

Väljaandja:	Riigikogu
Akti liik:	otsus
Teksti liik:	algtekst
Jõustumise kp:	24.11.2006
Avaldamismärke:	RT I 2006, 53, 400

## **Eesti riikliku turismiarengukava aastateks 2007–2013 kinnitamine**

Vastu võetud 22.11.2006

Turismiseaduse § 4 alusel Riigikogu otsustab:

Kinnitada juurdelisatud Eesti riiklik turismiarengukava aastateks 2007–2013.

**Riigikogu esimees Toomas VAREK**

### **EESTI RIIKLIK TURISMIARENGUKAVA 2007–2013**

#### **SISSEJUHATUS**

Eesti riiklik turismiarengukava aastateks 2007–2013 on välja töötatud kui kaasajastatud jätkuprogramm riiklikule turismiarengukavale 2002–2005, mis on kinnitatud Riigikogu 23. oktoobri 2002. a otsusega. Arengukava on töötatud välja koostöös Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi ja Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse Turismiarenduskeskuse ekspertidega. Lisaks teistele ministeeriumitele andsid oma panuse arengukava väljatöötamisele Eesti Turismifirmade Liit, Eesti Hotellide ja Restoranide Liit, Eesti Kuurort- ja Taastusravi Liit, MTÜ Eesti Maaturism, Eesti Linnade Liit, Eesti Maaomavalitsuste Liit, Eesti Väike- ja Keskmiste Ettevõtjate Assotsiatsioon, Eesti Kaubandus-Tööstuskoda, Eesti Mereturismi Assotsiatsioon, Eesti Ökoturismi Ühendus, Eesti Matkaliit ja Eesti Giidide Liit.

Riikliku turismiarengukava eesmärk on esitada turismi kui majandusharu tasakaalustatud arengu strateegia aastateks 2007–2013, mis on suunatud turismisektori rahvusvahelise konkurentsivõime kasvu kaudu majanduskasvu toetamisele Eestis. Käesolev arengukava võtab arvesse eelmisel perioodil seatud eesmärkide täitmist ning keskendub Eesti tugevustele ja kitsaskohtade lahendamisele, tagades Eesti turismimajanduse jätkusuutliku arengu läbi efektiivsuse, paindlikkuse ja kvaliteedi. Arengukava on välja töötatud turismiseaduse § 4 alusel.

Eelmise arengukava perioodi 2002–2005 eesmärgid suudeti täita osaliselt. Peamine eesmärk, turismiteenuste keskmine ekspordi kasv 7% aastas, jäi mõnevõrra prognoositu alla ja kasvas keskmiselt 6,4% aastas (11,6 miljardilt kroonilt 2001. aastal 15,2 miljardi kroonini 2005. aasta lõpuks). Samas on majutusettevõtete majutatud siseturistide arv kasvanud eeldatust kiiremini. Eesmärgiks oli kasv 344 tuhandelt 2001. aastal 450 tuhandeni aastaks 2005. Tegelikult kasvas siseturistide arv 2005. aasta lõpuks 619 tuhandeni. Samuti on täidetud ka Eestis ööbivate välisküllastajate osatähtsuse eesmärk, milleks oli suurenemine 45%-ni kõigist välisküllastajatest.

Märkimisväärselt ei ole pikenenud välituristide keskmise viibimise kestus ühes majutusettevõttes (1,94 ööbimiselt 2001. aastal 2,05 ööbimiseni 2005. aastal). Ka reiskulutused Eestis ühe välisküllastaja kohta ei ole sel perioodil eriti suurenenud, tulenevalt eelkõige kulutamist stimuleerivate ja reisi kestust pikendavate ajaveetmisvõimaluste ja vaatamisväärsuste vähesest lisandumisest sel perioodil. Seetõttu on Eesti turismiteenuste eksport kasvanud pigem küllastajate arvu suurenemise arvelt, täites siiski eelmisel perioodil seatud peamised eesmärgid. Samas on aastatel 2003–2004 avanenud erinevate välisabiprogrammide toel tehtud suures mahus investeringuid vaatamisväärsuste ja turismiinfrastruktuuri arendamiseks, mis valmivad lähiaastatel.

Kokkuvõttes on Eesti turismi areng olnud kiire, kuid ressursside efektiivsem kasutamine võimaldab järgmisel perioodil tõsta turismisektori jätkusuutlikkust ja kvaliteeti veelgi.

Eesti riikliku turismiarengukava 2007–2013 strateegilisteks tegevussuundadeks on Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamine, turismi tootearenduse edendamine (teadlikkuse ja kvaliteedi kasv, mitmekülgsed uuenduslikud tooted ja tegevused, koostöövõrgustike loomine) ja turismiinfosüsteemi arendamine. Strateegilised tegevussuunad on määratud arengukava peamiste sihtrühmade (potentsiaalsed turistid, turismiettevõtjad, huvigrupid) otsuste langetamise lihtsustamiseks ja vastava tegevuse suunamiseks.

Turism täidab jätkuvalt olulist rolli Eesti üldises majandusarengus, mida turismiturul toimuv mõjutab kas vahetult või on mõjutatud mitmete teiste majandussektorite poolt. Hinnanguliselt annab turism ligi 8% Eesti sisemajanduse koguproduktist ning sama suur osa kõigist hõivatutest saab tööd tänu turismile.<sup>1</sup> Enam kui 40 tuhandest turismiga hõivatust töötab veerand hotellides ja restoranides, ülejäänud saavad tööd transpordisektoris, reisibüroodes, kaubanduses, meelelahutusteenuste pakkumises, tööstuses ning teistel turismiga kaudselt seotud tegevusaladel. Kuna hotellides ja restoranides hõivatutest on peaaegu kolm neljandikku naised, siis tõenäoliselt annab ka uute töökohtade loomine rohkem töövõimalusi pigem naistele kui meestele.

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi prognoosi kohaselt kaasneb turismi elavnemisega hotellide ja restoranide sektoris lisandväärtuse kasv perioodil 2005–2013 ca 80% (püsivhindades). Sektoris luuakse selle ajaga ligikaudu 6 tuhat täiendavat töökohta. Turismiteenuste eksport suureneb aastaks 2013 üle 30%. Neid muutusi ei saa siiski siduda vaid turismi arengukavas läbiviidavate tegevustega, enamus sellest tuleneb ettevõtjate panusest, riigil on siin pigem abistav roll. Arengukavas rakendatavate meetmete otsene mõju avaldub läbi informatsiooni levitamise (Eesti kohta ning konkreetsete turismitoodete/teenuste pakkujate kohta) ja sellega kaasneva nõudluse kasvu (potentsiaalsed kasusaajad kõik turismiga tegelevad ettevõtted või spetsiifilistemeetmete puhul vastava sihtgrupiga/regiooniga seotud ettevõtted), läbi turismiteenuste kvaliteedi tõstmise (otsesed kasusaajad toetatavate turismiobjektide haldajad / teenuste pakkujad, infrastruktuuri kasutajad).

Eesti riiklik turismiarengukava aastateks 2007–2013 seab üldised suunised Eesti turismisektori arendamiseks. Arengukavas väljatoodud eesmärkide saavutamiseks koostatakse konkreetsetele tegevustele keskenduv rakendusplaan. Rakendusplaanis keskendutakse detailsemalt erinevatele turismiliikidele (nagu näiteks maaturism, kultuuriturism, konverentsiturism, erihuvidel põhinevad turismiliigid jne), konkreetsetele toetusprogrammidele ja valitud sihtturgudele.

Eesti põhilisteks sihtturgudeks on Soome, Rootsi, Venemaa Peterburi regioon, Norra, Saksamaa ja Läti. Arenevad sihtturud on Suurbritannia, Taani, Itaalia ja Holland ning uued turud on Ameerika Ühendriigid, Poola, Prantsusmaa, Hispaania ja Jaapan. Täiendavalt toimub regulaarne Eesti tutvustamine kõigis riikides, kus Eestil on olemas välisesindus.

## 1. MÕISTED

**Turismon** majandussektor, mille peamisteks komponentideks on:

- majutus koos toitlustamisega;
- reisitransport – lennu-, mere-, maantee- ja raudteetransport;
- looduslikud ja tehnilised vaatamisväärsused ning nende haldajad;
- reisiettevõtjad – reisikorraldajad ja reisibürood;
- reisisektori korraldajad – avaliku, era- ja kolmanda sektori organisatsioonid ja asutused.

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 külastajateks ja nad jagunevad ühepäevakülastajateks ja turistideks. Turism jaguneb väljaminevaks, sissetulevaks ja siseturismiks.

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

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

**Väljaminev turismon** riigi residentide reisimine väljapoole riigi territooriumi.

**Sissetulev turismon** riigi mitteresidentide reisimine riigi territooriumil asuvasse paikadesse.

**Siseturismon** riigi residentide reisimine riigi territooriumil asuvasse, kuid väljapoole nende igapäevast elukeskkonda jäävasse paikadesse.

**Turismitood** on terviklik külustuselamus, mis koosneb erinevatest toodetest ja teenustest, mida külastaja oma reisi ajal tarbib.

Turismitoodet tugineb füüsilistele, emotsionaalsetele ja elamuslikele elementidele ning viisile, kuidas neid külastajale pakutakse. Turismitoodet põhineb puhtal keskkonnal, kohaliku kultuuri ja kogukonna positiivsel esitlemisel ning pakub külastajale midagi unikaalset – identiteeti, mis erineb konkurentidest. **Turismitoodet kvaliteet** dikujundab klienditeekonna terviklik kvaliteet.

**Turisminõudluse otsesteks tekitajate** ehk tõmbeteguriteks on motivaatorid, mis ärgitavad külastajaid Eestisse tulema (sünnimaa, ajalugu, loodus, atraktsioonid, äri, tegevused jm). Selleks, et neid kogeda, vajab külastaja külustuselamust kogeda võimaldavaid ja toetavaid tooteid – transporti, majutust, toitlustust ja mitmesuguseid teisi teenuseid.

**Turismiasjalised** on kõik asjaosalised (üksikisikud, grupid või organisatsioonid), kes mõjutavad ja keda mõjutavad turismivaldkonna otsused ja/või kes osalevad külustuselamuse protsessis. Peamisteks asjaliste gruppideks on avalik sektor, erasektor, mittetulunduslikud ühingud, kohalik kogukond ja külastajad, sh:

- riigi- ja omavalitsusasutused ning nende poolt loodud tulundus- ja mittetulunduslikud organisatsioonid;
- üleriigilised ja regionaalsed turismi- ja tööandjate organisatsioonid;
- kolmas sektor, sh keskkonnakaitse ja teised organisatsioonid;
- turismiteenuste pakkujad;
- turva-, tervise- ja muude teenuste pakkujad;
- turistid, külastajad, elanikud;
- meedia;
- akadeemilised institutsioonid ja muud uurimisasutused.

**Kultuuripärand** liigitub vaimseks ja materiaalseks. Materiaalse kultuuripärandi moodustavad ajaloolise, arheoloogilise, etnograafilise, linnaehitusliku, arhitektuurilise, kunstilise, teadusliku, usundiloolise või muu kultuuriväärtusega objektid. Vaimse kultuuripärandi moodustavad tavad, esitus- ja väljendusvormid, teadmised, oskused ning nendega seotud tööriistad, esemed, artefaktid ja kultuuriruumid, mida kogukonnad, rühmad ja mõnel juhul üksikisikud tunnustavad oma kultuuripärandi osana.

**Looduspärand**– looduslikud mälestised, mis koosnevad füüsilistest ja bioloogilistest moodustistest või nende moodustiste rühmadest, millel on väljapaistev ülemaailmne väärtus esteetika või teaduse seisukohast; geoloogilised ja füsiograafilised moodustised ning täpselt piiritletud alad, mis kujutavad endast ohustatud looma- ja taimeliikide areaale, millel on väljapaistev ülemaailmne väärtus teaduse või konserveerimise seisukohast; looduslikud vaatamisväärsused või täpselt piiritletud looduslikud alad, millel on väljapaistev ülemaailmne väärtus teaduse, konserveerimise või loodusliku ilu seisukohast.

**Tõmbekeskus** on regionaalne sihtkoht, mis koondab endas piirkonna olulise turismiresursi, külastajad ja turismispetsiifilise teabe, edendab turismiteadlikkust ning vahendab infot kogu regioonis.

## 2. LÄHTEALUSED

Turismialase ettevõtluse regulatsiooni Eestis sätestab turismiseadus, mis jõustus 2001. aasta 1. märtsil.

Turismiseaduse eesmärk on tagada aus konkurents ja kaitsta tarbijate huve, määrates turismialase ettevõtlusega tegeleva ettevõtja õigusliku staatuse, turismialasele ettevõtlusele esitatavad nõuded, vastutuse seaduse rikkumise eest ja riikliku järelevalve teostamise korra.

Turism on seotud mitme erineva majandusharuga. Riiklik turismiarendukava käsitleb ennekõike avaliku sektori otseselt turismi arengule suunatud eesmärged ja tegevusi, üritamata lahendada kõiki turismisektoriga puutumust omavate majandusvaldkondade probleeme. *Turismi arengut toetavad veel mitmed vastuvõetud või ettevalmistamisel olevad arengukavad:*

- Eesti säästva arengu riiklik strateegia Säästev Eesti 21;
- Strateegia 21. sajandi Eesti muuseumid;
- Eesti regionaalarengustrateegia 2005–2015;
- Riiklik struktuurivahendite kasutamise strateegia 2007–2013;
- Eesti riigi kultuuripoliitika põhialused;
- Transpordi arengukava 2006–2013;
- Ühistranspordi arenguprogramm 2006–2010;
- Arengukava Eesti toit,
- Eesti ettevõtluspoliitika 2007–2013;
- Eesti metsapoliitika;
- Eesti maaelu arengustrateegia 2007–2013;
- Eesti keskkonnanstrateegia aastani 2010;
- Looduskaitse arengukava aastani 2035;
- EL uuendatud turismipoliitika: partnerluse edendamiseks Euroopa turismis.

Nimetatud arengustrateegiate seosed turismiarendukavaga on toodud käesoleva arengukava lisas.

Turismi arendamine on kajastatud ka omavalitsuste arengukavades ja üldplaneeringutes, maakondlikes arengustrateegiates ja maakonnaplaneeringutes ning omavalitsusüksuste arengukavades.

Lisaks turismiga seotud teiste majandussektorite arengustrateegiatele on turismisuundumuste prognoosimiseks ja arengueesmärkide seadmiseks olulised regulaarselt läbiviidavad turismialased uuringud ja küsitlused. 2013. aastaks seatud eesmärkide seadmisel olid sisendiks alljärgnevad uuringud:

- Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO) prognoos;
- Euroopa Turismikomisjoni pikaajaline turismitrendide prognoos;
- Tööjõu vajaduse prognoos aastani 2011.

## 3. TURISMISEKTORI HETKEOLUKORD

### 3.1. Maailma turismisektori hetkeolukord

Turismi arengut mõjutab kõige rohkem majanduse olukord, mille suhtes on prognoosid positiivsed. Optimistlikke ootusi reise arvu kasvu suhtes toetab ka viimaste aastate kogemus, mille põhjal ei jäta inimesed isegi majanduslikul raskematel aegadel välisreise tegemata, vaid otsivad odavamaid reisimisvõimalusi või teevad lühemaid reise. Euroopa-sisest reisimist suurendab jätkuvalt odavlennufirmade liinivõrgu areng, mis võimaldab reisida varasemast odavamalt ja paindlikumatel tingimustel ning soodustab suurtest lennujaamadest ja keskustest eemal asuvate sihtkohtade külastamist. 2004. aastal Euroopa Liidu laienemisest mõjutatud reisimise kasv uutesse liikmesriikidesse jätkub veel mõne aasta jooksul, eelkõige tänu nende suhteliselt soodsale hinnatasemele ja uudsusfaktorile ning transpordiühenduste ja infrastruktuuri arengule.

### **3.1.1. Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO) prognoos**

Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO) prognoosi kohaselt kasvab ööbimisega välisreiside arv kogu maailmas 763 miljonilt 2004. aastal 1,006 miljardini 2010. aastaks ja 1,561 miljardini aastaks 2020. Euroopa riikidesse tehtud reise arv kasvab 415 miljonilt 2004. aastal 527 miljonini 2010. aastal ja 717 miljonini 2020. aastal. Välisreiside kasvule aitab kaasa uute sihtkohtade avanemine ja väljaarendamine teistes maailma regioonides ning Aasia riikide (eriti Hiina) elanike reisimisaktiivsuse kasv regioonisisiselt.

Maailma Turismiorganisatsiooni prognoosi kohaselt kasvab aastani 2020 Kesk- ja Ida-Euroopa riikidesse tehtavate reise arv kiiremini kui reisimine teistesse Euroopa piirkondadesse (perioodil 1995–2020 kasvab reise arv Euroopa riikidesse keskmiselt 3,1% aastas, Kesk- ja Ida-Euroopa riikidesse aga 4,6% aastas). Seega kasvab reise arv Kesk- ja Ida-Euroopa riikidesse kokku 77 miljonilt 2004. aastal 223 miljonini 2020.aastal, mis tähendab seda, et Kesk- ja Ida-Euroopa osatähtsus Euroopa turismiturul kasvab samal perioodil 19%-lt 31%-ni. Nii kiire kasvu peamise põhjusena näeb UNWTO Kesk- ja Ida-Euroopa riikide soodsat asukohta Lääne-Euroopa ja Venemaa vahel, mille elanikud kokku teevad valdava osa välisreisidest Euroopas. Kasvu teiseks eelduseks on regiooni turismitoodete ja -teenuste atraktiivne hinnakujundus.

### **3.1.2. Euroopa Turismikomisjoni pikaajaline turismitrendide prognoos**

Arenenud riikide elanikkonna hulgas suureneb vanematesse vanusegruppidesse kuuluvate inimeste arv, kelle tervis ja sissetulekud võimaldavad jätkata harjumuspäraseks kujunenud reisimist kõrge eani. Samas tuleb arvestada, et nad eeldavad reisel pakutavatelt teenustelt suuremat mugavust kui nooremad vanusegrupid.

Ka nooremate vanusegruppide seas on järjest rohkem inimesi, kes on külastanud paljusid sihtkohti ja kelle jaoks reisimine on harjumuspärane tegevus. See tähendab, et tarbija muutub pakkumiste hulgast valimisel järjest kriitilisemaks ning pöörab rohkem tähelepanu teenuste hinna ja kvaliteedi suhtele. Sihtkoha valikul tähtsustuvad selle keskkonnasõbralikkus, turvalisus ja eripära. Järjest suureneva sihtkohtade vahelise konkurentsi tingimustes on eduteguriteks pakutavate teenuste kvaliteet ja mitmekesisus.

Puhkusereiside eelistustes süveneb soovide polariseerumine ja suurem rõhk individuaalsusele. Järjest enam tähtsustatakse mugavust ja tähelepanu tarbija erisoovidele. Suureneb erihuvitel põhinevate reise osakaal, kusjuures erinevate huvidega tarbijasegmente on järjest enam. Reisisihtkoha valikul saab järjest rohkem määravaks konkreetne elamus või tegevus, näiteks huvipakkuva harrastusega tegelemine või uute teadmiste omandamine. Seetõttu prognoositakse kasvu nii kaugete ja eksootiliste maade külastustele kui ka tuntud kodulähedastes paikades puhkuse veetmisele. Populaarsuse kasvu ennustatakse ka kruisidele ja kultuurireisidele, samuti aktiivsele puhkamisele aastaringiselt. On näha reisiteenusepakkujate osatähtsuse vähenemist ja iseseisva, internetipõhise reisikorralduse suurenemist.

Kuna elu ja töö muutub järjest pingelisemaks, süveneb tendents teha pikema puhkuse reisi asemel aasta jooksul mitu lühikest, niimimetatud nädalalõpureisi. Seetõttu väheneb reisi kohta kulutatav summa, kuid aastas reisimisele tehtavad kulutused pigem suurenevad. Pingelisem elurütm suurendab ka lõõgastavaid protseduure pakkuvate puhkusevõimaluste (spaa-puhkuste) populaarsust.

## **3.2. Eesti turismisektori hetkeolukord**

Turismimajandus on viimastel aastatel jõudsasti arenenud – on kasvanud nii nõudlus kui pakkumine. Eesti turismimajandus tugineb suures osas väliskülastajatele, kuid tänu sissetulekute kasvule on Eesti elanikud hakanud rohkem reisima ja seda nii välismaal kui Eesti-sisesealt. Põhiosa väliskülastajatest moodustavad soomlased, aasta-aastalt on sõltuvus Soome turust siiski vähenenud ning huvi Eesti vastu on suurenenud ka kaugemate piirkondade elanike seas. Reisimist on soodustanud transpordivõimaluste avardumine ning uute majutuskohtade ja spaa-keskuste lisandumine. Ka liitumine Euroopa Liiduga on suurendanud huvi Eesti vastu ja lihtsustanud Euroopa Liidu kodanike reisimist Eestisse. Positiivsed arengud Eesti turismimajanduse osas on kaasa toonud turismitulude kasvu.

Suurema osa väliskülastajatest moodustavad ühepäevakülastajad (2003. aastal oli ühepäevakülastajate osakaal hinnanguliselt 57%, seoses aruandluse muutumisega alates Euroopa Liiduga ühinemisest 2004. aastal puudub adekvaatne ülevaade ühepäevakülastajate arvust), kelle kulutused jäävad alla ööbivate turistide omadele. Eestis ööbivate turistide arv on oluliselt kasvanud, kuid endiselt on Eesti turismimajandus tugevalt sõltuv lühiajalisi reise tegevatest külastajatest, kellest suure osa moodustavad Eestisse sisseoste tegema tulnud reisijad. Ka ööbimisega reiseid on küllaltki lühikesed (keskmine majutuskohas viibimise aeg on vaid kaks ööpäeva), mis viitab sellele, et ei ole piisavalt teenuseid või infot motiveerimaks külastuse pikendamist.

Turism on Eestis väga sesoonne – kui suvel võib tekkida puudus vabadest majutuskohtadest, siis talvel on keskmine täitumus madal (keskmine voodikohtade täitumus jääb alla 30%). Regionaalselt on turismimajandus jätkuvalt kontsentreerunud Tallinna ja mõne teise turismikeskuse ümber. Tallinna ja Pärnu majutuskohtade arvele langeb ligikaudu kolmveerand ööbimise koguarvust. Töehõive osas on aga turismisektor jaotunud üle Eesti ühtlasemalt. Turismimajanduse positiivsed väljavaated loovad head tingimused hotellide ja restoranide sektori arengule. Oodata on nõudluse ja ka pakkumise suurenemist, mistõttu tööjõuvajadus sektoris kasvab lähiaastatel märkimisväärselt.<sup>2</sup> Aastaks 2010 on prognoositud hotellides ja restoranides hõivatute arvuks 23 000 15–74-aastasest isikut ehk keskmiselt luuakse sektoris tuhat täiendavat töökohta aastas. 2005 aastal õppis turismiga seotud õppekavadel 1031 üliõpilast.

Turismisektori arenguks on oluline tagada turismiteenuste ühtlane kvaliteet ja turismiga seotud õppealade väärtustamine Eesti õppeasutustes. 2005/2006. õppeaastal (novembri seisuga) õppis turismi õppekavadel üliõpilasi kokku viies õppeasutuses, sh kolmes avalik-õiguslikus ülikoolis (Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare Kolledžis, Tartu Ülikooli Pärnu Kolledžis ja Tallinna Ülikoolis), ühes erakutseõppeasutuses (Eesti Hotelli- ja Turismimajanduse Erakool) ning ühes riigikutseõppeasutuses (Võrumaa Kutsehariduskeskus). Õpe on toimunud valdavalt rakenduslikul suunal (s.o diplomiõppes, kuhu alates 2002/2003. õppeaastast enam vastuvõttu ei toimu, ja rakenduskõrgharidusõppes, kus algas vastuvõtt 2002/2003. õppeaastast). Erandiks on Tallinna Ülikool, kus toimub õpe rekreatsioonikorralduse õppekavadel akadeemilisel suunal (bakalaureuse- ja magistriõppes).

Bakalaureuse- ja magistriõppes õppis ligikaudu 21% turismiga seotud õppekavadel õppijatest.

Lõpetanute arv turismiga seotud õppekavadel on kasvanud – kui 1999/2000. õppeaasta jooksul oli lõpetajaid 52, siis 2004/2005. õppeaasta jooksul 142.

### Turismiga seotud kõrghariduse õppekavad, kus 2005/2006 on vastu võetud üliõpilasi<sup>3</sup>

Õppeasutus	Õpe	Õppekava nimetus
avalik-õiguslikud ülikoolid:		
Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare Kolledž	rakenduskõrgharidusõpe	turismi- ja toitlustuskorraldus
Tallinna Ülikool	bakalaureuseõpe (3+2)	rekreatsioonikorraldus
	magistriõpe (3+2)	rekreatsioonikorraldus
Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž	rakenduskõrgharidusõpe	turismi- ja hotelliettevõtlus
erakutseõppeasutus:		
Eesti Hotelli- ja Turismimajanduse Erakool	rakenduskõrgharidusõpe	hotellimajandus
		toitlustusteenuste korraldus
		reisikorraldus
riigikutseõppeasutus:		
Võrumaa Kutsehariduskeskus	rakenduskõrgharidusõpe	turismi- ja toitlustuskorraldus

### Eesti turismiarengu põhinäitajad aastatel 2002–2005

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Saabumiste arv (tuhat)	3 310	3 230	3 253	3 378	*	*
Muutus võrreldes eelmise aastaga (%)	4,1	-2,4	0,7	3,8	*	*
Ööbimisega külastajaid (tuhat)	1 200	1 320	1 362	1 462	1 753	1 910
Muutus võrreldes eelmise aastaga (%)	26,3	10,0	3,2	7,3	19,9	9,0
Ühepäevakülastajaid (tuhat)	2 110	1910	1891	1916	*	*
Muutus võrreldes eelmise aastaga (%)	-5,4	-9,5	-1,0	1,3	*	*

Turismiteenuste eksport kokku (mln kr)	11 181	11 598	12 128	12 190	14 048	15 232
Muutus võrreldes eelmise aastaga (%)	7,9	3,7	4,6	0,5	15,2	8,4
Väliskülastajate kulutused Eestis (mln kr)	8 648	8 898	9 149	9 269	11 220	11 968
Muutus võrreldes eelmise aastaga (%)	6,7	2,9	2,8	1,3	21,0	6,7
Reisijateveo eksport (mln kr)	2 533	2 700	2 980	2 921	2 828	3 264
Muutus võrreldes eelmise aastaga (%)	12,2	6,6	10,3	-2,0	-3,2	15,4

\* Pärast Eesti liitumist Euroopa Liiduga 01.05.2004 ei ole teostatud piiriloendust ühepäevakülastajate osas.

Eesti turismiarengu põhinäitajad on otseselt seotud olemasolevate majutuskohtade ja reisiettevõtjate arvuga:

- majutuskohtade arv 784 (2005);
- tubade arv 16 610;
- voodikohtade arv 38 088;
- reisiettevõtjate arv 327.<sup>4</sup>

### 3.3. Eesti turismisektori tugevused

Eesti turismisektori tugevusteks on suures osas riigi kultuuri- ja looduspärand. Omanäolist, hästisäilinud arhitektuuri ja puhast põhjamaist loodust saavad säästva arengu põhimõtteid järgides nautida nii tänased kui tulevased turistid. Jätakuvalt kuuluvad Eesti peamiste turismiressursside hulka:

- pealinn Tallinn;
- kultuuripärand (keskaegsed linnakeskused, kindlused, mõisahooned, rahvuslik käsitöö, pärimusmuusikafestivalid, tavad jne);
- looduskeskkond (maastikud, veekogud, märgalad, kaitsealad, pargid);
- Põhja- ja Ida-Eesti (põhjarannik, Lahemaa Rahvuspark, Kõrvemaa ja Tuhala looduskaitsealad, mõisaarhitektuur ja linnused, värav Venemaale);
- Lääne-Eesti koos Saaremaa ja Hiiumaaga (maastik, rannapuhkus, sanatooriumid, Pärnu);
- Lõuna-Eesti (kuppelmaastik, järved, kultuurisündmused, rahvusparkid, talisport, setude ja vanausuliste etniline piirkond, Tartu);
- kaasaegsed ja jõudsalt arenevad spaa- ja heaoluteenused;
- hea transpordiühendus lähiriikidega.

### 3.4. Eesti turismisektori kitsaskohad

Eesti turismisektorit iseloomustavad mitmed kitsaskohad, mis pärivad turismisektori jätkusuutlikku arengut.

Turismi edendamiseks tänapäevases tihedas konkurentsisis on vaja muuta sektori kitsaskohad kriitilisteks eduteguriteks, millele keskendumine aitab tõsta turismisektori toimimise efektiivsust ja jätkusuutlikkust.

Tänased turismisektori kitsaskohad on:

- Eesti vähene tuntus reisisihtkohana;
- ühekülgsed turismitooted;
- sesoonsus;
- turistide kontsentreerumine suuremate keskuste nagu Tallinn ja Pärnu ümber;
- turismiteenuste ebahühtlane kvaliteet;
- ebapiisavad transpordivõimalused individuaal turistidele;
- vähene koostöö avaliku, era- ja kolmanda sektori vahel.

### 3.5. Eesti turismisektori arenguvõimalused

Tänases avatud maailmas ei piisa turismisektori jätkusuutlikuks arenguks vaid olemasolevatest vaatamisväärsustest. Konkurentsivõimelisena püsimiseks on vajalik sektori pidev areng, efektiivsuse ja kvaliteedi suurendamine koos uute turismitoodete väljatöötamisega. Eesti turismisektoril tuleb uute toodete ja teenuste väljatöötamisel arvestada alljärgnevate näitajatega:

- demograafilise olukorra muutumine (vanus, haridus, perekonnaseis, sissetulek jne), mis toob kaasa vajaduse arendada uusi turismitooted;

- külastajate elustiili, ootuste ja vajaduste muutumine, mis toob kaasa uute turismitrendide tekkimise ja arenemise, sh nõudluse kasvu elamustoodete järele;
- reisieelistuste ja -kestuse muutumine (rohkem lühimaa- ja lühema kestusega reise);
- turismi jaoks olulise infrastruktuuri areng (sadamad, lennuväljad, raudtee, maanteed jne) ja uute transpordihenduste (lennu-, laeva-, rongiliinide) avamine, mis toob kaasa uute sihtturgude avanemise;
- reisimist soodustav viisapoliitika;
- majanduskasv ja üldise heaolu tõus.

### 3.6. Eesti turismisektori arenguohud

Lisaks turismisektori arengut soodustavatele teguritele tuleb arvestada ka mitmete arengut pärssivate teguritega. Ohtude varane määratlemine ja erinevate osapoolte ühised jõupingutused aitavad ära hoida negatiivset mõju turismisektori edasisele arengule. Peamisteks arenguohudeks on:

- konkureerivate riikide (lähinaabrite) efektiivsem tootearendus ja -turundus;
- suur sõltuvus Soome turust (küllastusfaasis oleva turu langusfaasi jõudmine võib kaasa tuua languse Eesti turismimajanduses tervikuna);
- süvenev kvalifitseeritud ja motiveeritud tööjõu nappus;
- avalikkuse vähenenud turismiteadlikkus;
- ebapiisav koostöö turismiga seotud erinevate osapoolte vahel;
- turvalisuse langus piirkonnas.

## 4. VISIOON

Aastaks 2013 on Eesti atraktiivne reisisiht, mis oma põhjamaise looduse, unikaalse kultuuripärandi ja kvaliteetsete turismitoodetega tekitab soovi külastada Eestit, viibida siin kauem ning pöörduda tagasi tulevikus.

Aastaks 2013 on Eesti saavutanud taseme, kus:

- Eesti on reisisihina tuntud ja hinnatud – turismitoodete Eestis on kvaliteetne, omanäoline ja mitmekülgne. Tootearenduses tuginetakse nii traditsioonidele, paindlikkusele kui ka uuenduslikele ideedele. Eesti turismitoodete põhineb säästva turismi printsiipidel – majandusliku ja sotsiaalse kasu saamisel arvestatakse elu- ja looduskeskkonna ning kultuuripärandi kaitse vajadusi;
- Eestit külastatakse igal aastaajal, sesoonsusest tingitud suve- ja talvehooaja lõhe on vähenenud ning huvipakkuvad sündmused ja vaatamisväärsused kaaluvad üles põhjamaisest kliimast tingitud ebamugavused;
- informatsioon Eesti ja siinsete turismitoodete kohta on kergesti kättesaadav ja päevakohane, tuues välja Eesti tugevused ja konkurentsieelised võrreldes naaberriikidega;
- Eestis on professionaalsel tasemel turismikompetents, mis tekitab ka teistes riikides nõudlust Eestis pakutava konsultatsiooniteenuse ja turismihariduse vastu;
- toimivad nii siseriiklikud koostöövõrgustikud kui koostöö naaberriikidega – paigas on selge rollide jaotus, toimub pidev info- ja teadmiste vahetus. Eesti elanikud väärtustavad turismi kui olulist majandusharu ja aitavad kaasa selle arengule;
- külastajate silmis on ühtviisi ihaldusväärsed kõik Eesti regioonid. Piirkondlikud tõmbekeskused (Põhja-, Lõuna- ja Lääne-Eesti) annavad päevakohast informatsiooni piirkonna vaatamisväärsuste ja ajaveetmisvõimaluste kohta, tagades külastaja rahulolu ja tekitades soovi naasta Eestisse nii turismigrupiga, koos pere ja lähedastega kui ka lihtsalt üksinda reisides.

## 5. EESMÄRGID AASTAKS 2013

**Eesti riikliku turismi arengukava 2007–2013 väljatöötamise ja rakendamise peamiseks eesmärgiks on kindlustada Eesti turismisektori konkurentsivõimeline ja jätkusuutlik areng.**

Peamise eesmärgi saavutamiseks viiakse tegevused ellu kolme alaeesmärgi kaudu.

Sihtrühmadeks on potentsiaalsed turistid, turismiettevõtjad ja turismiga seotud huvigrupid. Peamiseks mõõdetavaks eesmärgiks on turismiteenuste ekspordi kasv 15,2 miljardilt kroonilt 2005. aastal 20,5 miljardi kroonini 2013. aastaks.

Eesmärgid	
1)	Eesti on rahvusvahelistel sihtturgudel tuntud ja kodumaal hinnatud reisisiht
2)	Eesti turismitooted ja -teenused on kvaliteetsed, mitmekesised ning kooskõlas säästva arengu põhimõtetega
3)	Turismiinfo on ajakohane ja kergesti kättesaadav kõigile
Eesmärke toetavad horisontaalsed tegevussuunad	

4)	Toimiv ja järjepidev koostöö erinevate osapoolte vahel
5)	Regulaarselt läbiviidavad turismiuuringud ja andmete analüüs toetavad sektori arengut

Eesmärkide saavutamise eeldusteks on:

- peamistelt kasutamata potentsiaaliga sihtturgudel (Venemaa ja Rootsi) pärit turistide arvu kolmekordistumine majutusettevõtetes;
- languse vältimine Soomest pärit turistide arvus;
- kruisireisijate arvu kasv;
- välisküllastajate kulutuste kasv (uute majutuskohdade piisav lisandumine täiendava nõudluse katteks ja teenusepakkujate kvaliteedi pidev tõus);
- kvaliteetsete vaatamisväärsuste ja teiste ajaveetmisvõimaluste lisandumine.

#### Turismisektori oodatav kasv aastaks 2013<sup>5</sup>

Eesti turismimajanduse eesmärkprognosisid	2005. aasta	2013. aasta	Kasv
välisküllastajate arv	3,8 mln	4,6 mln	19 %
ööbimisega küllastajate arv	1,9 mln	2,6 mln	39 %
ühepäevaküllastajate arv	1,9 mln	1,9 mln	–
majutuskohdades ööbinud välisküllastajate arv	1,5 mln	2,2 mln	55 %
majutuskohdades ööbinud välisküllastajate ööde arv	3,0 mln	4,7 mln	57 %
reisisiteenuste eksport	12,0 mld	16,1 mld	35 %
reisijateveo eksport	3,3 mld	4,3 mld	33 %
turismiteenuste eksport kokku	15,2 mld	20,5 mld	34 %
majutuskohdades ööbinud siseturistide ööde arv	1,1 mln	1,5 mln	35 %

#### EESMÄRK 1.

**Eesti on rahvusvahelistel sihtturgudel tuntud ja kodumaal hinnatud reisisiht**

#### Indikaatorid:

**1. Välisuristide ööbimiste arvu kasv majutuskohdades: 3 miljonilt ööbimiselt 2005. aastal 4,7 miljoni ööbimiseni 2013. aastaks (keskmine kasv 6,2% aastas).**

**2. Siseturistide ööbimiste arv majutuskohdades on kasvanud 1,1 miljonilt 2005. aastal 1,5 miljoni ööbimiseni 2013. aastaks.**

**3. Hooajalisus on vähenenud, suvekuude osatähtsus on vähenenud sise- ja välisuristide ööbimistest kogu aasta jooksul 39 %-lt 2005. aastal 35%-ni 2013. aastal.**

Perioodil 2002–2005 keskenduti Eesti kui reisisihti tutvustamisel lähiturgudest peamiselt Soome, Läti, Venemaa ja Rootsi turistidele ning kaugematest turgudest Saksamaa ja Suurbritannia turistidele. Perioodil 2002–2003 viidi tegevused ellu Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse (EAS) poolt turismitoodete nõudluse juhtimise programmi kaudu, alates aastast 2004 rakendati Eesti kui reisisihti tuntuse suurendamise programmi EL struktuurifondide toel.

Eestit tutvustati peamiselt nelja regiooni kaudu, milleks olid Tallinn, Lääne-Eesti, Lõuna-Eesti ja Põhja-Eesti. Kommunikatsioonisõnumites kasutati Eesti tuntuks projekti tulemusena loodud sümbolikat ja põhimõtteid.

Eesti kui reisisihti tutvustamine peab olema tugeva positiivse sõnumiga ja järjepidev. Lisaks harjumuspärastele turunduskanalitele tuleb võimalusel kaasata kõiki neid organisatsioone, kellel on välisriikides oma alaline esindus. Käesoleval perioodil jätkatakse Eesti tutvustamist peamiselt sihtturgudel, sellele lisanduvad uued turud ja arenevad turud. Koostöös Välisministeeriumiga keskendutakse täiendavalt Eesti tutvustamisele kõigis riikides, kus Eestil on olemas välisesindus. Lisaks Eesti riiki tervikuna tutvustavatele väljapanekutele toetatakse kohalike omavalitsuste, ettevõtjate ja kolmanda sektori osalemist turismimesseidel, -seminaridel ja muudel meediaüritustel oma väljapanekutega. Läbi turundustoetuste luuakse ettevõtjatele, mittetulundusühingutele ja kohalikele omavalitsustele võimalus tutvustada oma turismitooteid nii kodu- kui välismaal.

Olulisel kohal on ka siseturismi võimaluste tutvustamine Eesti elanikele. Seoses majanduskasvu tõusu ja üldise elujärje paranemisega on Eesti inimesed üha enam hakanud hindama aktiivseid puhkuse veetmise võimalusi ning seda nii välis- kui kodumaal.



Eesmärk saavutatakse alljärgnevate meetmete ja tegevuste elluviimisel:

### **Meede 1.1. Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamine**

#### **Tegevused:**

- **Eesti turismi turunduskontseptsiooni arendamine;**
- **info levitamine sihtturgude lõpptarbijatele;**
- **internetipõhiste infoportaalide arendamine;**
- **müügiesitustegevuste korraldamine sihtturgude reisikorraldusega seotud ettevõtjatele ja ajakirjanikele.**

Eesti turismi turunduskontseptsiooni arendamise üheks peamiseks eesmärgiks on Eestile positiivse maine loomine ja selle edastamine potentsiaalsetele külastajatele.

Iseseisvalt korraldatud reiside osakaalu pideval suurenemisel tuleb võtta turismiturunduse peamisesse fookusesse sihtturu lõpptarbijat ehk potentsiaalne turist. Esmatähtsaks sihtgrupiks turismiturunduses on turistid, kes on Eestis esmakordsel puhkuseraisil. Esimene külastus on tavaliselt lühike – kas lühiajaline reis või osa pikemast Skandinaavia/Baltikumi ringreisist. Selliste külastajate meelitamiseks suunatakse tegevused peamiselt teistesse EL liikmesriikidesse, eriti Põhja-Euroopasse. Sihtturud, millel on suurim potentsiaal tuua tulu turundusinvesteeringutelt, seatakse tähtsuse järjekorda, arvestades nende suurust, Eestisse tehtud reiside arvu ja Eesti üldist atraktiivsust. Turismiturunduses tuleb keskenduda turismitoodete neile aspektidele, mis on turistidele kõige atraktiivsemad ning mis on samas ka kõige kergemini kättesaadavad:

– Tallinn kui Eesti pealinn – rahvusvaheline transpordihüendus on mugavam ja turismiteenused on kõige kõrgemalt arenenud. Seetõttu on Tallinn turundussõnumis tähtsal kohal. Vähemtuntud atraktsioonide, sealhulgas kultuuri- ja arhitektuuriväärtused, loodus ja rannapiirkonnad, tutvustamine korduvkülastajatele;

– erihuvidel põhinevate reiside nagu konverentsiturism, terviseturism, loodusturism, taluturism, kultuuriturism, jalgratta-, kanuu- ja jalgsimatkad jne arendamise toetamine ning tutvustamine. Läbi erihuvidel põhinevate reiside tutvustamise vähendatakse Tallinna-kesksust ja edendatakse turismisektorit regionaalsel tasandil.

Eesti kui reisisihi tutvustamisel on lisaks EAS-ile kanda oluline roll kõigil Eesti välisesindustel, kes levitavad infokandjaid ja jaotusmaterjale asukohariigis ning vajadusel korraldavad täiendavaid väljapanekuid. Eesti välisesindustel on oluline, kuid hetkel veel vähekasutatud ressurss Eesti tutvustamisel välisriikides. Arengukava elluviimisajaperioodil on ette näha välisesinduste osatähtsuse märgatavat kasvu.

Välisministeeriumi osaleb olulisel määral ka Eestit tutvustavate infomaterjalide koostamise ja avaldamisega seotud tegevustes.

Kommunikatsioonis tuleb kuvada Eesti eripärasid, nagu seda on kultuur ja loodus, traditsioonidel põhinevad turismitooted, geograafiline asukoht, selgelt eristuv aastaegade vaheldumine jmt. Kommunikatsiooni tõhustamiseks on kavas igal aastal keskenduda eraldi ühele konkreetsele teemale.

Infoportaalid nagu näiteks [www.visitestonia.com](http://www.visitestonia.com) on potentsiaalsetele külastajatele esmaseks väravaks Eestisse. Tuleviku turist on individuaalturist, kes otsib huvipakkuvat informatsiooni veebist, soovib ise endale turismitoodet komplekteerida ja huvitub samaaegselt väga erinevatest toodetest. Selleks, et olla abiks pakettide komplekteerimisel, on vaja süstematiseeritud, erapooletut ja adekvaatset turismiinfot kajastavat veebikeskkonda.

Lisaks otse potentsiaalsetele külastajatele suunatud turismiturundusele tuleb tähelepanu pöörata ka niinimetatud profiturundusele – professionaalsetele turismiasjalistele, nagu seda on reisiettevõtjad, reisiettevõtjatega seotud organisatsioonide esindajad, meediaesindajad. Profiturunduse eesmärgiks on Eesti kajastamine reiskorraldajate poolt pakutavates kataloogides, meediaväljaannetes ja teistes kohalike turismiasjaliste infopakettides.

### **Meede 1.2. Turundustegevuste toetamine**

#### **Tegevused:**

- **turundustoetused turismiettevõtjatele;**
- **turundustoetused avalikule ja kolmandale sektorile.**

Turismiettevõtjatele suunatud turismi turundustoetuste eesmärgiks on Eesti turismitoodete nõudluse kasvatamine rahvusvahelistel sihtturgudel. Ettevõtjatele suunatud turundustoetused lähtuvad sellest, et Eesti turismiettevõtetel on valdavalt väike- ja mikroettevõttes, kellel on raske oma tooteid tutvustada rahvusvahelistel sihtturgudel. Käesoleva meetme ellurakendamine võimaldab ettevõtjatel osaleda turismimesseidel, -seminaridel ja muudel meediaüritustel oma väljapanekutega.

Avalikule ja kolmandale sektorile suunatud turismi turundustoetuste eesmärgiks on regionaalsel tasandil Eesti turismitoodete nõudluse suurendamine, rahvusvahelise turunduse soodustamine ning avaliku, kolmanda ja erasektori ühiste turundusalgatuste arendamine. Toetuste eraldamise edukuse näitajateks on Eesti atraktiivsuse ja imago paranemine, ööbivate külastajate arvu suurenemine, turismihooja pikenemine ja nišiturgude arendamine.

### **Meede 1.3. Siseturismi võimaluste tutvustamine Eesti elanikele**

#### **Tegevused:**

- internetipõhiste kampaaniate korraldamine;
- hooajaliste kampaaniate korraldamine läbi erinevate meediakanalite;
- siseturismi võimalusi tutvustavate trükiste koostamise edendamine;
- väljapanekute ja esitluste korraldamine.

Peamiseks siseturismi edendamise vahendiks on siseturistide teavitamine puhkamis- ja ajaveetmisvõimalustest Eestis veebilehe kaudu. Teised tegevused on suunatud hooajaliste võimaluste tutvustamisele läbi erinevate kampaaniate ja esitlusürituste. Siseturismi võimalusi tutvustav kontseptsioon töötatakse välja EAS-is ja on suunatud ühtselt kogu Eesti tutvustamisele.

#### **EESMÄRK 2.**

**Eesti turismitooted ja -teenused on kvaliteetsed, mitmekesised ning kooskõlas säästva arengu põhimõtetega**

#### **Indikaatorid:**

**1. Turismiteenuste eksport on kasvanud 15,2 miljardilt kroonilt 2005. aastal 20,5 miljardi kroonini 2013. aastaks.**

**2. Tööjõu tootlikkus hotellide ja restoranide sektoris tõuseb 2005. aastaga võrreldes 50% aastaks 2013, loodud lisandväärtus 2000. aasta püsivhindades tõuseb 125 tuhande kroonini hõivatu kohta (jooksevhindades 195 tuhande kroonini).**

Lähiaastatel on Eesti turismitooted rahvusvahelise konkurentsivõime kriitiliseks eduteguriks kvaliteet. Uuringud ja tagasiside küsitlused näitavad, et Eesti turismitooted füüsiline infrastruktuur on võrreldav Euroopa teiste riikidega. Eristumaks teistest sihtkohtadest tuleb leida uuenduslikke viise toodete arendamisel, kvaliteedi ja klienditeeninduse parendamisel. Seetõttu seatakse eesmärgiks teadlikkuse tõstmine turismisektori kvaliteedi arendamise vajalikkusest, sh turismiasjaliste koolitamine ja teadmiste uuendamine sihtkoha juhtimise, ärijuhtimise, uute toodete arendamise ja juurutamise, turunduse, klienditeeninduse, personalijuhtimise ning muudes valdkondades.

Eesti turismitooted peab põhinema säästva turismi printsiipidel – majandusliku ja sotsiaalse kasu saamisel tuleb arvestada elu- ja looduskeskkonna, ajaloo- ja kultuuripärandi kaitse vajadusi. Turismi arendamisel lähtutakse «Säästev Eesti 21» neljast põhieesmärgist:

1) Eesti kultuuri elujõulisuse kui ühe olulisema turismi ressursi jätkusuutlikkuse tagamine – kultuuri, rahvuse, traditsioonide, pärandi, elulaadi ja nende elementide pakkumine, arvestades seejuures pakkumise piiratud võimalusi ja soodustades selle edasikandmist järgnevatel põlvkondadel.

2) Heaolu suurendamine saab põhineda ettevõtlikkuse arendamisel ja majandusliku jõukuse suurenemisel, erinevate vaba aja veetmise ja taastusvõimaluste paremal kättesaadavusel ning tasakaalustatud keskkonnanressursside tarbimisel, mis tulenevad elulaadi muutustest. Turismisektor pakub mitmekesiseid võimalusi nišitoodete ja nn elustiili ettevõtete loomiseks ning nende poolt osutatavate teenuste pakkumiseks Eestist huvitatud külastajatele.

3) Jätkusuutliku arengu oluliseks nurgakiviks on kogu elanikkonna kaasamine ühiskonna olulistesse otsustesse. Turismi arendamine saab olla jätkusuutlik vaid regioonide eripära ja kohalike elanike huvisid arvestades ning erinevate sotsiaalsete gruppide kaasamisel otsustusprotsessi. Külastuselamus kultuuri- ja loodusturismitooted pakkumisel põhineb peamiste tooteosade olemasolul: vajalik infrastruktuur kultuuri- või loodusväärtuse säilimiseks ja hoidmiseks, keskkond esteetilise ja emotsionaalse elamuse saavutamiseks ning arvestamine kohalike elanike elu-oluga. Eriti vajalik jätkusuutliku arengu tagamisel on arvestamine kultuurilise ja ökoloogilise tasakaaluga unikaalsete koosluste pakkumisel turismitootena.

4) Ökoloogilise tasakaalu säilitamine on turismi arengu seisukohalt esmatähtis, mis otseselt puudutab igat inimest, turismiettevõtjat, samuti kohalikku omavalitsust ja riiki. Eesti loodus on teine oluline ressurss Eesti atraktiivsuse suurendamisel turismisektoris, selle pakkumisel jälgitakse loodusressursside optimaalset tarbimist, vähendatakse keskkonnareostust, tõstetakse inimeste teadlikkust ja väärtushinnanguid ning kasutatakse laialdasemalt keskkonda säästvamaid transpordiliike ja tehnoloogiat.

Erinevate turismoetusmeetmete kaudu soodustatakse eelpool nimetatud valdkondade arendamist, teadvustades ja rõhutades selle läbi Eesti unikaalsust.

Säästva arengu tagamiseks on vaja töötada välja jätkusuutliku arengu indikaatorid, mis aitavad paremini jälgida nii riikliku kui ka regionaalsete arengukavade ette seatud eesmärkide täitmist. Indikaatorite süsteem peab hõlmama nii sotsiaal-, keskkonna- kui ka kultuurimõjude hindamist. Süsteemi väljatöötamisse kaasatakse erinevate organisatsioonide, ülikoolide ja ministeeriumite spetsialiste, samuti tuleb arvestada juba väljatöötatud rahvusvahelisi jätkusuutlikust hindavate indikaatorsüsteemide praktikaid turismisektoris.

## **Meede 2.1. Üleriigilise tähtsusega kultuuri- ja turismiobjektide väljaarendamine**

### **Tegevused:**

- investeringud välituriste ligimeelitavate suuremahuliste kultuuri ja turismi arendusprojektide elluviimiseks.

Meetme 2.1 raames toetatakse suuremahuliste kultuuri- ja turismiobjektide väljaarendamist. Eesmärgiks on laiendada Eestit külastavatele turistidele huvipakkuvate vaatamisväärsuste ja toodete valikut ning kättesaadavust ja arendada välja tooteid, mille nõudlus ei ole piiratud ainult suvise tippaajaga. Eriti pööratakse tähelepanu kultuuripärandile ja atraktsioonidele, mis ei ole oma pika tasuvusaja tõttu huvipakkuvad erasektorile või rahuldavad nn nišituristide vajadusi mitmekesistamiseks pakutavate toodete valikut.

## **Meede 2.2. Kohaliku külastuskeskkonna arendamine**

### **Tegevused:**

- kultuuriliselt ja looduslikult väärtuslike objektide väljaarendamine külastusobjektideks (sh sadamad, muuseumid, teemapargid, külastuskeskused, matka- ja õpperajad, supelrannad jms);
- tugiinfrastruktuuri väljaarendamine külastusaladel (sh juurdepääsu- ja kergliiklusteed, parklad, sanitaar- ja jäätmehooldustingimused, viidad, puhkekohad, internetiühendused jms).

Meetme 2.2 raames toetatakse väikesemahuliste arendusprojektide elluviimist. Kavandatud tegevuste ühe osana nähakse kultuuriobjektide korrastamist ja infrastruktuuri parendamist. Investeeringute tulemuseks on valik huvipakkuvaid tooteid, mis on allikaks Eesti turundamisel prioriteetsetel sihtturgudel. Tähelepanu pööratakse turismimagnetitena toimivatele kohalikele kultuuriväärtuslikele objektidele, millel on tugev potentsiaal regionaalsel turismi arendamisel.

## **Meede 2.3. Rahvusvahelist konkurentsivõimet tõstvate turismitoodete toetusprogramm erasektorile**

### **Tegevused:**

- rahvuslikul eripäral ja traditsioonidel põhinevate toodete arendamise toetamine;
- madalhooja ja perioodide nõudlust suurendavate toodete arendamise toetamine (konverentsiturism, terviseturism jmt);
- külastajate erihuvidel põhinevate nišitoodete arendamise toetamine;
- maa- ja loodusturismitoodete väljaarendamise toetamine.

Eesti turismitoodete rahvusvahelise konkurentsivõime teiseks kriitiliseks eduteguriks on toodete mitmekülgsus ja uuenduslikkus. Valdonna meetmete rakendamise üldeesmärgiks on turusegmentide ootustele vastavate ja neid ületavate traditsiooniliste ning uute turismitoodete arengueelduste loomine ja arendamine. Eelisarendatavateks toodeteks on atraktsioonid, rahvusvahelised sündmused ja nišitooted. Suure potentsiaaliga on ka turismitoodete arendamine loodus- ja kultuuriväärtuslikes maapiirkondades. Maaturismitoodete väljaarendamine aitab kaasa kohaliku ettevõtluse arendamisele ja mitmekesistamisele ning uute töökohtade loomisele. Erasektorile suunatud toetusprogramm võtab arvesse ka väikeettevõtjate võimalusi ja vajadusi.

## **Meede 2.4. Turismiasjaliste teadlikkuse tõstmine ja juhtimiskvaliteedi edendamine**

### **Tegevused:**

- turismiettevõtete kvaliteedijuhtimissüsteemi täiustamine;
- koolitused turismiteenuste pakkujatele.

Meetme tegevuste eesmärgiks on pakkuda turismiettevõtjatele võimalusi tõsta pakutava teenuse kvaliteeti ning motiveerida ettevõtjaid arendama kliendikesksust oma ettevõtete konkurentsivõime suurendamiseks.

## **Meede 2.5. Säästva turismi edendamine**

### **Tegevused:**

- säästva arengu põhimõtete rakendamise edendamine,
- ökoturismitoodete loomise edendamine;
- keskkonnajuhtimissüsteemide rakendamise ja sertifitseerimise edendamine.

Meetme tegevuste eesmärgiks on loodusressursside otstarbekate kasutusmeetodite teadvustamine, keskkonnakvaliteedi parandamine läbi sertifitseerimise ja märgistamise ning ettevõtete jätkusuutlikkuse parandamine säästva arengu põhimõtete aktiivsemal rakendamisel. Säästva arengu põhimõtete laialdasemaks kasutuselevõtuks turismisektoris on plaanis korraldada vastavasisulisi koolitusi ja teavitussüritusi, juhtida avalikkuse tähelepanu ökoturismitoodetele ning vastavale märgistusele, toetada ettevõtjaid keskkonnasäästlike põhimõtete rakendamisel.

## **Meede 2.6. Turismihariduse edendamine**

**Tegevused:**

- koolitajate, õpetajate, konsultantide ja mentorite koolitused;
- turismiõppekavade koostamisel osalemine;
- õppematerjalide koostamisel ja väljaandmisel osalemine.

Meetme tegevuste eesmärgiks on luua mitmekülgsed võimalused turismiettevõtjatele ja -arendajatele oma tegevuse arendamiseks ja konkurentsivõime suurendamiseks, samuti toetada turismihariduse edendamist vastavalt sektori vajadustele.

**EESMÄRK 3.**

**Turismiinfo on ajakohane ja kergesti kättesaadav kõigile**

**Indikaatorid:**

**Turismiinfo kvaliteedi ja kättesaadavusega on rahul 87% tagasisidet andnud külastajatest.**

Lisaks valitud indikaatorile näitavad turismiinfo kättesaadavuse kvaliteeti kaudselt veel välituristide ööbimiste arvu kasv majutuskohtades ja suvekuude osatähtsuse vähenemine sise- ja välituristide ööbimistest kogu aasta jooksul.

Turismiinfosüsteem on riigi turundusele ja turismiteenuste müügile fokuseeritud infosüsteem, mille toimimise eesmärgiks on Eesti kui reisisihi atraktiivsuse tõstmine ja tuntuse suurendamine läbi efektiivse turismiinfo kogumise ja jagamise.

Individaalturisti kohapealseks teenindamiseks on vaja füüsilist infokeskkonda, kus klient saab abi ja juhiseid ning mida toetavad toimiv viidasüsteem (kohaviidad, objektiviidad, riiki sisenemise viidad jm) ja täiendavad turismiinfo jagamise kanalid.

Kliendikeskus peab väljenduma turismiinfosüsteemis tervikuna, mis kajastub nii jagatavas informatsioonis kui ka jagamise allikates.

Meetmed turismiinfosüsteemi arendamiseks on alljärgnevad:

**Meede 3.1. Turismiinfosüsteemi arendamine****Tegevused:**

- süsteemne turismiinfo kogumine ja jagamine;
- informatsiooni edastamine ühtsesse andmebaasi;
- riikliku turismiinfosüsteemi täiustamine.

Riik loob võimalused turismiinfo süsteemseks kogumiseks ja jagamiseks, kus keskne roll saab olema turismiettevõtjail, kes saavad aluse (ankeedid, kogumise põhimõtted jmt) informatsiooni lihtsaks edastamiseks ühtsesse andmebaasi. Põhjalik, täpne ja huviväärne turismiinfo on peamine vahend, mille kaudu kinnistatakse turistide soov külastada Eestit, Eestis ringi liikuda ning erinevaid turismi- ja reisiteenuseid tarbida. Tõhusalt toimiv turismiinfosüsteem toetab ettevõtjaid (eriti väike- ja keskmise suurusega ettevõtteid) turismiteenuste ekspordi arendamisel ning rahvusvahelise konkurentsivõime parandamisel. Lisaks eelnevale võimaldab turismiinfosüsteem koguda andmeid uuringuteks, turu- ja kliendianalüüsiks, sihtkoha turundustegevuseks ning tootearenduseks.

**Meede 3.2. Turismiinfo jaotuskanalite arendamine****Tegevused:**

- turismiinfokeskuste (TIK) kaasajastamise ja kvaliteedi kasvu toetamine;
- täiendavate turismiinfo edastamise kanalite väljatöötamine.

Turismiinfo jagamise kvaliteedi tõstmiseks turismiinfokeskustes vaadatakse üle turismiinfokeskuste toimimise alused, õiguslik regulatsioon, funktsioonid, rahastamise mudelid ja kaardistatakse vajalikud asukohad. TIK-i esmaseks funktsiooniks on klientide teenindamine (info kogumine ja jagamine) piirkonnas ning seeläbi turistide liikumise suunamine ja valikute mõjutamine. TIK on kohalikule omavalitsusele oluline koostööpartner piirkondliku turismi arendamisel. TIK olemasolu eelduseks jääb edaspidigi kohaliku initsiatiivi ja rahastamise valmiduse olemasolu. Efektiivselt toimivaid ja piisavat külastatavust omavaid turismiinfokeskusi rahastatakse riikliku tellimuse ulatuses täiendavalt ka riigi poolt. Riik tellib TIK-ilt vastavalt vajadusele info kogumise ja jagamise teenuse ning tagab selleks abivahendite kättesaadavuse (turismiinfo andmebaas, koolitamine ja trükistega varustamine).

Kasutusele võetakse täiendavad turismiinfo jagamise vahendid olenevalt kohast ja vajadusest kas aastaringselt või ainult madalhooyal. Täiendavateks turismiinfo edastamise kanaliteks on muuhulgas avalik internet, puuetundlik arvuti, vähemalt kakskeelsed viidad, piirkondade kaardid, kaardiautomaadid jne. Turismiinfo levitamiseks edendatakse koostööd Riigimetsa Majandamise Keskusega, bensiinjaamadega, kohalike omavalitsustega, Maanteeametiga jt. Piirkondade jaoks, kus külastajate arv on madal, langeb kõrghooyal

lõppedes väga madalale tasemele või kus antud hetkel puudub piisav hulk turismiattraksioone, mille kohta infot anda, pakutakse välja optimaalne viis turismiinfo jagamiseks.

Välisriikides tehtud infopäringud suunatakse välisesinduste poolt EAS turismiarenduskeskuste, kust omakorda vastatakse kõigile saabunud päringutele läbi turismiinfosüsteemi.

### **Meede 3.3. Külustuskeskuste loomise toetamine tõmbekeskustesse**

#### **Tegevused:**

- külustuskeskuste kontseptsiooni väljatöötamine;
- külustuskeskuste loomiseks vajalike investeeringute toetamine.

Turismiinfo jagamise kvaliteedi tõstmise üheks osaks on külustuskeskuste loomine tõmbepiirkondadesse, kus on kõige enam potentsiaali turismiattraksioonide kogumike tekkeks, kus on kõrge külastatavus ning tagatud kohalik huvi (valmidus koostööks, rahastamiseks). Külustuskeskus on erinevaid teenuseid pakkuv turismiinfokeskus, mis on uue kvaliteediga ja täiustatud teenustepaketiga keskus välis- ja kohaliku turisti, aga samuti turismiettevõtja ja kohalike huvide teenindamiseks ning kus jagatakse turismiinfot kogu Eesti kohta. Riik loob külustuskeskuste kontseptsiooni, mida toetab edaspidi andmebaasiga (keskne turismiinfo andmebaas), koolitustega ja loob külustuskeskuste edukaks toimimiseks vajaminevad alused. Külustuskeskused peaksid paiknema vähemalt strateegiliselt tähtsates linnades nagu Tallinn, Tartu, Pärnu, Narva. Külustuskeskused luuakse olemasolevate turismiinfokeskuste baasil, keskuste rajamiseks on oluline kohaliku initsiatiivi ja finantseerimisvalmiduse olemasolu. Ülalpidamise ja tegevuses hoidmise peamiseks finantseerimisallikateks on kohalikud omavalitsused, ettevõtjad, regionaalsed programmid, aga ka sissetulekud külustuskeskuste teenustelt ning osaline riigipoolne rahastamine.

### **Meede 3.4. Viidasüsteemi täiustamine**

#### **Tegevused:**

- viitade olukorra väljaselgitamine;
- viidakontseptsiooni väljatöötamine ja arendamine.

Turismiobjekti atraktiivsemaks ja lihtsamalt leitavaks tegemiseks töötatakse koostöös Maanteeametiga välja juhendmaterjalid turismiettevõtjatele ja turismiobjektide haldajatele atraksiooni kohta infot andvate viitade ettevalmistamiseks (keeled, kujundus jms) ja paigutamiseks. Viitade hetkeolukorra väljaselgitamiseks viiakse läbi viidaudit, mille tulemused on aluseks edasisele viidakontseptsiooni väljatöötamisele. Viidakontseptsiooni loomise tulemusena saavad kohalikud omavalitsused ühtsed juhendmaterjalid ja kvaliteetse aluse omavalitsuse territooriumil asuvate viitade (kohaviidad, objektiividad, suunaviidad, riiki sisenemise viidad) parendamiseks ja uute loomiseks. Tõhusalt toimiv viidasüsteem tõstab külastaja rahulolu (viibimise kestust, kulutuste kasvatamist, korduvklientide arvu).

## **EESMÄRKIDE SAAVUTAMIST TOETAVAD TEGEVUSSUUNAD**

### **1. Toimiv ja järjepidev koostöö erinevate osapoolte vahel**

Valdkonna meetmete rakendumise üldeesmärgiks on arendada koostööd turismiasjaliste ja turismisektori toetavate struktuuride vahel. Turismisektor on elujõulisem ja konkurentsivõimelisem, kui on tagatud infovahetus ja koostöö erinevate turismiga seotud osapoolte vahel. Koostöö tugevdamise raames tuleb ühendada jõupingutused nii siseriiklike (transpordifirmad, hotellitid, reisieetvõtjad, ettevõtjate ühendused, regionaalsed organisatsioonid, kohalikud omavalitsused, arendus- ja turismiorganisatsioonid) kui välispartneritega (sihtturgude reisikorraldajad, turismiorganisatsioonid, EAS välisesindajad, Eesti riigi välisesindused jt).

#### **1.1. Turismiasjaliste teabevahetuse edendamine**

##### **Tegevused:**

- regulaarne turismiasjaliste ümarlaudade korraldamine;
- seminaride ja foorumite korraldamine kogemuste ja ideede vahetamiseks;
- turismihariduse vajadustega arvestava turismiasjalistele suunatud veebikeskkonna arendamine.

Eesti turismitoote rahvusvahelise konkurentsivõime kolmandaks kriitiliseks eduteguriks on turismiasjaliste koostöövõrgustike arendamine ja infovahetus. Meetmete eesmärgiks on tugevdada koostööd ja ühistegevusi erialaliitude, koostöövõrgustike ja regioonide vahel, toetada ühiseid uuenduslikke ja Eesti turismi mitmekesistavaid tootearendusprojekte ning suurendada koostöötoodete turunduslikku potentsiaali. Koostöövõrgustike toimimine ja selge rollide jaotus on eeldus turismimajanduse ühtlaseks ja tasakaalustatud arenguks. Meetme raames kavandatud tegevuste eesmärgiks on maksimaalselt sektori arengut kajastava informatsiooni jagamine, vahetamine ning selle läbi turismiettevõtjate konkurentsivõime tõstmine ja jätkusuutlikkuse tagamine.

#### **1.2. Regionaalse koostöö edendamine**

#### **Tegevused:**

- **regioonide, erialaliitude ja ühenduste ühistegevuste toetamine.**

Meetmete eesmärgiks on tugevdada koostööd ja ühistegevusi erialaliitude ja regioonide vahel, toetada ühiseid uuenduslikke ja Eesti turismi mitmekesisavaid tootearendusprojekte ning suurendada koostöötoodete turunduslikku potentsiaali. Regionaalse koostöö edendamise raames keskendutakse lisaks eelnevale piirkondlikke turismiorganisatsioone koondavate ühenduste tugevdamisele ja koostöövõimakuse tõstmisele.

### **1.3. Koostöö siseriiklike partneritega ja teiste riikidega Eesti kui reisisihi tutvustamisel**

#### **Tegevused:**

- **koostöö transpordifirmade, majutusettevõtjate, reisetevõtjate ning regionaalsete arendus- ja turismiorganisatsioonidega;**
- **koostöö teiste riikidega (Eesti külastamine pikema Baltikumi või Põhjamaade reisi raames).**

Siseriikliku koostöö edendamise oluliseks osaks on ühiste väljapanekute ja müügiedendusreiside korraldamine. Koostöö edendamiseks välisajakirjanduse ja -reisikorraldajatega tuleb prioriteetsetel sihtturgudel kasutada välisesindajaid või turundusteenuseid pakkuvaid ettevõtteid. Välisajakirjanike, reisibüroode ja reisikorraldajate töö lihtsustamiseks ja motiveerimiseks tuleb rajada elektrooniline Eesti kui reisisihi koolitus- ja infoprogramm, mis võimaldab neil omada pidevalt päevakohaseid teadmisi võimalustest ja pakkumistest.

## **EESMÄRKIDE SAAVUTAMIST TOETAVAD TEGEVUSSUUNAD**

### **2. Regulaarselt läbiviidavad turismiuuringud ja andmete analüüs toetavad sektori arengut ning seatud eesmärkide saavutamist**

Turismiuuringute ja -statistika riiklik finantseerimine on vajalik selleks, et adekvaatselt hinnata turismi osatähtsust Eesti majanduses, planeerida turismisektori arendamiseks vajalikke meetmeid ja hinnata nende tulemuslikkust. Riiklikul tasandil kogutavad andmed toetavad ühtlasi turismiettevõtjaid rahvusvahelisel turismiturul konkurentsivõimeliseks ja investeringute planeerimiseks, sest väike- ja keskmise suurusega ettevõtetel ei ole võimalik ega tasuv iseseisvalt turu-uuringuid tellida. Riiklikul tasandil kogutavad andmed tehakse avalikkusele kättesaadavaks.

#### **2.1. Turismiuuringud**

#### **Tegevused:**

- **regulaarsed uuringud Eestis reisivate sise- ja välisküllastajate, nende reisieesmärkide, reisikulutuste, reisi iseloomustuse ja reisiga rahulolu hindamiseks;**
- **regulaarsed nõudluse uuringud prioriteetsetel sihtturgudel;**
- **turismi tegevusala rahvamajanduse arvepidamise süsteemi juurutamine (turismi satelliitkonto);**
- **piiriloenduse käivitamine välisküllastajate saabumiste trendide väljaselgitamiseks;**
- **majutusettevõtete kohta statistika kogumise jätkamine, suurendades ühtlasi majutusstatistika esitajate arvu lähtuvalt tegelikust teenuste pakkujate arvust;**
- **koostöö ja andmete vahetamine rahvusvaheliste turismiorganisatsioonidega;**
- **turismi mõju väljaselgitamine loodus- ja keskkonnaressurssidele.**

Eesti ühinemisel Euroopa Liiduga 2004. aastal lõppes Euroopa Liidu sisestel piiridel statistika kogumine Euroopa Liidu, Euroopa Majandusühenduse ja Šveitsi kodanike piiriületuste kohta. Eesti eeldataval liitumisel Euroopa ühtse viisa- ehk Schengeni ruumiga lõpeb statistika kogumine Euroopa Liidu sisestel piiridel ka kolmandate riikide kodanike piiriületuste kohta. Kuna saabumiste arvu mõõtmiseta pole võimalik adekvaatselt hinnata turismi osatähtsust Eesti majanduses ja turismi arendamiseks rakendatavate meetmete tulemuslikkust, on vajalik teiste Euroopa Liidu riikide eeskujul juurutada piiriületajate süstemaatiline loendus saabumiste arvu väljaselgitamiseks prioriteetsetel sihtturgudel lõikes.

Eesti kui reisisihi maine ja potentsiaalse turisminõudluse muutumise ning EAS Turismiarenduskeskuse tegevuse tulemuslikkuse hindamiseks on optimaalne korrata prioriteetsetel sihtturgudel kogu elanikkonda esindavaid küsitlusi iga 3–4 aasta tagant.

Koostöö rahvusvaheliste turismiorganisatsioonidega võimaldab Eestil osaleda Euroopa riikide ühisuuringutes, kasutada teiste riikide parimaid kogemusi uuringute meetodika alal ning võrrelda Eesti turismi arengut teiste riikidega.

Kitsamaid segmente (näiteks konverentsiturism, erihuvidel põhinev turism jm) käsitlevate uuringute vajadus määratletakse rakendusplaani raames, mida täiendatakse vastavalt vajadusele. Uuringute meetodika väljatöötamise, täiendamise ja läbiviimise kaasatakse lisaks avaliku sektori organisatsioonidele era- ja kolmanda sektori esindajad.

## **6. ARENGUKAVA ELLUVIIMINE JA SEIRE**

Vabariigi Valitsuse seaduse kohaselt korraldab turismialast tegevust ja töötab välja seda valdkonda reguleerivate õigusaktide eelnõud Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, kelle pädevuses on:

- **turismipoliitika väljatöötamine ja selle elluviimise korraldamine;**

- riiklike vahendite taotlemine turismimajanduse arendamiseks ja Euroopa Liidu vahendite kaasamine turismiprojektide finantseerimiseks;
- turismialaste õigusaktide väljatöötamine ja järelevalve korraldamine;
- suhtlemine rahvusvaheliste organisatsioonidega (*World Tourism Organisation*) ja nende töös osalemine.

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

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi ja 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 läbi turismiinfrastruktuuri korrastamise), Sotsiaalministeerium (tööhõivega seotud küsimused), Haridus- ja Teadusministeerium (turismiharidus jne), Kultuuriministeerium (kultuuriturism, muuseumide kui turismiobjektide arendamine, kultuuripärandi säilitamine) ning Välisministeerium (Eesti tutvustamine läbi saatkondade ja konsulaatide).

Riik kaasab arengukava rakendusplaani elluviimise juurde lisaks teistele ministeeriumitele ka kolmandat ja erasektorit.

Eesti riiklik turismiarendukava aastateks 2007–2013 keskendub kolmele põhisuunale (tootearendus, turundus ja infosüsteemi arendamine), mis viiakse ellu ühtse rakendusplaani alusel. Elluviimise järelevalve põhineb nii arengukavas fikseeritud eesmärgikriteeriumide saavutamise kontrollil kui ka rakendusplaanis sisalduvate individuaalsete projektide tulemuslikkuse hindamisel.

Arengukava elluviimine, täitmise aruandlus, täiendamine ja lõpetamine toimuvad Vabariigi Valitsuse 13. detsembri 2005. a määruse nr 302 «Strateegiliste arengukavade liigid ning nende koostamise, täiendamise, elluviimise, hindamise ja aruandluse kord» alusel.

## 7. ARENGUKAVA MAKSUMUSE PROGNOOS

Kogu arengukavaperioodi rahastamiseks ettenähtud rahaliste vahendite orienteeruvad mahud on välja toodud alljärgnevas tabelis. Rahaliste vahendite täpsem jaotus meetmete ja tegevuste lõikes tuuakse välja rakendusplaanis, mis koostatakse kolme kuu jooksul arengukava kinnitamisest arvates. Arengukava maksumuse prognoos on vastavuses riigi eelarvestrateegiaga aastateks 2007–2010 ja riikliku struktuurivahendite kasutamise strateegiaga 2007–2013.

Eesmärgid ja meetmed	Vastutaja	Allikas	Perioodi summad	Summad aastas	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Eesmärk 1.</b> Eesti on rahvusvahelistel sihtturgudel tuntud ja kodumaal hinnatud sihtkoht											
Meede 1.1. Eesti kui reisisihti tuntuse suurendamine	MKM <sup>1</sup> , EAS <sup>2</sup>	SF <sup>3</sup> +15% kaasfin.	635 294 118	90 756 303	13 613 445	86 218 487	99 831 933	108 907 563	108 907 563	108 907 563	108 907 563
Meede 1.2. Turundustegevuste toetamine	MKM, EAS	RE <sup>4</sup> programm	16 500 000	2 357 143	1 700 000	2 400 000	2 400 000	2 500 000	2 500 000	2 500 000	2 500 000
Meede 1.3.	MKM, EAS	RE programm	13 500 000	1 928 572	1 500 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000	2 000 000

Siseturismi võimaluste tutvustamine Eesti elanikele											
<b>Eesmärk</b> 2. Eesti turismitooted ja -teenused on kvaliteetsed, mitmekesised ning kooskõlas säästva arengu põhimõtetega											
Meede 2.1. Üleriigilise tähtsusega kultuuri- ja turismiobjektide väljaarendamine	SIM <sup>5</sup> , EAS	SF +15% kaasfin.	900 000	128 571 429	128 571 429	128 571 429	128 571 429	128 571 429	128 571 429	128 571 429	128 571 429
Meede 2.2. Kohaliku külastuskeskkonna arendamine	SIM, EAS	SF +15% kaasfin.	900 000	128 571 429	128 571 429	128 571 429	128 571 429	128 571 429	128 571 429	128 571 429	128 571 429
Meede 2.3. Rahvusvahelist konkurentsivõimet tõstvate turismitoodete toetusprogramm erasektoris	MKM, EAS	SF +15% kaasfin.	508 235 294	72 605 042	10 890 756	68 974 790	79 865 546	87 126 050	87 126 050	87 126 050	87 126 052
Meede 2.4. Turismiasjade teadlikkuse tõstmine ja juhtimiskvaliteedi edendamine	MKM, MKM <sup>6</sup> , EAS	SF +15% kaasfin.	49 000 000	7 000 000	7 000 000	7 000 000	7 000 000	7 000 000	7 000 000	7 000 000	7 000 000
Meede 2.5. Säästva turismi edendamine											
Meede 2.6. Turismihariduse edendamine											
	MKM, EAS	RE programm	8 000 000	1 142 857	1 000 000	1 000 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000	1 200 000
<b>Eesmärk</b> 3. Turismiinfo on ajakohane ja kergesti kättesaadav kõigile											
Meede 3.2. Turismiinfo	MKM, EAS	SF +15% kaasfin.	127 058 824	18 151 261	2 722 689	17 243 697	19 966 387	21 781 512	21 781 513	21 781 513	21 781 513



jaotuskalite arendamine Meede 3.3. Külastuskeskuste loomise toetamine tõmbekeskustesse											
Meede 3.1. Turismiinfoandme arendamine Meede 3.4. Viidasüsteemi täiustamine	MKM, EAS programmid baasi	RE	61 000 000	8 714 286	8 000 000	8 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000	9 000 000
Koostöö tugevdamine											
Meetmeid rahastata eesmärkide 1 ning 2 meetmete raames	MKM, EAS		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Turismiuuringud											
Turismiuuringud	MKM, EAS, STAT <sup>7</sup>	RE	5 800 000	828 571	600 000	800 000	800 000	900 000	900 000	900 000	900 000
<b>Kokku</b>			<b>3 224 388 235</b>								

<sup>1</sup> Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium.

<sup>2</sup> Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus.

<sup>3</sup> Euroopa Liidu Struktuurifondid.

<sup>4</sup> Riigi eelarve.

<sup>5</sup> Siseministeerium.

<sup>6</sup> Keskkonnaministeerium.

<sup>7</sup> Statistikaamet.

Lisa

## TURISMI TOETAVAD VASTUVÕETUD VÕI ETTEVALMISTAMISEL OLEVAD ARENGUKAVAD

### Eesti säästva arengu riiklik strateegia Säästev Eesti 21

Eesti turismitoode peab põhinema säästva turismi printsiipidel – majandusliku ja sotsiaalse kasu saamisel tuleb arvestada elu- ja looduskeskkonna, ajaloo- ja kultuuripärandi kaitse vajadusi.

Strateegia 21. sajandi Eesti muuseumid peamiseks eesmärgiks on luua tingimused muuseumide arenguks ühiskonna väärtusliku osana, kultuuripärandi hoidjana, toimiva organisatsioonina ja avatud koostööpartnerina, et säiliks Eesti kultuuri omanäolisus Euroopa ja maailma kultuuripärandi osana. Strateegias tuuakse välja, et Eesti muuseumid on lisaks muudele funktsioonidele ka atraktiivsed ja olulised kultuuriturismi külastusobjektid. Muuseumide jätkuvaks arendamiseks kultuuriturismi edendamise raames kavatakse korraldada täiendavaid väljapanekuid, luua juurdepääsuteid erivajadustega inimestele, koostada teavitustmaterjale, tõsta teenuste kvaliteeti ning edendada koostööd turismifirmadega.

**Eesti regionaalarengustrateegia 2005–2015** üldeesmärgiks on kõigi piirkondade jätkusuutliku arengu tagamine, tuginedes piirkondade sisestele arengueeldustele ja eripäradele ning pealinnaregiooni ja teiste linnapiirkondade konkurentsivõime kvalitatiivsele arendamisele. Suurematest linnadest eemal asuvate piirkondade jätkusuutlikkuse tagamiseks on oluline arendada kohaliku omapäraga sobinuvat ettevõtlust. Üheks olulisemaks maapiirkonna ettevõtlussuunaks on kultuuri- ja turismimajandus. Erinevate nišitoodete väljaarendamine soosib piirkondlike investeeringuid, loob täiendavaid töökohti ja edendab turismi väljaspool peamisi tõmbekeskusi.

**Riiklik struktuurivahendite kasutamise strateegia 2007–2013** Prioriteedi 2: Teadus- ja arendustegevuse võimekuse ning ettevõtete uuendusmeelsuse ja tootlikkuse kasv raames rakendatakse spetsiaalseid meetmeid turismisektori arengut soodustavate väliskeskkonna võimaluste ärakasutamiseks, strateegia viies prioriteet keskendub piirkondade terviklikule ja tasakaalustatud arengule. Prioriteedi raames rõhutatakse piirkondlike ressursside nagu säilinud kultuuripärand, looduslike koosluste rohkus ja traditsiooniline oskusteave kasutuselevõtmist piirkondade jätkusuutliku ja konkurentsivõimelise arengu tagamiseks. Eriti pööratakse tähelepanu piirkondlikele turismiga seonduvatele arenguvõimalustele.

**Eesti riigi kultuuripoliitika põhialused** keskendub teatud piirkondadele omaste ainulaadsete ja kadumisohtu olevate kultuurinähtuste säilitamisele. Kultuuripoliitika raames arendatakse ja edendatakse mitmeid kultuurinähtusi, mis omavad olulist väärtust ka turismimajanduse seisukohalt. Turismi edendamise seisukohalt on olulised olemasolevate muuseumide materiaalse ja tehnilise baasi arendamine, üldlaulu- ja tantsupidude traditsiooni jätkamine ning riikliku kaitse all olevate kultuurimälestiste konserveerimine ja restaureerimine.

**Transpordi arengukava 2006–2013.** Transpordisektoris toimuv avaldab otsesest mõju pea kõigile teistele majandusharudele ja teenindussektoritele, nii ka turismisektorile. Valdav osa rahvusvahelisest reisijate veost toimub läbi Tallinna Vanasadama ja Tallinna lennuvälja, seega on sadama ja lennuvälja arendusprojektid nagu läbilaskevõime suurendamine ja pakutavate teenuste kvaliteedi tõstmine otseses sõltuvuses turismi edendamisega. Turismisektori seisukohalt on olulised ka regionaalsete lennujaamade ja sadamate arendamine.

**Ühistranspordi arenguprogramm 2006–2010** mõjutab turismisektori arengut eelkõige siseturismi ja individuaalreisijate osas. Olulisemateks tegevusteks turismi seisukohalt on kogu Eestit katva ühistranspordi liinide ja peatuste andmebaasi loomine, ühistranspordi peatuste rajamine ja korrastamine ning erivajadustega inimestele juurdepääsuvõimaluste loomine.

Arengukava **Eesti toit** keskendub peamiselt toidukvaliteedi, toiduohutuse ja toidusektori jätkusuutlikkuse tagamisele. Muude kõrvaltegevuste hulgas leiab arengukavas käsitlemist ka kaubanduse ja turismi arendamine. Kuna valdav enamus Eestit külastavatest turistidest einestab mõnes toitlustusasutuses, on oluline tutvustada Eesti traditsioone ka läbi toidu. Spetsiaalselt koostatud eestipärased menüüd, kohalike väiketootjate toodangut kasutavad turismitalud ja suuremate gruppide teenindamisele keskendunud maaturismiprojektid on seni veel vähekasutatud võimalused Eesti tutvustamiseks. Turistide toidueelistuste ja hoiakute väljaselgitamiseks viiakse arengukava raames läbi täiendavaid uuringuid.

**Eesti ettevõtluspoliitika 2007–2013** keskendub Eesti ettevõtluse arendamisel neljale põhisuunale, milleks on ettevõtjate ja ettevõtete töötajate pädevuse ja professionaalsuse tõstmine, ettevõtete arenguks vajalike vahendite ja investeringute tagamine, ettevõtete rahvusvahelise edukuse tõstmine ning õiguskeskkonna ettevõtjaskõrvalikumaks muutmine. Turismiga on nii otseselt kui kaudselt seotud suur hulk ettevõtteid, kes sarnaselt teiste tegevusalade ettevõtetele saavad vajalikku tuge starditoetuste, erinevate koolitus- ja nõustamistoetuste ning õiguskeskkonna parendamise näol.

**Eesti metsapoliitika** kajastab eelkõige Eesti metsade kõrgeid väärtusi, liigilist ja maastikulist mitmekesisust ja looduslikku struktuuri. Eesti looduskeskkond, sh metsad on säästliku ja teadliku kasutamise korral üheks turismisektori peamiseks tugivõimeks. Puhkemajanduse arendamisel Eesti metsades ja puhkemetsade majandamisel edendatakse riikliku metsapoliitika raames kodanike harimist keskkonna- ja looduskaitseküsimustes ning toetatakse selleks sobiva infrastruktuuri rajamist.

**Eesti maaelu arengustrateegia 2007–2013** toob välja, et Eestis on kokku 24 742 kultuurimälestisena kaitse all olevat objekti ja 12 muinsuskaitseala, lisaks veel hulgaliselt looduslikke pühapaiku. Suur osa kõigist neist mälestistest asuvad linnast väljas ning toimivad koha identiteedi määrajatena ja piirkondlike turismimagnetitena. Kohaliku arengu seisukohalt peetakse oluliseks kultuuri- ja loodusobjektide paremat eksponeeritust, lisateenuste loomist, tehnilise seisukorra parandamist ning objektide omavahelise seotuse tugendamist. Täiendavalt keskendutakse maapiirkondades asuvate mikroettevõtete tegevuse arendamisele mittepõllumajandusliku tootmise, maaturismi, käsitöönduse ja teeninduse valdkondades.

**Eesti keskkonnastrateegia aastani 2010** väärtustab loodusvarade säästlikku kasutamist. Keskkonnastrateegia põhieesmärgiks on inimesi rahuldava tervisliku keskkonna ja majanduse arendamiseks vajalike ressursside tagamine ilma loodust oluliselt kahjustamata. Arengukava toob välja, et turismi ja puhkemajanduse areng on teiste majandussektorite seas üks kõige enam maastike ümberkujundamist mõjutavatest tegevustest. Seega on ka arengukava üheks ülesandeks maastikuliste väärtuste säilitamise ja turismi arengu vahel tasakaalu leidmine. Täiendavalt on turismisektoriga seotud metsamajanduse planeerimine koos puhkemaastike kavandamise ning kultuuri- ja loodusväärtuste säilitamisega.

**Looduskaitse arengukava aastani 2035** elluviimise üheks oodatavaks tulemuseks on turismi kui majandusharu lõimumine looduskaitse eesmärkidega. Arengukava raames töötatakse välja mehhanismid ja nende rakendamise meetmed pärandkoosluste ja -kultuuri säästlikuks kasutamiseks turismiressursina; soodustatakse kohalike loodustoodete kasutamist turismimajanduses; reguleeritakse puhkealade ja külastusobjektide koormustaluvust; arendatakse spetsiifilistele sihtrühmadele suunatud loodusturismiteenuseid ning arendatakse loodusturismialaseid võrgustikke.

**EL uuendatud turismipoliitika: partnerluse edendamiseks Euroopa turismis.** EL uuendatud turismipoliitika põhieesmärgiks on Euroopa ja ülemaailmse turismi säästva kasvu kaudu parandada Euroopa turismitööstuse konkurentsivõimet ning luua rohkem ja paremaid töökohti. Poliitika rakendamine toimub koostöös

liikmesriikide asutuste ja turismitööstuse huvirühmadega. Poliitika raames keskendutakse turismisõlmpunktide lahendamisele, milleks on rahvastiku muutused ja sellest tingitud vajadus uute toodete järele, konkurentsivõime ja jätkusuutlikkus. Täiendavalt pööratakse tähelepanu Euroopa rahaliste vahendite tõhusamale kasutamisele turismiettevõtete, -teenuste, ja -infrastruktuuri arendamisel ning säästva turismi edendamisele.

<sup>1</sup>Turismi mõju Eesti majandusele 1997–2000. Statistikaamet, 2004. Korrigeerimiste tõttu rahvamajanduse arvepidamise metoodikas ei pruugi antud näitajad päris täpselt peegeldada tegelikkust.

<sup>2</sup>Tööhõive prognoos aastani 2010.

<sup>3</sup>08.11.2005 väljavõte Eesti Hariduse Infosüsteemist.

<sup>4</sup>Majandustegevuse registris registreeritud seisuga 01.01.2006.

<sup>5</sup>Turismisektori kasvuprognoside koostamise aluseks olid alljärgnevad eeldused:

Soome ühepäevaküllastajate arvu languse kompenseerib kruisireisijate arvu kasv.

Stabiilne kasv ööbivate turistide osas jätkub, sellele lisandub eesmärk kolmekordistada Venemaa ja Rootsi turistide arvu.

Väheneb sugulaste-tuttavate juures ööbivate turistide osatähtsus ja seeläbi kasvab. majutuskohtades ööbivate välituristide arv.

Keskmise ööbimise kestus oluliselt ei pikene.

Suure ühepäevaküllastajate osakaalu tõttu on kulutuste kasv välisküllastaja kohta tagasihoidlik.