



norwegian financial mechanism



# LÕUNA-EESTI TURISMI ARENGUKAVA AASTANI 2020

2009

# Sisukord

Sissejuhatus.....	5
Lühendid .....	5
Arengukava põhimõisted .....	6
Kokkuvõte.....	7
1. Arengukava seotus Riikliku turismi arengukava eesmärkide ja põhimõtetega.....	9
2. Lähteandmed ja olukorra analüüs .....	10
2.1. Turismi osa üldises majanduse arengus .....	10
2.2. Turism Lõuna-Eestis.....	10
2.3. Turismitrendid.....	11
2.3.1. Turismitrendid maailmas ja Euroopas .....	11
2.3.2. Kriisi mõju eurooplaste reisiplaanidele.....	12
2.3.3. Turismitrendid Eestis .....	12
2.4. Turismiressursside kirjeldus.....	14
2.4.1. Külustusobjektid ja vaatamisväärsused.....	14
2.4.2. Turismiinfrastruktuur – ligipääs .....	14
2.4.3. Tugiteenused (majutuskohad, toitlustus, poed, muud teeninduskohad) .....	16
3. Lõuna-Eesti külastatavus.....	18
3.1. Ülevaade külastatavusest.....	18
3.2. Mobiilpositioneerimisuuringu „Sise- ja välituristid Lõuna-Eesti maakondades ajaperioodil 1. november 2007 kuni 31. oktoober 2008“ kokkuvõte.....	18
3.3. Kui palju käib regioonis turiste? .....	20
3.4. Millised on turistide peamised liikumisteed?.....	20
4. Turismikorraldus Lõuna-Eestis .....	21
4.1. Juhtimisstruktuur.....	21
4.1. Lõuna-Eesti turismiarendajate rollid .....	23
4.2. Eelmise turismiarengustrateegia tulemuste hinnang .....	25

4.3.	Turismialane koolitus ja täiendõpe.....	27
4.4.	Senine turundustegevus.....	29
4.4.1.	Senised turundustegevused ettevõtjate tasandil.....	29
4.4.2.	Senised turundustegevused maakonna tasandil.....	29
4.4.3.	Senised turundustegevused regiooni tasandil.....	30
5.	Arengukava.....	32
5.1.	Hetkeolukord (SWOT-analüüs).....	32
5.2.	Visioon.....	34
5.3.	Strateegilised põhimõtted.....	35
5.4.	Lõuna-Eesti turismi arengu eesmärk.....	36
5.5.	Lõuna-Eesti turismiregiooni turunduse üldised põhimõtted.....	39
5.6.	Turismitooted.....	40
5.6.1.	Aktiivse puhkuse toode.....	40
5.6.1.1.	Toode.....	40
5.6.1.2.	Konkurentsipositsioon.....	41
5.6.1.3.	Hetkeolukorra analüüs.....	42
5.6.1.4.	Aktiivse puhkuse toote arendamise visioon aastaks 2020.....	43
5.6.1.5.	Kliendisegmendid.....	44
5.6.1.6.	Tegevuskava aastateks 2010–2015.....	46
5.6.2.	Ajaloo- ja kultuuriturismi toode.....	51
5.6.2.1.	Toode.....	51
5.6.2.2.	Konkurentsipositsioon.....	52
5.6.2.3.	Hetkeolukorra analüüs.....	53
5.6.2.4.	Ajaloo- ja kultuuriturismi toote arendamise visioon aastaks 2020.....	54
5.6.2.5.	Kliendisegmendid.....	55
5.6.2.6.	Tegevuskava aastateks 2010–2015.....	57

5.6.3.	Loodusturismi toode.....	63
5.6.3.1.	Toode .....	63
5.6.3.2.	Konkurentsipositsioon .....	64
5.6.3.3.	Hetkeolukorra analüüs .....	65
5.6.3.4.	Loodusturismi toote arendamise visioon aastaks 2020 .....	65
5.6.3.5.	Kliendisegmendid .....	66
5.6.3.6.	Tegevuskava aastateks 2010–2015 .....	68
5.6.4.	Tervise- ja lõõgastusturismi toode .....	74
5.6.4.1.	Toode .....	74
5.6.4.2.	Konkurentsipositsioon .....	75
5.6.4.3.	Hetkeolukorra analüüs .....	75
5.6.4.4.	Tervise- ja lõõgastusturismi toote arendamise visioon aastaks 2020 .....	76
5.6.4.5.	Kliendisegmendid .....	77
5.6.4.6.	Tegevuskava aastateks 2010–2015 .....	78
5.6.5.	Äriturismi toode.....	82
5.6.5.1.	Toode .....	82
5.6.5.2.	Konkurentsipositsioon .....	84
5.6.5.3.	Hetkeolukorra analüüs .....	84
5.6.5.4.	Äriturismi toote arendamise visioon aastaks 2020 .....	85
5.6.5.5.	Kliendisegmendid .....	86
5.6.5.6.	Tegevuskava aastateks 2010–2015 .....	87
5.6.6.	Lõuna-Eesti turismiregiooni tegevuste kava.....	93
6.	Arengukava elluviimine ja tulemuslikkuse hindamine.....	95

## Sissejuhatus

Lõuna-Eesti turismiregioon koosneb kuuest maakonnast: Jõgeva, Põlva, Tartu, Valga, Võru ja Viljandi maakonnast. Lõuna-Eestis peetakse turismi arendamist üheks olulisemaks ettevõtlusvaldkonnaks. Koostöös erinevate turismiarendajate ja ettevõtjatega on järk-järgult tõstetud regiooni atraktiivsust turismipiirkonnana, mida kinnitab ka kasvav regiooni külastavate turistide arv.

Käesoleva arengukava eesmärgiks on määratleda Lõuna-Eesti turismi arengusuunad järgneviks kümneks aastaks. Arengukava on üles ehitatud tootepõhisele lähenemisele (terviklik arengukava hõlmab endas viie erineva toote arengukavasid), mida toetab ka koostatav riiklik turismiturundusplaan. Arengukava visioon ja eesmärgid ulatuvad aastani 2020, tegevused on tegevuskavas määratletud maksimaalselt 2015. aastani.

Käesolev arengukava on koostatud erinevaid seotud osapooli kaasates. Lõuna-Eesti turismi arengukava koostamiseks moodustati üks juhtgrupp ja viis tootepõhist töörühma. Juhtgrupi moodustasid Lõuna-Eesti omavalitsusliitude esindajad. Viis töörühma moodustati vastavalt juhtgrupi poolt välja valitud turismitoodetele, milleks olid aktiivse puhkuse toode, looduspuhkuse toode, kultuuri- ja ajaloopärandi toode, äriturismi toode ning tervise- ja lõõgastusturismi toode. Töörühmades osalejate nimekiri on esitatud arengukava lisades.

Lõuna-Eesti turismi arengukava koostamisprojekti juhtimisega tegeles Marika Kool (SA Lõuna-Eesti Turism) ning arengukava koostamist konsulteerisid Advisio OÜ konsultandid Ander Ojandu ja Ragne Kasesalu. Arengukava koostamise protsessi oli kaasatud kuus oma valdkonna eksperti, kelle ülesandeks oli anda töörühmadele ülevaade konkreetse valdkonna arengutest Eestis ja mujal. Ekspertidena olid protsessi kaasatud Mart Reimann (Reiman Retked OÜ, aktiivse puhkuse toode), Rein Kuresoo (Natourest OÜ, looduspuhkuse toode), Kristel Oitmaa (Continuum Grupp OÜ, kultuuri- ja ajalooturismi toode), Aire Toffer (Eesti Spa Liidu tegevjuht, tervise- ja lõõgastusturismi toode), Urmas Kõiv (SUMMIT OÜ, äriturismi toode) ning Taivo Tali (Tartu maavalitsuse arendusosakonna juhataja, strateegiline planeerimine).

Arengukava koostamise põhiliseks töömeetodiks oli seminaride pidamine. Kokku toimus 4 juhtgrupi seminari ja 11 tootepõhiste töörühmade seminari, kus osales 56 inimest. Seminaridel töötati välja Lõuna-Eesti turismi arenguvision, fikseeriti turismitooded, seati eesmärgid ning koostati tegevusplaan. Arengukavaga koos valmis ka OÜ Positium LBS uuring „Sise- ja välituristid Lõuna-Eesti maakondades ajaperioodil 1. november 2007 kuni 31. oktoober 2008“.

Kõiki arengukava koostamise käiku puudutavaid materjale säilitab SA Lõuna-Eesti Turism.

## Lühendid

EAS – Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus

EKB – Eesti Konverentsibüroo

KOV – kohalik omavalitsus

MAK – maakondlik arenduskeskus

RMK – Riigimetsa Majandamise Keskus

SA LET – Sihtasutus Lõuna-Eesti Turism

SATT – Sihtasutus Tartumaa Turism

TIK – Turismiinfokeskus

TKB – Tartu Konverentsibüroo

WiFi – traadita Interneti leviala

WTO – World Tourism Organisation (Maailma Turismiorganisatsioon)

## Arengukava põhimõisted

**Andmebaas** – andmekogum, kus andmete juures hoitakse ka andmete kirjeldust.

**Looduskeskus** – loodus- ja keskkonnasõbraliku mõtteviisi propageeriv ning turismiettevõtlust arendav keskus.

**Madalhooaeg** – turismihooaeg väljaspool suve- (ja talve)perioodi, mil piirkonna külastatavus väheneb tunduvalt.

**Sihtgrupp** – ühiste tunnuste alusel moodustatud inimgrupp. Sihtgrupid ehk kliendisegmendid on mingi tunnuse või tunnuste poolest sisemiselt homogeensed, teistest sihtrühmadest mingi tunnuse või tunnuste poolest erinevad, kommunikatsiooni seisukohalt „ligipääsetavad”, piisavalt stabiilsed ja piisavalt suured.

**Strateegia** – (pikaajaliste) eesmärkide saavutamise põhiteede ja tegevuspõhimõtete süsteemne kogum, mis on organisatsiooni/objekti arengu juhtimise aluseks.

**Turism** – mitmetesse majandussektoritesse kuuluvate komponentide kombinatsioon:

- majutus koos toitlustamisega hotellidest, motellidest ja kodumajutusest karavani- ja telkimisplatsini;
- reisitransport: lennu-, mere-, maantee- ja raudteetransport;
- vaatamisväärsused – nii looduslikud kui tehnilikud – ja nende haldajad;
- reisisuure korraldajad: reisikorraldajad ja reisibürood;
- reisisihi korraldajad: avaliku, kolmanda ja erasektori organisatsioonid ja asutused.

Turismi kui majandusharu tooteks on elamused.

Maailma Turismiorganisatsiooni (*World Tourism Organisation*) määratluse järgi loetakse turismiks inimeste reisimist väljapoole nende igapäevast elukeskkonda puhkuse, äri või muudel eesmärkidel kestusega kuni üks kalendriaasta. Määratlusele vastavaid reisijaid nimetatakse küllastajateks ning nad jagunevad ühepäevaküllastajateks ja turistideks. Turism jaguneb väljaminevaks, sissetulevaks ja siseturismiks.

**Turismi arengukava** – turismi arendustegevuse aluseks olev dokument.

**Turismitoode** – terviklik külustuselamus, mis tugineb füüsilistele, emotsionaalsetele ning elamuslikele elementidele, koosnedes väga mitmesugustest erinevatest toodetest, teenustest ja viisidest, kuidas neid küllastajale pakutakse. Turismitoode põhineb puhtal füüsilisel keskkonnal, kohaliku kultuuri ja kogukonna positiivsel esitlemisel ning pakub küllastajale midagi unikaalset – identiteeti, mis erineb konkurentidest. Turismitoote kvaliteedi kujundab klienditeekonna terviklik kvaliteet. Tarbija seisukohast on turismitooteks paljudest komponentidest koosnev ja tarbijale teatud hinna eest kättesaadav külustuselamus, mis algab reisi kavandamisest ja broneerimisest ning sisaldab majutust, toitlustust, transporti, reisisuureid, vaatamisväärsuste ja ürituste külustust, osalemist harrastustegevustes jms. Teenuse osutaja seisukohast on turismitooteks erinevatest komponentidest koosnevad reisipaketid.

**Turist** ehk ööbiv küllastaja on isik, kelle reis väljapoole oma igapäevast elukeskkonda hõlmab vähemalt üht ööbimist sihtkohas.

**Tõmbe- ja tugikeskus** – regionaalne sihtkoht, mis koondab endas piirkonna olulise turismiressursi, külastajad ja turismispetsiifilise teabe, edendab turismiteadlikkust ja vahendab infot terves regioonis. Koostöövõrgustikke võib olla väga mitmesuguseid (teema-, regiooni-, ettevõtlusvaldkonnapõhine jne) ning need ühendavad vastavaid turismiasjalisi.

**Veebileht** – kogumik omavahel seotud lehtedest (avaleht ja erinevad sisulehed), piltidest, videotest või teistest digitaalsetest väljendusvormidest, mis on majutatud ühte veebiserverisse ning millele pääseb ligi Interneti kaudu.

**Ühepäevakülastaja** – isik, kes külastab väljaspool oma igapäevast elukeskkonda asuvat paika seal ööbimata.

## Kokkuvõte

Arengukava koostamise tuumaks on jätkata regiooni arendamist ja turundamist tootepõhiselt. Selleks töötatakse välja viis regioonimast turismitoodet. Tootepõhise lähenemise kasuks otsustati seetõttu, et järjest rohkem teevad turistid külastusotsuseid huvipakkuvate toodete baasil. Senine haldusjaotusekeskne lähenemine ei too välja kõiki regiooni tugevusi. Tootepõhine turundamine võimaldab tuua regiooni rohkem turiste ning seeläbi suurendada regiooni turismitulusid.



**Joonis 1.** Lõuna-Eesti turismi arengukava tooteskeem

Lõuna-Eesti turismi arengukava koostamise eesmärgiks on parandada turismi majanduslikku aspekti (suurendada turismiteenuste pakkumisest saadavaid tulusid, luua juurde töökohti, edendada üldist regionaalset arengut) ning kujundada regiooni mainet reisisihtkohana.

Tulude suurendamise ja töökohtade juurdeloomisel on oluline tuua regiooni rohkem välituriste, pakudes neile atraktiivseid ning samas tulusaid teenuseid. Mainekujundusel toetatakse regiooni tugevuste edasiarendamisele (pärandkultuur, kaunis looduskeskkond, ehedus) ning kvaliteedi tagamisele (heakord, keeleoskus, teenindusoskus jne).

Arengukava koostamisel lähtuti sellest, et tooted ja püstitatud eesmärgid on suunisteks regiooni kõikidele turismiga tegelevatele osapooltele; tegevuskavad on suunatud eelkõige regiooni turismiarendajatele (regionaalsed turismi katusorganisatsioonid, maakondlikud turismiarendajad, piirkondlikud turismiarendajad). Käesolev arengukava toetub tegevuste elluviimisel eelkõige

tootearendusele, turundusele ja koostöö arendamisele; konkreetsed investeeringud turismiobjektidesse on täpsemalt määratletud omavalitsuste arendusplaanides.

Lõuna-Eesti turismiarenduskava toetub turismi arendamisel järgneva kümne aasta jooksul järgnevatele rõhuasetustele:

- *Tootepõhine turismiarendus (loodusturismi toode, aktiivse puhkuse toode, tervise- ja lõõgastusturismi toode, äriturismi toode, ajaloo- ja kultuuriturismi toode).* Küllastajate vajadused ja huvid on spetsiifilised. Regiooni küllastatavuse suurendamiseks ja teenuste efektiivsemaks pakkumiseks on oluline olla paindlik ning lihtsustada küllastajate valiku tegemise protsessi.

Olulisemad tootepõhised rõhuasetused tootearenduses:

- o *Aktiivse puhkuse turism:* atraktiivsed rahvusvahelised spordiüritused, viies aastaag, lumepõhised tegevused;
  - o *Kultuuri- ja ajalooturism:* atraktiivsed traditsioonilised kultuuriüritused; säilinud kultuuriobjektid, vaimse pärandkultuuri hoidmine ja arendamine (seto, võrokeste, mulgi kultuur jne), Tartu linn kui kultuurikeskus;
  - o *Loodusturism:* loodusmatkad üldhuvidega inimestele (nt rabamatkad), taime- ja loomavaatlused, pärandkooslused;
  - o *Tervise- ja lõõgastusturism:* kohaliku päritoluga niššitooted, medical spa, mahetoi, rahu ja privaatsus;
  - o *Äriturism:* Tartu linn kui keskus, omanäolised ja kvaliteetsed seminarikorraldamise kohad;
- *Lõuna-Eesti ehedus.* Lõuna-Eesti ehedus väljendub regiooni eritugevustes, milleks on hästi hoitud loodus, põlvest põlve hoitud kultuuripärand ja rahvuslikud traditsioonid, siirad, avatud ja külalislahked inimesed. Lisaks sellele on Lõuna-Eesti eheduse märgiks traditsioonilised suurüritused, viies aastaag (suurveeperiood) ning Tartu linn kui regiooni tõmbekeskus.
  - *Ligipääsetavuse jätkuv parandamine ning sellest teavitamine (Tartu lennujaam, Tallinn – Tartu – Riia rongiühendus, tulevikuperspektiivis laevaihendus Pihkvaga jne).* Küllastajatele tutvustatakse Lõuna-Eestit kui hästi ligipääsetavat reisisihtkohta.

Lisaks eelnevalt nimetatud tootearenduslikele ja turunduslikele rõhuasetustele keskendub arengukava ka turismiarenduse süsteemi täiendamisele läbi järgmiste rõhuasetuste:

- *Turismiarendajate rollide ning regionaalse turismiarendussüsteemi täpne määratlemine.* Turismiarendajate rollijaotuse täpne määratlemine võimaldab koondada ressursse ning efektiivistada turundus- ja arendustegevusi. Turismiarendussüsteemi edasise arengu määratlemine aitab koordineerida regiooni turundus- ja tootearendustegevusi ning kasutada efektiivselt selleks ettenähtud vahendeid.
- *Ühisturunduse ja koostööprojektide arendamine.* Koostöö turunduses ja tootearenduses võimaldab pakutavad teenused viia uuele kvaliteeditasandile.
- *Kvaliteetsete ja tulutoovate turismitoodete pakkumine.* Lõuna-Eesti turismiarendajad keskenduvad turismiettevõtjate koolitamisele ja abistamisele kvaliteetsete ja tulutoovate teenuste väljatöötamiseks ja pakkumiseks küllastajatele.

## **Arengukava seotus Riikliku turismi arengukava eesmärkide ja põhimõtetega**

Eesti Riikliku Turismi arengukava 2006–2013 väljatöötamise ja rakendamise peamiseks eesmärgiks on kindlustada Eesti turismisektori konkurentsivõimeline ja jätkusuutlik areng.

Peamised eesmärgid aastaks 2013:

- Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamine rahvusvahelistel sihtturgudel;
- siseturismialase teadlikkuse tõstmine ja kodumaal puhkamise edendamine;
- turismiteadlikkuse ja tootekvaliteedi edendamine;
- turismitoodete arendamine;
- turismiinfo kättesaadavuse tagamine.

Teisi eesmärke toetavad ehk horisontaalsed eesmärgid on

- koostöö tugevdamine;
- regulaarsete turismiuuringute läbiviimine ja andmete analüüs.

Eesmärkide saavutamise eeldusteks on

- peamistelt kasutamata potentsiaaliga sihtturgudel pärit turistide arvu suurenemine majutusettevõtetes;
- Soomest pärit turistide arvu languse vältimine;
- välisküllastajate kulutuste tagasihoidlik kasv (võttes arvesse seda, et ööbivate küllastajate arv ja nende kulutused kasvavad, kuid eeldatavalt praegu kõigist välisküllastajatest suure osa moodustavate Soome ühepäevaküllastajate arv väheneb);
- kasvu eelduseks on uute majutuskohtade piisav lisandumine vastamaks täiendavale nõudlusele ning teenusepakkujate kvaliteedi pidev arendamine.

Eesti Riiklikus Turismi arengukavas 2006–2013 on Lõuna-Eestit kui regiooni mainitud vaid paaril korral. Lõuna-Eestit (kuppelmaastik, järved, kultuurisündmused, rahvusparkid, talisport, setude ja vanausuliste etniline piirkond, Tartu linn, Eesti Rahva Muuseum – rahvuslik muuseum, mis ei asu pealinna regioonis) loetakse jätkuvalt Eesti peamiste turismiressursside ehk turistimagnetite hulka.

Samuti on arengukavas välja toodud võimalus turismiinfo jagamise kvaliteedi tõstmiseks. Selleks tuleks luua tõmbepiirkondadesse, sh ka Tartusse, külastuskeskused ehk multifunktsionaalsed turismiinfokeskused. Need on uue kvaliteedi ja täiustatud teenustepaketiga keskused, kus jagatakse turismiinfot kogu Eesti kohta, nii kohaliku ja välisturisti kui ka turismiettevõtja ja kohalike huvide teenindamiseks. Multifunktsionaalsete turismiinfokeskuste ülesandeks on täiendada ka turismiinfo kvaliteeti veebis.

# 1. Lähteandmed ja olukorra analüüs

## *1.1. Turismi osa üldises majanduse arengus*

Turism on viimastel aastakümnetel muutunud maailmamajanduses üha tähtsamaks, käesoleval aastatuhandel kuulub turism koos telekommunikatsiooni ja infotehnoloogiaga olulisimate majandusharude hulka. Majandusharude lõikes on turismi osakaal tööhõives nii maailmas kui ka Eestis ületanud ammu 10 protsendi piiri, mida omakorda toetavad teised teenindussektorid. Praegusel hetkel on turismi arendamisel saanud võtmeküsimuseks toimetulek majanduskriisi mõjudega: oluline on tagada Eesti kui atraktiivse turismisihtkoha jätkusuutlikkus.

**Eesti väliturismist saadud tulu (turismiteenuste eksport) oli Eesti Panga andmetel 2009. aasta I poolaastal 7,4 miljardit krooni (2008. aasta I poolaastaga võrreldes vähenes see 694 mln kr võrra ehk 9%).** Väliskülastajate kulutused Eestis moodustasid sellest 5,5 miljardit (langus 5,5% ehk 324 mln kr võrra vähem). Väliskülastajate maksed Eesti transpordifirmadele olid 2009. aasta I poolaastal 1,9 miljardit krooni (langus 17% ehk 370 mln kr võrra vähem võrreldes 2008. aasta I poolaastaga, sh maksed laevafirmadele vähenesid 10% ja maksed lennufirmadele 34%) (allikas: EAS – Eesti turism, jaanuar–september 2009). Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi prognoosi kohaselt on aastaks 2015 turismiteenuste eksport 19,8 miljardit Eesti krooni. Väliskülastajad veedavad 2015. aastal majutusasutustes 4,1 miljonit ööd (2008. aastal vastavalt 3 miljonit ööd) ja siseturistid 2,2 miljonit ööd (2008. aastal vastavalt 1,8 miljonit ööd).

Majutusettevõtete sissetulek moodustas majutusteenuste müügist 2009. aasta jaanuarist juulini 1,07 miljardit krooni (langus 20% ehk 266 mln kr võrreldes 2008. aasta sama perioodiga). Majutusettevõtete sissetulekud on kahanenud rohkem kui seal veedetud ööde arv, seda eriti II kvartalis. Jaanuarist juulini vähenesid sise- ja välituristide ööbimised kokku 12%, ettevõtete sissetulekud aga 20%, mis tuleneb ööpäeva keskmise maksumuse odavnemisest. Majutusettevõtete tubade täitumus on alates 2009. aasta veebruarist märkimisväärselt vähenenud. Täitumus vähenes ka juba eelnevatel aastatel, sest uute majutuskohtade lisandumine oli kiirem kui ööbimiste arvu kasv (allikas: EAS – Eesti turism, jaanuar–juuli 2009).

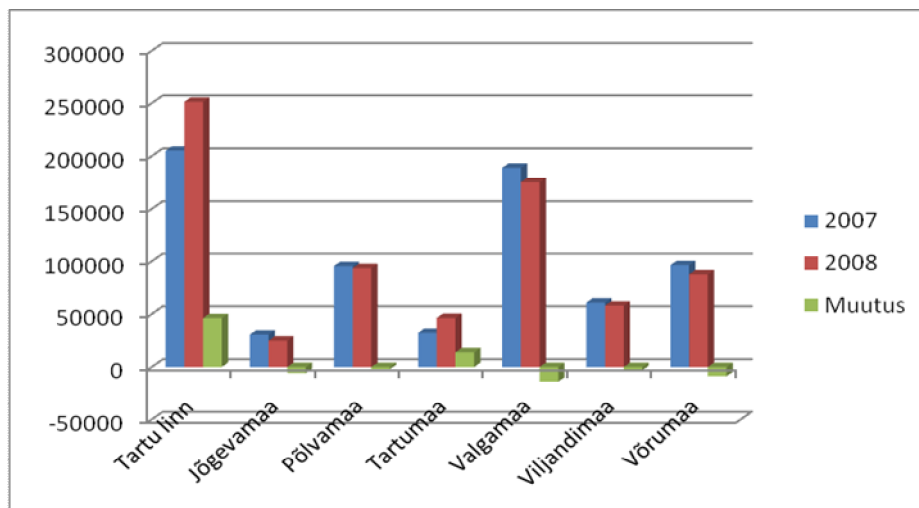
Maaailma üldisi turismitrende jälgides selgub, et 2009. aasta jaanuarist aprillini vähenes ööbimist sisaldavate välisreiside arv maailmas tervikuna 8,4%. Euroopas on langus olnud mõnevõrra suurem, olles 10,4%. Eesti seisukohalt on olulisim Ida-Euroopa langusnäitaja, milleks on 13%. Maailmamajanduse langus tervikuna on Eesti turismi 2008. aasta II poolel vähem mõjutanud kui muud Euroopat, kuid 2009. aasta I poolel on hakanud oluliselt langema ka sissetuleva turismi hulk. Osaliselt on Eesti sissetulevat turismi kahandanud transpordiühenduste kärpimine: vähendatud on mitmete lennuliiklusliinide ühendussagedust ning samuti on osa liine hoopis ära kaotatud (enam on pidurdunud ühendused Saksamaa, Poola, Norra ja Suurbritanniaga).

## *1.2. Turism Lõuna-Eestis*

2008. aastal sooritati Lõuna-Eesti kuues maakonnas ööbimisi kokku 737 907 korral, mis on 3,7% võrra rohkem kui 2007. aastal. Ööbimist sisaldava külastatavuse kasv on tulnud eelkõige Tartu linna ja Tartumaa arvelt, samas kui teistes maakondades on ööbimisreiside arv tervikuna vähenenud.

Välituristid moodustasid kõikidest ööbivatest turistidest ligikaudu 30%. Võrreldes 2007. aastaga on välituristide arv kasvanud Tartu linnas (29,3%), Tartumaal (86,1%), Valgamaal (4,1%) ning Võrumaal (2,5%). Kõige rohkem vähenes välituristide ööbimine Põlvamaal.

Siseturistide ööbimisreiside arv kasvas ainult Tartu linnas ja Tartu maakonnas. Suurim langus on toimunud Jõgevamaal (-19,5%).



**Joonis 1.** Ööbimiste arv Lõuna-Eestis aastatel 2007 ja 2008.

Lõuna-Eestis on külastatavus perioodil 2002–2008 stabiilselt kasvanud, kuigi viimastel aastatel on kasv aeglustunud. Regiooni külastatavuse keskmine kasv perioodil 2002–2008 oli 17% (Eestis tervikuna 16%) (allikas: Statistikaamet). Ka ööbimiste kasv on võrreldes teiste regioonidega 2007–2008 aasta võrdluses kasvanud. Kõikidest siseturistide ööbimistest on 32% leidnud aset Lõuna-Eestis (2008. a). Siseturistide arv on küll aastatega kahanenud, kuid siiski vähem kui mujal Eestis. Kui mujal välituristide arv praktiliselt muutunud ei ole, siis Lõuna-Eesti peamiseks saavutuseks ongi just välituristide turuosa kasv.

Regiooni sees on majutusteenuste pakkumise poolest olnud alati esirinnas Tartu linn. Tartu linna ööbimised tegid küll 2005. aastal järsu languse, kuid 2007. aastal on majutuse näitajad jälle paranenud. Tartu linnale järgneb majutusstatistika poolest Valgamaa, kuigi Valgamaal on majutuse näitajad olnud alates 2004. aastast langevad. Valgamaale järgnevad Põlvamaa, Võrumaa, Viljandimaa, Tartumaa ja lõpuks Jõgevamaa. Perioodil 2002–2008 on majutusnäitajad paranenud Tartumaal ning Võrumaal (allikas: Statistikaamet).

### **1.3. Turismitrendid**

#### **1.3.1. Turismitrendid maailmas ja Euroopas**

Prognoside kohaselt kahanevad 2009. aastaga Euroopa sihtkohtade külastused kuni 3,8% (tingitud eelkõige majanduslangusest, mis on tabanud suurt osa Euroopa riikide sihtturgudest), millest taastumine on väga tagasihoidlik – aastaks 2010 on kasv vaid 1,7%.

Lähtudes viimase kümnendi reisieelistustest ja reisikäitumisest, toob WTO välja mitmeid trende, mis tõenäoliselt iseloomustavad reisikäitumist maailmas ka käesoleva kriisi ajal:

- tarbijad vähendavad reiside arvu asemel pigem reiside kestust ja reisikulutusi;
- kaugsihtkohtade asemel eelistatakse pigem lähemaid sihtkohti (k.a sisereise);
- sihtkoha valikul lähtutakse eelnevate aastatega võrreldes veelgi rohkem hinnast ja hinnakvaliteedi suhtest, samuti saavad eelise sihtkohad, mille valuuta on odavnenud;
- kasvab reisijate arv, kes broneerivad viimasel hetkel – seda nii tulenevalt ebakindlusest majanduslanguse mõjude osas kui ka lootusest soodsatele viimase hetke pakkumistele;
- muude segmentidega võrreldes mõjutab majanduslangus vähem individuaalreisijaid, erihuvidega reisijaid ning sugulaste-tuttavate külastusi.

Kuna inimeste reisimissoov pole vähenenud, vaid seda piirab sissetulekute vähenemine või hirm majandustingimuste halvenemise ees, prognoosib WTO, et nõudlus hakkab kiiresti kasvama niipea kui hakkab paranema majanduse olukord. Samas on prognoosimine praeguse kriisi ajal oluliselt keerulisem, sest turisminõudlus on praegu suurem ja mõnevõrra erinev sellest, mis see oli varasemate kriiside ajal. Erinevus tuleneb odavlendudest, globaliseerumisest, arenevates riikides toimuvast jõukuse kasvust ning arenenud riikide elanike seas järjest tavapärasemaks muutunud eelistusest teha mitu puhkuse-reisi aastas (allikas: EAS – Eesti ja maailma turism 2008).

### **1.3.2. Kriisi mõju eurooplaste reisiplaanidele**

- Keskmisest suurem oli kriisist mõjutatud reisijate osatähtsus Suurbritannias, keskmisest väiksem Saksamaal ja Põhjamaades.
- Samas on üsna vähe neid, kes plaanivad välisreisi(d) ära jätta ja/või need sisereisidega asendada, pigem plaanitakse välisreise teha odavamalt.
- Sõltumata riigist mõjutab kriis negatiivselt eelkõige madalama sissetuleku ja madalama haridusega inimeste välisreise. Suhteliselt palju mõjutab kriis ka 15–34-aastaste inimeste, samuti lastega perede välisreise.
- Kõige vähem mõjutab kriis üle 55-aastaste inimeste välisreise, samuti kõrgema hariduse ja sissetulekuga inimeste välisreise.
- 2009. aasta majandusprognooside põhjal võib eeldada välisreiside arvu vähenemist Euroopas. Siseturism ning ka odavlendudega tehtavad välisreisid jäävad tõenäoliselt 2008. aasta tasemele või isegi kasvavad veidi.
- Jätkuvalt kasvab reisiteenuste broneerimine Internetis.
- Domineerib aktiivne odavate hindade ja viimase hetke pakkumiste otsimine.
- Kõige suuremat langust on oodata kaugreiside (mandritevaheliste reiside) arvus, samuti äri- ja konverentsiturismis (allikas: EAS – Eesti ja maailma turism 2008).

### **1.3.3. Turismitrendid Eestis**

Üldiselt võib öelda, et maailma ja Euroopa turismitrendid kehtivad ka Eesti turistide kohta.

2009. aasta I kvartali andmete järgi mõjutas kriisiolukord Eesti turismi 2008. aastal muu Euroopaga võrreldes tagasihoidlikumalt (küll aga mõjutas see tunduvalt rohkem siseturismi). Eesti 2008. aasta turismitrendid olid järgmised:

- Reisimisaktiivsuse vähenemine – majanduskriisi mõju, lendude arvu vähendamine ja mitmete lennuliinide sulgemine talvehooajal (näiteks ühendused Saksamaa, Suurbritannia, Poola, Norraga – mille turistide arv tunduvalt langes).
- Väliturism on kokkuvõttes vähenenud 10–12%.
- Ühepäevakülastajate arvu suurenemine (suurem osa ühepäeva väliskülastajaid saabub Eestisse laevaga, sellele viitavad Tallinna Sadama positiivsed andmed).
- Keskmine majutusettevõtetes viibimise kestus oli 2008. aastaga võrreldes veidi lühem (näiteks Soome, Venemaa, Läti ja Rootsi turistide puhul). Välituristide ööbimised puhkusereisidel vähenesid 9%, tööreisidel 14% ja muudel reisidel (sh ravireisidel) 9%.
- I kvartali kokkuvõttes oli Venemaa peamistest päritoluriikidest ainuke kasvav turg (majutatute arv kasvas 18% ja veedetud ööde arv 16%).
- Pärast märkimisväärset kasvu 2005.–2007. aastal (tulenevalt majanduskasvust) kasvas siseturism 2008. aasta esimesel viiel kuul tagasihoidlikult, juunist alates aga hakkas vähenema.
- 2008. aasta II kvartalist alates hakkasid mõju avaldama teated halvenenud majandusolukorrast, mis eelkõige mõjutasid tööreise. Eesti elanike ööbimised tööreisidel vähenesid 26%, puhkusereisidel 9%. Arvuliselt suurim langus oli Tallinnas, kuid siseturism vähenes tunduvalt ka Tartus, Pärnus, Harju ja Saare maakonnas jm. Vaid kolmes maakonnas – Lääne-Virumaal, Põlvamaal ja Hiiumaal siseturistide ööbimised kasvasid (allikas: EAS – Eesti ja maailma turism 2008).

### *Järeldused*

Lõuna-Eesti kui reisisihi tutvustamisel peab lähtuma hetkel valitsevatest trendidest, kuid samas tuleb turismi planeerimisel suunata pilgud ka tulevikku.

Hetkeolukorrast lähtudes on oluline suunata oma tähelepanu naaberriikidele. Kuna trendide kohaselt eelistatakse kaugsihtkohtadele lähemaid reisisihte, siis on Eesti naaberriigid suurima külastatavusega sihtriigid ka tulevikus.

Teenuste pakkumisel peavad ettevõtjad olema paindlikud, sest järjest rohkem tehakse reisiotsuseid viimasel hetkel. Teenusepakkujad peavad olema valmis koostööks teiste ettevõtjatega, pakkumaks kliendile võimalikult meelepärast külastuspaketti.

Turismitrendid näitavad, et kõrgema hariduse ja sissetulekuga inimeste reisimisharjumused muutuvad vähe. Seega tuleb Lõuna-Eestis pakkuda ka teadmispõhiseid ja kallimaid teenuspakette. See tagab regioonis turismitulude jätkumise. Samuti ei näita olulisi muutusi üle 55-aastaste reisimisharjumused – oluline on pakkuda ka vanemaealistele atraktiivseid ning sihtgrupi huve arvestavaid teenuspakette.

Järjest rohkem reise planeeritakse Interneti kaudu, seega on üheks kaalukaimaks turunduskanaliks Internet: konkreetsetele sihtgruppidele mõeldud turundustegevust tuleb suunata läbi Interneti; reisi planeerivatele inimestele tuleb võimaldada veebipäringute ja -registreeringute sooritamist.

## ***1.4. Turismiressursside kirjeldus***

### **1.4.1. Külustusobjektid ja vaatamisväärsused**

Lõuna-Eestit tuntakse eelkõige tema kauni looduse poolest – sellele regioonile on iseloomulikud kuppelmaastikud ja järved. Lõuna-Eestis asub Baltikumi kõrgeim tipp Suur Munamägi ning ka Eesti sügavaim järv Rõuge Suurjärv. Siin asuvad kaks rahvusparki (Karula ja Soomaa), mitmed looduspargid (nendest tuntumad ja suuremad on Haanja ja Otepää) ning mitmed looduskaitsealad (näiteks Emajõe Suursoo, Alam-Pedja jt).

Arhitektuurilisest seisukohast väärivad esile tõstmist Lõuna-Eesti kirikud, mõisad (nt Taagepera loss Valgamaal, Mooste mõis Põlvamaal, Raadi mõis Tartus jne) ning muistsed linnused (Viljandi lossivaremed, Tartu toomkiriku varemed Toomemäel, Rõngu Lossimäe varemed jt). Paljud neist vajaksid vahendeid restaureerimis- ja renoveerimistöde tegemiseks.

Oluliseks turismiressurssiks võib lugeda ka Lõuna-Eestis leiduvat etnilist ja kultuurilist omapära. Etnilise ja kultuurilise omapära parimateks näideteks on Peipsi vanausulised, setud ning ka mulgikultuur. Nii Peipsi vanausulised kui ka setud on suutnud läbi aegade säilitada oma traditsioonid, pühad ja kombed. Setud on säilitanud ka oma keele.

Lõuna-Eestis paikneb ka Eesti teadus- ja kultuurikeskus – Tartu linn. Tartu Ülikool, mis alustas tegevust 1632. aastal, on vanimaid Põhja-Euroopas. Tartu on väga muuseumiderohke linn: võimalik on külastada näiteks Eesti Rahva Muuseumi, Eesti Spordimuuseumi, Eesti Postimuuseumi, ainulaadne Mänguasjamuuseum koos valmiva teatrimajaga ning paljusid teisi muuseume. Eesti Rahva Muuseum on rahvuslik muuseum, mis erinevalt paljudest teistest rahvuslikest muuseumidest ei asu pealinna regioonis. Tartu linnale ja kogu Lõuna-Eesti regioonile annab palju juurde ka Eesti Rahva Muuseumi uue hoone rajamine Raadile. Lisaks muuseumidele on linna vaatamisväärsusteks kõik kirikud, Inglise ja Kuradi sild, Tartu raekoda ja raekojaplats, Toomkiriku varemed koos Tartu ülikooli ajaloo muuseumiga jpm. 2011.aastal avatakse Tartus ka AHHA keskus, millest kujuneb terve Eesti kontekstis atraktiivne külustusobjekt. Tartu linn pakub väga suurt vaba aja veetmise valikut: endale sobiva leiavad nii loodussõbrad, ajaloo- ja kultuurihuvilised kui ka aktiivse puhkuse veetjad.

Suvel toimub Lõuna-Eesti maakondades rohkelt kõikvõimalikke kultuuriüritusi, laatasid, vabaõhuüritusi, kontserte ja festivale. Mitmed folkloorifestivalid (Viljandi pärimusmuusika festival, Võru folkloorifestival) ning spordivõistlused (Tartu maratoni neliküritus, MM krikaetapid murdmaasuusatamises jne) on muutunud järjepidevateks ja traditsioonilisteks üritusteks. Oluline osa ürituste korraldamisel on Tartu linnal, millest mitmetel on rahvusvaheliselt ja/või regionaalselt oluline tähtsus (näiteks Hansapäevad, kirjandusfestival “PrimaVista”, filmifestival TartuFF, teatristival “Draama”, tudengipäevad jpt).

### **1.4.2. Turismiinfrastruktuur – ligipääs**

Turismiinfrastruktuur peab koos üldise elukeskkonna infrastruktuuriga moodustama terviku. Turistile peab olema tagatud juurdepääs sihtkohta, võimalused sihtkohas liikumiseks ning füüsilised eeldused sihtkohas toimetulekuks (elekter, kanalisatsioon, side jms). Enamasti puudub kohalikul tasandil ressursid infrastruktuuri investeerimiseks, mistõttu riigil on selles küsimuses kaalukaim roll.

Turismiinfrastruktuuri arendamine tähendab mugava ja kliendikeskse teenindusvõrgu väljaarendamist turistide jaoks huvipakkumatel liikumissuundadel. Turistil on võimalik saada infot regioonis pakutavate turismitoodete ja teenuste kohta: liikumine ühest punktist teise, vajadusel erinevate transpordivahenditega, on korraldatud sujuvalt ja kiirelt, organiseeritud on toitlustus- ja majutusteenuse pakkumine jne.

Turismiinfrastruktuuri üheks lahutamatuks osaks on transpordiühendused – maanteed, raudteed, õhu- ja veeteed. Üle-eestiliselt on maanteede peamiseks puuduseks ebapiisav kapitaalsus ja kaasaegsete kiirteede puudumine ning jätkuvalt on probleemiks avalike tualettide ja puhkamiskohtade vähesus maanteede ääres. Viimasel aastakümnel on maanteede areng jäänud liikluse kasvust maha. Eesti üheks prioriteetseks arendatavaks suunaks on põhimaanteede rekonstrueerimine (Tallinn-Tartu, Tallinn-Narva, Tallinn-Pärnu-Ikla). Lõuna-Eesti jaoks on tähtis just Tallinn-Tartu maantee väljaehitamine ning moderniseerimine, sest enamuse turistide saabub Eestisse läbi Tallinna ning hea ühendustee erinevate regioonide vahel loob võimalused regionaalse külastatavuse suurenemiseks. Suureks plussiks on ka korrastatud Tartu-Luhamaa trass. See tagab Tartusse saabunud turistidele kerge juurdepääsu teistesse Lõuna-Eesti maakondadesse.

Schengeni koostööst tulenevalt on alates 2007. aasta detsembrikuust (Eesti jaoks avati maismaa- ja merepiirid 21. detsembril 2007 ning õhupiirid 29. märtsist 2008) võimalik reisida paljudesse Euroopa riikidesse passi näitamata. Passikontroll kehtib ainult reisijatele, kes saavad mitte-Schengeni riikidest. See tähendab, et paljude Schengeni koostöölepe sõlminud liikmesriikide elanike reisimisvõimalused on oluliselt lihtsustunud. Negatiivseks pooleks on praegu piiriületuse keerulisus Venemaaga. Piiriületuse järjekorrad on pikad, mistõttu Eestisse sisenemiseks kasutatakse rohkem teisi võimalusi.

Eesti riiki läbivatest rahvusvahelistest teedest on Lõuna-Eesti jaoks oluline **Via Hanseatica** (Peterburi-Narva-Jõhvi-Mustvee-Tartu-Valga-Riia-Kaliningrad-Gdańsk-Berliin-Hamburg) turismitee. Via Hanseatica arendusplaanid on täpsemalt kirjeldatud Via Hanseatica arengustrateegias.

Olulist rolli Lõuna-Eesti regiooni avatuse seisukohalt mängib lennuühenduse, rongi- ja laevaliikluse arendamine. Suureks edusammuks võib lugeda Tartu Ülenurme lennujaama otseühenduse loomist Riia ja Stockholmiga. See võimaldab parandada Tartu kui haridus- ja innovatsioonikeskuse edasist arengut. Samuti muudab otseühendus erinevate linnadega nii Tartu linna kui ka teised Lõuna-Eesti maakonnad oluliselt avatumaks ning turistidele kättesaadavamaks.

Oluliseks transpordiliigiks Lõuna-Eestis on raudtee. Regiooni läbib osa Rail Baltica liinist (Tallinn-Tapa-Jõgeva-Tartu-Valga-Riia) ning olemas on raudteeühendused Valga-Võru-Piusa ning Tartu-Põlva-Orava liinil. Riia-Valga vahel toimub reisirongiliiklus kolm korda päevas. 2010. aastal taaskäivitub reisirongiliiklus Valga-Tartu-Tallinna suunal täies ulatuses. Tulevikuperspektiivis plaanitakse Riia-Tallinna reisirongiliiklust ekspressliinina. Praegu sõidab Riia ja Tallinna linna vahel iga päev 11 reisibussiliini (6 liini suunal Tallinn-Riia ja 5 liini suunal Riia-Tallinn) ning Riia ja Tartu linnade vahel 12 reisibussiliini (7 liini suunal Tartu-Riia ja 5 liini suunal Riia-Tartu). Kasutusel on ka reisibussiliin Riia-Tartu-Narva-Peterburi (1 reis päevas). Tulevikuperspektiivis on plaanis luua rongiühendus ka Tartu-Moskva vahel.

Raudtee põhiprobleemiks on raudteemagistraalide ja -piirijaamade läbilaskevõime piiratus ning raudtee infrastruktuuri ja veeremi tehnoloogiline mahajäämus. Antud probleemi lahendamiseks

tegeleb aktiivselt Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. 2014. aastaks planeeritakse uusi rongikoosseise ning lähema paari aasta jooksul on plaanis korrastada suur osa ooteplatvormidest. Tuleviku prioriteediks võiks saada Lõuna-Eesti veeteede laiaulatuslikum kasutus turismi eesmärgil. Veetranspordis on juba hakatud senisest suuremat tähelepanu pöörama Emajõe ja Peipsi järve liikumiskoridoride ning sadamate väljaarendamisele ning taastamisele, samuti nende kasutamisele turismiatraktsioonina. Näiteks on Emajõel võimalik teha huvisõite mootorlaeval Pegasus, käia purjetamas või purjetada Võrtsjärvel traditsioonilise traalerpurjekaga „Kalega“.. Üheks turismiatraktsiooniks võib lugeda ka lodjasõitu nii Emajõel kui ka Peipsi järvel. Lisaks lodjasõitudele on omaette vaatamisväärsuseks ka Lodjakoda ise, mille vahetusse lähedusse on plaanis rajada mitmefunktsiooniline laevaehitus- ja kultuurikeskus.

Oluliseks turismiinfrastruktuuri osaks on ka matkarajad (nii vee kui ka maismaa matkarajad). Jõgedest on laiaulatuslikult kasutuses Ahja, Võhandu, Mustjõgi, Piusa, Väike-Emajõgi jt. Matkaradasid on rajatud piirkonna soodele ja rabadele (Meenikunno, Määrastu jt ning RMK matkarajad koos vaatetornide ja puhkekohtadega).

Turismiinfrastruktuuri tehtavad investeeringud ja tulevikuplaanid on leitavad nii riiklikes kui ka omavalitsuste arengudokumentides. Käesolev turismi arengukava viitab turismiinfrastruktuuri puudujääkidele, kuid ei määratle täpsemaid investeeringutegevusi. Lõuna-Eesti turismiarendajate rolliks turismiinfrastruktuuri parandamisel on külastajate tagasiside edastamine avaliku sektori esindajatele (riik, KOV-d) ning võimalusel abistamine koostööprojektides.

### 1.4.3. Tugiteenused (majutuskohad, toitlustus, poed, muud teeninduskohad)

Lõuna-Eesti piirkonna turistide majutusteenus on üles ehitatud piirkonnale omastele traditsioonilistele majutusmeetoditele: ülekaalus on puhkemajad (sh kämping-tüüpi), kodumajutuse pakkujad ning külalistemajad; väiksem osakaal on hotellidel, motellidel ja hostelitel. Ülevaate Lõuna-Eesti majutusettevõtete jaotumisest annab järgnev tabel:

**Tabel 1.** Majutusettevõtete arv Lõuna-Eestis 2009. aasta seisuga (allikas: [www.visitestonia.com](http://www.visitestonia.com)).

<b>Turismiettevõtte liik</b>	<b>Ettevõtete arv 2009. aasta seisuga</b>
Hostelid	28
Hotellid	35
Kodumajutus	61
Külaliskorterid	26
Külalistemajad	53
Motellid	5
Puhkekülad ja –laagrid	35
Puhkemajad	64
Muu (talud)	2

Statistikaameti andmetel on majutuskohade arv Lõuna-Eestis kasvanud ligikaudu 2,5 korda (120 majutusettevõtet aastal 2002, 303 ettevõtet aastal 2009). Keskmiselt on aastas juurde

tekkinud 26 uut majutusasutust. Rohkem kui kaks korda on kasvanud sama perioodi vältel ka voodikohtade arv (4353 voodikohalt 9880 voodikohani).

Turistide teenindusmugavuse ja külastusaja pikendamise seisukohast on oluline Interneti-ühenduse kättesaadavus reisil olles. Eestis on 45 000 km<sup>2</sup> kohta kokku 1162 WiFi-leviala, millest 35% (411) paiknevad Lõuna-Eestis: Jõgevamaal 30, Põlvamaal 159, Tartumaal 96, Valgamaal 51, Viljandimaal 46 ja Võrumaal 29 leviala piirkonda. WiFi-leviala suurust arvestades võib Eestit lugeda suhteliselt eesrindlikuks ning reisi ärajätmine Interneti-ühenduse puudumise tõttu on vähetõenäoline.

Muude tugiteenuste osas võib Lõuna-Eesti regiooni pidada rahuldavaks, kuna igas maakonnas leidub piisaval hulgal tanklaid ja autoteenindusjaamu (asustustihedust arvestades on võrk suhteliselt optimaalne) ning sularahaautomaate, mis on turistide seisukohast äärmiselt olulised. Lisaks asuvad kõigis maakonnakeskustes suuremate pankade esindused. Ostuturismi seisukohast olulisemad Lõuna-Eesti regiooni kaubanduskeskused asuvad peamiselt Tartu linnas. Toidu- ja esmatarbekaupade hankimiseks leidub piisavalt võimalusi (nii sise- kui välituristile) kõigis maakondades.

## 2. Lõuna-Eesti külastatavus

### 2.1. Ülevaade külastatavusest

Lõuna-Eesti sihtturgudeks on lähiriigid, kust Eestisse on hea ja taskukohane transpordiühendus, kust korduvkülastuste osatähtsus on suur ja kus Eesti turismitoode tervikuna on paremini tuntud. Nendeks riikideks on Soome, Läti, Venemaa (Peterburi piirkond), Skandinaaviamaad (eelkõige Rootsi) ning Saksamaa. Lõuna-Eesti nn kontseptuaalse sihtgrupi moodustavad Eesti korduvkülastajad (huviks arhitektuuriväärtused, loodus ja kultuur) ja erihuvidega turistid (huviks äri, tervis, aktiivne puhkus, üritused), kelle isiklikud kogemused mõjutavad positiivselt uusi potentsiaalseid tulijaid.

Statistikaameti andmetel külastavad välislastest Lõuna-Eestit rohkem soomlased. Soomele järgnevad Läti ja Venemaa. Nimetatud kolm riiki on ka Lõuna-Eesti põhilised sihtturud.

Lähiriikidest tuleb Lõuna-Eestisse palju üksikuturiste (autoga reisivad pered ja sõpruskonnad, nädalalõpu reisijad) ning ärituriste (seoses koolituste, seminaride ja suvepäevadega). Grupituristidena reisivad eelkõige vanemaealised spaaturistid või organiseeritud grupireisijad.

Läti külastajad käivad Lõuna-Eestis kalastamas, üritustel osalemas (nt Lõuna-Eesti ralli) või ostlemas, Vene turistid on suures osas spaade külastajad. Lõuna-Eestit külastavad Soome turistid on Tallinna ja Põhja-Eestiga juba tutvunud ning soovivad lühipuhkuseks avastada uusi sihtkohti.

Lõuna-Eesti siseturist ei erine oma olemuselt kogu Eestit külastavast siseturistist. EAS Turismiarenduskeskuse siseturistide uuringu andmetel reisivad rohkem eesti rahvusest, nooremajaloolised, kõrgema hariduse ja kõrgema sissetulekuga inimesed. Vanusegruppide lõikes on aktiivseimad 20–29-aastased elanikud. Antud vanusegrupi esindajad on kas noored pered või sõpruskonnad. Aktiivselt teostavad reise ka noored vanuses 15–19 eluaastat. Noored reisivad kas koos kooli- ja huvigruppidega või koos peredega.

Pikemaid reise tehakse ka spaa või sanatooriumide külastusel. Lühimaid mitmepäevaseid reise võetakse ette suvelavastuste külastamise, ajaloo või kultuuriga seotud vaatamisväärsustega tutvumise või muude meelelahutusürituste külastamise eesmärgil. Peatutakse eelkõige 1–2 ööd.

### 2.2. Mobiilpositioneerimisuuringu „Sise- ja välituristid Lõuna-Eesti maakondades ajaperioodil 1. november 2007 kuni 31. oktoober 2008“ kokkuvõte

Käesolevas peatükis leiab kajastamist OÜ Positium LBS poolt teostatud Lõuna-Eesti turismi uuringu tulemused ajavahemikus 01.11.2007–31.10.2008.

Käsitletav uuring põhineb passiivse mobiilpositioneerimise meetodil. Mobiilpositioneerimiseks nimetatakse mobiilsideseadme asukoha määramist mobiilsidevõrgu kaudu. Uuringus kasutatav andmebaas sisaldab Eesti suurima turuosaga operaatori EMT võrgus rändlusteenuse (*roaming*) ja tavaliste (Eesti) klientide sooritatud kõnetoimingute kellaega, asukohta mobiilimasti leviala täpsusega ja telefonide registreerimise riiki, mida uuringus nimetatakse väliskülastajate puhul üldistatult turisti „rahvuseks” või „päritolumaaks”.

Lõuna-Eestit läbivad mitmed suured magistraalid, mis tähendab, et väga suure siseturistide osa moodustavad transiitliiklejad, kes maakonnas ei pruugi peatuda või teevad seda väga lühikest aega.

Praeguseks välja töötatud metoodika järgi ei ole võimalik edukalt transiitkülastajad kogu siseturistide arvust eristada, mistõttu tuleb käesolevas töös nende kaaluka osaga arvestada.

Järgnevalt on välja toodud Lõuna-Eesti maakondade sise- ja väliturismi omapärad:

- **Jõgevamaa** erineb teistest Lõuna-Eesti maakondadest suurema transiit turistide arvu poolest. Enamikes maakondades moodustasid maakonna külastajatest suurima osa need turistid, kellele see maakond oli Lõuna-Eestis ainukeseks sihtkohaks. Jõgevamaa puhul aga ületas ainult selles maakonnas käijate osakaalu nende välituristide hulk, kes lisaks Jõgevamaale olid käinud ka Tartumaal. Võrreldes Lõuna-Eesti keskmise trendiga tõusis Jõgevamaa välituristide rahvusliku koosseisu osas esile suurema soomlaste osakaalu poolest. Põhjanaanbrid moodustasid peaaegu poole Jõgevamaal käinud väliskülastajate hulgast. Jõgeva oli ka suurima Harjumaalt pärit siseturistide osakaaluga maakond.
- **Põlvamaal** oli Lõuna-Eesti maakondadest kõige kõrgem Tartumaalt ja madalaim Harjumaalt pärit siseturistide osakaal. Ligikaudu neljandiku moodustasid ka Võru maakonnast pärit eestlased. Välituristidest käis Põlvamaal kõige enam Läti ja Venemaa turiste, kõrge oli ka Poola turistide osakaal.
- **Tartumaa** on vaieldamatult kõige atraktiivsemaks maakonnaks Lõuna-Eestis. Selle üheks põhjuseks on Lõuna-Eesti regionaalne keskus ja ülikoolilinn Tartu, mis meelitab kohale külastajaid nii Eestist kui ka välismaalt. Seepärast iseloomustab Tartumaad Lõuna-Eesti maakondadest ka kõige vähem varieeruvam turistide külastustrend. Välituristide koosseis ühtis Tartumaal kõige enam Lõuna-Eesti keskmiste näitajatega. Siseturistidest külastasid Tartumaad Harjumaa kõrval enam Põlva ja Jõgeva maakonnast pärit inimesed.
- **Valgamaa** jääb välituristide külastatavuse poolest Tartumaa ja Võrumaa järel kolmandale kohale, siseturistide külastatavuse poolest aga viiendale kohale. Siseturistidest külastasid Valgamaad kõige rohkem Tartu maakonna elanikud ning veidi alla neljandiku külastajatest oli pärit Harjumaalt. Välituristidest käis Valgamaal kõige enam Läti ja Soome turiste.
- **Viljandimaal** olid erinevalt enamusest Lõuna-Eesti maakondadest (v.a Võrumaa) sesoonsed nii sise- kui välituristide külastustrendid. Viljandimaa paistis silma kõrge Harjumaalt ja madalaima Tartumaalt pärit siseturistide osakaalu poolest. Tähelepanu väärib ka välituristide koosseis, kus ülekaalukalt olid esikohal soomlased, kuid üllatavalt väike oli Leedu ja eriti Vene turistide osatähtsus, nende asemel käis rohkem sakslasi ja rootslasi.
- **Võrumaa** oli välituristide jaoks atraktiivne maakond ning asus külastatavuse pingereas Tartumaa järel teisel kohal, siseturistide külastatavuse poolest aga viimasel kohal. Sarnaselt Viljandimaaga olid Võrumaal üsna sesoonsed nii sise- kui ka välituristide külastused. Ligikaudu 75% Võrumaal käinud siseturistidest olid pärit Harju, Tartu või Põlva maakonnast. Välituristide osas moodustasid lätlased Võrumaa külastatavusest peaaegu poole ning ainukese maakonnana olid teisel koha Leedu turistid, kõrge oli ka Poola turistide (Poola tööliste) osakaal.

Valitud turismipiirkondadest olid välituristidele atraktiivsemaks Tartu linn, Setumaa, Otepää ja Viljandi linn. Vähem populaarsed olid väiksemad ning eelkõige loodusturismi sihtkohad: Peipsi-äärsed vallad, Soomaa ning Taevaskoja. Ka siseturistide populaarseimad

sihtkohad langesid enamjaolt kokku välituristide omaga, erandiks oli Setumaa, mis eestlaste puhul asus pingereas viimasel kohal. 72% Lõuna-Eestis käinud välituristidest külastas peamise sihtkohana vaid ühte Lõuna-Eesti maakonda s.t et ligikaudu kolm neljandikku välituristidest ei sõitnud Lõuna-Eestis ringi, vaid saabusid ühte kindlasse maakonda. Siseturistide puhul piirdus ainult ühe maakonna külastamisega 40% külastajatest.

### ***2.3. Kui palju käib regioonis turiste?***

OÜ Positium LBS uuringu kohaselt viibis uurimisperioodil 01.11.2007–31.10.2008 Lõuna-Eestis 1,06 miljonit välituristi ja 5,30 miljonit siseturisti (sh on arvestatud ka Lõuna-Eesti-sisene liikumine, nt Tartumaal elavad inimesed, kes on käinud Võrumaal jne s.t nad on Võrumaa jaoks siseturistid). Kõige populaarsemaks maakonnaks nii välis- kui ka siseturistide puhul oli ülekaalukalt Tartumaa. Välituristide puhul kuulusid külastavamate maakondade esikolmikusse veel Valgamaa ja Võrumaa, siseturistidel aga Jõgevamaa ja Viljandimaa. Siseturistide puhul tulevad mainitud maakonnad esile ilmselt suuremast transiitliikluse osakaalust tingituna.

Siseturistid jaotusid päritolu järgi 15 maakonna vahel. Ligikaudu pooled Lõuna-Eestis käinud eestlastest moodustasid Harju ja Tartu maakonnas elavad inimesed. Suur oli ka Lõuna-Eesti regioonis elavate inimeste liikumine naabermaakondade vahel s.t et võrreldes Lõuna-Eesti-välise maakondadega (peale Harjumaa) oli Lõuna-Eestis suurem just sealsetes maakondades elavate siseturistide osakaal. Kõige vähem siseturiste tuli Lääne-Eestist ja saartelt, need maakonnad asuvad ka kõige kaugemal.

Lõuna-Eestit külastavate välituristide päritolu on üsna mitmekesine: uurimisperioodil käis mobiilpositsioneerimise andmetel turiste 81 riigist. Suurema osakaaluga maad on läbi aastate olnud samad. Lõuna-Eestis olid peaaegu võrdselt esindatud Soome ja Läti turistid, järgnesid Venemaalt ja Leedust pärit külastajad. Suhteliselt võrdne osakaal oli Saksa, Poola, Norra ja Suurbritannia turistidel. Vähem külastasid Lõuna-Eestit Taani turistid.

### ***2.4. Millised on turistide peamised liikumisteed?***

Enamus välituriste külastas vaid ühte turismipiirkonda. Siseturistide puhul aga domineeris kahe või kolme piirkonna külastamine. Nii sise- kui ka välituristide puhul joonistub kolme piirkonna külastatavusest eelkõige välja Tartu-Soomaa-Viljandi, Tartu-Taevaskoja-Setumaa, Taevaskoja-Tartu-Otepää, Peipsiveere ning Tartu-Otepää külastamine.

Uuringus vaadeldi iga maakonna puhul eraldi ka põhilisi liikumissuundasid. Tulemustest selgub, et välituristid ja ka siseturistid saavad Lõuna-Eestisse eelkõige Tallinn-Tartu suunalt, läbides eelnevalt Tartu linna. Oluline sisenemissuund Lõuna-Eestisse on ka Läti kaudu (Valga-Valka kaudu). Regiooni sees on tihedamini kasutatavateks liikumissuundadeks Võru-Tartu ja Põlva-Tartu ühendusteed ning samuti Valga-Otepää-Tartu ühendusteed. Tihti leiab kasutust ka Võru-Põlva marsruut. Siseturistid kasutavad tihedalt Tartu-Viljandi suunda, samas kui välituristid sisenevad Lõuna-Eestisse eelkõige Tallinna suunalt.

### 3. Turismikorraldus Lõuna-Eestis

#### 4.1. Juhtimisstruktuur

Riiklikult korraldab turismialast tegevust Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, kelle pädevuses on

- turismipoliitika väljatöötamine ning selle elluviimise tagamine;
- riiklike vahendite taotlemine turismimajanduse arendamiseks ning Euroopa Liidu vahendite kaasamine turismiprojektide finantseerimiseks;
- turismialaste õigusaktide väljatöötamine ja järelvalve tagamine;
- suhtlemine rahvusvaheliste organisatsioonidega (*World Tourism Organisation*) ja nende töös osalemine.

Turismialase ettevõtluse arengule aitab kaasa ka Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi tegevus kogu ettevõtluskeskkonna arengu soodustamisel, milleks on ettevõtluse tugisüsteemide väljaarendamine ning nende kaudu väikeettevõtluse toetamine. Riigi turismipoliitikat ja arendustegevust viib ellu Ettevõtluse Arenduse Sihtasutus (EAS) Turismiarenduskeskus.

EAS Turismiarenduskeskuse kõrval tegelevad turismi arendamisega ka teised ministeeriumid oma allasutuste kaudu. Turism on tihedalt seotud paljude Eesti eluvaldkondade arenguga, seetõttu on turismialasesse arendustegevusse kaasatud Põllumajandusministeerium (maaturism ja maaelu areng), Keskkonnaministeerium (loodusturism, turismiettevõtlust võimaldavate keskkonnaobjektide korrashoid), Siseministeerium (regionaalne areng turismiettevõtluse edendamise kaudu), Haridus- ja Teadusministeerium (turismiharidus jne), Kultuuriministeerium (kultuuriturism, muuseumite kui turismiobjektide arendamine, ajaloo- ja kultuuripärandi säilitamine) ning Välisministeerium (Eesti tutvustamine läbi saatkondade ja konsulaatide).

Tegevuskavade elluviimisel kaasab riik kolmanda ja erasektori.

EAS Turismiarenduskeskusel on üle Eesti lepingulised partnerid, kes korraldavad turismiinfokeskuste tööd. Turismiinfokeskuste põhiülesandeks on riikliku turismiinfoandmebaasi loomine, täiendamine ja haldamine ning kliendipäringutele vastamine ja teabe edastamine nii oma piirkonna kui ka kogu Eesti kohta, pidades seejuures silmas riigi huve.

Turismialase tegevuse analüüsiks, töö koordineerimiseks, turismi propageerimiseks ning regionaalsete turismialaste projektide elluviimiseks ja rahastamiseks on kuus Lõuna-Eesti maavalitsust moodustanud Sihtasutuse (SA) Lõuna-Eesti Turism. 2009. aasta lõpus SA tööülesanded ja tegevused ajakohastatakse. Muudatused võimaldavad tegevuseks ja projektideks küsitavaid toetusrahaseid taotleda lihtsamalt.

Kohapealse turismialase tegevuse koordineerimiseks ja toetamiseks on maavalitsuste, omavalitsusliitude ja turismiettevõtjate initsiatiivil igas maakonnas asutatud kohalikud tulu mittetaotlevad institutsioonid, kelle üheks tegevusvaldkonnaks on turismi arendamine. Nendeks institutsioonideks on mittetulundusühing Võrumaa Turismiliit ja Võrumaa Arenguagentuur,

sihtasutus Valgamaa Arenguagentuur, sihtasutus Põlvamaa Arenduskeskus, sihtasutus Tartumaa Turism, SA Jõgevamaa Arendus- ja Ettevõtluskeskus. Viljandimaa turismi koordineerib Viljandi Omavalitsuste Liit, abiks on mittetulundusühing Viljandi Turism ning Viljandi linna avalike suhete ja turismiamet. Piirkondlikul tasemel koordineerivad tööd Setomaa Sihtasutus ja Peipsiveere Arengu Sihtasutus ning Võrtsjärve Sihtasutus.

Regionaalselt terviklik koostöövõrgustik turismiarendajate vahel praegu veel ei toimi.

Ettepanekud regionaalse turismiarendussüsteemi edasiarendamiseks

Lõuna-Eesti regiooni turismi süsteemne arendamine saab toimuda kõige efektiivsemalt ühtse katusorganisatsiooni juhtimise all. Hetkel tegutseb katusorganisatsioonina SA Lõuna-Eesti turism, kes viib turismiarendustegevusi ellu koostöös maakondlike ja piirkondlike turismiorganisatsioonidega. Regiooni turismitoodete ja teenuste edasiarendamiseks on vajalik täiendada ka arengut reguleerivate katusorganisatsioonide funktsioone. Järgnevalt on välja pakutud süsteem, mis aitab efektiivselt tootepõhist turismiarendust.

Lõuna-Eesti turismiarendust reguleerib üks katusorganisatsioon. Maakondlikud arenduskeskused on katusorganisatsiooni partnerid ning turismiarendustegevuste elluviijad kohalikul tasandil.

Turismiarenduse katusorganisatsioon on kuue maakonna ja riigi ühisorganisatsioon, mille rajamise vajadus ja sisend pärinevad kohalike turismiarendajate tasandilt. Antud organisatsioon aitab koondada pädevaid turismiarendajaid ning kasutada efektiivselt kogu regiooni turismiarenduseks ettenähtud ressursse.

Regiooni turismiarenduse katusorganisatsiooni tegevuse rahastamine käib läbi riigi eraldiste, maakondade eraldiste ning projektipõhiste toetuste.

Käesolev arengukava keskendub viiele regionaalsele turismitootele ja tootepõhisele turismiarendusele. Tootepõhise turismiarenduse efektiivsemaks elluviimiseks jaotatakse tootepõhine arendustegevus erinevate maakondade vahel. Selleks moodustatakse iga toote arendamiseks töörühm, kelle tööd ja kohtumisi koordineerib konkreetse maakonna turismiarendusorganisatsioon. Maakondliku arenduskeskuse ülesandeks on kutsuda kokku töörühm, korraldada ümarlaudasid, organiseerida tootepõhist turundust terves regioonis.

Kogu tootepõhine arendus allub katusorganisatsiooni nõukogule, kuhu kuuluvad kõikide maakondade esindajad. Katusorganisatsiooni ülesandeks on ka maakondlike arenduskeskuste koostöö arendamine.

Katusorganisatsiooni tegevuse elluviimiseks peab organisatsiooni tegevust koordineerima juhataja, kes allub organisatsiooni nõukogule. Lisaks juhatajale on vajalik turundus- ja tootearendusspetsialisti kaasamine organisatsiooni personali hulka.

Lõuna-Eesti turismiarenduse katusorganisatsiooni tegevuskulud moodustuvad järgmistest kululiikidest:

- Palgakulud
- Jooksvad püsikulud töökeskkonnale (ruumide rent ja kommunaalid)
- Kulu projektide algatamiseks ja omafinantseeringu katmiseks.

Eelnevalt loetletud kululiigid on püsikulud Lõuna-Eesti turismi koordineeriva katusorganisatsiooni tegevuses hoidmiseks.

Kogukulu organisatsiooni tegevuskulude katmiseks on hinnanguliselt 1 000 000 krooni aastas.

Tegevuskulud kaetakse riigi eraldistest ning maakondlike partnerite osamaksudest. Sihtasutuse regiooni turundusele ja tootearendusele suunatud tegevuskulud kaetakse toetusprogrammide vahenditest (näiteks koolituste läbiviimine, trükiste koostamine, kampaaniate korraldamine jne).

### **3.1. Lõuna-Eesti turismiarendajate rollid**

Lõuna-Eesti turismiarendajate põhilisteks rollideks on

- regiooni turundus – turundatakse nii regiooni tooteid, teenuseid kui ka üritusi;
- toodete väljatöötamine ja tootearendus, paketeerimine;
- ühisprojektide läbiviimine;
- teadlikkuse tõstmine;
- infosüsteemide korrastamine;
- turismiõpe ja koolitus.

Järgmisena on fikseeritud Lõuna-Eesti turismiasjaliste rollid, mis on käesoleva arengukava koostamise juhtgrupi ja töörühmade arutelude tulemus.

#### *Ettevõtjate roll turismi arendamisel*

Turismiettevõtjate rolliks on pakkuda regiooni külastavale turistile kvaliteetseid teenuseid. Samuti on ettevõtja ülesandeks hallata ja parendada tema valduses olevaid turismiobjekte. Turismiettevõtte ülesandeks on tagada kliendi rahulolu elamuse pakkumise kaudu. Kvaliteetse teenuse pakkumiseks saab ettevõtja ennast koolitada. Turismiettevõtja aitab kaasa ka Lõuna-Eesti turismiregiooni arendamisele, edastades aegsasti turismiinfot, osaledes korraldatavatel maakonna- ja regionipõhistes seminarides, infopäevadel ning tehes aktiivselt koostööd teiste ettevõtjate ja turismiarendamisega tegelevate organisatsioonidega.

#### *Erialaiühenduste roll turismi arendamisel*

Eriala- ja kutseühenduste tegevuse eesmärgiks on koondada ühtsete huvidega inimesi ja ettevõtjaid. Erialaiühenduste ülesandeks on moodustada toimiv koostöövõrgustik, mille sünergia aitab kaasa turismiteenuste paremale pakkumisele. Samuti aitab erialaiühendustesse koondumine tuua paremini esile ettevõtjate vajadusi ning rahastada paremini ettevõtjate tegevusi. Ettevõtjate suhtlemine maakonna- ja regionitasandiga erialaiühenduste kaudu tagab hea infovahetuse ning optimeerib ressursikasutuse.

#### *KOV-i roll turismi arendamisel*

Kohaliku omavalitsuse ülesandeks turismi arendamisel on ettevõtjale ja külastajale atraktiivse tegutsemiskeskonna loomine. Kohalik omavalitsus haldab ja hooldab nii turismiobjekte kui ka turismiinfrastruktuuri (ligipääsud, teed jne). KOV-i ülesandeks on luua turismiettevõtjale teenuste pakkumiseks atraktiivne keskkond. Samuti on kohaliku omavalitsuse ülesandeks järelevalve teostamine ettevõtjate üle.

#### *Maakondlik roll turismi arendamisel (MAK ja muud turismi katusorganisatsioonid)*

Maakondlike arenduskeskuste ülesandeks ei ole otseselt hallata turismiobjekte ja turismiinfrastruktuuri, vaid tegeleda maakondliku tasandi turismiarendusega, mis hõlmab endas turundust, tootearendust ja koostööd. Turismiarendus on maakondlike organisatsioonide üheks

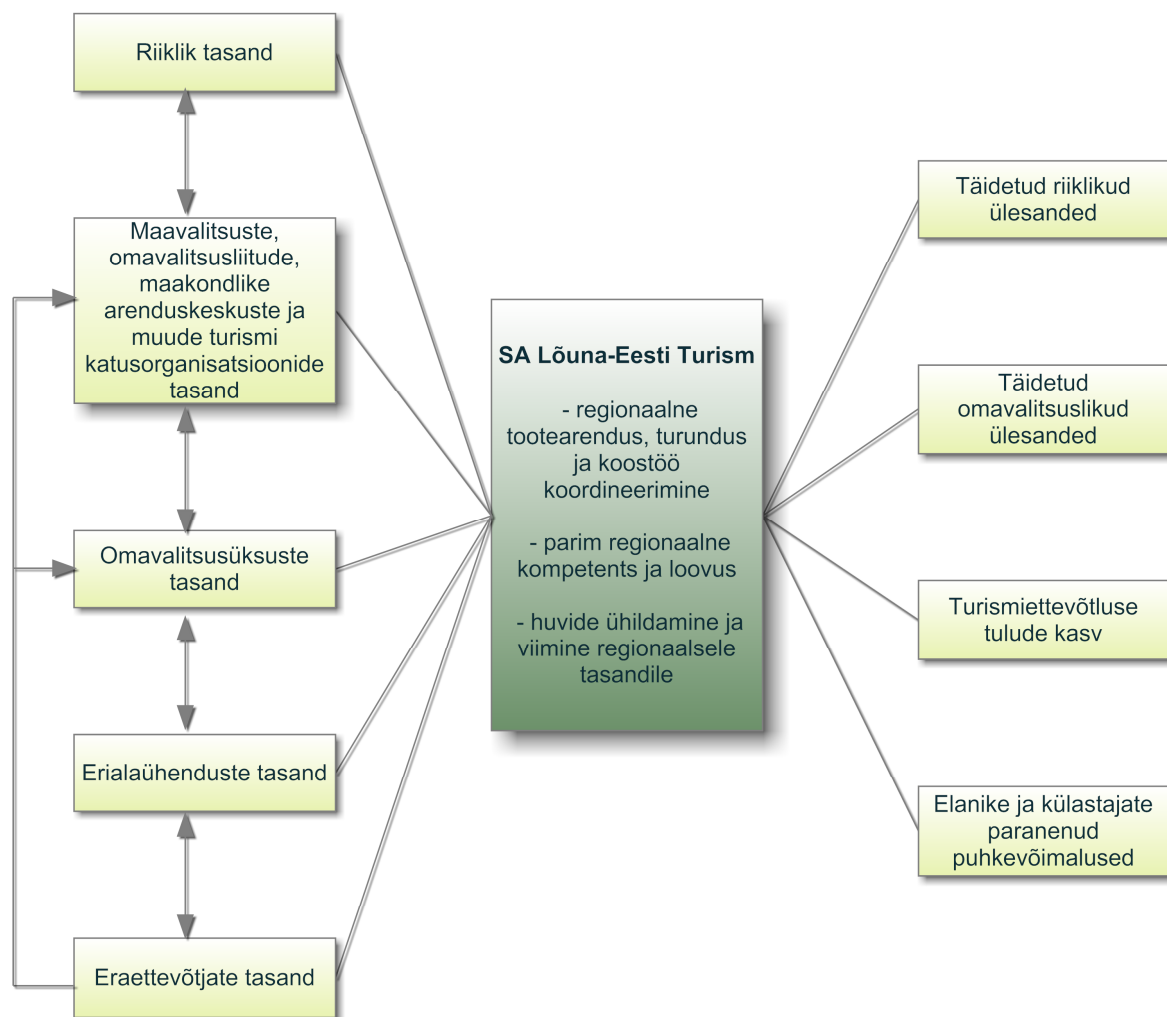
tegevusvaldkonnaks muude ülesannete kõrval. Maakondlike turismiarendajate funktsiooniks on täiendada regioonipõhist turismiarendust ja turundustegevust. Samuti on maakondlike turismiarendusorganisatsioonide ülesandeks nõustada ja abistada ettevõtjaid kvaliteetsete turismiteenuste pakkumisel, sealhulgas korraldada vajalikke koolitusi. Maakondlike arenduskeskuste ja katusorganisatsioonide ülesandeks on ka läbi TIK-de piirkonna turismiinfo jagamine, maakondlike turismiveebide haldamine, turismiprojektide algatamine ja koordineerimine ning turismiasjaliste koostöö soodustamine.

#### *SA LET-i roll turismi arendamisel*

Sihtasutuse Lõuna-Eesti Turism ülesandeks on initsieerida regiooni turismiasjaliste vahelist koostööd ja suhtlemist, turundada regiooni kui tervikut (tootepõhine turundus) välisturgudel ja Eesti-siseselt, koordineerida regioonis tootearendust ning korraldada regiooniüleseid koolitusi (turismitootealased koolitused jne). Koostöös teiste turismiarendajatega osaleb SA LET ka turismi arendamist koordineerivate juhendmaterjalide, strateegiate väljatöötamisel. SA LET tegevusi ja koostööd teiste osapooltega illustreerib Joonis 2.

#### *Riigi roll turismi arendamisel*

Riigi ülesanneteks Lõuna-Eesti turismi planeerimisel ja arendamisel on õigusliku raamistiku loomine, investeringute tegemine turismiobjektidesse ja turismiinfrastruktuuri ning koostöö arendamine. Riigi ülesandeks on ka turismiarendajate koolitamine. Nii regionaalsed kui ka maakondlikud turismiarendajad lähtuvad oma tegevustes riiklikest turismiarendamise põhimõtetest.



**Joonis 2.** SA LET-i institutsionaalne koostöömudel (allikas: Geomedia OÜ)

### 3.2. Eelmise turismiarendustrateegia tulemuste hinnang

Selles peatükis hinnatakse 1990. aastal koostatud Lõuna-Eesti Turismi Arengustrateegia eesmärkide saavutamise tulemuslikkust. Eesmärgid püstitati viies valdkonnas, milleks olid turismitoodete arendamine, turismiinfrastruktuuri ja reisitranspordi arendamine, koolitus, turundus ning institutsionaalne areng.

#### I Turismitoodete arendamine

Antud valdkonnas püstitati eesmärgid eelkõige turismitoodete ja erinevate tootepakettide väljatöötamiseks (sihtgruppide huve arvestavate toodete väljatöötamine, tervikpakettide koostamine). Oluliseks peeti perekondadele suunatud puhkusetooted, seminari- ja

konverentsikeskuste loomist, ravipuhkuse võimaluste parandamist, väljatöötatud marsruute nii jalgsi-, ratta- kui ka automatkajale, kohaliku ja üleriigilise tähtsusega ürituste korraldamist, üldist heakorda ning kvaliteetset teenindust.

Lõuna-Eestis on eristuvateks toodeteks üritused (nt Tartu maratoni neliküritus). Teistes valdkondades on eristuvaid tooteid vähe. Tootepakette pakuvad eelkõige valdkonna ettevõtjad ise, kuid nende tegevus peab olema aktiivsem. Positiivsete näidetena võib välja tuua, et Tartu linn on endale saanud konverentsikeskuse (Tasku), mis tagab kõik vajadused. Turismimarsruutide valdkonnas on loodud mitmeid maakonnaüleseid ja rahvusvahelisi marsruute (Via Hanseatica, Green Way, Postitee jne) ning arendatud ka kohalikke marsruute. Hästi on korraldatud ja planeeritud suurürituste korraldamine Lõuna-Eestis (Hansapäevad, Tartu maratoni neliküritus, Viljandi pärimusmuusika festival jne). Lõuna-Eesti ravipuhkuse võimalused on paranenud, samuti on juurde tekkinud uusi turismiobjekte ja pakutavaid teenuseid.

Arendustegevusi peab jätkama veel toodete formuleerimisel, turismiteeninduse kvaliteedi järelevalve teostamisel ning atraktiivsete ja hea infrastruktuuriga turismiobjektide loomisel.

## **II Turismiinfrastruktuuri ja reisitranspordi arendamine**

Turismiinfrastruktuuri ja reisitranspordi arendamise valdkonnas seati eesmärgiks maanteedäärse teenindusvõrgu väljaarendamine, väikesadamate arendamine, veetransporditeenuste täiendamine, Eesti-Vene piiriületuskorra lihtsustamine, teeäärsete avalike käimlate rajamine, viidasüsteemi väljatöötamine ning regulaarsete lennuliinide sisseseadmine Lõuna-Eestis.

Antud valdkonna probleemid ja eesmärgid on ka praegu prioriteetsed, sest nendega tegelemine tagab mugava ligipääsu Lõuna-Eesti turismiobjektide juurde. Eesmärkide täitmise suunas liigutakse jõeteede ja järvede (Peipisi, Võrtsjärv) arendamisel (järvede arendustegevustega tegelevad aktiivselt Võrtsjärve SA, Peipsi Koostöökeskus ning jõgede arendamisega Lodjakoda, SA Emajõe Jõeriik jne). Lõuna-Eesti turismiregioon on hästi viidastatud: viidad on olemas, kuid maakonniti on süsteemsus erinev. Väga oluline edasiarendus on Tartu Ülenurme lennujaama väljaehitamine selliselt, et on võimalik vastu võtta rahvusvahelisi lende. Tänu sellele on avanenud uued lennuliinid Riiga ja Stockholmi. Reaalsed ehitustööd on käimas ka raudteeühenduse parandamiseks ning Tallinn-Tartu-Riia raudteeühenduse avamiseks.

Parendamist vajab veel maanteedäärne teenindusvõrk – eelkõige on puudus avalikest käimlatest ja puhkekohtadest. Samuti ei ole õnnestunud lihtsustada piiriületust Venemaaga.

## **III Koolitus**

Koolituse valdkonnas seati eesmärgid järgmistes punktides: turismikoolituse vajaduse väljaselgitamine tagasiside baasil, regioonisisese veebipõhise koolitusinfokeskuse rajamine, piirkonnas elavate inimeste ettevõtlusalase tegevuse soodustamine, turundus- ja müügikoolituste läbiviimine, teenuste kvaliteedi tõstmine koolituste kaudu ning turismiarendajate koolitamine.

Üldjoontes on koolitusvajadused välja selgitatud ning SA LET koostöös maakondlike turismiorganisatsioonide ja hariduskeskustega on läbi viinud palju erinevaid heal tasemel koolitusi. Edasises arendustöös peab rohkem tähelepanu pöörama regiooniüleste koolituste korraldamisele: maakondlikult korraldatakse ettevõtjatele ja turismiasjalistele nii teeninduse kui ka keelekoolitusi, samas regiooniülel on võimalik ressursse koondada ning tuua kohale häid koolitajaid. Regiooniülel on oluline korraldada tootepõhiseid koolitusi.

## **IV Turundus**

Lõuna-Eesti Turismi Arengustrateegia turundusvaldkonna üldiseks eesmärgiks oli Lõuna-Eesti turismipiirkonna tuntuse tõstmine välis- ja siseturul. Selle saavutamiseks seati eesmärgiks infomaterjalide adekvaatne esitamine, Lõuna-Eesti atraktiivseks muutmine reisikorraldajatele, osalemine messidel ja riiklikes turunduskampaaniates. Teiseks üldeesmärgiks püstitati tuntuse saavutamine läbi ühtse imago, mille tagamiseks oli vaja välja töötada logo ja müügilause ning tutvustav materjal. Eesmärgid püstitati ka turismiga tegelevate organisatsioonide ühtsuse tõstmise valdkonnas ning toimivama turismiinfosüsteemi loomise valdkonnas.

Turundusvaldkonnas on SA LET koos teiste turismiarendajatega ellu viinud palju tegevusi, kuid nii mitmelgi juhul ei ole tegevus olnud süsteemne. Mitmel juhul oli tegevuste elluviimisel takistuseks toetusprogrammide piirangud: ellu sai üldjuhul viia tegevusi, mida konkreetselt meetmest toetati. Turundusvaldkonna põhiliseks komistuskiviks on ka tegevuste dubleerimine – turundustegevusi viivad ellu nii SA LET, MAK-d, erialaühendused vastavalt oma eelarvetele.

Positiivse näitena võib turundusvaldkonnas välja tuua Lõuna-Eesti kui turismiregiooni imago ja brändi väljatöötamise.

## **V Institutsionaalne areng**

Institutsionaalse arengu tagamiseks seati eesmärgiks muuhulgas turismitoodete kvaliteedisüsteemi juurutamine ja järelevalve teostamine, turismi arenguks vajaliku seadusandliku baasi täiendamine, turismi arengut kajastava informatsiooni ja andmebaaside korrastamine, rollide ja tööjaotuste määratlemine ja infovahetuse tõhustamine osapoolte vahel.

Lõuna-Eesti turismi koordineerivad institutsioonid on välja kujunenud ning üldist institutsionaalset arengut iseloomustab positiivne trend. Samas vajab jätkuvalt edasiarendamist institutsioonide omavaheline koostöö ning selgemalt tuleb määratleda turismiasjaliste omavahelised rollid. Nii turismiteenuste kvaliteedi kontrollimine kui ka turismiinfo haldamine ja korrastamine ei toimi hetkel veel süsteemselt. Samas on pidevalt paranenud koostöö lähinaabritega, seda just riigipiire ületavate ühisprojektide osas, ning jätkuvalt tegeletakse kvaliteedimärgiste väljatöötamise ning teenusepakujate tunnustamisega.

### **3.3. Turismialane koolitus ja täiendõpe**

Turismialane koolitus- ja täiendõppesüsteem on seotud üldise täiendõppe- ja kutseharidussüsteemiga Eestis. Turismimajanduse arendamisel on tähtis, et pakutav koolitus vastaks tööandjate poolt esitatavatele nõuetele. Selleks on vajalik tööandjate ja koolitusasutuste omavaheline pidev informatsioonivahetus ja koostöö. Nii turismialast väljaõpet kui ka täiendkoolitust pakutakse erineva tasemega õppeasutustes erineval tasemel õppejõudude ja lektorite poolt. Lõuna-Eestis õpetatakse turismiga seonduvaid erialasid järgmistes õppeasutustes:

- Võrumaa Kutsehariduskeskus: hotelliteenindus, turismi- ja toitlustuskorraldus;
- Olustvere Teenindus- ja Maamajanduskool: maaturismiteenindus, turismikorraldus,
- Tartu Kutsehariduskeskus: hotelliteenindus, loodusturismikorraldus, reisikorraldus, rekreatsioonikorraldus, turismikorraldus;
- Luua Metsanduskool: loodusturismi korraldus (spetsialiseerumisega retkejuhtimisele).

Kümne aasta taguse seisuga võrreldes on loodud juurde uusi turismiteenindust koordineerivaid erialasid, kuid samas on mitmed kutseharidust pakuvad koolid ka turismiõppes loobunud.

Rakenduskõrghariduse tasemel saab turismialast koolitust Tartu Ülikooli Pärnu kolledžis (turismi- ja hotelliettevõtlus). Sama õppeasutuse magistriõppes on võimalik omandada kraad turismigeograafias, ärijuhtimises (spetsialiseerumisega teenusdisainile) ning heaolu- ja spaateenuste disaini ja juhtimise erialal. Maailikoolis saab loodusturismi eriala õppida bakalaureuse- ja magistriõppe tasemel. Mainori Kõrgkool on magistritasemel oma õppekavadesse sidunud turismiettevõtluse ja teenindusjuhtimise eriala. Turismialast rakenduskõrgharidust pakub ka Võrumaa Kutsehariduskeskus.

Koolituse ja täiendõppega seonduvad tihedalt kutsestandardid, mille väljatöötamise eest vastutavad Eesti Kaubandus- ja Tööstuskoda, kutseliidud ning erialaorganisatsioonid. Kutsestandard on kokkulepitud nõuded vastaval erialal töötava inimese teadmiste, oskuste ja isikuomadustele. Töötajate kvalifikatsiooni hindamise aluseks on tegelikud oskused ja teadmised, mitte läbitud õppekava. Kutsestandardid on eelkõige vajalikud selleks, et korrastada suhteid tööjõuturul ning kehtestada ühtlane kvalifikatsioonitase. Standardid on mõeldud eelkõige kolmele erinevale sihtgrupile: õppijatele, tõestamaks oma sobivust tööandjale, koolidele, kes tegelevad vastavate erialade inimeste koolitamisega, ning tööandjatele, et nad saaksid olla kindlad, et võtavad tööle ikka kvalifitseeritud töötaja. Turismi valdkonnas on vastu võetud kutsestandardid giididele, reisikonsultantidele, reisikorraldajatele ja reisisaatjatele, matkatreeneritele, samuti hotelliteenindajatele, puhastusteenindajatele ja toitlustajatele.

Turismialase täiendkoolituse vajadus on suur nii ettevõtjate, teenindajate kui ka turismitöötajate hulgas. Koolitust vajavad nii ettevõtete reatöötajad kui ka juhtkond.

Tänane nõudlus turismikoolitusturul on keskendunud klienditeenindusele, samas kui suurimad kompetentsipuudused on erialase võõrkeele osas, müügis ja turunduses ning juhtimises (allikas: EAS-i turismikoolituse uuring). Kompetentsipuuduste analüüsist selgus, et kolmest uuritud turismiettevõtete segmendist (majutus, aktiivne puhkus, reisibürood) on suurimad kompetentsipuudused aktiivse puhkuse teenuste pakujate seas (eeskätt juhtimise ja organisatsiooni, turunduse ja müügi osas, kuid ka algtaseme teadmistest ja käelistest oskustest (kanuu juhtimine, ohutus jne)), kuid olemasolev koolitusturg ei ole sellele segmendile piisavalt tähelepanu pööranud. Napib nii tooteid, professionaalseid koolitusfirmasid kui ka lektoreid. Üheks põhjuseks on aktiivse puhkuse segmendi väiksus, samuti ettevõtete keskmisest väiksem töötajate arv, käive ja suurem hooajalisus. Seetõttu tuleb hetkeolukorda pidada mitterahuldavaks ning aktiivse puhkuse segmendi koolitamist prioriteetseks. Kaotajateks on tänasel koolitusturul eeskätt väljaspool Tallinna asuvad väikeettevõtted, kelle jaoks mitmed koolitustüübid ja -teemad on raskemini kättesaadavad kui suuremate ettevõtete jaoks (allikas: EAS-i turismikoolituse uuring).

### ***Järeldus***

Turismialane koolitus ja täiendõpe on järjepidevad tegevused, mida peavad korraldama regionaalsed ja maakondlikud turismiorganisatsioonid koos haridusasutustega. Turismiturule lisandub pidevalt uusi tegijaid, keda peab koolitama. Samas vajavad teadmiste täiendamist ka juba tegutsevad turismiettevõtjad. Turismialase hariduse omandamise võimalusi on nii Lõuna-Eestis kui ka Eestis tervikuna piisavalt. Olulisem vajadus on täiendõppe järele (võõrkeeled, turundus, tootearendus). Seetõttu keskendubki käesolev arengukava eelkõige tootepõhistele

koolitustele ning keelekoolitustele. Vastavad tegevused on esitatud nii tootepõhistes tegevuskavades kui ka regiooni üldises tegevuskavas.

### ***3.4. Senine turundustegevus***

#### **3.4.1. Senised turundustegevused ettevõtjate tasandil**

Käesoleva arengukava koostamise raames küsitleti regiooni ettevõtjaid nii meili kui ka telefoni teel kaardistamiseks ettevõtjate seniseid turundustegevusi. Küsitluse kaasati erinevaid ettevõtjaid looduspuhkuse, aktiivse puhkuse, tervise- ja lõõgastuspuhkuse, äriturismi ning kultuuri- ja ajalooturismi valdkondadest. Kokku küsitleti juhusliku valimi alusel 70 ettevõtjat, kellest 30-ga korraldati telefoniintervjuu.

Järgnevalt on välja toodud põhilised turismiettevõtjate poolt kasutatavad turunduskanalid. Meediakanalitest kasutatakse ettevõtte/toodete/teenuste turundamiseks eelkõige Internetti (ettevõtjate veebilehed, turismialased veebilehed (visitestonia.com, turismiweb, maaturism.ee, koolitus.ee, firmapidu.ee)). Interneti kui populaarseima turunduskanali kasuks räägib selle soodne hind ning hea kättesaadavus kliendile. Internetipõhine turundamine on väga oluline siseturismi seisukohast, välisturgudele püütakse läheneda ka teisi kanaleid kasutades (turundus tunnustatud reisibüroodele välismaal, FAM-reisid, trükised, reisiajakirjad).

Kasutatakse ka otsepostitust, seda eelkõige info edastamiseks püsiklientidele.

Televiisiooni ja raadiot kasutatakse turunduskanalitena vähem kui Internetti ning seda eelkõige teenuse kalliduse tõttu. Televiisiooni, radio ja kirjutava meedia vahendusel tutvustatakse eelkõige üritusi. Raadioreklaami peetakse üldjuhul kõige vähem mõju toovaks turunduskanaliks.

Väiksemad ettevõtjad edastavad reklaami kohaliku tähtsusega ajalehtedes, suuremad ettevõtjad riiklikes päevalehtedes. Enamus ettevõtjaid on osalenud koos teiste maakonna ettevõtjatega turismimessidel ja laatadel. Mitmed ettevõtjad annavad koos teiste turismiettevõtjatega välja ka ühiseid trükiseid. Enamus turismiettevõtjaid kasutab ka välireklaame.

Küsitlusest selgus, et suurem osa ettevõtjatest pole küsinud külastajatelt tagasisidet levitatava info kliendini jõudmise kohta.

#### **3.4.2. Senised turundustegevused maakonna tasandil**

Maakonnatasandi turundustegevuse teostamine on maakonniti erinev. Turundustegevusega tegelevad maakondades erinevad institutsioonid.

Turundustegevus toimub eelkõige maakonnakeskselt, samas lähtudes nii riiklikest ja regionaalsetest turundustegevustest kui ka tegevusteks ettenähtud eelarvest.

Maakondlikud turismiorganisatsioonide senisteks turundustegevusteks on osalemine messidel ja laatadel (Tourest, Matka, Balttour, Mardilaat jne) ning maakonda tutvustavate

trükiste/infomaterjalide väljatöötamine ning levitamine. Koostatakse nii tootepõhiseid (nt matkaradade trükis) kui ka maakonda kui tervikut tutvustavaid trükiseid. Maakondlikud turismiarendusorganisatsioonid vastutavad üldjuhul ka maakondlike turismiveebide haldamise ja info uuendamise eest.

### **3.4.3. Senised turundustegevused regiooni tasandil**

Regiooni tasandil tegelevad turundustegevusega SA Lõuna-Eesti turism ning maakondlikud arenduskeskused. SA LET on põhilise osa oma turundustegevusest suunanud välisturgudele, kuid teostatud on ka suurel hulgal Eesti-sisest turundust.

SA Lõuna-Eesti Turism põhilisteks regiooni tutvustavateks turundustegevusteks on olnud:

- 1) Osalemine messidel (minimaalselt 3 messi aastas, keskmiselt 5 messi aastas). SA LET on osalenud erinevatel turismimessidel Eestis (Tourest), Soomes (Matka), Lätis (Balttour), Venemaal (INWETEX) ning Saksamaal (ITB). Eelkõige tutvustatakse Lõuna-Eesti turismiregiooni koostöös EAS-ga. Messidega seonduvalt on korraldatud erinevaid seminare ja esitlusi reisikorraldajatele ning ajakirjanikele. Ettekandeid on tehtud nii tootepõhiselt kui ka regiooni kui terviku kohta.
- 2) Eestit tutvustavatel üritustel osalemine (minimaalselt 2–5 üritust aastas). SA LET on osalenud EAS-i poolt korraldatud Eestit tutvustavatel infopäevadel Soomes, Lätis ja Saksamaal.
- 3) Infopäevade ja seminaride korraldamine (keskmiselt 4 infopäeva, seminari aastas). SA LET-i tegevust tutvustavate infopäevade ja seminaride korraldamine regiooni turismiarendajatele ja turismiasjalistele. Arutelude korraldamine maakondlike turismiarendajatega.
- 4) Rahvusvaheliste konverentside korraldamine ja nendel osalemine (1 oluline konverents aastas).
- 5) Reisikorraldajate reise (FAM-reise) korraldamine. SA LET on varasematel aastatel korraldanud Eesti reisikorraldajatele erinevaid regiooni tutvustavaid reise (keskmiselt 2 reisi aastas). Reaalset tulemust antud reiseid endaga kaasa ei toonud ning seda eelkõige ettevõtjate passiivsuse tõttu. SA LET on koostööpartner EAS-i poolt korraldatavates tutvustavate reise organiseerimises.
- 6) Meediaga suhtlemine. SA LET on Lõuna-Eesti turismiregiooni tutvustamisel teinud koostööd erinevate ajalehtede ja ajakirjade, televisiooni ja raadiokanalitega. Ajakirjanikele on tutvustatud regiooni turismivõimalusi, mille baasil on koostatud tutvustavad artiklid, raadiosaated ja telesaated, mida on esitletud nii Eestis, Soomes kui ka Venemaal Pihkva oblastis.
- 7) Turundusmaterjalide koostamine (turundusmaterjale antakse välja projektipõhiselt). SA LET-i ülesandeks läbi aegade on olnud regiooni turundusmaterjalide koostamine (trükised, kataloogid jne). Keskmiselt on aastas välja antud 6000 trükist (2008. aastal osaleti Postimehe „Põhjanaba“ lisalehe väljaandmisel, mille eksemplaride arvuks oli erandina 50 000).
- 8) Kampaniate korraldamine. SA LET on korraldanud Lõuna-Eesti maakondade tutvustuskampaniaid.

- 9) Koolituste korraldamine. SA LET on korraldanud keskmiselt 2 koolitust aastas. Tegemist on regiooniüleste koolitustsüklitega. Üks koolitus koosneb mitmest koolitustunnist.
- 10) Konkursside korraldamine. SA LET-i ülesanneteks on olnud konkursside korraldamine. Aastas on korraldatud keskmiselt 1–2 konkurssi.

SA LET-i tegevus pole aastate lõikes olnud ühtlane, sest sihtasutuse tegevus on suures osas projektipõhine. Seetõttu on Sihtasutuse Lõuna-Eesti Turism tegevus piiritletud toetusprogrammide poolt määratletud tingimustega.

Riiklikul tasandil tegeleb Eesti kui reisisihtkoha tutvustamisega EAS Turismiarenduskeskus. Koostamisel on ka uus riiklik tootearenduse strateegia.

## 4. Arengukava

### 4.1. Hetkeolukord (SWOT-analüüs)

Lõuna-Eesti turismi hetkeolukorrast konkreetse ettekujutuse saamiseks viidi juhtgrupiga läbi Lõuna-Eesti kui terviku sisemisi tugevusi ja nõrkusi ning väliskeskkonnast tulenevaid võimalusi ja ohtusid kajastav SWOT-analüüs.

SWOT-analüüs on strateegilise planeerimise tööriist, millega hinnatakse käsitletava arendusobjekti/organisatsiooni/piirkonna hetkeolukorra tugevusi, nõrkusi, võimalusi ja ohtusid. SWOT-analüüsis on tugevusi ja nõrkusi käsitletud arendusobjektisest näitajatena ning võimalusi ja ohtusid arendusobjekti väliste näitajatena. SWOT-analüüsi eesmärgiks on fikseerida arendusobjekti hetkeolukord, et antud näitajate kaudu leida vajalikud strateegiad piirkonna arengu korraldamiseks.

**Tabel 2.** Lõuna-Eesti kui reisisihtkoha tugevused, nõrkused, võimalused ja ohud

TUGEVUSED	NÕRKUSED
<ul style="list-style-type: none"><li>- Lõuna-Eesti regiooni hea maine turismisihthohana. Pidev turismitoodete ja teenuste arendamine on kujundanud Lõuna-Eesti positiivse maine reisisihthohana.</li><li>- Lõuna-Eesti on nii siseturistile kui ka lähiturgudele (Läti, Soome) tuntud ning turismipiirkonnana tunnustatud.</li><li>- Säilinud on pärandkultuur ja looduskeskkond.</li><li>- Lõuna-Eestis on palju tuntud külastusobjekte (nt Suur Munamägi) ning korraldatakse mitmeid tuntud suurüritusi (nt Tartu maraton, Viljandi pärimusmuusika festival jne).</li><li>- Lõuna-Eesti turismiasjalistel on olemas ühistegevuse ja koostöö kogemus. Turismiarendust peetakse regioonis oluliseks sektoriks ning seetõttu tehakse koostööd. Turismiarendajad ja ettevõtjad teevad omavahel tihedalt koostööd.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Lõuna-Eestis ei ole veel tervikuna väljatöötatud regiooniomaseid turismitooteid.</li><li>- Turismiinfo kättesaadavuse kvaliteet on regiooniti ebahütlane (eelkõige maakondade ja ettevõtjate poolt levitatav info). Turismiinfo ei ole sihtgruppidele sobivas keeles.</li><li>- Sihtturgusid ei suudeta veel teenindada neile omases keeles.</li><li>- Pärandkultuur ei ole turismitoodetes aktiivselt kasutatud.</li><li>- Toodete turundamine toimub hetkel haldusjaotuskeskselt. Tootepõhist turundamist toimub vähe.</li><li>- Tervikliku turismistatistika puudumine. Info ei ole süstemaatiline ja tervikuna ühest kohast kättesaadav. Samuti ei toimi süstemaatiline tagasiside küsimine külastajatelt.</li><li>- Teeninduse ja toetavate teenuste</li></ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- Avalik sektor on panustanud palju regiooni turismiarendusse. On tehtud palju investeeringuid turismiobjektide korrastamiseks ning uute objektide rajamiseks, samuti on väljaarendatud suur osa toetavast infrastruktuurist (matkarajad, viidad, puhkekohad).</li> <li>- Suur erinevate majutusvõimaluste valik (toetavate teenuste olemasolu).</li> </ul>	<p>(majutus, toitlustus) ebahütlane tase.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Turismiarendajate ja turismiasjaliste rollid ei ole konkreetselt määratletud. See on tinginud mitmete dubleerivate tegevuste teostamise erinevate organisatsioonide poolt, mis omakorda pärsib paremat koostööd.</li> <li>- Turismiteenuste sesoonsus. Vähe on välja töötatud madalhooaegadel pakutavaid tooteid ja teenuseid.</li> </ul>
<b>VÕIMALUSED</b>	<b>OHUD</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Olulise suure keskuse (Tartu) asetsemine regiooni keskel. Tartu mõjub regioonis tugeva tõmbekeskusena.</li> <li>- Tehnoloogia areng. WiFi, GPS jne. Moodsad tehnilised lahendused võimaldavad regiooni paremini turundada.</li> <li>- Riia lennujaama lähedus (läbi Riia toimub palju rahvusvahelisi lende) ning lennuühendus Tartust Riiga ja Tartust Stockholmi.</li> <li>- Tervislike eluviiside harrastamise kasvav trend.</li> <li>- Erinevate organisatsioonide ja ettevõtjate koostöövalmidus (regioonis ja väljaspool regiooni).</li> <li>- 4 erinevat aastaega (lisaks suurveeperiood – viies aastaeg). Kliimatilised erinevused võrreldes Põhja- ja Lääne-Eestiga (nt lumikatte paksus ja püsivus).</li> <li>- Piiriäärne asukoht (lähedus välisturgudele).</li> <li>- Eesti on sihtriigina veel avastamata (uudsuse võlu).</li> <li>- Keskkonnasäästliku (öko, mahe,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Majanduslangusest tingitud turismiteenuste tarbimise ja pakkumise vähenemine.</li> <li>- Eesti-sisese ja lähivälismaa konkurentsi tihenemine turismisihtkohana tutvustamisel.</li> <li>- Ebahütlane ühistranspordi ühendus (sh Tartu lennuühenduse võimalik kadumine, ohtlik Tallinn-Tartu maantee, puudulik rongiliiklus, Läänemere-Peipsi ühendus).</li> <li>- Ebasoodsad poliitilised otsused (nt maksumuudatused).</li> <li>- Puudub ühtlustatud turismialane terminoloogia.</li> <li>- Küllastajate madal keskkonnateadlikkus.</li> </ul>

<p>roheline) mõtteviisi kasv.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Turismiarenduse toetusprogrammid. Jätakuvalt toetatakse turismiturundust.</li> <li>- Tihe teedevõrgustik. Lõuna-Eesti on kaetud tiheda teedevõrgustikuga, mis võimaldab külastajatel pääseda ligi erinevatele turismiobjektidele. Samuti on Lõuna-Eestis vahemaad lühikesed ja kiiresti läbitavad.</li> </ul>	
--	--

## 4.2. Visioon

### Lõuna-Eesti visioon aastaks 2020

**Lõuna-Eesti on Baltikumi ja Põhjamaade parim paik  
pärandi võlu, vaheldusrikka looduse ja eedate elamuste  
nautimiseks viiel aastaajal.**

**Parim paik** – Lõuna-Eesti on külastajale parim paik. Külastaja on alati oodatud ning igatiuks leiab endale siit endale sobivaima elamuse saamise viisi. Selleks, et Lõuna-Eesti oleks parim paik, küsitakse külastajatelt tagasisidet, mis võetakse aluseks regiooni turismivõimaluste arendamisel. Turismisuunaliste tegevuste üle peetakse järelevalvet, tagamaks kvaliteeti ja külastaja rahulolu. Parima paiga kuvandi loomiseks ja parimate teenuste pakkumiseks koolitatakse turismiasjalisi ning aktiivseid eestvedajaid.

**Pärandi võlu** – Lõuna-Eesti üheks põhiliseks atraktsiooniks on säilinud pärimuskultuur ja traditsioonilised oskused (nt setod, mulgid, võrokeseid, Peipsi ääre vanausulised). Pärimuskultuuri tutvustamisel tuuakse välja omanäolisus ja eripärad (regiooni „ummamuudu“ olemus).

**Vaheldusrikas loodus** – Lõuna-Eesti on tuntud oma kauni looduse, koosluste mitmekesisuse ja kuppelmaastiku poolest. Lõuna-Eesti loodust kaitstakse järjepidevalt, et ka järeltulevatel põlvedel oleks võimalus looduskeskkonna võlusid nautida.

***Ehedad elamused** – Külastajale pakutakse osalemise ja isetegemise kaudu siiraid, loovaid ja elusaid elamusi.*

***Viiel aastajal** – Viies aastaag esineb Soomaal ja Emajõel suurveeperioodi ajal. Suurveeperiood annab võimaluse sesoonsuse vähendamiseks ning uute ja huvitavate teenuste pakkumiseks.*

### **4.3. Strateegilised põhimõtted**

Lõuna-Eesti turismi arengukava strateegilised põhimõtted on välja töötatud eelnevas alapeatükis koostatud SWOT-analüüsile toetudes. Strateegilised põhimõtted on koostatud TOWS-meetodiga: strateegiliste lähtekohtade leidmiseks ristati omavahel tugevusi ja võimalusi, nõrkusi ja võimalusi, tugevusi ja ohtusid ning nõrkusi ja ohtusid. Strateegilised lähtekohad on vajalikud selleks, et muuta tugevused võimalusi ära kasutades tugevamaks, vähendada nõrkusi väliseid võimalusi kaasates, vältida ohtusid tugevuste kasutamise läbi ning vähendada nõrkusi ja vältida ohtusid.

1. Lõuna-Eesti kui reisisihtkoha positiivse kuvandi hoidmine ja tutvustamine läbi aktiivse ja süsteemse turunduse ning koostöö.
2. Turismi arengu planeerimine ja juhtimine toimub tootepõhiselt. Põhilisteks toodeteks on loodusturismi toode, aktiivse puhkuse toode, äriturismi toode, tervise- ja lõõgastusturismi toode ning kultuuri- ja ajalooturismi toode.
3. Lõuna-Eesti kui turismipiirkonna tutvustamisel ning konkurentsieelise loomisel toetutakse regiooni tugevustele, milleks on säilinud kultuuripärand, kaunis loodus, kliimaatilised erinevused võrreldes Põhja- või Lääne-Eestiga jne.
4. Lõuna-Eesti turismi arendamisel tehakse aktiivselt koostööd nii turismiettevõtjate kui ka teiste turismiarendajatega. Suurt rõhku pööratakse ühisele turundusele, tootearendusele ning koolitustele.
5. Lõuna-Eesti kui turismipiirkonna tutvustamisel kasutatakse Tartu linna kui regiooni olulise tõmbekeskuse kuvandit. Tartut tuuakse esile nii äriturismi kui ka kultuuri- ja ajalooturismi toodete tutvustamisel.
6. Turundustegevuste elluviimisel kasutatakse toetusprogrammide vahendeid.
7. Tootepakettide väljatöötamisel peetakse silmas säästva arengu põhimõtteid.
8. Regiooni olemasolevaid ressursse ja tugevusi kasutades luuakse juurde hooajalisust vähendavaid turismiteenuseid. Hooajalisuse vähendamiseks arendatakse regioonis välja äriturismi ning tervise- ja lõõgastusturismi tooted.
9. Lõuna-Eesti kultuuri- ja ajalooapärandi korrastamiseks ning uute külastusobjektide juurdeloomiseks kasutatakse toetusprogrammide vahendeid.

10. Lõuna-Eesti turimisregiooni tutvustamisel ja mainekujundamisel tuuakse esile paranenud infrastruktuuri ja ligipääsetavust (toimiv Tartu lennujaam, peagi uuendatud raudteeühendus Riiaga, hea maanteevõrgustik).
11. Lõuna-Eesti turismiregiooni edukamaks arendamiseks ning turismiarendajate tegevusele kaasaitamiseks luuakse turismistatistika kogumiseks ja haldamiseks ühtne süsteem.
12. Regiooni turismi arendamiseks suunatud ressursside efektiivsem kasutus tagatakse turismiarendajate ja turismiosaliste rollide määratlemise kaudu.
13. Turismitoodete arendus ja kvaliteet tagatakse turismiettevõtjate järjepideva koolitamise kaudu.
14. Ühtsete turismiarengu põhimõtete väljatöötamisel ja elluviimisel jätkatakse aktiivset koostööd riiklike institutsioonidega (nt EAS, RMK jne)

#### ***4.4. Lõuna-Eesti turismi arengu eesmärk***

Järgnevas alapeatükis on välja toodud Lõuna-Eesti järgmise kümne aasta olulisemad turismi arengusuunad (eesmärgid).

Lõuna-Eesti turismistrateegia aastani 2010 seadis oma eesmärkideks tasakaalustatud piirkondliku arengu, uute töökohtade lisandumise ning elanikele lississetuleku tagamise.

Käesolev arengukava astub varasemalt püstitatud eesmärkidest sammu edasi. Arengukava eesmärgiks on leida prioriteetsed ja olulisemad arendusvaldkonnad, mis aitavad turismiarendajatel ressursse otstarbekalt suunata ning seeläbi suurendada regiooni külastatavust ja regiooni turismitulusid.

##### **Eesmärgid:**

##### **1. Lõuna-Eesti on aastal 2020 tuntud ja tunnustatud reisisihtkoht viie väljatöötatud turismitoote lõikes. Lõuna-Eesti külastatavus on kasvanud ning külastused pikenenud, külastatavuse sesoonsus on vähenenud**

- Välisturistide külastatavus on suurenenud 30%. Aastal 2020 ööbib Lõuna-Eestis ligikaudu 280 000 välisturisti (2008.aastal ööbis Lõuna-Eestis 217 000 välisturisti).
- Siseturistide külastatavus on suurenenud 20%. Aastal 2020 ööbib Lõuna-Eestis 625 000 siseturisti (2008.aastal ööbis Lõuna-Eestis 521 000 siseturisti).
- Ööbivate välisturistide osakaal on aastaks 2020 kasvanud 20%-lt 30%-ni.
- Aastal 2020 külastab 60% välisturistidest Lõuna-Eestis vähemalt kahte maakonda (hetkel külastavad 72% välisturistidest ainult ühte maakonda mobiilpositsioneerimise uuringu andmetel).
- Aastal 2020 on välisturistide külastatavus madalhooaegadel kasvanud 30%-ni (hetkel 22%, mobiilpositsioneerimise uuringu kohaselt).

- Lõuna-Eesti põhilisteks sihtturgudeks on naaberriigid (Soome, Läti, Venemaa)

#### **Alaeesmärgid:**

**1.1. Aastal 2020 tuntakse Lõuna-Eesti aktiivse puhkuse toodet Baltikumi suurimate regulaarsete rahvaspordiürituste ja igapäevaste harrastusvõimaluste poolest viiel\* aastaajal. Lõuna-Eesti on tuntuim suurima publikuhuviga rahvusvahelisi tippspordi üritusi võõrustav regioon. Aktiivse puhkuse toodet täiendab kohalik pärandkultuur.**

#### **Eesmärgi saavutamise rõhuasetused:**

- Rahvusvaheliselt tunnustatud spordisündmuste korraldamine Lõuna-Eestis (nt Tartu Maraton)
- Lumepõhiste tegevuste arendamine
- Viienda aastaajapõhiste teenuste toomine turule

#### **Eesmärgi saavutamise indikaatorid:**

- Aastal 2020 toimuvad Lõuna-Eestis jätkuvalt vähemalt 4 traditsioonilist rahvusvahelise tasemega spordiüritust (Tartu maratoni neliküritus, MM karikaetapid murdmaasuusatamises, orienteerumise ja vibulaskmise võistlused)
- Aastal 2020 pakub Lõuna-Eestis aktiivse puhkuse teenuseid 200 ettevõtjat. Hetkel pakub aktiivse puhkuse teenuseid 120 ettevõtjat.
- Aastaks 2020 on ettevõtjate poolt väljatöötatud vähemalt 5 viienda aastaajapõhist teenust (veematkad, ekstreemsed jalgsimatkad jm).
- 2020. aastaks pakub Lõuna-Eestis aastaringselt taliharrastuse teenuseid 4 ettevõtet/objekti.

**1.2. Lõuna-Eesti pakub kultuurielamusi läbi ehedate ja säilinud kultuuriväärtuste, eksponeeritud ajaloo, traditsiooniliste ürituste ning eripäraste külastusobjektide.**

#### **Eesmärgi saavutamise rõhuasetused:**

- Atraktiivsete traditsiooniliste kultuuriürituste korraldamine
- Kultuuriobjektide säilitamine
- Vaimse pärandkultuuri hoidmine ja arendamine (seto, võrokeste, mulgi kultuur jne),
- Tartu linn kui kultuurikeskuse tutvustamine

#### **Eesmärgi saavutamise indikaatorid:**

- Aastaks 2020 on säilinud kõik olemasolevad kultuuri- ja ajalooturismi objektid (ligikaudu 140 muuseumi ja külastuskeskust).
- Juurde on tekkinud 20 uut kultuuriturismi objekti.
- Jätkuvalt korraldatakse traditsioonilisi rahvusvahelise olulisusega mainesündmusi (Viljandi Folkloorifestival, Tartu Hansapäevad, suured vabaõhu kontsertetendused).

### ***1.3. Lõuna-Eesti on mitmekesise loodus- ja pärandmaastikuga turismipiirkond.***

#### ***Eesmärgi saavutamise rõhuasetused:***

- Loodusmatkade korraldamine üldhuvidega inimestele (nt rabamatkad – tutvustatakse Lõuna-Eesti looduse mitmekülsust)
- Taime- ja loomavaatlused, pärandkoosluste tutvustamine

#### ***Eesmärgi saavutamise indikaatorid:***

- Aastaks 2015 on turule toodud 3 uut loodusturismi teenusepaketti (spetsiifiliste taime- ja loomaliikide vaatlused).
- Aastaks 2020 on juurde tekkinud 10 loodusturismi teenusepakkujat.
- Loodud on kaug-matkaradade võrgustik (2015).
- Aastas koolitatakse 50 loodusteenuse pakkujat.

### ***1.4. Aastal 2020 on Lõuna-Eesti tervise- ja lõõgastusturismi toode Baltikumis tuntud mitmekesiste ja eristuvate võimaluste poolest. Tervise- ja lõõgastusturismi toode toetub Lõuna-Eesti omapärale (ajaloo- ja kultuuripärand, looduskeskkond, tervisespordi võimalused, üritused).***

#### ***Eesmärgi saavutamise rõhuasetused:***

- Kohaliku päritoluga niššitoodete väljatootamine ja tutvustamine
- Medical spa osatähtsuse tõstmine
- Mahetoidu laialdasem kasutuselevõtt
- Rahulik ja privaatne keskkond lõõgastumiseks

#### ***Eesmärgi saavutamise indikaatorid:***

- Aastal 2020 on juurde tekkinud 4 uut tervise- ja lõõgastuskeskust. Hetkel tegutseb Lõuna-Eestis 9 tervise- ja lõõgastuskeskust (spaa, sanatoorium)<sup>1</sup>. Jõgevamaale on rajatud üks tervise- ja lõõgastuskeskus. Olemasolevad teenusepakkujad on oma ettevõtet laiendanud.
- Välituristide osakaal spaades ja sanatooriumides on kasvanud 20%-ni (hetkel hinnanguliselt 10%).

### ***1.5. Tartu linn on tuntuim Baltikumi teadus- ja meditsiiniturismi sihtkohana. Aastal 2020 tuntakse Tartu linna ja Lõuna-Eesti äriturismi toodet kui Baltikumi tuntuimat teadusturismi piirkonda. Äriturismi tootele annavad lisaväärtust Lõuna-Eesti loodus- ja pärandkultuur.***

#### ***Eesmärgi saavutamise rõhuasetused:***

- Tartu linna kui äriturismi keskuse tutvustamine
- Omanäoliste ja kvaliteetsete seminarikorraldamise kohtade loomine regioonis

---

<sup>1</sup> Dorpat Spa, Värska Sanatoorium, Pühajärve Puhkekeskus, Bernhard Spa Hotell, Kubija hotell, Peetrimõisa Villa Spa Hotell, Aleksandri ilu ja tervisekeskus, Pansionaat „Loodus“, Metsamoori Perepark

***Eesmärgi saavutamise indikaatorid:***

- Aastal 2020 pakub äriturismi teenuseid (täisvarustuses seminariruumid) 250 ettevõtjat. Hetkel pakub äriturismi teenuseid 200 ettevõtjat.
- Regiooni on juurde loodud üks suur pidulikke vastuvõtte võimaldav saal (mahutavus üle 1000 inimese).
- Aastaks 2020 tegutseb Lõuna-Eestis 3 loomemajanduse inkubaatorit/arenduskeskust (Tartu, Viljandi jm).
- 

**2. Lõuna-Eesti turismiteenuste pakkumist toetav turismiinfrastruktuur on piisavas mahus väljaarendatud ja aitab külastajale pakkuda kvaliteetset elamust. Lõuna-Eesti on reisisihtkohana hästi ligipääsetav.**

- Aastal 2020 tegutseb Lõuna-Eestis 400 majutusteenuse pakkujat. Hetkel tegutseb Lõuna-Eestis 309 majutusteenuse pakkujat. Majutusteenuse kvaliteet on paranenud (küllastajate tagasiside põhjal).
- Aastal 2020 tegutseb Lõuna-Eestis 550 toitlustusteenuse pakkujat. Hetkel tegutseb Lõuna-Eestis ligikaudu 450 toitlustusteenuse pakkujat. Toitlustusteenuse pakkumise kvaliteet on paranenud (küllastajate tagasiside põhjal).
- Aastaks 2015 on teeninduskultuur paranenud – teenuse pakkujad on motiveeritud kvaliteetse teenuse pakkumisest. Küllastajate tagasiside põhjal on teeninduskvaliteeti hinnatud 8 punktiga 10-st.
- Aastaks 2020 on Tartu lennujaama lisandunud otselennud veel kahte sihtriiki. Lendude täituvus on vähemalt 60%.
- Aastaks 2020 on avatud Peipsil laevaliiklus Pihkva suunal.
- Aastaks 2020 toimib täielikult Rail Baltica raudteeühendus (Riia-Peterburg, Tartu-Moskva suunal).

#### ***4.5. Lõuna-Eesti turismiregiooni turunduse üldised põhimõtted***

Lõuna-Eesti turundustegevuste eesmärgiks on kujundada Lõuna-Eestist atraktiivne, tuntud ja tunnustatud turismiregioon - Eesti loodusest ja kultuuripärandist parim osasaamise paik.

Lõuna-Eesti regiooni turundatakse viie toote põhiselt. Lõuna-Eesti kui terviku turundamisel ja imago kujundamisel toetatakse juba väljatöötatud Lõuna-Eesti brändile.

Lõuna-Eesti brändi visiooniks on olla armastatuim turismisihtkoht regioonis, kuhu tullakse taas ja taas kogema ehedaid rännuelamusi: hästi hoitud loodust, põlvest põlve hoitud kultuuripärandit ja rahvuslikke traditsioone.

Brändi põhiväärtusteks on hästi hoitud looduskeskkond, põlvest põlve edasi antud kultuuripärand ja traditsioonid, siirad, avatud ja külalislahked inimesed, aastaringne turismihooaeg – alati põhjust tulla.

Maakonnakesksetelt turundustegevustelt liigutakse edasi tootepõhisele turundusele, mis eeldab tihedat koostööd erinevate maakondade turismiarendajate, turismiorganisatsioonide ja ettevõtjate vahel. Turundustegevus on regionaalselt ühtselt koordineeritud.

Lõuna-Eesti turunduse strateegilises suunamises keskendutakse maksimaalsele hooajalisuse ületamisele, Lõuna-Eesti ühise imago loomisele ja välja arendamisele, turundusalasele koostööle ning toodete omaduste kvaliteedi ühtlustamisele.

Turundustegevusi suunatakse tootepõhiselt määratletud sihtgruppidele. Lõuna-Eesti turismiregiooni katusorganisatsioon suunab oma turundustegevusi eelkõige välisurgudele, maakondlikud katusorganisatsioonid tegelevad eelkõige siseturistide ja juba regionis liikuvate välisuristidega. Regiooni imago loomisel kasutatakse suuri traditsioonilisi üritusi.

## ***4.6. Turismitooted***

### **4.6.1. Aktiivse puhkuse toode**

#### **4.6.1.1. Toode**

**Aktiivne puhkus on rekreatiivsel eesmärgil füüsilist koormust pakkuv ja pingutust nõudev tegevus, mis annab emotsionaalset lisaväärtust.**

Aktiivsed tegevused baseeruvad Lõuna-Eesti looduse ja kultuuripärandi ressursil. On levinud mõtteviis, et aktiivne puhkus on küll ühelt poolt füüsiline, kuid teiselt poolt seotud enamasti ka mingisuguse teabe edasiandmisega – seetõttu on aktiivse puhkuse tooteks mitte pelgalt jalgrattarent, vaid jalgrattarent koos giidiga. Aktiivse puhkuse toote puhul toimub tootmine ja tarbimine samaaegselt ning seetõttu nõuab toote pakkumine ka paindlikkust.

Lõuna-Eestis on rohkem kui 120 aktiivse puhkuse teenuse pakkujat, kellele lisanduvad veel ürituste korraldajad ning mujal Eestis registreeritud aktiivse puhkuse teenuste pakkujad. Aktiivse puhkuse teenuseid pakuvad nii ainult konkreetsele tootele suunatud ettevõtted kui ka majutusasutused, kes soovivad läbi tegevuste muuta majutusteenust atraktiivsemaks.

Käesoleva arengukava raames on aktiivse puhkuse tootevaldkonna komponentideks nii pakutavad tooted/teenused (nt golf, vibulaskmine, jalgrattasõit, kalandus, matkamine, ratsutamine, taliharrastused, vesiharrastused, automatiseeritud matkad ja safarid, meeskonnamängud, jaht, palli ja muud murumängud jne) kui ka üritused (nt Tartu maratoni neliküritus, MM karikaetapid murdmaasuusatamises (juunioride MM suusatamises aastal 2011), orienteerumise ja vibulaskmise rahvusvahelised võistlused jne). Antud tootevaldkonda käsitletakse ka sporditurismi kontekstis.

Kõige enam on aktiivse puhkuse teenuse pakkujaid Tartumaal ja Valgamaal.

Hetkel on populaarsemateks pakutavateks teenusteks vesiharrastused (kanuu- ja paadisõidud ning vahendite laenus). Vesiharrastustele järgnevad matkade korraldamine ja taliharrastused. Samas pakuvad mitmed ettevõtjad ainult tegevusteks vajalikku keskkonda (matkarajad, spordiväljakud), mis eeldab külastajal isikliku varustuse olemasolu ning ka olemasolevaid oskusi. Samuti pakuvad mitmed ettevõtjad vaid vahendite rentimise võimalust (näiteks jalgrattalaenus), mis klassikalises mõttes on pigem teenuste vahendamine kui pakkumine.

Spordi ja aktiivse puhkuse valdkonda kuuluvaid üritusi korraldatakse Lõuna-Eestis väga palju nii omavalitsuste, turismiarendajate, kolmanda sektori kui ettevõtjate algatusel. Aastas korraldatakse Lõuna-Eestis vähemalt 25-30 traditsioonilist ning üle Eesti rahvast koondavat spordisündmust (näiteks Tartu maraton, Pühajärve triatlon, Viljandi järve jooks jne). Traditsiooniliste ürituste arv on üldjoontes säilinud ning külastatavus kohati aastast aastasse isegi kasvanud.

#### **4.6.1.2. Konkurentsipositsioon**

Konkurentidena käsitletakse aktiivse puhkuse toote analüüsimisel eelkõige teisi Eesti regioone (Põhja-Eesti, Lääne-Eesti ja saared) ning Põhja-Läti.

*Põhja-Eesti* tugevusteks aktiivse puhkuse sihtkohana on meri ja pankrannik, mis võimaldavad pakkuda erinevaid mere ja tuulega seotud tegevusi. Samuti soosib aktiivse puhkuse teenuste pakkumist ja suure hulga turistide olemasolu regioonis pealinn Tallinn. Kasvav tähtsus aktiivse puhkuse teenuste pakkumisel on Ida-Virumaal.

*Lääne-Eesti* eeliseks aktiivse puhkuse toodete/teenuste pakkumisel on meri ja atraktiivsed saared. Lääne-Eestis on asutud aktiivselt arendama jalgrattamarsruute ja sellega seonduvaid teenuseid, kuid sama tehakse ka Lõuna-Eestis. Eesrindlik on selles valdkonnas Tartumaa. Lääne-Eesti tasasem maastik ning mere lähedus ei võimalda neil hetkel pakkuda nii tugevaid talviseid aktiivse puhkuse tooteid kui Lõuna-Eestis pakutakse.

*Põhja-Läti* looduskeskkond ja maastik võimaldaksid pakkuda väga erinevaid aktiivse puhkuse tooteid, kuid hetkel on Lõuna-Eesti selles valdkonnas paremas positsioonis. Rajatud on mitmeid jalgrattamarsruute ning aktiivselt pakutakse ka ratsutamise teenuseid.

*Lõuna-Eesti* eelisteks konkurentide ees on vaieldamatult kaunis kuppelmaastik, rahvusvahelise tähtsusega märgalad (Soomaa, alam-Pedja, Emajõe Suursoo) ja omanäoline kultuuripärand. Käänulised jõed ja suur hulk järvi pakuvad huvitavaid võimalusi veespordi harrastamiseks. Lisaks on Lõuna-Eesti eeliseks lumikatte pikem kestus ning suurveeperioodi esinemine, mis võimaldavad pakkuda omanäolisi teenuseid.

### 4.6.1.3. Hetkeolukorra analüüs

Töörühmades teostati aktiivse puhkuse toote hetkeolukorra analüüs, mille raames kaardistati toote tugevused ja nõrkused. Fikseeritud hetkeolukorra baasil on püstitatud ka toote arendamiseks vajalikud eesmärgid ning eesmärkide saavutamiseks on määratletud konkreetsete tegevused.

#### Tugevused

- Lõuna-Eesti aktiivse puhkuse võimalused on siseturistile tuntud;
- Lõuna-Eestis on mitmekesiselt kasutatud looduskeskkond, mille baasil aktiivseid tegevusi pakkuda;
- aktiivse puhkuse teenuste pakkujatel on selge valmisolek koostööks majutusasutustega;
- tugev kolmanda sektori panus koostöös avaliku sektoriga turismisektori arendamisel;
- aktiivse puhkuse teenuste pakkumine on atraktiivne tegevusvaldkond ettevõtlusena;
- aktiivse puhkuse tuginfrastruktuur on heal tasemel (nt puhkekohad, matkarajad jne);
- turismiarendust peetakse regioonis oluliseks valdkonnaks ning arendatakse paljude inimeste poolt;
- Lõuna-Eesti on talvepuhkuse piirkonnana eristuv;
- traditsiooniliste aktiivset tegevust nõudvate ürituste toimumine (nt Tartu maraton, Kuldkala jne).

#### Nõrkused

- teenuste ebahühtlane kvaliteet;
- puuduvad tooted, mis hoiaks klienti piirkonnas kauem;
- välituristile ei ole Lõuna-Eesti kui aktiivse puhkuse piirkond tervikuna tuntud (v.a. murdmaasuusatamine);
- toodete valiku mitmekesisus on väike;
- pärandkultuuri kasutatakse aktiivse puhkuse toote pakkumisel vähe;
- nõrk ühine turundus aktiivse puhkuse teenuse pakkuja ja majutusasutuse vahel;
- välituristile aktiivsed objektid ei ole viidastatud võõrkeeltes (inglise keeles);
- turismiarendus on liiga haldusjaotuskeskne;
- palju dubleerivaid turundustegevusi erinevate turismiasjaliste poolt;
- Lõuna-Eesti tervikuna ei eristu teistest regioonidest (aktiivse puhkuse teenuste pakkumise asukohad on enim kasutusel Kagu-Eestis);
- kvalifitseeritud spetsialistide vähesus.

#### **4.6.1.4. Aktiivse puhkuse toote arendamise visioon aastaks 2020**

**Aastal 2020 tuntakse Lõuna-Eesti aktiivse puhkuse toodet Baltikumi suurimate regulaarsete rahvaspordiürituste ja igapäevaste harrastusvõimaluste poolest viiel\* aastaajal. Lõuna-Eesti on tuntuim suurima publikuhuviga rahvusvahelisi tippspordi üritusi võõrustav regioon. Aktiivse puhkuse toodet täiendab kohalik pärandkultuur.**

\*viies aastaag – suurveeperiood

#### 4.6.1.5. Kliendisegmentid

Toote kliendisegmentid on määratletud EAS Turismiarenduskeskuse uuringute, seotud arengukavade ning turismiarendajate kogemuste baasil. Kliendisegmentide puhul on määratletud sihtgrupi poolt tarbitavad tooted, segmenti üldiseloostus ning infokanalid. Lõuna-Eesti turismi arengukava koostamisel on rõhk suunatud välituristile kui regiooni turismitulude kasvatajale.

**Tabel 3.** Aktiivse puhkuse toote kliendisegmentid

Kliendi-segmenti nimetus	Segmenti alajaotus	Milliseid tooteid tarbivad?	Segmenti iseloomustus	Info
<b>Välituristid</b>				
Turistid	Pered, sõpruskonnad ja üksikuturistid, korporatiivklient.  Prioriteet I: Läti, Loode-Venemaa, Lõuna-Soome turistid; Prioriteet II: Saksamaa, Leedu, Rootsi.	Tarbivad antud toodet teiste toodete kõrvalt.  Sihtriigiti eelistustes erisusi ei esine.	Aktiivse puhkuse tooteid tarbivad nii üksik- kui ka grupituristid. Üksikuturistid käituvad üldjoontes kui pered ja sõpruskonnad. Lastega reisivad turistid langetavad otsuseid tihtipeale lähtudes laste eelistustest. Grupituristid käituvad sarnaselt korporatiivkliendile – reisimarsruut ja tegevused planeeritakse varakult, isel. piiratud ajagraafik. Välituristid tarbivad üldjoontes selliseid aktiivse tegevuse tooteid, mis ei eelda eraldi varustust või mille varustust laenutatakse koha peal. Oluline turvalisus. Kooliekskursioone korraldab Lõuna-Eestisse eelkõige Läti. Üldjoontes bussireisidel olevad turismigrupid aktiivse puhkuse teenuseid ei tarbi.	Infot saavad veebist, reisikorraldajatelt, reisiajakirjadest, infobrošüüridest.
Sportlased ja spordiürituste külalastajad	Harrastus- ja profisportlased erinevatest sihtriikidest	Külastavad regiooni treeningtingimuste ja võistluste tõttu. Spetsiifilised huvid (näiteks suusatamine, orienteerumine,	Erinevas vanuses ja erineva treenituse astmega sportlased (ka harrastussportlased), kes liiguvad üksi või koos kaaskonnaga (sõpruskonnad, pered, treeninggrupid). Otsivad häid treeningtingimusi ning huvitavaid võistlusi, kus osaleda.	Infot saavad seotud organisatsioonidelt (nt spordiklubid) ja veebist.

		jalgrattasõit jne).		
	<b>Siseturistid</b>			
Aktiivse puhkuse harrastajad ja spordiürituste küllastajad/pealtvaatajad	Pered (lastega ja lasteta)	Üldhuvi aktiivsete tegevuste vastu.  Tarbivad juurde ka teisi turismitooteid (kultuur ja ajalugu, loodusturism).	Pered langetavad otsuseid tihtipeale lähtuvalt laste soovidest. Otsitakse tegevusi, kus terve pere saab koos osaleda. Enamasti reisivad omal käel ning tihti planeerivad tegevusi ette. Otsivad aktiivseid tegevusi, mis on jõukohased igas vanuses lastele. Oluline turvalisus. Eelarvepiirangud.	Infot saavad veebist (visitestonia.com, maakondade veebilehtedelt jne), tuttavatelt suusõnaliselt, laste kaudu koolidest, lasteaedadest, huviringidest; samuti meedia vahendusel (reisisaated, telereklaamid, kirjutav meedia).
	Sõpruskonnad ja üksikturistid	Üldhuvi aktiivsete tegevuste vastu.  Tarbivad juurde ka teisi turismitooteid (kultuur ja ajalugu, loodusturism).	Sõpruskonnad ja üksikturistid langetavad otsuseid pigem reisi jooksul ning planeerivad vähem tegevusi ette kui pered. Eelistavad ekstreemsemaid tegevusi. Nõus rohkem teenusele kulutama.	Infot saavad veebist, tuttavatelt suusõnaliselt, kirjutavast meediast (ajakirjad, ajalehed).
	Korporatiivklient (organisatsioonid): - Koolid - Organisatsioonid, huviringid - Seminari- ja konverentsituristid	Tarbivad antud toodet teiste toodete kõrvalt.	Antud sihtgrupi reisimarsruudid ja tegevused on enamasti reisi alguses paika pandud. Piiratud ajagraafikuga. Reisivad suuremates gruppides, seega tarbivad tegevusi, milles saab osaleda kogu kollektiiv korruga. Kooliõpilaste grupid on teenuste tellimisel hinnatundlikumad. Samuti langevad kooliõpilaste reisid pigem kevadesse ja sügisesse. Konverentsituristide puhul on oluline arvestada, et enamus ajast sisustatakse teiselt ning meelelahutus on teisejärguline.	Koolid saavad infot otsepostituste kaudu, veebist, erialase ajakirjanduse kaudu (nt reklaam Õpetajate Lehes). Organisatsioonid saavad infot põhiliselt veebist ja otsepostituste kaudu. Seminari- ja konverentsituristid saavad infot seminarikorraldusfirmade ja seminari korraldamise kohtade kaudu ning veebist.
Sportlased	Harrastussportlased ja profisportlased	Küllastavad regiooni treeningtingimuste ja võistluste tõttu.	Erinevas vanuses ja erineva treenituse astmega sportlased (ka harrastussportlased), kes liiguvad üksi või koos kaaskonnaga	Sportlased saavad infot seotud organisatsioonide kaudu (nt spordiklubid),

		Spetsiifilised huvid.	(sõpruskonnad, pered, treeninggrupid). Otsivad häid treeningtingimusi ning huvitavaid võistlusi, kus osaleda.	veebist ning meedia vahendusel.
--	--	-----------------------	---	---------------------------------

#### 4.6.1.6. Tegevuskava aastateks 2010–2015

**Tabel 4.** Aktiivse puhkuse toote eesmärgid ja tegevuskava aastani 2015

Eesmärk	Tegevus	Ajakava	Vastutaja	Tegevuse elluviimise maksumus ja rahastusallikas
1.1. Lõuna-Eesti on Eesti kuvandis aktiivse puhkuse regioonina tuntud. 1.2. Lõuna-Eesti on aktiivse puhkuse võimaluste poolest tuntuim Baltikumis aastaks 2015. <b>1.3.</b> Regiooni turundus on ühtselt koordineeritud ja asjaosaliste poolt aktsepteeritud.	1.1.1. Aktiivse puhkuse tootetrükise koostamine. Tiraaz: inglise keeles (3000 tk), saksa keeles (3000 tk), soome keeles (3000 tk), eesti keeles (3000 tk), vene keeles (3000 tk), rootsi keeles (1000 tk). Trükises sisalduv info esitatakse paralleelselt ka veebis.	2010–2011	SA LET	250 000 krooni
	1.1.2. Rahvusvaheliste suurürituste ülekannete vahel edastatakse regiooni tutvustavaid reklaamklippe. Klipid tutvustavad terve Eesti aktiivse puhkuse	Reklaamklippide tootmine 2010–2011; reklaamklippide edastamine suurürituste ülekannetes alates	EAS, SA LET	Kulud kannab riiklik tasand

	võimalusi.	2011 järjepidevalt		
	1.1.3. Veebipõhiste lahenduste arendamine (nt 3D tutvustused).	2010 – järjepidevalt	Ettevõtjad	Kaasnevad kulud kannab ettevõtja (maksumus vahemikus 75 000 – 150 000 krooni)
	1.1.4. Koostööpartnerite info edastamine teenusepakujate veebilehel (ettevõtjad on ühendatud keskse veebilehe kaudu).	2010 – järjepidevalt	Ettevõtjad, ettevõtjate ühendused, EAS (visitestonia.com)	Kaasnevad kulud kannab ettevõtja või ettevõtjate ühendused
1.2. Looduskeskkonna kasutamine on mitmekesisem, looduskeskkonna kasutamine ei ületa looduse ja kogukonna koormustaluvust.	1.1.5. Kutsutakse ellu ja arendatakse viienda aastaaja üritused.	2010	Ettevõtjad, ettevõtjate ühendused	Kaasnevad kulud kannab ettevõtja (maksumus sõltub ürituse iseloomust)
1.3. Viies aastaag on kasutusele võetud aktiivse puhkuse teenuste pakkumisel ja turundamisel (2010 – aktiivselt pakutakse vastavaid teenuseid siseturistile; 2017 – viienda aastaaja põhistest teenustest on teadlik kogu Baltikum). Aastaks 2020 on väljatöötatud vähemalt 5 viienda aastaajapõhist teenust.	1.1.6. Viies aastaag lülitatakse regiooni turundussõnumisse (viienda aastaaja võimaluste tutvustamine trükistes).	2010	SA LET	Sisaldub toote trükise hinnas

<p>1.2. Toimiv reaalne koostöö erinevate teenusepakkujate vahel (suhtevõrgustik) aastaks 2013. Võrgustikku kuulub 30% aktiivse puhkuse teenuse pakkujatest.</p> <p>1.3. Koostöö tulemusena on tekkinud uusi tootepakette. Aastaks 2015 pakub ühiseid tootepakette 30% kõikidest aktiivse puhkuse teenuste pakkujatest.</p> <p>1.4. Aastaks 2010 on tekkinud aktiivse puhkuse arendamise aktiivgrupp.</p> <p>1.5. Turismitoodete arendus on kasutajakeskne ja ei lähtu haldusjaotusest.</p> <p>1.6. Regiooni turundus on ühtselt koordineeritud ja asjaosaliste poolt aktsepteeritud.</p>	<p>1.1.7. Valdkonna ettevõtjate ümarlaua korraldamine kord aastas.</p> <p>Ümarlaua korraldamise initsieerimine SA LET-i ülesanne, edasine läbiviimine ettevõtjate ühenduste ülesanne. 15–30 inimest.</p>	<p>2010 – jätkuvalt igal aastal</p>	<p>SA LET, MAK, ettevõtjad, ettevõtjate ühendused</p>	<p>Ühe ümarlaua korraldamise hind (SA LET) 5000 krooni</p>
	<p>1.1.8. Teenusepakkujate koolituste läbiviimine (aktiivse puhkuse teenuste pakkumise koolitus). 15–20 osalejale.</p>	<p>2010 – jätkuvalt</p>	<p>SA LET</p>	<p>200 000 – 400 000 krooni koolitustsükli kohta</p>
<p>1.2. Ühtlaselt heal tasemel teenuste kvaliteet. Aktiivse puhkuse toodete kasutajahulga tõus on taganud majandusliku jätkusuutlikkuse.</p>	<p>1.1.9. Teenuse kvaliteedi (ühis)koolitused (teenindava personali koolitused).</p>	<p>2010 – jätkuvalt</p>	<p>MAK, haridusasutused</p>	<p>30 000 krooni päev</p>
<p>1.2. Aktiivse puhkuse tugiinfrastruktuuri on järjepidevalt hooldatud ja parendatud avaliku sektori</p>	<p>1.1.10. Elektroonse infofoorumi loomine tugiinfrastruktuuri probleemide kajastamiseks</p>	<p>2010</p>	<p>EAS, SA LET, MAK, ettevõtjad, ettevõtjate ühendused.</p>	<p>Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele</p>

poolt.	(kasutuskeskkond spetsialistidele). Võimaldab parandada teenusepakkujate infovahetust avaliku sektoriga (nt probleemidest teavitamine). SA LET-i ülesandeks küsimuste initsieerimine ja probleemide tõstatamine.			
1.3. Mitmekesiste talvepuhkuse teenuste pakkumiseks vajalik infrastruktuur ja tehnilised lahendused (sh hooldustehnika) on piisavad aastaks 2015.	1.1.11. Kord aastas info- ja koolituspäevad keskuste juhtidele.	2010 – järjepidevalt	SA Eesti Terviserajad	Maksumus hinnanguliselt 30 000 krooni
1.4. Teenused kujundatakse aastaringseks ning luuakse selleks vajalik infrastruktuur. 2020. aastaks pakub Lõuna-Eestis aastaringset taliharrastuse teenuseid 4 ettevõtet/objekti (2 suusatunnelit, 2 uisuväljakut).	1.1.12. Jätkuvad investeeringud infrastruktuuri haldajate initsiatiivil ja teostusel.	2010 – järjepidevalt	Ettevõtjad, KOV, riiklik tasand	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
1.2. Talvised üritused on esile tõstetud kui piirkonnaomased üritused.	1.1.13. Toimumiskindluse suurendamine tehniliste vahendite abil (nt kunstlume tootmine).	2010 – järjepidevalt	Ettevõtjad, KOV	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
1.3. Regioon on tuntud aktiivset tegevust nõudvate traditsiooniliste ürituste	1.1.14. Regiooni institutsioonid	2010 –	SA LET, MAK	Hind kujuneb

1.4.	toimumiskohana. Viiel aastaajal toimuvad regulaarsed üritused on tuntud kõikjal Baltikumis aastaks 2015.	toetavad ürituste toimumist. Järjepidev ürituste turundamine.	järjepidevalt		vastavalt tellitud teenusele
1.2.	Turismiarendustegevused on koordineeritud (erinevatel tasemetel).	1.1.15. Lõuna-Eesti turismifoorumi korraldamine.	2010–2011	SA LET	25 000 krooni
		1.1.16. Info arendustegevustest koondatakse SA LET veebilehele (suunatud spetsialistile).	2010–2011	SA LET	Tööjõu kulud
1.2.	Viidastus on välituristile arusaadav.	1.1.17. Ühtse märgistuse aluste väljatöötamine.	2011	Maanteeamet, EAS, SA LET, MAK	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
1.2.  1.3.	Aastaks 2013 on piisav hulk aastaringselt hõivatud spetsialiste (matkajuhte, giide, instruktoreid).  Toimiv täiendõppesüsteem.	1.1.18. Spetsialistide koolituste korraldamine.	2010 – järjepidevalt	Erialaühendused	Keskmine kulu 30 000 krooni päev
		1.1.19. Töötatakse välja (fikseeritakse) spetsiifiliste teenuste atesteerimise ühtsed alused.	2012	EAS, Eesti Kutsekoda, erialaühendused	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
		1.1.20. Täiendõppesüsteemi loomine.	2012	Haridusasutused, EAS, MAK, SA LET	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele

## 4.6.2. Ajaloo- ja kultuuriturismi toode

### 4.6.2.1. Toode

**Kultuuriturism on turismiliik, mis on seotud kunsti, looduse, kunstipärandiga linnade, suurte ajalooliste väärtustega piirkondade ning kohalike traditsioonidega.**

Käesoleva arengukava mõistes kuuluvad antud toote alla:

- ajaloolised objektid (mõisad, linnused jne);
- kultuuri- ja külastusobjektid (muuseumid, teatrid, galeriid jne);
- ajaloo- ja kultuuripärand (võru keel, legendid ja lood jne);
- ajaloo- ja kultuuriüritused;
- piirkonnaomased toidud;
- traditsioonilised tegevused (nt ketramine, lina töötlemine).

Kultuuri- ja ajaloopärandi tootevaldkonna moodustavad Lõuna-Eesti kõik ajaloolised objektid, kultuuri- ja külastusobjektid, ajaloo- ja kultuuripärand, sündmused jm. Toetudes [visitestonia.com](http://visitestonia.com) andmetele ja maakondade kodulehel kuvatud infole on Lõuna-Eestis rohkem kui 140 ajaloo- ja kultuuriobjekti (arvestatud on eelkõige muuseumite, külastuskeskuste, teatrite ja muude avalike ajaloo- ja kultuuriobjektidega). Suurim hulk kultuuriobjekte asub Tartumaal, millest ligikaudu 55 kultuuriobjekti asub Tartu linnas. Suurima hulga ajaloo- ja kultuuriobjektidest moodustavad muuseumid (üle 60 muuseumi). Eestis tervikuna on kokku 26 000 kultuurimälestist ning muuseume 250. Antud suurusjärg ei ole lõplik, sestkõiki objekte puudutav info ei ole kuvatud internetis ning puudub ühtne andmebaas, mis koondaks kõiki kultuuri- ja ajaloopärandi objekte puudutavat infot.

Lõuna-Eesti kultuuri- ja ajaloopärandi toode vajab nii tervikuna kui ka objektiti investeeringuid arendustegevusteks. Oluline on parandada objektide viidastust, ligipääsetavust (ka invaliididele), uuendada muuseumide ekspositsioone. Ajaloo- ja kultuuriobjektid on suures enamuses avaliku sektori haldusalas, seega enamus neist ei ole majanduslikult tasuvad äriobjektid. See omakorda tingib piiratud mahus investeeringud objektidesse. Suureks probleemiks on vahendite ja ka regulaarsete külastajate puuduse tõttu piiratud lahtiolekuajad.

Järgnevalt on välja toodud ajaloo- ja kultuuripärandi üleriigilised arenguvajadused:

- Puudub terviklik ja adekvaatne ülevaade kultuuripärandi hulgast ja selle seisundist.
- Kultuuripärandi valdkonna riiklikud rahastamissüsteemid ja toetuste jaotamise põhimõtted ei ole piisavalt selgelt fikseeritud; ühte projekti või tegevust toetatakse mitmest riiklikust allikast; määratlemata on prioriteedid ja vastutajad kultuuripärandi säilitamisel
- Avalik huvi ja ühiskonna ootused kultuuripärandiga seotud tegevustele on suuremad kui olemasolevad ressursid võimaldavad.
- Kultuuripärandit ei osata tihtipeale näha meie igapäevase elu loomuliku osana, kultuuripärandi väärtustamist tunnetatakse hoopis piiranguna ja arengu pidurdajana



### 4.6.2.3. Hetkeolukorra analüüs

#### Tugevused

- olemas on kultuuri- ja pärandikandjad;
- on tahe pakkuda (pärand)kultuuri;
- palju kultuuripärandil baseeruvaid üritusi;
- on olemas kultuuri arendavad institutsioonid (mäluasutused);
- pärandi väärtustamine – regiooni sees väärtustatakse kultuuri- ja ajaloopärandit;
- pärandkultuuri keskkonda peetakse igapäevaelu osaks;
- regioonis on olemas hästi säilinud ja eksponeeritud kultuuripärandi objekte;
- soov kultuuri- ja ajalooressurssi hoida ja parendada (objektidesse on tehtud investeeringuid);
- regioon on tuntud rikkaliku ajaloo- ja kultuuripärandi poolest.

#### Nõrkused

- ebaühtlane teeninduskultuur (ei osata veel külalist teenindada);
- olemasolev ressurss on kasutamata: teenusepakkujad ei ole ise teadlikud oma pärandi väärtusest – vähene teadlikkus toote pakkumise võimalustest (nt kasutamata legendid tootearenduses);
- pole suudetud piisavalt väärtustada oma ajaloopärandit riiklikus sektoris (ei ole piisavalt teavitatud riiklikku tasandit);
- teenindajate keeleoskuse halb tase;
- interpreteerijate ebaühtlane kompetentsus (giidide oskus kliente teenindada);
- kogemuste ja oskuste puudumine pärandi kasutamisel;
- toode ei ole viimistletud, vähene tootearendus;
- vähene koostöö teenusepakkujate vahel (ühispakettide vähesus);
- kultuuri- ja ajaloopärandi ressurss on halvas seisukorras;
- vastutajad ja asjaosaliste rollid ei ole täpselt määratletud;
- halb ligipääs turismiobjektide juurde;
- loomemajanduse ebaefektiivne toimimine: ei osata ühendada kultuuri ja majandust toote pakkumisel (kultuuri loomine ja pakkumine majanduslikult tasuvalt; loomingu ja pärandi edukas kasutamine turismimajanduses);
- tõmbekeskuste/väljatöötatud ürituste/objektide vähene kasutamine pakettide moodustamisel;
- otsustamine käib administratiivsete üksuste keskselt – veel ei suudeta teha otsuseid kogu regiooni ulatuses.

#### **4.6.2.4. Ajaloo- ja kultuuriturismi toote arendamise visioon aastaks 2020**

**Lõuna-Eesti pakub kultuurielamusi läbi ehedate ja säilinud kultuuriväärtuste\*, eksponeeritud ajaloo (sh muuseumid), traditsiooniliste ürituste (festivalid, mainesündmused) ning eripäraste külastusobjektide.**

\*kultuuriväärtused: Lõuna-Eestis kasutusel olevad murded ja murrakud; Tartu ülikooliga seotud traditsioonid

#### 4.6.2.5. Kliendisegmendid

Tabel 11. Ajaloo- ja kultuuriturismi toote kliendisegmendid

Kliendisegmendi nimetus	Segmendi alajaotus	Milliseid tooteid tarbivad	Segmendi iseloomustus	Info
<b>Välituristid</b>				
Individaalturist (pered ja sõpruskonnad)	I prioriteet: Soome, Läti, Venemaa, Saksamaa; II prioriteet: Rootsi, Leedu, Poola, Norra.	Tutvuvad Lõuna-Eesti erinevate ajaloo- ja kultuuriobjektidega. Vastavalt päritoluriigile võivad olla ka erihuvid (nt sakslasi huvitav baltisaksa kultuur ja seda esindavad objektid). Saabuvad regiooni ka spetsiaalselt ürituste pärast (nt Viljandi pärimusmuusika festival, Hansapäevad Tartus jne).	Reisivad väikeste seltskondadena. Planeerivad turismimarsruudid ette. Lähinaabrid teevad nädalavahetuse lühireise, teised riigid peatuvad ka pikemalt.	Olulisel kohal välireklaam (viidad tee ääres). Infot saavad ka Internetist, reisiajakirjadest, reisikorraldajatelt.
Organiseeritud grupiturist	Üldhuvidega, erihuvidega ja meelelahutus-huvidega.		Piiritletud ajagraafikuga. Kasutavad kindlasti giiditeenuseid. Saabuvadki regiooni ajaloo- ja kultuuriturismiga tutvuma ning tarbivad teisi teenuseid kõrvale. Maksejõulisemad.	Info läbi reisikorraldajate ja seotud organisatsioonide; Internetist.
<b>Siseturistid</b>				
Individaalturist (pered ja sõpruskonnad)	Üldhuvidega	Tutvuvad erinevate ajaloo- ja kultuuripärandi objektidega regioonis (alates mõisatest ja lõpetades üritustega).	Nädalavahetuse puhkajad. Reisivad väikeste seltskondadena. Üldjoontes ei planeeri külastusobjekte ette. Vähesel määral tarbivad giiditeenuseid. Sõpruskonnad ja lastega pered.	Olulisel kohal välireklaam (viidad tee ääres). Infot saavad ka Internetist ja suulisel teel tuttavatelt.
	Erihuvidega	Tutvuvad konkreetsete objektidega (nt	Nädalavahetuse puhkajad. Külastatavad objektid eelnevalt paika	Infot saavad Internetist, valdkonna

		koduloohuvilised, mõisakultuurihuvilised)	pandud. Tarbivad ka giiditeenuseid. Sõpruskonnad.	kirjandusest.
	Meelelahutus-huvidega	Eelkõige kultuuriürituste külastajad. Objektidega tutvuvad üritusel osalemise kõrvalt.	Külastavad eelkõige üritusi. Korduvkülastajad.	Internet; avalik meedia.
Organiseeritud grupiturist (haridusasutused – koolid, lasteaiad, huvikoolid; korporatiivkliendid)	Üldhuvidega	Tutvuvad erinevate ajaloo- ja kultuuripärandi objektidega regioonis (alates mõisatest ja lõpetades üritustega).	Nii koolid kui ka asutused/organisatsioonid. Ühepäevakülastajad. Külastatavad objektid eelnevalt välja vaadatud. Tarbivad giiditeenust. Piiratud ajagraafik erinevate objektide külastamiseks.	Info läbi seotud organisatsiooni; Internet.
	Erihuvidega	Tutvuvad konkreetsete objektidega (nt koduloohuvilised, mõisakultuurihuvilised)	Eelkõige seotud ühenduste/organisatsioonide korraldatud väljasõidud.	Info läbi seotud organisatsiooni; Internet.
	Meelelahutus-huvidega	Eelkõige kultuuriürituste külastajad. Objektidega tutvuvad üritusel osalemise kõrvalt.	Organisatsioonide ühised sünmusekülastused. Üldjuhul ei ööbi.	Info läbi seotud organisatsiooni; Internet. Avalik ürituse reklaam (kirjutav meedia, telereklaam).

#### 4.6.2.6. Tegevuskava aastateks 2010–2015

**Tabel 12.** Ajaloo- ja kultuuriturismi toote eesmärgid ja tegevuskava

Eesmärk	Tegevus	Ajakava	Teostajad	Tegevuse elluviimise maksumus
2.1. Lõuna-Eesti on Baltikumis ja Põhjamaades tuntud rikkaliku ajaloo- ja kultuuripärandi poolest; Lõuna-Eesti eristub omapäraste ajaloo- ja kultuuripärandi toodete poolest. 2.2. Pakettide moodustamisel on maksimaalselt ära kasutatud regiooni kultuuripärandi ressursse.	2.1.1. Ajaloo- ja kultuuripärandi tootepaketi ja sellega seonduva infomaterjali väljatöötamine (trükis).  Tiraaž: inglise keeles (3000 tk), saksa keeles (3000 tk), soome keeles (3000 tk), eesti keeles (3000 tk), vene keeles (3000 tk), rootsi keeles (1000 tk). Trükises sisalduv info esitatakse paralleelselt ka veebis.	2010	SA LET	250 000 krooni
2.3. Jätkuvalt on huvi tegeleda pärandkultuuriga – juurde on tekkinud võimalusi osalemiseks ja õppimiseks. 2.4. Kultuuri- ja pärandikandjaid on piisavalt. 2.5. Teadmisi ja oskusi antakse edasi.	2.1.2. Mõttetalgute, ümarlaua korraldamine (aastas korraldatakse 1 ümarlaud).  2.1.3. Regioonisiseste rahvakultuuri tutvustavate ürituste korraldamine; ürituste aktiivne turundamine.  2.1.4. Turundusalaste koolituste korraldamine (aastas korraldatakse 1 koolitus).  2.1.5. Info kogumine ja levitamine (süsteemselt); info erinevate kanalite olemasolust edastatakse kultuurikandjateni.	2010 pidevalt	– SA LET, MAK, erialaliidud	Ümarlaua läbiviimise maksumus 5000 krooni
		2010 pidevalt	– Ettevõtjad, erialaühendused, seltsid	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
		2010 pidevalt	– MAK, SA LET	30 000 krooni päev
		2010 pidevalt	– SA LET, MAK; EAS	Tööjõukulu

	2.1.6. Kultuurikandjate listi loomine.	2010	Erialaühendused (nt Eesti Keele Instituut, Võro Instituut jne), kutseliidud	Tööjõukulu
	2.1.7. Kultuurikandjate tegevuse toetamine ja tunnustamine (uute tunnustamine).	2010	Riiklik tasand, SA LET, MAK, KOV	Hind kujuneb vastavalt tegevuse iseloomule
2.6. Kultuuri- ja pärandikandjatel on jätkuvalt tahe pakkuda pärandikultuuri; pärandikandjad on organiseerunud. 2.7. Teenusepakkujate teadlikkus pärandist on kasvanud ja leiab kasutust; toimib tugistruktuur vahendamaks turismiteenuse pakkujat ja folkloorimaterjali koondavaid institutsioone. 2.8. Administratiivsed üksused teevad koostööd.	2.1.8. Koostöökogude loomine	2010	Algatus SA LET	Esimese kohtumise läbiviimine 5000 krooni
	2.1.9. Ühisturundus	2010 – pidevalt	SA LET, MAK, ettevõtjad, erialaühendused	Hind kujuneb vastavalt tegevuse iseloomule
	2.1.10. Tootepõhine koolitus teenusepakkujatele (aastas korraldatakse 1 koolitus).	2010 – pidevalt	SA LET	Koolituse maksumus 200 000 – 400 000 krooni
2.9. Olemasolevate ürituste arv on säilinud. Üritused on koostöös edasiarendatud ja uuele kvaliteedi tasandile viidud.	2.1.11. Ürituste ajakava koordineerimine (vältimaks ürituste kattumist regioonis).	2010	Ürituste korraldajad; algatus SA LET	Tööjõukulu
	2.1.12. Ühisürituste korraldamine	2010 – järjepidevalt	Kultuuripärandi kandjad	Hind kujuneb vastavalt tegevuse iseloomule
	2.1.13. Ürituste korraldajate kohtumiste organiseerimine regiooni tasandil (aastas korraldatakse 1 ümarlaud).	2010 – järjepidevalt	SA LET	Ümarlaua korraldamise maksumus 5000 krooni
2.10. Kultuuri arendavad	2.1.14. Kogukonna ja vabatahtlike	pidevalt	Mäluasutused (nt	

<p>institutsioonid on säilinud ja teevad koostööd.</p> <p>2.11. Mäluasutused on ajakohastunud.</p> <p>2.12. Mäluasutused tegelevad jätkuvalt pärandi kogumise, säilitamise ja uurimisega, kuid samas toimivad ka külustuskeskustena.</p>	<p>kaasamine mäluasutuste tegevustesse.</p>		ERM)	Tööjõukulu
	<p>2.1.15. Teavitamine, infovahetus (info jagamine erinevate institutsioonide tegevuste, plaanide kohta) – foorumid, infopäevad, veeb, otsepostitus.</p>	pidevalt	EAS, maakondlikud turismi katusorganisatsioonid	Hind kujuneb vastavalt tegevuse iseloomule
	<p>2.1.16. Koostöö arendamine – institutsioonide ümarlaua korraldamine (aastas korraldatakse 1 ümarlaud).</p>	2010 – järjepidevalt	Algatus SA LET, erialaühendused	Ümarlaua korraldamise maksumus 5000 krooni
<p>2.13. Pärandkultuur on jätkuvalt igapäevaelu osa.</p> <p>2.14. Pärandkultuuri keskkond on säilinud.</p> <p>2.15. Teadlikkus on kasvanud.</p> <p>2.16. Traditsioonid ja eripärad on säilinud.</p> <p>2.17. Kasvanud on teadlikkus kihelkondlikest eripäradest.</p> <p>2.18. Pärand on jätkuvalt väärtustatud; väärtustatud pärand kajastub erinevates turismitodetes; teadlikkus kultuuri- ja ajaloopärandi ressurssidest on kasvanud.</p>	<p>2.1.17. Õppepäevad, koolitused, kursused pärandkultuuri säilitamiseks ja igapäevaseks kasutamiseks (nt palkmajade ehitus-säilitamine; käsitöö).</p>	2010 – järjepidevalt	Mäluasutused, pärandikandjad	Hind kujuneb vastavalt tegevuse iseloomule
	<p>2.1.18. Turismiettevõtjate teavitamine pärandkultuuri kasutamise võimalustest – korrastatud info ja andmebaasid.</p>	2010 – pidevalt	Erialaühendused, MAK, EAS	Hind kujuneb vastavalt tegevuse iseloomule
	<p>2.1.19. Kihelkondade märgistamine infotahvlite ja siltidega.</p>	2009–2010	ERM koostöös Maanteeametiga	Tegevus teostamisel
<p>2.19. Kultuuripärandi objektid on jätkuvalt säilinud; objektid on hooldatud.</p>	<p>2.1.20. Ühistegevus, nt talgud objektide korrastamiseks (muinsuskaitse ümarlaud). Ühistegevuskampaaniate korraldamine ja aktiivne turundamine.</p>	2010 – järjepidevalt	Objektide haldajad; KOV	Kulutused kannavad objektide haldajad
	<p>2.1.21. Objektide viidastamine, teabetahvlitega varustamine.</p>	2010 – järjepidevalt	Objektide haldajad; KOV	Kulutused kannavad objektide haldajad
<p>2.20. Aastaks 2015 on</p>	<p>2.1.22. Teenindajate koolitamine</p>	2010 –	MAK,	30 000 krooni

teeninduskultuur paranenud – teenuse pakkujad on motiveeritud kvaliteetse teenuse pakkumisest. Küllastajate tagasiside põhjal on teeninduskvaliteeti hinnatud 8 punktiga 10-st.	teeninduskvaliteedi alaselts (aastas korraldatakse 1 koolitus).	pidevalt	haridusasutused, SA LET	päev	
	2.1.23. Kvaliteedistandardi väljatöötamine – rakendusuringud ja standardite väljatöötamise initsieerimine riiklikul tasandil; uuringute tegemiseks koostöö tegemine ülikoolidega.			ülikoolid; riiklik tasand	Hind kujuneb vastavalt tegevuse iseloomule
	2.1.24. Õppe- ja juhendmaterjalide koostamine ja levitamine teenusepakkujatele.	2011 – järjepidevalt	SA LET, MAK, ERM, haridusasutused		Hind kujuneb vastavalt tegevuse iseloomule
2.21. Teenindajad on omandanud esmatasandi keeleoskuse kliendiga suhtlemiseks; seoses keeleoskuse kui kvaliteedistandardi ühe mõõdikuga on tööandjad huvitatud keeleoskusega töötajatest.	2.1.25. Keelekoolituste korraldamine (aastas korraldatakse 1 keelekoolitus).	2010 – järjepidevalt	MAK, haridusasutused	30 000 krooni päev	
2.22. Interpreetijate teenindustase on tõusnud.	2.1.26. Giidide tootepõhiste koolituste korraldamine (aastas korraldatakse 1 koolitus).	2010 – järjepidevalt	SA LET	Koolituse maksumus 200 000 – 400 000 krooni	
	2.1.27. Ürituste korraldajate koolituse läbiviimine (aastas korraldatakse 1 koolitus).	2010 – pidevalt	MAK	30 000 krooni päev	
	2.1.28. Atesteeritud giidide ja nende kompetentsi esitlemine; andmebaasi koostamine.	2011	SA LET, MAK	Tööjõukulu	
	2.1.29. KOV liitude kontroll oma piirkonna pärandi tõlgendamise üle; KOV liitude kaudu seadusandluse	2010 – järjepidevalt	KOV, omavalitsuste liidud	Tööjõukulu	

	survestamine saavutamaks õigust atesteerida piirkonnas tegutsevaid turismiteenuste pakkujaid.			
2.23. Välja on töötatud ajaloo- ja kultuuriturismi terviklik toode.	2.1.30. Terviklike tausta- ja rakendusuuringute läbiviimine (koostöös ülikoolidega) tootearenduse teostamiseks. Aastas viiakse läbi 1 rakendusuuring.	2010 – pidevalt	SA LET, MAK, ülikoolid	150 000 krooni uuringu kohta
	2.1.31. Teostamise tugistruktuuri rajamine (teenusepakkujatele on uuringute tulemused ja pädevate teostajate andmed kättesaadavad).	järjepidevalt	SA LET, MAK, EAS	Tööjõukulu
2.24. Toimiv koostöö teenusepakkujate vahel.	2.1.32. Infopäeva-ümarlaua korraldamine valdkonna teenusepakkujatele (aastas korraldatakse 1 infopäev).	2010 – pidevalt	SA LET	5000 krooni ürituse kohta
	2.1.33. Veebis on olemas info ühispakettide kohta ja võimalus ühispakettidega liituda või luua uusi ühispakette.	2011	Erialaühendused, kutseühendused, SA LET, MAK	Tööjõukulu
2.25. Ressurss ei ole halvenenud; on tekkinud toimivad tugisüsteemid; toimub ühistuline tegevus.	2.1.34. Talgute korraldamine, ühistulise tegevuse soodustamine.	2010 – pidevalt	KOV, objektide haldajad	Hind kujuneb vastavalt tegevuse iseloomule
	2.1.35. Ressursi haldajate teavitamine ja koolitamine pärandi hoidmise teemal (stiiliteadlikkus, tehnoloogiate tundmine jne).	2011 – pidevalt	SA LET; MAK; ERM, muinsuskaitse amet	30 000 krooni päev
2.26. Rollid ja vastutajad on määratletud, ressursse ei raisata; on tekkinud esimesed mikroklasterid.	2.1.36. Rollide kokkuleppimine. Töö tulemuste arvestamine ka kõrgema tasandi kokkulepetes, väljatöötamises ja teostamises (maakonna töös kajastub ka regiooni tasandi kokkulepete teostus).	2010	Initsieerib SA LET; MAK, KOV	Tööjõukulu
2.27. Aastaks 2020 tegutseb Lõuna-Eestis 3		2.1.37. Koostööklasterite (mikroklasterite)	2010 –	Erialaühendused,

loomemajanduse inkubaatorit/arenduskeskust.	moodustamine; arenduskeskuste ja/või loomeinkubaatorite asutamine.	järjepidevalt	KOV, ülikoolid jne	vastavalt tegevuse iseloomule
2.28. Hea ligipääs turismiobjektidele.	2.1.38. Viidastamine, infotahvlite paigaldamine, tehnilise dokumentatsiooni ettevalmistamine, GPS-süsteemi rakendamine.	2010 – pidevalt	Objektide haldajad, KOV	Hind kujuneb vastavalt tegevuse iseloomule

### 4.6.3. Loodusturismi toode

#### 4.6.3.1. Toode

**Loodusturismi eesmärgiks on tervisliku puhkuse pakkumine, lõõgastamine, töövõime taastamine, miljöövahetus, enese väljalülitamine, pinge mahavõtmine, uute kogemuste ja teadmiste hankimine ning keskkonnateadlikkuse tõstmine.**

Loodusturismi eesmärgiks on tervisliku puhkuse pakkumine, lõõgastamine, töövõime taastamine, miljöövahetus, enese väljalülitamine, pinge mahavõtmine, uute kogemuste ja teadmiste hankimine ning keskkonnateadlikkuse tõstmine. Suurima osa loodusturismist hõlmavad just jalutuskäigud ja õpperetked loodusesse, kuna neid on lihtne teostada ning jalutuskäikude ning õpperetkede korraldamiseks ei ole vaja spetsiaalset varustust.

Riikliku turismi arengukava kohaselt on looduskeskkond (sh maastikud, veekogud, märgalad, kaitsealad, pargid) Eesti turismisektori üks olulisemaid tugevusi. Arengukava kohaselt on loodusturismi arendamise prioriteetideks looduslikult väärtuslike objektide väljaarendamine külastusobjektideks (nt külastuskeskusteks), matka- ja õpperadade loomine, supelrandade korrastamine, niši- ja ökoturismitoodete loomise edendamine.

Loodusressursside põhilisteks omanikeks/haldajateks on RMK ja Riiklik Looduskaitsekeskus (LKK). Täiendavateks omanikeks/haldajateks on Veeteede Amet (VTA), kohalikud omavalitsused, eraomanikud.

Olulisemateks loodusturismi katus- ja arendusorganisatsioonideks on MTÜ Eesti Maaturism, Eesti Ökoturismi Ühendus, Eesti Matkaliit.

Loodusressurss on Lõuna-Eesti üks olulisemaid turismiressursse koos ajaloo- ja kultuuripärandiga. Lõuna-Eesti loodusressursile toetub ka aktiivse puhkuse ning tervise- ja lõõgastusturismi toode. Lõuna-Eestis on loodusturismi ressursideks kaunis kuppelmaastik, järved, jõed koos tulvaaladega (Emajõgi, Soomaa), rabad ja sood, metsad (ürgmetsad Järvseljal, põlismetsad Oandul, puhkemetsad jne), loomad ja linnud (valge toonekurg, rukkirääk, rohunepp).

Atraktiivseteks loodusturismi piirkondadeks on: Soomaa, Võrtsjärve ümbrus, Alam-Pedja, Endla raba, Vooremaa, Tartu ümbrus (Ilmatsalu, Aardla, Ropka, Ihaste), Elva-Vitipalu, Peipsiääre ümbrus, Otepää, Karula, Taevaskoja-Kiidjärve, Võhandu, Haanja, Piusa.

Lõuna-Eesti turismi arengukava kontekstis on loodusturismi valdkonna teenuste all käsitletud järgmist:

- loodusest vaimse elamuse saamine, väärtuste omandamine;
- looduses jalutamine ja looduse nautimine;
- linnu- või loodusvaatlused, taimevaatlused (õised, päevased, giidiga, giidita, peidikutest jne);
- spetsiaalsed retked looduslikult kaunitesse või geoloogiliselt ainulaadsetesse kohtadesse;

- maastiku-, ajaloo- ja kultuuriteemalised jalutuskäigud, mille jooksul nähtut interpreteeritakse;
- loodusfotograafia;
- väikestes talumajapidamistes tööde vaatlemine ning nendes osalemine;
- õuesõpe.

Lõuna-Eestis on vähemalt 125 matka-, loodus- ja terviserada. Suurim arv matkaradasid on Tartumaal ja Põlvamaal. Samuti on Lõuna-Eestis üle 40 kaitseala ning palju looduskauneid kohti ja looduslikke vaatamisväärsusi. Populaarseimad loodusturismi pakutavad teenused on jalgsimatkad metsas (74%) (allikas: Eesti loodusturismi pakkumise veebiküsitlus;), millele järgnevad jalgismatkad rabas (47%). Teenustest enam pakutakse veel maastikuvaatlusi, kanuumatkasid ja paadimatkasid.

Loodusturismi toodete pakkumise kitsaskohtadeks on:

- Kõrge hooajalisus. Ilmastikutingimuste ebakindlus esitab ettevõtjatele täiendavaid väljakutseid, mistõttu on oluline kombineerida loodusturismi tooteid teiste valdkondade toodetega.
- Antud tegevusalal on palju selliseid loodusgiide, kes ennast ei reklaami ega ole end registreerunud ettevõtjaks, mistõttu puudub selge ülevaade tegutsevatest loodusmatkade korraldajatest.
- Loodusturism on Eestis varases arengufaasis, nõudlus ja pakkumine väljakujunemata, ning puuduvad selged turuliidrid
- Detailsem riiklik loodusturismi arengustrateegia hetkel puudub
- Informatsiooni kättesaadavust raskendab keskse infoportaali puudumine

Eesti loodusturismi pakkumise veebiküsitluse alusel on loodusturismi valdkonnas enim puudus inimressurssist, suurem vajadus on ka spetsiifilise varustuse ja toetava majutuse järele. Samas tunnevad loodusturismi toodete pakujad suurimat vajadust erialase kompetentsi tõstmise, turunduse, klienditeeninduse ja keeleoskuse parendamise järele.

#### **4.6.3.2. Konkurentsipositsioon**

Konkurentidena käsitletakse aktiivse puhkuse toote analüüsimisel eelkõigi teisi Eesti regioone (Põhja-Eesti, Lääne-Eesti ja saared) ning Põhja-Lätit.

*Põhja-Eesti* eeliseks võrreldes Lõuna-Eestiga on karstialad, pankrannik ja meri. Meri pakub mitmeid võimalusi linnuvaatluseks ning pankrannik on oluline vaatamisväärsus kogu Eesti mastaabis. Samuti on külastajatele atraktiivsed Põhja-Eesti jõgede jõad ja kaskaadid.

*Lääne-Eesti* eeliseks on samuti meri ja head linnuvaatluse võimalused. Samuti on atraktiivsed külastusobjektid Lääne-Eesti saared. Lääne-Eesti on võrreldes Lõuna-Eestiga tasasem, seega maastikuliselt ka vähem liigendatud. Samas on Lääne-Eesti tugevuseks kaunid liivased rannad.

*Põhja-Lätiga* võrreldes on Lõuna-Eesti (ja ka terve Eesti) loodus mitmekesisem. Põhja-Lätis jätkub Kagu-Eesti künklik maastik. Põhja-Läti tuntumaks vaatamisväärsuseks on Gauja ürgorg.

*Lõuna-Eesti* eelisteks ja ka looduslikeks vaatamisväärsusteks on omanäoline kuppelmaastik, käänulised looduslikud jõed, luhaniidud, rabad. Samuti iseloomustab Lõuna-Eestit viie aastaaja olemasolu (viienda aastaajana suurveeperiood) ning lumikatte suurem paksus ja pikem lumeperiood.

#### **4.6.3.3. Hetkeolukorra analüüs**

##### **Tugevused**

- Lõuna-Eesti loodus on hästi tuntud (kuvandina);
- kaunis ja kaitstud looduskeskkond (kaitsealade rohkus);
- mitmekesine looduskeskkond (eristumine), rahvusvaheliselt tunnustatud maastikud (nt PAN Parks – põlislooduse võrgustik, IBA, Ramsari alad, Natura 2000 võrgustik);
- suur turismitalude võrgustik (toetavate teenuste olemasolu, oluline tugipunkt loodusturismi teenuste pakkumisel);
- Lõuna-Eestis on väljaarendatud üsna suur osa loodusturismi infrastruktuurist (loodusturismi rajatised, viidad, rajad, infotahvlid, parklad, vaatetornid jne);
- looduskeskuste olemasolu (piirkonna tutvustamine ja algteadmiste saamise võimalused);
- loodusturismi toetav kohalik pärandkultuur;
- Lõuna-Eestis on olemas potentsiaal loodusentusiastide näol (aktiivsed inimesed, kes on huvitatud loodusturismi teenuste pakkumisest ning antud valdkonna arendamisest);

##### **Nõrkused**

- loodusturismi toodete vähesus (ei ole ära kasutatud olemasolevat ressursi) ning tervikliku toote puudumine;
- loodusturism on siseturistile väheatraktiivne;
- Lõuna-Eesti loodusturismi toodete vähene tuntus (loodusturismi kuvand ei ole selge);
- vähene koostöö teenusepakkujate (nii loodusturismi teenuse pakkujate kui ka toetavate teenuste pakkujate), kohaliku omavalitsuse ja loodusressursi haldajate (RMK, Keskkonnaamet) vahel;
- vähe on loodusturismile spetsialiseeritud ettevõtteid, puudulik tootearendus;
- loodusturismi spetsiifika erinev tõlgendamine;
- puudub teave ressursist (tervikliku loodusressursi andmebaasi puudumine);
- vähe giide;
- toote pakkumisel ei ole ära kasutatud madalturismihooaega;
- ühtse strateegia, nägemuse puudumine loodusturismi arendamisel;
- info vähene kättesaadavus;
- loodusturismi infrastruktuuri ebaühtlane kvaliteet (viidad, ligipääsud, parklad);
- kaitsealadel kehtivad piirangud ning turismiasjaliste vähene teadlikkus piirangutest.

#### **4.6.3.4. Loodusturismi toote arendamise visioon aastaks 2020**

**Lõuna-Eesti on mitmekesise loodus- ja pärandmaastikuga turismipiirkond.**

#### 4.6.3.5. Kliendisegmenid

Tabel 5. Loodusturismi toote kliendisegmenid

Kliendisegmeni nimetus	Segmeni alajaotus	Milliseid tooteid tarbivad	Segmeni iseloomustus	Info
Loodusturismi huvilised	<b>Välituristid</b>			
	Erihuvidega inimesed: - inglased - soomlased - sakslased - hollandlased - lätlased - jt	- Linnuturism - Taime- ja loomavaatlused - Kombineeritud vaatlused - Üldhuvi loodusmatkad	Tarbivad loodust kui toodet / kui väärtust omaette. Eelistab pigem omaette olekut. Liiguvad pigem väikeses grupis. Otsivad vaikust ja rahu. Hooajaline turist. Valmisolek tasuda hästi tervikliku tootepaketi, elamuse ja mugavuse eest. Oluline on kaardistada erinevate sihtriikide huvid (nt sakslased on huvitatud rahvusparkide külastamisest).	Infot saavad seotud organisatsioonide, erialase (aja)kirjanduse ja veebi kaudu.
	Üldhuviga turismigrupid ja üksikuturistid (pered, sõpruskonnad, kooligrupid, organisatsioonid, seminari- ja konverentsituristid)	- Üldhuvi loodusmatkad  Kombineerivad loodusturismi toodet teiste toodetega (aktiivne puhkus, kultuur ja ajalugu, lõõgastus- ja tervise puhkus).	Loodusturismi tooteid tarbivad nii üksik- kui ka grupituristid. Üksikuturistid käituvad üldjoontes nagu pered ja sõpruskonnad. Grupituristid käituvad sarnaselt korporatiivkliendile – reisimarsruut ja tegevused planeeritakse varakult, iseloomulik piiratud ajagraafik. Kasutavad loodusgiidide teenuseid. Soovivad tarbida valmispakette.	Infot saavad veebist, reisikorraldajatelt, reisajakirjadest, infobrošüüridest.
	<b>Siseturistid</b>			
Pered (lastega ja lasteta)	- Üldhuvi loodusmatkad  Tarbivad juurde ka	Tarbivad loodusturismi toodet koos teiste toodetega. Keskendutakse konkreetsetele loodusobjektidele. Harrastavad väljasõite ümbruskonna loodusobjektide juurde.	Infot saavad veebist, meedia vahendusel (tutvustavad telesaated,	

		teisi turismitooteid (aktiivne puhkus, kultuur ja ajalugu, lõõgastus- ja tervise puhkus).	Õõbivad tihti odavamates ja teeninduseta kohtades (matkamajad, telgid). Tarbivad näiteks RMK loodud võimalusi.	ajakirjandus), info läbi laste koolidest, lasteaedadest, huvikoolidest. Suusõnalisel teel.
	Sõpruskonnad ja üksikuturistid	- Üldhuvi loodusmatkad  Tarbivad juurde ka teisi turismitooteid (aktiivne puhkus, kultuur ja ajalugu, lõõgastus- ja tervise puhkus).	Tarbivad loodusturismi toodet koos teiste toodetega. Tutvuvad loodusobjektidega enamasti omal käel, aga tarbivad ka loodusgiidide teenuseid. Nõus teenustele rohkem kulutama kui pered.	Infot saavad veebist, meedia vahendusel (tutvustavad telesaated, ajakirjandus) ning suusõnalisel teel.
	Asutused: - Koolid - Organisatsioonid, huviringid - Seminari- ja konverentsituristid	- Üldhuvi loodusmatkad  Tarbivad juurde ka teisi turismitooteid (aktiivne puhkus, kultuur ja ajalugu, lõõgastus- ja tervise puhkus).	Antud sihtgrupi reisimarsruudid ja tegevused on enamasti reisi alguses paika pandud. Piiratud ajagraafikuga. Reisivad suuremates gruppides, seega tarbivad tegevusi, milles saab osaleda kogu kollektiiv korraga. Kasutavad loodusgiidide teenuseid. Soovivad tarbida valmispakette. Kooliõpilaste grupid on teenuste tellimisel hinnatundlikumad. Samuti langevad kooliõpilaste reisirid pigem kevadesse ja sügisesse. Kooliõpilaste tähelepanu võimalik kontsentreerida lühikeseks ajaks. Konverentsituristide puhul on oluline arvestada, et enamus ajast sisustatakse teiselt ning meelelahutus on teisejärguline.	Koolid saavad infot otsepostituste kaudu, veebist, erialase ajakirjanduse kaudu (nt reklaam Õpetajate Lehes). Organisatsioonid saavad infot põhiliselt veebist ja otsepostituste kaudu. Seminari- ja konverentsituristid saavad infot seminarikorraldus-firmade ja seminari korraldamise kohtade kaudu ning veebist.
	Spetsialistid	- Linnuvaatlus	Tarbivad loodust kui toodet / kui väärtust	Infot saavad seotud

	(üliõpilased, loodusteadlased), erihuvidega inimesed	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Looma- ja taimevaatlus</li> <li>- Kombineeritud vaatlused</li> </ul>	omaette. Eelistavad pigem omaette olekut. Liiguvad pigem väikses grupis. Otsivad vaikust ja rahu. Hooajaline turist.	organisatsioonide kaudu (nt ülikoolid, looduseringid jne), erialasest (aja)kirjandusest ning veebist.
--	--	---	--	---

#### 4.6.3.6. Tegevuskava aastateks 2010–2015

**Tabel 6.** Loodusturismi toote eesmärgid ja tegevuskava

Eesmärk	Tegevus	Ajakava	Teostajad	Tegevuse elluviimise maksumus
3.1. Aastaks 2015 on Lõuna-Eesti turismitooted hästi tuntud nii Eestis kui ka välismaal.	3.1.1. Loodusturismi tootepaketi ja sellega seonduva infomaterjali väljatöötamine (trükis). Tiraaž: inglise keeles (3000 tk), saksa keeles (3000 tk), soome keeles (3000 tk), eesti keeles (3000 tk), vene keeles (3000 tk), rootsi keeles (1000 tk). Trükises sisalduv info esitatakse paralleelselt ka veebis.	2010–2011	SA LET, haridusasutused	250 000 krooni
3.2. Pakutakse muudest regioonidest selgelt eristuvaid loodusturismi tooteid.	3.1.2. Loodusturismi tootepakettide väljatöötamine.	2010 – järjepidevalt	SA LET, ettevõtjad, MAK, RMK	Maksumus kujuneb vastavalt tellimusele
3.3. Lõuna-Eesti erinevates piirkondades pakutakse	3.1.3. Loodusturismialase tootearenduse koolituse	2010 – järjepidevalt	SA LET, looduskeskused,	Projektipõhine tegevus. Orienteeruv

<p>piirkonna ressursist lähtuvaid tooteid.</p> <p>3.4. Aastaks 2015 on regioonis väljakujunenud loodusturismi piirkonnad (näiteks Soomaa).</p> <p>3.5. Aastaks 2015 on juurde loodud 3 uut loodusturismi toodet.</p> <p>3.6. Loodusturismi tooteid/teenuseid kombineeritakse teiste toodetega (nt aktiivne puhkus). Säilinud kohalik pärandkultuur, mis on kaasatud loodusturismi tootesse.</p> <p>3.7. Juurde on tekkinud loodusturismile spetsialiseeritud ettevõtteid – aastaks 2020 on juurde tekkinud 10 ettevõtet.</p> <p>3.8. Olemasolevad turismiettevõtjad on lisanud oma teenuste valikusse loodusturismi tooteid.</p> <p>3.9. Välja on töötatud madalhooaja turismitooted – aastaks 2020 on olemas 5 madalhooaja toodet.</p>	<p>läbiviimine (tsükkelõpe).</p>		<p>haridusasutused</p>	<p>maksumus 400 000 – 600 000 krooni.</p>
<p>3.10. Hästi säilinud ja rahvusvaheliselt tunnustatud</p>	<p>3.1.4. Looduskeskkonna ja kaitsealade jätkuv hoidmine.</p>	<p>2010 – järjepidevalt</p>	<p>KOV, RMK, Keskkonnaamet</p>	<p>Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele</p>

looduskeskkond. 3.11. Kaitsealade võrgustik on säilinud (arv ja pindalad) vähemalt samas mahus. 3.12. Jätkuvalt kuulutakse rahvusvahelistesse looduskaitse võrgustikesse.				
3.13. Heal tasemel ühtlaselt koordineeritud koostöö erinevate teenusepakkujate vahel. 3.14. Loodusturismiga tegelejad on koondunud; määratletud on erinevad rollid (2010). 3.15. Loodusentusiastid on kaasatud Lõuna-Eesti loodusturismi toote pakkumisse.	3.1.5. Infopäevade korraldamine (loodusturismi teenuste pakkumise edulugude eksponeerimiseks). Aktiivse koostöövõrgustiku loomine loodusturismi teenuste pakkujate ning majutus- ja toitlustusasutuste vahel.	2010 – järjepidevalt	SA LET, MAK	Infopäeva korraldamise maksumus 10 000 krooni
3.16. Koostöös pakutavate toodete hulk on suurenenud ning kvaliteet paranenud.	3.1.6. Loodusturismi teenuste pakkujate ja toetavate teenuste pakkujate ümarlaua korraldamine.	2010 – järjepidevalt	Looduskeskused, SA LET	Ümarlaua korraldamine (SA LET initsiaatorina) 10 000 krooni
3.17. Järjepidevalt (igal aastal) toimub loodusturismi valdkonna arendamise ajurünnak/ümarlaud. 3.18. RMK poolt kogutav külastajate info on kättesaadav SA LET-le, valdkonna ettevõtjatele ja teistele osapooltele.	3.1.7. Läbirääkimised RMK-ga külastusinfo saamiseks.	2010	SA LET	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele

<p>3.19. Infrastruktuur on hästi säilinud ja korrastatud.</p> <p>3.20. Olemas on teadmine olemasolevate ressursside (matkaradade) kohta (2010).</p> <p>3.21. Säilinud on vajalikud ja kasutuses olevad infrastruktuuri (puhkealad, viidad, parklad) objektid.</p> <p>3.22. Loodud on kaugmatkaradade võrgustik (2015).</p>	3.1.8. Olemasoleva turismiinfrastruktuuri järjepidev hooldamine.	2010 – järjepidevalt	Objektide haldajad, KOV	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
	3.1.9. Viidasüsteemi uuendamine.	2012–2015	Riiklik tasand, piirkonna turismi katusorganisatsioonid, KOV, ettevõtjad, objektide haldajad	Projektipõhine tegevus; hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
	3.1.10. Puhkekohtade rajamine loodusradade äärde.	2010 – järjepidevalt	RMK, KOV, objektide haldajad	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
	3.1.11. Matkaradade registri ülevaatamine, haldajate kaardistamine.	2010	SA LET, Matkaliit	150 000 krooni
	3.1.12. Koolituse korraldamine matkaradade haldajatele.	2010 – järjepidevalt	Looduskeskused	15 000 krooni päev
	3.1.13. Kaugmatkaraja loomine.	2015	Matkaliit	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
3.23. Koordineeritud koostöö erinevate loodusturismi toodete pakujate ja haldajate vahel (ka piiriülene koostöö).	3.1.14. Koostöö edendamise ümarlaudade korraldamine.	2010 – järjepidevalt	SA LET, MAK	Ümarlaua korraldamine 5000 krooni
	3.1.15. Erinevate osapoolte rollide määratlemine loodusturismi arendamisel.	2010–2011	SA LET; MAK; riiklik tasand	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
3.24. Loodud on ühine Interneti-põhine loodusturismi andmebaas (rajatised, teenusepakujad, giidid jne)	3.1.16. Ühise andmebaasi koostamine.	2011–2012	Looduskeskused, SA LET	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele

<p>3.25. Looduskeskused osalevad aktiivselt toote tutvustamisel, pakkumisel ja arendamisel (info jagamine, koostöö ettevõtjatega).</p> <p>3.26. Looduskeskused tutvustavad kogu regiooni loodusturismi tooteid.</p> <p>3.27. Looduskeskustes koolitatakse teenusepakkujaid. Aastas koolitatakse 50 inimest.</p>	<p>3.1.17. Koolituste ettevalmistamine ja läbiviimine loodusturismi tootearenduseks.</p>	<p>2010 – järjepidevalt</p>	<p>SA LET, looduskeskused</p>	<p>Koolituse maksumus 400 000 – 600 000 krooni</p>
<p>3.28. Aastaks 2020 tegutseb piisav kogus kompetentseid loodusgiide.</p>	<p>3.1.18. Tegutsevatele giididele loodusturismi koolituse läbiviimine.</p>	<p>2010 – järjepidevalt</p>	<p>Looduskeskused koostöös haridusasutustega</p>	<p>15 000 krooni päev</p>
<p>3.29. Välja on töötatud riiklik loodusturismi arendamise strateegia (2013).</p> <p>3.30. Välja on töötatud ühtne terminoloogia ja ühtsed standardid (2011).</p>	<p>3.1.19. Loodusturismi arendamist suunava strateegia väljatöötamine ning terminoloogia määratlemine.</p>	<p>2010–2013</p>	<p>EAS, SA LET, MAK, RMK</p>	<p>Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele</p>
<p>3.31. Internetist saadav info on kvaliteetne ja pidevalt kaasajastatud.</p> <p>3.32. Olemasolevates infopunktides jagatakse kogu Lõuna-Eesti loodusturismi alast infot.</p> <p>3.33. Teenuse tarbijal on terviklik ülevaade loodusturismi pakkujatest (läbi visitestonia.com).</p>	<p>3.1.20. Loodusturismi toodet puudutava info esitlemine veebis.</p>	<p>2010 – järjepidevalt</p>	<p>EAS; SA LET, MAK (EAS-i ja ettevõtjate suhtlemise ja infovahetuse vahendamine)</p>	<p>Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele</p>

<p>3.34. Teenusepakkuja on teadlik looduskaitselistest piirangutest.</p> <p>3.35. Toimib aktiivne koostöö Keskkonnaameti, ettevõtja ja turismiinfo vahendajate vahel.</p>	<p>3.1.21. Infopäevade korraldamine ettevõtjatele.</p>	<p>2010 – järjepidevalt</p>	<p>Keskkonnaamet, RMK</p>	<p>10 000 krooni</p>
---	--	-----------------------------	---------------------------	----------------------

## 4.6.4. Tervise- ja lõõgastusturismi toode

### 4.6.4.1. Toode

Lõuna-Eesti turismi arengukava kontekstis käsitletakse tervise- ja lõõgastusturismi järgnevalt:

**Tervise- ja lõõgastusturism on inimese tervise hoidmise ja parandamise nimel pakutav teenuste kogum.**

Erinevalt loodusturismi ja aktiivse puhkuse toodetest ei ole tervise- ja lõõgastusturism sesoonse tähtsusega.

Tootevaldkonna all käsitletakse nii spaasid, vee- ja tervisekeskuseid kui ka alternatiivseid looduse ja rahvameditsiini teenuseid. Tervise- ja lõõgastusturismi puhul on oluline

- nii vaimne kui ka füüsiline tervis;
- nii ravi kui ka lõõgastumine (nt *Medical ja Wellness Spa* baasil);
- üks osa tootest on ka tervislik toit ja selle pakkumine.

Lõuna-Eestis tegutseb hetkel ligikaudu 9 tervise- ja lõõgastusteenuse pakkujat. Ettevõtjaid on küll vähe, kuid tegutsevad ettevõtjad on leidnud oma niši ning on regiooni olulisimad turismitulude toojad. Lisaks sellele on hakanud lõõgastus- ja taastusravi teenuseid pakkuma nii era- kui ka avalikud haiglad ja raviasutused. Näiteks Tartu linn Eesti meditsiinikeskusena toob Tartusse oma tervist kontrollida või ravi saada soovivaid külastajaid nii Eestist kui ka välisriikidest. Tartu Ülikooli Kliinikumi Spordimeditsiini keskus, mis on Eesti tippkeskus, teenindab nii tipp- noor- kui ka tervisesportlasi. Lisaks Eesti tervisesportlastele käivad keskusel ka välismaalased (näiteks Soomest, Rootsist, Suurbritanniast, Austraaliast, Saksamaalt, Portugalist pärit sportlased). Kliinikumi spordimeditsiini keskus on kujunenud vastupidavusalade Balti regiooni kompetentsikeskuseks pakkudes teenust ka välisriikide näiteks Venemaa suusakoondisele, Leedu aerutajate koondisele, Läti laskesuusatajate koondisele aga ka Austria iluuisutajatele jt.

Spaturismi valdkond on Eestis koondunud eelkõige Lääne-Eestisse ja saartele, millele Lõuna-Eesti oponenteerib küll väikeste, aga omanäoliste ning kvaliteetse teenindusega spade ja tervisekeskustega. Eesti Spa Liidu liikmete statistika andmetel on spade täituvus aastast aastasse vähenenud. Vähenenud on ravieesmärgil pakutavate teenuste osakaal ning uued teenused on eelkõige suunatud noortele ja peredele lõõgastumiseks. Samuti on vähenenud ööbimiste kestvused. Samas viibib ravi eesmärgil tulnud külastaja piirkonnas kauem ning on ka tänuväärseim klient. Spaade ja tervisekeskuste arv pole viimase kümne aasta jooksul vähenenud, samas on juurde tulnud uusi teenusepakkujaid, mis ühest küljest mitmekesistab pakutavat lõõgastuspuhkuste võimaluste valikut ning teisest küljest hajutab külastajaid.

Tervise- ja lõõgastusturismi tootevaldkond on Eestis veel standarditega reguleerimata ning antud probleemiga on asunud tegelema Eesti Spa Liit.

#### 4.6.4.2. Konkurentsipositsioon

Põhiliste konkurentidena on tervise- ja lõõgastusturismi valdkonnas eristatavad Lääne-Eesti, Põhja-Eesti, Soome ja Põhja-Läti regioon.

Spaaturism on tugevalt arenenud *Soomes*, mis on hetkel ka Eesti spaade suurimaks konkurendiks. Vähesel määral nähakse praegu konkurendina *Põhja-Läti*, kus võrreldes Eesti ja Soomega on tervise- ja lõõgastusturism siiski vähem arenenud.

Eestis on tervise- ja lõõgastusturismi kõige tugevamalt arendatud *Lääne-Eestis*, kus nii Pärnu, Haapsalu kui ka Saaremaa spaad on koondanud enda kätte olulise osa spaaturistidest. Samuti on Lääne-Eesti tugevalt koondanud enda kätte ka mudaravil baseeruvad terviseteenused.

*Põhja-Eestis* on spaad koondanud enda kätte suure osa nii Soome kui ka Venemaa spaaturistidest.

*Lõuna-Eesti* eeliseks tervise- ja lõõgastusturismi piirkonnana on väiksed, kuid omanäolised teenusepakkujad. Lõuna-Eestit kui tervise- ja lõõgastuspuhkuse sihtkohta iseloomustab privaatsus, rahu ja vaikus; tegutsevad teenusepakkujad on kõik omanäolised ja unikaalsed.

#### 4.6.4.3. Hetkeolukorra analüüs

##### Tugevused

- eristuvate toodete olemasolu. Lõuna-Eesti tervise- ja lõõgastusturismi teenusepakkujad pakuvad kvaliteetsset ja omanäolist teenust;
- kvalifitseeritud teenusepakkujad;
- tervislikku eluviisi toetavate infrastruktuuride olemasolu (nt matkarajad looduses viibimiseks);
- tugev koostöö toetavate teenuste pakkujate ja tervisepuhkuse teenuste pakkujate vahel;
- ettevõtted on loonud endale privaatsed tsoonid teenusepakkumiseks (vaikus ja rahu);
- ettevõtjad on hakanud kasutama ökoloogilisi ja kohalikke tooraineid.

##### Nõrkused

- pole osatud eripära tutvustada. Turistile ei ole Lõuna-Eesti kui tervise- ja lõõgastusturismi teenuste pakkuja tervikuna tuntud. Kasutamata on Tartu linna olemasolev ressurss ja oskusteave.
- puudub ühtne arusaam valdkonna terminoloogiast;
- vähene koostöö tervise- ja lõõgastusteenuste pakkujate ja katusorganisatsioonide vahel (nt infovahetus);
- tervise- ja lõõgastusturismiga seonduv info ei ole süsteemne ja on halvasti kättesaadav;

- Lõuna-Eesti tervise- ja lõõgastusturismi toode ei ole kliendile selgesti mõistetav;
- tervise- ja lõõgastusturismi toode ei eristu tervikuna regiooni teistest toodetest;
- teenindajate keeleoskus ei ole välituristile kvaliteetse teenuse pakkumiseks piisav.

#### **4.6.4.4. Tervise- ja lõõgastusturismi toote arendamise visioon aastaks 2020**

**Aastal 2020 on Lõuna-Eesti tervise- ja lõõgastusturismi toode Baltikumis tuntud mitmekesiste ja eristuvate võimaluste poolest. Tervise- ja lõõgastusturismi toode toetub Lõuna-Eesti omapärale (ajaloo- ja kultuuripärand, looduskeskkond, tervisespordi võimalused, üritused).**

#### 4.6.4.5. Kliendisegmentid

**Tabel 7.** Tervise- ja lõõgastusturismi toote kliendisegmentid

Kliendisegmenti nimetus	Segmenti alajaotus	Milliseid tooteid tarbivad?	Segmenti iseloomustus	Info
<b>Välituristid</b>				
Lõõgastusklient (pered, sõpruskonnad, asutused, seminari- ja konverentsiturist)	I prioriteet (Soome, Venemaa, Läti, Saksamaa); II prioriteet (Rootsi (tõusev trend), Norra, Leedu, Holland)	Tarbivad tooteid lõõgastuse eesmärgil.  Tarbivad juurde ka teisi turismitooteid (kultuur ja ajalugu, loodusturism).	Tervise- ja lõõgastuspuhkuse teenuseid tarbivad nii üksik- kui ka grupituristid. Üksikuturistid käituvad üldjoontes kui pered ja sõpruskonnad. Grupituristid käituvad sarnaselt korporatiivkliendile – reisimarsruut ja tegevused planeeritakse varakult, iseloomulik piiratud ajagraafik. Grupituristidena reisivad Eestis pigem vanemaealised turistid. Peatuvad pikemalt kui siseturistid.	Infot saavad veebist, reisikorraldajatelt, reisiajakirjadest, infobrošüüridest.
Raviklient		Tarbivad raviteenuseid.  Üldjuhul ei tarbi juurde teisi tooteid.	Erinevas vanuses inimesed, kes otsivad leevendust tervisehädadele. Peatuvad pikemalt. Tegu korduvklientidega.	Veebist, reisikorraldajatelt, raviasutustest, reisiajakirjadest.
<b>Siseturistid</b>				
Lõõgastusklient	Pered (lastega ja lasteta)	Tarbivad tooteid lõõgastuse eesmärgil. Tarbivad juurde ka teisi turismitooteid (kultuur ja ajalugu, loodusturism, aktiivne puhkus).	Nädalalõpu kliendid. Otsuse külastamiseks langetab üldjuhul pereema.	Infot saavad veebist, tuttavatel suusõnaliselt, samuti meedia vahendusel (reisisaated, telereklaamid, kirjutav meedia).
	Sõpruskonnad ja	Tarbivad tooteid	Üldjuhul nädalalõpu kliendid, aga	Infot saavad veebist,

	üksikuturistid	lõõgastuse eesmärgil. Tarbivad juurde ka teisi turismitooteid (kultuur ja ajalugu, loodusturism).	peatuvad ka pikemalt.	tuttavatelt suusõnaliselt, kirjutavast meediast (ajakirjad, ajalehed).
	Korporatiivklient (organisatsioonid): - Organisatsioonid, asutused; - Seminari- ja konverentsituristid	Tarbivad tooteid lõõgastuse eesmärgil. Tarbivad antud toodet teiste toodete kõrvalt ning ka eraldiseisvalt.	Asutused külastavad tervise- ja lõõgastusturismi teenusepakkujaid preemiareisidena või ühise koosviibimise raames. Seminari- ja konverentsituristi esmaseks eesmärgiks on osalemine seminaril/konverentsil, mille järel tarbitakse lõõgastuspuhkuse teenuseid.	Organisatsioonid saavad infot põhiliselt veebist ja otsepostituste kaudu. Seminari- ja konverentsituristid saavad infot seminarikorraldus-firmade ja seminari korraldamise kohtade kaudu ning veebist.
Raviklient	Üksikklient	Tarbivad raviteenuseid. Üldjuhul ei tarbi juurde teisi tooteid.	Erinevas vanuses inimesed, kes otsivad leevendust tervisehädadele. Peatuvad pikemalt. On korduvkliendid.	Infot saavad raviasutustest ja veebist.

#### 4.6.4.6. Tegevuskava aastateks 2010–2015

**Tabel 8.** Tervise- ja lõõgastusturismi toote eesmärgid ja tegevuskava

Eesmärk	Tegevus	Ajakava	Teostajad	Tegevuse elluviimise maksumus
4.1. Tervise- ja lõõgastusturismi tooted on eristuvad ja tuntud. Lõuna-Eesti tervise- ja	4.1.1. Tervise- ja lõõgastusturismi tootepaketi ja sellega seonduva infomaterjali	2010–2011	SA LET	250 000 krooni

<p>lõõgasturismi toode on selgelt defineeritud ja kliendile selgelt mõistetav.</p> <p>4.2. Kasvanud on tervise- ja lõõgastuskeskusi külastavate välituristide osakaal (aastaks 2020 10%-lt 20%-ni).</p> <p>4.3. Aastaks 2020 on juurde tekkinud selgelt eristuvaid omanäoliste teenuste pakkujaid (uued nišid) – juurde on tekkinud 4 uut tervise- ja lõõgastuskeskust.</p> <p>4.4. Säilinud on toetav loodus- ja pärandkultuuri keskkond.</p> <p>4.5. Teenuseid ja tootepakette pakutakse koostöös teiste ettevõtjatega.</p> <p>4.6. Kliendid teavad Lõuna-Eestit kui tervise- ja lõõgasturismi eripärast sihtkohta.</p>	<p>väljatöötamine (trükis).</p> <p>Tiraaž: inglise keeles (3000 tk), saksa keeles (3000 tk), soome keeles (3000 tk), eesti keeles (3000 tk), vene keeles (3000 tk), rootsi keeles (1000 tk).</p> <p>Trükises sisalduv info esitatakse paralleelselt ka veebis.</p>			
	<p>4.1.2. Messidel osalemine piirkonnana (messil tutvustatakse Lõuna-Eesti kui terviku tervise- ja lõõgastusteenuseid). Aastas osaletakse minimaalselt kolmel messil (Matka, Balttour, Inwetex).</p>	2010 – järjepidevalt	SA LET, ettevõtjad, MAK	Kulu keskmiselt ühe messi kohta 50 000 krooni
	<p>4.1.3. Tervise- ja lõõgasturismi toote koolituse korraldamine ettevõtjatele.</p>	2010 – järjepidevalt	SA LET	Koolituse korraldamise maksumus 200 000 – 400 000 krooni
	<p>4.1.4. Väikeste ettevõtjate koolitamine tervise- ja lõõgasturismialase ettevõtluse arendamiseks.</p>	2010 – pidevalt	MAK	30 000 krooni päev
	<p>4.1.5. Külastajauuringu läbiviimine (külastuspõhjuste ja eelistuste väljaselgitamiseks, rahulolu teenuste kvaliteediga jne).</p>	2010 – järjepidevalt	SA LET, MAK	150 000 krooni
	<p>4.1.6. Piirkonna ettevõtjate koostöövõrgustiku loomine ja ümarlause korraldamine.</p>	2010 – järjepidevalt	Initsiatiiv SA LET; ettevõtjad, MAK	Ümarlause korraldamine 5000 krooni

4.7. Traditsiooniliste teenusepakkujate kvalifikatsioon on endiselt kõrge. 4.8. Lisandunud on uusi kõrgelt kvalifitseeritud teenusepakkujaid (4 uut teenusepakkujat). 4.9. Teenindajad on kursis teenuse/toote koosseisuga.	4.1.7. Teenindava personali tootekohased koolitused (1 koolitus aastas).	2010 – järjepidevalt	SA LET, MAK, erialaliidud	30 000 krooni päev
4.10. Aastaks 2013 on loodud toimiv koostöövõrgustik ning tehakse ühist turundust – koostöövõrgustikku kuuluvad regiooni kõik antud valdkonna teenusepakkujad.	4.1.8. Lähikäimine koostööpartneritega (ollakse kursis koostööpartneri teenustega). Väljasõidud konkurentide juurde – tutvumine teiste teenustega. Kampaaniad tutvumisreiside korraldamiseks. Ühine turundus: trükised, mediareklaam.	2010 – järjepidevalt	ettevõtjad	Kaasnevad kulud kannavad ettevõtjad
4.11. Ettevõtjad kasutavad teadlikult ja peamiselt ökoloogilist ja kohalikku toorainet (2012). 4.12. Eelistatakse teenusepakkujaid, kes kasutavad kohalikku toorainet (nt trükises välja toodud).	4.1.9. Infopäevad teadlikkuse tõstmiseks (aastas korraldatakse 1 infopäev).	2010 – järjepidevalt	erialühendused, Eesti Ökoturismi Ühendus, maakondlikud turismi katusorganisatsioonid	Maksumus hinnanguliselt 10 000 krooni
4.13. On kujunenud ühtne arusaam terminoloogiast.	4.1.10. Terminoloogiast teavitamine, info edastamine asjaosalistele otsekontaktide kaudu.	2010 – järjepidevalt	MAK, erialühendused, SA LET	Tööjõukulu
4.14. Toimiv koostöö teenusepakkujate ja katusorganisatsioonide vahel	4.1.11. Ümarlaua läbiviimine (info edastamine ja ettevõtjate kaasamine tegevustesse; 1	2010 – järjepidevalt	Eesti Spa Liit, SA LET, MAK, ettevõtjad	Ümarlaua korraldamine regioonis (SA LET

(pidev infovahetus, koostöö tootearendamisel).	infopäev aastas).			algatusel) 5000 krooni
4.15. Info on süstematiseeritud ja hästi kättesaadav (kiiresti leitav).	4.1.12. Info koondamine veebis.	2010 – järjepidevalt	EAS	Tööjõukulu
4.16. Keeleoskus vastab sihtturgude nõudmistele.	4.1.13. Teenindava personali keelekoolituste läbiviimine (1–2 koolitust aastas).	2010 – järjepidevalt	MAK, haridusasutused	30 000 krooni päev

## 4.6.5. Äriturismi toode

### 4.6.5.1. Toode

**Äriturism (*Business Tourism*) on turismiliik, mis hõlmab kõiki tööga seotud reise, olenemata osalejate arvust, nt kohtumisi äripartneritega, osalemist konverentsidel, seminaridel, koosolekutel, tootetutvustustel jms.**

Lõuna-Eesti turismi arengukava raames käsitletakse äriturismina põhiliselt seminaride ja konverentside korraldamist. Rahvusvahelised konverentsid kestavad tavaliselt rohkem kui ühe päeva ning sellele lisanduvad veel konverentsile eelnevad ja järgnevad ekskursioonid jm üritused. Antud toote alla arvestatakse ka eraisikute ja asutuste organiseeritud kinnised üritused (nt ettevõtte suvepäevad, pulmad), mille tarbijad tarbivad samasuguseid teenuseid ja keskkonda kui seminaridel-konverentsidel osalejad, kuid kelle külastuseesmärk on teine.

Antud toote põhiliseks sihtrühmaks on inimesed, kellel on konkreetne huvi regiooni äriteenuste vastu. Põhiteenused elementaarsed, hinnang langetatakse tihti toetavate teenuste baasil.

Eristada saab kahte sihtrühma:

- *business traveller* – ärilisel eesmärgil üksi reisiv isik (ärijuht, lähetatud);
- äriturismi grupp.

Äriturist ja äriturismi grupp saabuvad piirkonda ärilistel eesmärkidel, kuid soovivad pika ja väsitava tööpäeva lõpus lõõgastuda. Olulised on siinjuures toetavad tegevused.

Kolmandaks sihtgrupiks on eraisikud, kes tarbivad samu teenuseid ja keskkonda, kuid kelle eesmärgiks on lõbutseda.

Teenuseid arendatakse ärituristile, kuid tarbivad ka eraisikud.

Lõuna-Eestis pakub äriturismi teenuseid ligikaudu 200 ettevõtjat (arvestatud nii seminariruumidega majutusasutusi kui ka konverentsikeskuseid). Enamus teenusepakkujatest on suuremad või väiksemad majutusasutused, kuhu on rajatud võimalused seminaride korraldamiseks. Konverentse (Eesti mastaabis 1000 inimest) on võimalik korraldada ja kvaliteetsel tasemel teenindada eelkõige Tartu linnas. Hetkel pakub Tartumaa ka kõige enam (73 ettevõtjat) seminaride korraldamiseks vajalikku keskkonda ja tingimusi. Kõige vähem äriturismile suunatud teenusepakkujaid on Põlvamaal ja Jõgevamaal.

Maailma mastaabis suuri konverentse 5000-10000 osavõtjaga Eestis teha ei saa. Seega tegelikult moodustavad põhiosa võimalustest paljud väiksemad konverentsiruumid ja majutuskohad üle Eesti, mis on sobivamad just väiksema osalejaskonnaga - kümne, mõnekümne, mõnesaja osalejaga üritused. Kuigi Lõuna-Eesti mastaabis on põhiliseks konverentsilinnaks Tartu, ei toimu kõik rahvusvahelise osalejaskonnaga konverentsid sugugi mitte ainult suuremates linnades. Näiteks on Pühajärvel toimunud “VIII rahvusvaheline madaltemperatuurilise plasmakeemia sümposium”.

Äriturismis mängib palju rolli sihtkoha omapära ja täiendavate teenuste pakett. Kvaliteetne keskkond koos kõikide vajalike seadmetega ja internetiühendusega on ärikliendile elementaarne. Äriklient on nõudlik ja piiratud ajagraafikuga, seetõttu on antud tootevaldkonna märksõnaks kvaliteet igas väärtusahela lülis. Lõuna-Eesti äriturismi tootevaldkonna eeliseks on eraldatus (pole otstarbekas õhtul tagasi koju sõita) ja omanäolised seminari korraldamise kohad. Äriturismi teenuste pakkujad peavad olema paindlikud klientide soovide suhtes – näiteks on seminaride planeerimise aeg lühenenud.

Seminari- ja konverentsiturismi potentsiaal:

1. Regionaalsed seminarid-konverentsid. Tulenevalt Eesti geograafilisest asukohast toimub juba praegu Eestis (ja ka Lõuna-Eestis) eelkõige Baltimaade, Põhjamaade, aga ka Ida-Euroopa osalejaskonnaga üritusi.
2. Teemaatilistelt Eestiga seotud seminarid-konverentsid. Teemaatilistelt Eestiga seotud üritused käsitlevad tavapäraselt mõnda valdkonda, millega Eesti lähedalt seotud on või mille poolest silma paistab.
3. Kitsalt spetsiifilise valdkonna seminarid-konverentsid. Suur potentsiaal Lõuna-Eestis konverentside korraldamiseks on Tartu linna teadusasutustel. Kuigi neis toimuvad juba praegugi rahvusvahelised ja sisemaised teadusüritused konverentsid, kollokviumid, ümarlauad, seminarid on linna potentsiaal selles valdkonnas veel suuresti kasutamata. Ühelt poolt segab müüt, et Tartus polevat piisavalt palju hotelli kohta ja konverentsisaale, teisalt ei korralda teadusasutused nii palju üritusi, et auditooriumid ja majutuskohad vajalikul määral rakendust leiaks. Väljapääsuks oleks kõigi asjaosaliste koostöö.

Äri-, seminari- ja konverentsiturismi pakkumise üldisteks kitsaskohtadeks on:

- Konverentsiturism ei lahenda hoobilt kõiki turismiettevõtte ees seisvaid probleeme täituvuse, konkurentsi ja arendustegevuse osas. Positiivsete tulemuste realiseerumiseks on vajalik teha palju tööd kvaliteedi ja tootearendusel ning tegeleda aktiivse teavitustööga - seega panustada nii aja-, inim- kui finantsressursse konverentsiteenuste loomisele.
- Kuigi konverentsiturism toob külalisi ka talvekuudel ja varakevadel, juhtuvad paljud üritused toimuma samal ajal ja suvel kui niigi on täituvus maksimumini jõudnud või üle sellegi.
- Konverentsiturist ei armasta raha kulutada - konverentsituristid on nad äärmiselt nõudlikud ning valivad, millele kulutada. Konverentsiturist on hea meelega raha valmis välja andma vaid kvaliteetse teenuse eest.

### 4.6.5.2. Konkurentsipositsioon

Äriturismi toote puhul käsitletakse Lõuna-Eesti regiooni konkurendina eelkõige Põhja-Eesti regiooni.

*Põhja-Eesti* (eelkõige Tallinn) on Eesti olulisim äriturismi piirkond. Tallinna linn varustab ärituriste kaasaegse varustuse ja suure mahutavusega konverentsiruumidega ning tagab vajalikud majutus- ja toitlustusvõimalused. Tallinna tagamaa pakub erinevaid meelelahutuslikke tegevusi. Samuti toetab äriturismi toote pakkumist rahvusvaheline Tallinna lennujaam ja Tallinna sadam.

*Lõuna-Eesti* eelisteks äriturismi arendamisel on Tartu koos oma ülikoolilinnakuga, tagamaana huvitava ajaloo- ja kultuuripärandi ning looduskeskkonnaga Lõuna-Eesti regioon. Kui äriturist saabub Lõuna-Eestisse seminarile, siis enamasti tagasi kodukohta ei pöörduta, vaid jäädakse ööbima. Tulevikuperspektiivis tugevdab Lõuna-Eesti äriturismi toodet ka Tartu lennujaama aktiivne kasutus ning Tallinn-Riia rongiliikluse avamine.

### 4.6.5.3. Hetkeolukorra analüüs

#### Tugevused

- infotehnoloogia (kommunikatsioon, tugiteenused seminariteenuse pakkumiseks) ja selle edukas rakendamine.
- teenusepakkujate heal tasemel keeleoskus (eelkõige inglise keele oskus);
- olemas on suuremad seminari- ja konverentsikorraldamise kohad (Dorpat, Vanemuise kontserdimaja, ülikooli hooned Tartus), kusjuures need on tehniliselt hästi varustatud. Tartu linn kuulub oragnsiatsiooni Eesti Konverentsibüroo, mis tegeleb suurte rahvusvaheliste konverentside toomisega Eestisse. Samuti kuulub Tartu läbi EKB ka rahvusvahelistesse konverentsiturismi organisatsioonidesse;
- ettevõtjad on motiveeritud hea teenuse pakkumisest. Tartus tegutseb Sihtasutus Tartumaa Turism juures Tartu Konverentsibüroo, kes tegeleb äriturismi toote arendamise ja turundamisega;
- piisavalt seminari korraldamise kohti Lõuna-Eestis;
- regioonis on äriturismis tunnustatud kohti (nt Taagepera loss kui Eesti parim pulmade korraldamise koht);
- lai majutusvõimaluste valik regioonis (toetavate teenuste olemasolu, oluline tugipunkt teenuste pakkumisel).

#### Nõrkused

- infrastruktuur (lennuühendus, teed, ligipääsetavus) on halb;
- Lõuna-Eestis on vähe suurte (rohkem kui 500 inimest) vastuvõtude läbiviimise võimalusi;
- toetavate teenuste (toitlustuse, majutuse) ebahühtlane tase ja üksluisus;
- äriturismi teenuste tagasihoidlik turundus ja vähene tundus;

- ebahütlane toetava ressursi (legendid, pärandkultuur jne) kaasamine. Enamik vaatamisväärsusi väheatraktiivsed (vähe legende jne) – erisused ei ole välja toodud;
- Eesti vähene esindatus rahvusvahelistes äriturismialastes organisatsioonides;
- ettevõtjate üldine passiivsus;
- konverentside läbiviimise oskustase on madal;
- puuduvad konverentsialased turu-uuringud ja statistika;
- kvalifitseeritud personali (klienditeenindajate) vähesus;
- vähene koostöö äriturismi teenuste pakkumisel ja arendamisel avaliku, kolmanda ja erasektori vahel (informeerimise vähene korraldus);
- ettevõtjate ühendused ei toimi koordineeriva ühendusena;
- ebahütlase kvaliteediga seminari korraldamise kohad.

#### **4.6.5.4. Äriturismi toote arendamise visioon aastaks 2020**

**Tartu linn on tuntuim Baltikumi teadus- ja meditsiiniturismi sihtkohana. Aastal 2020 tuntakse Tartu linna ja Lõuna-Eesti äriturismi toodet kui Baltikumi tuntuimat teadusturismi piirkonda. Äriturismi tootele annavad lisaväärtust Lõuna-Eesti loodus- ja pärandkultuur.**

#### 4.6.5.5. Kliendisegmentid

Tabel 9. Äriturismi toote kliendisegmentid

Kliendisegmendi nimetus	Segmendi alajaotus	Milliseid tooteid tarbivad	Segmendi iseloomustus	Info
<b>Välituristid</b>				
<i>Business travellers</i> – ärilisel eesmärgil üksi reisivad isikud (ärijuhid, lähetatud); Äriturismi grupp. Korporatiiv- ja assotsiatsioonide kliendid.	Soome, Venemaa, Läti. Assotsiatsioonide kliendid on rahvusvahelised kliendid erinevatest sihtriikidest.	Tarbivad äriturismi teenuseid.  Tarbivad antud toote kõrvalt ka teisi tooteid (kultuuri- ja ajalooturism).	Osalevad seminaridel, konverentsidel, koolitustel. Olulisel kohal regiooni kultuuri- ja ajaloopärandiga tutvumine. Seminarid-konverentsid toimuvad üldjuhul Tartus, kuid kasutatakse ka võimalust korraldada seminare Lõuna-Eesti regiooni omanäolistes kohtades. Post- ja pre-ekskursioonide tarbijad. Piiratud ajagraafikuga.	Saavad infot seotud organisatsiooni, seminarikorraldus-firmade ja seminari korraldamise kohtade kaudu, veebist ning reisikorraldajate kaudu. Samuti messidelt.
Eraisikud	Erinevad rahvused	Tarbivad äriturismi jaoks loodud keskkonda teisel eesmärgil.  Tarbivad ka teisi tooteid (kultuuri- ja ajalooturism).	Kasutavad äriturismi jaoks loodud keskkonda (suured ruumid, tehnika jne) eraürituste korraldamiseks.	Saavad infot veebist, reisikorraldajatelt, turismimessidelt, reisiajakirjadest.
<b>Siseturistid</b>				
<i>Business travellers</i> – ärilisel eesmärgil üksi reisivad isikud (ärijuhid, lähetatud);		Tarbivad äriturismi tooteid, vähesel määral ka teisi tooteid (tervise- ja lõõgastusturism, ajaloo- ja kultuuriturism).	Antud sihtgrupi esindajad reisivad üksi töö eesmärgil. Üldjoontes piiratud ajagraafikuga.	Infot saavad seotud organisatsioonide kaudu, veebist ning seminari- ja konverentsi-korraldajate käest.
Äriturismi grupp	- Korporatiivklient	Tarbivad äriturismi	Osalevad seminaridel,	Saavad infot seotud

	- Assotsiatsioonid	tooteid. Tarbivad antud toote kõrvalt ka teisi tooteid.	konverentsidel, koolitustel. Seminarid-konverentsid toimuvad üldjuhul Tartus, kuid kasutatakse ka võimalust korraldada seminare Lõuna-Eesti regiooni omanäolistes kohtades. Piiratud ajagraafikuga.	organisatsiooni, seminarikorraldus-firmade, seminari korraldamise kohtade kaudu ning veebist.
Eraisikud – peod, pulmalised		Tarbivad äriturismi jaoks loodud keskkonda teisel eesmärgil.  Tarbivad ka teisi tooteid.	Kasutavad äriturismi jaoks loodud keskkonda (suured ruumid, tehnika jne) eraärituste korraldamiseks.	Infot saavad veebist, suusõnalisel teel.

#### 4.6.5.6. Tegevuskava aastateks 2010–2015

**Tabel 10.** Äriturismi toote eesmärgid ja tegevuskava

Eesmärk	Tegevus	Ajakava	Teostajad	Tegevuse elluviimise maksumus
5.1. Äriturismi toode on terviklikult välja töötatud ja tuntud. 5.2. Äriturismi teenused on sihipäraselt turundatud ja tuntud. 5.3. Pre- ja posttuuride puhul on rõhuasetus seatud EHEDA Eesti tutvustamisele (külastajale tutvustatakse eristuvaid omanäolisi kohti).	5.1.1. Äriturismi tootepaketi ja sellega seonduva infomaterjali väljatöötamine (trükis).  Tiraaž: inglise keeles (3000 tk), saksa keeles (3000 tk), soome keeles (3000 tk), eesti keeles (3000 tk), vene keeles (3000 tk), rootsi keeles (1000 tk). Trükises sisalduv info esitatakse paralleelselt ka	2010–2011	SA LET	250 000 krooni

	veebis.			
	5.1.2. Konverentsiturismi messidel osalemine (Barcelona, Frankfurt).	2010 – järjepidevalt	Tartu linn, SA Tartumaa Turism, Tartu Konverentsibüroo	Ühel messil osalemise maksumus keskmiselt 50 000 krooni (organisatsiooni kohta)
	5.1.3. EAS-i osalemine reisikorraldajate tutvustusreiside korraldamisel.	2011	SA LET, SATT TKB	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
5.4. Paigas on üldised põhimõtted (standard) seminariteenuse pakkumiseks (standardi väljatöötamisel kaasatakse ka ettevõtjat ennast) (2012)	5.1.4. Äriturismi standardi väljatöötamine koostöös konverentsibürooga.	2011	SA LET, EKB, riiklik tasand	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
5.5. Moodsad meediumid on vabalt kasutatavad kõikides seminari korraldamise kohtades (2015).	5.1.5. Äriturismi valdkonna asjaosaliste ümarlaudade korraldamine (kaasatakse ka KOV ja tugiteenuste pakkujad; aastas korraldatakse 1 ümarlaud).	2010 – jätkuvalt	SA LET, EKB, MAK, KOV	Ümarlaua korraldamise hind 5000 krooni
5.6. Ühtlaselt heal tasemel seminari korraldamise kohad (sh tehnilised vahendid, ruumid), kus pakutakse ka erinevaid toetavaid teenuseid.	5.1.6. Koolituste korraldamine ettevõtja teadlikkuse tõstmiseks (aastas korraldatakse 1 koolitus).	2010 – järjepidevalt	MAK	30 000 krooni päev
5.7. Pidev koostöö omavalitsustega ettevõtluskeskkonna loomiseks.				
5.8. Regioonisiseseid positiivsed näited on				

<p>turunduses hästi ära kasutatud.</p> <p>5.9. Pidev teavitamine oma tunnustusest läbi koostöövõrgustiku.</p> <p>5.10. Jooksvalt info edastamine meediale ja turismisektorile.</p>				
<p>5.11. Teenusepakkujate keeleoskus on suhtlustasandil paranenud (eelkõige vene ja soome keele osas).</p> <p>5.12. Teenusepakkujad ja teenindav personal valdab turismi valdkonda puudutavat terminoloogiat.</p> <p>5.13. Külastajad on teadlikud, et teenust pakutakse regioonis sobivas keeles (2013).</p>	<p>5.1.7. Keelekoolituste korraldamine kogu regioonis koostöös omavalitsustega (aastas korraldatakse 1–2 keelekoolitust).</p>	2010 – jätkuvalt	MAK	30 000 krooni päev
<p>5.14. Toimiv koostöövõrgustik äriturismi teenuste pakujate vahel (info vahendamine).</p> <p>5.15. Aastaks 2015 on ettevõtjad koondunud toimivasse ühendusse. Koostöövõrgustikuga on ühinenud 30% ettevõtjatest.</p> <p>5.16. Toimib koostöö avaliku, era- ja kolmanda sektori vahel.</p> <p>5.17. Toimib järjepidev koostöö Lõuna-Eesti toiduvõrgustikuga (kohalik ja mahe toit).</p>	<p>5.1.8. Teenusepakkujatele infopäevade korraldamine (aastas korraldatakse 1 infopäev).</p>	2010 – jätkuvalt	MAK, SATT TKB	Infopäeva korraldamise maksumus 10 000 krooni
<p>5.18. Ka väiksemad seminari- ja konverentsikorraldamise kohad on tehniliselt hästi</p>	<p>5.1.9. Ärituristile suunatud veebirakenduste loomine (päringute tegemiseks) – et</p>	2010–2012	EAS, EKB, Tartu Konverentsibüroo	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele

varustatud (2015).	leida ka mitme ettevõtja poolt pakutavaid tooteid.			
5.19. Ka teenindajad on motiveeritud kvaliteetse teenuse pakkumisest. Küllastajate rahulolu on tõusnud.	5.1.10. Parima teenindaja konkursi läbiviimine/parima teenindusega ettevõtja väljaselgitamine.	2011 – jätkuvalt	MAK-d	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
5.20. Ühtlaselt mitmekesine majutusvõimaluste valik regioonis. 5.21. Majutusasutused vastavad kvaliteedi standarditele (tärnid) (2015). 5.22. Aastaks 2020 on juurde tekkinud tärniga majutusasutusi (10 uut majutusasutust). 5.23. Toimiv kontrollsüsteem (2012). 5.24. Toetavad teenused on mitmekülgsed ja ühtlaselt kvaliteetsed. Toetavad teenused on eristuvad. 5.25. Ettevõtjad pakuvad piirkonnale omaseid toite vms. Piirkonna eripärad on kasutusele võetud toetavate teenuste pakkumisel (nt mulgipuder jne).	5.1.11. Kvaliteedi teabepäevade ja koolituste korraldamine.	2010 – jätkuvalt	MAK, SA LET	30 000 krooni päev
5.26. Vaatamisväärsused on legendide ja pärimuse kaudu paremini tuntud ning esitletud. 5.27. Ettevõtjate teadlikkus	5.1.12. Infopäeva korraldamine äriturismi teenuste pakujatele kohaliku ressursi kasutamiseks ning piirkonna teiste	2010 – jätkuvalt	SA LET, MAK	10 000 krooni

kultuuri- ja ajaloopärandist ning olemasolevast ressursist on tõusnud.	võimaluste tutvustamiseks (aastas korraldatakse 1 infopäev).			
5.28. Lõuna-Eesti organisatsioonid/ettevõtted osalevad rahvusvaheliste organisatsioonide töös läbi keskse organisatsiooni.	5.1.13. Esituste organiseerimine võtmeisikutele (nt ülikoolide lektorid jne).	2010 – järjepidevalt	EKB, SA LET	10 000 krooni
	5.1.14. Ettevõtjatele info saatmine EKB pakutavatest võimalustest. Info edastamine ettevõtjatele konverentside läbiviimise oskuse võimalustest (nt kompetentsikeskustest).	2010 – jätkuvalt	MAK	Tööjõu kulu
5.29. Ettevõtjad on aktiivsed ja tahavad olla informeeritud.	5.1.15. Koolituste korraldamine (nt algava ettevõtja koolitused, toetusvõimaluste koolitus).	2010 – jätkuvalt	MAK	30 000 krooni päev
5.30. KOV-d on loonud hea baasi äriturismi teenuste pakkumiseks (nt soodsamad rendihinnad, toetava tugiinfrastruktuuri loomine).	5.1.16. Tulevaste ettevõtjate koolitamine (keskkoolides ettevõtluse aluste õpetamine).	2011-2013 (pilotprojekt)	KOV-d	Hind kujuneb vastavalt tellitud teenusele
5.31. Olemasolevad ettevõtjad pakuvad koostöös loodud tervikpakette.				
5.32. On olemas toimiv uuringute läbiviimise ja statistika kogumise süsteem (tegeleb EKB) (2012).	5.1.17. Teabepäeva korraldamine statistika kogumise olulisuse kohta (aastas korraldatakse 1 teabepäev).	2010 – jätkuvalt	SA LET, EKB	Teabepäeva korraldamise maksumus 10 000 krooni
5.33. Ettevõtjad edastavad perioodiliselt infot oma seminaride korraldamise kohta statistikat koguvatele organisatsioonidele (EKB).				
5.34. Toimib koostöö EAS-ga				

olemasolevate turu-uuringute info osapooltele edastamisel.				
5.35. On piisavalt kvalifitseeritud personali.	5.1.18. Klienditeeninduskoolituste korraldamine.	2010 – jätkuvalt	MAK	30 000 krooni
5.36. Olemas on suuremate pidulike ürituste infrastruktuur. 5.37. On loodud juurde ja tutvustatud huvitavaid nišitooteid (kohti) seminaride läbiviimiseks (nt lodi, seminaritamm).	5.1.19. Ettevõtjatele tootearenduskoolituste korraldamine (aastas korraldatakse 1 koolitus).	2010 – järjepidevalt	SA LET, MAK, EKB	Koolituse maksumus 200 000 - 400 000 krooni

#### 4.6.6. Lõuna-Eesti turismiregiooni tegevuste kava

Järgnevas tabelis on välja toodud regiooniülesed tegevused, mis on vajalikud regioonile tervikuna sõltumata toodete omapärast. Antud tegevuskava tegevused on eelkõige suunatud turunduse ja tootearenduse parandamiseks, teenuste kvaliteedi tõstmiseks ning regionaalse koostöö arendamiseks.

**Tabel 13.** Regiooniüleste tegevuste tegevuskava

Tegevus	Ajakava	Teostajad	Tegevuse elluviimise maksumus
Koostöö arendamiseks korraldatakse piirkonna ettevõtjate ümarlaudasid ja infopäevi. Aastas korraldatakse iga toote kohta vähemalt 1 ümarlaud (kokku 5 ümarlauda).	2010 – järjepidevalt	SA LET, MAK	5000 krooni ümarlaua kohta, kokku 25 000 krooni; lisaks toodete ümarlaudadele korraldatakse eraldi ümarlaudasid ka ürituste korraldajatele
Lõuna-Eesti turismikaartide koostamine ja regioonipiiridele paigaldamine.	2011	SA LET	Maksumus määratlemisel
Interaktiivse veebipõhise turismikaardi loomine.	2011–2012	SA LET	200 000 krooni
Teenuse kvaliteedi (ühis)koolitused (teenindava personali koolitused). Aastas korraldatakse 1–2 koolitust, sõltuvalt osalejate arvust.	2010 – järjepidevalt	SA LET, MAK	30 000 krooni päev
Järjepidev sündmuste turundamine – info edastamine veebis.	2010 – järjepidevalt	SA LET, MAK	Tööjõukulu
Lõuna-Eesti turismifoorumi korraldamine.	2010 – järjepidevalt	SA LET	25 000 krooni
Info regiooni arendustegevustest koondatakse SA LET-i veebilehele (suunatud spetsialistile).	2011	SA LET	Tööjõukulu
Ühtse märgistuse, viidastuse aluste väljatöötamine.	2011	EAS, SA LET, MAK	Maksumus määratlemisel

Olemasoleva turismiinfrastruktuuri ja külastusobjektide/vaatamisvääruste järjepidev hooldamine.	2010 – järjepidevalt	Ettevõtjad, KOV, riiklik tasand	Investeeringuvajadused infrastruktuuri ja turismiobjektidesse on täpsemalt määratletud kohalike omavalitsuste arengudokumentides ja eelarvetes.
Rahvusvahelistel turismimesssidel osalemine ühise piirkonnana. Aastas osaletakse minimaalselt kolmel messil.	2010 – järjepidevalt	SA LET, EAS, MAK, SATT	Kulu keskmiselt ühe messi kohta 35 000 - 50 000 krooni; aastane kulu 105 000 – 150 000 krooni
Külastajauuringute läbiviimine (külastuspõhjuste ja eelistuste väljaselgitamine, rahulolu teenuste kvaliteediga jne). Aastas viiakse läbi vähemalt 1 regionaalne külastajauuring.	2010 – järjepidevalt	SA LET, MAK	150 000 krooni uuringu kohta
Teenindava personali keelekoolituste läbiviimine.	2010 – järjepidevalt	MAK	30 000 krooni päev
Parima teenindaja konkursi läbiviimine/parima teenindusega ettevõtja väljaselgitamine.	2011 – järjepidevalt	MAK	Hind kujuneb vastavalt tegevuse tellimusele
Turundusalaste koolituste korraldamine. Aastas korraldatakse 1 turundusalane koolitus.	2010 – järjepidevalt	MAK, SA LET	30 000 krooni päev
Kihelkondade märgistamine infotahvlite ja siltidega.	2009–2010	ERM, Maanteeamet	Tegevus on teostamisel
Atesteeritud giidide ja nende kompetentsi esitlemine; andmebaasi koostamine.	2011	SA LET, MAK	Tööjõukulu
Artiklite ilmumine välismeedias (minimaalselt 2 artiklit aastas)	2011 – järjepidevalt	SA LET	30 000 krooni
Suvekampaaniad Soome, Läti, Saksamaa, Venemaa ja Rootsi juhtivates päevalehtedes	2011 - järjepidevalt	SA LET, EAS	100 000 ühe sihtriigi kohta (kokku 500 000 krooni)
Talvekampaaniad Soome, Läti, Saksamaa, Venemaa ja Rootsi juhtivates päevalehtedes	2011 – järjepidevalt	SA LET, EAS	100 000 ühe sihtriigi kohta (kokku 500 000 krooni)
Ürituste kalendri väljaandmine	2011 - järjepidevalt	SA LET, MAK	180 000 krooni

SA LET keskmine iga-aastane kulu regiooniüleste turundus- ja arendustegevuste teostamiseks on keskmiselt 1,625 miljonit krooni (osad kulud võimalik jaotada SA LET ja MAK-de vahel). Antud summale lisandub ühekordsete investeeringute kulu (näiteks veebilehe uus rakendus) ning tootepõhised turundus- ja arendustegevused. Ühe toote kohta on SA LET kulud aastas keskmiselt 225 000 – 325 000 krooni (tootepõhised koolitused ja trükised iga kahe aasta järel).

Koos tegevuskuludega on SA LET aastase eelarve suuruseks ligikaudu 3 miljonit krooni.

## **6. Arengukava elluviimine ja tulemuslikkuse hindamine**

Lõuna-Eesti turismi arengukava viiakse ellu nii regiooni kui ka kogu Eesti turismiarendajate poolt (EAS, SA LET, MAK, KOV, erialaühendused, ettevõtjad).

Lõuna-Eesti turismi arengukava elluviimine toimub läbi tootepõhiste tegevuskavade, mis on koostatud aastateks 2010–2015.. Tegevuskavad hõlmavad eelkõige turunduse, tootarenduse ja koostöölaseid tegevusi.

Tegevuskavad ja kogu arengukava vaadatakse üle ning korrigeeritakse korra aastas. Arengukava ülevaatus koordineerib Sihtasutus Lõuna-Eesti Turism. Arengukava täiendamiseks oodatakse ettepanekuid maakondlikelt turismiarendajatelt ja erialaühendustelt. Arengukava tegevuskavad on ka SA LET-i eelarve koostamise aluseks.

Arengukava tegevuste elluviimiseks kaasatakse vahendeid erinevatest toetusprogrammidest, samuti kasutatakse tegevuste elluviimiseks SA LET-i eelarvet. Tegevusi rahastatakse veel riigi toetuste ja investeeringute kaudu, erasektori, mittetulundussektori, välisriikide, rahvusvaheliste organisatsioonide investeeringute abil, abi- ja koostööprogrammide kaudu.

Käesoleva arengukava tulemuslikkuse hindamise aluseks on eesmärkide saavutamise indikaatorite jälgimine. Mitmete eesmärkidele ei olnud võimalik seada indikaatorit, sest puudus alusinfo hetkeolukorra fikseerimiseks. Mõõdikud tuginevad üldstrateegilistele eesmärkidele, mis on esitatud ka vastavas arengukava peatükis.