

Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium

Turismi pikk vaade 2025–2035

LISAD

Tallinn 2024

Sisukord

Lisa 1: Mis on turismi pikk vaade, kuidas see valmis, kuidas elluviimine on korraldatud	3
Lisa 2: Turismi (mega)trendid	8
Lisa 3: Eesti turismi ökosüsteem	20
Lisa 4: Eesti atraktiivse sihtkohana	26
Lisa 5: Turisminõudlus.....	30
Lisa 6: Ühenduvused ja ligipääsetavus.....	37
Lisa 7: Turismiharidus ja tööjõud	41
Lisa 8: Taustaanalüüs turismi hetkeolukorrast.....	47
Lisa 9: Eesti turismi võimalikud tulevikustsenaariumid - avastades tulevikke	48
Lisa 10: Arengueeldused: kestlikkus, digi- ja innovatsioonipööre turismis ja ettevõtluskeskkond	51
Lisa 11: ÜRO säästva arengu eesmärgid	60
Lisa 12: Seosed teiste strateegiliste dokumentidega	63
Lisa 13: Eesti sihtkoha juhtimisorganisatsioonid (DMO)	67
Lisa 14: Turismi pika vaate 2025–2035 mõõdikud ja mõisted	72
Lisa 15: Meetodiraport - Turismi pikk vaade ja tulevikeseire meetodid.....	103
Lisa 16: Eesti turismi regionaalne mõju	117
Lisa 17: Eesti turism võrreldes teiste Euroopa Liidu riikidega	128
Lisa 18: Peamiste kaasatute nimekiri	132

Lisa 1: Mis on turismi pikk vaade, kuidas see valmis, kuidas elluviimine on korraldatud

Turismi pikk vaade koos lisadega on Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi juhtimisel aastatel 2023-2024 toimunud analüüsi- ja kaasamisprotsessi tulemus (vt joonis 1). Pika vaate dokument on süntees ja kokkuvõte tulevikeseire meetodit kasutades korraldatud tegevuste tulemustest ning teadusartiklitest, analüüsides ja statistikast. Üldjuhul piisab kokkuvõtva pika vaate dokumendi lugemisest, et mõista selle eesmärgi ja tegevussuundi. Põhjalikuma tausta saamiseks ja sügavama huvi puhul mõne teema vastu on võimalik tutvuda lisadega, mis on pika vaate dokumendi lahutamatud osad ja lähtekohad.

Eesti turismi pikka vaadet on vaja, sest Eesti turismil puudus pikaajaline ja laiapõhine arengudokument. Eelmine - Eesti riiklik turismiarengukava - kehtis aastatel 2014 - 2020.¹

Turismi strateegilist arengudokumenti on vaja:

- teadlikkuse tõstmiseks turismist ning turismivaldkonna eesmärkidest valitsuses, erinevates turismivaldkonna teemadega haakuvates ministeeriumites ning organisatsioonides (näiteks on see oluline riigieelarve protsessis, valitsuse tegevusprogrammides);
- kui teadmuspõhist suunanäitajat oluliste poliitika-, finants- ja äriotsuste tegemisel;
- teistele valdkondadele (ühendused, haridus, kultuur, sport, keskkond, ruumiline planeerimine, töajõud, tehnoloogia jt) seoste ning kasu nägemiseks enda valdkonna ja turismi vahel ning oma tegevuskavadesse turismi eesmärkide integreerimiseks;
- teiste valdkondadega riigi strateegilises planeerimises võrdväärse ja võrreldava olukorra loomiseks.

Eesti turismi pikk vaade on Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi strateegiline arengudokument turismivaldkonna terviklikuks arenguks, n-ö mitteametlik valdkonna arengukava. Dokument analüüsib kaasamisprotsessis saadud sisendite ja dokumendianalüüsi põhjal turismivaldkonda tervikuna, peegeldades:

- 1) ambitsioone (rohkem kõrge lisandväärtusega valdkondi linnades, üle-Eestiline (niši)turism toetamas kogukondade arengut, mitmekesised ja sujuvad ühendused),
- 2) sektori arenguvajaduste toetamist nende ambitsioonide saavutamiseks ja
- 3) turismi kui poliitikavaldkonna olulisust – koostööd teiste ministeeriumidega ja ühiste plaanide loomist. Tegemist on valdkondadeülese kokkuleppega, mis raamistab turismisektori mitmekülgse mõju Eesti sotsiaalmajanduslikule arengule. Täpsem ülevaade turismiga seotud Eesti arengudokumentidest ja seosest on toodud lisas nr 12.

Riigi strateegilise raamistiku² mõistes on „Turismi pikk vaade 2025 - 2035“ keskpikk strateegiline dokument, mille kinnitab turismi eest vastutav minister oma käskkirjaga ja kus lepatakse kokku:

- turismi arengut puudutavates põhimõtetes;
- pikaajalistes eesmärkides;
- üldistes arengusuundades;
- ühisosas teiste valdkondadega.

Eesti turismi pika vaate protsessi eesmärk oli luua turismiasjaliste poolt ühiselt strateegiline pikaajaline dokument, mis toetab Eesti kui erilise kestliku turismisihtkoha arengut Euroopas ja maailmas. Hiljutiste kriiside tõttu oleme õppinud, et alternatiivsete stsenaariumidega arvestamine aitab tulla toime võimalike ootamatustega, mistõttu on **peamiseks metoodikaks turismi pika vaate koostamisel tulevikeseire (Strategic Foresight)**. Erinevad kriisid on

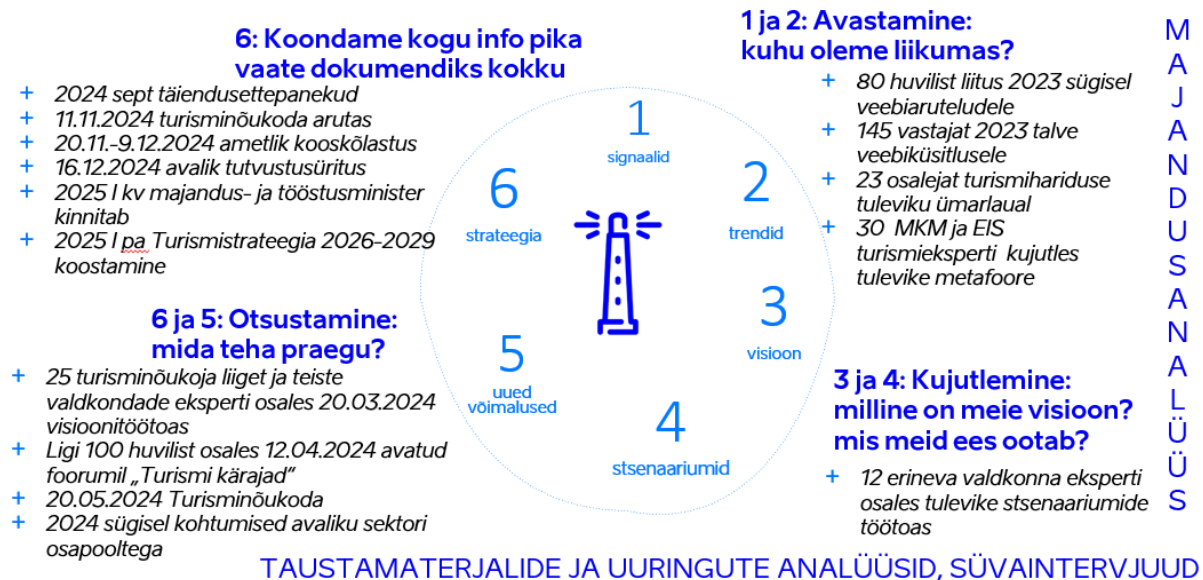
¹ [EESTI RIIKLIK TURISMIARENGUKAVA \(riigiteataja.ee\)](https://riigiteataja.ee)

² [Arengukavad ja strateegiline planeerimine | Eesti Vabariigi Valitsus](#)

samuti toonud esile vajaduse mõista turismisektorit kui olulist horisontaalset valdkonda, mis on paljude teiste sektoritega tihedalt seotud, nii mõjutatu kui mõjutajana.

Tulevikeseire metoodikas on oluline **kaasamine ja koosloome, avatus uutele ideedele ja vaatenurkadele** ning läbi arutati ka need küsimused, mis ei olnud kõige meeldivamad või mille arutamist seni vajalikuks ei peetud. See tähendab, et me ei mõelnud ainult enda soovitud tulevikele, vaid arvestasime ka trendidega ja meid mõjutavate pikajaliste muutustega ning sellega, kuidas olla täna valmis erinevateks tulevikeks. Pika vaate protsess oli võimalikult kaasav ja koosloomeline, et see oleks sektori enda nägu (vt joonis 1). Põhjalikult on kogu protsessi meetodid ja tulemused ja kaasatud organisatsioonid lahti kirjutatud lisades nr 15 ja 16.

Turismi pika vaate töötati välja strateegilise tulevikeseire meetodeid kasutades



Joonis 1: Detailsem kaasamisprotsess etappide ja osalejate lõikes

Pikaajalised sihid on kirja pandud arvukate töötubade ja arutelude tulemusel koos turismisektori ettevõtjate, erialaliitude ja sihtkohtade ning teiste poliitikavaldkondade kujundajate ja elluviijatega. Kaasamisprotsessi erinevatel üritustel osales ligi 300 inimest ning selle protsessi tulemusi valideerimis turismi eest vastutava ministri juurde loodud turisminõukoda. Turisminõukojast on täpsemalt juttu lisas nr 3.

Pikk vaade lähtub ka paljudest Eesti ja rahvusvahelistest uuringutest ja analüüsides, statistikast ja muudest andmetest, tuvastatud trendidest ja arengutest ning sektori majandusanalüüsist, mille tulemused on täpsemalt lahti kirjutatud lisades 2-8.

Tulevikeseire protsess oli jagatud kolmeks etapiks (vt tabel 1):

1. **Avastamine** – leidsime, millised trendid turismi ja Eesti turismi täna enim mõjutavad;
2. **Kujutlemine** – lõime Eesti turismi stsenaariumid ja visiooni;
3. **Otsustamine** – selgitasime välja, mida peaks täna tegema, et liikuda soovitud tuleviku suunas.

Tabel 1: Tulevikeseire protsessi etapid

Etapp	Tegevused ja meetod	Keskne küsimus
<p>Avastamine — kuhu oleme liikumas?</p> <p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> Turisminõukoda 2.10.2023 3 trendiseminari veebis oktoober ja november 2023 Trendianalüüs ja teemalehed oktoober 2023 — mai 2024 Turismihariduse ümarlaud 4.12.2023 	<p>Millised trendid meid täna mõjutavad?</p>
<p>Kujutlemine — milline on meie visioon? Mis meid ees ootab?</p> <p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> MKM ja EIS töötuba - turismi tulevike metafoorid 13.11.2023 Stsenaariumide töötuba 5.12.2023 ja arutelud jaanuaris 2024 Visiooniseminar 20.03.2024 Süvaintervjuud jaanuar — märts 2024 	<p>Millised on Eesti turismi stsenaariumid?</p> <p>Milline on Eesti turismi visioon aastani 2035?</p>
<p>Otsustamine — mida teha praegu? Kuidas eesmärgid saavutada?</p> <p>3</p>	<ul style="list-style-type: none"> Kärajate päev 12.04.2024 Turisminõukoda 8.05.2024 Individaalsed arutelud ekspertide ja poliitikakujundajatega september 2024 Turismi pika vaate tööversiooni koostööstamine turisminõukojaga 11.11.2024 Turisminõukoja arutelu enne dokumendi ametlikule koostööstamisele saatmist. 	<p>Mis peab juhtuma, et meie pikaajalised eesmärgid saaksid täituda?</p> <p>Mida peaksime täna tegema, et liikuda visiooni suunas?</p>

Nende kolme etapi sisulised tulemused kaasamisprotsessis olid järgmised:

1. **Avastamine:** Trendiseminaridest ja veebiküsitlusest tulid välja järgmised Eesti turismiasjaliste poolt tunnetatavad trendid: kasvav huvi reisida, inimeste kasvav loodushoidlikkus, andmepõhiste ja digitaalsete tehnoloogiate kasutamise võimalus, põlvkondade muutumine ja uued sihtrühmad, tõusvad hinnad, ülereguleerimine, tehnoloogia üleküllus, surve keskkonnale ja geopoliitilised pinged, suurenev hulk roheregulatsiooni ja -meetmeid, sotsiaalmeedia levik ning sektori töötajate ootus kõrgemale palgale. Analüüsisime neid sisendeid koosmõjus dokumendianalüüsist selgunud trendidega. Vaata ka lisa nr 2.
2. **Kujutlemine:** Turismi pika vaate stsenaariumitöötoas lähtusime trendianalüüsi etapi tulemustest ning alustasime turismi tuleviku võtmetegurite ja olulisemate määramatute

tegurite kaardistamisest. Defineerisime pingete³ peamised teemad ja nende võimalikud tulevikuolekud, millest meie töös jäi sõelale viis olulisemat pinget:

- * **ühendused** - lennuühendused ja multimodaalsed ühendused;
- * **piirkonnad** - tõmbekeskused ja muu Eesti;
- * **tehnoloogia ja personaalsus** - kliendi- ja tehnoloogiakesksus;
- * **kuvand** - Põhjamaa või Baltikum;
- * **teenused** - ühetaolised või mitmekülgsed.

Palju kõlas seisukoht, et Eesti ei ole massiturismi sihtkoht, meie eesmärk on pigem vähem, aga kvaliteetsed teenused ja külastajad. Baltikumi vs Põhjamaade kuvandi osas jõudsime järeldusele, et Eesti pole päris kumbki, vaid on ise eripärane. Eesti ei ole atraktiivne turismisihtkoht ainult atraktsioonide ja toodete mõttes, vaid nende taga on olulised riigi ja ettevõtjate poolt loodavad võimekused (tugevad ettevõtjad ja sihtkohad, klienditeenindus, laiemalt külalislahkus, töötajate rahulolu, ettevõtete tegutsemiskeskond, transpordiühendused, andmepõhisus, linnaruum, maapiirkonnad st terve ökosüsteem). Atraktiivsus ei kasva, kui pöörame tähelepanu vaid objektidesse, toodetele ja turundusele.

Stsenaariumiseminari tulemuste analüüsi käigus kujunes algselt välja neli Eesti turismi tulevikustsenaariumi, mida täpsustasime ja täiendasime lisaarutelude käigus. Lõpuks keskendusime kolmele meid enam kõnetanud stsenaariumile, mis olid sisendiks visioonipeatükile. Need stsenaariumid on ka edaspidi kasutatavad võimalike uute teekondade leidmise kohad, kui tekivad ootamatud tulevikud meid ümbritsevas maailmas.

Eesti turismi pika vaate **visioonipeatüki** kujundamiseks toimus visiooniseminar, kus tutvustasime osalejatele kogutud taustainfot ja loodud turismistsenaariume ja osalejad töid välja, mida võiksid tulevikus tunda, teha, näha ja rääkida külastajad, turismiettevõtjad ja kohalikud elanikud. Selle protsessi käigus hakkas selguma eelistatud tulevik peamiste seotud inimrühmade vaatenurgast ja kujunes visiooni sisu. Vaata ka lisa nr 9.

Sünteesiprotsessis panime kokku erinevad stsenaariumid ja visiooniseminari tulemused ning jõudsime selleni, et eripärane ja autentne turism on oluline üle kogu Eesti. Soovime kõrget standardi eelkõige Tallinnas, aga ka teistes linnades ning väga eripäraseid ja ka ürgseid teenuseid mujal piirkondades. Me väga tahame, et Eestit külastavad inimesed läheksid ka Tallinnast välja. Samas me ei taha oma tulevikukujutluses Eesti puhta ja mitmekesise looduskeskkonna kadumist ja ülerahvastatust. Nii digiriigi kui ka looduse osas on arenguruumi – kuidas neid käegakatsutavaks teha ja turismituluks pöörata. Tahame olla modernsed ja tipptehnoloogiaga, aga me ei taha kaotada ennast. Me tahame hoida enda kiiksuga, looduslähedast, metsikut palet. Kui me rajame midagi metsade keskele, siis tahame, et see sulanduks ja sobiks sinna. Selgelt tuli välja, et Lõuna-Eestisse me oma Legolandi ei taha. On täiesti *okei* olla heas mõttes igav, sest niimoodi hakkamegi eristuma suurtest linnadest. Infomüra, helimüra, valgusmüra on mujal väga palju,

³ Määramatud tegurid on võtmetegurid, millel on suur mõju tulevikule, kuid mille puhul võivad võimalikud arengusuunad olla väga erinevad.

vaikus on muutumas tasuliseks ja meil on veel võimalus seda müüa - see võibki olla meie eripära, aga me peame seda hoidma.

Siit ka meie turismi metafoorid lõpliku visiooni sõnastamise sisendiks⁴:

- Moodne metsiku aiaga kodu: Tallinnas jt suuremates linnades on modernsed kõrge kvaliteediga teenused, mujal palju autentset, lihtsat ja looduslähedast.⁵
- Eesti kui metsmaasikas: ta on ürgne ja väike, teda on raske leida ja need, kes seda ei oska, ei märkagi teda ega oska teda ka hinnata. Aga kui ta on kord käes, kui ta on kord olemas ja oma, siis on ta üks parimaid asju üldse.⁶

3. **Otsustamine ja sisendite süntees:** Turismi pika vaate kärajate päeval aprillis 2024 kogusime sisendit, mida peaksime täna tegema, et liikuda soovitud arengu suunas ja vältida ebasoovitavaid arenguid. Kasutasime tagasisivaatava stsenaariumi meetodit, et leida tänased vajalikud tegevussuunad soovitud tulemuste saavutamise suunas liikumiseks.

Turismi pika vaate põhidokumendi tegevussammaste peatükis nr 5 on toodud süntees kärajate päevalt ja laiemalt kaasamise raames toimunud üritustelt ning 2024. a septembris saadud tagasisidest tegevussuundadele. Nende põhjal prioriseerisime tegevused ja otsustasime, millistele tegevussuundadele keskendume ning sinna ressursse ja tähelepanu suuname.

Turismi pika vaate põhjal koostatakse Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi juhtimisel turismi 4-aastased detailsemad tegevuskavad, mida nimetatakse turismistrateegiateks.

⁴ Visioon on strateegilise dokumendi osa, mis vastab küsimusele „Kuhu me tahame jõuda?“ ja loob raamistiku strateegilistele eesmärkidele ning tegevustele, pakkudes motivatsiooni ja ühtsust kõigile osapooltele.

⁵ Kujundlikult saab meie visiooni kirjeldada järgmise metafoorina: Eesti turismimaana tulevikus – kui moodne kodu huvitava ja hoitud aiaga. Kas Eesti on kui haruldane ja maitsev metsmaasikas, mis ei peagi olema igaühe jaoks? Või on Eesti kui digitaalne oaas, kus diginomaadid saavad end igal pool mõnusalt tunda? Need metafoorid kõlasid meie tulevikeseminaridel, kui uurisime, milline turismimaa võiks Eesti tulevikus olla. Kuid turismi pika vaate töötubades jäi kõige enam kõlama metafoor, et Eesti on kui mugav ja moodne kodu, millel on huvitav ja hoitud aed. Moodne kodu tähistab meie linnu, mis on kaasaegsed, mugavad ja hubased. Nii külastajad kui kohalikud tunnevad end siin hästi. Huvitav ja hoitud aed tähistab kutsuvaid maapiirkondi, kus oleme hoidnud alles oma ehedaid traditsioone ja loodust. Metafoor peegeldab ka Eesti kompaktset suurus – igale poole on lihtne ja mugav minna. Kodus on alati huvitavat tegemist, aga võid ka niisama olla. Aga lisaks – kodu ei ole vaid koht. Kodu on turvaline ja kodule mõeldes meenuvad lood ja head emotsioonid, mida hoiavad ja väärtustavad sealsed inimesed ehk kõik eestlased. Koju ootame külalisi ja kodus oleme külalishked.

⁶ President Toomas Hendrik Ilvese kõne Eesti Vabariigi 95. aastapäeval. 2013. [Toomas Hendrik Ilves: teeme meie 100. aastapäevaks Eesti korda! \(postimees.ee\)](https://www.postimees.ee/2013/04/26/toomas-hendrik-ilvese-kone-estni-vabariigi-95-aastapaeval)

Lisa 2: Turismi (mega)trendid

Mitmed rahvusvaheliste organisatsioonide raportid ja analüüsid (OECD, EL, Sitra, McKinsey jt) toovad välja (mega)trende, mis avaldavad mõju turismile kogu maailmas. Pikemaajalised muutused, mida tuntakse megatrendidena, toovad meile muutusi ja seda mitte üleöö. Megatrendide roll ei ole üllatada, vaid juhtida tähelepanu arengutele, mida me ei saa ignoreerida. Nende muutuste mõistmine aitab saada ülevaadet ka ootamatutest arengutest ja nende loodud võimalustest. Muutused ei toimu isoleeritult, mistõttu peaksime vaatama muutuste suurt pilti ja trendide vahelisi seoseid. Näiteks keskkonna halvenemine kajastub kasvavates geopoliitilistes pingetes, majandusvõimekuse halvenemises ja seotud heaoluprobleemides.

Ülevaade maailmast

McKinsey toob välja, et pärast seda, kui pandeemia muutis elu ja vaba aja veetmise viise, on reisimine hoogsalt taastumas. Ootus on, et turism taastub täielikult 2024. aasta lõpuks, olles kaotanud 2020. aastal 75 protsenti oma väärtusest. Suur osa selles on pandeemia tõttu edasi lükkusid reiside ellu viimine (*revenge travel*). Kuid ka siseturism taastub kiiresti ja on moodustab ilmselt 2030. aastaks 70 protsenti reisikulutustest.⁷

Soome innovatsioonifond Sitra megatrendide ülevaade 2023⁸ on fookusesse valinud viis teemat: loodus, inimesed, võim, tehnoloogia ja majandus - SITRA märgib, et aja jooksul on megatrendide vahelised pinged süvenenud. Kõige keskmes on ökoloogilise jätkusuutlikkuse kriis ja looduse taluvuspiiride ületamine: kliima soojeneb, bioloogiline mitmekesisus väheneb, loodusvarasid kasutatakse üle ja jäätmete hulk suureneb. Inimtegevus koormab elusat ja elutut loodust üle selle taluvusvõime, seades sellega ohtu meie majanduse ja heaolu aluse. Heaolu väljakutsed suurenevad, kuna paljud samaaegsed muutused mõjutavad inimeste igapäevaelu: vananev, mitmekesistuv ja kasvukeskustesse koondunud rahvastik ning suurenevad vaimse tervise probleemid.

Lisaks toob Sitra välja, et demokraatia eest peetav võitlus intensiivistub, sest ühiskondi pannakse proovile kriiside kuhjumisel. Samal ajal on vaidlused digimaailma reeglite, uue tehnoloogia poolt nõutavate ressursside ja üldisemalt tehnoloogiaarengu suuna üle, mis tähendab. Samuti ilmnevad majanduse alustes lõhed, kuna ülemaailmne ebavõrdsus kasvab ja ökoloogilise kestlikkuse kriis suurendab vajadust ulatuslikeks majandusreformideks.

Üldiste megatrendide kõrval on oluline jälgida otseselt turismiga seotud trende ja neid Eesti olukorraga kõrvutada. OECD⁹ toob esile reisijate eelistuste muutumise, kestlikkuse kasvava tähtsuse turismis, uute tehnoloogiate rolli reisikogemuse parandamisel ning inimeste liikumise

⁷ What is the future of travel? [What are the latest travel trends? | McKinsey](#), vadatud 4.07.2024

⁸ Sitra megatrendid 2023. Megatrends 2023: these are the trends we cannot ignore. <https://www.sitra.fi/en/news/megatrends-2023-these-are-the-trends-we-cannot-ignore/>. Vaadatud 12.03.2024.

⁹ OECD (2024), OECD Tourism Trends and Policies 2024, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/80885d8b-en>

dünaamika turismi eesmärgil. Euroopa Komisjon¹⁰ rõhutab oma turismipoliitikas kestlikkuse, digitaalse ülemineku ja vastupidavuse tähtsust. Komisjoni fookus hõlmab Euroopa staatuse säilitamist juhtiva sihtkohana, turismi panuse maksimeerimist kasvu ja tööhõivesse ning koostöö edendamist ELi riikide vahel. Peamised huvivaldkonnad hõlmavad turismi rohe- ja digiüööret, sektori säilenõtkuse tagamist ning oskuste tõstmist ELi turismitöös.

Medium toob välja kümme määravat trendi, mis kujundavad reisimise tulevikku:¹¹

- **Kestlik reisimine:** keskkonnasõbralike transpordivõimaluste valikuvõimalus, kohalike ettevõtete ja kogukondade toetamine, vabatahtlik töö looduskaitseprojektidel, reisimisega tekitatud süsinikuheite kompenseerimine näiteks taastuenergiaga, kestlike turismipraktikate edendamine, loodusvarade kaitsmine.
- **Diginomaadid:** kaugtöö muutumisega normiks valib üha enam inimesi töötamise reisimise ajal, pidades oluliseks elamiskulude, turvalisuse ja elukvaliteedi koosmõju.
- **Tervise ja heaolu eesmärgil reisimine:** tegevused ja kogemused, mis tõstavad reisijate vaimset ja füüsilist tervist - ühenduse taasloomiseks sõprade, pere, partnerite või lastega, samuti kasvavat keskendumist unele ja enese heaolule, loodusturismile, digiseadmetest vabanemisele jms.
- **Aeglane reisimine:** sukeldumine kohalikku kultuuri pikemaajase viibimisega ühes sihtkohas ja sügavama sideme loomine külastatavate inimeste ja paikadega ning tähendusrikkamate kogemuste kogumine, kohalik olemise tunnetamine (*like a local*). Reisimine on mõeldud harima ja avaldama emotsionaalset mõju, kohalikes tegevustes osalemine, olles samal ajal kestlik kohalikele kogukondadele ja keskkonnale.
- **Hüperpersonaliseerimine** (*Hyper-Personalization*): teenuste või suhtluse kohandamiseks kliendi põhiandmete alusel individuaalseteks ja personaliseeritud kogemusteks peavad ettevõtjad kasutama suurandmete põhiseid kliendisuhtlusplatvorme nagu kliendisuhete haldus (*CRM*) ja kliendikogemuse haldus (*CEM*), et rahuldada iga reisija unikaalseid soovide ning seda tehisintellekti ja masinõppe algorütmide kaudu kliendi käitumise ennustamiseks. McKinsey uuringu kohaselt ootab 71% klientidest personaliseeritud suhtlust igalt ettevõtjalt.
- **Hostelite areng:** lisaks eelarvesõbralikule majutusele on neis elav sotsiaalne atmosfäär, unikaalne disain jne, mis pakub huvi seljakotiränduritest kuni digitaalsete nomaadideni. Hostelitel on mitmeid eeliseid hotellide ees paindlikkuse, lisateenuste ja madalate kulude osas, muutes need atraktiivseks, sh ka investoritele. Üksinda reisimise populaarsus on peamine tegur, mis ajendab hostelituru kasvu. Lisaks on hübriidhostelid uustrend. Aastate jooksul on hostelid kohandunud reisijate muutuvate eelistustega.
- **Liitreaalsus ja virtuaalreaalsus** (*Augmented Reality (AR) ja Virtual Reality (VR)*): AR kogetakse nutiseadmete kaudu füüsilise keskkonna täiustamiseks. VR pakub kogemust, kus kasutajad saavad valitud keskkonda iseseisvalt uurida ja tunnetada, mõnikord eeldades VR-peakomplekte või toetudes 360-kraadisele kaameravaatele. VR reisikogemused aitavad inimestel määratleda parimad sihtkohad oma reisideks.

¹⁰ European Commission, Directorate-General for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs, Transition pathway for tourism, Publications Office of the European Union, 2022, <https://data.europa.eu/doi/10.2873/344425> ja European Commission. (2022, December 2). *European Tourism Agenda 2030*, pdf. ([europa.eu](https://data.europa.eu/doi/10.2873/344425))

¹¹ 10 Trends for the Travel Industry for 2023 and Beyond. <https://escapeselite.medium.com/10-trends-for-the-travel-industry-for-2023-and-beyond-6580ca7ae7b0>. Vaadatud 12.03.2024.

AR ja VR võivad pakkuda kodusviibides reisikogemusi inimestele, kes ei ole veel valmis reisima, aidates turismil täiustada oma tooteid. Kuna ARi ja VRi kvaliteet paraneb ja nende rakendamise kulud vähenevad, muutuvad need tehnoloogiad üha populaarsemaks reisivahenditeks.

- **Toiduturism:** kulinaarsed elamused on reisimisel muutumas peamiseks fookuseks. Reisijad on innukad avastama uusi maitseid ja kööke, osalema kokanduskursustel ning nautima autentseid kohalikke roogi. Huvi toidureiside vastu on kõigi põlvkondade seas lõkkele löönud, seda trendi võib negatiivselt mõjutada toidukultuuri globaliseerumine ja autentsuse kadu.
- **Niši- ja vähetuntud sihtkohtade turism:** vähetuntud paigad koguvad populaarsust, pakkudes autentsemat ja vähem ülerahvastatud reisikogemust. Reisijad otsivad tavapäratuid sihtkohti, et vältida ülerahvastatud turismimagneteid ja avastada ainulaadseid ning autentseid elamusi. Aeglane reisimine, mis keskendub iga külalastava koha nautimisele, muutub üha populaarsemaks ja sobib hästi niši- ja tavapäratutele sihtkohtadele.
- **Vabatahtlikud programmid:** turism pakub mitmesuguseid vabatahtliku töö liike, mida üha enam reisijaid ka otsib mõtestatud reisimiseks, sealhulgas õpetamine, keskkonna projektid, sotsiaalsed ja kultuuriprojektid, töötamine lastega, kogukonnaehitus, haridus, rahvatervis jne. Paljud riigid pakuvad turismis vabatahtliku töö võimalusi, mis on nende turismi kasvatanud, mõned populaarseimad sihtkohad on Bhutan, Jaapan, Lõuna-Korea, Austraalia ja Uus-Meremaa. Mitmed platvormid, nagu Volunteer World ja Worldpackers, ühendavad reisijaid üle maailma vabatahtliku töö võimalustega.
- Reisijate huvi eristumist näitab ka **militaar- ja tööstuspärandi turismi** kasv. Kogenud reisijad on tüdinenud ühetaolistest puhkusereisidest ning huvituvad enam sihtkoha ajaloost ja eripärast. Neid uusi turismi vorme toetavad ka sihtkohaarendusorganisatsioonid ning ettevõtjad, kelle tööstuse või põllumajanduse ärimudel on ammendunud või seda saab täiendada kõrvaltegevustega.¹²

McKinsey küsitles 2024. aasta veebruaris ja märtsis enam kui 5000 inimest Hiinast, Saksamaalt, Araabia Ühendemiraatidest (AÜE), Suurbritanniast ja Ameerika Ühendriikidest, kes olid viimase kahe aasta jooksul vähemalt ühe puhkusereisi teinud. Kuus olulist järeldust sellest uuringust olid:

- Reisimine on prioriteet, eriti nooremate põlvkondade jaoks. 66% küsitletud reisijatest ütles, et nad on nüüd rohkem huvitatud reisimisest kui enne COVID-19 pandeemiat. Millennialsid ja Z-põlvkond reisivad rohkem ja kulutavad suurema osa oma sissetulekust reisimisele kui vanemad põlvkonnad.
- Nooremad reisijad soovivad välismaale reisida. Z-põlvkond ja millennialsid plaanivad 2024. aastal teha peaaegu võrdselt rahvusvahelisi ja sisereise, samas kui vanemad põlvkonnad plaanivad teha kaks korda rohkem sisereise.
- Beebibuumi põlvkond on valmis kulutama, kui nad näevad väärtust. Beebibuumi põlvkond moodustab endiselt 20% kogu reisikulutustest. Nad on valmis kulutama mugavustele nagu otselennud, kuid on valmis loobuma elamustest raha säästmiseks, erinevalt Z-põlvkonnast, kes kärbibvad kõiki teisi kulukategooriaid enne elamuste arvelt kokku hoidmist.

¹² [What Is Industrial Tourism And Why Is It So Popular? - Tourism Teacher](#), vaadatud 01.04.2024

- Reisimine on kollektiivne lugu, kus sihtkohad on taustaks. Reisijad soovivad kuulda teiste reisijate lugusid ja jagada oma kogemusi. 92% noorematest reisijatest sai inspiratsiooni sotsiaalmeediast oma viimase reisi jaoks.
- Reisijate soovid sõltuvad nende päritolust. 69% Hiina vastajatest plaanib järgmisel reisil külastada kuulsat vaatamisväärsust, võrreldes 20% Euroopa ja Põhja-Ameerika reisijatega. AÜE vastajad eelistavad samuti ikoonilisi sihtkohti, samuti ostlemist ja vabaõhutegevusi.¹³

Praegused kolm peamist reisitrendi:

1. **Reisikulutused on peamiselt kodulähedased.** 75% reisikulutustest on seotud siseturismiga. Ameerika Ühendriigid on praegu maailma suurim siseturismi turg, kuid Hiina on tõusmas liidriks lähiaastatel. Turismi osapooled peaksid esmalt keskenduma siseturismi potentsiaali maksimaalsele ärakasutamisele enne rahvusvahelisele turule suunamist.
2. **Uued esilekerkivad turismisihtkohad nagu India, Kagu-Aasia ja Ida-Euroopa.** Indialaste reisikulutuste kasv eeldatavalt ulatub 9% aastas aastaks 2030; Kagu-Aasia ja Ida-Euroopa reisijate aastane kasvuprognosis on umbes 7 protsenti.
3. **Ootamatud sihtkohad leiavad uusi viise, kuidas meelitada reisijaid ja end püsivate lemmikutega võrreldavaks muuta.** Näiteks Rwanda on edendanud kestliku turismi, piirates gorillade jälgimise lubasid ja suunates tulusid looduskaitsele.¹⁴

1950ndatel vähendas reaktiivmootori kasutuselevõtt oluliselt reisiaegu, muutes reisimist. Nüüd muudab tehisintellekt (AI) turismisektorit sarnasel põhjalikul viisil. Nii ettevõtjad kui ka reisijad kasutavad generatiivse AI (gen AI), masinõppe ja süvaõppe edusamme, et ümber mõelda reisi planeerimise, broneerimise ja kogemise viise. Reisifirmadel on ülesanne ümber mõelda, kuidas nad suhtlevad klientidega, arendavad tooteid ja teenuseid ning juhivad operatsioone AI ajastul.

McKinsey ja Skift Research intervjuerisid 17 ettevõtte juhte viiest erinevast reisiettevõttest tühjalt. Kolm peamist järeldust raportist "Reisimise lubadus AI ajastul" olid järgmised:

1. **Segmentimine.** Ettevõtjad saavad AI abil luua spetsiifilisi kliendisegmente, et suunata, kuidas nad klientidega suhtlevad ja teenindavad. Segmentimine võib põhineda ühel makrokarakteristikul (näiteks äri- versus puhkusereis), või olla nii spetsiifiline, et see puudutab vaid ühte klienti.
2. **Üllatamine ja rõõmustamine.** Reisikontekstis võib gen AI avalduda digitaalsete assistentidena, mis suhtlevad klientidega kogu nende reisi vältel, pakkudes isikupärastatud reisiplane ja kohandatud soovitusi ning aidates lahendada ootamatuid häireid.
3. **Töötajate parem toetamine.** AI tööriistad võivad vabastada eesliini töötajate aega, võimaldades neil keskenduda rohkem isiklikele kliendisuhetele. Need tööriistad võivad ka lühendada uute töötajate koolitusaega ja kiirelt täiendada olemasolevat tööjõudu.

AI on oluline, kuid Hopperi fintech'i peadirektori Ella Alkalay Schreiberi sõnul on tegelik väljakutse andmete mõistmine, õigete küsimuste esitamine, ennustuste ja tegelike tulemuste

¹³ What is the future of travel? [What are the latest travel trends? | McKinsey](#), vadatud 4.07.2024

¹⁴ What is the future of travel? [What are the latest travel trends? | McKinsey](#), vadatud 4.07.2024

võrdlemine ning seda kõike õigeaegselt. Tegelik väljakutse on inimlik mõtlemine ja terve mõistus.¹⁵

Reisivate inimeste arv on suurem kui kunagi varem. Kõige populaarsemad sihtkohad kogevad turistide kontsentreeritumat voolu; **80% reisijatest külastab vaid 10 protsenti maailma turismisihtkohtadest.**

Sihtkohad peaksid mõistma oma turismitaluvuspiire - see tähendab konkreetset külastajate arvu, mida sihtkoht suudab vastu võtta enne, kui turism kahjustab füüsilist, majanduslikku või sotsiaal-kultuurilist keskkonda. Sihtkohad saavad valmistuda kasvavate turistide hulkade jaoks järgmistel viisidel:

- Kasutada andmeid (kogutud riigilt, ettevõt, sotsiaalmeedia platvormidelt ja muudest allikatest), et hallata külastajate vooge.
- Valida, milliseid turisistsegmente (ärireisijad, spordifännid, peoseltskonnad jne) meelitada ja kohandada pakkumisi ja suhtlust vastavalt.
- Jaotada külastajate vooge erinevate piirkondade vahel, suunates turiste vähem külastatud kohtadesse ja erinevatel aegadel, edendades hooajavälisest reisimist.
- Valmistuda äkilisteks ja ootamatuteks kõikumisteks, mida võivad põhjustada sotsiaalmeedia ja kultuurilised trendid.
- Säilitada kultuuri- ja looduspärandit. Kaasata kohalikke, et leida tasakaal säilitamise ja turismi vahel.

Globaalne soojenemine süveneb ja turism annab kuni 11% kogu süsinikuemissioonidest. Paljud inimesed on teadlikud, et reisimine on osa probleemist, kuid nad ei taha oma reisidest loobuda - reisimisaktiivsus peaks ajavahemikul 2016–2030 kasvama 85%. Selle asemel suureneb surve turismisektorile süsinikuneutraalsuse saavutamise osas. See on suur väljakutse: turul olevate dekarboniseerimistehnoloogiate valik on piiratud ja need on kallid.

Oluline on dekarboniseerimise algatuste tuvastamine ja järjestamine. Paljud organisatsioonid vähendavad oma ärireise, mis moodustavad 30% kõigist reisikuludest. Senini eksisteerib lõhe puhkusereisijate "rääkimise ja tegemise" osas. 40% reisijatest üle maailma on valmis maksma vähemalt 2% rohkem süsinikuneutraalsete lendude eest. Kuid Skifti viimane tarbijauuring näitab, et ainult 14% reisijatest ütles, et nad tegelikult maksid rohkem jätkusuutlike reisivõimaluste eest. Vajalikud on uute jätkusuutlike reisivõimaluste loomine tulevikuks.

Lennureisimine muutub üha hooajalisemaks. Lennufirmad on sellele reageerinud, muutes oma sõiduplaane, et pakkuda rohkem lende suurema sagedusega tipphooaegadel. Kuid lennufirmad on kohanemisel uue reaalsusega sattunud raskustesse. Suvise nõudluse rahuldamine tähendab rohkemate lennukite ostmist ja täiendava personali palkamist. Talvel jäävad need ressursid kasutamata, mis vähendab tootlikkust.

Lüksuslik majutussektor prognoositakse kasvavat kiiremini kui ükski teine segment. Konkurents luksushotellide osas suureneb samuti, näiteks on võimalik rentida luksusvillasid koos personaliga. Teine oluline areng on see, et kaasaegne tarbija, nii luksusruumis kui mujal, hindab kogemusi rohkem kui materiaalseid asju – need on töötajad, kes aimavad klientide vajadusi ette, ületavad ootusi, loovad meeldejäävaid mälestusi ja teevad seda kõike sujuvalt.

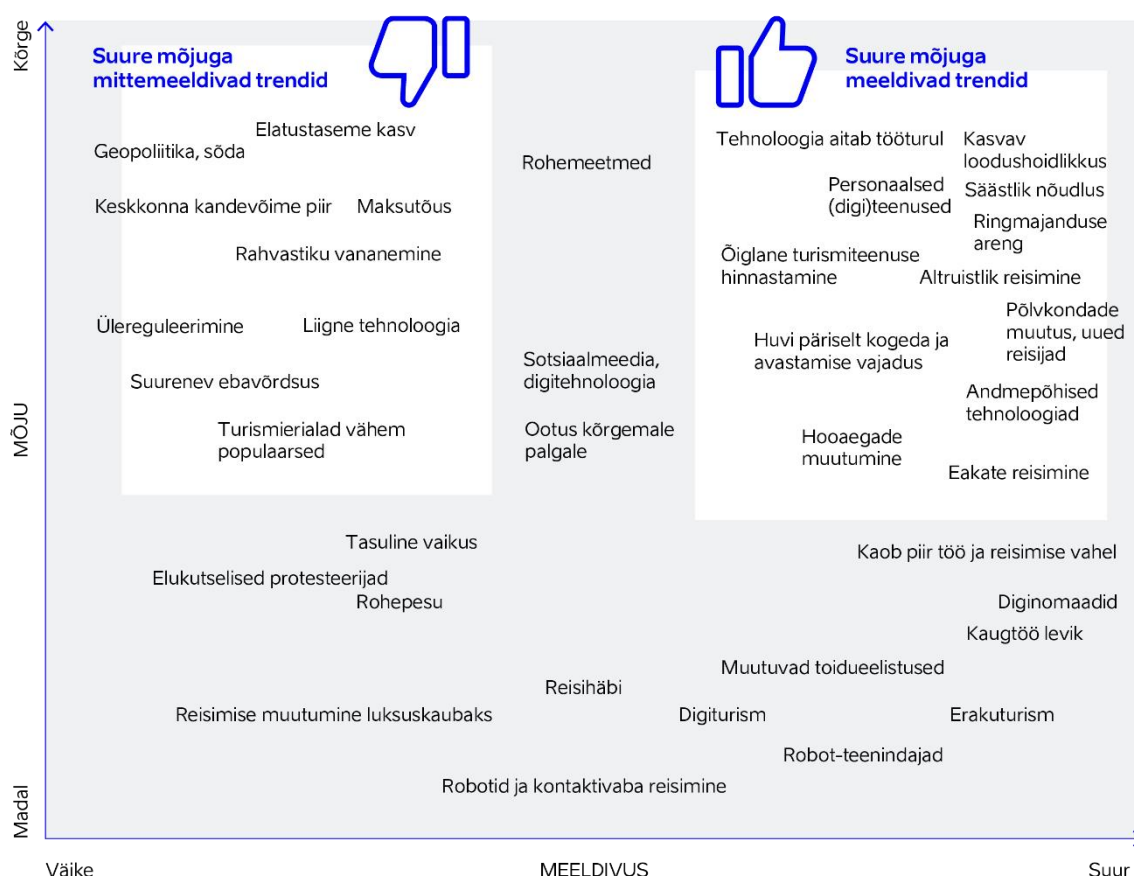
¹⁵ What is the future of travel? [What are the latest travel trends? | McKinsey](#), vadatud 4.07.2024

Oluline on toetada tervislikku ja õnnelikku töökultuuri, värbamine peaks põhinema töötaja isikupäral, mitte CV-l, sest sealt ei tule välja vajalik positiivne hoiak. Üha enam ootavad töötajad tähistamist ja tunnustamist. Kõik see loob eeldusi tõeliselt eriliseks kliendikogemuseks. McKinsey uuringud on näidanud, et tippkvaliteedi saavutamiseks on vaja palju enam kui lihtsalt luksuslikku keskkonda.

Eesti olukord

2023. aasta sügisel viisime Eesti turismi pika vaate koostamise protsessis läbi turismi tulevike signaalide ja trendide veebiseminarid, milles osales ca 80 turismieksperti, -ettevõtjat või -huvilist.¹⁶ Signaal on uudne nähtus, mille võimendumine võib tulevikus kaasa tuua olulise muutuse olukorras. See on justkui tulevikesee, mille osas me ei tea veel, milline signaal hakkab võrsuma ja milline hääbub. Trend on selgem numbriliselt jälgitav muutus, mille suunda oskame ette aimata ning saame arutada tema mõjude üle tulevikes.

Küsisime millised praegustest arengutest kujundavad turismivaldkonnas tegutsejate meelest Eesti turismi tulevikke? Eesmärk oli mõista, mis kõnetab turismivaldkonnas tegutsejad praegu? Milliseid arenguid peame meeldivaks ja mida vähem meeldivaks? Mida need muutused kaasa tuua võivad? (joonis 3).



Joonis 3: turismi tulevikutrendide veebiseminaridel osalejate tulevikuradar

¹⁶ Trendiseminarid. 2023. <https://mkm.ee/media/10262/download>. Vaadatud 13.03.2024.

Osalejate arvates on suure mõjuga positiivsed trendid järgmised:

- Kasvav loodushoidlikkus
- Kestlik nõudlus
- Personaalsed (digi)teenused
- Ringmajanduse areng
- Altruistlik reisimine
- Põlvkondade muutus, uued reisijad
- Huvi päriselt kogeda ja avastamise vajadus
- Andmepõhised tehnoloogiad
- Hooaegade muutumine
- Eakate reisimine

Osalejate arvates on suure mõjuga mittemeeldivad trendid järgmised:

- Geopoliitiline olukord, sõda
- Elukalliduse tõus, ostujõu vähenemine
- Keskkonna kandevõime piir
- Maksutõusud
- Rahvastiku vananemine
- Ülereguleerimine
- Liigne tehnoloogia
- Suurenev ebavõrdlus
- Turismierialad on vähem populaarsed

Kolm tugevat tulevikutuult veebiarutelude põhjal olid:

1. Eesti ei ole enam odav sihtriik. Kvaliteet peab tulema hinnale järgi.
2. Kliimamuutused ja digiareng loovad (ise)teadlikke ja uut tüüpi tarbijaid:
 - a. reisiplaanid on paindlikud ja sõltuvad ilmast;
 - b. ootus väga personaalsetele võimalustele: liigestunud kogemus väga hea inimeselt-inimesele teenindusega; nišiturud seotud sotsiaalmeedia ja võrgustikega;
 - c. eelistatakse põhjapoolseid sihtkohti (vähemalt suvel), hooaeg pikeneb;
 - d. muutub transpordieelistus (lennukilt ja autolt rongile, laevale);
 - e. ootus rohelistele toodetele, ühtsete standardite loomisele;
 - f. eelistatakse sihtkohti, kus ei ole massiturismi.
3. Reisijate hulk maailmas kasvab koos jõukusega, tekivad uued turud, aga väga erinevad reisijate rühmad, keda on vaja teada ja kellega arvestada, nt Kesk- ja Ida-Euroopa, vanemaealised, nišiturismi valdkonnad.

Tajuti ka vastutuuli:

1. Ettevõtjate kohustused suurenevad koos ebakindlusega tuleviku ees:
 - a. ebastabiilne majanduskeskkond ja kasvavad kulud;
 - b. lisanõuded roheüleminekust.
2. Turismi tööjõupuudus suureneb:
 - a. tööjõudu jääb vähemaks, oskused on aegunud või ei vasta vajadustele;
 - b. noortel on uudsed ootused tööle, turism ei ole populaarne eriale;
 - c. piirkondlik rahvaarvu ja eriti noorte vähenemine.
3. Geopoliitilised pinged ja sõda on mõjutanud Eesti mainet:
 - a. kardetakse Eestisse tulla.

Küsisime, milline „mis oleks, kui...” olukord oleks Eesti turismi jaoks pöördeline? Vastusena saime järgmised „mis oleks, kui...” küsimused:

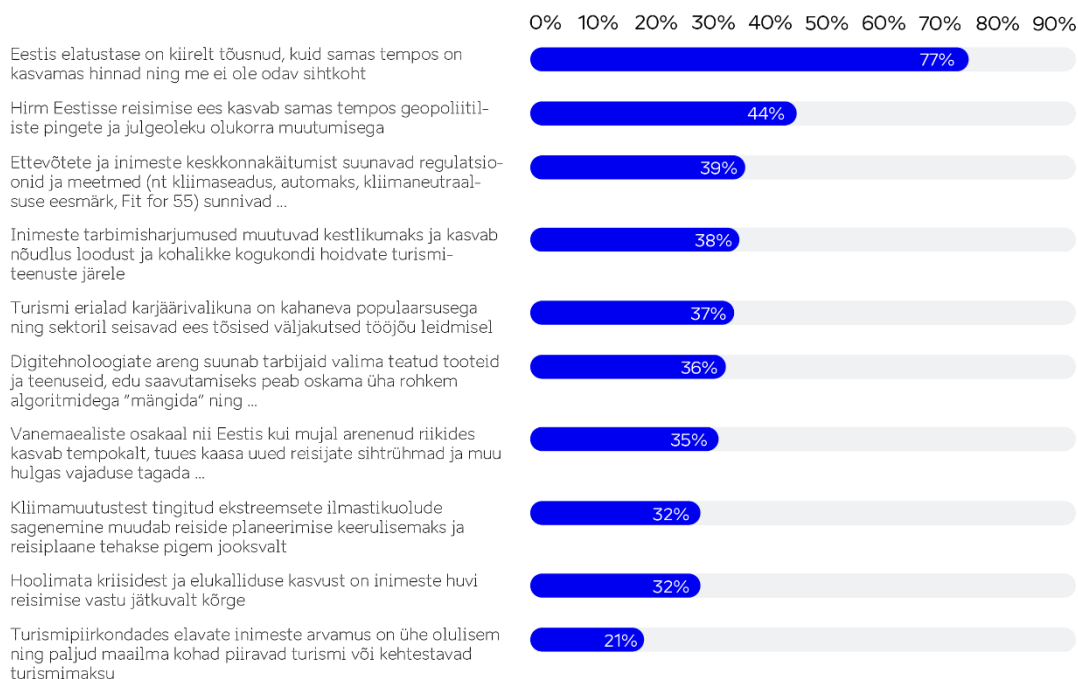
- Lõuna-eurooplased tuleksid siia pikemalt suvitama, sest neil on liiga palav?
- Eesti oleks diginomaadide seas populaarne sihtkoht?
- Tekiks suur talveperioodi turisminõudlus?
- Eesti vanalinnas oleks suviti vähem inimesi ja igal pool oleks rahulik „vaib”? (nt kruiisituriste ei oleks)
- Kogu turismisektoris tarneahelas jälgitaks kesktlikke väärtusi?
- Turismiveduriteks saaksid inimesed, kes on palju näinud-käinud ja kellel oleks vahendeid teha väga vinget asja?
- Loodust hoitaks rohkem, see oleks majandusressursi asemel vaid vaatamisväärsus?
- Eestist saaks kestliku turismi sihtkoht maailmas nr 1?
- Eest kliima muutub sobivaks rannaturismi jaoks?
- Kogu riiks oleks kaetud suurepärase ühistranspordilahendusega?
- Eestil oleks suurepärase transpordiühendus kogu maailmaga?

Veebiseminarides selgunud trende palusime olulisuse järjestusse panna turismivaldkonnas tegutsejatele mõeldud veebiküsitluses, mis toimus SurveyMonkey keskkonnas ajavahemikus 15.11.-10.12.2023. Küsimustikku jagati lisaks mkm.ee/turism2035 kodulehele kõikidele erialaliitudele, ministeeriumidele, seotud allasutustele, Ettevõtluse ja Innovatsiooni SA turismiosakond (Visit Estonia), turismiharidust pakkuvatele koolidele, sihtkohtade arendusorganisatsioonidele (DMOd). Laekus 145 vastust, millest Tallinnast 45,5%, üldiselt hea regionaalne kaetus. Vastanutest ettevõtjad 46%, riigiasutuste esindajad 17%, turismiharidust pakuvad haridusasutused 16,6%. Küsimustikus oli 7 sisuküsimust. Eesmärk oli mõista, mis mõjutab vastajate arvates enim Eesti turismi tulevikku, milline on vastajate arvates turism aastal 2035, millised on takistused ja võimalikud arengud eesmärkide saavutamisel (vt joonis 4).

Küsitluse tulemus näitab, et kõige olulisemaks peetakse järgnevaid trende:

1. Eesti kui turismi sihtkoha kallinev hinnatase (valiti teistest oluliselt rohkem)
2. Geopoliitiline olukord
3. Nõudluse kasv loodust ja kohalikke kogukondi hoidvate turismiteenuste järele
4. Turismiettevõtjate kohanemisvõime keskkonnaregulatsioonidest tulenevalt
5. S ektoril ees seisvad tõsised väljakutsed tööjõu leidmisel ja kohanemisel digimaailmaga

Hinnatõus, geopoliitilised pinged ning surve kestlikkusele on olulisemad trendid



Joonis 4: Veebiküsitluse tulemusel selgunud trendid

Need trendid on olulised kuna:

- Turismisektor on regionaalselt oluline, eriti seal, kus ei ole tööstust
- Turismisektor näib ajale jalgu jäävat
- On palju probleeme, mis tulenevad Eesti turismiettevõtete väiksusest (platvormide tasud ja miinimumreeglid jms), turismiettevõtjate vanusest, vähesest ettevõtlusteadlikkusest, keskkonnaga seotud regulatsioonide täitmise ajakulust jms
- Vähe on koostööd kohalikel ettevõtjatel omavahel ja omakorda ka kogukondadega - nähakse konkurentsi, mitte ettevõtjate koostööst tekkivat sünergiat
- Ei nähta tasakaalu võimalust turist-kohalik kogukond vahel
- Meil on väike turg (suurandmetel töötav digiturundus soosib suuri turge, tulevikutehnoloogiate rakendamisel sageli miinimumnõuded kasutajaskonnale vms, õpilasi ei jätku turismikoolidesse jne)
- Pole analüüsitud militaarväljade, tselluloosipõldude, Rail Balticu, kaevanduste, neljarealiste teede, tuumajaamade ja tuulikute turvatsoonide, jaotusvõrkude jne negatiivset mõju turismile (eelkõige loodusealade vähendamine)

Aastal 2035 on Eesti turismisihtkohana maailmas tuntud looduse, rohelisuse, kestlikkuse, hea kliima, vaiguse ja ka turvalisuse poolest, seda kõike toetab digiriigi kuvand. Tuleviku suunas aitavad liikuda:

- Kestlikkus, kohalikkus ja Eesti metsa säilitamine, globaalse kliimasoojenemisega arvestamine
- Fookusteemade arendus (toit, kultuur, loodus)
- Eesti riigi otsused ja poliitilised tegevused
- Head ühendused

2035. aasta visiooni suunas takistavad liikumist:

- Turismiettevõtjate ja avaliku sektori vähene koostöö ja vähene võrgustumine
- Kestlikkuse eesmärkide mittemõistmine, rohepesu
- Maksu- ja teised riigi poliitikad, poliitiliste otsustajate vahelised pinged ja nende mõju turismile, majanduse halvenev olukord
- Tallinnas enda ja vanalinnas äriajamise puudulik poliitika mõjutab negatiivselt ka turismi

Eesti turismisektor on 2035. aastal edukas, kui:

- Turism on tulus tegevusala nii ettevõtjale kui ka riigile
- Kohalikud elanikud ja turistid on rahul ning kohalike elukvaliteet on kõrge, turismil ei ole negatiivset mõju
- Meil on maksejõulisi pikemaajalisi korduvturiste, sest meil on pakkuda kvaliteetseid teenuseid siia pikemaks jäämise põhjusena
- Kestlik lähenemine turismiettevõtluses, väike jalajälg
- Turismi regionaalne ühtlasem levik ja regionaalpoliitiline ja hooajaline mõju

Lisaks toodi välja:

- Väga oluline on tootearendus, sest kohanejad jäävad ellu
- Oluline on teha pikki plaane, kuid samas peab olema ka valmisolek ootamatutele olukordadele ja muutustele kiireks reageerimiseks
- Oluline on taristu, ühendused ning turismiökosüsteemi arendamine.

Lisaks on Eesti turismiasjalised märganud järgmisi signaale:

- Eraldusturism
- Virtuaalse turismi näited
- Altruistlik reisimine
- Reisimise muutumine luksuskaubaks
- Euroopa pensionäride jõukuse vähenemine
- Vaikuse tasuliseks muutumine
- Robot-teeninduse tekkimine
- Personaalsed (digi)teenused
- Reisihäbi
- Uue põlvkonna reisijad
- Tugevate loodushoidlike ja kogukondlike hoiakute levik, mille tulemusel võib kasvada soov turismi oluliselt piirata või maksustada.

Gloaalsete trendide mõju Eesti turismile

Tänaste trendide ja „mis oleks, kui...?“ olukordade, mis võivad meid ees oodata, kui tänased trendid veelgi võimenduvad või signaalid trendideks kujunevad, koondades hakkame nägema seoseid globaalsete trendide ja nendest tekkivate Eesti võimaluste vahel:

Kliimamuutused muudavad turismivooge ja eelistusi: Lõuna-Euroopa suved muutuvad liiga palavaks ja eelistatakse põhjapoolseid leebema temperatuuriga kohti, suvehooaja asemel võidakse reisimiseks eelistada rohkem kevadet ja sügist. Järsult ja kiirelt muutuv ilmastik teeb inimesed ettevaatlikuks, rohkem tehakse viimase hetke plaane ja eelistatakse paindlikkust. Kasvav mure planeedi tuleviku pärast paneb hindama riikide ja turismiettevõtjate pühendumist kestlikkusele ning kasutusele võtma keskkonnajuhtimissüsteeme, kestlikkuse sertifikaate ja märgiseid. Reisijatel tekib rohkem võimalusi reisi kliimajalajälje vähendamiseks altruistliku reisimise või CO2 heite kompenseerimise kaudu. Kliimamuutused on seotud ka muutuvate tarbimiseelistustega – näiteks lendude vältimine, veganitoidu eelistamine lihale vms.

Mis oleks, kui Eesti jahedam kliima tooks siia suveperioodil oluliselt rohkem Lõuna-Euroopa turiste, mis muudaks hooajalisuse vähendamise veelgi suuremaks väljakutseks?

Aeglane turism kogub hoogu: Uut tüüpi digitaalsed ja paindlikud töö- ja eluviisid lubavad kodust ära olla pikemalt või alatiseks. Nomaadne elustiil kogub hoogu. See toob kaasa ka mitmekesise ootuse transpordile – lisaks lennukile saab rännata autokaravanis, laevaga, rongiga – kiiret ei ole. Üksikute diginomaadide kõrval näeme rohkem peredega pikalt rändajaid. Üksikute eredamate elamuste asemel eelistavad aeglaselt reisijad stabiilset ja head infrastruktuuri, elukeskkonda ja teenuseid.

Mis oleks, kui Eesti digiriigi hea maine tooks siia lisaks diginomaadidele arvukalt aeglaselt rändavaid peresid, kes teevad kaugtööd ja on osa maailmakooli liikumisest?

Tuleviku reisija eeldab personaalsust ja ligipääsetavust: Euroopa ja ülejäänud areneva maailma rahvastik elab kauem ja paljud neist ka jõukamalt. Näeme üha rohkem erinevate eelistuste ja vajadustega reisijate grupe. Eeskätt võib eeldada järsku vanemaealiste osakaalu kasvu reisijate hulgas. See tähendab uusi ootusi nii ligipääsetavusele kui erilistele personaalsetele teenustele.

Mis oleks, kui Eesti tervikuna oleks ligipääsetavuse Läänemere sihtpunkt number üks?

Tehnoloogia aitab luua sujuva reisikogemuse: Digiplatvormide andmevahetus, ennustav analüütika ja personaalsed reisirajektoidid ei tähenda ootuseid ainult sujuvaks transpordikogemuseks – digiplatvormide ja andmestumise abil saab luua täiesti unikaalseid reisikogemusi – inimese huvidele vastavaid reisirajektoidid. Eelistatakse enda profiilile sobilikke huvitavaid ja unikaalseid sihtkohti, kus ei ole massiturismi.

Mis oleks, kui Eesti oleks osa Nordic Travel Card piletisüsteemist?

Kohalike elanike hääl on järjest kaalukam: Kohalikud elanikud on üha häälekamad turismi negatiivsete välismõjude tasakaalustamise vajaduse osas. See võib viia teadliku turismimahtude piiramiseni, turismimaksude kasvamiseni, veebiplatvormide külaliskorterite keelustamiseni. Turismi tuleviku planeerimisel on oluline teha plaane koos kogukondadega, et leida tasakaalus lahendus.

Mis oleks, kui Eesti suuremad linnad kehtestaksid turismimaksu?

Reisijate hulk maailmas kasvab: Käsikäes üldise majandusarenguga kasvab reisijate arv maailmas, tekivad uued sihtrühmad ja turusegmendid, kelle huvide ja eelistustega peaks arvestama. Näiteks võib eeldada, et kasvavad reisivõimalused Kesk- ja Ida-Euroopa riikide ja Aasia riikide elanike hulgas.

Mis oleks, kui Eesti oleks Põhja-Euroopa atraktiivseim sihtkoht Aasia ja USA riikidest pärit jõukatele külastajatele?

Lisa 3: Eesti turismi ökosüsteem¹⁷

Turism on horisontaalne poliitikavaldkond, mille areng ja panus majandusarengusse on suuresti seotud teiste sektoritega. Turismil on oluline majanduslik mõju tööhõive loojana, eksportiva sektorina, regionaalse ettevõtluse toetajana, lisandväärtuse ümberjagajana. Siiski on lisaks otsesele majanduslikule mõjule ka mitmeid kaudseid mõjusid, mida võib olla keerukas mõõta, kuid mille väärtus on kõrge.

Läbi turismi tutvustame teiste riikide elanikele oma kultuuri ja majandust, eluolu, vaatamisväärsuseid, loodust. Meid külastades saavad teiste riikide inimesed targemaks, laiendavad silmaringi, saavad uusi mälestusi ja kontakte, võtavad osa sündmustest, turgutavad oma tervist, saavad osa meie ajaloost, loodusest, toidu- ja joogikultuurist, heaoluteenustest. Tänu turismile arenevad meie teenused, mida ka ise igapäevaselt vajame või naudime - toiduelamused, ühendused jne. Turism aitab meil saada igas mõttes rikkamaks.

¹⁷ Turismiökosüsteem iseloomustab terviklikku koostöötamist turismiettevõtete, riigi, asutuste ja liitude vahel, see on dünaamiline ja omavahel seotud süsteemil, kus erinevad osapooled teevad koostööd, et saavutada ühiseid eesmärgi. "Ökosüsteem" rõhutab süsteemi orgaanilist, vastastikku toetavat ja integreeritud olemust.

Turismi olulisus erinevatele osapooltele

Turismi positiivne mõju ulatub majandusest kaugemale

Reisija vaade

Eestisse reisisid saan targemaks, laiendan silmaringi, saan uusi mälestusi ja kontakte, võtan osa sündmustest, turgutan oma tervist, saan osa ajaloost, loodusest, toidu- ja joogikultuurist, heaoluteenustest.

Ettevõtja vaade

Turism on minu tuluallikas, edendan Eesti majandust, pakun tööd, saan rahulolu kvaliteetse teenuse pakkumisest, edendan kohalikku ettevõtluskultuuri.

Kohaliku elaniku vaade

Turism on meie võimalus oma eripära, kultuuri ja piirkondlikke huvitavaid tegemisi teistele tutvustada. Turism on elatusallikas. Tänu turismile on ka meil endal paremad teenused.

Töötaja vaade

Turismivaldkonna töö on minu elatus- ja arenguallikas, võimalus pakkuda külastajatele suurepärase elamust. Minu naeratus jääb külastajatele meelde - ma loon mälestusi.

Riigi ja majanduse üldvaade

Turism on meie visiitkaart - turismiteenused on need, mida esimesena kogevad sihtkohta saabudes lisaks turistidele ka kõik teised: investorid, diplomaadid, töösturid, diginomaadid. Turismil on oluline majanduslik mõju tööhõive loojana, eksportiva sektorina, regionaalse ettevõtluse toetajana, lisandväärtuse ümberjagajana. Läbi turismi tutvustame teiste riikide elanikele oma majandust ja kultuuri, eluolu, vaatamisväärsuseid, loodust ja pakume mälestusväärseid teenuseid.

Turism loob esmamulje Eestist kõigile külastajatele, sealhulgas investoritele ja diplomatidele. Turismisektor on seega riigi visiitkaart, mille kõrge kvaliteet või selle puudumine ei jää märkamata ja tekkiv mulje Eestist võib olla ka välisinvesteeringu otsuse üheks mõjutajaks.

Turismil on teatud mõõtmatu "pehme võim", mis seisneb positiivsete suhete loomises ja riigi atraktiivseks muutmises. Turismi pehme võimu kasvatamiseks peaksime kõik keskenduma oma riigi eripära ja kuvandi rääkimisele meelitamaks väliskülastajaid ja kujundamaks positiivset riigi tajumist. Turismi pehme võimu kasvatamiseks peaksime kõik keskenduma oma

riigi eripära ja kuvandi rääkimisele meelitamaks väliskülastajaid ja kujundamaks positiivset riigi taju. ¹⁸

Turism mängib olulist rolli kohaliku elu edenemises - maapiirkondades on see nii elatus- kui ettevõtlusvõimalus, viis oma piirkondliku eripära ja kultuuri tutvustamiseks, täiendav nõudlusallikas kohalikele teenustele.

Turismi kaudu luuakse globaalseid sidemeid ja toetust, mis võib tugevdada riigi rahvusvahelist positsiooni ja julgeolekut. Kui inimesed üle maailma külastavad Eestit, mõistavad nad meie kultuuri, ajalugu ja ühiskonda, mis võib suurendada rahvusvahelist teadlikkust ja solidaarsust Eesti suhtes, aga ka majanduslikku stabiilsust ning kultuurilist diplomaatilist mõju.

Eesti **turismipoliitikat juhib Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium (MKM)**. Turismipoliitika eesmärk on suurendada Eesti turismisektori rahvusvahelist konkurentsivõimet, kasvatada turismiteenuste eksporti ja turismiettevõtjate lisandväärtust, samal ajal tagata sektori, sihtkohtade ning loodus- ja elukeskkonna kestlikkus. ¹⁹

MKM ülesanded turismipoliitika kujundamisel:

- turismi strateegiline planeerimine, sh vajalikud analüüsid ja uuringud, vajalike rahaliste vahendite taotlemine (riigieelarve, välisvahendid);
- turismiettevõtluse õigusliku keskkonna kujundamine (turismiseadus, proaktiivne ettevõtjate huvide kaitse EL õigusloomes), kehtestatud nõuete üle järelevalve tagamine;
- turismi toetusmeetmete väljatöötamine;
- turismivaldkonnaga seoses riiklike küsimustega tegelemine (haridus, oskused, transport, kultuur, tööjõud jne);
- rahvusvahelises koostöös osalemine

Turismi arendamiseks teeb MKM koostööd nii Eestis kui ka rahvusvahelisel tasandil majutuse, toitlustuse, konverentsi- ja reisikorralduse ettevõtjaid esindavate organisatsioonide, turismi sidusrühmade ja võrgustikega, Eesti turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide (DMO) ja paljude teiste poliitikakujundajatega (näiteks tarbijakaitse, tööala, hariduse, transpordi, merenduse, lennunduse, keskkonna, ruumilise planeerimise, tehnoloogia, hariduse, kultuuri jt valdkondades). Samuti osaleme Euroopa Liidu turismipoliitika kujundamises ja rahvusvaheliste turismiorganisatsioonide tegevuses (OECD jt).

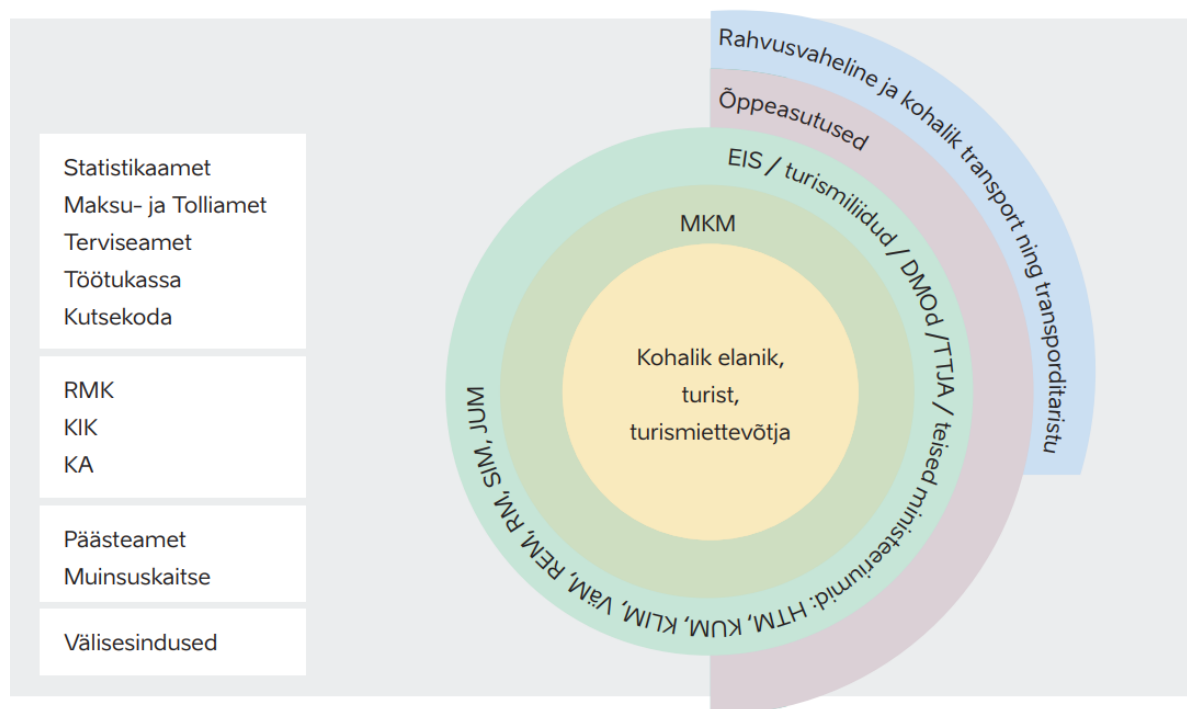
Turisminõukoda on MKM turismi eest vastutavale ministrile nõuandev kogu turismipoliitika elluviimisel ja arendamisel, sõlmküsimuste tõstatamisel ja lahenduste leidmisel. Regulaarne tegevussuundade jälgimine ja täiendamine turisminõukoja poolt loob võimaluse olla paindlik ja reageerida muudatustele eesmärkide täitmise nimel kiiresti. Turisminõukoja liikmeteks on Visit Estonia, Eesti turismiliidud, Eesti turismisihtkohtade arendusorganisatsioonid (*Destination Management Organisation*, DMO), turismivärvad (AS Tallinna Lennujaam, AS Tallinna Sadam, AS Tallink), teiste ministeeriumide esindajad (Haridus- ja Teadusministeerium, Kultuuriministeerium, Kliimaministeerium jt). Ministeeriumide osalus

¹⁸ Yang, J. 2019. Analyzing the Effects of International Tourism on Soft Power. <https://www.sandiego.edu/cas/documents/political-science/jiangyun-yang-capstone.pdf>.

¹⁹ Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi koduleht, (2024). Vaadatud 26.02.2024 <https://mkm.ee/turism>

aitab kaasa teadlikkuse tõusule turismi eesmärkidest ning teiste valdkondade seoste ja vastastikuse kasu nägemisele enda valdkonna ja turismi vahel, et oldaks valmis ka oma tegevuskavadesse turismi eesmärgi integreerima, nt transport ja ühendused, haridus, töööud, kultuur jt valdkonnad).

Eesti turismipoliitika elluvijad on Eesti Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus (EIS) ja Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet (TTJA). EIS on üle-Eestiline sihtkoha turundaja välisurgudel ja arendustegevuste elluvija, et kasvatada Eesti kui turismisihtkoha rahvusvahelist väljapaistvust ja nõudlust lähiturgudel ning taastada turismiteenuste eksport kriisieelsele tasemele. EIS-i Visit Estonia on European Tourism Council (ETC) jt rahvusvaheliste organisatsioonide liige. **TTJA** on turismiseaduse rakendaja ja järelevalve teostaja (joonis 5).



Joonis 5: Eesti turismi ökosüsteem²⁰

Olulised partnerid turismipoliitika kujundamisel on ka **turismiliidud**. Peamised liidud on MTÜ Eesti Hotellide ja Restoranide Liit, MTÜ Eesti Turismi- ja Reisifirmade Liit, MTÜ Eesti Spaaliit, MTÜ Eesti Maaturism, MTÜ Eesti Konverentsibüroo, Külalislahkuse klaster, MTÜ Eesti Loodusturismiühing, Eesti Giidide Liit jt. Turismi haridus-, töö- ja rändepoliitika arendamisel on meie partneriteks Eesti Töötukassa, SA Kutsekoda ja Eesti Töandjate Keskkliit.

Eesti turismi regionaalsete sihtkohtade haldamisel ja arendamisel on võtmeroll DMOdel, mis hõlmab strateegilist planeerimist, sihtkoha turismipoliitika rakendamist, turismi tootearendust, kriisijuhtimist, kvaliteedi tagamist ja parandamist, tööjõu arendamist ning sihtkoha kultuuripärandi säilitamist jne. DMOde tõhus tegutsemine tagab turismisihtkohtade

²⁰ MKM – Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium; RM – Rahandusministeerium; REM – Regionaal- ja põllumajandusministeerium; HTM – Haridus- ja teadusministeerium; KUM – Kultuuriministeerium; KLIM – Kliimaministeerium; V&M – Välisministeerium; EIS – Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus; TTJA – Tarbijakaitse ja Tehnilise Järelevalve Amet; Turismiliidud – MTÜ Eesti Hotellide ja Restoranide Liit, MTÜ Eesti Turismi- ja Reisifirmade Liit, MTÜ Eesti Spaaliit, MTÜ Eesti Maaturism, MTÜ Eesti Konverentsibüroo, Külalislahkuse klaster, MTÜ Eesti Loodusturismiühing, Eesti Giidide Liit; RMK – Riigimetsa Majandamise Keskus; KIK – Keskkonnainvesteeringute Keskus; KA – Keskkonnaamet;

pikaajalise edu ja kestlikkuse. 2024. aasta seisuga on Eestis 7 DMOd (Tallinn; Pärnu; Saarte; Virumaa; Lõuna-Eesti, Kesk-Eesti ja Harju-, Rapla-, Lääne-Eesti DMOd).

Kõigist ettevõtetest olid ettevõtlusstatistika kohaselt 2022. a **turismiettevõtted** 3,4% (majutus, toitlustus, reisibürood ja -korraldajad; kokku umbes 5000 ettevõtet), mis andsid ettevõtlussektori lisandväärtusest 2,3%. **Turismisektori ettevõtted on valdavalt mikroettevõtted**. Majutusasutuste hulgas on 1-9 töötajaga ettevõtete osakaal 92,9%, toitlustuses 84,6% ja reisibüroode hulgas 96,1%. Suur mikroettevõtete osakaal on ootuspärane - ka mujal maailmas ei ole need sektorid domineeritud keskmiste või suurettevõtete poolt. Turismiettevõtetes hõivatud (26 000 inimest) moodustasid 4,8% kõigist ettevõtetes hõivatutest.²¹

Eesti turismiettevõtjad on väikesed, mis tähendab, et **innovatsioonipotentsiaal sellistes valdkondades, mis eeldavad ulatuslikke rahalise ja inimkapitali investeeringuid, on piiratud**. Eesti majutusasutuste voodikohtade täituvused on rahvusvahelises võrdluses pigem madalad, voodikohtade arv ei paista olema suureks takistuseks turistide arvu kasvatamisele, seda isegi suvekuudel. Samas ei tähenda see seda, et voodikohad ei võiks olla piiravaks teguriks nišisegmentides. Rahvusvaheliselt silmapaistvaid **turismiatraktsioone on vähe**.²²

Turismiettevõtluse õigusliku raamistiku kujundamisel lähtume **vajadusest tagada ettevõtjaid toetav ja võimalikult vähese bürokraatiaga seadusandlus**. Vald kondlikud regulatsioonid peavad soodustama turismiettevõtlust ja toetama ettevõtjate konkurentsivõime suurenemist. Selleks on vaja hoida ettevõtjate üldine halduskoormus madal ning kujundada lihtne ja bürokraatiavaba suhtlus riigiga. Selleks kasutatakse senisest enam innovaatilisi digitaalseid (sh reaalaajalisi) lahendusi, arendatakse õigusraamistikku, et see toetaks ka majanduse uusi võimalusi (platvormimajandust) ja innovatsiooni.²³ Regulatsioonide loomine peab toimuma huvigruppe kaasavalt ning riik peab tagama ka õigus- ja maksukeskkonna stabiilsuse ning ka ettenähtavuse²⁴. Samuti on vajalik tagada tarbijate usaldus ja nende majandushuvide kaitse - tõhus järelevalve loob lisaks tarbijate kaitsele ka ausamat konkurentsikeskkonda.

Turismialase tegevuse (reisiteenused, majutusteenused) üldine raamistik on loodud **turismiseaduses** ja selle alamaktides. **Majutusteenuste** osutamise nõuete osas viidi koos partneritega 2019. a läbi nõuete revisjon, mille tulemusel nõudeid vähendati ja lihtsustati. Litsentsi- või teavitamiskohustusi majutusteenuse osutamise puhul ei ole, kuid see võib olla vajalik kaasnevate teenuste (nt toitlustamine, mida reguleerib toiduseadus) pakkumiseks. Majutusteenuse osutamise nõuded peavad tagama, et majutusteenuse kasutamine on turvaline ja meeldivat külastuselamust loov²⁵. **Reisiettevõtjate** tegevust raamistab olulisel määral Euroopa Liidu õigus, täpsemalt pakettreisidirektiiv²⁶, millega on kogu EL-s kokku lepitud ühtsed reeglid pakettreiside ja seotud reisikorraldusteenuste müügiks. Keskne lähtekoht on, et reisikorraldaja on vastutav kõigi reisipaketis sisalduvate teenuste osutamise eest ning ta peab omama rahalist tagatist selleks, et tema maksevõimega seotud probleemide korral saavad reisijad raha tagasi ning ka reisilt kodumaale tagasi toimetatud. Arvestades

²¹ Eesti Statistikaamet, (2023)

²² Järve, J. (2024). Turismi pikk vaade - taustaanalüüs. Eesti Rakendusuuringu Keskus CentAR. https://raportid.centar.ee/2024_turismi_pikk_vaade_taustaanalys_v1.1.html

²³ Turismistrateegia 2022-2025, kättesaadav: <https://www.mkm.ee/ettevotlus-ja-innovatsioon/turism/turismistrateegia>

²⁴ 2024 Majanduspoliitika plaan: <https://mkm.ee/majandusplaan>

²⁵ <https://www.mkm.ee/ettevotlus-ja-innovatsioon/turism/majutusteenused>, vaadatud 15.03.2024

²⁶ Direktiiv - 2015/2302 - EN - EUR-Lex (europa.eu)

järjest suurenevat Euroopa Liidu õigusloome osakaalu, on järjest olulisem **seista ka Eesti turismisektori huvide eest Euroopa Liidus.**

2023. aastast on Euroopa Liidus käivitunud mitmete direktiivide ja määruste **muudatuste arutelud**, mille eesmärk on kaitsta tarbijaid/reisijaid ja leppida kokku kogu siseturul ühtsed nõuded teenusepakkumiseks. Turismivaldkonda mõjutavad neist enim **pakettreisidirektiivi muutmine**²⁷, aga ka muudatused reisija õiguste määrustes ja mitmeliigiliste transporditeenustele loodavad uued reeglid²⁸. 2024. a võeti vastu Euroopa Liidu **lühiajalise majutuse üüriteenuste määrus**²⁹, millega seati sisse andmevahetusreeglid riikidele info saamiseks majutuste kohta majutusplatvormidel nagu Airbnb jt.

Turismi käsitlevad ka mitmed teised Euroopa Liidu regulatiivsed meetmed ja erinevad tegevuskavad, näiteks ELi turismi tegevuskava 2030³⁰, mis sisaldab juhiseid rohelisele ja digitaalsele üleminekule ja soodustavad jätkusuutlike tavade arendamist, samuti algatused, mis aitavad tagada roheväidete usaldusväärsust (roheväidete direktiiv) jt, digitaliseerimise vallas nt reisidokumentide digitaliseerimine.

²⁷ [Passenger Mobility Package - European Commission \(europa.eu\)](#), vaadatud 15.03.2024

²⁸ samas

²⁹ EUROOPA PARLAMENDI JA NÕUKOGU MÄÄRUS (EL) 2024/1028, 11. aprill 2024, milles käsitletakse lühiajalise majutuse üüriteenustega seotud andmete kogumist ja jagamist ning millega muudetakse määrust (EL) 2018/1724 (EMPs kohaldatav tekst). <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX%3A32024R1028&qid=1732632613845>

³⁰ [Uus Euroopa turismi tegevuskava - Consilium \(europa.eu\)](#)

Lisa 4: Eesti atraktiivse sihtkohana³¹

Covid-19 kriisi ajal prognoosisid mõned turismistsenaariumid, et globaalsed turismimahud võivad pikemaks perioodiks langeda - nüüdseks on selge, et reisimine ei ole oma olulisust kaotanud ja turismimahud on globaalselt paljuski taastunud. Külastaja perspektiivist mõjutavad sihtkoha atraktiivsust lihtsus saabumisel ja sihtkohas liikumisel (füüsiline ühenduvus), huviväärsuste leidmine veebist ja lihtne broneerimine (digitaalne ühenduvus), huviväärsuste hulk sihtkohas, turismitöötajate, aga ka kohalike elanike sõbralikkus ja ka kestlikkus.

Eesti kui turismisihtkoha arengut mõjutab, kuidas ettevõtjad ja turismiattraksioonid vastavad turistide ootustele erinevates valdkondades ning kuidas planeeritakse turismi hooajaliselt ja regionaalselt. Eesti atraktiivsus sihtkohana mõjutab seda, milliste huvidega külastajad Eestisse tulevad, mida siin ette võtavad ja kui kaua ning millisel hooajal Eestit külastavad. See omakorda määrab turismivaldkonna olulisuse Eesti majanduses ja kohaliku eluolu edendajana.

Ülevaade maailmast

ÜRO Maailma Turismiorganisatsiooni (UN Tourism) 2024. a esimese turismibaromeetri kohaselt saavutas rahvusvaheline turism 2023. aastal 88% pandeemiaeelsest tasemest, hinnanguliselt tehti 1,3 miljardit rahvusvahelist reisi. Seni takistatud nõudluse taastumine, suurenenud lennuühendused ning Aasia turgude avanemine **taastavad eeldatavalt 2024. a lõpuks rahvusvahelise turismi täielikult.**³²

Maailma turismipoliitika suunajad ei räägi turismist enam kui vaid majandusharust, vaid rõhutavad **turismi olulisust heaolu suurendajana**. ÜRO turismiorganisatsioon UN Tourism loetleb turismi ülesannetena üksikisikute heaolu suurendamise, looduskeskkonna kaitsmise, majanduse ja rahvusvahelise harmoonia edendamise.³³ **Euroopa Liidu (EL) nõukogu** rõhutab **turismi tegevuskavas 2030**³⁴ oma otsustavust **edendada kestlikku turismi**, võttes arvesse kõiki majandusliku, keskkonnaalase, kultuurilise ja sotsiaalse kestlikkuse peamisi mõõtmeid, reageerides muu hulgas kliimamuutustele ja elurikkuse vähenemisele kooskõlas ÜRO kestliku arengu tegevuskavaga aastani 2030 ja võetud kohustusega toetada turismi, mis loob kestlikke töökohti ning edendab kohalikku kultuuri, tooteid ja teenuseid. 2021. aastal COP25-l vastu võetud Glasgow deklaratsioon³⁵ seab eesmärgiks **turismisektori kliimaneutraalsuse saavutamise aastaks 2050**. Deklaratsioon määratleb sektoriülese sõnumi ning sellega liitunud riigid, ettevõtjad ja muud osapooled võtavad kohustused vähendada emissioone, koostada kliimakavad ja raporteerida nende täitmist. Deklaratsiooniga on liitunud ca 850 organisatsiooni.

³¹ Turismi sihtkoha atraktiivsus on sihtkoha omaduste ja ressursside kogum, mis meelitab turiste ja vastab nende ootustele. See hõlmab looduskeskkonda, kultuuripärandit, infrastruktuuri, teenuste kvaliteeti ja kohaliku elanikkonna külalislahkust. Kresic, D., & Prebežac, D. (2011). Index of destination attractiveness as a tool for destination attractiveness assessment. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 59(4), 497-517

³² International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024, [International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024 \(unwto.org\)](https://www.unwto.org/en/news-room/press-releases/2024/01/24-international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024)

³³ UN Tourism veebileht, [UN Tourism | Bringing the world closer \(unwto.org\)](https://www.unwto.org/en/bringing-the-world-closer), vaadatud 06.03.2024

³⁴ Nõukogu järeldused Euroopa turismi tegevuskava 2030 kohta, [Uus Euroopa turismi tegevuskava - Consilium \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/eu-external-press/en/eu-council-reaches-agreement-on-the-european-tourism-action-plan-2030)

³⁵ [The Glasgow Declaration on Climate Action in Tourism \(unwto.org\)](https://www.unwto.org/en/news-room/press-releases/2024/01/24-international-tourism-to-reach-pre-pandemic-levels-in-2024), vaadatud 06.03.2024.

Interreg Euroopa projekt *“Tourism in Balance”* soovib, et turismi arendamisel tuleb lähtuda **tasakaalu leidmisest ja tagamisest külastajate, kohalike kogukondade ja keskkonna vahel**, et tagada kestlik areng. Selleks on vaja hajutada turismi nii ajas kui ruumis, suunates külastajaid laiemale alale ja peamiste tõmbekeskustest eemale, mille kaudu saab ära kasutada piirkonna pakutavaid võimalusi, maksimeerides positiivset mõju ja minimeerides negatiivseid mõjusid.³⁶

EL turism koosneb **2,3 miljonist ettevõttest** (peamiselt VKEd), mis annavad **tööd hinnanguliselt 12,3 miljonile inimesele** aastas. Turism moodustab **10% EL SKTst** ja sellel on laiaulatuslik mõju majanduskasvule, tööhõivele ja sotsiaalsele arengule. ELi poliitika eesmärk on säilitada Euroopa positsioon juhtiva sihtkohana, maksimeerides samal ajal turismi panust majanduskasvu ja tööhõivesse ning edendades ELi riikide vahelist koostööd, eelkõige heade tavade vahetamise kaudu.³⁷

ELi majutusettevõtete jaoks oli juba 2023. aasta rekordiline, ületades 2019. aasta pandeemiaeelseid näitajaid, kus oli kokku 2,9 miljardit ööbimist. Peaaegu kõigis liikmesriikides on ööde arv võrreldes 2022. aastaga kasvanud, 10 riigis üle 10%. 13 riigis (sh Eestis) ei ole majutussektor aga pandeemiast veel täielikult taastunud. Kui esimestel pandeemiajärgsetel aastatel taastus turism tugeva siseturismiga, siis **2023. aastal on rahvusvahelised saabujad, sealhulgas ELi riikides, peaaegu tagasi** – 46% kõigist veedetud öödest võrreldes 47% 2019. aastal. Kuigi ELi mittekuuluvatest riikidest saabujad ei ole veel taastunud pandeemiaeelsele tasemele, on EL säilitanud oma positsiooni maailma sihtkohana number 1, moodustades WTO andmete põhjal 2023. aastal 40 % ülemaailmsest turismist.³⁸

Ent turism ELis seisab silmitsi ühiste väljakutsete ja võimalustega, mis mõjutavad selle arengut, nagu **kestlikkus, hooajalisus**, turismivoogude juhtimine, säilitades samal ajal **elukvaliteedi sihtkohtades, innovatsioon ja digitaliseerimine, oskused ja ökosüsteemi atraktiivsus töötajate jaoks**.³⁹ 2022. aasta veebruaris võttis Euroopa komisjon vastu kava pealkirjaga „**Turismi üleminekujuhised**”⁴⁰, milles rõhutati vajadust tugevdada turismisektori vastupanuvõimet ning kiirendada üleminekut digitaalsele ja keskkonnasäästlikule tehnoloogiale. Vastuseks sellele plaanile võttis nõukogu 2022. aasta detsembris vastu **ELi turismi tegevuskava 2030**.⁴¹ Tegevuskava keskendus viiele prioriteedile: **roheline ja digitaalne üleminek; vastupidavus ja kaasatus; oskused ja tugi; ning juhtimis- ja poliitikat võimaldav raamistik**. 2023. aastal liikmesriikide poolt vastu võetud Palma deklaratsioon⁴² toob välja eesmärgi liikuda kvantitatiivsel kasvul põhineva mudeli pealt **kvaliteedipõhisele lähenemisviisile**, mis toob kaasa kestliku arengu ja kvaliteetsed töökohad. Palma deklaratsioon keskendub **sotsiaalse jätkusuutlikkuse** edendamisele turismis ning rõhutab juurdepääsetava ja kaasava turismi arendamist, et tagada kõigile inimestele võrdsed võimalused ja juurdepääs turismi nautimiseks.

³⁶ Interreg Europe. *TIB: Tourism in Balance*. <https://www.interregeurope.eu/tib> (vaadatud 05.08.2024)

³⁷ Euroopa Parlament, <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/en/sheet/126/tourism#:~:text=The%20EU%27s%20tourism%20industry%20in,an%20estimated%2012.3%20million%20people>, vaadatud 08.03.2024.

³⁸ EL konkurentsivõimeministrite nõukogu 7.03.2024. a taustapaber, European Commission, 04.03.2024.

³⁹ Presidency note, Informal Meeting of European Tourism Ministers, 19-20 February 2024

⁴⁰ [Turismi üleminekujuhised - Publications Office of the EU \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/economy_finance/tourism-2030)

⁴¹ [Uus Euroopa turismi tegevuskava - Consilium \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/economy_finance/tourism-2030)

⁴² [Palma Declaration: “The path towards social sustainability of tourism in the EU” \(europa.eu\)](https://ec.europa.eu/economy_finance/tourism-2030)

Eesti hetkeolukord

Reisimise ja turismi arengu indeksi (TTDI)⁴³ 2024. aasta aruande kohaselt paiknes **Eesti** kõigi indeksisse kaasatud maailma riikide hulgas (neid oli kokku 119) **36. kohal**. Kui vaadata vaid **Euroopa Liidu** riike, siis siin paistab konkurents olema tihedam ning Eestis on keskmisest madalamal **18. positsioonil** ning 2021. a aruandega võrreldes oleme mõlemas pingereas mitmeid kohti langenud. Oleme siiski mõnevõrra kõrgemal oma lähimatest lõunanaabritest Leedust ja Lätist, kuid põhjamaad (nt Soome ja Rootsi) paiknevad meist selgelt eespool. Euroopa riikide hulgas aitab meie positsiooni parandada turismi toetav äri- ja sotsiaalne keskkond ning riigi turismipoliitika. Indeksi väärtust tõmbavad allapoole nõrk turismi infrastruktuur, huvipakkuvate vaatamisväärsuste vähesus ning mõningal määral ka turismi kestlikkuse teemad.⁴⁴

Turismi pika vaate 2035 majandusanalüüs⁴⁵ toob peamiste Eesti turismi arengut takistavate probleemidena välja:

- Eesti turismiettevõtjad **on väikesed**, mis tähendab, et **innovatsioonipotentsiaal** sellistes valdkondades, mis eeldavad ulatuslikke rahalise ja inimkapitali investeeringuid, **on piiratud**.
- **Eesti hinnatase** on Euroopa Liidu keskmine, mis asetab meid Ida- ja Lääne-Euroopa piirimaile. Idaeurooplaste jaoks olema eeldatavalt pigem kallimapoolne riik, Lääne-Euroopa vaates veidi odavam kui koduturg. Turismisektorit arendades tuleb silmas pidada, et meie teenuse kvaliteet peab õigustama Ida-Euroopa riikidega võrreldes kõrgemat hinnataset.
- **Hooajalisus** on ühtviisi probleemiks nii Eestis (juulis majutatakse Eesti majutusasutustes 2,5 korda rohkem inimesi kui jaanuaris) kui teistes EL riikides; Eesti on majutatute arvu sesoonse kõikumise poolest oleme Euroopa Liidu keskmike hulgas.
- **Keskmine reisi kestus (eriti just välisreiside osas) on Eestis lühike**, Eesti külastamine võib sageli olla osa pikemast reisist Põhjala või Baltikumi piirkonda.
- **Eestisse saabumine pole lihtne**, kuna Euroopa ääreala väikese riigina on lennuühendused, lendude sagedus, Eestisse jõudmise ajad ja sihtkohtade arv alati väljakutse.⁴⁶
- **Rahvusvaheliselt silmapaistvaid turismiattraksioone (loodus- ja kultuurilised vaatamisväärsused) on vähe.**⁴⁷
- **Venemaa täiemahuline invasioon Ukrainasse 2022. aastal.** Venemaa kodanikele on Eesti külastamine pärast sõja algust valdavalt keelatud. Mõnede sihtriikide ja elanikkonnagruppide (ca kümnendik mõnede riikide küsitletutest) jaoks on

⁴³ Travel & Tourism Development Index 2024,

https://www3.weforum.org/docs/WEF_Travel_and_Tourism_Development_Index_2024.pdf

⁴⁴ Järve, J. (2024). Turismi pikk vaade - taustaanalüüs. Eesti Rakendusuuringute Keskus CentAR. https://raportid.centar.ee/2024_turismi_pikk_vaade_taustaanalys_v1.1.html

⁴⁵ Järve, J. (2024). Turismi pikk vaade - taustaanalüüs. Eesti Rakendusuuringute Keskus CentAR. https://raportid.centar.ee/2024_turismi_pikk_vaade_taustaanalys_v1.1.html

⁴⁶ Pikemalt on teemat analüüsitud ühenduvuse ja ligipääsetavuse teemalehes.

⁴⁷ World Economic Forumi (WEF) poolt koostatav reisimise- ja turismi arengu indeks toob välja, et Eestis puuduvad olulised tõmbetegurid, seda nii loodusvaatamisväärsuste (100. koht maailma riikide hulgas), kultuuriliste vaatamisväärsuste (54. koht) kui ressursside, mis on olulised neile, kelle reisi eesmärgiks ei ole puhkus (teisisõnu äriturism) (79. koht), vallas. Kui paigutame ennast Euroopa riikide pingeritta, siis oleme vastavalt kas tagantpoolt teised, kuuendad või viimased.

Venemaaga ühise piiri omamine faktoriks, miks mitte Eestisse reisida, sest peljatakse sõjalist konflikti.

Paradoksaalne on, et kui 2023. a lõpul Eesti turismiasjaliste seas läbi viidud küsitluse tulemusel arvavad nad, et aastal 2035 on Eesti turismisihtkohana maailmas tuntud looduse, rohelisuse, kestlikkuse, hea kliima, vaikuse ja turvalisuse poolest,⁴⁸ siis **Maailma Majandusfoorumi (WEF) reisi- ja turismiarengu indeksi kestlikkuse alamindeks paigutab Eesti EL riikide seas pigem tahapoole**. Eriti kehv on seis reisimise ja turismi nõudlussurve indeksiga - selle väärtuselt oleme Euroopa Liidu riikide hulgas alles 24. Kohal. Meie turismi multiplikaatorefektid on teiste riikidega võrreldes liiga väikesed, reisi kestused lühikesed, hooajalisus kõrge, turistide huvi kontsentreeritud ja suunatud väikesele osale kultuurilistest atraktsioonidest ning ka geograafiliselt. **Samas 2023. aasta Euromonitori Sustainable Travel Index (STI)⁴⁹ asetab Eesti kogu maailmas neljandale ning Tallinna linnade seas viiendale kohale**. STI peamised näitajad on seotud sihtkoha "tervisega" (õnn, võrdsus, sotsiaalne õiglus), turismi mõjudega keskkonnale (nt hotellide energiakasutus) ning turismi üldise olukorraga, nagu infrastruktuuri kvaliteet või sõltuvus rahvusvahelisest nõudlusest. Seega sõltub erinevate pingeridade järjestus suuresti ka sellest, mida ja kuidas neis mõõdetakse.

Ka 2023. aastal tehtud Eesti turismi kestlikkuse uuringust selgus, et **turismiettevõtjad seostavad kestlikkust veel ennekõike otseselt keskkonnaga** ega oska veel näha selle laiemat ühiskondlikku mõõdet. Samas **peetakse kestlikkust tähtsaks** ning pingutusi jätkusuutlikuma turismi suunas teevad pea kõik turismiettevõtjad, sõltumata asukohast või suurusest – säästetakse elektrit ja vett, eelistatakse kohalikke teenuseid ja kaupu, vähendatakse ja kogutakse jäätmeid liigiti.⁵⁰

Eesti turismi pika vaate 2035 kaasamisprotsessis⁵¹ nägid Eesti turismiasjalised **Eesti peamiste võimalustena** atraktiivsuse tõstmiseks uusi ühendusi, digitaliseerimist, puhast ja mitmekesist loodust, turvalisust, kestlikkust, ehedust ja külalislahkust, aga ka arengut sündmus- ja elamussihtkohaks. Eesti peamine atraktsioon on ehe ja külalislahke kohalik elanik.

Eesti kui sihtkoha atraktiivsuse kasvu jaoks peetakse oluliseks uusi transpordiühendusi Eestisse ning sujuvaid liikumisvõimalusi Eesti sees. **Konkurentsivõime tõstmiseks** tuleb selgitada turismi tähtsust haakuvatele valdkondadele, tegeleda digitaliseerimise ja diginähtavuse parandamisega, koostööga teiste riikidega, sektori sees ja teiste sektoritega, killustamise vähendamisega, madalhooaja teenuste arendamisega (sh on vaja selleks vajalikku infrastruktuuri, nagu piisava suurusega konverentsi- ja sündmustaristu), regionaalse tasakaalustatusega, kõikide Eesti inimeste külalislahkuse kasvatamisega, loodusturismi hinnastamisega, turismivaldkonna hariduse kvaliteedi ja töökohtade mainekuse tõstmisega, bürokraatia ja maksusüsteemi lihtsustamisega.

⁴⁸ Eesti turismi tuleviku veebiküsitluse kokkuvõte, MKM, 2023. https://mkm.ee/sites/default/files/documents/2024-03/2023_Veebik%C3%BCsitluse%20kokkuv%C3%B5te.pdf

⁴⁹ <https://www.euromonitor.com/press/press-releases/august-2023/travellers-will-pay-10-extra-for-sustainable-travel-despite-cost-of-living-crisis-euromonitor-report>

⁵⁰ [Turismisektori kestlikkuse uuringu tulemused | Puhka Eestis](#), vaadatud 09.03.2024

⁵¹ 12.04.2024 turismi kärajate kokkuvõte.

Lisa 5: Turisminõudlus⁵²

Eesti turismi tulevikku mõjutavad mitmed nõudlusega seotud tegurid, sealhulgas inimeste reisimustrid, ootused sihtkohale ja harjumused. Turisminõudlust mõjutavad näiteks üldised muutused reisimises, sealhulgas põlvkondlikud muutused, hoiakud ja tarbimisharjumused. Üha suuremaks trendiks on keskkonnasõbraliku reisimise eelistamine ning soov vähendada keskkonnajalajälge, mis võib suunata turiste eelistama sihtkohti, mis pakuvad kestlikke võimalusi. Eesti turisminõudlust iseloomustab peamiselt meie lähiriikide huvi siia tuleku osas, aga ka kõrge hooajalisus, vähene regionaalne hajutatus ja lühike reisi kestus. Koroonapandeemia ja Venemaapoolse täiemahulise sõjalise agressiooni Ukrainas järgsel ajal on siseturismi osakaal võrreldes välisturismiga kasvanud.

Ülevaade maailmast

ÜRO Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO) turismibaromeetri andmetel saavutas rahvusvaheline turism 2023. aastal 88% pandeemiaeelsest tasemest, hinnanguliselt tehti 1,3 miljardit rahvusvahelist reisi,⁵³ mis on 34% rohkem kui 2022. aastal, s.o 325 miljonit turisti võrra.⁵⁴ ÜRO Maailma Turismiorganisatsioon prognoosib, et rahvusvaheline turism taastub pandeemiaeelsele tasemele 2024. aastal, esialgsetel hinnangutel ületades 2019. aasta taset 2%. Prognoosi täitumine sõltub Aasia turgude taastumisest ning majanduslike ja geopoliitiliste riskide realiseerumisest.⁵⁵ Pikaajalised prognoosid on optimistlikud järgmiseks kümneks aastaks. Aastaks 2033 prognoositakse rahvusvaheliste reiside arvuks kokku umbes 742 miljonit, genereerides tulu 1060,5 miljardit USA dollarit.⁵⁶

Euroopa Liidus ulatus 2023. aastal ööbimiste arv 2,9 miljardi ööni, mis on 6,1% võrra rohkem kui 2022. aastal ja 1,4% rohkem võrreldes pandeemiaeelse 2019. aastaga.⁵⁷ 2022. aastal iseloomustas ELi turismi järgmised faktid⁵⁸:

- 2022. aasta jooksul tegid ELi elanikud 1,1 miljardit ööbimisega reisi koos ööbimisega (9,3% olid tööreisid ja ülejäänud 90,7% olid isiklikud reisid) ja nende reiside jooksul veedeti 5,4 miljardit ööd.
- Kõige rohkem reise tegid Prantsusmaa elanikud (229 miljonit reisi), kellele järgnesid Saksamaa (222 miljonit reisi) ja Hispaania (138 miljonit reisi) elanikud. Nende kolme riigi elanike tehtud reisid moodustasid üle poole (54,8%) kõigist ELi elanike reisidest.
- ELi keskmiselt oli kolm neljast (75,5%) reisist sisereisid.
- 2022. aastal tehtud turismireisid koosnesid peamiselt lühikestest sisereisidest, mis kestsid üks kuni kolm ööd (49,7% kõigist turismireisidest). Neli või enam ööd kestvad

⁵² Turisminõudlus viitab turistide valmisolekule ja võimele tarbida turismiteenuseid ja tooteid teatud ajahetkel ja hinnatasemel. See hõlmab reiside planeerimist, broneerimist ning erinevate teenuste ja atraktsioonide tarbimist. Song, H., & Li, G. (2008). Tourism demand modelling and forecasting—A review of recent research. *Tourism Management*, 29(2), 203–220. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.016>

⁵³ International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024, [International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024 \(unwto.org\)](https://www.unwto.org)

⁵⁴ UN Tourism Barometer, [UN Tourism World Tourism Barometer | Global Tourism Statistics \(unwto.org\)](https://www.unwto.org)

⁵⁵ International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024, [International Tourism to Reach Pre-Pandemic Levels in 2024 \(unwto.org\)](https://www.unwto.org)

⁵⁶ (TRAVEL & TOURISM ECONOMIC IMPACT 2023, [647df24b7c4bf560880560f9_EIR2023-APEC.pdf \(website-files.com\)](https://www.unwto.org))

⁵⁷ Eurostat. *EU tourism nights mark 6.1% yearly increase in 2023*. 8. märtsil 2024. <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/w/ddn-20240308-1> (vaadatud 26.07.2024).

⁵⁸ Eurostat. *Tourism statistics - characteristics of tourism trips*. 12. detsembril 2023. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Tourism_statistics_-_characteristics_of_tourism_trips (vaadatud 01.08.2024).

reisid moodustasid 43,6% kõigist turismireisidest (25,7% sisereisid ja 17,8% reisid väljaspool elukohariiki).

- Koos riigisiseste reisidega toimusid 94,2% kõigist ööbimisega reisidest, mida ELi elanikud tegid 2022. aastal, Euroopa Liidu piires. Vähemalt neli ööd kestvate reide puhul – mis tõenäoliselt toimuvad kodust kaugemal – veedeti 89,2% neist ELi piires.
- 2022. aasta ELi elanike 5,4 miljardist ööst enam kui pooled (55,9%) veedeti majutusasutustes, samas kui 44,1% veedeti muudes kohtades. Esikohal olid hotellid või sarnased majutuskohad, mis pakuvad teenuseid nagu igapäevane koristus ja voodite tegemine, moodustades 29,3%, millele järgnes sugulaste või sõprade poolt tasuta pakutav majutus 28,2%-ga, samas kui 16,0% öödest veedeti renditud majas, villas, korteris või renditud toas elamus.

Kui vaadata andmeid konkreetsete riikide kohta, selgub, et kui Soome elanikud läksid reisile välismaale 2022. aastal, siis 6% nende veedetud öödest (kokku 3,2 mln ööbimist) oli veedetud oma suvilas (ingl *own holiday home*; kogu ELi puhul on samuti 6%).⁵⁹ Eesti kohta number puudub. 17% ööbimistest nende välireiside puhul veetsid Soome elanikud oma sugulaste ja sõprade poolt võimaldatud tasuta kohas (ingl *accommodation provided without charge by relatives or friends*); Läti elanike puhul 32% ja kogu ELi puhul 20% (Eesti elanike puhul 21%).⁶⁰

Kokkuvõtteks, ELi turismisektor näitab tugevat taastumist, kuna 2023. aastal saavutati ööbimiste arv, mis ületas nii 2022. kui ka pandeemiaeelse 2019. aasta taset. Enamik ELi elanikest eelistab reisida oma riigi sees, mis viitab ELi siseturismi jätkuva tähtsusele. Lisaks eelistatakse majutuse osas peamiselt hotelle või sarnaseid majutuskohi, aga ka sugulaste või sõprade pakutavat tasuta majutust, mis rõhutab majutuse kättesaadavuse ja kulutõhususe olulisust reisimisel.

Eesti olukord

Enne COVID-19 pandeemiat 2020. aastal oli Eesti turismisektor sõltuv välisnõudlusest – majutusettevõtetes veedetud öödest **üle 60% moodustasid väliskülastajad**. Pandeemia ajal ja järel kasvas siseturistide ööbimiste arv tunduvalt, samas pandeemia ajal tunduvalt vähenenud väliturismi taastumine on olnud aeglane ja 2023. aasta seisuga ei ole välisnõudlus koroonapandeemia eelsele tasemele taastunud.

2023. aastal külastas Eestit Eesti Panga andmetel umbes neli miljonit inimest välismaalt, mida on 35% vähem kui enne koroonapandeemiat 2019. aastal, kui Eestit külastas 6,1 miljonit inimest. Umbes neljast miljonist oli ühepäevakülastusi ligi 1,5 miljonit (39%) ja mitmepäevakülastusi umbes 2,4 miljonit (61%). Osa mitmepäevakülastajatest ööbivad vähemalt viie voodikohaga majutusasutustes, mille kohta kogub andmeid Statistikaamet. Selle statistika järgi veetsid välituristid Eestis umbes 4,4 miljonit ööd 2019. aastal, kuid 2023. veel alles umbes 3,4 miljonit ööd, mida on 23% võrra ehk umbes ühe miljoni ööbimise võrra vähem.

Siseturistide ööbimised on aga hoopis kasvanud. Kui 2019. veetsid siseturistid Statistikaameti andmetel umbes 2,6 miljonit ööd Eesti majutusasutustes, siis 2022. ja 2023. aastal juba umbes 3 miljonit ööd.

Peamised sihtriigid

⁵⁹ Eurostat. *Nights spent by main mode of accommodation*. https://doi.org/10.2908/TOUR_DEM_TNAC

⁶⁰ Eurostat. *Nights spent by main mode of accommodation*. https://doi.org/10.2908/TOUR_DEM_TNAC

Väliturgude seas on suure kaaluga lähiriigid, eelkõige Soome ja Läti, mille elanikud teevad valdavalt lühiajalisi ehk 1-2 ööbimisega reise. Välisküllastajate Eestis **viibimise kestus on suhteliselt lühike** – see tuleneb nii suurest lähiriikide osakaalust kui ka Eesti turismipakkumisest. Välisküllastajatele on atraktiivne eelkõige Tallinn, kuhu lähemate riikide turistid teevad lühikesi linnareise või kuhu kaugemate riikide turistid reisivad paariks päevaks Balti riikide ringreisi raames.

Reisi kestuse pikendamine aitaks kaasa välisküllastajate kulutuste suurenemisele, samas on aastatel 2004–2023 välisküllastajate viibimise kestus ühes majutusettevõttes olnud stabiilselt kaks ööd (v.a 2021. aastal, kui tavapärastele puhkusereisidele kehtisid märkimisväärsed piirangud). See tähendab, et sellise pikaajaliselt püsunud olukorra muutmine on äärmiselt keeruline.

EISI tellitud 2023.–2024. aasta välisküllastajate piiriuuringu andmetel⁶¹ lahkusid 20% turistidest lennukiga, 55% laevaga ja 25% maismaad mööda. Pikaajalise trendina on suurenenud lennureisijate osakaal, kuna Venemaalt Eestisse reisijate arv on viimastel aastatel (2022 ja 2023) minimaalne. Välisküllastajate uuringust selgus, et Läti, Soome ja Rootsi turistidest ainult 20% külastab sama reisi jooksul teisi riike lisaks Eestile. Muude Euroopa riikide turistidest 50–65% külastab teisi riike lisaks Eestile ja kaugturgudelt saabuvatest turistidest umbes 80%. Eestit Soome külastusega kombineerivate turistide osakaal on täpsustamata hinnangutel suhteliselt suur.

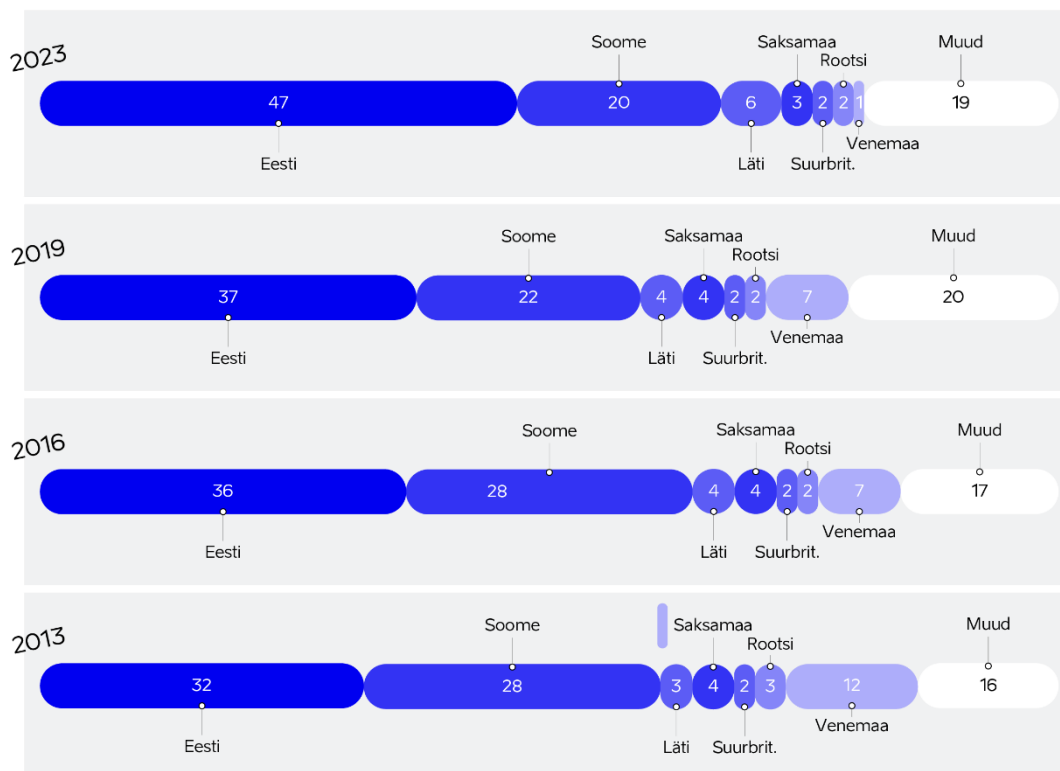
Soome turistide ööbimiste rekordarv Eestis pärineb 2016. aastast, seejärel vähenes nende ööbimiste arv igal aastal kuni 2019. aastani. Peale pandeemiat on taastumine Soomest olnud aeglane – Tallinnas jõudsid nende ööbimised 2023. aastal küll uuesti 2019. aasta tasemele, kuid mujal Eestis olid koguni 35% väiksemad kui 2019. aastal. Pikaajaliselt võiks eesmärgiks olla lähiaastatel nende ööbimiste arvu taastamine 2018.–2019. aasta tasemele ja sellel tasemel püsimine. Soome turistide arvu langus tuleneb peamiselt muuhulgas Soome elanike pikemate ravipuhkuste pikaajalisest vähenemisest, laevareiside ja Eesti hinnataseme tõusust, Soome elanike üldisest välisreiside eelistuste muutumisest ja teiste riikide konkurentsist.

Peale Vene turismi kadumist on tähtsusetult **teiseks välisturuks tõusnud Läti**, mis nii enne kui ka peale pandeemiat on järjest kasvanud (pikaajaliselt on siiski tõenäoline, et järgnevalt aastatel jätkub kasv sealt aeglasemas tempos kui 2022.–2023. aastal). Samas on kasvust hoolimata Läti siiski **üsna väikese osakaaluga sihtturg**. Kuigi Läti on väga oluline sihtturg ka seetõttu, et sealt reisitakse kõige rohkem Eesti erinevatesse regioonidesse (2023. aastal oli 61% nende ööbimistest väljaspool Tallinna), on **Läti üks kõige vähem kulutavaid sihtturge**.

Pikaajaliselt on muud olulisemad välisturud **olnud Saksamaa, Leedu, Ühendkuningriik ja Rootsi** (igaüks andis 2023. aastal 2–3% kõigist Eesti majutusettevõtetes veedetud öödest; vt joonis 6). Neist vaid **Leedu on 2023. aastaks taastunud** peaaegu pandeemiaeelsele tasemele, teised riigid ei pruugi ka 2024.–2025. aastal veel taastuda. **Rootsi** oli ka enne pandeemiat pigem pikaajaliselt väikest langust näidanud sihtturg, turism **Ühendkuningriigist on aga pikaajaliselt kulgenud korduvate suurte tõusude ja langustega** tulenevalt otselennuühenduste avamisest ja sulgemisest.

⁶¹ Välisküllastajate piiriuuring, 2024, EIS: [Välisküllastajate piiriuuring | Puhka Eestis](#)

Ööbimised Eesti majutusettevõtetes riigiti (%)



Joonis 6. Ööbimised Eesti majutusettevõtetes riigiti. Allikas: Statistikaamet.

Lähiriikide (Leedu, Rootsi ja Soome) turistid ööbivad välituristide keskmisega võrreldes veidi rohkem regioonides väljaspool Tallinna (u 1/3 nende ööbimistest on väljaspool Tallinna; vt joonis 7). Saksa turistide ööbimistest oli 2023. aastal 27% väljaspool Tallinna – mis oli suhteliselt hea näitaja võrreldes muude kaugemate riikide turistidega (kelle ööbimistest vaid 10–20% oli väljaspool Tallinna). Saksa turistide seas on viimastel aastatel veidi kasvanud Eesti külastuse kombineerimine Soomega (varasema tüüpilise Baltikumi ringreisi kõrval või asemel).

Ööbimised Eesti majutusettevõtetes regiooniti (%)



Joonis 7. Välis turistide ööbimised majutusettevõtetes regiooniti. Allikas: Statistikaamet.

Läti, Norra ja Ühendkuningriigi turistide ööbimised on välis turistide keskmisega võrreldes veidi vähem suvekuudele keskendunud. Seejuures näiteks Ühendkuningriigi turistide seas on välis turistide keskmisega võrreldes veidi rohkem neid, kes reisivad Eestisse detsembris.

Kaugturgudest on parimaid tulemusi näidanud USA, mis on taastumas pandeemiaeelsele tasemele – 2023. aastal oli nende ööbimisi vaid 9% vähem kui 2019. aastal. USA turistide on Eestile olulised, kuna kulutavad Eestis välisriikide võrdluses reisi kohta kõige rohkem (tänu suhteliselt pikale viibimise kestusele) ning ka ööpäeva kohta kulutavad nad keskmisest välis turistist rohkem. Turism Hiinast ja Jaapanist taastub väga aeglaselt – 2023. aastal oli nende ööbimisi kolmveerandi võrra vähem kui 2019. aastal.

Kuigi rahvusvaheliselt reisijate arv uutelt lähteriikidelt (Ida-Euroopa, India ja Kagu-Aasia) kasvab, on nende ostujõud suhteliselt piiratud vastavalt McKinsey andmetele: võrreldes Lääne-Euroopa reisijatega (kes kulutavad keskmiselt 159 dollarit öö kohta), kulutavad Lõuna-

Aasia reisijad 20 protsenti vähem, Ida-Euroopa reisijad 40 protsenti vähem ja Kagu-Aasia reisijad 55 protsenti vähem.⁶²

2023.–2024. aastal tehtud väliskülastajate uuringu tulemuste järgi oli valdava osa (63%) Eestis majutuvate turistide reisi eesmärgiks puhkusereis. Umbes 30% vastanutest olid ühepäevakülastajad ning Eestis ööbis 70%, 80% majutuvatest turistidest jõudis Tallinna, 19% Pärnumaale, 13% Tartumaale ning juba palju vähem muudesse piirkondadesse, mis näitab et (eriti välis)turismi **regionaalne tasakaalustamatus** on jätkuvalt probleemiks.⁶³ Samas suhtarvuna maakonna elanikkonda on sise- ja välisturistide arv kokku kõige suurem Saare maakonnas, millele järgnevad Pärnu ja Lääne maakond, mis viitab sellele, et turismil on oluline roll Tallinna ja Harjumaa väliste piirkondade arengu toetamisel. Välisturism on olulisel määral keskendunud **Tallinnale, veidi ka Pärnule ja Tartule** – 2023. aastal oli Eesti majutusettevõtetes veedetud välisturistide ööbimistest Tallinnas 69%, Pärnus 12%, Tartus 5% ja kõigis ülejäänud sihtkohtades kokku 14% (vt joonis 1).

Pikaajaliselt on Tallinna ja ka Tartu osakaal veidi suurenenud, samas on veidi vähenenud Lääne-Eesti osakaal, mis tuleneb eelkõige Soome elanike pikemate ravipuhkuste pikaajalisest vähenemisest – neid veedeti Lääne-Eesti ravispaades. **Siseturistide ööbimised on regionaalselt oluliselt ühtlasemalt jaotunud**, samas on ka siseturismis peale pandeemiat Tallinna osakaal kasvanud (2024. aasta seisuga on veel vara hinnata, kas see muutub pikaajaliseks trendiks).

Ööbimiste hooajaline jaotus ei ole pikema perioodi vältel oluliselt muutunud: kolme suvekuu osatähtsus välisturistide kogu aasta ööbimistest on püsinud 36–38% vahel. Siseturismi jaotus kuude kaupa erineb veidi välisturismi jaotusest, kuid summana on kolme suvekuu osatähtsus kogu aasta ööbimistest püsinud sarnane: 37–39% vahel.

Kokkuvõttes on sellise pikaajaliselt püsinud olukorra muutmine nii **regionaalses jaotuses kui ka hooajalisuses äärmiselt keeruline**. Hooajalisuse osas on väljakutse muuta mitte ainult suvekuude osakaalu võrreldes ülejäänud aastaaegadega, vaid ka hajutada nõudlust juulilt juunile ja augustile.

Võrreldes konkureerivate sihtriikidega on **Eestis äriturismi osakaal senini väike**. Selleks, et taastada turismiteenuste eksport, on oluline investeerida äriturismi turunduse-, müügi- ja arendustegevustesse. Ärireisid, sh konverentsid leevendavad veidi turismi hooajalisust ja toovad riiki kõrgemat lisandväärtust loovat kliendisegmenti.

Ärireisid moodustasid Statistikaameti andmetel 2023. aastal 22% reisisiteenuste ekspordist. **Pikaajaliselt on ärireiside osakaal mõnevõrra kasvanud**, kuid osaliselt just tänu pikalt viibinud töötajatele.

EASi tellitud 2023.–2024. aasta väliskülastajate uuringu põhjal oli **välisturistide rahulolu kõrge** – NPSi skaalal oli **soovitusindeks 70** (tähistades kõrgeimat vahemikhinnangut 70–100 „suurepärase“). Lähema viie aasta jooksul peab Eesti külastamist vaba aja reisil tõenäoliselt

⁶² McKinsey. (2024). *Now boarding: Faces, places, and trends shaping tourism in 2024*. 29. mail 2024. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/now-boarding-faces-places-and-trends-shaping-tourism-in-2024> (vaadatud 02.08.2024).

⁶³ [Väliskülastajate seas tehtud uuringud | Puhka Eestis](#), vaadatud 09.03.2024.

82% küsitletutest. Küsitletute jaoks olid peamisteks Eestisse tulemise eesmärkideks tutvumine arhitektuuriga, linnalooduses viibimine ning kultuuriüritustel osalemine. Eesti oli **atraktiivne kui uus sihtkoht**, kus on **Unesco pärand** ning oluliseks peeti ka Eestis saadavaid toiduelamusi.

Lisa 6: Ühenduvused ja ligipääsetavus

Nii **füüsiline kui digitaalne** ühenduvus ja ligipääsetavus on nauditava külastajatekonna eeldused. Sihtkoha ühenduvus **hõlmab kogu reisiteekonda** ehk sihtkohta reisimiseks kuluvat aega ja vaeva ehk rahvusvahelisi transpordivalikuid (lennujaamade võrgustik, laevaühendused, rahvusvahelised rongi- ja bussiühendused), aga ka reisiteekonna mugavusi ja infrastruktuuri kohapeal, sh liikuvusvõimalus linnades (ühistranspordi võrgustik, rattaga sõitmise võimalused) ja linnadest väljas (autorent, maakondlik bussi- ja rongitransport).⁶⁴ **Sihtkoha ühenduvust peetakse tavaliselt peamiseks teguriks, mis mõjutab turistide reisiotsuseid.**⁶⁵

Seejuures on oluline teadvustada, et kaasaegses turismis mängib lisaks füüsilisele ühenduvusele kesksel rolli **digitaalne ühenduvus**, mis viitab võimalusele kasutada internetiühendust ja digitaalseid tehnoloogiaid reisimise ajal ning sihtkohas. See hõlmab näiteks juurdepääsu WiFi-le või mobiilsele internetile, võimalusi kasutada nutiseadmeid ja rakendusi, elektroonilist teavet sihtkoha kohta ning digitaalsete platvormide kasutamist broneeringute tegemiseks, navigeerimiseks ja tegevuste planeerimiseks. Ka füüsilise ühenduvuse kasutajamugavuses on oluline, kuivõrd lihtne on osta veebist pileteid ja planeerida oma reisiteekonda - seetõttu tuleb neid teemasid käsitleda tervikuna, võttes eesmärgiks **sujuva reisiteekonna loomine**. **Digitaalne ühenduvus** mõjutab majanduslikku kestlikkust, parandab reisikogemusi ning suurendab ettevõtete kasvuvõimalusi.

Sujuva reisikogemuse eelduseks on hea **ligipääsetavus**. Ligipääsetavus on seotud võimekusega pakkuda teenuseid ja mugavusi kõigile inimestele, olenemata nende võimetest või erivajadustest. See hõlmab nii füüsilise kui ka digitaalse keskkonna ligipääsetavust ja kasutatavust. Erinevate vajaduste ja ootustega reisijate rühmad - lapsed, vanemaealised, puuetega inimesed ja teised - peaksid saama reisimisel kasutada nii füüsilist kui digitaalset keskkonda. Maailma Terviseorganisatsiooni andmetel on aastal 2023 1,3 miljardil inimesel - umbes 16% maailma elanikkonnast - oluline puue. Üle 65-aastaste arv kasvab aastaks 2050 1,6 miljardini ehk samuti 16 % elanikkonnast.⁶⁶ Alaealisi oli 2023. aastal maailmas 2,2 miljardit, neist 0,2 miljardit arenenud riikides⁶⁷ ning nende peredel on külastajatekonnale ja turismi infrastruktuurile omad ootused. Turismirajatiste, -toodete ja -teenuste kättesaadavus on ühelt poolt nii **vastutustundliku ja kestliku turismi** osa, aga teiselt poolt **ärivõimalus** sihtkohtadele ja ettevõtetele võtta vastu kõik külastajad ja suurendada seeläbi tulusid.⁶⁸

Ülevaade maailmast

Füüsilise ühenduvuse puhul määrab arenguid maailmas transpordivaldkonna suur keskkonnajalajälg, mis moodustab olulise osa kogu maailma kasvuhoonegaaside emissioonist. **Turism ise tekitab 8% kogu maailma kasvuhoonegaaside emissioonist,**

⁶⁴ Gehrke et al., 2020; Lee et al., 2016; Reitsamer & Brunner-Sperdin, 2017; Reitsamer et al., 2016; Y. Zhu & Diao, 2020.

⁶⁵ Hooper, 2015; Marrocu & Paci, 2013; Park et al., 2019; Reitsamer & Brunner-Sperdin, 2017

⁶⁶ Leaving No One Behind In An Ageing World. World Social Report 2023. United Nations 2023, [2023wsr-fullreport.pdf \(un.org\)](#)

⁶⁷ [Children in the World - Humanium](#), vaadatud 01.04.2024.

⁶⁸ WHO andmetel on puuetega inimestel ja nende peredel märkimisväärne ostujõud, mis ulatub turismiturul aastas ligi 13 miljardi dollarini. UNWTO, ligipääsetav turism, [Accessible Tourism \(unwto.org\)](#)

sellest ca 75% tekitab transport.⁶⁹ Rohkem kui 52% rahvusvahelistest turismist toimub lennukiga.⁷⁰ Riigid ja rahvusvahelised organisatsioonid ning ettevõtjad otsivad aktiivselt võimalusi transpordi keskkonnajalajälje vähendamiseks. **EL turismi üleminekujuhised** kutsuvad üles kõiki osapooli, nii reisijateveoettevõtjaid, sihtkohti kui külastajaid tegema samme kasvuhoonegaaside heite vähendamiseks kooskõlas kliimamääruse eesmärkidega ning kasutama alternatiivseid transpordiviise (näiteks rongi), samas tunnistatakse, et mõne sihtkoha ühenduste tagamine sõltub aga alati täielikult lennu- ja meretranspordist. Üleminekujuhised kutsuvad ka üles hõlbustama digiteenuste abil mitut transpordiliiki hõlmavate reise kavandamist ja piletimüüki, et seeläbi keskkonnamõju vähendada.⁷¹

Kuigi digitaliseerimine ei hakka asendama füüsilist reisimist, **on digitaliseerimine turismi globaalses konkurentsivõime määrava tähtsusega.**⁷² Milleeniumlased tuginevad reisi planeerimisel, broneerimisel, külastuskogemuse nautimisel ja kogemuste jagamisel sotsiaalmeediale ja nutitelefonidele. Tuleb silmas pidada, et **digitaliseerimine ei ole vaid online broneerimine**, vaid see hõlmab reisikogemuse kõiki aspekte alates ressursihaldusest ja asjade internetist kuni reisikogemuse jagamiseni.⁷³ EL turismi üleminekujuhised kutsuvad üles kasutama tehisintellekti ja andmeid, näiteks digikaksikuid turismi prognoosivaks planeerimiseks, et nõudlust täpselt rahuldada ja suurendada teenuste ressursitõhusust.

Turismiteenused peavad vastama Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiivile toodete ja teenuste ligipääsetavusnõuete kohta.⁷⁴ EL turismi üleminekujuhised kutsuvad üles suurendama teadlikkust ligipääsetavuse tähtsusest, arendama ligipääsetavate turismiteenuste pakkumist ja nähtavust ning kohaldama avalikes hanges EL ligipääsetavuse eeskirju.

Eesti hetkeolukord

Äsja ilmunud Arenguseire Keskuse Eesti majanduse arengut toetavate ettepanekute analüüs väidab, et **konkurentsivõime tagamiseks peab riik tagama muuhulgas infrastruktuuri** (välisühendused, transporditaristu, elektri- ja andmesidevõrk jms). Olulised on maa-, õhu- ja veetranspordi kvaliteet, kiired ja turvalised ühendusteed nii riigi sees (regionaalselt) kui riigi ja muu maailma vahel, stabiilsed elektrienergia hinnad ning elektrienergia järjepidev ja piisav kättesaadavus.⁷⁵ Ka Eesti majanduspoliitika plaan peab oluliseks **lennuliinide ja ühenduste parandamist**, mis on oluline turismiteenuste ekspordi kasvuks, sh kõrge lisandväärtusega äriturismi ja rahvusvahelise äritegevuse (investeeringud, laienemine välisurgudele) hoogustamiseks.⁷⁶

⁶⁹ Lenzen, M., Sun, Y.Y., Faturay, F. et al. The carbon footprint of global tourism. *Nature Clim Change* 8, 522–528 (2018). <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>

⁷⁰ European Travel Commission, 2024, [Connectivity - ETC Corporate - ETC Corporate \(etc-corporate.org\)](https://etc-corporate.org)

⁷¹ Euroopa Komisjon, Siseturu, tööstuse, ettevõtluse ja VKEd peadirektoraat, *Turismi üleminekujuhised*, Euroopa Liidu Väljaannete Talitus, 2022, <https://data.europa.eu/doi/10.2873/46737>

⁷² Reverte, F.G., Luque, P.D. (2022). Digital Divide in E-Tourism. In: Xiang, Z., Fuchs, M., Gretzel, U., Höpken, W. (eds) *Handbook of e-Tourism*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-030-48652-5_109

⁷³ Righini, E., What is digital tourism? Much more than a definition [What is digital tourism? Much more than a definition \(doxee.com\)](https://doxee.com/what-is-digital-tourism/)

⁷⁴ Euroopa Parlamendi ja nõukogu direktiiv (EL) 2019/882, 17. aprill 2019, toodete ja teenuste ligipääsetavusnõuete kohta, [Direktiiv - 2019/882 - EN - EUR-Lex \(europa.eu\)](https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2019/882/oj)

⁷⁵ Varblane, U., Eamets, R., Anger-Kraavi, A., Eerma, D. (2024). Eesti majanduse arengut toetavate ettepanekute analüüs. Arenguseire Keskus, 12

⁷⁶ Majanduspoliitika plaan, <https://mkm.ee/majanduspoliitika-plaan>, vaadatud 05.03.2024

Kehtiv Eesti turismistrateegia 2022-2025 on seadnud eesmärkideks, et **Tallinna Lennujaamal on aastas vähemalt 50 regulaarliini ühendust** ning ühendus vähemalt 15 sõlmjaamaga, samuti on seatud eesmärgiks laevakülastuste arvu taastumine 2019. a tasemele. 2023. aastal oli Tallinnast otselende 44 ning ka laevakülastusi ei olnud veel oodatud mahus (2023. aastal läbis sadamaid kokku 8 miljonit reisijat, 2019. aastal 10,7 miljonit).⁷⁷

Sujuvad laevaühendused Soome ja Rootsiga toetavad pidevat ja tihedat külaliste liikumist riikide vahel, mis suurendab Eesti positsiooni atraktiivse ja ligipääsetava turismisihtkohana. ASi Tallinna Sadam andmetel tegid 2023.a. reisilaevad Soome suunal 5 055 ja Rootsi suunal 476 laevakülastust.

Transpordi ja liikuvuse arengukava 2020-2035 seab eesmärgiks uurida võimalusi minna üle **ühtsele piletisüsteemile** naaberriikide, -regioonide või -linnadega, nagu Tallinna-Helsingi piletisüsteemi võimalikult lai ühildamine.⁷⁸

Uued ühendused:

- Balti riike ja Poolat ühendav standardrööpmeline elektrifitseeritud raudteeliin Rail Baltic peaks valmima 2030. aastaks⁷⁹,
- Eesti ja Soome kaaluvad ühiselt Sillamäe-Kotka laevaliini taasavamist⁸⁰ ning Helsingi ja Tallinna vahelise merealuse tunneli rajamist,
- 2024. aastal peaks alustama Tartu ja Riia vaheline rongiühendus.

Kliimaministeerium on algatanud uue väikesadamate ärimudeli uuringu tulemustel põhineva **väikesadamate arengukontseptsiooni** väljatöötamise, mis keskenduks enam kestlike teenuste ja infrastruktuuri arendamisele lähivõrgustiku sadamates.⁸¹

Eesti turismi pika vaate kaasamisprotsessis rõhutasid turismiasjalised **vajadust kestlike transpordivõimaluste** nagu uued rongi- ja laevaliinid, toimiv väikesadamate võrgustik, mitte fossiilkütuseid kasutavad laevad, lennukid, sh väikelennukid ja droonid, Tallinn-Helsingi tunnel, ühtne nõudepõhine ühistranspordi korraldus ja piletisüsteem, elektrisõidukite laadimistaristu, iseliikuvad autod nn viimase miili transpordi pakkumiseks jne ning reisi keskkonnajalajälje kompenseerimise võimaluste arendamise järele. Sellise süsteemi loomiseks on aga vaja ajakohaste liikuvusandmete olemasolu, õigusliku raamistiku muutusi (nt iseliikuvate sõidukite osas) ning toetusi uute liinide ja uute transpordivõimaluste arendamiseks.⁸²

2023.-2024. aasta väliskülastajate piiriuuringu tulemused näitavad, et **Eestit külastatakse sageli ühel reisil koos mõne naaberriigiga**, eelkõige Soome (29%), Läti (22%) ja Leeduga (14%). Mõnevõrra üllatuslikult on külastajad üsna rahul rahvusvahelise transpordiga Eestisse (82% küsitletutest), ent vähem (64%) eestisisese ühistranspordiga. 70-72 % on hästi rahul ka turismiinfo kättesaadavusega Eesti kohta.⁸³

⁷⁷ [Turismistrateegia 2022+ | Puhka Eestis](#)

⁷⁸ [Transpordi tulevik | Kliimaministeerium](#)

⁷⁹ [Rail Baltic – Vikipeedia \(wikipedia.org\)](#), vaadatud 24.05.2025.

⁸⁰ [Solman: kaalume Kotka-Sillamäe laevaliini taasavamist | Rahandusministeerium \(fin.ee\)](#), vaadatud 24.05.2024

⁸¹ [Väikesadamate arendamise kontseptsioon muutub | Kliimaministeerium](#), vaadatud 24.05.2024.

⁸² 12.04.2024 turismi kärajate kokkuvõte.

⁸³ [Väliskülastajate seas tehtud uuringud | Puhka Eestis](#), vaadatud 09.03.2024

Digitaalmajanduse ja -ühiskonna indeksi (DESI) Eesti 2023. a aruanne soovib, et Eesti peaks suurendama arenenud digitaalsete tehnoloogiate kasutuselevõttu ettevõtetes ning **toetama väike- ja keskmise suurusega ettevõtteid digitaalsete tehnoloogiate kasutamisel**, et saada konkurentsivõimelisemaks ja jätkusuutlikumaks.⁸⁴

2021. aastal **Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse (EIS) poolt tehtud turismiettevõtete küsitlus** toetab seda vajadust (vt joonis 8).⁸⁵

Olulisemad leiud:

- + Vaid 37% ettevõtetest haldab kliendiinfot CRMis või mõnes muus tarkvaras.
- + 31% ettevõtetest kasutab e-maili oma ainsa broneerimis- ja müügikanalina.
- + Vaid 21%-l vastanutest on kodulehel online broneerimine.
- + Ressursside ja broneeringute haldamiseks on eraldi tarkvara vaid 23%-l vastanutest.
- + 40% vastanutest ei kasuta külastaja teekonna haldamiseks digitaalseid võimalusi (automaatkirjad, online check-in ja check-out, uksekaart, lisateenuste broneerimine, tagasiside analüüs jms).
- + Erinevad digilahendused on liidestatud täielikult või osaliselt 39%-l vastanutest.
- + Peamisteks takistusteks digitaliseerimise teekonnal peetakse aja, oskuste ja rahaliste vahendite puudumist

Joonis 8: Eesti turismisektori digilahendused aastal 2021

Eesti turismi pika vaate 2035 kaasamisprotsessist selgus turismiasjaliste soov pakkuda nii kohalikule kui küllastajatele võrdset kättesaadavat **nn kolme kliki Eesti** elamust, kus soovitud tooteid ja teenuseid pakutakse hüperpersonaalselt ja huvipõhiselt, need on digitaalselt lihtsasti leitavad ja ostetavad ning külaline ei pea ei veebis ega füüsiliselt ekslema, et soovitud teenuseni jõuda. Selline süsteem saab toimida piisavate digitaalsete oskuste ning turvalise ja reguleeritud tehisintellekti kasutamise võimekusel.⁸⁶

Ligipääsetavuse rakkerühma 2021. aasta lõpparuandes on käsitletud ka turismi ligipääsetavuse probleeme ning tehtud mitmeid ettepanekuid nii turismivaldkonna raamdokumentide muutmiseks kui teavitustöö ja tootearenduse toetamiseks.⁸⁷ EIS turismiosakond on koondanud turismiprofessionaali kodulehele arvukalt erinevaid info- ja juhendmaterjale turismiteenuse pakujate abistamiseks, ligipääsetavus on läbivaks teemaks EISi poolt pakutavates turismiettevõtjate koolitustes ning läbivalt hinnatakse ligipääsetavuse tagamist turismivaldkonna toetusmeetmetes.⁸⁸ Edaspidi on plaanis enam keskenduda digitaalse ligipääsetavuse arendamisele turismiteenuste pakkumisel.⁸⁹

⁸⁴ Digital Decade Country Report 2023 Estonia

⁸⁵ Ankeetküsitluse "Eesti turismisektori digilahendused" tulemus ja kokkuvõte, [PowerPoint Presentation \(visitestonia.com\)](#)

⁸⁶ 12.04.2024 turismi kärajate kokkuvõte.

⁸⁷ Ligipääsetavuse rakkerühma lõpparuanne, [Ligipääsetavuse rakkerühm | Riigikantselei](#)

⁸⁸ [Turismiteenus erivajadustega inimestele | Puhka Eestis](#)

⁸⁹ Intervjuu EAS turismiosakonna tootespetsialisti Tatjana Kooriga, 16.02.2024.

Lisa 7: Turismiharidus ja tööjõud

Meeldiv ja kiire teenindus või selle puudumine on külastaja jaoks enamjaolt riigist esmamulje loomisel kõige olulisem. Turismisektori kestlikkuse ja konkurentsivõime seisukohast mõjutavad teenuste kvaliteeti ja turistide rahulolu turismiga seotud tegevusaladel töötavad inimesed ja nende oskused. Investeerimine haridusse ja oskuste arendamisse ning töötamise trendidega kohanemine on võtmetegurid, mis aitavad tulevikus tagada turismi edu. Majanduse areng ja nõudlus tööjõu järele ning samal ajal rahvastiku vananemine ja tööturule lisanduvate uute inimeste vähenemine on viinud olukorrani, kus asjatundliku ja sõbraliku tööjõu leidmine on Eesti turismi tuleviku jaoks võtmetähtsusega. Selle eelduseks on sektori hea maine tööandjana, arengu- ja karjäärivõimalused töötajatele ja kasvavad palgatasemed.

Põhisõnumid

- Majutuse ja toitlustuse vabade ametikohtade määr on viimase 10 aasta jooksul (2014–2023) tugevalt kõikunud ning 2023. aasta kvartalite näitajad viitavad olukorra halvenemisele, kuna vabade ametikohtade määr on taastumas varasematele kõrgematele tasemetele. Ukraina põgenikud aitasid majutus- ja toitlustusvaldkonnas leevendada tööjõukriisi.
- Majutuses ja toitlustuses ning kaubanduses tajuvad tööandjad suurt tööjõupuudust, mis on siiski enam seotud suure volavuse, töö iseloomu ning töötingimustega.
- „Majutuse, toitlustuse ja turismi spetsialistid ja juhid“ ametialagrupis ei prognoosita hõivemuutust perioodil 2022–2031. Kõikide ametialade puhul on prognoos 1,7% kasvuks. Pensionile jääjate asendusvajadus on sel perioodil 20%, seda tööjõu volavust arvestamata.
- Vaatamata riiklikele meetmetele ja tegevustele (näiteks kutsehariduse ja kutsesüsteemi reformid) tuleb ettevõtjatel kohandada ärimudeleid vastavaks piiratud tööjõu kättesaadavusele, arvestada tööelu pikenedes töötingimuste loomisel eri eärühmade vajadustega ning tagada head täiendus- ja ümberõppevõimalused.
- Tööjõupoliitikat toetavate lähiaastate tegevuste seas on olulisel kohal ka paindliku tööturu arendamine ja välisrööjõu kasutamise võimaluste arendamine kooskõlas majanduse vajadustega (sh lühi- ja hooajatröötajad)⁹⁰.

Ülevaade maailmast

Euroopa Liidu külalishandussektoris on 2,3 miljonit ettevõtet, millest 99,8% on väikese ja keskmise suurusega ettevõtted, ning sektoris on rohkem kui 8,5 mln tröötajat, kellest 41% on nooremad kui 35.⁹¹ 25% tröötajatest on madala oskustasemega ja iga 9-s tröökoht on täitmata.⁹²

Turism on üks väheseid Euroopa majanduse sektoreid, millel on suur potentsiaal kasvaks ja tröökohtade loomiseks, eriti noortele trööturule sisenemiseks.⁹³ Praegune

⁹⁰ Need tegevused sisalduvad nii Turismistrateegias 2022–2025 kui on ära märgitud 2024. aastal valminud pikaajalises vaates majandusele „Majanduspoliitika plaan“.

⁹¹ Euroopa Liit. Euroopa Liidu veebinari „EU POLICIES ON TOURISM AND SKILLS: opportunities for tourism and hospitality educational organisations“ slaidid. 6. veebruaril 2024.

⁹² Euroopa Liit. Euroopa Liidu veebinari „EU POLICIES ON TOURISM AND SKILLS: opportunities for tourism and hospitality educational organisations“ slaidid. 6. veebruaril 2024.

⁹³ European Federation of Food, Agriculture, and Tourism Trade Unions. *Tourism*. <https://effat.org/category/tourism/#:~:text=Europe's%20hotel%2C%20restaurant%20and%20catering,labour%20market%20for%20young%20people>. (vaadatud 13.03.2024).

tööjõupuudus turismis kogu maailmas võib olla tingitud mitmetest sektori olemusega seotud teguritest: turismis on tavapärane vahetustega töö, öötöö ja ajutine või osaline tööhõive, samuti liigsed töötunnid, madalad palgad, kõrge tööjõuvoolavuse määr ning sotsiaalse kaitse puudumine varjatud majanduses.⁹⁴ Lisaks protsesside automatiseerimisele ja digiteerimisele, mis võivad vabastada töötajaid korduvate funktsioonide täitmisest, mida saaks rakenduse kaudu tõhusamalt hallata, et töötajad tegeleksid pigem nende ülesannetega, kus nad saavad lisandväärtust kõige enam pakkuda, on tööjõupuuduse leevendamise lahenduseks ka teenuste sisseostmine ja kaugtöö võimaldamine.⁹⁵ Tulevikus vajalikud oskused on seotud automatiseerimise, digiteerimise ja juhtimisega, samuti analüütilised oskused, digitaalne turundus ja kliendi käitumise analüüs.⁹⁶

Eesti hetkeolukord

Statistikaameti järgi oli Eesti majutuses ja toitlustuses:

- hõivatud ametikohtade arv 2023. aasta kvartalite keskmisena 21 160, mis on umbes 11% vähem kui koroonapandeemia eelsel 2019. aastal (23 830 hõivatud ametikohta)⁹⁷; kokku oli majutuses ja toitlustuses 2023. aastal 23 743 töötajat (isikud, kes töötavad avaliku teenistuse seaduse või teenistuslepingu alusel, mh hooajatööde tegemiseks), mis moodustas 3,9% kõikidest töötajatest kogu majanduses⁹⁸;
- keskmine brutokuupalk majutuses ja toitlustuses 2023. aastal oli 1174 eurot, mis on madalaim kõikide tegevusalade lõikes⁹⁹;
- 2023. aastal oli hõivatute seas 75% naisi ja 25% mehi, 30% 15–24-aastased, 45% 25–49-aastased ja 25% 50–74-aastased, 68% olid linnaliste asulate elanikud ja 61% rahvuselt eestlased¹⁰⁰;
- hõivatud ametikohtade arv kõikide tegevusalade hõivatud ametikohtade arvust perioodil 2019–2023 oli keskmiselt 4%, kuid 2023. aastal 3,5%, mis on poole protsendi võrra vähem kui 2019. aastal (4,0%)¹⁰¹;
- majutuse ja toitlustuse vabade ametikohtade määr ehk vabade ametikohtade osatähtsus ametikohtade (hõivatud ja vabad) koguarvus on viimase 10 aasta jooksul tugevalt kõikunud (vt joonis 9): kokku kõikide tegevusalade lõikes aastatel 2016 ja 2017 tugevalt kõrgem (keskmiselt 3,2% vs. 1,9%), aastatel 2018 ja 2019 samal tasemel (2% ringis), kuid koroonapandeemia ajal kuni 2022. aastani kaasa arvatud oluliselt madalam, see-eest 2023. aasta kvartalite näitajad viitavad olukorra

⁹⁴ Binggeli, U., Chen, Z., Köpke, S., & Jackey Yu, J. (2023). *The future of tourism: Bridging the labor gap, enhancing customer experience*. 1. augustil 2023. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/future-of-tourism-bridging-the-labor-gap-enhancing-customer-experience> (vaadatud 13.03.2024).

⁹⁵ Binggeli, U., Chen, Z., Köpke, S., & Jackey Yu, J. (2023). *The future of tourism: Bridging the labor gap, enhancing customer experience*. 1. augustil 2023. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/future-of-tourism-bridging-the-labor-gap-enhancing-customer-experience> (vaadatud 13.03.2024).

⁹⁶ Seyitoğlu, F., Costa, C., Martins, M., & Malta, A. M. (2023). The future of tourism and hospitality labour: challenges, requirements, trends, skills and the impact of technology. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2286291>

⁹⁷ Statistikaamet. PAV011: VABAD JA HÕIVATUD AMETIKOHAD NING TÖÖJÕU LIKUMINE | Näitaja, Tegevusala ning Vaatlusperiood. https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_palk-ja-toojeukulu_vabad-ametikohad/PAV011 (vaadatud 13.03.2024).

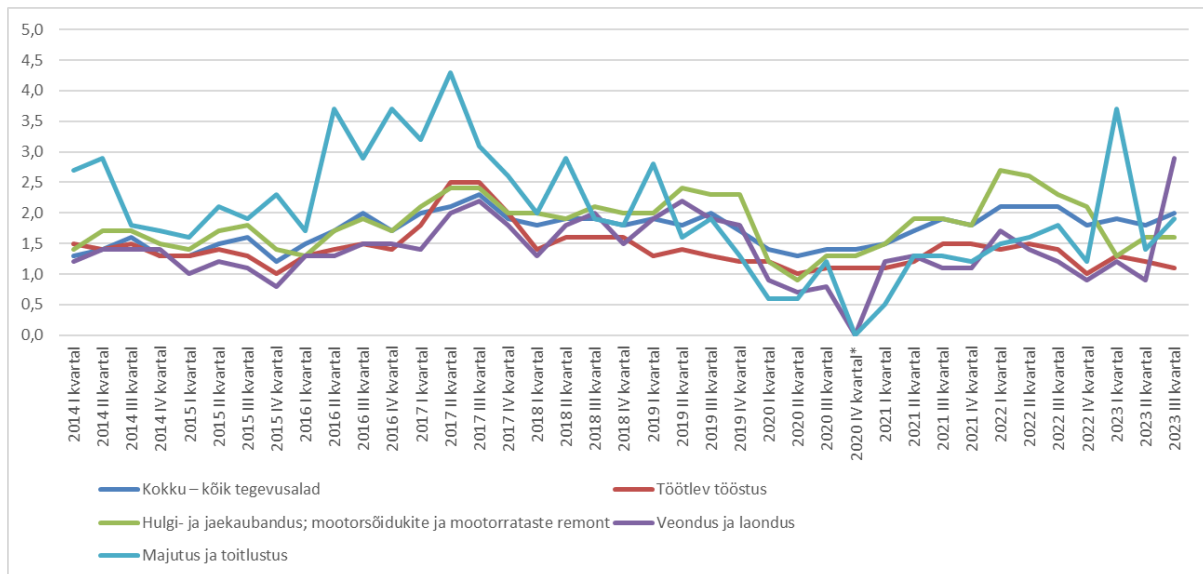
⁹⁸ Arvestades töötajaid teistel turismiga seotud tegevusaladel nagu reisikorralduses, giidinduses jt, aga ilma transpordivaldkonnata, oli töötajate aastane keskmine arv 2023. aastal umbes 30 tuhat.

⁹⁹ Statistikaamet. PA101: KESKMINE BRUTOKUUPALK, MEDIAAN, DETSIILID JA TÖÖTAJATE ARV TEGEVUSALARÜHMA JÄRGI. https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_palk-ja-toojeukulu_palk_aastastatistika/PA101 (vaadatud 01.04.2024).

¹⁰⁰ Statistikaamet. TT0201: HÕIVATUD JA PALGATÖÖTAJAD | Isikute rühm, Tegevusala, Vaatlusperiood ning Näitaja. https://andmed.stat.ee/et/stat/sotsiaalelu_tooturg_heivatud_aastastatistika/TT0201 (vaadatud 14.08.2024).

¹⁰¹ Statistikaamet. PAV011: VABAD JA HÕIVATUD AMETIKOHAD NING TÖÖJÕU LIKUMINE | Näitaja, Tegevusala ning Vaatlusperiood. https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_palk-ja-toojeukulu_vabad-ametikohad/PAV011 (vaadatud 13.03.2024).

halvenemisele (I kvartalis oli vabade ametikohtade määr aastate 2016 ja 2017 tasemel ning II ja III kvartali määr on kogu majanduse tasemel nagu aastatel 2018 ja 2019)¹⁰².



Joonis 9. Vabade ametikohtade määr 2014. aastast 2023. aasta III kvartalini, %

Allikas: Statistikaamet, [tabel „PAV011: VABAD JA HÕIVATUD AMETIKOHAD NING TÖÖJÕU LIIKUMINE | Näitaja, Tegevusala ning Vaatlusperiood“](#) (vaadatud 13.03.2024).

Märkused: vabade ametikohtade määr on vabade ametikohtade osatähtsus ametikohtade koguarvus (hõivatud ja vabade ametikohtade summa); majutus ja toitlustuse ning veonduse ja laonduse andmete avaldamist 2020. aasta IV kvartali kohta ei võimalda andmekaitse põhimõtte.

2020. aastal puhkenud koroonapandeemias said kõige teravama tagasilöögi turismi-, majutus- ja toitlustusettevõtted ning suur osa erialaste teadmiste ja oskustega töötajaid lahkus valdkonnast. Piirangute leevenemisel sattus valdkond tööjõukriisi, sest vahepealsel ajal olid paljud turismivaldkonna töötajad leidnud uue töö mõnes teises valdkonnas.¹⁰³ Turism hakkas taastuma 2022. aastal ning just 2022. aastal Venemaa poolt Ukraina vastu suunatud laiaulatusliku sõjategevuse alustamise tõttu saabusid Eestisse **Ukraina põgenikud, kes leidsid endale tööd muu hulgas majutuses ja toitlustuses.** Suurt osa majutuse ja toitlustuse tegevusalade ametikohtadest täidavad sõjapõgenikud. Kokku on 12.11.2023 seisuga majutuse ja toitlustuse tegevusaladel hõivatud **ca 2300 ajutise kaitse saanud ja teisi Ukraina kodanikke**,¹⁰⁴ kes moodustavad **9% valdkonna töökohtadest** (kokku 25 444 töötamise registris olevat inimest).¹⁰⁵ 2024. aasta lõpu seisuga oli umbes 2500 Ukraina kodanikku kokku majutuses ja toitlustuses, mis tegi 7,2% valdkonna hõivatutest.¹⁰⁶ Võib suure tõenäosusega eeldada, et just Ukraina põgenike tööle asumine majutuses ja toitlustuses aitas

¹⁰² Statistikaamet. PAV011: VABAD JA HÕIVATUD AMETIKOHAD NING TÖÖJÕU LIIKUMINE | Näitaja, Tegevusala ning Vaatlusperiood. https://andmed.stat.ee/et/stat/majandus_palk-ja-toojeukulu_vabad-ametikohad/PAV011 (vaadatud 13.03.2024).

¹⁰³ Lepik, I., Uibopuin, M., & SA Kutsekoda. (2022). Tulevikuvaade tööjõu- ja oskuste vajadusele: majutus, toitlustus ja turism. Seirearuanne. SA Kutsekoda. <https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2019/02/OSKA-MTT-seirearuanne-aug-2022.pdf> (vaadatud 13.03.2024).

¹⁰⁴ Ajutise kaitsega 1592, elamisluba ajutise kaitseta 503, lühiajalise töötamisega 200.

¹⁰⁵ Statistikaamet. Ukrainlased Eesti tööturul. <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/kiirstatistika/ukrainlased-eesti-tooturul> (vaadatud 07.12.2023).

¹⁰⁶ Statistikaamet. Ukrainlased Eesti tööturul. <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/kiirstatistika/ukrainlased-eesti-tooturul> (vaadatud 14.08.2024).

ära hoida sügavama tööjõukriisi nendel tegevusaladel pärast koroonapandeemia lõppu. Nende lahkumise järel on oht, et sektor ei suuda tühjaks jäänud ametikohti kohalikega täita.

Sihtasutus Kutsekoja tööjõu- ja oskuste prognoosisüsteemi OSKA üldprognoosi 2022–2031¹⁰⁷ järgi:

- on prognoositud tööjõuvajadus aastani 2031 Eesti kogu tööturul suurem kui tööturule sisenev põlvkond suudab ära katta; lähitulevikus jääb tööturule potentsiaalselt siirduvate noorte ja ka parimas tööeas (20–64) inimeste arv väiksemaks ning hõivatute arvu senisel tasemel hoidmine või kasvatamine osutub proovikiviks;
- koos enamike teenindussektori tegevusaladega prognoositakse kümne aasta vaates nendes valdkondades väikest töökohtade arvu kasvu;
- **majutuses ja toitlustuses** ning kaubanduses tajuvad tööandjad samuti **suurt tööjõupuudust**, mis on siiski **seotud enam suure volavuse**¹⁰⁸, **töö iseloomu ning töötingimustega**; just töötingimused ja palgatase majutuses ja toitlustuses tekitavad värbamisraskusi;
- välistööjõu kaasamine Eesti tööturule on viimasel kümnendil aasta-aastalt kasvanud, 2021. aastal oli majutuse ja toitlustusse valdkonna välistööjõu osakaal 5%.

„Majutuse, toitlustuse ja turismi **“spetsialistid ja juhid“ ametialagrupis ei prognoosita OSKA uuringus**¹⁰⁹ **hõivemuutust** (mitu inimest kokku töötab nendel ametikohtadel) **perioodil 2022–2031**, kuid kõikide ametikohtade puhul on prognoos 1,7% kasvuks. Tõdetakse, et pensionile jääjate asendusvajadus on sel perioodil 20%, seda tööjõu volavust arvestamata. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi tööjõuvajaduse- ja pakkumise prognoosi kohaselt on töötajate volavus majutuse ja toitlustuse tegevusaladel keskmisest kõrgem, 34% töötajast töötas kaks aastat järjest ühe tööandja juures.¹¹⁰ Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi prognoos ühtib OSKA hinnanguga hõivatute arvu muutuse poolest ehk MKM prognoosis, et hõive järgmisel 10 aastal oluliselt ei muutu (+1%).

2023/2024. õppeaasta seisuga antakse haridust turismisektoriga seotud tegevusaladel kokku 19 õppeasutuses, neist 4 on kõrgkooli ja 15 kutsekooli.¹¹¹ 2018. aasta OSKA uuringu¹¹² järgi ületab majutuses, toitlustuses ja turismis tervikuna **koolituspakkumine** (tasemeõpe ja täiendkoolitus) **arvuliselt uue tööjõu vajadust kõikides alavaldkondades**, näiteks toitlustuse alavaldkonnas ületas pakkumine nõudlust ligi 40%. Vaatamata koolilõpetajate arvulisele ülepakkumisele tunnetasid uuringu kohaselt tööandjad suurt tööjõupuudust, eriti teenindustöötajatest. Uuringusse kaasatud eksperdid nägid tööjõunappuse põhjustena:

¹⁰⁷ Rosenblad, Y., Leoma, R., & Krusell, S. (2022). OSKA üldprognoos 2022–2031. Ülevaade Eesti tööturu olukorrast, tööjõuvajadusest ning sellest tulenevast koolitusvajadusest. SA Kutsekoda. <https://oska.kutsekoda.ee/uuring/oska-uldprognoos-2022-2031/> (vaadatud 13.03.2024).

¹⁰⁸ Aruande järgi mõjutab tööjõu suur volavus tööjõuvajadust enim lisaks majutuses ja toitlustuses ka haldus- ja abitegevuste ning kinnisvara alal, ehituses, kaubanduses ja töötlevas tööstuses.

¹⁰⁹ Rosenblad, Y., Leoma, R., & Krusell, S. (2022). OSKA üldprognoos 2022–2031. Ülevaade Eesti tööturu olukorrast, tööjõuvajadusest ning sellest tulenevast koolitusvajadusest. SA Kutsekoda. <https://oska.kutsekoda.ee/uuring/oska-uldprognoos-2022-2031/> (vaadatud 13.03.2024).

¹¹⁰ Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. (2021). Tööjõuvajaduse ja -pakkumise prognoos aastani 2029. https://public.tableau.com/views/Prognoos2029/Sissejuhatus?%3Aembed=y&%3AshowVizHome=no&%3Adisplay_count=no&publish=yes&language=et (vaadatud 13.03.2024).

¹¹¹ Haridus- ja Teadusministeerium. Haridussilm. Tasemeharidus. Loo ise juhtimislaud. Kutse- ja kõrgharidus. <https://www.haridussilm.ee/ee/tasemeharidus/oppetasemed/loo-ise-juhtimislaud/loo-ise-juhtimislaud-kutse-ja-korgharidus> (vaadatud 16.08.2024).

¹¹² Lepik, I., Uibopuu, M., & SA Kutsekoda. (2022). Tulevikuvaade tööjõu- ja oskuste vajadusele: majutus, toitlustus ja turism. Seirearuanne. SA Kutsekoda. <https://oska.kutsekoda.ee/wp-content/uploads/2019/02/OSKA-MTT-seirearuanne-aug-2022.pdf> (vaadatud 13.03.2024).

- majandustsükli mõju (madal töötuse määr),
- noorte muutunud ootusi tööle (tööaeg ja -tingimused, lühenenud töösuhte pikkus jne),
- tagasihoidlikku palgataset (sh ümbrikupalga maksimine),
- lõpetajad ei asu erialasele tööle, ei jää sinna püsima või lahkuvad kõrgema palgatasemega valdkondadesse või välisriikidesse.

Koroonapandeemia ei muutnud olukorda paremaks. 2022. aasta seisuga¹¹³ kutseharidusõppe turismiõppekavade lõpetanutest töötas erialasel tööil kooli lõpetamise järgselt ühe aasta pärast 37,7% ja viie aasta pärast 23,9%, kõrghariduse õppekavade puhul on vastavad näitajad 20,8 ja 16,9%.

Tööturgu hakkavad üha rohkem mõjutama praeguste noorte eelistused. Globaalse tehnoloogiaettevõtte Wise tellitud Norstati uuring 2023. aastal näitas, et ülekaalukalt 16–19-aastastest soovivad tulevikus ise oma töökorralduse üle otsustada ning kontoriga seotud hüvedest ja ettevõtte osalusest tähtsamaks peetakse kõrgemat palka.¹¹⁴ See on vastavuses üldiste globaalsete trendidega. 2023. aasta Deloitte'i uuringu kohaselt pani koroonapandeemia Z-põlvkonda ja milleniumlasi (Y-põlvkond) ümber mõtestama töö rolli oma elus: kuigi 49% Z-põlvkonnast ja 62% Y-põlvkonnast ütlevad, et töö on nende identiteedi keskmes, panevad nad suurt rõhku töö ja eraelu tasakaalule, mis on nende peamine kaalutlus tööandjat valides.¹¹⁵ Sama uuringu järgi soovivad Z-põlvkond ja Y-põlvkond paindlikkust töökohtade ja tööaegade valikul parema tasakaalu saavutamiseks ja nad sooviksid, et nende tööandjad pakkuksid paremaid karjääri võimalusi osalise tööajaga töötajatele, rohkem osalise tööajaga töökohti üldiselt ning võimalust paindlikumateks tööaegadeks täistööajaga töötajatele, näiteks võimalust töötada kokkulepitud neljapäevastes töönädalates.

Millist lahendust on seni pakutud Eesti tööjõukriisile? Seda võtab kokku OSKA üldproгноos 2022–2031¹¹⁶, kus pakutakse üldist lähenemist tööjõuvajaduse lahendamisele kogu majanduses ehk mitte ainult majutuses ja toitlustuses. Nentides, et olukorda võivad (ajutiselt) muuta sõjapagulased, rõhutatakse, et **ärimudeleid on vaja kohandada piiratud tööjõu kättesaadavusele vastavaks, arvestada tööelu pikenedes töötingimuste loomisel eri eärühmade vajadustega ning tagada head täiendus- ja ümberõppevõimalused.**

Valik meetmetest, mis aitavad olukorra leevendamisele kaasa:

- **Kutsehariduse reform**, mille eesmärk tõsta üldhariduse osakaalu, viia kutsekeskhariduses õppeaeg neljale aastale, laiendada erialavalikut ning muuta kutseõpe paindlikumaks ja personaalsemaks.¹¹⁷
- **Kutsesüsteemi reform**, mille abil minnakse üle oskuspõhisele lähenemisele, mis aitab haridus- ja töömaailma senisest sujuvamalt tervikuks siduda.¹¹⁸

¹¹³ Turismistrateegia tulemuste aruanne 2022. aastal.

¹¹⁴ Personaliuudised.ee. Palk või paindlikkus? Wise selgitas välja, mida noored tahavad. 31. august 2023.

<https://www.personaliuudised.ee/uudised/2023/08/31/palk-voi-paindlikkus-wise-selgitas-valja-mida-noored-tahavad> (vaadatud 01.04.2024).

¹¹⁵ Deloitte. 2023 Gen Z and Millennial Survey.

<https://www.deloitte.com/global/en/issues/work/content/genzmillennialsurvey.html> (vaadatud 01.04.2024).

¹¹⁶ Rosenblad, Y., Leoma, R., & Krusell, S. (2022). OSKA üldproгноos 2022–2031. Ülevaade Eesti tööturu olukorrast, tööjõuvajadusest ning sellest tulenevast koolitusvajadusest. SA Kutsekoda. <https://oska.kutsekoda.ee/uuring/oska-uldproгноos-2022-2031/> (vaadatud 13.03.2024).

¹¹⁷ Õpetajate Leht. Mis on plaanitava kutsehariduse reformi eesmärk? 24. oktoobril 2023. <https://opleht.ee/2023/10/mis-on-plaanitava-kutsehariduse-reformi-eesmark/> (vaadatud 13.03.2024).

¹¹⁸ Haridus- ja Teadusministeerium. Oskuste süsteem seob haridus- ja töömaailma paindlikumalt ühte. 21. detsembril 2022. <https://www.hm.ee/uudised/oskuste-susteem-seob-haridus-ja-toomaailma-paindlikumalt-uhte> (vaadatud 13.03.2024).

- **Roheoskuste programm**, mille abil toetatakse ettevõtete roheüleminekuks vajalike oskuste arendamist, eeskätt nende oskuste, mis hõlmavad nii üldoskusi, kui ka erialaspetsiifilisi roheoskusi.¹¹⁹
- Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium arendab **koostööd** tööturu valdkonna **osapooltega** (näiteks ministeeriumi tööstuse valdkonnaga, Haridus- ja Teadusministeeriumiga, Eesti Töötukassaga) ning korraldab **turismihariduse ümarlauda**, mille eesmärk on tuua kokku turismiharidusega seotud osapooli turismihariduse aktuaalsete teemade ja arengusuundade arutamiseks lõppeesmärgiga, et turismis oleks piisavalt vajalikku professionaalset tööjõudu.
- Sektoris **töötingimuste pайдlikkuse suurendamine**, Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi ja sotsiaalpartnerite koostöös (nt muutuvtunnilepingute võimaldamine vastavalt katseprojekti mõjuanalüüsi tulemusele).¹²⁰
- Teaduse ja turismi seos on oluline, et mõista turismi arengut, mõju ja tuua innovatsiooni sektorisse. Doktoritööd, teaduspublikatsioonid ja teaduspreemiad aitavad luua uut teadmust ja rakendada teadus- ja arendustegevust turismis. Teaduslik panus on hädavajalik, et arendada kestlikke, innovaatilisi ja efektiivseid turismipoliitikat ja -praktikaid. Vähene doktoritööde arv turismivaldkonnas näitab, et Eestis ei ole just palju teadlasi ja uurijaid, kes on pühendunud sektori süvaanalüüsile.

¹¹⁹ Haridus- ja Noorteamet. *Roheoskuste programm*. <https://harno.ee/roheoskuste-programm> (vaadatud 13.03.2024).

¹²⁰ See ülesanne on märgitud nii Vabariigi Valitsuse tegevusprogrammis 2023-2027 kui 2024. aastal valminud pikaajalises vaates majandusele „2024 Majanduspoliitika plaan“.

Lisa 8: Taustaanalüüs turismi hetkeolukorrast

Eesti turismi taustaanalüüsi teostas Eesti Rakendusüuringute Keskus CentAR ja see on leiatv [siit](#) või koduleheküljelt: [TURISMI PIKK VAADE - TAUSTAANALÜÜS - Centar](#).

Lisa 9: Eesti turismi võimalikud tulevikustsenaariumid - avastades tulevikke

Turismi pika vaate tulevikeseire protsessi teine etapp oli alternatiivsete **tulevike kujutlemine** – milline võib Eesti turism aastal 2035 olla. Enne visiooni loomist koostasime eksperdikogu abil kolm erinevat stsenaariumi. Nende stsenaariumide roll ei olnud niivõrd mõnda neist visiooni sõnastuseks üle võtta, kuid pigem näitasid need turismi tuleviku võtmetegureid ja võimalikke erinevaid arengusuundi. Stsenaariumides avaldub rohkem üks või teine areng ning selle abil näeme, millised erinevad tulevikud võivad meid ees oodata. Visioon kombineerib siiski elemente igast stsenaariumist.

Stsenaariumide töötoas selgusid viis olulisemat võtmetegurit, mis hakkavad Eesti turismi tulevikku enim mõjutama:

- **rahvusvahelised ühendused** – kas Eestisse reisimisel on tulevikus kesksel kohal lennuühendused või võib erinevate keskkonnahoiuga seotud regulatsioonide ja tarbijaeelistuste muutumisel lisaks lennureisidele olla kaalukauss erinevat tüüpi ühenduste kasutamise suunal kaldu (laevareisid, rongireisid jne);
- **Eesti turismikeskused ja piirkondlik jaotus** – kas turism on tulevikus koondunud peamiselt Eesti suurematesse linnadesse (Tallinn, Tartu) või jõuavad Eestit külastavad inimesed ka vähem asustatud piirkondadesse mujal Eestis;
- **tehnoloogia ja personaalsus** – kas Eesti turism on tulevikus tehnoloogiakeskne, andes maad veelgi suuremale iseteenindusvõimaluse osakaalule või on meil oskus tehnoloogilisi võimalusi täiendada personaalse silmast-silma klienditeenindusega;
- **Eesti rahvusvaheline kuvand** – kas tulevikus nähakse meid osana põhjamaadest, oleme pigem baltikumi kuvandiga või meil on kõigist teistest tugevalt eristuv kuvand;
- **turismitooted Eestis** – kas turismitooted on Eestis pigem ühetaolised või mitmekesised, olles säilitanud meile omase eheduse ja omapära;
- **kestlikkuse standardid** – kas me eeldame tuleviku osas ühtset kestlikkuse standardit või oleme küll kestlikud, kuid omamoodi ja kiiksuga.

Võtmetegurite arutelus kerkis esile kolm keskset teemat, mille edasine areng mõjutab ka eelmainitud tegurite arenguid:

- **reisikogemuse sujuvus** – kas Eesti külastaja reisikogemus on sujuv ehk digitaalsed ja füüsilised ühendused on kasutaja jaoks mugavad, nähtamatud ja personaalsetele eelistustele vastavad; lihtne on leida ja broneerida endale huvipakkuvaid teenuseid ja jõuda vajalikku kohta **VÕI reisikogemuse killustatus** – raske on leida infot, on palju erinevaid infoportaale ja teenusplatvorme, mis omavahel infot ei jaga.
 - Selle teguri arengust sõltub see, kas Eesti turism on tulevikus **linnakeskne või jõuavad külastajad ka linnadest välja vähem asustatud piirkondadesse**;
- **ühtne kestlikkuse standard** – eeldame, et kestlikkus on turismivaldkonnas edaspidi kasvava tähtsusega, kuid on ei ole selge, kas eeldame ühtse kestlikkuse standardi kujunemist ja olulisust või on hinnatud Eesti omamoodi kiiksuga kestlikkus.

Eesti turismi kolm stsenaariumi:

Majanduskeskused Tallinn ja Tartu

Selline stsenaarium võib tekkida olukorras, kus meie majandusel läheb võrdlemisi hästi ja oleme atraktiivsed; kus oluliseks muutub rahvusvaheliselt tunnustatud kestlikkuse- ja kvaliteedistandard, kuid millesse investeerida jaksavadki peamiselt suurte linnade teenuspakkujad; kus digitaalsus tekitab pigem palju vastandlikku infot ja me ei suuda selle abil

luua ühtset reisikogemust. Selles stsenaariumis jätkub turismi koondumine peamiselt Tallinnasse ja Tartusse. Turism areneb peamiselt ärikülastuste, konverentside ja teiste majanduslike sündmuste ümber. Tallinn ja Tartu on rahvusvaheliselt hästi ühendatud, kuid Eesti-sisised sihtkohad ei ole kas hästi ühendatud või hästi leitavad. Puuduvad ühtsed digilahendused, mis ühendaksid kogu reisi, mistõttu turismikogemus jääb killustatuks. Külastajad puutuvad kokku mitmete eraldiseisvate platvormidega, mis takistavad sujuvat ja mugavat reisikogemust.

Plussid:

- Suurenev külastajate arv tõmbekeskustes, mis toob kaasa majandusliku kasvu.
- Tallinnas ja Tartus arenevad kõrge kvaliteediga teenused, mis vastavad Põhjamaade kestlikkuse standarditele.
- Peamisteks külastajateks on elamus-, heaolu-, toidu- ja ärireisijad ning diginomaadid.

Miinused:

- Väiksemad piirkonnad on vähese külastatavusega ja piirkondlik ebavõrdsus suureneb.
- Turismist saadav tulu ei jaotu ühtlaselt üle Eesti.
- Puudulike ühenduste tõttu valivad külastajad looduse nautimiseks pigem teisi riike, mitte Eestit.

Nordic Estonia

Selle stsenaariumi realiseerumist võime näha, kui jätkuvate kliimamuutuste taustal hakatakse hindama väga kõrgeid ja üle-Euroopaliste kestlikkuse standardeid, mis eeldavad mahukaid investeeringuid. Samuti on stsenaariumi eeltingimuseks ühtse reisikogemuse tekkimise võimalus – andmepõhise reisiteekonna planeerimise ja transpordivõimaluste koostoime.

Eesti turismi iseloomustava kõrge kvaliteediga kestlikud elamused, mis vastavad Põhjamaades tuntud turismitoodete kvaliteedile. Tehnoloogia ja digilahenduste abil toimib sujuv reisikogemus, mis ühendab transpordi, majutuse ja elamused. Kuigi reisid ei piirdu ainult Tallinnaga ja külastajad jõuavad kaugematesse piirkondadesse, suudavad eeldatavat standardit pakkuda peamiselt suuremad turismiettevõtted. Koondumine suurte ja võimekate ümber võib ohustada kohalikke eripärasid ja väiksemate ettevõtete konkurentsivõimet.

Plussid:

- Külastajate arv ja turismitulu kasvavad tänu kõrgele kvaliteedile
- Arendatakse välja tõhusad ja keskkonnasõbralikud lahendused
- Eesti rahvusvaheline kuvand põhineb Põhjamaade kvaliteedil ja kestlikkusel

Miinused:

- Väiksematel ettevõtetel puudub võimekus teha suuremaid investeeringuid
- Ühetaolisuse oht võib pärssida kohalike eripärade ja unikaalsuse säilitamist
- Püüe vastata Põhjamaade standarditele võib jätta tähelepanuta Eesti eripära ja identiteedi

Vähem on rohkem

Selle stsenaariumi eelduseks on, et kestlikkus on küll oluline, kuid ei kujune ühtset kõrget kestlikkuse standardit – ka Eesti ajalooliselt väljakujunenud praktikad (näiteks kuivkäimla) on atraktiivsed ja nende unikaalsus on hinnatud. Eeldame, et oleme suutnud digitehnoloogiate ja

transpordi arengu pöörata sujuva reisikogemuse loomise võimaluseks. Lisaks on stsenaariumi eelduseks, et maailmas on mure kliima pärast või üldine kehv majanduslik olukord viinud selleni, et reisitaksegi üldiselt vähem.

Eesti turism keskendub kvaliteetsele ja ainulaadsele kogemusele, mida pakutakse ka väljaspool suurimaid linnu. Tehnoloogilised lahendused tagavad sujuva reisimise ning andmepõhised teenused võimaldavad külastajatel avastada ka vähem tuntud piirkondi. Väikesed turismiettevõtted saavad digitaalse toe abil edukalt turul konkureerida ja pakkuda külastajatele eripäraseid elamusi. Kuigi külastajate koguarv väheneb, panustavad külastajad kohalikku majandusse ja naudivad autentsust ning unikaalsust, mida Eesti pakub.

Plussid:

- Üle-Eestiline turism ja sujuv reisikogemus soodustavad piirkondlikku arengut
- Väikesed turismiettevõtted saavad digilahendustest tuge ja suudavad pakkuda eripäraseid elamusi
- Eesti unikaalsus ja kohalikud eripärad on konkurentsieelis

Miinused:

- Kokkuvõttes väheneb külastajate arv, mis mõjutab negatiivselt ka turismitulu.
- Turismiettevõtted peavad pingutama, et kohaneda muutuvate nõudmistega ja piiratud ressursidega.
- Turismi roll majanduses väheneb, kuna rõhk on kvaliteedil ja mitte kvantiteedil.

Millisena näevad Eesti turismi tulevikku turismivaldkonnas tegutsejad?

15.11-10.12.2023 oli avatud veebiküsitlus turismiasjalistele. Küsimustikku jagati lisaks mkm.ee/turism2035 kodulehele kõikidele erialaliitudele, ministriumidele, seotud allasutustele, EAS ja Kredex Ühendasutusele, turismiharidust pakkuvatele koolidele, sihtkohtade arendusorganisatsioonidele (DMOd) jne. Kokku saadi 145 vastust, neist 45,5 % seega oli küsitlusel üldiselt hea regionaalne kaetus. Vastajatest 46% olid ettevõtjad, 17% riigiasutused, 16,% turismiharidust pakuvad haridusasutused.

Küsimustikus oli 7 sisuküsimust, mille eesmärk oli mõista, mis mõjutab vastajate arvates enim Eesti turismi tulevikku, milline on vastajate arvates turism aastal 2035, millised on takistused ja võimalikud arengud eesmärkide saavutamisel. Soovisime ka teada, mille poolest on Eesti turismiriigina aastal 2035 maailmas tuntud? Siin on mõned näited vastustest peegeldamaks vastajate mõtteid:

- ligipääsetava ja huvitava sihtkohana, kus on säilinud metsad ja loodus ja on võimalik nautida loodusturismi
- oma kultuuri säilitamise poolest. Vanad kombes on jätkuvalt aus ja kasutusel ja isetegemine ei kao kuskile
- kompaktsuse ja külalislahkuse poolest, samuti erinevate kogukondade poolest
- puhta looduse ja kestlike lahendustega armas väga eriline väike riik, mis eristub modernsete ja ka autentsete turismiettevõtetega teistest. Eestis on palju teha igas vanuses ja päritolu turistidel, siin on väga lai skaala festivale, elamusmajutust, suurepäraseid restorane ja hotelle, pereatraktsioone

Lisa 10: Arengueeldused: kestlikkus, digi- ja innovatsioonipööre turismis ja ettevõtluskeskkond

Turismi areng peab olema kooskõlas kõigi ÜRO säästva arengu eesmärkidega. Turismisektoril on suur potentsiaal nendesse eesmärkidesse panustamisel. Turismi pika vaate 2025 - 2035 eesmärgiks on eelkõige keskenduda järgmiste eesmärkide saavutamisesse 4, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15 ja 17 (vt ka lisa nr 11).

Kestlikkus, roheüleminek, digipööre ja innovatsioonipööre on omavahel tihedalt seotud olulised muutused ja tuleviku suunajad. Kestlikkus on üldine eesmärk, mille poole püüeldes tuleb saavutada majanduslik, sotsiaalne ja keskkondlik tasakaal. Roheüleminek keskendub keskkonnasäästlikule arengule, vähendades süsinikuheitmeid ja edendades loodusressursside säästlikku kasutamist. Digipööre toetab neid eesmärke, pakkudes tõhusaid digitaalsete tehnoloogilisi lahendusi, mis aitavad optimeerida ressursikasutust ja parandada otsustusprotsesse. Innovatsioonipööre tähendab aga uute tehnoloogiate ja ärimudelite juurutamist, mis toetavad nii kestlikkust kui ka roheüleminekut, edendades samal ajal majanduse ja ühiskonna konkurentsivõimet.

Kestlikkus

Kestlik turism arvestab majanduslike, sotsiaalsete ja keskkonnamõjudega, tagades nii külastajate kui ka kohalike kogukondade heaolu. Selle eesmärk on säästa loodusressursse, säilitada kultuuripärandit ja tagada pikaajaline majanduslik kasu. Nii aitab turism kaasa keskkonna ja ühiskonna pikaajalisele heaolule.

UNWTO¹²¹ määratluse järgi kestlik turism:

- kasutab keskkonnaressursse optimaalselt, toetades olulisi ökoloogilisi protsesse ning hoides looduspärandit ja bioloogilist mitmekesisust;
- austab sihtkoha kogukondade sotsiaalkultuurilist autentsust, hoiab nende loodud ja elavat kultuuripärandit ja traditsioonilisi väärtusi ning aitab kaasa kultuuridevahelisele mõistmisele ja sallivusele;
- kindlustab elujõulise ja pikaajalise majandustegevuse, võimaldades kõigile huvirühmadele õiglaselt jaotatud sotsiaalmajanduslikke kasusid, sh stabiilseid töökohti, sissetuleku teenimise võimalusi ja sotsiaalteenuseid sihtkoha kogukondadele, ning aidates kaasa vaesuse leevendamisele.

Roheüleminek:

Eesti on seadnud 2035. aastaks järgmised eesmärgid, mis mõjutavad ka Eesti turismisektorit ja on ka turismisektorile sihiks:

- kasvuhoonegaaside netoheitkoguse maht kuni kaheksa miljonit tonni CO2 ekvivalenti aastas;
- taastuvenergia osatähtsus energia lõpptarbimises 65%;
- suurendada ringleva materjali määra kogu materjalikasutuses 30%-ni ning
- suurendada 55%-ni nende tööga hõivatud inimeste arvu, kes käivad iga päev tööl ühissõidukiga, jalgrattaga või jalgsi.

Turismi roheüleminek keskendub süsinikujalajälje vähendamisele nii kohalikul kui ka globaalsel tasandil. Transpordisektor ja turismiettevõtjad peavad tegema koostööd, et muuta reiseid ja teenuseid keskkonnasõbralikumaks. Hinnanguliselt pärineb 25% turismi süsinikujalajäljest sihtkohapõhisest ettevõtlusest (teenused ja kaubad, mida ostetakse

¹²¹ What is "Sustainable Tourism"? UNWTO, 2021, [What is "Sustainable Tourism" ? | UN Tourism \(unwto-ap.org\)](https://www.unwto.org/en/what-is-sustainable-tourism)

sihtkohas) ja 75% transpordist, sealhulgas reisimisest sihtkohta ja sealt tagasi.¹²² See tähendab, et kohalik turismisektor peab jätkama otseste ja kaudsete heitmete vähendamist kõigis oma harudes. Transpordisektor – nii era- kui ka avalikud osapooled – peab võtma vastutuse oma valdkonna roheliseks muutmise eest.

Kohalikul tasandil on oluline vähendada heitmeid igas turismi harus. See tähendab taastuvenergia kasutamist, jätkusuutlikke tarneahelaid, ringmajanduse edendamist ja keskkonnateadlikkuse suurendamist. Oluline on vähendada jäätmeid, toetada kohalikke kogukondi ja kohandada turism kliimamuutuste mõjudele.

Digipööre

Digitaliseerimine toimub kõigis ühiskonna valdkondades, mõjutades ka turismi pakkumist, nõudlust ja toimimissüsteeme (efektiivsed toimingud, andmed ja nende põhjal parem turu mõistmine, digitaalsed teenused, hea digileitavus jt). See soodustab uute ärimudelite tekkimist ning muudab suhtlust turgude, tarnijate ja klientide vahel. Digitaliseerimine muudab ka konkurentsiolekorda, vähendades vahendajate arvu ja turujõudude jaotust. Standardiseeritud andmekogumid ja omavahel seotud andmed loovad aluse tõhustamiseks ettevõtlust ja toetamiseks konkurentsivõime kasvu ja innovatsiooni koostöös teiste tööstusharudega. McKinsey Digitali hinnangul võivad ettevõtjad, kes terviklikult kasutavad ära digitaalseid ja analüütilisi võimalusi, näha kuni 25% kasumi kasvu.

Eesti majanduse konkurentsivõime ekspertkogu on oma 2024. aasta aruandes välja, et automatiseerimine on seda rakendanud Eesti ettevõtete seas suurendanud tootlikkust keskmiselt 22%, kuid kui sellega käisid kaasas ka organisatsioonilised uuendused, oli kasv 38%. Tootlikkus korreleerub väga tugevalt ettevõtete digitaliseerituse tasemega. Kui tahame jõuda 110%ni EL keskmisest tootlikkuses, siis tuleb oluliselt tõsta ettevõtete digitaliseeritust.¹²³

Lisandväärtus on otseselt seotud teenuse väärtusahela digitaliseerituse tasemega. Perioodil 2014–2019 suurenes Euroopa Liidu riikides ettevõtjate lisandväärtus (korrelatsioon 0,98%)¹²⁴ (vt joonis 10).

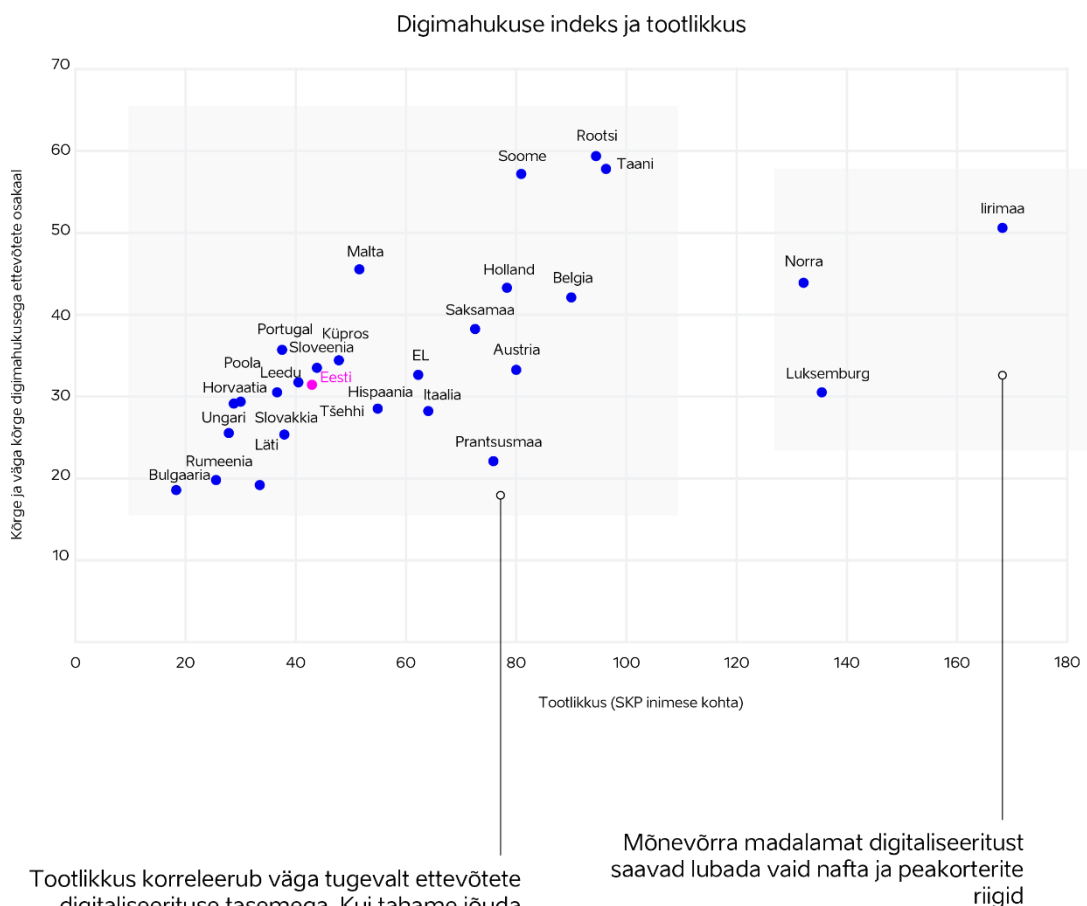
¹²² World Tourism Organisation, 2019. Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results: [Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results \(e-unwto.org\)](https://www.e-unwto.org/related/CO2-Emissions-of-the-Tourism-Sector-Modelling-Results)

¹²³ Eesti majanduse olukord ja väljavaated. Konkurentsivõime eksperdikogu raport Riigikogule.

¹²⁴ Chenic Alina Ștefania *et al.* The Impact of Digitalization on Macroeconomic Indicators in the New Industrial Age. – Electronics. 2023 Mar 29; 12(7):1612. DOI:[10.3390/electronics12071612](https://doi.org/10.3390/electronics12071612)

Kus oleme võrreldes teiste riikide ettevõtetega

(DESI/DII andmed)



Tootlikkus korreleerub väga tugevalt ettevõtete digitaliseerituse tasemega. Kui tahame jõuda 110%ni EL keskmisest tootlikkuses, siis tuleb oluliselt tõsta ettevõtete digitaliseeritust

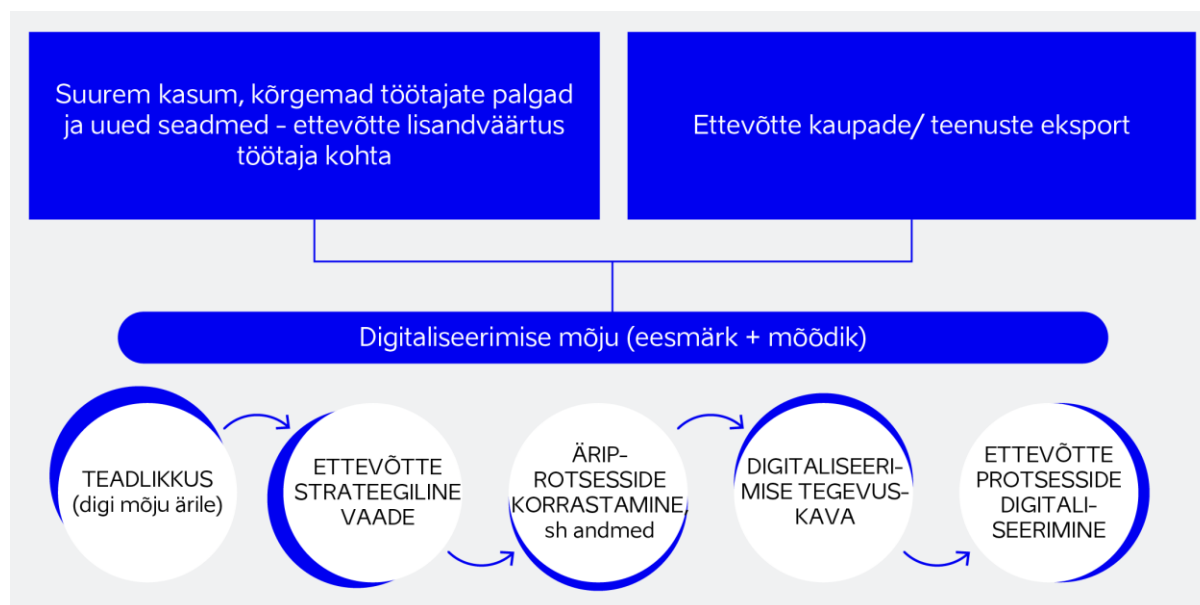
Joonis 10. Ettevõtete digitaliseeritus eri riikide võrdluses DESI⁴ järgi. Allikas: Eurostat

ELi ettevõtete digitaliseeritust mõõdetakse digitaalmajanduse ja -ühiskonna indeksi (DESI125) alamkategooriana. 2022. a andmete alusel on Eesti ettevõtted digitaliseerituselt ELi 27 liikmesriigi võrdluses 15. kohal, olles ELis aasta võrdluses langenud kuus kohta (vrdl:

¹²⁵ Digitaalmajanduse ja -ühiskonna indeks (ingl *Digital Economy and Society Index*, DESI) on liitindeks, millega mõõdetakse ELi liikmesriikide edusamme digitaalmajanduse ja -ühiskonna suunas liikumisel. Indeks jälgib ELi liikmesriikide digitaalse konkurentsivõime arengut sellistes valdkondades nagu inimkapital, lairibaühendus, digitehnoloogia integreerimine ettevõtetes ning digitaalsed avalikud teenused. Alates 2023. aastast ja kooskõlas 2030. aasta digikümneni poliitikaprogrammiga on DESI nüüd lõimitud [digikümneni aruandesse](https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/digital-economy-and-society-index-desi-2022) ja seda kasutatakse digieesmärkide saavutamisel tehtud edusammude jälgimiseks. Vt <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-estonia>

aastal 2021 olid Eesti ettevõtted oma digitaliseerituse taseme poolest ELis 9. kohal)¹²⁶. Samas on Eesti riigi avalikud teenused DESI alusel Euroopa parimad ja Eesti paikneb avalike teenuste digitaliseerimise arvestuses ELis esikohal.

Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium algatas 2023. aastal ettevõtete digitaliseerimise ministeeriumide ülese kaardistusprotsessi, et paremini mõista ettevõtete hetkeolukorda, pakutavaid teenuseid, pakutavaid toetusi ning poliitikakujundamise tuleviku sekkumisi. Ettevõtete digitaliseerimise toetamiseks on palju erinevaid meetmeid ja tegevusi nii riigi kui ka erasektori poolt. Digitaliseerimine on ettevõtete vaates üks olulisemaid arengusuundi; peamised kogemused on üksikute protsessi osade digitaliseerimisel, vähem ettevõtete protsesside terviklik digitaliseerimisega; positiivsena on välja tulnud, et digilahenduste, sh tarkvara pakkumine, on osades valdkondades hea (vt joonis 11).



Joonis 11: Ettevõtete digitaliseerimine: Miks? Kuidas?

Allikas: Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium, 2024

Peamiste väljakutsetena selgus, et ettevõtetel puudub:

- strateegiline vaade ja teadlikkus, kuidas digitaliseerimise toel oma äri kasvatada ja tõhustada;
- äriprotsesside terviklikkus, sh protsesside aluseks olevad andmed;
- ettevõtetel puudub majasisene teadmine, kuidas siduda ettevõtte strateegia digitaliseerimise strateegiaga;
- kuidas korraldada äriprotsesse, sh andmepõhisus, koostada terviklik digitaliseerimise tegevuskava, sh valida tark- ja riistvara, tehnoloogilisi ja infoturbe lahendusi ning kasutusele võtta andmepõhised lahendused;
- ettevõtete puudub oskus valida digilahendusi;
- ettevõtete digilahendused ei moodusta tervikut ja olemasolevate osade liidestamine nõuab, kas uusi investeeringuid või ümbertegemist;
- ettevõtete nõustamiseks on erapooletu mentorlus vähene ja kalline;
- turul puuduvad (kõik) valdkondlikud täislahendused ja ettevõtte vajadustele vastav ja hinnalt sobiv arenduskoostöö.

Väljakutseid on ka riigi vaates, kuna digitaliseerimise teenuspakkujate võrgustik on killustatud; riigi toetusmeetmeid on küll arvukalt, aga neis on ettevõtjatel raske orienteeruda, liiatigi on meetmed kord avatud taotlemiseks kord jälle kinni; meetmed ei pruugi vastata ka ettevõtete

¹²⁶ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/desi-estonia>

tegelikele vajadustele, sh agiilsus, etapiviisilised arendustegevused, erinevate meetmete kasutamine vastu ettevõtte digieesmäärke; erinevad meetmed on ka erinevate nõuetega, nt infoturve, puudub skaleeritavus. Fookus liialt digitaliseerimisprotsessil endal (vt joonis 12).

Ettevõtete digitaliseerimise hetkeolukorra kirjeldamiseks võib välja tuua viis etappi:

1. paberil ja/või Excelis tegutsevad ettevõtted;
2. üksikud protsessi osad on digitaliseeritud, nt üksiktarkvara (raamatupidamine);
3. mitmed protsessi osad ja/või töövood on digitaliseeritud. Puudub tervik ja liidestatus, võivad olla kasutusel vananenud tark- ja riistvaralahendused;
4. mitmed protsessi osad ja/või töövood on digitaliseeritud ning mitmed liidesed loodud. Tervik puudub;
5. täisdigitaliseeritud ettevõtte, kes kasutab vastavalt valdkonnale ja vajadustele sobivaid digilahendusi. Vajadusel arendab ise või on teadlik digiteenuse tellija.



Joonis 12: Ettevõtte protsesside digitaliseerimine

Allikas: Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium, 2024

Kuna turismi – nagu kõiki teisi valdkondi – mõjutab digitaliseerimise areng, peab ka turismisektor pöörama tähelepanu tööprotsesside automatiseerimisele ja digitaalsele andmeedastusele nii riigi kui ka koostööpartneritega, *online* -kättesaadavusele, digiturundusele, personaliseeritud teenustele ja andmetele, nüüdisaegsete tehnoloogiate kasutuselevõtule.

Turismisektori digitaliseerimise järgnevate suundade elluviimine annavad tugeva aluse turismi pika vaate eesmärkide saavutamiseks ning suurendavad Eesti turismisektori konkurentsivõimet ja efektiivsust tulevikus:

1. Turismiettevõtete sisemine digitaliseerimine:

- Andmehaldus ja CRM-süsteemid: Tõhustatud CRM-i kasutuselevõtt, kus andmeid kogutakse ja analüüsitakse süstemaatiliselt, et parandada klientide segmenteerimist, personaalsust ja klienditeenindust.
- Oskuste arendamine ja andmeanalüüs: Vajadus investeerida töötajate koolitusse, et arendada analüüsivõimekust ja andmepõhist otsustamist. Eriti oluline on digitaalsete tööriistade kasutamise oskus ning arusaam kliendiandmete kasutamisest, et prognoosida ja ennetada turismitrende.

- Automatiseerimine ja protsesside digitaliseerimine: Tööprotsesside automatiseerimine (nt broneeringud, arveldamine) aitab säästa aega ja suurendab teeninduse kiirust ja kvaliteeti. Olulised on ka AI-lahendused, mis suudavad prognoosida ressursivajadusi ja kliendikäitumist.
- Küberturvalisus ja andmekaitse: Digitaliseerimine nõuab selget tähelepanu andmekaitsele, eriti kui kasutatakse isikuandmeid. Küberturvalisuse tõhustamine on hädavajalik, et hoida klientide ja ettevõtte andmeid turvalisena.

2. Turismiettevõtete omavahelise andmevahetuse valmiduse ja andmete standardiseerimise (reaalajamajndus, *Real Time Economy*) edendamine ning andmeruumidest kasusaamine:

- Ettevõtetes loodavad andmed peavad olema kasutatavad andmeruumides ja ühildatavad teiste ettevõtete andmetega. Selleks on oluline luua standardid andmete formaatide ja sisu osas.
- Andmeruumid peaksid toetama turismiettevõtete andmete analüüsimisel ja nende integreerimisel strateegiliste otsuste tegemisse. Selleks on vaja investeerida andmeruumi platvormide arendamisse ja ettevõtete oskustesse nende kasutamiseks.
- Turismiettevõtete võimekus jagada andmeid reaajas (nt broneeringute ja külastajavoogude kohta) suurendaks operatiivset koostööd ja teenuse järjepidevust. Andmete jagamine võimaldab näiteks paremat koormuse hajutamist populaarsetes sihtkohtades.

3. Innovatiivsed digilahendused turistidele:

- Uued digilahendused, nagu nutikad giidid ja rakendused, pakuvad soovitusi vastavalt turisti huvidele ja käitumisele. Näiteks AI-põhised juhised ja tegevussoovitused on eelduseks personaalsete teenuste pakkumisele.
- Virtuaal- ja liitreaalsus (VR ja AR) võivad täiendada külastuskogemust pakkudes virtuaalseid tuure ajalooliste paikade või looduse vaatamisväärsuste kohta. Oluline on arendada ja pakuda ligipääsetavat sisu, mis sobib nii kohapealsetele kui ka distantstilt külastajatele.
- Innovatsioonile suunatud programmid ja inkubaatorid aitavad turismiettevõtetel koostöös IT-ettevõtetega arendada uusi lahendusi ja prototüüpe. Prioriteediks võiks olla ka koostöö ülikoolidega, et arendada uusi turismiteenuste lahendusi ja teadusmahukaid projekte, mis aitavad digitaliseerida turismi.

2021. aastal **Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse (EIS) poolt tehtud turismiettevõtete küsitlus** toetab seda vajadust (vt joonis 13).¹²⁷

Olulisemad leiud:

- + Vaid 37% ettevõtetest haldab kliendiinfot CRMis või mõnes muus tarkvaras.
- + 31% ettevõtetest kasutab e-maili oma ainsa broneerimis- ja müügikanalina.
- + Vaid 21%-l vastanutest on kodulehel online broneerimine.
- + Ressursside ja broneeringute haldamiseks on eraldi tarkvara vaid 23%-l vastanutest.
- + 40% vastanutest ei kasuta külastaja teekonna haldamiseks digitaalseid võimalusi (automaatkirjad, online check-in ja check-out, uksekaart, lisateenuste broneerimine, tagasiside analüüs jms).
- + Erinevad digilahendused on liidestatud täielikult või osaliselt 39%-l vastanutest.
- + Peamisteks takistusteks digitaliseerimise teekonnal peetakse aja, oskuste ja rahaliste vahendite puudumist

Joonis 13: Eesti turismisektori digilahendused aastal 2021

Eesti turismi pika vaate kaasamisprotsessist selgus turismiasjaliste soov pakkuda nii kohalikule kui külastajatele võrdselt kättesaadavat **nn kolme kliki Eesti** elamust, kus soovitud

¹²⁷ Ankeetküsitluse "Eesti turismisektori digilahendused" tulemus ja kokkuvõte, [PowerPoint Presentation \(visitestonia.com\)](https://www.visitestonia.com/en/press-releases/2021/09/01/eesti-turismisektori-digilahendused)

tooteid ja teenuseid pakutakse hüperpersonaalselt ja huvipõhiselt, need on digitaalselt lihtsasti leitavad ja ostetavad ning külaline ei pea ei veebis ega füüsiliselt ekslema, et soovitud teenuseni jõuda. Selline süsteem saab toimida piisavate digitaalsete oskuste ning turvalise ja reguleeritud tehisintellekti kasutamise võimekusel.¹²⁸

EL turismiandmeruum:

Euroopa Liit arendab turismi andmeruumi (*European Tourism Dataspace*), et edendada andmevahetust ja uuendusi turismisektoris. Andmeruumi eesmärk on lihtsustada avalike ja erasektori osapoolte vahelist koostööd, luues turvalise platvormi, kus ettevõtted ja riigiasutused saavad jagada ja kasutada erinevat tüüpi andmeid turismiteenuste arendamiseks, jätkusuutlikkuse suurendamiseks ja konkurentsivõime parandamiseks. Oluline osa on andmevahetuse hõlbustamine sektoris, võimaldades osalejatel pääseda ligi kvaliteetsetele andmekogumitele, mille kasutusõigusi ja ligipääsu tingimusi hallatakse kindlate kokkulepetega. Selles protsessis on olulised andmete anonüümiseerimine ja vastavus GDPR nõuetele, et kaitsta andmekaitset ja privaatsust.

Järgnevatel aastatel keskendutakse tugitaristu ja haldusstruktuuride rajamisele ning piloteerimisele, et arendada interoperatiivseid lahendusi andmeruumis. Üks strateegilisi eesmärke on toetada andmete vahetust mitte ainult turismi, vaid ka seotud sektorite (nt kultuuripärand, liikuvus ja keskkond) vahel, tagamaks andmete laiemat kasulikkust. Samuti arendatakse välja kataloog ja ligipääsu reeglid, mis võimaldavad otsida andmeid ja vajadusel sõlmida lepinguid nende kasutamiseks erinevate teenusepakkujatega, olles andmete edastuse ja ligipääsu suhtes paindlikud (nt osaliselt tasuta või tasulised mudelid sõltuvalt andmetest ja kasutuseesmärkidest).^{129, 130}

Euroopa Komisjon näeb andmeruumi tugeva tõukejõuna turismisektori digitaliseerimisel ja jätkusuutlikkuse eesmärkide saavutamisel, pakkudes ettevõtetele ja avalikule sektorile paremaid võimalusi andmete ja analüütika kaudu otsuste tegemiseks ja turismikogemuse täiustamiseks.

Reaalajamajandus:

Ajamahukate tugitegevuste tõttu kaotab Eesti ettevõtlus, sh turismisektor, ning majandus iga päev raha ja tehakse märkimisväärses mahu „tühitööd“, mis omakorda mõjub negatiivselt tootlikkusele ja majanduskasvule. Reaalajamajanduse majandusliku mõju analüüsi kohaselt säästavad reaalajas andmevahetuse lahendused (e-arved, e-kviitungid, andmepõhine aruandlus riigile, st statistikakohustuse täitmine, deklaratsioonid jne, e-veoselehed jne) ettevõtlussektoris üle 200 miljoni euro aastas. Võimalik on aastas kokku hoida ca 14 miljonit töötundi, mis on võrdne 7000 inimese täistööajaga. Ettevõtjal tekib võimalus suunata kokkuhoitud kulu põhitegevuse mahu suurendamisele, mis omakorda mõjuks positiivselt SKP kasvule.

Reaalajamajandus (real-time economy ehk RTE) on digitaalne ökosüsteem, kus tehingud eri osapoolte vahel toimuvad reaalajas või minimaalse viitega. See tähendab paberipõhiste majandustehingute ja haldustoimingute asendamist automaatse andmevahetusega digitaalsel, struktureeritud, masintöödeldaval ja standardiseeritud kujul.¹³¹

Reaalajamajanduse visiooni eesmärgiks on aastaks 2027 luua tehnilised ja regulatiivsed võimalused, et tõsta ettevõtlusandmete kvaliteeti ja kättesaadavust ning võimaldada nende digitaalset ja automaatset vahetamist erinevate osapoolte vahelises suhtluses läbi andmete

¹²⁸ 12.04.2024 turismi kärajate kokkuvõte.

¹²⁹ [DATES project Tourism Data Space European Tourism Data Space - DATES project DATES Project](#)

¹³⁰ [Data Space for Tourism - City Destinations Alliance](#)

¹³¹ [Reaalajamajanduse visioon 2020-2027 \(eesti keeles\).pdf \(realtimeeconomy.ee\)](#)

semantilise analüüsi, struktureerimise ja standardiseerimise ning sobivate andmevahetuskanalite kasutamise.

Innovatsioonipööre

Turismisektor on kiiresti muutuv ja konkurentsitihe, kus uuendusmeelsus ja innovatsioon on olulised sihtkohtade atraktiivsuse säilitamisel ning arendamisel. Nutikad lahendused, mis pakuvad reaajas teavet ja toetavad kontaktivaba teenindust, aitavad tõsta turismikogemuse kvaliteeti ning vastata külastajate kasvavatele ootustele. Innovaatilised tehnoloogiad, nagu liitreaalsus ja tehisintellekt, loovad võimalusi pakkuda personaalseid elamusi, mis vastavad täpselt külastajate soovidele. Automatiseerimine ja robotiseerimine muudavad turismiteenuste osutamise tõhusamaks ning laiendavad võimalusi jõuda sihtrühmadeni uudsete turunduslahenduste kaudu.

Suurandmete kasutuselevõtt aitab juhtida turismisektori ja ettevõtete arengut, parandades samal ajal konkurentsivõimet ja kestlikkust. Kuigi Eesti turismiettevõtted on väiksed ja innovatsioon suurte rahaliste ning inimkapitali investeeringute tõttu piiratud, on just tehisintellekti areng üks viimaste aastate suuremaid uuendusi, mis võib märkimisväärselt suurendada sektori tootlikkust. See tehnoloogia loob turundussisu, visuaale ja isegi koodi, muutes teenused ligipääsetavamaks ja pakkudes külastajatele veelgi personaalsemat kogemust.

Tehnoloogiainnovatsioon, sealhulgas tehisintellekt, suurandmed ja mobiilirakendused, aitavad tõsta turismikogemust uuele tasemele. Andmeanalüüs võimaldab prognoosida turismivoogusid ja optimeerida ressursikasutust, kuid neid võimalusi kasutame täna veel vähe. Uuenduslikud lahendused, nagu personaliseeritud reisiplaanid ja teenused, võiksid paremini vastata turistide vajadustele, kuid nende elluviimine võib jääda ressursside puudumise taha. Suurte investeeringute vajadus on väikeettevõtete jaoks tihti keeruline väljakutse, kuid tehnoloogiliste lahenduste integreerimine jääb turismi tuleviku võtmeteguriks.

Ettevõtluskeskkond

Ettevõtluskeskkonna kui ühe kõige laiema arengueelduse mõju osas turismi arengule ja konkurentsivõimele on oluline rõhutada ärikeskkonna põhitingimuste tähtsust, sealhulgas bürokraatia vähendamist, investeerimisvõimalusi ja nende tegemiseks sujuvaid ja toetavaid protsesse, digitaliseerimist ja toetavat infrastruktuuri¹³². Ärikeskkond vajab dünaamilist turgu, tugevat infotehnoloogia infrastruktuuri ja soodsat investeerimiskliimat, et saavutada pikaajalist kasvu turismisektoris. Lisaks on esile toodud vajadus paindliku juhtimise ja kohaliku koostöö järele, mis võimaldab turismi arendada konkurentsivõimeliselt ja jätkusuutlikult¹³³.

Majanduspoliitika pika plaani 2035 õiguskindluse ja bürokraatia vähendamise peatükk toob välja, et Eesti konkurentsivõime tagamiseks on oluline hoida õigusruum lihtsana ja etteaimatavana, andes ettevõtjatele stabiilsuse ja investeerimiskindluse. Reguleerimise ja maksupoliitiliste muudatustega peaks kaasnema mõjuanalüüs, mis selgitab ettevõtjatele nende praktilist mõju ja kulu. Lisaks tuleb toetuste mõju majandusele pidevalt hinnata, et

¹³² [Frontiers | How business environment shapes urban tourism industry development? Configuration effects based on NCA and fsQCA](#)

¹³³ [Measurement Development for Tourism Destination Business Environment and Competitive Advantages](#)

vältida ülemäärast koormust maksumaksjale ning tagada, et riiklike toetusmeetmete eesmärgid on täidetud ja majanduslikult tõhusad.¹³⁴

Eraldi on oluline rõhutada ka maksusüsteemi, mis pakub ettevõtetele konkurentsivõimelisi tingimusi, kuid vajab edaspidi paindlikkust, et soodustada uute turismimudelite ja tehnoloogiapõhiste lahenduste kasvu. Kiire ja laialdane internetiühendus ning kõrged energiatõhususe standardid võimaldavad arendada kvaliteetseid ja jätkusuutlikke turismiteenuseid. Samas on oluline tagada taskukohase energia varustuskindlus ja keskenduda rohetehnoloogiate kasutuselevõtule. Ettevõtluskeskkonna tugevdamine nõuab samuti kohalike omavalitsuste ja ettevõtjate tihedamat koostööd, mis võimaldab sujuvamat planeeringute menetlust ja soodustab turismisektori pikaajalist kasvu.

Tänases geopoliitilises olukorras on olulised ka riiklikud julgeoleku tagatised ja kaitsevõime tagamine.

¹³⁴ [Majandusplaan | Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium](#)

Lisa 11: ÜRO säästva arengu eesmärgid

Turismi areng peab olema kooskõlas kõigi ÜRO säästva arengu eesmärkidega.¹³⁵ Turismisektoril on suur potentsiaal nendesse eesmärkidesse panustamisel. Nii kestliku turismi edendamine, kohalike kogukondade arendamine, digitaalseerimine, innovatsiooni rakendamine, kaasaegse ja vajadustele vastava hariduspoliitika arendamine ja rakendamine ning tugevate koostöövõrgustike loomine on olulised sammud, et muuta turism kestlikumaks ja vastutustundlikumaks. Oluline on soodustada keskkonnasõbralikke ettevõtluspraktikaid ja käitumistavasid nagu säästlik veekasutus, jäätmete vähendamine, energiasääst ja kohaliku bioloogilise mitmekesisuse kaitse ning turismisihtkoha jätmine samasse või veelgi paremasse olukorda kui see oli turisti saabudes mõttemaailma juurutamine. Iga turismiettevõtja saab olla ettevõtjana teadlikum ja teavitada ka turiste meie kestvatest tavadest ja vastutustundlikust käitumisest. Turismi arendamisel peame seadma keskmesse kohalikud kogukonnad ja tagama, et turismitulud jõuaksid kohalike kogukondadeni ja toetaksid nende arengut. Tuleb võtta kasutusele uuendused ja tehnoloogiad, et efektiivsemaks muuta turismiettevõtlust ja tõsta turistide kogemuse kvaliteeti ning olla valmis juhtima turismivoogusid kestliku turismi eesmärkidel. Lisaks on vaja luua tugevad koostöövõrgustikud valitsuste, era- ja kolmanda sektori vahel, et töötada välja ja rakendada jätkusuutlikke turismistrateegiaid.

Turismi pikk vaade 2035 eesmärgiks on eelkõige keskenduda järgmiste ÜRO säästva arengu eesmärkide saavutamisesse: 4, 6, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 ja 18 (vt joonis 14.).



Joonis 14: 18 ÜRO ülemaailmset säästva arengu eesmärki

Eesmärk 4. Tagada kõikidele kaasav ja õiglane kvaliteetne haridus ning elukestva õppe võimalused. Turismihariduse raames on oluline tagada, et kõik õppurid omandavad teadmised ja oskused, mis on vajalikud säästva arengu toetamiseks, pakkudes muu hulgas teadmisi säästvast arengust ja säästvast eluviisist, inimõigustest, soolisest võrdõiguslikkusest,

¹³⁵ [THE 17 GOALS | Sustainable Development \(un.org\)](https://un.org/sustainabledevelopment/), vaadatud 20.07.2024

rahu ja vägivaldliku kultuuri edendamisest, maailmakodanikuks olemisest ja kultuurilise mitmekesisuse hindamisest ning kultuuri osast säästva arengu saavutamisel. Tõsta turismisektori tööjõu kvalifikatsiooni.

Eesmärk 6. Tagada kõikidele joogivesi ja kanalisatsioon ning veevarude säästev majandamine. Turism saab kaasa aidata saastamise vähendamisele, tehes lõpu keelatud kohtadesse prügi maha panekule ja viies miinimumini ohtlike kemikaalide ja materjalide keskkonda heitmise, veekasutuse oluliselt tõhusamaks muutmisele ja magevee säästlikumale kasutamisele. Arendada ja kasutada veesäästlikke tehnoloogiaid turismis.

Eesmärk 8: Toetada säästvat, kaasavat ja jätkusuutlikku majandusarengut ning tagada kõigile inimestele inimväärne töö. Turismis on võimalik saavutada suurem majanduslik tootlikkus, kasutades mitmekesistamist, tehnoloogia uuendamist ja innovatsiooni. Turism edendab majanduskasvu ja loob töökohti, eriti noorte ja naiste seas. Turism toetab inimväärsete töökohtade loomist, ettevõtlust, loovust ja innovatsiooni ning ergutab mikro-, väikeste ja keskmise suurusega ettevõtete loomist. Turism panustab ressursside kasutamise tõhustamisesse tarbimises ja tootmises. Tuleb kaitsta töötajate õigusi ning toetada ohutute ja turvaliste töötingimuste loomist kõikidele töötajatele, sealhulgas võõrtöötajatele. Eesmärk on ka töötada välja ja rakendada 2030. aastaks säästva turismi edendamise tegevuspoliitikad, et luua töökohti ja propageerida kohalikku kultuuri ja tooteid

Eesmärk 9. Ehitada vastupidav taristu, toetada kaasavat ja säästlikku industrialiseerimist ning innovatsiooni. Arendada välja kvaliteetne, usaldusväärne, säästlik ja vastupidav turismi- ja turismiga seotud taristu, sealhulgas piirkondlik ja piiriülene taristu, et toetada majandusarengut ja inimeste heaolu, ning tagada, et see taristu on kõikidele taskukohane ja võrdselt kättesaadav.

Eesmärk 11: Muuta linnad ja asulad kaasavaks, turvaliseks, vastupidavaks ja säästvaks. Arendada turismisihtkohti viisil, mis toetab kogukondade kestlikkust ja elukvaliteeti. Suurendada jõupingutusi kultuuri- ja looduspärandi kaitsmiseks. Arendada turismisihtkohti viisil, mis toetab kogukondade kestlikkust ja elukvaliteeti. Arvestada ka põhimõttega, et välismaalaste sihtkohta saabumine, viibimine ja lahkumine oleks kooskõlas avalike huvidega ning vastaks avaliku korra ja riigi julgeoleku kaitse vajadusele.

Eesmärk 12: Tagada säästev tarbimine ja tootmine. Kestlikud turismipraktikad vähendavad keskkonnamõju ja edendavad vastutustundlikku tarbimist. Turism saab kaasa aidata loodusvarade säästva majandamise ja tõhusa kasutamise tegevustesse, toidujäätmete vähendamisse poole võrra ning toidu kadude vähendamisse tootmis- ja tarneahelas. Tuleb töötada välja ja rakendada vahendid, mille abil mõõta säästva arengu mõju kestvale turismile, mis loob töökohti ja propageerib kohalikku kultuuri ja tooteid.

Eesmärk 13: Võtta kiiresti meetmeid kliimamuutuste ja nende mõjuga võitlemiseks. Turismisektori süsinikujalajälje vähendamine aitab kaasa kliimamuutuste leevendamisele. Suurendada turismi vastupidavust kliimaga seotud ohtudele ja loodusõnnetustele ning suutlikkust kohaneda kliimamuutustega. Lülitada kliimamuutustega võitlemise meetmed turismi tegevuspoliitikatesse ja täiustada haridust, teadlikkuse suurendamist ning inimeste ja asutuste suutlikkust kliimamuutuste leevendamise, nendega kohanemise, nende mõjude

vähendamise ja nende eest varase hoiatamise valdkonnas. Edendada taastuvenergia kasutamist turismisektoris.

Eesmärk 14: Kaitsta ja kasutada säästvalt ookeane, meresid ja mere elusressursse, et saavutada säästev areng. Mere- ja rannikuturismi tegevused peavad olema keskkonnasõbralikud, et kaitsta mereökosüsteeme.

Eesmärk 15: Kaitsta ja taastada maismaa ökosüsteeme ning propageerida nende säästvat kasutamist; majandada metsi säästvalt, võidelda kõrbestumisega ning peatada ja pöörata ümber pinnase halvenemine ja bioloogilise mitmekesisuse hävimine. Teadlik ja looduslike elupaikade seisundit hoidev loodusturism ja kaitsealade toetamine aitavad kaasa maapealsete ökosüsteemide säilitamisele. Uute turismirajatiste arendamisel tagada bioloogilise mitmekesksuse säilimisvõimalused.

Eesmärk 16. Toetada rahumeelseid ja kaasavaid ühiskondi, et saavutada säästev areng; tagada kõikidele õiguskaitse kättesaadavus ning luua kõikidel tasanditel tõhusad, vastutustundlikud ja kaasavad institutsioonid. Tagada reageeriv, kaasav, osalemist võimaldav ja esinduslik otsustusprotsess kõikidel valitsemistasanditel. Kaasata kohalikke kogukondi turismi arendamisel ja otsustusprotsessides, et tagada nende hüvang ja toetada kestlikku arengut. Edendada ja tugevdada koostööd avaliku ja erasektori vahel, et luua innovaatilisi lahendusi turismi valdkonnas.

Eesmärk 17. Tugevdada tegevuskava rakendamise meetodeid ja taaselustada säästva arengu alane ülemaailmne partnerlus. Toetada koostööd riikide vahel turismi arendamisel ja parimate praktikate jagamisel. Julgustada koostööd valitsuste, ettevõtjate ja kohalike kogukondade vahel, et arendada ja rakendada jätkusuutlikke turismialgatusi.

Lisa 12: Seosed teiste strateegiliste dokumentidega

Turismi arendamiseks on vajalik teiste sektorite turismi eesmärkide teadvustamine ning kasu ja seoste nägemine teistele valdkondadele.

Tabel 2: Koostööteemad teiste valdkondade ja turismi vahel

Strateegia/Tegevuskavad	Eesmärk, mõõdikud, olulised turismiga seotud teemad	Vastutav asutus
Eesti 2035	Tugev, uuendusmeelne ja vastutustundlik majandus; regionaalne tasakaalustatus; kõigi vajadusi arvestav, kvaliteetne ja turvaline elukeskkond; tagatud ligipääsetavus ja vajaduspõhine transporditeenus kõigi transpordiliikide koostoimes, turismi arendamine.	Riigikantselei/kõik ministerriumid
Eesti majanduspoliitika pikk plaan 2035	<p>Eesmärk: Kahekordistame Eesti majanduse aastaks 2035.</p> <p><i>Otseselt turismiga seotud mõõdikud:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Turismiteenuste ekspordi kasv (1,7 mln eurolt 3,6 mln euronni aastal 2035) ja Eesti reiting top turismi sihtkohtade rahvusvahelises indeksites ja edetabelites - Diginomaadide arvu kasv 500-lt 1600-ni aastal 2035 - Regulaarlinide arv Tallinna lennujaamast aastal 2035 on 50 <p>Olulised turismiga seotud teemad:</p> <p>Välisviiside efektiivsem kaasamine; automaatne aruandluskohustus; andmete esitamisel ühekordse esitamise printsiip ja õiguslikul alusel edasi jagamine riigis; efektiivne töötute täiend- ja ümberõpe; töötajate paindlikkuse suurendamine (muutuvtunni kokkulepped); paindlikum tööõigus; rahvusvaheliste suursündmuste ja konverentside arvu kasv; turismiekspordi kasvaks väliskülastajatele mugavad ühendused oluliste sihtturgudega; Eesti riigi potentsiaali parem turundamine diginomaadidele ja mõistlike nõuete seadmine riiki sisenemiseks; olulise taristu ja transpordiühenduste arendamine (ettevõtluse jaoks vajalike sihtkohtadega lennu-, maantee-, raudtee- ja laevaühenduste arendamine; 2030. aastaks Rail Baltica põhitrass; riigisisese parvlaevaühenduste ja riigilaevade uuendamine).</p>	Kõik ministerriumid
Teadus- ja arendustegevuse, innovatsiooni ja ettevõtluse arengukava 2030 (TAIE)	<p>Eesmärk: Eesti ühiskonna heaolu ja majanduse tootlikkuse suurendamise, pakkudes konkurentsivõimelisi ja kestlikke lahendusi Eesti ja maailma arenguvajadustele.</p> <p>Mõõdikud:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Nominaalne tööjõu tootlikkus moodustab 110% EL keskmisest - Erasektori teadus- ja arendustegevuse kulutuste tase SKP-st moodustab 2% - Eesti on innovatsiooniliider <p>Olulised turismiga seotud teemad:</p> <p>Konkurentsivõimeline ettevõtluskeskkond; ekspordi arendamine; protsesside ja toodete tõhustamine; ettevõtluskeskkonna konkurentsivõime, sh ka alla 100 mln euro investeringute menetlemine KOV-ides; iduettevõtlus; uued tehnoloogilised lahendused ja nõustamine digi- ja roheühelamineku elluviimiseks ettevõtlussektoris; Eesti kujundamine maailma üheks turvalise digimajanduse tõmbekeskuseks, kus on hea kasutada, luua ja pakuda maailmale digiteenuseid (sh spetsialistide olemasolu tagamine, e-residentsuse programmi arendamine, piiriüleste e-teenuste arendamine ja interneti kättesaadavuse üle Eesti parandamine), vastutustundlik ettevõtlus; tarbijakaitse (sh reisijate õigused).</p>	HTM, MKM
Digiühiskonna arengukava 2030 (DÜAK)	<p>Eesmärk: Suurendada Eesti digiväge, mis tähendab, et digiriigis on tagatud parim kogemus.</p> <p>Mõõdikud:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Avalike teenustega ettevõtjate rahulolu 90% - Ülikiire interneti kättesaadavus 100% - Küberruumi vastupidavus küberohtudele ja usaldamine 96% <p>Olulised turismiga seotud teemad:</p> <p>Ettevõtete digitaliseerimine; andmed ja AI, teenused, tehnoloogiad, digioskused ja nende seosed turismiga: kõigi sektorite tuumikettevõtted on läbinud oma toimimises digipöörde või pakuvad digitooteid ja -teenuseid. Digilahenduste abil majandus keskkonnahoidlikumaks. Tehinguid tehakse, arveid makstakse ja aruandeid koostatakse täisdigitaalsena, automaatselt ning silmapilkselt – see hoiab kokku raha ja aega. RTE ja eesti.ee ettevõtjale arendused.</p>	JUM, MKM
Transpordi ja liikuvuse arengukava 2035	Eesmärk: Tagada inimeste ja kaupade sujuv, ohutu ja kestlik liikumine Eestis ning ühendada Eesti paremini rahvusvaheliste transpordikoridoridega.	KLIM

Lennunduse tegevuskava	<p>Möödikud:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ühistranspordi teenusega rahulolu - Regulaarliinide arv Tallinna lennujaamast aastal 2035 on 50 <p>Olulised turismiga seotud teemad:</p> <p>Tagatud ligipääsetavus ja vajaduspõhine transporditeenus kõigi transpordiliikide koostöös; välisküllastajatele võimalus liikuda sujuvalt Eesti sees, sh broneeringute ette tegemise võimalus; liikuvusteenuste ja -info kättesaadavuse ja kasutajakeskse disaini tagamine koostöös KOVidega nii kohalikule elanikule kui ka väliskülaliselisele (sh liikuvusandmete tark kasutamine ja teadlikkuse suurendamine, liikuvuse kui teenuse rakendamine mitmeliigiliselt (MaaS) üle kogu riigi; efektiivse, ligipääsetava ja jätkusuutlikult majandatud ühistranspordi (sh Liikuvusreformi kontseptsiooni rakendamine) ja jagatud liikumisviiside konkurentsivõime kasvatamine koostöös KOVidega (sh paindliku ja kasutatamugava nõudetranspordi ja sotsiaaltranspordi arendamine); kiire ja mugava rongiühenduse loomine Euroopaga ja transpordi välisühenduste arendamine.</p>	
Meremajanduse valge raamat	<p>Eesmärk: Eesti meremajandussektor on kõrge lisandväärtusega, atraktiivne ja jätkusuutlik majandussektor, mis tagab merekeskkonna säilimise ning aitab kaasa rannaäärse elukeskkonna ja eluviisi arengule.</p> <p>Möödikud:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Merendussektori ettevõtetes loodava lisandväärtuse kasv aastas on samal tasemel SKP kasvuga (%). (Eesti Panga majandusprognos 10.02.2022 SKP (%) eeldatav kasv aastal 2023 4%) - Töötajate arv sektoris on 2035. aastaks 25 000 - Rahvusvahelistel liinidel on aastane reisijate arv alates 2022. aastast 2019. aasta tasemel (u 11 miljonit reisijat) ja kasvab - Kruisituristide arv kasvab - Meretööstuse lisandväärtus töötaja kohta on 2035. aastal vähemalt 40 000 eurot (2020. aasta näitaja 32 500 eurot), sealhulgas laevaehituse sektori lisandväärtus töötaja kohta on 2035. aastal vähemalt 53 000 eurot (2020. aasta näitaja 43 000 eurot) - Meretranspordisektor liigub kliimaneutraalsuse poole - Merel juhtuvate õnnetuste ja mereabisündmuste hulk väheneb vähemalt 30% (aastas hetkel u 250 juhtumit). Laevaõnnetuste koguarv on aastas alla viie - Tööturu pakkumine on tasakaalus nõudlusega - Õppetööd läbiviivate töötajate vanuseline proportsioon ning omandatud kvalifikatsioon toetavad valdkonna õpetamise jätkusuutlikkuse säilimist ning kvaliteedi tagamist - Rahvusvaheline koostöö õppetöö läbiviimisel ning arendamisel - Innovaatiliste ettevõtete osakaal % on suurem kui 75 (2020 64%) - Kiirendites osalevate merendusega seotud ettevõtete arv <p>Olulised turismiga seotud teemad:</p> <p>"Meremajanduse valge raamat 2022–2035" rõhutab rannaäärse elu- ja külastuskeskkonna atraktiivsuse suurendamist, et edendada rannikuturismi ja kohaliku ettevõtluse arengut ning säilitada merekultuuripärandit. Dokument toob esile vajaduse leida tasakaal meremajanduse, turismi ja kinnisvaraarenduste vahel, et tagada nii autentse rannakultuuri säilimine kui ka turismi areng. Samuti rõhutatakse väikesadamate võrgustiku arendamise olulisust, mis toetab mereturismi ja kohaliku ettevõtluse kasvu.</p>	
Heaolu arengukava 2030	<p>Eesmärk: Eesti on riik, kus inimesed on hoitud, ebavõrdsus ja vaesus väheneb ning toetatud on kõikide pikk ja kvaliteetne tööelu</p> <p>Möödikud:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Oodatav eluiga ja tervena elatud aastate arv - Tööhõivemäär ja tööpuuduse määr <p>Olulised turismiga seotud teemad tööturu ja tööelu eesmärkide elluviimisel:</p> <p>Oskuste vastavus muutuva majanduse ja tööturu tingimustele (sh digipööre- ja roheüleminek); paindlik tööturg; nõuded töötamisel (keelenõuded); teadlikkus töösuhetest; ohutus töötamisel; kaugtöö võimalused; elukeskkonna ligipääsetavuse, kvaliteedi ja turvalisuse; praegused ja tulevikulahendused soodustaks tervislikke ja kestlikke eluviise; võrdne kohtlemine.</p>	MKM
Haridusvaldkonna arengukava 2035	<p>Strateegiline eesmärk nr 3: Õpivõimalused vastavad ühiskonna ja tööturu arenguvajadustele.</p> <p>Möödikud:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Hõivatute osakaal eri- ja kutsealase haridusega 20–34a inimeste hulgas: üks aasta pärast lõpetamist (2035: 85%) ja viis aastat pärast lõpetamist (80%) - Baastasemest kõrgema taseme digioskustega 16–74aastaste osakaal (2035: 60%) - Lõpetajate ettevõtlikkus <p>Olulised turismiga seotud teemad:</p> <p>Arendatakse välja ja rakendatakse kõigi sihtrühmade vajadusi arvestav jätkusuutlik süsteem tööjõu ja oskuste vajaduse prognoosimiseks ja seireks ning tegevuse koordineerimiseks eri osaliste vahel. Kutsesüsteemi reform ja kutseõppereform, töötada välja koosloomemudelid, mis tagavad tööturu</p>	HTM

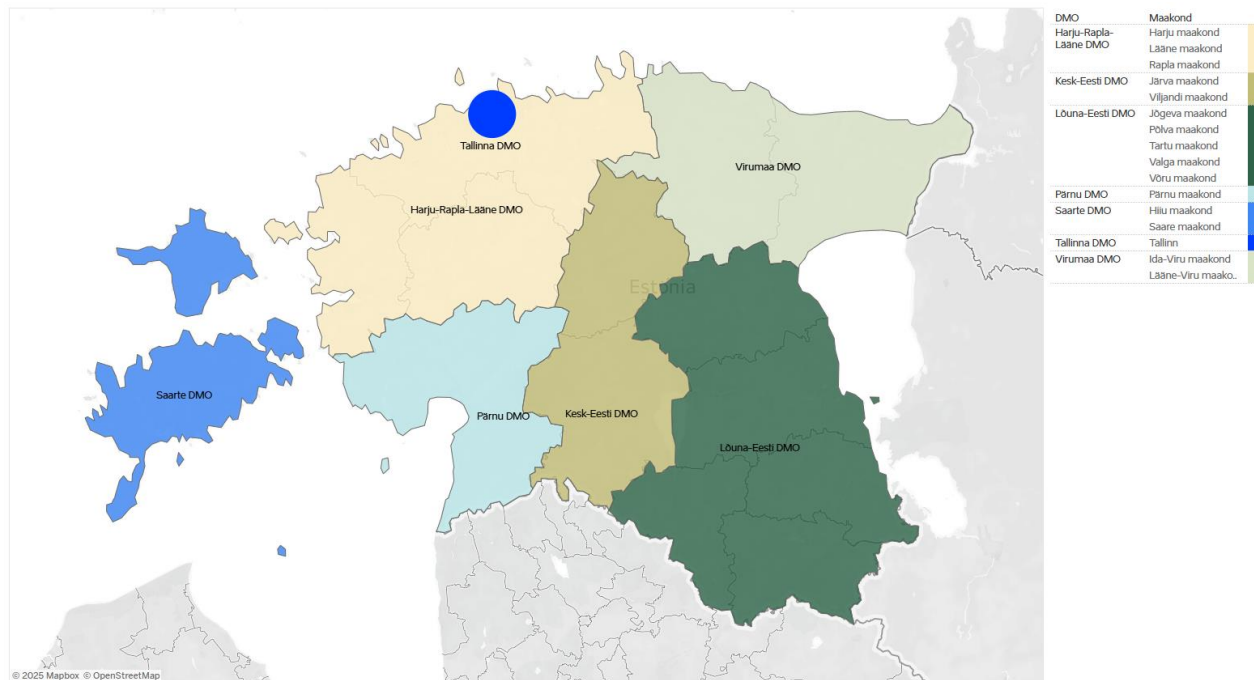
	<p>osaliste aktiivse ja sisulise kaasamise hariduse ja töömaailma sidustamisse (nt Turismihariduse ümarlaud); edasi arendada ja rakendada tööjõu ja oskuste vajaduse seire-, prognoosi- ja tagasisidesüsteemi, sh suurandmete analüüsi võimekust, ning uuendada metoodikat, et prognoosida saaks eelkõige oskuste, mitte ametite vajadust ning tulemused oleksid laiemalt kasutatavad. Soodustatakse suuremat lisandväärtust loovate oskuste arendamist ning laiendatakse täiendus- ja ümberõppevõimalusi, sh töökohapõhist õpet.</p>	
Põllumajanduse ja kalanduse arengukava 2030	<p>Eesmärk: arendada põllumajandus- ja kalandussektorit viisil, mis:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Säilitab ja suurendab loodusressursside säästlikku kasutamist. - Soodustab maaelu ja ranniku kogukondade elujõulisust ja maapiirkondade ettevõtlust. - Tõstab sektorite konkurentsivõimet ja nende suutlikkust kohaneda kliimamuutustega. - Edendab innovatsiooni ja uute tehnoloogiate kasutamist, sealhulgas bioloogilise mitmekesisuse hoidmine ja keskkonnasõbralike praktikate rakendamine. <p>Eestis on kohalik toit eelistatud, keskkond ja elurikkus on hoitud, toidusektori ettevõtted on edukad ning maa- ja rannakogukonnad on elujõulised. Üldesmärgi saavutamiseks peab põllumajandus- ja kalandussektori ning toidutööstuse toodang olema väga hea kvaliteediga, uuenduslik ning toodetud keskkonnasõbralikult. Selleks on tarvis rohkem koostööd nii valdkondade sees kui ka eri sektorite vahel, ning tuleb rakendada uusimaid teadustulemusi ja parimaid tehnoloogiaid. Regionaalarengu põhisuunad tulenevad regionaalse arengu tegevuskavast (RETK) ja peame arvestama ka maakondlike arengustrateegiate ja kohalike omavalitsuste strateegiliste dokumentide vastastikuseid.¹³⁶</p> <p>Mõõdikud:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eesti toiduainesektor on konkurentsivõimeline nii sise- kui ka välisurul - Maapiirkonna elanikkond on aktiivne ja elujõuline: maapiirkonnas elavate noorte vanuses 21–40 osatähtsus sama vanusegrupi noorte üldarvus ja nende tööhõive määr; - Maapiirkonnas on kasvava lisandväärtusega mitmekesine ettevõtlus: maapiirkonna SKP elaniku kohta, maapiirkonnas töötavate inimeste osatähtsus koguhõives osalejates põhitöökoha asukoha aluse <p>Olulised turismiga seotud teemad:</p> <p>Põllumajanduse ja kalanduse arengukava 2030 toetab turismi arengut mitmes valdkonnas, eriti seoses maaturismi, toiduturismi ja rannikuturismiga. Maaelu arendamine, kohaliku toidutootmise ja keskkonnasõbralike tavade edendamine, rannikupiirkondade arendamine ning innovatsioon pakuvad võimalusi turismi ja põllumajanduse ning kalanduse sektori integreerimiseks. Kestlikkus ja bioloogilise mitmekesisuse hoidmine on võtmetähtsusega.</p>	REM
Kultuuri arengukava 2030	<p>Eesmärk: tagada, et Eesti kultuur areneb, on mitmekesine, kaasav ja loov, toetades rahvusliku identiteedi ja kultuuripärandi säilimist. Samal ajal peab kultuur olema kättesaadav nii Eesti elanikele kui ka rahvusvahelisele publikule.</p> <p>Mõõdikud:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kultuuripärandi objektide ja traditsioonide kaitse ja säilitamise tagamine, kultuuripärandi digitaliseerimise määr, rahvuskultuuri edendamine - Kultuurisündmuste ja -asutuste külastatavuse kasv, kultuuritoodete ekspordi suurendamine, rahvusvaheliste kultuuriprojektide ja vahetusprogrammide arvu kasv - Loomemajanduse ettevõtete ja töökohtade arvu kasv, loomemajanduse panuse suurenemine majandusse, kultuuri- ja loomemajanduse toodete ekspordi osakaalu suurenemine - Rahvusvaheliste kultuuriürituste ja vahetusprogrammide arv, rahvusvaheliste kunstnike ja kultuuritegijate osalemine Eesti kultuurielus, Eesti kultuuri tutvustamine rahvusvaheliselt - Kultuuriturismi osakaalu ja külastatavuse kasv, kultuuriturismi objektide ja teenuste arendamine, kultuurituristide rahulolu tase - Kultuuripärandi ja kultuuri digitaliseerimise määr, e-kultuuri platvormide ja kultuurisisu kasutajate arv <p>Olulised turismiga seotud teemad:</p> <p>Kultuuri arengukava 2030 seab esikohale Eesti kultuuri ja kultuuripärandi säilitamise, arendamise ja rahvusvahelise tuntuse suurendamise. Turismisektor saab sellest kasu, kuna kultuurilised ja ajaloolised väärtused on olulised Eesti kui turismisihtkoha atraktiivsuse jaoks. Kultuurisündmused, rahvusvaheline koostöö ja kultuuripärandi tutvustamine aitavad meelitada turiste ja tugevdada riigi mainet rikkaliku kultuurieluga paigana.</p>	KUL
Eesti spordipoliitika põhialused 2030	<p>Eesmärk: Tervislike eluviiside edendamine, Tippspordi ja spordielu arendamine, Spordi infrastruktuuri arendamine, et toetada nii harrastussporti kui ka rahvusvaheliste spordisündmuste korraldamist.</p> <p>Mõõdikud:</p>	KUM

¹³⁶ Regionaalse arengu tegevuskava: [Regionaalpoliitika kujundamine | Regionaal- ja Põllumajandusministeerium \(agri.ee\)](#), vaadatud 17.07.2024

	<p>- Uute spordirajatiste ja -võimaluste arvu kasv, rahvusvaheliste spordisündmuste arvu ja osalejate arvu suurendamine</p> <p>- Loodus- ja terviseradade, staadionite ja spordikeskuste arvu suurendamine ning nende kasutajate arvu kasv</p> <p>Olulised turismiga seotud teemad: Rahvusvahelised spordivõistlused ja hästi arenenud sporditaristu võivad meelitada Eestisse nii sportlasi kui ka spordisõpru, aidates kaasa turismisektori kasvule.</p>	
Välispoliitika arengukava 2035	<p>Eesmärk: Eesti positsiooni tugevdamine rahvusvahelisel tasandil, rahvusvaheliste suhete ja koostöö arendamine, majandusliku ja julgeolekupoliitilise kindlustunde suurendamine ning Eesti kui riigi rahvusvahelise nähtavuse ja maine kasvatamine.</p> <p>Mõõdikud:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Eesti diplomaatiliste esinduste arv ja tegevusaktiivsus, koostöölepingute ja partnerlussuhete arv rahvusvahelisel tasandil - Eesti rahvusvaheliste kampaaniate ja mainekujundusprojektide arv, Eesti mainimise sagedus rahvusvahelistes meediakanalites, rahvusvaheliste kultuuri- ja spordiürituste arv Eestis - Eesti kultuuriprojektide ja -ürituste arv välismaal, rahvusvahelistes kultuuri- ja haridusprojektides osalemise määr, kultuuridiplomaatia initsiatiivide arv - Rahvusvaheliste äripartnerite ja välisinvesteeringute arv Eestis, kaubandussuhete ja majanduskoostöö projektide arv - Eestis toimuvate rahvusvaheliste konverentside ja sündmuste arv, nende külastajate arv ja osalejate rahulolu <p>Olulised turismiga seotud teemad: Rahvusvahelised koostööprojektid, kultuuridiplomaatia, rahvusvahelised sündmused ja positiivne kuvand aitavad tuua Eestisse rohkem turiste ning toetavad turismi arengut tervikuna. Eesti potentsiaali võimendamine võõrsil ning tugevate külgede, identiteedi ja pärandi süsteemne jagamine maailmaga (sh majandusdiplomaatia ja turismi arendamine) ning arengukoostöö võimaluste kasutamine. Eesti positiivse kuvandi võimendamine, kasutades selleks äridiplomaatia võimalusi, visiite Eestisse, e-esitluskeskust.</p>	VÄM, MKM
Siseturvalisuse arengukava 2020-2030	<p>Eesmärk: Turvalise elukeskkonna tagamine ja Eesti inimeste turvatunde suurendamine. Arengukava hõlmab riikliku julgeoleku, korra- ja hädaolukordade ennetamise ja lahendamise süsteemide parandamist. Kuigi siseturvalisus võib esmapilgul tunduda eemalseisev turismist, on turismisektori jaoks oluline turvaline keskkond, mis mõjutab otseselt riigi atraktiivsust turistidele.</p> <p>Mõõdikud:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Kuritegude arvu vähenemine - Hädaolukordadele (nt tulekahjud, loodusõnnetused) reageerimise kiirus ja tõhusus, evakatsiooniplaanide ja kriisihalduse kvaliteet - Politsei ja päästeteenistuste kohalolu ja reageerimisvõime - Ennetavate meetmete (nt teavituskampaaniad, riskikommunikatsioon) arv ja tõhusus, sh kampaaniad - Rahvusvaheliste koostööprojektide arv, mis on suunatud turvalisuse tagamisele ja kuritegevuse vähendamisele - Turvalisusmeetmete rakendamine suurte rahvusvaheliste ürituste juures (nt videojärelevalve, turvameetmete tõhusus) - Välistööjõu regulatsioonid ja kontrollimehhanismid peavad olema selged ja tõhusad <p>Olulised turismiga seotud teemad: Turvaline keskkond on turistide jaoks oluline ning aitab kaasa Eesti kui turismisihtkoha atraktiivsuse suurendamisele. Tööjõu liikumine ja migratsioon, sealhulgas välistööjõu kaasamine. Välistööjõu kaasamine on oluline, kuna see mõjutab riigi tööjõuturu tasakaalu ning on seotud laiemate julgeolekumeetmetega, nagu migratsiooni haldamine ja selle suunamine.</p>	SIM

Lisa 13: Eesti sihtkoha juhtimisorganisatsioonid (DMO)

Eestis on 2023. aasta seisuga seitse sihtkoha juhtimisorganisatsiooni ehk DMOd, mis on olulised piirkondliku turismisektori arendamisel ja juhtimisel. Eestis on DMO-d üha olulisemad regionaalsete turismipiirkondade töhusa arendamise ja juhtimise kompetentsikeskused, pakkudes paindlikku ja kohalikku vaadet turismi edendamisele. Nad mängivad kesket rolli turismivaldkonna uuendustes ja strateegiliste eesmärkide seadmises ja elluviimisel, arvestades kohalikke eripärasid ja vajadusi, loovad tugeva side kohalike ettevõtete, kogukondade ja külastajate vahel, et pakkuda kvaliteetseid ja unikaalseid turismielamusi. DMO-de peamine eesmärk on tõsta turismi konkurentsivõimet ekspordis, arendada sihtkoha mainet ja tagada pikaajaline majanduslik ja sotsiaalne kasu (vt joonis 15).



Joonis 15. Eesti DMOde kaart

Allikas: [Sihtkohtade töölaud | Tableau Public](#), 2024

Tabel 3: DMOde eesmärgid

DMO	Atraktiivne sihtkoht, eeldused ja tugevused	Kõige suurema potentsiaaliga tooted	kõige suuremad takistused potentsiaali rakendamisel või toodete arendamisel	Milliste arvuliste/faktiliste eesmärkideni püüdlute eelolevate tegevuste realiseerumisel	Läbi mille loob DMO kõige enam väärtust kohalikele?
Tallinna DMO Strateegia: Arengustrateegia Tallinn 2035	<ul style="list-style-type: none"> - Tallinn on põnevate kontrastide linn - eheda eri ajastute ajaloo- ja kultuuripärand - UNESCO keskaegne vanalinn, eripalgelised naabruskonnad, puhas ja vaheldusrikas linnaloodus, mitmekesine kultuurielu ning kohalik toit - aastarigsus - rahvusvaheliste konverentside, motivatsioonireiside ja ürituste korralduspaik - atraktiivne filmivõtete sihtkoht välismaistele tootjatele - Tallinn on külalislahke 	<ul style="list-style-type: none"> - ajaloo- ja kultuuripärand - sündmused (kultuur, sport) - konverentsiüritused - toiduelamused 	<ul style="list-style-type: none"> - kriisid (tervise-, majandus-, energiakriis) ja rahvusvaheline geopoliitiline olukord - (Otse)lennuühenduste ebapiisavus - multifunktsionaalse konverentsikeskuse puudumine - sündmuskohad rahvusvaheliste spordi-ja kultuuriürituste läbiviimiseks 	<ul style="list-style-type: none"> - välisküllastajate rahulolu 9 palli 10st - reisisuunuste eksport 2 miljardit eurot - elanike osakaal, kelle arvates on välituristidel tallinlaste elukvaliteedile positiivne mõju on 90% 	<ul style="list-style-type: none"> - reisisihtkoha brändi identiteet - sihtkoha tuntuse tõstmine - meeldiv külastuselamuse vedaja - koosloome eri tasanditega - turismi tasakaalustatud arendamine - ootusi ületav külastuselamus ja kohalike positiivne hinnang turismile, positiivne mõju eri majandusvaldkondadele, ajaloo pärandile, avardab vaba aja veetmise võimalusi, loob linnas positiivset meeleolu, aitab kaasa uute ideede ja oskusteabe levikule, soodustab rahvusvaheliste koostöövõrgustike arengut, hoiab puhta avaliku ruumi, keskkonna
Lõuna-Eesti DMO Lõuna-Eesti turismistrateegia 2021-2025	<ul style="list-style-type: none"> - hea siseriiklik ja rahvusvaheline maine - eriilmeline loodus (voored, kuplid, veekogud, käänulised teed ja metsad jm), ajaloopärand - ülikooli- ja teaduskeskus Tartu, piiri- ja kaksiklinn Valga, Setomaa, Vana Võromaa, talvepealinn Otepää, roheline maakonnana tuntud Põlvamaa ja külmapealinn Jõgeva. Oluline on kaht suurimat Eesti järve ühendav Emajõgi ning Peipsiäärne kultuurikooslus - UNESCO Tartu tähetorn, Tartu kui kirjanduslinn, Seto leelo, suitsusaunakultuur - Lõuna-Eesti toidukultuur: Sibulatee, Uma Mekk, Seto Küük, teised omanäolised väiketootjad - mitmekülgsete aktiivtegevused (loodusmatkad, vee-, talisport jm) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tartu linn - loodustoodete arendamine ekspordiks - eriliste pärandikoosluste tootestamine ekspordiks, sh UNESCO - toidu pärast Lõuna-Eestisse mineku "põhjuste" arendamine - aktiivtegevused 	<ul style="list-style-type: none"> - kesine regionaalne koordineerimine - vähene innovatsioonivõimekus, TjA ja ettevõtete koostöö innovatsiooni toomisel - ühendused Tallinnast välja liikumiseks ja teiste suuremate linnadega - rahvusvahelised lennuühendused; - rongiühendused 	<ul style="list-style-type: none"> - hea maine (loodus, toit, kultuur, konverentsid) 5 indikaatorit: - hõivatute osakaal tööealisest elanikkonnast; - töövõime hõivatute kohta lisandväärtuse alusel, eurot; - tööstusalades ja -parkides ettevõtete ja töökohtade arv; - ettevõtete investeeringud TjA-sse; - ööbimiste arv majutusasutustes - rahvusvaheliste lennu-, rongi- ja bussiühenduste parandamine 	<ul style="list-style-type: none"> - kohalike elanike elukvaliteedi ja majandusliku heaolu tõstmine - turismi infrastruktuuri parendamine - uute töökohtade loomine turismisektoris - nõudluse kasvatamine kohalike mahetoodete ja traditsiooniliste oskuste järele - piirkonna tugeva ja positiivse brändi arendamine - kohalike motiveerimine aktiivselt osalema piirkonna arengus ja säilitamises

<p>Saarte DMO</p> <p>Saare maakonna kestliku turismi arengustrateegia 2022-2030;</p> <p>Hiiumaa turismistrateegia 2023-2030;</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Saaremaa: rikkumata loodus, rikas ajalooline pärand, mis kajastub nii ajaloolistes vaatamisväärsustes, 200-aastane tugev spaa-kultuur, kultuurisündmused, viikingileiud - Muhu: erksad rahvariided ja tüdrukute roositud pätid. - Ruhnu: mitte kuskil silmapiiril ei paista maismaad - see loob erilise eraldatuse tunde - Abruha: looduslik oas lopsakate sõnajalgade, džungli meenutava laialehise alusmetsa ja mitmekesise loomariigiga, sealhulgas mägivärsed, lambad ja hülged. - Vilsandi: veelinnud, hülged, üle 30 liigi metsiku orhidee. - Hiiumaa: kilomeetreid inimestühja randa, mets ja meri (70% kogu saarest on kaetud metsaga), hülged, linnud, orhideed ja 234 km Alar Siku rajatud matkarada 	<ul style="list-style-type: none"> - UNESCO Hiiumaa ja Saaremaa biosfäärilala; 34 liiki orhideesid, kadakad, linnuvaatleja paradiis, 1/3 kogu maailma loopealsest üle 250 päiksepäeva aastas - 8 spaahotelli alates 1824 + butikspaad = üle 400 hoolitsuse iga 10 elaniku kohta Kuressaare 1 spaakoht. - Hiiumaa on hingespaad. - kohalik autentne puhas toit „Ehtne toode“ - Hiiumaa ajalooliselt loomesaar (kirjandus, kunst, muusika, siit Rudolf Tobias ja Erkki-Sven Tüür pärit) 	<ul style="list-style-type: none"> - viidastuse ja infotahvliite puudujäägid - puudulik transpordiinfo ja -võimalused - saarte ettevõtjatel on suuremad kulud, praamisõit teepikenduseks - Oluline on, et hinnamuudatused (sh lennuk) toimuvad süsteemselt (ette-teatamise tähtsajad, kaasamine, mõjuanalüüs ka turismisektorile, kompensatsioonimehhanismid vajadusel) 	<ul style="list-style-type: none"> - kõige rohelisem - Green Keyd omavate ettevõtete arvu kasv - Saarteülestest toodete arendus - Hiiumaale jääva turismi tulu kasv; ööbimisega reiside kestuse pikenedamine; taristu areng arvestusega, külastuskogemuse parandamine ja klienditeadlikkuse tõstmine, hotellitubade kasv, rahulolevatest elanikest on 10% hõlmatud kvaliteetse külastuskogemuse loomisse. 	<ul style="list-style-type: none"> - kestlike teemade arend parandab ka kohaliku elukeskkonda - partnerlus piirkonna ettevõtjatega - parem diginähtavus ja tootearendus toovad rohkem külastajaid, seeläbi kasvab ettevõtlustulu ning KOV maksubaas - Statistika ja turismiinfo koostamine, analüüs - sihtkoha turundus parandab piirkonna tuntust ja mainet
<p>Harju- Rapla- ja Läänemaa DMO</p> <p>Harju-, Rapla-, Läänemaa turismistrateegia 2023-2027</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Kultuuripärand: mõisad, kirikud, muuseumid, linnused, sh rannarootslaste kultuur, kvaliteetsed, kõrgetasemelised kontserdid, festivalid (Valgete Ööde festival, Augustibluus jms), käsitöö (nt Haapsalu Pitsikeskus ja Haapsalu sallid, Atla mõisakeraamika) - spaad ja tervise puhkus. - loodus: rannad, rabad, metsad, saared. Vaikus, rahu ja eraldatus vaid 1 tunni kaugusel pealinnast - mitmekesised ja erineva suutlikkusega külastajale võimalused looduses liikumiseks, matkamiseks, loodus- ja linnuvaatluseks - Toidukultuur degustatsioonide ja õppeprogrammidega, mis tutvustavad kohalikke maitseid ja toiduvalmistamise traditsioone 	<ul style="list-style-type: none"> - looduse, toidu ja luksuse ühendamine - kõrgetasemelise kultuuri- ja spordisündmuste eksport - Haapsalu kui kultuurisündmuste pealinn - linnu- ja loodusvaatlus eksporditooteks - golfivõimalused - spaapuhkus 	<ul style="list-style-type: none"> - uue reaalsusega kohanemine (uued lahendused uutele turistide ootustele) - maksusüsteem ja elukallidus, mis pärsib investeringuid ja laienemist, turismi hooajalisus - tehnoloogiliste uuenduste kasutuselevõtt kulu - koostöö vähesus teenusepakujate vahel - turismisektori vähene populaarsus (töötasud, ebapopulaarsed ametid, tööjõupuudus) - ebapiisavad teadmised äritegevusest, õigusloomest - ligipääsetavus ühistranspordiga, turismiinfo digitaalne kättesaadavus 	<ul style="list-style-type: none"> - piirkonna atraktiivsuse suurendamine (ettevõtjate turismitulude kasv, reisi kestuse pikenedamine) - huvipõhiste klienditeekondade väljaarendamine loodusturismi suunal - arenguvõimekuse kasvatamine (võrgustumine, külalislahkus, kestlikkus, ligipääsetavuse, diginähtavuse, positiivne külastajataagasiside, turundusoskused, digipädevus) 	<p>DMO strateegiline juhtimismudel on toimiv ja tõhus. Koostöös suurendame piirkonna turismitulust ja rahvusvahelist konkurentsivõimet. Pakume paremaid terviklahendusi koostöös piirkonna prima kompetentsi. Piirkondlikele eripäridele toetudes loome väärtust kohalikele, suurendades majanduslikku heaolu, tugevdades kogukonna identiteeti ja elukvaliteeti, tagades kestliku turismiarenduse. Väärtustame kohaliku kui piirkonna saadikut. Jagame teavet piirkonnas pakutavatest teenustest, sündmustest ning võimalustest toe pakkumisel (vabatahtlik töö, majutus, toitlustus jm teenused).</p>

			- KOVide vähene teadlikkus turismimõjust piirkonnale		
Kesk-Eesti DMO	<ul style="list-style-type: none"> - Viljandi kuulub UNESCO loovlinnade võrgustikku - Loodus – soised alad ja matkarajad nendel, looduse mitmekesisus reljeefilt kui ka sisult - Kultuur: muuseumid, pärimus - kestlik ligipääsetavus rongiga - Tunnustatud toidukohad linnades (Michelin kohvik Fellin) ja elamustoitlustused maapiirkonnas - Roheline sihtkoht (Green Destinations), mille järgi väliturist otsib külastuselamust 	<ul style="list-style-type: none"> - Elavad muuseumid ja mõisad Järvamaal ning Põltsamaal - Tunnustatud toit (mulgi puder püüdleb UNESCO tunnustust) ja pärimuskultuur (festival) Viljandimaal - Omanäolised spaad ja mõisad Tõrvas - Soomaa turismipiirkond ja Võrtsjärve piirkonna turismivõrgustiku ettevõtjad 	<ul style="list-style-type: none"> - Ühepäevakülastused, raha ei jäeta, statistikas ei kajastu - ettevõtete koostöö - mikroettevõtjad - digipädevus, info leitavus ja ajakohasus - ühistransport - tööjõudu puudus, turismiharidus pole populaarne - DMO identiteet ja vahendite leidmine, pole reisikorraldaja - Ahvatlused mujal, ressursipuudus, majutuste vähesus 	<ul style="list-style-type: none"> - Kesk-Eesti püüab lähiturge (Läti ja Soome) ning köidab enam siseturgu. - ettevõtjate rahulolu DMOarendustegevustega - Järva- ja Viljandi maakond on rohelised sihtkohad - 20 Green Key objekti 2026 	Suurim väärtus kohalikele DMO näol on piirkonna maine paranenud ja turismiteenused on kvaliteetsemad.
Pärnu DMO Strateegia: Pärnu turismisihtkoha strateegia 2025-2029 Pärnu turismisihtkoha strateegia 2025–2029 - Visit Pärnu	<ul style="list-style-type: none"> - Pärnu on nr 1 puhkusepaik pealinn Tallinna järel, ca 400 000 külastajat aastas: - Matsalu rahvuspark, 5. aastaaja poolest tuntud Soomaa rahvuspark (ühepuu lootsik UNESCO), Matsalu rahvuspargi linnuvaatlus, UNESCO pärimuskultuuri kuuluv Kihnu saar, kuurortlinn Pärnu, tuntud veini- ja siidrikultuuri keskus, tori tõugu kultuurhobuste aretamise traditsioon (Tori Hobusekasvandus). - kultuuri ja käsitöö (Tõstamaa Käsitöökeskus, Pärnu Muusikafestival; Järvi Akadeemia) - Kihnu hülgeküttimise traditsioon ning sellest toidusaaduste valmistamine 	<ul style="list-style-type: none"> - Pärnu rand - Soomaa rahvuspark (ühepuulootsiku ehitamine ja kasutamine UNESCO); Kihnu (UNESCO), Matsalu - WELLNSS: kuurort, spaad (9), golfiväljakud, Porsche ringrada, muuseumid, loodusmajad, kliimahariduse näidisala - kohalik toit (räim); jook (Valgeranna, Allikukivi veinitootmine Tori, Jaanihanso siidrivabrikud) - sündmused (Pärnu Muusikafestival, Pärnu Restoranide Nädal, Tere, Pärnu suvi!, Beach Grind) 	<ul style="list-style-type: none"> - kaugus lennujaamadest: 1,5 h Tallinnast, 2 h Riist - sihtkohas ringiliikumine - ettevõtjate diginähtavus: noorem generatsiooni kõnetamine, ressursse suurtesse muutustesse ei julgeta tihti paigutada - turismi osatähtsuse tõstmine ja selle kommunikeerimine piirkonnas 	<ul style="list-style-type: none"> - turismitoodete ekspordi kasv (soome turistid-31%) - käivitada võrgustikul põhinevate ja väliturule suunatud toodete ülesehitamine/elluviimine - kestlike ettevõtete arvu kasv - hooajalisus, suur turismimagneti vajadus, olemasolevate tugevuste realiseerimine, kaks peamist väliturgu: soome ja läti, sektorite vaheline koostöö, strateegia elluviimine ning eelarve 	<ul style="list-style-type: none"> - turismisihtkoha elukeskkonna kvaliteedi tõstmine - läbi turismiarenduse kohalike teenuste areng - atraktiivsed turismimarsruudid, sündmuste info tagamine - kohalike rahulolu tõstmine Pärnu kui turismisihtkohaga - Reisisihtkoha läbi atraktiivsuse tõstmine Pärnu valikul alalise elukohana - Kestlike ettevõtete kasvu läbi elukeskkonna hoidmine/parandamine - turismi rolli tõstmine kultuuri hoidmisel ja edasikandmisel
Virumaa DMO Strateegia: Külalislahke	-Väliturule Narva- euroopaliku Euroopa algus. Kaksiklinnuste pilt on	-Loodus- Eesti noorim ja vanim rahvuspark ja seda ühendav klindiala.	-Ligipääsetavus sihtkoha idaosale. Pärast Vene sõda Ukrainas on piirkond tupik.	-Külalislahuse ja teeninduse taseme oluline tõstmine (tagasiside 8/10)	- Koolitame ja arendame turismiettevõtjaid ja keskastmejuhte

Virumaa	<p>kõige ikoonilisem vaade Euroopa-Venemaa piiril üldse.</p> <p>-Ida-Virumaal on Eestis enim turismi rekordpaiku. Ja neid asume 2025.a.tähistama.</p> <p>-toimiv PPP</p> <p>-Mõisad, rikkalik mõisate kultuur</p> <p>-Atraktiivne, pikk rannajoon (Klinditee)</p>	<p>-Kultuur-Euroopa algab Narvast. Idapoolses piirkonnas rahvusvah. atraktiivsed objektid-Narva (linnus, Kreenholm) Sillamäe.</p> <p>-Tööstuse taaskasutus Kaevandusmuuseum, Kiviõli ja Aidu.</p> <p>-VR- Eestis enim virtuaalseid elamusi.</p> <p>- Virumaa Muuseumid (Rakvere linnus, Eesti Politseimuuseum, Palmse mõis jt)</p> <p>- SPA-hotellid</p> <p>- Lahemaa mõisad</p>	-Ettevõtjate ja tööjõu piiratud oskused ja ettevalmistus	<p>-Ligipääsetavuse parandamine (veebid inglise keelde, broneerimissüsteemid)</p> <p>-Majutuse arvu tõus</p> <p>-Turismitulu kasv</p> <p>- Kestlikult tegutsevate ettevõtete arvu suurenemine ja märgiste omandamine</p>	<p>Teemuste ja toodete kvaliteedi ehk külalislahkuse taseme oluliseks tõstmiseks</p> <p>-Toetame teemapõhiste koostöövõrgustike loomist ja tegutsemist.</p> <p>-Loome ühiseid, temaatilisi sihtkohapõhiseid turistitooteid: loodus, kultuur, toit</p>
---------	--	--	--	--	---

Lisa 14: Turismi pika vaate 2025–2035 mõõdikud ja mõisted

Turismi pika vaate 2025–2035 mõõdikud on seatud selle edukuse hindamiseks. Indikaatoritele määratletakse lähte- ja sihttasemed (kui see on võimalik) koos mõõdiku ja kasutatud mõistete selgituse ja asjakohase taustainfoga. Seal, kus lähtetaseme hindamine pole võimalik, kuna andmed referentsperioodi kohta puuduvad, pakutakse võimalusel välja varasema perioodi näitaja. Võimalusel seda kohandatakse, et saada referentsperioodi jaoks realistlikum hinnang. Põhiliste mõistete definitsioonid on toodud tabeli järel. Näitajate rahalised väärtused on esitatud vastava aasta, st kas 2023. või 2035. aasta, hinnatasemes. Pärast turismi pika vaate valmimist disainitakse mõõdikud ka rakendustasandile.

1. Turismi pika vaate 2025–2035 peamised mõõdikud

Nimi	Allikas	Sisu	Lähtetase 2023	Sihttase 2035	Kommentaar
Turismi lisandväärtus, otsene ja kaudne mõju	Statistikaamet, tabel RAS0004 ¹³⁷	Turismi lisandväärtus näitab seda, kui palju väärtust turismisektor loob majandusele, lisades väärtust kaupadele ja teenustele, mida nii sise- kui välituristid tarbivad	2 196,5 mln eurot	4 300 mln eurot	Lisandväärtus sisaldab muuhulgas tööjõukulu, kasumit, põhivara kulumit ja enamikku riigi maksutulust. Arvesse võetakse nii turistide poolt ostetud kaupu ja teenuseid, kui nende tootmise sisendiks kasutatud Eestimaiseid kaupu ja teenuseid. See näitaja võiks olla kõige laiem turismist Eestile tekkiva majandusliku kasu näitaja. Mida suurem see on, seda rohkem majanduslikku kasu me turistide teenindamisest saame. Ekspordi käibega võrreldes võimaldab see arvesse võtta ka kasu, mida saame sellest, et Eesti inimene otsustab Kreeka asemel puhata Eestis (maksebilansi vaade), samuti seda, et ka siseturism (isegi see, mis ei asenda välisreise) loob Eestis lisandväärtust. Turismisektori lisandväärtuse suurendamiseks tuleb pidevalt tegeleda turismitoodete ja -teenuste kvaliteedi, mitmekesisuse ja kestlikkuse tõstmisega. Antud mõõdik hõlmab kogu Eesti turismi lisandväärtust ehk arvestab nii välis- kui ka siseturismi.

¹³⁷ Allikana on toodud tabel, kus statistikaamet avaldab tavaliselt turismi satelliitkonto tulemusi. Loodetavasti hakkab Statistikaamet turismi satelliitkontot uuesti ka tulevikus koostama. Lähtetase on tuletatud vastavalt kommentaari lahtris kirjeldatud arvutusele.

					<p>Turismi lisandväärtus hõlmab laiemalt turismisektori otsest ja kaudset mõju Eesti majandusele, kaasa arvatud tarneahelate efektid ja sektoris loodud energia.</p> <p>Lisandväärtus on sisuliselt majanduslik väärtus, mida ettevõtted loovad oma majandustegevuse käigus. peegeldab üldiselt ettevõtte majandustegevuse tulemusel loodud uut väärtust, mis väljendub erinevate komponentide liitmisel. Ettevõtte tasandil arvutatakse see kokku järgmistest komponentidest (kasum, töötajatele makstud palgad ja lisatasud, amortisatsioon, maksud, välja arvatud käibemaks).</p> <p>Lisandväärtuse tasemel ettevõttes on võimalik saavutada kasvu, kui müüdavaid tooteid või teenuseid hinnastatakse selliselt, et võimaldatakse suuremat töötasude maksmist, paremate investeeringute tegemist ning üldiselt kõrgemat efektiivsust.</p> <p>Selline väärtuse kasv võib tekkida, kui ettevõtted suudavad pakkuda oma teenuseid või tooteid kõrgema hinnaga, mis omakorda võimaldab investeerida töötajate palkadesse või parendada ettevõtte varustust ja efektiivsust.</p> <p>Majanduse tasandil ei mõõda turismi pika vaate näitaja üksikettevõtete lisandväärtust, vaid turismisektori kogupanust Eesti majandusele. Makrotasandil aitab turismi lisandväärtuse kasv tõsta kogu majanduse efektiivsust, kuna siin lähevad arvesse ka külastajad välismaalt. Antud mõõdik keskendub Eesti majandusele tervikuna. See näitaja on sisuliselt turismi satelliitkonto, mis arvestab sektori kogumõju – sealhulgas tarneahelate kaudu loodud lisaväärtust, Eestis toodetud energiat ja kogu protsessi, mis loob väärtust Eesti majanduses.</p>
--	--	--	--	--	--

					<p>Viimane satelliitkonto koostati 2017. aasta kohta ning siis hinnati turismi lisandväärtuseks 1 553,5 mln eurot (SA, tabel RAS0004).</p> <p>MKM on hinnanud lihtsustatud meetodil turismimajanduse osakaalu SKPs (otsene ja kaudne) 2023. aastal, mis (meetodi 1 kohaselt) oli 7,0% (allikas: Turismi regionaalne mõju).</p> <p>Turismi osakaal lisandväärtuses on ajalooliselt olnud madalam, kui osakaal SKPs. Perioodil 2011–2017 oli see ca 94% osakaalust SKPs (allikas: SA, tabel RAS0004, autori arvutused). Sellest lähtuvalt võiks turismi osakaal lisandväärtuses olla 2023. aastal 6,6%.</p> <p>Statistikaameti andmetel oli 2023. aastal Eesti majanduses loodud lisandväärtuse kogusummaks 33 280,5 mln eurot (allikas: SA, tabel RAA0042), turismi lisandväärtuse kogusummaks oleks seega 2 196,5 mln eurot</p> <p>Sihttase on määratletud samal meetodil, mida kasutatakse "Majanduspoliitika pikk plaan 2035" mõõdikute arvutamiseks.</p>
Eesti elanike rahulolu turismiga	Väljatöötamisel	<p>Näitaja mõõdab seda, kuivõrd rahul on Eesti elanikud turismiga üldiselt.</p> <p>Arvutatakse kui osakaal Eesti elanikest, kes on alljärgneva</p>	Puudub	Selgumisel	<p>Kohalikud inimesed võivad tunnetada turismi nii positiivsena (kogukond või konkreetne leibkond teenib raha turismiteenuste müügist, teenuste ja toodete valik on suurem) kui negatiivsena (nt peomüra, prügiireostus). Riigi huvi võiks olla, et võimalikult suur hulk inimestest Eestis tunneb, et turismist on rohkem kasu kui kahju.</p> <p>Sellist väidet üheski laiapõhjalises uuringus praegu ei ole, küsimus tuleks lisada kogu Eesti elanikkonda katvasse uuringusse. Täpsem sõnastus ja küsimuste arv täpsustub uuringu tegemise ajaks.</p>

		<p>väitega pigem nõus või täiesti nõus.</p> <p>Väide: „Turism toob minu kogukonnale rohkem kasu kui kahju“.</p> <p>Skaala: 1 = Pole üldse nõus 2 = Pigem ei ole nõus 3 = Nii ja naa 4 = Pigem nõus 5 = Täiesti nõus 9 = Ei oska öelda</p>			<p>Lähtetase hetkel puudub, see tuleb mõõta. Sihttase on mõistlik seada pärast seda, kui lähtetase on teada</p> <p>Mõtted sihttaseme parandamiseks: Selleks tuleb kaasata kogukondi otsustusprotsessidesse, edendada kestlikku ja kogukonnapõhist turismi, suurendada majanduslikku kasu kohalikele, tõsta teadlikkust turismi positiivsetest mõjudest ning vähendada kahjulikke mõjusid.</p> <p>Möödik on planeeritud sisustada 2025-2026 ja liita Regionaal- ja Põllumajandusministeeriumi kohalike elanike rahuolküsitlusse, mida viiakse läbi iga kahe aasta tagant, järgmisel korral 2026. aastal, vt lisaks Avaleht Minuomavalitsus.</p>
Väliskülastajate soovitusindeks	Väliskülastajate uuring	<p>Kui tõenäoliselt Te soovitaksite oma sõpradel külastada Eestit?</p> <p>1 – Kindlasti ei soovitaks 2 ... 10 – Kindlasti soovitaks Ei oska öelda</p>	73*	75	<p>Soovitusindeks (ingl Promoter Score ehk NPS) näitab, kui võrd on valmis väliskülastajad soovitama Eestit turismi sihtkohana. See leitakse lahutades soovitajate (vastused 9 ja 10) osakaalust maha mittesovitajate (vastused 1-6) osakaalu.</p> <p>Näitaja arvutamisel kasutatakse ööbimisega külastajate hinnanguid – ühepäevakülastajate kokkupuude Eestiga jääb liiga lühikeseks.</p> <p>Kuna möödiku praegune sihttase on juba kõrge, siis ei ole võimalik plaanida hüppelist kasvu, mistõttu on eesmärk juba olemasolevat kõrget taset eelkõige hoida.</p>

					<p>Mõtted sihtaseme parandamiseks:</p> <p>Soovitusindeksi kõrge hoidmiseks tuleks keskenduda turismi kogemuse kvaliteedi pidevale parandamisele, pakkudes väliskülastajatele unikaalseid ja positiivseid elamusi, tagades kõrge teenindustaseme, parendades taristut ja turvalisust ning luues meeldejäävaid ja rahuldust pakkuvaid turismielamusi, mis motiveerivad külastajaid Eestit oma sõpradele ja kolleegidele soovitama.</p> <p>* Väliskülastajate uuringut ei viida läbi igal aastal, andmed pärinevad 2024. aastast (uuringu tulemuste esitus)</p>
--	--	--	--	--	--

2. Tegevussuunad

2.1. Eesti on aasta läbi atraktiivne turismisihtkoht

Nimi	Allikas	Sisu	Lähtetase 2023	Sihttase 2035	Kommentaar
Äriturismi osakaal	Statistikaamet, tabel TU113	Näitab, kui palju välisturistide ööbimisi on seotud tööreisi eesmärgiga	23,3%	27%	<p>Näitaja saadakse, leides reisi eesmärgiga “tööreis” seotud ööbimiste arvu osakaalu aasta jooksul kokku majutusasutustes veedetud ööde koguarvust. Kõrgem näitaja väärtused on eelistatumad, kuna need näitavad, et majutusasutustes ööbib rohkem turiste, kelle peamine reisi eesmärk on äriturism.</p> <p>Näitaja on oluline, kuna aitab kaasa turismi pika vaate peamise mõõdikute sihttasemete saavutamisele nii otseselt, kui olulisemana kaudselt – äriturismi eesmärgil Eestisse tulek on sageli siinviibimise pikendamise eelduseks, jätkukülastusteks või positiivse kogemuse jagamise kaudu huvi ja teadlikkuse tõstmist meie sihtkohta reisimiseks.</p> <p>Ajalooliselt on olnud äriturismi osakaal järgmine: 2015 23,4% 2016 23,2%</p>

					2017 23,3% 2018 24,3% 2019 23,8% 2020 23,6% 2021 25,5% 2022 24,1% 2023 23,3%
Turismiteenuste eksport	Statistikaamet, tabel VKT41	Näitab, kui suured olid välisriikide elanike kulutused Eestis ning kui palju tegid nad makseid Eesti transpordiettevõtetele	1 867 mln eurot	3 900 mln eurot	<p>Turismiteenuste ekspordi näitaja leitakse tabeli VKT41 järgmiste ridade summana: SC11 Reisijatevedu meretranspordiga, SC21 Reisijatevedu õhutranspordiga, SC31 Muu transport – reisijatevedu, SC3B1 Reisijatevedu raudteel, SC3C1 Reisijatevedu maanteel, SC3D1 Reisijatevedu sisevetel, SD Reisisiteenused. Vastavalt Eesti Panga definitsioonile hõlmavad reisisiteenused välisriigi külastamisel reisiija poolt oma tarbeks või kingituseks omandatud kaupu ja teenuseid, sh kohaliku transpordi kasutamist; siin ei kajastata rahvusvahelist transporti (reisijatevedu), edasimüügiks omandatud kaupu ning väärtuskaupu (nt juveelitooted, kunstiväärtused, autod, mis kajastatakse kaupade kirjel). Kui soovime näidikutesse sisse tuua väliskaubandusbilansi tasakaalustamise mõõtme, siis üks moodus seda teha on läbi selle näitaja. Majandusliku kasu mõttes on sellel kattuvus lisandväärtuse näidikuga (turismi lisandväärtus on laiem).</p> <p>Kahekordne kasv oleks pigem konservatiivne. Kui lisandväärtus kasvab 2 korda ning ka eksport kasvab kaks korda, siis jääb välis- ja siseturisti osakaal ligilähedaselt sinna, kus ta on (50/50). Eksport võiks kasvada veidi kiiremini. Kahekordne kasv oleks ca 3</p>

					<p>700 mln eurot, kuid sihttasemele on lisatud veidi ambitsiooni.</p> <p>Mõtted sihtaseme parandamiseks: Turismiteenuste ekspordi suurendamiseks tuleks tõhustada rahvusvahelist turundust, parendada turismiteenuste ja transpordi taristut, arendada mitmekesiseid ja kvaliteetseid teenuseid ning atraktsioone, mis meelitavad välituriste rohkem kulutama, ning luua soodsaid tingimusi, et väliskülastajad kasutaksid rohkem Eesti transpordiettevõtete teenuseid</p>
Turismi hooajalisus	Statistikaamet, tabel TU131	Kolme kõige suurema majutusasutustes veedetud ööde arvuga kuu ööde arvu kogusumma suhe aasta majutusasutustes veedetud ööde arvu kogusummasse	37%	35%	<p>Näitaja saadakse, leides kõige külastatavamates kuudes (3 kuud) majutusasutustes veedetud ööde (ehk ööbimiste) osakaalu aasta jooksul kokku majutusasutustes veedetud ööde koguarvust. Madalad näitaja väärtused on eelistatumad, kuna need näitavad, et turismi infrastruktuur leiab suuremat kasutust ka väljapool kõrghooaega. Näiteks aastal 2023 langes 37% kõikidest kogu aasta ööbimistest kolmele suvekuule.</p> <p>Täna on Eesti näitaja EL riikide parimate seas. 35% või madalam oli aastal 2023 hooajalisuse näitaja riikides, nagu Saksamaa, Malta, Austria, Liechtenstein, Šveits ja Soome. Soome võiks olla meie eeskujuks.</p> <p>Hooajalisuse näitaja on väga staatiline, suurema languse tekkimiseks peab midagi märkimisväärselt muutuma. Kui ööbimiste arv ei muutuks, siis peaks <i>ca</i> 100 000 ööbimist liikuma kõrghooajast väljapool (3 kõige intensiivsemat kuud).</p> <p>Mõtted sihtaseme parandamiseks:</p>

					Hooajalisuse vähendamiseks tuleks mitmekesistada turismipakkumisi aasta läbi, edendades hooajaväliseid sündmusi ja atraktsioone, pakkudes eripakkumisi ning arendades turismitooteid, mis on atraktiivsed ka madalhooajal, et ühtlustada turistide voog kogu aasta vältel
Mõõdikud, mida jälgime, aga sihttaset ei sea:					
Välis- ja siseturistide ööbimiste arv	Statistikaamet, tabel TU112	Näitaja mõõdab, mitu ööd välis- ja siseturistid Eesti majutusasutustes veetsid	6,37 mln ööd	Jälgime, aga ei sihistata	<p>Eesti vähemalt viie voodikohaga majutusasutustes veedetud ööde ehk ööbimiste arv. On parem näitaja kui majutatute arv, kuna üks turist võib külastada mitut majutusasutust, mis tekitab unikaalsetest külastustest petliku mulje. Seetõttu ei ole otstarbekas arvutada ka keskmise ööbimise kestuse näitajat ööbimiste koguarvu ja majutatute arvu suhtena.</p> <p>Vene turistide ei ole ning kuni neid pole, ei ole realistlik, et 2019. aasta turistide ja ööbimiste mahud taastuvad. 2024. eesmärk praegu kehtivas strateegias oli 7 mln ning eeldatavalt see ei täitu. Pandeemiaeelne tase ilma vene turistideta võiks olla saavutatav aastatel 2026-2027. Sealt edasi oleks 8 aastat aega pika vaate horisondi lõpuni. Ööbimise kestvus majutusettevõttes on püsinud väga stabiilne (välis 2,0, sise, 1,7 ööd), seda on raske mõjutada.</p> <p>Sihttasemeks võiks olla 9,3 mln ööd, mis on veidi aeglasem, kui ca 5% pidevat kasvu.</p> <p>Kust tulevad inimesed? Pigem laiapõhjaline taastumine, pole ühte konkreetset riiki. Aasia pigem mitte, liiga väike. Olulised on sündmused, äriturism. Need võiks olla tõmbetegurid. Muu hinnatõus, maksud</p>

					<p>on tähtsad, konkurentsivõime peaks säilima. Ühte kindalt hõbekuuli ei ole.</p> <p>Mõtted sihtaseme parandamiseks: Välis- ja siseturistide ööbimiste arvu suurendamiseks tuleks investeerida rahvusvahelisse ja siseriiklikusse turundusse, tõsta Eesti kui atraktiivse sihtkoha nähtavust, pakkuda mitmekesiseid ja kvaliteetseid turismitooteid, korraldada kohalikke sündmusi ja festivale, parendada transpordiühendusi ning arendada temaatilisi puhkusetooteid, et motiveerida nii välis- kui ka siseturiste avastama Eesti erinevaid piirkondi ja kultuurilisi eripärasid</p>
Eesti positsioon rahvusvahelises jätkusuutliku turismi indeksis	Euromonitor Sustainable Travel Index (STI) 2023	Näitab, kuivõrd kestlik on Eesti turism võrreldes teiste maailma riikidega	4.*	Jälgime, aga ei sihist	<p>Indeksis 99 riigi 56 indikaatori võrdlus. Indikaatorid on jaotatud seitsme teema vahel ja osakaalud (%) järgmised: keskkonna- (10%), sotsiaalne- (10%), majanduslik jätkusuutlikkus (10%), riskid (10%), kestlik nõudlus (20%), kestlik transport (20%), kestlik majutus (20%).</p> <p>Juba praeguse kõrge taseme säilitamine on väljakutse.</p> <p>Mõtted sihtaseme parandamiseks: Eesti positsiooni tõstmiseks (/hoidmiseks - ?) rahvusvahelises jätkusuutliku turismi indeksis tuleks suurendada investeeringuid keskkonna- ja sotsiaalselt jätkusuutlikesse turismipraktikatesse, arendada kestlikku transporti ja majutust, vähendada turismiga seotud riske, edendada jätkusuutlikku turismiküllastajate nõudlust ning tugevdada üldist majanduslikku jätkusuutlikkust turismisektoris, et vastata paremini kõigile indeksi mõõdikutele.</p>

					Allikas: Euromonitor (tasuline raport, EISil ligipääs olemas) 2023 raport: 2023Report.ppt
Eesti kui soovitatud atraktiivne turismi sihtkoht rahvusvahelistes väljaannetes	Väljatöötamisel	Väljatöötamisel	Puudub	Jälgime, aga ei sihist	<p>Mõõdik on strateegilise tähtsusega Eesti turismi sihtkoha kuvandi arendamisel ning aitab paremini suunata tuleviku turundustegevusi. Rahvusvaheliste väljaannete kajastused aitavad mõista, millised Eesti turismitooted ja -elamused on atraktiivsed välisriikide turistidele.</p> <p>Selle mõõdiku kaudu saab jälgida, kas turundustegevused aitavad Eestit positsioneerida soovitud sihtkohana ning kui suurt rahvusvahelist tähelepanu sihtkohana pälvime.</p> <p>Saab jälgida, mitu korda Eesti on esile toodud soovitatud sihtkohana ja artiklite ja soovitusete sisu ja tooni alusel (positiivne/negatiivne), mainitud atraksioonid, sündmused, elamused, kas Eesti on esitatud atraktiivse ja unikaalse sihtkohana.</p> <p>Mõõta tuleks kajastusi ja soovitusi mainekates turismi-, elustiili- ja reisiväljaannetes ja muudes infokanalites. Täpsem metoodika töötatakse välja.</p>

2.2. Eestis on sujuvad, mitmekesised digi- ja transpordiühendused rahvusvaheliselt ja riigisiselt

Nimi	Allikas	Sisu	Lähtetase 2023	Sihttase 2035	Kommentaar
Rahvusvaheliste regulaarsete otselendude sihtkohtade arv Tallinna	AS Tallinna Lennujaam	Näitab, kui mitmest kohast on võimalik Eestisse otse lennata madalhooajal	32	42	Regulaarsete otselendude sihtkohtade arv näitab, kust on võimalik Eestisse lennata. Talv on turismi jaoks madalperiood ning näitab pigem minimaalset ühenduste arv. Talveperioodi näitaja on arvutatud jaanuar II nädala (ehk aasta 2. nädala) põhjal ja

Lennujaamast aasta 2. nädalal					sisaldavad kõiki unikaalseid sihtkohti, kuhu sellel nädalal regulaarliniga Tallinna Lennujaamast sai lennata. Sihtkoht võrdub linnaga. 2023. aasta jaanuaris oli see näitaja 32, 2024. aastal samuti. *Andmed Tallinna Lennujaamast otsepäringuga 28.08.2024
Rahvusvaheliste regulaarsete otselendude sihtkohtade arv Tallinna Lennujaamast aasta 24. nädalal	AS Tallinna Lennujaam	Näitab, kui mitmest kohast on võimalik Eestisse otse lennata kõrghooajal	32	50	Regulaarsete otselendude sihtkohtade arv näitab, kust on võimalik Eestisse lennata. Suvi on turismi kõrghooaeg ning see näitaja on lähend maksimaalsele ühenduste arvule, mis Tallinnast aasta siseselt on. Suveperioodi näitaja on arvutatud juuni II nädala (ehk aasta 24. nädala) põhjal ja sisaldab kõiki unikaalseid sihtkohti, kuhu sellel nädalal regulaarliniga Tallinna Lennujaamast sai lennata. 2023. aasta juunis oli see näitaja 32, 2024. aastal 38. *Andmed Tallinna Lennujaamast otsepäringuga 28.08.2024
Rahvusvaheliste regulaarsete otselendude väljumiste arv Tallinna Lennujaamast aasta 2. nädalal	AS Tallinna Lennujaam	Näitab, kui tihe on Eestis lennuühendus muu maailmaga madalhooajal	242	370	Regulaarsete otselendude väljumiste arv näitab, kui tihe on lennuühendus. Näitaja on arvutatud jaanuari II nädala (ehk aasta 2. nädala) põhjal ja võrdub selle nädala jooksul toimunud regulaarsete otseühenduste väljumiste summaga. 2023. aasta jaanuaris oli see näitaja 242, 2024. aastal 258. *Andmed Tallinna Lennujaamast otsepäringuga 28.08.2024
Rahvusvaheliste regulaarsete otselendude väljumiste arv Tallinna	AS Tallinna Lennujaam	Näitab, kui tihe on Eestis lennuühendus muu maailmaga kõrghooajal	273	450	Regulaarsete otselendude väljumiste arv näitab, kui tihe on lennuühendus. Näitaja on arvutatud juuni II nädala (ehk aasta 24. nädala) põhjal ja võrdub selle nädala jooksul toimunud regulaarsete

Lennujaamast aasta 24. nädalal					otseühenduste väljumiste summaga. 2023. aasta juunis oli see näitaja 273, 2024. aastal 350. *Andmed Tallinna Lennujaamast otsepäringuga 28.08.2024
Sadamate kaudu laevadega (v.a ristluslaevad) välismaalt saabunud ja välismaale lähetatud sõitjate arv	Statistikaamet	Näitab, kui tihe on välismaalt ja välismaale laevadega reisimine	7,9 mln	10 mln	Sadamate kaudu laevadega (v.a ristluslaevad) välismaalt saabunud ja välismaale lähetatud sõitjate arv aastas näitab, kui tihe on rahvusvaheline reisimine.
Mõõdikud, mida jälgime, aga sihttasest ei sea:					
Transpordilahenduste piisavus turismi sihtkohtade külastamiseks	Väljatöötamisel	<p>Näitaja mõõdab, kui võrd takistab transpordilahenduste puudumine välituristidel Eesti turismi sihtkohtade külastamist</p> <p>Arvutatakse kui osakaal ööbimisega väliskülastajatest, kes on alljärgneva väitega pigem nõus või täiesti nõus.</p> <p>Väite võimalik sõnastus: „Transpordilahenduste puudumine takistas mulle huvipakkuvate turismi sihtkohtade külastamist Eestis.“</p> <p>Skaala: 1 = Pole üldse nõus</p>	Puudub	Jälgime, aga ei sihist	<p>Antud mõõdik tuleb lisada väliskülastajate uuringusse.</p> <p>Näitaja eesmärgiks on hinnata, kas siseriiklik ühenduvus (nii ühistransport aga tegelikult ka muude transpordilahenduste kättesaadavus) võib olla takistuseks turismi sihtkohtade külastamise.</p>

		<p>2 = Pigem ei ole nõus 3 = Nii ja naa 4 = Pigem nõus 5 = Täiesti nõus 9 = Ei oska öelda</p> <p>Arvutatakse kui osakaal ööbimisega välisküllastajatest, kes pole alljärgneva väitega pigem nõus või üldse nõus</p>			
Sobivate laevaühenduste olemasolu nii rahvusvaheliselt kui ka siseriiklikult	Meremajanduse valge raamat 2022–2035	Näitaja mõõdab, kuidas hinnatakse ja planeeritakse Eesti meretranspordiühenduste kättesaadavust, usaldusväarsust ja vastavust majanduslikele ning ühiskondlikele vajadustele.	Puudub	Jälgime, aga ei sihist	Mõõdik võimalik jälgida, et kuidas tagatakse stabiilsed ja tõhusad meretranspordiühendused suurte rahvusvaheliste sadamate ja kaubateede vahel (nt ühendused Soome, Rootsi); regulaarliinid, mis võimaldavad mugavat ja taskukohast liikumist Eesti ja välisriikide vahel. Oluline on ühenduste tihedus, graafikute paindlikkus ja teenuse kvaliteet. Elanikele ja ettevõtjatele tagatakse püsivad ja kvaliteetsed ühendused mandri ja suuremate saarte vahel (nt Saaremaa, Hiiumaa). Siseriiklikud laevaühendused peavad toetama turismi arengut ja tagama kohalikele elanikele igapäevase liikumisvõimaluse. Teenuse hind ja sagedus peaksid olema vastavuses kohalike vajadustega, arvestades ka hooajalisi kõikumisi.
Rail Baltica valmimine	Rail Baltica	Näitajad mõõdab, projekti tähtaegade ja eesmärkide täitmist, tagamaks, et raudtee valmib planeeritud ajakavas.	Puudub	Jälgime, aga ei sihist	Rahvusvahelise raudteeprojekti Rail Baltica ehituse edenemisele ja lõppvalmimisele, mis ühendab Balti riigid Euroopa standardrööpmelaiusega raudteevõrgustikuga.

					Rail Baltica projekti valmimise tähtaeg on seatud aastasse 2030. Euroopa Komisjon on rõhutanud, et Balti riike ühendav põhitrass peab olema valmis 2030. aastaks, et tagada tõhus ühenduvus ja vastavus Euroopa Liidu transpordivõrgustiku eesmärkidele.
Via Baltica turvalisus	Transpordi ja liikuvuse arengukava 2021–2035	Via Baltica, mis on Eesti ja kogu Baltikumi üks peamisi transpordikoridore, mängib olulist rolli nii rahvusvahelises kaubaveos kui ka regionaalses ühenduvuses.	Puudub	Jälgime, aga ei sihist	Liikuvuse arengukava eesmärk on tagada, et Via Baltica oleks mitte ainult tõhus ja kiire ühendustee, vaid ka võimalikult ohutu kõigile liiklejatele.
Ülikiire interneti kättesaadavus üle Eesti	Digiühiskonna arengukava 2035	Näitaja mõõdab, kui ulatuslikult on Eestis tagatud kiire ja kvaliteetne internetiühendus kõigile elanikele ja ettevõtetele	Puudub	Jälgime, aga ei sihist	Digiühiskonna arengukava 2035 seab prioriteediks tehnoloogia kättesaadavuse, et vähendada lõhet linnade ja maapiirkondade vahel, tõsta elukvaliteeti ning tagada Eesti konkurentsivõime globaalses digimajanduses.
Ligipääsetavate turismitoodete arv	Hetkel puudub. Mõõdiku võimalikud komponendid: <ul style="list-style-type: none"> Eesti 2035 ligipääsetavuse näitaja ligipääsetavate majutustubade osakaal kõigist tubades Kestlikkuse sertifikaate ja märgiseid omavate ettevõtete arv 	Väljatöötamisel	Puudub	Jälgime, aga ei sihist	Ligipääsetavus hõlmab nii füüsilise kui ka digitaalse keskkonna kättesaadavust ja kasutatavust kõigile inimestele, olenemata nende võimetest või erivajadustest. Aastaks 2035 on Euroopa Liidus umbes pool elanikkonnast kõrgendatud ligipääsetavuse vajadusega (üle 65-aastased, erivajadusega inimesed, alaealiste lastega pered). Eesti 2035 ligipääsetavuse näitaja näitab kohalike omavalituste elanikele avalikele teenuste, näiteks muuseumide, raamatukogude, kultuuriasutustele, noortekeskuste ja huvikoolide hoonetele ligipääsu. Lisaks ka erivajadustega inimestele mõeldud

	<ul style="list-style-type: none"> • välisküllastajate hinnang (piiriuuring) • ligipääsetavate turismimarsruutide arv • Ligipääsetavate turismiobjektide arv VisitEstonia andmebaasis 				<p>teenuste ja informatsiooni kättesaadavust. Näitajat mõõdetakse koondindeksina. NB! Mõõdik on lähiajal uuendamisel. Statistikaamet kogub majutusettevõtelt infot invatubade olemasolu (ja arvu kohta) - saaks arvutada invatubade osakaalu kõigist tubadest.</p> <p>Kestlikkuse märgised ja sertifikaadid sisaldavad reeglina ka sotsiaalseid aspekte sh ligipääsetavust. Rahvusvaheliselt tunnustatud ja usaldusväärseid kestlikkuse märgiseid ja sertifikaate omavate ettevõtete ja sihtkohtade arv.</p> <p>Võimalus lisada välisküllastajate piiriuuringusse küsimuse 29. juurde: Palun hinnake järgmisi valdkondi Eestis: turismiteenuste ligipääsetavus (eri- ja eristuvate vajadustega inimestele)</p> <p>Sihtkohtadel on välja arendamisel ligipääsetavad marsruudid, Tallinnal juba olemas (102).</p> <p>Pikemas perspektiivis on välja töötamisel kriteeriumid, mille alusel hinnata ja kuvada ligipääsetavaid turismiobjekte VisitEstonia portaalis – siis saaks mõõta nende arvu.</p>
Online-broneerimis- ja müügikanalite olemasolu ja kasutamine	MKM-EISi küsitlus	Turismiettevõtete küsitlus (nt. majutus, toitlustus) - % ettevõtetest	60%	Jälgime, aga ei sihist	Lähtetase põhineb hetkel 2022 küsitluse baasil, sihttaset üle 80% ilmselt ei saa panna, kuna palju VKEsid

2.3. Mitmekesine, külalishake ja elujõuline turism erinevates Eesti piirkondades toetab kohaliku elu arengut, kaasates kohalikke kogukondi

Nimi	Allikas	Sisu	Lähtetase 2023	Sihttase 2035	Kommentaar
------	---------	------	----------------	---------------	------------

Ööbimiste osakaal väljaspool Tallinna	Statistikaamet, TU112	Väljaspool Tallinna toimunud ööbimiste osakaal näitab kaudselt seda, palju jõuab turismi majanduslikust mõjust väljapoole Tallinna	52%	55%	<p>Turismi majanduslik mõju mõõtmiseks väljaspool Tallinna oleks kõige parem kasutada maakondlikku turismi satelliitkontot. Kuna seda ei ole ja pole kindel kas ja millal see luuakse, siis kaudse (ja oluliselt lihtsamalt arvutatava) hinnangu regionaalsele mõjule võiks saada ka väljaspool Tallinna linna toimunud ööbimiste osakaalu kaudu. Mida suurem see on, seda suurem on turismi majanduslik panus Tallinna-väliste piirkondade arengusse.</p> <p>Möödiku sihttasest seades, tegime eelduse, et Tallinna väline ümbrus kasvab kiireini kui Tallinn. Kuigi Turismi pika vaate fookuseks on äriturismi kasvatamine, siis valdav osa sellest sihist jääb ikka puhkuse turistide kanda.</p> <p>Läbi aja suhteliselt stabiilne näitaja, koroonapandeemia ajal 2020-2022 veidi muutus.</p> <p>Mõtted sihtaseme parandamiseks: Tallinna-väliste ööbimiste osakaalu suurendamiseks tuleks arendada ja reklaamida turismiobjekte, sündmusi ja atraktsioone teistes Eesti piirkondades, parandada transpordiühendusi ja taristut väljaspool Tallinna, luua piirkondlikke turismipakette ning toetada kohalike turismiettevõtete ja majutusasutuste arengut, et motiveerida turiste rohkem avastama ja ööbima väljaspool pealinna</p>
Rahvusvaheliselt tunnustatud turismisihtkohtade arv	Green Destinations, Europarc ja GDS jt	Näitab sihtkoha süsteemset tööd kestliku turismi seiramisel ja arendamisel ning	10	Jälgime, aga ei sihist	<p>Selle möödiku sisustamiseks sobivad rahvusvaheliselt tunnustatud standardid.</p> <p>Näiteks Green Destinations standard on rahvusvaheliselt tunnustatud ja vastab globaalselt aktsepteeritud kestlikkuse põhimõtetele, nagu Global</p>

		tagab elujõulisuse ja kaasatuse			<p>Sustainable Tourism Council (GSTC) nõuded. See suurendab usaldusväärsust ning annab piirkonnale või sihtkohale rahvusvahelise maine ja prestiiži.</p> <p>Sihtkohtade kestliku juhtimise korraldamiseks pakub Green Destinations 75 kriteeriumist koosnevat standardit (DESTINATION CERTIFICATION Green Destinations), mille raames saab süsteemselt läbi mõelda nii sihtkoha juhtimise, turismi mõju keskkonnale ja kultuuripärandile, turismi sotsiaalse mõju kui ka turismiettevõtete ning külastajate teadlikkuse kasvatamise. Edusammude tõendamiseks esitab sihtkoht Green Destinationsile Awardi taotluse, mida hindavad sõltumatud audiitorid. Destination - Global Destination Sustainability Movement (gds.earth) - Tallinn GDS koosneb 77 indikaatorist: Global Destination Sustainability Index (gds.earth)</p> <p>Eestis on täna 41 sihtkohta: Visit Estonia partnerid Eestis Puhka Eestis</p> <p>Green Destinations Award 7 sihtkohal: Lahemaa, Tartu (plaatina), Saare- ja Hiiumaa (kuld), Pärnu, Järvamaa ja Rakvere (hõbetase).</p> <p>EUROPARC Charter for Sustainable Tourism in Protected Areas (EUROPARC harta kaitsealade kestlikule turismile), on rahvusvaheliselt tunnustatud raamistik, mis aitab kaitsealadel ja loodusparkides edendada kestlikku turismi. See standard loodi, et tagada turismi mõju minimeerimine kaitsealadel ning tasakaalu leidmine turismiarenduse, keskkonnakaitse ja kohalike kogukondade heaolu vahel.</p>
--	--	---------------------------------	--	--	--

					Europarc 3: Lahemaa, Soomaa, Matsalu.
Mõõdikud, mida jälgime, aga sihttasest ei sea:					
Majanduslikult toimetulevad ja iseseisvad DMOd	Väljatöötamisel	Väljatöötamisel	Puudub	Jälgime, aga ei sihistata	<p>Mõõdiku ettepaneku sisustamine keskendub DMOde majandusliku jätkusuutlikkuse ja iseseisvuse suurendamisele. Mõõdiku olulised aspektid võivad olla:</p> <ul style="list-style-type: none"> - kui edukalt DMO-d suurendavad finantsilist iseseisvust (omapanuse osakaal); - ettevõtjate panus rahaliselt või koostöö kaudu turismisihtkoha arendamisse. DMO-sse kuuluvate piirkonna turismiettevõtete osakaal näitab, et piirkondlikud DMO-d on suutnud luua tugeva võrgustiku ja ettevõtjad väärtustavat koostöömudelit, mis toob kasu kõigile osapooltele; - DMO-de suutlikkus luua ja pakkuda tulutoovaid teenuseid (nt ürituste korraldamine, turundusteenused, digitaalsed lahendused), vähendades seega sõltuvust avalikust rahastusest.

2.4. Turismi on stabiilne ja tulus ettevõtlusvaldkond ja mainekas karjäärivõimalus töötajatele

Nimi	Allikas	Sisu	Lähtetase 2023	Sihttase 2035	Kommentaar
Majutuse, tootlustuse ja reisikorralduse ettevõtete keskmine lisandväärtus tööga hõivatud isiku kohta	Statistikaamet, tabel EM001	Näitab ettevõtete ja tööjõu tootlikkust	21 839 eurot tööga hõivatud isiku kohta	48 000 eurot tööga hõivatud isiku kohta	Lisandväärtus mõõdab majanduslikku väärtust, mida sektori ettevõttes Eestis loovad. Suhestatuna tööga hõivatud inimestesse näitab, see, kui efektiivselt suudetakse tööjõudu kasutada ehk kui suur on tööjõu tootlikkus. Näitaja arvutatakse liites majutuse, toidu ja joogiserverimise ning reisibüroode ja reiskorraldajatena tegutsevate ettevõtete lisandväärtuse ja tööga hõivatud isikute arvu kokku ning jagades lisandväärtuse summa tööga hõivatud isikute arvu summaga. Käesoleva

					<p>dokumendi koostamise hetkeks ei olnud 2023. aasta aastased andmed veel avalikud. Baastase on leitud, korrutades 2022. aasta andmed 2023. aasta kvartaalsete andmete põhjal leitud kasvumääraga.</p> <p>OSKA tööjõuvajaduse üldprognoos aastani 2031 ütleb, et töötajate arv majutuses ja toitlustuses jääb sisuliselt muutumatuks (kasvab võrreldes 2021. aasta tasemega 1,7%). Täpsemat prognoosi ei ole hetkel võtta, seega eeldame, et töötajate arv majutuses ja toitlustuses, aga ka reisikorralduses märkimisväärselt ei muutu, mis ühtlasi tähendab kogu turismivaldkonna lisandväärtuse kasv tuleb tööjõu tootlikkuse kasvust ehk lisandväärtuse kasvust töötaja kohta.</p> <p>Turismivaldkonna lisandväärtus (koos kaudsete efektidega) kasvab prognoosiperioodil 1,968 korda (vt mõõdikute süsteemi kõige esimest mõõdikut).</p> <p>Kui viimane kriis välja jätta, siis perioodi 2007-2019 (samuti 12 aastat) kasvas majutuse toitlustuse ja reisikorralduse LV töötaja kohta ca 1,71 korda, mis tähendab, et 1,968 kordne kasv on ajaloolistest kasvumääradest ambitsioonikam. Arvesse tuleks võtta ka seda, et seekord toimub kasv kõrgemalt kasvubaasilt. Lisaks tuleks arvesse võtta ka seda, et LV koos kaudsete efektide sisaldab LV, mida luuakse väljapool turismi kolme põhitegevusala. Selle strateegia ambitsiooniks on näha väljapool „klassikalist“ turismisektorit loodava lisandväärtuse osakaalu suurenemist kogu turismi poolt loodavas lisandväärtuses. Seetõttu oleks mõistlik eeldada, et majutuse, toitlustuse ja reisikorralduse lisandväärtus töötaja kohta kasvab aeglasemalt kui kogu turismi lisandväärtus (sh kaudsed efektid).</p>
--	--	--	--	--	---

					Järgneva 10-aastase perioodi vältel eesmärgiks seatud keskmise lisandväärtuse tööga hõivatud isiku kasv 2,2-korda sellepärast, et madalama kasvu korral (näiteks 1,75x) jääks sektori tootlikkus Eesti keskmisest veelgi enam maha, vähendades atraktiivsust karjäärivõimalusena ning halvates palgataseme suhtarvu. Seega on vajalikud meetmed, mis võimaldaksid suurendada töötajate loodavat kasumit ja tõsta sektori konkurentsivõimet.
Mõõdikud, mida jälgime, aga sihttasest ei sea:					
Turismiettevõtete puhasrentaablus	Statistikaamet, tabel EM0001	Omakapitali puhasrentaablus näitab puhaskasumi suhet ettevõtte omakapitali ning peegeldab seeläbi ettevõttesse investeeritud omakapitali tootlikkust	-3,3%*	Jälgime, aga ei sihista	<p>Omakapitali puhasrentaablus võiks olla lihtsalt kättesaadavaks mõõdikus valdkonna atraktiivsusele investori vaatevinklist. Kui see on madal, siis tekib küsimus, miks peaks ettevõtjad oma vahendeid sellesse valdkonda investeerima. Eesti ettevõtete keskmine omakapitali rentaablus oli 2022. aastal 12,6%.</p> <p>Kuna omakapitali puhasrentaablus on aastati kõikuv, siis leitaks näitaja viimase kolme aasta libiseva keskmisena.</p> <p>* lähtetasemenäitajana on esitatud 2020–2022. aasta tase, 2023. aasta näitajaid pole veel avaldatud</p>
Investeeringud põhivaradesse kokku kolme viimase aasta keskmisena, tuhat eurot	Statistikaamet, tabel EM0001	Investeeringud põhivarasse näitavad sektori pikaajalist arengut ja konkurentsivõime tagamist, kuna need parandavad infrastruktuuri, teenuste kvaliteeti	2020–2022: majutus 41472,1 tuhat eurot, toidu ja joogi serveerimine 34802,9 tuhat eurot, reisibüroode ja reisikorraldajate	Jälgime, aga ei sihista	Investeeringud põhivarasse on aruandeperioodil soetatud, ka kapitalirendiga omandatud ehitiste, maa, masinate, seadmete, transpordivahendite, sisseseade ja muu inventari maksumus; uusehituse ning olemasoleva põhivara laiendamise, rekonstrueerimise ja renoveerimise puhul ka tehtud tööde maksumus; investeeringud immateriaalsesse põhivarasse ja väärisesemetesse. Siia kuulub ka kinnisvarainvesteeringuna klassifitseeritud kinnisvaraobjektide soetamine. Eeldame, et

		ja võimekust, meelitades rohkem külastajaid ja toetades jätkusuutlikku kasvu	tegevus 1585,3 tuhat eurot		investeeringute maht suureneb tegevusvaldkondade lõikes kaks korda
Majutuse, toidu ja joogi serveerimise, reisibüroode ja reisikorraldajate tegevuse, reserveerimine ning sellega seotud tegevusega tegelevate ettevõtete makstava keskmise palga kasv Eesti keskmisesse palka	Statistikaamet, tabel PA103	Tegevusala töötajate keskmise palga suhe Eesti keskmisesse palka näitab, kui head sissetulekut tegevusala oma töötajate Eesti keskmise töötajaga võrreldes pakub	0,73 0,61 1,09	Jälgime, aga ei sihist	<p>Tegevusala keskmise brutopalka suhe Eesti keskmisesse palka leitakse tegevusala keskmise brutopalka ja Eesti keskmise brutopalka jagatisena.</p> <p>Tegevusala keskmise brutopalka suhe Eesti keskmisesse brutopalka näitab, millist sissetulekut selles valdkonnas töötades keskmiselt teenitakse. Mida kõrgem on suhe Eesti keskmisesse palka, seda atraktiivsem tegevusala majanduslikus mõttes töötajate jaoks on.</p>
Hõivatute osakaal eri- ja kutsealase haridusega 20–34-aastaste inimeste hulgas: üks aasta pärast lõpetamist (2035: 85%) ja viis aastat pärast lõpetamist (80%)	HTM	Kui suur protsent 20–34-aastastest erialase ja kutsealase haridusega noortest on aasta ja viis aastat pärast kooli lõpetamist hõivatud ehk tööturul aktiivselt tegevad.			<p>Mõõdik aitab hinnata, kas noorte jaoks loodud kutsealane haridus annab praktilisi, pikaajalist karjääri toetavaid oskusi ning kas tööandjad väärtustavad sellist haridust tööjõu värbamisel.</p> <p>Aasta pärast lõpetamist peegeldab soovi tagada, et värskelt lõpetanutel oleksid vajalikud oskused ja teadmised, et nad oleksid edukalt tööturul hõivatud kohe pärast kooli lõpetamist. Antud mõõdikut ei sihist, kuid 85% võiks olla suund, sest selline hõivatute määr viitab ka tööandjate vajaduste ja haridussüsteemi vastavusele, andes märku, et lõpetajad suudavad leida oma haridusele vastavaid töökohti.</p>

					<p>Viis aastat pärast lõpetamist arvestab loomulike muutustega tööturul ja inimeste karjäärivalikutes. Mõni võib selle aja jooksul valida täiend- või ümberõppe või keskenduda teistele elualadele. Antud mõõdikut ei sihista, kuid 80% võiks olla suund, 80% määr viitab siiski kindlale seosele kutsealase hariduse ja jätkuva tööturul püsimise vahel, mis peegeldab stabiilset karjääri ja tööalast arengut.</p>
Turismiga seotud teadustööde arv	MKM	Väljatöötamisel	Puudub	Jälgime, aga ei sihista	<p>Turismiga seotud teadustööde ja lõputööde mõõdiku seadmise eesmärk on edendada teadus- ja arendustegevust sektoris ning pakkuda väärtuslikku teavet turismipoliitika ja äriarenduse toetamiseks. See aitab tugevdada akadeemilist ja praktilist koostööd, pakkudes uudseid lahendusi ja teadmisi, mis toetavad turismi arengut. Mõõdiku kaudu saab hinnata, kui palju uusi teadmisi luuakse ja kuidas neid rakendatakse valdkonna arendamisel.</p> <p>Teadustööd ja lõputööd aitavad kaasa andmepõhiste otsuste tegemisele, tuues välja uusi trende, tarbijakäitumist ja turupotentsiaali, toovad uusi ideid ja tehnoloogilisi lahendusi, mis aitavad sektoril püsida konkurentsivõimelisena.</p> <p>Lõputööd aitavad kasvatada sektorile vajalike oskustega spetsialiste, kes suudavad kaasa aidata turismi jätkusuutlikule arengule. Selline mõõdik soodustab ülikoolide ja turismiettevõtete koostööd, mis omakorda loob praktilisi lahendusi ja ideid.</p> <p>Rohkem teadustöid turismist tõstab valdkonna nähtavust ja kuvandit kui teadus- ja innovatsioonikeskset sektorit, andes Eestile rahvusvahelist kaalu.</p>

2.5. Eesti ettevõtted tegutsevad nutikalt, uuenduslikult ja kehtlikult

Nimi	Allikas	Sisu	Lähtetase 2023	Sihttase 2035	Kommentaari
Turismiettevõtjate digitaliseeritus	MKM	Väljatöötamisel	Puudub	Selgumisel	<p>Digitaliseerimine aitab turismiettevõtetel oma tegevust efektiivsemalt hallata ja saavutada suurem tootlikkus väiksemate kuludega.</p> <p>Möödik näitab, kuidas digitaalsete tööriistade ja tehnoloogiate kasutuselevõtt aitab ettevõtetel parandada oma töökorraldust, teenindusprotsesse ja kliendikogemust, suurendades samal ajal tulusid ja vähendades kulusid. See on hädavajalik nii konkurentsivõime kui ka jätkusuutlikkuse tagamiseks kiiresti arenevas turismisektoris.</p>
Eesti turismisektori süsinikujalajälg	Euroopa Turismiorganisatsioon (European Travel Commission)	Väljatöötamisel	Selgumisel	Selgumisel	Euroopa Turismiorganisatsioon (<i>European Travel Commission</i>) on hankimas turismisektori süsinikusisalduse mõõtmist, kus kasutatakse ühtseid kriteeriume ning riikide tulemused oleka võrreldavad. Eestis on Euroopa Turismiorganisatsiooni liikmeks Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus.
Innovatsioonialane koostöö teiste sektoritega	MKM	Möödik näitab, kuidas turismisektor teeb koostööd teiste majandus- ja ühiskonnasektoritega, et arendada uusi teenuseid, parandada külastajakogemust ja suurendada sektori uuenduslikkust.	Selgumisel	Selgumisel	<p>Väljatöötamisel.</p> <p>Möödiku konkreetseks väljenduseks võivad olla numbrilised andmed (nt projektide arv, osalejate arv, kaasatud rahastus), kuid see võib hõlmata ka kvalitatiivseid hinnanguid, nagu koostöö mõju turismi arengule ja sektori innovatsioonivõimekusele.</p>

Mõõdikud, mida jälgime, aga sihttasest ei sea:					
Online-broneerimis- ja müügikanalite kasutamine ettevõtetes	EIS küsitlus	Turismiettevõtete küsitlus (nt. majutus, toitlustus) - % ettevõtetest	60%	Jälgime, aga ei sihista	Lähtetase põhineb hetkel 2022 küsitluse baasil, sihttasest üle 80% ilmselt ei saa panna, kuna palju VKEsid
Keskkonnajuhtimis süsteeme, kestlikkuse sertifikaate ja märgiseid kasutavate ettevõtjate arv	EIS 2024	Rahvusvaheliselt tunnustatud ja sõltumatu kolmanda osapoole audiitori poolt kinnitatud ökomärgist omavad Eesti turismiettevõtted (majutus, toitlustus, rahvuspargid)	74	Jälgime, aga ei sihista	Ökomärgise olemasolu oluline, et olla rahvusvahelises konkurents. Mõõdiku juures on oluline rahvusvaheliselt auditeeritud märgis, sh kooskõla roheväidete direktiiviga 2024 jaanuar: Green Key 64, Europarc 10,
Avaliku sektori eeskujude kestlike ürituste korraldamisel ja kestlike toitlustus- majutusteenuste tellimisel	MKM	Näitab mõõdab, kui tõhusalt ja süsteemselt avalik sektor tegutseb eeskujuna, et soodustada keskkonnasäästlikke ja sotsiaalselt vastutustundlikke tavasid turismi ja ürituste korraldamisel.	Selgumisel	Selgumisel	Väljatöötamisel. Väljatöötatav mõõdik peaks aitama hinnata ja julgustada avaliku sektori panust kestlike praktikate propageerimisse ning annab hea aluse, kuidas juhtida kogu sektori tähelepanu vastutustundlikule ja kestlikule tegutsemisele.

Mõistete loetelu

Jätkusuutlik turism – vt kestliku turismi definitsiooni.

Kestlik turism või **jätkusuutlik turism** (ingl *sustainable tourism*) arvestab täielikult oma praeguste ja tulevaste majanduslike, sotsiaalsete ja keskkonnamõjudega, vastates külastajate, turismisektori, keskkonna ja kohalike kogukondade vajadustele; kestlik turism peaks optimaalselt kasutama keskkonnaressursse, mis on turismi arendamise võtmelement, säilitades olulised ökoloogilised protsessid ja aidates kaasa loodusliku pärandi ja bioloogilise mitmekesisuse säilitamisele; austama kohalike kogukondade sotsiaalkultuurilist autentsust, säilitama nende ehitatud ja elavat kultuuripärandit ning traditsioonilisi väärtusi ning aitama kaasa kultuuridevahelise mõistmisele ja sallivusele; tagama elujõulise, pikaajalise majandustegevuse, pakkudes sotsiaal-majanduslikku kasu kõigile sidusrühmadele, mis on õiglaselt jaotatud, sealhulgas stabiilseid töökohti ja sissetuleku teenimise võimalusi ning sotsiaalteenuseid kohalikele kogukondadele ning aitama kaasa vaesuse vähendamisele.¹³⁸

Külastaja (ingl *visitor*) on reisija, kes reisib oma tavapärasest elukeskkonnast väljaspool asuvasse peamisse sihtkohta vähem kui aastaks ja mis tahes põhieesmärgil (sealhulgas ärilisel, meelelahutuslikul või muul isiklikul eesmärgil), v.a külastatava koha residendist ettevõtja juures töötamise eesmärgil; mõiste hõlmab nii **ööbimisega külastajaid** (ehk **mitmepäevakülastaja**, ingl *overnight visitor*) kui ka **ühepäevakülastajaid** (ingl *a same-day visitor* või *excursionist*).^{139, 140} Selgitus: kui külastaja ööbib Eestis, siis tema on ühtlasi ka turist; kui külastaja ei ööbi Eestis, siis tema ei ole turist, vaid ühepäevakülastaja.

Lisandväärtus (ingl *value added*) on toodang rahalises väärtuses, millest on maha arvatud toodangu valmistamiskulud.¹⁴¹ See on lisandunud väärtus, igas väärtuskasvu protsessi aktis tootele lisanduv väärtus; tootele mingis tootmis- või käibeprotsessis lisanduv väärtus, mis peegeldub tema hinna kasvus ning korvab kõiki tööjõukasutamise seotud lülisid, samuti kasumit.¹⁴² Statistikaamet arvutab lisandväärtust kvartalite lõikes lihtsama valemi alusel, nimetades näitajat puhtaks lisandväärtuseks¹⁴³:

$$\text{müügitulu} - \text{kulud kokku} + \text{tööjõukulud}.$$

Aastast näitajat nimetusega lisandväärtus arvutatakse järgmise valemi alusel¹⁴⁴:

¹³⁸ The Global Sustainable Tourism Council. (n.d.). *GSTC Glossary of Sustainable Tourism Terms*. <https://www.gstccouncil.org/gstc-criteria/glossary/> (vaadatud 29.08.2024).

¹³⁹ United Nations. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf (vaadatud 21.08.2024).

¹⁴⁰ Consolidated text: Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) nr 692/2011, 6. juuli 2011, mis käsitleb Euroopa turismistatistikat ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 95/57/EÜ (EMP kohaldatav tekst)EMP kohaldatav tekst. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX:02011R0692-20200101> (vaadatud 22.08.2024).

¹⁴¹ Statistikaamet. *Metoodika ja kvaliteet. ESMS metaandmed. Ettevõtete majandusnäitajad (aasta)*. <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/metoodika-ja-kvaliteet/esms-metaandmed/20300#3-Statistika-esitus-2> (vaadatud 22.08.2024).

¹⁴² Eesti Keele Instituut. (n.d.). lisandväärtus. *Ametniku soovitusõnastik*. <https://arhiiv.eki.ee/dict/ametnik/index.cgi?Q=lisandv%C3%A4%C3%A4rtus> (vaadatud 16.09.2024).

¹⁴³ Kirjavahetus Statistikaametiga. 30.08.2024.

¹⁴⁴ Kirjavahetus Statistikaametiga. 30.08.2024.

müügitulu + muud äritulud (v.a kasum põhivara müügist ja ümberhindlusest, tulu põhivara sihtfinantseerimisest) – kulud kokku – muud ärikulud (v.a kahjum põhivara müügist ja ümberhindlusest) + tööjõukulud + kulum + lõpetamata ja valmistoodangu varude muutus (aruandeaasta lõpu ja alguse vahe) + oma tarbeks valmistatud põhivara.

Majutatu (ingl *accommodated tourist*) on turist ehk ööbiv külastaja, kes veedab vähemalt ühe öö majutuskohas.¹⁴⁵ Selgitus: kui üks ja sama turist ööbib reisi ajal kahes majutuskohas, siis statistikas kajastub kaks majutatut.

Majutusettevõtte (ingl *accommodation establishment*) on vastavalt turismiseaduse § 17 lg 1 kohaselt majandusüksus, mille kaudu ettevõtja oma majandus- või kutsetegevuse raames osutab majutusteenust.¹⁴⁶ Turismiseaduse § 17 lg 2 kohaselt on majutusteenus ajutise ööbimisvõimaluse pakkumine ja § 17 lg 3 kohaselt ei loeta majutusteenuseks: ettevõtja poolt temale kuuluva vara arvel temaga töö- või teenistussuhetes olevate isikute majutamist; majutamist, mille puhul sõlmitakse eluruumi üürileping; õppeasutuse poolt õppeasutuses õppivate või töötavate isikute majutamist; majutamist reisijateveoteenuse osutamiseks kasutatavas transpordivahendis; erakordsetes tingimustes ööbimise võimaldamist elamuse saamise eesmärgil (vabas looduses, onnis, parvel jms).¹⁴⁷ Turismiseaduse § 18 lg 1 kohaselt on majutusettevõtete põhilised liigid hotell, motell, külalistemaja, hostel, puhkeküla või -laager, puhkemaja, külaliskorter ja kodumajutus.¹⁴⁸ Sellest definitsioonist lähtub ka Statistikaamet andmete kogumisel, kuid eesti keeles kasutab ta mõistet **majutuskohat**.¹⁴⁹ Selgitus: tuleb eristada kahte mõistet; üks on *ettevõtja*, mis on füüsilisest isikust äriühing (nt osaühing, aktsiaselts), ja teine on *ettevõtte*, mis on majandusüksus, mille kaudu ettevõtja tegutseb; kui üks ettevõtja osutab majutusteenust ühes linnas asuva kolme hotelli kaudu, siis see tähendab kolme majutusettevõtet ehk kolme majutuskoha ja statistikas kajastuvad andmed iga majutusettevõtte ehk majutuskoha kohta eraldi. 2024. aasta seisuga kogutakse Eesti andmeid vähemalt viie voodikohaga majutusettevõtete ehk majutuskohade kohta.

Majutuskohat (ingl *accommodation establishment*) – vt majutusettevõtte definitsiooni.

Mitmepäevakülastaja – vt külastaja definitsiooni.

¹⁴⁵ Statistikaamet. Metoodika ja kvaliteet. ESMS metaandmed. Majutustegevus. <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/metoodika-ja-kvaliteet/esms-metaandmed/22101#3-Statistika-esitus-2> (vaadatud 21.08.2024).

¹⁴⁶ Turismiseadus (10.02.2023). Riigi Teataja I. Kasutatud 29.08.2024, <https://www.riigiteataja.ee/akt/1100220230347leiaKehtiv>

¹⁴⁷ Turismiseadus (10.02.2023). Riigi Teataja I. Kasutatud 29.08.2024, <https://www.riigiteataja.ee/akt/1100220230347leiaKehtiv>

¹⁴⁸ Turismiseadus (10.02.2023). Riigi Teataja I. Kasutatud 29.08.2024, <https://www.riigiteataja.ee/akt/1100220230347leiaKehtiv>

¹⁴⁹ Statistikaamet. Metoodika ja kvaliteet. ESMS metaandmed. Majutustegevus. <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/metoodika-ja-kvaliteet/esms-metaandmed/22101#3-Statistika-esitus-2> (vaadatud 21.08.2024).

Mitmepäevakülastus on Eesti Panga definitsiooni alusel reis, mille puhul reisija veedab välisriigis vähemalt ühe öö.¹⁵⁰

Reisimine (ingl *travel*) viitab reisijate tegevusele.¹⁵¹ **Reisija** (ingl *traveller*) on isik, kes liigub erinevate geograafiliste asukohtade vahel, ükskõik mis eesmärgil ja kestusega.¹⁵² Külastaja on teatud tüüpi reisija ja seega on turism reisimise alamkategooria.¹⁵³

Reisiteenused ehk reisiteenuste eksport (ingl *travel* või *travel item* või *travel credits*) on mõiste, mida kasutatakse riigi maksebilansi koostamisel, et hinnata riigi vaadeldava perioodi jooksul sooritatud majandustehinguid ülejäänud maailmaga. Eesti Panga definitsiooni järgi hõlmavad reisiteenused välisriigi külastamisel reisija poolt oma tarbeks või kingituseks omandatud kaupu ja teenuseid, sh kohaliku transpordi kasutamist. Siin ei kajastata rahvusvahelist transporti (reisijatevedu), edasimüügiks omandatud kaupu ning väärtuskaupu (nt juveelitooted, kunstiväärtused, autod, mis kajastatakse kaupade kirjel).¹⁵⁴ Eesti Panga definitsioon lähtub definitsioonist Rahvusvahelise Valuutafondi maksebilansi ja rahvusvahelise investeerimispositsiooni käsiraamatus.¹⁵⁵

Reisija – vt reisimise definitsiooni.

Sihtkoht – vt turismisihtkoha definitsiooni.

Siseturist – vt turisti definitsiooni.

Säilenõtkus või resilentsus (ingl *resilience*) on võime edukalt kohaneda ja areneda märkimisväärselt raskes, riskirohkes keskkonnas,¹⁵⁶ ehk see on süsteemi võime absorbeerida häireid (ehk vastu seista välistele või sisemistele šokkidele) ning õppida ja kohaneda keerulistel aegadel, et kasvada ja muutuda dünaamilisemaks.^{157, 158, 159}

¹⁵⁰ Eesti Pank. Välissektori statistika. Mõisted. https://statistika.eestipank.ee/#/et/d/MAKSEBIL_IA_INVPOS/definitions-methodology/0 (vaadatud 07.02.2025).

¹⁵¹ United Nations. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf (vaadatud 21.08.2024).

¹⁵² United Nations. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf (vaadatud 21.08.2024).

¹⁵³ UN Tourism. *Glossary of tourism terms*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (vaadatud 21.08.2024).

¹⁵⁴ Eesti Pank. Statistika. Välissektori statistika. Maksebilanss. Kvartali maksebilanss. Mõisted. <https://statistika.eestipank.ee/#/et/d/436/moisted-metoodika/1799> (vaadatud 21.08.2024).

¹⁵⁵ International Monetary Fund. (2009). *Balance of Payments and International Investment Position Manual. Sixth Edition (BPM6)*. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/bop/2007/pdf/bpm6.pdf> (vaadatud 22.08.2024).

¹⁵⁶ Eesti Keele Instituut. (n.d.) säilenõtkus, resilentsus. *Haridussõnastik*. <https://arhiiv.eki.ee/dict/haridus/index.cgi?Q=s%C3%A4ilen%C3%B5tkus> (vaadatud 16.09.2024).

¹⁵⁷ Holladay, P. J. (2018). Destination Resilience and Sustainable Tourism Development. *Tourism Review International*, 22(3), 251–261. <https://doi.org/10.3727/154427218X15369305779029>

¹⁵⁸ Holling, C. S. (1973). Resilience and stability of ecological systems. *Annual Review of Ecology and Systematics*, 4(1), 1–23. <https://www.jstor.org/stable/2096802>

¹⁵⁹ Holling, C. S. (1996). Engineering resilience versus ecological resilience. In P. Schulze (Ed.), *Engineering within ecological constraints* (pp. 31–44). National Academy Press.

Süsinikuneutraalsus või CO₂-neutraalsus (ingl *carbon neutrality*) tähendab tasakaalu CO₂-heite ja atmosfäärist süsinikdioksiidi sidumise vahel; netonullheite saavutamiseks peavad kõik kasvuhoonegaaside heited üle maailma olema tasakaalustatud süsiniku sidumisega.¹⁶⁰

Tavapärane elukeskkond (ingl *usual environment*) on geograafiline piirkond (mis ei pruugi olla ühtne), kus isik teostab oma igapäevaseid tegevusi¹⁶¹; on geograafiline piirkond, mis ei pruugi olla ühtne, kus isik teeb oma tavapäraseid igapäevaseid toiminguid ja mille iseloomustamiseks kasutatakse järgmisi kriteeriume: halduspiiride ületamine või kaugus põhielukohast, külastuse kestus, sagedus ja eesmärk.¹⁶²

Teadmuspõhine või teadmispõhine (ingl *knowledge-based*) on see, mis põhineb ideede ja informatsiooni kasutamisel.¹⁶³

Turism (ingl *tourism*) viitab külastajate tegevusele.¹⁶⁴ Lähtudes külastaja definitsioonist on turism tegevus, mille käigus külastajad reisivad oma tavapärasest elukeskkonnast väljaspool asuvasse peamisse sihtkohta vähem kui aastaks ja mis tahes põhieesmärgil (sealhulgas ärilisel, meelelahutuslikul või muul isiklikul eesmärgil), v.a külastatava koha residendist ettevõtja juures töötamise eesmärgil.^{165,166}

Turismiarendusorganisatsioon või **turismisihtkoha arendusorganisatsioon** või **turismisihtkohtade arendusorganisatsioon** (ingl *destination management organization*, DMO) on juhtiv organisatsiooniline üksus, mis võib hõlmata erinevaid ametiasutusi, sidusrühmi ja spetsialiste ning soodustab turismisektori partnerlusi ühise sihtkoha visiooni saavutamiseks; turismiarendusorganisatsioonide juhtimisstruktuurid varieeruvad üksikust avalikust ametiasutusest avaliku ja erasektori partnerlusmudelini, mille peamine roll on algatada, koordineerida ja hallata teatud tegevusi, nagu turismipoliitikate elluviimine, strateegiline planeerimine, tootearendus, reklaamimine ja turundus ning konverentsibüroo funktsiooni täitmine; turismiarendusorganisatsioonide ülesanded võivad erineda riiklikul, piirkondlikul ja kohalikul tasandil, sõltuvalt praegustest ja potentsiaalsetest vajadustest ning avaliku halduse detsentraliseerimise tasemest; igal turismisihtkohal ei pruugi olla

¹⁶⁰ Euroopa Parlament. *Mis on süsinikuneutraalsus ja kuidas seda saavutada aastaks 2050?* Avaldatud 04.10.2019, viimati uuendatud 13.04.2023.

<https://www.europarl.europa.eu/topics/et/article/20190926STO62270/mis-on-susinekuneutraalsus-ja-kuidas-seda-saavutada-aastaks-2050> (vaadatud 16.09.2024).

¹⁶¹ United Nations. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division.

https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf (vaadatud 21.08.2024).

¹⁶² Consolidated text: Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) nr 692/2011, 6. juuli 2011, mis käsitleb Euroopa turismistatistikat ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 95/57/EÜ (EMP's kohaldatav tekst)EMP's kohaldatav tekst. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX:02011R0692-20200101> (vaadatud 22.08.2024).

¹⁶³ Cambridge University Press & Assessment. (n.d.). knowledge-based. *Cambridge Business English Dictionary*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/knowledge-based> (vaadatud 16.09.2024).

¹⁶⁴ United Nations. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division.

https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf (vaadatud 21.08.2024).

¹⁶⁵ Eurostat. (2014). *Statistics Explained. Tourism Glossary. Glossary: Tourism*. <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Glossary:Tourism> (vaadatud 22.08.2024).

¹⁶⁶ Consolidated text: Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) nr 692/2011, 6. juuli 2011, mis käsitleb Euroopa turismistatistikat ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 95/57/EÜ (EMP's kohaldatav tekst)EMP's kohaldatav tekst. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX:02011R0692-20200101> (vaadatud 22.08.2024).

turismiarendusorganisatsiooni.¹⁶⁷ Eestis on turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programmis¹⁶⁸ kasutusel mõiste „turismisihtkohtade arendusorganisatsioon“ ning see on defineeritud kui „sihtkohtade strateegiliseks juhtimiseks, arendamiseks ja turundamiseks loodud organisatsioon või koostöömudel, mis koostöös teiste piirkonna turismisektori osapooltega planeerib, koordineerib ja viib ellu sihtkoha arendus- ja turundustegevusi ning panustab toetava keskkonna loomisse. DMO koostöömudeli toimimine põhineb avaliku ja erasektori koostööl ning DMO ühistegevuste planeerimisse ja elluviimisse on kaasatud avaliku ja erasektori esindajad“. Kasutatakse ka mõistet sihtkoha arendus- ja turundusorganisatsioon (ingl Destination Marketing and Management Organization, DMMO).

Turismisihtkoht või lühidalt **sihtkoht** (ingl vastavalt *tourist destination* ja *destination*):

- Vastavalt Springeri turismi entsüklopeediale¹⁶⁹ on turismisihtkoht geograafilisest vaatenurgast lähtuvalt kindel koht, mida turist plaanib külastada; turismisihtkoht erineb turisti tavapärasest elukeskkonnast; tavaliselt mängivad valiku tegemisel olulist rolli looduslikud ja inimtekkelised atraktsioonid; terminit kasutatakse erinevate mõõtkavade asukohtade kirjeldamiseks alates üksikust kuurordist kuni linnani, riigini või isegi mandrini; konkreetne reis algab lähtekohast, liigub läbi transiidipiirkonna ja jõuab ühte või mitmesse sihtkohta.
- Ülemaailmne kestliku turismi nõukogu (The Global Sustainable Tourism Council, GSTC) defineerib turismisihtkohta (ingl *destination*) kui geograafilist ala, mis hõlmab kõiki teenuseid ja taristut, mis on vajalikud konkreetse turisti või turismisegmendi kohal viibimiseks.¹⁷⁰
- Maailma Turismiorganisatsioon (UN Tourism) kasutab mõisteid *peamine sihtkoht* või *turismireisi peamine sihtkoht* (ingl vastavalt *main destination*, *the main destination of a tourism trip*), defineerides seda kui külastatavat kohta, mis on reisiotsuse tegemise keskne põhjus; kui külastaja ei suuda sellist kohta tuvastada, määratakse peamine sihtkoht kui koht, kus ta veetis oma reisi jooksul kõige rohkem aega; kui ka sellist kohta ei ole võimalik tuvastada, siis määratakse peamine sihtkoht kui koht, mis asub kõige kaugemal tema tavapärasest elukohast.¹⁷¹

Turismiteenuste eksport on mõiste, mida kasutatakse hindamaks Eestis turismi panust Eesti eksporti koos rahvusvahelise transpordi teenustega. Turismiteenuste eksport on reisiteenuste eksport, millele lisandub rahvusvahelise transpordi kasutamine (reisijatevedu meretranspordiga, õhustranspordiga, raudteel, maanteel ja sisevetel) ekspordi perspektiivist. Turismiteenuste eksport erineb mõistest „turismiteenuste müük“ (ingl *sale of touring services*), mis on reisibüroode kaudu või otse reisikorraldajatelt elanikkonnale või äriklientidele reise, reisi-, transpordi- ja majutusteenuste müük, valmisreiside korraldamine ja koostamine ning müük, muud reisimisega seotud teenused, k.a

¹⁶⁷ UN Tourism. *Glossary of tourism terms*. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (vaadatud 21.08.2024).

¹⁶⁸ Ettevõtluse ja Innovatsiooni SA. (2022). *Turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programm*. 11-3/22/2724. 17.10.2022. <https://eas.ee/wp-content/uploads/2022/12/turismisihtkohtade-juhtimisorganisatsioonide-sihtfinantseerimise-programm-1.pdf> (vaadatud 29.08.2024).

¹⁶⁹ Flores, A., & Scott, N. (2016). Destination. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism* (pp. 249–252). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01384-8_51

¹⁷⁰ The Global Sustainable Tourism Council. (n.d.). *GSTC Glossary of Sustainable Tourism Terms*. <https://www.gstcouncil.org/gstc-criteria/glossary/> (vaadatud 29.08.2024).

¹⁷¹ United Nations. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf (vaadatud 21.08.2024).

reserveerimine, giiditeenus ja turismi propageerimine.¹⁷² Selgitus: turismiteenuste müügi puhul on eespool mainitud Eesti ettevõtjate poolt müüdud teenused, mille puhul ei eristata eksporti ega importi.

Turismitoode (ingl *tourism product*) on kombinatsioon materiaalsest ja mittemateriaalsest elementidest, nagu looduslikud, kultuurilised ja inimtekkelised ressursid, atraktsioonid, rajatised, teenused ja tegevused kindla huvipunkti ümber, mis moodustab sihtkoha turunduse keskme ja loob tervikliku külastajakogemuse, hõlmates ka emotsionaalseid aspekte potentsiaalsetele klientidele; turismitoode on hinnastatud ja müüakse turustuskanalite kaudu ning sellel on elutsükkel.¹⁷³ Lihtsustatult võib öelda, et turismiteenus on üksik teenus, mis toetab külastuselamuse kogemist. Näiteks majutus, toitlustus, transport, giiditeenus või spaahoolitsus. Need on konkreetsete teenused, mida turist tarbib oma reisi jooksul. Turismitoode on laiem mõiste, mis hõlmab terviklikku külastuselamust koos kõigi selle komponentidega, samas kui turismiteenus on üksik osa sellest tervikust. Teisisõnu, turismitoode koosneb mitmest turismiteenusest, mis üheskoos loovad külastajale soovitud elamuse.

Turist (ingl *tourist*) (**või ööbiv külastaja**) (ingl *overnight visitor*) on külastaja (sisemine, sissetulev või väljaminev), kui tema reis sisaldab ööbimist.¹⁷⁴ Selgitus: turist on kas Eesti või välisriigi püsielanik, kes reisib Eesti piires ja veedab Eestis vähemalt ühe öö. **Väliturist** on välisriigi püsielanik, kes reisib Eesti piires ja veedab Eestis vähemalt ühe öö. **Siseturist** on Eesti püsielanik, kes reisib Eesti piires ja veedab Eestis vähemalt ühe öö.

Tööga hõivatud isikute arv (ingl *persons employed*) on kõik ettevõttes töötavad isikud olenemata nende töönädala pikkusest.¹⁷⁵ Tööga hõivatud isikute hulka kuuluvad: ettevõttes töötavad omanikud ja nende tasuta töötavad pereliikmed; täis- või osatööajaga töötajad, kes on töö eest tasu saajate nimekirjas; isikud, kes töötavad väljaspool ettevõtet (turustuspersonal jt), kuid kuuluvad ettevõtte töötajate koosseisu ja on töö eest tasu saajate nimekirjas; ajutiselt töölt puuduvad isikud (haiguslehel, tasulisel puhkusel või õppepuhkusel olijad, streikijad jt); hooajatöötajad, praktikandid (õpipoisid) ja kodustöötajad, kes on töö eest tasu saajate nimekirjas; töövõtulepinguga töötavad isikud.¹⁷⁶

Väliskülastaja (ingl *foreign or international visitor*) on välisriigi püsielanik, kes reisib Eesti piires.¹⁷⁷

¹⁷² Statistikaamet. Metoodika ja kvaliteet. ESMS metaandmed. Ettevõtete majandusnäitajad. Statistikatöö kood: 20007. <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/metoodika-ja-kvaliteet/esms-metaandmed/20007#3-Statistika-esitus-2> (vaadatud 16.09.2024).

¹⁷³ UN Tourism. Glossary of tourism terms. <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> (vaadatud 21.08.2024).

¹⁷⁴ United Nations. (2008). *International Recommendations for Tourism Statistics*. United Nations. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division. https://unstats.un.org/unsd/publication/seriesm/seriesm_83rev1e.pdf (vaadatud 21.08.2024).

¹⁷⁵ Statistikaamet. Metoodika ja kvaliteet. ESMS metaandmed. Ettevõtete majandusnäitajad (aasta). <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/metoodika-ja-kvaliteet/esms-metaandmed/20300#3-Statistika-esitus-2> (vaadatud 29.08.2024).

¹⁷⁶ Statistikaamet. Metoodika ja kvaliteet. ESMS metaandmed. Ettevõtete majandusnäitajad (aasta). <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/metoodika-ja-kvaliteet/esms-metaandmed/20300#3-Statistika-esitus-2> (vaadatud 29.08.2024).

¹⁷⁷ Statistikaamet. Metoodika ja kvaliteet. ESMS metaandmed. Majutustegevus. <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/metoodika-ja-kvaliteet/esms-metaandmed/22101#3-Statistika-esitus-2> (vaadatud 21.08.2024).

Välisturist – vt turisti definitsiooni.

Ökomärgis (ingl *eco-label* või *ecolabel*) on ametlik sümbol, mis näitab, et toode on kavandatud põhjustama vähem kahju keskkonnale võrreldes sarnaste toodetega.¹⁷⁸ See on märgis, mis paigutatakse toote pakendile või e-kataloogidesse ja mis aitab tarbijatel ja institutsionaalsetel ostjatel kiiresti ja lihtsalt tuvastada tooteid, mis vastavad konkreetsetele keskkonnatulemuslikkuse kriteeriumidele ja on seetõttu peetud keskkonnasõbralikumaks; ökomärgiseid võivad omada või hallata valitsusasutused, mittetulunduslikud keskkonnaorganisatsioonid või erasektori üksused.¹⁷⁹ Eesti Kliimaministeeriumi veebilehel on ökomärgis defineeritud kui tähis, mis kinnitab toote või teenuse keskkonnasõbralikkust.¹⁸⁰

Ööbimisega külastaja – vt külastaja definitsiooni.

Ööbimiste arv (ingl *number of nights spent*) on ööde arv, mille külastaja tegelikult veedab (ööbides või viibides) majutuskohas või mille jooksul ta on sinna sisse registreeritud (füüsiline kohalolek ei ole oluline). Ööbimiste arv on tavaliselt suurem kui majutatute arv, sest üks majutatu võib ööbida mitu ööd.¹⁸¹

Ühepäevakülastaja – vt külastaja definitsiooni.

Ühepäevakülastus on residentide ööbimiseta külastus nende tavapärasest elukeskkonnast väljapoole, algusega tavapärasest elukohast.¹⁸² Eesti Pank defineerib järgmiselt: ühepäevakülastus on reis, mille puhul reisija saabub välisriiki ja lahkub sealt samal päeval, kuid viibib seal vähemalt neli tundi.¹⁸³

¹⁷⁸ Cambridge Dictionary. *Eco-Label*. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/eco-label> (vaadatud 29.08.2024).

¹⁷⁹ United States Environmental Protection Agency. (2024). *Introduction to Ecolabels and Standards for Greener Products*. <https://www.epa.gov/greenerproducts/introduction-ecolabels-and-standards-greener-products> (vaadatud 29.08.2024).

¹⁸⁰ Kliimaministeerium. (2024). *Euroopa Liidu ökomärgis*. <https://kliimaministeerium.ee/et/el-okomargis> (vaadatud 29.08.2024).

¹⁸¹ Statistikaamet. *Metoodika ja kvaliteet. ESMS metaandmed. Majutustegevus*. <https://www.stat.ee/et/avasta-statistikat/metoodika-ja-kvaliteet/esms-metaandmed/22101#3-Statistika-esitus-2> (vaadatud 21.08.2024).

¹⁸² Consolidated text: Euroopa Parlamendi ja nõukogu määrus (EL) nr 692/2011, 6. juuli 2011, mis käsitleb Euroopa turismistatistikat ja millega tunnistatakse kehtetuks nõukogu direktiiv 95/57/EÜ (EMPs kohaldatav tekst) EMPs kohaldatav tekst. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ET/TXT/?uri=CELEX:02011R0692-20200101> (vaadatud 22.08.2024).

¹⁸³ Eesti Pank. *Välissektori statistika. Mõisted*. https://statistika.eestipank.ee/#/et/d/MAKSEBIL_JA_INVPOS/definitions-methodology/0 (vaadatud 07.02.2025).

Lisa 15: Meetodiraport - Turismi pikk vaade ja tulevikeseire meetodid

Turismi pika vaate loomisel lähtusime strateegilise tulevikeseire (*strategic foresight*) metoodikast, mis aitas luua visiooni, mis arvestab erinevate mõjutegurite ja võimalike tulevikega. Erinevalt traditsioonilistest plaanimismeetoditest, mis võivad keskenduda kitsalt teadaolevatele pikaajalistele väljakutsetele ja eelnevalt seatud eesmärkidele, võimaldab strateegiline tulevikuseire uurida laiemat muutuste spektrit, sealhulgas ka ootamatuid ja radikaalseid arenguid.

Protsessi olulisteks põhimõteteks olid **kaasamine ja koosloomelisus**, mille kaudu püüdsime tagada, et lõplik visioon peegeldaks laia osalejate ringi ootusi ja huve. Meie lähenemine tugines arusaamale, et mitmekesised perspektiivid ja ühine õppimine loovad tugeva aluse tasakaalustatud ja tulevikku vaatavale visioonile. Pika vaate loomiseks korraldasime (veebi)seminare ja töötubasid, kus osalesid turismisektori ettevõtjad, erialaliidud ja poliitikakujundajad. See osalusprotsess aitas meil koguda olulist teavet ja ideid suurelt hulgalt valdkonnas igapäevaselt tegutsevatelt inimestelt, mis aitas luua visiooni, mis peaks neid endid kõnetama.

Mis on strateegiline tulevikeseire?

Strateegiline tulevikeseire on oskus ja võimekus ette kujutada erinevaid võimalikke tulevikke ning valmistuda nende jaoks juba praegu (OECD OPSI). Selle lähenemise eesmärk on suurendada meie valmidust võimalikeks eesootavateks väljakutseteks, et teha teadlikumaid ja strateegilisemaid otsuseid. Tulevikeseire protsessis lähtume tänapäevast teadmistest, ootustest ja projektsioonidest, uurides meile praegu olulisi küsimusi tuleviku kohta. Seega tulevikeseire protsessis ei ole tulevik mingi kauge aja pärast täituv või mittetäituv ennustus, vaid loodavad **tulevikud on praegu**.

Meil ei ole õigeid ja valesid tulevikke. Ei ole niivõrd oluline tulevikega „täppi panna“, vaid see, et uue teadmise pinnalt täna tegutseksime

Tulevikeseire kui abimees volatiilses, mitmetimõistetavas, ebamäärases ja komplekses maailmas

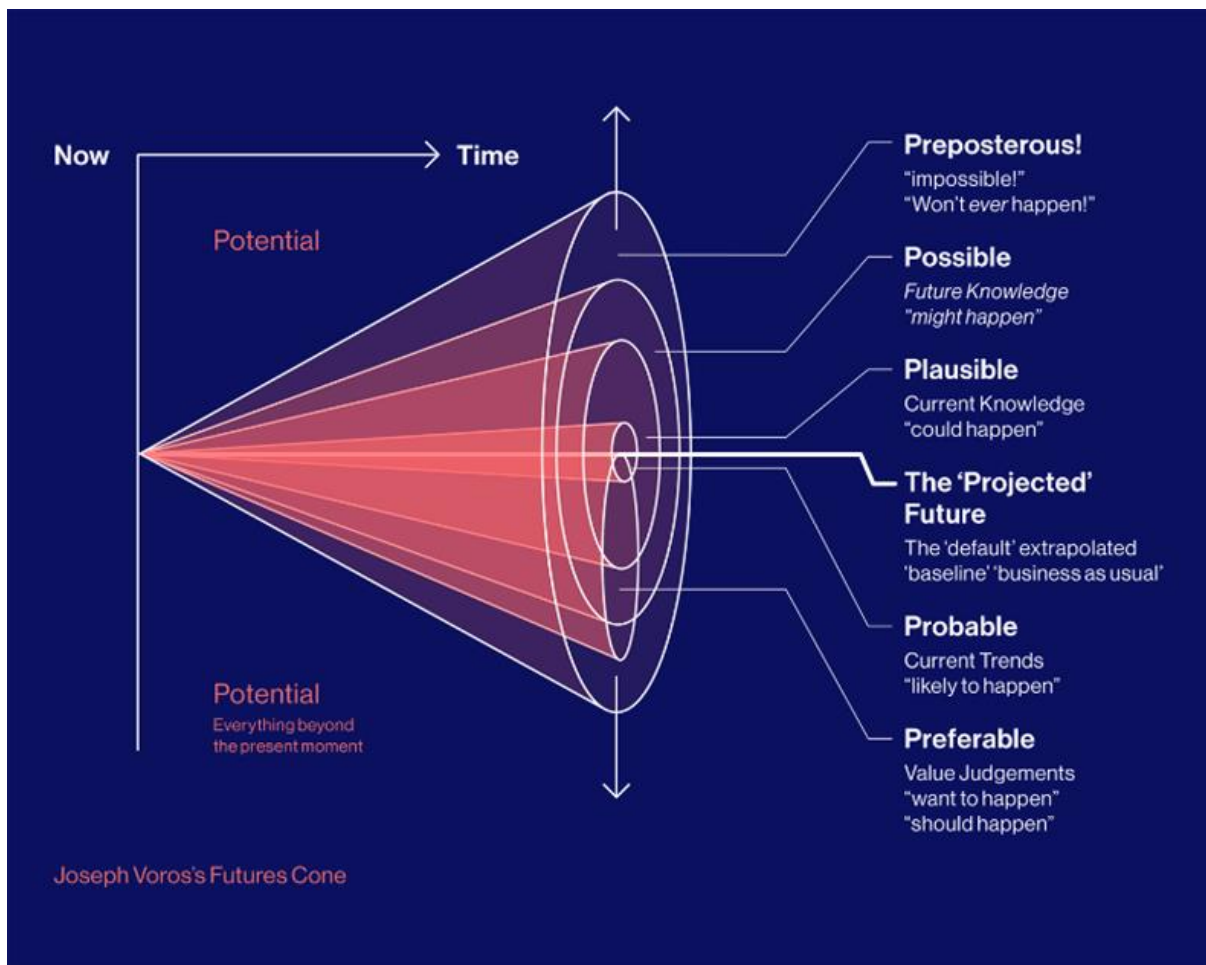
Erinevaid tulevikuolukordi on võimalik tänapäevaste andmete põhjal prognoosida, kuid tuleviku kohta meil andmeid ei ole. Keerukas ja sagedaste kriisidega maailmas on meil vaja prognoosidele täiendavaid tööriistu, mis aitaksid olla valmis ka vähem tõenäolisteks olukordadeks. Külma sõja järel hakkas levima arusaam, et maailm on senisest keerukam ja ees ootavaid muutuseid on üha raskem prognoosida. Kasutama hakati VUCA-maailma lähenemist, mille kohaselt tuleb juhtimisotsuseid vastu võtta volatiilses (*volatile*), ebamäärases (*uncertain*), komplekses (*complex*) ja mitmetimõistetavas (*ambiguous*) keskkonnas.

Tulevikeseire roll on siin oluline, sest:

- Meil ei ole andmeid tuleviku kohta, kõik meie andmed pärinevad minevikust. Küll aga saame erinevaid tulevikeolukordi andmepõhiselt mudeldada
- VUCA-maailmas peame vaatama asju laiemalt ehk kasutama stsenaariume
- Mineviku tundmine on selles protsessis oluline, et mõista korduvaid mustreid

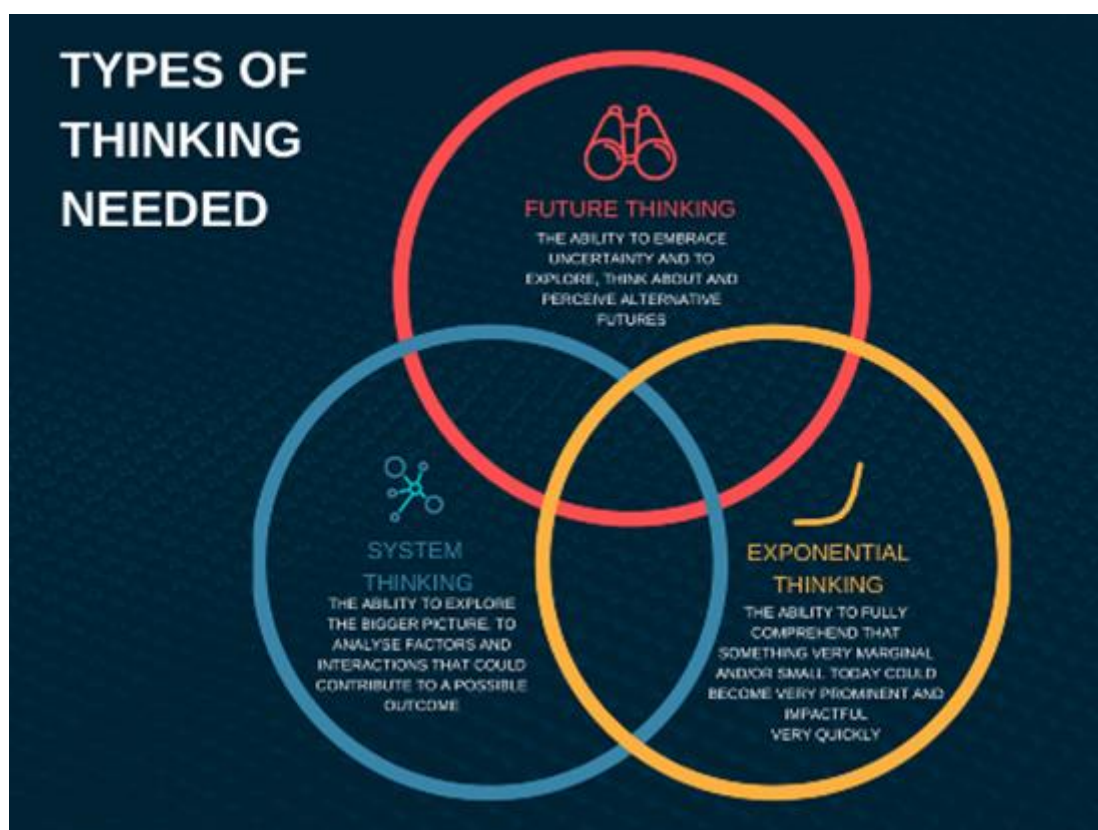
Tulevikeseire eripäraks on lisaks üksikute trendide mõistmisele ka üldisem vaade. „Uus normaalsus“ pole tabatav üksikute trendide prognoosimisega. Vajalik on üleminek prognoosimiselt stsenaariumidele ehk „mõtlemise ümberraamistamisele (*reframing*)“ (Ramirez ja Wilkinson, 2018).

Kasutame sõna tulevikud mitmuses, sest tulevikeseire protsessis on meie ees lõputu arv erinevaid tulevikke – võimalikud, tõenäolised, vähemtõenäolised, eelistatud, mitte-eelistatud. Nii võime tulevikest mõelda justkui koonusest, milles võimalike meid ees ootavate olukordade spekter aja jooksul üha laieneb koos erinevate ohtude ja võimalustega (vt joonis 16).



Joonis 16. Tulevikekoonus. Allikas: https://www.researchgate.net/figure/The-futures-cone-by-Voros_fig2_325659053

Tulevikemõtlemine on ka üks kolmest igale inimesele olulisest mõtlemistüübist, mida toob välja Maaailma Majandusfoorum¹⁸⁴ muutuv maailmas kohanemiseks vajaliku oskusena. Teised kaks on eksponentsiaalne mõtlemine ehk oskus ette kujutada tänaste signaalide võimendumist olulisteks trendideks ja süsteemmõtlemine, ehk erinevate seoste ja ristmõjude mõistmine (vt joonis 17). Sageli kasutatakse ka **tulevike kirjaoskuse** (*futures literacy*) sõna, mis tähistab „võimekust kujutleda mitmekülgseid erinevaid tulevikke ning kasutada tulevikke läätsedena praeguse hetke uue nägemisel“ (UNESCO). Hiljuti on kasutusele tulnud **tuleviketeadlikkuse** (*futures consciousness*) termin, mille osaks on viis dimensiooni: ajaperspektiiv, agentsus, avatus alternatiividele, süsteemitunnetus, mure teiste pärast. Need on omadused, mida igaüks saab harjutada ja mille valdamise taset on võimalik mõõta. **Tulevikeseire on seega arendatav võimekus või oskus**, mitte pelgalt alguse ja lõpuga protsess või ainult dokument. Ka turismi pika vaate protsessis käsitlesime tulevikeseiret kui oskust, mida õppisime koos läbi erinevate meetodite kasutamise ja nende kättesaadavaks tegemise huvilistele.



Joonis 17. WEF joonis vajalikest mõtlemistüüpidest. Allikas: [Why strategic foresight is essential for future preparedness | World Economic Forum](https://www.weforum.org/agenda/2023/02/strategic-intelligence-why-foresight-key-future-readiness/)

Kohanemisevõime, ennetamine ja parem tulevikuks valmisolek ongi peamised põhjused, miks tulevikeseire on viimastel aastatel mitmete globaalsete kriiside taustal hoogu kogunud. Tulevikumõtlemine on olnud inimestele omane juba pikka aega, kuid tänapäevane süsteemsem tulevikeseire areng sai alguse pärast II maailmasõda stsenaariummeetodi loomisega RAND korporatsiooni eestvedamisel. Sarnaselt teistele distsipliinidele on ka

¹⁸⁴ <https://www.weforum.org/agenda/2023/02/strategic-intelligence-why-foresight-key-future-readiness/> (vaadatud 05.11.2024)

tulevikeseires välja kujunenud erinevad koolkonnad, kuid üha rohkem räägitakse vajadusest lisaks eksperdipõhiste meetoditele kaasata tulevikeseire protsessi valdkonna asjatundjaid ja tavainimesi. Selle arusaama järgi on tulevik igaühe oma ja läbi tulevikeseire tekkiv agentsus tuleviku osas aitab kaasa sellele, et igaüks leiab võimaluse anda oma panus keerukate probleemide (kobarprobleemid, nurjatud probleemid) lahendamisse. **Kaasava tulevikeseire** eeliseks on ka võimalus läbi protsessi näha erineva taustaga inimeste vaatenurki ja luua täna rohkemate inimestega arvestavaid lahendusi tulevikuks. Nii on üks kaudseid eesmärgi oma kolleegide või valdkonnas tegutsevate inimeste mõttemustrite mõistmine. Turismi pika vaate loomisel oli kaasav tulevikeseire protsess ainumõeldav viis, sest visioon peaks olema kõikide turismivaldkonnas tegutsevate inimeste ühine pingutus ning looma motivatsiooni selle nimel tööd teha. Samuti vähendab selline lähenemine tõenäosust, et piiratud ringi ekspertide ja otsustajate osalusel valminud protsess taastoodab tänaseid võimustruktuure ja ebavõrdsust.

Tulevikeseire eesmärgid:

- Küsida “Mis oleks kui...?” küsimusi ehk avastada
- Testida oma tegutsemise tulevikekindlust ehk otsustada
- Mõista oma vaikelisi eelduseid ja mõttemustreid tuleviku kohta
- Näha ja mõista nähtuste omavahelisi seoseid
- Tuua lauale ebamugavad küsimused
- Luua uusi lahendusi, tooteid, teenuseid

Tulevikeseire kasutamise eesmärgid võivad olla väga mitmekülgsed: jõuda samale arusaamale erinevatest ees ootavatest tõenäolistest ja vähem tõenäolistest olukordadest, ennetada mingite ees ootavate olukordade realiseerumist, leida ühine visioon, mõista teiste mõttemustreid ja ootuseid. Pika vaate protsessis oli kõikidel eesmärkidel oluline roll, et jõuda hea arusaamani Eesti turismi pikaajalistest ühistest eesmärkidest ja panna paika tulevikekindel tegevusplaan.

Turismi pika vaate protsessis kasutatud tulevikeseire meetodid

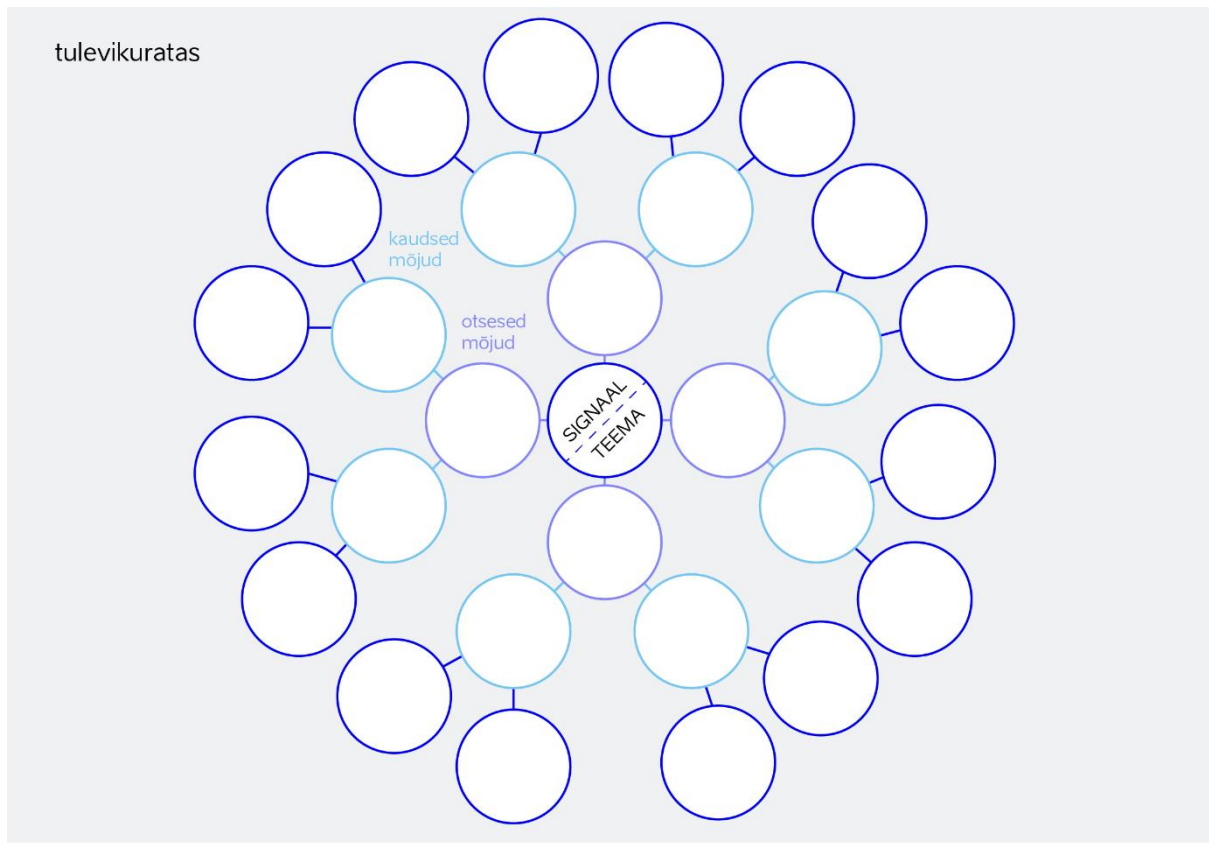
Strateegilise tulevikeseire meetodeid võib kokku loendada sadu, kuid meie valisime meetodid, mis aitasid meil läbi teha protsessi kolmes etapis: I) **Avastamine** – leidsime, millised trendid meid täna enim mõjutavad ja kuhu oleme liikumas; II) **Kujutlemine** – stsenaariumide ja visiooni loomine; III) **Otsustamine** – mida peaks täna tegema, et liikuda enda soovitud tuleviku suunas. Meie valitud meetodid aitasid meil teha läbi teekonna erinevatesse turismi tulevikesse ja jõuda sealt tagasi tänasesse päeva

I) Avastamine – teekond tulevikesse

Tulevikeseire protsessi esimene etapp on üldjuhul oleviku avastamine – mõistmine, kus oleme praegu ja kuhu oleme suundumas. Selle etapi eesmärk on mõista globaalseid ja kohalikke trende ja signaale, mis turismi tulevikku kujundavad. Turismi pika vaate protsessis toimus kaasavates seminarides ja küsitluses trendi- ja signaalseire. Trende uurisime ka erinevatele andmeallikatele tuginedes turismi teemalehtede koostamisel.

võimaldavad meil uurida, millised praegusest hetkest erinevad olukorrad võivad tekkida, kui mõni trend või signaal tugevneb.

Tulevikeratta loomiseks valivad töötoas osalejad ühe huvipakkuva trendi või signaali ning uurivad selle võimalikku mõju oma teemale. Nad kaardistavad otsesed ja kaudsed mõjud, mis võiksid tuleneda signaali tugevnemisest (vt joonis 19). Oluline on märkida, et mõjuahelad ei pea olema omavahel koherentsed, kuna eesmärk on julgustada osalejaid mõtlema võimalikult avaralt ja loovalt.



Joonis 1. Tulevikeratta tööleht

II) Kujutlemine – alternatiivsed stsenaariumid ja visioon

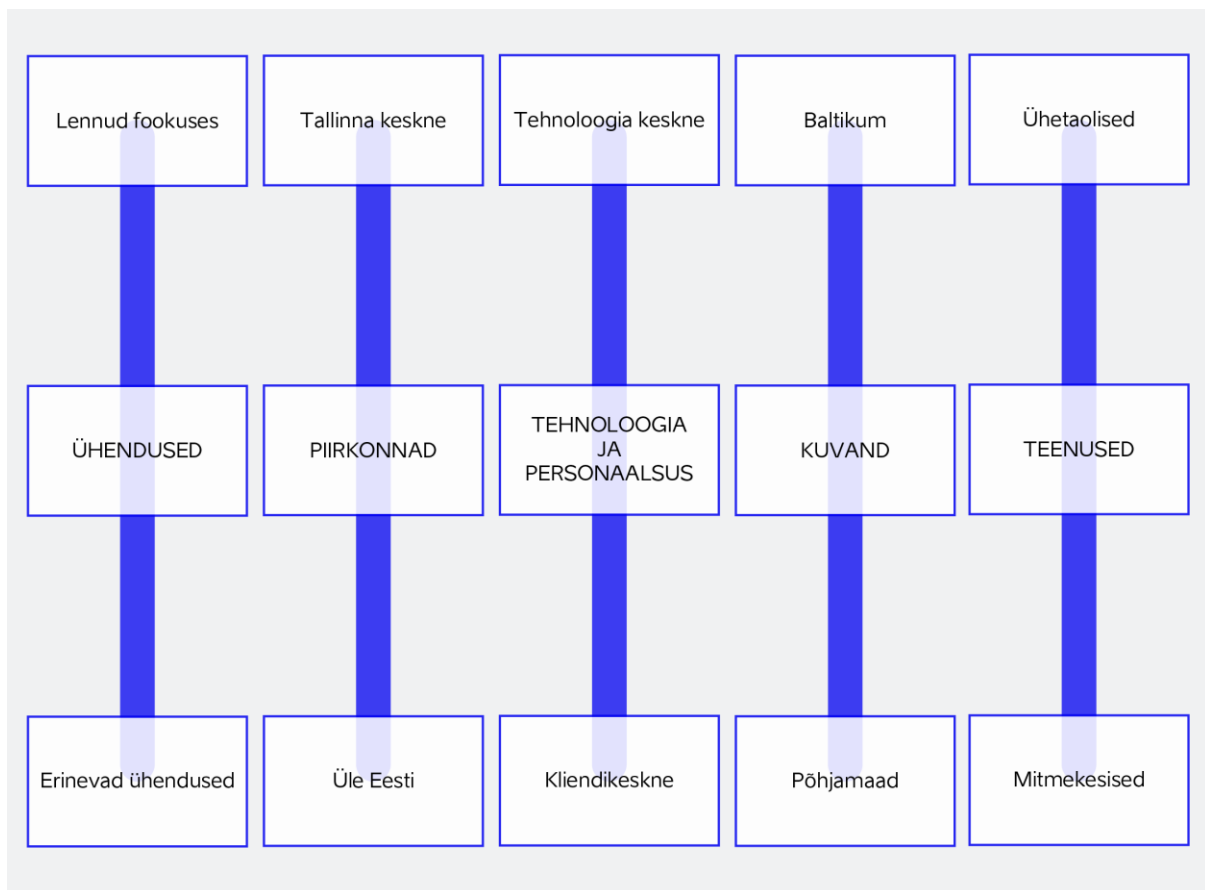
Tulevikeseire teine etapp on meetodid, mis uurivad alternatiivseid tulevikke. Selle etapi käigus selgitame, millised on meie huviteema tõenäolised, vähemtõenäolised, soovitud ja mitte-eelistatud tulevikud. Turismi pika vaate töös kasutasime selles etapis stsenaariumide loomist, viisime läbi visiooniseminari ning uurisime turismi tulevike metafoore. Need sammud kujutlemise etapis koosnesid mitmest erinevast meetodist.

Stsenaariumid

Stsenaariumimeetodeid on olemas kümneid, kui mitte sadu erinevaid, mistõttu ei ole siin kirjeldatud meetod universaalne. Stsenaariumide üldine eesmärk on aidata mõista, millised erinevad tulevikuolukorrad võivad meid ees oodata ja milliseid väljakutseid need võivad kaasa tuua. Need meetodid aitavad süsteemsemalt mõelda, kuidas saaksime täna paremini nendeks olukordadeks valmis olla. Kuigi üksikute trendide võimaliku arengu uurimine on samuti oluline,

arvestab stsenaariumimeetod erinevate teemade omavahelisi ristmõjusid, sealhulgas võimalikke tagasilööke ja ebameeldivaid arenguid.

Turismi pika vaate stsenaariumitöötas lähtusime trendianalüüsi etapi tulemustest ning alustasime turismi tuleviku võtmetegurite (*key drivers*) ja olulisemate määramatute tegurite (*key uncertainties*) kaardistamisest. Võtmetegurid on olulised jõud või mõjurid, mis mõjutavad oluliselt uuritava teema arengusuunda ja tulevikuväljavaateid. Määramatud tegurid on võtmetegurid, millel on suur mõju tulevikule, kuid mille puhul võivad võimalikud arengusuunad olla väga erinevad. Lihtsuse huvides nimetasime neid oma töös pingeteks. Stsenaariumiseminaris defineerisime pingete peamised teemad ja nende võimalikud tulevikuolekud, millest meie töös jäi esialgu sõelale viis olulisemat pinget (vt joonis 20).



Joonis 20. Näide määramatutest teguritest turismi pika vaate stsenaariumiseminar tulemusel (*vajab ilusamat kujundust*)

Stsenaariumiseminar tulemuste analüüsi käigus kujunes algselt välja neli Eesti turismi tulevikustsenaariumi, mida täpsustasime ja täiendasime lisaarutelude käigus. Lõpuks keskendusime kolmele meid enam kõnetanud stsenaariumile.

Visioon

Eesti turismi visiooni kujundamiseks kasutasime töötoas mitmete meetodite kombinatsiooni. Esmalt tutvustasime osalejatele kogutud taustainfot ja loodud turismistsenaariume. Esimese harjutusena kasutasime kasutajakeskse disaini valdkonda kuuluvat **empaatiakaardi**

meetodit. Osalejad jagati nelja töörühma: ühendused, tööjõud, kestlikkus ja atraktiivne sihtkoht. Seejärel kirjutasid osalejad, mida võiksid tulevikus tunda, teha, näha ja rääkida külastajad, turismiettevõtjad ja kohalikud elanikud (vt joonis 21). Selle protsessi käigus hakkas selguma eelistatud tulevik peamiste seotud inimrühmade vaatenurgast.

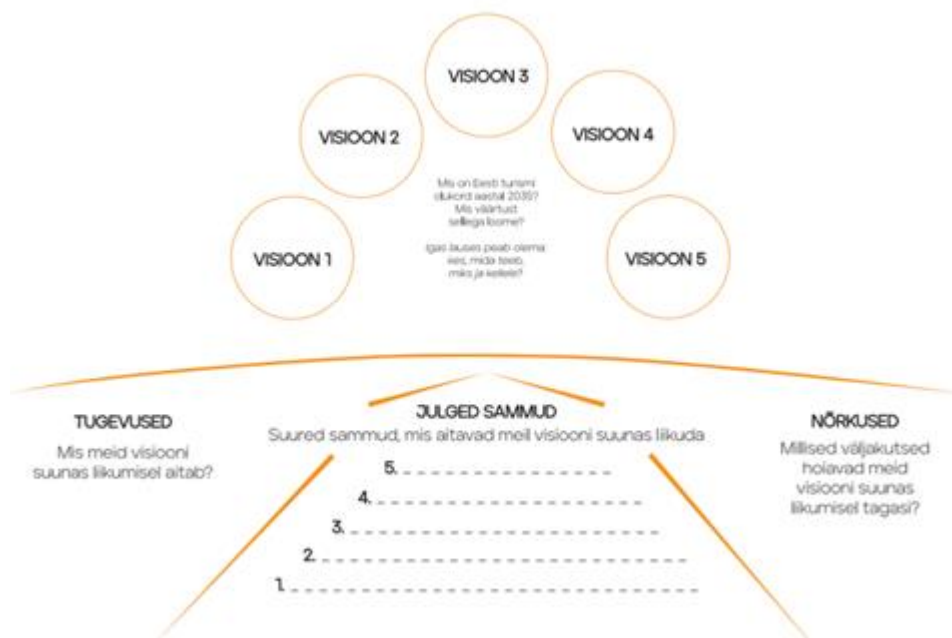
KUIDAS ME TAHAKSIME, ET AASTAL 2035 OLEKS?

TEEMA:



Joonis 21. Empaatiakaardi harjutuse tööleht

Seejärel palusime osalejatel oma töörühmades sõnastada kuni viis visioonipunkti ning määratleda sammud nende saavutamiseks (vt joonis 22). Turismi pika vaate lõplikud visioonipunktid sünteesisime visioonipäeva materjalide põhjal ning valideerisime need aprillis toimunud kärajate päeval.



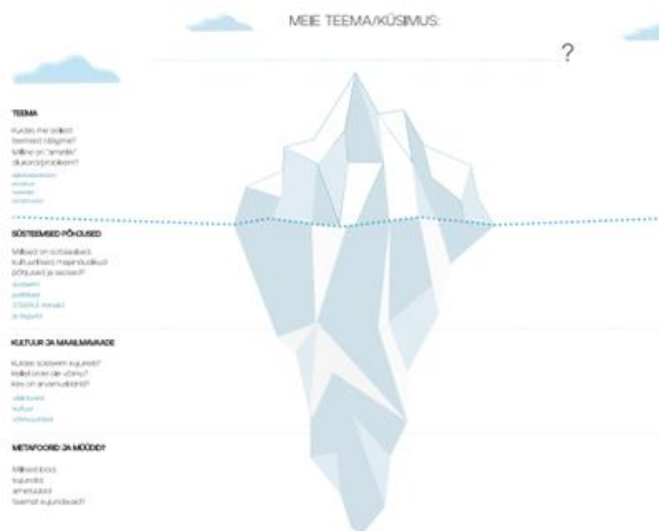
Joonis 22. Visioonipunktide ja julgete sammude sõnastamise tööleht

Tuleviku metafooride analüüs (*causal layered analysis*)

Futurist Sohail Inayatullah poolt loodud CLA (*Causal Layered Analysis*) meetod lähtub põhimõttest, et enamik tavapäraseid tulevikeseire meetodeid ei süvene piisavalt uuritava probleemi olemusse, mis võib viia pealiskaudse teemakäsitluse ja stsenaariumideni. CLA meetodit võib kirjeldada kui tulevikeseire jäämämeetodit, kuna see aitab näha teemade pealispinna alla. Meetod keskendub esmalt meid huvitava teema põhjalikule analüüsile tänasel hetkel, uurides seda neljas kihis: 1) teema; 2) süsteem; 3) kultuur ja 4) müüdid ja metafoorid.

Esmalt kirjeldatakse, kuidas teemast üldiselt räägitakse – mida ütlevad ajalehed, ja millest arutletakse omavahelistes vestlustes. Seejärel uuritakse teema pealispinna alla: milline on struktuur ja süsteem, mis praegust käsitlust toetab; milline kultuur seda võimendab; ja lõpuks, milline metafoor või müüt iseloomustab praegust olukorda? Pärast seda saavad osalejad võimaluse kujundada uus ja soovitud tulevikumaailm, alustades sellest, millise metafooriga nad tahaksid, et tulevikus uuritavat teemat iseloomustataks. Selle uue metafoori põhjal kirjeldatakse visioonistsenaariumi kultuuri, süsteemi ja teemakäsitlust, liikudes analüüsiga alt üles tagasi. Sageli kinnistatakse uus eelistatud stsenaarium ajalehepealkirjadega tulevikust.

Üks CLA meetodi olulisi eeliseid on see, et see aitab osalejatel jõuda juurprobleemide osas ühisele arusaamale, vältides olukorda, kus lahendatakse erinevaid probleeme (vt joonis 23).



Joonis 23. Tulevike jäämäe meetodi ehk CLA tööleht

Näiteks selgus ühes turismi pika vaate protsessi käigus läbi viidud töötoas, kus uuriti transpordi ja ühenduste teemat, et tulevikus võiksid transpordiühendused nii Eesti sees kui rahvusvaheliselt toimida sarnaselt digitaalse voogedastusplatvormiga – pakkudes inimese eelistustele vastavat, sujuvat ja kvaliteetset teenust.

III) Otsustamine – tulevikeks parem valmisolek täna

Selle etapi eesmärk on teha uue teadmise põhjal täna paremaid otsuseid. Kui oleme jõudnud seisu, kus meil on loodud stsenaariumid ja/või visioon, saame mõelda, mida peaksime täna tegema, et liikuda soovitud arengu suunas ja vältida ebasoovitavaid arenguid. Sageli kasutatakse selleks tuuletunneli meetodit, mille abil hindame, kui hästi meie tänane strateegia suudab toime tulla erinevate stsenaariumide realiseerumise korral. Turismi pika vaate puhul oli meie eesmärgiks leida tänased pikaajalised uued tegevussuunad, mille selgitamiseks sobivad hästi tulevike kolmnurga, tagasisivaatava stsenaariumi ja mõju-keerukuse maatriksi meetodid

Tulevike kolmnurk

Tulevike kolmnurk aitab meil mõista, mis tänases olukorras toetab meie liikumist eelistatud tuleviku suunas ja mis meid tagasi hoiab (vt joonis 24). Kolmnurga kolm otspunkti tähistavad järgmisi aspekte:

- Tuleviku tõmme – milline on eelistatav tulevik, kuhu tahame liikuda?
- Oleviku tõuge – millised on olulisemad trendid ja mustrid, mis juba viivad meid eelistatud tuleviku suunas?
- Mineviku taak – millised on need takistused ja asjaolud, mis hoiavad meid minevikus ja takistavad muutusi?

Neid aspekte arvesse võttes saame leida tänased tegevused või tegevussuunad, mis aitavad liikuda soovitud tuleviku poole.



Joonis 24: Tulevike kolmnurga meetodi tööleht

Tagasivaatav stsenaarium (*backcasting*)

Tagasivaatav stsenaarium, ehk *backcasting*, on meetod, mis aitab planeerida samme soovitud tuleviku saavutamiseks, lähtudes eelistatud tulevikuvisionist. Selle meetodi puhul alustatakse soovitud tuleviku seisukorrast ja liigutakse ajas tagasi tänasesse päeva, et mõista, milliseid samme tuleb astuda selle tuleviku saavutamiseks.

Meetodi põhipunktid on järgmised:

- **Eelistatud tulevik** – alustuseks määratletakse soovitud tulevikuseisund või visioon, mille poole püüdleme.
- **Kriitilised vahe-eesmärgid** – analüüsitakse, millised vahe-eesmärgid tuleb saavutada, et liikuda soovitud tuleviku suunas.
- **Täna sed tegevused** – lõpuks tuvastatakse konkreetsete sammud ja tegevused, mida tuleb täna ette võtta, et tagada sujuv liikumine eelistatud tuleviku poole.

Tagasivaatav stsenaarium võimaldab meil selgelt näha, millised on vajalikud muutused ja tegevused, ning aitab planeerida strateegilisi samme tuleviku saavutamiseks.

Kasutasime tagasivaatava stsenaariumi meetodit turismi pika vaate kärajate päeval aprillis 2024, et koos turismivaldkonna inimestega leida tänased vajalikud tegevussuunad Eesti turismivisioni suunas liikumiseks (vt joonis 25).



Joonis 25. Tagasivaatav stsenaarium

Mõju-keerukuse maatriks (*impact-complexity matrix*)

Mõju-keerukuse maatriks on meetod, mis aitab prioriseerida tegevusi ja strateegiaid, hinnates nende mõju ja keerukuse taset. Seda kasutatakse, et otsustada, millistele tegevustele keskenduda, et saavutada soovitud tulevik ja millised tegevused võivad olla vähem tõhusad või liiga keerukad.

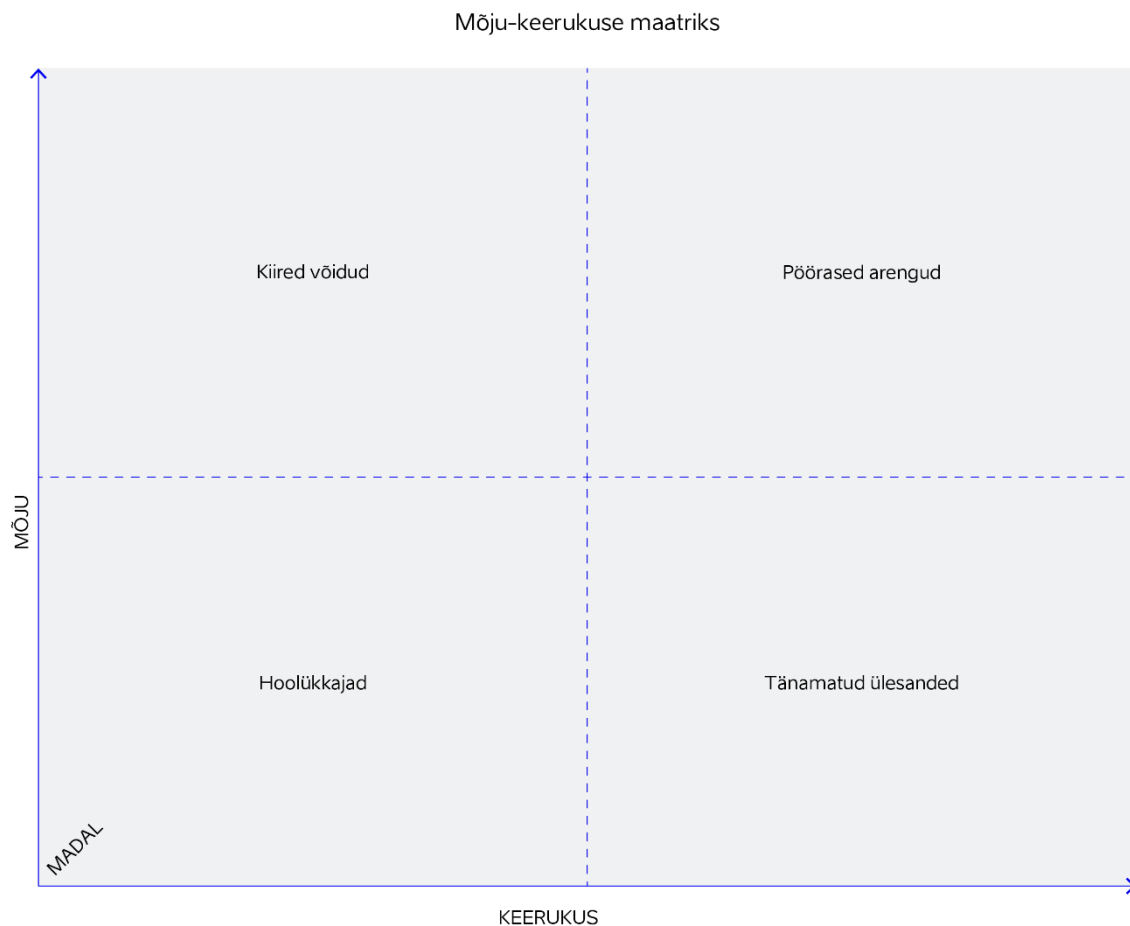
Maatriks koosneb kahest peamisest dimensioonist:

- Mõju (*impact*) – hinnatakse, kui suur on konkreetse tegevuse või strateegia potentsiaalne mõju soovitud tuleviku saavutamisele. Kõrge mõjuga tegevused on need, mis viivad oluliste muutusteni.
- Keerukus (*complexity*) – hinnatakse, kui keeruline on konkreetse tegevuse elluviimine. See võib hõlmata ressursse, aega, tehnilisi nõudmisi ja muud.

Mõju-keerukuse maatriksis alustatakse potentsiaalsete tegevuste või strateegiate tuvastamisest, mis võivad aidata saavutada soovitud tulevikku. Seejärel hinnatakse neid tegevusi kahel põhiteljel: nende potentsiaalne mõju ja keerukuse tase. Mõju all mõistetakse, kui suurt mõju võiks konkreetne tegevus avaldada soovitud tuleviku saavutamisele, samas kui keerukus viitab sellele, kui raskesti teostatav konkreetne tegevus on, arvestades vajalikke ressursse, aega ja tehnilisi nõudmisi.

Pärast tegevuste hindamist asetatakse need maatriksisse vastavalt nende mõjule ja keerukusele (vt joonis 26). Selle tulemusena saavad tegevused, millel on suur mõju ja mida on suhteliselt lihtne ellu viia, prioriteetse positsiooni. Tegevused, millel on küll suur mõju, kuid mis on keerukad, võivad vajada täiendavat kaalumist ja planeerimist. Tegevused, mis on madala mõjuga ja kõrge keerukusega, võivad olla madalama prioriteediga.

See meetod aitab otsustusprotsessis keskenduda neile tegevustele, mis pakuvad kõige rohkem väärtust ja on realistlikud ellu viia, võimaldades strateegiliselt suunata ressursid ja tähelepanu sinna, kus nende mõju on kõige suurem.



Joonis 26: Mõju-keerukuse maatriks

Täiendav materjal tulevikeseire huvilistele

- UNESCO tulevike kirjaoskuse algatus: <https://futuresliteracy.net/>
- Tuleviketeadlikkuse viis dimensiooni: <https://futuresconsciousness.utu.fi/>
- OECD OPSI avaliku sektori innovatsioonikeskus: <https://oecd-opsi.org/guide/futures-and-foresight/>
- Ramirez, R. and Wilkinson, A., 2016. *Strategic reframing: The Oxford scenario planning approach*. Oxford University Press.
- Schwartz, P., 1997. *Art of the long view: planning for the future in an uncertain world*. John Wiley & Sons.

- SITRA Futures Frequency töötoameetod: <https://www.sitra.fi/en/projects/futures-frequency/#>
 - Tulevikeseire kirjutaja ja populariseerija Alex Fernani Youtube'i kanal: www.youtube.com/@AlexFernani
-

Lisa 16: Eesti turismi regionaalne mõju

Eesti turismi regionaalse mõju analüüsi lühikokkuvõte

- Analüüs annab ülevaate sellest, **kui suure osa moodustab turism Eesti maakondade ja suuremate linnade majandusest**. Turism on suures osas **ekspordiv sektor**, sest välituristid kulutavad oma raha Eestis.
- Saadud tulemusi tuleb käsitleda ettevaatlikult, kuna need põhinevad lihtsustatud mudelitel ja piiratud andmetel. Hinnangud annavad pigem indikatsiooni, kus on turismil teiste piirkondadega võrreldes suurem roll.
- **Turismi osakaalu majanduses** näitavad otsene ja kaudne mõju. **Otsene mõju** tuleneb turistide kulutustest, **kaudne mõju** tekib ettevõtetest, mis varustavad turismisektorit.

Peamised tulemused ja järeldused:

1. **Turismi osakaal Eesti majanduses** oli 2023. aastal ligikaudu 3,7–4,8%, koos kaudsete mõjudega (ehk ülekanduva mõjuga) võib ulatuda 5,4–7%.
2. **Kui arvutustes lähtuda turistide ööbimiste arvust**, siis turismil on suhteliselt suur osatähtsus majanduses mitmetes turismipiirkondades (Läänemaa, Pärnumaa, Saaremaa ja Hiiumaa), kuid ka Valgamaa ja Võrumaa turismimõju hinnangud on üle keskmise. Üks põhjustest on see, et nendes piirkondades on ööbimiste arv elaniku kohta keskmisest kõrgem.

Mis on **turismi osakaal majanduses maakondade lõikes?**

Kasutame andmeid tabelist 1 (2022. aasta andmed).

Maakond/linn	Otsene mõju	Otsene ja kaudne mõju	
Kogu Eesti	3,5–4,8%*	5,1–7,0%*	* arvestades kõikide arvutuste vahemikke
Harju maakond	2,8–3,9%	4,1–5,7%	
..Tallinn	3,0–4,5%	4,5–6,7%	
Hiiu maakond	5,6–6,9%	8,2–10,1%	
Ida-Viru maakond	2,3–2,9%	3,4–4,3%	
Jõgeva maakond	1,6–2,1%	2,4–3,1%	
Järva maakond	1,8–2,2%	2,7–3,3%	
Lääne maakond	8,0–9,7%	11,8–14,3%	
Lääne-Viru maakond	3,0–3,6%	4,3–5,3%	
Põlva maakond	2,3–2,8%	3,3–4,2%	
Pärnu maakond	8,5–12,5%	12,6–18,4%	
Rapla maakond	1,3–1,7%	1,9–2,1%	
Saare maakond	9,2–11,8%	13,6–17,3%	
Tartu maakond	1,8–2,4%	2,7–3,5%	
..Tartu linn	2,2–2,9%	3,2–4,3%	
Valga maakond	7,0–8,4%	10,3–12,4%	
Viljandi maakond	1,8–2,3%	2,7–3,3%	
Võru maakond	4,3–5,1%	6,3–7,5%	

3. **Kui arvutustes lähtuda käibemaksudeklaratsioonidest**, mille andmed sõltuvad ettevõtjate registreerimise aadressist ja seega kajastavad pigem piirkonna ettevõtjateni jõudvat rahavoogu, siis turismil on suurim osakaal Harjumaal (koos kaudsete mõjudega 8,7%), Saaremaal (8,2%) ja Pärnumaal (6,3%). Vaata tabel 1 analüüsi lõpus. Kuna andmed on seotud ettevõtjate registreerimise aadressiga, siis need arvutused alahindavad turismi osakaalu piirkonna majanduses.

Turismi regionaalne mõju

Statistikaamet on hinnanud turismi mõju Eesti majanduses aastatel 2011–2017. Järgnevalt antakse väga lihtsustatult hinnangud mõju kohta Eesti maakondades ja suuremates linnades, kuid lähtudes andmete piiratusest ja kasutatud meetoditest annavad nad pigem indikatsiooni, kus on turismil teiste piirkondadega võrreldes suurem roll. Saadud numbrilistele hinnangutele ei ole mõistlik praeguses faasis sisulist tähendust omistada.

Turismi regionaalse mõju hinnang 1 – ööbimiste arvu põhjal

Mõju hindamise aluseks on Statistikaameti andmed ööbimiste kohta vähemalt viie voodikohaga majutuskohades. Mudelis kasutatakse Eesti ja välisküllastajate ööbimiste arvu (Statistikaameti andmebaasi tabel nr TU112; edaspidi ainult tabelite numbrid), mida korrutatakse keskmise kulutusega ööbimise kohta.

- Siseturistide puhul on aluseks ööbimisega sisereisi kulutused (TU56), mida kalibreeritakse teguriga 1,5¹⁸⁶, et tulemus vastaks turismi satelliitkonto (RAS0001) residentide kulutustele siseturismile öö kohta. Kalibreerimistegurid on leitud perioodi 2011–2017 keskmiste põhjal, kui ei ole öeldud teisiti.
- Välisuristide ööbimiste puhul on keskmise kulutuse aluseks reisiteenuste ekspordi (VKT21) ja mitmepäevakülastuste kestuse (Eesti Panga andmed¹⁸⁷) jagatis. Ööbimiste arvu ja keskmise kulutuse põhjal saadud tulemust on korrigeeritud, et see vastaks satelliitkonto mitteresidentide turismikulutustele öö kohta. Kuna antud korrigeerimistegur ei olnud ajas stabiilne, siis on kasutatud kahte erinevat tegurit: 3,46 (2011–2013) ja 4 (2014–2017 ning edaspidi).
- Sise- ja välisuristide hinnangulisi kulutusi on korrigeeritud (teguriga 1,02), et kulutustelt üle minna turismitoodangule.
- Teguriga 0,44 on leitud turismi lisandväärtus ning lisandväärtuselt SKPle üleminekuks kasutatakse tegurit 1,3.
- Lõpuks on leitud turismi osatähtsus SKPs, kaudsete mõjude kaasamiseks kasutatakse tegurit 1,47.

Antud lähenemise puhul ei võeta arvesse võimalikku erisust ühepäevakülastajate ega muu majutuse, sh lühiajalise majutuse osas (eeldatakse nende jagunemist sarnaselt majutuskohades ööbinutele). Samuti ei arvestata kulutuste erisusega regiooni (sh lähtudes välisuristide erinevast jaotusest riikide lõikes). Kogu kulutus jagatakse antud konkreetsele regioonile, kuigi sõltuvalt ostetavatest kaupadest ja teenustest võib mõju avalduda hoopis teises regioonis (näiteks vee- või õhutranspordi puhul).

Turismi regionaalse mõju hinnang 1a – ööbimiste arvu põhjal, välisküllastajate kulutused riigiti

Lähenemine on sarnane eelmisele mudelile, kuid välisriikide külastajate kulutuste puhul on aluseks piiriuuringu tulemused ööbiva külastaja kohta riigiti ühe öö kohta, ka välisriikide kogu ööbimiste asemel kasutatakse ööbimiste arvu riigiti. Riikidel, mille kohta kulutuste andmed puuduvad, kasutati muude riikide näitajat. Piiriuuringu tulemused on aastatest 2014–2017 ja 2023. Uuringud on toimunud kahe etapina (suvine ja talvine küsitlus), mudelis kasutatakse kahe etapi aritmeetilisi keskmisi näitajaid (välja arvatud 2023). Kuna küsitluste suviste ja talviste valimite proportsioone on muudetud, siis ei ole tulemused ajas otseselt võrreldavad. Piirkondades, kus mõne riigi ööbimiste andmed olid puudu, kasutati puuduva näitaja asendamiseks samuti eelneva ja järgneva andmepunkti keskmist, viimas(t)e aasta(te) andmete puudumisel viimast olemasolevat näitajat. Erinevus satelliitkonto mitteresidentide

¹⁸⁶ Kaudsete andmete põhjal arvutatud tulemused erinevad satelliitkonto andmetest, näiteks ööbimiste arv \times kulutus ööbimise kohta ei ühti satelliitkonto kogukulutuste hinnanguga. Selle põhjuseks on erinevad andmeallikad, meetodika, lihtsustavad eeldused jne. Et hinnanguid ühtlustada, kasutatakse nn kalibreerimistegureid ehk kordajaid, mille kasutamisel väheneb erinevus satelliitkonto hinnanguga.

¹⁸⁷ Eesti Pank. Välisreiside statistika. https://statistika.eestipank.ee/#/et/p/MAKSEBIL_JA_INVPOS/1410 (vaadatud 10.06.2024).

keskmisest kulutusest öö kohta ja piiriuuringu ning ööbimiste arvu põhjal leitud kaalutud keskmise kulutuse vahel öö kohta ei olnud ajas stabiilne, kuid sellele vaatamata kasutati kalibreerimiseks 2014–2017 keskmist näitajat 3,89.

Turismi regionaalse mõju hinnang 1b – ööbimiste arvu põhjal, välisküllastajate kulutused piirkonniti

Ka sellel lähenemisel kasutatakse kulutuste allikana piiriuuringut, kuid maakondade/regioonide lõikes. Aluseks on nende välisturistide kulutused ööpäeva kohta, kes käisid Eestis ainult ühes sihtkohas, et siduda kulutusi konkreetse maakonnaga. Kasutada olid 2017. ja 2023. aasta uuringu tulemused, aluseks võeti nende keskmine (tinglikult aasta 2020 kulutustega sidumiseks). Lisaks arvestati küsimuse, millises maakonnas ööbisite, majutuskohas ööbinute osatähtsust¹⁸⁸ (aastate 2015–2017 ja 2023 küsitluste keskmised). Ülejäänud vastusevariandid¹⁸⁹ kajastavad ööbimisi väljaspool majutusstatistikat. Nende andmete põhjal tuletati, kui suur oli „tegelik“ välisturistide ööbimiste arv (sh väljaspool ametlikku majutusstatistikat) ning milline oli välisturistide kogukulutus piirkonniti. Andmeid on väiksemate piirkondade kohta väga vähe ja tulemused on ebausaldusväärsed (näiteks Järvamaal kasutas majutusettevõtte teenust vaid mõni üksik küsitletu), seetõttu kasutati väljaspool Tallinna, Harjumaad, Pärnumaad ja Tartumaad kõigi piirkondade jaoks sama keskmist näitajat. Kuna tulemused kaaluti kokku vastavalt küsitletute arvule, mille jaotus erineb majutusstatistika põhisest jaotusest, siis ei ole tulemused omavahel kooskõlas (piirkondade summa ei võrdu riigi keskmiste näitajate põhjal leitud hinnangutega).

Kulutuste puhul eeldati, et keskmised kulutused muutusid ajas sarnaselt reisiteenuste ekspordi ja Eesti Panga mitmepäevaküllastajate ööbimiste arvu suhte (tinglikult kulutus päeva kohta) muutusele. Samuti kasutati siin korrektsioonitegureid, et saadud hinnangud viia kooskõlla turismi satelliitkonto andmestikuga (2011–2013: 1,86 ja 2014–2017 ning edaspidi: 2,15 – ei ole ajas stabiilsed).

Turismi regionaalse mõju hinnang 1c – ööbimiste arvu ja ühepäevaküllastajate jaotuse põhjal
Algele mudelile on lisatud ühepäevaküllastajate arv lähtuvalt Eesti Panga andmetest, mis on jaotatud vastavalt Positiumi 2022. aasta jaotusele. Positium hindas unikaalseid küllastajaid ehk mitte piirkonna küllastusi kokku, nagu näiteks majutusstatistikas, kuid sellele vaatamata on ühepäevaküllastuste arv suurem kui Eesti Panga hinnangul. Ühepäevaküllastajate arvu lisamine ei too mudelisse täiendavat tuluvoo, vaid selle põhjal jaotatakse kogukulutusi piirkondade vahel ümber. Andmete piirangutest tuleneb eeldus, et ühepäevaküllastajate struktuur on püsitud regiooniti kogu aeg sama, kuid tegelikkuses see tõenäoliselt nii ei ole. Välisküllastajate piiriuuringutele tuginedes arvestatakse mudelis, et ühepäevaküllastaja keskmine kulutus moodustab 77% ööbimisega küllastaja keskmisest kulutusest ööpäeva kohta. Mudelis kalibreeritakse kulutusi, et need vastaks Statistikaameti satelliitkonto andmetele – Eesti Panga ööbimiste arvu ja majutuskohade ööbimiste arvu suhe 2011–2013 2,85 ja edaspidi 3,24, satelliitkonto ja Eesti Panga ühe päeva tingliku kulutuse suuruse korrigeerimise koefitsiendid 1,22–1,23.

Turismi regionaalse mõju hinnang 2 – käibemaksu aruannete (KMD) põhjal

Selle lähenemise puhul kasutatakse käibemaksudeklaratsioonide (KMD) andmeid maakondade lõikes (aluseks ettevõtte registreeritud asukoht). Käibe lähendina kasutatakse KMD ridade 1, 2 ja 3 summat (vastavalt 20%, 9% ja 0% määraga maksustatavad tehingud).

¹⁸⁸ Uuringu põhjal ööbis majutusettevõttes Tallinnas üle 75% küsitletutest, Pärnumaal üle 60%, mujal vähem – valdavalt vähem kui pooled küsitletutest.

¹⁸⁹ Üüritud tuba, korter või suvila; isiklik korter, suvila või muu isiklik elamispind; tööandja elamispind; tasuta majutus sugulaste või tuttavate juures, tasuta telkimine jms.

KMD põhjal jaotati ühe meetodina turismi mõju ka töös „Väliturismi mõju Tallinna majandusele“¹⁹⁰, kuid käesolevas analüüsis ei jagata turismi satelliitkonto andmeid piirkondade vahel vastavalt KMD andmete jaotusele, vaid KMD maakondlikud käibeandmed teisendatakse turismi mõju näitajateks, et oleks võimalik anda hinnanguid ka perioodi kohta, mil satelliitkonto andmeid pole avaldatud.

Käibe andmed on eristatud 14 tegevusala vahel sarnaselt viidatud Tallinna uuringule, sh 12 turismile omast majandusharu. Korrigeerimisteguritega on käive muudetud võrreldavaks tegevusalade lõikes avaldatud satelliitkonto toodangu hinnanguga. Korrigeerimistegurid on turismile omastes tegevusalades keskmisena suurusjärgus 0,9, kuid tegevusalade lõikes on siiski olulisi erinevusi. Tugevasti erineb käibe ja toodangu näitaja näiteks raudtee, kultuuritegevuse ja sporditegevuse puhul, samuti turismiga seotud majandusharude ja muude (turismile mitteomaste ja turismiga mitte seotud) majandusharude puhul. Veetranspordi korrigeerimistegurid olid aastatel 2014–2015 erandlikult kõrged, mistõttu need aastad jäeti veetranspordis keskmise arvutamisel välja. Iga tegevusala puhul arvutati turismi osatähtsus ning lisandväärtuse osa toodangus. Sarnaselt esimesele lähenemisele teisendati lisandväärtus SKPs ning leiti mõjuhinnang ka koos kaudsete mõjudega.

Tulemused

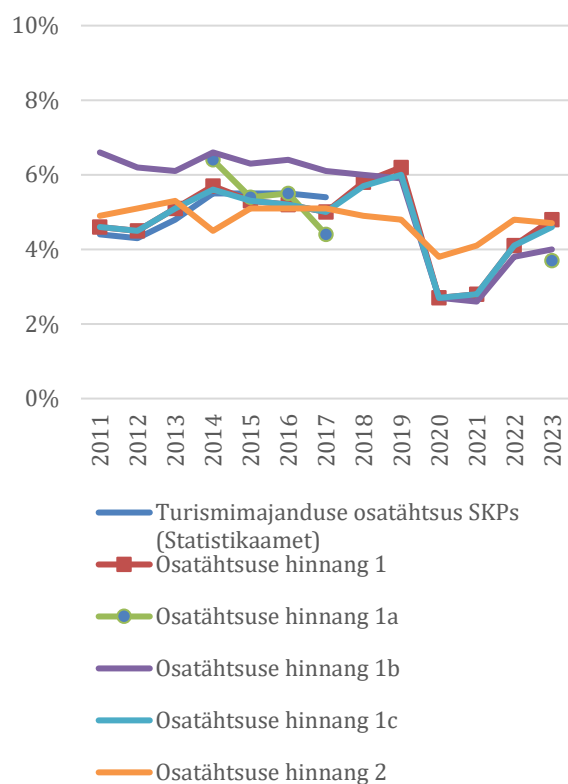
Esimese lähenemisega (mudel 1) saadud hinnangud olid lähedasemad Statistikaameti satelliitkonto hinnangutele, kuid regioonide lõikes on tulemused väljatoodud puuduste tõttu küsitavamad. Riikide lõikes kulutuste erinevuse arvestamisel (mudel 1a) on paaril aastal mudeli vastavus Statistikaameti hinnangule hea, kuid kuna seosed erinevate allikate näitajate vahel ei ole ajas stabiilsed, siis on ka hõlbimisi satelliitkonto osas (aastad 2014 ja 2017). Mudel 1b (välituristide kulutused piirkonniti ning tasuta majutuse osatähtsusega arvestamine) on kehvemate algandmetega ja seetõttu on need tulemused kõige küsitavamad, lisaks ei ühti piirkondade summa andmed kogu riigi hinnanguga. Mudel 1c (arvestatud ühepäevakülastajate jaotusega) muutis veidi mõnes piirkonnas turismi osatähtsust, kuid muutused olid üsna tagasihoidlikud. Kõige rohkem erinesid mõjuhinnangud mudelis 2, kuna aluseks olid ettevõtete registreeritud asukohad, mis „soosis“ suuremaid tõmbekeskusi. Vaadeldud meetodite põhjal oli turismi osatähtsus SKPs 2023. aastal suurusjärgus 3,7–4,8%¹⁹¹, koos kaudsete mõjudega 5,4–7%.

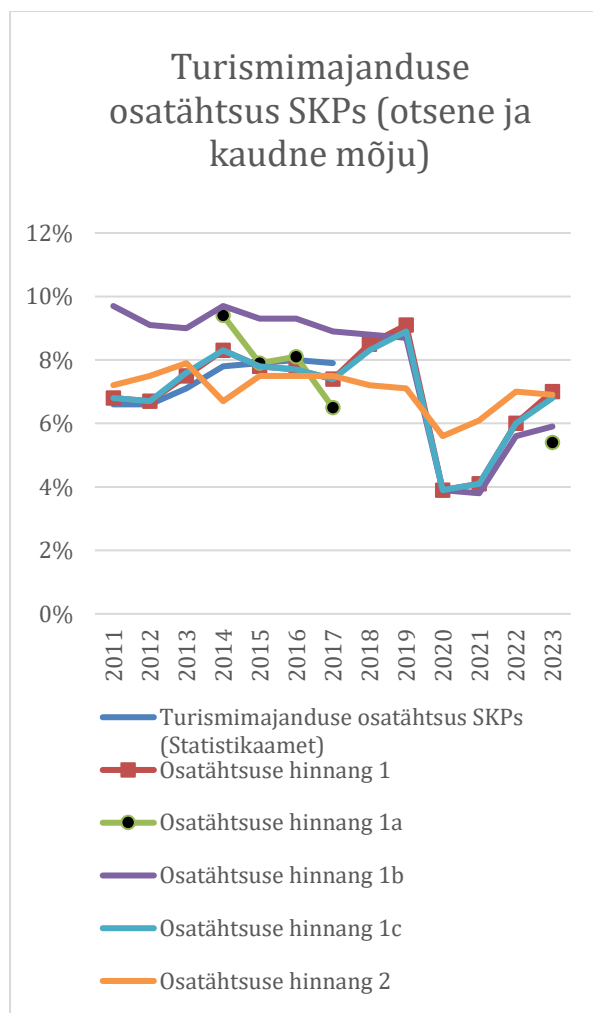
¹⁹⁰ Statistikaamet. (2019). Väliturismi mõju Tallinna majandusele.

<https://file.visittallinn.ee/7sw8ci/tallinna-valiturism-pdf-1.pdf> (vaadatud 10.06.2024).

¹⁹¹ Euroopa Teadusuuringute Ühiskeskuse (Joint Research Centre ehk JRC) hinnangul oli Eestis turismi otsene mõju 2022. aastal 3,7% SKPst (<https://tourism-dashboard.ec.europa.eu/destination?lng=en&ctx=tourism&tu=EE&tl=0&stu=EE&ts=TOURISM&pil=level-indicator&is=TOURISM&cl=tourism&clc=socio-economic-vulnerability&fvs=false>). Ka siin on kasutatud kaudset lähenemist satelliitkonto puuduvate aastate andmete hindamiseks.

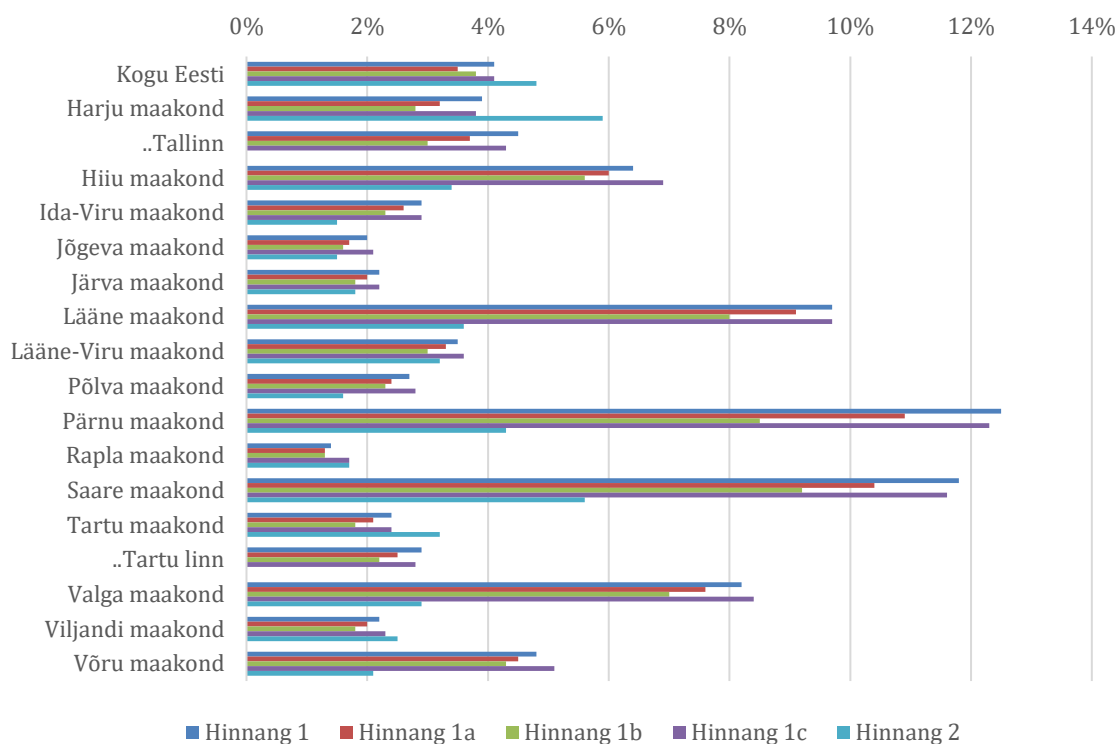
Turismimajanduse osatähtsus SKPs (otsene mõju)



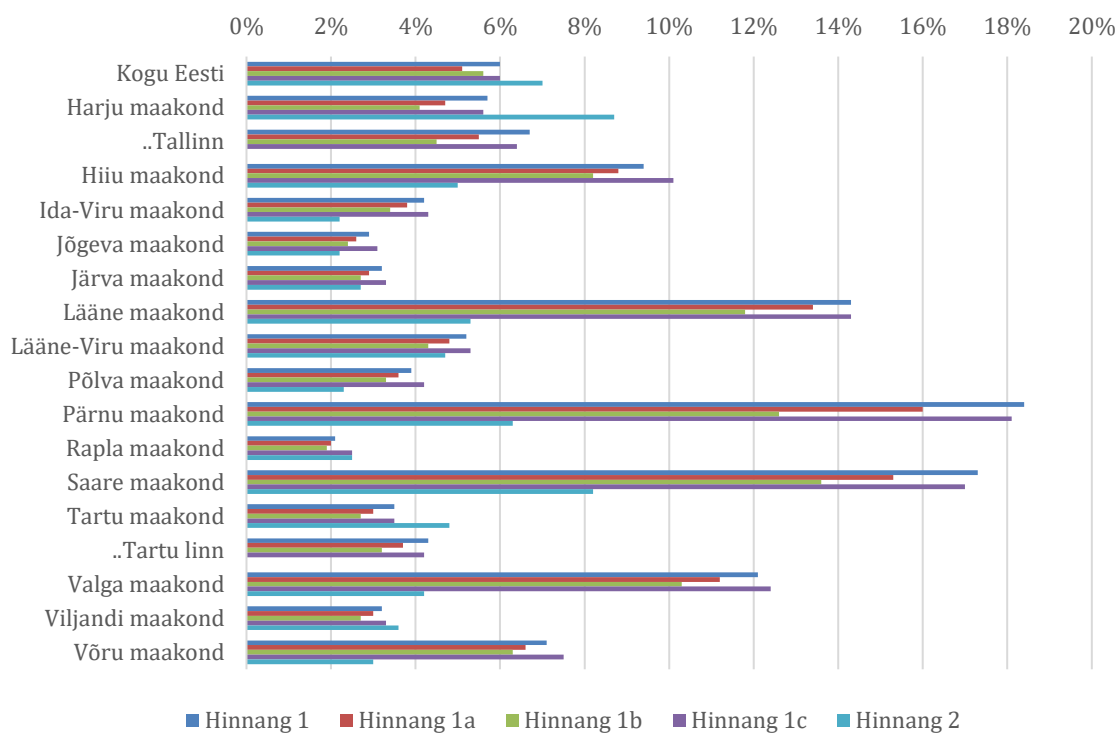


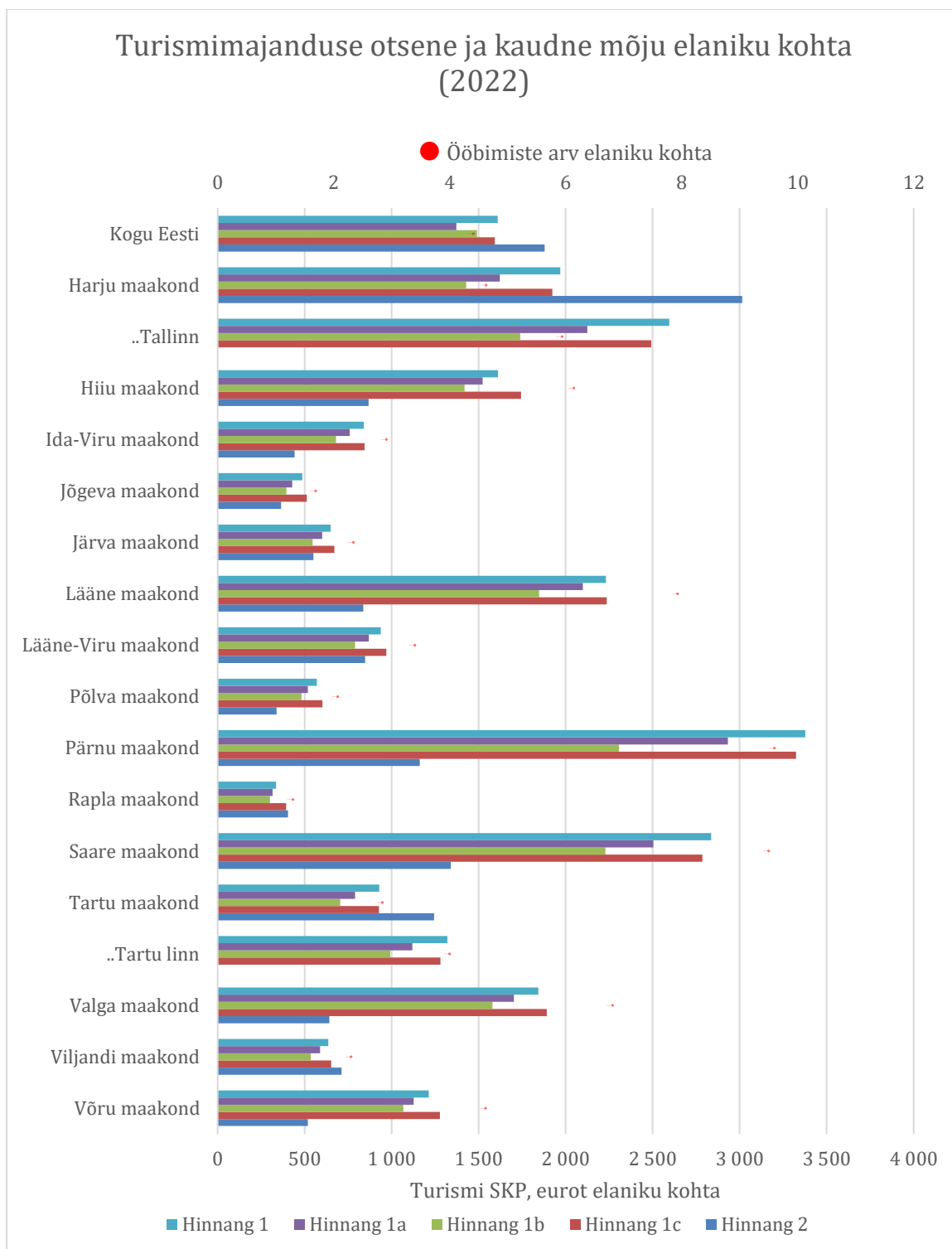
Viimased avaldatud SKP andmed maakondade lõikes on aastast 2022, kuid piiriuuringu tulemused on aastast 2023. Et näidata mudeli 1a (kulutused riikide lõikes) tulemusi maakondade lõikes, siis on eeldatud, et väliskülastajate kulutused olid sama suured ka aastal 2022.

Turismimajanduse otsene osatähtsus SKPs (2022)



Turismimajanduse otsene ja kaudne osatähtsus SKPs (2022)





Turismimajanduse suurem roll võrreldes Eesti keskmisega on kõigi mudelite põhjal nähtav Tallinnas¹⁹² (välja arvatud 1b, kuid see pole usaldusväärne hinnang) ja Saaremaal. Esimene mudel ja selle alamudelid näitavad suhteliselt suurt turismi osatähtsust majanduses mitmetes turismipiirkondades (Läänemaa, Pärnumaa, Saaremaa ja Hiiumaa), kuid ka Valgamaa ja

¹⁹² Mudelis 2 on eristatud Harjumaa, kuid eeldatavalt on Tallinnas sarnaselt teistele mudelitele turismi osatähtsus kõrgem kui maakonnas keskmiselt. Mudelis 1b alahinnatakse Tallinnas turismi mõju, sest teistes piirkondades oli piiriuuringu põhjal väljaspool majutusettevõtteid ööbinute osatähtsus oluliselt suurem, mis tõstis nende mõju arvutustes.

Võrumaa turismimõju hinnangud on üle keskmise ja oluliselt kõrgemad kui teise mudeli põhjal. Need tulemused peegeldavad majutusstatistika näitajaid – viidatud piirkondades on ööbimiste arv elaniku kohta keskmisest kõrgem¹⁹³. Ühepäevakülastajate arvu jaotusega arvestamine (mudel 1c) suurendab turismi osatähtsuse hinnanguid Hiiu, Võru, Valga ja Rapla maakonnas, väheneb Tallinna osatähtsus, kuid muutused on võrreldes algse mudeliga tagasihoidlikud. Käibemaksudeklaratsioonide abil leitud hinnangud olid suuremad kui esimeses mudelis Harjumaal ja Tartumaal, kuhu on koondunud ka suurem osa ettevõtlusest (registreeritud asukoha mõttes). Tallinnas/Harjumaal on turismi SKP ühe ööbimise kohta oluliselt kõrgem kui teistes piirkondades, mudeli 2 põhjal eristub ka Tartumaa. Kui majutusettevõtete puhul langeb käibemaksudeklaratsioonide põhjal Tallinna osatähtsus kokku ööbimiste osatähtsusega, siis teiste oluliste turismiteenuste (toitlustus, veetransport, õhustransport, reisibürood ja -korraldajad, kultuuritegevus, sporditegevus jt) on maksudeklaratsioonide põhjal Tallinna osatähtsus oluliselt kõrgem.

Töös „Välisturismi mõju Tallinna majandusele“ hinnati eraldi välisturistide panust majandusse, hinnanguliselt oli see 2014. aastal koos kaudsete mõjudega umbes 6% Tallinna SKPst. Tallinna kohta oli käesolevas analüüsis võimalik anda hinnang vaid esimeste mudelitega (ööbimiste põhjal). Selle kohaselt oli välisturistide tähtsus Tallinna SKPs üle 9% ehk oluliselt kõrgem kui viidatud uuringus. Tõenäoliselt näitaks ka teine mudel suuremat mõju. Seega võib öelda, et käesolevas analüüsis kasutatud lihtsustatud lähenemisega võrreldes on täiendavate andmete kasutamisel (nagu näiteks Statistikaameti Tallinna uuringus) võimalik saada paremaid hinnanguid. Statistikaameti töös oli võimalik kasutada näiteks statistilise profiili ja ettevõtete aruande EKOMAR andmeid¹⁹⁴.

Hinnang tulemuste tõlgendamisele

Kõik kasutatud mudelid on oluliste piirangutega ning seetõttu tuleb suhtuda saadud hinnangutesse ettevaatusega.

Ööbimiste arvu põhine mudel (mudelid 1, 1a, 1b ja 1c) võiks kajastada täpsemalt piirkonda laekuvat turismitulud. Mudelis 1a arvestatakse ka külastajate struktuuri riigiti, mis võiks olla täpsem kui kõigis piirkondades ühesuguseid kulutusi eeldades, kuid probleemiks on piiriuuringu ajas muutunud valimi ülesehitus, lisaks on ka siin kasutatud lihtsustatud eeldust, et iga riigi turistid kulutavad öö kohta sama palju igas piirkonnas, samuti on vaatluse alt väljas ühepäevakülastajate andmed. Mudel 1b on kõige küsitavamate algandmetega (väike valim mitmes piirkonnas ning küsitlute struktuuri erinevus teiste allikate põhised jaotused), mistõttu ka tulemused on vähem usaldusväärsed, kuigi üldisi suundumusi need kinnitavad (välja arvatud Tallinna puhul). Mudel 1c arvestab ühepäevakülastajate jaotusega, kuid võrreldes algse mudeliga muudab see tulemusi üsna vähe.

Mudel 2 (käibemaksudeklaratsioonide andmed) võiks kajastada täpsemalt piirkonna ettevõtetele jõudvat rahavoogu. Ettevõtte võib teenust osutada mitmes piirkonnas (näiteks ürituste korraldajad), mistõttu ööbimise asukoht ja tulu saaja asukoht ei pea alati ühtima. Selle mudeli puuduseks on aga ettevõtja registreeritud asukoha kasutamine, mis ei pruugi ühtida tegeliku asukohaga, eriti juhul, kui ettevõttel on mitu üksust (näiteks jaeketi kauplused). See mudel ülehindab eeldatavalt Tallinna osatähtsust ja tekitab teistpidi moonutusi mitmes teises piirkonnas.

¹⁹³ Elanike arvu aluseks oli aastakeskmise arv (Statistikaamet, tabel RV028U).

¹⁹⁴ EKOMARist loe lähemalt Statistikaameti veebilehel: <https://www.stat.ee/et/esita-andmeid/andmete-esitamisest/ettevotete-uuringud/ekomar>.

Lisa 1. Turismimajanduse osatähtsused piirkondades, osatähtsus SKPs (2022)

Piirkond	Otsene mõju					Otsene ja kaudne mõju				
	Mudel 1	Mudel 1a	Mudel 1b	Mudel 1c	Mudel 12	Mudel 1	Mudel 1a	Mudel 1b	Mudel 1c	Mudel 12
Kogu Eesti	4,1%	3,5%	3,8%	4,1%	4,8%	6,0%	5,1%	5,6%	6,0%	7,0%
Harju maakond	3,9%	3,2%	2,8%	3,8%	5,9%	5,7%	4,7%	4,1%	5,6%	8,7%
..Tallinn	4,5%	3,7%	3,0%	4,3%		6,7%	5,5%	4,5%	6,4%	
Hiiu maakond	6,4%	6,0%	5,6%	6,9%	3,4%	9,4%	8,8%	8,2%	10,1%	5,0%
Ida-Viru maakond	2,9%	2,6%	2,3%	2,9%	1,5%	4,2%	3,8%	3,4%	4,3%	2,2%
Jõgeva maakond	2,0%	1,7%	1,6%	2,1%	1,5%	2,9%	2,6%	2,4%	3,1%	2,2%
Järva maakond	2,2%	2,0%	1,8%	2,2%	1,8%	3,2%	2,9%	2,7%	3,3%	2,7%
Lääne maakond	9,7%	9,1%	8,0%	9,7%	3,6%	14,3%	13,4%	11,8%	14,3%	5,3%
Lääne-Viru maakond	3,5%	3,3%	3,0%	3,6%	3,2%	5,2%	4,8%	4,3%	5,3%	4,7%
Põlva maakond	2,7%	2,4%	2,3%	2,8%	1,6%	3,9%	3,6%	3,3%	4,2%	2,3%
Pärnu maakond	12,5%	10,9%	8,5%	12,3%	4,3%	18,4%	16,0%	12,6%	18,1%	6,3%
Rapla maakond	1,4%	1,3%	1,3%	1,7%	1,7%	2,1%	2,0%	1,9%	2,5%	2,5%
Saare maakond	11,8%	10,4%	9,2%	11,6%	5,6%	17,3%	15,3%	13,6%	17,0%	8,2%
Tartu maakond	2,4%	2,1%	1,8%	2,4%	3,2%	3,5%	3,0%	2,7%	3,5%	4,8%
..Tartu linn	2,9%	2,5%	2,2%	2,8%		4,3%	3,7%	3,2%	4,2%	
Valga maakond	8,2%	7,6%	7,0%	8,4%	2,9%	12,1%	11,2%	10,3%	12,4%	4,2%
Viljandi maakond	2,2%	2,0%	1,8%	2,3%	2,5%	3,2%	3,0%	2,7%	3,3%	3,6%
Võru maakond	4,8%	4,5%	4,3%	5,1%	2,1%	7,1%	6,6%	6,3%	7,5%	3,0%

Allikas: Statistikaameti, Eesti Panga ja Maksu- ja Tolliameti ning Väliskülastajate uuringute andmed, MKM arvutused.

Lisa 2. Turismimajanduse otsene ja kaudne mõju ning ööbimiste arv piirkondades (2022)

Piirkond	Ööbimiste arv elaniku kohta	Otsene ja kaudne mõju, eurot elaniku kohta				
		Mudel 1	Mudel 1a	Mudel 1b	Mudel 1c	Mudel 2
Kogu Eesti	4,4	1609	1371	1491	1592	1880
Harju maakond	4,6	1970	1622	1428	1924	3015
..Tallinn	5,9	2596	2124	1739	2492	
Hiiu maakond	6,1	1611	1522	1419	1743	867
Ida-Viru maakond	2,9	841	759	679	845	442
Jõgeva maakond	1,7	486	429	395	512	364
Järva maakond	2,3	650	601	545	670	550
Lääne maakond	7,9	2232	2098	1847	2236	836
Lääne-Viru maakond	3,4	937	869	789	969	847
Põlva maakond	2,1	570	519	482	603	338
Pärnu maakond	9,6	3377	2932	2306	3325	1162
Rapla maakond	1,3	335	316	301	394	404
Saare maakond	9,5	2836	2504	2229	2786	1340
Tartu maakond	2,8	928	790	704	926	1244
..Tartu linn	4,0	1320	1120	993	1280	
Valga maakond	6,8	1843	1703	1579	1891	643
Viljandi maakond	2,3	636	589	535	652	712
Võru maakond	4,6	1213	1127	1068	1278	519

Allikas: Statistikaameti, Eesti Panga ja Maksu- ja Tolliameti ning Välisküllastajate uuringute andmed, MKM arvutused.

Lisa 17: Eesti turism võrreldes teiste Euroopa Liidu riikidega

Turismisektoril on oluline roll Eesti majanduses. Statistikaameti turismi satelliitkonto hinnangul oli turismi osatähtsus SKP-s 2017. aastal 5,4%, koos kaudsete mõjudega 7,9%. MKMi hinnangul oli 2023. aastal turismi otsene ja kaudne mõju¹⁹⁵ kokku ligikaudu 5–7% SKP-st. Turism on tihedalt seotud ka teiste sektoritega, aidates kujundada Eesti kuvandit välismaal, aidates hoida transpordiühendusi teiste riikidega, tasakaalustades regionaalset arengut ja pakkudes töökohti, mis paljudele on esimeseks võimaluseks tööturul alustada. Edukas turismisektor tõstab kohalike elanike elukvaliteeti heade restoranide, maailmatasemel sündmuste ning põnevate atraktsioonidega nii linnades kui ka maal.

Sajandivahetusest alates on Eesti turismisektor tublisti arenenud, mida on mõjutanud mitmed tegurid, nagu transpordiühenduste paranemine, ning rahvusvahelises meedias kajastatavad sündmused (nt Eurovisiooni toimumine Eestis 2002. aastal, Eesti vastuvõtmine EL-i 2004. aastal, Tallinn kui Euroopa kultuuripealinn 2011. aastal). Koroonapandeemia eelnevatel aastatel oli turismiteenuste eksport tõusvas suunas, moodustades 2019. aastal 28,7% kogu teenuste ekspordist, kuid 2023. aastal langes 16%-ni¹⁹⁶. Kuid viimastel aastatel on Eesti turismisektor pidanud toime tulema täiendavate tagasilöökidega, näiteks koroonapandeemiast tingitud ebakindluse ja riskidega, energiakriisist 2022. aastal lähtuv sisendhindade järsu kasvuga ning mõjutajaks on olnud ka Venemaa laiaulatuslik sõjaline sissetung Ukrainasse, mis tingis nõudluse languse ja hindade jätkuva kasvu.

Majutatud

Võrreldes Läti ja Leeduga oli 2023. aastal elaniku kohta majutatuid kõige rohkem Eestis ja nii oli see ka pandeemiaeelsel ajal. Pandeemiaeelsel ajal oli Eestis ja Lätis välisriigi majutatuid rohkem kui kodumaise riigi majutatuid (välisriigi majutatuid 2019. aastal Eestis oli 59% ja Lätis 68%). Leedus oli kodumaiste ja välisriigist tulnud turistide arv enam-vähem pooleks ning Soome paistab silma selle poolest, et kodumaiste majutatute osakaal on tunduvalt suurem (kodumaiseid majutatuid oli 2019. aastal Soomes 73%). Majutatute koguarvu poolest ei jõudnud ükski võrreldav riik 2022. aastal veel pandeemiaeelsele tasemele.

Suurem osa kõigist majutatutest Eestis ööbib hotellides ja muudes sarnastes majutusvõimalustes. Leedu paistab silma selle poolest, et koguni 32% majutatutest ööbis 2022. aastal puhke- ja muudes lühiajalistes majutustes (nt puhkemajad; nt Eestis 16%). Põhjuseks võib Statista hinnangul olla Leedu puhkemajade turu kasv ning nende paiknemine maapiirkondades. Puhke- ja muud lühiajalised majutuskohad osutuvad populaarsemaks just

¹⁹⁵ Eesti turismisektor, [Workbook: Turism \(tableau.com\)](https://www.stat.gov.ee/workbook/turism)

¹⁹⁶ Turismiteenuste ekspordi osakaalu kogu teenuste ekspordist arvutatakse järgmise järgmiselt: reisijatevedudega seotud teenuste ja reisiteenuste ekspordi jagamine kogu teenuste ekspordiga. Täpsem valem: (Järgmiste teenuste–SC11 Reisijatevedu meretranspordiga + SC21 Reisijatevedu õhutranspordiga + SC3B1 Reisijatevedu raudteel + SC3C1 Reisijatevedu maanteel + SD Reisiteenused (välisküllastajate kaupade ja teenuste ostud)–ekspordi väärtus miljonites eurodes)* ÷ Teenuste eksport (väärtus jooksevhindades miljonites eurodes)* ÷ Teenuste eksport (väärtus jooksevhindades, miljonit eurot)** × 100%. Märkused: * Allikas: Statistikaamet, VKT21: TEENUSTE EKSPORT JA IMPORT TEENUSE (EBOPS) LIIGI JÄRGI (KVARTALID). ** Allikas: Statistikaamet, RAA0061: SISEMAJANDUSE KOGUPRODUKT TARBIMISE MEETODIL (ESA 2010) (KVARTALID).

kodumaiste majutatute hulgas, samas välismaised majutatud ööbivad peamiselt hotellides, võrreldavates riikides 85–90% välisriigi majutatutest eelistab hotelle. Eesti kodumaise riigi majutatutest valis 23% puhkemajutuse, samas telkimisplatsidel ja haagiseparkides majutatute arv oli pea olematu – 0,2%. Võrdluseks, Soome kodumaise riigi majutatutest valis puhkemajutuse 6% ning telkimisplatsid ja haagisepargid 7,8% (2022). Kui vaadata ööbimisi, joonestub suhteliselt sama pilt. Enamik välisriigi ööbijaid valib hotelli, puhke- ja muid lühiajalisi majutuskohhti valivad kodumaised ööbijad.

Eestis on kõige enim majutatuid juulis ning sellele järgnevad ülejäänud suvekuud. Ka teistes võrreldavates riikides on kõige enim majutatuid juulis, kuid Soomes on kodumaise riigi majutatuid tunduvalt rohkem juulis kui muul ajal, samas välisriigi majutatud jagunevad ühtlasemalt soojemate kuude vahel.

Reisi kestuse poolest on Eesti, Läti, Leedu ja Soome Euroopa tagumises otsas. Eesti majutusasutuses veedab turist keskmiselt 1,86 ööd, siseturisti ja välituristi reisi kestus on 2022. aastal enam-vähem võrdne ning pandeemiaeelse ajaga samal tasemel. **Sarnaselt jaguneb see (siseturisti vs. välituristi reisi kestus) ka naabritel ja mujal Euroopas, erandiks on turistide seas populaarsed vahemereäärsed riigid ja Iirimaa, kus väliturist veedab umbes poole kauem aega kui siseturist.**

Eesti turismimajandus koges pandeemia tagajärjel tagasilööki, sarnaselt teistele riikidele ning 2023. aasta lõpuks ööbimiste koguarv pandeemiaeelsele tasemele ei küündinud, kuid palju puudu ei jäänud (6 967 047 2019. a, 6 374 862 2023. a). Kodumaise riigi ööbimiste arv ületas pandeemiaeelse taseme, kuid vähenes võrreldes 2022. aastaga 0,9%. Välisriigi ööbimiste arv ületas koduriigi ööbimiste arvu ning kasvas võrreldes 2022. aastaga 15,5% (2 919 059 2022. a, 3 371 044 2023. a) kuid pandeemiaeelsele ajale veel ei küündinud.

Mis riikidest tulid ööbijad?

2023. aastal olid ligi pooled (47%) Eestis ööbijad kodumaisest riigist. Pandeemiaeelsel ajal moodustasid kodumaise riigi ööbijad Eestis umbes 37% (2019. aastal), lisaks osakaalule on kasvanud ka ööbimiste arv. Peamised ööbijad lisaks koduriigile on olnud naabrid – Soome ja Läti.

- 2022. aastal moodustasid Soome ööbijad Eestis 20% ning Läti ööbijad 5,7%.
- Soome ööbijate arv hakkas kahanema 2017. aastal, veel aasta enne seda moodustasid Soome ööbijad 28% kõigist ööbijatest Eestis.
- Läti ööbimiste osakaal Eestis on seevastu pidevalt kasvanud, kuid sai, nagu Soome ööbimiste osakaalgi, tagasilöögi pandeemia ajal.

Lisaks Soomele ja Lätile oli 2023. aastal Eestis ööbijaid Saksamaalt (3%), Ukrainast (2,1%), ühepalju Ameerikast ja Leedust (2,1%) ja mujalt. Venemaa ööbimiste osatähtsus Eestis oli veel 2013. aastal 11,8%, kuid nii pandeemia kui ka poliitiliste põhjuste tõttu on see ajas kõikunud, kuid nii suurt osakaalu enam saavutanud pole (2,3% 2022. a).

Soomes oli kodumaise riigi ööbijate osakaal 2022. aastal lausa 77,4%, ning ülejäänud ööbijariikide osakaalud on 2% juures või alla selle. Näiteks Saksamaa (2,6%), Ühendkuningriik

(2,3%), Rootsi (2,1%). Seega suurimad ööbijad Soomes on nad ise. Läti 2023. aasta kodumaise riigi ööbimiste osakaal on 41%, Lätis on suuremad ööbijariigid ka Leedu (9,9%), Eesti (6,4%), Saksamaa (5,6%) jt. **Nii Eesti, Läti kui ka Leedu inimesed reisivad peamiselt kodumaises riigis, ca 2/3 reisidest toimub kodumaal. Samas Soome puhul hakkab silma, et kodumaises riigis reisib lausa 80%.**

Eesti turism on suuresti sõltuv naaberriikidest, eriti Soomest ja Lätist (varasemalt ka Venemaast), mis moodustavad suure osa välisriigist tulnud ööbijaist. Pandeemiaeelisel ajal kasvasid nii Läti, Saksamaa, Ukraina kui ka Leedu ööbijate arvud Eestis.

Hinnad ja kulutused

Hinnataseme indeks restoranide ja hotellide valdkonnas oli võrreldavatest riikidest 2023. aastal kõige kõrgem Soomes (EL-i keskmine hinnataseme indeks 2020=100, Soomes 128, - 1,2% võrreldes eelneva aastaga). Soomele järgnes Eesti (98, kasv 2,7% võrreldes eelneva aastaga), Läti (89,9, kasv 4,2% võrreldes eelmise aastaga) ning kõige soodsam oli Leedu (82, 5,6% võrreldes eelneva aastaga). 2023. aastal kasvasid majutusteenuste hinnad võrreldes eelneva aastaga kõige vähem Soomes ning kõige enam Leedus. Eestis kasvasid hinnad restoranide ja hotellide valdkonnas 2023. aastal, võrreldes eelneva aastaga 9,8%. Kõiki võrreldavaid riike iseloomustab hinnataseme hüppeline kasv restoranide ja hotellide valdkonnas 2022. aastal. Samas sellele eelneval paaril aastal hinnad veidi kahanesid. Lisaks Soomele edestavad Eestit üldise hinnataseme poolest ka ülejäänud Põhjamaad, seega **Eesti paikneb restoranide ja hotellide valdkonna hinnataseme poolest Põhjamaade ja Balti riikide vahepeal.**

Vaadeldes Eesti inimeste kulutusi reisidel ühe öö kohta (koduriigis ja välisriigis kokku) selgub, et **Eesti on Euroopas neljandal kohal ühe öö kulutuste kohta. Meid Luksemburg, Austria ja Šveits.** Keskmiselt kulutavad Eesti inimesed ühe öö kohta välisriigis 160€ ning ühe reisi kohta välisriigis 1012€. Ühe öö kohta koduriigis kulutavad Eesti inimesed keskmiselt 86€ ning ühe reisi kohta koduriigis keskmiselt 178€. Mõlemas näitajas edestame nii Lätit, Soomet kui ka Leedut. Eesti inimesed kulutavad rohkem välisriigis kui kodumaises riigis, samamoodi jagunevad kulutused ka Lätis, Leedus ja Soomes. Välisriigis reisides kulutavad Eesti inimesed peamiselt majutusele, transpordile ja paketikorraldusega seotud kuludele, koduriigis reisides aga majutusele, restoranidele/kohvikutele ning transpordile.

Lisandväärtus ja tootlikkus

Majutuse ja toitlustuse tegevusala moodustas 2022. aastal 1,6% lisandväärtusest, pandeemiaeelisel ajal ulatus selle osakaal 2%-ni lisandväärtusest. Ka Lätis, Leedus ja Soomes jääb sektori osakaal lisandväärtusest samasse kanti. Majutuse ja toitlustuse tegevusala osatähtsus hõives oli Eestis 2022. aastal 3,3%, sarnane on tulemus ka teistes võrreldavates riikides. Selle osakaaluga oleme Euroopas pigem tagumises otsas. **Tootlikkuse näitaja poolest on Eesti samuti koos Läti ja Leeduga Euroopas pigem tagapool, kuid Soome paistab välja oma kõrgema tootlikkusega majutuses ja toitlustuses.**

Kokkuvõte

- Eesti turismisektor on viimastel aastatel alates 2020. aastast saanud tagasilööke, kuid 2023. aasta näitas sektori vastupidavust ning taastumist koroonapandeemiast.

- Eesti turismisektor on tihedalt seotud naabritega ning neist sõltuv. Läti turistide osakaal Eestis oli enne pandeemiat kasvuteel, Soome osakaal Eestis kahanemas ning varasemalt oluliste Vene turistide osakaal oli küll kõikuv ka enne pandeemiat, kuid tänaseks on osakaal poliitilistel põhjustel väike.
- Hinnatasemed ja reisikulutuste statistika näitavad, et Eesti elanikud kulutavad välisreisidel märkimisväärselt rohkem kui kodumaal. Sarnaselt jaotuvad kulud ka mujal riikides, seega kui välisriiki minnakse, siis on kulud ka suuremad.
- Majutuse ja toitlustuse tegevusala osatähtsus majanduses on stabiilne, kuid 2022. aastal veel pandeemiaeelsele tasemele ei jõudnud.
- Eesti on kohati sarnane Põhjamaadega, kohati Baltikumiga ning kohati mõlema vahel.
- Hinnataseme poolest jääme Põhjamaade ja Baltikumi vahele.
- Turismi kõrghooaeg on suvekuudel ning ka selles sarnaneme nii Baltikumile kui ka Põhjamaadele.
- Peamised välisriikide ööbijad Eestis on naabrid, seega oleme neist sõltuvad. Nii on see ka Baltikumis ja Põhjamaades. Samas Põhjamaad ja Leedu paistavad silmas selle poolest, et üle poolte ööbijatest on koduriigist (riigiti erinev, aga kohati ligi 80% on koduriigist), meil ja Lätis kuni pooled, mis võib olla ka seotud riigi suurusega – suuremates riikides reisitakse rohkem kodumaal.

Seega, kuigi Eesti näitab taastumise märke, on oluline jätkata turismiarendust, et säilitada ja suurendada riigi atraktiivsust turismisihtkohana ning vähendada sõltuvust naaberriikidest.

Lisa 18: Peamiste kaasatute nimekiri

Eesti turismi pika vaate 2035 koostamine oli oluline protsess, mis nõudis erinevate osaliste panust ja ulatuslikku koostööd, et tagada kõikehõlmav ja tõhus arengudokument. Kaasamisprotsess oli võtmetähtsusega, et luua plaan, mis kajastab mitmekesiste huvigruppide vajadusi ja prioriteete.

Kaasatute hulk sisaldab valitsusasutusi, avaliku sektori organisatsioone, erialaliitude ja sihtkohtade esindajaid ning eksperte, kes on andnud oma arvamused ja ettepanekud. Esitatud kaasatute nimekiri aitab selgitada kaasamisprotsessi laiahaardelisust, näidata koostöövõrgustikku ning tagada, et kõikide osaliste panus on õigesti tunnustatud ja dokumenteeritud (vt joonis 27).

Aruteludes osales ligi 300 turismivaldkonnas tegutsejat ja lisaks mahukas dokumendianalüüs



Joonis 27: Protsessi kaasatud

Täname kõiki, kes Eesti turismi pika vaate 2035 valmimisse panustasid!

- Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi erinevad osakonnad
- Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutuse turismiosakond
- Ministeeriumid ja riigiasutused: Kliimaministeerium, Regionaal- ja Põllumajandusministeerium, Haridusministeerium, Kultuuriministeerium, Välisministeerium, Muinsuskaitseamet, Eesti Rahvakultuuri Keskus, Riigikantselei, Statistikaamet, Transpordiamet
- Rohkem kui 150 turismiettevõtjat ja turismiteenuse pakkujat
- Turismiharidust pakkuvad haridusasutused: Tallinna Tehnikaülikool, Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž, Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor, Haapsalu Kutsehariduskeskus, Eesti Kunstiakadeemia, Tartu Rakenduslik Kolledž, Kehtna Kutsehariduskeskus jt
- Turismiettevõtjate esindusorganisatsioonid: Eesti Turismi- ja Reisifirmade Liit, Tallinna Giidide ühing, Eesti Kaubandus-Tööstuskoda, Eesti Spaaliit, Eesti

Maaturismi Ühing, Eesti Hotellide ja Restoranide Liit, Eesti Konverentsibüroo, Eesti Külalislahkuse Klaster, Eesti Giidide Liit, Reisibüroode Liit

- Piirkondlikud ja valdkondlikud ühendused: Eesti Mõisate Ühendus, Eesti Mõisakoolide Ühendus, MTÜ Sibulatee, Kupland, IVEK, VIROL, Ajalooliste Hoonete Ümarlud, Eesti Loodusturismi Ühing, Kunstiasutuste Liit, Eesti Kaasaegse Kunsti Arenduskeskus, Eesti Kirjanduse Teabekeskus, MTÜ Eesti Filmitööstuse Klaster, Eesti Teatri Agentuur, Eesti Rahvakunsti ja Käsitöö Liit, Music Estonia, Eesti Ööelu Liit, Eesti Infotehnoloogia ja Telekommunikatsiooni Liit, Eesti Arhitektuurikeskus jt
- Turismi sihtkoha arendusorganisatsioonid: Virumaade DMO, Lõuna-Eesti DMO, Tallinna DMO, Harju-, Rapla-, Läänemaa DMO, Saarte DMO, Pärnu DMO, Kesk-Eesti DMO
- Kohalikud omavalitsused, maakonnad ja maakondlikud arenduskeskused
- Vedajad ja väravad: Tallinna Lennujaam, Tallink, Tallinna Sadam
- Ekspertid: Johanna Vallistu, Janno Järve ja teiste valdkondade esindajad.