



Vana-Võrumaa kultuuripärandile toetava ettevõtlussektori valik-uuring 2013

KOKKUVÕTE

Vana Võromaa kultuuripärandile toetava ettevõtlussektori valik-uuring viidi läbi Vana Võromaa kultuuriruumis, piirkonnas, kuhu kuulub 26 omavalitsust neljast (Võru, Põlva, Valga ja Tartu) maakonnast. Uuringu eesmärgiks oli selgitada välja, (1) kuidas ja millises mahus kasutavad Vana Võromaa ettevõtted hetkel oma toodetes ja teenustes kohaliku kultuuripärandi võimalusi, (2) milline on tööhõive selles sektoris, (3) millised on olnud probleemid kohaliku omapära ressursi rakendamisel ja (4) milliseks hinnatakse potentsiaali oma tegevuse laiendamisel. Lisaks nimetatud eesmärkidele uuriti ettevõtete tegevusplaane ning arenemist/laienemist takistavaid asjaolusid, et saada sisendit loodava Uma programmi toetusmeetmete formuleerimiseks.

Uuring on jaotatud viieks alateemaks: 1) ülevaade ettevõtetest, 2) *umaperä* pruukimine ettevõtluses, 3) müük ja reklaam, 4) koostöö, 5) arenguvajadused. Uuringu meetod oli kvalitatiivne, seega ei saa aruandes väljatoodud protsentuaalseid jaotusi otseselt üle kanda kõigile Vana Võromaa selle segmendi ettevõtetele. Küll aga saab uuringust ilmnenud tulemusi ja järeldusi üldistatult laiendada Vana Võromaa kultuuripärandit kasutavale ettevõtlusele.

Ülevaade ettevõtetest

Uuringu käigus intervjueriti 20 ettevõtjat ja ühte eraisikut, kelle hulgas oli nii teenuse pakkujaid, tootjaid kui ka neid, kes tegid mõlemat. Ettevõtjatest pooled (53%) pakkusid nii teenust kui toodet ning põhitegevusvaldkondi oli 80% -l küsitletutest enam kui kaks. Kaetud oli suurem osa kogu Vana Võromaa kultuuriruumist: 11 küsitletut olid Võru maakonnast, 8 Põlva maakonnast ning 3 Valga maakonnast. Sisuliselt kõik ettevõtjad on pika kogemusega olles oma valdkonnas tegutsenud enam kui 5 aastat ja omades üldist ettevõtluskogemust ligi 10 aastat. Olulise näitajana tuli uuringust välja see, et 90%-l vastanutest läheb endi hinnangul hästi, nad on rahul sellega, mida teevad.

Palgatööjõudu kasutavad pooled ehk 52% vastanutest ning töötajaid on neil mediaanekeskmiselt 5. Ettevõtjatest 86% annab tööd endale või kasutab tööjõudu oma perest. Ettevõtte kohta on hõivatud pereliikmeid mediaanekeskmisena 1,5 inimest. Ettevõtte tegevusvaldkonnas jätkamise vastu on nooremal põlvkonnal suur huvi – 48% vastanutest hindas seda nõnda.

Kultuuripärandile toetuva ettevõtluse jaoks on need head näitajad – ettevõtjad on oma tegevustega rahul ning järgnevad põlved perekonnas jätkavad samas valdkonnas. Ettevõtjad vaatavad positiivselt tulevikku – 66% vastanutest soovib laiendada kasutades võimalusel ühe ressursina kohalikku omapära. Seega ettevõtjate potentsiaali laiendamiseks võib hinnata kõrgeks: 2/3 vastanutest soovib oma tegevust laiendada. Tööandjatena on ettevõtjad antud sektoris pigem tagasihoidlikud, ainult pooled kasutavad palgatööjõudu, kuid need, kes palgatööjõudu kasutavad, annavad tööd mediaanekeskmisena 5 inimesele ning see on antud piirkonnas arvestatav hõivenäitaja. Positiivne on samuti see, et oma peres on tööga hõivatud keskmiselt 1,5 inimest.

Umaperä pruukmine ettevõtlusen

Uuritud ettevõtetest 95% kasutavad oma tegevuses ühte või mitut kultuurilist eripära või loodusrikkust. Enam kui pooled küsitletutest kasutavad oma tegevuses paikkonna traditsioonilist käsitööoskust. Pooled küsitletutest kasutavad kohalikku loodusvara. Tavasid ja keelt kasutatakse samuti sagedasti, enamasti teiste valdkondadega koos.

66%-l vastanutest on soove ja plaane ka edaspidi tuua uusi tooteid ja teenuseid turule tuginedes siinsele eripärale ja loodusvarale. See kinnitab ülaltoodut, et antud valdkonnas tegutsevad ettevõtjad soovivad laiendada ja vaatavad positiivselt tulevikku. Lisaks tuli vestlustes esile korduvalt vajadus ühise tugevama identiteedi, ühise mainekujunduse ja tootearenduse järele, mis aitaks hoida ja tugevdada traditsioone ja oskusi.

Potentsiaali tegevuste laiendamiseks võib hinnata kõrgeks, kuni 80% vastanutest olid veendunud, et turul on nõudlust enam kui pakkumist. Ettevõtjate hinnangul on turul tegutsemiseks ruumi palju – seda nii kasvuks kui ka võimalusteks uutele tulijatele.

Kohaliku omapära ressursi rakendamisel on takistuseks võrdlemisi tavapärased ettevõtlusprobleemid, nagu tööjõupuudus, finantsvahendite nappus ning kehv infrastruktuur. Olulisemaks spetsiifiliseks probleemiks võib nimetada seadusandlusest tulenevaid piiranguid kultuurilist eripära rakendavale väiketootjale. Valdkondadest, mida nimetati, võiks esile tuua järgmised: juustutootmine, traditsioonilise alkoholi (*hansá*) tootmine, toorpiima kasutamine, villa mahedaks mittetunnustamine, metsamajandamisel kändude kasutamine, liha ostmise mittelubamine eraisikult jmt.

Paaril korral tuli vestluses esile ka vajadus pärandkultuuril põhineva ettevõtlusnõustamise järele. Nõustamine võiks laiemas plaanis keskenduda kahele alavaldkonnale – taluarhitektuur (ehitamisest mööblini) ning toidukäitlemine.

Müük ja reklaam

Antud alateemaga soovisime saada ülevaadet, kuidas kultuuriomapära kasutavad ettevõtjad müüvad ja reklaamivad oma tooteid ja teenuseid ning kuidas hinnatakse ja kasutatakse kaubamärke ja erinevaid tunnustusi.

Antud valimi põhjal tuli esile, et enamus Vana Võromaa kultuuriruumis toimetavatest ettevõtjatest kasutab peamise kanalina müüki klientidele enda juurest (47%), vähemtähtis ei ole ka müümine internetikeskkonna kaudu: 21%-l on see üks peamistest kanalitest ning aeg-ajalt tuleb sel viisil müüki ette 37%-l vastanutest. Kui vaadelda olulisimat müügikanalit ning aeg ajalt ettetulevaid müügikanaleid koos, siis internetikeskkonna kaudu müük moodustab 58% (*Facebooki* kasutab oma ettevõtte reklaamimiseks ja müügiks 43% ettevõtjatest) ja müük laataladel on 57%. Positiivne on ka see, et küll vaid 15%-i ettevõtjate jaoks on oluline katuseorganisatsiooni või koostöövõrgustiku võimaluste kasutamine müügiks, siis aeg ajalt kasutab seda ikkagi 31% ettevõtjatest. See viitab arvestatavale potentsiaalile koostööks ühiselt müümisel ning loob eelduse, et kui on olemas vastav organisatsioon ja võimalus, siis sel viisil müümist kasutaksid paljud ettevõtjad.

Kõik uuritud ettevõtted omavad oma kodulehekülge (100%). Parimaks reklaamikanaliks nimetati klientide kaudu levivat infot (95%) ning sõprade ja tuttavate teavitamist (57%). Siiski aktiivset turundust tehakse vähe või üldse mitte. Kaks sagedasemat müügikanalit (klientide kaudu leviv suust suhu info ja sõprade ja tuttavate teavitamine) viitavad Vana Võromaa kultuuripiirkonna ühele eripärale, milleks on kogukondlikkus ehk kogukonnasisene tihe suhtlemine. Enamus kasutab või sooviks kasutada mõnda riiklikku või piirkondlikku kaubamärki oma toodete müügil. 33% vastanuist ei kasuta sellist kaubamärki või tunnustust. 14 ettevõtjat kasutavad erinevaid kaubamärke. Kõige sagedamini tuli ette piirkondlike märkide kasutamist: Rohelisem Märk on viiel ettevõtjal ja *Uma Mekk* on neljal ettevõtjal. Pooled märgi kasutajatest olid veendunud selles, et märgi omamine aitab neil kaupa paremini müüa.

Koostöö

Koostöö alateema eesmärk oli ühelt poolt leida vastuseid püstitatud eesmärkidele, kuid teiselt poolt leida sisendeid valmiva Uma programmi toetusmeetmete väljatöötamise jaoks.

Võib tõdeda, et koostööd piirkonna ettevõtjate vahel tehakse aktiivselt – 62% ettevõtjatest ostab enam kui poole endale vajalikust sisse teistelt kohalikest ettevõtjatelt. Koostööpartnereid on kaks või enam.

Ettevõtete vahelist konkurentsi on vähe või see puudub üldse: ettevõtjate hinnangul nende tegutsemisvaldkonnas konkurents kas puudus (38%) või nähti konkurendis hoopis koostööpartnerit (38%). See on iseenesest tähelepanuvääriv ja viitab arvestatavale laienemisevõimalusele antud valdkonnas ja potentsiaalile tööhõive kasvuks. Võimalik, et sellise hinnangu üheks põhjuseks on ka ülalnimetatud kogukondlikkus, suurem läbikäimine ja ühtehoidmine. Koostöö laienemisele oli kõige suuremaks takistuseks ebakindlus saadava kauba/teenuse kvaliteedi osas, 41% nägi selles probleemi. Vähesel määral peeti takistuseks ka seda, et vajalikku kaupa või teenust ei olnud võimalik kohapealt osta.

Ühe pärssiva asjaoluna ilmnes infopuudus, mis oli veerandile vastajatest probleemiks, samas 35% jaoks see probleem ei olnud. See veerand, kes tunneb, et neil puudub info piirkonnas tegutsevatest ettevõtjatest, on siiski arvestatav suurus piirkonna jaoks. Toodete ja teenuste kvaliteedi tagamine on üks võimalikke kasvukohti antud sektoris, nagu ka info kättesaadavus piirkonnas tegutsevatest ettevõtjatest.

Koostöövõrgustikke kasutavatest ettevõtjatest 38% kuulub kolme või enamasse võrgustikku ning neist enamus on valmis kaasa lööma sarnastes tegevustes (k.a. uue loomises) ka edaspidi. Koostööd on ettevõtjad kõige enam nõus tegema koolituste osas (61%), oluliseks peeti ka võimalust õppida teiste riikide kogemustest (61%), ühiselt turustada (55%) ja teha ühist reklaami. 55% pidas ühise koostöö arendamisel oluliseks tuge aktiivse eestvedaja saamiseks – võrgustikke veavad käima eestvedajad.

Arenguvajadused

Antud alateema eesmärk oli välja selgitada ettevõtjate arenguvajadusi. Siin uuriti, millised on koolitusvajadused, investeerimisplaanid, milline on võimekus taotleda erinevaid toetusi ja mis valdkondade jaoks soovitakse tuge. Ettevõtjatest 62%-i pidas oluliseks töötajate koolitamist ning väljaõpet. Lisaks tavatööd puudutavale koolitusele arvas 42% vastanuist, et töötajaid võiks koolitada ka teistes valdkondades (nt arvutiõpe ja finantskoolitus). Üllatav oli erinevate toetusevõimaluste vähene kasutamine, 33% vastanutest ei olnud kasutanud ühtegi regionaal- või ettevõtjatoetust. Investeerinud on viimase 5 aasta jooksul peaaegu pooled ehk 43% ettevõtjatest ja investeringu suuruseks nimetati enam kui 25000 eurot. Enam kui 25000 eurot plaanib järgmise viie aasta jooksul investeerida 66% küsitletutest. Kuigi investeringute summad 5 aasta perspektiivis ei ole väga suured, võib seda pidada siiski piisavaks kinnituseks sellele, et ettevõtjate plaanid tuleviku suunal lähtuvad edasi tegutsemisest ning laienemismõtetest. Samas on antud ettevõtjate sektor üks neist, kus peaks tegema enam teavitustööd erinevatest toetusmeetmetest ja taotlemisvõimalustest.

Püstitatud uuringueesmärkide tulemused uuringueesmärkide kaupa

- 1.Võib tõdeda, et uuritud Vana-Võrumaa ettevõtted kasutavad olulisel määral oma tegevuses kohaliku kultuuripärandi võimalusi: 95% kasutavad oma tegevuses ühte või mitut kultuurilist eripära või loodusrikkust. Enam kui pooled küsitletutest kasutavad oma tegevuses paikkonna traditsioonilist käsitööoskust. Pooled küsitletutest kasutavad kohalikku loodusvara. Tavasid ja keelt kasutatakse samuti sagedasti, enamasti koos teiste valdkondadega.
- 2.Teise eesmärgina oli saada ülevaade tööhõivest antud sektoris. Pooled uuritud ettevõtjatest kasutavad palgalist tööjõudu ning need, kes kasutavad annavad tööd mediaankeskmisena 5-le inimesele. See on siinse piirkonna jaoks arvestatavalt suur number. Positiivne on samuti see, et 1,5 inimest (mediaankeskmiselt) on hõivatud oma perest. Töehõive kasvuks on antud valdkonnas potentsiaali, vastanute hinnangul on turul laienemiseks ja uute tulijate jaoks ruumi piisavalt, konkurentsi on vähe ning samas valdkonnas tegijad on endi hinnangul enam koostööpartnerid kui konkurendid.
- 3.Probleemid kohaliku omapära ressursi rakendamisel on paljus sarnased üldisemas mõttes ettevõtjate probleemidega. Raskusi on tööjõuga, samuti ei ole piisavalt finantsressursi investeringuteks ning infrastruktuur on kehv. Otsesemalt probleemiks kohaliku omapära ressursi rakendamisel olid seadusandlusest tulenevad piirangud ja takistused. Valdkonnad, mida nimetati, olid juustutootmine, mahepiim, mahevill, traditsioonilise alkoholi (*hansa*)tootmine jt. Kaudsemate probleemidena võib nimetada ka omapära rakendamiseks vajaliku ettevõtlusnõustamise puudumist, ennekõike taluarhitektuuri ja toidutegemise valdkondades. Probleemidena toodi välja Vana Võrumaa kultuuriruumi vähest ühist mainekujundust (võrreldes nt setodega), vähest tuge ühisturundamise ja -tootearenduse osas. Mõningal määral on probleemiks infopuudus teistest tegijatest piirkonnas.
- 4.Potentsiaali oma tegevuse laiendamisel hindasid vastanud kõrgeks. 62% vastanutest soovib oma tegevuses laieneda. 66% ettevõtjatest vastasid, et neil on soov ja tahtmine tuua turule uusi tooteid ja teenuseid. Laienemisvõimaluste reaalsust kinnitab ka see, et 80% ettevõtjate hinnangul turul nõudmine ületab pakkumist. Investeerimissoovid on ettevõtjatel samuti olemas ja need on kasvavas trendis. Kui eelmisel viiel aastal investeeris 43% ettevõtjatest enam kui 25 000 eurot, siis järgmisel viiel aastal kavatseb enam kui 25 000 eurot investeerida 66% vastanutest.

Uuringu tulemuste tõlgendamisel tuleb silmas pidada, et meetodiliselt oli tegemist valik-uuringuga, kus uurimise eesmärgist tulenevalt vaadeldi ettevõtteid, kel on selles valdkonnas tegutsemise kogemus. Vaatluse alla ei võetud äsja alustanud või vähese praktikaga ettevõtteid. Uuringu jätkuna toimub piirkonnaülene ettevõtlusplaanide ja -ideede kogumine, mille käigus täpsustuvad teemade kaupa – kohalik toit, traditsiooniline ehitus (palk, savi), lambavilla kasutus, elamusturism, käsitöö – programmiabi vajadused.