja unikaalsust, kuid üle 1 aasta tegutsevate organisatsioonide puhul tuuakse kindlasti välja ka kvalifitseeritud töajõud. Tegevusvaldkondade kaupa on organisatsioonide poolt tajutavad konkrentsielised väga erinevad. Enamus mainib kolme esimese seas kvaliteetset või unikaalset toodet / teenust ning kvalifitseeritud töajõudu. Muuseumite ja kirjandusvaldkonna organisatsioonide jaoks on olulisim eelis hea asukoht. Infotehnoloogia ettevõtted tõid oma olulisima eelisena välja kvaliteetse teeninduse ning muusika valdkonna esindajate arvates on nende olulisim eelis tegevuse teadlik planeerimine (vt tabel 8).

Tabel 8. Organisatsioonide konkrentsieleised tegevusvaldkonniti (1 kõige olulisem eelis jne) (n=181)

	kvalifitseeritud töõjõud	hea asukoht	kvaliteetne teenindus	hinnaeelis	kvaliteetne toode/teenus	toote/teenuse unikaalsus	tegevuse teadlik planeerimine	usaldusväärased koostööpartnerid
Arhitektuur	1.	6.	3.	4.-5.	2.	4.-5.	8.	7.
Audiovisuaalvaldkond	2.	4.	3.	6.	1.	7.	5.	8.
Disain	2.-3.	8.	4.	6.	1.	2.-3.	7.	5.
Etenduskunstid	3.-5.	3.-5.	6.	7.	2.	1.	3.-5.	8.
Infotehnoloogia	2.	5.-7.	1.	5.-7.	8.	3.	4.	5.-7.
Kirjastamine	1.	3.-5.	2.	6.-7.	3.-5.	6.-7.	3.-5.	8.
Kunst	1.-3.	4.	5.	6.	1.-3.	1.-3.	7.	8.
Muuseumid	3.	1.	2.	5.-6.	7.	4.	5.-6.	8.
Muusika	2.	3.-4.	6.	8.	3.-4.	5.	1.	7.
Reklaam ja turundus	3.-4.	5.	3.-4.	7.	1.	6.	8.	2.
Fotograafia	3.	5.	7.	8.	1.	4.	6.	2.
Üritused ja festivalid	1.-3.	4.	5.	8.	1.-3.	1.-3.	7.	6.
Huvitegevus	3.-4.	3.-4.	5.	8.	1.-2.	1.-2.	6.-7.	6.-7.
Kirjandus	2.	1.	3.-4.	5.-6.	3.-4.	5.-6.	7.	8.
Käsitöö	3.	4.-5.	4.-5.	8.	2.	1.	6.-7.	6.-7.

Küsimusele, kas viimase aasta jooksul on Teie organisatsioonis esinenud siseprobleeme, mis on oluliselt takistanud organisatsiooni arengut, vastas ligi 2/3 respondentidest, et selliseid probleeme ei ole olnud. 23% märkis, et probleeme on esinenud ning 13% ei osanud küsimusele vastata. Teistest maakondadest rohkem vastasid jaatavalt Pärnumaa loomemajanduse organisatsioonid ning vähem probleeme tõid esile Läänemaa organisatsioonid (vt joonis 38). Keskmiselt rohkem vastasid küsimusele organisatsioonid, mille vanus jäi 6-10 aasta vahele. Alla aasta tegutsenud organisatsioonid ei märkinud siseprobleemide esinemist. Organisatsiooniliigi järgi märkisid keskmiselt enam, et neil on tulnud silmitsi seista siseprobleemidega mittetulunduslikud ühingud ning omavalitsus- ja riigiasutused. Keskmiselt vähem vastasid jaatavalt äriettevõtted. Tegevusvaldkonniti märkisid jaatavat vastust keskmiselt rohkem audiovisuaal-, etenduskunstide, kunsti, muuseumite, kirjanduse ja käsitöö valdkonnad. Kõige vähem tõid sisemisi probleeme välja arhitektuuri valdkonna ettevõtted.

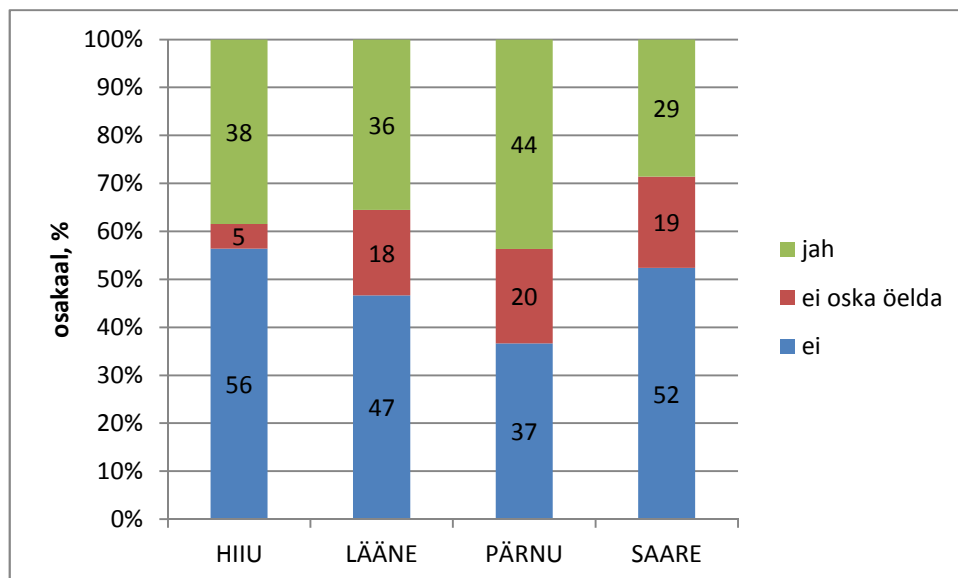


Joonis 38. Siseprobleemide mõju organisatsiooni arengule (n=180)

Lisaks paluti nimetada, milliste probleemidega tegu oli. Üldjoontes võib välja toodud tegurid jagada viide rühma: finantsraskused, tööjõuga seotud küsimused, ajapuudus, passiivsus ning muud põhjused. Kõige enam märgiti finantsraskusi, sh rahaliste võimaluste piiratus, laenu saamise raskused, sissetulekud on väiksemad kui kulud või väga väike tasuvus, kõrge rent, toetuste taotlemiseks vajaliku omafinantseeringu leidmine sageli keeruline. Teise suurema teemana kerkis üles tööjõuga seotud piirangud, mainiti kvalifitseeritud tööjõu puudumist või nappust piirkonnas, mis ei võimalda leida organisatsiooni kõige paremini sobivaid inimesi. Lisaks toodi välja töötajate madalat kvalifikatsiooni ning kuna palgatase on suhteliselt madal, siis ei saa oodata, et töötajad oleksid kõrgelt haritud ja koolitatud. Veel märgiti aja puudumist, mis ei lase viia ellu kõiki vajalikke arendustegevusi ning ka piirkonna elanike passiivsust (seda just mittetulunduslike organisatsioonide vaatenurgast). Kuna paljudel juhtudel on tegemist mikroettevõttega, siis on eraeluliste sündmuste mõju ettevõtlusele tuntav, nt laste saamine, hariduse omandamine riigi teises otsas, partneri surm jne mõjutab ettevõtte käekäiku.

Küsimusele, kas viimase aasta jooksul on teie organisatsiooni arengut takistanud mõni organisatsiooniväline tegur, vastas 45% jaatavalt, 39% eitavalt ning 16% ei osanud vastata. Keskmiselt rohkem olid väliste probleemidega kokku puutunud Pärnumaa ning keskmiselt vähem Läänemaa organisatsioonid (vt joonis 39). Jällegi olid keskmiselt enam märganud välistegurite mõju ettevõtte arengule 6-10 aasta vanused organisatsioonid ning alla aasta tegutsenud organisatsioonid täheldasid mõju keskmiselt vähemal määral. Organisatsiooniliikide järgi tõid enim väliskeskonna probleeme esile FIEd. Tegevusvaldkondade järgi vastasid jaatavalt keskmiselt enam etendus kunstide, kunsti, muusika, ürituste ja festivalide ning audiovisuaalvaldkonna organisatsioonid. Keskmiselt vähem olid väliskeskonnategurid mõjutanud reklaami ja turunduse ning kirjanduse valdkonna organisatsioone.





Joonis 39. Väliskeskonnategurite mõju organisatsiooni arengule (n=180)

Väliskeskkonnast tulenevate probleemide ulatus oli lai. Enim mainiti majanduslangusest tingitud nõudluse vähenemist, mis avaldab mõju organisatsioonide arendustegevusele. Lisaks mainiti nõudluse muutuvat loomust – otsitakse teistsuguseid tegevusi ja elamusi. Teise suurema teemana kerkis üles töötajatega seotud teemad – madal kvalifikatsioon, piiratud kaadrivalik jne. Veel märgiti infrastruktuuri puudujääke, sõltuvust avaliku sektori toetusest (ja need on vähenenud), koostööpartnerite loidust ning ootust saada tasuta teenuseid.

### Arengueesmärgid

Lisaks hetkeolukorra kriitilisele hindamisele paluti märkida ka organisatsiooni lähiaastate olulisimad arengueesmärgid. Maakonniti sisaldavad pingeridade algused suhteliselt sarnaseid eesmärke, kuid pisut erinevas järjestuses. Nt Hiiumaa organisatsioonide jaoks on kõige olulisem saavutada käibe ja kasumi kasv ning laiendada või muuta atraktiivsemaks oma toodete ja teenuste valikut. Samas Läänemaa organisatsioonide jaoks on olulisim tarbija suurem rahuolu, seejärel suurem turuosa ning kõrgetasemeline klienditeenindus. Pärnumaa organisatsioonide jaoks on kõrgeima prioriteetsusega toodete kõrgema kvaliteedi saavutamine ning kõrgekvaliteediline klienditeenindus ning sellele järgneb tarbija suurem rahuolu. Saaremaa organisatsioonide jaoks on oluline laiendada ja muuta atraktiivsemaks oma tootepaketti, suurendada turuosa ning kasvatada käivet. Pea kõikide maakondade organisatsioonide jaoks on kulude kokkuhoid suhteliselt vähetähtis (vt tabel 9).

Tabel 9. Arengueesmärgid maakonniti (1 on kõige olulisem jne)

jrk	HIIU	LÄÄNE	PÄRNU	SAARE
1.	Käibe kasv	Tarbija suurem rahulolu	Toodete kõrgem kvaliteet Kõrgetasemeline klienditeenindus	Laiem või atraktiivsem toodete/teenuste valik
2.	Laiem või atraktiivsem toodete/teenuste valik	Suurem turuosa	Kõrgetasemeline klienditeenindus	Suurem turuosa
3.	Kasumi kasv	Kõrgetasemeline klienditeenindus	Tarbija suurem rahulolu	Käibe kasv
4.	Suurem turuosa	Toodete kõrgem kvaliteet	Laiem või atraktiivsem toodete/teenuste valik	Laienemine välisturgudele
5.	Kõrgetasemeline klienditeenindus	Laiem või atraktiivsem toodete/teenuste valik	Suurem turuosa	Tarbija suurem rahulolu
6.	Personali professionaalsuse kasv	Laienemine välisturgudele	Personali professionaalsuse kasv	Toodete kõrgem kvaliteet
7.		Personali professionaalsuse kasv	Kasumi kasv	Kasumi kasv
8.	Toodete kõrgem kvaliteet	Personali professionaalsuse kasv	Laienemine välisturgudele	Kõrgetasemeline klienditeenindus
	Tarbija suurem rahulolu	Käibe kasv		
9.	Laienemine välisturgudele	Kasumi kasv	Käibe kasv	Konkurentidega võrreldes väiksemad kulud
10.	Konkurentidega võrreldes väiksemad kulud	Konkurentidega võrreldes väiksemad kulud	Konkurentidega võrreldes väiksemad kulud	Personali professionaalsuse kasv

Analüüsid arengueesmäärke organisatsioonide vanuse lõikes, võib välja tuua, et alla aasta tegutsenud organisatsioonide peamiseks eesmärgiks on mõistetavalt käibe kasv, toodete kvaliteedi suurendamine ning ainsana tuleb välja esimese viie eesmärgis seas välja soov laiendada välisturgudele. Kauem tegutsenud organisatsioonide jaoks on olulisim tõsta toodete kvaliteeti ning arendada oma tootepaketti. Üle 6 aasta vanuste organisatsioonide jaoks on oluliseks arengueesmärgiks ka kõrgetasemeline klienditeenindus (vt tabel 10).

Tabel 10. Arengueesmärgid organisatsioonide vanuste lõikes

	<b>Eesmärgid</b>
Alla 1 aasta	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Käibe kasv</li> <li>2. Toodete kõrgem kvaliteet</li> <li>3.-5. Suurem turuosa; Tarbija suurem rahuolu; Laienemine välisturgudele</li> </ol>
1-5 aastat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Toodete kõrgem kvaliteet</li> <li>2. Laiem või atraktiivsem tootepakett</li> <li>3.-5. Suurem turuosa; Tarbija suurem rahulolu; Personali professionaalsuse kasv</li> </ol>
6-10 aastat	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Laiem või atraktiivsem tootepakett</li> <li>2. Toodete kõrgem kvaliteet</li> <li>3. Käibe kasv</li> <li>4. Kõrgetasemeline klienditeenindus</li> <li>5. Kasumi kasv</li> </ol>
Üle 10 aasta	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Suurem turuosa</li> <li>2. Tarbija suurem rahulolu</li> <li>3. Kõrgetasemeline klienditeenindus</li> <li>4. Toodete kõrgem kvaliteet</li> <li>5. Laiem või atraktiivsem tootepakett</li> </ol>

Mittetulunduslike ühingute kõige olulisemaks arengueesmärgiks oli turuosa suurendamine ning toodete kvaliteedi parendamine. Omavalitsuste ja riigiasutuste peamiseks eesmärgiks oli tarbija suurem rahulolu ning kõrgetasemeline klienditeenindus. Äriettevõtete peamiseks sihiks on eksport – laienemine välisturgudele, tootepaketi arendamine ja käibe kasv. FIEde jaoks on olulisim tootekvaliteedi tõstmine, turuosa suurendamine ja kasumi suurendamine. Huvitav on märkida, et äriettevõtete jaoks on pingerea viimasteks eesmärkides kulude vähendamine, personali professionaalsuse kasv ning kõrgetasemeline klienditeenindus.

Reklaami ja turunduse ning fotograafia ettevõtete jaoks on olulisimateks eesmärkideks käibe ja kasumi kasvatamine. Arhitektuuri valdkonna ettevõtte esmane prioriteet on laiem ja atraktiivsem tootepakett, suundumine välisturgudele ja personali professionaalsuse kasvatamine. Audiovisuaalse valdkonna esindajad soovivad esmajärjekorras suurendada turuosa ning tegeleda tootepaketi arendamisega.

Tootepaketi arendus ning käibe kasv on ka disaini valdkonna ettevõtetele oluline. Etenduskunstide tegevusvaldkonna esindajad soovivad tähelepanu pöörata toodete kvaliteeti tõusule. Infotehnoloogiaettevõtete jaoks on oluline välisturgudele suundumine ning käibe kasv. Kunsti valdkonna respondendid märkisid prioriteetseks kõrgetasemelise klienditeeninduse saavutamise vajaduse ning soovi tõsta toodete kvaliteeti.

Küsimusele, millised teadmised-oskused või tugiteenused (nt koolitused, nõustamisteenused jms) on vajalikud Teie organisatsiooni arengupotentsiaali realiseerimiseks, märgiti piirkonnas keskmiselt enam turundusalase toe ning võrgustike arendamise ning klubilise kooskäimise vajadust. Nendele järgnesid koolitused ja finantsnõustamine. Keskmiselt enam mainisid turundusalase nõustamise vajadust Saaremaa ja Läänemaa organisatsioonid. Hiiumaa loomemajanduse organisatsioonid märkisid keskmiselt enam finantsnõustamise ning võrgustike arendamise toe vajadust.

Koolituste osas märgiti kõige enam turunduskoolituste vajalikkust, sh internetiturundus, reklaammaterjalide ja kampaaniate ettevalmistamine. Teine enimmainitud valdkond oli arvutioskuste arendamine – pilditöötlus, tabelarvutusprogrammide kasutamine jne. Lisaks sooviti täiendavaid teadmisi tootearendusest, inimeste juhtimisest ja psühholoogiast, müügi korraldamisest, raamatupidamisest, teenindusest ning täiendada võõrkeelte oskusi.

Nõustamise valdkonnas toodi esile finantseerimisvõimaluste kaardistamise vajadust (sh erinevad fondid ja toetuskeemid), turundusalast ja infotehnoloogilist nõustamist (sh kodulehe koostamine, blogimine), raamatupidamise ja maksunduse alast tuge. Lisaks märgiti tarvidust projektide koostamise nõustamise ning supervisiooni järele. Mittetulundusliku organisatsiooni poolt pandi kirja soov mõista paremini külaelanike omavahelisi suhteid. Muude tugiteenuste osas tuleks esile tuua vajadus ürituste korraldamise koolituste järele.

## Vastajate täiendavad kommentaarid

Täiendavaid kommentaare ning küsimusi ankeedi vahendusel esitas 28 ankeedi täitjat. Üks muret tekitavaim küsimus oli, kuidas loomemajandust kui valdkonda mõista, kuidas teistele selgitada selle valdkonna olulisust ning kuidas tõhustada koostööd erinevate osapoolte vahel (hetkel hinnatakse koostööd valdkonna sees ja ka teiste majandusvaldkondadega nagu näiteks turism, suhteliselt nõrgaks). Hästi toimiva võrgustiku või võrgustike loomine aitaks kaasa ühisele turundusele ning ka uute toodete arendamisele. Samas avaldati arvamust, et mitmes piirkonnas on koostöö raskendatud, seda ajaloolistest või kultuuriloolistest eripäradest tulenevalt. Enamasti nähakse samas valdkonnas tegutsevaid inimesi ja ettevõtteid konkurentide mitte koostööpartneritena, sest peamine küsimus on ellujäämine.

Vastajate arvates on oluline üldist haridustaset ja kultuurihuvi järele aidata – noori ja andekaid koolitada ja arendada, üksi seda teha ei jõua ega suuda. Mitmel korral mainiti loomemajanduse vähest konkurentsivõimet võrreldes kauemat aega turul olnud valdkondadega, nt turism. Samas nähakse loomemajanduse ühe võtmekliendina piirkonda külastavaid turiste. Valdkonna arendamisel soovitatakse eeskujuna võtta Tartu ja Viljandi näidetest, kaasata loomemajandus elamisväärse keskkonna loomisse ja tähtsustamisse, kuna see on üks vähestest võimalustest, kuidas keskustest kaugel väikest lisatasu teenida.

Üks uuringus osaleja soovis tähelepanu pöörata nõ projektimajanduse õitsenguga tekkinud olukorrale, kus projektides rahastatakse rendi-, trüki- ja reklaamifirmasid (need kulud on abikõlbulikud) ning sisutootjatele raha ei jää. Nii ei saa korraldada kvaliteetseid sündmusi.

Mitmed vastajad soovisid loomemajanduse arendusprojekti elluviijatele edu ja jõudu.