EESTI RIIKLIK TURISMIARENGUKAVA

2014–2020

MAJANDUS- JA KOMMUNIKATSIOONIMINISTEERIUM, 2013

EESTI RIIKLIK TURISMIARENGUKAVA 2014–2020

SISUKORD

Sissejuhatus ... 3

1. Turismisektori hetkeolukord ... 5

1.1 Maailma ja Euroopa turismisektori hetkeolukord ... 5

1.2 Eesti turismisektori hetkeolukord ... 5

2. Arengukava visioon ja üldeesmärk ... 7

2.1 Visioon ... 7

2.2 Üldeesmärk ... 7

3. Arengukava alaeesmärgid ja meetmed ... 8

3.1 Alaeesmärk 1: Eesti on reisisihina tuntud, hästi ligipääsetav ning Eesti turismitooted ja -teenused on rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised ... 9

Meede 1.1 Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamine, sh siseturismi edendamine ... 9

1.1.1 Eesti turismi turunduskontseptsiooni arendamine ja tutvustamine ning strateegiline partnerlus ... 9

1.1.2 Prioriteetsed sihtturud ... 10

1.1.3 Konverentsi- ja äriturismi turundus ... 15

Meede 1.2 Turismiinfo juhtimine ... 16

Meede 1.3 Turismitoodete arenduse juhtimine ... 17

1.3.1 Turismitoodete arenduse juhtimine ja koostöövõrgustike arendamine ... 17

1.3.2 Uute ärimudelite kasutusele võtmise ja teenuste disaini toetamine ... 21

1.3.3 Kvaliteedisüsteemi arendamine ja rakendamine ... 21

1.3.4 Säästva turismi edendamine ... 22

1.3.5 Turismihariduse edendamine ja kompetentsuse tõstmine ... 22

Meede 1.4 Turismi arenguvõimaluste seire ja ettevõtluskeskkonna arendamine ... 22

1.4.1 Turismi arenguvõimaluste seire ja analüüs ... 23

1.4.2 Turismisektori ettevõtluskeskkonna arendamine ... 23

3.2 Alaeesmärk 2: Eesti turismiatraktsioonid ja Eestis toimuvad sündmused on rahvusvaheliselt huvipakkuvad ja reisimotivatsiooni loovad ... 24

Meede 2.1 Rahvusvaheliselt huvipakkuvate turismiatraktsioonide arendamine 24

Meede 2.2 Rahvusvaheliste sündmuste toetamine ja sündmuste korraldamisel osalemine 25

3.3 Alaeesmärk 3: Eesti turismisihtkohad ja neile omased turismitooted on rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised 26

Meede 3.1 Piirkondlike turismitoodete arendamine 26

4. Arengukava elluviimine, seire, maksumus ja rakendajad 28

Lisad 30

Lisa 1 – Turismi arengut toetavad teised olemasolevad või ettevalmistamisel olevad arengukavad 30

Lisa 2 – Arengukava maksumuse prognoos ja vastutajad 34

SISSEJUHATUS

Eesti riiklik turismiarengukava 2014–2020 on koostatud turismiseaduse (RT I 2000, 95, 607) § 4 alusel ning selle kinnitab Riigikogu. Arengukava keskendub Eesti turismisektori arengupotentsiaali efektiivsele rakendamisele, võttes arvesse eelmisel perioodil saavutatut, hetkeolukorda ja üleilmseid suundumusi. Arengukava on kaasajastatud jätkudokumendiks eelmisele riiklikule turismiarengukavale, mis kinnitati Riigikogu poolt 22. novembril 2006 (RT I 2006, 53, 400) ja mille kehtivusperiood lõpeb 2013. a lõpul.

Turism täidab olulist rolli Eesti üldises majandusarengus, kuna turismiturul toimuv on tihedalt seotud teiste majandussektoritega. Statistikaameti andmetel andis turism koos kaudsete mõjudega 2008. aastal 6,3% Eesti sisemajanduse koguproduktist. Kõige rohkem turistidest sõltuvaks tegevusvaldkonnaks on majutus, mõnevõrra väiksem, kuid oluline on turismi roll toitlustuses ja transpordis (eriti vee- ja õhutranspordis, transpordivahendite üürimisel), vabaaja- ja kultuuritegevustes ning kaubanduses. Turismi arendamine toetab konkurentsivõime kava **„Eesti 2020“** [1] eesmärkide saavutamist, eelkõige kasvatades Eesti ekspordi osatähtsust maailma kaubanduses, tõstes tööhõive määra, vähendades noorte tööpuudust, samuti aidates kaasa rahvusvaheliste transpordiühenduste loomisele. Eesti kui reisisihi tuntuse suurenemine ja turistide arvu kasv loovad eeldused ning aitavad kaasa uute rahvusvaheliste transpordiühenduste tekkele (nt uued lennuliinid, bussi- ja rongiühendused, kruiisikaid). Turismisektor annab olulise osa teenuste ekspordist (2012. aastal 29%), ka kogu ekspordis on turismi roll märkimisväärne (7,4%). Arengukava eesmärgiks on turismiteenuste ekspordi kasvatamine üle 29% aastaks 2020 võrreldes 2012. aastaga. Turismil on oluline mõju ka tööhõivele. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi tööjõuvajaduse prognoosi kohaselt kasvab perioodil 2009/11–2019 majutuses ja toitlustuses hõivatute arv kümnendiku võrra. See tähendab küll vaid paari tuhandet töökohta, kuid see on oluline regionaalse arengu võtmes, kuna annab võimaluse tasakaalustada näiteks põllumajanduses vähenevaid töökohti. Umbes veerand majutuses ja toitlustuses hõivatutest töötab maa-asulates. Samuti on sektor n-ö hüppelauaks noortele, kuna kõige enam töötajaid on majutuses ja toitlustuses vanusegrupis 20–24.

Eelmise perioodi arengukava 2007–2013 eesmärgid on suuremas osas saavutatud. Peamise eesmärgi – turismiteenuste ekspordi kasv 1,31 miljardi euroni aastaks 2013 – saavutamine on võimalik, samas 2009. a majanduslanguse tõttu võib lõplik tulemus jääda prognoositule veidi alla. 2012. a oli Eesti turismiteenuste eksport 1,24 miljardit eurot. 2012. a oli Eesti majutusettevõtetes *ca* 3,82 miljonit välisturistide ööbimist ning 1,72 miljonit siseturistide ööbimist. Eelmise perioodi arengukavas 2013. aastaks seatud eesmärk – 1,5 miljonit siseturistide ööbimist – saavutati juba 2011. a. Samas jääb eelmise perioodi arengukavas 2013. aastaks seatud eesmärk – 4,7 miljonit välisturistide ööbimist majanduslanguse tõttu prognoositule alla. Eesmärk saavutada 87%-line rahuolu turismiinfo kvaliteedi ja kättesaadavusega aastaks 2013 saavutati 2012. a, mil rahulolu turismiinfo- ja külastuskeskuste teenusega oli 90%. Tööjõu tootlikkuse kasvu eesmärk täideti jooksevhindades 2012. a (eesmärk lisandväärtus hotellide ja restoranide sektoris 195 tuhat krooni ehk 12 463 eurot hõivatu kohta, 2012: 205 tuhat krooni ehk *ca* 13 100 eurot), kuid mitte püsivhindades – kriisi

[1] https://valitsus.ee/UserFiles/valitsus/et/riigikantselei/strateegia/_b_konkurentsivoime-kava_b_/_b_eesti-2020-strateegia/Eesti%202020%20(2012%20uuendamine)/eesti%202020.pdf

ajal kukkus näitaja umbes 30% ning tänaseks on jõutud kriisieelse (aasta 2008) taseme lähedale.

Turismimajandus on seotud paljude teiste majandusharude ja tegevusvaldkondadega. Riiklik turismiarengukava käsitleb ennekõike avaliku sektori otseselt turismi arengule suunatud eesmärke ja tegevusi.

Käesoleva arengukava eesmärk on tagada Eesti konkurentsivõime ja rahvusvaheline atraktiivsus turismisihtkohana. Strateegilisteks tegevussuundadeks on Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamine, turismiinfo juhtimine, turismitoodete arenduse juhtimine, turismi arenguvõimaluste seire, rahvusvaheliselt huvipakkuvate turismiatraktsioonide arendamine, rahvusvaheliste sündmuste toetamine ja piirkondlike turismitoodete arendamine. Turismisektori jätkusuutliku arengu eelduseks on säästva turismi põhimõtete rakendamine. Arengukava läbivaks põhimõtteks on lähtumine külastaja teekonnast, mille kohaselt peab külastuselamus olema kvaliteetne, külalislahke ja turvaline ning igas vanuses ja erivajadustega inimestele ligipääsetav. Eesmärgi saavutamiseks viiakse tegevused ellu arengukavas ettenähtud meetmete kaudu vastavalt neljaks aastaks koostatud rakendusplaanile.

Eesti turismisektori rahvusvahelise konkurentsivõime tagamiseks jätkatakse Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamise tegevusi nii naaberriikides kui ka kaugemates riikides. Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamise tegevuste mõju maksimeerimiseks võetakse kasutusele sihtturupõhised strateegiad ning uuendatakse koostöömudelit turismisektori osapooltega. Turistide ööbimiste arvu kasvuga seotud eesmärgid ja tegevused on täpsustatud kuni üksikute sihtturgude tasemele. Turismiinfo juhtimisel ja turismiinfosüsteemi arendamisel keskendutakse senisest enam kaasaegsete, innovatiivsete, kasutajasõbralike e-lahenduste ja mobiilirakenduste kasutuselevõtmisele ning turunduskanalite (sotsiaalmeedia) mitmekesistamisele. Turismitoodete arenduse juhtimise tegevuste sisuliseks uuenduseks on koostöös turismisektori osapooltega peamistes turismivormides tootestrateegiate väljatöötamine, mille eesmärk on aidata ettevõtjatel välisturu nõudlusele vastavaid turismitooteid välja arendada ja turundada. Arengukava keskendub Eesti turismile kõige iseloomulikumatele põhiteemadele ja neile tuginevate turismivormide – linnaturism, kultuuriturism (sh toidu- ja sporditurism), loodus- ja mereturism ning terviseturism – arendamisele. Olulisemateks sihtrühmadeks on konverentsi- ja ärituristid ning pered. Senisest suuremat tähelepanu pööratakse ka kvaliteedi tõstmisele ja teenuste disainile. Uuel perioodil on fookuses juba tehtud investeeringute jätkusuutlikkuse tagamine ja loodud külastusobjektide vahel suurema sünergia tekitamine. Selleks arendatakse kõiki Eesti piirkondi terviklikult, sidudes olemasolevad turismitooted ühtseks tervikuks ja arendades välja turismitaristu, mis vastab erinevate sihtrühmade ootustele ja vajadustele.

Käesolev arengukava valmis Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi (MKM) ja Ettevõtluse Arendamise Sihtasutuse (EAS) koostöös. Arengukava koostamisse kaasati teised ministeeriumid – Kultuuriministeerium, Siseministeerium, Põllumajandusministeerium, Keskkonnaministeerium, Haridus- ja Teadusministeerium, Välisministeerium ja Rahandusministeerium – ning turismivaldkonna partnerid, kelleks on Eesti Turismifirmade Liit, Eesti Hotellide ja Restoranide Liit, Eesti Spaaliit, Eesti Maaturism, Eesti Kaubandus-Tööstuskoda, Eesti Konverentsibüroo, Eesti Väikesadamate Arenduskeskus, Eesti Ökoturismi Ühendus, Eesti Matkaliit, Eesti Giidide Liit, Eesti Kutseliste Giidide Ühing, Eesti Turismihariduse Liit, Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž, Eesti Kulinaaria Assotsiatsioon, Eesti Kulinaaria Instituut, Tallinna linn, SA Põhja-Eesti Turism, SA Lõuna-Eesti Turism, MTÜ Lääne-Eesti Turism ja üleriigilised kohaliku omavalitsuse üksuste liidud.

1. TURISMISEKTORI HETKEOLUKORD

1.1 MAAILMA JA EUROOPA TURISMISEKTORI HETKEOLUKORD

Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO) andmetel kasvas turism aastatel 2005–2012 kogu maailmas keskmiselt 3,6% aastas ja Euroopas 2,5% aastas.

Turism on arenev ja kasvav majandusharu kogu maailmas ning vastavat suundumust toetavad maailma rahvastiku suurenemine ja elatustaseme tõus. Mõlema näitaja osas on suurimaks kasvumootoriks ja -piirkonnaks Aasia. UNWTO prognoosib 20 aastaga rahvusvaheliste saabumiste arvu peaaegu kahekordistumist võrreldes tänasega. Kuigi Euroopa osatähtsus sihtkohana maailmas väheneb, on absoluutarvudes ka siin oodata märkimisväärset kasvu.

Turismile on avaldanud ja avaldavad ka edaspidi mõju mitmesugused üleilmsed sotsiaalmajanduslikud trendid, sealhulgas elanikkonna vananemine (aktiivselt ja tervelt elatud aastate arv kasvab), Aasia osatähtsuse suurenemine, klimaatilised tingimused (piirkondlikud klimaatilised eelistused nihkuvad), transpordiühenduste areng (arvukamad, kiiremad ja odavamad kaugühendused), terviseteadlikkuse kasv, väärtushinnangute muutused (ökoloogilised, eetilised ja sotsiaalsed väärtused muutuvad olulisemaks), suurem rõhuasetus individuaalsusele, erihuvidel põhinevate reiside osakaalu suurenemine, pikemate reiside asendumine lühemate nädalalõpureisidega ning kommunikatsioonitehnoloogia kiire areng.

UNWTO prognoosi järgi kasvab reiside arv Euroopa riikidesse kokku perioodil 2010–2020 keskmiselt 2,7% aastas, jõudes 2020. aastaks 620 miljoni mitmepäevase reisini (2010. a 475,3 miljonit reisi). Nii nagu 2010. aastal, moodustavad ka 2020. a Euroopa riike külastavatest turistidest 88% teistest Euroopa riikidest saabuvad turistid ja 12% muudest maailma piirkondadest saabuvad turistid. Reisid Kesk- ja Ida-Euroopa riikidesse kokku kasvavad teiste Euroopa piirkondadega võrreldes veidi kiiremini – 3,7% aastas. See tähendab, et nende turuosa Euroopa sissetulevas turismis kasvab 20%-lt 2010. a 22%-ni 2020. a (ehk 95 miljonilt reisilt 2010. a 137 miljonini 2020. a).

1.2 EESTI TURISMISEKTORI HETKEOLUKORD

Sissetuleva turismi areng on viimasel kümnendil olnud tsükliline, kusjuures peamisteks mõjutavateks teguriteks on olnud transpordiühenduste areng, Eesti hinnatase ning välismeedias suuremat kõlapinda saavutada aitavad sündmused (Euroopa Liiduga liitumine 2004. a, Tallinn kui Euroopa kultuuripealinn 2011. a).

2012. a oli Eesti turismiteenuste eksport 1,24 miljardit eurot, mis moodustas 29% Eesti teenuste ekspordist ning 7,4% Eesti kaupade ja teenuste koguekspordist. Pikema perioodi vältel on muude teenuste ja kaupade eksport kasvanud kiiremini kui turismiteenuste eksport, kuid majanduskriisi ajal 2009. a kohanes turismisektor paremini ning turismiteenuste osatähtsus ekspordis hoopis kasvas.

Oluliseks muutuseks sissetulevas turismis on sihtturgude mitmekesistumine. Kui veel 2004. a moodustasid Soome turistide ööbimised 61% kõigist välisturistide ööbimistest, siis tulenevalt teiste sihtturgude kiiremast kasvust oli nende osatähtsus 2012. aastaks vähenenud 43%-ni. Tähtsuselt teisele kohale on tõusnud Venemaa (2004. a 3,7% välisturistide ööbimistest, 2012. a juba 15,5%). Kasvanud on ka kaugemate riikide – nii Euroopa kui ka Aasia riikide –

osakaal. Kui 2004. a moodustasid väljastpoolt nelja naaberriiki (Soomet, Rootsit, Venemaad ja Lätit) pärit välisturistide ööbimised 27%, siis 2012. a juba 33% välisturistide ööbimistest.

Kaugematest Euroopa riikidest pärit turistide arvu kasvu mõjutavad soodsad ja mugavad lennuühendused. Eelnev periood on näidanud, et uute otselendude (eriti odavlendude) avamine toob kaasa turistide arvu hüppelise kasvu vastavalt sihtturult ning lennuliinide sulgemine või lendude arvu vähendamine toob samas kaasa turistide arvu märkimisväärse vähenemise vastavalt sihtturult.

Sihtturgude mitmekesistumine ja kaugematest riikidest pärit külastajate lisandumine on teiselt poolt toonud kaasa Tallinna osatähtsuse kasvu Eesti sihtkohtade seas, kuna esmakordsete külastajate esimene eelistus on näha kõige tuntumaid ja külastatumaid turismiobjekte. Kuna samal ajal on vähenenud Soome ja Rootsi turistide huvi ravipuhkuse vastu eelkõige Lääne-Eesti sanatooriumides ja spaahotellides, on Tallinna osatähtsus välisturistide ööbimiste seas viimastel aastatel kasvanud 56%-lt 2004. a 65%-ni 2012. a (põhiliselt Pärnu ja ka ülejäänud Lääne-Eesti arvelt).

Väliskülastajatest valdava osa moodustavad **lühiajalisi reise** tegevad külastajad lähiriikidest (keskmine majutuskohas viibimise aeg on vaid 2 ööpäeva). Lühikese viibimisaja üheks põhjuseks on see, et Eestis ei ole piisavalt välisturistidele huvipakkuvaid ja Eestile omapäraseid vaatamisväärsusi ja ajaveetmisvõimalusi, mis motiveeriks välisturiste Eestis kauem viibima, või puudub nende kohta info.

Maailma kontekstis on **Eesti tuntus** nii üldiselt kui ka reisi sihtkohana täna madal. Eesti on kaugemates Lääne- ja Lõuna-Euroopa riikides, mille elanikud teevad valdava osa Euroopa riikidesse tehtavatest välisreisidest, reisisihina väga vähe tuntud, samuti puudub Eestil nii nende riikide elanikkonna kui ka reisifirmade silmis selgesti eristatava reisisihi maine. Kaugemates riikides Eestisse reisimist pakkuvate reisikorraldajate tagasiside annab kinnitust, et Eestisse reiside müümist suuremas mahus takistab elanikkonna vähene teadlikkus Eestist kui reisisihist.

Eesti turismisektor on suures osas **sõltuv välisnõudlusest** (väliskülastajate ööbimised moodustavad *ca* 70% majutusettevõtetes veedetud öödest). Siseturu väiksuse üks põhjus on Eesti elanike madalad sissetulekud, mis piiravad turismitoodete ja -teenuste kasutamist.

Eesti turismi iseloomustab liialt suur **hooajalisus** – kui suvel võib tekkida puudus vabadest majutuskohtadest, siis talvel on majutusasutuste keskmine täitumus madal (keskmine voodikohtade täitumus jääb iga-aastaselt alla 30%). Sesoonsuse tasandamiseks oleks vajalik luua juurde turismitooteid ja -teenuseid, mis ei sõltu niivõrd ilmastikust. Lisaks hooajalisusele on probleemiks ka suvehooaja nõudluse kuhjumine juulikuule.

Lisaks välisturistide poolt tehtud ööbimistele ja kulutustele panustasid Eesti turismi arengusse märkimisväärselt ka kohalikud elanikud. 2012. a ööbis Eesti majutusettevõtetes 966 376 siseturisti, mis on 5 % enam kui aasta varem. Nende poolt veedetud ööde arv oli 1,72 miljonit (kasv 4%). Peale majanduskriisist tingitud nõudluse vähenemist on siseturistide ööbimiste arv majutusettevõtetes viimasel kolmel aastal järk-järgult kasvanud. 2012. a oli majutatud siseturiste 0,4% rohkem kui 2007. a ehk senisel siseturismi rekordaastal, kuid nende veedetud ööde arv oli 2007. a rekordtasemest 2% madalam. Siseturism on välisturismiga võrreldes regionaalselt oluliselt ühtlasemalt jaotunud: Tallinna kui suurima osatähtsusega sihtkoha osatähtsus oli 2012. a vaid 15% siseturistide ööbimistest majutusettevõtetes. Kui võtta aluseks kolme suvekuu osatähtsus kogu aasta jooksul veedetud ööbimistest, on siseturismi ja

välisturismi hooajalisus enam-vähem samasugune. Samas aga väljaspool suvehooaega, septembrist maini, on siseturistide ööbimiste arv kõigil kuudel suhteliselt sarnasel tasemel (st. talve, kevade ja sügise vahel suuremad erinevused puuduvad).

Eesti turismiettevõtjatel oleks uute toodete ja teenuste väljatöötamisel vajalik senisest rohkem arvestada erinevate külastajarühmade ootuste ja vajadustega. Eristumaks teistest sihtkohtadest, on vajalik leida uuenduslikke viise turismitoodete ja -teenuste arendamisel, kvaliteedi ja klienditeeninduse parendamisel ning kõrgema lisandväärtuse saavutamisel. Senisest enam peaksid toeks olema turismivaldkonna uuringud ning nende tulemustele tuginevad arendustegevused.

2. ARENGUKAVA VISIOON JA ÜLDEESMÄRK

2.1 VISIOON

Aastaks 2020 on Eesti turistidele tuntud ja hea mainega Põhjamaade turismisihtkoht, mis pakub meeldejäävat reisielamust ning kust on soovi korral mugav reisida teistesse Läänemere piirkonna riikidesse. Aastaks 2020 on Eesti saavutanud taseme, kus:

- Eesti on reisisihina tuntud, hästi ligipääsetav ja info turismivõimaluste kohta on kergesti kättesaadav nii reisi planeerimisel kui reisil viibimisel.
- Eesti on külalislahke ja turvaline maa ning reisil viibija külastuselamus on ühtlaselt kvaliteetne ja ootusi ületav. Turismitooted ja -teenused on inspireerivad, meeldejäävad ja uuendusmeelsed.
- Eesti on inspireerivate sündmuste toimumise maa ning rahvusvaheliselt huvipakkuvad atraktsioonid motiveerivad Eesti külastamist ja korduvkülastusi.
- Eestil on konverentsimaana innovatiivse liidri imago.
- Kogu Eesti rannik on elava liiklusega atraktiivne mereturismipiirkond.
- Eesti erinevatel piirkondadel on välja arendatud neile iseloomulikud turismitooted, mis loovad eeldused koha külastamiseks ja pikendavad nii sise- kui väliskülastaja viibimist piirkonnas.

2.2 ÜLDEESMÄRK

Eesti riikliku turismiarengukava 2014–2020 peamiseks eesmärgiks on tagada Eesti konkurentsivõime ja rahvusvaheline atraktiivsus turismisihtkohana. Sihtrühmadeks on potentsiaalsed turistid, turismiettevõtjad ja turismiga seotud huvigrupid.

Üldeesmägi indikaatorid (Tabel 1):

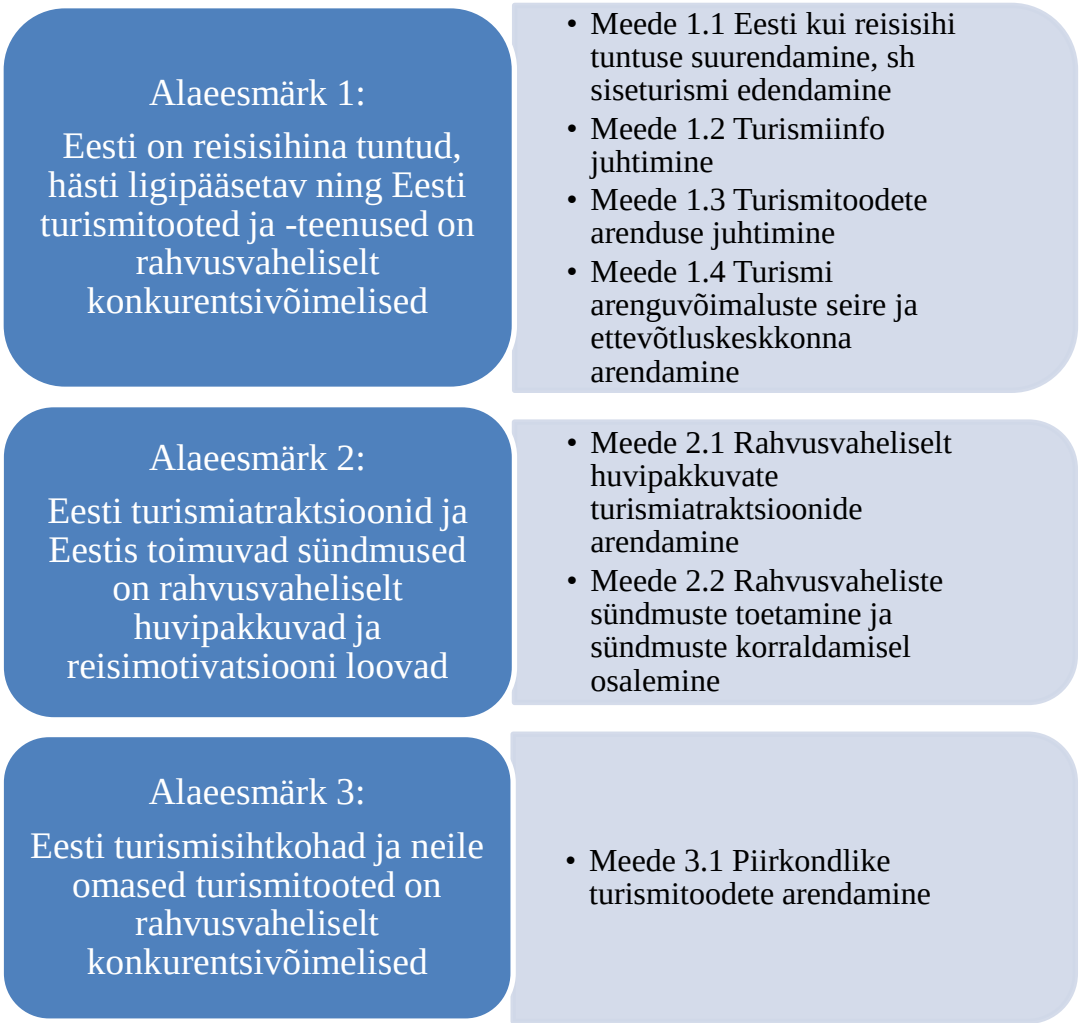
1. Turismiteenuste eksport on kasvanud 1,24 miljardilt eurolt 2012. aastal 1,59 miljardi euroni 2020. aastaks.
2. Välisturistide ööbimiste arv majutuskohtades on kasvanud 3,82 miljonilt ööbimiselt 2012. aastal 5 miljoni ööbimiseni 2020. aastaks.

Tabel 1. Indikaatorite saavutustasemed

Indikaator	Algtase 2012	Sihttase 2020	Kasv 2020/2012
Turismiteenuste eksport, mld EUR	1,24	1,59*	28%
Välisturistide ööbimiste arv majutuskohtades, mln**	3,82	5,0*	31%

* – prognoos; ** – kasvu eelduseks on uute majutuskohtade piisav lisandumine täiendava nõudluse katteks eelkõige Tallinnas ja Pärnus.

3. ARENGUKAVA ALAEESMÄRGID JA MEETMED



Joonis 1. Arengukava alaeesmärgid ja meetmed

3.1 ALAEESMÄRK 1: EESTI ON REISISIHINA TUNTUD, HÄSTI LIGIPÄÄSETAV NING EESTI TURISMITOOTED JA -TEENUSED ON RAHVUSVAHELISELT KONKURENTSIVÕIMELISED

MEEDE 1.1 EESTI KUI REISISIHI TUNTUSE SUURENDAMINE, SH SISETURISMI EDENDAMINE

Meetme eesmärk: Eesti on rahvusvahelistel sihtturgudel tuntud ja kodumaal hinnatud reisisiht.

Indikaator 1: Eesti koht parima mainega riikide seas on FutureBrand poolt koostatavas *Country brand tourism index*'is[2] tõusnud 2012. a 36. kohalt 2020. aastaks 25. kohale.

Indikaator 2: Ööbimiste arv prioriteetsetelt sihtturgudelt (Soome, Venemaa, Läti, Rootsi, Norra, Saksamaa, Suurbritannia) on kasvanud 3 026 758 ööbimiselt 2012. aastal 3 987 000 ööbimiseni 2020. aastaks.

Indikaator 3: Siseturistide ööbimiste arv majutuskohtades on kasvanud 1,72 miljonilt 2012. aastal 2,1 miljoni ööbimiseni 2020. aastaks.

Eesti turismisektori rahvusvahelise konkurentsivõime tagamiseks on vajalik Eesti kui reisisihi tuntuse edasine suurendamine nii naaberriikides kui ka kaugemates riikides. Tuntuse suurendamise tegevuste aluseks on Eesti turismi turunduskontseptsioon.

1.1.1 EESTI TURISMI TURUNDUSKONTSEPTSIOONI ARENDAMINE JA TUTVUSTAMINE NING STRATEEGILINE PARTNERLUS

Eesti turismi turunduskontseptsioon on osa EAS poolt väljatöötatud „Tutvusta Eestit" turunduskontseptsioonist[3], mis on töövahendiks välisturundustegevustes kõigi turismisektori osapoolte, sh ettevõtjate, ettevõtlusorganisatsioonide ja Eesti välisesinduste poolt. Esitluste, trükiste ja reklaamikampaaniate tegemine toimub ühtsete põhimõtete järgi, mis tagab, et Eestit esindavad turismisektori osapooled kuvavad Eestit ühelt ja samalt platvormilt lähtuvalt ja turistid üle maailma mõistavad meie peamisi argumente üheselt.

Peamisteks tegevusteks on:

- Eesti turismi turunduskontseptsiooni arendamine (teemade arendamine, lugude jutustamine jne).
- Prioriteetsete sihtturgude põhise turunduskontseptsiooni töövahendite loomine (esitlused, turundusmaterjalid, stilistika ja sõnumite kasutamise põhimõtted).
- Eesti turismi turunduskontseptsiooni laialdasele kasutamisele kaasaaitamine läbi teadlikkuse tõstmise ning võimaluste loomine turismi turunduskontseptsiooni lihtsaks kohandamiseks mistahes ettevõtte või organisatsiooni sõnumitega.

Strateegilist partnerlust rakendatakse ettevõtjate ja organisatsioonidega, kelle toodang või teenus pakub lisandväärtust Eesti kui reisisihi tutvustamisel ning kellel on huvi seda maailmale tutvustada. EAS initsieerib partnerlust, pakkudes valdkondlikku oskusteavet ja

[2] http://www.futurebrand.com/
[3] http://brand.estonia.eu/et/

toetades mainekujundustegevusi. Eestis toimuvate rahvusvaheliste sündmuste raames panustatakse Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamisele ja Eestit tutvustavatele kajastustele välismeedias. Olulisematel riiki tutvustavatel väljapanekutel (nt EXPO, GRÜNE WOCHE) panustab EAS valdkondliku oskusteabe ning mainekujunduse tegevustega.

1.1.2 PRIORITEETSED SIHTTURUD

Eesti tutvustamine välisriikides toimub koostöös turismisektori osapooltega. Selleks koostatakse kõrgeima turismitulu potentsiaaliga sihtturgudele **sihtturupõhised strateegiad**, milles fikseeritakse osalevad rakendajad, planeeritavad ühistegevused ja eelarve 2+2 aastaks. Sihtturu strateegia koostamisel lähtutakse sihtturu-, teema- ja segmendipõhistest nõudluse ja tootepakkumise ning Eesti kui reisisihtkoha maineuuringutest. Strateegia sisaldab tegevusplaani nõudluse juhtimiseks sihtturul, mis hõlmab riigi, sihtkohtade ja ettevõtjate huve. Strateegia koostamist initsieerib EAS, kaasates sihtturul tegutsemisest huvitatud piirkondlike sihtkohtade arendajaid, turismiorganisatsioone, ettevõtjaid või ettevõtete ühendusi ning Eesti välisesindusi (rakendajad). Strateegia elluviimist finantseerivad kõik rakendajad vastavalt kokkulepitud tegevusmahtudele. Strateegia rakendaja võtab vastutuse panustada strateegia elluviimisse 2 aasta jooksul vastavalt kokkulepitud tegevuskavale. Sihtturu strateegia koostamise eelduseks on piisava hulga organisatsioonide ja ettevõtjate huvi nõudluse juhtimise tegevuste vastu sihtturul.

Sihtturgude valiku peamisteks kriteeriumideks on Ida- ja Põhja-Euroopasse tehtud puhkusereiside arv, vastava turu suurus, areng ja strateegiline tähtsus Eesti turismimajandusele. Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamise tegevustes keskendutakse järgmistele turgudele: Soome, Venemaa, Läti, Rootsi, Norra, Saksamaa ja Suurbritannia. Kaugturgudel on turundustegevused suunatud peamiselt Hiina, Jaapani ja USA sihtturgudele. Samuti jätkatakse siseturismi edendamisele suunatud tegevusi.

SOOME

	Algtase 2012	Sihttase 2020	Kasv 2020/12
Ööbimiste arv	1 651 965	1 677 000	1,5%

Soome turul on suurem hulk elanikkonnast Eestit juba külastanud. 2012. a tasemel turistidevoo tagamiseks on tähtis olemasolevate sihtrühmade säilitamine, uute sihtrühmade hõivamine, turundussõnumite täpsem suunamine ning korduvkülastuste initsieerimine.

- Soome turustrateegia fookuses on Soome turule suunatud turismitoodete valiku laiendamine linna-, kultuuri-, tervise- ja loodusturismi valdkondades, eesmärgiga suurendada korduvkülastusi Eestisse. Tõhustatakse konverentsi- ja motivatsioonireiside (*incentive*) pakkumist.
- Olulisemad sihtrühmad on pered, noored ja eakad, lisaks keskendutakse elustiili- ja huvipõhiste sihtrühmade hõivamisele (nt golfi-, käsitöö- ja aiandushuvilised). Noorte ja perede sihtrühmas on kasvu eelduseks huvipakkuvaid tegevusi võimaldavate turismitoodete ja atraktsioonide väljaarendamine. Eakate sihtrühmas on kasvu eelduseks terviseturismitoodete kvaliteedi tõus ja toetava taristu kaasajastamine.
- Ühepäevakülastajate kulutuste suurendamiseks mitmekesistatakse pakkumisi teenuste ja loomemajanduse valdkonnas.

- Soome sihtturu tegevused on suunatud nii lõpptarbijale ehk potentsiaalsele turistile kui ka reisikorraldajatele, turunduses keskendutakse tootepakkumiste tutvustamisele. Nooremate vanuserühmade hõivamisel panustatakse enam sõnumite edastamisele läbi sotsiaalmeedia kanalite.

VENEMAA

Ööbimiste arv	Algtase 2012	Sihttase 2020	Kasv 2020/12
	593 783	1 300 000	119%

Venemaal on eesmärgiks kasvatada oluliselt turistide arvu eelkõige Peterburist aga ka Moskvast ning Pihkva oblastist.

- Vene turustrateegia fookuses on eelkõige linnaturismitooted, sh ostuturismi võimalused ning kultuurisündmused, toidu- ja terviseturismitooted kombineeritud loodusturismiga. Laiendatakse konverentsi- ja motivatsioonireiside pakkumist.
- Turundatakse piirkondlikke sihtkohti peamistes turismivaldkondades (ostuturism, heaolu- ja terviseturism).
- Olulisemad sihtrühmad on ostujõulised turistid, lastega pered ning eakad. Eakate sihtrühma kasvuks on vaja kohandada terviseturismitooted ja -teenused Vene turu nõudlusele vastavaks ja tõsta nende kvaliteeti. Pereturismi sihtrühma kasvatamiseks on vajalik atraktiivsete aastaringselt avatud teemaparkide või veekeskuste lisandumine.
- Turundustegevused on suunatud nii lõpptarbijale kui ka reisikorraldajatele. Järjest enam viiakse lõpptarbijale suunatud infot e-kanalitesse, *off-line* meedias panustatakse atraktiivsetesse erilahendustesse. Jätkatakse ajakirjanike ja reisikorraldajate toomist Eestisse ning Vene turul populaarse infopäevade formaadiga Peterburis ja Moskvas.
- Narva ja Narva-Jõesuu arendatakse välja ostuturismi ja terviseturismi sihtkohaks. Ostuturismile avaldab positiivset mõju *tax-free* kaubandus (käibemaksutagastusega müük kolmandatest riikidest pärinevatele isikutele).

Venemaale suunatud reisisihi tuntuse suurendamise tegevuste tulemuslikkus sõltub nõudlusele vastavate transpordiühenduste olemasolust, piiriületuse kiirusest ning turistide turvalisusest. Suuremat tähelepanu tuleb pöörata piiripunktide läbilaskevõime suurendamisele läbi infrastruktuuri arendamise, isikkoosseisu suurendamisele vastavuses piiriületajate arvu kasvuga ning uute IT lahenduste ja tehnoloogiate kasutusele võtmisele. Liiklusohutuse ning turistide turvalisuse tagamine võib kaasa tuua täiendava ressursivajaduse uurimis- ja korrakaitseasutustele.

Transpordiühenduste vajaduste kaardistamine ja lahenduste leidmine toimub Transpordiarengukava 2014–2020 alusel, eelkõige on vajalikud järgmised transpordiühenduste toimimiseks vajalikud tegevused:

- Venemaalt saabuvate auto- ja bussireisijatele piiriületuse lihtsustamiseks piiripunktide infrastruktuuri arendamine ja isikkoosseisu suurendamine vastavuses reisijate voogudega.
- Regulaarse laevaliiniühenduse toimimise tagamine Tallinna ja Peterburi vahel.
- Tallinn – Peterburi vahelise rongiliikluse moderniseerimine Euroopa turisti ootustele vastavaks (vahemaa lühenemine 5 tunnile).

- Tallinn – Moskva liinil lennuühenduse toimimise tagamine vastavalt nõudlusele.

LÄTI

	Algtase 2012	Sihttase 2020	Kasv 2020/12
Ööbimiste arv	152 491	250 000	64%

Läti lähedust, ligipääsetavust ja hinnataset arvestades on Eesti (eelkõige Lõuna- ja Lääne-Eesti) turismi sihtkohana tugev alternatiiv Läti siseturismile.

- Läti turustrateegia fookuses on eelkõige puhkusetooted linna-, loodus-, tervise- ja kultuuriturismi valdkonnas ning pereturism. Oluline koht on linnaturismitootel kombineerituna kultuuri- või terviseturismiga.
- Läti turistide poolt turismiteenustele tehtavate kulutuste suurendamiseks laiendatakse piirkondlike turismitoodete pakkumisi, tõstetakse ja ühtlustatakse nende kvaliteeti ning arendatakse koostöövõrgustikke. Tõhustatakse seminari- ja motivatsioonireiside pakkumist.
- Peamisteks sihtrühmadeks on noored, keskealised ja lastega pered ning elustiilipõhised sihtrühmad.
- Kommunikatsioonis keskendutakse eelkõige lõpptarbijale, kes planeerib oma reisi ise. Parandatakse sihtturukeelsete infokandjate kättesaadavust. Kuna suur osa lätlastest kasutab Eestisse reisimiseks autot, siis on olulisel kohal praktiliste teejuhtide ja teemamarsruutide koostamine. Visitestonia.com baasil loodud asukohapõhise mobiilirakenduse abil jagatakse infot turismivõimaluste kohta Eestis.

ROOTSI

	Algtase 2012	Sihttase 2020	Kasv 2020/12
Ööbimiste arv	161 460	200 000	24%

Rootsi turistide külastuste arvu kasvatamiseks on vajalik oluliselt tõsta Eesti mainet ja tuntust reisisihtkohana ning laiendada tootepakkumisi.

- Rootsi turustrateegia fookuses on linnaturismitooted kombineerituna kultuuriturismiga. Huvipakkuvaimad valdkonnad on toiduturism, ostlemine, vaatamisväärsuste ja muuseumide külastamine. Arendamist vajab konverentsi- ja motivatsioonireiside pakkumine. Arenguvõimalus on heaoluteenuste (wellness-spa) suunalises tootearenduses ning nõudluse kasvatamises.
- Olulisemateks sihtrühmadeks on keskealised ja eakad, potentsiaali on noorte ja perede sihtrühma laiendamiseks. Täiendavalt keskendutakse elustiili- ja huvipõhiste sihtrühmade (nt gurmeetoidu või loomemajanduse huviliste) hõivamisele.
- Eesti kui reisisihtkoha maine Rootsis võrreldes teiste lähiriikidega on madal, seetõttu keskendutakse Rootsi turul peamiselt maine tõstmisele. Üheks võimalikuks lahenduseks on rakendada mitmeaastast brändisaadikute programmi, mille kohaselt kaasatakse Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamise tegevustesse sihtturul avalikkusele tuntud ja usaldusväärseid kõneisikuid. Nooremate vanuserühmade hõivamisel panustatakse enam sõnumite edastamisele läbi veebi ja mobiili ning sotsiaalmeedia kanalite.

NORRA

Ööbimiste arv	Algtase 2012	Sihttase 2020	Kasv 2020/12
	111 131	135 000	21%

Norra turul on teadlikkus Eestist kui reisisihist madal.

- Norra turustrateegia fookuses on linnaturismitooted kombineerituna kultuuriturismiga. Huvipakkuvaimad valdkonnad on toiduturism, ostuturism, vaatamisväärsuste ja muuseumide külastamine. Norra turul on potentsiaali terviseturismitoodete, eelkõige heaoluteenuste pakkumiseks, kuid see eeldab vastavate toodete kvaliteedi paranemist. Arendamist vajab konverentsi- ja motivatsioonireiside pakkumine.
- Peamiseks sihtrühmaks on keskealised turistid, vajalik on tõhustada noorte ning elustiili- ja huvipõhiste sihtrühmade hõivamist.
- Turundustegevused on suunatud nii lõpptarbijale kui ka reisikorraldajatele. Turundustegevustes keskendutakse mainekujundusele Norra meedias. Nooremate vanuserühmade hõivamisel panustatakse enam sõnumite edastamisele läbi e-kanalite.

Norra turistide arvu kasvu eelduseks on optimaalne regulaarsete lennuühenduste olemasolu.

SAKSAMAA

Ööbimiste arv	Algtase 2012	Sihttase 2020	Kasv 2020/12
	227 959	280 000	23%

Alla poole Eestisse reisivatest sakslastest kombineerib reisi Eestisse koos reisiga Baltikumi, Soome, Rootsi või Venemaale. Tihti kasutatakse reisimiseks autot või haagissuvilat, plaanides reisi läbi mitme riigi.

- Saksa turustrateegia fookuses on loodus- ning linnaturismitooted kombineerituna kultuuriturismiga. Saksa turist eristub teistest Euroopa turistidest eelkõige suurema huviga loodusturismitoodete vastu. Lisaks Tallinnale liigutakse meelsasti linnast väljas, tutvudes nii looduse kui ka kultuuriga seotud vaatamisväärsustega. Laiendatakse konverentsi- ja motivatsioonireiside pakkumist.
- Olulisemateks sihtrühmadeks on keskealised ja vanemad vanuserühmad. Tõhustatakse ka elustiili- ja huvipõhiste sihtrühmade hõivamist (nt karavanituristid, keskkonnateadlikud külastajarühmad).
- Kuivõrd Saksa turul on Balti kuvand tugevam kui Eesti eraldiseisvalt, jätkatakse ühisturundust Läti ja Leedu turismiametitega, uue algatusena ka Soomega ja Peterburiga. Reisikorraldajatele suunatud turundustegevuste eesmärgiks on suurendada reisikorraldajate teadlikkust Eestist kui reisisihist. Lõpptarbijale suunatud kommunikatsioon kannab eelkõige kultuuri- ja loodusturismi sõnumeid, seda nii Eesti kohta eraldiseisvana kui ka kombineerituna teiste riikidega.

Sarnaselt kõigile Euroopa sihtkohtadele, mis ei ole Eesti lähiturud, on kriitiliseks teguriks turistide arvu kasvule optimaalsete lennuühenduste olemasolu.

SUURBRITANNIA

	Algtase 2012	Sihttase 2020	Kasv 2020/12
Ööbimiste arv	127 969	145 000	13%

Teadlikkus Eestist kui reisisihist on Suurbritannias madal, oluliselt positiivsemad hinnangud on juba Eestit külastanud inimestel.

- Suurbritannia turustrateegia fookuses on eelkõige linna- ja kultuuriturismitooteid, aga ka erihuvidel põhinevad loodusturismitooted (nt linnuvaatlus- ja loodusmatkad). Arendamist vajab konverentsi- ja motivatsioonireiside pakkumine.
- Peamisteks sihtrühmadeks on noored ja keskealised. Tõhustatakse ka elustiili- ja huvipõhiste sihtrühmade hõivamist (nt golfihuvilised).
- Turundustegevustes keskendutakse peamiselt ühisturundusse lennu- ja turismiettevõtjatega. Tõhustatakse Põhjamaade, Venemaa (Peterburi) ja Balti riikide partnerlust, eelkõige reisikorraldajatele suunatud tegevustes. Turismiteemaliste meediakajastuste suurendamiseks jätkatakse pressireiside korraldamist. Võttes aluseks Suurbritannia kodanike harjumuse planeerida reise läbi interneti, suurendatakse Eesti nähtavust veebis sihtkohana nii sotsiaalmeedias kui mobiilirakendustes sihtkoha info avaldamise kaudu.

Turistide arv Suurbritannia turult on otseses sõltuvuses lennuühendustest Tallinnaga, seega on lennuühenduste tagamine oluliseks kasvueelduseks.

KAUGTURUD – USA JA AASIA

Kaugturgudel on riikliku sekkumise peamiseks eelduseks turismiettevõtjate huvi teenuse pakkumiseks turul, olulisel kohal on ka transpordiühenduste olemasolu. Tegevuste elluviimisel on kriitiliseks eduteguriks koostöö lähiriikidega. Sõltuvalt turust on partneriteks kas Soome ja Skandinaavia, Balti riigid või Peterburi, kellega koostöös suurendatakse Eesti kui reisisihi tuntust. Aasia turgudele suunatud turundustegevuste juures on oluline läheneda igale sihtriigile eraldi, võttes arvesse kohalikke tavasid ja olustikku. Kaugturgudelt Eestisse reisimisel on individuaalreiside osakaal madal ning peamine reisimine toimub grupireisidena, seega keskendutakse peamiselt pressile ja reisikorraldajatele suunatud tutvustusreisidele ning infoseminaridele.

USA turist saabub Eestisse peamiselt ristluslaevareisi raames ning USA turisti kulutused reisi kohta on keskmisest kõrgemad.

- USA turustrateegia fookuses on eelkõige linna- ja kultuuriturismitooted.
- Olulisemateks sihtrühmadeks on ristluslaevaga reisijad ja reisijad, kes külastavad Eestit kombineerituna lähiriikidega.
- Turundustegevustes on oluline koht koostööl lähinaabritega. Tegevustes keskendutakse reisikorraldajatele ja meediale, tutvustamaks võimalusi Eestis pikemalt viibida. Enam panustatakse sõnumite edastamisele läbi veebi ja mobiili ning tõhustatakse tööd sotsiaalmeedia kanalites.

Aasia turgudele (Jaapan, Hiina) suunatud tegevuste aluseks on Vabariigi Valitsuse Aasia programm[4], mille peamisteks tegevusteks on:

- Eesti kui reisisihi tuntuse ja maine suurendamine Aasia turgudel.
- Eesti turismi turunduskontseptsiooni kohandamine Aasia sihtturgudele ning turule sisenemiseks vajaliku „tööriistakasti“ loomine ettevõtjatele.
- Piirkondlik ühisturundus koos teiste riikidega (Soome, Rootsi, Venemaa, Balti riigid) ja koostöös naaberriikidega Läänemere piirkonda hõlmavate reisipakettide väljatöötamine.
- Läänemere kui ristluslaevareiside sihtkoha turundamine Aasia turgudel (kruiisid algavad ja/või lõppevad Tallinnas).
- Turgude vajadustele vastavate toodete ja teenuste väljaarendamine.

Turismi mahtude kasvatamise eelduseks on transpordiühenduste olemasolu Eesti ja Aasia sihtkohtade vahel. Vajalik on Tallinna Lennujaama arendamine Euroopa ja Aasia vaheliste lendude ümberistumiskohaks.

SISETURISMI EDENDAMINE

	Algtase 2012	Sihttase 2020	Kasv 2020/12
Ööbimiste arv	1 721 498	2 100 000	22%

Siseturismi edendamise eesmärk on, et Eesti elanik valiks oma puhkamise kohaks Eesti, mõjutades seeläbi positiivselt Eesti majandust. Siseturismi toetamisele suunatud tegevused on seotud kõrghooaja pikendamise ning nõudluse tekitamisega väljaspool Tallinna. Tõstetakse kohalike elanike teadlikkust Eestist kui puhkuse veetmise sihtkohast läbi lõpptarbijale suunatud turundustegevuste.

MUUD TURUD

Muudel sihtturgudel on sekkumise eelduseks piisava nõudluse ja turismiettevõtjate huvi olemasolu, kasutades selleks erinevaid koostöövorme, sh strateegilist partnerlust ja koostööd transpordiettevõtjatega uute liinide avamisel. Sihtturgudel või sihtrühmades, kus riik Eesti kui reisisihi tutvustamisel kandvat rolli ei võta, toetatakse ettevõtjate ja piirkondlike sihtkohtade ühisturundust.

1.1.3 KONVERENTSI- JA ÄRITURISMI TURUNDUS

Rahvusvahelist konverentsiturgu iseloomustab turgude ülesus. Konverentside korraldajad ei ole tihti seotud ühe kindla sihtriigiga, vaid tegemist on rahvusvaheliste organisatsioonidega, kelle poolt organiseeritud üritustele saabuvad delegaadid üle Euroopa ja maailma. Turundustegevuste prioriteetseteks turgudeks on riigid, kus on suurem rahvusvaheliste organisatsioonide peakorterite kontsentratsioon: Belgia, Holland, Šveits, Saksamaa, Suurbritannia, Prantsusmaa.

[4] http://www.mkm.ee/public/EV_Aasia_Programm.pdf

Peamisteks tegevusteks on:

- Konverentsi- ja äriturismi turundusstrateegia fookuses on enam kui 100 osavõtjaga rahvusvahelised mitmepäevased konverentsid.
- Turundustegevused on suunatud järgmistele sihtrühmadele: rahvusvahelised assotsiatsioonid, ühendused ja erialaliidud, korporatiivürituste korraldajad, konverentsikorraldusteenust vahendavad firmad välisriikides.
- Turundusstrateegia rakendamine hõlmab potentsiaalsete konverentside väljaselgitamist, E-turundust, müügivisiite, müügiedendusüritusi välisturgudel, tootetutvustusreise, valdkondlikke messe.
- Konverentsisaadiku programmi rakendamine koostöös teadusasutuste ja erialaliitudega valdkondlike konverentside ja seminaride toomiseks Eestisse.
- Äriturismi valdkonnas tõhustatakse lähiturgudel preemia- ja motivatsioonireiside pakkumist.

Konverentsi- ja äriturismi turundustegevusi viiakse ellu peamiselt MTÜ Eesti Konverentsibüroo kaudu koostöös EAS-ga.

Konverentsi- ja äriturismi arengueelduseks on piisava lennutiheduse tagamine Euroopa tähtsamate linnadega ning suuremahuliste rahvusvaheliste konverentside Eestisse toomiseks vajaliku vastava taristu olemasolu.

MEEDE 1.2 TURISMIINFO JUHTIMINE

Meetme eesmärk: Info turismivõimaluste kohta on kergesti kättesaadav nii reisi planeerimisel kui reisil viibimisel.

Indikaator 1: Veebilehe www.visitestonia.com külastuste arvu kasv 3,1 miljonilt külastuselt 2012. aastal 5,5 miljoni külastuseni 2020. aastal.

Indikaator 2: Rahulolu kasv turismiinfo- ja külastuskeskuste teenusega 90%-lt 2012. aastal 94%-le 2020. aastal.

Turismiinfo juhtimise tegevused on suunatud optimaalse info ja kanalite kättesaadavuse tagamisele kogu külastaja teekonna vältel, kombineerides e-kanalite ja klienditeenindusega jagatava info kättesaadavuse turisti jaoks õigel ajal ja õiges kohas. Põhjalik, täpne ja huviväärne turismiinfo on peamine vahend, mille kaudu kinnistatakse turistide soov külastada Eestit ning Eestis ringi liikuda.

Turismiinfo juhtimise peamisteks tegevusteks on:

- Turismiinfo kogumine, korrastamine ja jagamine nii elektrooniliste infokanalite kui külastus- ja turismiinfokeskuste kaudu.
- Reisi planeerivale turistile suunatud turismiinfosüsteemi elektrooniliste turundusväljundite visitestonia.com ja puhkaeestis.ee arendamine ning atraktiivse ja inspireeriva sisu loomine. Oluline on luua valmisolek reisi broneerimiseks või ostmiseks.
- Reisil viibivale turistile suunatud asukohapõhiste teenuste arendamine. Elektrooniliste kanalite arendamisel keskendutakse elektrooniliste infopunktide ning mobiilirakenduste loomisele, mis võimaldavad hankida turismiinfot reisil viibimise ajal.

- Reisielamuste jagamine sotsiaalmeedia keskkondades seotakse visitestonia.com ja puhkaeestis.ee keskkondadega.
- Turismiinfosüsteemi tehnilise platvormi arendamine, võttes arvesse parimaid valdkondlikke praktikaid ja suundumusi. Tõstetakse turismiinfosüsteemi kasutusmugavust, tõhustatakse andmevahetust väliste andmekogudega ning tagatakse süsteemi toimimine.
- Klienditeenindusega turismiinfo- ja külastuskeskused pakuvad reisil viibiva turisti teenindamisel olulist lisaväärtust. Turismiinfo- ja külastuskeskuste olemasolu eelduseks jääb edaspidigi kohaliku initsiatiivi ja finantseerimisvalmiduse olemasolu. Efektiivselt toimivaid ja piisavat külastatavust omavaid turismiinfo- ning külastuskeskusi rahastatakse riikliku tellimuse ulatuses täiendavalt ka riigi poolt.

Turismiinfot kogutakse, korrastatakse ja jagatakse koostöös kohalike omavalitsuste ning regionaalsete ja piirkondlike turismiorganisatsioonidega.

MEEDE 1.3 TURISMITOODETE ARENDUSE JUHTIMINE

Meetme eesmärk: Turismitooted ja -teenused on kvaliteetsed, inspireerivad, kooskõlas säästva arengu põhimõtetega ja pakuvad terviklikku külastuselamust.

Indikaator: Kvaliteedimärgiseid omavate turismiinfosüsteemi andmebaasis registreeritud turismiteenuse pakkujate ja atraktsioonide arvu suurenemine 4%-lt 2012. aastal 25%-le 2020. aastal.

1.3.1 TURISMITOODETE ARENDUSE JUHTIMINE JA KOOSTÖÖVÕRGUSTIKE ARENDAMINE

Turismitoodete arendamise juhtimise eesmärgiks on turismisektori konkurentsivõime kasvatamine eristumise ja külastaja vajadustele vastavate turismitoodete ja -teenuste väljaarendamise läbi. Turismitoote kvaliteedi kujundab külastaja teekonna terviklik arendamine. Külastuselamus kujuneb kogu külastaja teekonna vältel erinevaid teenuseid ning tooteid tarbides. Turismitoodete arendamine on suunatud peamiste teemavaldkondade arendamisele koostöövõrgustike arendamise kaudu, turismitoodete ja -teenuste kvaliteedi, teeninduskvaliteedi ja turismikompetentsuse tõstmisele. Koostöövõrgustike eesmärgiks on tugevdada koostööd ja ühistegevusi erialaliitude ja piirkondlike sihtkohtade arendajate ning ettevõtjate vahel ja suurendada turismitoodete turunduslikku potentsiaali.

Turismitoodete ja sihtkohtade arendus tugineb Eesti turismi turunduskontseptsioonile ja selles ettenähtud põhiteemadele. Ükski riik, piirkond või turismiettevõtja ei suuda pakkuda kõike kõigile, st vastata kõikide külastajarühmade ootustele ja vajadustele. Eesti kui reisisihtkoha potentsiaali, ressursse ja sihte arvestades on kõige otstarbekam keskenduda järgmiste teemavaldkondade arendamisele: konverentsi- ja äriturism, kultuuriturism, sporditurism, toiduturism, loodus- ja mereturism, terviseturism ja pereturism. Linnaturismi arendamisele suunatud tegevusi käsitletakse piirkondlike turismitoodete arendamise raames.

Rahvusvaheliselt konkurentsivõimeliste turismitoodete arendamiseks töötatakse peamistes teemavaldkondades välja **tootestrateegiad**, mis lähtutavad sihtturu-, teema- ja sihtrühmapõhisest nõudlusest, olemasolevatest arenguvõimalustest ja tootepakkumisest ning sisaldavad suuniseid ettevõtjale välisturu nõudlusele vastavate toodete väljaarendamiseks ja turundamiseks. Tulenevalt sihtturgude arenguseirest analüüsitakse ja hinnatakse

valdkondlikku oskusteavet ning temaatiliste toodete ja teenuste pakkumise kvaliteeti, turumahtu ja vastavust välisnõudlusele. Tootestrateegia koostamise eelduseks on piisav hulk teenusepakkujaid, huvi tootearenduse tegevuste vastu ning välisnõudluse olemasolu. Strateegia koostamises ja elluviimises osalevad valdkonnas tegutsevad ettevõtjad ja teised huvitatud osapooled (koostöövõrgustik). Tootestrateegiad on aluseks riigi ja piirkondlike sihtkohtade välisturgude nõudluse juhtimise tegevuste elluviimisel.

KONVERENTSI- JA ÄRITURISMI ARENDAMINE

Konverentsi- ja äriturismi iseloomustab suurem tulusus võrreldes puhkuseturismiga, kuna külastusaeg on pikem ning kasutatakse kallimaid teenuseid. Samuti aitab konverentsiturism madalhooaja nõudlust suurendada ning tõstab Eesti tuntust puhkuseturismi sihtkohana.

Eesti võimalused konverentsi- ja äriturismi valdkonnas on enim seotud teadus- ja erialakonverentside korraldamisega, milles on Eestil potentsiaal kujuneda liidriks Baltikumis. Äriturismi tõmbekeskusteks on Tallinn ja Tartu, kus asuvad peamised ülikoolid, teadusasutused, meditsiiniasutused, ettevõtted jt potentsiaalsed korraldajad. Pärnu on oluline sihtkoht regulaarselt toimuvate ning regionaalselt roteeruvate konverentside jaoks. Tartu on oluline teaduskonverentside korraldamise sihtkoht, Tallinn omab lisaks potentsiaali korporatiivürituste korraldamise sihtkohana. Eestil on potentsiaali olla paljude erialavaldkondade konverentside sihtkohaks, eriti aga nendes valdkondades, kus Eesti on maailmas saavutanud edu – IT, küberkaitse, geenitehnoloogia jne. Järjest enam on rahvusvaheliste konverentside ja seminaride toimumise eelduseks säästva arengu põhimõtete järgimine nii konverentsikeskuste ja -hotellide kui ka teiste lisateenuste pakkumisel (*Green meetings*).

Konverentsi- ja äriturismi arendamise peamisteks tegevusteks on:

- Rahvusvaheliste konverentside Eestis korraldamise toetamine.
- Eesti kui preemia- ja motivatsioonireiside sihtkoha tootekontseptsiooni väljaarendamine.
- Konverentsi- ja äriturismitoodete kvaliteedikriteeriumite väljatöötamine vastavalt sihtrühma vajadustele.

Konverentsi- ja äriturismi arendamise tegevusi viiakse ellu peamiselt EAS ja MTÜ Eesti Konverentsibüroo kaudu koostöös kohalike omavalitsuste ja ettevõtjatega. Konverentsi- ja äriturismi turundustegevusi käsitletakse Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamise tegevuste raames.

KULTUURITURISMI ARENDAMINE

Eesti rikkalik ajaloo- ja kultuuripärand (hästi säilinud keskaegsed linnused, mõisad, Tallinna vanalinn, laulupeod jne) loob unikaalsed võimalused turismi arendamiseks Eesti erinevates piirkondades. Eestis toimub palju rahvusvahelisi kultuuri- ja spordisündmusi, mis toovad riiki arvukalt väliskülastajaid aastaringselt. Huvipakkuvad sündmused köidavad turiste sõltumata aastaajast ja ilmastikutingimustest.

Kultuuriturismi arendamise peamisteks tegevusteks on:

- Ajaloo- ja kultuuripärandil (sh linnused, mõisad, muuseumid, kirikud) põhinevate turismitoodete ja vajaliku turismitaristu väljaarendamine lähtuvalt kultuurihuvilise külastaja ootustest ja erihuvidest.
- Koostöövõrgustike loomine kultuuri-, loomemajanduse ja turismisektori ettevõtjate ühendamiseks.
- Eestis toimuvate rahvusvaheliselt huvipakkuvate kultuurisündmuste kohta aja- ja asjakohase teabe kättesaadavuse tagamine ja sündmuste toetamine.
- Kultuuriturismitoodete kvaliteedikriteeriumite väljatöötamine vastavalt sihtrühma vajadustele.
- Riiklikult oluliste muuseumite ja kultuuriasutuste (nt Eesti Rahva Muuseum jt) rõhutamine Eesti kui reisisihi tutvustamisel.

SPORDITURISMI ARENDAMINE

Spordisündmuste korraldamine suurendab Eesti tuntust välisriikides, sh väliskülastajate arvu ning aitab kaasa turismi hooajalisuse vähendamisele. Spordisündmused on võimaluseks pikendada välisturistide Eestis viibimise kestust. Selle eelduseks on aga sihtrühma vajadustele vastava turismitaristu ning sporditurismitoodete ja -teenuste olemasolu.

Sporditurismi arendamise peamisteks tegevusteks on:

- Rahvusvahelise meedia huviorbiiti kuuluvate spordisündmuste ja rahvusvahelise mastaabiga vaatemänguliste spordivõistluste Eestisse toomise toetamine, samuti iga-aastaste liikumisharrastuse suursündmuste Eestis korraldamise toetamine ning vastava turismitaristu väljaarendamise toetamine.

TOIDUTURISMI ARENDAMINE

Eesti köök tugineb pikaajalistele traditsioonidele, on atraktiivne ja omanäoline. Turistidel on suur huvi Eesti toidukultuuri vastu, aga nende üldine ettekujutus Eesti köögist ei ole välja kujunenud. Samuti ei ole piisavalt asjakohast teavet ja turundusmaterjale.

Toiduturismi arendamise peamisteks tegevusteks on:

- Eesti kui toiduturismi sihtkohta tutvustamine välisturgudel, tõstes esile Eesti atraktiivset ja omanäolist kööki.
- Teenusepakkujate teadlikkuse tõstmine kohalikul toorainel põhineva ning Eestit ja selle piirkondi eristava toidu valmistamisest, serveerimisest ja pakkumisest. Nõustamise ja mentorluse rakendamine.
- Teenindajate teadlikkuse suurendamine Eesti toidust, toitlustusettevõtete teeninduse kvaliteedi tõstmine ning parimate ettevõtjate tunnustamine.
- Turismitoodete atraktiivsuse suurendamiseks teadlikkuse tõstmine mahetoodetest ja koostöö tõhustamine mahetootjate, -töötlejate ja -tarnijate ning turismiettevõtjate vahel.

LOODUS- JA MERETURISMI ARENDAMINE

Eesti loodus- ja mereturismi peamiseks ressursiks on inimtegevusest vähe mõjutatud, maastikulise ja liigilise mitmekesisusega loodus ning pikk rannajoon üle 1500 saare ja laiuga.

Eesti loodus pakub üha enam huvi loodushuvilistele väljastpoolt Eestit, andes loodusturismile suure kasvupotentsiaali.

Loodusturismi arendamise peamisteks tegevusteks on:

- Külastaja vajadustest lähtuvate terviklike loodusturismitoodete ja -teenuste väljaarendamine ning pakkumise suurendamine.
- Looduses liikumisvõimaluste väljaarendamine individuaalturisti vajadustest lähtuvalt, asjakohase info kättesaadavuse parandamine ning külastuskoormuse suunamine, kahjustamata tundlikke liike ja nende elupaiku.
- Turismivõimaluste väljaarendamine siseveekogudel.
- Loodusturismi korraldajate, retkejuhtide ning loodusgiidide kompetentsuse tõstmine.
- Loodusturismitoodete ja -teenuste pakkujate teadlikkuse tõstmine külastajate ootustest ning turvalisusnõuetest.
- Loodusturismiga seotud ettevõtluse loodushoiu ja elurikkuse alase teadlikkuse suurendamine.
- Säästva turismi põhimõtteid rakendavate ettevõtjate tunnustamine.

Mereturismi arendamise peamisteks tegevusteks on:

- Mereturismitoodete ja -teenuste terviklik väljaarendamine ja nende sidumine teiste Põhjamaade turismimarsruutidega.
- Tallinna kui Läänemere ristluslaevareiside algus- ja lõppsihtkohaks kujundamine (pööring) ning ristluslaevade Tallinnas viibimise kestuse pikendamiseks vajalike turismitoodete ja -teenuste väljaarendamine.
- Rahvusvaheliste laevareiside marsruutide laiendamine teistesse Eesti rannikupiirkondadesse ja saartele (nt Kunda, Sillamäe, Saaremaa).
- Lähiturgudel teadlikkuse suurendamine Eesti rannikul ja saartel pakutavatest mereturismitoodetest, -teenustest ning kohapealsetest ajaveetmisvõimalustest.

TERVISETURISMI ARENDAMINE

Eestil on terviseturismi arendamiseks olemas suur potentsiaal ja mitmekesised ressursid, sh loodusvarad (nt ravimuda, mineraalvesi), kohalikud ja puhtad põllumajandussaadused, tervislik toit ja palju muud. Lisaks mitmekesistele ravidele, hoolitsustele, lõõgastavatele ja tervislikele tegevustele kasvab nõudlus terviseuuringute, tervisliku eluviisi ja toitumise kursuste, personaalse nõustamise teenuse jms järele. Samuti võtab Eesti raviturism järjest laiemaid mõõtmeid ning üha enam väliskülalisi planeerib spetsiaalselt meditsiinilistel eesmärkidel oma reisi Eestisse.

Terviseturismi arendamise peamisteks tegevusteks on:

- Sihtturgude ja sihtrühma vajadustele vastavate uuenduslike ning eristuvate terviseturismitoodete ja -teenuste väljaarendamine, sh piiriülese tervishoiuteenuse osutamise võimaluste laialdasem rakendamine.
- Eesti kui raviturismi sihtkoha potentsiaali parem kasutamine koostöös sektori ettevõtjatega ja asjaomaste avaliku sektori asutustega.
- Terviseturismitoodete ja -teenuste tutvustamine prioriteetsetel sihtturgudel.

- Terviseturismitoodete ja -teenuste kvaliteedi, sh teeninduskvaliteedi tõstmine läbi kvaliteedikriteeriumite väljatöötamise ja rakendamise.
- Spaateenuseid pakkuvate ettevõtete keskkonnasäästlikkuse, sh energiatõhususe suurendamine.

PERETURISMI ARENDAMINE

Eestil on võimalus pakkuda alternatiivi Soome, Läti ja Loode-Venemaa pereturistidele suunatud turismitoodete osas, mis tekitaksid iseseisvat Eestisse reisimise motivatsiooni. Selleks on vaja välja arendada pereturistide vajadustest lähtuvad eristuvad pereturismitooted ja -teenused koos toetava turismitaristuga, mis pakuvad huvitavaid tegevusi erinevates vanuserühmades lastele ja noorukitele.

1.3.2 UUTE ÄRIMUDELITE KASUTUSELE VÕTMISE JA TEENUSTE DISAINI TOETAMINE

Turismisektoris kõrgema lisandväärtuse saavutamiseks tõstetakse turismiettevõtjate teadmisi uute ärimudelite rakendamise võimalustest ning teenuste disainist.

Uute ärimudelite kasutusele võtmise ja teenuste disaini toetamise peamised tegevused on:

- Turismisektoris tegutsevate ettevõtjate uute ärimudelite kasutuselevõtmise toetamine.
- Turismisektori ettevõtjate disainijuhtimise alane nõustamine uute teenuste loomisel või olemasolevate turismiteenuste arendamisel eesmärgiga muuta teenuste pakkumine efektiivsemaks ning turismiteenused eristuvateks.

1.3.3 KVALITEEDISÜSTEEMI ARENDAMINE JA RAKENDAMINE

Kvaliteedisüsteemi arendamise eesmärk on tõsta Eesti kui reisisihi konkurentsivõimet turismitoodete ja -teenuste kvaliteedi tõstmise ja nende valiku laiendamise kaudu. Kvaliteedi seisukohast on esmatähtsad parendamist vajavad valdkonnad seotud kliendikesksuse ja turismiteenuste arendamisega – ettevõtte tegevuse lähtumine kliendi ootusest ja vajadustest, sihtrühmapõhine lähenemine, külastaja teekond, teenuse kättesaadavus, ligipääsetavus, külastajate tagasiside ja sellega arvestamine.

Kvaliteedi tõstmisele suunatud peamisteks tegevusteks on:

- Turismisektoris tegutsevatele ettevõtjatele, sihtkohtadele ja atraktsioonidele kvaliteedialase iseteeninduskeskkonna loomine ja rakendamine pakutava teenuse kvaliteedi hindamiseks.
- Majutusteenuse osutamisele esitatavate nõuete ja järgusüsteemide edasiarendamine ja kaasajastamine koostöös majutusettevõtteid koondavate organisatsioonidega.
- Euroopa Komisjoni väljatöötatud üle-Euroopalise turismikvaliteedimärgise väljaarendamine ja rakendamine Eestis.
- Teema- ja sihtrühmapõhiste kvaliteedikriteeriumite väljaarendamine ja rakendamine.
- Juhtimiskvaliteedi süsteemne arendamine turismisektori ettevõtetes.
- Koostöös teenindus- ja turismisektori partnerorganisatsioonide ning haridusasutustega ühtse lähenemise loomine külalislahkuse suurendamiseks teenindussektoris.

1.3.4 SÄÄSTVA TURISMI EDENDAMINE

Sihtkohtade kvaliteet sõltub otseselt loodus- ja kultuuripärandi säilimisest ning kohaliku kogukonna panusest. Reisijate teadlikkus turismi mõjust keskkonnale ja kohalikule kogukonnale on järjepidevalt kasvamas, samuti nende valmisolek maksta rohkem keskkonnasäästlike teenuste eest. Säästva turismi arendamine aitab kaasa loodusliku tasakaalu säilitamisele ja loob paremad võimalused uutele turgudele sisenemisel ning seal eristumisel.

Säästva turismi edendamisele suunatud peamisteks tegevusteks on:

- Teadlikkuse tõstmine säästva turismi põhimõtetest ning edukate ettevõtjate ja sihtkohtade tunnustamine (sh EDEN, Green Estonia).
- Säästva arengu juhiste väljatöötamine turismisektori vajadustest lähtuvalt.
- Rahvusvaheliste öko- ja keskkonnamärgiste (Roheline Võti, PAN Parks) arendamine ja rakendamine.
- Teadlikkuse tõstmine kohalikest keskkonna- ja ökomärgistest.
- Keskkonnasäästlike transpordilahenduste rakendamine turismisihtkohtades.

1.3.5 TURISMIHARIDUSE EDENDAMINE JA KOMPETENTSUSE TÕSTMINE

Turismihariduse edendamine ja kompetentsuse tõstmine koostöös turismiettevõtjate ja turismiharidust pakkuvate haridusasutustega on eelduseks kvaliteetsete turismitoodete ja -teenuste pakkumisele. Suuremat tähelepanu tuleb pöörata valdkonna kiirele arengule ja turismihariduse rahvusvahelistumisele ning sellest tingitud muutunud koolitusvajadusele.

Turismihariduse edendamisele ja kompetentsuse tõstmisele suunatud peamisteks tegevusteks on:

- Tööandjate teadlikkuse tõstmine elukestva õppe olulisusest ning e-õppe võimaluste arendamine.
- Koostöös haridusasutustega turismisektori töötajatele suunatud täiendõppe võimaluste parendamine.
- Koostöös turismisektori osapooltega turismivaldkonna koolitajate täiendõppe läbiviimine, kaasates erinevaid väliseksperte eesmärgiga tagada turismihariduse kaasaegsus ning tulevikku suunatud areng.
- Turismialal õppimise ja töötamise väärtustamine noorte seas, mis aitab kaasa turismivaldkonna maine kasvule, huvi tõstmisele turismisektoris töötamise vastu ja karjäärivõimaluste parendamisele.
- Giidide kompetentsuse tõstmine vastavalt sihtturu ja sihtrühma vajadustele ning giiditeenuse kättesaadavuse parandamine.

MEEDE 1.4 TURISMI ARENGUVÕIMALUSTE SEIRE JA ETTEVÕTLUSKESKKONNA ARENDAMINE

Meetme eesmärk: Turismi arenguvõimaluste seire toetab sektori arengut, olles aluseks turismisektori arendamiseks vajalike tegevuste planeerimisele ja nende tulemuslikkuse hindamisele.

Indikaator: Turismisektori teadlikkuse kasv turutrendide, prioriteetsete sihtturgude nõudluse ja teemavaldkondade arenguvõimaluste kohta.

1.4.1 TURISMI ARENGUVÕIMALUSTE SEIRE JA ANALÜÜS

Turismi osatähtsuse hindamiseks Eesti majanduses, turismisektori arendamiseks vajalike tegevuste planeerimiseks ja nende tulemuslikkuse hindamiseks on vajalik järjepidev turismi arenguvõimaluste seire ja analüüs. Arenguvõimaluste seire tagab turismisektoris tegutsevatele ettevõtjatele ajakohase info kättesaadavuse sihtturgude turutrendide, väliskülastajate reisieesmärkide ja sihtrühmade reisikäitumise kohta.

Turismi arenguvõimaluste seire ja analüüsi peamisteks tegevusteks on:

- Turismistatistika kogumine ja regulaarne valdkondliku satelliitkonto koostamine.
- Uuringute tegemine Eestis reisivate sise- ja väliskülastajate, nende reisieesmärkide, reisikulutuste, reisi iseloomustuse ja reisiga rahulolu kohta.
- Nõudluse ja segmendipõhiste uuringute läbiviimine prioriteetsetel sihtturgudel.
- Eesti turismivaldkonna ekspertide kogemuste jagamine ja praktiseerimine teistes riikides.
- Koostöö rahvusvaheliste organisatsioonide ja institutsioonidega (UNWTO, OECD, EL, ETC jt) eesmärgiga koondada ja vahetada valdkondlikku oskusteavet ning andmeid.

1.4.2 TURISMISEKTORI ETTEVÕTLUSKESKKONNA ARENDAMINE

Avaliku sektori ülesanne on tagada soodne keskkond turismisektoris tegutsevatele ettevõtjatele, kolmanda sektori institutsioonidele ja inimestele. Arvestatakse ka põhimõttega, et välismaalaste Eestisse saabumine, Eestis ajutine viibimine ja Eestist lahkumine oleks kooskõlas avalike huvidega ning vastaks avaliku korra ja riigi julgeoleku kaitse vajadusele.

Ettevõtluskeskkonna arendamise peamisteks tegevusteks on:

- Reisiettevõtjatele seaduses sätestatud kohustuste täitmise lihtsustamiseks pakettreiside müügiaruannete esitamise elektroonilise infosüsteemi kasutuselevõtmine ja edasiarendamine, mis omakorda aitab kaasa järelevalve tõhustamisele reisiteenuste osutamise üle.
- Ebaseadusliku rände tõkestamiseks, samuti Euroopa Liidu siseselt kuritegevuse ja terrorismi ennetamiseks ja tõkestamiseks uute elektrooniliste kontrollimeetmete kasutuselevõtmine majutusettevõtetes peatuvate külastajate registreerimisel.
- Viisade vajaduse ja väljastamise vastavusse viimine.
- Venemaalt saabuvate auto- ja bussireisijatele piiriületuse lihtsustamiseks piiripunktide infrastruktuuri arendamine ja isikkoosseisu suurendamine vastavuses reisijate voogudega.

3.2 ALAEESMÄRK 2: EESTI TURISMIATRAKTSIOONID JA EESTIS TOIMUVAD SÜNDMUSED ON RAHVUSVAHELISELT HUVIPAKKUVAD JA REISIMOTIVATSIOONI LOOVAD

MEEDE 2.1 RAHVUSVAHELISELT HUVIPAKKUVATE TURISMIATRAKTSIOONIDE ARENDAMINE

Meetme eesmärk: Eestis on mitmekesine rahvusvaheliselt huvipakkuvate atraktsioonide valik.

Indikaator: Iga toetatavat atraktsiooni külastab aastas vähemalt 60 000 turisti.

Riikliku turismiarengukava 2007–2013 raames on väljaarendatud mitmed üleriigilise tähtsusega kultuuri- ja turismiobjektid, mis on tõstnud Eesti sihtkohtade atraktiivsust nii sise- kui välisturistide seas (Tallinna Teletorn, Teaduskeskus AHHAA Tartus jt). Kultuuri- ja turismiobjektidesse tehtud arvukad investeeringud on suurendanud huvi Eesti kultuuri- ja ajaloopärandi vastu ning kaasajastatud ekspositsiooniga muuseumid on leidnud äramärkimist rahvusvahelistel konkurssidel (Meremuuseumi Lennusadam). Uuel perioodil keskendutakse juba tehtud investeeringute jätkusuutlikkuse tagamisele, samuti on vajalik jätkata ka piiratud mahus turismiatraktsioonide toetamist, mis aitavad kaasa Eesti turismisektori rahvusvahelise konkurentsivõime suurendamisele.

Rahvusvaheliselt huvipakkuvate turismiatraktsioonide arendamise peamised tegevused on:

- Koostöös sihtkohtade turismiorganisatsioonide, arendajate ja ettevõtjatega rahvusvahelist nõudlust omavate olulist reisimotivatsiooni loovate turismiatraktsioonide arendamise toetamine**.** Turismiatraktsioon on turistidele atraktiivne ja aastaringselt avatud sihtkoht, kus on võimalused meelelahutuseks, teadmiste täiendamiseks ning kus korraldatakse temaatilisi sündmusi. Toetamise eelduseks on tingimus, et atraktsiooni käigushoidmine ei suurenda avaliku sektori püsikulusid.
- Multifunktsionaalse konverentsi- ja messikeskuse koos pidulike vastuvõttude korraldamise võimalustega rajamise toetamine. Suurendamaks turismitulu ning väliskülastajate Eestis viibimise kestust keskendutakse enam madalhooaja nõudlust suurendavate võimaluste avardamisele, eelkõige konverentsi- ja äriturismi valdkonnas. Eesti tuntuse kasv konverentsi- ja äriturismi sihtkohana ning paranenud transpordiühendused on tinginud vajaduse rahvusvaheliselt konkurentsivõimelise konverentsi- ja messikeskuse ning seda toetava taristu rajamiseks.
- Rahvusvaheliselt huvipakkuva olulist reisimotivatsiooni loova pereturismiatraktsiooni, mis pakub tegevusi erinevates vanuserühmades noortele, rajamise toetamine. Pereturismi sihtrühma kasvatamiseks on vajalik atraktiivsete aastaringselt avatud teemaparkide või veekeskuste lisandumine.
- Sihtrühma ootustele ja vajadustele vastava väikesadamate võrgustiku väljaarendamine ja ligipääsetavuse parandamine vastavalt Eesti Merenduspoliitikale 2012–2020**.**

MEEDE 2.2 RAHVUSVAHELISTE SÜNDMUSTE TOETAMINE JA SÜNDMUSTE KORRALDAMISEL OSALEMINE

Meetme eesmärk: Eesti on tuntud rahvusvaheliste suursündmuste ja konverentside toimumise kohana.

Indikaator 1: Toetatud konverentside, kultuuri- ja spordisündmustega lisandub aastaks 2020 kokku vähemalt 300 000 välisturistide ööbimist majutusettevõtetes.

Indikaator 2: Eesti tõus konverentsisihtmaana ICCA (International Congress and Convention Association) poolt koostatavas Country and City Rankings edetabelis 43. kohalt 2012. aastal 29. kohale 2020. aastal[5].

Indikaator 3: Hooajalisus on vähenenud, suvekuude osatähtsus on vähenenud sise- ja välisturistide ööbimistest kogu aasta jooksul 37,4 %-lt 2012. aastal 37%-ni 2020. aastal.

Eesti tuntuse kasvule on oluliselt kaasa aidanud Eestis aset leidvad rahvusvahelised suursündmused, mille rahvusvaheline kajastamine on tõstnud Eesti mainet reisisihina. Ka uuel perioodil toimuvad Eestis mitmed olulised rahvusvahelised suursündmused, mis on turismisektorile oluliseks võimaluseks Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamiseks ja väliskülastajate arvu kasvatamiseks.

Rahvusvaheliste suursündmuste toetamise ja korraldamisel osalemise peamisteks tegevusteks on:

- Suursündmuste kättesaadavuse tagamine ja tutvustamine sihtturgudel koostöös turismisektori partneritega. Olulisel kohal riigi tuntuse kasvatamisel ja välisturistide ööbimiste arvu suurendamisel on Eestis toimuvad suursündmused, mis pakuvad huvi rahvusvahelisele meediale. Riigil on suur roll Eesti tutvustamisel aastal 2018, mil Eesti on Euroopa Liidu eesistujamaaks ning kulmineeruvad Eesti 100 sündmused.
- Kultuuri- ja spordisündmuste, mis omavad olulist reisimotivatsiooni Eesti külastamiseks ning aitavad kaasa arengukava eesmärkide saavutamisele, toetamine. Toetamise eesmärk on tõsta sündmuste rahvusvahelist konkurentsivõimet, aidates kaasa professionaalsele turundusele ja suurendades sündmuse atraktiivsust sihtgruppidele. Prioriteetsetele kultuuri- ja spordisündmustele tagatakse nende pikemaajaline finantseerimine, mille aluseks on koos ministeeriumite ja teiste asjaomaste partneritega kokkulepitud rahastamispõhimõtted.
- Eestis toimuvate rahvusvaheliste konverentside ja seminaride, mis aitavad kaasa ööbimiste arvu kasvatamisele madalhooajal, toetamine.

[5] http://www.iccaworld.com/npps/story.cfm?nppage=3418

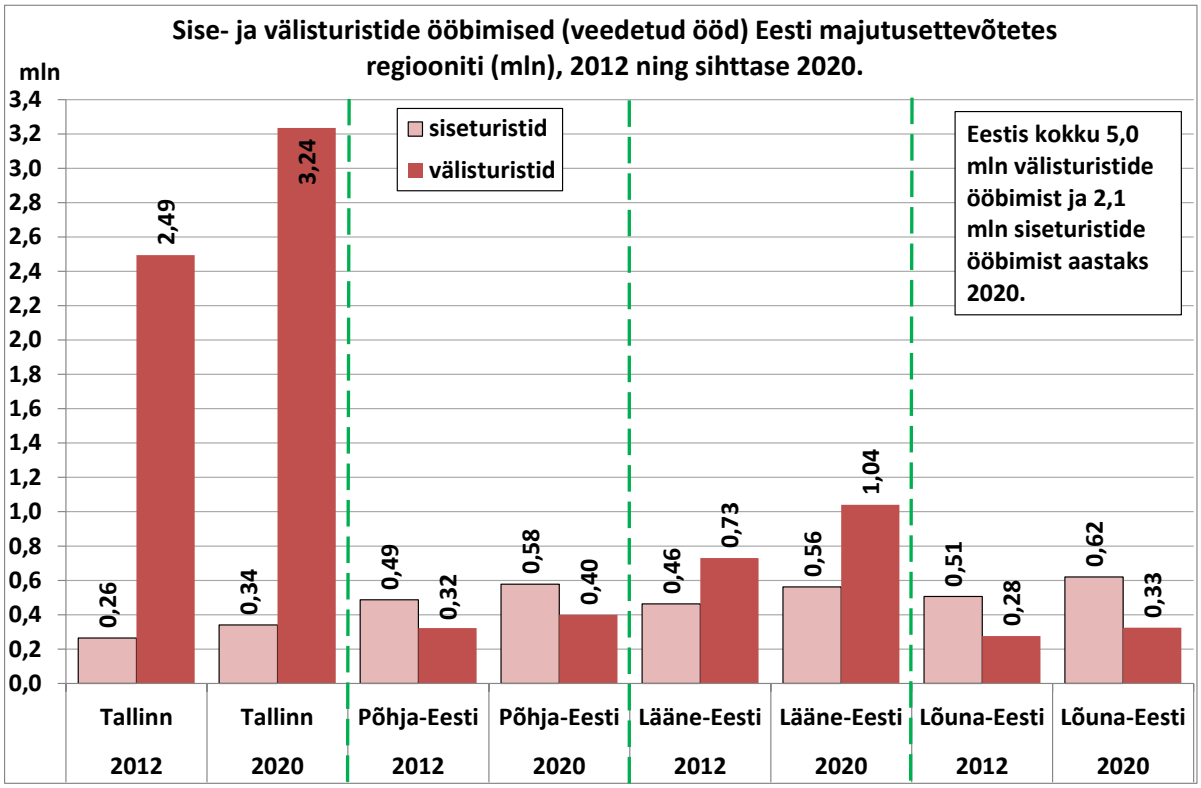
3.3 ALAEESMÄRK 3: EESTI TURISMISIHTKOHAD JA NEILE OMASED TURISMITOOTED ON RAHVUSVAHELISELT KONKURENTSIVÕIMELISED

MEEDE 3.1 PIIRKONDLIKE TURISMITOODETE ARENDAMINE

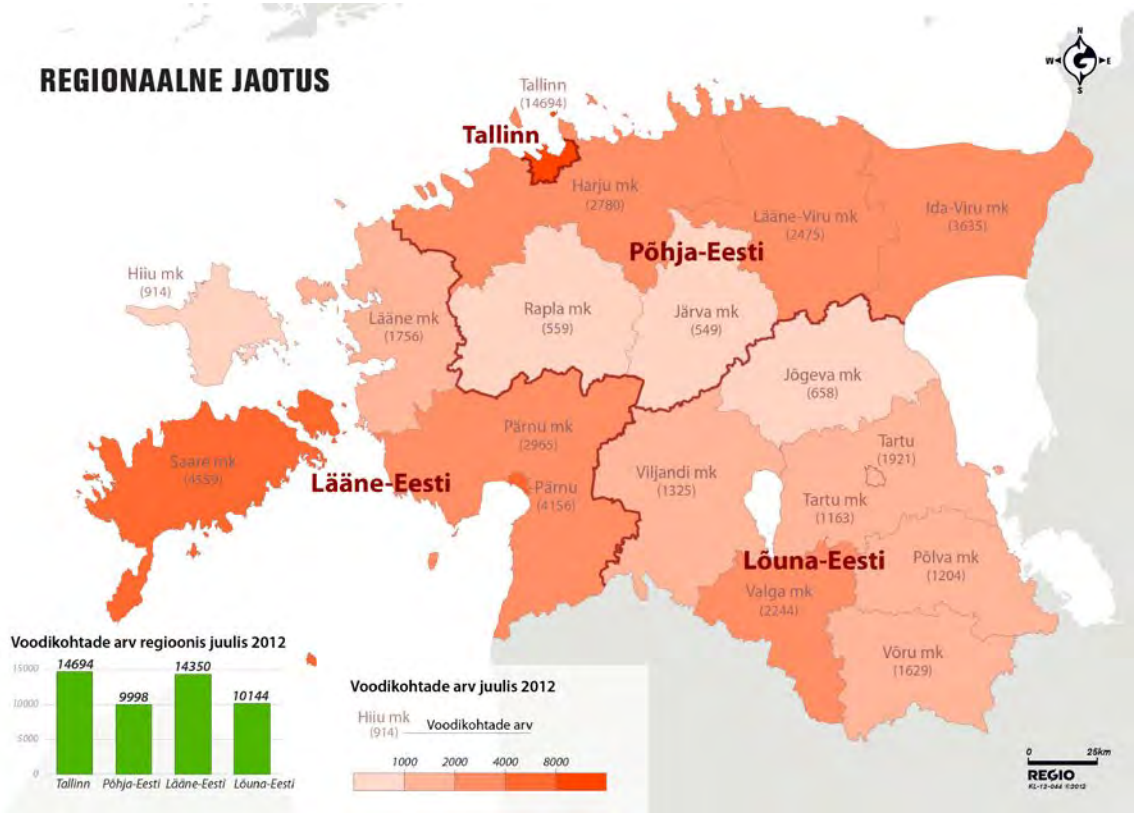
Meetme eesmärk: Eesti erinevad piirkonnad ja neile omased turismitooted on rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised ja atraktiivsed nii sise- kui välisturistidele.

Indikaator 1: Välisturistide ööbimiste arvu kasv aastaks 2020 (Joonis 2): Tallinn 3,24 mln (2012: 2,49 mln); Põhja-Eesti 0,40 mln (2012: 0,32 mln); Lääne-Eesti 1,04 mln (2012: 0,73 mln); Lõuna-Eesti 0,33 mln (2012: 0,28 mln).

Indikaator 2: Siseturistide ööbimiste arvu kasv aastaks 2020 (Joonis 2): Tallinn 0,34 mln (2012: 0,26 mln); Põhja-Eesti 0,58 mln (2012: 0,49 mln); Lääne-Eesti 0,56 mln (2012: 0,46 mln); Lõuna-Eesti 0,62 mln (2012: 0,51 mln).



Joonis 2. Sise- ja välisturistide ööbimised Eesti majutusettevõtetes regiooniti 2012 ning sihttase aastaks 2020

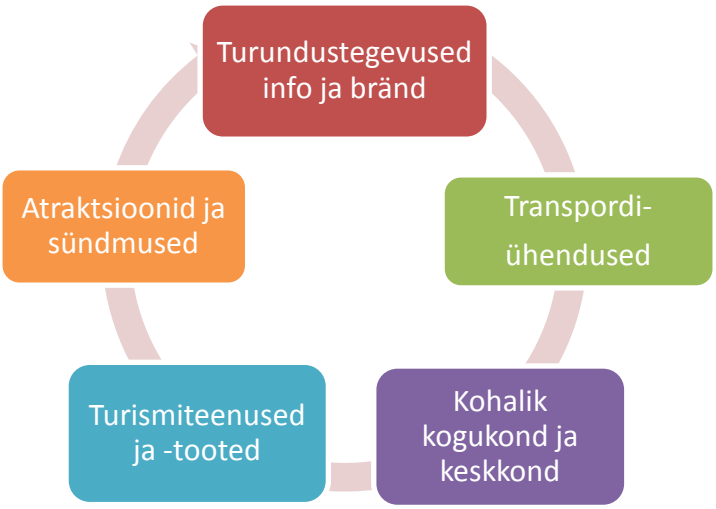


Joonis 3. Maakondade ja voodikohtade jagunemine regiooniti 2012. a juulikuu seisuga. Allikas: Statistikaamet (2012)

Eesti erinevate piirkondade turismitoodete jätkusuutlikkuse ja külastajate positiivse külastuselamuse tagamiseks ning korduvkülastuste arvu suurendamiseks on vaja tõsta piirkondade konkurentsivõimet. Riiklike toetusmeetmete kaudu on eelmise arengukava perioodil toetatud üle 70 turismiobjekti või -toote väljaarendamist Eesti erinevais piirkondades, mis on loonud eelduse väliskülastajate arvu kasvuks kõigis Eesti piirkondades. Samas on rajatud atraktiivsed külastusobjektid territoriaalselt killustatud ning ei tekita külastaja ootustele vastavat terviklikku külastuselamust, mis omakorda vähendab reisimotivatsiooni.

Selleks, et turistid leiaksid lisaks Tallinnale huvipakkuvat tegevust ka teistes Eestimaa piirkondades, on oluline, et piirkondades oleks esindatud piirkonnale iseloomulikud turismitooted, mis oleks Eesti külastamiseks iseseisev põhjus ning mis ühtlasi suurendaks välisturistide arvu ning seeläbi turismitulu kogu piirkonnas. Piirkondlike turismitoodete arendamise eesmärgiks on siduda piirkondade olemasolevad tooted ja teenused **ühtseks tervikuks**, moodustades terviklikud marsruudid peamistes teemavaldkondades, suurendades seeläbi turismiobjektide ja -toodete vahelist sünergiat ning aidates kaasa erasektori teenuste väljaarendamisele. Läbi Eesti erinevates piirkondades paiknevate turismiobjektide ja -toodete ühendamise terviklikesse marsruutidesse suureneb ka piirkondade vaheline sünergia. Läbivaks printsiibiks turismitoodete arendamisel on **külastaja teekonna põhimõtte** järgmine, st külastaja teekond peab olema kogu reisi jooksul külalislahke ja kvaliteetne, turvaline ning igas vanuses ja erivajadustega inimestele ligipääsetav. Piirkondlike turismitoodete väljaarendamise lahutamatud osad on seega kõik elementaarsed tugiteenused nagu ligipääsetavuse tagamine kõigile sihtrühmadele, majutus, toitlustus, transport ja piirkondlikud

atraktsioonid. Külastaja teekond koosneb külastaja arvukatest kokkupuutepunktidest nii teenusepakkujate, keskkonna, teiste külastajate kui ka kohalike elanikega (Joonis 4).



Joonis 4. Külastaja teekond

Piirkondlike turismitoodete arendamisel toetatakse peamiselt järgmisi tegevusi:

- Prioriteetsetel sihtturgudel piirkondlike turismitoodete ja sihtkohtade turundamine.
- Piirkondlikku eripära rõhutavate terviklike turismitoodete, marsruutide arendamine ning turismiinfo kättesaadavuse tagamine erinevatele sihtrühmadele.
- Külastusobjektide ja atraktsioonide väljaarendamine tervikliku turismitaristuna koos seda toetavate teenustega.
- Väliskülastajatele huvipakkuvate sündmuste korraldamine.
- Sihtgrupi põhine teenuste disain, kvaliteedi ja kompetentsuse tõstmine.
- Turismi seisukohast oluliste transpordiühenduste parandamine piirkondades.

Piirkondlike turismitoodete arendus tugineb Eesti turismi turunduskontseptsioonile ja arengukava peamistele teemavaldkondadele. Tegevuste elluviimisel lähtutakse regionaalsete turismiorganisatsioonide, EAS ja teiste kohalike turismivaldkonna esindajatega koostöös väljatöötatud regiooni arenguplaanidest (regiooni strateegiast). Turismitooteid arendatakse nii siseriiklike toetusmeetmete kui piiriüleste koostööprogrammide raames. Piirkondlike turismitoodete arendamine toimub koostöös regionaalsete turismiorganisatsioonide, kohalike omavalitsuste, Leader kohalike tegevusgruppide, kalanduse tegevusgruppide ja ettevõtjatega. Lisaks eelnevale keskendutakse piirkondlikke turismiorganisatsioone koondavate ühenduste tugevdamisele ja koostöövõimekuse tõstmisele.

4. ARENGUKAVA ELLUVIIMINE, SEIRE, MAKSUMUS JA RAKENDAJAD

Arengukava viiakse ellu vastavalt Vabariigi Valitsuse 13. detsembri 2005. a määrusele nr 302 „Strateegiliste arengukavade liigid ning nende koostamise, täiendamise, elluviimise, hindamise ja aruandluse kord“. Vabariigi Valitsuse 21. juuni 2012. a korraldusega nr 259 määrati arengukava koostamise eest vastutavaks ministeeriumiks Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium (MKM). Riigi turismipoliitika ja arendustegevuste peamiseks elluviijaks on Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS). Tegevuste elluviimisel ja

toetusmeetmete rakendamisel kaasatakse teisi asjaomaseid ministeeriumeid, eelkõige Kultuuriministeeriumit (KUM), Põllumajandusministeeriumit (PÕM), Siseministeeriumit (SIM), Välisministeeriumit (VM) jt.

Arengukavale koostatakse nelja aasta pikkune rakendusplaan, mis sisaldab elluviidavaid tegevusi, vastutajaid ja ressursi vajadust. Esimese rakendusplaani aastateks 2014–2017 esitab MKM Vabariigi Valitsusele kolme kuu jooksul pärast arengukava Riigikogus kinnitamist.

Vabariigi Valitsuse 13. detsembri 2005. a määruse nr 302 kohaselt esitab MKM Vabariigi Valitsusele üks kord aastas ülevaate arengukava täitmise, arengukavas ja rakendusplaanis esitatud eesmärkide saavutamise ning meetmete kasutamise tulemuslikkuse kohta. Nimetatud aruanne on aluseks arengukava või rakendusplaani täiendamise otsustamisel. Elluviimise järelevalve põhineb nii arengukavas fikseeritud eesmärgikriteeriumide saavutamise kontrollil kui ka rakendusplaanis sisalduvate individuaalsete projektide tulemuslikkuse hindamisel.

Arengukava elluviimises osalevad lisaks MKM-le teised ministeeriumid ning osapooled vastavalt oma vastutusvaldkonnale. Turismialasesse arendustegevusse on kaasatud Põllumajandusministeerium (maaturism, maaelu areng, toiduturism), Keskkonnaministeerium (loodusturism, turismiettevõtlust võimaldavate keskkonnaobjektide korrashoid), Siseministeerium (sisejulgeolek, regionaalne areng läbi turismiinfrastruktuuri korrastamise), Sotsiaalministeerium (terviseturism, sh taastusravi), Haridus- ja Teadusministeerium (turismiharidus jne), Kultuuriministeerium (kultuuriturism, muuseumide kui turismiobjektide arendamine, kultuuripärandi säilitamine, sporditurism), Rahandusministeerium (turismistatistika kogumine, Euroopa Liidu struktuurivahendite koordineerimine) ning Välisministeerium (Eesti tutvustamine läbi saatkondade ja konsulaatide, konsulaarteenused). Arengukava elluviimisse panustavad olulisel määral sihtkohtade arendajad, turismiorganisatsioonid ja ettevõtjad.

Arengukava seosed teiste arengukavadega on toodud lisas 1.

Arengukava koguperioodi maksumuseks kujuneb hinnanguliselt 123 miljonit eurot.
Arengukava perioodi maksumuse prognoos ja vastutajad on toodud arengukava lisas 2.

Lisad

Lisa 1 – TURISMI ARENGUT TOETAVAD TEISED OLEMASOLEVAD VÕI ETTEVALMISTAMISEL OLEVAD ARENGUKAVAD

Turismi arengut toetavad mitmed vastuvõetud või ettevalmistamisel olevad arengukavad:

Eesti ettevõtluse ja innovatsiooni kasvustrateegia 2014–2020 peab silmas kolme sihti: Eesti ettevõtted teenivad rohkem tulu kõrge lisandväärtusega toodetest ja teenustest, ettevõtjad on pädevad, hästi juhitud ja efektiivsed ning Eesti majandus on rahvusvaheliselt lõimunud, uuendusmeelne ja ettevõtlik. Turismiga on nii otseselt kui kaudselt seotud suur hulk ettevõtjaid, kes sarnaselt teiste tegevusalade ettevõtjatele saavad vajalikku tuge starditoetuste, erinevate koolitus- ja nõustamistoetuste ning õiguskeskkonna parendamise näol.

Eesti julgeolekupoliitika alused määravad kindlaks Eesti julgeolekupoliitika eesmärgi, põhimõtted ja tegevussuunad. Tegevussuundadest on turismiga otseselt või kaudselt seotud järgmised: välispoliitika tegevussuund (head ning vastastikku kasulikud suhted teiste riikidega, laiapõhjaline koostöö Läänemere strateegia elluviimisel), ühiskonna toimepidevuse ja sidususe tegevussuund (transpordi taristu väljaarendamine, väärtushinnangute ja käitumisharjumuste kujundamine keskkonnasäästlikuks, regionaalse arengu ühtlustamine) ning turvalisuspoliitika tegevussuund (EL välispiiri kontrolli tõhustamine: ebaseadusliku rände tõkestamine, võttes kasutusele uued elektroonilised kontrollimeetmed majutusettevõtetes peatuvate turistide registreerimiseks).

Eesti kalanduse strateegia 2014–2020 eesmärgis on Eesti kalanduse kui majandusharu arendamine ning kalatoodangu konkurentsivõime tõstmine sise- ja välisturgudel, aidates kaasa soodsa ja tasakaalustatud kalamajanduskeskkonna kujundamisele Eestis. Strateegia näeb muuhulgas ette rannakalanduse majandusliku jätkusuutlikkuse arendamise ning harrastuskalapüügi kui tervisliku vaba aja veetmise võimaluse arendamise, samuti kala kui toiduaine populariseerimise ning kalandusega seotud turismi arendamise tegevused. Turismi arendamine on oluliseks võimaluseks majandustegevuse mitmekesistamisel nii rannapiirkondades kui siseveekogudel, millele aitab kaasa olemasoleva sadamate võrgustiku kohandamine turismi vajadustele vastavaks.

Eesti keskkonnastrateegia aastani 2030 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.

Eesti maaelu arengukava 2014–2020 (koostamisel) on suunatud Eesti põllumajanduse ja metsanduse konkurentsivõime tõstmisele, keskkonna ja paikkonna parandamisele, maapiirkondade elukvaliteedi ja maamajanduse mitmekesistamisele, võttes arvesse Eesti maaelu omanäolisust. Põllumajanduses ja metsanduses tegutsevate ettevõtjate

majandustegevuse mitmekesistamisel omab turism jätkuvalt olulist rolli, säilitades ja luues töökohti.

Eesti merenduspoliitika 2012–2020 üheks eesmärgiks on mereturismi ja merenduse ning randlusega seotud ettevõtluse arendamine. Peamisteks turismi arendamist soodustavateks meetmeteks on väike- ja kalasadamate infrastruktuuri ning väikelaevaturismi arendamine, siseveeteede arengu soodustamine, aga ka merekultuuripärandi hoidmine ja merenduse väärtustamine. Merenduspoliitika tegevuste elluviimine aitab kaasa sellele, et Eesti oleks turistidele kiirelt ja mugavalt kättesaadav ning reisijateveo kui teenuse poolt loodav lisandväärtus oleks suurem.

Eesti metsanduse arengukava aastani 2020 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 tugevuseks. Puhkemajanduse arendamisel Eesti metsades ja puhkemetsade majandamisel edendatakse riikliku metsapoliitika raames kodanike harimist keskkonna- ja looduskaitseküsimustes ning toetatakse selleks sobiva infrastruktuuri rajamist.

Eesti riigi kultuuripoliitika põhialused keskendub teatud piirkondadele omaste ainulaadsete ja kadumisohus 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, restaureerimine ja eksponeerimine.

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.

Eesti turvalisuspoliitika põhisuunad aastani 2015 seab eesmärgiks õigusliku aluse loomise, mis kohustaks Euroopa Liidu liikmesriikidest Eestisse saabuvate ja Eestist väljuvate lendude reisijate, tolli- ja piiritoiminguid tegevate sadamate ja raudtee kaudu reisivate isikute ning majutusettevõtete klientide isikuandmete elektroonilise fikseerimise ja säilitamise ning elektroonilise juurdepääsu võimaldamise õiguskaitseasutustele.

Euroopa Liidu Läänemere piirkonna strateegia [6] üheks eesmärgiks on säilitada ja suurendada Läänemere piirkonna atraktiivsust, samuti aidata kaasa regiooni ligipääsetavusele, muuhulgas turismivaldkonna meetmete kaudu.

Euroopa Liidu uuendatud turismipoliitika: partnerluse edendamiseks Euroopa turismis[7]**.** 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

[6] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2009:0248:FIN:ET:HTML
[7] http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2008:297E:0184:0193:ET:PDF

vahendite tõhusamale kasutamisele turismiettevõtete, -teenuste, ja -infrastruktuuri arendamisel ning säästva turismi edendamisele.

Euroopa Merendus- ja Kalandusfondi rakenduskava aastani 2014–2020 (koostamisel) tõstab esile mere- ja rannaalade turismi olulisust majandusarengu elavdamisel. Majanduse mitmekesistamine turismi abil on prioriteediks paljudel rannaaladel, kus majandustegevuse soikumine kalanduses ja laevaehituses on toonud kaasa tulude vähenemise ja tööpuuduse kasvu.

Euroopa kui maailma soosituim turismisihtkoht – uus Euroopa turismi tegevuskava [8] seab eesmärgiks Euroopa Liidu turismisektori konkurentsivõime edendamise. Eesmärgi saavutamiseks on vaja edendada turismisektori innovaatilisust, parandada pakkumise kvaliteeti kõikidel tasanditel ja turismisektori töötajate kutsealast pädevust, püüda vähendada nõudluse hooajalisust, mitmekesistada pakkumist ning parandada turismisektoriga seotud statistikat ja analüüsi. Lisaks ühtse Euroopa piirkonna arendamisele nähakse ette liikmesriike toetavaid turismialaseid tegevusi.

Konkurentsivõime kava „Eesti 2020“ kirjeldab peamisi poliitikasuundi ja meetmeid Eesti konkurentsivõime tõstmisel ning seab konkurentsivõime tõstmise eesmärgid 2015. ja 2020. aastaks. Konkurentsivõimelise ettevõtluskeskkonna saavutamiseks on muuhulgas olulised ettevõtete pikaajalist konkurentsivõime kasvu soodustav poliitika, loomemajandus, teadus- ja arendustegevuse rahvusvaheline konkurentsivõime ning konkurentsivõimelisel tasemel ühendusvõimalused nii piiriüleselt kui siseriiklikult. Turismi edendamine panustab konkurentsivõime kava eesmärkide saavutamisse, eelkõige kasvatades Eesti ekspordi osatähtsust maailma kaubanduses, tõstes tööhõive määra, vähendades noorte tööpuudust, samuti aidates kaasa rahvusvaheliste transpordiühenduste loomisele.

„Kultuuripoliitika põhialused aastani 2020“ (koostamisel) eesmärgiks on loovust väärtustava ühiskonna kujundamine Eesti rahvusliku identiteedi hoidmise ja elujõulise, avatud ning mitmekesise kultuuriruumi arenguks soodsate tingimuste loomise kaudu. Kultuuril on ekspordis ja riigi mainekujunduses suur roll. Valdkondlike prioriteetidena on turismiga enim seotud loomemajanduse arendamine ja vastava ettevõtluse soodustamine, muuseumivõrgu jätkusuutlikkuse tagamine ning professionaalsete kultuurisündmuste korraldamise toetamine.

Looduskaitse arengukava aastani 2020 elluviimise üheks oodatavaks tulemuseks on turismi kui majandusharu lõimumine looduskaitseliste 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.

Rahvastiku tervise arengukava 2009–2020 üldiseks strateegiliseks eesmärgiks on pikendada inimeste tervena elatud eluiga. Eraldi on arengukavas välja toodud viis temaatilist valdkonda, mis kajastavad sotsiaalse sidususe ja võrdsete võimaluste suurendamist, lastele tervisliku ja turvalise arengu tagamist, tervist toetava keskkonna kujundamist, tervislike eluviiside soodustamist ning tervishoiusüsteemi jätkusuutlikkuse kindlustamist. Turismi edendamine panustab tervislike eluviiside soodustamise teemavaldkonda, aidates erinevate

[8] http://ec.europa.eu/enterprise/sectors/tourism/files/communications/communication2010_et.pdf

turismivormide (terviseturism, loodusturism, sporditurism) arendamise läbi kaasa rahvastiku tervise arengukava peamise eesmärgi saavutamisele.

Regionaalarengu strateegia aastani 2020 (koostamisel) üldeesmärgiks on kõigi piirkondade jätkusuutliku arengu tagamine. Arengukavas kujundatakse regionaalse arengu suunamise ja toetamise täpsemad põhimõtted ja määratletakse kesksed sihid regionaalarengu valdkonnas. Turismi arendamine piirkondlikul tasandil panustab lisaks turismialaste eesmärkide ka regionaalarengu eesmärkide saavutamisse.

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 kavatsetakse korraldada täiendavaid väljapanekuid, luua juurdepääsuteid erivajadustega inimestele, koostada teavitusmaterjale, tõsta teenuste kvaliteeti ning edendada koostööd turismifirmadega.

Transpordi arengukava 2014–2020 (koostamisel). Transpordisektoris toimuv avaldab otsest mõju pea kõigile teistele majandusharudele ja teenindussektoritele, nii ka turismisektorile. Arengukavas tuuakse välja turismi seisukohalt oluliste rahvusvaheliste ühenduste loomise ja hoidmise soodustamise ning nende kasutamise mugavamaks muutmise tegevused. Turismi seisukohalt on olulised ka siseriiklike transpordiühenduste arendamine turismisihtkohtade vahel.

Vabariigi Valitsuse Aasia programm määratleb Eesti huvid ja võimalused Aasias kolmes põhivaldkonnas – välisinvesteeringud, eksport ja turism. Programm pakub välja peamised tegevused Aasia-suunalise turismi arendamiseks. Läbi turismi suureneb Eesti tuntus Aasia riikides ja tekib positiivne kuvand, mis omakorda panustab nii välisinvesteeringute kaasamisse, kui ka Eesti brändi arengusse eksportimisel.

Lisa 2 – ARENGUKAVA MAKSUMUSE PROGNOOS JA VASTUTAJAD

Alaeesmärgid ja meetmed	**Vastutaja (Rakendajad)**	**Allikas**	**Arengukava maksumus 2014-2020 (mln €)**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Alaeesmärk 1: Eesti on reisisihina tuntud, hästi ligipääsetav ning Eesti turismitooted ja -teenused on rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised										
1.1. Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamine	MKM (EAS, VM)	SF	20,5	300 000	3 400 000	3 400 000	3 400 000	3 700 000	3 200 000	3 100 000
1.2. Turismiinfo juhtimine	MKM (EAS)	SF	3,3	300 000	560 000	500 000	500 000	480 000	480 000	480 000
1.3.Turismitoodete arenduse juhtimine	MKM (EAS)	SF	9	500 000	1 200 000	1 300 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000	1 500 000
1.4. Turismi arenguvõimaluste seire ja ettevõtluskeskkonna arendamine	MKM (SIM, VM, STAT, EAS)	SF	0,7	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000	100 000
Riigieelarvelised programmid	MKM	RE	7,0	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Alaeesmärk 2: Eesti turismiatraktsioonid ja Eestis toimuvad sündmused on rahvusvaheliselt huvipakkuvad ja reisimotivatsiooni loovad										
2.1. Rahvusvaheliselt huvipakkuvate turismiatraktsioonide arendamine	MKM (SIM, KUM, EAS)	SF	50	3 000 000	5 000 000	7 000 000	7 000 000	9 000 000	9 000 000	10 000 000
2.2. Rahvusvaheliste sündmuste toetamine ja sündmuste korraldamisel osalemine	MKM (KUM, EAS)	SF	7,5	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 500 000	1 000 000	1 000 000
Alaeesmärk 3: Eesti turismisihtkohad ja neile omased turismitooted on rahvusvaheliselt konkurentsivõimelised										
3.1. Piirkondlike turismitoodete arendamine	SIM (MKM, EAS, PÕM, KUM)	SF	25	3 500 000	3 500 000	3 500 000	3 500 000	4 000 000	3 500 000	3 500 000
KOKKU			**123**	**9 700 000**	**15 760 000**	**17 800 000**	**18 000 000**	**21 280 000**	**19 780 000**	**20 680 000**