

Turisminõudluse suurendamise ja turismitoodete arendamise programm

Tegevusstrateegia 2015-2018

VENEMAA

Sisukord:

1. VENEMAA KUI SIHTTURG ÜLDISELT	4
2. VENEMAA SIHTTURU HETKEOLUKORD.....	4
2.1. VENEMAA ELANIKE VÄLISREISIDE TURG	4
2.1.1. Kulutused välisreisidele	4
2.1.2. Reisimisaktiivsus, välisreiside arv ja peamised sihtkohad.....	5
2.2. KONKURENTSIKESKKOND	6
2.2.1. Turism Venemaalt Kesk- ja Ida-Euroopasse ning Põhjamaadesse	6
2.2.2. Turism Venemaalt Eesti lähiriikidesse	6
2.3. TURISM VENEMAALT EESTISSE	7
2.3.1. Sihtkohad Eestis	8
2.3.2. Hooajalisus.....	9
2.3.3. Ööbimised majutusettevõtete liikide lõikes	9
2.3.4. LISAINFO: Mobiilpositsioneerimise statistika piiriületuste kohta	9
2.4. SIHTRÜHMAD JA NENDE EELISTUSED	10
2.4.1. Moskva ja Peterburi elanike reisimisaktiivsus ja reisirid Eestisse	10
2.4.2. Eestisse reisimist takistavad tegurid	10
2.4.3. Tõenäoliste Eestisse reisijate profiil.....	11
2.4.4. Peterburi elanike põhjused Eestisse reisimiseks.....	12
2.4.5. Moskva elanike põhjused Eestisse reisimiseks	12
2.5. TOOTED, TEENUSED JA INFO KÄTTESAADAVUS.....	13
2.5.1. Linnapuhkus	13
2.5.2. Kultuuripuhkus.....	14
2.5.3. Looduspuhkus	15
2.5.4. Tervisepuhkus	15
2.5.5. Perepuhkus	16
2.5.6. Äriturism	16
2.6. TRANSPORT.....	16
2.7. INFOKANALID.....	17
2.7.1. Ülevaade infokanalitest	17
2.7.2. Visitestonia.com külastused	18
3. TEGEVUSSUUNAD 2015-2018.....	18
3.1. EESTI RIIKLIKU TURISMIARENGUKAVA 2014-2020 EESMÄRGID	18
3.2. TEEMAFOOKUS JA KASVUVÕIMALUSED	19
3.2.1. Tegevuste fookus	19
3.2.2. Sihtrühm ja segment	19
3.2.3. Tegevuste teemafookused.....	20
3.3. SÕNUMID JA VÄÄRTUSED	20
3.3.1. Linnapuhkus (kultuur, toit, atraktsioonid, ostud)	20
3.3.2. Tervisepuhkus	21
3.3.3. Pereturism	21
3.4. LÕPPTARBIJALE SUUNATUD TEGEVUSED	21
3.4.1. Kampaania	21
3.4.2. Pressireisid; -üritused	22
3.4.3. PR, kommunikatsioon ja online tegevused (ka sotsiaalmeedia).....	22
3.4.3.1. Üldine ülevaade suhtekorraldusstrateegiast	22
3.4.3.2. Suhtekorralduse fookus	22
3.4.3.3. Kommunikatsiooni kanalid.....	22
3.4.4. Turismimess	23

3.4.5.	Sündmused ja strateegiline partnerlus	23
3.5.	MÜÜGIEDENDUSTEgevused	23
3.5.1.	Tootetutvustusreisid	23
3.5.2.	Infopäevad, seminarid ja <i>workshop</i> 'id	23
3.5.3.	Motivatsiooni ja grupireiside korraldajad	24
4.	PARTNERITE TEGEVUSFOOKUS SIHTTURUL	24
4.1.	Organisatsioon: Ida-Viru turismiklaster (koordinaator IVEK)	24
4.2.	Organisatsioon: Tallinna Ettevõtlusameti turismiosakond	24
5.	EESTI KUI SIHTKOHA ARENDUSTEgevuste VAJADUS	24

1. VENEMAA KUI SIHTTURG ÜLDISELT

Venemaa turistid on Eestile kui reisisihile viimastel aastatel järjest rohkem tähelepanu pöörama hakanud. Viimase kahe aasta külastajate arvu tempokas kasv, seda eriti talvisel kõrghooajal, on viinud kõigi aegade parimate tulemusteni (vt.tabelit „Vene turistide ööbimised (veedetud ööd) majutustevõttes“ lk 9).

Sellest hoolimata on Venemaa sihtturu külastajate hulgas jätkuvalt umbes 1/3 neid, kes majutusteenuseid ei kasuta ning seetõttu ametlikus statistikas ei kajastu (kuigi majutusstatistika ei ole erineva meetodika tõttu mobiilpositsioneerimise andmetega täpselt võrreldav, viitavad andmed sellele, et umbes 2/3 ööbinutest võis kasutada tasuta majutuskoha¹). Ühena olulistest eesmärkidest oleme seetõttu planeerinud selliste külastajate poolt muude tasuliste turismiteenuste kasutamise ning Eestis ringireisimise soodustamise. See tähendab potentsiaalsete turistide teadlikkuse kasvatamist Eesti kui reisisihi võimalustest ja turismitoodetest. Samuti tuleb julgustada autoga reisimist ja ilma reisikorraldaja vahendamiseta kokku pandud individuaalseid. Samal ajal broneerivad paljud Venemaalt pärit külastajad jätkuvalt enda reise läbi reisibüroode ning seetõttu jätkame väiksemas mahus kindlasti ka reisibüroode informeerimist uutest ja hooajatoodetest.

Nii reisikorraldajate kui individuaalreisijate huve silmas pidades on üheks riiklikult oluliselt tegevuseks turistide voo tagamisel piiripunktide läbilaskvuse küsimuste riikidevaheline lahendamine, mis jääb küll Turismiarenduskeskuse vastutusvaldkonnast väljapoole, kuid mida peame oluliseks omalt poolt soodustada. Venemaa sihtturu tegevused jagunevad suurimate linnade, Peterburi ja Moskva vahel, kus elab enamik nendest Venemaa elanikest, kes üldse välisreise teevad. Sihtrühmaks on eelkõige 20-55 aastased Venemaa elanikud.

2. VENEMAA SIHTTURU HETKEOLUKORD

2.1. VENEMAA ELANIKE VÄLISREISIDE TURG

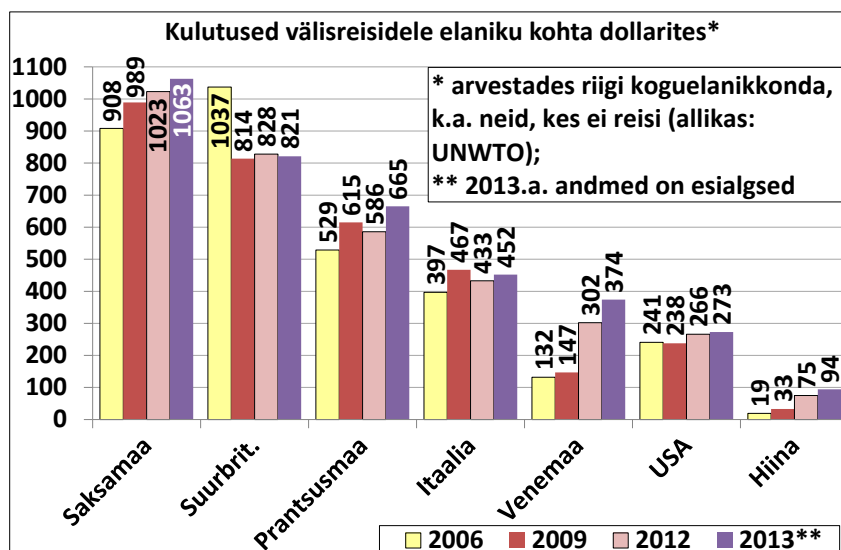
2.1.1. Kulutused välisreisidele

Venemaa elanike kulutused välisreisidele on viimastel aastatel kiirelt kasvanud. Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO) andmetel olid nad 2013.aastal 53,5 miljardi dollariga juba 4. kohal maailmas (Hiina, USA ja Saksamaa elanike järel). 2013.aastal moodustasid nende kogukulutused välisreisidele 4,6% kogu maailmas välisreisidele kulutatud rahast. 2011.a. kasvasid Venemaa elanike kulutused välisreisidele eelneva aastaga võrreldes 23%, 2012.aastal 36,5% ja 2013.a. 29% (rublades arvatuna).

Aasta	Kulutused (\$)	Koht maailma riikide seas	% maailmas välisreisidele kulutatud rahast	Kulutused elaniku kohta (arvestades koguelanikkonda, k.a. neid, kes ei reisi)
2009	20,9 mld	9.	2,4%	147 \$
2010	26,7 mld	8.	2,9%	189 \$
2011	32,9 mld	7.	3,2%	228 \$
2012	42,8 mld	5.	4,0%	302 \$
2013	53,5 mld	4.	4,6%	374 \$

Kuna välisreisidel käib vaid väike osa Venemaa elanikkonnast, on ka UNWTO arvutatav välisreisidele kulutatav summa elaniku kohta Venemaal endiselt tunduvalt madalam kui näiteks Lääne-Euroopa riikides. Samas on see näitaja viimastel aastatel kiiresti kasvanud, jõudes 2013.aastal 374 dollarini elaniku kohta (arvestatakse koguelanikkonda, k.a. neid, kes välismaale ei reisi). Näiteks Saksamaal oli vastav näitaja 1063, Suurbritannias 821, Prantsusmaal 665 ja Hiinas 94 dollarit elaniku kohta.

¹ Andmed on hinnangulised ja neid saab täpsustada, kui selguvad 2014.a. väliskülastajate uuringu tulemused (2015.a. mais).



2.1.2. Reisimisaktiivsus, välisreiside arv ja peamised sihtkohad

- Venemaa uuringukeskuse Levada üle 18-aastast Venemaa elanikkonda esindav küsitlus näitab, et märtsis 2012 oli 17% üle 18-aastastest Venemaa elanikest välispass (mitmetesse SRÜ riikidesse reisimiseks piisab sisepassist). Samasuguse küsitluse põhjal väitis 2012.a. septembris 21% Venemaa elanikest, et nad on käinud viimase viie aasta jooksul väljaspool Venemaad ning 12%, et nad on käinud viimase viie aasta jooksul väljaspool endise NSVL riike.
- Konsultatsioonifirma IPK International Venemaa elanikkonna välisreiside uuringu andmetel tegid Venemaa üle 15aastased elanikud **2013. aastal 32 miljonit ööbimisega välisreisi** (kasv 18% võrreldes 2012.a.)². Pikema perioodi vältel on nende välisreiside arv järjest tugevat kasvu näidanud (10 miljonilt 2001.aastal 32 miljonini 2013.aastal). Erandiks oli vaid 2009. aasta, kui nende reiside arv majanduskriisi tõttu 13% vähenes, kuid taastumine oli erinevalt paljude teiste Euroopa riikide turismist väga kiire.

Venemaa elanike välisreiside arv ja nende muutus võrreldes eelmise aastaga:

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Välisreiside arv (milj.)	10,18	10,92	11,57	12,72	14,04	15,91	18,53	20,69	18,09	21,11	23,78	27,18	32
muutus võrreldes eelneva aastaga		7%	6%	10%	10%	13%	16%	12%	-13%	17%	13%	14%	18%

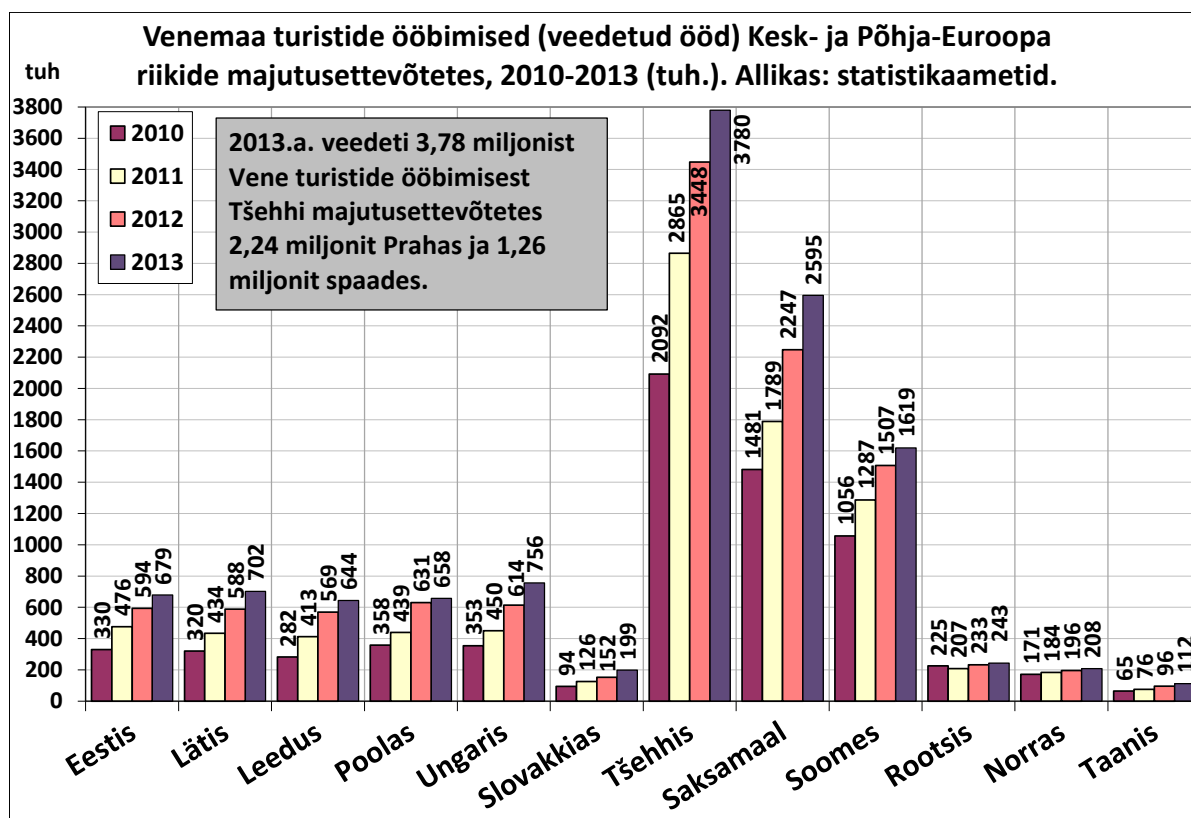
- Tänu viimaste aastate kiirele kasvule jõudsid Venemaa elanikud 2013.aastal mitmepäevaste välisreiside arvult Euroopa riikide elanike seas juba 3. kohale Saksamaa ja Suurbritannia elanike järel (tehes 7% kõigist eurooplaste välisreisidest). Veel 2010.aastal olid Venemaa elanikud oma välisreiside arvult Euroopa riikide elanike seas 6. kohal.
- 32 miljonist välisreisist 22 miljonit ehk 69% olid puhkusereisid; nii tööreise kui ka sugulaste ja tuttavate külastusi oli 5 miljonit ehk 16% välisreisidest. Välisreiside peamised sihtkohad olid 2013.a. Türgi (13%), Ukraina (10%), Saksamaa (7%), Hiina (6%), Soome (5%), Egiptus (5%), Itaalia (4%), Hispaania (4%), Kreeka (4%), Tai (4%). Eestisse tehti 1,5% mitmepäevastest välisreisidest.
- Nii kõigist mitmepäevastest välisreisidest kui ka mitmepäevastest puhkusereisidest 10% olid 1-3 ööbimisega ja 90% olid pikemad reisid.
- Puhkusereisidest veidi üle poole moodustavad rannapuhkused, järgnevad linnapuhkused 17%-ga ja ringreisid 6%-ga.
- Reisimisaktiivsus on kõige suurem Moskvast ja Peterburist** ning neid ümbritsevates piirkondades. Moskva ja Moskva oblasti elanikud, kes moodustavad 13% Venemaa rahvastikust, tegid 2011.aastal 28% Venemaa elanike välisreisidest; Loode-Venemaa föderaalsete ringkonna (k.a. Peterburi) elanikud, kes moodustavad 10% Venemaa rahvastikust, tegid 2011.aastal 24% Venemaa elanike välisreisidest.
- Puhkusereise broneeritakse suhteliselt lühikest aega enne reisi:** IPK Internationali andmetel broneeris 2012.aastal 73% puhkusereisijatest oma reisi vähem kui kuu aega enne reisi, 21% broneeris 1-4 kuud enne reisi ja vaid 6% rohkem kui neli kuud enne reisi. Eelistused broneerimisaja osas ei ole viimase viie aasta jooksul muutunud.

² Siin esitatud IPK Internationali andmed põhinevad Venemaa üle 15a. elanikkonna küsitlusel ja erinevad seetõttu Venemaa ametlikust piiristatistikast, mis loendab kõiki Venemaa kodanike piiriületusi (k.a. ühlepäevareise, piiriäärsete elanike regulaarseid piiriületusi ja transpordivahendite meeskonnaliikmeid). Venemaa ametliku piiristatistika järgi tegid Venemaa kodanikud 2012.aastal 47,8 miljonit piiriületust (ei sisalda piiriületusi Valgevenes), sealhulgas Eestisse tehti ligi 1,83 miljonit piiriületust ja Soome 5,1 miljonit piiriületust.

2.2. KONKURENTSIKESKKOND

2.2.1. Turism Venemaalt Kesk- ja Ida-Euroopasse ning Põhjamaadesse

- Kogu piirkonna võrdluses on Vene turistide ööbimiste arv ülekaalukalt suurim Tšehhis; talle jäävad tunduvalt alla nii naaberriik Soome kui isegi Saksamaa. Kui Tšehhi kõrvale jätta, siis on Vene turistide ööbimiste arv Eestis ülejäänud Ida-Euroopa riikidega üsna võrreldavas suurusjärgus (erandiks on vaid Slovakkia, kus nende ööbimisi on üle kolme korra vähem kui Eestis). Rootsis on Vene turistide ööbimisi ligi 7 korda ja Norras ligi 8 korda vähem kui Soomes; ühtlasi on Rootsis ja Norras nende ööbimiste arv kasvanud viimastel aastatel tunduvalt aeglasemalt kui Euroopas tervikuna, mis on ilmselt tingitud riikide kaugemast asukohast Venemaalt ning kõrgemast hinnatasemest.
- Tšehhis on Praha** osatähtsus Vene turistide sihtkohana aasta-aastalt kasvanud (2013.aastal oli see 59% Vene turistide ööbimistest Tšehhi Vabariigis). Prahas viibivad nad majutusettevõtetes keskmiselt 4 ööd. Praha kõrval on tähtsusele teiseks magnetiks **spaaturism** (eelkõige Karlovy Varys, vähemal määral ka muudes Tšehhi piirkondades väljaspool Prahat). Samas on spaade osatähtsus Vene turistide majutuskohana järk-järgult vähenenud. 2002-2007 veedeti spaahotellides 43-44% Tšehhi majutusettevõtetes veedetud Vene turistide ööbimistest, 2013.aastal 33%. Keskmise Vene turistide viibimise kestus Tšehhi spaades on viimastel aastatel olnud 12 ööd (varem 13 ööd). Spaaturismi suurest osatähtsusest ja pikast viibimise kestusest tulenevalt ongi nende ööbimiste arv Tšehhis märkimisväärselt suurem kui muudes Ida-Euroopa sihtkohtades. Võrdluseks võib öelda, et Soomes on majutatud Vene turistide arv veidi suuremgi kui Tšehhis, kuid veedetud ööde tunduvalt väiksem arv Soomes tuleneb oluliselt lühemast viibimise kestusest (Soomes viibivad Vene turistid ühes majutusettevõttes keskmiselt 2 ööd).



2.2.2. Turism Venemaalt Eesti lähiriikidesse

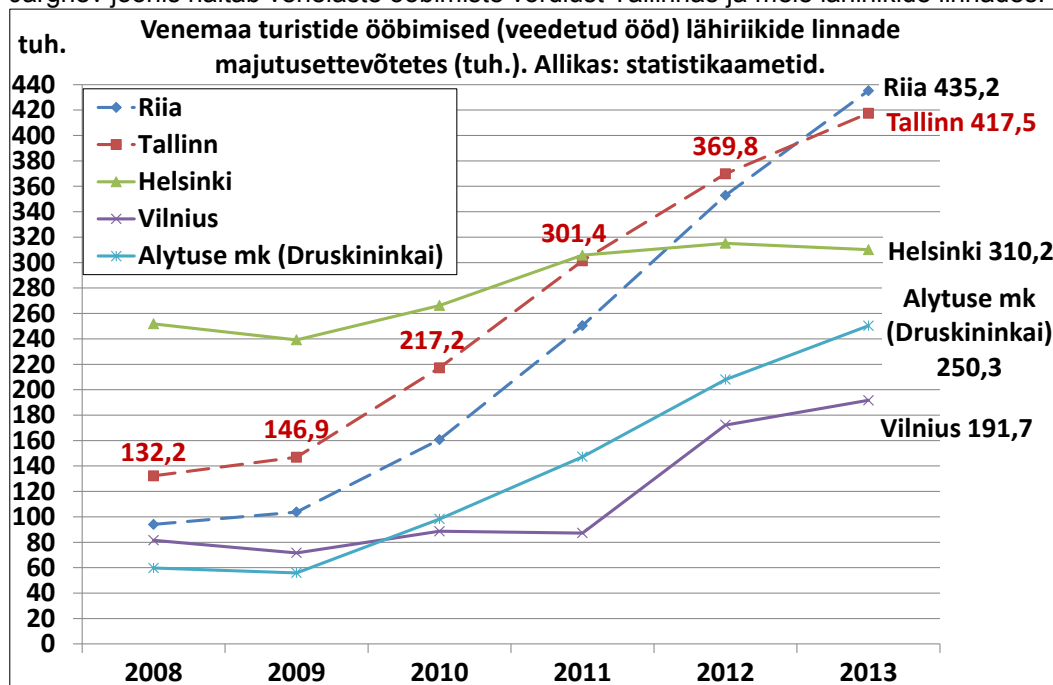
Kui võrrelda arengut meie lähiriikide ja peamiste konkurentidega, on areng olnud suhteliselt sarnane. Vene turistide ööbimiste arv on Eestis, Lätis ja Leedus aastaid olnud samas suurusjärgus. Perioodil 2009-2012 oli nende ööbimiste arv Eestis veidi suurem kui Lätis ja Leedus, 2013.a. aga oli nende arv Lätis suurem kui Eestis (kuna viimasel kahel aastal on nende ööbimiste arv Lätis kasvanud mõnevõrra kiiremini kui Eestis).

Soomes on Vene turistide ööbimiste (veedetud ööde) arv tunduvalt suurem kui Eestis, kuigi vahe Eestiga on viimastel aastatel vähenenud tulenevalt kiiremast kasvust Eestis (2002.a. oli Venemaa turistide veedetud ööde arv Soome majutusettevõtetes 7,3 korda suurem kui nende ööde arv Eestis, 2008.aastal 5,2 korda suurem kui Eestis, 2010.a. 3,2 korda suurem ja 2013.a. 2,4 korda suurem). **Eestisse ja Soome reisivad Venemaalt erinevad segmentid.** Kui jätta kõrvale piiräärsetes piirkondades käivad ostureisijad ja võrrelda ainult majutusstatistikat, siis ilmneb, et **Venemaa turistide veedetud öödest Soome majutusettevõtetes**

oli 2013.a. vaid 19% Helsingis ning 51% ööbimistest veedeti hoopis Soome järvedepiirkonnas (mille hulka kuulub ka idapiiri äärne). Oluliseks reisimotivaatoriks on seal looduspuhkus, sh. kalastamine. Venemaa turistide veedetud öödest Eesti majutusettevõtetes oli 2013.a. Tallinnas aga koguni 61%. Absoluutarvudes tähendab see, et 2012. ja 2013.a. on Tallinn sihtkohana olnud isegi veidi populaarsem kui Helsingi (2013.a. oli Venemaa turistide veedetud öid Helsingi majutusettevõtetes 310 165, Tallinnas aga 417 454; seejuures 2012. aastaga võrreldes vähenes Helsingis nende ööbimiste arv 1,6%, kuid Tallinnas kasvas koguni 13%). Seega pakub Tallinn Helsingile tugevat konkurentsi, kuid muudes piirkondades pakutavate turismitoodete osas jääb Eesti Soomele veel üsna tugevalt alla. Siin on silmas peetud nii turismivõimalusi, mida Eestis pole (näiteks kõik Lapimaal pakutav) kui ka neid, mis pole Eestis piisaval tasemel välja arendatud (puhkus puhkemajades, kalastus jms.).

Leedus veedeti 2013.a. 39% Vene turistide ööbimistest kuurortlinnas Druskininkais (põhiliselt spaades, kus keskmine viibimise kestus oli 5 ööd), 30% Vilniuses ja 19% Klaipeda ja Palanga piirkonnas. **Lätis** oli Riia osatähtsus 2013.a. umbes sama suur kui Tallinna osatähtsus Eestis (Tallinnas veedeti 61% nende Eestis veedetud ööbimistest, Riias 62% nende Lätis veedetud ööbimistest). Erinevalt Eestist on Lätis pealinna osatähtsus järk-järgult kasvanud (2008.a. 48%, 2013.a. 62%). 2012.aastal möödusid nii Tallinn kui ka Riia Vene turistide ööbimiste arvult Helsingist, 2013.aastal ületas nende ööbimiste arv Riias omakorda ka Tallinna vastavat näitajat. Vaadeldud linnadest on nende viibimise kestus kõige lühem Helsingis (2013.a. 1,75 ööd) ja Vilniuses (1,79 ööd), järgneb Tallinn (2 ööd) ja seejärel Riia (3 ööd).

Järgnev joonis näitab venelaste ööbimiste võrdlust Tallinnas ja meie lähiriikide linnades.



2.3. TURISM VENEMAALT EESTISSE

Venemaa turistid ja nende ööbimised (veedetud ööd) Eesti majutusettevõtetes. Allikas: Statistikaamet.

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
majutatud turistid	31 754	37 320	42 348	53 427	67 201	56 407	82 280	93 947	141 964	203 204	266 192	304 644
ööbimised	72 996	81 321	101 546	138 508	176 862	149 663	198 319	220 945	330 276	475 905	593 783	679 343
muutus võrreldes eelneva aastaga												
majutatud turistid		18%	13%	26%	26%	-16%	46%	14%	51%	43%	31%	14%
ööbimised		11%	25%	36%	28%	-15%	33%	11%	49%	44%	25%	14%

Venemaa on ööbimiste arvult Eestile tähtsuselt teine välisturg Soome järel. Kuna turism Venemaalt on aastaid kasvanud tunduvalt kiiremini kui kogu sissetulev turism Eestisse, on Venemaa osatähtsus Eesti majutusettevõtete klientuuri seas aasta-aastalt kasvanud. Läbi aegade madalaim oli Venemaa turistide ööbimiste osatähtsus välisturistide ööbimistest 1997.aastal (2,0%), kust see on järk-järgult kasvanud juba 17,4%-ni 2013.aastal.

Järgnev tabel näitab nende tähtsust Eesti sihtkohtadele. Kui Eestis tervikuna moodustasid nende ööbimised 2013.a. 17,4% välisturistide ööbimistest ja 11,8% kõigist ööbimistest (arvesse võttes ka siseturismi), siis

sellest tunduvalt suurem oli nende osatähtsus Ida-Virumaal, kus nende ööbimised moodustasid koguni 30% kõigist ööbimistest. Tallinnas, Põlvamaal ja Valgamaal oli nende osatähtsus veidi suurem kui Eestis tervikuna. Põhja- ja ka Lõuna-Eestiga võrreldes vähem olulised on Vene turistide ööbimised Lääne-Eestile – kõigis sealsetes sihtkohtades moodustavad Vene turistid alla 5% ööbimistest.

Vene turistide osatähtsus sihtkoha ööbimistest:	Kogu Eesti	Ida-Viru	Tallinn	Põlva mk	Valga mk	Lääne-Viru	Harju mk	Tartu mk	Sh. Tartu	Võru mk	Pärnu mk	Sh. Pärnu	Saare mk
kõigist ööbimistest (k.a. siseturism) sihtkohas	11,8%	30%	15%	14%	13%	8%	8%	8%	8%	6%	4,1%	4,4%	3,5%
välituristide ööbimistest	17,4%	62%	17%	71%	39%	25%	18%	15%	14%	33%	6%	6%	7%

Turism Venemaalt Eestisse on viimastel aastatel kasvanud paljude tegurite koostul. Oluliseks teguriks on Venemaa elanike välisreiside üldine tugev kasvutrend. Eestisse reisimist on soodustanud lisandunud lennu-, laeva-, rongi- ja bussiühendused ning avaliku ja erasektori turundustegevused. **Venemaa turistide arv Eesti majutusettevõtetes 2013. aastal – 304 644 – ületas 2012.a. rekordilist näitajat 14% ehk 38 452 võrra; nende ööbimiste arv kasvas samuti 14%, jõudes 679 343-ni.** Nagu ka eelneval aastal, lisandus Vene turistide ööbimisi tunduvalt peaaegu kõigis Eesti maakondades, kajastades sihtkohtade ja nende ettevõtete aktiivset tegevust sellel sihtturul. 2013.a. kasv oli aeglasem kui kolmel eelneval aastal. Võrdluseks võib öelda, et 2013.a. oli ka Põhjamaades nende ööbimiste arvu kasv suhteliselt tagasihoidlik: Soomes 7%, Rootsis 2%, Norras 6%. Leedus kasvas nende ööbimiste arv umbes sama palju kui Eestis (13%), Lätis veidi rohkem (19%).

Kui mitmel eelneval aastal oli Venemaa üks kiiremini kasvavaid sihtturge kogu Euroopas, siis 2014.aasta on näidanud tagasihoidlikke tulemusi nii Eestis kui ka mitmetes teistes Euroopa riikides. 2014.a. I poolaasta kokkuvõttes ööbis Eesti majutusettevõtetes 149 968 Vene turisti ehk 1,5% rohkem kui 2013.a. samal perioodil. Nende veedetud ööde arv oli 337 339 ehk 0,3% võrra väiksem kui 2013.a. I poolaastal. Näiteks Soomes vähenes nende ööbimiste arv I poolaasta kokkuvõttes 10%, Rootsis 9% ning Vene turistide ülekaalukalt populaarseimas Ida-Euroopa sihtkohas Tšehhis 7%. Lätis lisandus nende ööbimisi I poolaasta kokkuvõttes 0,3%, Leedus 1,4%.

2.3.1. Sihtkohad Eestis

Absoluutarvudes ülekaalukalt suurim on ööbimiste kasv olnud nende suurimas sihtkohas Tallinnas, samas on tugevast kasvust hoolimata **Tallinna osatähtsus nende ööbimiskohana viimastel aastatel veidi vähenenud** (2008.a. 67%, 2013.a. 61% nende Eestis veedetud ööbimistest). See tuleneb teiste sihtkohtade kiiremast kasvust – 2008-2012 kasvas pidevalt nende tähtsusest teise sihtkoha Ida-Virumaa osatähtsus, samuti on viimastel aastatel kasvanud näiteks Tartu, Harjumaa, Lääne-Virumaa ja Põlvamaa osatähtsus.

Erinevatel hooaegadel on sihtkohtade osatähtsus erinev. Talvisel tipphooajal (detsembrist jaanuarini) veedavad nad valdava osa (71%) ööbimistest Tallinnas. 11% ööbimistest veedavad nad sel perioodil Ida-Virumaal, muude sihtkohtade osatähtsus aga on sel ajal suhteliselt marginaalne. Suvekuude (juuni-aug.) ööbimised jagunevad aga regiooniti ühtlasemalt. 2013.a. veedeti suvekuude ööbimistest Tallinnas alla poole (46%). 19% suvistest ööbimistest veedeti Ida-Virumaal, 9% Pärnus, 6,5% Valgamaal, 3,8% Harjumaal, 3,6% Tartus ja 12% muudes sihtkohtades.

Sihtkohtade osatähtsus Vene turistide ööbimistest Eestis. Allikas: Statistikaamet.

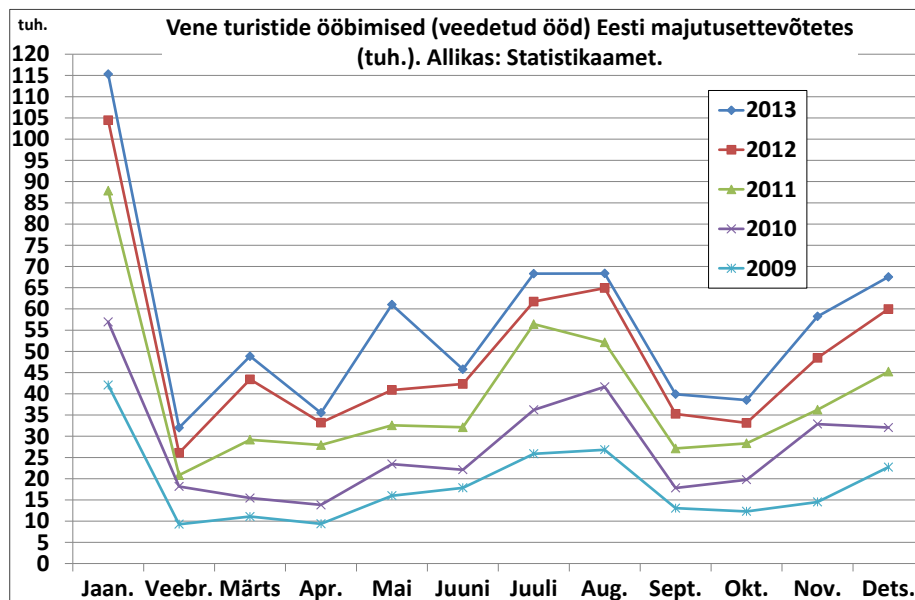
	Tallinn	Ida-Viru	Pärnu	Tartu	Harju mk	Valga mk	Lääne-Viru	Põlva mk	Saare mk
2008	66,7%	13,8%	4,4%	2,9%	2,1%	3,6%	0,6%	0,5%	2,3%
2009	66,5%	14,1%	3,8%	2,6%	1,7%	4,8%	1,2%	0,7%	1,8%
2010	65,8%	15,6%	3,6%	2,5%	1,7%	3,9%	1,3%	1,3%	2,2%
2011	63,3%	16,5%	4,4%	3,0%	2,1%	3,3%	1,2%	2,5%	1,7%
2012	62,3%	16,7%	4,1%	3,6%	2,9%	2,6%	1,6%	2,3%	1,7%
2013	61,4%	16,0%	4,3%	3,7%	2,8%	3,0%	2,5%	2,1%	1,5%

Sihtkohtade osatähtsus Vene turistide ööbimistest 2013.a. hooegade lõikes. Allikas: Statistikaamet.

	Tallinn	Ida-Viru	Pärnu	Tartu	Valga mk	Harju mk	Lääne-Viru	Põlva mk	muud	Kogu Eesti
kogu aasta	61%	16%	4,3%	3,7%	3,0%	2,8%	2,5%	2,1%	4,2%	100%
suvi	46%	19%	9,0%	3,6%	6,5%	3,8%	2,4%	2,6%	7,0%	100%
dets.-jaan.	71%	11%	3,4%	3,3%	1,8%	2,8%	2,7%	1,8%	3,0%	100%

2.3.2. Hooajalisus

Suurima osatähtsusega kuu on aastaid olnud jaanuar. 2013.a. moodustasid jaanuari ööbimised 17% ja detsembri ööbimised 10% Vene turistide kogu aasta jooksul veedetud öödest. Teine kõrghooaeg on juuli-august. Suvehooaeg (juuni-august) moodustas 2013.aastal 27% kogu aasta ööbimistest ehk samapalju kui detsember ja jaanuar kokku. Viimase viie aasta jooksul on Vene turistide ööbimiste jaotus kuude lõikes aasta-aastalt veidi ühtlasemaks muutunud. Suvekuude osatähtsus on viimastel aastatel veidi vähenenud (2009.a. oli see 32%, 2013.a. 27%) ning kevad- ja sügiskuude osatähtsus vastavalt veidi kasvanud.



2.3.3. Ööbimised majutustevõtete liikide lõikes

Majutustevõtete ametliku liigituse järgi veedeti 2013.a. majutustevõtetes veedetud Venemaa turistide ööbimistest 87% hotellides (k.a. spaahotellid), 4,5% külalistemajades, 3,4% hostelites, 3% külaliskorterites ja 2% muudes majutusliikides. Kuigi vähemalt ametliku majutusstatistika järgi on külaliskorterite osakaal endiselt väike, on see viimastel aastatel veidi kasvanud (samas on veidi vähenenud hotellide ja külalistemajade osatähtsus). Tallinna majutustevõtetes veedetud öödest veetsid nad 2013.aastal 7% viiele tärnile, 23% neljale tärnile ja 33% kolmele tärnile vastava hinnaklassi hotellides ning 24% soodsama hinnaklassi hotellides. 13% öödest veedeti muudes majutustevõtetes. Nagu näitab järgnev tabel, ööbivad nad ülejäänud välituristidega võrreldes veidi vähem 4-5 tärni hinnaklassi hotellides ning mõnevõrra vähem kolmele tärnile vastava hinnaklassi hotellides, samas aga tunduvalt rohkem soodsama hinnaklassi hotellides ning veidi rohkem ka muudes majutustevõtetes.

Tallinna majutustevõtetes veedetud ööde jaotus hinnataseme / liigi järgi

	5 tärni tase	4 tärni tase	3 tärni tase	1-2 tärni tase	muud maj. ettevõtted	kokku
Venemaa	7%	23%	33%	24%	13%	100%
Kõik välituristid, v.a. Venemaa	10%	26%	42%	13%	10%	100%

2.3.4. LISAINFO: Mobiilpositsioneerimise statistika piiriületuste kohta

Lisaks majutusstatistikale on võimalik kasutada mobiilpositsioneerimise statistikat Venemaa elanike saabumiste kohta Eestisse, mida avaldab Eesti Pank (allikas: Positium LBS). Selle järgi käis Eestis 2013.aastal 1,09 miljonit Venemaalt saabunud külastajat, kellest 42% ehk 460 761 ööbisid Eestis. Kuigi majutusstatistika ei ole erineva meetodika tõttu mobiilpositsioneerimise andmetega täpselt võrreldav, viitavad andmed sellele, et umbes 2/3 ööbinutest VÕIS kasutada tasulist majutusk kohta.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Külastuste koguarv	332 715	373 205	509 000	596 561	781 923	1 091 881
sh.						
ühepäevakülastused	187 970	202 182	273 777	304 241	385 706	631 120
ühepäevakülastuste % külastustest	56%	54%	54%	51%	49%	58%
mitmepäevakülastused	144 745	171 023	235 223	292 320	396 217	460 761
sh.						

turistid (Statistikaameti andmed)	majutustevõttes						
		82 280	93 947	141 964	203 204	266 192	304 644
majutatute % mitmepäevakülastustest		57%	55%	60%	70%	67%	66%

2.4. SIHTRÜHMAD JA NENDE EELISTUSED

Andmed ja järeldused põhinevad: [Eesti puhkusesihtkohana: Moskva ja Peterburi elanikkonna küsitlus \(12/2012\)](#).

2.4.1. Moskva ja Peterburi elanike reisimisaktiivsus ja reisid Eestisse

- EASi 2012.a. detsembris tellitud Moskva ja Peterburi 15-74a. elanikkonda esindav uuring näitas, et Moskva ja Peterburi elanike välismaale reisimise aktiivsus on üsna sarnane. Peterburi elanikest 48% ei tee mitmepäevaseid puhkuserreise välismaale (peaaegu) mitte kunagi, 10% reisib välismaale kord mitme aasta jooksul, 23% kord aastas ja 19% mitu korda aastas. Moskva elanikest 47% ei tee mitmepäevaseid puhkuserreise välismaale (peaaegu) mitte kunagi, 12% reisib välismaale kord mitme aasta jooksul, 25% kord aastas ja 16% mitu korda aastas.
- 6% Moskva ja 13% Peterburi vastanutest on Eestis sugulasi või tuttavaid, keda nad võiksid külastada.
- Peterburi elanikest on Eestis käinud koguni 53%, moskvalastest vaid 22%. Mida vanem vanusegrupp, seda rohkem on nende seas Eestit külastanud, kuid valdavalt käisid nad siin viimati üle kümne aasta tagasi. Viimase kümne aasta jooksul on Eestis käinud 14% Peterburi ja 2,6% Moskva elanikest.
- Lähema kolme aasta jooksul Eestisse puhkuserisile tulekut peab väga tõenäoliseks 12% ja üsna tõenäoliseks 23% neist Peterburi elanikest, kes teeb vaba aja reise välismaale (kokku seega 35%). Moskvast peab lähema kolme aasta jooksul Eestisse puhkuserisile tulekut väga tõenäoliseks 3,8% ja üsna tõenäoliseks 9,7% välismaale reisijatest (kokku seega 13,5%).

2.4.2. Eestisse reisimist takistavad tegurid

- Need, kes ei pea Eestisse reisimist tõenäoliseks, nimetasid kõige sagedamini põhjuseks, et Eesti lihtsalt ei paku huvi / ei meeldi või muud riigid pakuvad rohkem huvi (seda nimetas Moskvast 46% ja Peterburis 44% vastanutest).
- Peterburis on teisel kohal põhjus, et Eestis on juba käidud (seda nimetas 36% Peterburi vastanutest, Moskvast vaid 12%). Eriti Peterburi elanikest on paljud käinud Eestis korduvalt, seetõttu on Eestis piisavalt nähtud. Üksjagu oli ka neid, kes oma muljete põhjal olid otsustanud, et Eesti neile (rohkem) huvi ei paku või kellel oli reisist negatiivseid mälestusi.
- Kuna Moskva elanike seas on Eestis käinud vähem ja ka teadlikkus Eestist on seal väiksem, on Moskvast põhjustest teisel kohal hoopis see, et Eestist teatakse liiga vähe ja seetõttu pole ka ettekujutust, miks sinna peaks sõitma (Moskvast nimetas seda 14%, Peterburis vaid 6% vastanutest).
- Kolmandal kohal on mõlemas linnas eestlaste halb suhtumine venelastesse (seda nimetas Peterburis 18% ja Moskvast 14% vastanutest). Kuna Moskva elanike seas on Eestis käinud vähem, on seal seda arvamust rohkem mõjutanud meediakajastused ja tuttavate reisikogemused, Peterburis aga pigem isiklikud reisikogemused. Seejuures on üle kümne aasta tagasi Eestis käinud Peterburi elanike seas seda arvamust mõnevõrra rohkem kui viimasel kümnel aastal Eestis käinute seas.
- Konkreetsete vastuste sisu ja tonaalsuse põhjal võib hinnata, et umbes 13% Moskvast ja 7% Peterburis sellele küsimusele vastanute puhul on vähese huvi peamiseks põhjuseks vähene teadlikkus Eestis pakutavast, kuid neil võiks tekkida huvi Eestisse reisimise vastu, kui neile levitada atraktiivset infot Eesti turismivõimaluste kohta. See tähendab, et neil ei ole põhimõttelist eelistust reisida teistsugustesse sihtkohtadesse või siis negatiivseid hinnanguid või kogemusi, mille tõttu nad Eesti kindlalt välistaksid.

% Peterburi elanikest, kes ei ole huvitatud Eestisse reisimisest:	kõik	vanusegrupp			käis viimati Eestis:		
		15-34	35-54	55-74	kuni 10 a. tagasi	üle 10 a. tagasi	pole käinud
Eesti ei huvita, muud riigid on huvitavamad	44,4	47	44	40	33	46	47
On Eestis käinud ja piisavalt näinud	35,6	15	45	64	79	59	3
Eestis suhtutakse venelastesse halvasti	18,0	5	29	28	19	28	11
Eestis pole midagi huvitavat teha / vaadata	11,7	18	11	0	5	5	19
Pole kliima poolest atraktiivne / eelistab sooje maid	6,7	6	6	10	0	10	7
Teab Eestist liiga vähe	5,9	12	1	0	0	1	11
Balti riigid /endised liiduvabariigid ei huvita	4,2	6	5	0	2	4	5
Tuttavate muljed Eestist	3,3	5	1	4	0	2	5
Kaugel / eelistab Soomet, sest see on lähemal	2,1	2	2	2	2	2	2
Pole võimalik sõita	1,3	0	0	6	0	4	0
Muu põhjus	4,6	4	5	6	7	6	3
Ei öelnud konkreetset põhjust	6,7	7	9	2	0	5	11

% Moskva elanikest, kes ei ole huvitatud Eestisse reisimisest:	kõik	15-24a	25-34a	35-44a	45-54a	55-74a	käinud Eestis	pole Eestis käinud
Eesti ei huvita, muud riigid on huvitavamad	46,5	53	46	42	47	40	26	51
Teab Eestist liiga vähe	14,2	26	27	5	2	0	4	16
Eestis suhtutakse venelastesse halvasti	13,6	3	10	18	27	15	10	14
On Eestis käinud ja piisavalt näinud	12,5	4	5	10	19	43	57	0
Eestis pole midagi huvitavat teha / vaadata	11,0	15	7	19	5	3	6	12
Balti riigid /endised liiduvabariigid ei huvita	5,7	1	6	8	10	3	4	6
Pole kliima poolest atraktiivne	4,5	1	5	5	7	8	7	4
Tuttavate muljed Eestist	2,0	2	2	2	0	3	0	2
Muu põhjus	10,8	2	6	16	24	10	16	9
Ei oska konkreetset põhjust öelda	12,2	15	15	11	7	13	7	13

2.4.3. Tõenäoliste Eestisse reisijate profiil

(vastanud, kes peavad väga või üsna tõenäoliseks lähema 3 aasta jooksul Eestisse puhkuseraisile tulekut)

- Eestisse reisida kavatsetajate seas on ülekaalus nooremad ja keskealised vanusegrupid ning suurema sissetulekuga inimesed, kes ka üldiselt reisivad välismaale aktiivsemalt. Eestisse reisida kavatsetavatest Moskva elanikest 76% (54 inimest) ja Peterburi elanikest 71% (130 inimest) on 15-44aastased. Peterburis on Moskvaga võrreldes siiski veidi rohkem ka vanemate vanusegruppide (eriti 55-64a.) esindajaid.
- Peterburis on Moskvaga võrreldes sissetulekud üldiselt veidi madalamad ja Peterburis on ka välismaale reisijate seas rohkem madalama ja keskmise (kuni 25 000 rbl.) sissetulekuga inimesi. Tõenäoliselt Eestisse reisivatest moskvalastest koguni 24% sissetulek on üle 50 000 rubla pereliikme kohta ja 25% sissetulek on 25 000–50 000 rubla pereliikme kohta. Tõenäoliselt Eestisse reisivate Peterburi elanike seas moodustavad suurema grupi need, kelle sissetulek on 15 000–50 000 rubla pereliikme kohta ning üle 50 000-rublase sissetulekuga inimesi on vaid 8%. Samas tuleb siin arvestada, et koguni 23% Peterburi vastanutest oma sissetulekut ei avaldanud.
- Kuna Peterburi elanike seas on Eestis käinud rohkem kui Moskva elanike seas, on ka tõenäoliselt Eestisse reisivatest Peterburi elanikest suurem osa (61%) korduvkülastajad (seejuures 39% on Eestis käinud viimase kümne aasta jooksul ja 22% üle kümne aasta tagasi). Eestisse reisida kavatsetavatest moskvalastest on viimase kümne aasta jooksul Eestis käinud 11% ja üle kümne aasta tagasi 25%.

Vanusegrupp:	15-24 a.	25-34 a.	35-44 a.	45-54 a.	55-64 a.	65-74 a.	kokku
Moskva elanikud (N=71)	18%	32%	25%	18%	3%	3%	100%
Peterburi elanikud (N=183)	20%	25%	27%	15%	9%	4%	100%

Kuusissetulek leibkonnaliikme kohta:	alla 9000 rbl.	9 000-15 000 rbl.	15 000-25 000 rbl.	25 000-50 000 rbl.	üle 50 000 rbl.	ei avalda	kokku
Moskva elanikud (N=71)	5,6%	17%	15%	25%	24%	13%	100%
Peterburi elanikud (N=183)	5,5%	19%	22%	23%	8%	23%	100%

	käis Eestis viimase	käis Eestis üle	pole Eestis	kokku
--	---------------------	-----------------	-------------	-------

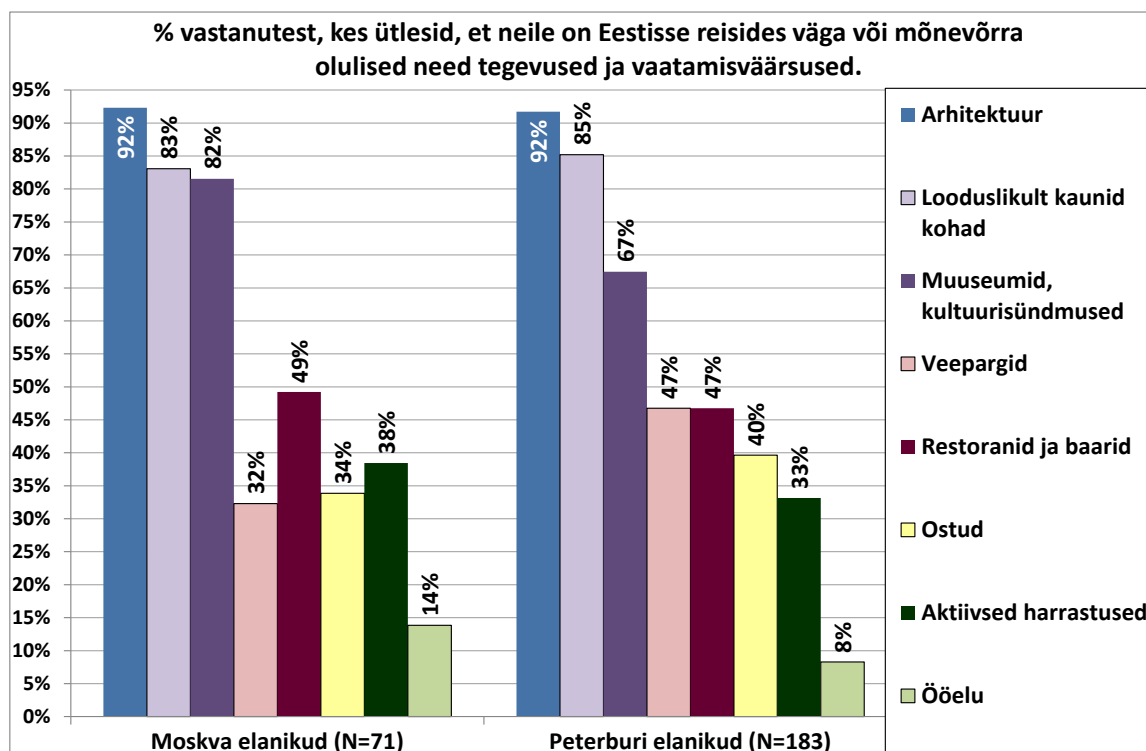
	10 a. jooksul	10 a. tagasi	käinud	
Moskva elanikud (N=71)	11%	25%	63%	100%
Peterburi elanikud (N=183)	39%	22%	39%	100%

2.4.4. Peterburi elanike põhjused Eestisse reisimiseks

- **Peterburi elanikud, kes on Eestis käinud viimase kümne aasta jooksul**, nimetasid lahtisele küsimusele vastates põhjustena, et nad tahaksid näha Eestit uuesti või näha Eestis senikülastamata kohti, et neid meelitab Eestisse Tallinn ja selle vanalinn, arhitektuur, mälestised, muuseumid, kultuur ja vähemal määral ka toit.
- **Peterburi elanikud, kes käisid Eestis viimati üle kümne aasta tagasi**, nimetasid põhjustena, et nad tahaksid näha Eestit uuesti või näha Eestis senikülastamata kohti ning ühtlasi näha, kuidas Eesti on viimase külastusega võrreldes muutunud. Ka neid meelitavad Eestisse Tallinn ja selle vanalinn, arhitektuur, mälestised, muuseumid ning kultuur.
- **Peterburi elanikud, kes pole Eestis käinud**, nimetasid põhjusena, et nad pole veel Eestis käinud, kuid neile pakuks huvi tutvuda arhitektuuri, Tallinna ja selle vanalinnaga ning vaatamisväärsustega üldisemalt.
- **Eestis käinud Peterburi elanikud** nimetasid kõige huvipakkuvamate reisivariantidena puhkust Tallinnas, autoringreisi Eestis ja puhkust muudes linnades väljaspool Tallinna. **Peterburi elanikud, kes pole Eestis käinud**, nimetasid kõige huvipakkuvamate reisivariantidena Tallinna külastust ning kombineeritud reisi koos Soome või Rootsi külastusega; kahe eelnevaga võrreldes mõnevõrra vähem huvipakkuvana nimetasid nad autoringreisi Eestis.
- **Vaatamisväärsuste ja tegevuste hulgast** nimetas 92% Eestisse reisida kavatsevatest Peterburi elanikest Eestisse reisides väga või üsna olulisena arhitektuuri, 85% looduslikult kauneid kohti ja 67% kultuuriga seotud tegevusi (muuseumid, kultuurisündmused jms.). Kuigi lahtises küsimuses nimetas loodust peamise huvi tekitava põhjusena vaid 1% vastanutest, on valdav osa arhitektuurist ja kultuurist huvitatutest ühtlasi huvitatud ka looduslikult kaunistest kohtadest (ringreisi raames või väljasõiduna). Keskmiselt nimetas iga vastanu väga või üsna olulisena nelja tegevust või vaatamisväärsust. Kuna küsiti reise kohta, mida vastajad võiksid tõenäoliselt teha lähema kolme aasta jooksul, siis kajastavad märgitud vastused kombinatsiooni nende üldistest reisieelistustest ja nende teadmistest Eesti turismivõimaluste kohta, mitte konkreetset reisikavatsust. Seega on vastanud avatud paljudele erinevatele variantidele, mille hulgast täiendava info ja soovitude abil valik teha või mida omavahel kombineerida. Arhitektuur ja looduslikult kaunid kohad on ühtviisi väga olulised kõigile vanusegruppidele. Muudest tegevustest on muuseumid ja kultuurisündmused olulisemad üle 35-aastastele, ostud, veepargid ja aktiivsed harrastused pigem noorematele inimestele.

2.4.5. Moskva elanike põhjused Eestisse reisimiseks

- Kuna Moskva elanike seas on Peterburi elanikega võrreldes tunduvalt vähem neid, kes on Eestis käinud viimasel kümnel aastal või kes on Eestis käinud mitu korda, on Moskva elanike mainitud tegurid (lahtisele küsimusele vastates) üldisemad. **Eestis käinud moskvalased** nimetasid huvi põhjustena üldiselt samu tegureid nagu Eestis käinud Peterburi elanikud. **Need moskvalased, kes pole Eestis käinud**, kuid kes peavad tõenäoliselt Eestisse reisimist, nimetasid huvi kultuuri ja arhitektuuri vastu, kuid ütlesid ka, et Eestit oleks lihtsalt huvitav näha või et neile lihtsalt meeldib reisida ja uusi kohti näha ning muuhulgas võiks nad reisida ka Eestisse.
- Moskvalased nimetasid **huvipakkuvate reisivariantidena** kombineeritud reisi koos Soome või Rootsi külastusega (eriti huvipakkuv neile, kes pole Eestis käinud), puhkust Tallinnas või mõnes muus Eesti linnas, autoringreisi Eestis ning ka kombineeritud reisi koos Läti ja Leedu külastusega. Keskmiselt nimetas iga vastanu koguni nelja erineva reisivariandi puhul, et see on talle väga või mõnevõrra huvipakkuv. Kuna küsiti reise kohta, mida vastajad võiksid tõenäoliselt teha lähema kolme aasta jooksul, siis kajastavad märgitud vastused kombinatsiooni nende üldistest reisieelistustest ja nende teadmistest Eesti turismivõimaluste kohta, mitte konkreetset reisikavatsust. Seega on vastanud avatud paljudele erinevatele variantidele, mille hulgast täiendava info ja soovitude abil valik teha või mida omavahel kombineerida (näiteks külastada lisaks Eestile nii Soomet või Rootsit kui ka Lätit ja Leedut).
- **Vaatamisväärsuste ja tegevuste hulgast** nimetas 92% Eestisse reisida kavatsevatest Moskva elanikest Eestisse reisides väga või üsna olulisena arhitektuuri, 83% looduslikult kauneid kohti ja 82% kultuuriga seotud tegevusi (muuseumid, kultuurisündmused jms.). Restorane ja baare nimetas väga või üsna olulisena 49%, aktiivseid harrastusi 38% ja oste 34% moskvalastest. Seega on ostud vähemalt Eestisse reisides vaatamisväärsustega võrreldes suhteliselt tagasihoidlikul kohal.



2.5. TOOTED, TEENUSED JA INFO KÄTTESAADAVUS

2.5.1. Linnapuhkus

Vene turule suunatud linnapuhkuse pakkumine eeldab kvaliteetset majutuspakkumist kombineerituna atraktsioonide ja kultuurisündmuste külastustega ning ostlemisvõimalustega. Seetõttu on linnapuhkuse tootepakkumine Vene turistide jaoks sisuliselt välja arendatud enamasti Tallinnas. Linnapuhkust Ida-Virumaal ostuturismi näol tarbivad ka Leningradi oblasti piirkonnast saabuval turistid omal käel ühepäeva reisina.

Võrreldes muudest riikidest saabuval turistidega eelistab majutusettevõtetes ööbiv Vene turist eelkõige 2-3 täрни hotellimajutust, turistide arvu kasvades on vajalik selle majutussegmenti mahtu kasvatada eelkõige Tallinnas ja Narvas.

Moskva Eestit müüvaist reisikorraldajast on spetsiaalselt linnapuhkuse müümisele keskendunud umbes pooled, St Peterburgi reisikorraldajast keskendub linnapuhkusele pea 3/4, nädalavahetuspakette müüakse peamiselt nooremale sihtgrupile. Tavalises pakendis on jalgsiekskursioon Tallinna vanalinnas, kus võimalik külastada vanalinna butiike, disaini- ja käsitööpoode.

Linnapuhkuse sündmuste pakkumine tugineb peamiselt venekeelsetele (sh subtiitritega) sõna- ja muusikateatri etendustele (Vene Teater, Rahvusooper Estonia (piletimüüja Piletilevi, kelle koduleht on eesti ja inglise keeles), **reisimotivatsiooni mõjutavad kvaliteetsed muusikasündmused, kus esinejateks nii kohalikud kui maailma ja ka Venemaa A-kategooria esinejad.**

Vene turisti ostunõudlust rahuldavad peamiselt Tallinna kesklinna kaubanduskeskused (nt kesklinnas [Kristiine](#), [Viru keskus](#), [Stockmann](#), aga ka kaubanduskeskused teistes Tallinna piirkondades) ja brändikauplused (nt Nu Nordik), vanalinna butiigid, ning käsitöö- ja suveniirikauplused. Tartu kaubanduskeskused (Kaubamaja, Tasku Keskus, Lõunakeskus) on atraktiivsed ka Pihkva oblasti elanikele. Ootustele vastava toiduelamuse pakkumisel on esirinnas eelkõige Tallinna vanalinna *a la carte* restoranid, aga üha enam ka teistes Tallinna piirkondades avatavad toidukohad. Hilisõhtuse meelelahutuse nõudlust rahuldavad kesk- ja vanalinna eksklusiivsemad ööklubid, baarid ja *lounge* id.

Lisaks Tallinnale on parimad võimalused linnapuhkuse toote väljaarendamiseks Vene turistidele eelkõige Ida-Virumaal Narva ja Narva-Jõesuu tandemil. Kvaliteetse ostukeskkonna kujundamisel ja kombineerimisel Narva-Jõesuu spaahotellide majutusressursiga loob Narva eeldused Tallinnale juba lähikümnendil tugeva konkurentsi pakkumiseks.

2.5.2. Kultuuripuhkus

Kultuuripuhkuse tootepakkumine on Vene turisti jaoks välja arendatud peamiselt Tallinnas. Hooajalisi tootepakkumisi on Tartus ja Lõuna-Eestis (talvel nt Kuldkala, Miss Valentine, Tartu maraton, suvel Seto Folk, Võru pärimusmuusika festival, Tartu ja Viljandi hansapäevad, Peipus festival, Valga Militaarajaloo festival ja Tartu triatlon) ning Pärnus (Pärnu Jäähfestival, Promfest, rahvusvaheline aktinäitus Mees ja Naine, Pärnu Harmonica Festival, Järvi Festival, Pärnu orelifestival), kvaliteetne kultuurisündmuste pakkumine on olemas ka Ida-Virumaal (nt Jõhvi Balletifestival, Talvelahing, Narva lahing, Silmufestival). Asukohast tulenev tootearenduslik eelis on Põhja- ja Lõuna-Eestis väljaarendatud ajaloolistel mõisakompleksidel (Vihula, Sagadi, Palmse, Keila-Joa, Olustvere, Alatskivi, Mooste jmt), kus kvaliteetne majutuspakkumine on kombineeritud ajaloolise kultuuripärandi tutvustamisega.

Majutusettevõtetes ööbivate Vene turistide nõudlust rahuldavad peamiselt hotellid (lisaks kasutavad kultuuripuhkuse võimalusi ka sugulaste või tuttavate juures ööbijad). Moskva reisikorraldajad pakuvad võrdsest nii 4-5 täрни kui 3-tärni hotelle, St Peterburgi reisikorraldajate pakkumine on sarnane, ent veidi rohkem pakutakse 3-tärni hotelle.

Tallinnas asuvate olulise külastajate arvuga turismiatraktsioonide (nt [Tallinna vanalinn](#), [Bastionikäigud](#), [Tallinna teletorn](#), [Tallinna loomaaed](#)) ja suuremate muuseumide (nt [Eesti vabaõhumuuseum](#) Rocca al Mare, [Lennusadam](#)) turundusinfo on kättesaadav vene keeles nii veebis kui paberkandjal, vene keeles on olemas ka ekspositsiooni tutvustused ning giiditeenus. Tallinna peamise turismiatraktsiooni – vanalinna – külastamine on Vene turisti jaoks mugav nii iseseisvalt kui ka organiseeritud venekeelse ekskursiooniga.

Ida- ja Lääne-Virumaal ning Tartus ja Tartumaal asuvate olulist külastajate mahtu omavate turismiatraktsioonide ja suuremate muuseumide (Ida-Virumaal Narva Bastionid ja linnus, Kohtla Kaevanduspark jmt; Lääne-Virumaal Rakvere linnus jmt; Tartumaal Alatskivi loss, Tartu Kunstimuuseum, TÜ ajaloomuuseum ning tähetorn, Kolkja vanausuliste muuseum jmt) turundusinfo on enamasti kättesaadav vene keeles nii veebis kui ka paberkandjal, vene keeles on olemas ka ekspositsiooni tutvustused ning ka giiditeenus.

Moskva reisikorraldajaist keskendub spetsiaalselt kultuuripuhkuse pakkumisele veidi alla poole Eestit müüvatest reisikorraldajatest, St Peterburgi reisikorraldajaist neljandik. Tavaliselt pakutakse pakettis jalgsiekskursiooni (enamasti Tallinna vanalinnas (Kiek in de Kōk, Bastionikäigud, Kadriorg, kunstimuuseumid), ent ka lauluväljakul); suuremate gruppide korral pakutakse ka bussiekskursioone (Vene turisti üldhuvi on arhitektuur (mitte taluarhitektuur) ning vanalinn katab selle huvi suurel määral).

Ekskursioonidel luuakse seoseid Vene ajalooga – ajaloolised isikud, sündmused. Peterburgi reisifirmad pakuvad veidi rohkem muuseume, kusjuures need peavad olema nii harivad, interaktiivsed kui meelelahutuslikud: Lennusadam, Bastionikäigud, Eesti Vabaõhumuuseum, Tallinna teletorn, Tallinna loomaaed, Tallinna raekoda, Rotermanni kvartal, Niguliste kirik, Peeter I maja, laste- ja mänguasjamuuseumid, Kalamaja ja Supilinn, laevasõit Emajõel, AHHA teaduskeskus, Sibulatee (sh Kolkja ja Varnja), Rakvere linnus, Kuremäe klooster, Saaremaa tervikuna, Valgamaal asetsev Vene sõjapealiku Barclay de Tolly mausoleum (näide militaarse ajaloo ühendusest), Lõuna-Eesti mõisad ja lossid: Alatskivi, Taagepera, Sangaste, Haapsalu tervikuna ja teiste linnade ekskursioonid. Huvitatakse ka käsitöö kaasaostmisest.

Rikkamad ja haritumad venelased on huvitatud kultuurist, ajaloost, meelelahutusüritustest ja sportimisvõimalustest, ent ka trendikatest sündmustest (TMW, PÖFF). Tallinnas on olulisel kohal ka kirikutes toimuvad orelikontserdid. Moskvalastele on muuseumid ja kultuurisündmused veidi huvipakkumamad kui St Peterburgi elanikele (sest viimastel on seda endalgi palju).

Kultuuripuhkuse sündmuste pakkumine tugineb peamiselt venekeelsetele (sh subtiitritega) sõna- ja muusikateatri etendustele ([Vene Teater](#), [Rahvusoper Estonia](#) (koduleht vaid inglise keeles), [Jõhvi Kontserdimaja](#)). Sündmus ise võib olla ka inglise- või muukeelne, ent info sellest peab olema saadaval kindlasti detailsena ning vene keeles. Reisimotivatsiooni mõjutavad kvaliteetsed muusikasündmused, kus esinejateks nii kohalikud (nt Jõhvi Balletifestival, klassikalise muusika kontserdid) kui maailma ja ka Venemaa A-kategooria artistid. Olulisel kohal Venemaa turul on rahvusvahelised spordisündmused, nagu näiteks Tartu Maratoni sariüritused, suusatamise MK etapp, auto24 Rally Estonia, laskesuusatamine, Tallinna maraton jne.

Ootustele vastava toiduelamuse pakkumisel on esirinnas eelkõige trendikad *a la carte* restoranid, samuti on suund ökoteadlikele söögikohtadele ning temaatilistele töötubadele.

2.5.3. Looduspuhkus

Looduspuhkuse pakkumine tootena on olulistest teenusemahtudes Vene turistide jaoks sisuliselt välja arendamata.

Looduspuhkus tootena on üldjuhul kombineeritud linnapuhkusega ning see ostetakse alles reisil viibides ekskursioonina **või kombineeritakse see autoringreisina omal käel.**

Looduspuhkuse pakkumine sisaldab üldjuhul üepäevaseid väljasõite linnadest looduskeskkonda koos loodusvaatluse või matkaga. Vene turistide seas on levinud tervisetaastamise ja sportimisvõimalusi pakkuvaks sihtkohaks Lõuna-Eesti (loodusrajad, Pühajärve ja Otepää piirkond, Haanja looduspark jne).

Looduspuhkuseks vajalik taristu on hästi välja arendatud RMK poolt hallatavate matkaradade ja puhkekohtade osas ning looduskaitsealadel, samas venekeelne tooteinfo kohapeal on kohati lünklik või täiesti puudulik. Loodusobjektidest vaatamisvääruste ligipääsetavus ja info kättesaadavus on ebaühtlase kvaliteediga ning sõltub objekti haldaja/valdaja võimalustest ning motivatsioonist.

Majutusettevõtetes ööbivate Vene turistide nõudlust rahuldavad hotellid või kvaliteedilt samaväärsed majutusasutused (lisaks ööbib üks segment ka sugulaste või tuttavate juures). Kuna linnadest väljas on majutuspakkumise kvaliteet väga ebaühtlane, siis eelistab Vene turist ka looduspuhkuse puhul linnades asuvaid hotelle. Erandiks on maapiirkondades asuvad eksklusiivsed mõisahotellid, külalistemajad ja puhkemajad, mis kombineerituna kultuuri- ja tervisepuhkusega rahuldavad ka looduses puhkajate nõudmisi.

Looduspuhkuse tooteinfo veebis on vene keeles väga halvasti leitav, piirdudes vaid suuremate turismiveebide ja sotsiaalvõrgustikega. Reisil viibivale turistile on ühepäevaste matka- ja loodusvaatlustoodete info kättesaadav majutusasutustes ja turismiinfokeskustes. Suuremate teenusepakkujate matkajuhid ja giidid pakuvad teenust ka vene keeles.

Pakkumaks konkurentsi eelkõige Soomele ja Skandinaavia riikidele loodusturismi alal, on arengupotentsiaal tegevustele suunatud (kalastus, aktiivne talipuhkus) tootearenduses. Väljaarendamist vajab kõrge kvaliteediga, erinevaid majutusliike hõlmav majutuspakkumine piirkondades, kus on olemas looduslik ressurss tegevustele suunatud toodete väljaarendamiseks.

2.5.4. Tervisepuhkus

Tervisepuhkuse tootepakkumine on Vene turisti jaoks väljaarendatud peamiselt Põhja- ja Lääne-Eesti spaahotellides, hooajalisi pakkumisi on ka Lõuna-Eesti spaades. Venemaa ravituristile suunatud pakkumine on välja arendatud ka paljudes Eesti haiglates, klinikutes ja rehabilitatsioonikeskustes, info kliinilise ravi pakkumise osas on koondunud Medicine Estonia klastrisse. Asukohast tulenev eelis tootearenduses on Põhja-Eesti ravi- ja heaoluspaadel Narva-Jõesuus, Toilas, Rakveres ja Tallinnas.

Lõuna-Eestis on vene turule suunatud ravipakkumine arendatud Värska Sanatooriumis. Pühajärve spaas peatub eelkõige pere- ja loodusturist. Otepää piirkonnas on ka arendatud väga korralik terviseturismi taristu.

Nishitoodetest pakuvad vene suunale tooteid BioSpaa Tartumaal ja Kubija Hotell Võrumaal. Meditsiiniturismi tootepakkumise laiendamise toimivaks näiteks on Põlvamaal Pesa hotelli tootepakkumine lapsehootel emadele ja nende perekondadele sünnituseelsel perioodil.

Lääne-Eesti regioonis on arvestatav pakkumine olemas Pärnu ja Saaremaa spaahotellides nii heaolusegmenidile kui ka ravituristile peamiselt suveperioodil. Lääne-Eesti spaade tervisepuhkuse tooted on pigem universaalsed ning ei ole arendatud spetsiaalselt vene külastaja jaoks, erandiks on aastavahetuse ja laste koolivaheaegade perioodid, mil lisaks spaateenustele pakutakse kas lisateenuseid või meelelahutust vene külastaja erisoove arvestades.

Tervisepuhkuse taristu looduskeskkonnas on Eestis välja arendatud ebaühtlaselt. Multifunktsionaalsed terviserajad on loodud suuremate linnade metsaaladele, tervisesporti saab harrastada ka kergliiklusteedel. Tervisepuhkuse info on vene keeles kättesaadav peamiselt spaade kodulehekülgedel, samas pakkumise sisu on sama nii Eestis elavale venelasele kui ka Venemaalt tulijale.

Kui vaadata nõ üle-eesti reise, siis paljud reisijad tuginevad SPA hotellides ööbimisele, kus ööbitakse ja kasutatakse ka sauna ja basseini. SPade pakettid on tavaliselt ka lõõgastavad või ka tervist parandavad. Kui võrrelda pakette, mida pakuvad Leedu ja Läti siis tundub, et tervisepakettide osas pakutakse Leedut ja Lätit rohkem, tuginedes sanatooriumide (mineraalvee) süsteemile, mis on vene kliendile teada Nõukogude Liidu ajast. Tundub, et SPAd teevad head koostööd Peterburgi ja Moskva reisikorraldajatega. Tervisepakette pakutakse kas alates 4 kuni 21 päevani.

2.5.5. Perepuhkus

Perepuhkuse terviklik tootepakkumine on Vene turisti jaoks peamise reisimotivaatorina veel välja arendamata, perepuhkuse pakkumised kombineeritakse üldjuhul kas linnapuhkuse, tervisepuhkuse või omal käel auto ringreisiga.

Asukohast tulenev eelis perepuhkuse tootearenduseks on Tallinn-Narva liikluskoridori ääres paiknevatel sihtkohtadel. Atraktiivsete veekeskustega spaahotellid Narva-Jõesuus, Toilas, Rakveres ja Tallinnas on eelistatud perepuhkuse veetja majutuskohana, suvisel ajal pakuvad konkurentsi ka Lääne- ja Lõuna-Eesti spaahotellid. Vene reisikorraldajate pakkumistes on lastega peredele peamiselt spaa-hotellide pakettid, milles pakutakse ka erinevates töötubades osalemise võimalust (nt keraamika, joonistamine, raamatu tegemine jms) ning seiklusparkide (nt Nõmme Seikluspark) ja linnuste külastust (nt Rakvere Linnus).

Peredele suunatud atraktsioone on arendatud kõigis Eesti suuremates linnades, sh ka Lõuna-Eestis on sobilikke tooteid. Venekeelne tootepakkumine on olemas Tallinna Lennusadamas, Teletornis, Miia-Milla-Manda muuseumis, Tallinna Loomaaias, Energia Avastuskeskuses; Tartus teaduskeskuses AHHA, Rakvere Linnuses ja Politseimuuseumis, Kohtla kaevanduspargis, Maanteemuuseumis, Jääaja keskus, Haapsalus Iloni Imedemaal ning seiklusparkides ja spaades üle Eesti. Atraktsioonide külastusega kombineeritud tootepakette müüvad peamiselt reisibürood. Mõningad atraktsioonid teevad ka spaahotellidega koostööd ning pakutakse ühispileteid või pakette, nt Viimsi Spaa ja Teletorni külastus.

Madalhooajal perepuhkuse nõudlus vene turul on tugevalt seotud riiklike pühade ja laste koolivaheaegadega. Seepärast keskendutakse ka pakkumise välja arendamisel peamiselt nendele perioodidele.

Perepuhkuse info on vene keeles kättesaadav peamiselt läbi hotellide veebilehtede, reisibüroode ja reisikorraldajate pakkumiste. Oluliselt vajaksid täiendamist atraktsioonide veebilehed, mis pakuksid pakette ja lisamisvõimalusi vene keelt kõnelevatele külastajatele.

2.5.6. Äriturism

Äriturismi spetsiifiline tootepakkumine Vene turule on suures mahus välja arendamata.

Moskva suunal on potentsiaal tootearenduses väiksematele grupireisidele 10-20 inimest, aga ka kuni 50 inimest. Sihtrühmaks tippjuhid, firmaomanikud, ka VIP kliendid. Eeldusena nähakse head lennuühendust sihtkohaga, majutuses eelistatakse 4+ ja 5 täрни hotelle, oodatakse täisteenindust, unikaalsete elamustega programmi. Tavapärane eelarve on 2000 – 2500 EUR.

Peterburis on ärireiside nõudlus väiksem kui Moskvast. Peamiselt tellitakse väljasõite tähtpäevade (näit. uusaasta või firma aastapäeva) tähistamiseks, preemia- või seminarireiside nõudlus on väike. Keskmise grupi suurus: 20-30 inimest (tippjuhid, VIP kliendid). Peamised sektorid on ravimifirmad, finantsinstitutsioonid, tööstus- ja ehitusettevõtted, õlletootjad. Hästi toimivad näiteks ööbimisega kruisid. Tavaline programm sisaldab pidulikke õhtusööki, ekskursiooni ja mõningast meelelahutust, eksklusiivsemaid ühisüritusi peetakse tihti liiga kalliks.

Tulenevalt ootustest sihtkohale ja ligipääsetavusele on kõige suurem potentsiaal äri- ja motivatsioonireiside sihtkohana Tallinnal. Tallinna vanalinnal on hea maine, Venemaal vaadates ei ole Tallinn massiturismi sihtkoht – oskusliku turundusega võimalik muuta prestiižseks MICE-sihtkohaks (paljud Moskva firmad otsivad uusi, vähemkülastatud sihtkohti). Tallinnas on odavam hinnatase kui Skandinaavias ja mõnedes Euroopa riikides, mitmed atraktsioonid sobivad ka eksklusiivseteks galaõhtusöökideks jm üritusteks. Tallinnas on olemas heal tasemel konverentsi- ja spaavõimalusi pakuvad hotellid, mis sobivad nii koosolekuteks kui preemiareisideks. Tagatud on venekeelne teenindus, keskkond on turvaline. Potentsiaal on olemas ka Ida-Virumaal ja seda Peterburi suunal.

Arendamist vajab sihtkoha turundus MICE sihtkohana ja olemasoleva pakkumise tootestamine sihtrühma vajadustest lähtuvalt.

2.6. TRANSPORT

Venemaa piiristatistika järgi (2013.a.) tuli transpordivahendiga saabunud Venemaa kodanikest 89% Eestisse mööda maanteed, 5% rongiga, 5% lennukiga ja 1% laevaga (andmetest on välja jäetud jalakäijate

piiriületused). Maanteetranspordiga saabunute omakorda oli autoga saabunute osatähtsus hinnanguliselt 60-70% vahel ja bussiga saabunute osatähtsus 20-30% vahel (veoautoga saabunuid oli u. 10%).

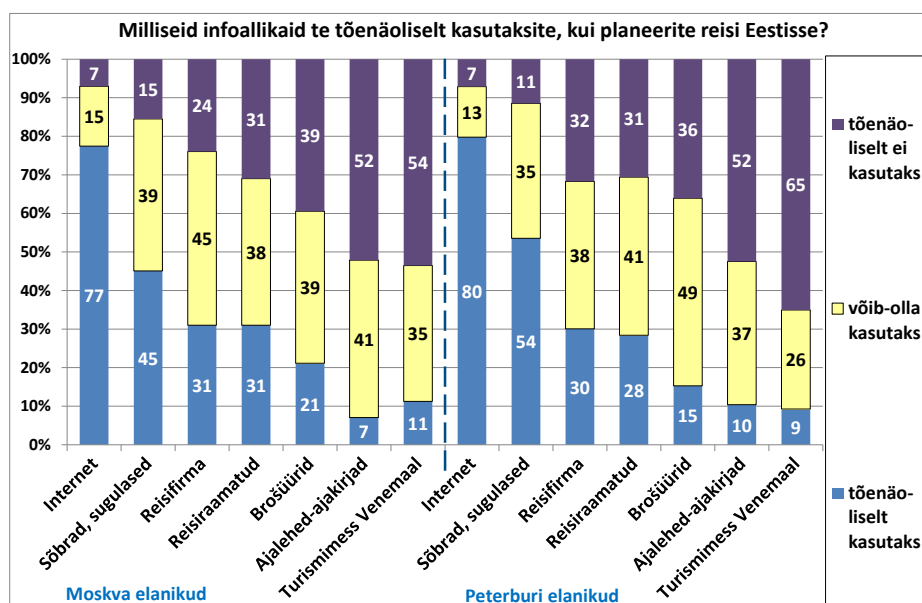
Lühiülevaade erinevatest transpordiettevõtetest:

- Estonian Air lendab Venemaal kahte sihtpunkti – Peterburi ja Moskva. Peterburist-Tallinna lennatakse suveperioodil kõigil nädalapäevadel, talveperioodil viiel päeval nädalas. Moskvast-Tallinnasse lennatakse suveperioodil üheksa korda nädalas, talveperioodil kõigil nädalapäevadel korra v.a. laupäeval. Aastavahetuse perioodil tihendatakse lendude arvu, et vastata ajutisele kasvavale nõudlusele.
- Moskvast Tallinnasse lendab ka Venemaa lennufirma Aeroflot. Sõltuvalt hooajast 4-7 korda nädalas.
- Peterburi ja Tallinna vahel käib ka toimiv rahvusvaheline bussiühendus, kus teenust pakuvad viis ettevõtet: Lux Express Estonia AS, Ecolones Estonia AS, Temptrans AS, OOO "PTK", SEBE AS. Reisi kestus on vahemikus 5-7 tundi sõltuvalt ettevõttest. Väljumisi Peterburist toimub hommikul kella 6st kuni kella 18ni iga tund, lisaks toimuvad ka mõned reisirid väljumisega öösel (kell 22). Lux Express Group turuosa aastal 2014 on olnud keskmiselt 38% ja on Peterburi-Tallinna liinil suurim vedaja.
- Ecolines Estonia OÜ sõidab ka marsruudil Moskva-Tallinn kolma korda nädalas. Reisi kestus on 16h ja 45 minutit.
- Simple Expressi bussidel on väljumine ka Riia - Peterburi liinil, 1 kord päevas. Vahepeatusi tehakse Eestis Valgas, Tartus, Jõhvis, Sillamäes ja Narvas.
- Mitmed firmad pakuvad ka ühendust Tallinna ja/või Tartu ning Pihkva vahel. Näiteks, AS Temptrans (marsruut № 989) pakub bussiühendust liinil: Tallinn - Tartu - Petseri - Pihkva. Ekspress Auto L sõidab suunal Narva - Jõhvi - Tartu - Pihkva 1 kord päevas.
- Bussifirma Presto opereerib Pärnu-Peterburi vahelise bussiliini. Buss väljub üks kord kõikidel nädalapäevadel nii Peterburi kui Pärnu suunal.
- Raudteel korraldab rahvusvahelist reisijatevedu Tallinna-Moskva ja Tallinna-Peterburi rongiliinidel AS GoRail. Tallinna-Moskva rongi koosseisu kuuluvad kahe- ja neljakohalised kupeed, istevagun ja restoranvagun. Rong väljub igapäevaselt Tallinna Balti jaamast ning Moskva Leningradski vaksalist. Orienteeruv sõiduaeg Tallinna-Moskva liinil on 14 tundi. Tallinna-Peterburi rongiliinil teenindab Go Rail reisijaid diiselrongiga, mille koosseisu kuuluvad I ja II mugavusklassi vagunid. Rong väljub igapäevaselt Tallinna Balti jaamast ning Peterburi Vitebski vaksalist. Orienteeruv sõiduaeg sel liinil on 6,5 tundi. Piiriületusprotseduurid teostatakse rongis.

2.7. INFOKANALID

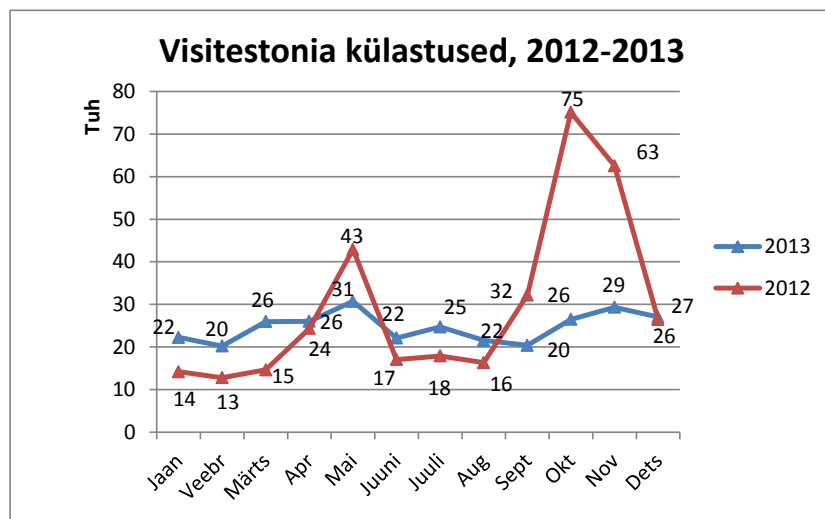
2.7.1. Ülevaade infokanalitest

Reisitsust mõjutava infoallikana on esimesel kohal internet - interneti kasutamine on ka üldiselt Venemaal kiiresti kasvav trend. Info otsijale on väga oluline venekeelse veebilehe olemasolu, suureks plussiks loetakse veebipõhist broneerimiskeskonda. Tasulises majutuses ööbivad korduvkülastajad saavad peamise info Eestisse reisimiseks oma eelmistelt reisidelt Eestisse.



2.7.2. Visitestonia.com külastused

Visitestonia.com külastused ja venelaste ööbimised ei järgi sarnast trendi. Ööbimiste kaks põhilist hooaega on detsember-jaanuar ja juuli-august. Samal ajal visitestonia.com külastused neil perioodidel on ühed madalamad. Visitestonia.com külastused suurenevad märgatavalt kampaaniate ajal, kui liiklus suunatakse veebi.

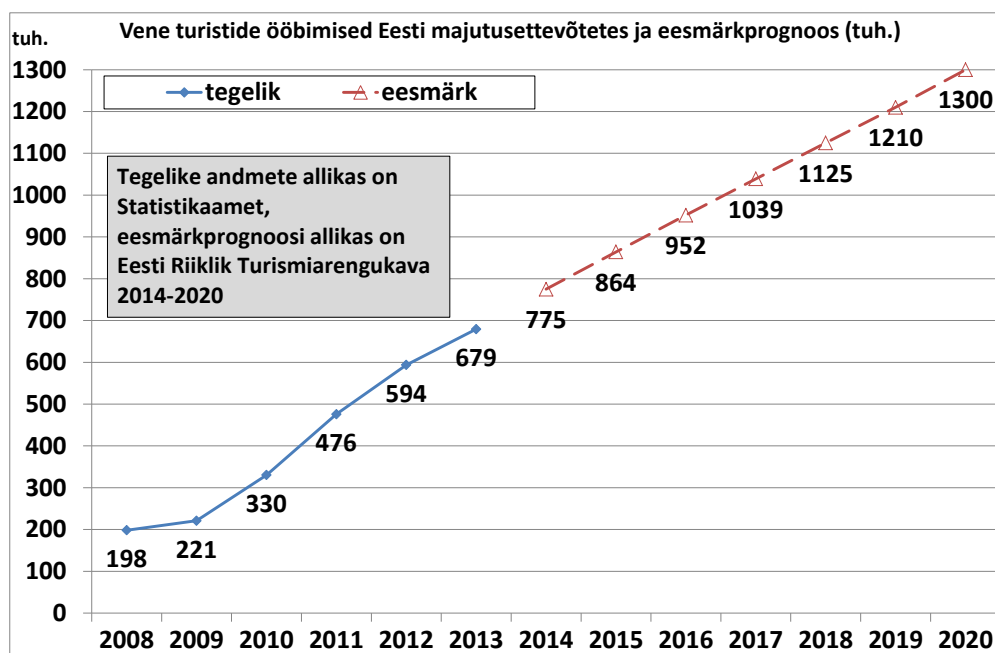


Venemaalt jõutakse visitestonia.com veebi kõige rohkem Google.com ja Yandex otsingumootori kaudu. Otseliiklusel on kolmas koht, järgnevad go.mail.ru, vk.com, estemb.ru.

3. TEGEVUSSUUNAD 2015-2018

3.1. EESTI RIIKLIKU TURISMIARENGUKAVA 2014-2020 EESMÄRGID

- Suurendada Venemaalt saabuvate turistide ööbimiste arvu järgmisel kolmel aastal vastavalt: 2015.a. 864 000, 2016.a. 952 000 ning 2017.a. 1 039 000.
- Suurendada visitestonia.com/ru külastajate arvu 2015. aasta lõpuks 315 738, 2016.a. 339 419 ning 2017.a. lõpuks 363 100 külastuseni aastas.



Peamisteks eesmärkideks on suurendada Eesti kui reisisihi tuntust Venemaa sihtturul ning seeläbi Venemaalt saabuvate turistide arvu. Lisaks suurendada Vene turistide reisimist ka väljapoole Tallinna ning soodustada sõprade ja tuttavate juures ööbivate turistide tasuliste turismitoodete tarbimist, ning seeläbi tagada Venemaa elanike reisirahast turismisektori tulu kasv.

NB! Arengukava mõjuindikaatorite prognoosid on seatud kõrgemale tavapärastest arengutest, mille eelduseks on lisaks arengukavas planeeritud tegevuste täitmisele ka viisarežiimi lihtsustumine kolmandate riikide suhtes, lennuühenduste ja teiste transpordiühenduste paranemine, turismiteenuste pakkumise kasv jmt. 2014.aasta aga on toonud negatiivsed arengud Venemaa ja Euroopa Liidu suhetes ning Venemaa elanike välisreiside arvus, mistõttu mitme eelneva aasta kiire kasvu jätkumine ei ole kuigi tõenäoline.

Konsultatsioonifirma Tourism Economics 2014.a. juulis uuendatud **prognoos** Euroopa Turismikomisjonile näitab, et Venemaa elanike välisreiside arv Euroopa riikidesse kasvab 2019. aastaks võrreldes 2014. aastaga 19,5% (s.t. keskmiselt 3,6% aastas). See on tunduvalt aeglasem kasv kui eelmisel viieaastasel perioodil: sama prognoosi järgi on see näitaja 2014. aastaks võrreldes 2009. aastaga kasvanud koguni 88%. Ühtlasi näitab prognoos, et kui eelmisel perioodil (2009-2014) kasvas nende reiside arv Euroopasse veidi kiiremini kui välisreiside arv tervikuna, siis perioodil 2014-2019 kasvab reisimine teistele mandritele mõnevõrra kiiremini kui reiside arv Euroopasse. Euroopa regioonidest omakorda kasvab kõige rohkem reisimine Lõuna-Euroopasse, samas muudesse Euroopa regioonidesse reisimine kasvab tagasihoidlikumalt (nii Kesk- ja Ida-Euroopasse kui ka Põhja-Euroopasse reisimine kasvab keskmiselt 2,7% aastas).

3.2. TEEMAFOOKUS JA KASVUVÕIMALUSED

3.2.1. Tegevuste fookus

Venemaa sihtturu turundustegevused on 80% ulatuses suunatud lõpptarbijatele, ülejäänud tegevused hõlmavad peamiselt reisikorraldajate ning nende edasimüüjate informeerimist (20%). See tuleneb asjaolust et Venemaa piiristatistika järgi on transpordivahendiga saabunud Venemaa elanikest 89% Eestisse mööda maanteed, ning nendest oli omakorda autoga saabunute osatähtsus hinnanguliselt 60-70% vahel ja bussiga saabunute osatähtsus 20-30% vahel (veoautoga saabunuid oli u. 10%). Mis tähendab seda et väga paljud reisivad siiski omal käel ning seetõttu ei ole otstarbekas panna suuremat rõhku reisikorraldajate ning edasimüüjate koostööle.

Samuti on taolise jaotuse taga asjaolu, et uuringu kohaselt (Moskva ja Peterburg) nimetasid vene turistid reisiotsust mõjutava infoallikana interneti, ning teisel kohal on tuttavatelt saadud soovitusel. Alles kolmandal kohal tulevad reisifirmad ja –raamatud, mis kõik viitab sellele et põhirõhk tuleb suunata lõpptarbijale sõnumi edastamisele.

Viimastel aastatel on kasvanud ka suuresti krediitkaarditurg Venemaal. Suurenenud on ka online broneeringute võimalused ning kindlasti avaldab oma mõju ka Expedia Venemaa turule tulek.

3.2.2. Sihtrühm ja segment

Peamine sihtrühm on 25-55a vanuserühm, maksujõulised, perega või sõpradega reisivad turistid, aktiivse-, pere-, tervise- ja linnapuhkuse huvilised. Avatud erinevatele pakkumistele, mis katavad nende huvid. Reisioste tehakse nii otse teenusepakkuvalt iseseisvalt, kui ka kasutatakse reisikorraldajate ja reisibüroode abi pakettreise kokkupanemisel.

Vanuserühm jaotub omakorda kahte gruppi:

- 25-44 aastased, kes pole enamjaolt varem Eestit külastanud. Siia gruppi jäävad järgmised kaks segmenti:
 - Kahe sissetulekuga, lasteta sihtrühm on huvitatud ostlemisest, restoranidest, meelelahutusest, külastavad kultuuri- ja spordiüritusi. Need inimesed omavad kahte sissetulekut, ning on valmis kulutama seda oma heaoluks sh ka välismaale reisides ja seal teenuseid ja tooteid tarbides;
 - Aktiivne pere – ühe või mitme lapsega noored pered, kes lisaks täiskasvanutele suunatud tegevustele (ostlemine, toitlustus restoranides) tunnevad enam huvi ka perepuhkuse vastu, ehk siis tarbivad tooteid ja teenuseid, mis on mugandatud ja sobivad perega puhkajale.
- 45-54 aastased, kes pole varem või pole ammu Eestit külastanud. Need külastajad on aktiivsed, keskmisest jõukamad ning intelligentsemad, kultuurihuvilised ja armastavad reisida paaridena või väikeste seltskondadena. Eelistavad aastavahetust, maipühi ja tähtpäevi tähistada puhkuseraisil.

Avalikes kampaaniates sihime peamiselt vanuserühma 25-45, kes on maksejõulised võimalikud külastajad. See vanuserühm kasutab aktiivselt internetikanaleid: nii Facebooki kui VK.com, loeb blogisid. Nendele suunatakse põhisoomeid ja kaetakse põhiteemasid. Põhiteemasid vt. punktis [3.3. SÕNUMID JA VÄÄRTUSED](#).

Teise prioriteediga jääb vanuserühm 15-25, kes hetkel ei ole veel iseseisvad maksejõulised turistid, kuid kes tulevikus saavad nendeks, ning kelle arusaamisi saame juba mõjutada. Ka nemad kasutavad sotsiaalseid kanaleid, sh ka Twitter, Instagram jms. Neile suunatud tegevused piirduvad üldise kommunikatsiooniga (mitte avalik kampaania).

3.2.3. Tegevuste teemafookused

Tegevuste teemafookus on järelstatud turistide huvidest ning praegusest tootepakkumisest ([vt. Punkti 2.5.](#)).

2015-2016 on põhiteemadeks linnapuhkus (kultuuripuhkusega), tervise puhkus ning arenevaks teemaks on perepuhkus.

Linnapuhkus on enim arendatud toode Eesti turul Vene turistile, ning see kombineerituna kultuuripuhkusega on peamiseks fookuseks järgmiseks perioodiks. Kajastatakse Tallinn (eelkõige keskaegne arhitektuur, aga ka atraktsioonid ja tegevused linnas), aga lisaks ka muud linnad: Narva, Pärnu, Tartu, jt.

Teisel kohal on tervisepuhkus, mis kohati haakub ka perepuhkusega (kolmas teema). Tervise- ja perepuhkus hõlmab: spaad, lõõgastumine looduses (matkamine ja mõõdukas terviseport looduses), perepuhkus tervisekeskuses.

Perepuhkus on hetkel võetud kui arenev suund, millel on terviklik tootepakkumine Vene turisti jaoks peamise reisimotivaatorina veel välja arendamata, kuid millel on potentsiaali. Täpsemalt infot perepuhku tootepakkumise kohta vaata punktist [2.5.5. Pereturism](#).

3.3. SÕNUMID JA VÄÄRTUSED

Venemaa turule suunatud peamised sõnumid põhinevad „Tutvusta Eestit“ turunduskontseptsioonil ja arvestavad Vene turisti omapära ja eelistusi. .

3.3.1. Linnapuhkus (kultuur, toit, atraktsioonid, ostud)

Vastavalt uuringu tulemustele (vt punkti [Tõenäoliste Eestisse reisijate profiil](#)) selgub, et Venemaa (Moskva ja Peterburi) elanikke meelitas Eestisse Tallinn ja selle vanalinn, arhitektuur, mälestised, muuseumid, kultuur ja vähemal määral ka toit. Sellest lähtuvalt suunatakse Venemaa turule linnapuhkuse tutvustamiseks järgmised sõnumid:

- Eesti kultuur on euroopalik, unikaalne, pikaajaliste traditsioonidega. Selles on kõrvuti nii pärimus- kui nüüdiskultuur. Eesti kultuur kui väga vaheldusrikas – Kihnu, Setu, Võru, Rannarootsi, Peipsiäärsed vanausulised jne. Kõigil neil on nii teineteisest kui Eesti peavoolust erinev kombestik ja keel;
- Eesti nüüdiskultuur on omanäoline segu euroopalikkusest ja algupärasest eesti omakultuurist: siia kuulub nii teater kui muusika ja film. Sümboliteks on vene turisti jaoks väga kõlavad ja tuntud nimed: heliloojad ja dirigendid Pärt, Tüür, Tubin, Tormis, Kaljuste, Klas; väga kõrgel tasemel muusikafestivalid aga ka selle kõrval kultuurfestivalid, Rahvusooper Estonia, filmifestivalid, KUMU, suured spordiüritused;
- Maailmatasemel mitmed kultuurinähtused: Eesti käsitöö, Viljandi Folk, Laulu- ja Tantsupidu, Vabaõhumuuseum jpm.
- Suurepäraselt säilinud arhitektuuripärand: üks Euroopa ainulaadsemaid vanalinnu, mõisad, kirikud ja linnused. Sümboliteks on: Tallinna Vanalinn, Lahemaa mõisad, piiskopilinnused, Narva linnus ja bastionid, taluarhitektuuri muuseumid, puitmajade linnaosad;
- Tallinn, kui kontrastide linn: omavahel on väga lähedalt seotud nii moodne ühiskond kui ajalooliselt rikas ja mitmekesine linnakekskkond;
- Pidevalt uuenev Tallinn – kantud UNESCO maailmapärandi nimistusse on see samal ajal keskaegne ja modernne;
- Tallinnas on mitmed uued ja kiiresti arenevad piirkonnad (Kalamaja, Rotermanni, Pirita), mis on kõik väga omanäolise arhitektuuri ja ajalooaga;
- Uued ja põnevad atraktsioonid Eesti linnades;
- Kultuurituristile Peterburist suunatud tootekompleks Narvas, mis pakub ajaloo- ja kultuurihuvil baseeruvaid teenuseid koos unikaalsete ajalooliste objektidega (näiteks, mis tulenevad Eesti ja Venemaa vahelise piiri olemasolust);
- Tallinn kui kahele segmendile suunatud linn: kiiret elamust pakkuv ostlemine / nädalavahetus linna spaas / ööelu ja pikemaks ajaks süvendatud kultuuri- ja ajaloo huvilisele paik;

- Eesti toit kui puhas ja pika traditsioonidega: must leib, kama, kilud – kõik mis on meile omane ja väga huvitav vene turistile. Sümboliteks on suitsukala, kodused hoidised, räimetoidud, Vana Tallinn, maiustused, põnevad restoranid;
- Eesti toidukultuuri väga kõrge tase: 50 parimat restorani, Bocuse d'Or osalemine jne.

3.3.2. Tervise puhkus

Vene turistile sobivad eelkõige Põhja-Eestis ja koridoris Ida-Virumaalt Tallinnani, aga ka Pärnus asuvad heaolu- ja spaapuhkuseks sobivad objektid, samuti konkreetsemalt ravile ja taastusravile suunatud spaad ja haiglad, kliinikud ning teised tervisekeskused.

Sõnumid ja argumendid vene turistile turismipuhkuse kõnetamiseks on:

- Eestis on väga mitmeid pikkade traditsioonidega sihtkohti (kuurorte), mis on omaette tervise puhkuse sümbolina Narva-Jõesuu, Pärnu, Haapsalu.
- Eestis on spaa paradiis – väga väikse territooriumi kohta on Eestis spaasid üle 40;
- Heaoluhotellid pakuvad lisaks protseduuridele ka teisi teenuseid: tippasemel köök ja kulinaarsed elamused, sündmused ja esinemised, jne;
- Spaad igale sihtrühmale: Eestis on olemas nii pereturistist (lastega) suunatud pakkumised, kui ka ainult täiskasvanutele suunatud spaasid. Igaüks leiab endale oma maitse järgi sobiva koha;
- Ainulaadsed ja omapärased protseduurid: Värska vee vann, Pärnu või Haapsalu mudaravi.
- Eesti saartel on väga puhas keskkond, mis pakub erinevaid võimalusi lõõgastumiseks, matkamiseks või mõõdukaks sportimiseks. Saared on metsarohked, kus kasvab palju eriliike seeni ja metsmarju.

3.3.3. Pereturism

Vene turisti jaoks on perepuhkuse pakkumised kombineeritud üldjuhul kas linna-, kultuuri- või tervise puhkusega, seetõttu ka sõnumid kattuvad osaliselt eelmises kahes punktis väljatoodud argumentidega.

Peamised sõnumid perepuhkuse mõjutamiseks on edastada sõnumeid atraktsioonidest, üritustest, muuseumitest ning heaoluveetmise võimalustest. Tänu Eesti kompaktsusele, heale teedevõrgule omal käel saabujale ja korralikele majutusvõimalustele üle vabariigi sobib enamik kultuurireisidest ka peredele.

Tervise puhkuse puhul saab Eestis kombineerida ka perepuhkust: alustades ühisest veekeskuse külastamisest lastega ja lõpetades igale pereliikmele sobiva ja vajaliku tervise protseduuride paketi nautimisega. Samuti on pea kõikides spaades lastele suunatud tooted: erinevad liumäed, lastebasseinid ja mängutoad. Oluline on atraktiivsete, asjakohaste ja täpsete sõnumite edastamine.

3.4. LÕPPTARBIJALE SUUNATUD TEGEVUSED

Lõpptarbijale suunatud tegevuste maht turu eelarvest moodustab 80%.

Suurem osa vene turistidest (andmed tuginevad uuringule Moskva ja Peterburi elanike reisiotsust mõjutavad infoallikad: [INFOKANALID](#)) saab oma infot internetist ja/või sugulaste kaudu, kes on kas isiklikult puutunud kokku või on saanud ka mujalt infot reisisihi kohta.

EASi turismiarenduskeskuse tegevused Venemaa turul on suunatud eelkõige Moskva ja Peterburi, aga ka nende linnade ümbruses olevatele elanikele, kellel on olemas hea internetiühendus. Viimase kaudu mõjutame lõpptarbijaid nii otse kampaaniate kaudu, kui ka interneti ajakirjade ja ajalehtede kaudu läbi pressireiside.

3.4.1. Kampaania

Lõpptarbijale suunatud kampaaniaid on plaanis läbi viia nõudluse suurendamiseks madalhooajal (veebruar-aprill, september-november). Peamine sihtgrupp on 25-44 aastased Moskva ja Peterburi elanikud, kes on maksejõulised võimalikud külastajad. See vanuserühm kasutab aktiivselt internetikanaleid, ka Facebooki kui VK.com, loeb blogisid. Nendele suunatakse põhisõnumeid ja kaetakse põhiteemasid, milleks on ning tervise puhkus (SPA ja lõõgastused).

Lõpptarbijale suunatud kampaaniates kaasame partnerid, kes on Venemaa turul aktiivsed müüjad ja tootepakkujad, nagu transport / majutus / muu (atraktsioonid, toitlustus jne).

3.4.2. Pressireisid; -üritused

Pressireiside teemad on linnapuhkus (kombineeritud kultuuri, toidu, atraktsioonide ja ostudega), tervise puhkus (SPA ja lõõgastused) ning piiratud mahus ka pereturism. Pressireisid on suunatud 25-54a segmendile.

Pressireisidele on plaanis kaasata TV, blogijad, trükimeedia. Põhirõhk on kvaliteetsel kanalil ja garanteeritud tulemusel. Blogijate kaudu on võimalik kõnetada ka 15-25 aastast segmenti.

3.4.3. PR, kommunikatsioon ja online tegevused (ka sotsiaalmeedia)

3.4.3.1. Üldine ülevaade suhtekorraldusstrateegiast

Pikaajalise suhtekorraldusstrateegia eesmärkideks on:

- Tutvustada aastaringselt Venemaa sihtturul Eestit kui atraktiivset turismisihtkohta, suurendada huvi Eesti erinevate regioonide külastamiseks ja suurendada ööbimiste arvu.
- Suunata külastusi www.visitestonia.com venekeelsele veebilehele ning seeläbi jagada informatsiooni puhkamis- ja ravivõimalustega kohta Eestis.
- Suurendada venekeelse Facebook.com/visitestonia.ru jälgijate arvu ning uute ja olemasolevate jälgijate kaasatust (*talking about this*) ja osalusmäära (*engagement rate*).
- Suurendada venekeelse vKontakte.com/ Эстония. Страна приятных сюрпризов jälgijate arvu ning uute ja olemasolevate jälgijate kaasatust (*talking about this*) ja osalusmäära (*engagement rate*).
- Soodustada Venemaa meedias Eestit kui reisisihtit tutvustavate positiivsete meediakajastuste ilmumist.

3.4.3.2. Suhtekorralduse fookus

- Kommunikatsioon on positiivne, potentsiaalseid Eestisse reisida soovijaid julgustatakse Eestit külastama aastaringselt, neis tekitatakse huvi Eesti erinevate regioonide kui põnevate reisisihtide vastu; innustatakse peale Tallinna ja Ida-Virumaa ka muid kohti külastama;
- Meediakajastused lähtuvad Eesti eripäradest ja kirjeldavad Eestit läbi üllatusmomentide ja kontrastide;
- Räägitakse linna-, ja tervise puhkuse võimalustest ning areneva teemana ka perepuhkusest.
- Strateegiliselt on sõnumite edastamine **kohandatud kindlatele sihtgruppidele** ja piirkondadele (Peterburi, Moskva, nende lähipiirkonnad). Kasutatakse tava- ja sotsiaalmeedia kanaleid, et luua sihtgruppidega kontakt just sellises kontekstis, mis on neile kergelt vastuvõetav ja vastab nende eelistustele.
- Sõnumid on konkreetset, info selge ja kutsuv –**kuidas ja miks peaks ta Eestisse reisima**, sest eesmärk on suurendada reiside arvu ja pikkust; samuti innustatakse venelasi Tallinnast kaugemale liikuma;
- Kommunikatsioonis rõhutatakse Eesti kui reisisihtide tugevusi: põhjust külastada aastaringselt, geograafiline lähedus, keelebarjääri puudumine, Schengeni viisa võimalus, lennuühendus, võimalus tulla autoga, rongiga, saab tulla ka individuaalturistina, soodne hinnatase võrreldes Euroopaga, Eesti ja Venemaa ühine kaugem ajalugu, Eesti maine kui kõrge spaakultuuri ja skandinaavialike tervisteenustega riik jne.
- Kommunikatsiooni käigus räägitakse olulistest Eestis toimuvatest sündmustest, mis võiks antud sihtrühmale huvi pakkuda (nt Venemaaga seotud sündmused – ajalooliselt, kultuuriliselt jne).
- Venelaste teadlikkus Eesti turismitoodetest, infrastruktuurist ja teeninduse kõrgest kvaliteedist on puudulik. Seepärast on kommunikatsiooni rõhk muuhulgas märksõnadel – kvaliteet, hea teenindus, korralik infrastruktuur, **venekeelne teenindus ja turvalisus**.

3.4.3.3. Kommunikatsiooni kanalid

PR ja kommunikatsiooni edastamisel kasutatakse mitmeid vorme: potentsiaalse kliendiga/turistiga suheldakse kohaliku PRi kaudu (igakuised pressiteated), uudiskirjade vahendamisel (nii B2C kui B2B kord kuus laialisaadetav uudiskiri, kuhu koondatud kõik tähtsamad sündmused ja uued tooted/teenused) ning sotsiaalse meedia kaudu. Viimase abil on plaan kaasata ka põhifookusest väljas oleva sihtrühma (nooremad kui 25.a.). Jätakuvalt kasutatakse selliseid toetavaid kanaleid nagu:

- Facebook, kuna selle kontakti hinnad on ühed odavamad. Facebook'i kanali eeliseks on ka võimalus väga täpselt reklaame suunata (kampaaniate käigus vajalik tegevus), valides asukohta, sihtgrupi profiili (erihuvid, vanus).
- VK.com, kuna see on jätkuvalt Venemaal üks populaarsemaid kanaleid, ning suunab ka visitestonia.com'i väga palju liiklust.

3.4.4. Turismimess

Reisiotsust mõjutava infoallikana valis tõenäoliselt turismimessi Moskva elanikest vaid 11%, ning Peterburi omadest 9% vastanutest (vt. täpsemalt [INFOKANALID](#) ja [Eesti puhkusesihtkohana: Moskva ja Peterburi elanikkonna küsitlus \(12/2012\)](#) ).

Kõik see viitab asjaolule, et Venemaa turul ei ole enam turismimessid nii kaaluka mõjuga, nagu nad olid aastad tagasi. Reisiotsust mõjutava tegurina tuuakse eeskätt interneti ja seejärel sõpru-tuttavaid, millest võib järeldada et turismimessil osalemine ei ole järgneva strateegia perioodi prioriteedis.

Samas, lähtuvalt valitud teemadest, fookustest ning koostöös partneritega on EASi turismiarenduskeskusel lähtuvalt olukorrast võimalus osaleda teatud messidel teatud ulatuses: olla abiks kas *know-how*, materjalidega või muul kokkuleppelisel kujul. Messidest saab välja tuua messid Moskvast: näiteks *Экспоцентр МИТТ*, *Евроэкспо* messi *Отдых* jne. Otsust taolistel messidel osalemise kohta langetab sihtturujuht partneri sisendi ja ettepaneku järgselt, mis eeldab huvitud osapoolelt detailset ja läbimõeldut kava ning partnerite terviklikku heakskiitu.

3.4.5. Sündmused ja strateegiline partnerlus

Venemaa turul on plaanis leida ja võtta tegevuskavasse sündmuste ja strateegilise partnerluse projekte, mille teemafookused haakuvad turu üldstrateegia valitud teemadega (põhiliselt linnapuhkusega seonduv: kultuur, ostlemine, mood, toitlustus). Antud tegevuse juures on EASi turismiarenduskeskus toetava partnerina, ehk ollakse kaastatud projektidesse ning omalt poolt pakutakse tuge *know-how*, materjalide või muul kujul infoga ning vastavalt olukorrale ka mõnel teisel kokkuleppelisel viisil.

3.5. MÜÜGIEDENDUSTEGEVUSED

Proffidele suunatud tegevuste maht turu eelarvest moodustab 20%.

Suurem osa vene turistidest (andmed tuginevad uuringule Moskva ja Peterburi elanike reisiotsust mõjutavad infoallikad: [INFOKANALID](#)) saab oma infot internetist ja/või sugulaste kaudu. Reisifirmad ja –raamatud on eelistuste järjestuses alles kolmandal kohal. Võttes arvesse ka ülemaailma üldist tendentsi, kus külastajad eelistavad aina enam teha oma reisiplane ja tellimusi ise. Samuti mängib osaliselt rolli reisikorraldajate segane olukord Venemaal aastal 2014 ja krediitkaardituru avanemine ja elavnemine Venemaal, suunab EASi turismiarenduskeskus B2B segmendile 20% turundustegevustest, -eelarvest.

3.5.1. Tootetutvustusreisid

Tootetutvustusreise korraldame koostöös Eesti ja sihtturu partneritega. Koostöö aluseks on partneri omapanus (finantseering reisi toimumise kulude katmiseks). Tutvustavad tooted lähtuvad peamiselt teemadest, mis on linna- ja tervise puhkus. Pereturismi tooteid tutvustatakse linna- või terviseturismi tooteid tutvustavate reiside raames.

Tootetutvustusreisid on suunatud Venemaa reisikorraldajatele ja vajadusel ka transpordifirmade või teiste vedajate informeerimiseks, kes müüvad Eesti turismitooteid. Eesmärk on tõhustada ja mitmekesistada Eesti ettevõtjate turismitoodete müüki. Regioonide ja Eesti turismitoodete tutvustamisel arvestatakse ka toote valmiduse ja sobivusega Venemaa turule.

Võimalusel korraldatakse tootetutvustusreiside käigus kontaktüritusi Eesti ettevõtjatele, et kohtuda potentsiaalsete edasimüüjate esindajatega.

3.5.2. Infopäevad, seminarid ja *workshop*'id

Infopäevi ja seminare korraldatakse Moskvast ja Peterburis. Infopäevi ja seminare korraldame koostöös Eesti ja sihtturu partneritega. Koostöö aluseks on partneri omapanus (osalustasu). Infopäevade tutvustavad tooted lähtuvad peamiselt teemadest, mis on linna-, tervise- ja perepuhkus.

3.5.3. Motivatsiooni ja grupireiside korraldajad

Hetkel on motivatsiooni ning gruppireiside pakkumine Venemaa turule välja arendamata, samas turu lähedust arvestades on potentsiaali selle suuna arendamises. Suuresti on tegevus suunatud just Moskva ettevõtjatele, kus nähakse enim võimalusi ning kus on ka suurem nõudlus.

4. PARTNERITE TEGEVUSFOOKUS SIHTTURUL

4.1. Organisatsioon: Ida-Viru turismiklaster (koordinaator IVEK)

Fookus ja tegevused:

Põhitööde: puhkus (lõõgastus+kultuur+loodus).

Sõnum: Spasenie ot suetõ na Narvskom zmorje

Lubadus: rahusadam, kus kauni looduse ja kvaliteetse teeninduse juures on võimalik ennast täielikult lõdvestada ja välja puhata.

Sihtgrupp: tervise ja SPA turist, valgekrae, pere –pms.suurlinnade elanik, kes otsib rahu ja vaikust.

Tegevused: sihtturu seminarid, pressireisid/FAMd, uudiskirjad ja veeb. Plaanis ristturundus partnerite vahel, vedajatega. Parem viidastamine- Tallinn-Peterburg trassil. Spetsiaalse Ida-Viru suurürituse väljaarendamine.

4.2. Organisatsioon: turismiosakond

Tallinna

Ettevõtlusameti

Vastavalt Tallinna Ettevõtlusameti turismiosakonna Turundusstrateegiale 2016-2020 on Venemaale suunatud turismiturundustegevuste põhiline eesmärk turupositsiooni säilitamine konkurentsivõime Helsingiga ja Riiga.

Fookussihtgruppideks on lastega pered, kultuurihuviga turistid, hobidega tegelejad ja aktiivsed puhkajad.

Tallinna kui reisisihtkohast teadlikkuse tõstmise alates informeerimisest viisade-transpordi teemadel esmakülastaja jaoks kuni turismivõimalustest Tallinnas korduvkülastaja jaoks.

Silmast-silma tutvustused.

Venemaa, Läti, Itaalia, Hispaania, kohalik venekeelne elanikkond

Turismiettevõtete-koostööpartnerite päringutele vastamine

Turismiettevõtete-koostööpartnerite kaasamine müügiedendus tegevusse

Presentatsioonid, informeerimine

Müügiedendus

Osalemine turundusüritustel:

Venemaa

EASi turismiseminarid Moskvast ja Peterburis (4)

MITF turismiseminarid Moskvast (koostöös EHRLga)

Turismiseminarid „Piirideta puhkus“ ja INWETEX (koostöös „Puhkus Eestis“)

Turbiznes road-showd Venemaa regioonides kevadel ja sügisel (aˆ3 linna, turismiettevõtte-partneri olemasolul)

Märksõnaturundus (aastaringelt)

Väik-mängud-loosimised (kuni 4 x aastast)

Trükised: peretrükis, asumitrükis Kalamaja, asumitrükis Pirita-Kadriori, volditav linnaplaan.

5. EESTI KUI SIHTKOHA ARENDUSTEGEVUSTE VAJADUS

Tegevused Eesti kui sihtkoha arendamiseks on strateegia raames plaanis korraldada vastavalt vajadusele ja turu käitumisele. Nendeks võivad olla järgmised tegevused:

- Eestis toimuvad seminarid, kus EASi turismiarenduskeskuse poolt korraldaval üritusel esinevad antud turuga seotud ettevõtjad ning jagatakse viimast turu informatsiooni. Seminarid korraldatakse vastavalt vajadusele ning nende peamine eesmärk on hoida huvitatud sihtgruppid (Eesti sihtkohad ja

turismiettevõtted) kursis erinevate Venemaa sihtturul aktuaalsete teemadega (nt turismitoote kvaliteet, turvalisus jne) ning vahetada kogemusi;

- Venemaa turismi puudutavad uuringud. Neid korraldatakse kas EASi turismiarenduskeskuse enda sisendi ja vajaduse alusel ja/või lähtuvalt valdkonnast ja teemast põhinedes ka partneri sisendile;
- Muud tegevused, nagu näiteks tagasisideküsitlused, kus vajadus lepitakse tegevusesti eraldi kokku.