
Aruanne

Väliskülastajate motivatsiooniuring Lõuna-Eestis

Delis Lauringson, Tauno Õunapuu, Merle Raun, Viivian Veski

20.06.2025

Uuring: Lauringson, D., Õunapuu, T., , Raun, M., Veski, V. (2025). *Välisküllastajate motivatsiooniuring Lõuna-Eestis*

Autorid: Delis Lauringson, Tauno Õunapuu, Viivian Veski, Merle Raun

Teostaja: LevelLab OÜ

Tellijä: Lõuna-Eesti Turismiklaster

Sisukord

Sissejuhatus.....	4
1 Uuringu metoodika	5
2 Välisküllastajate sotsiaaldemograafilised andmed.....	8
3 Lõuna-Eesti külastamise põhjused ja külastuskogemuse mõjutajad.....	10
4 Reisikorraldus	13
5 Külastuskohad ja -mustrid Lõuna-Eestis.....	16
5.1 Külastajate kulutused Lõuna-Eesti reisir.....	22
6 Rahulolu	23
7 Järeldused	26
8 Soovitused	28

Sissejuhatus

Aastatel 2022 ja 2023 moodustasid Lõuna-Eestit külastanud välisturistidest on suurima hüppe teinud Soomest pärit külastajad — vastavalt 24% ja 29%. Läti turistide osakaal püsis mõlemal aastal 27% juures. Leedust saabus külastajaid 2022. aastal 5% ning 2023. aastal 7%; Saksamaalt pärit turiste oli 6% ja Suurbritanniast 3%.¹

Lõuna-Eesti turismi arengukava 2025–2030 seab sihiks kujundada piirkonnast elamusterohke, külalishake ja kestlik turismisihtkoht, mis pakub meeldejäävaid elamusi igale külastajale sõltumata reisi eesmärgist või aastaajast. Üheks oluliseks alameesmärgiks on suurendada turistide arvu just madalhooajal. Selleks plaanitakse ellu viia mitmeid sihitud turundustegevusi ja kampaaniaid.¹

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi strateegiadokument *Turismi pikk vaade 2025–2035* rõhutab, et Eesti turismisektori kontekstis on oluline pakkumiste mitmekesistamine kogu aasta lõikes. Eesmärk on arendada hooajaväliseid sündmusi ja atraktsioone, luua sihtrühmadele suunatud eripakkumisi ning kujundada turismitooteid, mis oleksid atraktiivsed ka väljaspool kõrghooaega. Nii soovitakse ühtlustada turistide jaotust Eestis kogu aasta vältel ning suurendada turismi panust majandusse sõltumata aastaajast.²

Uuringu eesmärgiks on anda ülevaade madalhooajal Lõuna-Eestit külastatavate välisturistide motivatsioonist ja külastusteevõrgust, mille põhjalikum tundmine võimaldaks Lõuna-Eesti turismiarendust ja -turundust täpsemalt suunata. Uuring aitab mõista, millised tegurid ja atraktiivsed omadused toovad välisturistid meie piirkonda ja kuidas nad Lõuna-Eestis oma reisi planeerivad ja kogevad.

Käesolevas uuringus käsitletakse Lõuna-Eesti piirkonnana lähteülesandes määratletud Põlva-, Võru-, Valga-, Tartu- ja Jõgevamaad ning Tartu linna.

Uuring toimus ajavahemikus 15.01.2025–20.06.2025

¹ Lõuna-Eesti turismistrateegia 2025–2030. (2024). Kättesaadav: <https://visitsouthestonia.com/static/louna-eesti-turismi-arengustrateegia.pdf>

² Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. (2024). Turismi pikk vaade 2025–2035. Kättesaadav: https://mkm.ee/sites/default/files/documents/2024-11/Turismi%20pikk%20vaade_2025_2035_LISAD.pdf

1 Uuringu metoodika

Uuringu eesmärgiks on anda ülevaade madalhooajal Lõuna-Eestit külastatavate välislaste motivatsioonist ja külastusteevõimalustest, mille põhjalikum tundmine võimaldaks Lõuna-Eesti turismiarendust ja -turundust täpsemalt suunata. Uuring aitab mõista, millised tegurid ja atraktiivsed omadused toovad välislaste meie piirkonda ja kuidas nad Lõuna-Eestis oma reisi planeerivad ja kogevad.

Uuringus kasutati kombineeritud lähenemist, kus omavahel seoti kvalitatiivsed ja kvantitatiivsed uurimismeetodid. Uuringu käigus viidi läbi küsitlus, süvaintervjuud ning dokumendianalüüs.

Uuringu keskmes olid turismiobjektid (tabel 1), mis lepidi kokku juba uuringu algfaasis. Nimetatud objektidel viidi läbi nii küsitlus kui ka süvaintervjuud. Turismiobjektide valikul lähtuti põhimõttest, et oleks tagatud geograafiline mitmekesisus ning hõlmatud eriilmelised temaatilised suunad ja sihtkohatüübid.

Aruande joonistel on tulemuste eristamiseks kasutatud kahte sinist tooni: tumedam toon tähistab veebiküsitluse vastuseid ning heledam sinine süvaintervjuude tulemusi.

Tabel 1. Turismiobjektide nimekiri

	Turismiobjekt/sündmus	Piirkond	Tüüp/teema	Küsitlus/intervjuu
1.	sTARTUp Day	Tartu linn	Ettevõtlusteemaline üritus	Küsitlus ja 5 süvaintervjuud
2.	Euroopa Saunamaraton	Valga maakond	Võistlus	Küsitlus ja 6 süvaintervjuud
3.	Läti turismimess	Läti	Turismiteemaline üritus	Küsitlus
4.	Elistvere loomapark	Tartu maakond	Loodus- ja aktiivne puhkus	Küsitlus
5.	Eesti Rahva Muuseum	Tartu linn	Kultuur ja ajalugu	Küsitlus ja 2 süvaintervjuud
6.	Jääaja Keskus	Tartu maakond	Teadus-/ elamuskeskus	Küsitlus ja 6 süvaintervjuud
7.	AHHAA Teaduskeskus	Tartu linn	Teadus-/ elamuskeskus	Küsitlus ja 8 süvaintervjuud
8.	Valga Militaarteemapark	Valga maakond	Teemapark	Küsitlus ja 2 süvaintervjuud
9.	Piusa koopad	Võru maakond	Loodus- ja aktiivne puhkus	Küsitlus
10.	Suure Munamäe vaatetorn	Võru maakond	Loodus- ja aktiivne puhkus	Küsitlus ja 1 süvaintervjuu
11.	Vastseliina Piiskopilinnus	Võru maakond	Kultuur ja ajalugu	Küsitlus
12.	Alatskivi Loss	Tartu maakond	Kultuur ja ajalugu	Küsitlus
13.	Kalevipoja Koda	Jõgeva maakond	Kultuur ja ajalugu	Küsitlus
14.	Palamuse muuseum	Jõgeva maakond	Kultuur ja ajalugu	Küsitlus
15.	Maanteemuuseum	Põlva maakond	Kultuur ja ajalugu	Küsitlus
16.	Otepää Turismiinfokeskus	Valga maakond	Kultuur ja ajalugu	Küsitlus

Küsitlus

Küsitluse eesmärk oli mõista väliskülastajate motivatsiooni ja reisirute Lõuna-Eestis madalhooajal. Küsitlus viidi läbi turismiobjektidel ning Lõuna-Eesti majutusasutustes. Turismiobjektidel toimus küsitlemine näost-näku küsitluste kaudu, samuti kasutati QR-koodidega flaierid ning küsitlust aitasid levitada ka mitmete turismiobjektide esindajad.

Tuleb siiski märkida, et leidsid ka turismiobjekte, kus küsitluse ankeete ei õnnestunud koguda. Nendeks olid Vastseliina Piiskopilinnus, Maanteemuuseum, Palamuse muuseum, Alatskivi Loss ja Otepää Turismiinfokeskus. See oli tingitud asjaolust, et küsitlemise jooksul ei kohatud nendes kohtades väliskülastajaid või oli nende arv äärmiselt väike. Samuti oli turismiobjekte, kus vaatamata korduvatele küsitluskatsetele – mõnes kohas viidi küsitlus läbi koguni kahel korral – jäi ankeetide arv siiski väikeseks.

Küsitluse levitamisse kaasati ka majutusasutused (tabel 2), kuna need on peatuskohtadeks väliskülastajatele nende külastuse ajal. Majutusasutuste valik põhines nende asukohal, suurusel ning Tellija poolt antud soovitud. Küsitluse levitamiseks saadeti majutusasutustele flaierid koos küsitluse QR-koodiga ning osadele neist ka paberankeetid, et võimaldada külastajatel vastata mugavalt kohapeal. Vaatamata sellele laekus majutusasutustest siiski vähe täidetud ankeete. Üheks võimalikuks põhjuseks võib olla väliskülastajate vähene huvi küsitluses osaleda. Samuti võis andmekogumise tulemuslikkust mõjutada majutusasutuste erinev valmisolek küsitlust väliskülastajatele vahendada, samuti asjaolu, et mitmetes väiksemates majutusasutustes viibis väliskülastajaid väga vähe.

Tabel 2. Majutusasutuste nimekiri

	Majutusasutus	Piirkond
1.	Dorpat hotell	Tartu linn
2.	Hotell Lydia	Tartu linn
3.	Hotell SOHO	Tartu linn
4.	Sophia hotell	Tartu linn
5.	Art hotell Pallas	Tartu linn
6.	Pühajärve Spa Hotell	Valga maakond
7.	Hotell Metsis	Valga maakond
8.	Kubija hotell-loodusspaa	Võru maakond
9.	Värskas Kuurortravikeskus	Võru maakond
10.	Anzelika Mahetalu	Võru maakond
11.	Vaskna Turismitalu	Võru maakond
12.	Käbliku Puhkemajad	Põlva maakond

Lisaks eelmainitud kanalitele jagas veebiküsitluse linki ka Visit South Estonia, postitades selle oma Facebooki lehele. Sotsiaalmeedias levitamine võimaldas küsitlusel jõuda potentsiaalsete vastajateni nii enne kui ka pärast nende reisi, pakkudes seeläbi võimaluse koguda mitmekesisemat tagasisidet. Siiski tuleb märkida, et ka Visit South Estonia kanalite kaudu laekus küsitlusele vaid vähesel määral vastuseid, mistõttu jäi selle levitamismeetodi mõju andmekogumisele tagasihoidlikuks.

Süvaintervjuud

Uuringu käigus viidi läbi 30 süvaintervjuud turismiobjektidel ja Lõuna-Eestis toimunud üritustel. Intervjuud toimusid kohapeal, näost näkku vahetu suhtluse teel. Süvaintervjuudes kasutati küsitlusankeetidega võrreldes enam avatud küsimusi, et koguda detailsemat ja kontekstirikkamat teavet välisküllastajate reisimarsruutide, piirkonda saabumise viiside, peamiste huvipunktide ning Lõuna-Eestisse madalhooajal reisimise motiivide kohta.

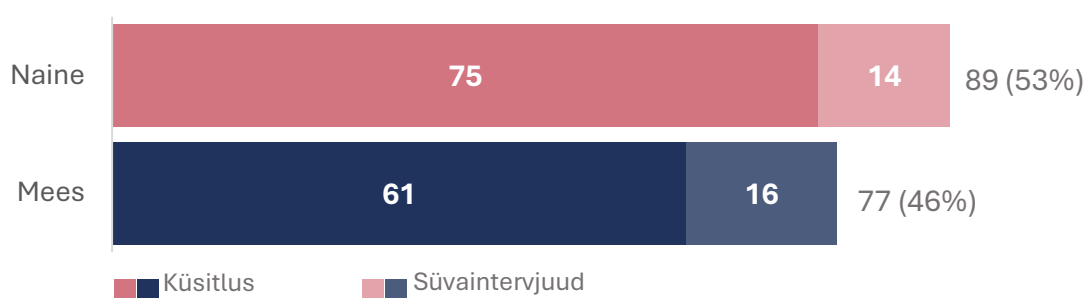
Dokumendianalüüs

Dokumendianalüüsi eesmärk oli süvendada arusaamist uuritavast valdkonnast ning luua sisuline alus kavandatava küsitluse ja süvaintervjuude ettevalmistamiseks. Analüüsi käigus töötati läbi Lõuna-Eesti Turismiklastri kodulehel avaldatud materjalid, et saada parem ülevaade arengusuundadest ja esilekerkivatest teemadest, mis toetasid uuringu keskseid fookusvaldkondi.

2 Väliskülastajate sotsiaaldemograafilised andmed

Lõuna-Eestit külastanud väliskülastajate seas viidi läbi motivatsiooniuring, milles osales kokku 169 inimest – 139 vastasid veebiküsitlusele ja 30 osalesid süvaintervjuudes. Mõned küsimused esinesid mõlemas andmegrupis, kuid osaliselt olid käsitletavad teemad erinevad, võimaldades mitmekesist vaadet külastajate taustale ja otsustusprotsessile.

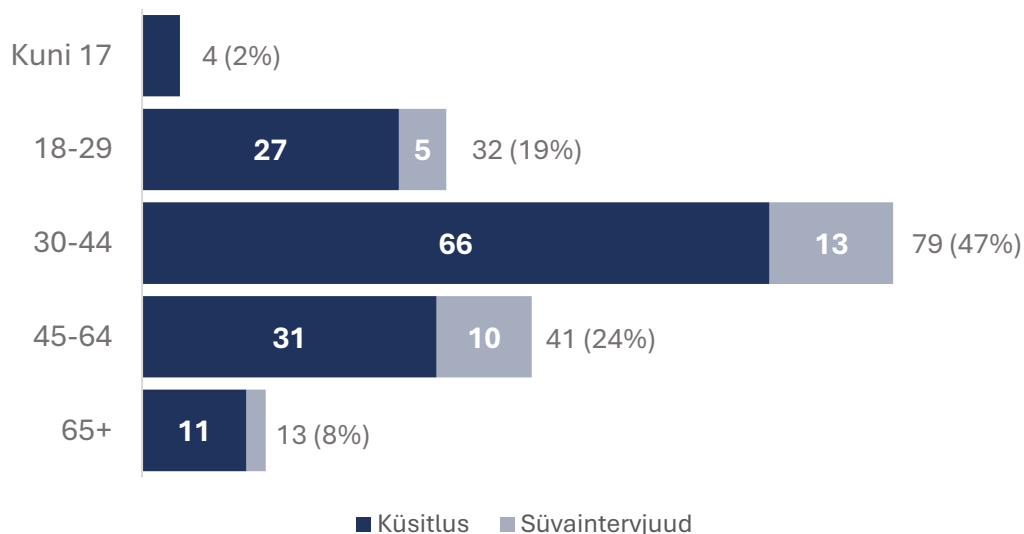
Uuringus osales 89 naist (53%) ja 77 meest (46%). Küsitluse vastajate hulgas oli enamuses naisi, samas kui süvaintervjuudes oli meeste osakaal veidi suurem. Üldiselt oli sooline jaotus mõlemas valimis üsna tasakaalukas (joonis 1). 3 inimest (2%) ei soovinud oma sugu avaldada.



Joonis 1. Vastanute sooline jaotus (n=169)

Vanuseliselt kuulusid enamik vastanutest vanuserühma 30–44, moodustades kokku 47% kõikidest osalejatest. See vanusevahemik oli selgelt kõige arvukam nii küsitluses (66 vastajat) kui ka süvaintervjuudes (13 vastajat). Järgnes vanuserühm 45–64, keda oli 24% (joonis 2).

Nooremaid, vanuses 18–29, oli kokku 19% ning üle 65-aastaseid 8%. Alla 17-aastaste osalus piirdus vaid küsitlusega ja moodustas 2% kõigist vastanutest.

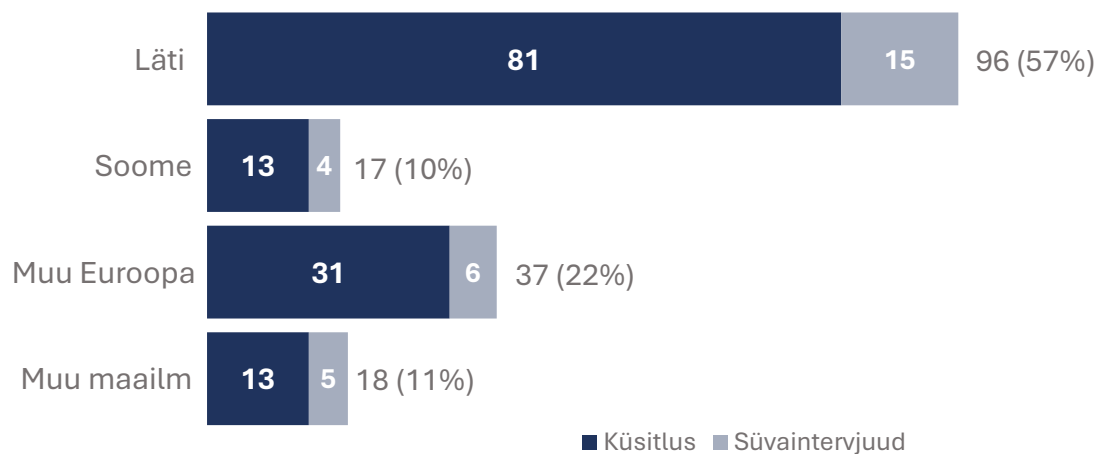


Joonis 2. Vastanute jaotus vanuserühmade järgi (n=169)

Lõuna-Eestit külastanud väliskülaliste seas moodustasid suurima osa Läti elanikud – neid oli kokku 96 ehk 57% kõikidest vastanutest (joonis 3).

Muu Euroopa riikidest pärit vastajaid oli 22%, Soomest 10% ja muu maailma päritoluga külastajaid 11%.

Rohkemade vastajatega olid Euroopa riikidest esindatud Saksamaa, Rootsi ja Leedu. Mujalt maailmast mainiti sagedamini Jaapanit ja USA-d.



Joonis 3. Küsitlusele vastanute päritoluriigid (n=168)

3 Lõuna-Eesti külastamise põhjused ja külastuskogemuse mõjutajad

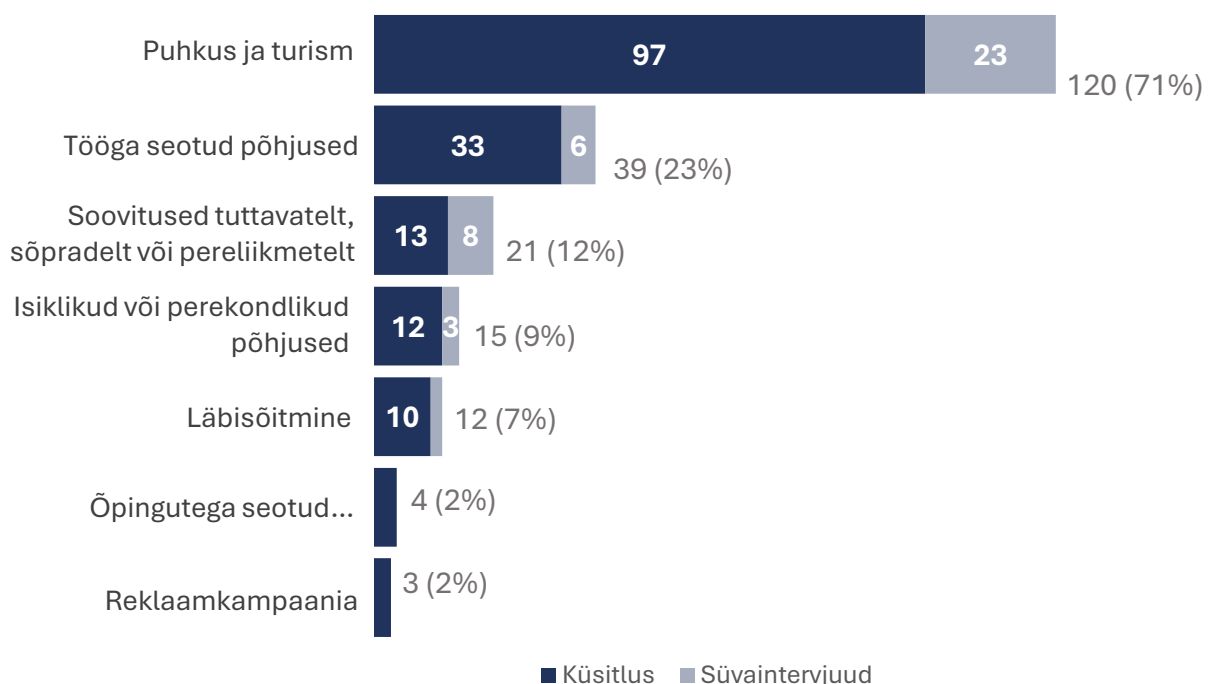
Lõuna-Eesti kui sihtkoha atraktiivsus sõltub mitmetest teguritest – alates külastamise esmasest ajendist kuni konkreetsete huvide, ootuste ja otsust mõjutavate asjaoludeni. Selleks, et mõista piirkonna külgetõmbejõudu väliskülastajate silmis, uuriti nii küsitluses kui ka süvaintervjuudes, mis oli peamine külastusmotiiv, millised tegevused ja kogemused köitsid külastajaid, millised tegurid nende otsuseid mõjutasid ning kust saadi Lõuna-Eesti kohta teavet.

Kuna vastajad said märkida rohkem kui ühe põhjuse, ületab vastuste koguarv inimeste koguarvu, mistõttu ei moodustu protsentidest koondsummana 100%.

Lõuna-Eestisse saabumise taga võivad olla väga erinevad motiivid – alates puhkusest ja turismist kuni tööülesannete, isiklike seoste või lihtsalt juhusliku läbisõiduni. Küsitluses ja süvaintervjuudes uuriti, millist põhjust tõid külastajad ise kõige enam esile.

Kõige sagedamini tõid vastajad Lõuna-Eesti külastamise põhjusena esile puhkuse ja turismi – seda mainis kokku 120 inimest ehk 71% kõigist vastanutest. Tööga seotud põhjused (23%), soovitusel sõpradelt (12%) ja isiklikud või perekondlikud asjaolud (9%) olid samuti märkimisväärselt esindatud. Mõnevõrra harvemini nimetati läbisõitu, õpingutega seotud põhjuseid või reklaamikampaaniate mõju (joonis 4).

Külastusmotiividena mainiti ka Euroopa Saunamaratoni, sauna, Volbri tähistamist, osalemist sTARTUp Day'l, sõprade külastamist, raamatu kirjutamist ning lapse võistluste külastamist.



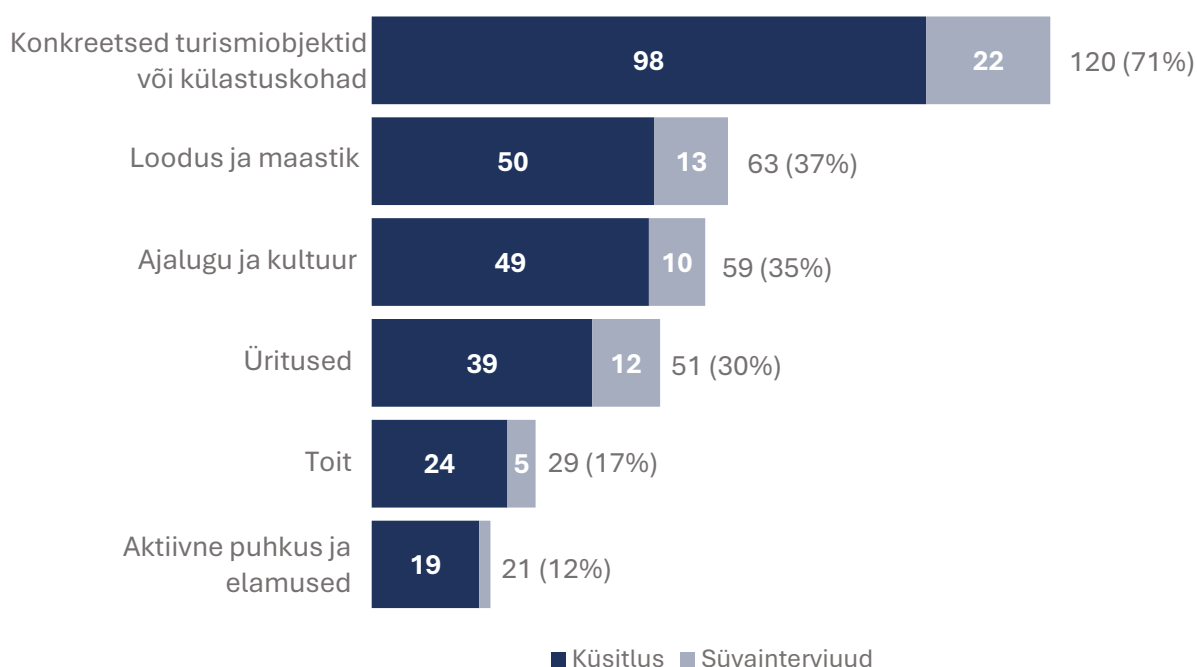
Joonis 4. Motivatsioon Lõuna-Eesti külastamiseks (n=169)

Vastajatelt uuriti, millised tegevused või kogemused pakkusid neile Lõuna-Eestis viibides enim huvi. Külastusmotiivid olid mitmekesised, ent teatud teemad tõusid selgelt esile.

Kõige sagedamini mainiti huvipakkuva tegevusena konkreetseid turismiobjekte või külastuskohti – seda tõi välja 120 inimest ehk 71% vastanutest. Loodus ja maastik (37%) ning ajalugu ja kultuur (35%) järgnesid neile üsna võrdselt (joonis 5).

Erinevad üritused pakkusid huvi 51 vastajale ehk ligikaudu kolmandikule osalejatest. Toit (17%) ja aktiivne puhkus (12%) olid küll harvemini mainitud, kuid siiski märgatava osa küllastajate jaoks oluliseks osaks reisikogemusest.

Avatud vastustes nimetati lisaks sTARUp Day'd, jalgrattasõitu, sauna ning huvi perekonna ajaloo vastu.



Joonis 5. Huvipakuvad tegevused Lõuna-Eestis (n=169)

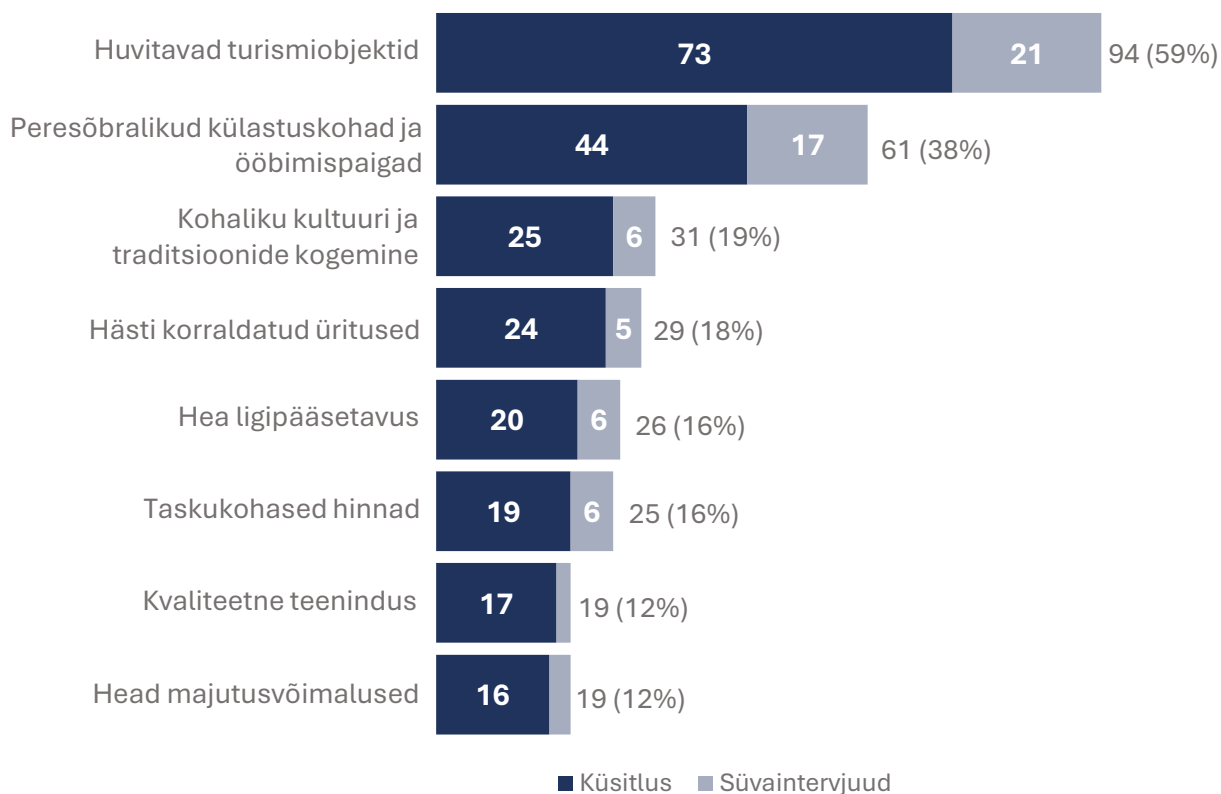
Lisaks konkreetsetele tegevustele ja reisi eesmärgile uuriti ka seda, millised tegurid mõjutasid otsust üldse Lõuna-Eestit küllastada – mida peeti sihtkoha valikul oluliseks või atraktiivseks.

Kõige sagedamini nimetati mõjutajatena huvitavaid turismiobjekte – seda tõi esile 94 vastajat ehk 59%. Peresõbralikud külastuskohad ja ööbimisvõimalused olid samuti olulisel kohal (38%) (joonis 6).

Mitmel juhul toodi välja ka kohaliku kultuuri ja traditsioonide kogemist (19%), hästi korraldatud üritusi (18%), head ligipääsetavust (16%) ning taskukohaseid hindu (16%).

Lisaks mainiti vastustes kvaliteetset teenindust ja häid majutusvõimalusi – kumbki 12% vastanutest.

Avatud vastustes toodi esile ka kaunis loodus, osalemine sTARtUp Day üritusel, peresõprade soovitusel, huvi Liivi-Saksa ajaloo ja sellega seotud kirjanduse vastu, jalgrattaga liikumine, saunaskäimine, sõprade külastamine ning perekondlikud põhjused.



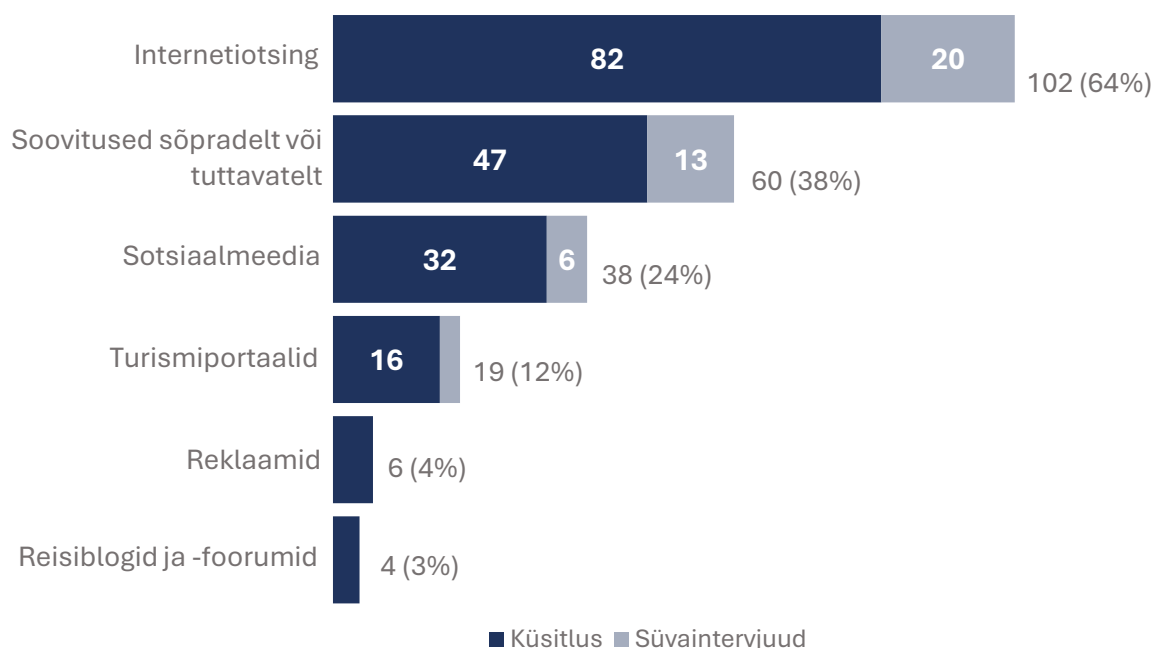
Joonis 6. Külastusotsust mõjutanud tegurid (n=160)

4 Reisikorraldus

Uuringus uuriti, millistest kanalitest said vastajad teavet Lõuna-Eesti kohta enne oma reisi – millised allikad mõjutasid piirkonna külastamise planeerimist või aitasid otsuseid kujundada.

Peamise infoallikana tõusid selgelt esile internetiotsingud, mida mainis 102 inimest ehk 64% vastanutest. Samuti olid sagedased soovitusel sõpradelt või tuttavatelt (38%) ning sotsiaalmeedia kanalid (24%) (joonis 7).

Turismiportaale kasutas 12% ning reklaamid ja reisiblogid või -foorumeid vastavalt 4% ja 3%.



Joonis 7. Peamised infoallikad Lõuna-Eesti kohta info leidmiseks (n=160)

Süvaintervjuudes ilmnas, et Eesti kui sihtkoht ei ole paljudele välisküllastajatele tuttav – näiteks märkis üks osaleja, et kui ta poleks Eestist oma kolleegilt kuulnud, ei teaks ta, kus see riik asub ega mida seal teha saab. Teine intervjuueeritav lisas, et tema sai Eesti kohta teavet sõbralt – ilma selle isikliku soovituseta poleks ta Eestisse tulnud.

*Kui ma poleks oma kolleegilt Eestist kuulnud, poleks ma sellest kunagi kuulnud.
Nagu ma teaksin riigi nime. Aga kus see asub või mida ma seal teha saan?
(Süvaintervjuus osalenu)*

Samuti leiti, et Lõuna-Eesti turismiobjektidel on märkimisväärselt rohkem potentsiaali, kui nende kohta tehtaks rohkem sihipärast reklaami, eriti Eesti naaberriikides. Paljud välituristid ei tea nendest paikadest midagi, mistõttu võib teatud hooaegadel olla külastatavus tagasihoidlik.

Ka lähedalasuvatele riikidele peaks rohkem reklaami tegema. Jääaja Keskusel on nii palju potentsiaali ja see võiks meelitada ligi rohkem külastajaid, aga siin pole palju inimesi. (Süvaintervjuus osalenu)

Süvaintervjuude põhjal ilmnas, et mitmed väliskülastajad tunnevad puudust selgelt struktureeritud ja eelkujundatud marsruutidest, mis võimaldaksid peredel, paaridel ning aktiivsetel reisijatel hõlpsasti avastada Lõuna-Eesti olulisemaid madalhooajal avatud vaatamisväärsusi. Vajadust rõhutati reisikavade järele, mis lihtsustaksid külastuse planeerimist.

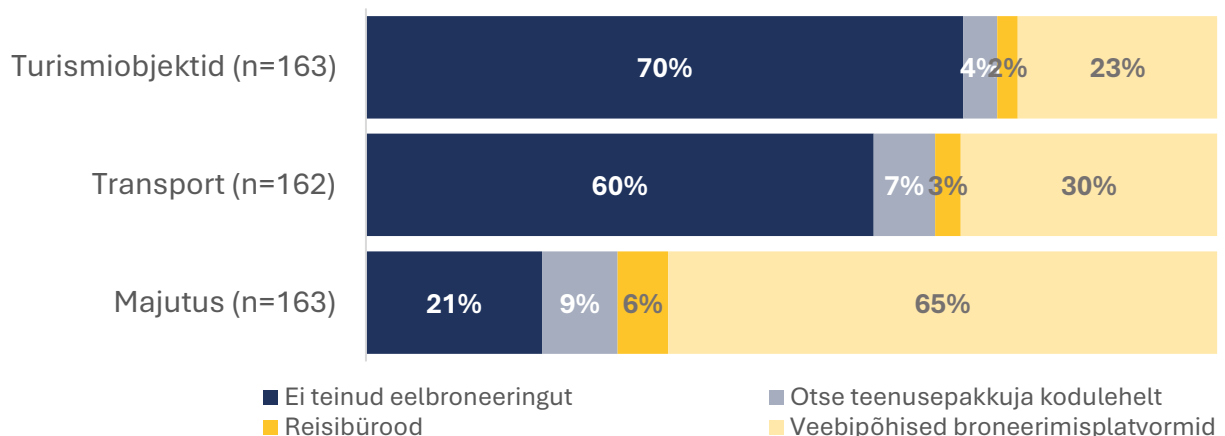
Kasulikud oleksid rohkem hooajalisi soovitusi selle kohta, mis on madalhooajal avatud/pakutakse, ja valmis peredele mõeldud reisimarsruudid. (Süvaintervjuus osalenu)

Väliskülastajatelt küsiti ka seda, milliseid kanaleid kasutati erinevate teenuste broneerimiseks – eraldi vaadeldi turismiobjekte, transporti ja majutust.

Broneerimisharjumused erinesid selgelt valdkonniti. Turismiobjektide puhul ei olnud enamus vastajatest eelnevalt broneeringut teinud (70%). Samas kasutas 23% veebipõhiseid broneerimisplatvorme ning väiksem osa pöördus otse teenusepakkuja poole või kasutas reisibürood.

Transpordi puhul oli olukord sarnane – 60% ei teinud eelbroneeringut, kuid kolmandik (30%) kasutas siiski veebipõhiseid platvorme.

Majutuse puhul oli aga pilt vastupidine: kõige enam kasutati just veebipõhiseid broneerimisplatvorme (65%), samal ajal kui ainult viiendik vastanutest (21%) ei olnud majutust ette broneerinud (joonis 8).

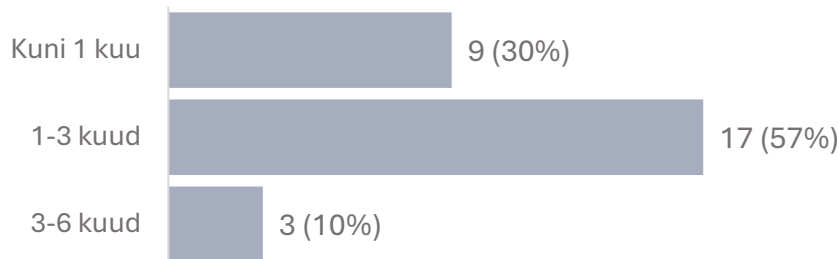


Joonis 8. Kasutatud broneerimiskanalid

Süvaintervjuudes koguti infot ka reisi planeerimise pikkuse kohta.

Enamik vastanutest planeeris oma Lõuna-Eesti reisi pigem lühiajaliselt. Üle poole (57%) märkis, et ettevalmistused jäid 1–3 kuu vahemikku. Kolmandik (30%) korraldas reisi kuni kuu aja jooksul ning vaid mõned vastajad (10%) alustasid planeerimist 3–6 kuud varem (joonis 9).

Üks intervjuueeritav (3%) tõi välja, et külastas Eestit eelmisel aastal ning otsus Lõuna-Eestisse tagasi tulla kujunes sellest kogemusest. Kuna see vastus ei sobitunud konkreetse ajavahemiku alla, ei ole seda joonisel eraldi kuvatud.



Joonis 9. Reisi planeerimise kestus süvaintervjuudes osalenute seas (n=30)

Süvaintervjuudes uuriti väliskülastajatelt, kas reisi planeerimisel esines mingeid raskusi. Enamik vastanutest märkis, et reisi planeerimine oli lihtne ja sujus probleemideta. Samas tõid mõned külastajad välja ka teatud raskusi. Kõige sagedamini mainiti raskusi transpordi ja parkimisega. Näiteks toodi välja, et Tartus oli keeruline leida tasuta parkimiskohti. Üks intervjuueeritav tõdes, et reisi oleks olnud lihtsam planeerida, kui oleks olnud olemas selgem ja koondatud ülevaade väiksemate linnade vahelisest ühistranspordist. Samuti tõi üks intervjuueeritav esile, et bussijaamas oli keeruline aru saada, millisele bussile minna. Teine osaleja mainis, et oli keeruline leida infot selle kohta, millised väiksemad külastuskohad on avatud.

Suuri probleeme polnud, aga oleks olnud kasulik omada selgemat ülevaadet väiksemate linnade vaheliste transpordivõimaluste kohta. (Süvaintervjuus osalenu)

Üks väliskülastaline tõi välja, et osad veebileheküljed olid ainult eesti keeles, seega oli neist keeruline aru saada.

Mõned veebisaidid olid ainult eesti keeles. See tegi nende mõistmise keeruliseks. (Süvaintervjuus osalenu)

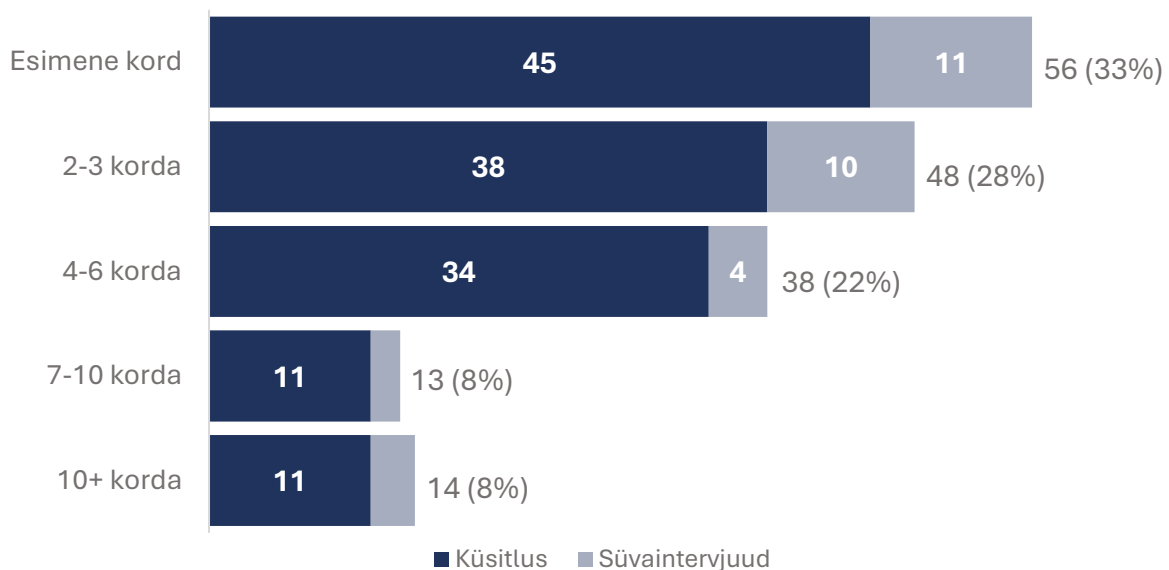
Näiteks tekkis ühel väliskülastajal probleeme auto registreerimisega Soome laevale minekul. Märgiti, et rahvusvahelise transpordi leidmine Ljubljanaast Eestisse oli keeruline – Sloveeniast väljub vaid kaks lendu nädalas Riiga ning otselennud Tallinnasse on väga harvad või puuduvad sootuks.

5 Külastuskohad ja -mustrid Lõuna-Eestis

Uuringus uuriti vastajate varasemat kokkupuudet Lõuna-Eestiga – kas tegemist oli esimese külastusega või oli piirkonda varem külastatud.

Kokku 33% vastanutest märkis, et viibisid piirkonnas esmakordselt. Enam kui pooled olid Lõuna-Eestit külasthanud varem: 28% oli käinud 2–3 korda ning 22% 4–6 korral (joonis 10).

Väiksem, kuid märgatav osa vastajaid on piirkonnas viibinud korduvalt – 13 vastanut on Lõuna-Eestis käinud 7-10 korda ja 14 vastajat on käinud üle 10 korra.



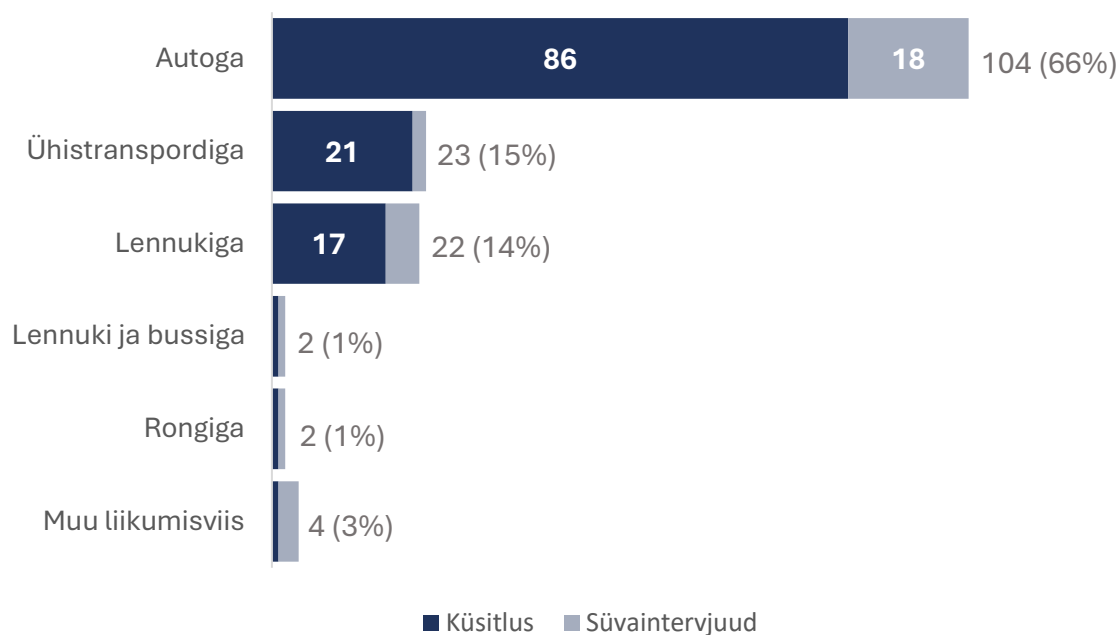
Joonis 10. Lõuna-Eesti külastamiskordade arv (n=169)

Väliskülastajatelt uuriti, milliste transpordivahenditega Lõuna-Eestisse reisiti.

Valdavalt saabuti piirkonda autoga – seda mainis kokku 104 vastajat, mis moodustas enam kui kahe kolmandiku kõigist vastanutest (66%). Ühistransporti (15%) ja lennukit (14%) kasutati oluliselt harvem, kuid need olid siiski arvestatavad valikud (joonis 11).

Väike osa külastajaid kasutas lennu ja bussi kombinatsiooni (1%) või saabus rongiga (1%).

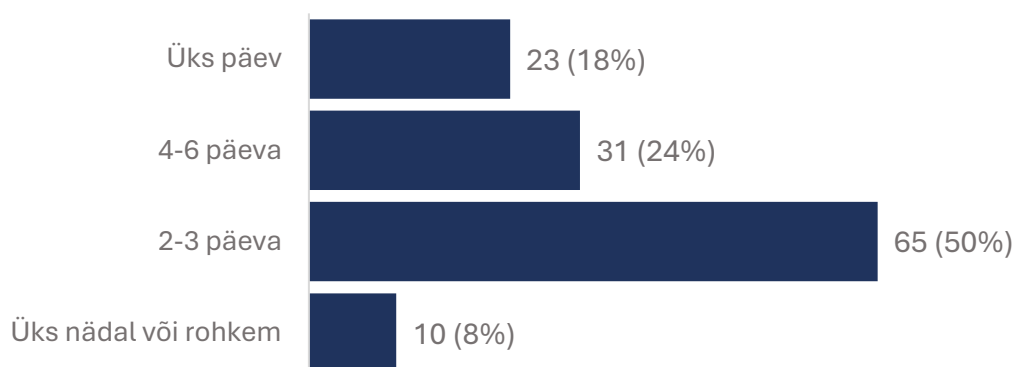
Avatud vastustes toodi lisaks esile kombineeritud liikumisviise: näiteks lennukiga Eestisse ja edasi autoga või rongiga Tartusse, samuti liikumine laevaga või laeva ja autoga koos.



Joonis 11. Kasutatud transpordivahendid Lõuna-Eestisse reisimisel (n=157)

Reisi kestus varieerus vastajate lõikes – mõni veetis Lõuna-Eestis vaid ühe päeva, teised aga mitu ööpäeva järjest. Reisi kestuse küsimus oli osa ainult veebiküsitlusest; süvaintervjuudes seda eraldi küsimusena ei käsitletud.

Kõige sagedamini viibiti piirkonnas 2–3 päeva – seda märkis pooled vastanutest (50%). Umbes veerandil kestis külastus 4–6 päeva ning 18% mainisid, et piirdusid ühepäevase reisiga. Vähem esines pikemaid, vähemalt nädalasi külastusi, mida nimetas 8% vastanutest (joonis 12).

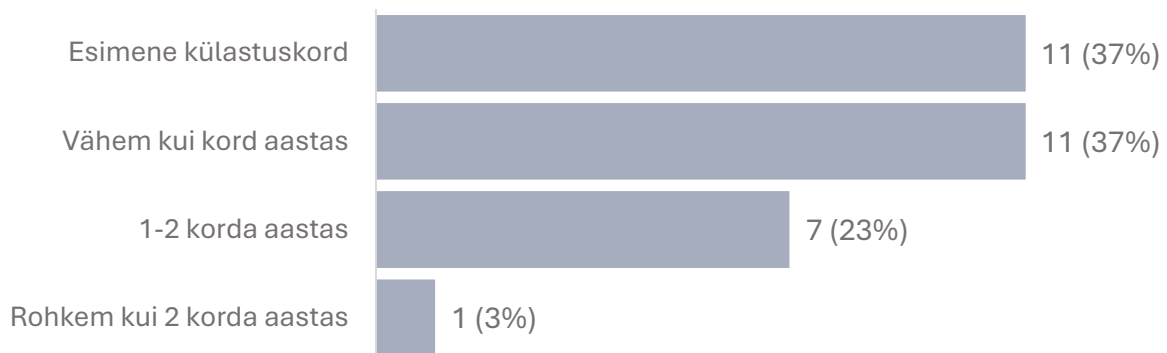


Joonis 12. Veebiküsitlustele vastanute Lõuna-Eesti reisi kestus (n=129)

Süvaintervjuudes uuriti, kui sageli vastajad Lõuna-Eestit külastavad – kas tegemist oli esmakordse reisiga või külastatakse piirkonda regulaarselt. Rohkem kui kolmandik intervjuueeritustest (37%) mainis, et Lõuna-Eestis viibiti esmakordselt. Sama suur hulk vastajaid (37%) ütles, et käib seal harvem kui kord aastas (joonis 13).

23% märkis, et külastab piirkonda 1–2 korda aastas, ning vaid üks vastaja tõi välja, et käib Lõuna-Eestis sagedamini kui kaks korda aastas.

See küsimus esitati ainult süvaintervjuudes – veebiküsitluse seda ei olnud.



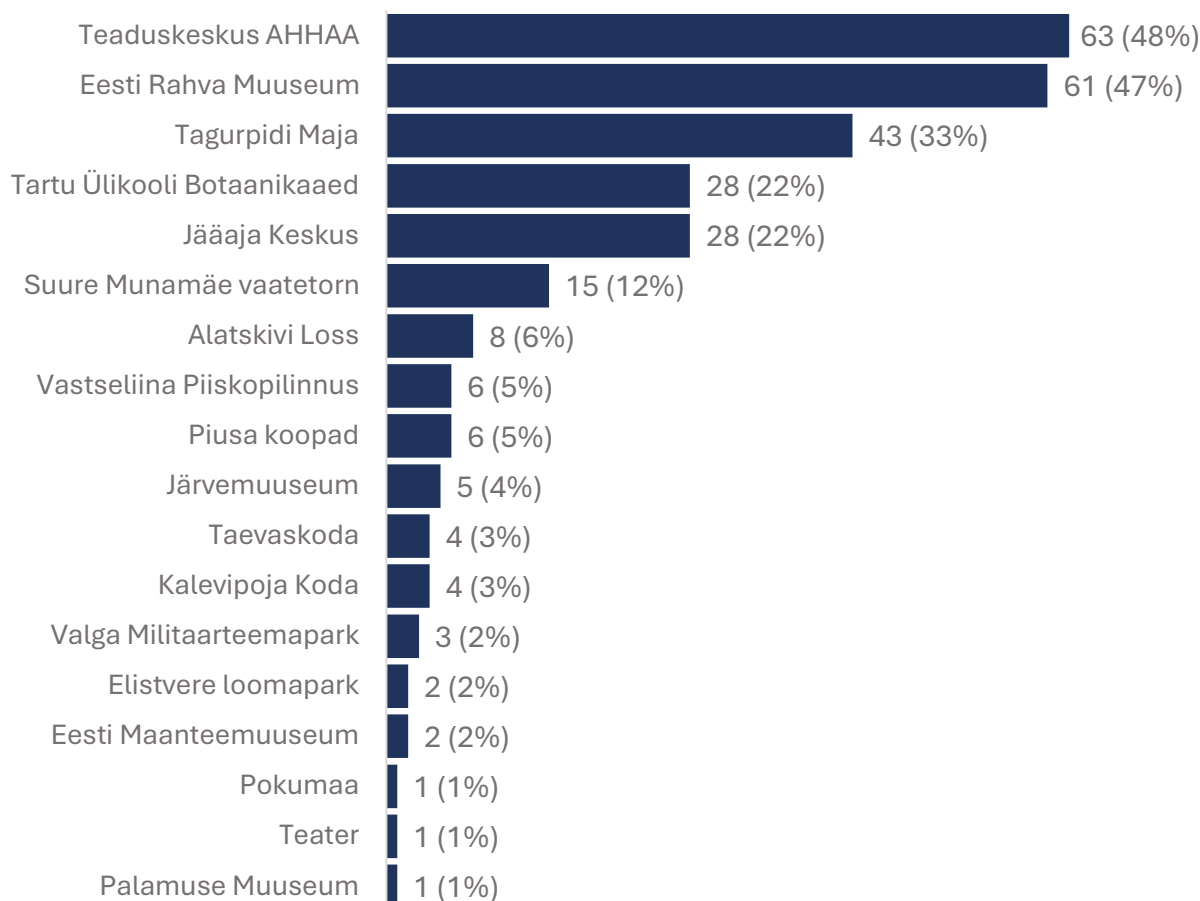
Joonis 13. Intervjuudes osalejate Lõuna-Eesti külastamise sagedus (n=30)

Veebiküsitluses paluti vastajatel nimetada Lõuna-Eesti turismiobjekte, mida nad olid oma reisi jooksul külastanud või plaanisid külastada.

Kõige sagedamini mainiti Teaduskeskust AHHA (48%) ja Eesti Rahva Muuseumi (47%). Järgnes Tagurpidi Maja, mille nimetas 33% vastanutest. Tartu Ülikooli botaanikaaed ja Jääaja Keskus pälvisid mõlemas 22% vastanute tähelepanu (joonis 14).

Lisaks nimetati mitmeid teisi objekte, sealhulgas Suure Munamäe vaatetorn, Alatskivi Loss, Vastseliina Piiskopilinnus, Piusa koopad, Järvemuuseum, Taevaskoda, Valga Militaarteemapark ja Elistvere loomapark. Kuigi nende osakaal jäi väiksemaks, viitab mainimiste arv siiski kindlale huvile ka vähem tuntud sihtkohtade vastu.

Avatud vastustes tõid mitmed vastajad esile ka teisi huvipakkuvaid kohti ja tegevusi – näiteks sTARTUp Day (mida mainiti mitmel korral), veekeskus, spaad, erinevad muuseumid, ajaloolised varemed, lossid ja mõisad.



Joonis 14. Veebiküsitlustele vastanute külastatud või külastada kavandatud turismiobjektid (n=130)

Korrelatsiooni- ja faktoranalüüsi põhjal võib tuvastada kolm peamist külastusmustrit (objektide klastrit), mida saab kirjeldada ka isikute kaudu. Iga klasteri puhul avaldus nõ ankurobjekt, mille külastajad külastasid sageli ka teisi klasteri objekte. Mõned turismiobjektid (ERM, Alatskivi Loss, TÜ Botaanikaaed ja Taevaskoda) kuuluvad kahte klasterisse.

1. Lastega Tartus

Peamised sihtrühmad: pered, külastajad Lätist.

Turismiobjektid: Teaduskeskus AHHA, Tagurpidi Maja, Jääaja Keskus, Eesti Rahva Muuseum (ERM). Sagedasti külastati ka Aura Veekeskust ja/või peatuti spahotellis³.

Ankurobjektiks on siin Teaduskeskus AHHA, mida külastas 81% vastajatest, kes tulid koos pere ja lastega ning mille külastajad külastasid sageli (seos statistiliselt oluline) ka kõiki teisi selle klasteri turismiobjekte. Statistiliselt olulised seosed on veel spaapuhkuse ja Jääaja Keskuse külastamise vahel. Seos on ka naabruses asuvate ERM-i ja Tagurpidi Maja külastamise vahel.

Samas ei ole ERM-i külastamisel seost spaapuhkuse olijatega ja seos Jääaja Keskuse külastamisega on nõrk.

³ Aurat ja spahotelle ei olnud küsitluslistis, kuid neid oli antud sihtgrupis väga sageli intervjuudes ja küsitluse vabavastustes mainitud. Hinnanguliselt on seos isegi tugevam kui andmetötlusest nähtub.

Tabel 3. Klaster Lastega Tartus – korrelatsioonid turismiobjektide märkimiste vahel.

	Märki- misi	Tagurpidi Maja	Teadus- keskus AHHA	Jääaja Keskus	AURA ja/või spaa-holell	Eesti Rahva Muuseum
Tagurpidi Maja	48		0,46	0,15	0,05	0,24
Teaduskeskus AHHA	77	0,46		0,21	0,22	0,28
Jääaja Keskus	35	0,15	0,21		0,23	0,05
AURA ja/või spaaholell	13	0,05	0,22	0,23		-0,03
Eesti Rahva Muuseum	70	0,24	0,28	0,05	-0,03	

Enamik klasteri objektide külastajaid (ca 80%) tuli Lätist, mis ületab märkimisväärselt ka Läti vastajate osakaalu kõigist vastanutest (62%). Klasteri objektid külastajad pigem ei külastanud Lõuna-Eesti loodusturismi objekte (nt Suure Munamäe vaatetorni).

2. Tartu kultuuriring

Peamised sihtrühmad: ärituristid ja üksikkülastajad, külastajad Soomest ja väljastpoolt Euroopat.

Turismiobjektid: ERM, TÜ Botaanikaaed, Alatskivi Loss, Taevaskoda. Intervjuudest ja avatud vastustest ilmnas, et sihtgrupi turistid külastasid ka teisi Tartu muuseume (peamiselt märgiti TÜ muuseum), veetsid aega Tartu vanalinnas, Emajõe ääres ning Tartu restoranides ja baarides.

Ankurobjektiks on siin Eesti Rahva Muuseum, kuid seosed turismiobjektide külastamise vahel on pigem nõrgad. Põhjuseks eelkõige asjaolu, et ärituristide ja üksikkülastajate Lõuna-Eestisse (Tartusse) saabumise põhjuseks oli enamasti Start-up Day või mõni kuu ülikoolidega seotud sündmus ning turismiobjektide külastamiseks jäi vähe aega. Samuti on ERMi külastajate seas väga oluline ka lastega perede klaster, mis statistiliselt seoseid Tartu kultuuriringi objektide vahel hägustab. Eraldi alamklaster võib välja tuua TÜ Botaanikaia, Alatskivi Lossi ja Taevaskoda, mille külastamised olid keskmise tugevusega korrelatsioonid ning mida külastasid eelkõige üksi reisinud turistid.

Tabel 4. Klaster Tartu Kultuuriring – korrelatsioonid turismiobjektide märkimiste vahel

	Märki- misi	Eesti Rahva Muuseum	Tartu muuseumid	Tartu vanalinn jm	Alatskivi Loss	Taevaskoda	Botaanika- aed
Eesti Rahva Muuseum	70		0,11	0,10	0,09	0,10	0,19
muud Tartu muuseumid	9	0,11		0,71	-0,06	-0,04	-0,11
Tartu vanalinn ja jõeäär	17	0,10	0,71		-0,08	-0,06	-0,11
Alatskivi Loss	8	0,09	-0,06	-0,08		0,15	0,20
Taevaskoda	4	0,10	-0,04	-0,06	0,15		0,14
TÜ Botaanikaaed	28	0,19	-0,11	-0,11	0,20	0,14	

Klasteri turismiobjektide külastajaid jagunesid päritolupiirkonna mõttes ühtlaselt, mis tähendab, et Läti turistid olid vastajate üldise osakaaluga võrreldes alaesindatud (erandiks on siin Alatskivi Loss 63% lätlasti ja kahte klasterisse kuuluv ERM 69%) ning ülesindatud piirkonnad. Klasteri objektidest külastajad pigem ei külastanud AHHA Teaduskeskust ja Jääaja Keskust (erandiks jällegi kahte klasterisse kuulumise tõttu ERMi külastajad).

3. Lõuna-Eesti turismimarsruudid

Peamised sihtrühmad: koos partneriga reisijad, külastajad Euroopast (va lähinaabrid Soome ja Läti).

Turismiobjektid: Suure Munamäe vaatetorn, Kalevipoja Koda, Vastseliina Piiskopilinnus, Piusa koopad, Järvemuuseum, TÜ Botaanikaaed, Alatskivi Loss, Taevaskoda. Intervjuudest ja avatud vastustest ilmnas, et Euroopa Saunamaratoni külastajad on enamasti ka Taevaskojaga tutvunud.

Ankurobjektideks on siin TÜ Botaanikaaed ja Suure Munamäe vaatetorn. Seosed on tugevad või keskmised peaaegu kõigi klasteri objektide vahel, so sihtgruppi kuuluvad turistid on enamasti mitmed või lausa enamiku neist külastanud. Teistest nõrgemini on seotud Taevaskoda ja ainukese Tartu objektina klasterisse kuuluv Botaanikaaed.

Peipsi ääres ja Kagu-Eestis paiknevad Alatskivi Loss, Piusa koopad, Vastseliina Piiskopilinnus ja Suure Munamäe vaatetorn moodustavad eraldi alamklasteri. Statistiliselt kuulub sinna alamklasterisse ka Järvemuuseum, mille kohta on meil hüpotees, et vastanud tegelikult ei teadnud Võrtsjärve ääres olevat objekti ja pidasid selleks Seto muuseumi või mõnda Sibulatee objekti.

Tabel 5. Klaster Lõuna-Eesti turismimarsruudid – korrelatsioonid turismiobjektide märkimiste vahel

	Märkimisi	Alatskivi Loss	Taevaskoda	Botaanikaaed	Suure Munamägi	Kalevipoja Koda	Vastseliina Piiskopilinnus	Piusa koopad	Järvemuuseum
Alatskivi Loss	8		0,15	0,20	0,31	0,23	0,41	0,37	0,45
Taevaskoda	4	0,15		0,14	0,35	-0,03	-0,03	-0,03	-0,03
TÜ Botaanikaaed	28	0,20	0,14		0,34	0,22	0,26	-0,02	-0,08
Suure Munamäe torn	16	0,31	0,35	0,34		0,44	0,48	0,13	0,18
Kalevipoja Koda	5	0,23	-0,03	0,22	0,44		0,44	0,25	0,14
Vastseliina Piiskopilinnus	6	0,41	-0,03	0,26	0,48	0,44		0,44	0,34
Piusa koopad	7	0,37	-0,03	-0,02	0,13	0,25	0,44		0,49
Järvemuuseum	5	0,45	-0,03	-0,08	0,18	0,14	0,34	0,49	

Klasteri objektide külastajate hulgas on üldkogumiga võrreldes suurima osakaaluga muust Euroopast pärit turistid, arvukalt on esindatud ka Läti turiste.

Klasteri objektid külastajad pigem ei külastanud Tartu turismiobjekte (va Botaanikaaed). Eriti suur negatiivne korrelatsioon oli AHHA keskuse märkimistega.

Eraldi võib välja tuua Euroopa Saunamaratoni ja sTARTUp Day külastajad, kes üldjuhul olid Eestisse tulnud konkreetse sündmuse tõttu ja külastasid teisi turismiobjekte juhuslikult (kui üldse, siis lähimas naabruskonnas asuvaid).

Elistvere loomapark, Eesti Maanteemuuseum, Palamuse Muuseum, Pokumaa ja Valga Militaarteemapark jäid madalhooaja turismimarsruutidest kõrvale. Neid märkisid ainult üksikud vastajad ja kohapealsed küsitlejad ei kohanud välituriste üldse.

5.1 Küllastajate kulutused Lõuna-Eesti reisir

Vastajatel paluti hinnata oma Lõuna-Eestis reisirimisega seotud kulusid ühe inimese kohta. Väljaspool Lõuna-Eestis regioonit tehtud kulusid (näiteks saabumine Eestisse, majutus Tallinnas jms) arvesse ei võetud. Kulud jagati viide kategooriasse: transport Lõuna-Eestis piirkonnas, majutus, toitlustus (sh toidu ja jookide kaasaostmine), piletid turismiobjektide külastamiseks ning muud kulud (ostud, vaba aja tegevused jne). Ülevaade keskmistest kuludest ühe külastaja kohta on toodud tabelis 6.

Tabel 6. Uuringus osalenud väliskülastajate kulutused Lõuna-Eestis reisir

	Vastajaid	Päevi Lõuna- Eestis	Reisi- kaaslaste arv	Keskmised kulud Lõuna-Eestis viibimisel ühe inimese kohta					
				Transport	Majutus	Toitlustus	Pileti- tasud	Muud kulud	KOKKU
Läti	81	2,2	2,6	48	71	65	47	53	284
Muu Euroopa	32	4,4	1,7	117	217	109	106	43	593
Muu maailm	13	4,4	2,8	12	143	80	252	33	520
Soome	13	4,7	2,2	56	129	201	78	45	509
KOKKU	139	3,2	2,4	61	117	89	84	48	399

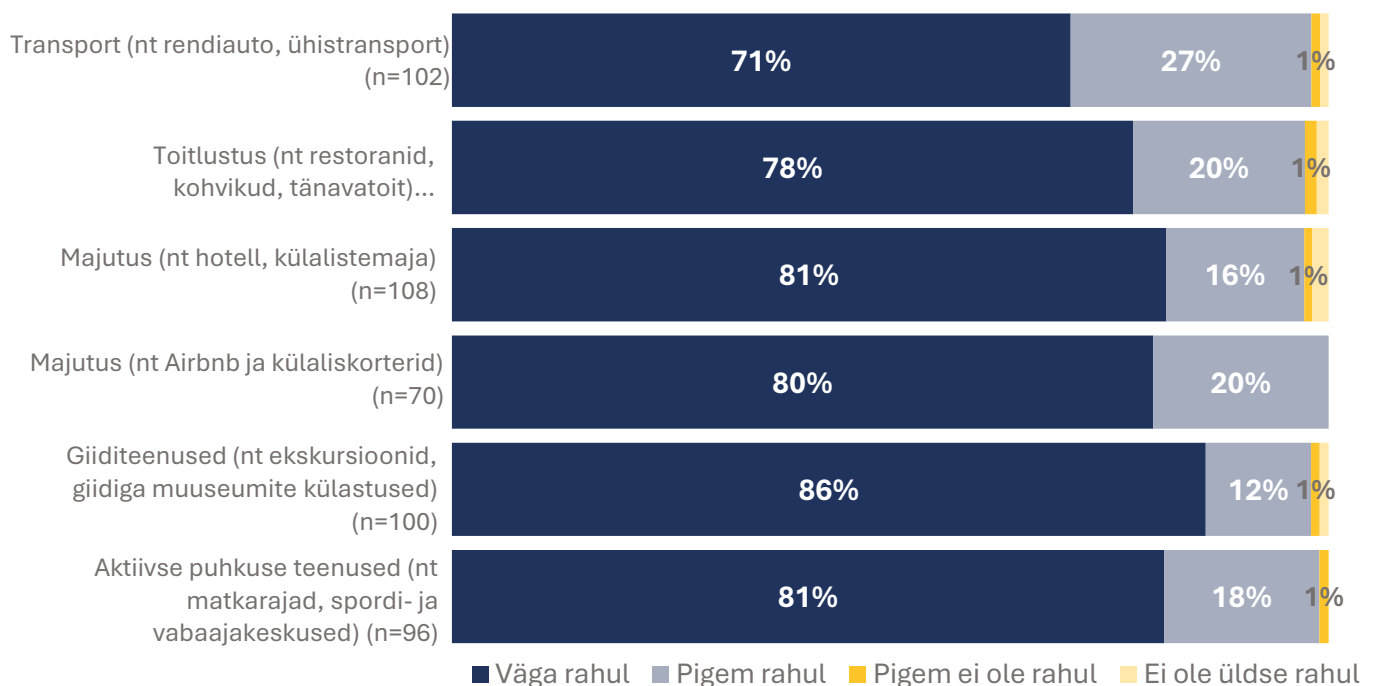
6 Rahulolu

Rahulolu eri teenuste ja tegevustega hinnati neljapalli skaalal, kus 4 tähendas „väga rahul“, 3 „pigem rahul“, 2 „pigem ei ole rahul“ ning 1 „ei ole üldse rahul“.

Enamik vastajaid hindas oma kogemust kõrgeima võimaliku hindegaga. Kõige rohkem oldi rahul giiditeenustega – 86% märkisid, et olid väga rahul, ning keskmine rahuloluhinne oli 3,83. Ka majutus hotellides ja külalistemajades (81%, keskmine 3,77), aktiivse puhkuse teenused (81%, keskmine 3,8) ning majutus airbnb's ja külaliskorterites (80%, keskmine 3,8) pälvisid kõrge rahulolu (joonis 15).

Toitlustusteenused said 78% ulatuses maksimumpunktid ning keskmine hinnang jäi samuti kõrgele – 3,74. Transpordi puhul oli väga rahul 71% vastajatest, 27% andsid tagasihoidlikuma hinnangu „pigem rahul“ ning 1% ei olnud teenustega rahul. Vastav keskmine rahuloluhinne oli 3,68.

Kõigis käsitletud kategooriates jäi madalate hinnangute (2 ja 1 palli) osakaal väikeseks – enamasti 1–2% piiresse, viidates üldiselt kõrgele rahulolule.



Joonis 15. Rahulolu külastuskogemusega

Süvaintervjuudes uuriti, kas välisküllastajate ootused reisi jooksul täitusid. Enamik vastanutest kinnitas, et nende ootused Lõuna-Eesti reisi suhtes said täidetud. Väliskülalised tundsid end oodatuna – kiideti kohalike sõbralikkust ning kõrget teeninduse taset. Piirkond jättis väga positiivse mulje oma kauni looduse, soodsate hindade, sujuva liikluse ja selgete viidastustega, mis tegid liikumise lihtsaks ja mugavaks.

Samuti uuriti intervjuudes, kas oli mõni teenus, mis üllatas väliskülastajaid positiivselt või negatiivselt. Enamik väliskülastajaid on Lõuna-Eestiga väga rahul – kõike peetakse ilusaks ja meeldivaks. Külastajad tõid esile mitmeid rahulolu pakkuvaid aspekte, nagu näiteks meeldiv teenindus restoranides, kvaliteetne ja hea majutusasutus ja hästi korraldatud üritused. Kiideti ka head restoranivalikut Tartu linnas. Samuti toodi mitmel korral esile häid transporditeenuseid.

Oleme rahul teenindusega Suurel Munamäel. Inimesed on positiivsed ja saime oma küsimustele kohe vastused. (Süvaintervjuus osalenu)

Üks teenus, mis mind positiivselt üllatas, oli Luxexpressi bussiteenus, see oli organiseeritud ja toimis väga hästi (lihtne broneerida, alati õigel ajal jne). (Süvaintervjuus osalenu)

Positiivsete näidetena mainiti ka meeldivaid külastuskogemusi turismiobjektidel. Näiteks toodi välja AHHA keskust, Eesti Rahva Muuseumi ja Jääaja Keskust, mis pakkusid sisukat ja meeldejäävat elamust. Positiivse näitena toodi esile, et mitmel turismiobjektil oli teave kättesaadav ka teistes keeltes, näiteks läti keeles, mis pakkus väliskülastajatele meeldiva üllatuse.

AHHAA keskus oli väga meeldiv üllatus – moodne, kaasahaarav ja lõbus nii täiskasvanutele kui ka lastele. ERM oli muljetavaldav, eriti arhitektuuriline disain ja näituste ulatus. (Süvaintervjuus osalenu)

Eesti üllatab alati positiivselt ja Jääaja keskus üllatas samuti positiivselt ning interaktiivseid osad olid äärmiselt lõbusad. Positiivselt üllatas see, kui palju infot on läti keeles saadaval, eriti eestikeelsetel veebilehtedel. (Süvaintervjuus osalenu)

Samas leidus väheseid, kes juhtisid tähelepanu teatud kitsaskohtadele. Üks intervjuueeritav märkis, et söögikohtade pakkumised on üsna üldised ja valik piiratud – toiduvalik kipub olema kõikjal sarnane ning mitmekesisust leidub vaid vähestes paikades. Ta tõi näiteks, et paljud end Itaalia restoranidena esitlevad kohad ei vasta tegelikult selle köögi standarditele. Samuti mainis ta, et mõned söögikohad soovivad jätta muljet eksklusiivsusest, kuid tegelikkuses on need lihtsalt ülehinnatud. Samuti juhiti tähelepanu liikluse tihedusele, eriti Tartu linnas. Üks intervjuueeritav märkis, et orienteerumine oli keeruline, kuna näiteks liiklusmärgid erinevad värvilahenduse poolest Soome omadega.

Samuti uuriti süvaintervjuudes ka intervjueeritavate valmisolekut Lõuna-Eestit tulevikus taas külastada. Vastused jagunesid võrdselt nende vahel, kes kinnitasid, et külastaksid piirkonda kindlasti uuesti ja nende vahel, kes pidasid uuesti külastamist väga tõenäoliseks

Intervjueeritavatelt uuriti, millised oleksid nende võimalikud põhjused Lõuna-Eestisse naasmiseks või mittetulemiseks. Mitmed tõid välja, et nad tuleksid tagasi seetõttu, et Lõuna-Eestis elavad nende sõbrad. Samuti nimetati konkreetseid sündmusi, nagu sTARTUp Day ja Euroopa Saunamaraton, mis pakuvad põhjust piirkonda taas külastada. Mõned väljendasid soovi veeta Lõuna-Eestis rohkem aega ja külastada rohkem turismiattraksioone. Üks intervjueeritav rõhutas, et sooviks järgmisel korral avastada just väiksemaid ja vähem tuntud paiku. Tagasitulekut põhjendati ka piirkonna taskukohasusega, mida hinnati soodsamaks võrreldes paljude teiste Euroopa sihtkohtadega.

Kultuuriattraksioonid on huvitavad, linn on rahulik ja külalishke ning kõik on teiste Euroopa sihtkohtadega võrreldes taskukohane. Järgmisel korral tahaksin rohkem maapiirkondi ja väiksemaid külasid avastada. (Süvaintervjuus osalenu)

Oli ka neid, kes tuleksid tagasi looduse pärast, seda eriti suvisel ajal. Suvisel ajal tagasitulekut mainiti ka seetõttu, et siis on rohkem kohti avatud ja võimalus katsetada uusi tegevusi. Samuti toodi välja ka seda, et tagasi plaanitakse tulla töö tõttu või ärilistel põhjustel. Soovitakse külastada ka teisi Eesti piirkondi, näiteks toodi mitmel korral välja Pärnu ja Saaremaa külastamist suvel.

Teha on palju – tahaksime suvel tagasi tulla ja loodust näha. (Süvaintervjuus osalenu)

Plaanin tagasi tulla Erasmuse projekti raames tööga seoses, sest arvan, et siinsed ülikoolid on väga huvitavad koostöödeks. (Süvaintervjuus osalenu)

7 Järeldused

Järeldus	Lühikirjeldus
Järeldused välisküllastajate profiili kohta	
Lõuna-Eesti madalhooaja põhiliseks sihtgrupiks on Läti turistid	Uuringus osalenud välisturistidest moodustasid lätlased 57%, teistest Euroopa riikidest pärit küllastajad 22%, Soomest pärit välisküllastajaid 10% ning mujalt maailmast pärit küllastajad 11%.
Valdava küllastajaprofiili vanuseliselt moodustasid uuringus 30–44-aastased	Vanuseliselt kuulusid enamik vastanutest vanuserühma 30–44, moodustades kokku 47% kõikidest osalejatest. See vanusevahemik oli kõige arvukam nii küsitluses kui ka süvaintervjuudes.
Järeldused Lõuna-Eesti küllastamise põhjuste kohta	
Peamiseks Lõuna-Eestisse reisimise motiiviks on puhkus ja turism	71% uuringus osalenud välisturistidest töid Lõuna-Eesti küllastamise põhjusena esile eeskätt puhkamise ja turismi. Märkimisväärsel hulgal esines ka tööga seotud (23 %) ning isiklike või perekondlike põhjuseid (10 %), viidates mitmekesistele motivatsioonidele piirkonna küllastamiseks.
Lõuna-Eestis pakuvad välisküllastajatele suurimat huvi eelkõige konkreetsed turismiobjektid	Kõige sagedamini nimetati huvipakkuva tegevusena konkreetseid turismiobjekte või küllastuskohti – selle tõi esile 71% vastanutest. Järgnesid loodus ja maastik (37%) ning ajalugu ja kultuur (35%), mis olid esindatud suhteliselt võrdsel määral.
Järeldused reisikorralduse kohta	
Lõuna-Eestit puudutav info jõuab küllastajateni eelkõige digikanalite ja isiklike soovitude kaudu	Enim teavet Lõuna-Eesti kohta saadi internetiotsingute (64%) ning sõprade ja tuttavate soovitude (38%) kaudu. Märkimisväärsel kohal oli ka sotsiaalmeedia (24%), samas kui turismiportaalid, reklaamid ja reisiblogid mängisid väiksemat rolli.
Eesti kui sihtkoht ei ole mõnele välisküllastajatele tuntud	Süvaintervjuudest selgus, et mitmed küllastajad jõudsid Eestisse vaid tänu isiklikele soovitudele, kuna neil puudus varasem teadmine riigi asukohast või turismivõimalustest. See viitab rahvusvahelise nähtavuse ja teadlikkuse suurendamise vajadusele.
Majutuse broneerimisel eelistavad välisküllastajad selgelt veebipõhiseid kanaleid, samas kui turismiobjektide ja transporditeenuste puhul tehakse eelbroneeringuid märksa harvem	65% uuringus osalenud välisküllastajatest kasutas majutuse broneerimiseks online-platvorme, mis viitab selgele digilahenduste eelistamisele majutuse planeerimisel. Samal ajal ei olnud enamik vastanutest ette broneerinud ei turismiatraksioone (70%) ega transpordivahendeid (60%), mis näitab paindlikku reisikäitumist ja kohapeal tehtavaid otsuseid.
Reisi planeerimine on sujunud välisküllastajatel üldiselt hästi, kuid esinenud on ka teatavaid raskusi	Kuigi enamik välisküllastajaid ei kogenud suuremaid takistusi, töid mitmed intervjuueeritavad esile probleeme transpordiinfo, keerulise parkimisega Tartus ning raskusi mõistmisel, millised küllastuskohad on avatud. Samuti märgiti, et info puudumine inglise või muudes keeltes raskendas orienteerumist ja broneerimist.

Järeldus	Lühikirjeldus
Järeldused külastuskohtade ja -mustrite kohta	
Kõige enam külastatakse madalhooajal Lõuna-Eesti tuntumaid turismiobjekte	Kõige enam külastati Teaduskeskust AHHA (48%) ja Eesti Rahva Muuseumi (47%). Neile järgnes Tagurpidi Maja (33%) ning Tartu Ülikooli botaanikaaed ja Jääaja Keskus (mõlemad 22%). See viitab sellele, et Lõuna-Eesti külastuskogemust kujundavad eelkõige suuremad, tuntumad ja Tartu linnas asuvad turismiobjektid, samas kui väiksemaid sihtkohti külastatakse pigem valikuliselt.
Väliskülastajate seas on madalhooajal kolm peamist külastusmustrit	Korrelatsiooni- ja faktoranalüüs näitas, et turismiobjektide külastamisel esineb kolm selgelt eristuvat mustrit ehk klastrit: lastega Tartus, Tartu kultuuriring ja Lõuna-Eesti turismimarsruudid
Sündmuspõhised külastajad piirduvad sageli vaid konkreetse ürituse külastamisega	Näiteks Euroopa Saunamaratoni ja sTARTUp Day osalejad ei kavandanud oma reisi jooksul teiste turismiobjektide külastamist. Ainult lähimas naabruskonnas asuvaid objekte külastati mõnikord. See viitab sellele, et nende külastus ei olnud seotud laiemate turismieesmärkidega.
Madalhooajal on Lõuna-Eesti külastused enamasti lühiajalised	Uuringu tulemuste põhjal viibis pooled Lõuna-Eestit külastanud välituristidest piirkonnas 2–3 päeva, mis viitab piirkonna populaarsusele lühiajalise reisisihtkohana. Ligikaudu veerand vastanutest viibisid Lõuna-Eestis 4–6 päeva, samas kui 18% piirdus ühepäevase külastusega. Pikemaid, vähemalt nädalaseid reise mainis vaid 8% vastanutest, mis näitab, et sellist tüüpi külastused on harvemad.
Enamik uuringus osalenud väliskülastajatest on Lõuna-Eestit varem külastanud	33% uuringus osalenud väliskülastajatest märkis, et viibisid piirkonnas esmakordselt. Enam kui pooled olid Lõuna-Eestit külastanud varem: 28% oli käinud 2–3 korda ning 22% 4–6 korral. Väiksem, kuid märgatav osa vastajaid on piirkonnas viibinud korduvalt – 13 vastanut on Lõuna-Eestis käinud 7–10 korda ja 14 vastajat on käinud üle 10 korra.
Järeldused rahulolu kohta	
Lõuna-Eesti turismi-teenused vastavad uuringus osalenud väliskülastajate ootustele ning teenuste üldine kvaliteet on hea.	Kõige kõrgem rahulolu neljapalli skaalal ilmnis giiditeenuste puhul (keskmine hinne 3,79), millele järgnesid aktiivse puhkuse võimalused ning Airbnb ja külaliskorterid (mõlemal keskmine 3,76). Ka hotellide ja külalistemajade majutusteenused (3,74) ning toitlustus (3,71) said kõrge hinnangu. Veidi madalama, kuid siiski valdavalt positiivse hinnangu pälvis transporditeenus (3,64).
Väliskülastajate ootused Lõuna-Eesti suhtes täitusid ja üldine kogemus oli positiivne	Süvaintervjuudes osalenud väliskülalised kiitsid piirkonna sõbralikkust, taskukohasust, looduskauneid kohti ja teenuste kvaliteeti. Eriti toodi esile häid elamusi AHHA keskuses, ERMis ja Jääaja Keskuses ning rahvusvahelist teabe kättesaadavust mitmes keeles
Paljud külastajad on valmis Lõuna-Eestit taas külastama	Tagasituleku motiivideks nimetati Lõuna-Eesti piirkonnas elavaid sõpru, konkreetseid sündmusi, looduselamusi ja piirkonna rahulikku atmosfääri. Samuti väljendati huvi väiksemate ja seni avastamata paikade vastu, eriti suvisel hooajal

8 Soovitused

Järgnevalt on välja toodud uuringu läbiviijate kui ka süvaintervjuudes osalenute ettepanekud, kuidas saaks Lõuna-Eesti turismi arendada, et muuta piirkond külastajatele atraktiivsemaks.

Edasistes uuringutes soovitame lisada küsimusi, mis aitavad välja selgitada, kuidas väliskülastajad konkreetse turismiobjekti leidsid – näiteks kas nad said info veebilehe, sotsiaalmeedia, soovitusel, teeviitade või mõne muu kanali kaudu. See aitab paremini mõista, millised turunduskanalid mõjutavad külastajate otsuseid ja suunavad neid sihtkohta. Samuti soovitame korraldada küsitlused kõrghooajal ning viia need läbi võimalusel turismiobjektide juures kohapeal. Nii on võimalik kaasata igast objektist võimalikult palju väliskülalisi ning tagada, et uuringus kajastuksid eri sihtkohtade külastajaprofiilid ja kogemused võimalikult esinduslikult.

1. Madalhooaja turismi arendamine: eesmärgistatud tegevused ja strateegia

Soovitame Lõuna-Eesti turismiarenduses senisest teadlikumalt keskenduda madalhooajale ning läheneda sellele strateegiliselt. Selleks tuleks välja töötada sihipärane käsitusviis, mis avab hooajaväliste perioodide potentsiaali ning soodustab piirkonna külastamist aastaringelt. Oluline on määratleda konkreetset eesmärgid ja tegevussuunad, mis aitavad suurendada Lõuna-Eesti atraktiivsust väljaspool tavapärasest kõrghooaega.

Arendustegevuste kavandamisel soovitame lähtuda uuringus tuvastatud neljast peamisest külastajamustrist, mis peegeldavad eriilmelisi motiive ja huvisuundi. Madalhooaja turundustegevused peaksid olema persoonapõhised – pakkudes igale sihtrühmale sobivat sisu, sobivas kohas ja ajal.

Selle eesmärgi saavutamiseks võiks kaaluda lähenemist, mis toob esile Lõuna-Eesti hooajavälise aja eripärad ja seni alakasutatud võimalused. Näiteks oleks mõistlik arendada elamuspakette, mis ei keskendu üksnes ühele atraktsioonile või sihtkohale, vaid suunavad külastajaid teadlikult ka väiksematesse paikadesse, hajutades külastuskoormust ja kasvatades piirkonna kui terviku atraktiivsust.

2. Rahvusvahelise tuntuse ja sihipärase turundustegevuse tugevdamine

Soovitame süsteemselt tugevdada Lõuna-Eesti kui turismisihtkoha rahvusvahelist nähtavust ja tuntust, et suurendada piirkonna atraktiivsust väliskülastajate seas ning toetada kestlikku turismikasvu. Antud soovitusi toid välja ka mitmed süvaintervjuus osalenud väliskülalised.

Lisaks soovitame tõsta väiksemate ja vähem tuntud turismiobjektide nähtavust läbi sidusate turundustegevuste, piirkondlike marsruutide ja ühiskampaaniate. Hästi läbi mõeldud

turundussõnumid peaksid rõhutama Lõuna-Eesti unikaalseid väärtusi: mitmekesist loodust, kultuuripärandit, kohalikke kogemusi ning madalhooajal pakutavaid eripäraseid elamusi.

3. Eelkujundatud marsruudid ja paketid

Soovitame töötada välja eri sihtrühmadele suunatud eelkujundatud marsruute ja reisipakette, mis lihtsustaksid välisküllastajate reise planeerimist ning toetaksid piirkonna mitmekesisemat avastamist. Sellised lahendused on eriti sobivad küllastajatele, kes eelistavad mugavat ja ettevalmistust vähendavat reisimisviisi ning ootavad konkreetseid ja ajaliselt teostatavaid soovitusi. Hästi läbimõeldud reisisoovitused aitaksid suunata tähelepanu ka vähem tuntud sihtkohtadele. Pakettide ja marsruutide koostamisel tuleks arvestada küllastajate erinevate huvide ja vajadustega, pakkudes paindlikke ning loogiliselt struktureeritud lahendusi.

Marsruutide ja pakettide koostamisel tuleks lähtuda küllastajate mitmekesistest huvidest, pakkudes paindlikke ja selgeid lahendusi eri sihtrühmadele. Näiteks sihtgrupina eristada pered, paarid, aktiivse puhkuse harrastajad. Samuti lisada päevareise, temaatilisi pakette, struktureeritud reisikavu ja selge teave olemasolevate marsruutide kohta.

4. Parandada turismiinfo kättesaadavust erinevates keeltes

Soovitame parandada turismiinfo mitmekeelsust nii veebipõhistes kanalites kui ka kohapealsetes infomaterjalides. Eriti tähtis on see iseseisvalt reisivatele välituristidele, kes vajavad selgelt esitatud, usaldusväärset ja hästi struktureeritud teavet nii reisi planeerimiseks kui ka kohapeal orienteerumiseks.

Mitmekeelse info pakkumine suurendab Lõuna-Eesti kui sihtkoha ligipääsetavust, toetab positiivset külaskogemust ning aitab tugevdada piirkonna atraktiivsust rahvusvahelises konkurentsivõimel. Antud vajadust rõhutasid ka mitmed süvaintervjuudes osalenud küllastajad.

5. Laiem koostöö ürituste korraldajatega piirkondliku turismi lõimimiseks

Soovitame tihendada koostööd ürituste korraldajatega, et motiveerida Lõuna-Eestisse saabunud küllastajaid avastama ka Lõuna-Eesti piirkonna teisi turismiattraksioone. Koostöö keskmes peaks olema küllastajate huvi laiendamine ümbritsevatele sihtkohtadele, kasutades selleks koordineeritud infovahetust, ühiseid kommunikatsioonitegevusi ning suuremat nähtavust turismiinfopunktides, sotsiaalmeedias ja sündmuste kanalites. Oluline on tõsta teadlikkust piirkonna mitmekesistest võimalustest ning pakkuda küllastajatele sisulisi soovitusi ja konteksti, kuidas oma viibimist paremini planeerida ja rikastada.