

Sisukord

Head õppijad!	7
1. Kuidas kasvab Turismipuu?	9
1.1. Miks võib viljapuu kasvu näitel iseloomustada tervikliku turismisüsteemi kujunemist?	10
1.2. Mida peaksid teadma Turismipuu kasvatajad?	14
1.3. Miks on vaja arvesse võtta Turismipuud ümbritsevat keskkonda?	15
1.4. Miks on Turismipuul vaja tugevat juurestikku?	16
1.5. Mis mõjutab Turismipuu tüve kasvamist?	17
1.6. Kuidas kujuneb Turismipuu oksavõra?	17
1.7. Mis annab Turismipuule värvi ning teeb selle lehed ja õied silmapaistvaks?	18
1.8. Millised on elujõulise ja kauni Turismipuu viljad?	19
1.9. Kuidas tagada Turismipuu pikk iga ja jätkusuutlik areng?	20
2. Mis on turism?	26
2.1. Miks ja kuidas tekkis turism?	27
2.2. Kust tuleb mõiste turism ja kuidas seda mõistet defineeritakse?	30
2.3. Mis on turismiteadus, turismimajandus ja turismiettevõtlus?	32
2.4. Millega koosneb turismikeskkond?	35
2.5. Millega tegeleb Maailma Turismiorganisatsioon?	40
2.6. Millal ja miks tähistatakse ülemaailmset turismipäeva?	42
2.7. Milline on maailma turismimajanduse arengustatistika ja -prognoosid?	43
2.8. Kuidas on arenenud Eesti turism?	44
3. Mis on turismiressursid, -tooted ja -teenused?	50
3.1. Mis on turismiressursid?	51
3.2. Mis on turismitooted ja mis on turismiteenused?	53
3.3. Mis on turismitootete elutsükkel?	57
3.4. Mis on turismitaluvus?	58
3.5. Mis on jätkusuutlikud turismitooted ja -teenused?	60
3.6. Millised on tuleviku turismitooted ja -teenused?	64
4. Kes on turistid?	69
4.1. Kes oli maailma esimene reisija ja miks inimesed reisivad?	70
4.2. Kes on reisijad, külastajad ja turistid?	71
4.3. Millised on turistide peamised reisimotiivid, ootused, vajadused ja soovid?	75
4.4. Kes on Stanley Plog ja Abraham Maslow ning miks on nende tööd tähtsad turistide käitumise ja otsuste mõistmisel?	76
4.5. Kuidas ja miks külastajaid uuritakse ja rühmitatakse?	79
4.6. Kuidas mõista erivajadusi ja eristavaid vajadusi?	83
4.7. Kuidas käituvad turistid?	85
4.8. Millised on reisidokumendid?	87
4.9. Mida tuleb teada reisimisega seonduvatest tervise- ja turvanõuetest?	89
5. Kes on turismitöötajad?	99
5.1. Milliseid töökohti loob turism nii otseselt kui ka kaudselt?	100
5.2. Millised on turismitöö positiivsed ja negatiivsed küljed?	102
5.3. Milline on Eesti kutsesüsteem, mis on kutsestandardid ja millised on turismitööks vajalikud põhiteadmised, -oskused ja isikuomadused?	103
5.4. Kuidas mõjutab teenindamine külastajate poolt tajutavat kvaliteeti?	105
5.5. Mis on teenindusfilosoofia ja teenindusmõtelaad?	108
5.6. Mis on teeninduskultuur?	111
5.7. Mida tähendab külalislahkus?	113

6. Millega turistid reisivad?	120
6.1. Mida tähendab transport ja millised on reisitranspordi liigid?	121
6.1. Kuidas reisitakse veeteedel?	122
6.3. Kuidas reisitakse maismaal?	129
6.4. Kuidas reisitakse õhuteedel?	138
6.4.1. Kuidas on toimunud õhureisimise areng?	138
6.4.2. Millised on maailma tuntumad lennundusorganisatsioonid ja -kokkulepped?	139
6.4.3. Kuidas liigitatakse õhusõidukeid ja kuidas toimub lennujuhtimine?	141
6.4.4. Millest koosneb lennuväli?	143
6.4.5. Kuidas liigitatakse lennukompaniisid ja millised on nende koostöövormid?	144
6.4.6. Millised on lennureisid ja -teenused?	147
6.4.7. Milline on Eesti õhutranspordi ajalugu?	151
6.5. Milline on Eesti reisitranspordisüsteem?	152
6.6. Milline on reisitranspordi tulevik?	155
7. Kus turistid ööbivad?	160
7.1. Miks ja kuidas on arenenud majutuskohad?	161
7.2. Kuidas majutuskohi liigitatakse?	166
7.3. Mida tähendab majutusettevõtete järk?	172
7.4. Kuidas liigitatakse hotellitube?	176
7.5. Milliseid teenuseid pakub hotell ja kuidas korraldatakse hotellitööd?	180
7.6. Millised on tulevikuhotellid?	184
8. Kus turistid söövad?	193
8.1. Miks ja kuidas on arenenud toitlustuskohad?	194
8.2. Kuidas toitlustuskohi liigitatakse?	198
8.3. Kuidas disainitakse toitlustuskoha menüüd?	203
8.4. Millist teenindust pakuvad toitlustuskohad?	205
8.5. Kuidas juhitakse toitlustusettevõtet?	207
8.6. Mida peavad toitlustusest lisaks teadma reisikonsultandid ja reisikorraldajad?	210
8.7. Millised on toitlustuse tulevikusuundumused?	211
9. Mida turistid teha soovivad?	219
9.1. Mis on vaba aeg ja millised on turistidele mõeldud meelelahutusvõimalused?	220
9.2. Mida tehakse looduskaitsealadel, rahvusparkides, parkides ja metsades?	221
9.3. Millised sündmused köidavad turiste?	224
9.4. Miks turistid külastavad muuseume, loomaaedu ja botaanikaedu?	227
9.5. Milliseid rekreatiivseid meelelahutusvõimalusi ja tegevusi pakub erasektor?	231
9.6. Milliseid tegevusi pakub erasektor linnas?	234
9.7. Milline on meelelahutuse tulevik?	236
10. Mida ootavad ärituristid?	242
10.1. Miks ja kuidas on arenenud äriturism?	243
10.2. Millised on ärituristide ootused, vajadused ja soovid?	246
10.3. Mida tähendab motivatsioonireis ja miks neid korraldatakse?	247
10.4. Miks on olemas korduvkliendiprogrammid?	249
10.5. Kuidas on arenenud konverentsiturism?	252
10.6. Millised on konverentside liigid?	255
10.7. Kes korraldavad koosolekuid ja konverentse?	257
10.8. Milline on tuleviku äriturism?	262
11. Kuidas turismitooteid turundatakse ja müüakse?	267
11.1. Mis on turundus?	268
11.2. Mida tuleb arvesse võtta turismitoodete ja -teenuste turundamisel?	271
11.3. Kuidas arendatakse turismiturunduse meetmestikku?	276
11.4. Miks on vajalikud turunduse planeerimine, turundusplaan ja -eelarve?	281
11.4. Kuidas kujundatakse turismitoodete hinda?	285
11.6. Mis on reisikaubandus?	287
11.7. Milline roll on arendus- ja turundusorganisatsioonidel?	292
11.8. Milline on turismiturunduse tulevik?	296
Kasutatud allikad	304

Head õppijad!

Selle raamatu sünnilugu ulatub paljude aastate taha. Alustasin tööd Pärnu Majanduskoolis turismimajanduse õpetajana 1995. aastal, pagasiks pikaajaline töökogemus turismivaldkonnas ja enesekindlus, et tean seetõttu turismist pea kõike. Võtsin toeks paar head ingliskeelset õpikut, mille alusel sündisid esimesed loengukonspektid ja hakkas süvenema arusaam Turismipuu.

Täna oleks olen läbi lugenud sadu turismialaseid raamatuid ja muid materjale, kirjutanud ise mitmeid õpikuid ja artikleid, ette valmistanud erinevaid ainekursuseid ja õppekavu, õpetanud nii Eesti kui ka välisüliõpilasi, osalenud huvitavates projektides ja täienduskoolitusprogrammides, palju ilmas ringi reisinud, end pidevalt täiendanud ning võin kinnitada, et nüüdseks tean, kui vähe ma veel tegelikult tean. Kinnitada võin aga sedagi, et turismitöö, sh õppejõuna, on mind kokku viinud erakordselt huvitavate ja säravate inimestega, võimaldanud kogeda maailma erinevaid paiku ja ennast teostada. Loodan, et käesolev õpik aitab lisaks turismitarkuse omandamisele kaasa Teie eneseleidmisele ja -teostamisele. Loodan, et armute turismi sügavalt ning annate oma parima selle arendamisel.

Õpik „Kuidas kasvab Turismipuu” on mõeldud eelkõige turismi-, majutus- ja toitlustusvaldkonna erialade õppijatele alusteadmiste omandamiseks turismimajandusest, kuid see sobib ka täiendõppijatele ja nimetatud valdkondade töötajatele enesetäiendamiseks, samuti kasutamiseks õppeasutustes, kus turismitarkust kõrvalerialana või valikainetena õpitakse. Autor sooviks, et õpikut ja selle sõnavara kasutaksid ka kõik turismi-, majutus- ja toitlustusvaldkonna õppejõud, ametnikud ja juhtivtöötajad, kes turismiga seonduvaid asju ajavad, ajakirjanikud, kes turismist kirjutavad, ja kõik teised, kel turismiga ühel või teisel moel tegemist on. Turismikeel on rikas ja kaunis, kui seda õigesti mõistetakse ja kasutatakse, ning seda keelt peaksid hästi valdama kõik turismiasjalised.

Õpiku ülesehituses on kasutatud Turismipuu kasvamise ideestikku, mis võimaldab mõista ning tundma õppida turismimajanduse terviküsteemi. Õppija saab ülevaate turismi ajaloost, hetkeolukorrast ja tulevikutrendidest ning õpib mõistma turismi mõjutegureid ja seoseid teiste majandusharudega. Teemad võimaldavad läbi käia kõik turismimajanduse arendamise ehk Turismipuu kasvatamise olulised etapid ja mõista Puu osade omavahelisi seoseid: elujõulise juurestiku loomine (turismiressursside jätkusuutlik kasutamine, turistide köitmine), tugeva tüve kasvatamine (tootearendus ja -turundus, inimressursside arendus, turisminõudluse kasv jms), rikkaliku oksavõra kujundamine (turismiga otseselt ja kaudselt seonduva ettevõtluse arendamine), õite ja lopsaka rohelise lehestiku loomine (kvaliteet, küllaliskus, uuenduslikkus, ehedus, omanäolisus jne) ning aasta ringi saaki andva Turismipuu maitsevate ja küpsete viljade noppimine (elukvaliteedi tõus, tööhõive kasv, rahva- ja riigitulu suurenemine, eksporditulu kasv, investeeringute suurenemine).

Õpiku peatükkides on kirjas palju turismitarkust, kuid turism on keerukas, pidevalt muutuv, arenev ja suurte väljakutsetega majandusharu. Selleks et jõuda parimate võimalike lahendusteni, tuleb leida vastused väga paljudele küsimustele. Seetõttu on ka õpiku teemad sõnastatud küsimustena: Kuidas kasvab Turismipuu? Mis on turism? Mis on turismiressursid, -tooted ja -teenused? Kes on turistid? Kes on turismitöötajad? Millega turistid reisivad? Kus turistid ööbivad? Kus turistid söövad? Mida turistid teha soovivad? Mida ootavad ärituristid? Kuidas turismitooteid turundatakse ja müüakse?

Õpiku tekst annab vastused paljudele küsimustele, kuid õppijatel tuleb püüda vastata ka õppeprotsessi käigus tekkivatele arvukatele lisaküsimustele. Peatükid algavad aruteluga ning lõpevad kordamisküsimuste ja ülesannetega. Iga teema lõpust leiab õppija sõnavara eesti-inglise ja inglise-eesti keeles. Õpiku

ülesehitus toetab õppija oskusi turismimajandusega seonduva teabe leidmiseks, arendab turismitöösse eetilise suhtumise, analüüsi ja ühistöö oskusi. Kursuse lõpuülesandena soovitab autor oma kodukoha, mõne muu turismisihtkoha või turismiettevõtte Turismipuu kujustamist, mis võimaldab praktilise ülesande abil mõtestada turismimajanduse terviksisüsteemi ning õpitut huvitaval ja arendaval moel kinnistada.

Õpikus on rohkesti näiteid, illustratsioone, viiteid lisalugemiseks ja kasutatud kirjanduse loetelu. Teemade käsitlemisel esitatud näidete juures on vajaduse korral toodud kasutatud allikad ja kodulehtede aadressid, mis ei kajastu kirjanduse loetelus.

Õpik on vastavuses turismierialade riikliku õppekava (HTM määrus 5.02.2008 nr 7) moodulis „Turismimajandusõpe” seatud eesmärkide ja teemadega turismimajanduse aluste tundmaõppimiseks. Õpiku materjal on mahukas ning võimaldab õppijal ja õpetajatel teha valikuid vastavalt õppe eesmärkidele.

Täna südamest turismiala spetsialiste, õppejõude ja kolleege, kes õpiku valmimisele kaasa aitasid. Minu eriline tänu Teile: Piret Kallas, Merike Hallik, Lii Muru, Enn Veldi, Allan Nõmmik, Erki Teemägi, Sirje Rekkor, Anti Kalamees, Heli Müristaja, Tiina Viin, Liis Juust, Tatjana Koor, Tiina Tamm, Ülle Parbo, Ragnar Kolga ja Argo kirjastuse abivalmid ja asjatundlikud töötajad. Täna väga oma peret, lapsi ja lapselapsi toetuse ja mõistmise eest – mahuka õpiku kirjutamine nõudis palju aega, mille oleksin muidu pühendanud Teile.

Teie
Heli Tooman

Kuidas kasvab Turismipuu?

Teema eesmärgid:

Õppida tundma tervikliku, hästi toimiva ja tulutoova turismisüsteemi ehk teisisõnu elujõulise Turismipuu arengu ning kasvu mõjutegureid.

Teema läbimisel oskate:

- mõista ja kirjeldada turismi terviksüsteemi, selle komponente, omavahelisi seoseid ja mõjutegureid;
- selgitada, miks võib Turismipuu kasvatamist ja arenemist võrrelda viljapuuga;
- selgitada, milliseid teadmisi ja oskusi on vaja Turismipuu kasvatamiseks;
- selgitada, millised väliskeskkonna tegurid mõjutavad Turismipuu kasvamist;
- iseloomustada ressursse, mis toetavad Turismipuu juurestiku arenemist;
- kirjeldada tegureid, mis mõjutavad Turismipuu tüve kasvu;
- selgitada, kuidas kujuneb Turismipuu oksavõra;
- kirjeldada, mis teeb Turismipuu lehed ja õied kauniks ja silmatorkavaks;
- iseloomustada, millised on elujõulise ja kauni Turismipuu viljad;
- selgitada, mida tähendab Turismipuu jätkusuutlikkus;
- leida ja kasutada teemakohaseid lisamaterjale;
- selgitada ja kasutada teemakohast sõnavara.

Alateemad:

- 1.1. Miks võib viljapuu kasvu näitel iseloomustada tervikliku turismisüsteemi kujunemist?
- 1.2. Mida peaksid teadma Turismipuu kasvatajad?
- 1.3. Miks on vaja arvesse võtta Turismipuud ümbritsevat keskkonda?
- 1.4. Miks on Turismipuul vaja tugevat juurestikku?
- 1.5. Mis mõjutab Turismipuu tüve kasvamist?
- 1.6. Kuidas kujuneb Turismipuu oksavõra?
- 1.7. Mis annab Turismipuule värvi ning teeb selle lehed ja õied silmapaistvaks?
- 1.8. Millised on elujõulise ja kauni Turismipuu viljad?
- 1.9. Kuidas tagada Turismipuu pikk iga ja jätkusuutlik areng?

Arutlege!

Viljapuuaija rajamisel on soovitatav leida sobiv maatüüp viljapuudele, marjapõõsastele, vaarikatele jm. Viljapuudele on kohane rohumaa, kusjuures õunapuudel on omad eelistused, pirnipuudel teised. Luuviljalised ei sobi kokku pirnipuude ega õunapuudega, neil on omad vajadused. Eriti oluline on sobiva maatüübi leidmine siis, kui mulla viljakus on madal. Taimed saavad siis täiendavalt ära kasutada maavälja energia. Igale puuliigile leidub temale sobiv piirkond. Mõnes kohas võib mõnele liigile sobiv ala ka puududa. Iga puu istutamisel tuleb leida temale sobiv koht parajas kauguses teisest viljapuust. (Aedniku nõuanne.)

Mida arvate Teie? Kas, miks ja kuidas saab turismi arendamist võrrelda viljapuu kasvatamisega?

1.1. Miks võib viljapuu kasvu näitel iseloomustada tervikliku turismisüsteemi kujunemist?

Turismimajandus (*tourism economy*) on keerukas majandusharu, millel on palju erinevaid, omavahel seotud, üksteist täiendavaid ja toetavaid tahke. Turismimajanduse ja **turismiettevõtluse** (*tourism industry*) toimimiseks ja arendamiseks on vaja neid seoseid ja koostoimimist hästi mõista, seega tuleb tunda turismimajanduse terviksüsteemi. Turismialasest kirjandusest võib leida mitmesuguseid **turismi-süsteemi** (*tourism system*) käsitlevaid mudeleid ja skeeme.

Üldise süsteemiteooria (*general system theory*) defineeris esimesena Austriast pärit bioloog Ludwig von Bertalanffy, kes iseloomustas seda kui omavahel ja keskkonnaga seoses olevate elementide võrgustikku. Tema peateoseks on *A Systems View Of Man* (1981). Turismisüsteem sisaldab paljusid omavahel seotud koostisosi, mis toimivad edukalt vaid üheskoos. Tuues paralleele üldise süsteemiteooriaga, võib näidata, et kuigi transpordi-, majutus- ja toitlustussüsteemid on erinevad, käituvad nad küllaltki sarnaselt, on omavahel tihedalt seotud ja tegutsevad laiemas pildis ühiste eesmärkide nimel. Lisaks on nad suuresti **üksteisest** ehk **vastastikku sõltuvad** (*interdependent*). Turismisüsteemi on võrreldud ämblikuvõrguga, mille puudutamine paneb kogu võrgustiku võbisema ja mõjutab seda.

Turismisüsteemi on uurinud ja kirjeldanud paljud turismiteadlased. Igaüks neist on oma uuringutega süsteemi edasi arendanud ja täiendanud. Turismisüsteemi mõtestamisega alustati 20. sajandi seitsmekümnendatel aastatel ning sellest ajast on turismiajalukku jäädvustatud järgmiste teadlaste tööd (Leiper 1979):

- P. Chau (1977) kirjeldas turismisüsteemi järgmiselt – turistid kui nõudluse tekitajad, reisieetevõtlus kui nõudlusele vastavate teenuste pakkumine ja huviväärsused kui turismitooted. Ta iseloomustas nende omavahelisi seoseid ja eesmärgi.
- C. Gunn (1979) iseloomustas oma turismi planeerimist käsitlevas raamatus turismi kui fundamentaalset süsteemi, mis hõlmab viit komponenti: turistid, transport, huviväärsused, teenused-rajatised ja informatsioon.
- Leiper (1979) lülitas oma süsteemi samuti viis komponenti: turistid, turiste lähetavad piirkonnad, transpordikoridorid, sihtkohapiirkonnad ja turismiettevõtlus, mis toimivad vastavas füüsilises, kultuurilises, sotsiaalses, majanduslikus, poliitilises ja tehnoloogilises keskkonnas.

Järgnevatel aastatel on turismisüsteemi käsitlusi edasi arendanud paljud teadlased, kuid universaalset mudelit pole kellelgi õnnestunud luua. Terviklikku turismisüsteemi saab mõtestada ja vaadelda mitmeti ning seetõttu võib öelda, et igal arvestataval mudelil on oma eelised ja puudused. Tähtis on vastavaid kaalukamaid käsitlusi tunda ning osata neid mõista, mõtestada, analüüsida ja rakendada.

Turismisüsteemi edasiarendamise tulemusel on jõutud järeldusele, et pea iga inimtegevuse valdkond ja iga inimene on ühel või teisel moel sellesse süsteemi kaasatud. Traditsioonilised turismivaldkonnad, nagu majutus, transport ja reisieetevõtlus, pakuvad tööd vaid vähestele osale neist ettevõtlusvaldkondadest, mis tegelikult saavad tulu turismimajandusest. Goeldner ja Ritchie (2009) selgitavad seda järgmiselt: turistide ja turismiettevõtete poolt tehtavad kulutused toovad kasu kõigile.

- Turistid kulutavad oma raha transpordile, majutusele, toidule, meelelahutusele, ostudele ja muule.
- Turismiettevõtted teevad kulutusi selleks, et maksta töötajatele palka, tasuda maksud, maksta transpordi, mitmesuguste teenuste (elekter, vesi, gaas jne) ja töötajate koolituste eest, osta toiduaineid, puhastusvahendeid, mööblit, voodipesu, nõusid, tasuda ehitus- ja remonditööde eest jne.
- Need kulutused omakorda annavad tööd ja tulu transpordi-, majutus-, toitlustus- ja meelelahutustevõtetele, põllumajandussaaduste-, veini-, pagari- ja kondiitritoodete tootjatele, ehitajatele, remontijatele, nõude, pesu ja puhastusvahendite tootjatele, käsitöömeistritele, suveniiride valmistajatele, jaekaubandusele, kaubanduskeskustele, spordihallidele, ujulatele, spaadele, iluteenindajatele, näitlejatele, lauljatele, turvatöötajatele, pilootidele, bussijuhtidele, trükikodadele, turundusettevõtetele, reisibüroodele jne. See loetelu võiks olla veelgi pikem.

Üheks võimaluseks turismisüsteemi kirjeldamisel on paralleelide ja sarnasuste esiletoomine mõne muu valdkonna üldtuntud näite kaasabil. Käesolevas raamatus on sellise lihtsa, aga turismivaldkonnaga paralleele tuua võimaldava näitena kasutatud viljapuu kasvulugu ning seostatud seda **Turismipuu** (*Tourism Tree*) kasvamisega.

Jätke meelde! Turismipuu mudeli nõrkuseks on, et see ei võimalda hästi välja tuua võrgustikke ja seoseid puu kõikide eri osade vahel, küll aga püütakse selles õpikus neid selgitada. Piltlikult võib öelda nii: selleks, et puul saaksid tekkida viljad, on paljudel juhtudel vajalik risttolmlemine ja kui ristatakse erinevaid sorte, saadakse päris uus ja huvitav vil. Sellises „risttolmlemises“ peitub palju võimalusi turismitoodete arendamiseks ning Turismipuu viljakuse suurendamiseks.



Viljapuu vajab tugevat ja tervet juurestikku ja tüve, oksi ja oksakesi, lopsakat lehestikku ning kauneid õisi – alles siis on ta valmis kandma selliseid küpseid ning maitsevaid vilju, mida inimesed ootavad ja soovivad. Viljakandvaks kasvuks on puul vaja päikest ja valgust, sobivat kohta ja mulda, ohtralt kastmist, oskuslikku väetamist, oksavõra kujundamist ning kehvade okste eemaldamist, teadmisi, armastust, hoolitsust ja veel paljut muud.

Viljapuude kasvu mõjutavad mitmesugused loodus- ja väliskeskkonna tegurid. Majanduskeskkond võib mõjutada näiteks seda, kas viljapuuaeda tasub rajada, kus ja millise hinna eest saab vilju turustada. Sotsiaalkultuurilisest keskkonnast võib sõltuda, milliseid vilju inimesed eelistavad ja ostavad. Tehnoloogilise keskkonna muutused ja areng on kaasa toonud suuri muutusi viljapuude aretus-, istutus-, hooldus-, koristus-, säilitus- jt tehnoloogiates. Poliitiline keskkond võib tähendada näiteks ühe või teise maa põllumajanduspoliitikat, vastavaid seadusi ja muid tegevusi, mis võivad kas soodustada või takistada viljapuumajanduse arendamist.

Viljapuid on palju aastaid teaduslikult uuritud, välja on aretatud arvukalt uusi rikkalikku saaki andvaid, maitsevate ja hästi säilivate viljadega puusorte. Teadusuuringute tulemused võimaldavad viljapuuaedade rajamist paremini planeerida ning aedu tulusalt ja jätkusuutlikult majandada, samuti saavutada viljade hea kvaliteet ja säilivus.

Turismisüsteemi laiahaardelisust ning mõjutegureid saab piltlikult kujutada ja terviklikult mõista Turismipuu kasvu näitel. Nii nagu head saaki andva viljapuu kasvatamisel ja viljade konkurentsivõimelisuse ja -ealiste tagamisel on ka Turismipuu arendamisel vajalikud:

- põhjalikud teadmised ja oskused;
- asjakohased uuringud ning teaduspõhisus;
- sihtide ja eesmärkide seadmine;
- hoolikas planeerimine, juhtimine ja arendustegevus;
- väliskeskkonna teguritega arvestamine;
- inimeste ootuste, vajaduste ja soovide tundmine ja arvestamine;
- asjatundlikud ja pühendunud töötajad;
- mitmesugused ressursid;
- oskuslik tootearendus;
- eristumine ja omanäolisus;
- teiste tegevusvaldkondade toodete ja teenuste kasutamine;
- koostöö partneritega;
- oskuslik turundus ja müük;
- igapäevane hoolitsus;
- järjepidevus eesmärkide saavutamisel;
- uute suundade ja tehnoloogiate tundmine ja kasutamine;
- jätkusuutlikkus ja kvaliteet kõiges.

Selles loetelus toodud mõisteid selgitatakse edaspidi. Kokkuvõtvalt võib öelda, et Turismipuu vajab oma heaks kasvuks kohalike ressursside: kohaliku tööjõu, toiduainete ja materjalide maksimaalset, oskuslikku ja jätkusuutlikku ärakasutamist ning võimalikult minimaalset ressursside importi ehk sissetoomist mujalt.

Pilkupüüdva ja huvipakkuva puu kujundamisel on väga oluline koht omapära ja ehedate kultuurivormide esiletoomine. Puu kasvatamisel tuleb arvesse võtta mitmesuguseid väliskeskkonna tegureid, hoolikalt jälgida võimalikke negatiivseid mõjusid ning teadlikult kasutada positiivseid võimalusi. Väga tähtis on Turismipuu kasvu planeerimine kogu piirkonna arengu üldistes huvides, jätkusuutlikkus ja kvaliteet.

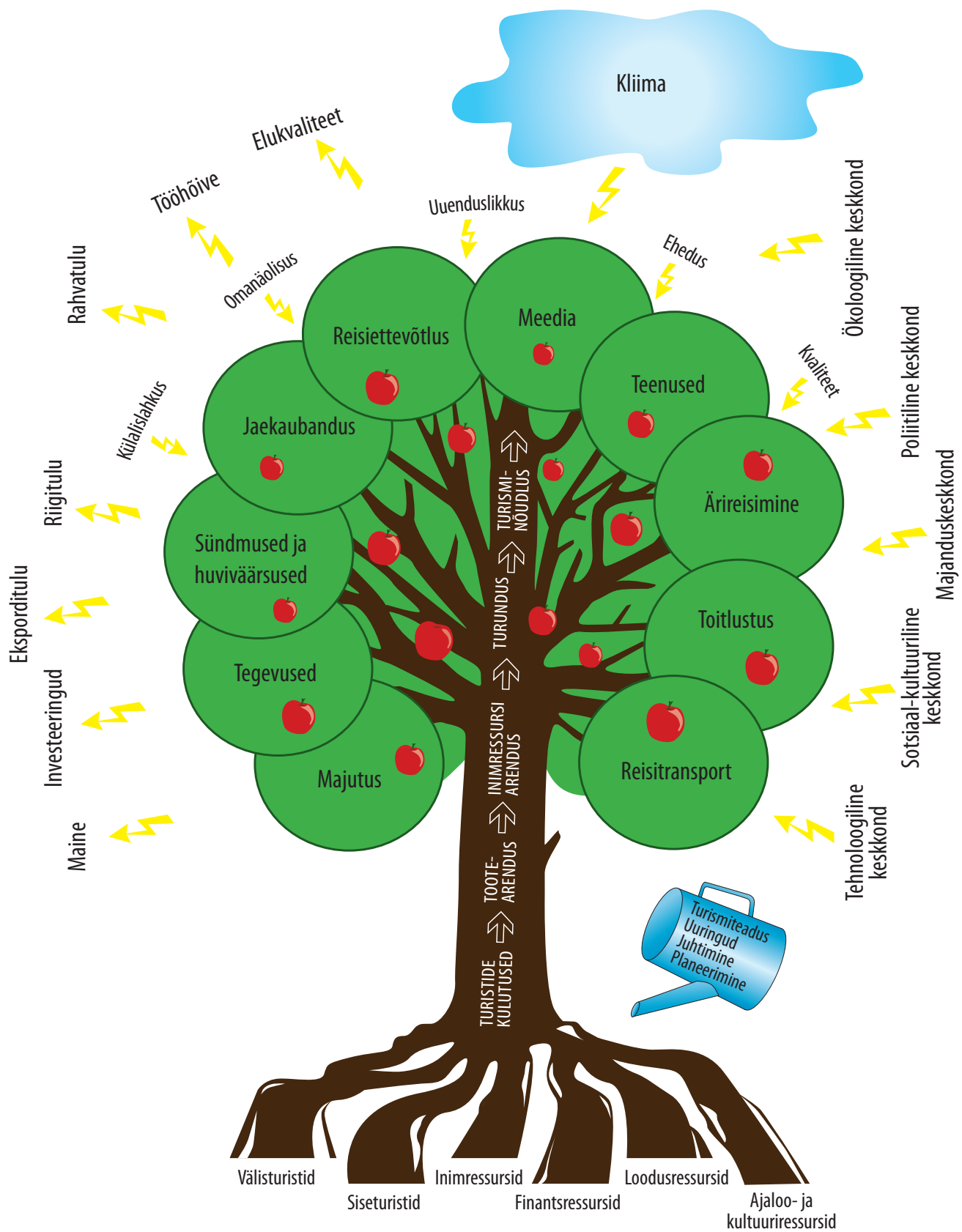
Turismipuu kasvu võib vaadelda ja iseloomustada turismimajanduse üldises tähenduses. Samas saab aga iga sihtkoht (riik, piirkond, linn, maakond, vald, küla jne), samuti ka iga turismiettevõtte joonistada oma Turismipuu, mõistmaks, millised on parimad võimalused selle kasvatamiseks ja arendamiseks. Turismipuu kasvamise mudeli näitel saavad turismiõppijad, aga ka selles valdkonnas tegutsejad arendada oma teadmisi turismi põhialustest. Mudel võimaldab hästi mõista turismimajanduse keerukust ja kompleksust ning turismi arengu ja turistide külastuselamuse mõjutegureid.



Jätke meelde ja täiendage! Joonis 1.1 annab n-ö üldpildi Turismipuust, kuid Puu okstel ja oksakestel asuvad veel väga paljude tegevusvaldkondade ettevõtted, tooted ja teenused, millela turismi arendada pole võimalik. Samas saavad need valdkonnad olulisel määral tööd tänu turismi arengule. Mõelge näiteks, kuidas on turismi areng toetanud reisitranspordiettevõtete ja transpordivahendeid tootvate ettevõtete arengut või mis juhtuks selliste ettevõtetega siis, kui reisimine maailmas oluliselt väheneks? Näited Turismipuu oksavõra kujundavatest tegevusvaldkondadest leiate tabelist 1.1, Teie ülesandeks on seda täiendada!

Tabel 1.1. Turismipuu oksavõra.

Reisitransport: reisitranspordiettevõtted: lennu-, laeva-, bussi-, autoüüri- jne ettevõtted; transpordivahendite tootjad ja -müüjad: autod, bussid, laevad, lennukid; ehitus- jt materjalide ja seadmete tootjad ja müüjad; ehitajad: teed, sadamad, lennuväljad, terminalid, muud hooned ja rajatised; kütusetootjad ja -müüjad; remondi- ja hooldusteenuste pakkujad; muude toodete ja teenuste pakkujad jne.	Ärireisimine: ärireisi- ja konverentsikorraldajad; ehitus- jt materjalide ja seadmete tootjad ja müüjad; ehitajad: konverentsikeskused, seminariruumid; konverentsiruumide sisustuse valmistajad ja müüjad; remondi- ja hooldusteenuste pakkujad; infotehnoloogiasteenuste pakkujad; konverentsitehnika tootjad ja müüjad; muude toodete ja teenuste pakkujad: tõlgid jne.
Majutus: majutusettevõtted: hotellid, motellid jne; ehitus- jt materjalide ja seadmete tootjad ja müüjad; ehitajad: hotellid, muud majutusasutused, hooned ja rajatised; remondi- ja hooldusteenuste pakkujad; tekstiilitoodete, mööbli jne valmistajad ja müüjad; muude toodete ja teenuste pakkujad jne.	Reisiettevõtlus (reisikaubandus): reisibürood, reisikorraldajad, hulgimüüjad; teised reisitoodete ja -teenuste müüjad ja edasimüüjad; giidid, reisisaatjad, reisesindajad jt; materjalide, sisustuse ja seadmete tootjad ja müüjad; reisi infotehnoloogia pakkujad ja müüjad; muude toodete ja teenuste pakkujad jne.
Toitlustus: toitlustusettevõtted: restoranid, kohvikud jne; põllumajandussaaduste ja toiduainete tootjad ja müüjad; viinamarjakasvatajad ja veinivabrikud; ehitus- jt materjalide ja seadmete tootjad ja müüjad; ehitajad: restoranid, muud toitlustuskohad, hooned ja rajatised; remondi- ja hooldusteenuste pakkujad; tekstiilitoodete, mööbli, nõude, köögiseadmete jne valmistajad; muude toodete ja teenuste pakkujad jne.	Jaekaubandus: jaekaubandusettevõtted; kaubanduskeskused, toidu- jt kauplused, suveniiripoed jne; kaubatootjad, suveniiride valmistajad, käsitöömeistrid; ehitus- jt materjalide ja seadmete tootjad ja müüjad; ehitajad: kaubanduskeskused, suveniiripoed jne; remondi- ja hooldusteenuste pakkujad; muude toodete ja teenuste pakkujad jne.



Turismipuu joonis pole täiuslik, arendage seda edasi!

Joonis 1.1. Turismipuu

Sündmused ja huviväärsused: sündmuste korraldajad: kultuuri-, spordi- jm sündmused; lauljad, tantsijad, muusikud, näitlejad, kunstnikud jne; huviväärsuste pakkujad: loodus- ja tehishuviväärsused; ehitus- jt materjalide ja seadmete tootjad ja müüjad; ehitajad: kultuuri-, spordi- jm hooned ja rajatised; remondi- ja hooldusteenuste pakkujad; muude toodete ja teenuste pakkujad jne.	Teenused: mitmesuguste reisijatele vajalike teenuste pakkujad; energia-, vee-, kanalisatsiooni-, jäätmekäitlusteenuste jne pakkujad; saatkondade, piirivalve, tolli, politsei jne teenused; kinnisvarateenuste pakkujad; turismiinfoteenuste pakkujad: külastuskeskused, l-punktid jt; panga-, side- ja postiteenuste pakkujad; tervishoiuteenuste pakkujad; haridus- ja konsultatsiooniteenuste pakkujad; muude toodete ja teenuste pakkujad jne.
Aktiivtegevused ja lõõgastus: aktiiv- ja lõõgastustegevuste pakkujad; matka- ja huvijuhid, personaaltreenerid jne; ehitus- jt materjalide ja seadmete tootjad ja müüjad; ehitajad: matkarajad, golfväljakud, spaad, ilusalongid jne; remondi- ja hooldusteenuste pakkujad; varustuse tootjad ja müüjad: kanuud, golfivarustus, suusad, uisud jne; muude toodete ja teenuste pakkujad jne.	Meedia: reisimeediatoodete ja -teenuste pakkujad; puidu- ja paberitootjad ja müüjad; trükiste ja reklaami tootjad ja müüjad; televisioon ja raadio; reklaamibürood; ajakirjanikud ja reisikirjanikud; materjalide ja seadmete tootjad; infotehnoloogiateenuste pakkujad; muude toodete ja teenuste pakkujad jne.



Kummibursera *Bursera simaruba*, rahvakeeli tuntud *Gumbo-limbo* nime all, on omapärane puu, mis kasvab USA lõunaosas (Floridas), Mehhikos, Kariibi mere piirkonnas, Brasiilias ja Venezuelas. Puu kasvab kuni 30 m kõrguseks, tal on tumepunast värvi tüvi ja iga leherao ümber spiraalselt 7–11 lehte. Puud kutsutakse tihtipeale ka Turistipuuks (*Tourist Tree*), sest selle tüvi on tumepunane ja kooruv nagu päikesepõletuse saanud turisti nahk. Allikas: Gumbo limbo „Tourist tree” (*Bursera simaruba*). <http://www.travel.mongabay.com>

1.2. Mida peaksid teadma Turismipuu kasvatajad?

Mis võib juhtuda, kui koduaiapidaja või ettevõtja otsustab rajada viljapuuaia, aga tal puuduvad vastavad eelteadmised? Tõenäoliselt võib ta osta kehvad puuistikud, istutada need puude kasvuks sobimatusse kohta, neid valesti väetada ja hooldada ning tulemuseks on kidurad ja saagitud puuäbarikud. Samamoodi võib Turismipuu jääda nõrgukeseks või hoopiski hävida, kui puuduvad head teadmised, oskused ja kogemused, mis on vajalikud selle puu kasvatamiseks. Isiklikud teadmised, oskused ja kogemused kujunevad aastatega, kuid alati on võimalik arvesse võtta maailmas juba olemasolevaid teadmisi, läbiproovitud kogemusi ja asjakohaste uuringute tulemusi.

Turismist on inimeste seas miskipärast kujunenud lihtsustatud arusaam ning pea igaüks, kes maailmas veidigi ringi käinud, peab ennast turismiala asjatundjaks ning paljud ka piisavalt targaks, et turismiäri arendada. Nii see kahtlemata pole, turismivaldkonda on kindlasti vaja eelnevalt põhjalikult tundma õppida. Kuna turism on laiahaardeline tegevusvaldkond, siis on maailmas olemas ka rohkesti turismi-teadmisi ja -kogemusi, palju raamatuid, õpikuid, uuringuid, ajakirju jne. Käesoleva raamatu kaante vahele on koondatud vaid olulisemad alusteadmised turismist. Alati on võimalik ja tulebki juurde õppida, süveneda just sellesse kitsamasse valdkonda, mida arendatakse või uuritakse jne.

Õppimine tähendab vastuste leidmist paljudele olulistele küsimustele, seetõttu on käesolevas raamatus esitatud terve hulk küsimusi ning püütud neile ka vastuseid pakkuda. Samas tekib õpingute ja igapäevase töö käigus alati lisaküsimusi ning ka nendele tuleb vastused leida.

Igal tegevusvaldkonnal on olemas ka nii-öelda oma keel. Väga tähtis on, et omandatakse õige ja korrektne turismikeel, kasutatakse õigesti turismisõnavara ning teatakse terminite tähendust. Raamat „Kuidas kasvab Turismipuu” sisaldab turismivaldkonna põhitermineid eesti ja inglise keeles (sest inglise keel on maailma turismikeel ning ka suurem osa turismikirjandusest ja -suhtlusest on ingliskeelne).

Kas teate? On üldteada, et peamiseks ja olulisemaks turismiga seonduvaks suhtluskeeleks on inglise keel. Samas ei tea paljud aga seda, et 74%-l turistidest ja nende teenindajatest pole inglise keel emakeeleks. Turiste teenindavatest inimestest on inglise keel emakeeleks vaid 12%-l kogu maailma turismitöötajatest ning vaid kümnel protsendil maailma turistidest on emakeeleks inglise keel (Tooman, Veldi 2006). Mida sellest järeldate?

Alustuseks on oluline omandada põhiteadmised ja -arusaam sellest, mis üldse on turism, kuidas see on arenenud ja millised keskkonnategurid turismi mõjutavad. Küsimusele, missugune turism rahuldaks parimal moel turistide ootusi, vajadusi ja soove, oleks tulus riikidele, regioonidele ja ettevõtjatele, aitaks tõsta kohalike inimeste elukvaliteeti, annaks tööd paljudele turismitöötajatele, oleks jätkusuutlik, keskkonda säästev ja turvaline, ei saa vastuseks anda täpset retsepti, kuid sellealased teadmised aitavad jõuda parimate võimalike lahendusteni. Tähtis on teada, kuidas turismi liigitatakse, mõista, mis on turismiteadus, turismimajandus ja turismiettevõtlus. Teada tuleb, millised on turismiressursid, mis vahe on turismitootel ja -teenusel ja millest koosneb terviklik turismitoode. Nendele küsimustele leiab vastuseid raamatu 2. ja 3. peatükist „Mis on turism?” ja „Mis on turismiressursid, -tooted ja -teenused?”.

Turismi poleks olemas, kui poleks turiste. Turiste tuleb pidada turismi olulisimaks ressursiks ja arengumootoriks. Seetõttu on vaja hästi tunda ja mõista seda, kuidas reisijaid liigitatakse, millised on inimeste reisimotiivid, põhiootused, vajadused ja soovid, ning osata külastajaid rühmitada ja iseloomustada. Samamoodi kuuluvad vajalike teadmiste hulka reisimiseks vajalike dokumentide, nõuete ja probleemide tundmine. Nendele küsimustele pakub vastuseid raamatu 4. peatükk „Kes on turistid?”.

Turism ei saaks areneda ka siis, kui poleks turismitöötajaid. Turismitöötajad on väärtuslikuks turismiressursiks, kuid eelkõige muidugi siis, kui nad turismist tervikuna palju teavad ja oma tööd professionaalselt, pühendunult, külalislahkelt, teenindusvalmilt ning vastutustundlikult teevad. Turismitöötajatega seonduvaid teadmisi aitab arendada raamatu 5. peatükk „Kes on turismitöötajad?”.

Turismimajanduse võib jaotada mitmeks otseselt turismiga seonduvaks sektoriks. Käesoleva raamatu abil saab omandada põhiteadmised transpordisektori (6. peatükk „Millega turistid reisivad?”), majutus- ja toitlustussektori (7. peatükk „Kus turistid ööbivad?”, 8. peatükk „Kus turistid söövad?”), tegevuste sektori (9. peatükk „Mida turistid teha soovivad?”) ja äriturismi sektori (10. peatükk „Mida ootavad ärituristid?”) kohta.

Turismisihtkohti, -tooteid ja -teenuseid tuleb oskuslikult turundada ning potentsiaalsetele turistidele nähtavaks ja köitvaks muuta. Neid saab osta ning müüa väga erineval moel ja erinevates kohtades. Viimase paarikümne aasta jooksul on tavapäraste reisiteenuste kaupluste ehk müügikohtade – reisibüroode – kõrvale tekkinud palju uusi müügi- ja ostuvõimalusi ning seda eelkõige internetikaubanduse tormilise arengu tõttu. Põhiteadmised sellest, kuidas turismitooteid ja -teenuseid turundada ning kuidas neid müüa ja osta, annab peatükk 11 „Kuidas turismitooteid turundatakse ja müüakse?”.

1.3. Miks on vaja arvesse võtta Turismipuid ümbritsevat keskkonda?

Samamoodi nagu viljapuu kasvamist mõjutavad paljud välistegurid, näiteks kliima ja ilmastik, mõjutavad ka Turismipuu kasvamist mitmesugused väliskeskkonna tegurid, millest saab rohkem teada raamatu 2. peatükist „Mis on turism?”.

Turismi mõjutavad väliskeskkonna tegurid võib jaotada järgmiselt: majanduslikud, sotsiaal-kultuurilised, poliitilised, ökoloogilised ja tehnoloogilised tegurid.

- Majandustegurite hulka kuuluvad näiteks riigi või sihtkoha üldine majandusseis, riigi- ja rahvatulu, turismimajandusse tehtavate investeeringute mahud, valuutakurss ja hinnatase (nt kütuse, toiduainete ja teenuste hind) jms.
- Sotsiaalkultuuriliste tegurite hulka kuuluvad näiteks rahvastiku vananemine, kasvav haridustase, tööhõive, palgatase, töö iseloomu muutused, kohalike elanike teenindusvalmidus, külalislahkus ja suhtumine turistidesse, kultuuri, tavade, kommete ja uskumuste mõju turismi arendamisele jms.
- Poliitiliste tegurite hulka kuuluvad näiteks riigi üldine poliitiline olukord (rahulik, turvaline, sõjapolukord, rahutused jms), viisarežiim, aga ka riigi seadusandlus (näiteks kas see turismi arengut toetab või piirab) jms.
- Tehnoloogilised tegurid, sh kiired muutused arvutitehnoloogia arengus, on viimastel aastakümnetel turismi oluliselt mõjutanud. Internet, televisioon ja paljud teised tehnilised lahendused pakuvad üha laiemaid võimalusi Turismipuu kasvu toetamiseks.
- Ökoloogilistest teguritest mõjutavad turismi kliima- ja keskkonnamuutused, looduskatastroofid, reostus, vee- ja energiakasutus jne.

Turismipuu jooniselt (joonis 1.1) nähtub ka see, kuidas turism omakorda mõjutab väliskeskkonda ning kuidas jõudsalt kasvav Turismipuu saab soodustada riigi- ja rahvatulu kasvu, investeeringute suurenemist, tööhõive kasvu, välisvaluuta juurdevoolu, inimeste elukeskkonna paranemist jne.

1.4. Miks on Turismipuul vaja tugevat juurestikku?

Samamoodi nagu iga viljapuu vajab heaks kasvuks tugevat juurestikku, vajab seda ka Turismipuu. Turismipuu juurteks on eelkõige turistid, aga ka paljud muud **turismiressursid** (*tourism resource*) – inim-, loodus-, ajaloo-, kultuuri-, finants- ja mitmesugused teised ressursid. Mida rohkem on turiste, mida kauem nad sihtkohas viibivad ja mida rohkem on neil põhjust sinna raha jätta, seda toekamaks muutub Turismipuu juurestik ning seda paremini kasvab Turismipuu. Mida rohkem ja mitmekesisemaid sihtkohale omaiseid teisi kohalikke turismiressursse, sh ka n-ö pehmeid ressursse – külalislahkust, head teenindamist,

kvaliteeti jne, on võimalik ja suudetakse kasutada terviklike turismitoodete väljaarendamisel, seda tugevamaks muutub puu juurestik.

Kuigi võib öelda, et põhiline finantsressurss Turismipuu kasvatamiseks peaks tulema turistide käest, on olemas ka mitmesuguseid teisi rahaallikaid ning vähemalt algusetapis on nende leidmine ja kasutamine hädatarvilik. Turismipuu arendamisse on võimalik kaasata nii riigi kui ka omavalitsuste rahalisi vahendeid, investoreid, mitmesuguste toetusfondide ja projektide rahalisi võimalusi ning vajadusel taotleda ka pangalaenu. Selleks on aga vaja ette valmistada tark ja hea **arengukava** (*development plan*), **äriplaan** (*business plan*) ja konkreetsed **projektid** (*project*).

Selleks et juurestik hästi areneks (st et turiste rohkem oleks ja tuleks ning muud ressursid



Milline kuulus puu on sellel pildil? (Foto Heli Tooman)