



OÜ Positium LBS, Õpetaja 9, 51003 Tartu, Estonia
Reg. nr. 10883762, Swedbank 221020601776

Tel +372 734 1144
positium@positium.ee
www.positium.ee



EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTING IN YOUR FUTURE

Tallinna ürituste väliskülastajate uuring

Tellija: Tallinna Linnavalitsus

Täitja: OÜ Positium LBS: Kati Nilbe, Siiri Silm, Rein Ahas, Erki Saluveer

Kontakt: kati.nilbe@gmail.com, erki.saluveer@positium.ee

Tartu 2013

Sisukord

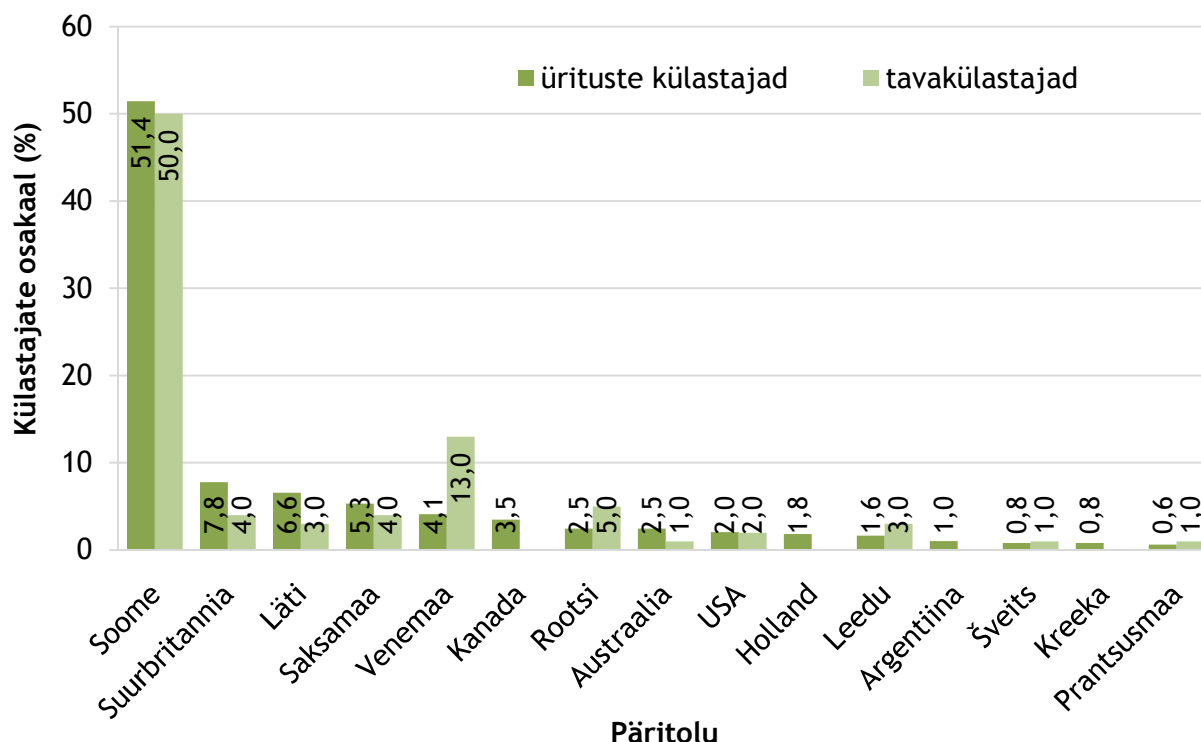
Lühikokkuvõte	3
Sissejuhatus	6
1 Andmed ja metoodika	7
1.1 Ürituste uuringu andmed.....	7
1.2 Tavakülastajate uuringu andmed	9
1.3 Andmeanalüüsi metoodika	9
2 Tulemused	13
2.1 Ürituste külastajad.....	13
2.1.1 Ürituste külastajate sotsiaal-demograafiline profiil	13
2.1.2 Üritus kui sihtkoha külastamise motivaator	20
2.1.3 Tallinn kui külastuse motivaator	28
2.2 Ürituste ja tavakülastajate võrdlus	40
2.2.1 Külastajate päritolu	40
2.2.2 Külastajate reispikkust mõjutavad tunnused	41
2.2.3 Külastajate reisipartnerid	47
2.2.4 Külastajate reisi planeerimine, kestus ja ööbimine	48
2.2.5 Külastajate sihtkoha varasem külastus	49
2.2.6 Külastajate motivatsioon	50
2.2.7 Infoallikad Tallinna kohta	51
2.2.8 Külastajate kulutused.....	52
2.2.9 Külastajate rahulolu sihtkohaga	53
Kokkuvõte	55
Kasutatud kirjandus	58
Lisad	59
Lisa 1. Küsitlusankeet	59

Lühikokkuvõte

Turism on maailmas üks kiiremini arenev tööstusharu, mille maht kasvab iga aastaga. Just seetõttu on nii turismi, kui ka turismi loovate ürituste mõju hindamine äärmiselt oluline. Käesoleva töö eesmärgiks oli anda ülevaade Tallinna üritusi külastavatest välis turistidest ning ühtlasi välja selgitada, kas ja kuidas erinevad ürituste külastajad välisriikidest pärit tavakülastajatest. Töös ilmnes, et ürituste ja tavakülastajad on oma reisikäitumiselt sihtkohas suhteliselt sarnased.

Inimeste võimaluste suurenemise tõttu liigutakse üha rohkem ja kaugemale. Külastaja reisipikkus on üks olulisemaid faktoreid, mis mõjutab külastajate geograafilise ruumi kasutust (McKercher 2008; Nilbe, Ahas, Silm 201x). Tänu globaliseeruvale turismiturule on teaduskirjanduses taas hakatud rohkem diskuteerima *distance decay* printsiibi üle, tavaline arusaam, et lähemale reisitakse rohkem kui kaugemale (Olsson 1970), on mitmete uurijate poolt vaidlustatud. Globaliseerunud turismiturul, info- ja kommunikatsioonitehnoloogia mõju ja virtuaalne reisimine, odavlennufirmade võidukäik ning avanenud piirid on turismi geograafiat oluliselt muutnud.

Käesoleva uuringu andmete kogumine viidi läbi 2012. aasta suvel, küsitleti 16 ürituse 488 külastajat ja tulemusi võrreldi 2005.-2011. aastal TNS Emori poolt läbiviidud Tallinna väliskülastajate uuringuga. Ürituste küsitlusuuringu tulemused näitasid, et üritusi külastanud Tallinna korduvkülastajad hindavad kõrgelt pere ja sõpradega kvaliteetaja veetmist, tuntud ürituste külastamist ning Tallinnas viibimise ja sinna jõudmiseks tehtavaid madalaid kulutusi. Tallinna esmakülastajad hindavad rohkem sihtkoha ja kohalike elanike tundmaõppimist. Oodatavalt tuli Eestisse kõige enam ürituste ja tavakülastajaid naaberriigist Soomest. Ka Eesti riikliku turismiarenduskava 2007-2013 kohaselt on Eesti põhilisteks sihtturgudeks justnimelt naaberriigid. Erinevusena tava- ja ürituste külastajate geograafilise päritolu järgi tuleb esile tavaline Eestit külastavate riikide järjestus, ka üritusturiste on rohkem lähinaabrite hulgas. Siiski paistavad üritustel silma uute ja kaugemate turgude esindajad Kanadast, Austraaliast ja Argentiinast, kust tavaliselt on oluliselt vähem külastajaid. Teiseks erinevuseks on vene turistide vähesus üritustel, ilmselt on venelaste külastusajad ja motivatsiooni erinev Põhja- ja Baltimaade külastajatest (joonis 1).



Joonis 1. Ürituste külastajate (n=488) ja tavakülastajate (v.a kruisi- ja pööringuturistid, n=1522) päritolu.

Külastajate reisipikkust mõjutavate tunnuste analüüs näitas, et nii tava- kui ka ürituste külastajate puhul kehtib trend, et mida lähemalt olid külastajad pärit, seda rohkem olid nad sihtkohaga ka seotud. Seda trendi kinnitas leid, et mida lähemalt olid külastajad pärit, seda rohkemaid kordi olid nad Tallinnas varem ka käinud, mis ühtib ka varasemate uuringute tulemustega (Nilbe, Ahas, Silm 201x). Sellise käitumise põhjuseks võib olla lähemal elavate külastajate suurem teadlikkus, kuidas sihtkohas toime tulla ning ka parem informatsiooni kättesaadavus. Näiteks ilmnis küsitlusuuringus ka kasutatavate meediaallikate sarnasus tava- ja ürituste külastajatel - kõige olulisemad infoallikad olid mõlema sihtgrupi jaoks varasem Tallinna külastus ja sõprade ning tuttavate soovitus. Samas näitas uuring, et lähinaabrite külastused Tallinna vähem planeeritud ja rohkem spontaansed, Tallinnale lähemal elavad turistid teevad esimese reisiga seotud makse või broneeringu hiljem kui kaugemad saabuavad külastajad. Olulised erinevused tavaturistide ja ürituste külastajate vahel tulid esile ka kulutustes, tavakülastajad kulutasid sihtkohas vähem (164 EUR päevas) kui ürituste külastajad (200 EUR päevas). Ürituste külastajad kulutavad päevas rohkem raha söögile-joogile, tavakülastajad aga ostlemisele. Ostlemine oli väga oluline vaid 4,7%

ürituste külastajatele ja 12% tavakülastajatele. Oluline erinevus tava- ja ürituste külastajate vahel ilmnes ka külastuse kestuses. Ürituste külastajad viibisid keskmiselt reisir 0,6-1,8 ööd kauem kui tavakülastajad.

Sissejuhatus

Projekti „*Helsingi-Tallinna transpordi ja linnaregiooni planeerimise stsenaariumid*“ raames viidi läbi täiendav uuring Tallinna üritusi/sündmusi (kasutame üritus- ja sündmusturismi sünonüümina) külastavate välisküllastajate seas. Uuringu eesmärgiks oli selgitada välja kas ja kuivõrd mõjutavad Tallinnas toimuvad üritused (kontserdid, näitused, etendused, spordiüritused jms) linna külastavate välisküllastajate arvu, reisikäitumist ja kulutusi. Eelarvest lähtuvalt keskendus töö eelkõige andmete kogumisele. Küsitlus viidi läbi 16 Tallinna üritusel ja 488 ürituse külastaja seas. Saadud tulemusi on võrreldud 2005.-2011. aastal TNS Emori poolt läbiviidud Tallinna välisküllastajate uuringu tulemustega (Kaal 2012). Aruanne annab esialgse ülevaate Tallinna üritusi külastavate välismaalaste sotsiaal-demograafilisest profiilist, päritolust ja reisiotsustest, ürituse ja Tallinna kui sihtkoha külastamise eesmärkidest ja motivatsioonist, olulisematest kasutatud infoallikatest, Tallinnas tehtud kulutustest, välisküllastajate Eesti-sisese liikumisest ning külastajate rahulolust ja sihtkohta naasmise tõenäosusest.

Sündmusturismi osatähtsus maailmas on kiiresti kasvanud. Ürituste külastamine lähinaabruses suureneb tänu turistide huvile saada uusi elamusi. Üritused on võimaluseks piirkonda paremini tundma õppida ning uut ja huvitavat avastada. Kaugemalt saabuvatele külastajatele on aga üritused tihti peamiseks põhjuseks, miks mingisse piirkonda tullakse. Üritusi on käsitletud ka visiitkaardina või turundusvahendina, kunaneed toovad sihtkohta uusi inimesi. See omakorda võimaldab uutele külastajatele piirkonda tutvustada ja tulevikus neid ka tagasi meelitada (Kuusik 2011). Paljud turistide hulgas populaarsed üritused on aga korraldatud kohaliku kogukonna sisemistest eesmärkidest lähtuvalt ja pole algselt üldsegi mõeldud turistidele. Ürituste külastajate motivatsiooni uurimine võimaldab hinnata ürituste tähtsust Eesti-sisese turismi edendajana ja planeerida tulevasi meetmeid meie turismituru elavdamiseks.

Töö autorid tänavad Tallinna Linnakantselei sotsioloogi Anu Rentelit, Tallinna Ettevõtlusameti turismiosakonna analüütikut Karen Alametsa ning kõiki küsitlejaid ja ürituste korraldajaid, kes lubasid üritustel küsitlusi läbi viia.

1 Andmed ja metoodika

1.1 Ürituste uuringu andmed

Käesolev uuringu eesmärgiks oli küsitleda välisriikidest pärit ürituse külastajaid 20 Tallinna ürituselt ajavahemikus mai-august 2012. Ürituste leidmiseks kasutati erinevaid Tallinna üritusi kajastavaid internetilehekülgi (Piletilevi, Kuhu Minna Tallinn jms), mille seast valiti välja 20 üritust. Ürituste valikul arvestati nende toimumise aega, külastajate arvu ning atraktiivsust väliskülastajate jaoks. Uuringu jooksulei saanud andmeid kokku viielt ürituselt, kuna üks neist jäi ära (Apocalyptica kontsert), kahele üritusele küsitlajaid ei lubatud (Retrolegend ja Augusti Tantsufestival) ning kahe ürituse peamiseks sihtrühmaks olid eestimaalased, mistõttu ei õnnestunud ka ühtegi välismaalast küsitleda (Jalgpalli EM U21 valiksari ja Jäätisefestival). Küll aga lisandus uuringu käigus Jaanipäeva üritus Tallinna Vabaõhumuuseumis. Üritustelt, mis leidsid aset ajavahemikus juunist augustini, koguti kokku 488 väliskülastaja ankeeti (tabel 1).

Tabel 1. Uuringusse kaasatud üritused, kogutud ankeetide ja vastamast keeldunud välismaalaste arv ürituste kaupa.

Kuupäev	Üritus	Kogutud ankeetide arv	Keeldujate arv
31.05.2012	Jalgpalli EM 2012 U21 valiksari (Eesti-Hispaania)	0	4
2.06.2012	Tallinna Vanalinna Päevad	13	59
7.06.2012	Inna kontsert	5	7
8.06.2012	Nero - inglise elektroonilise muusika DJ-duo	7	0
23.06.2012	Jaanipäev Eesti Vabaõhumuuseumis	28	8
4.07.2012	Alphaville kontsert	59	16
5.07.2012	Mika kontsert	60	6
6.07.2012	Manic Street Preachers kontsert	86	6
7.07.2012	Õllesummer	54	5
12.07.2012	Tallinn Cup 2012 (U19 jalgpalliturniir)	8	8
15.07.2012	Tallinna Merepäevad	9	12
29.07.2012	Rattafestival/Heartbeat Tallinn 2012	22	3
30.07.2012	Red Hot Chilli Peppersi kontsert	43	6
18.08.2012	Birgitta Festival	24	15
25.08.2012	Lady Gaga kontsert	21	28
25.05.2012	Jäätisefestival (Sankt-Peterburi Jääteater)	0	0

25.08.2012	Taekwon-do ITF MM, I päev	22	32
26.08.2012	Taekwon-do ITF MM, II päev	27	42
	KOKKU	488	257

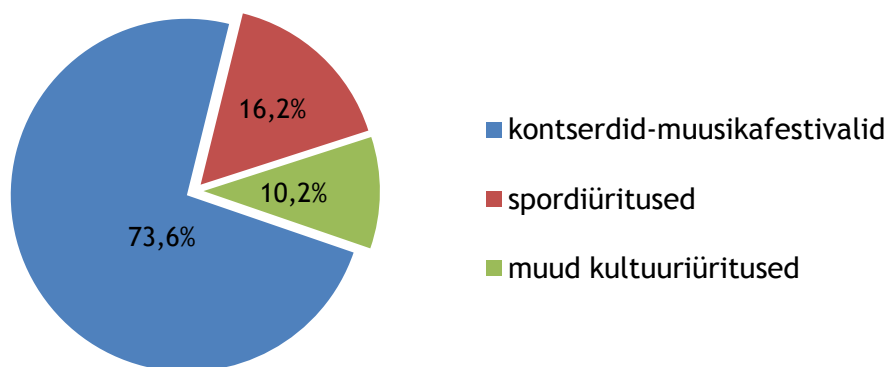
Kõik uuringusse kaasatud üritused leidsid aset Tallinna linnas, kuid linna erinevates paikades - Tallinna Lauluväljakul (7 üritust); Saku Suurhallis (3) ja selle esisel alal (1); A le Coq Arenal (2); Tallinna vanalinnas (1); Vabaduse ja Tornide väljakul (1); Pirita kloostri (1); reisi-, lennu- ja Peetri sadamas (1) ning Eesti Vabaõhumuuseumis (1).

Uuringusse kaasati ainult välismaalastest ürituste külastajad. Vestluse käigus uuriti algselt külastaja päritolu ja kui selgus, et tegemist on väljaspool Eestit üritusele tulnud külastajaga, täideti ankeetküsitlus. Iga, vähemalt 18-aastase välismaalasega, kes oli nõus küsitlusele vastama, viidi läbi 20-25 minutit kestev intervjuu, mille käigus paluti anda vastus 36 küsimusele. Intervjueeritavale esitatud küsimused käsitlesid külastaja päritolu, motivatsiooni, reisieesmärkide, kulutuste, rahulolu jms teemasid (lisa 1). Küsimuste arv varieerus lähtuvalt respondentide vastustest. Lisaks kogutud ankeetidele märgiti igal üritusel üles ka vastamast keeldunud väliskülastajate arv. Kokku oli 16 ürituse ja 488 vastaja kohta 257 keeldujat. Keeldumiste põhjusteks oli enamasti ajanappus (külastajad ruttavad üritusele ning ei taha kaaslastest maha jääda), kehv ilm (näiteks, Merepäevad ja U19 jalgpall) ning mõningal juhul ka lihtsalt negatiivne hoiak küsitajate suhtes. Käesolev uuring põhineb 16 ürituse külastaja andmetel. Siinkohal rõhutame, et tegemist on konkreetsete ürituste külastajate uuringuga. Üldkogumit (kõiki Tallinna ürituste väliskülastajaid) puudutavate järelduste tegemisel soovitame arvesse võtta valimi esinduslikkust, mida vajalike alusandmete puudumise tõttu on käesoleval hetkel väga raske hinnata.

Küsitlusuuringu läbiviimiseks kasutati nutitelefoni info kogumise rakendust PosQues (<http://posques.com>), mis võimaldas koguda küsitluse käigus saadud andmeid otse telefoni ning intervjuu lõpus täidetud ankeedid otse andmebaasi saata. Rakenduse tugevuseks on aja kokkuhoid ankeetide sisestamisel ja ka andmebaasi saadetud andmete kohene kasutamisevõimalus. Lisaks nutitelefonidele kasutati ka paberankeete, mille tulemused lisati hiljem käsitsi vastavasse ürituste uuringu andmebaasi. Paberankeete kasutati enamasti sel põhjusel, et käesoleva

uuringu jooksul ei olnud veel välja töötatud nutitelefoniga põhistsüsteemi, mis võimaldaks korraga sisestada enam kui ühe ankeedi.

Kõige enam ankeete saadi kontsert-muusikafestivali tüüpi üritustelt (74%), millele järgnesid spordiüritused (16%) ningseejärel muud kultuuriüritused (joonis 2).



Joonis 2. Kogutud ankeetide osakaal ürituse tüübi alusel (n=488).

1.2 Tavakülastajate uuringu andmed

Antud koondaruandes on lisaks Tallinna ürituste külastajate uuringu tulemuste esitamisele võrreldud andmeid ka 2005-2011. aastal TNS Emori poolt läbiviidud Tallinna väliskülastajate uuringu tulemustega (Kaal 2012). Nimetatud uuringu tulemuste esitamine töös on oluline selgitamiseks välja, kas ja milliseid erinevused esinevad Tallinna tavapäraste väliskülastajate ja välisriigist pärit ürituste külastajate vahel. Tallinna väliskülastajate uuringust on käesolevasse raportisse kaasatud kõige hilisemad ehk 2011. aasta andmed ning neid külastajaid käsitletakse edaspidi mõiste „tavakülastajad“ all.

1.3 Andmeanalüüsi meetodika

Reisipikkuse hindamiseks esitatud tunnuste kaupa, arvutati iga külastaja päritolule vastav kaugus päritoluriigi pealinna ja Tallinna vahel. Kauguste leidmiseks kasutati Worldatlast (2012). Tallinna tavakülastajate uuringus oli esitatud vaid 21 riigi külastaja andmed (tabel 2) ning ülejäänud riikide külastajad grupeeritud rühmaks „muu riik“. Selleks, et ürituste ja tavakülastajate

uuringutulemusi omavahel võrrelda, võeti analüüsi vaid neid riigid, mis mõlema uuringu puhul kattusid. Andmete sorteerimise käigus jäi tavaküllastajate uuringust välja seitse riiki (sh grupp „muu riik”), millest pärines 79 küllastajat ning ürituste küllastajate uuringust 12 riiki, millest pärines 21 küllastajat.

Tabel 2. Reisipikkuste võrdluseks kasutatud riikide nimekiri ürituste ja tavaküllastajate lõikes.

	Ürituste küllastajad		Tavaküllastajad	
	N	osakaal (%)	N	osakaal (%)
Soome	251	53,7	399	23,9
Venemaa	20	4,3	219	13,1
Rootsi	12	2,6	210	12,6
Saksamaa	26	5,6	178	10,6
Suurbritannia	38	8,1	174	10,4
Norra	4	0,9	132	7,9
Läti	32	6,9	99	5,9
Hispaania	3	0,6	90	5,4
USA	19	4,1	51	3,1
Leedu	8	1,7	35	2,1
Itaalia	3	0,6	19	1,1
Kanada	17	3,6	11	0,7
Prantsusmaa	3	0,6	11	0,7
Šveits	4	0,9	10	0,6
Austraalia	12	2,6	9	0,5
Taani	1	0,2	8	0,5
Belgia	1	0,2	5	0,3
Iirimaa	1	0,2	5	0,3
Holland	9	1,9	4	0,2
Austria	1	0,2	2	0,1
Ungari	2	0,4	1	0,1
KOKKU	467	100	1672	100

Tabelis 2 välja toodud riike kasutati tava- ja ürituste küllastajate valitud tunnuste kaupa (tabel 3), mida edaspidi vaadeldakse kui küllastajate reisipikkust mõjutavaid tegureid. Kõik tabelis 3 esitatud küllastajate arvud on kalkuleeritud peale tava- ja ürituste küllastajate päritoluriikide võrreldavaks muutmist.

Tunnuste ja reisikauguse omavaheliste seoste analüüsis kasutatud „esimese makse/majutuse broneeringu” tunnuse puhul on oluline märkida, et kui tavaküllastajate puhul oli teada majutuse broneeringu tegemise aeg, siis ürituste

külastajatel esimene reisiga seotud makse sooritamise aeg. Lisaks sellele oli Tallinna tavakülastajate uuringus küsitud külastaja Tallinnas veedetud päevade arvu, mis kalkuleeriti niisamuti võrreldavuse mõttes ümber Tallinnas veedetud ööde arvuks. Ka Tallinna külastuskordade küsimuse juures tehti vastavad võrdsustamised, sest kui tavakülastajate ankeedis küsiti külastajate varasemaid külastuskordi, siis ürituste külastajate ankeedis külastuskordi koos praeguse külastusega.

Tabel 3. Tallinna ürituste ja tavakülastajate arv ja osakaal erinevate külastust iseloomustavate tunnuste lõikes.

	Ürituste külastajad		Tavakülastajad	
	N	osakaal (%)	N	osakaal (%)
<i>Tallinna varasem külastus</i>				
Esmakülastaja	116	25,0	570	34,1
2-5 korda	126	27,2	652	39,0
Üle 5 korra	222	47,8	450	26,9
<i>Tallinnasse naasmine järgmise 5 aasta jooksul</i>				
Kindlasti ei külasta	2	0,4	33	2,0
Tõenäoliselt ei külasta	25	5,4	177	10,7
Ei oska öelda	22	4,7	73	4,4
Tõenäoliselt külastan	64	13,7	498	30,1
Kindlasti külastan	353	75,8	873	52,8
<i>Esimene reisiga tehtud makse/majutuse broneering</i>				
Kuni nädal enne reisi	50	10,7	140	16,4
1-4 nädalat enne reisi	137	29,3	439	51,5
5-8 nädalat enne reisi	90	19,3	194	22,7
Üle 8 nädala enne reisi	153	32,8	80	9,4
Ei teinudki ühtegi makset enne reisi	37	7,9	0	0,0
<i>Reisiseltskond</i>				
Reisis üksinda	434	92,9	1244	74,4
Reisis kaaslas(t)ega	33	7,1	428	25,6
<i>Tallinnas veedetud ööd</i>				
Ei ööbinud Tallinnas	119	26,2	782	46,8
1 öö	127	28,0	290	17,3
2-5 ööd	168	37,0	529	31,6
Üle 5 öö	50	11,0	71	4,2

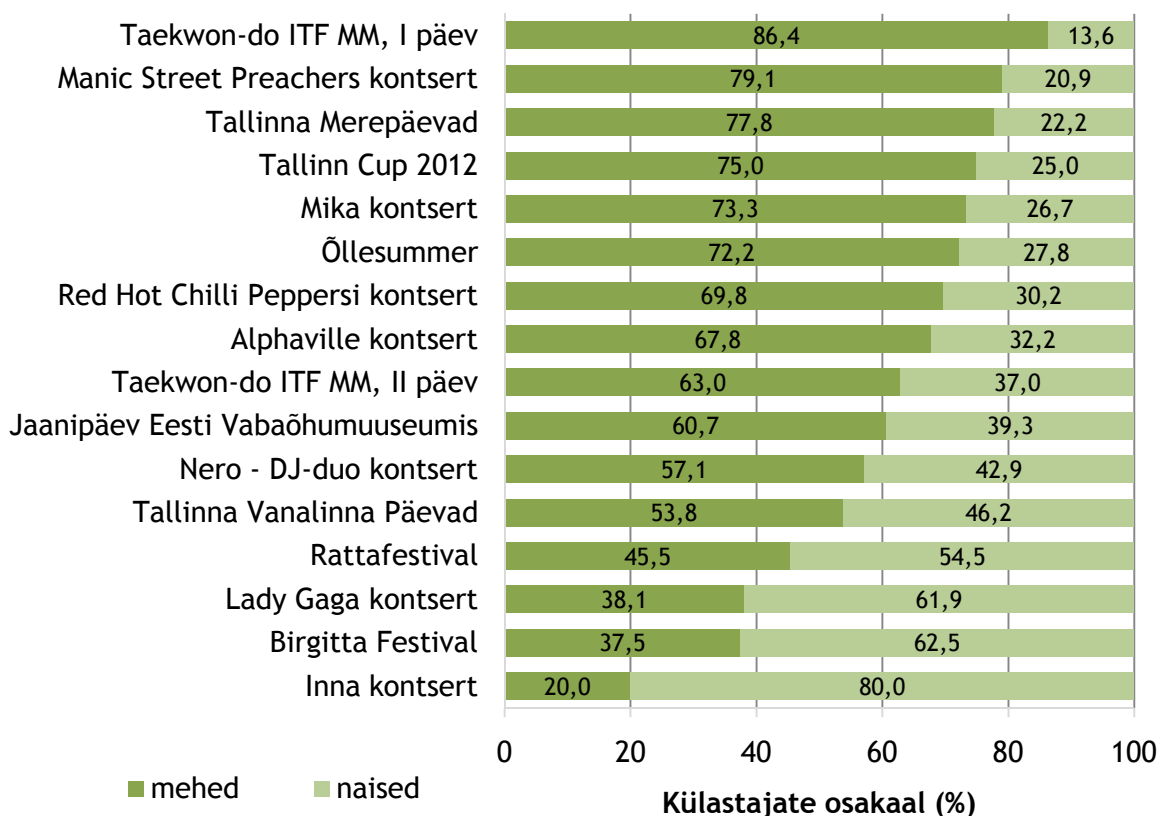
Andmeanalüüsiks (sagedusjaotused ja karpdiagrammid) kasutati programmi *SPSS Statistics*. Lisaks hinnati ka ürituste külastajate motivatsiooni ning reisieesmärke, kus keskmiste hinnangute võrdlemiseks kasutati mitte normaaljaotusele vastavate arvuliste tunnuste jaoks mõeldud Post Hoc testi (Duncani test).

2 Tulemused

2.1 Ürituste külastajad

2.1.1 Ürituste külastajate sotsiaal-demograafiline profiil

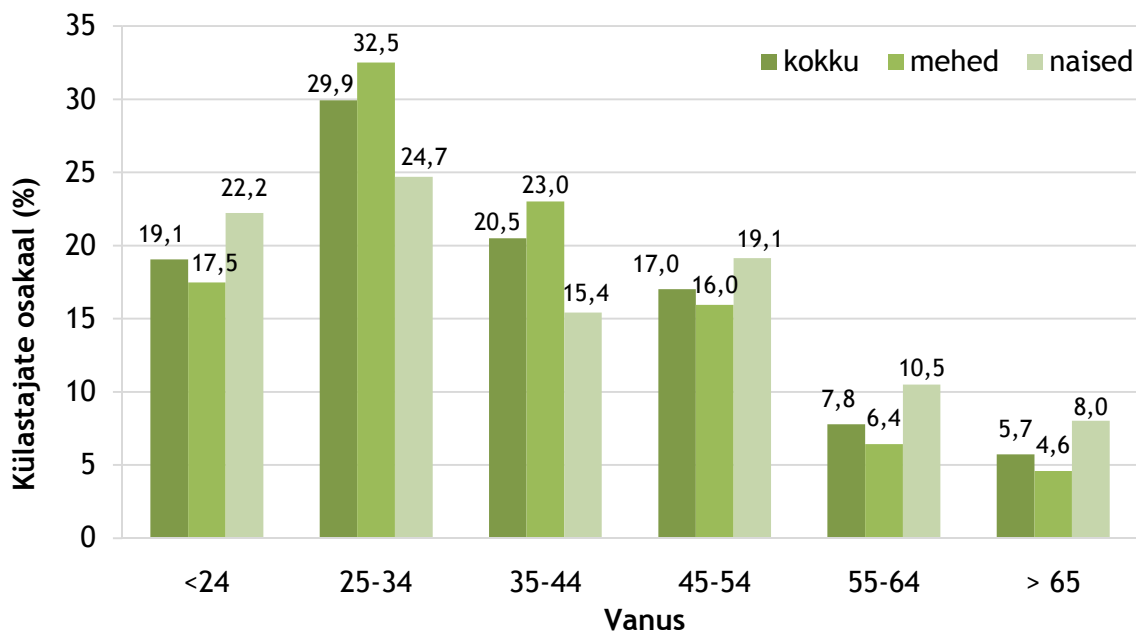
Uuringu käigus küsitleti kokku 488 välismaalast, kellest 67% moodustasid mehed ning ülejäänud 33% naised. Meeste suurem osakaal võib olla tingitud uuringusse kaasatud ürituste iseloomust. Seda näitab ka joonis 3, kus külastajate koguarvust 14% olid Õllesummeri raames toimunud Manic Street Preachersi kontserdi meessoost külastajad. Kõigi nelja Õllesummeri päeva jooksul küsitleti respondentide koguarvust 39% mehi ja 14% naisi. Võib arvata, et Õllesummer on üritusena tänu oma eripärale meessoost külastajate seas populaarsem. Samas aga on näha, et näiteks Birgitta Festivalil (3%), Rattafestivalil (3%), Lady Gaga (3%) ning Inna kontserdil (1%) oli mõnevõrra rohkem just naissoost külastajaid (joonis 3).



Joonis 3. Ürituste külastajate sooline jaotus ürituste kaupa (n=488).

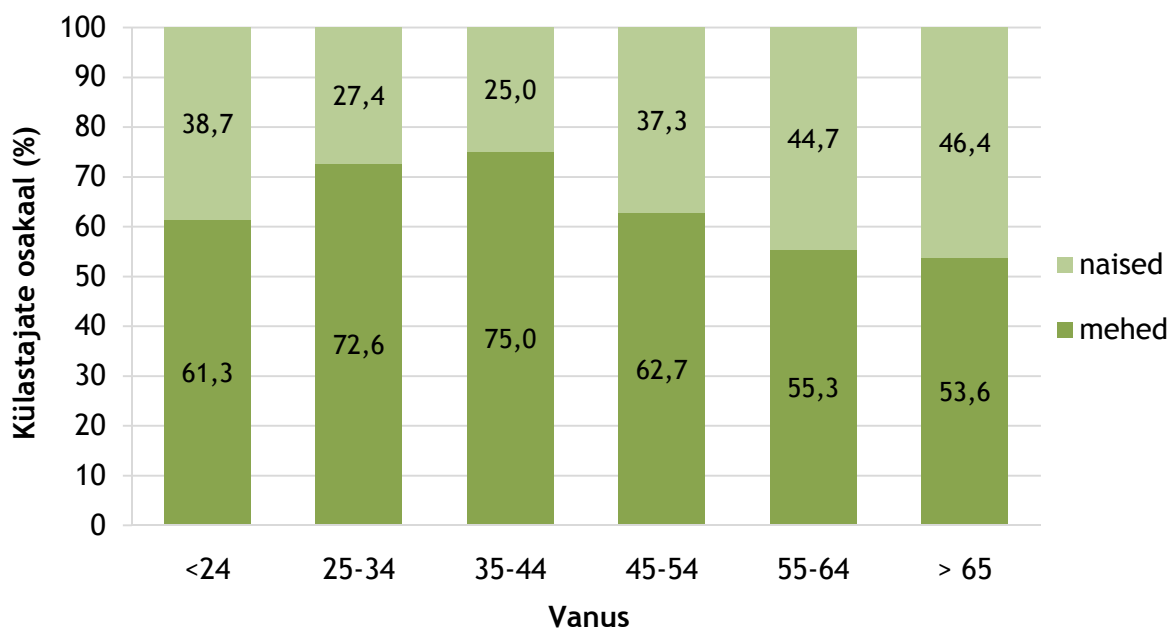
Uuritud külastajate seas oli kõige enam vastajaid vanuses 25-34 eluaastat (30%) ning kõige vähem vastajaid olid vanemad kui 65 aastat (6%). Külastajate sooline

jaotus vanuseklasside lõikes on meeste ja naiste puhul suhteliselt sarnane. Küll aga ilmneb erinevusena, et meestest oli kõige enam külastajaid vanuses 25-34 (33%) ja 35-44 (23%), siis naiste puhul 25-34 (25%) ja <24 (22%). Samuti olid naiste seas olulisel kohal külastajad vanuses 45-54 eluaastat(19%) (joonis 4). Noorte nais- ja meessoost ürituste külastajate suur osakaal võib olla tingitud eelkõige ürituste iseloomust, mille kohaselt võis olla tegu pigem noortele külastajatele suunatud üritustega.



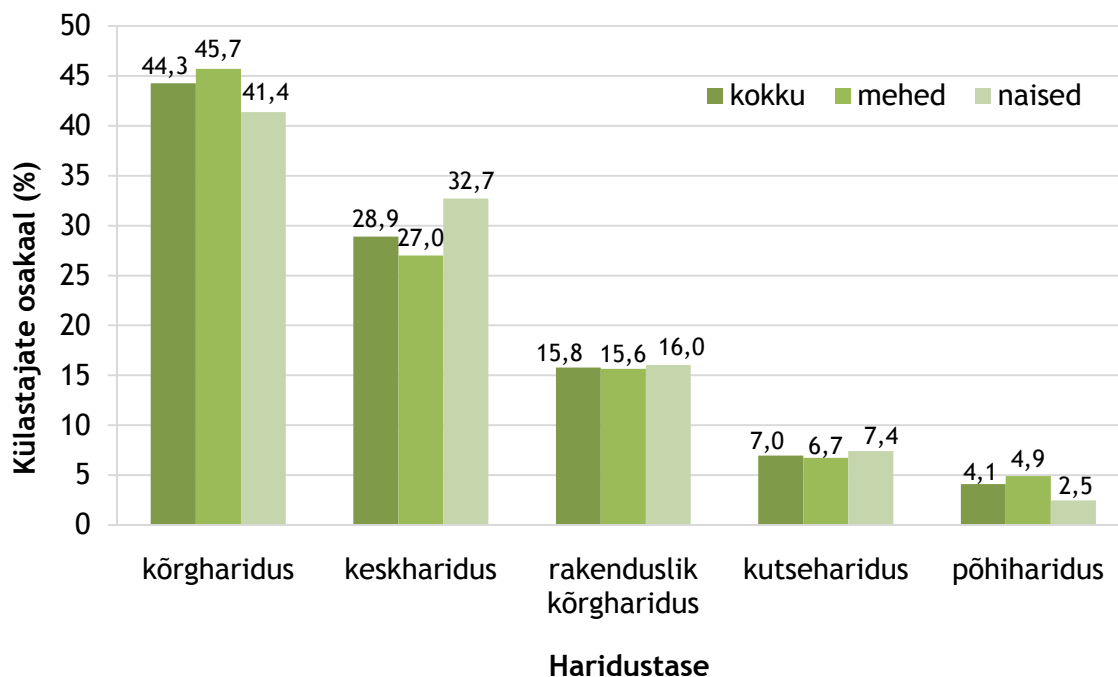
Joonis 4. Ürituste külastajate sooline jaotus vanuse järgi (mehed, n=326 ja naised, n=162).

Naiste ja meeste jaotumine vanuseklasside siseselt on suhteliselt sarnane - igas vanuseklassis on rohkem meessoost külastajaid. Samas aga on erinevused kõige suuremad naiste ja meeste osakaaludes suurima esindajaskonnaga vanuseklassides (25-34 ja 35-44 eluaastat). Kõige väiksemad erinevused ilmnevad vanuseklassides 55-64 ja >65 eluaastat, kus mehi ja naisi on enam-vähem võrdselt (joonis 5).



Joonis 5. Ürituste külastajate sooline jaotus vanuse järgi. Meeste (n=326) ja naiste (n=162) osakaal vanuseklasside kaupa.

Haridustasemelt oli küsitletute seas kõige enam kõrgharidusega (44%) ning kõige vähem põhiharidusega külastajaid (4%). Lisaks nendele gruppidele olid esindatud ka keskhariduse (29%), rakendusliku kõrghariduse (16%), ja kutseharidusega (7%) ürituste külastajad. Meeste ja naiste jaotus haridustaseme järgi näitab, et nii naiste kui ka meeste seas oli kõige enam kõrgharidusega külastajaid. Ehkki meeste ja naiste lõikes on trendid küllaltki sarnased, ilmnevad siiski mõned väiksemad erinevused. Näiteks, keskharidusega naiste osatähtsus kõikidest naistest (33%) on märgatavalt suurem kui keskharidusega meeste osatähtsus kõikidest meestest (27%). Samas aga kõrg- ja põhiharidusega naiste osakaal kõikide naissoost külastajate seas on märgatavalt madalam kui meeste osakaal vastava haridustasemega meessoost külastajate seas (joonis 6).



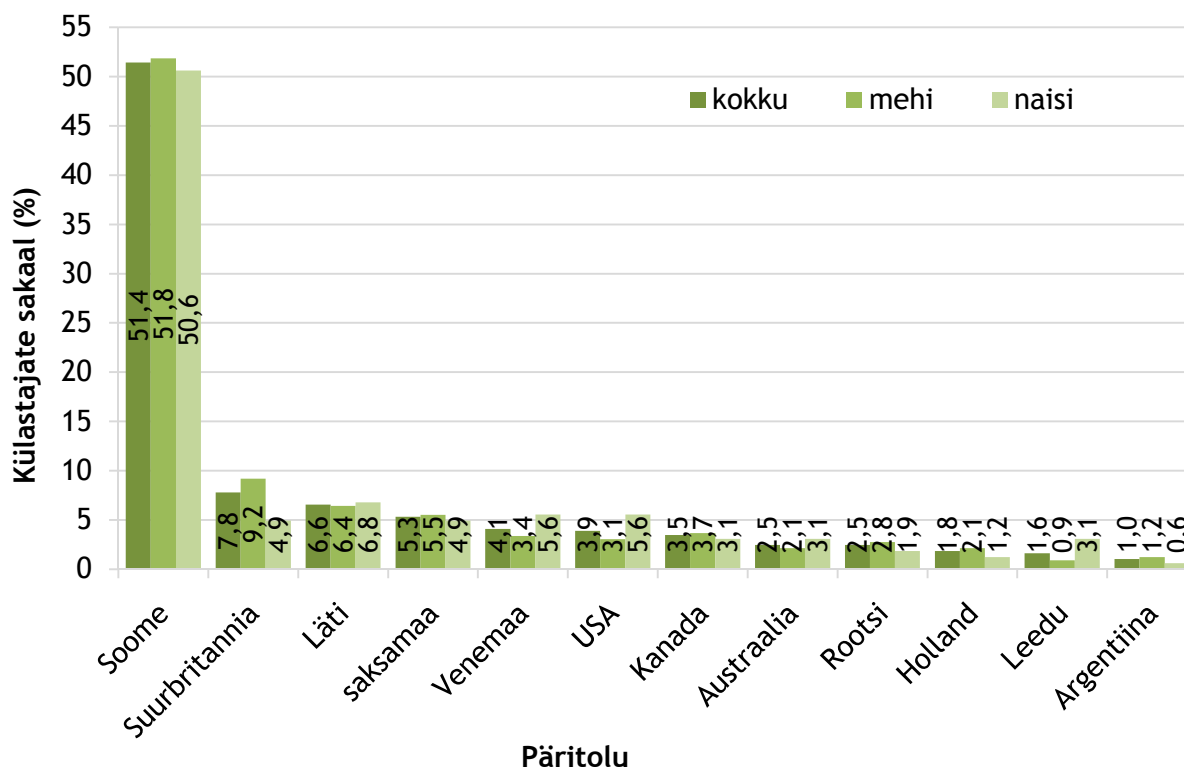
Joonis 6. Ürituste külastajate sooline jaotus haridustaseme kaupa (mehed, n=326 ja naised, n=162).

Selgub, et kõikides haridustaseme rühmades on meeste osakaal naistest märgatavalt kõrgem - igas haridustaseme rühmas on vähemalt 62% meessoost külastajaid. Meeste ja naiste osakaalude vahe on kõige suurem põhiharidusega külastajate seas (mehi 80% ja naisi 20%).

Uuringusse kaasatud üritusi külastas tööstaatusel kõige enam kontoritöötajaid (25%), kellele järgnesid oskustöölised (21%), tippjuhid, spetsialistid (17%), õpilased, tudengid (12%), ettevõtjad, vabakutselised, farmerid (8%), muud töölised (8%), pensionärid (5%), töötud (3%) ja kodused (1%) (n=488).

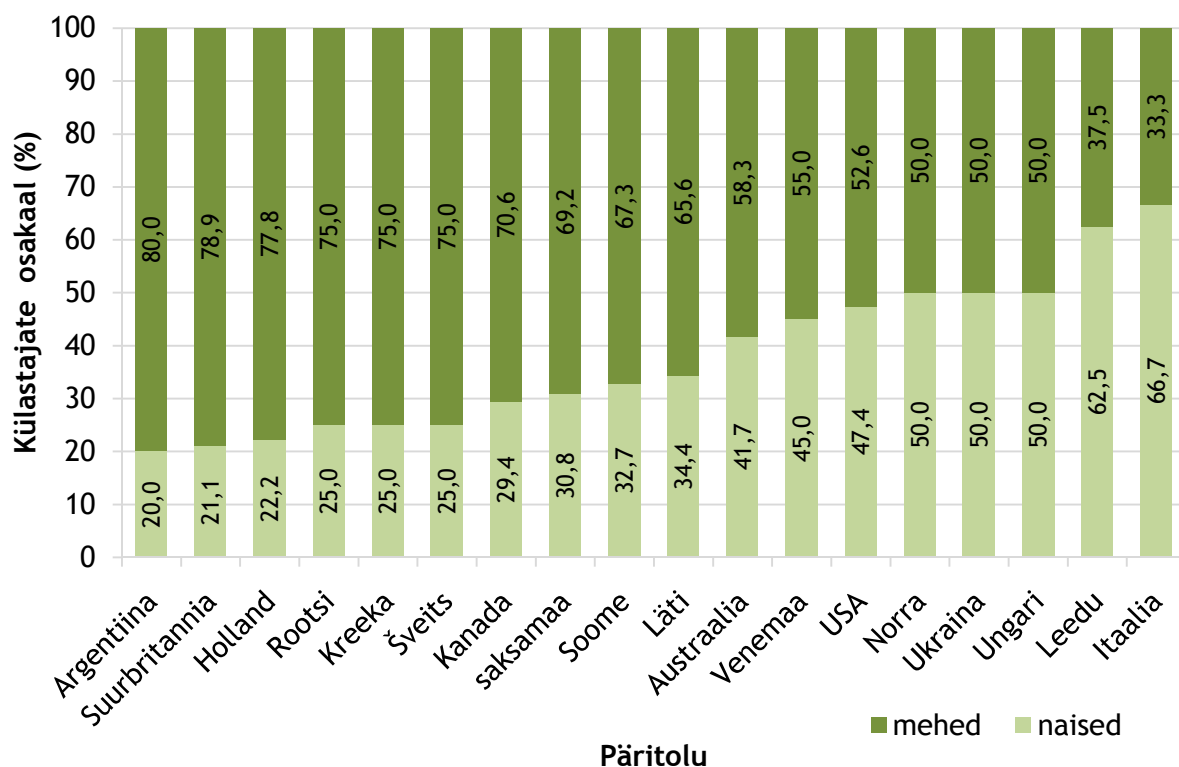
Respondentide hulgas oli kokku 33 riigi elanikke, mis näitab, et uuritud Tallinna ürituste külastajaskond on väga mitmekesine. Joonisel 7 on välja toodud need 12 riiki, millest pärines vähemalt 1% kõikidest uuritud ürituste külastajaist. Kokku moodustasid joonisel esitatud riikide elanikud 92% külastajate koguarvust. Kõige enam külastajaid pärines naaberriigist Soomest (51%). Teiste riikide seas kerkivad esile näiteks USA (4%), Austraalia (3%) ja Argentiina (1%), mis edestavad oma külastajaskonnaga Eestile lähemaid riike, nagu Ukraina (0,4%) või Taani (0,2%). Kui vaadelda külastajate soolist jaotumist eelnevalt välja toodud riikide kaupa, siis on näha, et nii meeste kui ka naiste arvestuses oli kõige enam külastajaid naaberriigist

Soomest. Mõlemal juhul moodustasid külastajad üle poole vastavast soost külastajate koguarvust. Lisaks sellele võib välja tuua ka Läti, Venemaa, USA, Austraalia ja Leedu, mis olid naiste seas mõningal määral suurema osatähtsusega riigid, kui meeste seas (joonis 7).



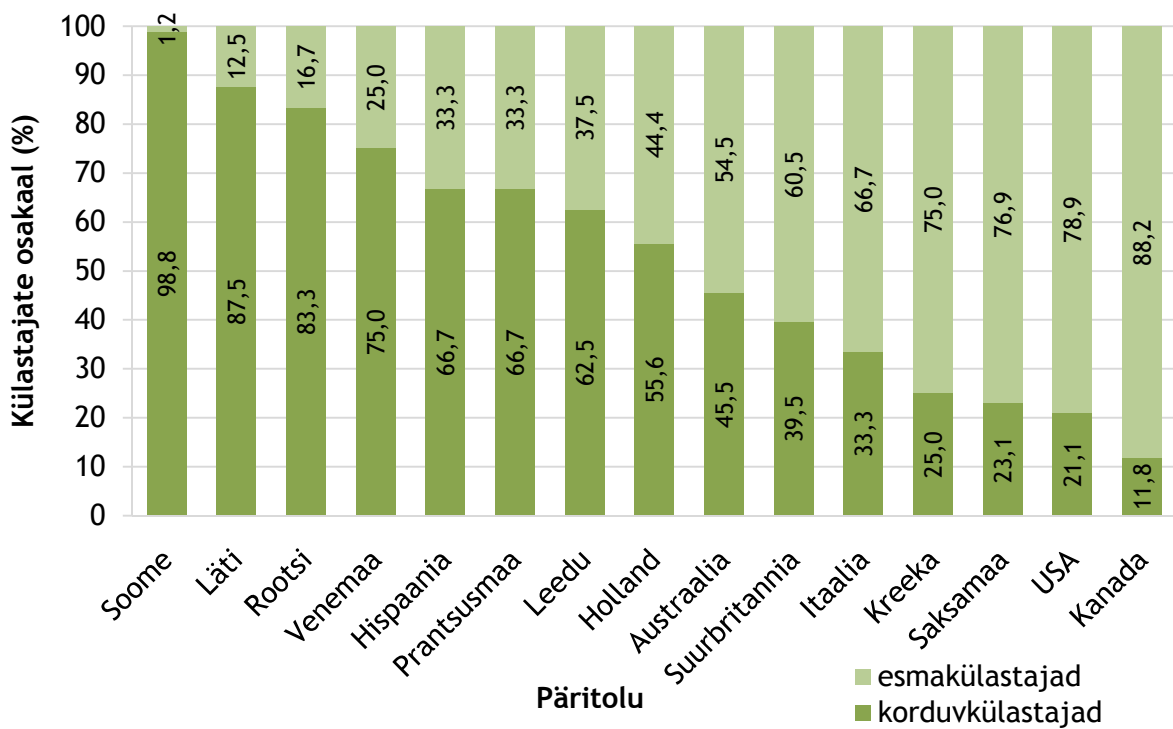
Joonis 7. Ürituste külastajate sooline jaotus päritoluriigi järgi (mehed, n=326 ja naised, n=162).

Ürituste külastajate sooline jaotus riikide kaupa on esitatud joonisel 8. Kokku saabus külastajaid 33 eririigist ja seejuures 11 riigi külastajad (Austria, Belgia, Bulgaaria, India, Tšiili, Usbekistan, Valgevene, Lõuna-Korea, Monaco, Põhja-Korea ja Prantsusmaa) olid kõik mehed ning nelja riigi külastajad (Hispaania, Lõuna-Aafrika Vabariik, Iirimaa ja Taani) ainult naised. Jooniselt 8 on näha ülejäänud külastajate soolist jaotust. Selgub, et lisaks eelpool nimetatule küsitleti enam kui 50% naisi ka Leedu ja Itaalia külastajate koguarvust. Kõige võrdsem jaotus oli Norra, Ukraina ja Ungari külastajate puhul, kus naised ja mehed kumbki moodustasid 50% vastava riigi külastajate koguarvust (joonis 8).



Joonis 8. Naiste ja meeste osakaalud päritoluriigi järgi (mehed, n=326 ja naised, n=162).

Väga selgelt tuleb välja ka sihtkohale lähemal elavate külastajate seotus piirkonnaga ehk, mida lähemal Tallinnale elavad külastajad, seda rohkem on nad Eestisse ka naasnud (joonis 9). Joonisele ei ole lisatud Belgia, Bulgaaria, Monacot, Ukrainat ja Valgevene, mille külastajad olid kõik korduvkülastajad ning Argentiina, Šveits, Norra, Ungari, Austria, Iirimaa, India, Lõuna-Aafrika Vabariik, Lõuna- ja Põhja-Korea, Taani, Tšiili ning Usbekistan, mille külastajad olid ainult esmakülastajad. Seega, on jooniselt 9 näha, et kõige enam ürituste korduvkülastajaid saabub Soomest (99%), Lätist (88%), Rootsist (83%) ja Venemaalt (75%). Niisamuti ületavad korduvkülastajad 50% ka Hispaania, Prantsusmaa, Leedu ja Hollandi külastajate seas. Võrdlemisi võrdne on esma- ja korduvkülastajate jaotus Austraaliast pärit külastajate puhul, samas kui näiteks ühe olulisema Eesti turismituru Saksamaa (EAS 2013) puhul on aga just üle 75% külastajatest esmakülastajad.



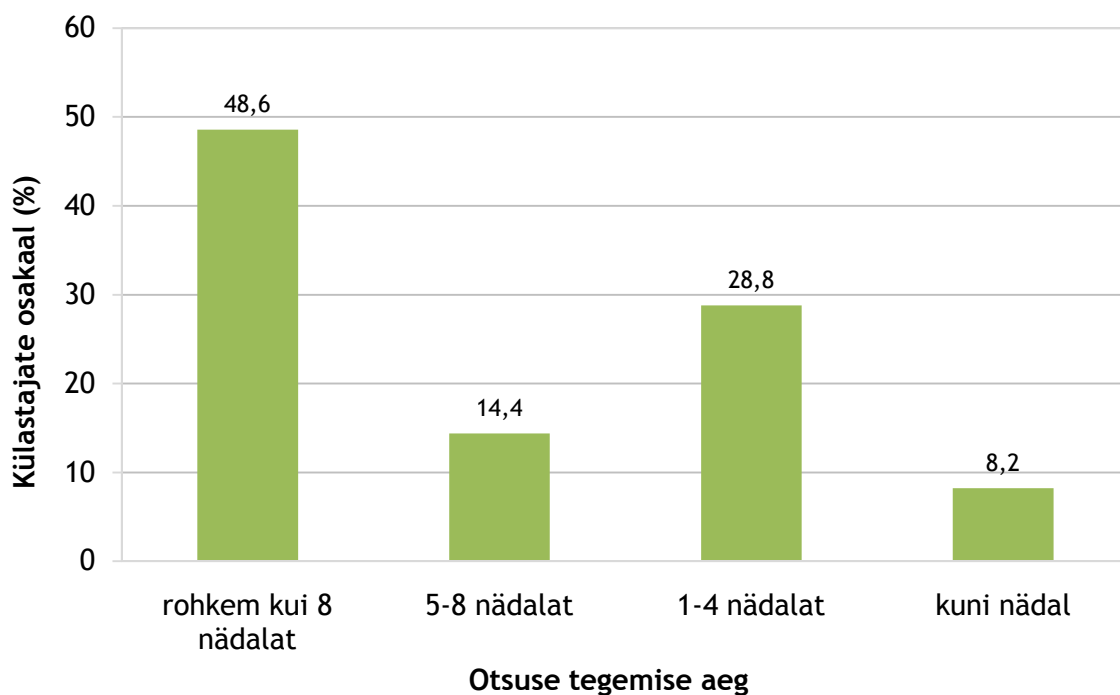
Joonis 9. Tallinna esma- ja korduvkülastajate osakaalud päritolujärgi (esmakülastajad, n=107 ja korduvkülastajad, n=348).

Kõige enam reisisid ürituste külastajad koos teiste täiskasvanutega (41%), kuid olulisel kohal olid ka partner/abikaasa (23%) ja turismigrupp/sõprade grupp (20%). Eraldi, variandi „muu” all toodi välja kas perekond või selle liikmed (1%) ja näiteks koduloom (0,1%).

2.1.2 Üritus kui sihtkoha külastamise motivaator

Kõikidest külastajatest (n=487) suurem enamus (80%) tegid otsuse vastavat üritust külastada enne Tallinnasse saabumist. Ülejäänud 98 külastajat ehk 20% külastajatest tegid otsuse konkreetset üritust külastada alles reisi ajal. Selgus ka, et külastajad, kelle otsus üritusele tulla oli sündinud enne Tallinna külastust, olid enamjaolt ka esmaeesmärgiks seadnud vastava ürituse külastuse. Teisisõnu, 75% vastajatest saabus Tallinnasse konkreetse ürituse pärast ja 16% pidas üritust „osaliselt oluliseks“ reispõhjuseks¹. Külastajatele, kes tegid oma otsuse üritust külastada reisi ajal (n=98), antud küsimust ei esitatud.

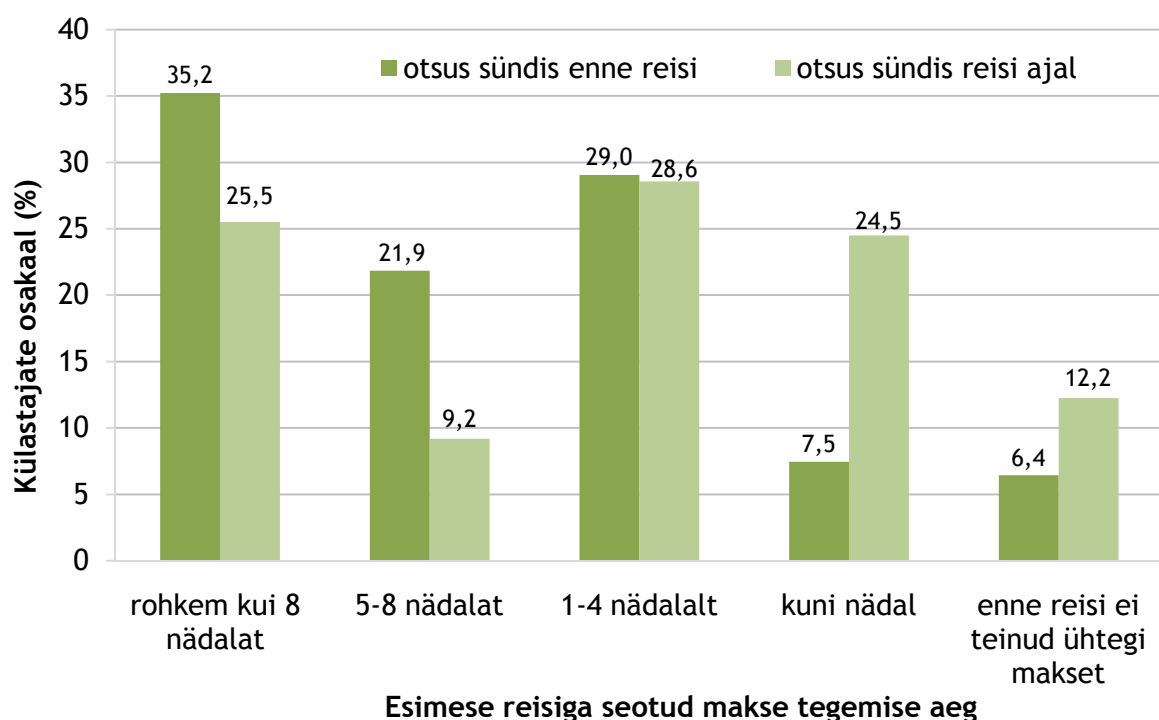
Suurem osa külastajatest otsustas konkreetset üritust külastada enam kui 8 nädalat enne üritusele saabumist (49%) (joonis 10). Kõige vähem oli aga neid vastajaid, kelle otsus üritusele tulla sündis kuni nädal aega enne ürituse toimumist (8%).



Joonis 10. Külastajate üritusele tuleku otsuse sooritamise aeg (n=389).

¹Osaliselt oluliseks mõjuteguriks loeti kõik need otsused, mil külastaja oli teadlik toimuvast üritusest ja valis Tallinna konkreetse ürituse pärast. Kui aga vastati, et üldiselt ei tulnud konkreetse ürituse pärast, siis selle vastuse korral olid külastajad küll üritusest teadlikud, kuid ei tulnud Tallinnasse selle pärast. Üritusele saabumise olulist hinnati skaalal väga olulisest mitte üldse oluliseni.

Selleks, et välja selgitada, kas otsuste tegemine oli kooskõlas küllastajate tegeliku käitumismustriga, analüüsiti ka esimese reisiga seotud makse² soorituse aega (joonis 11). Ilmneb, et kõige enam küllastajaid (35%), kes tegid otsuse üritusele tulla enne Tallinnasse saabumist, sooritasid ka esimese reisiga seotud makse rohkem kui 8 nädalat enne üritust. Samas aga kõige enam küllastajaid (29%), kelle otsus üritust küllastada sündis reisi ajal, sooritasid esimese reisiga seotud makse kuni kuu aega enne reisi. Ilmneb ka, et kuigi küllastajad väidavad, et üritusele tuleku plaan oli neil juba enne Tallinnasse saabumist, ei sooritanud 6% küllastajaist, kes plaanisid juba enne Tallinnasse saabumist üritust küllastada ja 12% neist küllastajaist, kelle otsus üritust küllastada sündis reisi ajal, reisi eel ühtegi reisiga seotud makset.



Joonis 11. Küllastajate, kes tegid otsuse üritusele tulla enne reisi (n=389) ja reisi ajal (n=98), esimese reisiga seotud makse aeg.

Kõige olulisemateks motivaatoriteks ürituse küllastamisel oli küllastaja soov veeta aega koos sõprade ja/või perega või, et küllastajale lihtsalt meeldivad seda tüüpi üritused. Mõlemat tunnust pidas väga oluliseks üle 73% vastanutest. Oluliseks motiveerivaks teguriks kujunes ka ürituse sobivus küllastajate ajakavasse, mida

²Reisiga seotud makseks on loetud sõidupiletite ja/või ööbimiskoha broneering, osalustasu ja/või sissepääsupileti ostmise vms.

pidas väga oluliseks samuti üle poole külastajatest (63%). Suhteliselt sarnaselt hinnati soovi näha ja kuulda ürituse esinejat, ise üritusel aktiivselt osaleda, sõprade soovitusi järgida või näiteks ürituse soodne hind. Kõige vähemoluliseks pidasid külastajad, nii mehed, kui ka naised kohalike elanike (nt hotellis; turismiinfokeskuses; kolleegid, kellega oli töökoosolek jt) soovitusi - keskmiselt hinnati seda 1,7 punktiga ning maksimaalsed punktid antud tegurile andis vaid 8,6% vastanuist. Meeste ja naiste lõikes ürituse külastamise motivaatoritele antud hinnangutes olulisi erinevusi ei ilmnunud. Enamjaolt olid antud keskmised hinnangud sama kõrged, erinedes maksimaalselt 0,2 punkti võrra. Ainus erinevus meeste ja naiste hinnangutes seisnes nende tegurite olulisuse järjekorras ehk, et kahe teguri kohad olulisusjärjestuses olid meeste ja naiste puhul vahetunud - näiteks, kui naised pidasid olulisemaks üritusel konkreetse esineja nägemist (3,9 punkti), siis meeste puhul asetus samale kohale sihtkoha soodne hind (3,7 punkti). Statistiliselt erinesid meeste ja naiste hinnangud vaid soovis näha/kuulda ürituse esinejat ($p < 0,05$) (tabel 4).

Tabel 4. Ürituse külastamise motivaatorid. Keskmine hinne (mehed, $n=326$; naised, $n=162$) ja „väga oluliseks“ motivaatoriks (5 punkti vääriline) hinnanud külastajate osakaal.

	Vastanute arv	Keskmine hinne		Külastajate osakaal (%)
		naised	mehed	
Mulle meeldivad seda tüüpi üritused	488	4,5	4,6	73,2
Soovisin veeta kvaliteetsega oma sõprade või perega	488	4,5	4,5	74,8
See üritus sobis minu reisi ajakavaga	488	4,2	4,2	62,7
Soodne hind	487	3,7	3,7	39,5
Soovisin näha/kuulda selle ürituse esinejat	486	3,9	3,5	46,1
Soovisin aktiivselt osaleda sellel üritusel	487	3,3	3,5	42,0
Sõbrad soovitasid külastada konkreetset üritust	485	3,3	3,3	42,0
Lugesin selle ürituse kohta positiivseid arvamusi veebist, ajakirjadest-ajalehtedest jm	487	2,6	2,5	19,1
Kohalikud elanikud soovitasid külastada	486	1,5	1,7	8,6

Esma- ja korduvkülastajate lõikes selgub, et korduvkülastajad andsid kõrgemad punktid võrreldes Tallinna esmakülastajatega, ehkki reisieesmärkide üldine

järjestus on mõlemal rühmal suhteliselt sarnane (tabel 5). Ainsa erinevusena võib välja tuua asjaolu, et kui korduvkülastajad pidasid oluliseks vastavat tüüpi ürituste meeldivuse (4,6 punkti), millele järgnes soov veeta kvaliteetaega sõprade ja perega (4,7 punkti) ning kolmandana ürituse sobivus ajakavaga (4,2 punkti), siis esmakülastajate jaoks oli esmatähtsad ürituse meeldivus (4,3 punkti) ning teisena ürituse klappimine ajakavaga (4,1 punkti). Suurim erinevus aga kahe külastajarühma puhul oli soovis veeta kvaliteetaega sõprade ja perega (keskmiste hinnangute vahe 0,7 punkti; $p<0,01$), millele järgnes sõprade soovitus vastavat üritust külastada (keskmiste vahe 0,7 punkti; $p<0,01$). Niisamuti erinesid esma- ja korduvkülastajate hinnangu seda tüüpi ürituste meeldivuses ($p<0,01$), soodsas hinnas ($p<0,05$), soovis ise aktiivselt üritusel osaleda ($p<0,05$) ja näha/kuulda ka konkreetse ürituse esinejat ($p<0,05$).

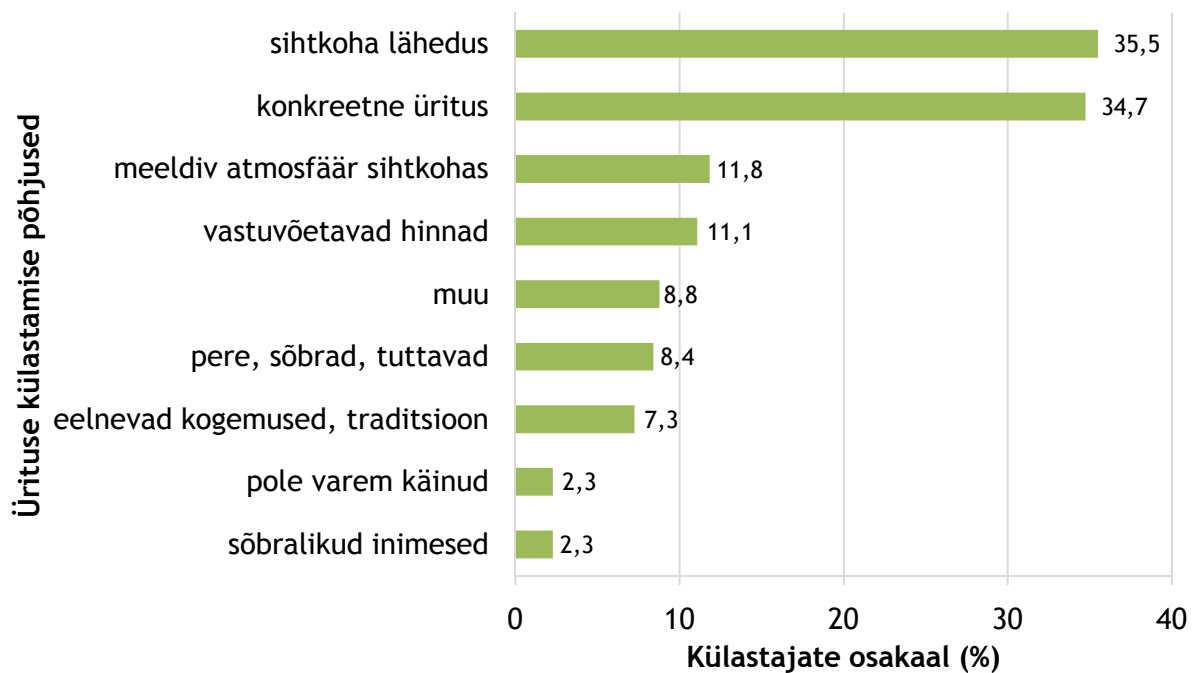
Tabel 5. Ürituse külastamise motivaatorid. Keskmine hinne (esmakülastajad, $n=130$; korduvkülastajad, $n=355$) ja „väga oluliseks“ motivaatoriks (5 punkti vääriline) hinnanud külastajate osakaal Tallinna esma- ja korduvkülastajate lõikes.

	Keskmine hinne		Keskmiste erinevus
	esma-külastajad	korduv-külastajad	
Mulle meeldivad seda tüüpi üritused	4,3	4,6	0,3***
Soovisin veeta kvaliteetaega oma sõprade või perega	4,0	4,7	0,7***
See üritus sobis minu reisi ajakavaga	4,1	4,2	0,1
Soodne hind	3,4	3,8	0,4**
Soovisin näha/kuulda selle ürituse esinejat	3,3	3,7	0,4**
Soovisin aktiivselt osaleda sellel üritusel	3,2	3,6	0,4**
Sõbrad soovitasid külastada konkreetset üritust	2,9	3,5	0,6***
Lugesin selle ürituse kohta positiivseid arvamusi veebist, ajakirjadest-ajalehtedest jm	2,5	2,5	0,0
Kohalikud elanikud soovitasid külastada	1,6	1,7	0,1

*** $p<0,01$ ** $p<0,05$

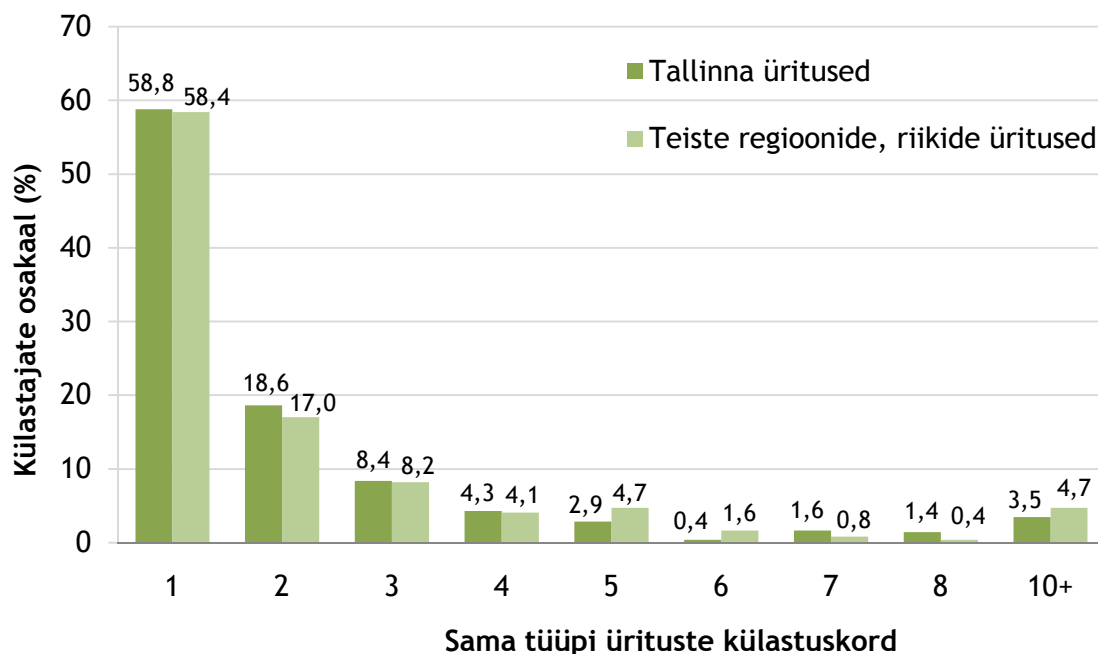
Kui aga paluti hinnata, millist rolli Tallinnasse saabumisel mängib üritus(t)e külastamine, siis selgus, et 54% külastajate koguarvust ehk 262 külastajat peab „üritus(t)e külastamist“ väga oluliseks (andes 9 ja 10 punkti 10 punkti süsteemis, vt ka tabel 7). Põhjuseid, miks just seda konkreetset üritust külastati, oli mitmeid; üheks olulisimaks neist oli Tallinna lähedus, mida pidas oluliseks 36% vastanutest.

Teiseks, mitte vähem oluliseks põhjuseks peeti soovi konkreetset toimuvat üritust külastada (35%). Hea atmosfääri juures nimetati nii ürituse, kui ka Tallinna ja Eesti üldist meeldivat keskkonda ning see moodustas 12% kõikidest vastustest. Muudeks põhjusteks (9%) olid näiteks maitsev õlu, ilusad Eesti naised, piisavalt kaugel ja eriline sihtkoht, tööga seotud põhjused, hea võimalus nädalavahetust veeta või näiteks ka meeldiv ürituse korraldus (joonis 12).



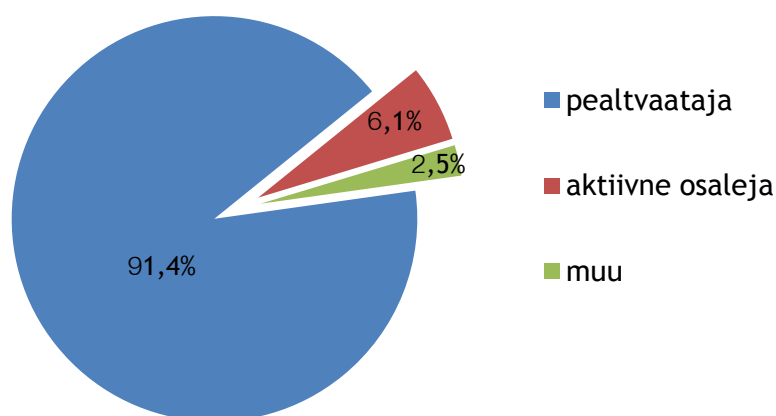
Joonis 12. Tallinnas toimunud ürituse külastamise põhjused (n=262).

Enamus külastajaid (59%) väisas seda tüüpi üritust Tallinnas esimest korda (joonis 13). Ilmes, et viimase aasta jooksul on sarnaseid üritusi, mis on aset leidnud mõnes teises regioonis või riigis, külastatud suuremalt jaolt vaid ühel korral (58%). Selgub, et näiteks külastajad, kes külastasid Tallinnas sama tüüpi üritust alles esimest korda, neist 45% olid juba varem käinud mõnel teisel sarnasel üritusel mujal regioonis ja/või riigis. Külastajad, kes olid aga mujal regioonis ja/või riigis ainult ühel korral sama tüüpi üritusele sattunud, neist 44% olid jällegi Tallinna üritusel (koos käesolevaga) käinud enam kui ühel korral.



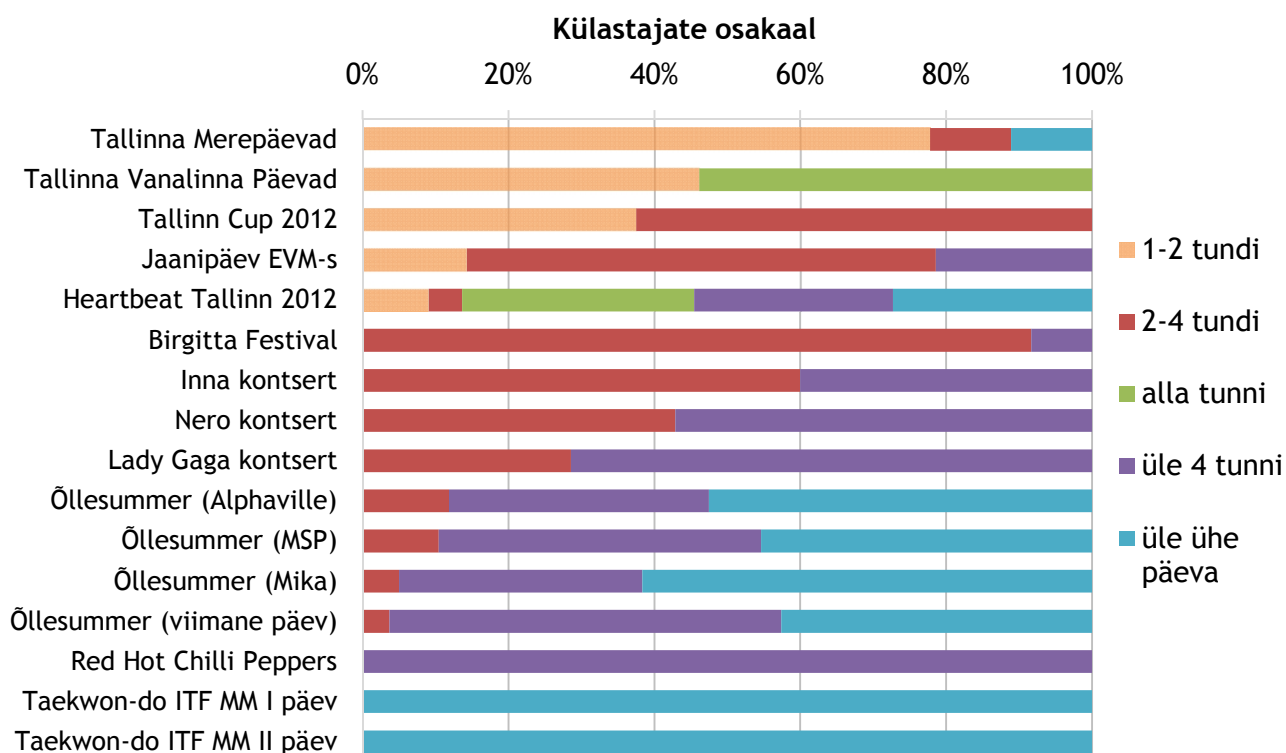
Joonis 13. Sama tüüpi ürituste külastuskorrad Tallinnas ja mõnes teises regioonis või riigis (käesolev kord kaasaarvatud) (n=488).

Enamus ürituse külastajaid olid pealtvaatajad (91%). Aktiivseid osalejaid, sh näiteks võistlejaid, treenereid ja kohtunikke, oli kokku 6%. Ülejäänud külastajad (ajakirjanikud/fotograafid, teenindav personal või korraldajad) moodustasid küsitletutest vaid 2,5% (joonis 14).



Joonis 14. Ürituse külastaja roll üritusel (n=488).

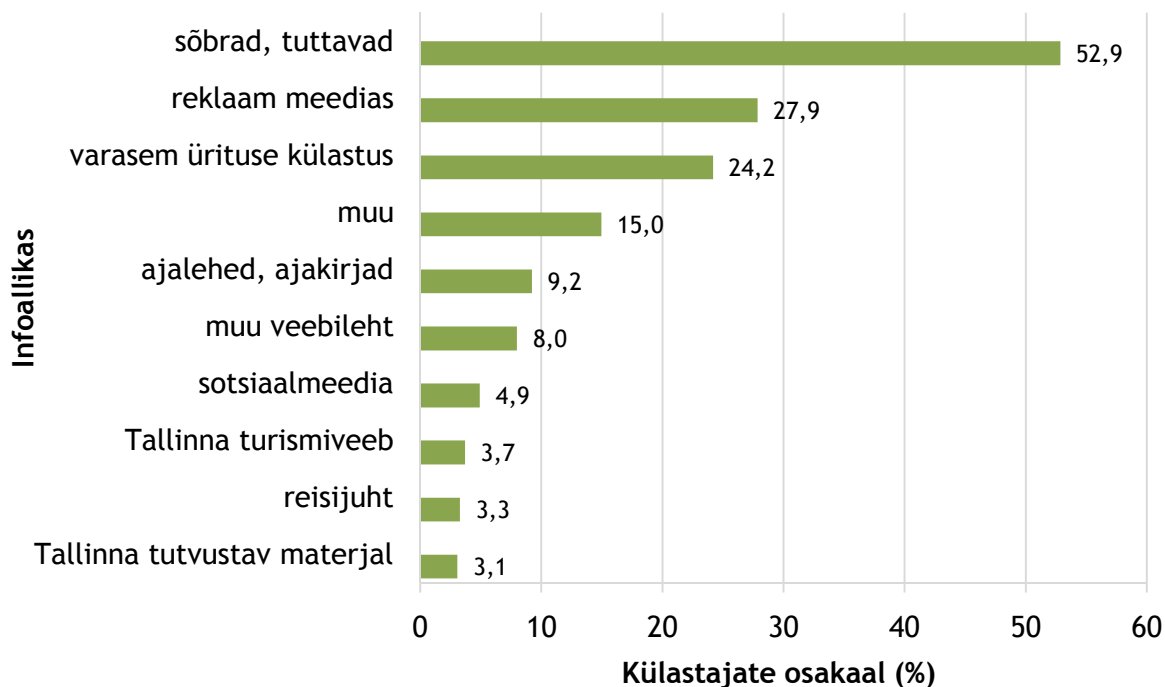
Kuna uuringusse kaasatud ürituste seas oli väga erineva ajalise kestvusega üritusi, on järgnevalt külastajate keskmine üritusel viibimise aeg välja toodud ürituste kaupa. Teiste seast tuleb selgelt esile näiteks Taekwon-do MM, mille kõik külastajad viibisid üritusel üle ühe päeva (100%). Ka kõikide Õllesummeri päevade puhul on üle 40% külastajatest tulnud mitmepäevasele üritusele. Lisaks võib välja tuua näiteks Tallinna Merepäevad, mis kestsid ajaliselt küll kolm päeva, kuid suurem osa vastajaid (78%) viibis üritusel kuni kaks tundi. Või veelgi enam, Tallinna Vanalinna päevade külastajatest mitte ükski ei viibinud üritusel kauem kui 2 tundi (joonis 15).



Joonis 15. Ürituse külastaja külastuskestus ürituse kaupa (n=488, vastanute jaotus ürituste kaupa vt tabel 1).

Kõige olulisem allikas ürituse kohta info saamiseks olid sõbrad ja tuttavad. Seda allikat kasutas 53% külastajatest. Ka reklaami meedias (28%) ja ürituse varasem külastus (24%) mängisid olulist rolli info hankimisel. Lisaks etteantud internetiallikatele nimetati ka teisi veebilehekülgi (8%), näiteks ürituse/korraldaja kodulehekülg (3,4%), *Google* (1,6%), reisilaeva kodulehekülg (0,8%), muusikafoorumid (0,2%), *Wikitravel* (0,2%) ja *Lonely Planet* (0,2%). Muude allikatena tõid 15% külastajatest välja võistkonna treeneri, spordiklubi või teise

võistkonna; turismi infopunkti; reisiportaale; raadio ja TV; majutusasutuste administraatorid ning korraldajad (joonis 16). Küllastajatest 4% sai infot juhuslikult, näiteks üritusele juhuslikult sattudes.



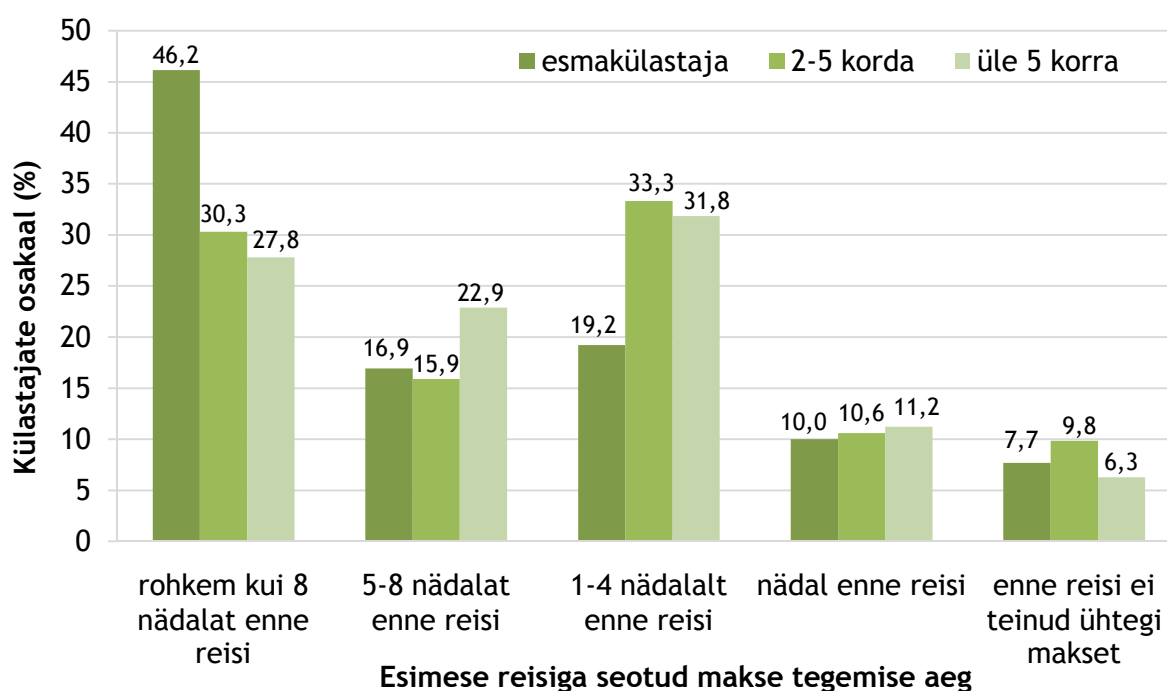
Joonis 16. Infoallikad ürituste kohta (n=488).

Juhul, kui üritus peaks tulevikus veel aset leidma, siis 57% kõikidest vastanud küllastajatest (n=488) tuleksid üritusele tagasi. 29% küllastajatest ei osanud öelda, kas nad tuleksid samale üritusele tagasi ning 14% küllastajatest teadsid kindlalt, et ei soovi üritusele järgmisel korral naasta. Põhjuseid, miks üritusele tagasi tulla ei soovita, ei uuritud, kuid kui küllastajatel (n=279) paluti anda hinnang toimunud üritusele, siis kümne punkti süsteemis hinnati üritust väga heaks (8,0 punkti).

2.1.3 Tallinn kui külastuse motivaator

Kõikidest ürituste külastajatest (n=488) 98% oli esmaseks reisisihtkohaks Eestis Tallinn. Ülejäänud 2% pidasid peamiseks Eesti-siseseks sihtkohaks mõnda muud kohta, näiteks Pärnu linna, Kuusalu valda, Haaslava valda, Hiiumaad, Ida-Virumaad, Keila linna ning üks külastaja nimetas esmatähtsusega sihtkohtadeks kahte maakonda korraga, Tartu- ja Hiiumaad.

Tallinna esma- ja korduvkülastajate lõikes selgus, et 46% esmakülastajatest tegid esimese reisiga seotud makse enam kui 8 nädalat enne reisi, samas kui 2-5 korda ja üle 5 korra Tallinnas käinud (koos käesoleva reisiga) külastajad tegid kõige sagedamini esimese makse kuni kuu aega enne reisi (vastavalt 33% ja 32% külastajatest) (joonis 17). Ka esmakülastajate puhul olid 1-4 nädalat enne reisi tehtud maksed olulised 20%-le külastajatest. Kuni 2 kuud enne reisi sooritasid esimese reisiga seotud makse kõige sagedamini üle 5 korra Tallinnas viibinud ürituste külastajad (23%). Nädal enne reisi tehti esimene makse alla 12% juhtudest kõikide külastuskorra klasside lõikes ning külastajaid, kes enne reisi makset ei sooritanudki, oli kõikidel juhtudel alla 10%.



Joonis 17. Tallinna esmakülastajate (n=130), 2-5 korda käinud külastajate (n=132) ja üle 5 korra Tallinnas käinud (n=223) ürituste külastajate esimese reisiga seotud makse aeg.

Pooled üritusele tulijaid (244 külastajat) veetsid eelmise öö Tallinnas. Otse püsielukohast saabus üritusele 43% külastajatest ja vaid 7% ööbis muudes, eelnevalt nimetatud kohtades. Enim mujal kui Tallinnas ööbijaid oli pärit Rootsist (18%), Soomest (15%), USA-st (15%) ja Hollandist (12%). Kokku ööbis vähemalt ühe öö kodust eemal 486 külastajat, kusjuures 98% neist ööbisid Tallinnas (tabel 6).

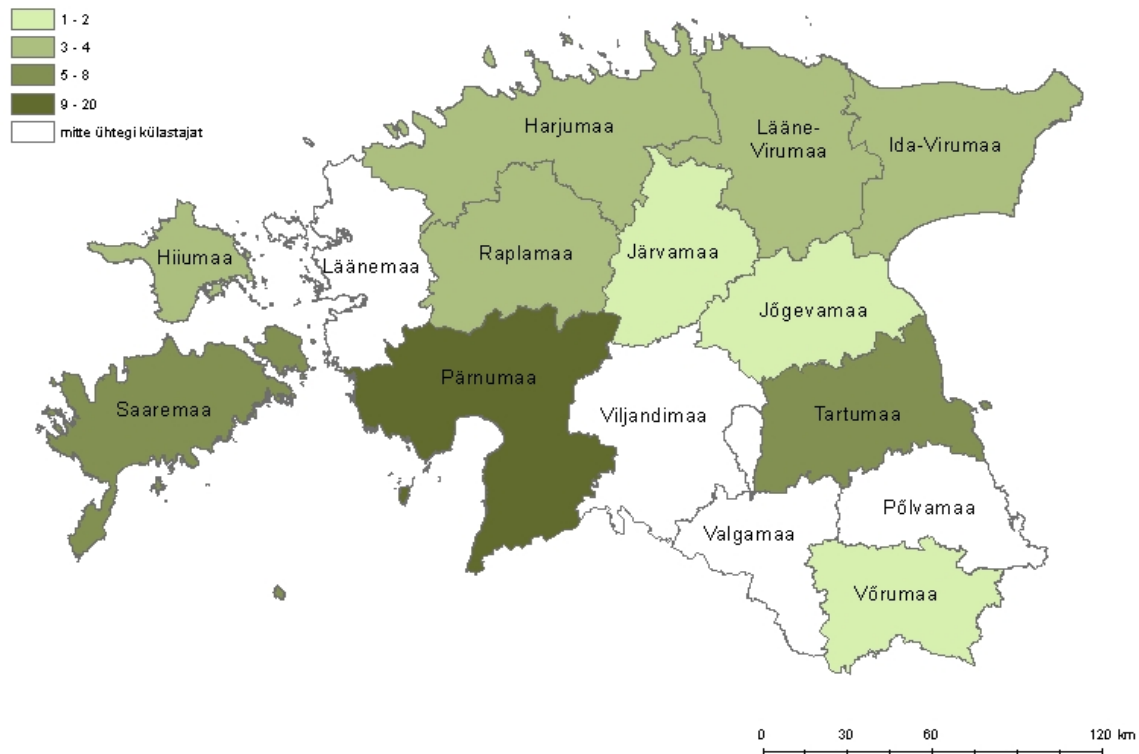
Tabel 6. Vähemalt ühe öö kodust eemal viibinud ürituste külastajate Eesti-sisene liikumine.

	N	Külastajate osakaal (%)
Vähemalt ühe öö kodust eemal ööbinud külastajad	486	99,6
Vähemalt ühe öö kodust eemal ööbinud külastajatest ööbisid...		
... Tallinnas	474	97,5
... mujal Eestis (sh ka Tallinnas)	38	7,8
... mujal maailmas	33	6,8
... ainult lennukis, laevas, autos, bussis ³	29	6,0

Mujal Eestis ööbinud külastajate ruumiline jaotus on esitatud joonisel 18. Ilmneb, et 36% kõikidest mujal Eestis ööbinud külastajatest veetsid vähemalt ühe öö Pärnumaal, 15% külastajatest Saaremaal ning 13% Tartumaal.

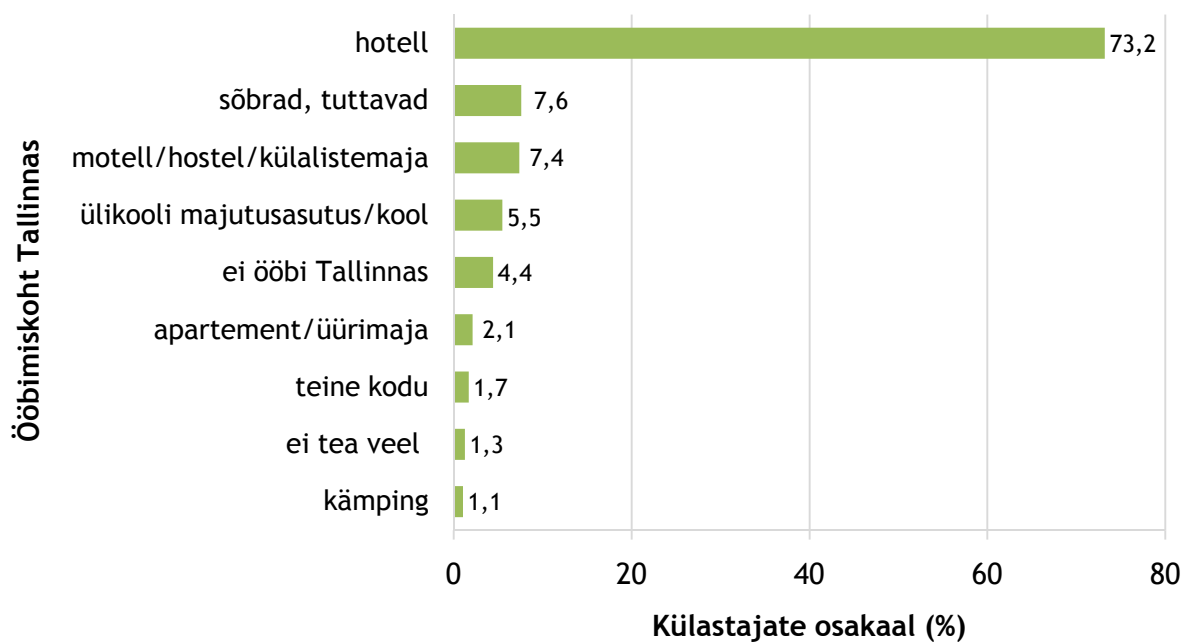
³Külastajad, kes viibisid ainult mõnes nimetatud transpordivahendis.

Mujal Eestis ööbinud välisküllastajate arv



Joonis 18. Väljaspool Tallinna ööbinud ürituste küllastajate ruumiline jaotus (n=56 koha nimetust).

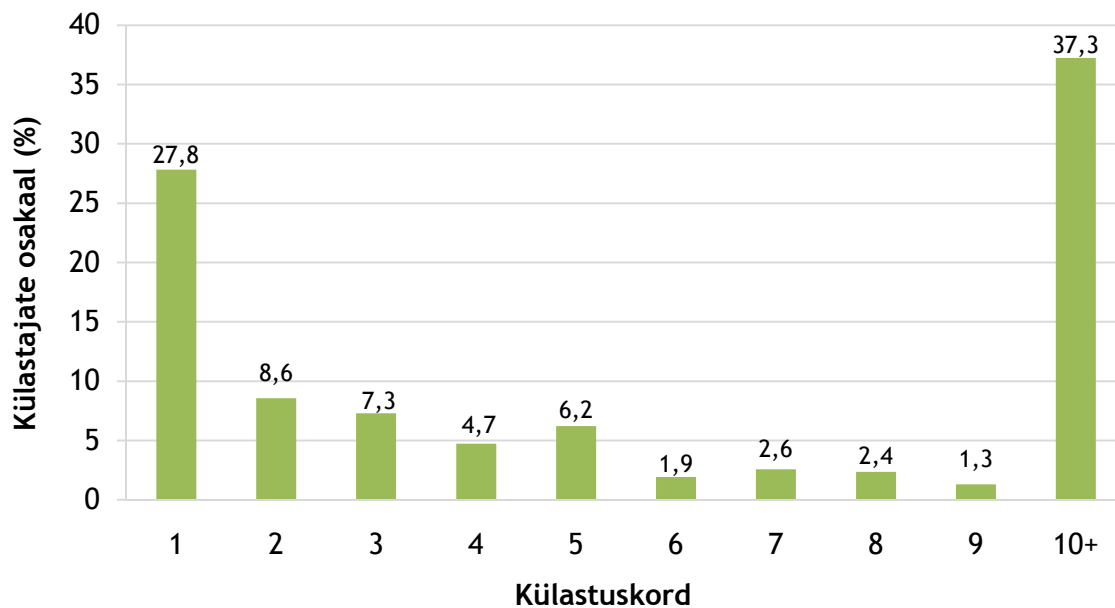
Nagu selgus, ööbis Tallinnas kogu reisi vältel kokku 474 küllastajat (98%), kellest kõige suurema osa moodustasid Soomest (53%), Suurbritanniast (8%), Lätist (6%), Saksamaalt (5%), Kanadast (4%), Venemaalt (4%), USA-st (3%), Rootsist (3%), Austraaliast (2%) pärit küllastajad. Ülejäänud 28 riigi esindajat moodustasid kokku 13% kõikidest Tallinnas ööbinud küllastajatest. Ürituste välisküllastajate peamiseks majutusasutuseks oli hotell (73% Tallinnas ööbinud küllastajate jaoks). Lisaks sellele ööbiti ka sõprade ja tuttavate juures (8%) ning motellis, hostelis või külalistemajas (7%). Leidus ka neid ürituse küllastajaid, kes küsitlemise hetkel ei osanud majutusasutust nimetada (1%) või küllastajaid, kes ei planeerinudki Tallinnas ööbida (4%) (joonis 19).



Joonis 19. Ürituste küllastajate ööbimiskohtade jaotus Tallinnas (n=474).

Mujal Eestis ööbinud küllastajate seas (37 küllastajat, 1 vastamata) olid populaarseimad majutuspäigad hotell (62%), sõbrad ja tuttavad (35%) ning hotell, hostel või külastemaja ja kämping (11%).

Tallinna üritustele saabunud küllastajate seas oli kõige enam neid küllastajaid (üle 37%), kes olid sihtkohas juba enam kui kümnendat korda. Ligi ¼ küllastajatest olid Tallinnas esmakordselt. Esile kerkib ka viiendat korda (praegune reis kaasaarvatud) Tallinnas olivate osakaal (6,2%), mis on mõnevõrra kõrgem kui neljandat korda olivate osakaal (4,7%) (joonis 20).



Joonis 20. Ürituste külastajate Tallinna külastuse kord (k.a praegune reis; n=467).

Kõige olulisemaks eesmärgiks Tallinna külastamisel, oli valitud üritus(t)el osalemine - kümne punkti süsteemis oli see esikohal 7,8 punktiga. Sarnane trend ilmnes ka eelpool, mil selgus, et 75% külastajatest saabusid Tallinnasse konkreetse külastatud ürituse pärast. Tähtsusele teisele kohale Tallinna külastamise juures kerkis soov puhata nimetatud sihtkohas rohkem kui ühe päeva (6,7 punkti). Mitte küll nii oluline, kuid siiski kolmandaks oluliseks põhjuseks hinnati etteantud teguritest Tallinnas pakutavate teenuste tarbimist (SPA, juuksuri, raviarutuse vms külastamine) ja/või ostlemist (3,5 punkti). Kõige vähem oluliseks teguriks Tallinna külastamise juures, oli töötamine Eestis (1,2 punkti 10-st) (tabel 7). Seega Eestis töötamine, tööreisid(nt kohtumised äripartneriga, osalemine koosolekutel, tootetutvustustel) ja ürituste korraldamine ei olnud kuigi olulisteks põhjusteks, et Eestisse tulla.

Mees- ja naissoost külastajate reisieesmärkide puhul olulisi erinevusi hinnangutes ei esinenud. Küll aga ilmneb naiste suurem huvi ostureiside vastu - seda tunnust hinnati 5-punkti skaalal 4,3 punktiga, samas, kui meeste keskmine hinne oli 1,1 punkti võrra madalam ehk 3,2 punkti ($p < 0,01$). Lisaks sellele pidasid naised oluliseks ühepäevast reisi (2,8 punkti), mis asetus nende olulisusjärjestuses neljandale kohale, meestel aga viiendale kohale (2,2 punkti) ning sellegi eesmärgi puhul olid meeste ja naiste keskmised hinnangud statistiliselt erinevad ($p < 0,1$). Meeste puhul oli aga neljanda koha vääriline sõprade ja sugulaste külastamine, mis

sai naistega võrreldes küll mõnevõrra madalama keskmise hinnangu (2,6 punkti) (tabel 7). Selgub, et ostlemine on kõige olulisem (hinnati 9 ja 10 punktiga 10-st) just Soomest pärit ürituste külastajate jaoks (76%), vähesel määral ka Saksamaalt pärit ürituste külastajate seas (5%). Ühepäevase reisi kui ühte välja pakutud reisieesmärki hindasid kõige kõrgemalt Soomest (49%), Lätist (25%), Venemaalt (10%) ning USA-st pärit külastajad (6%). Mitmepäevase reisi pidasid tähtsaks Soomest (53%), Suurbritanniast (10%) ning Saksamaalt (8%) pärit külastajad. Sõprade ja tuttavate külastamine oli kõige olulisem Soome (36%), Venemaa (16%), Saksamaa ja USA (9%) ning Austraalia (7%) elanike seas. Seega on Soomest pärit külastajate osatähtsus iga nimetatud eesmärgi puhul väga kõrge, kuid sellele vaatamata on näha, et ühepäevaseid reise peavad tähtsaks ka Lätist ja Venemaalt pärit külastajad, sõprade-tuttavate külastamise eesmärki Venemaalt pärit külastajad ning ostlemist eelkõige Soome päritoluga külastajad.

Tabel 7. Meeste(n=326) ja naiste (n=162)keskmise hinnang reisieesmärkidele ning maksimaalselt (10 punkti) hinnanud külastajate osakaal.

	Vastanute arv	Keskmise hinne		Keskmiste erinevus	Külastajate osakaal (%)
		mehed	naised		
Üritus(t)e külastamine	487	7,9	7,7	0,2	47,1
Mitu päeva kestev puhkusereis	485	6,6	6,8	-0,2	35,0
Ostureis ja/või teenuste tarbimine	482	3,2	4,3	-1,1***	4,7
Sõprade ja sugulaste külastamine	477	2,6	2,5	0,1	7,4
Ühepäevareis puhkuse eesmärgil	480	2,2	2,8	-0,6*	6,6
Osalemine konverentsil / seminaril / koolitusel / messil / õppereisil (sh õpingud)	480	1,8	1,6	0,2	4,7
Tööreis	478	1,4	1,3	0,1	2,0
Ürituse korraldamine	478	1,3	1,4	-0,1	1,0
Töötamine Eestis	478	1,2	1,1	0,1	1,2

*** $p < 0,01$ * $p < 0,1$

Külastajate Tallinna saabumise eesmäärke külastuskorra alusel analüüsid selgub, et ehkki mõlemal juhul on kõige olulisemaks Tallinna saabumise eesmärgiks üritus(t)e külastamine, on esmakülastajad andnud keskmiselt madalama hinnangu

kui korduvkülastajad (erinevus 1,6 punkti; $p<0,01$). Niisamuti hindasid korduvkülastajad ostureisil osalemist märksa kõrgemalt kui Tallinna esmakülastajad (erinevus 1,6 punkti; $p<0,01$). Statistiline erinevus esma- ja korduvkülastajate vahel ilmnes ka sõprade ja sugulaste külastamises, mis hinnangute alusel öeldes oli taaskord korduvkülastajate jaoks olulisem (keskmiste hinnangute erinevus 1,1 punkti; $p<0,01$). See-eest aga ilmnes, et esmakülastajad pidasid korduvkülastajatest olulisemaks osalemist mõnel enesetäiendamisega seotud üritusel (konverentsil, seminaril, koolitusel vms), hinnates seda kolmanda tähtsusega eesmärgiks keskmiselt 1,1 punkti võrra kõrgemalt kui korduvkülastajad ($p<0,01$). Nii tööreisi, Eestis töötamist, kui ka Eestis toimuvate ürituste korraldamist peeti ühtemoodi väheoluliseks hinnates seda nii esma- kui ka korduvkülastajate lõikes keskmiselt kuni 1,4 punktiga, ehkki need erinevused ei osutunud statistiliselt erinevaks ($p>0,05$)(tabel 8).

Tabel 8. Esma- (n=130) ja korduvkülastajate (n=355) keskmine hinnang reisieesmärkidele ning maksimaalselt (10 punkti) hinnanud külastajate osakaal.

	Keskmine hinne		Keskmiste erinevus
	esma-külastajad	korduv-külastajad	
Üritus(t)e külastamine	6,7	8,3	-1,6***
Mitu päeva kestev puhkusereis	6,5	6,8	-0,3
Ostureis ja/või teenuste tarbimine	2,4	4,0	-1,6***
Sõprade ja sugulaste külastamine	1,7	2,8	-1,1***
Ühepäevareis puhkuse eesmärgil	2,1	2,5	-0,4
Osalemine konverentsil / seminaril / koolitusel / messil / õppereisil (sh õpingud)	2,5	1,4	1,1***
Tööreis	1,4	1,4	0,0
Ürituse korraldamine	1,4	1,3	0,1
Töötamine Eestis	1,2	1,2	0,0

*** $p<0,01$

Kui ürituste külastajate kõige olulisemaks reisieesmärgiks oli ürituste külastamine, siis olulisimaks motivaatoriks (mõnel juhul kattub reisieesmärkidega) Tallinna külastamisel osutus aga külastajate soov veeta kvaliteetaega sõprade ja perega (tabel 9). Kui antud hinnangute soolist jaotust vaadata, siis meeste ja naiste hinnang oli ligilähedane - mehed hindasid 4,3 punktiga ja naised 4,5 punktiga.

Kõige vähemoluline tegur meeste jaoks oli piirkonnale omaste ja tuntud atraktsioonide külastamine, mis sai keskmiseks hindeks 2,6 punkti, kuid naised andsid antud motivaatorile keskmiselt 3,0 punkti, mis ühtlasi erines meeste hinnangust ka statistiliselt ($p<0,05$). Niisamuti erinesid statistiliselt meeste ja naiste keskmised hinnangud ööelule - mehed hindasid 3,0 punktiga ja naised 2,4 punktiga ($p<0,01$). Üldiselt hindasid naised enamus tegureid mõnevõrra kõrgemalt (nt igapäeva rutiinist põgenemisele ja reisiga seotud seiklustunde nautimine; mõlemal juhul hinnangud meeste ja naiste vahel statistiliselt erinevad $p<0,05$), kuid oli ka selliseid tunnuseid, mida hinnati meeste ja naiste poolt võrdselt (madalad Tallinna kulud 3,3 punkti ja kohalike inimeste tundmaõppimine 3,1 punkti). Nõrk statistiline erinevus ($p<0,1$) esines meeste ja naiste hinnangutes ka sihtkohaga teatava sideme tundmises. Seega võib öelda, et kuigi külastajate jaoks oluline motivaator Tallinna külastamisel on väljavalitud üritustel osalemine, motiveerivad neid reisima pigem sõbrad ja tuttavad, kellega soovitakse koos kvaliteetsega veeta.

Tabel 9. Ürituste külastajate Tallinna külastamist mõjutavad faktorid (tõuketegurid). Keskmine hinnang ja maksimaalsed punktid (5 punkti) andnud külastajate osakaal soo lõikes.

	Vastanute arv	Keskmine hinne		Keskmiste erinevus	Külastajate osakaal (%)
		mehed	naised		
Pere ja sõpradega kvaliteetaja veetmine (sh reisigrupid jms)	484	4,3	4,5	-0,2	72,3
Tuntud ürituste külastamine	484	3,9	4,0	-0,1	57,0
Argielust põgenemine	483	3,9	4,2	-0,3**	56,1
Reisiga seotud seiklustunde nautimine	484	3,8	4,1	-0,3**	51,8
Tallinnas viibimise madalad kulud	480	3,3	3,3	0,0	26,0
Madalad kulud Tallinna jõudmiseks	477	3,2	3,3	-0,1	27,0
Kohalike inimeste tundmaõppimine	484	3,1	3,1	0,0	23,4
Tunnen sidet sihtkohaga	483	3,0	3,2	-0,2*	20,9
Ööelu	469	3,0	2,4	0,6***	22,3
Tuntud atraktsioonide külastamine	481	2,6	3,0	-0,4**	19,1

*** $p<0,01$ ** $p<0,05$ * $p<0,1$

Erinevalt Tallinna ürituste külastamise eesmärkidest esines Tallinna külastamise eesmärkide seas märkimisväärselt rohkem erinevusi esma- ja korduvkülastajate vahel (tabel 10). Mõlemad külastajagrupid pidasid kõige olulisemaks pere ja sõpradega kvaliteetaja veetmist, esmakülastajad hindasid 4,0 punktiga ja korduvkülastajad keskmiselt 4,5 punktiga, kusjuures keskmised erinesid teineteisest statistiliselt ($p<0,01$). Erinevused kahe külastajagrupi vahel ilmnasid järgnevas tegurite järjestuses. Kui korduvkülastajad tähtsustasid järgmisena tuntud ürituste külastamist (4,2 punkti), siis esmakülastajate jaoks oli olulisem pigem reisiga seotud seikluste nautimine (4,0 punkti). Suurim erinevus ilmnas ka selles, et kui esmakülastajate jaoks oli viienda tegurina oluline eelkõige tundma õppida kohalikke inimesi (3,5 punkti), siis korduvkülastajad pidasid olulisemaks reisiga seotud seikluste nautimist (3,8 punkti). Näiteks pidasid korduvkülastajad argielust pääsemist mõnevõrra olulisemaks, kui esmakülastajad (0,3 punkti võrra; $p<0,01$). Esmakülastajate puhul jääb silma ka Tallinnasse jõudmiseks ja seal viibimiseks tehtavatele kulutustele pöörati suuremat tähelepanu. Kui esmakülastajad hindasid vastavaid tegureid punktidega 2,8 ja 2,8, siis korduvkülastajatel olid samad näitajad 3,5 punkti ja 3,5 punkti (mõlema külastajagrupi keskmised hinnangud olid statistiliselt erinevad; $p<0,01$).

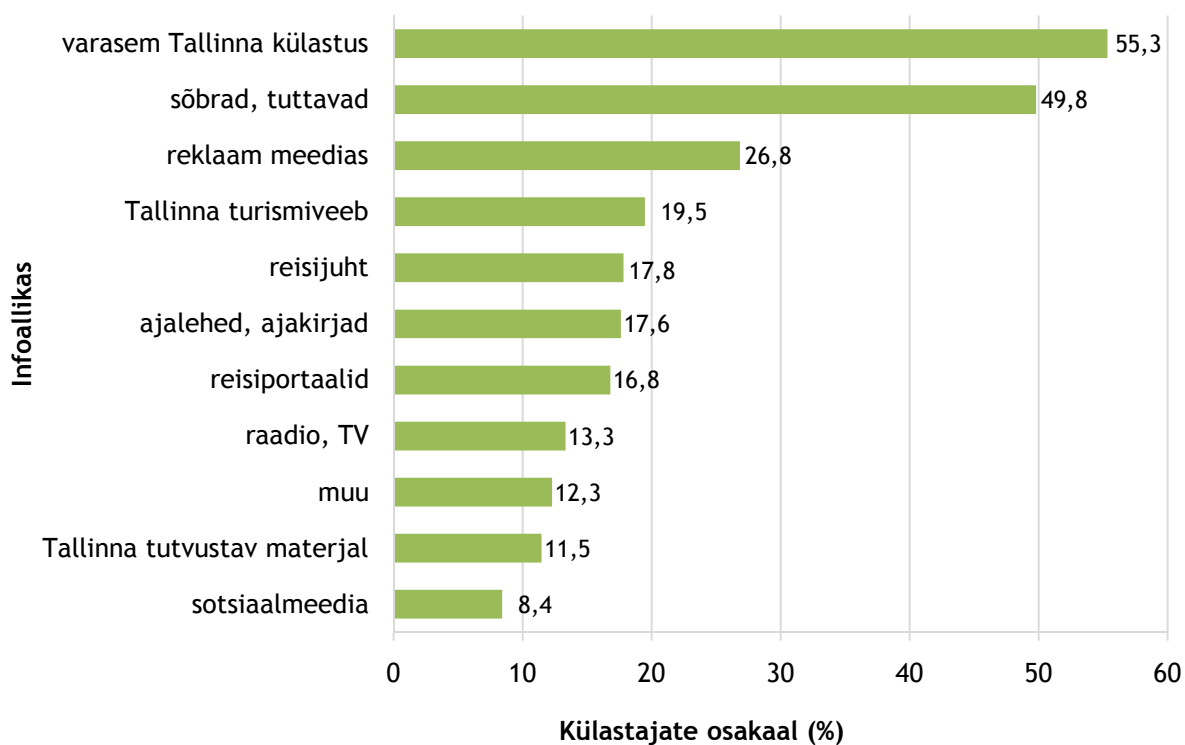
Tabel 10. Ürituste külastajate Tallinna külastamist mõjutavad faktorid (tõuketegurid). Keskmise hinnang ja maksimaalsed punktid (5 punkti) andnud külastajate osakaal Tallinna esma- ja korduvkülastajate lõikes.

	Keskmise hinne		Keskmiste erinevus
	esma-külastajad	korduv-külastajad	
Pere ja sõpradega kvaliteetaja veetmine (sh reisigrupid jms)	4,0	4,5	0,5***
Tuntud ürituste külastamine	3,2	4,2	1,0***
Argielust põgenemine	3,8	4,1	0,3*
Reisiga seotud seiklustunde nautimine	4,0	3,8	-0,2
Tallinnas viibimise madalad kulud	2,8	3,5	0,7***
Madalad kulud Tallinna jõudmiseks	2,8	3,5	0,7***
Kohalike inimeste tundmaõppimine	3,5	3,0	-0,5***
Tunnen sidet sihtkohaga	3,2	3,0	-0,2*
Ööelu	2,6	2,8	0,2
Tuntud atraktsioonide külastamine	2,6	2,7	0,1

*** $p<0,01$ ** $p<0,05$ * $p<0,1$

Seega võib arvata, et korduvkülastajad on teadlikud Tallinnas tehtavate kulutuste määra ning tuttavad ka kohaliku eluga, mistõttu tähtsustavad enam just reisi ennast, samas kui esmakülastajad hindavad soovi kohalikega tutvuda ning pööravad suuremat tähelepanu hindadele. Samas ei pea ka esmakülastajad reisi kui rekreatsioonilist tegevust vähemoluliseks.

Tallinna kohta info saamisel oli kõige olulisem infoallikas varasem Tallinna külastus, mida pidas oluliseks 55% külastajatest. Väga olulisel kohal infoallikana olid ka sõbrad ja tuttavad, kelle käest said infot 50% külastajatest. Teiste seas toodi eraldi allikadena välja muude allikadena (12%) erinevad veebilehed (*Google*, *Lonely Planet*, *TripAdvisor*, *Wikimedia* jne), soovitusel reisibüroost, informatsioon turismiinfopunktist ja variant, et Tallinna kohta ei otsitudki informatsiooni (joonis 21).



Joonis 21. Infoallikad Tallinna kohta (n=488).

Külastajate seotusele Tallinnaga paluti igal vastajal (kokku vastas 487 külastajat) anda nii palju vastusevariante, kui tema kohta tõesed olid. Nende põhjal selgus, et enamus küsitletutest ei olnud sihtkohaga ehk Tallinnaga üldsegi seotud (61%). Samas aga, kõige rohkematel kordadel nimetati seoseks kas sugulasi-tuttavaid (26% vastanutest) või tööd (9%). Mitmed külastajad nimetasid seoseks Tallinnaga ka

mõnda konkreetset üritust või pidusid üldiselt, õpinguid või suvekodu (kõik kokku 5%). Mitmel korral märgiti äraperekond (5%) ja hobid (5%), millest toodi välja näiteks reisimine ja matkamine, koertenäitusel osalemine, jalgpall, *rugby*, bändiga seotud tegevused, golf, korvpall, jäähoki, ratsutamine, jooksmine, purjetamine või rattasõit. Külastajad, kes ei olnud Tallinnaga seotud (küllastajate koguarvust 61%), neist enamus ehk 98% polnud ka muu Eestiga kuidagi seotud. Samas aga need külastajad, kellel esines mingigi seos sihtkohaga (39% küllastajatest), neist 13% polnud omakorda seotud muu Eestiga.

Ürituste küllastajate kulutuste hindamiseks Tallinnas arutati välja, kui suured olid väljaminekud keskmiselt ühe inimese kohta ja seda ühe Tallinnas viibitud päeva kots. Paljud vastajad ei osanud kulutüüpide kaupa summasid välja tuua, mistõttu ei ole ka respondentide arvud erinevate kulutüüpide juures võrdsed. Selgus, et Tallinna ürituste küllastajad jätsid Tallinnasse keskmiselt 200 eurot päevas. Eraldi kulutüüpe vaadates on näha, et kõige suuremad väljamineku tehti söögile-joogile (keskmiselt 75 eurot) ja majutuse peale (57 eurot). Kõige vähem kulutasid ürituse küllastajad linnasisese transpordi peale (keskmiselt 13 eurot). Teiste seas tulevad välja ka „muud“ kulutused, kuid kuna sellele vastas vaid 5 inimest, siis võib oletada, et tegemist on nende küllastajate jaoks väga konkreetsete või spetsiifiliste ostudega (tabel 11).

Tabel 11. Ürituste küllastajate keskmised kulutused päevas. Tallinnas tehtud kulutused kululiikide kaupa (EUR).

	Vastanute arv	Keskmine summa (EUR)
Majutus	133	56,8
Söök-jook	123	74,6
Sisseostud	58	26,7
Meelelahutus	114	23,5
Transport	91	12,5
Muud kulutused	5	118,7
Keskmised kulutused KOKKU	374	199,7

Uuringust selgus, et enamus ürituse küllastajaid tuleksid Tallinnasse (75%) järgmise 5 aasta jooksul kindlasti tagasi (kokku vastas 488 küllastajat). Kui Tallinna küllastaks kindlasti järgmise viie aasta jooksul 75% kõikidest küllastajatest, siis nende seas olulisimad potentsiaalsed tagasitulijad on Soomest pärit küllastajad (66%), kellele järgnevad Läti (7%) ja Suurbritannia (6%) küllastajad. Tõenäoliselt

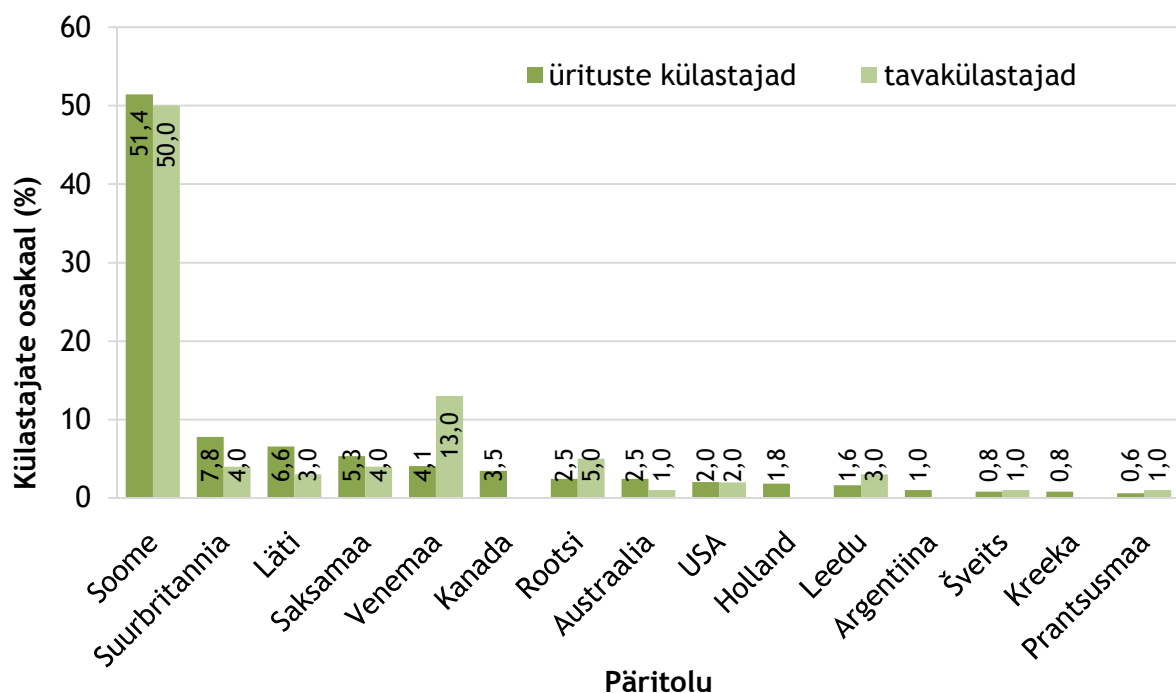
külastavad Tallinna kõige enam Suurbritannia (16%), Läti (10%), Soome (10%) ja Kanada (9%) külastajad. Tallinna külastust peavad ebatõenäoliseks kõige rohkem Saksamaa (30%), Austraalia (15%) ja USA (15%) külastajad. Kindlasti ei plaani Tallinnasse naasta vaid kahe riigi külastajad, kelle peamiseks põhjuseks mitte naasmisele oli soov igal aastal külastada uut ja varem nägemata sihtkohti.

Ürituste külastajate rahulolu Tallinnaga kujunes 10 punkti skaalal 8,7 punktiks (n=488) ja seejuures meeste ja naiste vahel hinnangute erinevusi polnud. Kuna lisaks Tallinnale külastas teisi paiku Eestist vaid 38 ürituse külastajat (kellest 5 jätsid küsimusele kas vastamata või ei osanud seda teha), siis kujunes hinnang Eestile 33 ürituse külastaja hinnetest. Sarnaselt Tallinnale oldi ka Eestiga 10punkti süsteemis rahul 8,8 punkti ulatuses.

2.2 Ürituste ja tavakülastajate võrdlus

2.2.1 Külastajate päritolu

Võrreldes ürituste ja tavakülastajaid omavahel, on näha, et mõlemal juhul saabus Eestisse kõige enam külastajaid Soomest (vähemalt 50%). Teisel kohal oli ürituste külastajate puhul Suurbritannia külastajad (8%), kuid tavakülastajatel Venemaalt pärit külastajad (13%). Ürituste külastajate puhul asetus kolmandale kohale Läti (7%), kuid tavakülastajate puhul olid vastavalt Rootsi külastajad (5%). Ühe protsendi sisse jäid riikidest Austraalia, Belgia, Taani, Prantsusmaa, Itaalia, Jaapan, Hispaania ja Šveits. Erinevalt ürituste külastajatest, ei olnud tavakülastajate seas esimese kaheteistkümne riigi seas esindatud Kanadat, Hollandit, Argentiinat ega ka Kreekat. Seega, ehkki tava- ja ürituste külastajate puhul on esikümnes sarnased riigid, võib erinevusi märgata eelkõige nende osatähtsustes. Kui tavakülastajate puhul on teisel ja kolmandal kohal naaberriigid Venemaa ja Rootsi, siis ürituste puhul hoopis naaberriik Läti ja Suurbritannia. Mõlemal juhul on olulise tähtsusega Saksamaalt pärit külastajad (tavakülastajaid 4% ja ürituse külastajaid 5%) (joonis 22).

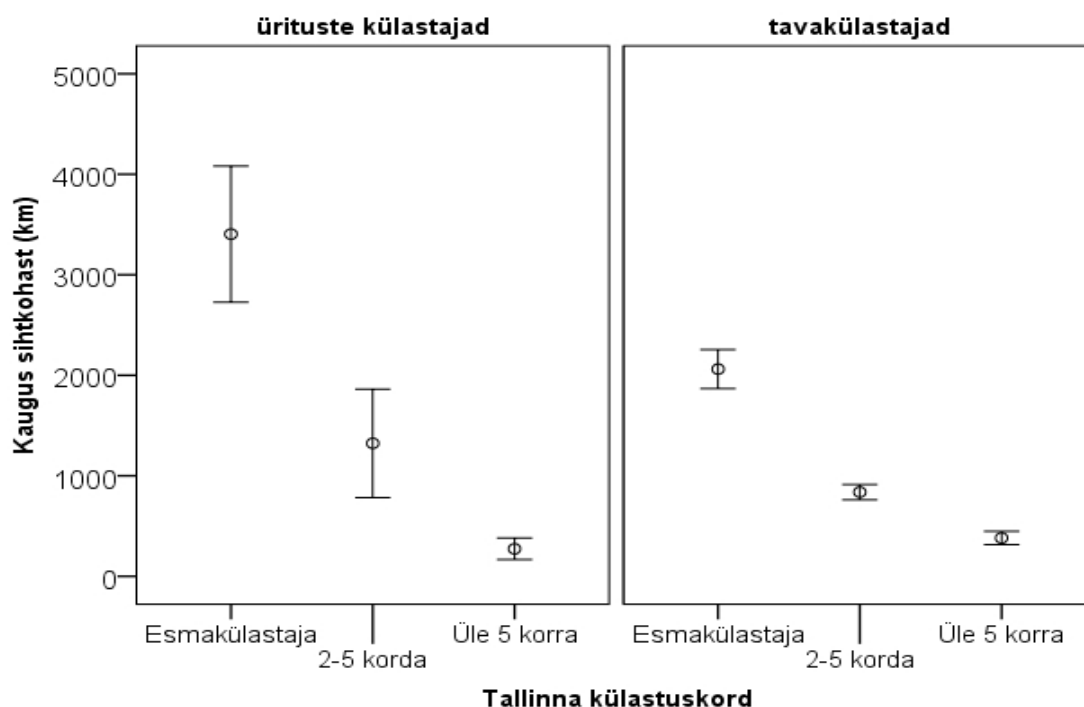


Joonis 22. Ürituste külastajate (n=488) ja tavakülastajate (v.a kruisi- ja pööringuturistid, n=1522) päritolu.

2.2.2 Küllastajate reisipikkust mõjutavad tunnused

Ürituste ja tavaküllastajate keskmisi reisipikkusi hinnati viie tunnuse lõikes - Tallinna varasem külustus; küllastaja tõenäosus järgneva viie aasta jooksul Tallinna küllastada; esimene reisiga seotud makse (tavaküllastajatel majutuse broneerimise) aeg; reisiseltskond ja Tallinnas veedetud ööde arv.

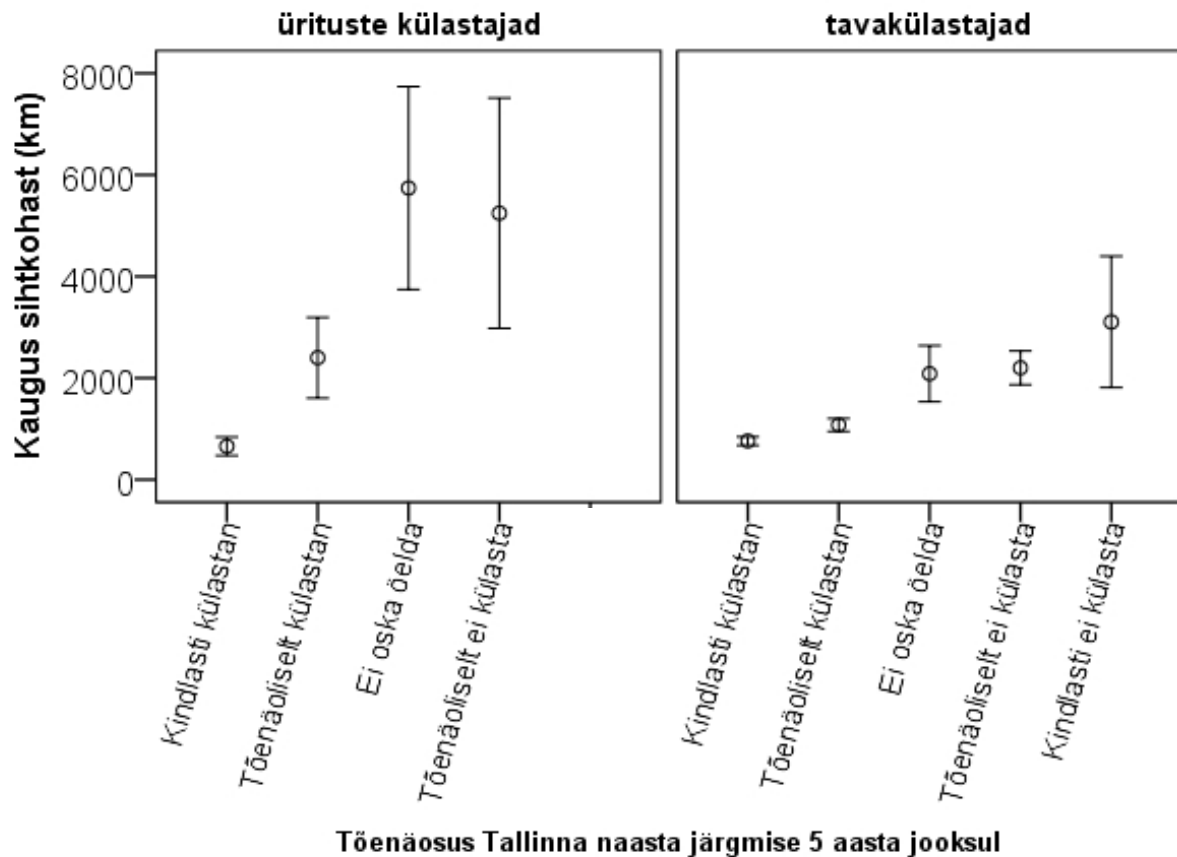
Tallinna küllastuskorra ja reisipikkuse omavahelise seose hindamisel ilmnes, et kui esmaküllastajatest ürituste küllastajad saabusid Tallinnasse keskmiselt 3405 km kauguselt, siis tavaküllastajatel oli vastav näitaja 2062 km. Tallinna 2-5 korda väisanud ürituste küllastajad ja tavaküllastajad saabusid lähemalt kui esmaküllastajad (vastavalt 1323 km ja 838 km kauguselt). Kõige lähemalt saabusid mõlemal juhul üle 5 korra Tallinnas käinud küllastajad - ürituste küllastajad keskmiselt 274 km kauguselt ja tavaküllastajad 381 km kauguselt. Seega, üle 5 korra Tallinna küllastanud tavaküllastajad oli ainus grupp küllastajaid, kes saabusid Tallinnasse kaugemalt kui ürituste küllastajad. Nii tava- kui ka ürituste küllastajate puhul erinesid küllastajate keskmised reisipikkused erinesid teineteisest ka statistiliselt ($p < 0,05$) (joonis 23). Käesolevad tulemused sarnaselt varasematele uuringutele (Nilbe, Ahas, Silm 201x), et esmaküllastajad saabuvad sihtkohta kaugemalt ning korduvad küllastajad on pärit pigem lähematelt aladelt. Selle põhjuseks on selgelt lähemate küllastajate suurem seotus piirkonnaga, parem juurdepääs informatsioonile ning madalamad reisikulud.



Joonis 23. Ürituste ja tavaküllastajate keskmine reisipikkus küllastaja Tallinna külaskorra järgi (95% usaldusnivool).

Küllastajate järgmise 5 aasta jooksul Tallinnasse naasmise plaanide analüüs näitas, et ürituste küllastajatest vaid kaks küllastajat, keskmiselt 8512 km kauguselt, ei plaani Tallinnasse tagasi tulla. See hinnang ei erinenud teistest hinnangute gruppidest („kindlasti küllastan”, „tõenäoliselt küllastan”, „ei oska öelda” ja „tõenäoliselt ei küllasta”) statistiliselt ($p > 0,05$) ja tulemuste paremaks jälgimiseks jäeti jooniselt välja. Sama näitaja tavaküllastajatel oli märksa väiksem ehk 3105 km. Küllastajad, kes planeerivad kindlasti Tallinnasse naasta tulid keskmiselt 658 km kauguselt ürituste küllastajate ja 760 km kauguselt tavaküllastajate puhul. Mõlemad keskmised erinesid ka ülejäänud keskmistest statistiliselt ($p < 0,05$). Ürituste küllastajad, kes tõenäoliselt naasevad Tallinnasse olid pärit keskmiselt 2401 km kauguselt (statistiline erinevus „kindlasti küllastan“ ja „ei oska öelda“ rühmaga võrreldes; $p < 0,05$) ja vastava klassi tavaküllastajad 2086 km kauguselt (keskmine reisipikkus erineb statistiliselt kõikidest ülejäänud rühmadest; $p < 0,05$). Suurim tava- ja ürituste küllastajate keskmiste reisipikkustevaheline erinevus oli nende reisijate seas, kes ei osanud oma plaane veel ette näha. Ürituste küllastajatel oli see näitaja 5742 km ja tavaküllastajatel 2201 km. Suur erinevus oli ka nende küllastajate reisipikkustes, kes tõenäoliselt

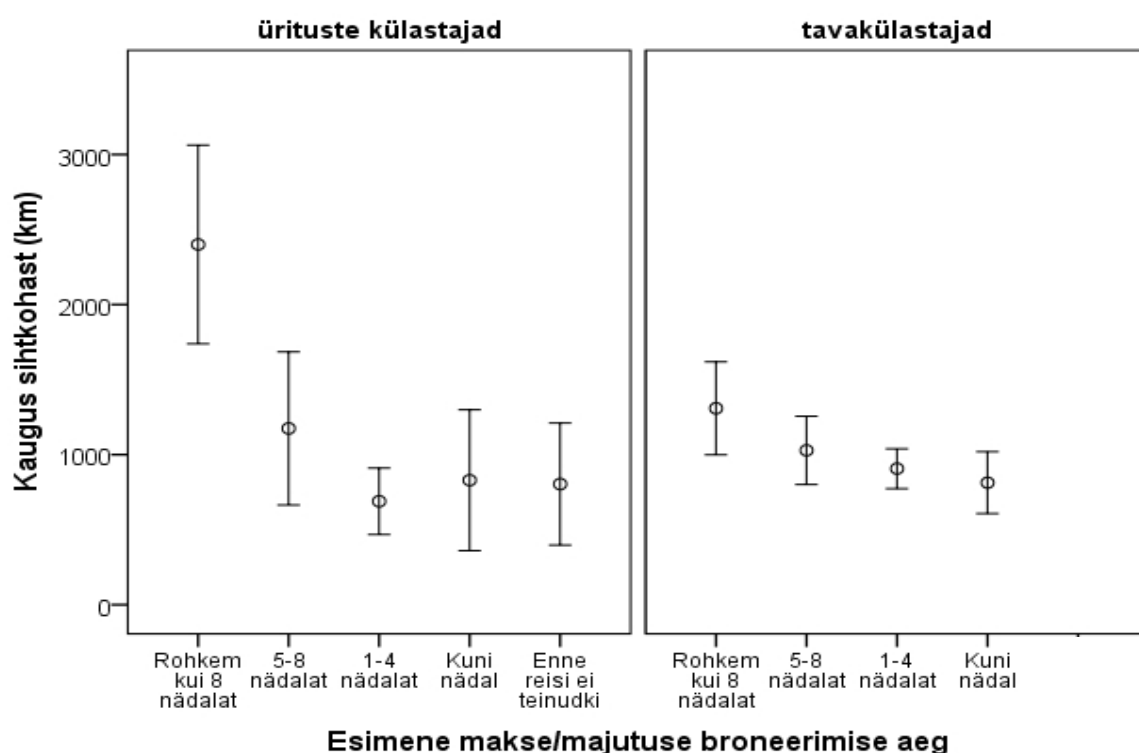
Tallinna tagasi enam ei tule (ürituste küllastajate keskmine reisipikkus 5246 km ja tavaküllastajatel 2707 km). Seega, kui üldjuhul tulevad taaskord ürituste küllastajad kaugemalt kui tavaküllastajad, siis vaid kindlasti Tallinna naasevad tavaküllastajad tulevad ürituste küllastajatest ligikaudu 100 km kaugemalt (joonis 24).



Joonis 24. Ürituste ja tavaküllastajate keskmine reisipikkuse ja järgneva viie aasta jooksul Tallinna küllastamise tõenäosuse vahelised seosed (95% usaldusnivool).

Küllastajate reisi planeerimise hindamiseks analüüsiti majutuse broneerimise ja esimest reisiga tehtud makse aega (joonis 25). Ehkki ürituste ja tavaküllastajate kohta oli teada mõnevõrra erinev informatsioon, on nende kahe küllastajarühma vahel näha siiski sarnast trendi - mida kauem oma reisi ette planeeriti, seda kaugemalt olid küllastajad ka pärit. Ürituste küllastajad, kes tegid esimese reisiga seotud makse enam kui 8 nädalat enne reisi, saabusid keskmiselt 2400 km kauguselt ning see oli statistiliselt erinev kõikidest ülejäänud rühmadest ($p < 0,05$). Sama näitaja tavaküllastajate jaoks oli 1309 km. 5-8 nädalat enne reisi esimese makse sooritanud ürituste küllastajad saabusid keskmiselt 1174 km kauguselt, samal perioodil majutuse broneerinud tavaküllastajad aga keskmiselt 1028 km kauguselt.

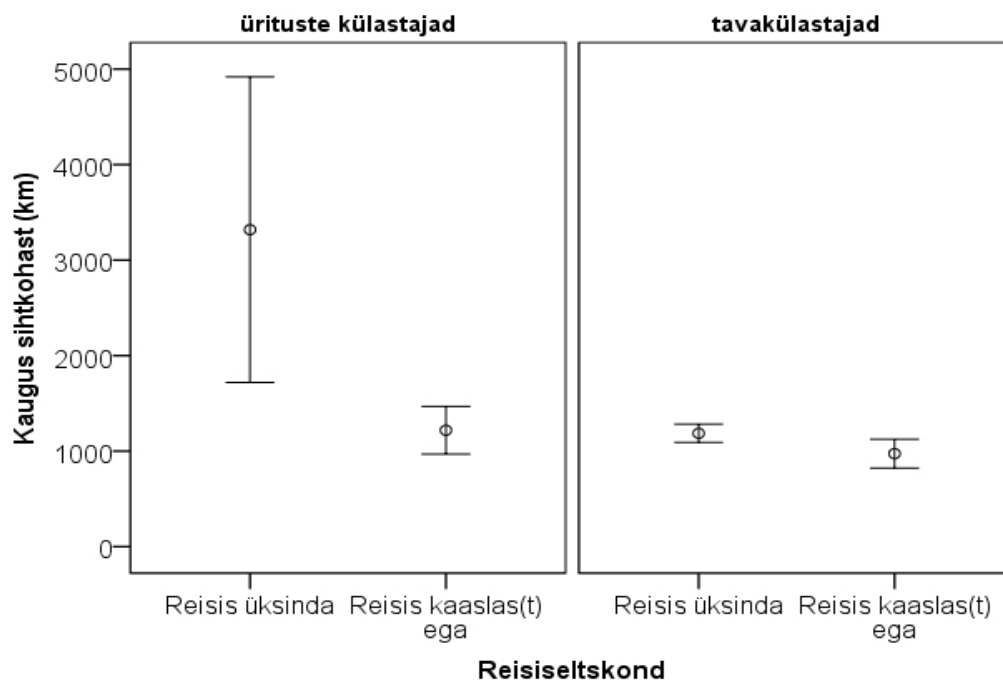
Keskmete reisipikkuste erinevused kahe külastajagrupi vahel ilmnid aga kuni 1-4 nädala perioodi juures - sel ajal ettemaksu sooritanud ürituste külastajad saabusid Tallinna keskmiselt 689 km kauguselt, siis tavakülastajad vastavalt 907 km kauguselt. Kuni nädal enne reisi ettemaksu teinud ürituste külastajad saabusid keskmiselt 830 km kauguselt ja samal ajal majutuse broneerinud tavakülastajad keskmiselt 813 km kauguselt. Ürituste külastajate seas ilmnis ka rühm inimesi, kes enne reisi ei teinud ühtegi makset ja nende keskmiseks reisipikkuseks osutus 804 km. Tavakülastajate erinevate rühmade keskmiste reisipikkuste vahel statistilist erinevust aga ei tuvastatud ($p > 0,05$).



Joonis 25. Ürituste ja tavakülastajate keskmine reisipikkus külastaja esimese reisiga seotud makse aja järgi (95% usaldusnivool).

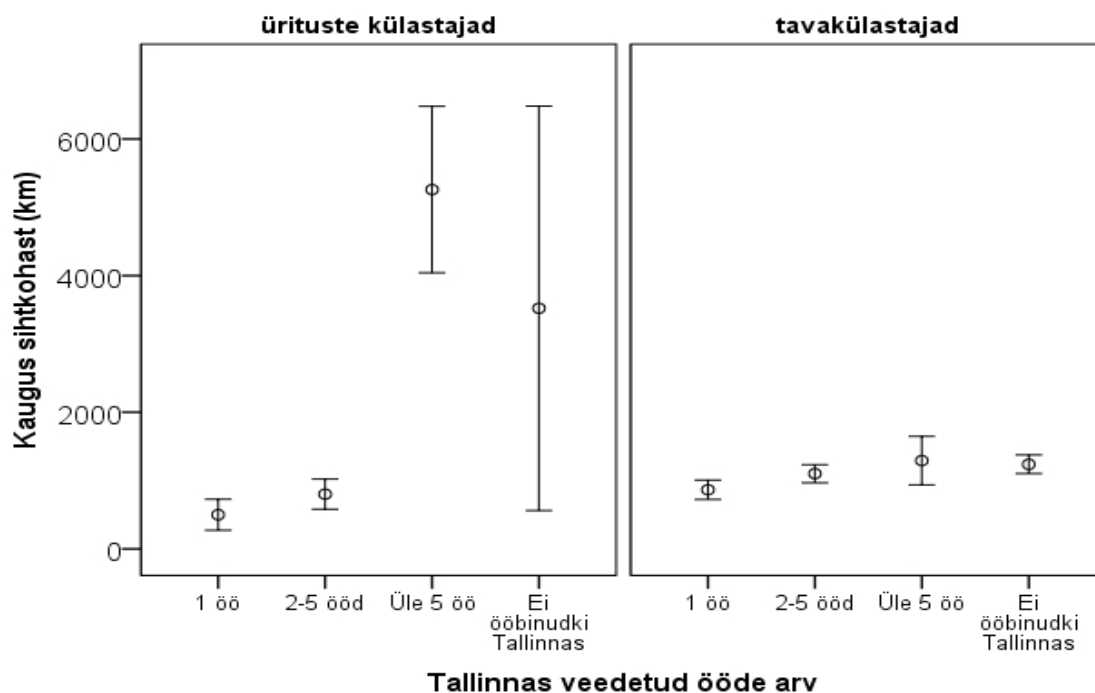
Analüüsist selgus, et nii ürituste, kui ka tavakülastajatest üksinda reisijad saabusid Tallinnasse kaaslas(t)ega reisijatest keskmiselt kaugemalt (joonis 26). Ürituste külastajate üksinda reisijate keskmine reisipikkus oli 3318 km, tavakülastajate puhul aga 1187 km. Niisamuti tulid kaaslas(t)ega reisivad ürituste külastajad kaugemalt kui tavakülastajad (vastavalt 1219 km ja 974 km). Nii

ürituste, kui ka tavakülastajate üksi ja kaaslasega reisivate külastajate keskmised reisipikkused osutusid statistiliselt erinevaks (vastavalt $p < 0,01$ ja $p < 0,05$).



Joonis 26. Ürituste ja tavakülastajate keskmine reisipikkus külastaja reisikaaslaste järgi (95% usaldusnivool).

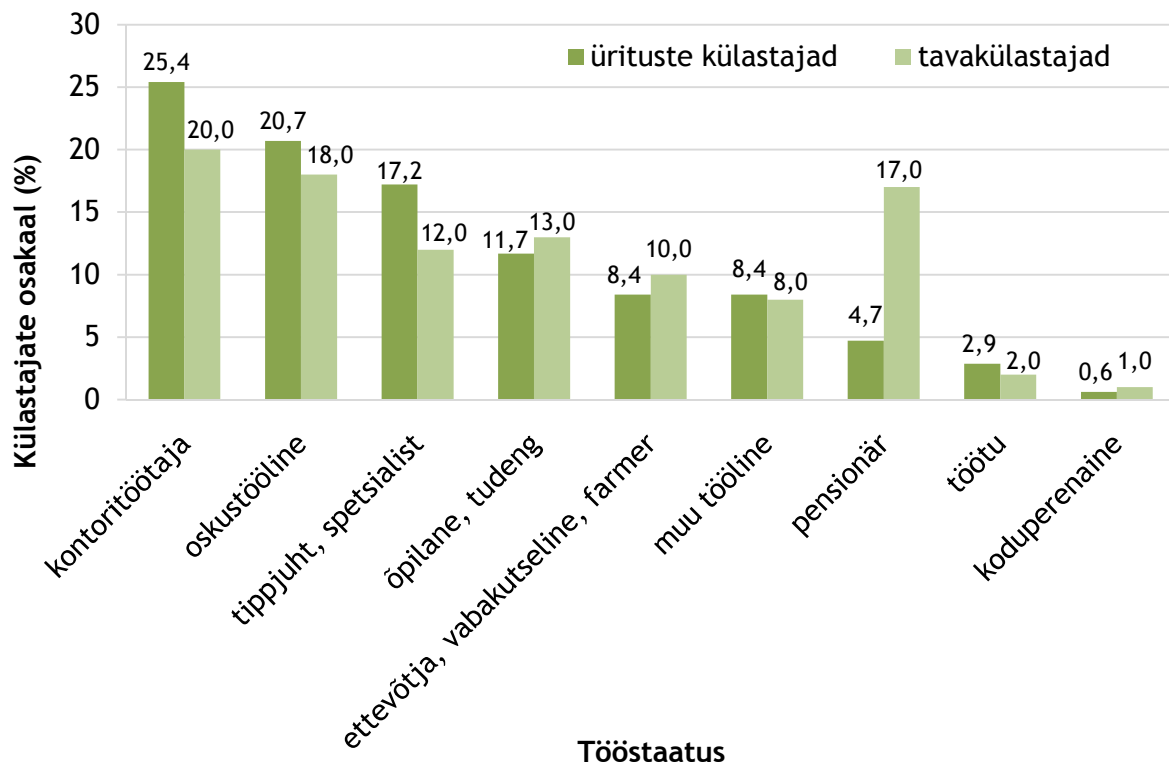
Tallinnas ööbimise ja reisipikkuse vahelistes seostes tava- ja ürituste külastajate võrdluses on näha, et mõlema grupi puhul kehtib seaduspära - mida lähemalt on külastajad pärit, seda lühemat aega nad sihtkohas ka ööbivad (joonis 27). Erandina võib mõlemal juhul välja tuua külastajad, kes Tallinnas üldse ei ööbinud - ürituste külastajate puhul oli selle grupi keskmiseks reisipikkuseks 3522 km ja tavakülastajatel 1238 km (erineb ühe öö Tallinnas veetnud külastajate keskmisest reisipikkusest ka statistiliselt; $p < 0,05$). Ürituste külastajad, kes ööbisid ühe öö Tallinnas, saabusid keskmiselt 499 km kauguselt ja tavakülastajad 866 km kauguselt. Tallinnas 2-5 veetnud ürituste külastajad tulid keskmiselt 801 km kauguselt ja tavakülastajad 1101 km kauguselt. Ürituste külastajad, kes viibisid sihtkohas üle 5 öö tulid keskmiselt 5260 km kauguselt (erines statistiliselt ka 1 öö ja 2-5 ööd veetnud külastajate keskmistest reisipikkustest; $p < 0,05$) ja tavakülastajad keskmiselt 1292 km kauguselt. Seega tulevad 1-5 ööd Tallinnas viibivad tavakülastajad kaugemalt ja üle 5 öö viibivad tavakülastajad lähemalt kui vastavate rühmade ürituste külastajad.



Joonis 27. Ürituste ja tavakülastajate keskmine reisipikkus külastaja Tallinnas veedetud ööde järgi (95% usaldusnivool).

2.2.3 Külastajate tööstaatus

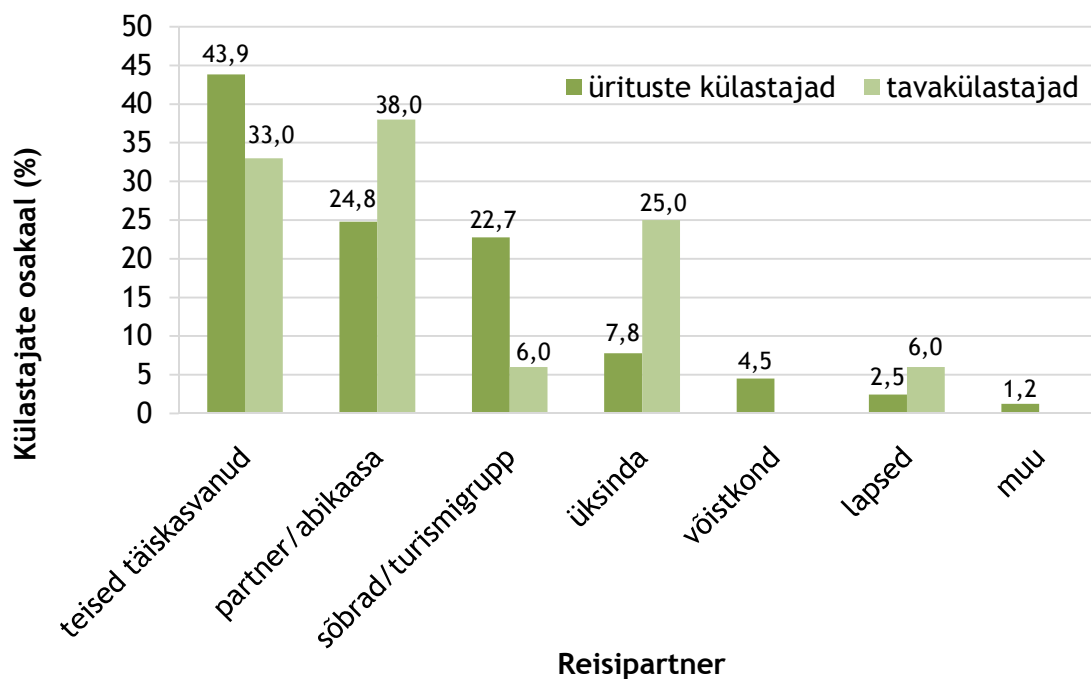
Ürituste külastajatest saabus üritustele tööstaatusel kõige enam kontoritöötajaid (25%), oskustöölisi (21%) ning tippjuhte, spetsialiste (17%) (joonis 28). Tavakülastajate puhul oli aga külastajate sotsiaalne taust mõnevõrra erinev - ehkki esikohal olid samuti kontoritöötajad (20%) ja oskustöölised (18%), jäävad kolmandale kohale hoopiski pensionärid väga suure osakaaluga (17%). Ka õpilasi, tudengeid (13%) oli tavakülastajate seas rohkem kui tippjuhte ja spetsialiste (12%), mida ei saa öelda aga ürituste külastajate kohta.



Joonis 28. Ürituste külastajate (n=488) ja tavakülastajate (n=1751) jaotus tööstaatus järgi.

2.2.3 Külastajate reisipartnerid

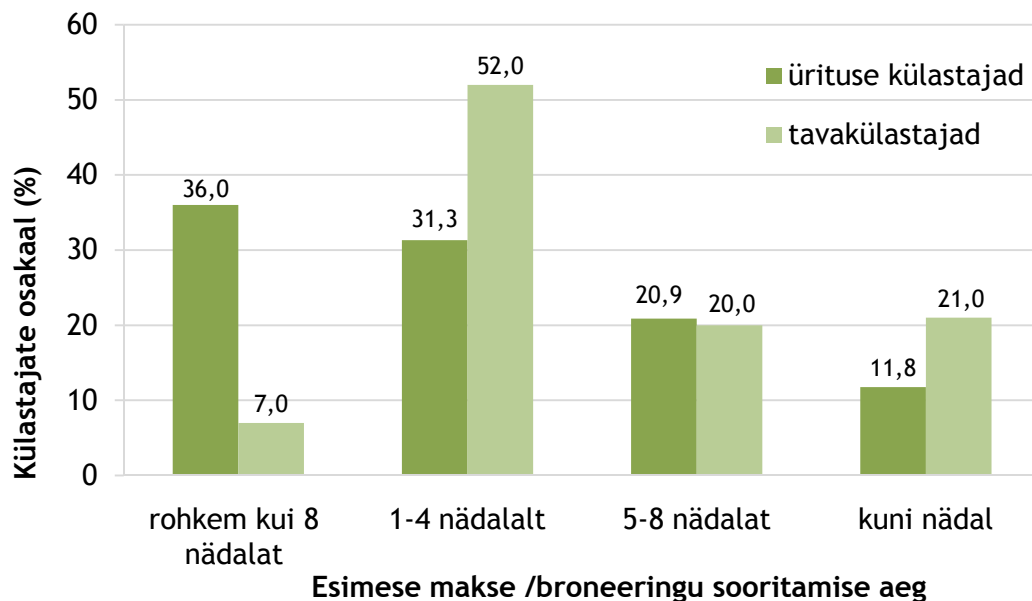
Kõige enam reisisid ürituste külastajad koos teiste täiskasvanutega (44%), kuid olulisel kohal olid ka partner/abikaasa (25%) ja turismigrupp/sõprade grupp (23%). Ürituse külastajate reisikaaslaste valik erines mõnevõrra tavakülastajate reisikaaslastest ehk, et kui esimeses külastajategrupis oli rohkem neid, kes reisisid koos teiste täiskasvanutega, siis tavakülastajate puhul moodustasid kõige olulisema osa partnerid/abikaasad (38%). Alles teisel kohal olid teised täiskasvanud (33%) ning seejärel, mitte vähem tähtsal kohal ka üksinda reisimine (25%). Ürituste külastajate puhul asetus üksinda reisimine neljandale kohale (8%) olles seejuures suhteliselt tagasihoidliku tähtsusega (joonis 29). Seega ilmneb, et kui tavakülastajad reisivad võrreldes ürituste külastajatega rohkem üksi ning vähem turismigrupi või sõpruskonnaga, siis ürituste külastajad on rohkem seltskonnas reisijad.



Joonis 29. Ürituste külastajate (n=480) ja tavakülastajate (n=1522) reisipartnerid.

2.2.4 Külastajate reisi planeerimine, kestus ja ööbimine

Ehkki Tallinna tavakülastajate uuringus analüüsiti vaid esimest majutusele tehtud makset, siis sellele vaatamata sooritasid suurem osa (üle 88%) nii tava- kui ka ürituste külastajatest esimese reisiga seotud makse juba enne reisi. Tavakülastajatest 96% broneerisid majutuse juba enne saabumist (n=929) ja ürituse külastajatest 92% tegid esimese reisiga seotud makse just reisile eelnenud ajal. Kõige sagedamini tehti tavakülastajate poolt vastav makse 1-4 nädalat varem (52%) ja ürituse külastajate poolt enam kui 8 nädalat enne reisi. Samas aga planeeris tavakülastajatest vaid 7% reisi ette pikemalt kui 8 nädalat (joonis 30). Seega, tavakülastajad tegid esimese reisiga seotud makse (majutuse peale) oluliselt hiljem, kui ürituste külastajad, kes sooritatud makse kohaselt planeerisid oma reisi pikemalt ette.



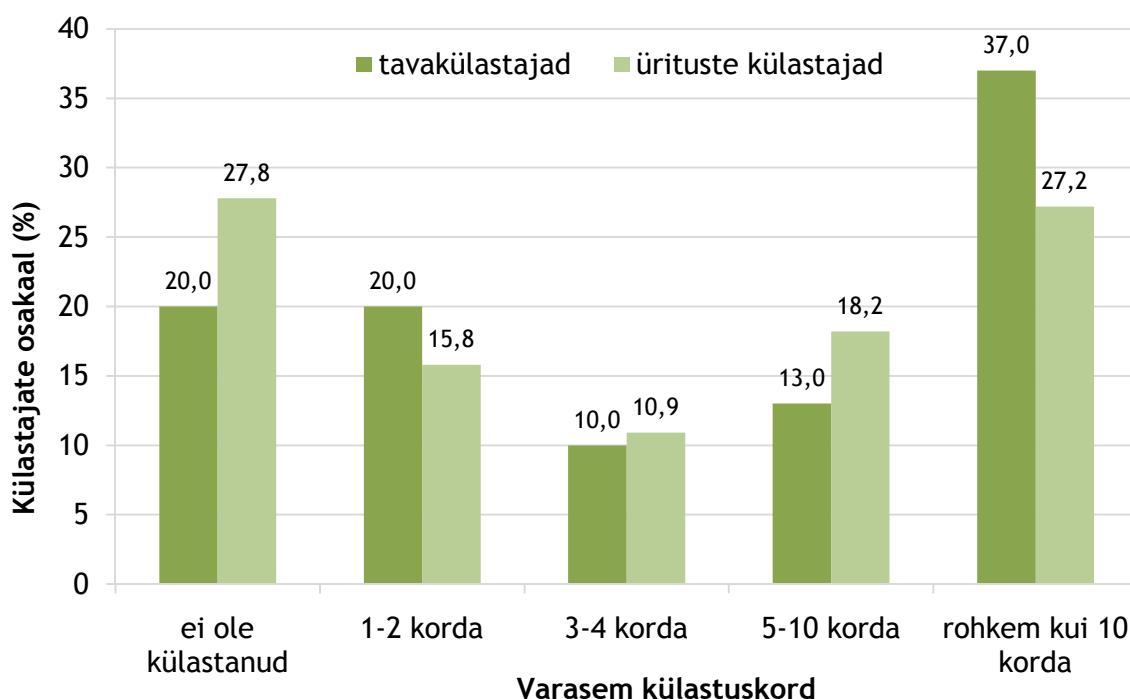
Joonis 30. Esimene reisiga seotud makse tegemise aeg ürituste külastajatel (n=450) ja majutuse broneerimise aeg tavakülastajatel (n=887).

Ürituse külastajad (n=488) olid kodust eemal keskmiselt 5,7 ööd ja tavakülastajad keskmiselt 5,0 ööd. Kokku oli neid külastajaid, kes vähemalt ühe öö kodust eemal viibisid, 486 ehk 99,6% külastajate koguarvust. Vähemalt ühe öö kodust eemal ööbinud külastajatest 98% viibisid sealhulgas vähemalt öö ka Tallinnas (tabel 6). Kui tavakülastajad viibisid Tallinnas keskmiselt 2,9 ööd, siis ürituse külastajad veetsid keskmiselt 3,5 ööd (n=474). Keskmise mujal Eestis viibitud ööde arv oli 5,8, mis on koguni 1,8 võrra rohkem kui Tallinna tavakülastajatel (4,0 ööd). Majutuskohadest olid nii ürituste külastajate kui ka tavakülastajate puhul kõige populaarsemaks hotell (vastavalt 70% ja 68% jaoks külastajatest). Teisele kohale asetused tuttavad ja sugulased (vastavalt 7% ja tavakülastajatest 13%) ning seejärel külalistemaja (7% ja 10%). Majutuskohade valikul ei saa välja tuua olulisi erinevusi tava- ja üritusekülastajate vahel.

2.2.5 Külastajate sihtkoha varasem külastus

Tallinna üritustele saabunud külastajate seas oli kõige enam neid külastajaid (üle 27%), kes olid sihtkohas käinud juba üle kümne korra. Ligi ¼ külastajatest olid Tallinnas esmakordselt. Tallinna tavakülastajate uuringust ilmneb, et 2011. aasta seisuga ei olnud eelnevalt Tallinna külastanud 20% respondentidest. Üks-kaks korda

olid varasemalt Tallinnas käinud 20% vastajatest; 3-4 korda 10%; 5-10 korda 13% ning üle 10 korra 37% vastajatest. Kahe külastajagrupi võrdluses ilmneb, et suurimad erinevused on just külastajate osakaaludes, kes ei ole varem Tallinnas käinud (ürituste külastajate seas 7,8% enam esmakülastajaid), samas kui üle 10 korra varem Tallinna väisanud tavakülastajaid on pea 10% enam, kui vastavaid ürituste külastajaid. Samuti selgus, et kui varem 1-2 korda Tallinnas käinud tavakülastajaid oli esmakülastajatest 4,2% võrra rohkem, siis ürituste külastajate osakaal oli suurem 3-4 korda ja 5-10 korda Tallinna külastanute seas (vastavalt 0,9% ja 5,5%) (joonis 31). Seejuures oli tavakülastajate varasem keskmine külastuskordade arv 15 ja ürituste külastajatel sama näitaja vastavalt 14 korda.



Joonis 31. Ürituste (n=467) ja tavakülastajate (n=1522) varasem Tallinna külastuskord.

2.2.6 Külastajate motivatsioon

Ürituste külastajate motivatsioonis on märgata teatavaid sarnasusi Tallinna tavakülastajatega. Ehkki tavakülastajate uuringus ei palutud külastajatel anda hinnanguid erinevatele teguritele, vaid valida ainult üks variant etteantust, siis järgnevas võrdluses ei saa me anda keskmist hinnet. Küll aga on võimalik analüüsida külastajate eelistusi ja valikuid. Selgub, et tavakülastajate jaoks oli väga olulisel kohal mitmepäevane puhkusereis (45% vastanutest, n=1522), sellele

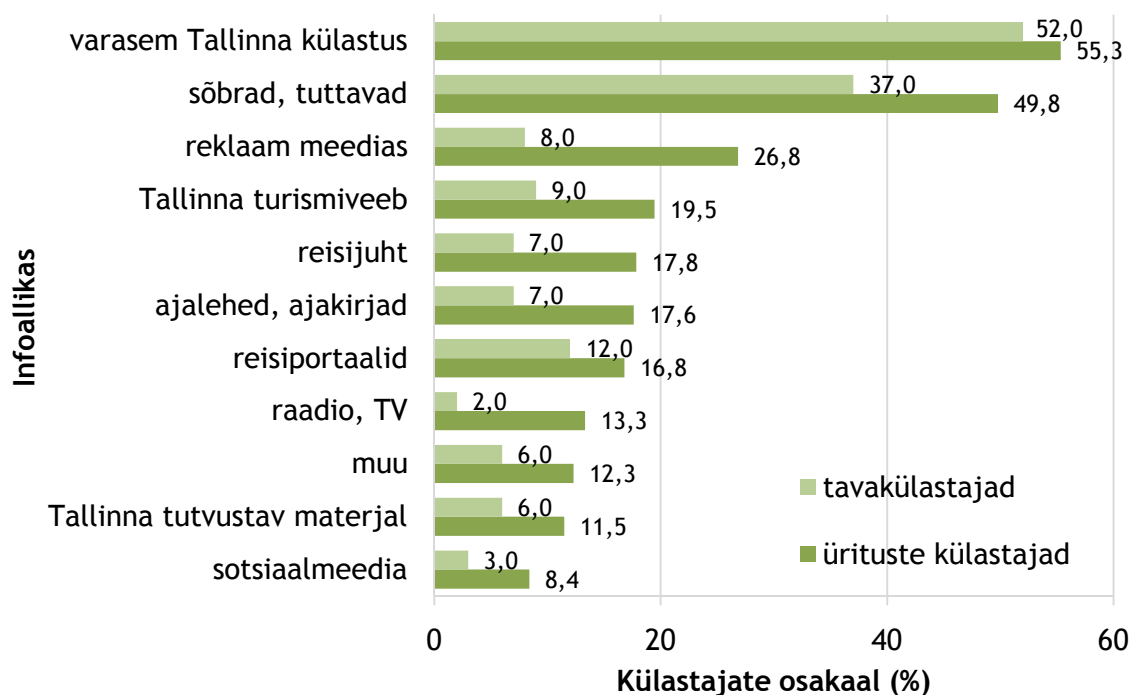
järgnes ühepäevareis (21%), ostureis (12%), tööreis (10%), sõprade ja sugulaste külastamine (7%) ja muu põhjus (3%). Viimasel kohal oli aga osalemine konverentsil/seminaril/koolitusel. Kui võrrelda tavakülastajate valikuid ürituste külastajate hinnangutega (kõrgeima punkti andnud külastajad), siis selgub, et peale konkreetsete ürituste külastamise oli ürituste külastajatele samamoodi oluline mitu päeva kestev puhkusereis (35%) või näiteks sõprade ja sugulaste külastamine (7,4%). Kolmandale kohale (ilma ürituste külastamise variandita) seadsid ürituse külastajad ühepäevareisi (6,6%). Seega, kahe külastajate grupi eelistused on mõlemal juhul soov puhata kas siis üks või enam päevi, kuid samas ei pea ürituste külastajad ostlemist või reisi ühendamist töö eesmärgiga nii oluliseks kui tavakülastajad.

Ka riigiti võrreldes ilmneb tava- ja ürituste külastajate seas teatavaid sarnasusi. Näiteks kui ürituste külastajatest tulid ühepäevase puhkusereisi eesmärgil kõige enam Soomest (49%), Lätist (25%) ja Venemaalt (10%), siis tavakülastajatest olid Tallinna tulnud puhkusereisi eesmärgil suhteliselt sagedamini Taani, Norra, Läti ja Venemaa külastajad. Sõprade ja tuttavate külastamine oli kõige olulisem Soome (36%) ja Venemaa (16%) ürituste külastajate seas ning Venemaalt pärit tavakülastajate jaoks. Mõlema külastajarühma puhul oli ostlemise eesmärk kõige olulisem eelkõige Soome külastajate jaoks (tavakülastajatel lisaks ka Rootsist pärit külastajatele).

2.2.7 Infoallikad Tallinna kohta

Nii tava- kui ka ürituste külastajate jaoks oli kõige olulisem infoallikas varasem Tallinna külastus (vastavalt 52% ja 55% külastajate jaoks). Sellele järgnesid sõprade ja tuttavate soovitusel (37% ja 50%). Joonisel 32 on esitatud vaid need allikad, mis olid ette antud mõlema uuringu külastajatele ja kuna tavakülastajate uuringus oli ette antud rohkem variante, siis seetõttu olid tavakülastajate jaoks olulised ka mõned täiendavad infoallikad - reisipaketi soodne hind (14%) ja soov külastada sõpru/tuttavaid/sugulasi (13%). Olulisteks allikateks olid tavakülastajatele ka reisiportaali ja reisifoorumi (12%) ja muud koduleheküljed internetis (12%), tööülesannetega seoses saadud info (11%) ja huvipakkuv üritus või sündmus Tallinnas (8%). Sellele vaatamata võib öelda, et tava- ja ürituste külastajate infoallikad olulisel määral ei erine - infot saadakse eelnevatest kogemustest,

sõpradelt ja tuttavatelt, Tallinna turismiveebist ja ka meedias esitatud reklaamist. Mõlemal juhul mängivad olulist rolli ka erinevad reisiportaalid ning foorumid.



Joonis 32. Ürituste külastajate (n=488) ja tavakülastajate (n=1411) infoallikad.

2.2.8 Külastajate kulutused

2011. aasta seisuga kulutas Tallinna tavakülastaja päevas keskmiselt 164 eurot ehk 36 eurot vähem kui ürituse külastaja. Suurimad erinevused võrreldes ürituste külastajatega ilmneseid kulutustes sisseostudele - ühe tavakülastaja päevane kulu oli 111 eurot ja ürituse külastaja kulu 27 eurot. Ka söögi-joogi peale kulutati erinevalt - tavakülastaja keskmine väljaminek päevas oli 40 eurot ja ürituse külastajal 75 eurot. Suhteliselt sarnase suurusega kulutused tehti majutuse (tavakülastaja 58 eurot ja ürituse külastaja 57 eurot) ning meelelahutuse peale (tavakülastaja 27 eurot ja ürituse külastaja 24 eurot) (tabel 12). Kahjuks ei olnud võimalik võrrelda keskmisi päevaseid kulutusi transpordi peale, kuna tavakülastajate uuringus antud küsimust eraldi ei esitatud.

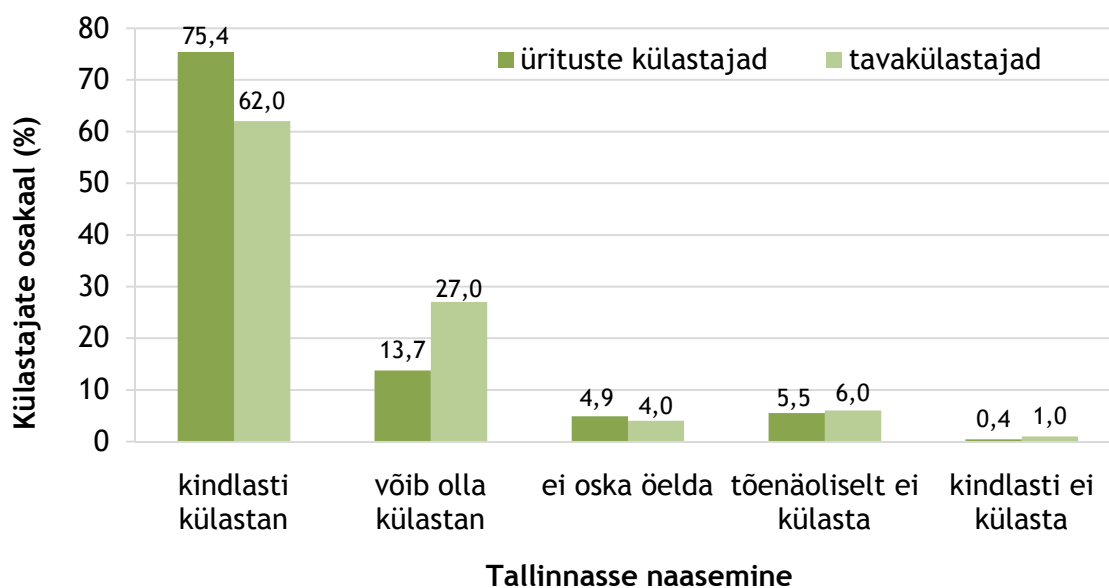
Kokkuvõttes võib tulemuste põhjal öelda, et ürituste külastajad jätavad piirkonda oluliselt rohkem raha ühe päeva kohta. Samuti on kulutused teatud kululiikide lõikes erinevad - ürituste külastajad kulutavad vähem raha sisseostude peale ning rohkem söögi ja joogi peale.

Tabel 12. Ürituste külastajate keskmised kulutused päevas. Tallinnas tehtud kulutused kululiikide kaupa (EUR).

	Ürituste külastajate kulud (EUR)	Tavakülastajate kulud (EUR)
Majutus	56,8	58,0
Söök-jook	74,6	40,0
Sisseostud	26,7	111,0
Meelelahutus	23,5	27,0
Transport	12,5	teadmata
Muud kulutused	118,7	50,0
Keskmised kulutused KOKKU	199,7	164,0

2.2.9 Külastajate rahulolu sihtkohaga

Uuringust selgus, et enamus ürituse külastajaid tuleksid Tallinnasse (75%) järgmise 5 aasta jooksul kindlasti tagasi. Ka tavakülastajatest 62% külastaksid kindlasti Tallinna, 27% külastaksid tõenäoliselt uuesti, 4% ei osanud öelda, 6% tõenäoliselt ei külastaks ning vaid 1% tavakülastajate koguarvust (n=1522) ei külastaks Tallinna enam mingil juhul. Seega on kahe analüüsitava grupi valikute trendid suhteliselt sarnased. Peamiseks erinevuseks on vaid külastajate osakaalud hinnangute lõikes - näiteks, ürituste külastajate seas (75%) oli võrreldes tavakülastajatega (62%) enam neid inimesi, kes tuleksid kindlasti tagasi Tallinnasse (joonis 33).



Joonis 33. Ürituste külastajate (n=488) ja tavakülastajate (n=1522) naasmine Tallinnasse järgneva 5 aasta jooksul.

Kui Tallinna külastaks kindlasti järgmise viie aasta jooksul 75% kõikidest külastajatest, siis nende seas olulisimad potentsiaalsed tagasitulijad on Soomest pärit külastajad (66%), millele järgnevad Läti (7%) ja Suurbritannia (6%) külastajad. Sarnaselt ürituste külastajatele plaanivad kindlasti Tallinna taaskülastust tavakülastajad (62%), sh keskmisest enam just Soomest ja Rootsist pärit külastajad (vastavalt 82% ja 75%). Nii nagu tavakülastajate puhul arvas iga kolmas Saksamaalt pärit külastaja, et tõenäoliselt ei naase enam Tallinnasse, arvasid ka suurem osa ürituste külastajatest (30%) sedasi.

Suuri erinevus Tallinna ürituste ja tavakülastajate sihtkohaga rahulolu hinnangutes välja tuua ei saa, sest nii ürituste külastajad, kui ta Tallinna tavakülastajad hindasid rahulolu Tallinnaga väga kõrgelt, vastavalt 8,7 punkti ja 8,6 punkti 10-st.

Kokkuvõte

Käesoleva Tallinna ürituste välisküllastajate uuringu peamiseks eesmärgiks oli koguda andmeid ürituste küllastajate ja nende küllastuste motivatsiooni kohta. Selleks viis OÜ Positium LBS läbi küsitlusuuringu 16 Tallinnas toimunud üritusel. Küsitluse läbiviimiseks ning andmete kogumiseks ja haldamiseks kasutati mobiilse ankeedi tarkvara PosQues. Kokku saadi andmed 488 küllastaja kohta. Uuringus kasutatud küsitlusankeet oli koostatud koostöös Helsingi-Tallinna transpordi ja linnaregiooni planeerimise projekti ja Tallinna linnakantselei arenguteenistusega. Küsitlusuuringust saadud ürituste küllastajate andmeid võrreldi 2005.-2011. aastal TNS Emori poolt läbiviidud Tallinna küllastajate uuringuga. Viimases nimetatud uuringus esitatud välisküllastajaid mõistetakse käesolevas töös „tavaküllastajatenä“ (Kaal 2012). Tulemused on kokkuvõtlikult välja toodud alljärgnevalt. Esmalt on välja toodud olulisemad ürituste küllastajate analüüsi tulemused.

- Ürituste küllastajate seas oli **soolise jaotuse järgi** kõige enam meessoost (67%) küllastajaid. Samuti olid pea pooled (44%) **kõrgharidusega**, seda nii meeste kui ka naiste arvestuses.
- Kõige enam ürituste küllastajaid kuulus **vanusegruppi** 25-34 eluaastat (30%).
- Enamus küllastajaid (80%) **planeeris üritusele tulekut** juba enne Tallinnasse saabumist.
- Olulisimaks Tallinna küllastamise **reisieesmärgiks** osutus üritus(t)e küllastamine (7,8 punkti 10-st), millele järgnes mitu päeva kestev puhkusereis (6,7 punkti). Niisamuti selgus, et mehed hindasid sihtkohas ostlemist vähemtähtsaks kui naised, samas oli aga ööelu nende jaoks olulisem. Küllastuskorra alusel ilmnes, et esmaküllastajad peavad üritustel osalemist, ostureise ja sõprade-sugulaste küllastamist vähemtähtsaks ning osalemist konverentsidel vms olulisemaks võrreldes korduvküllastajatega. Esmaküllastajad hindavad kõrgemalt ka kohalike elanike tundmaõppimist ja sihtkohaga sideme tunnetamist.
- Samuti selgus, et sihtkohale lähemal elavate küllastajate **seotus piirkonnaga** - mida lähemal Tallinnale elavad küllastajad, seda rohkem on nad Eestisse ka naasnud.

Edasi on esitatud peamised ürituste ja tavaküllastajate võrdluse tulemused.

- Kõige enam ürituste ja tavaküllastajaid saabus Soomest (vastavalt 51% ja 50%). Mõlema juhul olid esikaheteistkümne riigi seas esindatud kõik naaberriigid, kusjuures mõlemal juhul mängisid olulist rolli ka saksa küllastajad. Peamine erinevus seisnes riikide osatähtsuste järjestuses ning ürituste küllastajate puhul paistsid silma ka kaugemate turgude esindajad (Kanada, Austraalia, Argentiina).
- Nii ürituste, kui ka tavaküllastajaid **motiveeris** enim ühe- ja mitmepäevane puhkusereis. Selgus, et ostlemine oli väga oluline vaid 4,7% ürituste küllastajatest, samas kui tavaküllastajate puhul oli antud näitaja 12%.
- Küllastajate **reisipikkust mõjutavate tunnuste** analüüs näitas, et nii tava- kui ka ürituste küllastajate puhul kehtivad trendid, et mida lähemalt on küllastajad pärit, seda rohkem on nad Tallinna varem külastanud; seda hiljem teevad nad oma esimese reisiga seotud makse või majutuse broneeringu ning seda lühemat aega ööbivad nad Tallinnas. Kui üldjuhul saabusid ürituste küllastajad keskmiselt kaugemalt võrreldes tavaküllastajatega, siis mõningate tunnuste puhul oli tavaküllastajate reisikaugus siiski pikem.
- **Tallinna küllastuse planeerimises** ilmnes erinevus tava- ja ürituste küllastajate vahel - ürituste küllastajad tegid esimese makse enamasti enam kui 8 nädalat enne reisi, tavaküllastajatest suurem osa broneeris majutuse 1-4 nädalat enne reisi.
- **Küllastuskorra** analüüs näitas, et esmaküllastajate seas oli rohkem ürituste küllastajaid ning üle 10 korra Tallinna külastanute seas tavaküllastajaid.
- Nii ürituste, kui ka tavaküllastajate kõige olulisemateks **infoallikateks** olid varasem Tallinna küllastus (vastavalt 55% ja 52%) ning sõprade ja tuttavate soovitusel (50% ja 37%).
- Tava- ja ürituste küllastajate **rahulolu hinnang Tallinnaga** oli võrdlemisi sarnane (tavaküllastajad 8,6 punkt, ürituste küllastajad 8,7 punkti). Tallinnasse naaseks kindlasti 57% ürituste küllastajatest ja 62% tavaküllastajatest.
- Ürituste küllastajad **kulutasid** Tallinnas päevas keskmiselt 200 eurot inimese kohta, tavaküllastajad aga 164 eurot inimese kohta päevas. Tavaküllastajad kulutavad päevas keskmiselt rohkem raha ostlemise peale ja ürituste küllastajad pigem söögi-joogi ostmiseks.

- **Külastuse kestuses** ilmnes oluline erinevus - külastajad viibisid keskmiselt reisil 0,6-1,8 ööd kauem kui tavakülastajad.
- Kõige olulisemaks **Tallinna majutuskohaks** pidasid ürituste ja tavakülastajad hotelli (vastavalt 70% ja 68%) ning sõpru ja tuttavaid (vastavalt 8% ja 13%).

Kokkuvõttes võib öelda, et koguti oluline andmestik Tallinna turismi uurimiseks ja transpordistsenaariumide koostamiseks. Tuleb tõdeda, et käesoleva uuringu tulemusi võis osaliselt mõjutada (külastajate vanuseline ja sooline jaotus) uuringusse kaasatud ürituste valik, aga sobivate ürituste leidmine ja valik on piiratud ressursside korral alati keeruline. Siiski andsid tulemused ülevaate ürituste külastajate eelistustest, motivatsioonist ja reisieesmärkidest, mille võrdlus Tallinna väliskülastajate uuringuga (Kaal 2012) näitas, et ehkki tava- ja ürituste külastajate profiil ja üldine reisikäitumine on suhteliselt sarnane, esineb nende kahe grupi vahel siiski teatavaid erinevusi, mida tasuks tulevikus kindlasti lähemalt uurida. Kogutud materjal on üheks võimaluseks selle teemaga edasi töötada.

Kasutatud kirjandus

EAS. 2013. Eestis oli välisturistide arv kolmandat aastat järjest rekordiline. Viimati vaadatud 17.06.2013.

http://www.eas.ee/et/eas/pressikeskus/uudised?option=com_content&view=article&id=5079

Eesti riiklik turismiarengukava 2007-2013. Viimati vaadatud 20.06.2013.

<https://www.riigiteataja.ee/akt/12755212>

Kaal, E. 2012. Tallinna väliskülastajate uuring 2005-2011. (TNS Emor, tellija: Tallinna Ettevõtlusamet).

Kuusik, A. 2011. Segmentation of Repeat Visitors Using Passive Mobile Positioning Data (Korduvkülastajate segmenteerimine passiivse mobiilpositsioneerimise abil). [Doktoritöö]. Tartu Ülikool, Tartu.

McKercher, B. 2008. The Implicit Effect of Distance on Tourist Behavior: a Comparison of Short and Long Haul Pleasure Tourists to Hong Kong. *Journal Of Travel & Tourism Marketing*, 25(3-4), pp. 367-381.

Nilbe, K., Ahas, R., Silm, S. 201x. Evaluating the Travel Distances of Events and Regular Visitors using Mobile Positioning Data: The case of Estonia, *Journal of Urban Technology* (submitted).

Olsson, G. 1970. Explanation, Prediction and Meaning Variance: An Assessment of Distance Interaction Models. *Economic Geography*, 46: 223.

Worldatlas, 2012. Viimati vaadatud 21.05.2013.

http://www.worldatlas.com/travelaids/flight_distance.htm

Lisad

Lisa 1. Küsitlusankeet

Dear event visitor,

We are the students of the University of Tartu and in cooperation with Tallinn City Government and in the framework of the project *Helsinki-Tallinn Transport and Planning Scenarios* we conduct a study about foreign event visitors. The aim of the study is to find out the impact of the events in Tallinn to the tourism in Estonia generally. We ask you to find approximately 15 minutes and to answer the following questions about your origin, travel motivation, expenses, transport inside Estonia and social-demographic background. If you are willing to contribute to the present study, please proceed with the questions.

QUESTIONNAIRE ABOUT FOREIGN EVENT VISITORS

Events name _____

Date of questioning_ _____

Time(s) of questioning _____

ORIGIN OF THE VISITOR

1. Where do you live? (country and town)

2. The place from where you came to the event, i.e. a place where you spent the last night?
- ☐ I came straight from my permanent place of residence (*see the previous question*)
 - ☐ I spent the night in Tallinn
 - ☐ I spent the night elsewhere (*please specify!*)

(if possible, at the level of local government unit)

VISITOR'S MOTIVATION

3. When did you make the decision to visit this event: before visiting Tallinn or during your trip?
- ☐ During my visit (*proceed with question 6*)
 - ☐ Before arrival (visiting Tallinn)
4. Did this event influence your decision to visit?
- ☐ Yes, I came here for this event
 - ☐ Yes, partly (*I was aware of the event and chose Tallinn for the purpose of this event*)
 - ☐ No, generally not (*I was aware of the event, but did not come here for this*)
 - ☐ Definitely not
5. When did you decide to come to the present event?
- ☐ Less than one week before the trip
 - ☐ 1-4 weeks before the trip
 - ☐ 5-8 weeks before the trip
 - ☐ More than 9 weeks before the trip

6. When did you make the first payment related to this trip (*booking of travelling tickets and/or accommodation, participation fee and/or entrance fee, etc.*)?
- ☐ I did not make any expenses before the trip (*i.e. made the first expenses only on the first day of the trip*)
 - ☐ Less than one week before the trip
 - ☐ 1-4 weeks before the trip
 - ☐ 5-8 weeks before the trip
 - ☐ More than 9 weeks before the trip
7. Assess the importance of the following factors on visiting this event. Please give your assessment on a 5-point scale, where 1 means “not at all” and 5 means “very much”.

	I wanted to see/hear the performer of this event
	I wanted to participate actively on the event
	I like this type of events
	I wanted to spend quality time with my friends or family
	My friends suggested I should visit this event
	The locals (in the hotel, tourist information centre, colleagues with whom I had a work meeting, etc.) suggested that I should visit this event
	I read positive opinions about this event from the internet, magazines, newspapers, etc
	Favourable price
	This event matched with my trip schedule and my interests
	Other (<i>please specify!</i>)

8. How many times (including this time) have you visited this type of event in Tallinn? _ _ _
9. On how many **similar events** (*e.g. in other country or region*) have you attended during the past year (including this time)? _ _ _

OTHER QUESTIONS RELATED TO THE VISIT OF THE EVENT

10. Which is your role in this event?
- ☐ Spectator
 - ☐ Competition participant
 - ☐ Organizer
 - ☐ Service personnel (salesperson, security worker, etc.)
 - ☐ Performer
 - ☐ Journalist/photographer
 - ☐ Other (*please specify!*) _ _ _ _ _
11. How long do you plan to stay in this event?
- ☐ Less than an hour
 - ☐ 1-2 hours
 - ☐ 2-4 hours
 - ☐ More than 4 hours
 - ☐ More than one day (*please specify!*) _ _ _ days
12. From where did you get information about this event?
- ☐ A previous visit of the event
 - ☐ Recommendation from friends/acquaintances
 - ☐ Articles in magazines/newspapers (also internet versions)
 - ☐ Advertisements in mass media and internet

- ☐ Brochures or information materials on Tallinn
- ☐ Travel guide
- ☐ Radio and TV broadcasts, introductions
- ☐ Social media (Facebook, Twitter, etc)
- ☐ Travel portals and trip forums in internet (TripAdvisor)
- ☐ Tallinn tourism website (www.tourism.tallinn.ee)
- ☐ Another website in internet (*please specify!*) _ _ _ _
- ☐ Recommendation from a travel bureau, advice by a travel agent
- ☐ Tallinn City Tourist Office (Tallinn Tourist Information Centre)
- ☐ Travel fairs
- ☐ Other (*please specify!*) _ _ _ _ _

13. If the event also takes place in the next year, do you plan to return to that event?

- ☐ Yes
- ☐ No
- ☐ Don't know

14. How were you satisfied with the event? *Please assess it in a 10-point scale, where 1 is the lowest and 10 the highest grade* _ _

—

QUESTIONS RELATED TO THE VISIT OF THE DESTINATION

15. Which of the following best describes the main purpose of your visit to Tallinn? What is the aim/are the aims of your **travel**? (*assess the importance of the following factors on your trip. Please give your assessment on a 10-point scale, where 1*

means “not important at all” and 10 means “very important”. In case you don't want to answer, mark at the right place “0”. If the table does not provide you travel aim, add it under OTHER and determine its importance.

	Visiting the event/events
	Arranging events
	A day-trip (one-day vacation)
	A several day holiday (holiday lasting several days)
	Participation in a conference/seminar/training/trade fair/educational trip (including studies)
	A business trip (meetings with partners, participation in meetings, product demonstrations)
	Working in Estonia
	Visiting friends or relatives
	A shopping trip and/or consuming services (e.g. visiting a spa, hairdresser, medical institution, etc.)
	Other (<i>please specify!</i>)

16. Why do you prefer the given event in Tallinn to other similar events elsewhere in the world? (*answer only when in question 15 you determined “Visiting an event/events” with 9 and 10 points*).

17. Assess the importance of the following factors on visiting Tallinn. Please give your assessment on a 5-point scale, where 1 means “not at all” and 5 means “very much”. In case you don’t want to answer, mark “0” in a column.

	Escaping from the everyday world
	To spend time with my family, friends (travel group etc.)
	Low cost of transportation to Tallinn
	Low cost of stay in Tallinn
	Night life
	Visiting (a well known and) talked about event (specific event)
	Visiting (a well known and) talked about attraction (specific attraction)
	Enjoying the adventure and excitement of the trip
	Really feeling a part of the place
	To get to know local people (Improving my knowledge and understanding of people, places, events)
	Other (please specify!)

18. From which of the listed sources did you obtain information about Tallinn before the trip?

- ☐ Previous visit of Tallinn
- ☐ Recommendation from friends/acquaintances, relatives
- ☐ Articles in magazines/newspapers (also internet versions)
- ☐ Advertisements in mass media and internet
- ☐ Brochures or information materials on Tallinn
- ☐ Travel guide
- ☐ Radio and TV broadcasts, introductions
- ☐ Social media (Facebook, Twitter, etc)
- ☐ Travel portals and trip forums in internet
- ☐ Tallinn tourism website (www.tourism.tallinn.ee)
- ☐ Another website in internet (please specify!) _ _ _ _
- ☐ Recommendation from a travel bureau, advice by a travel agent
- ☐ Tallinn City Tourist Office , Tallinn Tourist Information Centre
- ☐ Other (please specify!) _ _ _ _ _

19. Whether and how are you/have you been related to Tallinn?

- ☐ Job, official duties (dealing with work matters (meetings with business partners)
- ☐ Hobbies (please specify!) _ _ _ _ _
- ☐ Relatives, acquaintances, friends
- ☐ Family (including family home)
- ☐ Second home
- ☐ Studies/self-improvement
- ☐ Other (please specify!) _ _ _ _ _
- ☐ Not related

20. Whether and how are you/have you been related to Estonia?
- ☐ Job, official duties (dealing with work matters (meetings with business partners))
 - ☐ Hobbies (*please specify!*) _____
 - ☐ Relatives, acquaintances, friends
 - ☐ Family (including family home)
 - ☐ Second home
 - ☐ Studies/self-improvement
 - ☐ Other (*please specify!*) _____
 - ☐ Not related

21. How likely are you to visit Tallinn again during the next 5 years?

- ☐ very likely
- ☐ quite likely
- ☐ not very likely
- ☐ will definitely not visit
- ☐ don't know

22. How likely are you to visit Estonia again during the next 5 years?

- ☐ very likely
- ☐ quite likely
- ☐ not very likely
- ☐ will definitely not visit
- ☐ don't know

23. To evaluate the economic aspect of tourism on Tallinn, we would like to know approximately how much money you spent during your stay in Tallinn.

You should consider the expenses made in the destination as well as expenses made before the trip (accommodation, excursions, etc.). PS! Under this question, DO NOT consider the transportation to the destination. Please also calculate the EXPENSES MADE FOR YOUR TRAVEL COMPANIONS (spouse, children, etc)!

	In Tallinn (EUR)	In Estonia, incl. Tallinn (EUR)
Accommodation (including food and beverages in the accommodation facility that belongs to the accommodation packet)		
Food, beverages (including food and beverages in the accommodation facility does not belong to the packet)		
Purchases (gifts, souvenirs, etc.)		
Entertainment (including tickets of sights, events, theatre and cinema tickets, etc.)		
Transport (including parking, bus tickets, car rent, taxi)		
Other (<i>please specify!</i>)		
TOTAL		

24. The abovementioned sums were spent on how many people?

Expenses made in Tallinn _ _ _ (number of people)

Expenses made in Estonia (incl. Tallinn) _ _ _ (number of people)

VISITOR'S MOVEMENT IN ESTONIA

25. What is the main destination of your travel to Estonia?

☐ Tallinn

☐ Other place in Estonia

(please specify it at the level of local government unit!)

26. How many times (including this time) you have visited

Tallinn? _ _ _

Estonia? _ _ _

27. How many nights during the trip do you spend away from home? _ _ _ nights

28. How many of those nights you spend in

☐ Tallinn? _ _ _

☐ Elsewhere in Estonia? _ _ _

☐ Elsewhere (e.g. on a ship, another country, etc.)?
Please specify WHERE and for how long!

----- and ----- nights

29. In which accommodation facility did/will you stay in Tallinn?

☐ I will not spend a night in Tallinn

☐ Hotel

☐ Economy hotel, guesthouse

☐ Rented apartment house, bed-and-breakfast

☐ university accommodation/ dormitory/ hostel/
guest apartment,

☐ Camping site

☐ With friends, acquaintances/relatives

☐ Personal place of residence (second home)

☐ Other (please specify!) -----

30. How long to you plan to stay elsewhere in Estonia? Mark the overnight accommodation facility according to the points of question 29.

FOR EXAMPLE: Luunja rural municipality, staying with friends
(mark only the letter B,), 3 nights

Local government (town/rural municipality)	An overnight accommodation facility (with a character reference)	Number of nights

SOCIAL CHARACTERISTICS OF THE VISITOR

31. Sex?

- ☐ male
- ☐ female

32. Age? _ _ _

33. Level of education

- ☐ Basic education
- ☐ Secondary education
- ☐ Higher education
- ☐ Vocational education
- ☐ Professional higher education
- ☐ Other (*please specify!*) _ _ _ _ _

34. What's your work status, are you ...?

- ☐ self-employed, freelance, farmer
- ☐ top manager, head specialist, civil servant in managerial position
- ☐ white-collar worker, specialist
- ☐ skilled worker (included apprentice)
- ☐ other worker
- ☐ pensioner
- ☐ housewife/house husband (full time)
- ☐ student, pupil
- ☐ unemployed
- ☐ other (*please specify!*) _ _ _ _ _

35. Do you travel

- ☐ alone
- ☐ with a partner/spouse
- ☐ with other grown-ups
- ☐ with children (aged up to 15)
- ☐ with a tourism group, with group of friends
- ☐ other (*please specify!*) _ _ _ _ _

36. How would you evaluate the general impression of your trip on a scale of 10, where 1 is the lowest and 10 the highest score?

Tallinn gets _ _ _ points

The whole Estonia gets _ _ _ points (*in case you visited only Tallinn, leave the space empty*)

Thank you for your answers! Have a nice day!