

# LAHEMAA RAHVUSPARGI TURISMIPIIRKONNA SÄÄSTVA ARENGU STRATEEGIA 2019-2030+

Tatjana Koor  
TÜ Pärnu kolledž  
[Tatjana.koor@ut.ee](mailto:Tatjana.koor@ut.ee)



# Jätkusuutlik (säästlik) areng ...

- ... on areng, mis vastab praeguste põlvede vajadustele vähendamata tulevaste põlvede vajaduste rahuldamise võimalust (Brundtlandi raport 1987 )
- Jätkusuutliku arengu eesmärk on:
  - **saada** majanduslikku kasu turismisihtkoha toimimisest,
  - **toetada** kohalikku kogukonda ja kultuuri,
  - **kaitsta** ja **edendada** ehitatud ja looduslikku keskkonda

# Jätkusuutlik areng on

- ... idee **holistlikust** planeerimisest ja strateegiate kujundamisest;
- ... hädavajalike ökoloogiliste protsesside **säilitamine**;
- ... vajadus **kaitsta** nii inimpärandit kui ka bioloogilist mitmekesisust;
- ... vajadus **arenda** nii, et tootlikkuse **jätkusuutlikkus** suudetakse säilitada ka tuleviku põlvede jaoks (põlvkondadevaheline võrdsus);
- ... vajadus **vähendada** tuleviku **riske** (majanduslikud, sotsiaalkultuurilised ja ökoloogilised) ja suurendada üleüldist jätkusuutlikkus.

(Brundtlandi raport 1987 )

# Säästev areng

Praegustele ja tulevastele  
inimpõlvedele elamisväärse  
elukeskkonna tagamine

## Ökoloogiline säästvus

mitmekesise elukeskkonna säilitamine

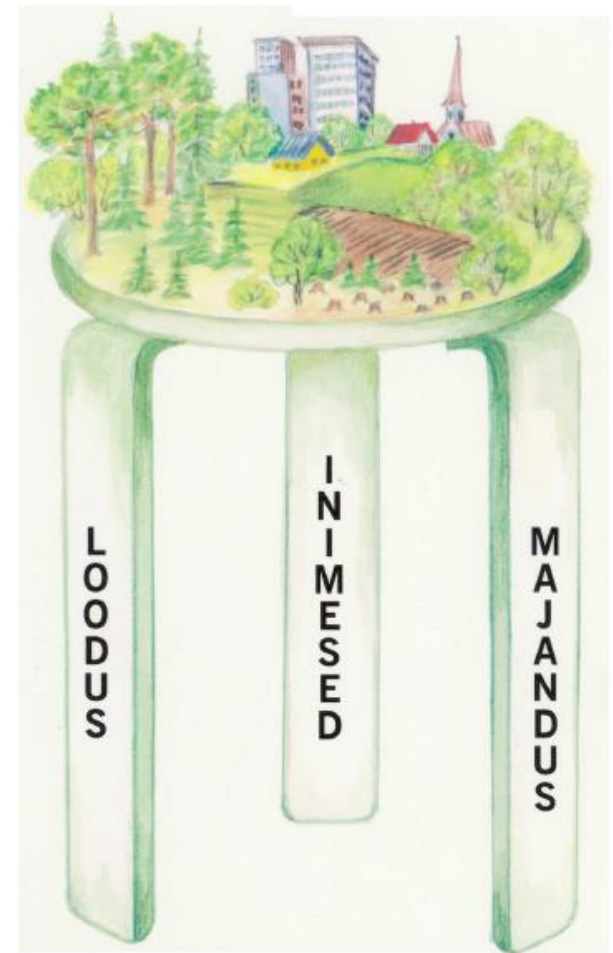
bioloogilise mitmekesisuse säilitamine

## Sotsiaal-kultuuriline säästvus

vaimse ja kultuurilise järjepidevuse ning  
paljususe säilitamine

## Majanduslik säästvus

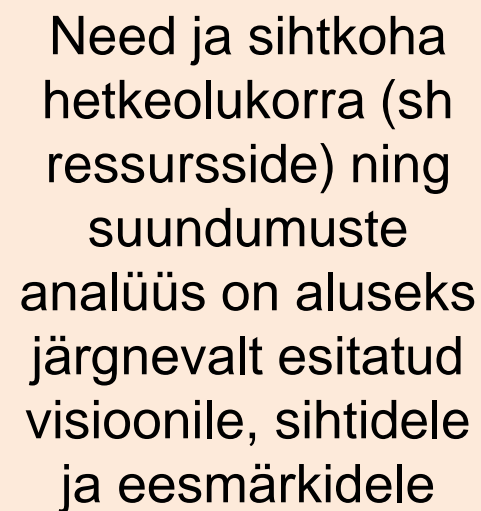
loodusvarade heaperemehelik kasutamine



# Säästva arendamise põhimõtted

(Europarci alusel, tuginedes N. Söber ettekandele ja EUROPARCI alusdokumentidele)

- Kaitse on prioriteet
- Pühendumine säästvale ja jätkusuutlikule arendamisele
- Kõikide asjaliste kaasamine
- Jätkusuutliku ja säästva turismi efektiivne planeerimine
- Püüdlemine pidevate arenduste ja parenduste poole



Need ja sihtkoha hetkeolukorra (sh ressursside) ning suundumuste analüüs on aluseks järgnevalt esitatud visioonile, sihtidele ja eesmärkidele

# Jätkusuutlik vs mitte jätkusuutlik turismi areng

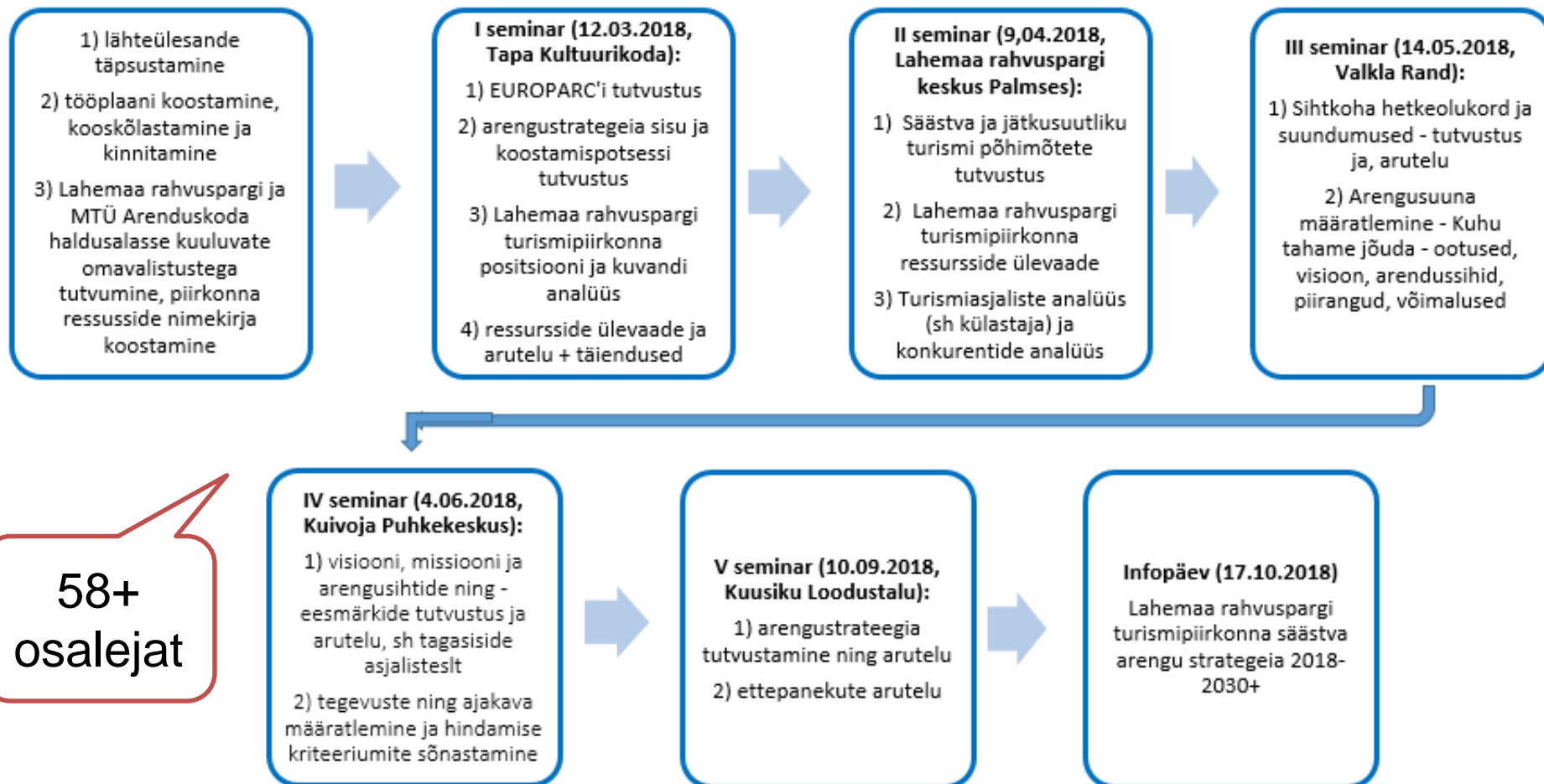
## Jätkusuutlik turism ja areng

- Aeglane ja kontrollitud areng
- Pikaajaline
- Kvalitatiivne
- Kohalik kontroll
- Planeeri ja siis arenda
- Ideest juhitud areng
- Kõiki maastikutüüpe kaasav
- Kohalikud arendajad
- Kohalik tööjõud
- Kohalik arhitektuur
- Ettevalmistunud turistid, kes soovivad õppida kohalikku keelt, kes on taktitundelised ja tundlikud ja vaiksed
- Korduvkülastused

## Mitte jätkusuutlik turism ja areng

- Kiire ja kontrollimatu areng
- Lühiaajaline
- Kvantiteet
- “Kaug”kontroll
- Arendamine ilma plaanita
- Projektidest juhitud areng
- Keskendutakse “meepottidele”
- Välised arendajad
- Imporditud tööjõud
- Mitte-kohalik arhitektuur
- Turistid ei ole sihtkohaks ettevalmistunud ning ei soovi õppida kohalikku keelt, intensiivne ja tundetu käitumine, kõvahäälsed
- Ei soovi tagasi tulla

# Mida tegime ... protsess ja osalejad



# Strateegia peab sisaldama (Europarc'i alusel)

1. sihtkoha kirjeldust
2. hetkeolukorra analüüsi (ressursside, asjaliste, sh külastaja, ja trendide analüüs + SWOT)
3. strateegilisi eesmärke (visioon, missioon, arengusihid ja -eesmärgid)
4. tegevuskava
5. ressursside ülevaade ja hinnang (see on ka üks osa hetkeolukorra määratlusest)
6. tulemuste hindamise indikaatorid (võib olla ka üks osa tegevuskavast)



# Strateegia ülesehitus

## Sissejuhatus

1. Lahemaa rahvusparki ja Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna kui sihtkoha kirjeldus ning
  1. Lahemaa rahvusparki ülevaade
  2. Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna ülevaade
2. Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna määratlus
  1. Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna ressursside ülevaade ja hinnang
  2. Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna külastajate sihtrühmade ülevaade
  3. Maailma- ja Eesti turisminäitajad ning -trendid
3. Lahemaa rahvusparki ja Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna olukorra analüüs
4. Strateegilised eesmärgid (visioon, missioon, arengusihid ja -eesmärgid)
5. Tegevuskava (2019-2024) ja tulemuste hindamise indikaatorid

## Kasutatud allikad

### Lisad

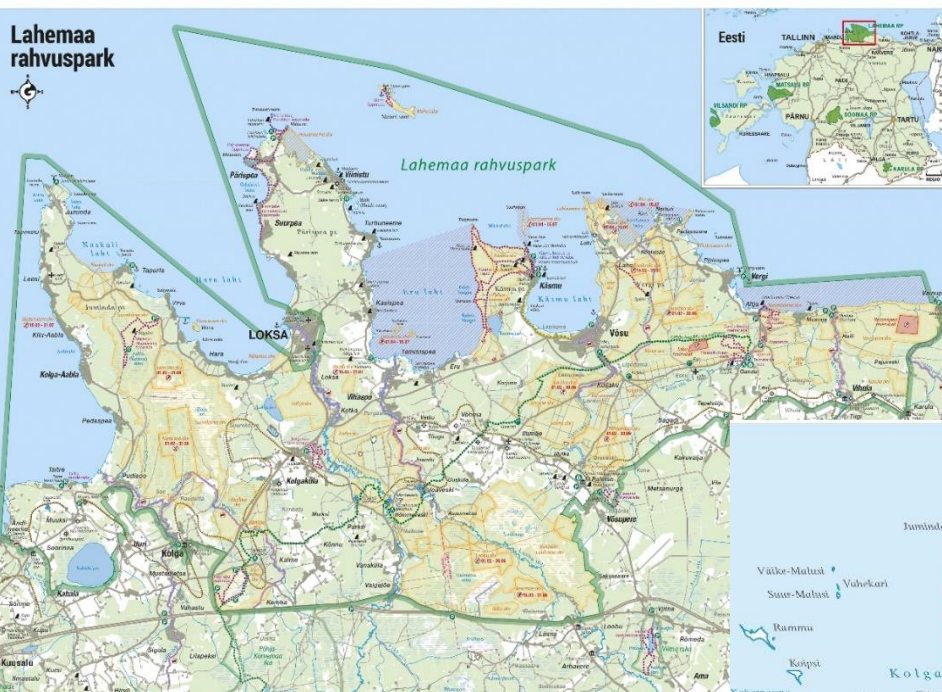
Lisa 1. Osalejate nimekiri (Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna säästva arengu strateegia seminarid ja õppereisid)

Lisa 2. Arengukava koostamise protsess

Lisa 3. Ressursside nimekiri valdade lõikes

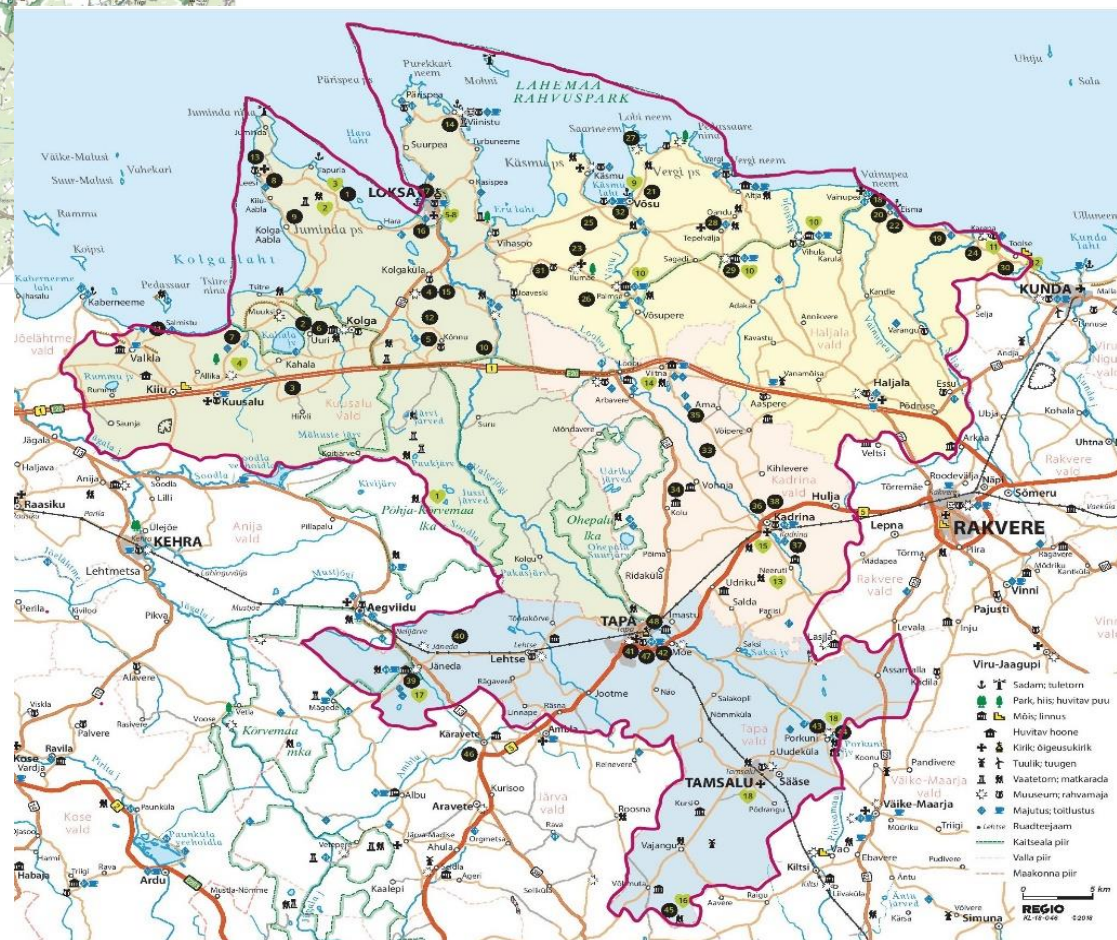
# LAHEMAA RAHVUSPARGI TURISMIPIIRKONNA KIRJELDUS

---



allikas: [www.kaitsealad.ee](http://www.kaitsealad.ee),  
MTÜ Arenduskoda tegevuspiirkonna voldik

# Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna määratlus



# Sihtkoha kirjelduse tulemusena ... (1)

- **Piirkonnas ja sinna jäävate valdade prioriteediks** on kultuuri- ja loodusväärtuste kaitsmine ja säilitamine ning koostöö edendamine erinevate huvirühmade vahel tagamaks säästvat ning jätkusuutlikku sihtkoha haldamist ja arendamist.
- Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna **pindala on ligi 2 098 km<sup>2</sup>**
- **Sihtkoha rahvaarv 29 394 inimest (1.01.2018)**
  - Rahvaarv on stabiilselt kahanenud, kuid viimastel aastatel on langus pidurdunud.
  - Negatiivne iive + pendelrände suur osakaal – mõju tööjõulukorrale
  - Naiste osakaal on mõnevõrra suurem (umbes 52% elanikest) kui meeste
  - Vanuse lõikes on domineerivam vanuserühm 40-64 ning vähem elanike on vanuses 0-20 (ka võrreldes Eesti keskmisega).
  - Suhteliselt suur muukeelse elanikkonna osakaal.
  - Asustustihedus on pigem väike ning valdav osa elanikest koonduvad asulatesse

## Ettevõtluskeskkond piirkonnas (2)

- Peamised **tegevusvaldkonnad**: põllumajanduse, metsatööstus, kalandus, jaekaubandus
  - Tallinna lähedal enim levinud tegevusaladeks hulgi- ja jaekaubandus, töötlev tööstus
  - Kaugemal metsandus ja põllumajandus.
- Valdav osa ettevõttest on **mikroettevõtted** (töötajate arv kuni 10).
- Olulisel kohal **mittetulundussektor** – MTÜde arvukus kasvas ligi 43%
- Üsna palju puhke- ja turismimajandusega seotud ettevõtteid, kuid nähakse selle valdkonna **suuremat potentsiaali**
- Valdav osa maaturismiettevõtteid on oma tegevuse suunanud eelkõige **säästvale turismi arendamisele**, aga nähakse vajadust ka **vastutustunde suurendamise** ning inimeste teadlikkuse tõstmises.
- **Teenused on kättesaadavad** kõikides suuremates keskustes, va pangateenus.
  - **Probleemiks** on avalike ja elukondlike teenuste **kättesaadavus ääremaadel**.
  - Esmatasanditeenused on enamjaolt olemas, kuid valdavalt on need **koondunud keskustesse**.
- Küllastajatele pakutavatest teenustest on **piirkonnas erinevaid võimalusi**, kuid sageli **ei vasta nende kvaliteet klientide ootustele**.

## Turismipiirkonna ligipääsetavus ja transport (3)

- Piirkond on **hästi ligipääsetav**, soodsa asukoha, üsna hästi arendatud taristuga.
- **Tallinna** kui Eesti olulise „värava“ **lähedus** – erinevad võimalused.
- Tallinnast on võimalik Lahemaale liikuda kasutades ühistransporti, isiklikku või rendiautot või jalgratast.
- **Rongiga** on võimalik tulla Tapale ja edasi liikuda jalgratta, renditranspordiga.
- Sihtkohta läbivad mitmed **olulised riigimaanteed** (nt Tallinn-Narva-Peterburi, Tallinn-Tartu-Valga) + Tallinn-Pärnu-Riia maantee lähedus
- **Teede võrgustik** on üsna **hea**, kuid piirkonniti võib see olla erinev.
- Paljud teed on sihtkohas **kõvakattega ning hooldatud**.
- **Ühistranspordi** puhul on oluline arvestada sõidugraafikute ja marsruutidega:
  - Tallinnast ja Rakverest Lahemaale sõidab mitmeid busse, kuid üldjuhul on nende sihtkohaks või peatumiskohtadeks asulad.
  - Bussid väljuvad sisuliselt iga tunni järel – arvestav võimalus
  - Kohapeal erinevate paikade kättesaadavus võib olla probleemne – hõre
- Sihtkohta on võimalik jõuda ka **jahi või väikelaevaga**, kuid väikesadamate olukord (korrashoid, võimalused) on ebaühtlane ning eeldab suuremat tähelepanu ka aredustegevuste ja investeeringute planeerimisel.

# RESSURSSIDE ANALÜÜS PIIRKONNA JA VALDADE LÕIKES

---

# Ressursside ülevaade ja analüüs

- Eesmärk on välja selgitada sihtkoha, regiooni kui terviku, samuti selle erinevate piirkondade, omavalitsuste, kogukondade ja turismiettevõtete tugevad ja nõrgad küljed.
- Tulemus:
  - teistest sihtkohtadest **eristuva kompetentsi** väljaselgitamine
  - selged **suunised** strateegiliseks arendus- ja turundustöök

- Loodusressursid (sh vaatamisväärsused)
- Kultuuriressursid (sh sündmused, ajaloolised vaatamisväärsused)
- Aktiivsed tegevused
- Turismitaristu (majutus, toitlustus jne)
- Külastust toetavad võimalused (sh teenused)



# Ajaloo- ja kultuuriressursid (sh sündmused) (1)

- Sihtkohas on arvukalt ajaloo- ja kultuuriressursse, mis loovad mitmeid võimalusi erineva huviga küllastajatele (ajaloohuvilised (sh välisturist), pered, koolid jne):
- **Mõisad** – arvukalt mõisaid nii Haljala, Kuusalu kui ka Tapa vallas.
  - Nende olukord (korrasolek) kui ka olulisus külalisobjektina on erinev
  - Mõisad on olulised külustusobjektid, kuid nende kvaliteet (korrasolek) on varieeruv.
- **Kirikud, kabelid, kalmistud** – paiknevad üle kogu piirkonna. Need on erineva suuruse ja olulisusega (küllastaja ning tootearenduse ja turunduse seisukohalt).
- **Muuseumid ja galeriid** – enam on need esindatud Haljala ja Kuusalu vallas, vähem Tapa ja Kadrina vallas ja Loksa linnas. Lahenduste ja pakkumiste poolest domineerivad talumuuseumi tüüpi asutused ja need, mis on seotud käsitöö või koha ajaloo tutvustamisega (nt külamuuseumid).
- **Külad** – Haljala ja Kuusalu valla puhul on eristuvaks võimaluseks külad (Altja, Vergi jne)

# Ajaloo- ja kultuuriressursid (sh sündmused)

- **Muud (ausambad, mälestusmärgid, (olulise väärtusega) hooned)** – paiknevad kogu piirkonnas, kuid erinevalt eelnevast on nende suurem esindatus ja olulisus (allikate alusel) Kuusalu ja Kadrina vallas.
- **Kivid, linnamäed, linnused, varemed** – esindatud kogu piirkonnas. Nende kvaliteet (sh viidastus ja ligipääs) ning roll on erinev.

## Sündmused:

- Piirkonnas toimub palju erineva sisu (sport, kultuur, tähtpäevade tähistamine), külastajaskonna ja suurusega sündmusi.
- Mitmed sündmused on tuntud üle Eesti ja on oluliseks külastusteguriks ka väliskülastaja jaoks (nt Viru Folk, Jäneda aia- ja lillepäevad)
- Valdade lõikes on erinevusi toimumisaja ja kestuse osas
- Valdav osa sündmustest on suunatus siiski kohalikule (piirkonnas elavatele inimestele) ning teadlikus erinevatest väiksematest või spetsiifilisematest sündmustest on erinev (eriti piirkonna teises vallas või teises otsas elavate ja tegutsevate inimeste seas).

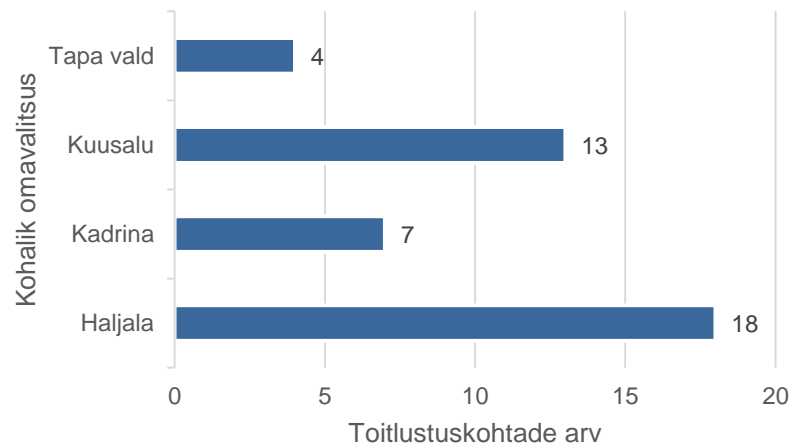
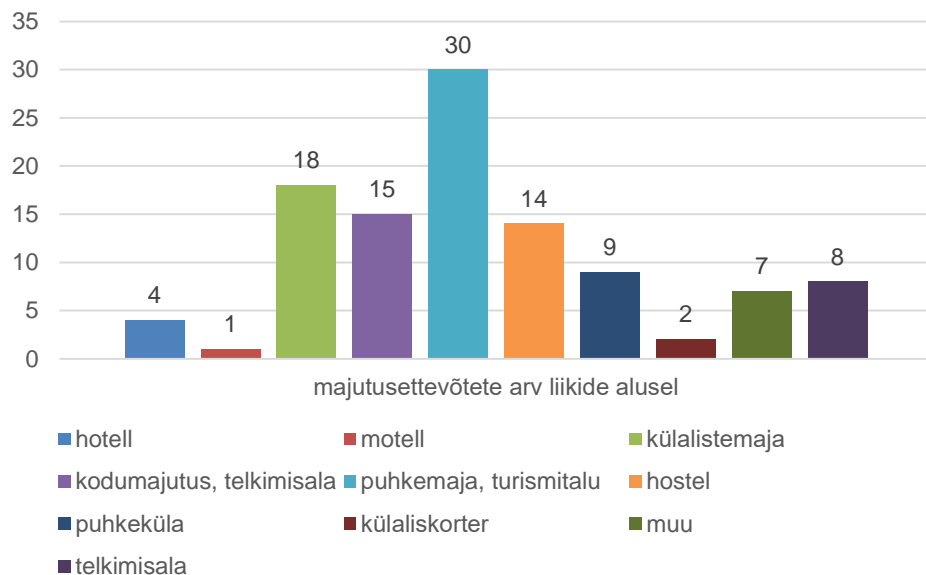
# Looduressursid

- Lahemaa turismipiirkonnas on **palju hästi hoitud ja esitletud loodusressursse** – peamine väärtus ja tõmbetegur piirkonnas.
- Looduslikest ressurssidest on piirkonnas mitmeid **randu, allikaid, järvesid ja jõgesid**.
- Piirkonnas on **mitmeid looduslike üksikobjekte, rändrahne, (mõisa) parke**.
- Suurim väärtus on kaitsealade olemasolu piirkonnas, mille arukas majandamine tagab loodusressursside jätkusuutlikkuse ja kestuse.
- Loodusressursside kasutamine turismitootena on vajalik jälgida ja arvestada seda, et kaitsealadel asuvate looduslike ressursside kasutamisel on mitmed piirangud.

# Aktiivsed tegevused

- Aktiivsete tegevuste puhul tuleb suuresti esile piirkonna eripära, mis seisneb **rikkalike loodusressursside olemasolus**, mida kasutatakse piirkonda küllastajate meelitamiseks.
- Aktiivsetest tegevustest **domineerib mitmekülgne ja rikkalik õppe- ja matkaradade nimekiri** ning sellest lähtuvalt on palju pakkumisi erinevate **matkade ja maastikumängude** läbiviimiseks.
- Kuna piirkonnas on **veeressursse**, siis on võimalik paadi ja kanuuga sõita, purjetada, ujuda jne.
- Jahipidamine on eelkõige enda tarbeks ning selle ressursi olulisust ei see ei ole prioriteet.
- Piirkonnas on mitmeid **loomakasvatajaid** ning oluliseks peetakse nende pakutavaid teenused, sh **ratsutamist**.
- **Peredele ja lastele on mitmeid tegevusi**. Lastele on rajatud mänguväljakuid, loomadega tutvumise võimalused, ratsatalud, teemapargid, laste- ja noortelaagrid jms.

# Majutus- ja toitlustusvõimalused



**Tabel 1.** Majutusettevõtete jaotus liikide ja omavalitsuste lõikes

	Kokku	Hotell	Motell	Külaliste- maja	Hostel	Kodu- majutus	Puhke- maja	Puhke- küla	Külalis- korter	Muu
Haljala vald	55	4	0	12	7	11	10	4	1	4
Kadrina vald	18	0	1	2	4	3	4	3	0	1
Kuusalu vald	29	1	0	3	1	1	14	2	0	1
Loksa linn	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Tapa linn	7	0	0	2	2	0	2	0	1	0

# Toetavad võimalused

- Arvukalt erinevaid võimalusi, kuid seda eelkõige asulates
- Info leidmine on keeruline, kuna vaid osade veadade veebilehel või arengukavades või muudes sihtkohaga seotud allikates (nt puhkaeestis.ee jne) on info terviklik ja erinevaid aspekte kajastav
- Vahemaad ei ole suured – see on kindlasti tugevus, mis võimaldab saada külastajal soovitud teenuse lahkumata Lahemaa rahvuspargi turismipiirkonnast

# Külastaja profiil

- **Külastuseesmärgid:** õppeekskursioonid, looduse vaatlemine, matkamine, ujumine, telkimine, pikniku pidamine ja stressi maandamine
- **Peamised vanuserühmad:** 25-34-aastased ja 35-44-aastased
- **Kes külastab:**
  - sisekülastaja Tallinnast, Tartust ja Pärnust;
  - väliskülastaja Saksamaalt, Soomest ja Lätist;
  - kõrgema haridustaseme ja suurema sissetulekuga külastaja, aga ka koolilapsed ja ekskursandid ning sündmustel osaleja
- **Kuidas külastab:** väikestes rühmades, pere ja sõpradega
- **Kui kaua viibib:** peamiselt 1-2 ööd
- **Millal külastab:** peamiselt suvel ja nädalavahetustel
- **Milliseid teenuseid kasutab:** giidi- ja aktiivse ajaveetmise võimalused, majutus ja toitlustus
- **Keskmine kulutus:** ~60 eurot päevas
- **Kust infot saab:** suust-suhu leviv info, puhkaeestis.ee ja visitestonia.com, Tripadvisor, printmeedia
- **Millist elamust otsivad:** puutumatu loodus, ilusa vaated, aktiivsed tegevused looduses, vaimne elamus, ostlemine, autentsed tooted, mahetoodang ja „käsi külge“ tegevused

# TURISMINÄITAJAD JA TRENDID MAAILMAS, EESTIS JA VAADELDAVAS PIIRKONNAS

---



### Maailma turismi- näitajad (2017 / 2018)

- 1,32 miljardit ööbimisega välisreisi maailmas (+6,7% võrreldes 2016. aastaga)
- 2018. aasta esimene pool näitas samuti kasvutrendi (+6%).
- Reisimise piirkonnad muutuvad – suurenenud Aasia, Lähis-Ida ja Aafrika osakaal, kuid lähimad sihtkohad ja viimase hetke broneeringud on endiselt populaarsed
- Reisimine kasvas Aasia ja Vaikse ookeani piirkonda 5,8%, Ameerikasse (Põhja- ja Lõuna-Ameerika) 2,9%, Aafrikasse 7,8% ja reisis Lähis-Idasse 4,8%.
- Elanike reisikulutused kasvavad (näiteks USA, Saksamaa, Venemaa, Suurbritannia, Hiina, Itaalia, Hispaania, Rootsi).
- Reisimise üldine tõusutrend nii riikidest, kust see eelnevatel aastatel kasvas, kui ka riikidest, mille turisminõudlus eelnevatel aastatel vähenes (näiteks Venemaa ja Brasiilia).

### Euroopa turismi- näitajad (2017 / 2018)

- Ööbimisega reisijate arv 671 miljonit (+8,4% võrreldes 2016. aastaga)
- Tulemused regiooniti: Lõuna-Euroopas suurenes ööbimisega turistide arv 12,6%, Lääne-Euroopas 6,6%, Põhja-Euroopas ning Kesk- ja Ida-Euroopasse 5%.
- Euroopa kõige suuremat kasvu näidanud regioon maailmas.
- Reisis Euroopa riikidesse kasvasid 2018. a. esimese nelja kuuga 7%. Seejuures suurenes Lõuna- ja Lääne-Euroopa ööbimistega külastajate arv 8%, Kesk- ja Ida-Euroopas 6% ning Põhja-Euroopas vaid 1%.

### Eesti turismi- näitajad (2017 / 2018)

- 2017. aastal oli 3,54 miljonit turisti (+ 6,6% võrreldes 2016. aastaga), välituriste oli 2,16 miljonit (+4,8%) ja siseturiste 1,39 miljonit (+9,7%) ning ööbimiste arv kasvas 4,5%.
- 2017. a. kasvas majutusettevõtete sissetulek majutusteenuste müügist 12% (245 milj.).
- Enam lisandus veedetud öid Tartus (+31% ehk 117 528 võrra), Tallinnas (kasv 101 946 võrra), Saare maakonnas (kasv 39 380 võrra) ja Ida-Virumaal (kasv 27 185 võrra).
- Välituristide ööbimistest oli Soome turu osatähtsus 41%, Vene 11,6%, Saksa 6,3%, Läti 5,9% ja Rootsi 3,5%. Nende ööbimised moodustasid 68% välituristide ööbimistest.
- 2018. aasta (jaanuar-juuni) peatus Eesti majutusettevõtetes 1,58 miljonit turisti (+1,8%), neist välituriste 950 241 (+1,4%) ja siseturiste 631 638 (+2,5% võrreldes eelmise aastaga). Kui vaadata juuli ja augusti tulemusi, siis välituristide reisimine vähenes ning seda eelkõige Soome ja Läti külastajate arvu languse tõttu.
- Turistid veetsid kokku 2018. aastal (jaanuar-juuni) 2,93 miljonit ööd (+3,1%), seejuures välituristide ööde arv oli 1,86 miljonit (+3,5%) ja siseturistide ööde arv 1,06 (+2,4%).
- Enam lisandus 2018. aasta esimeses pooles siseturiste ja Vene turistide. Lisaks näitasid kasvu turistide arvud Saksamaalt, Jaapanist, Hiinast, Poolast, Rootsist ja Suurbritanniast.
- Kõige enam vähenes turistide arv Soomest (-6%), mis avaldas mõju ka üleüldisele tulemusele ning alates juulist hakkas langema ka Läti turistide arv.
- 2018. aasta esimesel poolel suurenes väliskülastajate puhul enam tööreisidel tehtavate reiside ööbimiste arv (+8%). Ööbimised puhkuse-reisi eesmärgil moodustasid 64%, tööreisil 23% ja muudel põhjustel reisidel 12% kõikidest välituristide ööbimistest. Siseturistide ööbimistest lisandus enam puhkuse-reisidel.

# Turismi- näitajad maailmas, Euroopas ja Eestis

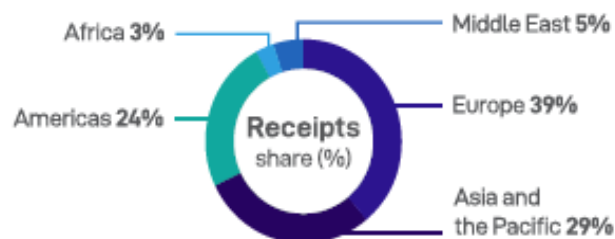
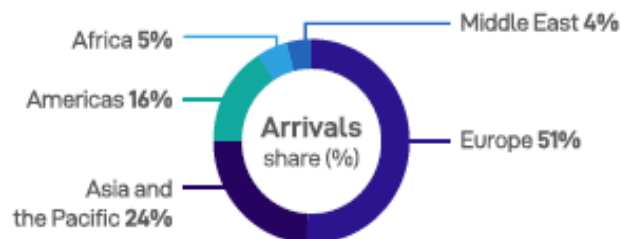
# Turisminäitajad 2017. aastal maailmas

**+7%**

Total International Tourist Arrivals  
**1,323 million**

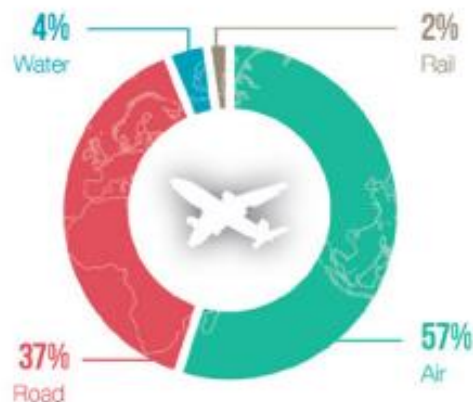
**+5%**

Total International Tourism Receipts  
**US\$ 1,340 billion**

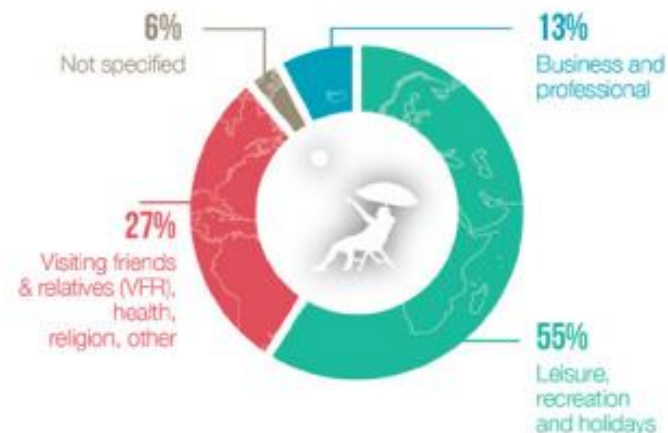


Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

Mode of Transport (2017)



Purpose of visit (2017)



Allikas: UNWTO Tourism Highlights, 2018

# Olukord maakondade lõikes ning hooajalisus

## Harju maakond (2017)

- Harju maakonnas veetsid sise- ja välituristid 2017. aastal 302 942 ööd (Tallinna külastajad ei ole siia sisse arvatud)
- Harju maakonnas oli turistide arv kasvavas trendis võrreldes 2016. aastaga (+1%), vaatamata sellele Harju maakonna osakaal välituristide ööbimise lõikes tagasihoidlik.
- Sihtturgudena domineerisid: eestlased, soomlased, venelased, lätlased, sakslased ehk sama olukord, mis Eestis üldiselt, kuid Harju maakonnas oli suur ka Leedulaste osakaal.
- Soomlaste osakaal oli 2017. aastal languses (-4%), nagu ka Saksa turistide osakaal.
- Vene turistide osakaal kasvas (+14%) ning kasvas mõnevõrra ka siseturistide arv
- Kaugemate turgude osakaalu tõus, kuid võrreldes peamiste sihtturgudega on nende roll veel tagasihoidlik.

## Lääne-Viru maakond (2017)

- Lääne-Viru maakonnas veetsid sise- ja välituristid 2017. aastal 222 936 ööd.
- Lääne-Virumaal oli turistide arv langustrendis (-2%) võrreldes 2016. aasta tulemusega. Lääne-Viru maakondade külastanud välituristide ööbimised on üsna tagasihoidlikud võrreldes Eesti üldiste näitajatega.
- Sihtturgudena domineerisid: eestlased, soomlased, venelased, lätlased, sakslased.
- Soomlaste osakaal oli 2017. aastal languses (-11%), nagu ka Saksa ja siseturistide osakaal.
- Vene turistide osakaal kasvas (+7). Ka Läti turistide osakaal suurenes.
- Kaugemate turgude osakaalu tõus, kuid võrreldes peamiste sihtturgudega on nende roll veel tagasihoidlik.

### Soome turist

- Hinnatundlik
- Reisib eelkõige suvel (juulis)

### Vene turist

- Kõige vähem suvele keskendunud turg (populaarsem kuu jaanuar, mai, november)

### Läti turist

- Kolmandal kohal madala hooajalisuse poolest – august, juuli, oktoober, juuni, märts, aprill)
- Huvi: Eesti regioonid (ka väljaspool suvehooaega)

### Eesti turist

- Lisandunud ööbimisi aprillis ja mais ning jaanuaris ja veebruaris

### Muud turud

- **Norra** – II kohal madala hooajalisuse poolest (kevad, sügis) – firmaüritused, motivatsioonireisid, linnareisid
- **Rootsi** – IV kohal – lisaks juulile, ka kevadel ja sügisel
- **Leedu** – V koht – populaarsem kuu august
- **Valgevene ja Saksamaa** turist keskenduvad samuti vähem ühele kuule ja hooajale.

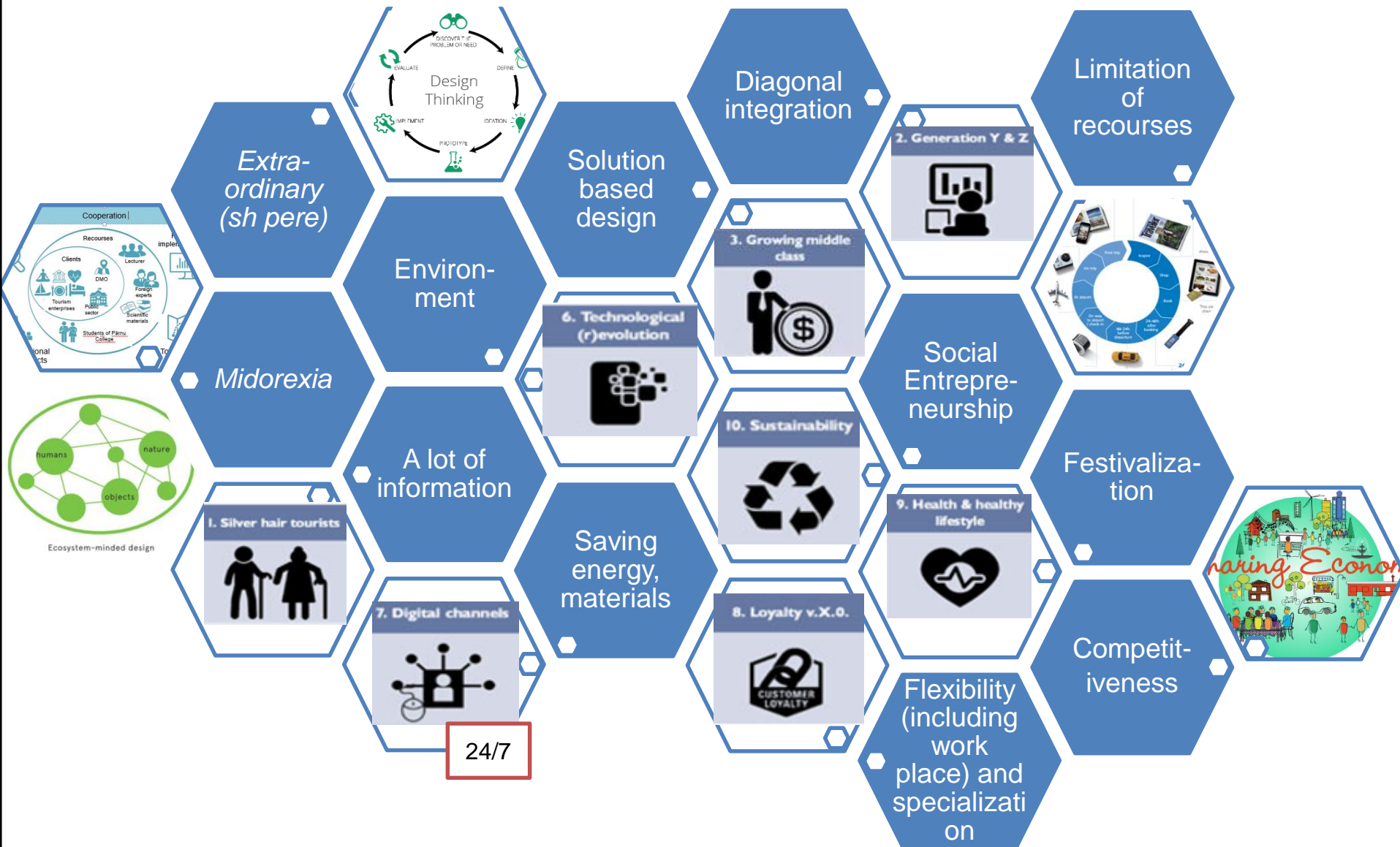
- Selget hooajalisuse vähenemise trendi ei ole.
- 2017 vähenes mõnevõrra hooajalisus
- Puhkus vs muud eesmärgid
- Harju maakond ja Lääne-Viru maakond paiknevad 7 ja 8 kohal:
  - Suvehooaja kõigist majutustevõtetes veedetud öödest 39% ja 40%
  - Eesti keskmine 37%

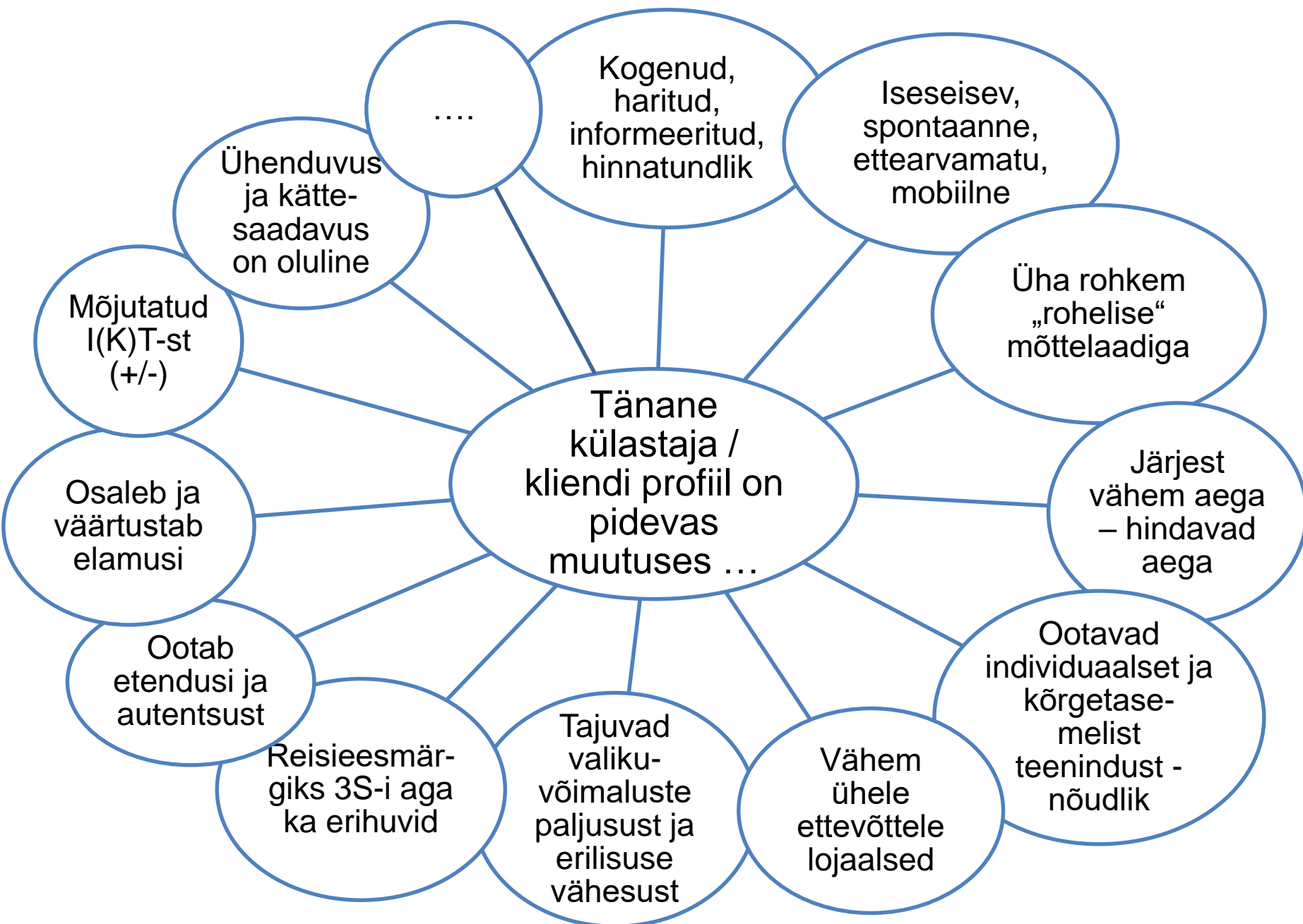
# Muutused turismi käsitlustes

Poon, 1993

	<b>Old tourism</b>	<b>New tourism</b>
<b>Customers</b>	To be tanned Unexperienced Wish to consume homogeneous products	To keep clothes on Mature Wish to differ
<b>Technology</b>	Unfriendly Limited amount of users Single applications	Interactive All the „players“ are users and developers Lot of integrated applications
<b>Production</b>	Price based competition Vertical and horisontal integration	<i>Innovation based competition</i> <i>Diagonal integration</i>
<b>Management</b>	Labour costs are main production costs Maximising volumes They just sell what they produce	<i>Employees are the key to the quality</i> <i>Revenue management</i> <i>Co-creation</i>
<b>Frameworks</b>	Regulations Economic growth Uncontrolled growth	Deregulations Restructuring Growth limits

# Trendid ja muutused





# SWOT-ANALÜÜS

---

# Lahemaa rahvusparki ja Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna olukorra analüüs

TUGEVUSED	NÕRKUSED
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mitmekesised, unikaalsed ja korrastatud kultuuri- ja loodusressursid</li> <li>• Mitmekülgne rannikuala, rannakülade miljöö ja arhitektuur</li> <li>• Palju erinevaid sündmusi</li> <li>• Suuremate linnade ning rahvusvahelise lennujaama ja sadama lähedus</li> <li>• Heas korras taristu ja oluliste riigimaanteede lähedus (läbivad piirkonda)</li> <li>• Erinevad õppe- ja matkarajad ning sihtkoha kultuuri- ja loodusväärtusi tutvustavad külastuskeskused ning muuseumid</li> <li>• Erineva taseme ja suurusega majutusvõimalused</li> <li>• Erinevad aktiivse vaba aja veetmise võimalused (sh avalikus ruumis)</li> <li>• Mitmekesised tooted ja teenused loodushuvilisele rühmaga reisijale</li> <li>• Piirkonnas on olemas kohalikud teenusepakkujad (sh pereettevõtted)</li> <li>• Aktiivne mittetulundussektor ning tugevad kogukonnad Lahemaa rahvusparki alal</li> <li>• Turvaline keskkond</li> <li>• <u>Mitmekeelne</u> keskkond ja keelte oskus kohalike seas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puudub ühine arusaam piirkonna säästva ja jätkusuutliku arendamise olulisusest ning vastavate põhimõtete rakendamises toodete arendamisel ja pakkumisel</li> <li>• Vähene omavaheline koostöö erinevate osapoolte vahel</li> <li>• Nõudluse kõrge hooajalisus</li> <li>• Loodusressursside ebaühtlane koormatus</li> <li>• Rahvusparki ei käsitleta töö-, elu- ja jätkusuutliku ettevõtluse keskkonnana</li> <li>• Süsteemse ja kogu piirkonda katva turismi mõju hindamise puudumine</li> <li>• Sündmuste info levik puudulik ning suunatud eelkõige kohalikule kogukonnale</li> <li>• Piirkonnal puudub ühtne turismiinfo andmebaas</li> <li>• Paljud teenused, sh toitlustus saadaval vaid ette broneerimisel</li> <li>• Teenuste ebaühtlane tase ning madalhooajal paljud teenused ei ole kättesaadavad</li> <li>• Avalikud teenused (postkontor, pank, raamatukogu jne) ei ole külastajatele nähtavad</li> <li>• Noorte inimeste vähene ettevõtlikkus ja ettevõtlusega tegelemine</li> <li>• Ettevõtete vaheline ristturundus toimib vaid osaliselt</li> </ul>
<p><b>VÕIMALUSED</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Huvi suurenemine kultuuri- ja looduspärandi ja selle kaitse vastu</li> <li>• Huviturismi kasv</li> <li>• Huvi koospakutavate harivate ja meelelahutuslike võimaluste järele</li> <li>• Eri- ja eristuvate vajadustega inimeste aktiivsem reisimine</li> <li>• Teistsuguste ja n-ö "avastamata" sihtkohtade külastamine, sh maapiirkonna kui sihtkoha populaarsuse kasv</li> <li>• Eesti kui reisisihi tunde suurenemine välisturgudel (sh <u>kaugturgudel</u>)</li> <li>• Uute või kasvavate turgude (nt Jaapan, Hiina, Läti) külastajate huvi</li> <li>• Eesti kui sihtriigi ja selle erinevate kohtade parem ligipääsetavus ja suurem usaldusvärsus sihtkohana</li> <li>• Uute tehnoloogiate kasutamine tootearendamisel ja <u>turundamisel</u></li> <li>• Interneti ühenduse paranemine maapiirkonnas</li> <li>• Sotsiaalmeedia ja interneti rolli suurenemine reisikogemuse jagamisel ja reisiinfo hankimisel</li> <li>• Sündmuste mõju suurenemine sihtkoha külastamise <u>motivaatorina</u> pikendab hooaega</li> </ul>	<p><b>OHUD</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Riigi infrastruktuuri ebaühtlane tase</li> <li>• Sarnaste loodussihtkohtade (sh nii Eestis kui <u>lähiriikides</u>) selgem positsioon</li> <li>• Eesti kui reisisihi väiksem tunnus ja ligipääsetavus kaugematel turgudel võrreldes mitme teise naaberriigiga (Soome, Läti)</li> <li>• Euroopa kui turismiregiooni populaarsuse vähenemine</li> <li>• Külastajate / turistide suurenev hinna- ning erinevate poliitiliste olukordade tundlikkus</li> <li>• Rahvastiku ebasoodsa struktuuri süvenemine (negatiivne iive, väljaränne)</li> <li>• Külastajate madal keskkonnateadlikkus ja ettevalmistus looduslike ja ajaloopärandiga seotud paikade külastamisel</li> <li>• Tulevikureisija (Z-generatsioon) muutunud reisi- ja info hankimise harjumused</li> <li>• Ehedus ja autentsus kui peibutusvahend – vähenev usaldus</li> </ul>



# STRATEEGILISED EESMÄRGID

---

**Visioon:** Aastal 2030 on Lahemaa rahvusparki turismipiirkond rahvusvaheliselt tuntud, säästva arendamise põhimõtteid järgiv mitmekesise ja hoitud looduskeskkonna ja kultuuripärandiga sihtkoht, mis pakub harivat, unikaalset ja terviklikku külastuskogemust nii sise- kui väliskülastajale ning on väärtuslik elu- ja ettevõtluskeskkond kohalikule elanikule.

**Missioon:** Kaitsta ja majandada jätkusuutlikult ja säästvalt Lahemaa rahvusparki turismipiirkonna loodus- ja kultuuriressursse kaasates erinevaid huvirühmi ning väärtustades kohalikku elu- ja majanduskeskkonda suurendades seeläbi sihtkoha konkurentsivõimet

- **Arengusihid**

- Loodus- ja kultuuripärandi väärtustamine ja hoidmine
- Piirkondliku turismi- ja seda toetava ettevõtluse (sh toodete ja teenuste) jätkusuutlik arendamine
- Koostöö toetamine ja erinevate huvirühmade kaasamine
- Info- ja külastajavoogude juhtimine

- **Arengueesmärgid**

- Loodus- ja kultuuriressursside kaitsmine ja säilitamine on esmatähtis sihtkoha arendamis- ning turundustegevuste planeerimisel.
- Turismiteenused ja -tooted on jätkusuutlikud, sihtrühma vajadustest lähtuvad, mitmekesised, kvaliteetsed ning konkurentsivõimelised.
- Sihtkoha arendamisse kaasatakse kõiki huvirühmi, koostöö on eesmärgipärane ja kõikide huve arvestav.
- Info juhtimine on süsteemne ning suunatud külastajate ja kohalike huvirühmade teadlikkuse suurendamiseks.

# TEGEVUSED JA HINDAMISE INDIKAATORID

---

## **Siht 1: Loodus- ja kultuuripärandi väärtustamine ja hoidmine.**

**Eesmärk 1: Loodus- ja kultuuriressursside kaitsmine ja säilitamine on esmatähtis sihtkoha arendamis- ning turundustegevuste planeerimisel.**

### **Tegevused**

1. Sihtkohas tegutsevate ettevõtjate ja teenuste pakkujate (sh reisiettevõtjad) **teadlikkuse suurendamine rahvuspargi territooriumil kehtivatest piirangutest, reeglitest**
2. **Kaitsealadele seatavate nõuete, reeglite ja piirangutega arvestamine** teenuste arendamisel ja pakkumisel
3. Kultuuri- ja looduspärandi **säilitamise** ning läbimõeldud ja seda mitte rikkuva tegevuse propageerimine ning selgitamine teenuse pakkujatele
4. Keskkonna, kultuuri (sh traditsioonid, tavad, oskused, ajalugu) ning kohaliku kogukonna **toetamise ja säilitamise propageerimine turundusmaterjalides**, teenuste osutamisel ning loodussäästlike materjalide ja lahenduste kasutamine turundamisel
5. Küllastajate **harimine ja teadlikkuse tõstmine** kaitsealade toimimisest, väärtustest ning seal viibimise (sh tegevuste) mõjust keskkonnale

# Tulemused (1)

- Kohalikud ettevõtjad ja teenuste pakkujad on teadlikud Lahemaa rahvuspargis (kaitsealadel) kehtivatest piirangutest, reeglitest
- Pakutavad teenused ja tegevused on kooskõlas säästva arendamise põhimõtetega, Lahemaa rahvuspargi kaitsekorralduskava ja kaitse-eeskirjaga
- Kohalikud asjalised mõistavad kultuuri- ja looduspärandi säilitamise ning säästva majandamise trendi, vajalikkust, mõju sihtkohale ning küllastajate ostuotsusele, arvestamine kaitse-eeskirja ja kaitsekorraga
- Küllastajad on teadlikud sihtkoha eripärast ja sobilikust liikumis- ning käitumisviisist. Kohalikud turismiettevõtjad ja teised teenuse pakkujad kasutavad säästvaid ning sihtkoha eripära ja eesmärki toetavaid lahendusi. Nende tegevuste tulemusel tekkinud mõju ei ületa taluvuse piire
- Küllastajad on teadlikud nende käitumise ja tegevuste mõjust keskkonnale ning oskavad negatiivset mõju vähendada või ennetada.

**Siht 2: Piirkondliku turismi- ja seda toetava ettevõtluse (sh toodete ja teenuste) jätkusuutlik arendamine.**

**Eesmärk 2: Turismiteenused ja -tooted on jätkusuutlikud, sihtrühma vajadustest lähtuvad, mitmekesised, kvaliteetsed ning konkurentsivõimelised.**

## **Tegevused**

**Külastaja uuringute läbiviimine**, (sh mobiilpositsioneerimine)

Ettevõtjad (sh turismivälised sektorid) ning seltside **tutvumine** teiste piirkonnas tegutsevate asjaliste ja nende pakkumistega

**Spetsiifilise koolitusvajaduse** (teemad) väljaselgitamine ettevõtjatelt ning teistelt asjalistelt ja nende pakkumine (sh koolituskava):

- Spetsiifilised tootearenduskoolitused
  - Rahvuspargi eripära, võimalusi ning piiranguid tutvustavad seminarid
  - Õppekülastused teistesse piirkondadesse ja kohalikesse ettevõtetesse
- Jätkusuutliku ja säästva arengu põhimõtete rakendamise hindamine teenuste ja toodete pakkumisel
  - Ettevõtluskoolitused

Olemasolevate ning alustavate ettevõtjate ning algatuste **toetamine** (nt konsultatsioonid, kohtumised teiste ettevõtetega)

Teenuste ja toodete **monitoorimine** (nii teenuste hulk, osutamise koht, kvaliteet)

Temaatiliste ja pärandikultuuri toetavate **sündmuste** (sh töötoad, harivad programmid jne) korraldamine **kaasates** erinevaid sihtkoha asjaliste rühmi

**Madalhooajal pakutavate teenuste ja toodete arvu suurendamine ja mitmekesistamine**

## Tulemused (2)

- Kohalikud asjalised omavad ülevaadet külastaja profiilist (sh arv, päritolu, viibimisekestus ja külastuskohad, eesmärk jne), nende hinnangutest ning ootustest pakutavatele võimalustele
- Kohalikud ettevõtted teavad piirkonna teisi ettevõtteid ja nende poolt pakutavaid võimalusi, mis võimaldab luua ühistooteid ja / või turundada Lahemaad ühtse piirkonnana
- Kaardistatud on ettevõtjate ja teiste asjaliste koolitusvajadused ning koostatud koolitusplaan, mis on ettevõtjatele jagatud (teave toimumisest ja osalemistingimustest).
- Teadlikkuse suurenemine ning selle rakendamine teenuste ja toodete arendamisel (sh koostöös teiste piirkonna asjalistega) ja pakkumisel.
- Ettevõtjatel (sh alustavatel) on võimalus küsida abi dokumentide vormistamisel, teenuste ja toodete arendamisel, turundustegevuste planeerimisel ning teadlikkus rahvuspargis piirangutest
- Ettevõtjad omavad ülevaadet teenuste ja toodete arendamist või muutmist vajavatest aspektidest, mis võimaldab tõsta teenuste ja toodete kvaliteeti ning säästva arendamise põhimõtete järgimist (sh arvestades olemasolevaid ressursse)
- Korraldatakse sündmusi, mis on seotud koha pärandiga ning mis on suunatud traditsioonide tutvustamisele ja säilitamisele
- Madalhooajal on lisandunud teenuseid ja tooteid, mida külastajatele pakutakse ja mis toetavad rahvuspargi ja jätkusuutliku arendamise põhimõtteid ja väärtusi.



## Siht 3: Koostöö toetamine ja erinevate huvirühmade kaasamine.

**Eesmärk 3: Sihtkoha arendamisse kaasatakse kõiki huvirühmi, koostöö on eesmärgipärane ja kõikide huve arvestav.**

### Tegevused

- **Ühiskohtumised** erinevate asjaliste vahel
- **Infokiri** piirkonna asjalistele erinevatest koolitustest, muudatustest, uuringutest ja nende tulemustega tutvumise võimalustest jne
- **Kohaliku** elanikkonna **teavitamine** (nt sündmuste toimumisest, suurematest arendustest jne) läbi kohalike omavalitsuste ning ettevõtete veebilehtede ja sotsiaalmeedia kanalite ning kohalike kaasamine teenuste ja toodete pakkumisel (nt kohalikud kalurid, käsitöölised) või oluliste muudatuste tegemisel (nt liikluse ümberkorraldus või prügimajandus sündmuste ajal)
- **Koostöö** seltside, õppeasutuste ning teiste kohaliku kogukonna liikmetega, sh nende teavitamine ja arvamuse küsimine
  - **Kogukonnapäevade** korraldamine
- Sihtkohta tundvate ja tutvustavate **giidide andmebaasi loomine** lähtuvalt väljatöötatud kriteeriumitest ning korrapärane kohtumine koostööpartneritega, kes külastajaid sihtkohta toovad

# Tulemused (3)

- Erinevate sektorite ja valdkondade esindajad kohtuvad (kuid eelkõige turismis tegevad), et tutvuda üksteise tegemistega, tutvustada arendusi, uusi algatusi ning võimalusi, planeerida ühistegevusi
- Piirkonna asjalised on teadlikud muudatustest, eelseisvatest sündmustest, nende muutusest teenuse pakkumisel lähtuvalt säästva arendamise väärtustest ja põhimõtetest
- Kohalik kogukond on teadlik erinevatest arendustest, sündmustest ning turismi mõjust sihtkohale. Kohalikud on kaasatud teenuste pakkumisel või on vähemalt teadlikud võimalustest ja oskavad soovitada kelle poole pöörduda
- Kohalikud noored ja lapsed osalevad erinevates hariduslikes programmides ning tunnevad ja hindavad oma kodukohta kultuuri- ja looduspärandit. Oskavad seda säästvalt „kasutada“. Kohalikel käsitöölistel, kaluritel, põllumeestel jne on võimalus panustada teenuste osutamisel läbi enda toodangu või abi pakkumise.
- Kohalikelt küsitakse arvamust erinevatele ettevõtmistele (sh sündmustele)
- Suurendab kogukonna ühtsustunnet ja võimaldab tutvuda üksteisega (sh üksteise tegemistega), osaleda töötubades, harivates programmides, korrastada ühiselt kodukohta ning annab võimaluse arutleda ja rääkida kaasa erinevatel teemadel (nt sündmuste korraldus piirkonnas ja kontroll toimuva üle, koostöövõimaluste otsimine ettevõtjatega)
- On olemas nimekiri (kontaktandmed, keeled) giididest (sh kohalikud), kellega saab teha koostööd.
- On olemas info sihtkohta külastajaid toovatelt organisatsioonidelt nende tegevustest, ootustest ja vajadustest,

## **Siht 4: Info- ja külastajavoogude juhtimine.**

**Eesmärk 4: Info juhtimine on süsteemne ning suunatud külastajate ja kohalike huvirühmade teadlikkuse suurendamiseks.**

### **Tegevused**

- **Ühis- ja ristturundus**
- Veebipõhine **sündmuste ühiskalendri loomine ja haldamine**
- Lahemaa rahvuspargi turismipiirkonna **ühtse identiteedi loomine** (sh veebis), mis lähtub jätkusuutliku ning säästva arengu põhimõtetest ja kannab vastavat sõnumit ka külastajatele
  - Huviväärtuste ja -objektide **viidastuse üle vaatamine ja korrastamine** (sh väljaspool Lahemaa rahvuspargi territooriumi)
- Vaatamisväärsuste ja erinevate paikade **sidumine elektrooniliste kanalitega** (nt googlemaps, turismipiirkonna elektrooniline kaart, äpp)

# Hindamine (Seire)

- Seiret teostab Keskkonnaamet, RMK, Lahemaa rahvuspargi koostöökogu, MTÜ Arenduskoda ning kohalikud omavalitsused **vähemalt kord aastas**
- **Aluseks** tegevuskavas kajastatud indikaatorid
- **Vajadusel:**
  - peab teostama kontrolli ka sagedamini, kui ilmneb eesmärkide saavutamist negatiivselt mõjutav olukord.
  - kaasama teisi huvirühmi, kes on tegevuse elluviimisega seotud või selle tulemuse poolt mõjutatav (nt kohalik kogukond, ettevõtjad, mittetulundussektor).

# SUUR TÄNU

---

## Allikad (lisaks eelnevalt slaididel viidatutele)

- Amadeus. (2017). Future Traveller Tribes 2030. Understanding Tomorrow's Traveller.
- Andrews, H.; Roberts, L. Roytledge (Eds.). (2012). Limitid Landscape – Travel, Experience and Space in Between. London, New York.
- Burkhard, S., Fuggle, L., Kow, N. (2016). *Travel Trend Report 2017*.
- EAS Turismiareduskeskus. Turismitrendid. Loetud aadressil: [www.puhkaeestis.ee](http://www.puhkaeestis.ee)
- Euromonitor International. (2014). The new online travel consumer.
- ITB Berlin. (2018). *ITB World Travel Trends Report 2017/2018*
- ITB Berlin. (2016). *ITB World Travel Trends Report 2016/2017*.
- Kasriel-Alexander, D. (2017). Top 10 Global Consumer Trends for 2017.
- Lundy, L. (2015). Future Traveller Tribes 2030. Building a more rewarding journey.
- Okumus, F.; Altinay, L.; Chathoth, P. K. (2010). Strategic Management for Hospitality and Tourism. Amsterdam etc: Elsevier Ltd.
- Poon, A. (1993). Tourism, Technology and Competitive Strategies. Wallingford: CAB International.
- Rafat, A. (2018). Skift Megatrends 2018. Megatrends Defining Travel in 2017.
- Skift. (2017 / 2018). Megatrends Defining Travel in 2017 / 2018.
- World Economic Forum. (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Insight Report.
- United Nations World Tourism Organizations. (2018). Tourism Highlights.