



Eesti loodusturismi pakkumise uuring: tulemused

14. november 2008



Tellijaja: Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus

Eesmärgid ja ülesehitus

Sissejuhatus loodusturismi

Loodusturismi pakkumise veebiküsitlus

Loodusturismi arenguperspektiivid



2

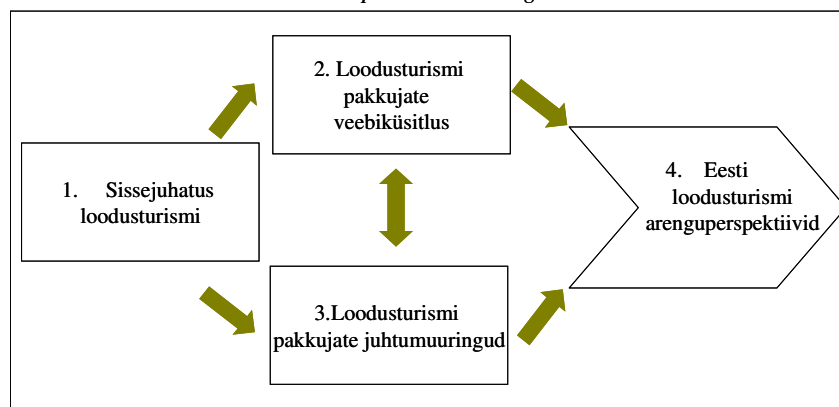
Uuringu eesmärgid

- ◆ Saada ülevaade Eesti loodusturismi toodete pakkumise hetkeolukorrast:
 - Kaardistada ja analüüsida loodusturismi toodete pakkumist
 - Kaardistada ja analüüsida ettevõtjate võimalikud kitsaskohad ja probleemid loodusturismi toodete pakkumisel ja arendamisel.

3

Uuringu ülesehitus

Loodusturismi pakkumise uuring - Üldskeem



4

Uuringu teostajad

- ◆ Uuringu teostas OÜ Consumetric (www.consumetric.ee) projektimeeskond:
 - Oliver Loode (Consumetric) – vastutav projektijuht, turismivaldkonna konsultant
 - Kaisa Nurmsalu (Consumetric) – turismivaldkonna konsultant
 - Kaspar Oja (Consumetric) – statistiline analüüs
- ◆ Tehnoloogiapartner: AS Resta (www.resta.ee),
- ◆ Loodusturismi ekspert: Aivar Ruukel (OÜ Karuskose, soomaa.com).

5



Eesmärgid ja ülesehitus

Sissejuhatus loodusturismi

Loodusturismi pakkumise veebiküsitlus

Loodusturismi arenguperspektiivid

6



Loodusturismi mõiste

- ◆ Kitsam e. kliendikeskne definitsioon: 'Loodusturism on turismi vorm, mille peamiseks motivatsiooniks on looduse vaatlemine ja väärtustamine' (UNWTO)
- ◆ Laiem e. tootekeskne definitsioon: 'Loodusturism sisaldab kogu turismi, mis põhineb loodusel.' (Soome)
- ◆ Käesolevas uuringus on mõistet 'loodusturism' kasutatud laiemas tähenduses, kus 'loodusturism' hõlmab ka aktiivse puhkuse tooteid, mille puhul loodus moodustab pigem tausta/fooni kui turistide esmase huviobjekti.
- ◆ Samas on põhjendatud loodusturismi terminoloogia täpsustamine / kohandamine, sh potentsiaalselt mõiste 'looduspõhine turism' kasutuselevõtt

7



Loodusturism maailmas ja Euroopas

- ◆ (UNWTO) andmetel kasvab loodusturismi valdkond maailmas muu turismiga võrreldes kuus korda kiiremini
 - Traditsiooniliselt domineerisid keskealised ja vanemad turistid
 - Noored kui loodusturismi kasvav sihtgrupp
 - Muutuv nõudlus: aktiivse puhkuse ja seiklusturismi kasvav osakaal loodusturismis
 - Äri- ja puhkereiside ühendamine lühendab loodusturismi toote kestust

8



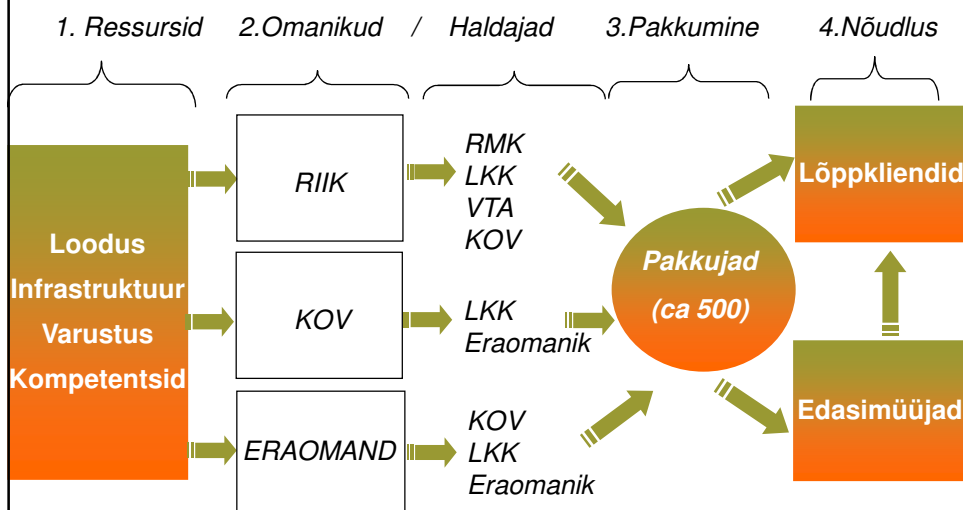
Loodusturism Eestis

- ◆ Varases arengufaasis, nõudlus ja pakkumine väljakujunemata, puuduvad selged turuliidrid
- ◆ Riikliku turismiarengukava kohaselt on looduskeskkond (sh maastikud, veekogud, märgalad, kaitsealad, pargid) Eesti turismisektori üks tugevusi
- ◆ Loodusturismi arendamise otsesed/kaudsed prioriteedid:
 - Looduslikult väärtuslike objektide väljaarendamine külastusobjektideks (nt külastuskeskusteks)
 - Matka- ja õpperadade loomine
 - Supelrandade korrastamine
 - Niši- ja ökoturismitoodete loomise edendamist
- ◆ Detailsem loodusturismi arengustrateegia / -kava hetkel puudub

9



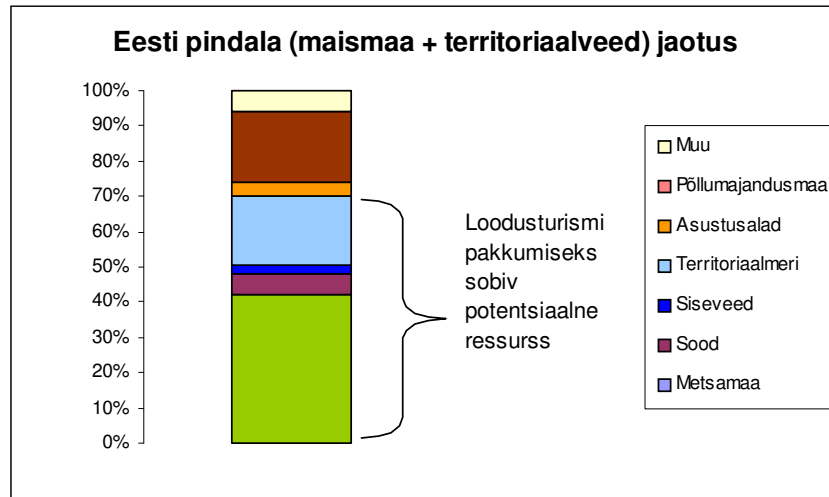
Eesti loodusturismi väärtusahel



10



1. Ressursid: looduskeskkond



11

1. Loodusturismi ressursid

- ◆ Eesti looduskeskkond on loonud eeldused loodusturismi arendamiseks
- ◆ Kõrge hooajalisus / ilmastikutingimuste ebakindlus esitab ettevõtjatele täiendavaid väljakutseid
- ◆ Viimastel aastatel on jõudsalt arendatud toetavat infrastruktuuri (matkarajad, viidastamine, majutus, toitlustus)
- ◆ Kompetentside tõstmine: Loodusturismiettevõtjate, loodusgiidide, matkajuhtide koolitamine; loodusturismi eriala Eesti Maaülikoolis, loodusretke juhi eriala Luua Metsanduskoolis

12

2. Ressursside omanikud / haldajad

- ◆ Riigimetsa Majandamise Keskus (RMK)
 - Tegevuse eesmärgiks on riigimetsa säästlik, tulemuslik ja mitmekülgne majandamine
 - 12 puhkeala üle Eesti, pindalaga üle 24 000 hektarit (teenindus- ja huvitsoonid)
 - 11 metsamaja, 13 metsaonni, 6 telkimisala 28 telkimisplatsiga, 10 looduskeskust
 - 820 000 külastust (2007 a)
 - Vajadus paremini kooskõlastasda loodusturismi tegevust ettevõtjate, RMK vahel

- ◆ Riiklik Looduskaitsekeskus (LKK)
 - Eesmärgiks on looduskaitse praktiline korraldamine ning looduskaitsepoliitika rakendamine; korraldab loodusõpet ja tutvustab kaitstavaid loodusobjekte avalikkusele
 - 8 regiooni, 5 külastuskeskust (sh ekspositsioonid, matkaradade alguspunktid)
 - Toetav infrastruktuur: matkarajad, laudteed, vaatetornid.

- ◆ Täiendavad omanikud/haldajad: Veeteede Amet (VTA), kohalikud omavalitsused, eraomanikud

13

3. Loodusturismi pakkujad

- ◆ Ligikaudu 500 loodusturismiga tegelevat organisatsiooni / FIE-t

- ◆ Informatsiooni kättesaadavust raskendab keskse infoportaali puudumine

- ◆ Olulisemad katus/arendusorganisatsioonid: MTÜ Eesti Maaturism, Eesti Ökoturismi Ühendus, Eesti Matkaliit.

14

4. Loodusturismi nõudlus

- ◆ Eesti loodus on oluliseks reisimotivaatoriks / huviobjektiks peamiste sihtturgude jaoks:
 - 81% Saksa turistidest tunneks Eestisse reisisid huvi looduskaunite paikade külastamise vastu
 - Soomlastest tunneb looduskaunite paikade ja aktiivsete tegevuste vastu looduses huvi vastavalt 55% ja 40% vastanutest, mis teeb kokku loodushuvilisteks 95% võimalikest Eesti külastajatest
 - 29% Eestit 2006 aastal külastanud turistidest matkas Eestit külastades looduses ning 16% tegeles looduses aktiivsete harrastustega. Edaspidi on looduses viibimisest huvitatud 69% ning aktiivsetest tegevustes looduses 42% võimalikest Eestisse reisijatest.
 - Venemaa sihtturu puhul pakkus tegevustest ja vaatamisväärsustest Eestis kõige enam huvi loodus – seda 80% vastanute jaoks

15



Eesmärgid ja ülesehitus

Sissejuhatus loodusturismi

Loodusturismi pakkumise veebiküsitlus

Loodusturismi arenguperspektiivid

16



Metoodika

- ◆ Toimumisaeg: 14.4.08 – 9.5.08
- ◆ Platvorm: veebipõhine ankeet (Interact tehnoloogiline platvorm).
- ◆ Sihtgrupp: Loodusturismi toodete pakkujad Eestis, sh ettevõtted, MTU-d, FIE-d, kes pakkusid tooteid vähemalt ühes järgnevast loodusturismi valdkonnas:
 - Loodusvaatlus
 - Matkad maismaal (v.a. talimatkad)
 - Matkad veekogudel
 - Talimatkad
 - Jahindus
 - Kalastamine
 - Aktiivne puhkus (sh seiklus-, ekstreem- ja sporditurism) maismaal
 - Aktiivne puhkus (sh seiklus-, ekstreem- ja sporditurism) veekogudel
 - Aktiivne puhkus (sh seiklus-, ekstreem- ja sporditurism) õhus

17



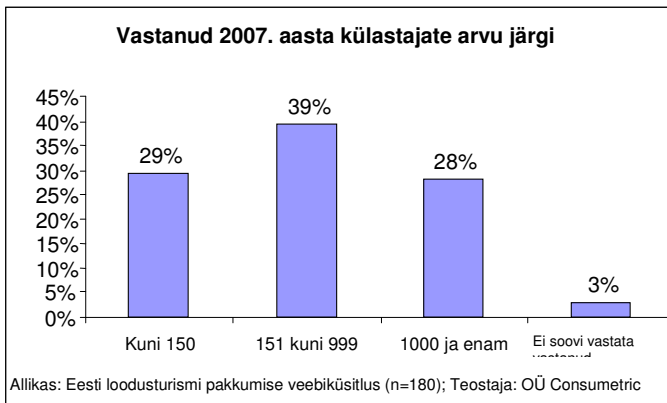
Metoodika: valimi moodustamine

- ◆ Esialgses andmebaasis (visitestonia.com) 950 kirjet, puhastamise järel 500 unikaalset kirjet.
- ◆ Andmebaasi täiendamine (internet, TIKid jm)
- ◆ E-mail osalemiskutse 468 kirjele, valimi lõplikuks suuruseks oli 486.
- ◆ Küsitluse käigus saadeti kaks meeldetuletus e-maili mittevastanutele ning viidi läbi üle 100 meeldetuletuskõne telefoni teel.
- ◆ Uuringus osales kokku 218 valimi liiget (vastamisprotsent 45%)
 - Neist 38-l juhul ei kvalifitseerunud vastanud loodusturismi pakkujaks
- ◆ Lõplikuks vastanute arvuks kujunes 180 ja lõplikuks vastamisprotsendiks 37%.

18



Vastanute profiil: küllastajate arv

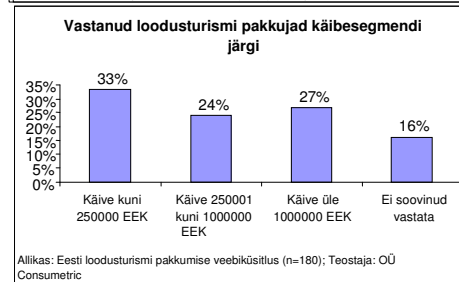
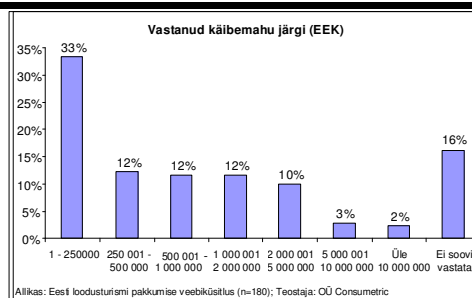


- ◆ Miinimum: 5 küllastajat
- ◆ Maksimum: 300 000 küllastajat
- ◆ Mediaan: 400 küllastajat

19



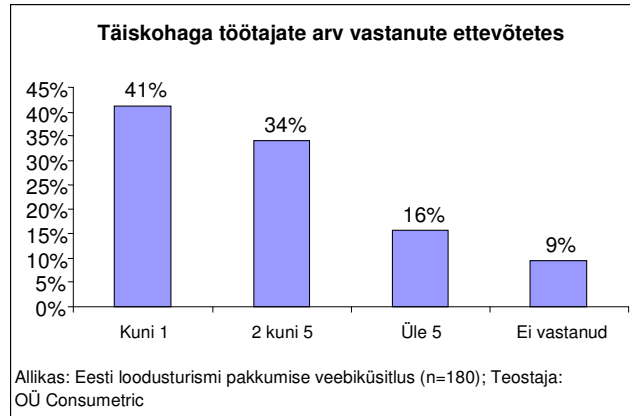
Vastanute profiil: käive



20



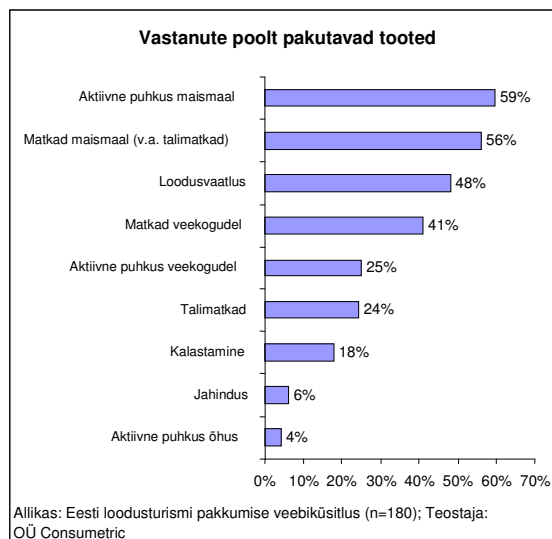
Vastanute profiil: töötajate arv



21



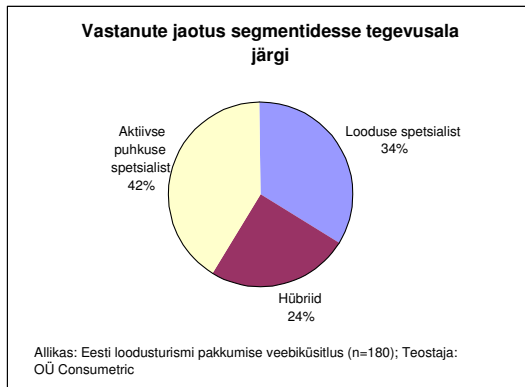
Vastanute profiil: tegevusalad



22



Tegevusalapõhised segmendid

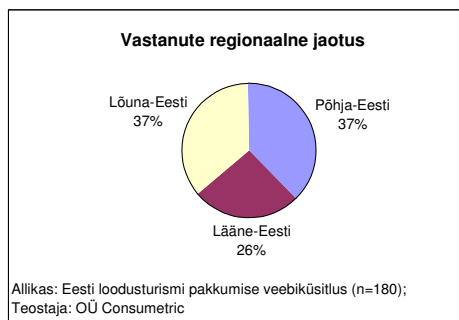
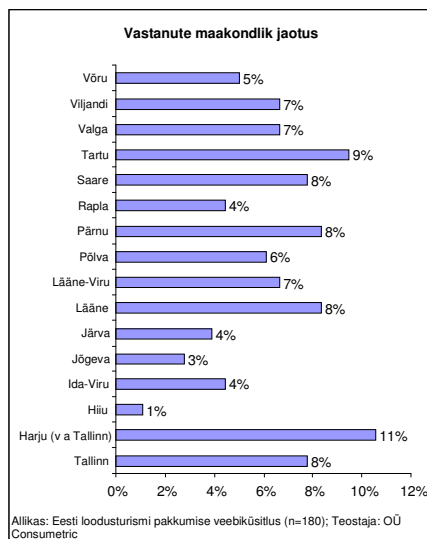


- **'Looduse spetsialistid'** - vastanud, kes pakkusid kitsamas tähenduses loodusturismi tooteid (nt loodusvaatlus), kuid ei pakkunud aktiivse puhkuse tooteid (34% vastanutest)
- **'Aktiivse puhkuse spetsialistid'** – vastanud, kes pakkusid aktiivse puhkuse tooteid, kuid mitte kitsamas tähenduses loodusturismi tooteid (42% vastanutest)
- **'Hübriidid'** – vastanud, kes pakkusid nii kitsamas tähenduses loodusturismi kui looduses asetleidvaid aktiivse puhkuse tooteid (24% vastanutest)

23



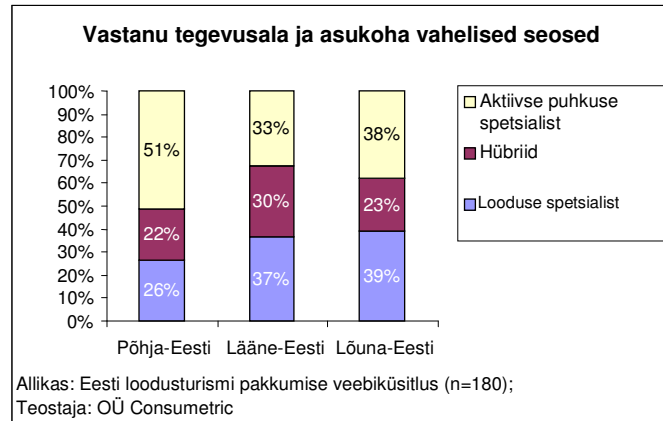
Vastanute profiil: asukoht



24



Vastanute profiil: seosed

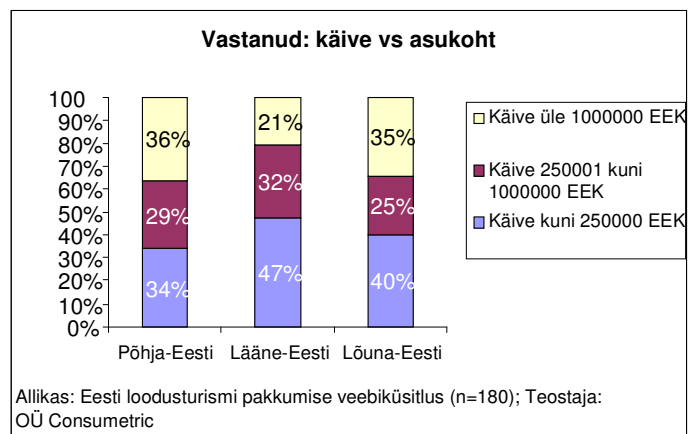


- ◆ Suurim aktiivse puhkuse spetsialistide osakaal oli Põhja-Eestis, seevastu Lõuna-Eestis oli suurim looduse spetsialistide osakaal. Hübride oli suhteliselt rohkem Lääne-Eestis.

25



Vastanute profiil: seosed

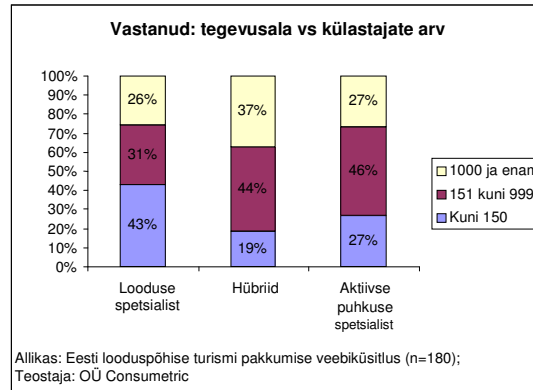


- ◆ Põhja-Eesti loodusturismi pakkujad olid suurema käibemahuga kui Lääne- ja Lõuna-Eesti pakkujad.

26



Vastanute profiil: seosed



- ◆ Käibe poolest olid mõnevõrra suuremad aktiivse puhkuse spetsialistid.
- ◆ Looduse spetsialistid olid käibe poolest suhteliselt väiksemad.
- ◆ **Suurim 1000+ küllastajaga vastanute osakaal oli hübriidide segmendis.**

27



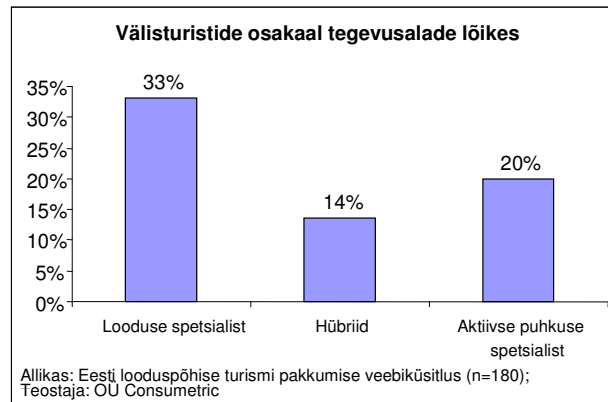
Vastanute profiil: täiendavad tunnused

- ◆ Sektor on arvestatav roll ka 3. sektori organisatsioonidel (MTÜ-d, SA) – (18%) – ja FIE-del (27%).
- ◆ kõrge osalise tööajaga (sh hooajaliste) töötajate osakaal (63% vastanutest), keskmiselt oli vastanutel iga täisajaga töötaja kohta 1,44 osalise tööajaga töötajat
- ◆ Ligi pooled vastanutest on tegelenud loodusturismiga kuni 5 aastat ning vaid veerand üle 10 aasta.
- ◆ Enamus loodusturismi pakujate jaoks on loodusturism pigem kõrvaltegevus: nii teenisid vastanud keskmiselt 39% oma käibest loodusturismi toodete müügist
- ◆ Enamlevinud tegevusteks lisaks loodusturismile on majutuse (48% vastanutest), toitlustuse (44%), varustuse rendi (43%) ja giiditeenuse (42%) pakkumine. Majutust ja toitlustust koos pakkus 36% vastanutest.
- ◆ Loodusturismi sektoris on suhteliselt levinud allhankijate kasutamine: 61% vastanutest väitsid end kasutavat allhankijaid.
- ◆ Loodusturismi pakkumine on lokaalne: nii on poolte vastanute tegevusraadius alla 30 km. Suhteliselt suurem tegevusraadius on Põhja-Eesti loodusturismi pakujate seas.

28



Kliendid: välisküllastajate osakaal

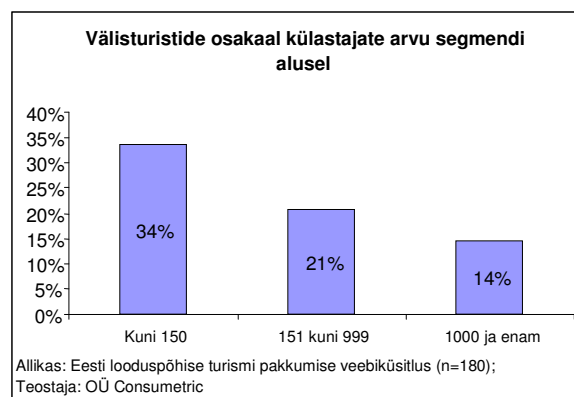


- ◆ Keskmine välisküllastajate osakaal kõigi vastanute lõikes oli 22%.
- ◆ Välisküllastajate osakaal sõltus eeskätt tegevusalapõhisest segmendist. Looduse spetsialistide segmendis oli välituristide osakaal 33%.

29



Kliendid: välisküllastajate osakaal

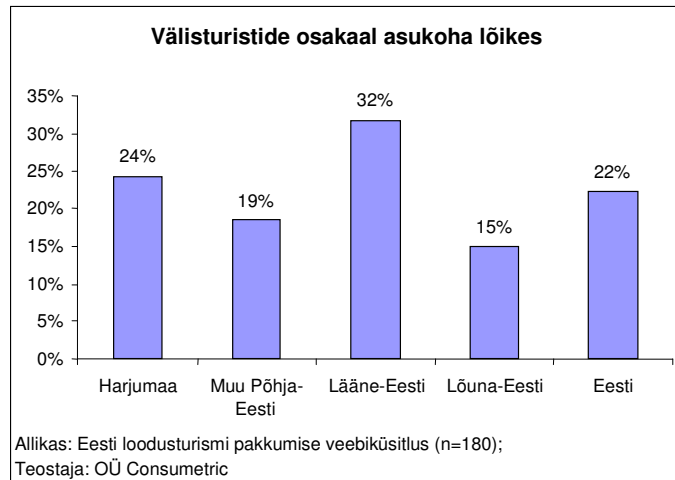


- ◆ Vastanutel, keda küllastas aasta jooksul enam inimesi, oli välituristide osakaal väiksem. Keskmine välituristide arv oli suurema küllastajate arvuga vastanutel siiski kõrgem.

30



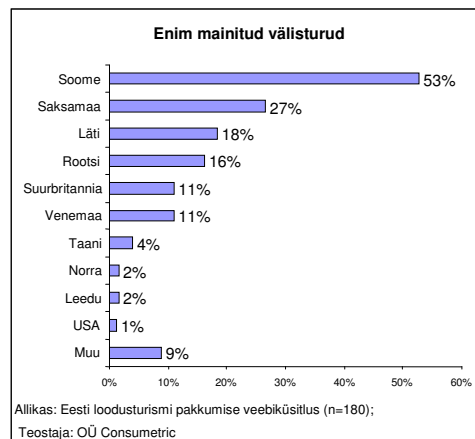
Kliendid: välisküllastajate osakaal



31



Kliendid: olulisemad väliturud

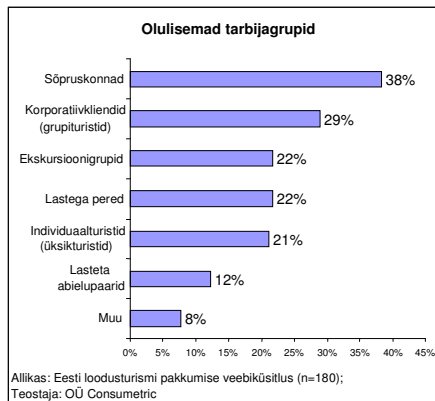
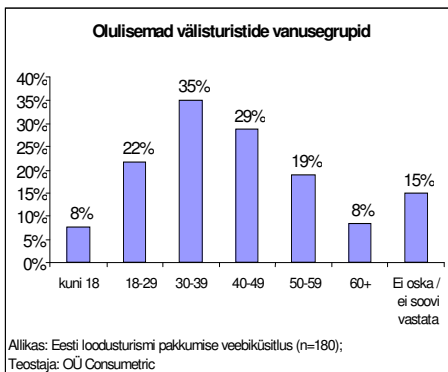


	Looduse spetsialist	Hübrid	Aktiivse puhkuse spetsialist
I	Soome	Soome	Soome
II	Saksamaa	Saksamaa	Läti
III	Läti	Rootsi	Rootsi

32



Kliendid: välituristid



33



Kliendid: kokkuvõtte

- ◆ Loodusturismi sektor on tugevalt orienteeritud siseturistidele – siseturistide osakaal loodusturismi pakkujate küllastajatest on 78%, välituristide osakaal 22%. Välituristide osakaal on kõrgeim 'looduse spetsialistide' seas (33%), madalaim 'hübriidide' seas (14%).
- ◆ Välituristide osakaal oli pöördvõrdelises seoses küllastajate arvuga, st suurematel pakkujatel oli madalam välituristide osakaal.
- ◆ Loodusturismi pakkujate olulisemateks välisuristideks on tänasel päeval (tähtsuse järjekorras) Soome, Saksamaa, Läti ja Rootsi.
- ◆ Loodusturismi pakkujad hindasid domineerivaks välisküllastajate vanuserühmaks 30-49 aastaseid turiste. Siit võib järeldada, et vanemate loodusehuviliste välituristide potentsiaal on Eesti loodusturismi sektori poolt ilmselt ära kasutamata.
- ◆ Suhteliselt olulisemate välisküllastajate segmentidena nähakse sõpruskondi ja korporatiivkliente, ekskursioonigruppide ja individuaalturistide osakaal on madalam

34



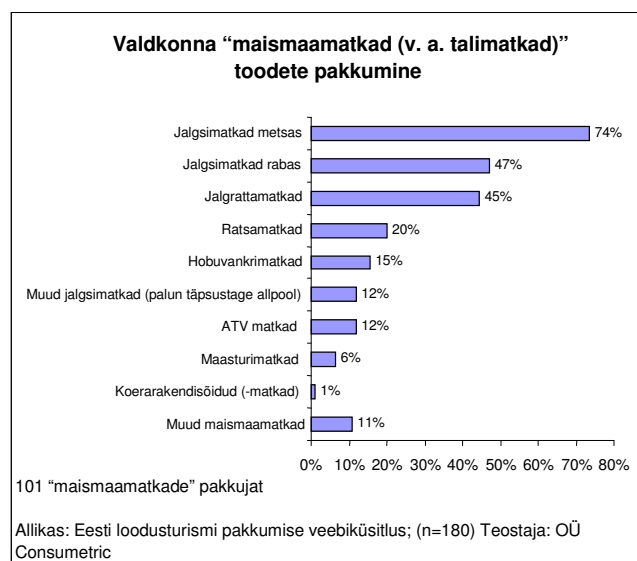
Tooted: aktiivne puhkus maismaal



35



Tooted: maismaamatkad (v.a. talimatkad)

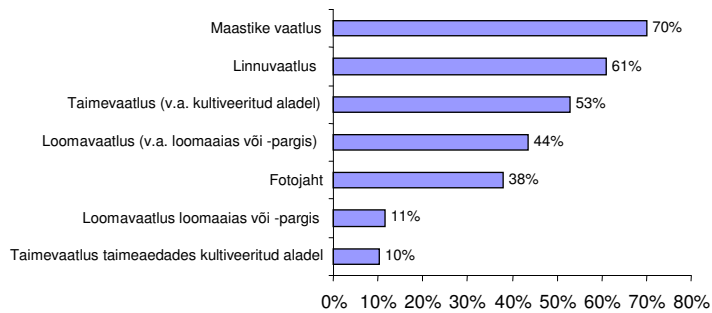


36



Tooted: loodusvaatlus

Valdkonna "loodusvaatlus" toodete pakkumine



87 loodusvaatluste pakkujat

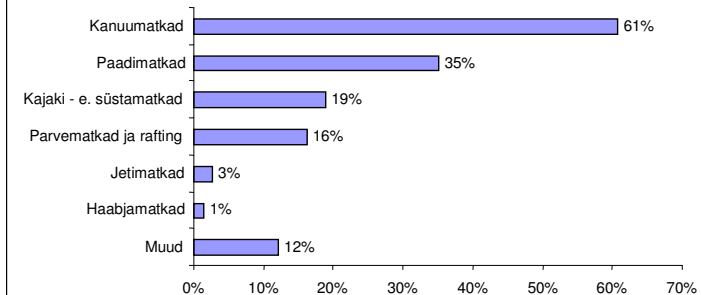
Allikas: Eesti loodusturismi pakkumise veebiküsitlus (n=180); Teostaja: OÜ Consumetric

37



Tooted: matkad veekogudel

Valdkonna "matkad veekogudel" toodete pakkumine



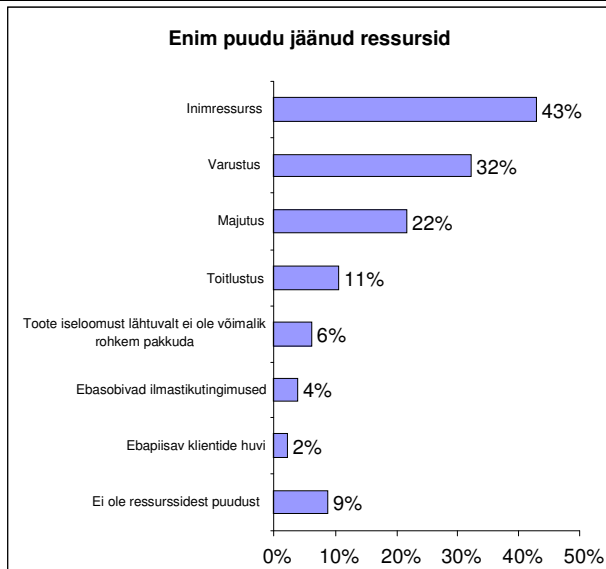
74 veematkade pakkujat

Allikas: Eesti loodusturismi pakkumise veebiküsitlus; (n=180) Teostaja: OÜ Consumetric

38



Toote pakkumine: ressursipuudus



Allikas: Eesti loodusturismi pakkumise veebiküsitlus (n=180); Teostaja: OÜ Consumetric

sumetric

39

Toote pakkumine: pakettimine

- ◆ Olgugi et üle poole (55%) vastanutest väidavad, et pakuvad loodusturismi pakette, on sektoris ebaühtlane arusaam pakettide tähendusest.
- ◆ Sageli nimetatakse paketiks mistahes turismitoodet, mis tegelikkuses ei sisalda turisti jaoks terviklahendust.
- ◆ Ära kasutamata on piirkondlike ettevõtjate koostöövõrgustike potentsiaal.

40

Consumetric

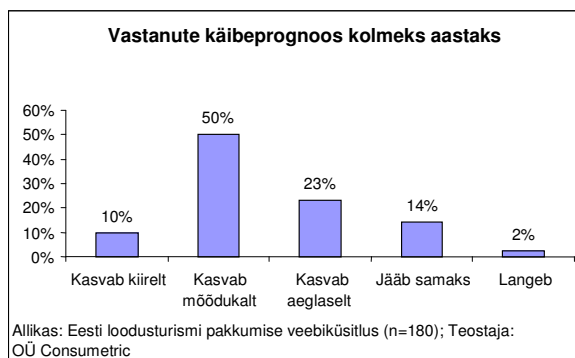
Turundus

- ◆ Turundustegevustest on enim levinud kodulehe arendus (66% vastanutest), turundus- ja reklaamtrükiste tootmine ja levitamine (47%) ning koostöö reisifirmade ja teiste vahendajatega (42%)
- ◆ Turundustegevusi ei viinud läbi 33% looduse spetsialistidest, 9% hübriididest ning 7% aktiivse puhkuse spetsialistidest
- ◆ Vastanutel, kes tegid koostööd välismaiste reisifirmadega jt vahendajatega, oli välituristide osakaal keskmiselt 45%, teistel 17%.
- ◆ Vahendajate kaudu tuli vastanute juurde keskmiselt 19% klientidest, vahendajate osatähtsus kindlasti kasvab (33% vastanutest) või pigem kasvab (54% vastanutest) .

41



Tulevik: käibeprognosis

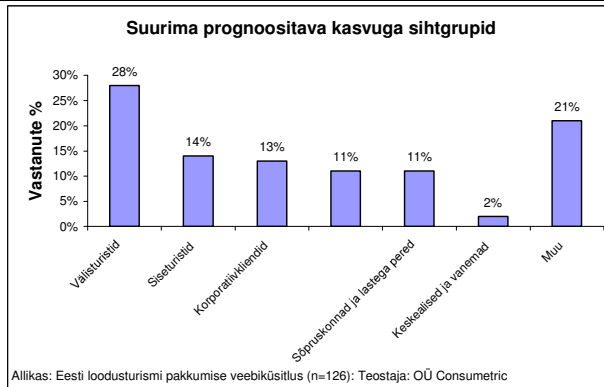


- ◆ Tegevusalade lõikes olid teistest optimistlikumad hübriidide segmenti kuuluvad vastanud
- ◆ FIE-d olid pessimistlikumad kui teiste ettevõtlusvormide esindajad
- ◆ Kuni 5 aastat loodusturismi tooteid pakunud olid staažikamatest pakujatest optimistlikumad

42



Tulevik: perspektiivikaimad sihtgrupid

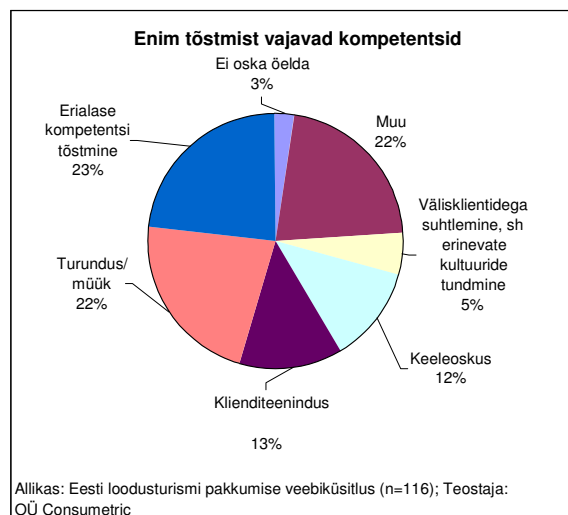


- ◆ Loodusturismi sektor tervikuna näeb just välituristides enim kasvupotentsiaali.
- ◆ Korporatiivkliente (nii sise-kui välis) pidas perspektiivikaimaks 13% vastanutest.
- ◆ Mõnevõrra üllatuslik on keskealiste ja vanemate turistide vähene mainimine (2% vastanutest).

43



Tulevik: kompetentside tõstmine

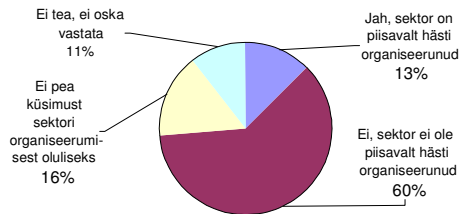


44



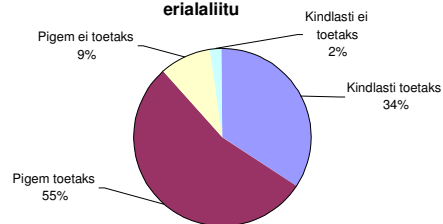
Sektori organiseeritus

Hinnang sektori organiseeritusele



Allikas: Eesti loodusturismi pakkumise veebiküsitlus (n=180); Teostaja: OÜ Consumetric

Suhtumine loodusturismi pakujate koondumisse erialaliitu



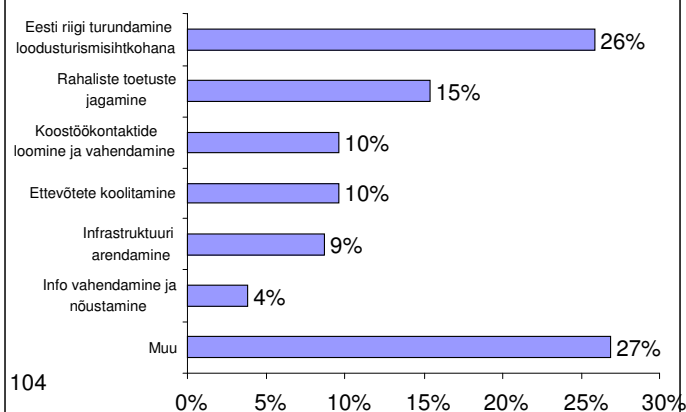
Allikas: Eesti loodusturismi pakkumise veebiküsitlus (n=180); Teostaja: OÜ Consumetric

45

Consumetric

Avaliku sektori tugi

Kuidas saaksid riikliku tasandi turismiarendajad toetada loodusturismi arengut Eestis?



Allikas: Eesti loodusturismi pakkumise veebiküsitlus (n=180); Teostaja: OÜ Consumetric

46

Consumetric

Eesmärgid ja ülesehitus

Sissejuhatus loodusturismi

Loodusturismi pakkumise veebiküsitlus

Loodusturismi arenguperspektiivid

47



Loodusturismi arenguperspektiivid

- ◆ Vähetõenäoline, et sektori kasv võiks märkimisväärselt hoogustuda ning toote ja selle turunduse kvaliteet kasvada orgaaniliselt.
- ◆ Vajalik impulss loodusturismi sektori arendamiseks võiks tulla pigem avalikult sektorilt, muuhulgas läbi järgnevate tegevuste:
 - Loodusturismi prioriteetsuse kinnitamine, sh vastava arendusdokumendi või strateegia kaudu
 - Loodusturismi aktiivsem turundamine, eeskätt olulisematel välisurgudel (sh loodusturismi integreerimine Eesti kui sihtkoha kuvandisse, loodusturismi nähtavuse tõstmine visitestonia.com portaalis, eraldi loodusturismi kataloogi koostamine v. koostamise algatamine)
 - Eelduste loomine loodusturismi sektori paremaks organiseerumiseks. (nt laiapõhjalise loodusturismi arendamise ümarlaua v. nõukoja moodustamine)
 - Teadmiste- ja kogemuste vahetuse soodustamine sektori siseselt (sh mentorluse soodustamine loodusturismi ettevõtjate seas). Loodusturismi alaste kompetentside tõstmine ettevõtjate jaoks prioriteetsetes valdkondades, sh erialased teadmised, turundus/müük, tootearendus, klienditeenindus.

48



Loodusturismi arenguperspektiivid

- ◆ Loodusturismi ettevõtjatel mitmed võimalused olemasolevate ressursside baasil tõsta oma konkurentsivõimet
 - Kliendibaasi hajutamine võib tõsta ettevõtte kasvupotentsiaali ning hajutada ühe kliendisegmeni 'ärakukkumisest' tingitud äririske.
 - 'aktiivse puhkuse spetsialistid': tootearendus/turundus sügavama loodusehuviga turistidele, sh välituristile
 - 'looduse spetsialistid': tootearendus/turundus nn aktiivse puhkuse huvilistele, sh korporatiivklientidele).
 - Uudishimu, julgus ja ettevõtlikkus proovida uusi lähenemisi nii tootearenduses, turunduses, inimressursi arendamisel, koostöös piirkonnna ettevõtjatega ja avaliku sektoriga.

49

Lisainfo:

Monika Karu
Arenduskonsultant
Turismiarenduskeskus
Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus
Monika.Karu@eas.ee

50