

# Andmed ja uuringud



Anneli Haabu  
Strateegilise arenduse valdkonnajuht



Piret Kallas  
Turismiuringute koordinaator



Bert Reila  
Digiturunduse analüütik



Dagmar Urb  
Sotsiaalmeedia spetsialist



Tatjana Koor  
Tootespetsialist



Maris Eenmaa  
Nõunik

# Kuidas kõike teada? Uuringud ja andmed

Piret Kallas  
22.02.2022

# I eesmärk – toodete ja sihtkoha arendamine

Tegevussuund:

Teadmiste ja oskuste arendamine

Eesmärk:

Sihtkohtade ja ettevõtete arendustegevuste, nutika turunduse ja müügi planeerimise jaoks on olemas vajalikud ja asjakohased andmed

Tulemused:

- + Külastajateekonna andmed ja statistika on lühikese viitega kättesaadavad
- + Turismimajanduse osakaal Eesti majanduses ja tööhõives ning turismi lisandväärtuse andmed (satelliitkonto põhinäitajad) on lühikese viitajaga (2020 - 48 kuud) kättesaadavad



statistika ja  
Statistikaamet

mudeldamine

testostud

interaktiivne  
töölaud

Review Pro

analüütika

eksperthinnangud

küsitlused

uuringud

mobiil-  
positsioneerimine

# Interaktiivne turismistatistika

- + majutusstatistika riigiti ja regiooniti
- + turismiga seotud ettevõtete tööhõive, käive, müügitulu, riiklikud maksud
- + turismiteenuste maksebilanss
- + kuine ja kvartaalne sagedus, jooksev aasta ja varasemad
- + 2021. a. elanikkonna uuringud – Soome, Rootsi, Läti, Leedu, Poola

## Eesti turism 2021

Eelmised aastad

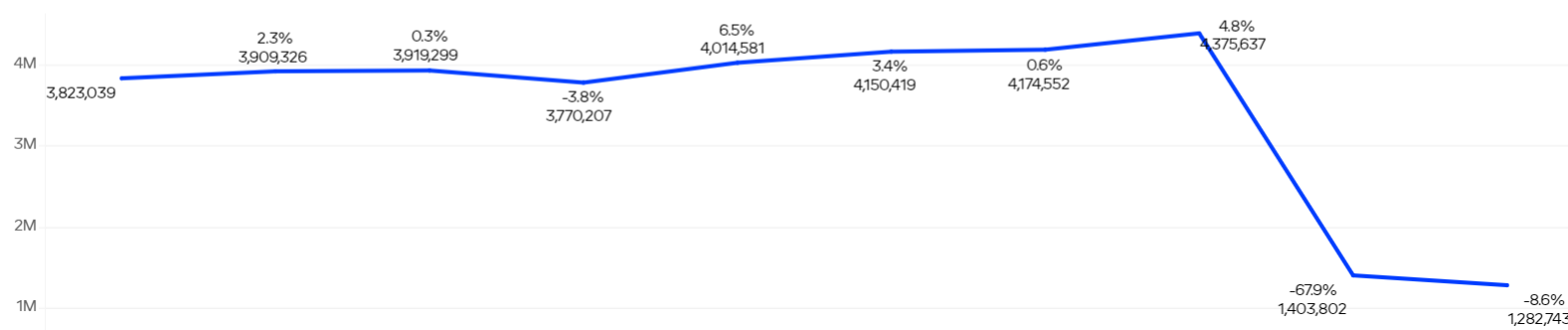


### Majutatud ja ööbimised

Majutatud turistid  
 Ööbimised (veedetud ööd)

Vali elukohariik: Välisriigid kokku  
Vali maakond või linn: Kogu Eesti  
Vali periood: Kogu aasta

Ööbimised (veedetud ööd) Eesti majutusettevõtetes: aastate võrdlus (Välisriigid kokku, Kogu Eesti)



puhkaeestis.ee profiveebis:  
<https://www.puhkaeestis.ee/et/turismiprofessionaalile/uuringud-ja-statistika/interaktiivne-turismistatistika>

# 2021. a. uuringute nopped: Rootsi elanike küsitlus

- + Eestis on käinud 41% reisimishuvilistest Rootsi elanikest (sh. Stockholmi regioonis 56%).
- + Mittekäinute huvi Eestisse reisida on madal, eelkõige kavatsevad tulla juba vähemalt 2 korda käinud inimesed.
- + Need, kes on Eestist huvitatud, nimetasid põhjusena: Eesti on tore, ilus maa, on lähedal / naaberriik, lihtne reisida, pole Eestis (ammu) käinud, Tallinn meeldib, soodne hinnatase, huvitavad vaatamisväärsused ja tegevused.
- + Võrreldes 2014. a. uuringuga on hinnangud Eesti atraktiivsusele ja turvalisusele tõusnud.
- + Restoranid / toit on oluline reisimotivaator, aga teadlikkus Eesti restoranide kvaliteedist ja hinna-kvaliteedi suhtest on pigem tagasihoidlik.
- + Eestisse tulekul eelistatakse rohkem laeva kui lennukit. Mida rohkem on vastajad Eestis käinud, seda tugevam on laevareisi eelistus.
- + Peamine väljakutse: madal teadlikkus sellest, miks Eestisse reisida. Neist, kes pole Eestis käinud, nõustus vaid 12%, et nad on hästi informeeritud sellest, mida Eesti kui sihtkoht pakub, vastupidisel arvamusel oli 50%.
- + Oluline on huvi äratamine Eestis mittekäinute seas (sh sõnumid, et Eesti pakub huvitavaid vaatamisväärsusi ja tegevusi, head toitu, hinnatase on vastuvõetav ja Eestisse reisida on lihtne).

# 2021. a. uuringute nopped: Poola elanike küsitlus

- + Eestis on käinud 21% reisimishuvilistest Poola elanikest.
- + 2/3 välisreisi planeerijatest on ühe võimalusena huvitatud ka Eestist kui sihtkohast.
- + Tõenäolisemalt jõuavad Eestisse need, kellel on juba Eesti-kogemus lähiminevikust ja seeläbi positiivne teadmine eesootavast.
- + Need, kes on Eestist huvitatud, nimetasid põhjusena: Eesti on ilus, tekitab uudishimu, huvi pakub ka meie regioon (Baltikum / Põhjamaad) laiemalt, Eesti pakub huvitavaid vaatamisväärsusi ja tegevusi, inimesed on turistide vastu sõbralikud ja Eesti turismiinfot on lihtne leida.
- + Need, kes ei ole Eestist huvitatud, nimetasid põhjusena: Eesti või kogu piirkond ei tundu atraktiivne, seal pole midagi huvitavat, muud riigid huvitavad rohkem, pole Eestist ja selle turismiatraktsioonidest eriti kuulnud.
- + Oluline on huvi äratamine Eestis mittekäinute seas (sh sõnumid, et Eesti pakub huvitavaid vaatamisväärsusi ja tegevusi, head toitu, hinnatase on vastuvõetav ja Eestisse reisida on lihtne).

# 2021. a. uuringute noppaid: Soome reisifirmade süvaintervjuud

- + reisikorraldajate peamine sihtgrupp 50+, kuid noored täiskasvanud on kasvav segment.
- + reisikorraldajatel on surve oma tooteid uuendada: kliendid otsivad uut sisu, uusi kohti, elamusi, põnevust, nõutakse head kvaliteeti ja kliendikogemust.
- + reisikorraldajal on lihtne müüa teemareise, sündmusi, kultuuri, toitu, ka spaasid, hotellipakette, peretooteid. Raske müüa väga spetsiifiliselt Eesti kultuuriga seotud kohti.
- + Soome siseturism on Eestile kõige suurem konkurent, järgnevad Rootsi ja Läti.
- + Eesti on soomlase jaoks valdavalt puhkusesihtkoht, soomlasele tundub võõras korraldada Eestis konverentse / koosolekuid.



# 2021. a. uuringute nopped: Saksa reisifirmade süvaintervjuud

- + Balti riigid on pigem “komplekt” kui konkurendid. Eesti saab Baltikumi ringreisidelt korduvkülastuse.
- + peresid tuleb rohkem, seltskondadena.
- + noori on klientide seas veel vähe, aga avastavad Eestit järjest rohkem.
- + väärtuspakkumine: suur väärtus on väikelinnadel, kontaktid kohalikega, sõbralikud eestlased.
- + probleemid/ väljakutsed puhkemajadega maapiirkondades (peredele keeruline ööbimist leida, peretubasid vähe).
- + turundus: oodatakse häid vahendeid, millele kommunikatsiooni ehitada (nt videomaterjal, rohkem väikelinnade tutvustust, lood kohalikest).

# 2021. a. uuringute noppaid: Hollandi reisifirmade süvaintervjuud

- + igal trendil on vastutrend, sh Hollandis. Mitte võtta mustvalgelt ühtki trendi (nt kasvavad samaaegselt nii off the beaten track kui ka all inclusive reisirid)
- + lühidalt ette broneerimine
- + kliendikesksus – A ja O. Uuritakse iga 'liigutuse' mõju ja kliendi arvamust/soove
- + välispartneritele (reisifirmadele) on B2B suhtluses oluline: kiirus, paindlikkus, kvaliteet, ühise asja eest väljas olemine
- + ootused meile: tutvustusreis (FAM) on kõige olulisem: kõige rohkem emotsiooni ja tekkiv isiklik suhe aitab sihtkohta paremini müüa
- + e-õpe, uudiskiri ja workshopid

# Välisküllastajate piiriuuring 2022-23

- + hanke pakkumuste tähtaeg on 25.02
- + hangime koostöös Tallinna strateegiakeskusega
- + eesmärk on saada teavet Eestist lahkuvate välisküllastajate struktuuri ning küllastajaid ja reise iseloomustavate näitajate kohta (kulutused, reisieesmärk, reisimotivatsioon, küllastatud kohad, reisi kestus, eelmised reisid Eestisse, rahulolu jne).
- + valim: 9000 vastajat
- + küsitletakse suuremates piiriületuskohtades
- + algus eeldatavalt 2022. a. kevadel, kestab 12 kuud
- + plaanis on avaldada vahetulemusi, mis on kaalumata
- + kaalutud tulemused avaldatakse 2-3 kuud pärast kogu küsitluse lõppu

# Muud uuringud 2022

## elanikkonna uuringud:

- + 7 sihtturul: Peterburis, Norras, Saksamaal, Austrias, Šveitsis, Londoni piirkonnas, Prantsusmaal
- + suurem osa aprillist juunini
- + eesmärk kaardistada kogemust Eestisse reisimisel, huvi lähiaastatel Eestisse reisida, põhjuseid, miks Eestisse reisimine huvitab või ei huvita, erinevate Eestis ajaveetmise võimaluste olulisust ning Eesti mainet puhkusesihtkohana
- + 1000 vastajat, kes kavatsesid lähiaastatel teha välisreise



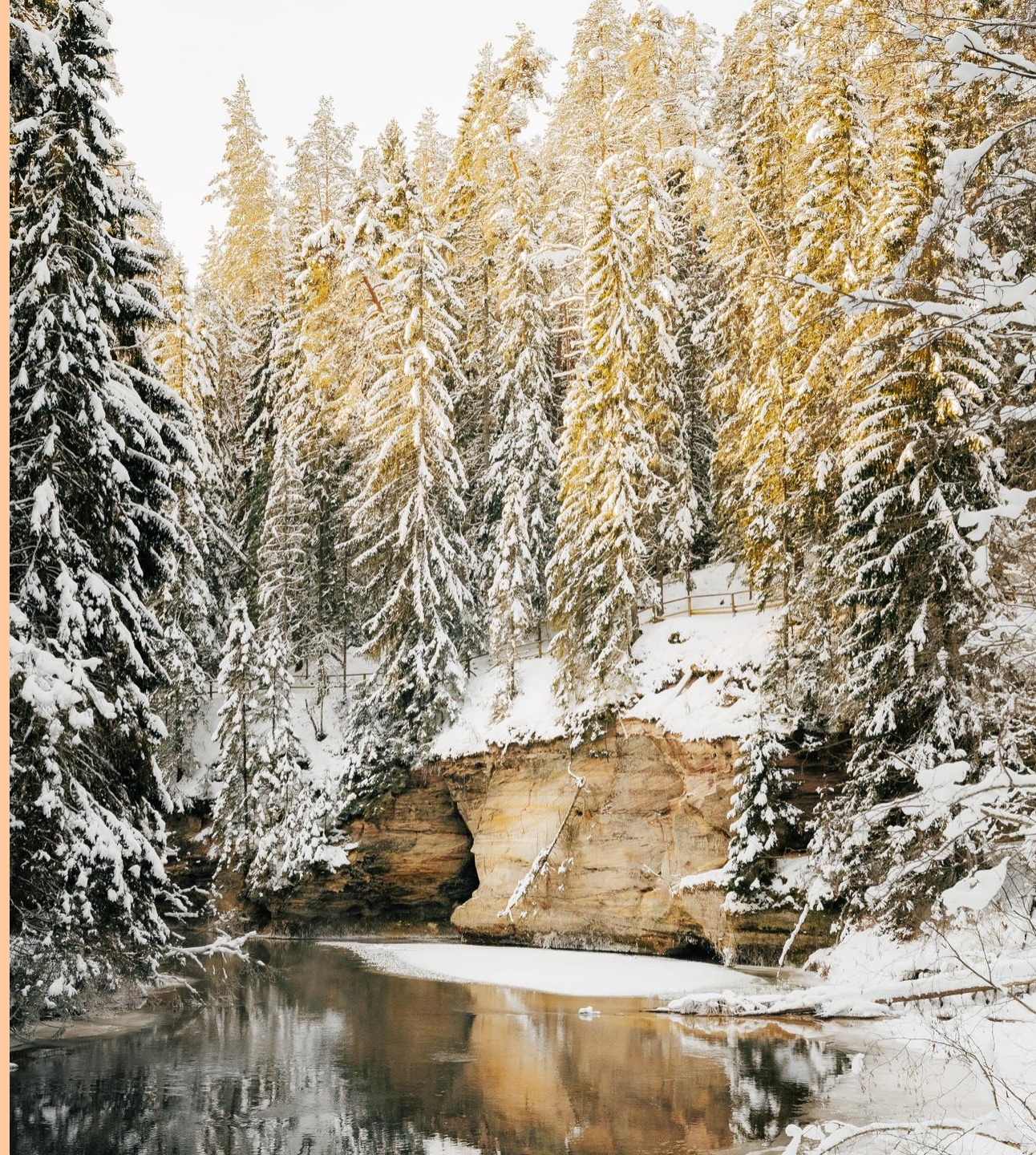
# Muud uuringud 2022

- + lühiajaliste üüripindade statistika maakonniti firmalt Transparent (üüripindade arv, broneeritud ööde arv, viibimise kestus, klientide ligikaudne jaotus elukohariigiti)
- + eksperimentaalstatistika statistikaametilt: turismiga seotud sektorite andmed maksuandmete põhjal (töö eesmärk on leida turismi osatähtsus nii majanduses üldiselt kui ka turismile omastes majandusharudes – alternatiiv satelliitkontole)



# Töös 2022

- + Kultuurifestivalide külastajauuring
- + Eesti loodusturismi rahvusvahelise potentsiaali ekspertanalüüs
- + Rahvusvaheliste diginomaadide analüüs
- + Covid-turvalise ja külalislahke teenuse testostud
- + Süvaintervjuud sihtturgude reisikorraldajatega
- + Kultuuriturismi kriteeriumite ja mõjutegurite uuring projekti testpiirkondades (Eestis Tartumaa ja Võrumaa) töötamaks välja kultuuriturismi mõju hindamise mudel ja tööriist (IMPACTOUR projekt)



# Ettevalmistamisel 2022

- + Roheuring koostöös MKMiga
- + Turismisektori tööjõu-uuring MKMi eestvedamisel
- + Mobiilpositsioneeringu andmete analüüs
- + Interaktiivsete töölaudade edasiarendused



Visit Estonia.  
It's about time.

Aitäh

piret.kallas@eas.ee  
anneli.haabu@eas.ee

