

Muuseumide ja raamatukogude küllastajate ja mitteküllastajate uuring

Käesoleva uuringu peamiseks eesmärgiks oli analüüsida kahe Eesti loomemajanduse kultuuripärandi alavaldkonna – muuseumide ja raamatukogude – küllastamise ja mitteküllastamise põhjuseid. Uuringu käigus tuli välja selgitada teenused, mida küllastajad ja/või potentsiaalsed küllastajad kasutada soovivad. Seejuures tuli kindlaks teha teenused, mida muuseumid ja raamatukogud praegu ei paku, ja tuvastada võimalikud uued sihtgrupid, kes teenuste valiku laienemisel neid kasutama hakkaksid. Uuringu tulemused aitavad leida võimalusi, kuidas teha muuseumide ja raamatukogude potentsiaalsetele küllastajatele ja uutele sihtgruppidele lihtsamini kättesaadavaks ning atraktiivsemaks, et nende asutuste teenuste kasutamisest tõuseks sotsiaal-majanduslik kasu.

Uuring on Eestis esmakordne ja unikaalne, kuna see käsitleb korraga kahe kultuuripärandi valdkonna – muuseumide ja raamatukogude – küllastajaid, mitteküllastajaid ja teenuste kasutamist koos, rakendades ühtset meetodikat. Uuring hõlmas nii Eesti elanikkonna kui ka ettevõtete küsitlemist telefoni teel: elanikkonna puhul vastab küsitlusele vastanud inimeste jaotus Eesti 15-aastaste ja vanemate elanikkonna struktuurile geograafilise, soolise, vanuselise, haridusliku ja keelelise paiknemise osas. Elanikkonna valim on 2000 vastajat, hõlmates nii muuseumide kui ka raamatukogude küllastajaid ja mitteküllastajaid. Ettevõtete puhul valiti uuringu sihtrühmaks neli tegevusvaldkonda: töötlev tööstus, haridus, tervishoid ja sotsiaahoolekanne ning kunst, meelelahutus ja vaba aeg, ning küsitleti juhuslikult välja valitud 0–49 töötajaga ettevõtteid. Ettevõtete valim on 200, hõlmates nii teenuse kasutamise või koostöökogemusega ettevõtteid kui ka ettevõtteid, kellel kokkupuude muuseumide ja raamatukogudega puudus.

Ülevaade uuringu tulemustest

Küsitluse põhitulemused muuseumide osas on:

Elanikud:

- **viimase 12 kuu muuseumiküllastajate osakaal kogu 15+ elanikkonnast on 60%.** Muuseumiküllastajate hulgas on statistiliselt oluliselt enam naisi, eesti keelt kõnelevaid, Tallinna ning Tartu piirkonna elanikke, kõrgharidusega ja kõrgema sissetulekuga inimesi, õpilasi/üliõpilasi, palgatöötajaid ja 1–2 lapsega peresid. Muuseumi küllastab keskmisest oluliselt rohkem inimesi vanuses 15–19 ja 30–44. Muuseumi mitteküllastajate hulgas on keskmisest oluliselt rohkem mehi, vene keelt kõnelevaid, Lõuna-Eesti ja Virumaa elanikke, alg-, põhi- ja keskkooliõppes inimesi, madalama sissetulekuga ja lasteta leibkondi. Samuti on mitteküllastajate seas oluliselt rohkem pensionäre vanuses 75 ja enam;

- muuseumikülastuse olulisimaks põhjuseks on inimeste soov sisustada huvitavalt oma vaba aega ning teiseks erinevad töö, õpingute või hobidega seotud põhjused. Muuseumide mittekülastamise peamiseks põhjuseks on ajapuudus, tervislikud põhjused ning keeruline ligipääs;
- Eesti muuseumid on elanikkonnas üldiselt positiivse kuvandiga: enamik eestimaalasi nõustub, et muuseumid pakuvad võimalusi saada uusi teadmisi ja kogemusi (77%) ning meeldivat vaba aja veetmise võimalust (73%). Samuti leiab enamik, et muuseumis on hea veeta aega koos pere, sõprade või kolleegidega (73%) ning et muuseumid on huvitavate näitustega (71%). Kriitilisemalt on hinnatud või üldse vastamata jäetud väiteid, mis puudutasid teavitustegevusi;
- muuseumikülastuse potentsiaali võib pidada kõrgeks: 35% eestimaalastest plaanib muuseumikülastuste arvu võrreldes praegusega suurendada; 15% elanikest ei plaani järgmise aasta jooksul üldse muuseumisse minna.

Ettevõtted:

- **viimase 12 kuu jooksul on muuseumidega kokku puutunud ettevõtete osakaal 23% uuringu sihtrühmast;** teenustena kasutatakse kõige enam muuseumi püsi- või ajutise näituse külastamist ning ruumide renti. Oluline osa on ka oma ettevõtte toote või teenuse müügil. Kuigi muuseumikülastajate osakaal ettevõtete valimis on täpsemaks sihtrühmapõhiseks analüüsiks liiga väike (49 ettevõtet), saab siiski välja tuua külastajate ja mittekülastajate peamised erinevused:
 - muuseumiteenuseid on kasutanud või koostööd teinud enam kunsti, meelelahutuse ja vaba aja valdkonnas tegutsevad ettevõtted ning peamiselt teenusepakkujad; vähem töötleva tööstuse sektoris tegutsevad ning peamiselt tooteid või kaupu pakuvad ettevõtted;
 - kuigi 49-st muuseumidega kokkupuutunud ettevõttest 25 tegutsevad Tallinnas ja Harjumaal, eristub antud teemas Tartu ja Lõuna-Eesti piirkond, kus muuseumidega kokkupuutunud ettevõtteid oli keskmisest ettevõtete jaotusest enam (kokku 19).
- põhjused, miks ettevõtted on muuseumide teenust kasutanud või koostööd teinud, langevad suures osas kokku koostöö sisuga: oma toote või teenuse pakkumine; ettevõtte töötajatele vaba aja võimaluste pakkumine, firmaüritus ning erialane täiendus, haridus- või õppetegevus. 76% küsitletud ettevõtetest ei oma viimase 12 kuu jooksul kokkupuudet Eesti muuseumidega ning peamiseks põhjuseks on see, et ettevõtte ei ole kunagi selle peale mõelnud või vajadust tundnud;
- sarnaselt elanikega hindavad ka ettevõtted Eesti muuseumide kuvandit üldiselt positiivseks. Samas ei oska märkimisväärne osakaal (vahemikus 20–47%) vastanutest muuseumide kohta käivate väiteid hinnata. Küsitlusuuringu tulemused näitavad ettevõtete vähest teadlikkust muuseumide pakutavatest võimalustest ning küllaltki kriitiliselt hinnati muuseumidepoolset senist teavitustegevust;
- 26% ettevõtetest näitas valmisolekut teha järgmise 12 kuu jooksul muuseumidega koostööd või kasutada nende teenuseid senisest rohkem ning peamiselt oli tegemist seniste teenusekasutajatega. Kuigi ettevõtete soov ja valmidus muuseumidega koostööd teha või teenuseid kasutada jääb uuringu kohaselt kesiseks, saab välja tuua, et potentsiaalseim võiks olla koostöö mõne näituse/ürituse või koolituse korraldamisel (16%) ning ka muuseumide ürituskorralduse teenuse kasutamisel (13%).

Küsitluse põhitulemused raamatukogude osas on:

Elanikud:

- **viimase 12 kuu raamatukogukülastajate osakaal 15+ elanikkonnast on 50%.** Raamatukogukülastajate hulgas on oluliselt enam naisi, eesti keelt kõnelevaid inimesi, õpilasi ja üliõpilasi, kõrgharidusega inimesi ning 1–2 lapsega leibkondi. Raamatukogu mittekülastajate hulgas

on keskmisest enam mehi, vene keelt kõnelevaid inimesi, vanuserühma 45+, keskkharidusega ning ilma lasteta leibkondi ja pensionäre;

- raamatukogukülastuse olulisimaks põhjuseks on nauding lugemisest ning lugeja vajadustele vastav raamatukogu väljaannete valik. Neljandik külastajatest nimetas erinevaid õpingute, hobide või tööga seotud põhjusi. Raamatukogude mittekülastamise kaks enim mainitud põhjust on ajapuudus ning raamatute ja muude väljaannete ostmise;
- Eesti raamatukogude tugevaim külg on vastajate jaoks sobiv ja kergesti ligipääsetav asukoht (70%), raamatute jm väljaannete valikut hindab laialdaseks ja piisavaks 62% vastanutest ning teenindust heaks/kõrgeks 61% vastanutest. Kriitiline koht on senine teavitustegevus: vaid 35% vastanutest on sellega rahul ning tervelt pooled (49%) ei oska antud küsimuses hinnangut anda;
- raamatukogu külastamise potentsiaal on muuseumidest madalam: 22% eestimaalastest plaanib raamatukogukülastuste arvu suurendada; 32% elanikest ei plaani järgmise aasta jooksul üldse raamatukokku minna.

Ettevõtted:

- **viimase 12 kuu jooksul on raamatukogudega kokku puutunud ettevõtete osakaal 16% antud uuringu sihtrühmast;** teenustena nimetati kõige enam väljaannete ja esemete kaasalaenutamist või kohapeal kasutamist. Väike osa ettevõttest on rentinud raamatukogu ruume või tehnikat ürituste/koolituste tarbeks. Sarnaselt muuseumidega on raamatukogu külastajate osakaal ettevõtete valimis täpsemaks sihtrühmapõhiseks analüüsiks liiga väike (33 ettevõtet), saab välja tuua külastajate ja mittekülastajate peamised erinevused:
 - kuigi valdkondlikult jaotuvad ettevõtted antud sihtrühmas üsnagi ühtlaselt, siis võrreldes nende valdkondade tegelike osakaaludega eristuvad ka siinkohal nn pehmed valdkonnad: raamatukogu külastajate seas on enam tervishoiu ja sotsiaalhoolekande, hariduse, kunsti, meelelahutuse ja vaba aja valdkonna esindajaid ning vähem töötleva tööstuse ettevõtteid;
 - võrreldes muuseumidega on raamatukogu külastajaskond ettevõtete seas rohkem üle-eestiliselt hajutatud, keskmisest oluliselt vähem omavad raamatukogudega kokkupuuteid Tallinna ettevõtted ning rohkem Tartumaa jm Lõuna-Eesti piirkonna esindajad;
- põhjused, miks ettevõtted on raamatukoguteenust kasutanud või koostööd teinud, langevad suures osas kokku teenuse sisuga: erialase kirjanduse, raamatute või ajakirjade laenutamine ning raamatukogu ruumide, teenuste ja võimaluste kasutamine. 82% küsitletud ettevõtetest ei oma viimase 12 kuu jooksul kokkupuudet Eesti raamatukogudega. Peamise põhjusena toodi välja, et ettevõtte ei ole kunagi selle peale mõelnud ning selle järgi pole vajadust tuntud;
- Eesti raamatukogude kuvandit võib ka ettevõtete seas pidada pigem positiivseks. Sarnaselt elanikega nõustuvad ka ettevõtted enim sellega, et Eesti raamatukogud asuvad sobivas asukohas ja on kergesti ligipääsetavad (54%). Oluline osakaal ettevõtetest (38–78%) ei osanud raamatukogu mainega seotud aspekte hinnata, jäädes vastuse võlgu. 60% vastanutest ei osanud hinnata raamatukogupoolset teenustest ja võimalustest informeerimist;
- ettevõtete soov raamatukogudega koostööd teha või teenuseid kasutada jääb uuringu kohaselt kesiseks: ettevõtetest näitas valmisolekut teha järgmise 12 kuu jooksul senisest rohkem raamatukogudega koostööd või kasutada nende teenuseid 20%, enamik nendest senised teenusekasutajad. Kõige enam ettevõtteid avaldas valmisolekut kasutada raamatukogu digitaalseid väljaandeid (29%) ning kolme erineva kataloogi asemel kasutada ühtset e-kataloogi kõigi Eesti raamatukogude väljaannete leidmiseks ja laenutamiseks (28%). Viies ettevõtetest nimetas võimaliku koostööna mõne näituse, ürituse või koolituse korraldamist.

Küsitluse tulemustel põhinev arutelu suurima potentsiaaliga sihtrühmadest ja teenustest

Elanikud

Uuringu tulemuste edasiseks analüüsiks koostati muuseumide ja raamatukogude külastajate ja mittekülastajate tüübid, lähtuvalt vastanute edasisest huvist muuseumi ja raamatukogusid külastada.

Huvitatud külastajad ja huvitatud mittekülastajad on need, kes küsimusele, kas vastaja plaanib järgmise 12 kuu jooksul külastada Eesti muuseumi/raamatukogusid senisest oluliselt rohkem, vastasid 5-pallisel skaalal 3, 4 või 5. Mittehuvitatud külastajad ja mittehuvitatud mittekülastajad on need, kes eeltoodud küsimusele vastasid 1 või 2 või jäid vastuse võlgu. Selle meetodika kasutamise ajendiks oli uurida lähemalt nii külastajate kui ka mittekülastajate praeguseid praktikaid, teadmisi ja hoiakuid muuseumide ja raamatukogude suhtes ning püüda selgitada välja, kui suur osa nii külastajatest kui ka mittekülastajatest on vaatamata senisele kogemusele valmis edaspidi muuseumi ja raamatukogusid külastama.

Analüüsi tulemusena selgus, et muuseumide puhul on kõige rohkem huvitatud külastajaid – 53%; ligi neljandik on (23%) mittehuvitatud mittekülastajaid ning 17% huvitatud mittekülastajaid. Raamatukogude puhul on samuti kõige rohkem huvitatud külastajaid – 43% –, kuid pea sama palju on mittehuvitatud mittekülastajaid – 40%. Analüüsis selgub täpsemalt, et **suurima potentsiaaliga nii muuseumide kui ka raamatukogude külastatavuse tõstmisel on huvitatud mittekülastajad (muuseumide puhul 17% ja raamatukogude puhul 9%)**, kes peamiselt ajapuuduse argumendil (raamatukogude puhul ka raamatute ostmise) ei ole seni muuseumisse ja raamatukokku jõudnud. Uuringus selgub nende tüüpide positiivne hoiak ja suhteliselt kõrge teadlikkus muuseumides ja raamatukogudes toimuvast, samuti selgub nende keskmisest suurem valmisolek nii muuseumide kui ka raamatukogude teenuseid tulevikus kasutada. Väga aktuaalsed on mõlemas valdkonnas heaolu ja tervise teemad, samuti elukestev õpe ning täienduskoolitus. Mõlemas valdkonnas joonistub vajakajäämisena välja e-teenuste kasutamine ja kasutatavus. Valdavalt ei ole inimesed külastanud raamatukogude ja muuseumide kodulehekülgi ja/või infosüsteeme, kuid valmisolekut saada osa muuseumide sisust ja muuseumikogudest digitaalsete vahendite abil ning pääseda veebist ligi raamatukogu digitaalsetele väljaannetele võib pidada suhteliselt kõrgeks.

Et uuringu fookuses oli elanike ja ka ettevõtete teenuste tarbimine, hoiakud ja arvamus muuseumidest ja raamatukogudest üldisemalt, ei võimaldanud uuring piisavalt avada külastajast või mittekülastajast lähtuvaid personaalseid motivatsiooni või barjääre tekitavaid aspekte. Siiski saab vastajate vabade vastustest ja hoiakutest teatavad tendentsid välja tuua. Olulise lisaväärtuse annavad vastajate hinnangud nn tulevikuteenuste osas: kuivõrd inimesed külastaksid muuseumi või raamatukogusid tulevikus, kui seal oleks võimalik ühte või teist teenust kasutada. Tulemused on kõnekad: muuseumide puhul kaaluks kõige populaarsemate teenuste kasutamist 60–65% vastajatest, näiteks võimalus õppida tundma erinevaid eluviise ja maailmavaateid; võimalus kogeda kaasaegset muuseumiruumi; võimalus hoida ja säilitada vastaja jaoks oluliste inimeste kultuuripärandit ning võimalus osaleda tegevustes ja sündmustel, mis aitavad parandada vastaja tervist ja heaolu. Raamatukogude puhul kaaluks kõige populaarsemaid teenuseid kasutada ligi pooled (47–50%) vastajatest: näiteks tegevused ja sündmused, mis aitavad parandada inimese tervist ja heaolu; elukestva õppe üritustel ja töötubades osalemine; koolitustel osalemine ning kogukonna või naabruskonna probleemide lahendamise aruteludel osalemine. Valdkondade arendamisel tuleks keskenduda just nendele, suurima potentsiaaliga teenustele.

Ettevõtted

Ettevõtete puhul väga väikese vastanute arvu tõttu edasist uuringu tulemuste analüüsi läbi ei viidud. Uuringust selgub üheselt, et nii muuseumide kui ka raamatukogude ja ettevõtete koostöös on palju arenguruumi. Ühelt poolt on oluline vaadata sellest aspektist lähemalt nii muuseumide kui ka raamatukogude enda võimalusi, tegevusi ja teenuseid; teisalt on oluline oma tegemisi ka oluliselt rohkem tutvustada, kuna enamik uuringu sihtrühmast ei ole koostööle mõelnud ja selle järele vajadust tundnud.

Kuigi uuring kaardistas ettevõtete koostöökogemusi, tuleks Eestis alustada sellest, et tutvustada tervikuna nii muuseumi kui ka raamatukogu rolli majandusmaastikul, luues paremat ja ühiskonnas laiemat arusaama sellest, kuidas muuseumid ja raamatukogud saavad ja osalevad majandustegevuses. Tootearendused ja tootetestimised, kaugtöö, kohalike ühisürituste läbiviimine, IT-alane koostöö, erialase info hankimine on vaid mõned näited sellest.

Laiemale kontekstile lisaks on vaja oluliselt paremat arusaama võimalikest koostöösuundadest ja potentsiaalidest, keskendudes kitsamalt spetsiifiliste ettevõtete valdkondadele, kasutades selleks mh kvalitatiivseid uurimismeetodeid. Võttes aluseks antud uuringus kaardistatud elanikkonna erinevate muuseumi ja raamatukogu külastajate ja mittekülastajate tüüpide ootusi tulevikuteenustele, saab välja tuua kaks suurima potentsiaaliga valdkonda, mis võiksid põhineda erinevate osapoolte koostööl: üritused, koolitused ja haridusprogrammid ning tervist ja heaolu parandavad tegevused ja üritused.

Vaadates ettevõtete endi ootusi, siis muuseumide osas piirduvad need valdavalt ürituskorralduse ja/või ruumide rendiga, kuid need ei tohiks seisneda vaid teistest rendipindadest erineva interjööri pakkumise või näitusekülastusega. Soovituslik on kasutada erinevaid ürituskorralduse vorme, mis põhinevad muuseumi sisul ja võimalustel. Raamatukogude puhul on raamatukogu ruumide ja võimaluste kasutamise kõrval suurima potentsiaaliga digitaalne areng, sh nii (erialaste) digitaalsete väljaannete pakkumine kui ka kolme erineva kataloogi asemel kõigi Eesti raamatukogude väljaannete leidmiseks ja laenutamiseks ühtse e-kataloogi kasutamine.

The Study of Visitors and Non-visitors of Museums and Libraries

The main objective of this current research was to analyse two Estonian creative industry's cultural heritage subareas' – museums' and libraries' – reasons for visitation and non-visitation. During the research, the task was to identify services that visitors and/or potential visitors would like to use. At that, there had to be determined those services that museums and libraries do not offer yet, and to identify new possible target groups who would use these services once the selection expands. Research results will help finding new possibilities how to make museums and libraries more easily available and more attractive for potential visitors and new target groups, so that using services of these two institutions, there will also be an increase for socio-economic benefit.

In Estonia, this research was conducted for the first time and is unique since it simultaneously examines two cultural heritage subareas – museums and libraries – visitors, non-visitors and the usage of services all together while applying integrated methodology. Research included interviewing Estonian inhabitants and companies via phone: survey respondents distribution is in accordance with Estonian population structure among 15-year-olds and older by geography, gender, age, education and language. The sample is 2000 respondents which includes visitors and non-visitors of museums and libraries. For companies, four field of activities were chosen to be the target groups: manufacturing industry, education, health care and social welfare, also art, entertainment and leisure. Companies were selected randomly among those who had 0-49 employees. The sample is 200 and it includes companies which had used the services or have had cooperation experiences with museums and/or libraries, as well as those who have had no contact with these institutions.

Overview of the survey results

The main results for museums are:

Inhabitants:

- **within the past 12 months, the share of museums' visitors among the entire population aged 15 and over, is 60%.** Among museum visitors, there are statistically significantly more women, people who speak Estonian, inhabitants of Tallinn and Tartu areas, people with higher education and higher income, students, employees and families with 1-2 children. Inhabitants aged between 15-19 and 30-44 also visit museums significantly more than average. Among non-visitors, there are statistically significantly more men, people who speak Russian, inhabitants of South-Estonia and Virumaa, people with elementary, basic and secondary vocational education, people with lower income and households with no children. Also, among non-visitors there are significantly more retired persons, aged 75 and over;
- the main reason why people are visiting museums was a desire to spend their spare time doing something interesting; other reasons were related to work, studies or hobbies. Main reasons for not visiting museums were lack of time, health limitations and difficulties with the access;
- Estonian museums have generally positive image among Estonian inhabitants: most Estonians agree that museums offer possibilities to gain new knowledges and experiences (77%) or offer pleasant

opportunities to spend your free time (73%). The majority also finds museums to be a good place to spend time with family, friends or colleagues (73%) and that museums have interesting exhibitions (71%). People have evaluated more critically or left unanswered statements about museums' communication activities;

- the potential of visiting museums can be considered high: 35% of Estonians are planning to increase the number of times they visit museums in course of next year; 15% of residents do not plan to go to museums during the next year.

Companies:

- **during the last 12 months, the share of target group's companies that have had some contact with museums is 23%**; among services, the most popular service is visiting museums' permanent or temporary exhibitions and renting rooms. An important part is also selling their own companies' products or services. Although, the share of museum visitors in the companies' sample is too small for more precise target group analysis (49 companies), we can still outline the main differences between visitors and non-visitors:
 - companies that are using museum services or have been cooperating with them the most are operating in art, entertainment and leisure business area, and are mainly service providers; there are less companies that are active in manufacturing sector and companies that offer mainly products or goods;
 - although, out of 49 companies that have had contact with museums, 25 are operating in Tallinn and Harjumaa, relatively more companies (total 19) were in Tartu and South-Estonia regions and this is more than average division of companies in these areas.
- reasons why companies have used some museums services or have been cooperating with them largely coincide with the content of the cooperation: to offer its' products or services; to offer companies' workers to spend free time, for company events and self-development, education and learning activities. 76% of interviewed companies did not have any contact with Estonian museums during the last 12 months and the main reason was that companies have never thought about it or have never felt the need for it;
- like inhabitants, companies also evaluate the image of Estonian museums generally positive. At the same time, remarkable share of respondents (in a range of 20% - 47%) were not able evaluate statements about museums. Survey results show companies' little awareness of the opportunities offered by museums. Also, the museums' current communication activity was evaluated quite critically;
- 26% of companies showed willingness to cooperate with museums or use their services during the next 12 months. These companies are mainly current service users. Although, companies' wish and willingness to cooperate with museums or use their services is rather weak in the research, it can be pointed out that the most potential forms of cooperation would be organizing some exhibition/event or training (16%) and using museums' event organizing service (13%).

The main results for libraries are:

Inhabitants:

- **within the last 12 months, the share of libraries visitors among the entire population aged 15 and over, is 50%**. Among library visitors, there are statistically significantly more women, people who speak Estonian, students, highly educated people and households with 1-2 children. Among libraries non-visitors, there are more than average men, Russian-speaking inhabitants, people aged 45 and over, people with secondary education, households with no children and retired people.

- the main reason for visiting a library is the pleasure of reading and the publications' selection that responds to the reader's needs. A quarter of visitors pointed out different reasons related to studies, hobbies or work. Two most mentioned reasons for non-visiting library were lack of time and buying books or other publications;
- Estonian libraries' strongest side according to respondents is a suitable and easily accessible location (70%), 62% of respondents evaluate the selection of books and other publications wide and sufficient, 61% thinks that the service is good/high level. Current communication activity is, however, weakness of Estonian libraries: only 35% of respondents are pleased with it and a half of all respondents (49%) unanswered the question;
- the potential of visiting a library is lower than visiting a museum: 22% of Estonians plan to increase their number of visits to the library; 32% of residents don't plan to go to the library at all during the next year.

Companies:

- **during the last 12 months, the share of target group's companies that have had some contact with libraries is 16%.** The mostly used services were lending books and other publications or using them on-the-spot. A small share of companies has rented library rooms or equipment for events and trainings. Similarly to museums, the share of libraries visitors in the companies' sample is too small for more precise target group analysis (33 companies). But we can still outline the main differences between visitors and non-visitors:
 - compared with the actual proportions companies of these fields, so-called soft areas differed: among library visitors there were more health care and social welfare, education, art, entertainment and leisure area representatives and less manufactory industry companies;
 - compared to museums, companies who had contact with libraries, are more spread across the country, companies located in Tallinn have significantly less contacts with libraries than average. Also, companies from Tartumaa and other South-Estonia have had significantly more contacts with libraries than average;
- reasons why companies have used services offered by libraries or been cooperating with them largely coincide with the content of the cooperation: lending a specialized literature, books or magazines, and using library rooms, services and opportunities. 82% of interviewed companies didn't have any contact with Estonian libraries within the last 12 months. The main reason is that the companies have never thought about it or have never felt the need for it;
- the image of Estonian libraries among companies can also be considered rather positive. Similarly to inhabitants, the companies agree that Estonian libraries are located in a suitable and easily accessible places (54%). An important share of companies (38% - 78%) didn't know how to evaluate different aspects related to library's image and left unanswered. 60% of respondents couldn't evaluate the library's communication activities about their services and opportunities;
- according to research, companies' willingness to cooperate with libraries or use their services is rather weak: 20% of companies showed up willingness to cooperate with libraries or use their services more during the next 12 months, most of them are also current library's visitors. The biggest share of companies showed a readiness to use library's digital publications (29%) and to use one integrated e-catalogue to find and lend publications from all Estonian libraries instead of three different catalogues (28%). One fifth of companies mentioned organizing some exhibition, event or training as a possible form of cooperation.

Discussion of the most potential target groups and services based on the survey results

Inhabitants

For further analysis of the survey results, the types of visitors and non-visitors of museums and libraries were formed based on the respondents' further interest to visit museums and libraries.

Interested visitors and interested non-visitors are those who gave on a 5-point scale answers 3, 4, or 5 to a question if during the next 12 months respondent plans to visit Estonian museums/libraries much more compared to present time. Not interested visitors and not interested non-visitors are those who answered the question above with options 1, 2 or didn't give any answer at all. The cause of using this methodology was to study more closely current practices, knowledges and attitudes of both visitors and non-visitors towards museums and libraries and to try to find out how big proportion of visitors and non-visitors are willing to visit museums and libraries in the future, despite past experiences.

As a result of the analysis, it turned out that the museums have the biggest percentage of interested visitors - 53%; nearly a quarter of the respondents (23%) are not interested non-visitors and 17% are interested non-visitors. In case of libraries, there are also the biggest percentage of interested visitors – 43%, but almost the same amount of people is not interested non-visitors – 40%. The analysis reveals more precisely **that to increase both museums' and libraries' visitation rates the type with the biggest potential is interested non-visitors (17% for museums and 9% for libraries)**, who hasn't yet visited museums or libraries because they are lacking time (or in case of libraries, they are purchasing books). In the research, it appears that these types have positive attitude and relatively high awareness of what's going on in museums and libraries, the results also show they have bigger willingness to use museums' and libraries' services in the future than the average. Welfare and health issues are very important matters in those fields, but also life-long learning and qualification improvement training. In museums as well as in library fields, the use and availability of e-services are the main weakness. Mainly, people have not visited libraries' and museums' websites and/or information systems but the willingness to find out more about the content of museums and museum collections via digital resources and to get an access to library's digital publications through web can be considered relatively high.

The focus of the study was on inhabitants' and companies' use of services, their attitudes and opinions on museums and libraries in general and therefore the research didn't allow adequately study visitors' and non-visitor's personal motivations and barriers visiting museums and libraries. However, there are some trends in respondents' free responses and attitudes that can be brought out. Significant added value is provided by respondents' evaluations about so-called future services: how likely would people visit museums or libraries in the future if it was possible to use different future services there. The results are very meaningful: in case of museums, most popular services gained 60-65% of respondents' favour: for example an opportunity to learn about new lifestyles and worldviews; opportunity to experience a contemporary museum space; ability to hold and preserve the cultural heritage of people who are important to the respondent and also an opportunity to participate in activities and events that help to improve respondent's health and welfare. In case of libraries, nearly half of the respondents (47% – 50%) would consider using the most popular services: for instance, activities and events that help to improve respondent's health and welfare; participation in life-long learning events and workshops, participation in trainings or debates concerning local community issues. While developing these two areas, the focus should be directed towards those services with the highest potential.

Companies

Further analysis of the survey results was not conducted due to the small number of respondents. The study shows clearly that there are much room for improvement in cooperation between museums/libraries and companies. On the one hand, it is important to study more closely museums' and libraries' own opportunities, activities and services to be offered to the companies; on the other hand, it is also important to introduce museums' and library's activities to companies more because most of the target group haven't thought about doing something together with the museums/libraries or felt the need for that.

Although the research studied companies' cooperation experiences, we suggest that in Estonia, we should start with introducing both museums' and libraries' role in the economic landscape by creating better and wider understanding of how museums and libraries are able and do participate in economic activity. Product developments and product testing, distant-working, local community events, IT collaboration and acquisition of professional information are just a few examples of doing it.

In addition to the broader context, there is a need for a much better understanding of possible cooperation areas and potential by focusing more narrowly on specific business areas. Among other methods, a qualitative research method should be considered and used. Based on expectations for future services among different museum's and library's visitors and non-visitors studied in the research, two areas with the highest potential can be outlined, which could be based on cooperation between different parties: events, training/educational programs, also activities and events to improve health and welfare.

While looking at companies' expectations, in case of museums, they are mainly limited to organizing events and/or renting rooms, but they should not consist solely of offering rent of rooms that's interior differs from others or visiting exhibitions. It is recommended to use different event organizing forms, which are based on museum's content and opportunities. In case of libraries, besides using library rooms and opportunities, digital development has also high potential. It includes offering (specialized) digital books and publications as well as using one united e-catalogue instead of three different ones to look up and lend publications from all Estonian libraries.