

Tartu Ülikool
Loodus- ja tehnoloogiateaduskond
Ökoloogia ja Maateaduste instituut
geograafia osakond

Bakalaureusetöö inimgeograafias

Hiina väliskülastajad Eestis aastatel 2011-2012

mobiilpositsioneerimise andmetel

Laur Nurme

Juhendaja: teadur Anto Aasa

Kaitsmisele lubatud:

Juhendaja:

Osakonna juhataja:

Tartu 2015

Sisukord

Sissejuhatus.....	3
1. Teoreetiline ülevaade	5
1.1 Turism	5
1.2 Hiina turistid.....	7
1.3 Turismi sesoonsus	12
2. Materjal ja metoodika	14
2.1 Analüüsimeetodid.....	16
3. Tulemused ja analüüs.....	18
3.1 Hiina külastajate jaotus Eestis	18
3.2 Külastatavuse sesoonsus	20
3.3 Mitme- ja ühepäevakülastajate jaotus	24
3.4 Mobiilpositsioneerimis- ja majutusandmete seosed.....	26
4. Arutelu ja järeldused	31
5. Kokkuvõte.....	34
Tänuavaldused	35
Summary	36
Kasutatud kirjandus	37

Sissejuhatus

Turism on üks maailma kiirema arenguga majandussektoreid, moodustades paljude regioonide jaoks olulise osa sissetulekust ning pakkudes kohalikele inimestele ka tööd. Läänemere regioonis on Eesti majandus turismist rohkem sõltuv kui lähinaabrite oma, mida iseloomustab ka asjaolu, et Eesti SKP-st moodustas turism 2012. aastal 13,5% samas, kui lähi-naabritel jäi antud näitaja vahemikku 5,8% - 9% (World Travel & Tourism Council 2015). Eesti Statistika andmeil kasutas 2012. aastal majutusteenuseid kokku enam kui 1,87 miljonit teistest rahvustest välisküllastajat ja ligi 0,97 miljonit eestlast, mis näitab, et Eesti turismimajandus toetub peamiselt välisküllastajatele.

Et küllastajaid veelgi enam sihtkohta reisima meelitada, tuleb paremini mõista potentsiaalsete küllastajate kultuurilist tausta, harjumusi ja eelistusi ning vastavalt sellele ka sihtkohta kujundada ning esitleda. Oluline on mõista, mis motiveerib teatud sihtgruppe üldse reisima ning mis on nende jaoks määravateks teguriteks sihtkohavalikute tegemisel. Enam turiste jõuab sihtkohtadesse, millel on teiste riikidega ning ka riigisiselt hea transpordiühendus ning selles osas on Eestil veel arenguruumi. Lisaks transpordile peavad olema tagatud ka head majutustingimused ning toitlustus, mida erinevatest kultuuriruumidest pärit küllastajad väga erinevalt võivad hinnata. Turiste meelitavad kohale peamiselt head puhkamistingimused, atraktsioonid ja vaatamisväärsused. Võrreldes maailma populaarsemate turismisihtkohtadega pole aga Eestis silmapaistvalt erilisi puhkamistingimusi ja atraktsioone ning olemasolevate vaatamisväärsuste reklaam välisriikides ei suuda konkurentidega võistelda.

Käesolev töö keskendub Eestisse reisinud hiinlaste uurimisele, toetudes mobiilpositsioneerimis- ja majutusandmetele. Kuigi Hiina rahvuslik koosseis on väga mitmekesine, siis antud töös nimetatakse kõiki Hiina territooriumilt pärinevaid välisküllastajaid üldistades ka lihtsalt hiinlasteks. Kuna Hiina tõusis väljasuundunud reise poolest 2011. aastal maailma riikide arvestuses esmakordselt esikohale (World Bank 2015), siis on tegemist kõikjal maailmas ka päevakorras oleva teemaga, mida on siiani üpris vähe uuritud. 2012. aastal said hiinlastest ka suurimad kulutajad välisreisidel (UNWTO 2014), mis on hiinlastest teinud ühed enim soositud ja kulla oodatud turistid maailmas. Taani, Rootsi ja Soome algatasid 2012. aastal ühise turismialase

suurprojekti Chinavia (Visitcopenhagen 2015) mille eesmärgiks on hiinlastest külastajate meelitamine piirkonda ning millest on võimalik kasu lõigata ka Eestil, kus on selleks piisavalt kasutamata potentsiaali. Kuna Helsingi lennujaam on üks peamisi hiinlaste Euroopasse sisenemise ja väljumise väravaid, siis tänu Tallinna ja Helsingi vahelisele kiirele laevaühendusele on võimalik seda jõudsalt kasvavat turismivoogu järjest enam ka Eestisse suunata. Et mõista Eesti kui turismisihtkoha eripärasid Hiinast pärit külastajate jaoks, siis analüüsiti külastuste arvu, ajalis-ruumilist jaotust ja nende erinevusi võrreldes mõningate Soome näitajatega. Eesmärgi täitmiseks on püstitatud viis uurimisküsimust:

- Kui palju Hiinast pärit külastajaid Eestisse reisib ja milliseid maakondi sihtkohana enim eelistatakse?
- Kui palju mõjutab sesoonsus külastajate sihtkohavalikuid ning millised on uuritud aastate erinevused?
- Kuidas jaotuvad ühe- ja mitmepäevakülastajad geograafiliselt ja ajaliselt?
- Kuidas mobiilpositsioneerimis- ja majutusandmed seostuvad?
- Kui tugevalt on Eestisse jõudvate hiinlaste hulk sõltuv Soomest?

1. Teoreetiline ülevaade

1.1 Turism

Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO 2015) järgi on turism sotsiaalne, kultuuriline ja majanduslik nähtus, millega kaasneb inimeste reisimine väljapoole nende igapäevast elukeskkonda puhkuse, äri või muudel eesmärkidel, kestusega kuni üks aasta. Antud juhul nimetatakse reisijaid külastajateks, kes omakorda jagunevad turistideks ning ühepäevakülastajateks. Külastaja klassifitseeritakse turistiks juhul, kui reisi jooksul veedetakse vähemalt üks öö väljaspool oma igapäevast elukeskkonda. Ühepäevakülastajaks loetakse aga külastajad, kes viibivad väljaspool oma tavapärasest elukeskkonda lühidalt ja seal ööbimata.

Definitsioonid, mille järgi on turistiks määratlemisel ajaliseks mõõtmeks oma tavapärasest kodupaigast eemal viibimine üks ööpäev kuni aasta, tekitavad tihti segadust ja eriarvamusi. Selline ajapiirang võib aidata statistika kogumist ja töötlemist lihtsustada, kuid omab mitmeid olulisi puudusi. Kuna ühepäevaste külastajate mõju sihtkohale võib olla mõnes aspektis võrreldav või isegi suurem, kui mitu päeva kohapeal viibivate külastajate mõju, siis tuleks ka neid käsitleda turistidena (Williams 1998).

Maailma Turismiorganisatsiooni (UNWTO 2015) käsitluse järgi on turismil kolm peamist vormi: siseturism, sissetulev turism ja väljaminev turism. Neid erinevatel viisidel kombineerides saab täiendavaid turismivorme, millest osadel puudub kindel eestikeelne vaste: *internal tourism* (hõlmab siseturismi ja sissetulevat turismi), *national tourism* (siseturismi ja väljamineva turismi kooslus) ja *international tourism* (hõlmab sissetulevat- ja väljaminevat turismi). Siseturismi all mõeldakse inimeste reisimist oma koduriigisisest, kuid väljaspool tavapärasest elukeskkonda. Sissetuleva turismina mõistetakse välituristide reisimist antud riigi siseselt. Väljaminevaks turismiks loetakse vaadeldava riigi elanike reisimist teistesse riikidesse.

Siimoni (1996) väitel kasutatakse tihti sõnu „turism“ ja „reisimine“ ka sünonüümidena, mille all mõeldakse laiemalt seda, kui inimesed lahkuvad ajutiselt oma igapäevasest elukeskkonnast isiklikel, äri- või meelelahutuslikel eesmärkidel. Kuna turism sisaldab alati reisimist, siis saab

seda käsitleda ka reisimise ühe osana, samas kui igasugune reisimine omakorda ei liigitu turismiks.

Williamsi (1998) väitel on turism geograafiline nähtus, millel on peamiselt viis uurimisobjekti:

- *Turismi mõju ulatus.* Ruumiline vaatenurk aitab määratleda geograafilise skaala, mis võib olla globaalne, rahvusvaheline, regionaalne või kohalik. Kui see on määratud, saab uurida, kuidas muutuvad teised nähtused, juhul kui geograafiline skaala muutub. Ilma sellise eristamiseta jäävad mitmed märkimisväärsed paralleelid ja kontrastid tähelepanuta.
- *Turismi ruumiline jaotus.* Traditsiooniliselt geograafidele enim huvi pakkuv ala, mis hõlmab kuurordide ja maastiku geograafiat ning turistide jaoks eelistatud paikasid ja atraksioone. Peamised küsimused, millega geograafid selles valdkonnas tegelema peavad on: millised on peamised turistide „tootvad“ regioonid ja kuidas on nad seotud vastuvõtva piirkonna transpordivõrguga ning millised on iseloomulikud vormid tootvas ja vastuvõtvas piirkonnas.
- *Turismi mõju.* Uurimisvaldkond hõlmab laiemalt keskkondlikke, majanduslikke, sotsiaalseid ja kultuurilisi mõjusid, millel on omad geograafilised mõõdud. Antud valdkonna põhjalikum uurimine aitaks mõista näiteks turismi ja arendustegevuse vahelisi seoseid ning sotsiaalseid, kultuurilisi ja antropoloogilisi probleeme võõrustaja ja külalise suhetes.
- *Turismi planeerimine.* Peamiseks eesmärgiks on turismi arendamine majanduslikult, vähendades sealjuures turismis negatiivseid mõjusid ja suurendades selle kasulikke omadusi.
- *Turismi arendamise ruumiline modelleerimine.* Vaadeldakse turismi muutumise ja arengu mustreid nii ajalisel kui ruumisel skaalal. Lisaks uuritakse veel riikide vahel ja riigisisest toimuvat turismi hajumist. Huvi pakuvad ka kuurordide ja turismipaikade areng ning hierarhia ja kauguse mõju turistide liikumismustritele.

Turiste on väga erinevat tüüpi ja nende jaotamiseks on palju erinevaid võimalusi. Williams (1998) on välja pakkunud neli peamist turistide tüüpi:

Organiseeritud massituristid. Need külastajad eelistavad reisida sihtkohtadesse, mis on tuntud ja pigem turvalise iseloomuga. Reisiotsus tehakse enamasti kas enda varasematele kogemustele tuginedes või teistest usaldusväärsetest allikatest saadud info põhjal. Massituristid on enam sõltuvad turismitööstusest ja eelistavad pakett-reise, mis ei nõua omapoolset pingutust organiseerimisel. Enamasti on massituristide reisi eesmärgiks puhkus.

Individuaal- või väiksegrupilised massituristid. Selles sektoris on turistid osaliselt sõltuvad massiturismi infrastruktuurist, kasutades mõningaid elemente turismipakettidest. Enamasti kasutatakse paketi osadest transporti ning majutust, kuid ülejäänud osa reisist planeeritakse ise. Ka selles sektoris eelistavad turistid rohkem tuntud ja turvalisi kohti ja tegevusi, kuid on massituristidest siiski rohkem uutele kogemustele avatud. Selles sektoris on lisaks puhkuse eesmärgil reisijatele ka ärituriste ning suurem rõhk on kultuuri- ja haridusega seotud elamustel.

Üksikud reisijad ja avastajad. Need turistid on valmis ise oma reisi organiseerima ning otsivad pigem uudseid kogemusi, mida massiturismi pakett-reisidega ei kaasne. Olulisemal kohal on suhtlus võõrustajatega ning turismitööstuse elementidest kasutatakse sarnaselt massituristidega võimalust broneerida majutust ja transporti.

Hulkurid. Hulkuriteks võib nimetada külastajaid, kes ennast ise turistideks ei pea. Põhiliseks eesmärgiks hulkurite puhul on soov avastada uusi ja huvitavaid paiku, mis on tavaturistide jaoks kättesaamatud. Reisiid planeeritakse ja organiseeritakse enamasti ise, kasutamata selleks turismiettevõtete abi.

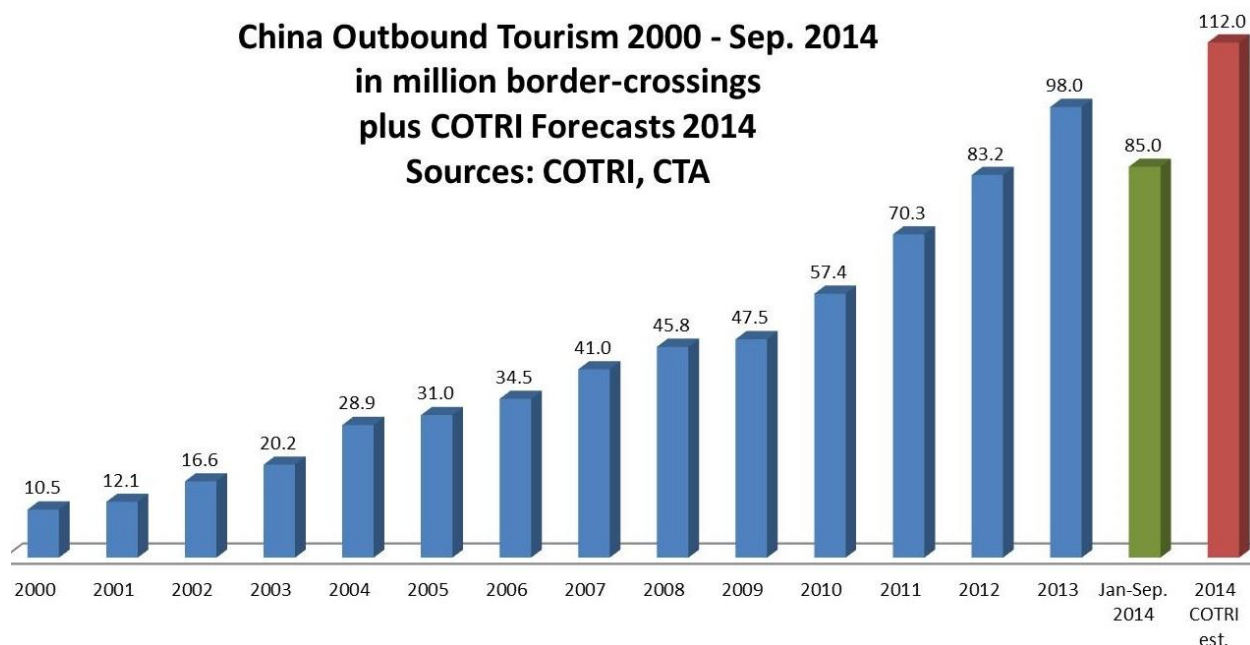
1.2 Hiina turistid

Pikka aega kehtinud seadused piirasid rangelt hiinlaste riigisisest ja riigist väljuvat reisimist, mistõttu on turism tavaliste Hiina inimeste jaoks üpriski uus nähtus ja valdav enamus pole tänaseni veel jõudnud oma elu esimest välisreisi teha. Hiina välituristide arv on hakanud järjest kasvama peale 1983. aastal keskvalituse poolt tehtud otsust, millega lubati inimestel esialgu reisida Hong Kongi ja Macause sugulaste külastamise eesmärgil. (Keating 2015)

Ametlikult avas Hiina välisreiside jaoks piiri 1990. aastal, lubades inimestel kindlaksmääratud sihtkohtadesse reisida ka meelelahutuslikel ja puhkusega seotud eesmärkidel. Siiski ei saanud

kõik hiinlased kohe reisida sinna kuhu soovisid, kuna Hiina keskvalitus pidi esmalt määrama riigid, kuhu reisida tohib, andes igale riigile vastava staatuse („ADS“ - Approved Destination Status). (Nasolomampionona 2014). 2011. aastal oli vastava staatuse saanud 111 riiki ning 2012. aastaks 113 riiki (Arita 2012). Nüüdseks on vastava staatuse saanud kokku 146 riiki ja paljud neist alles hiljuti. Nii said esimesena enam arenenud riikidest vastava staatuse Austraalia, Uus-Meremaa ja Lõuna-Korea alles 1999. aastal ning aasta hiljem ka Jaapan. Esimeste Euroopa riikidena said Hiina turistide vastu võtta Saksamaa ja Türgi, alates 2002. aastast, ning valdav osa ülejäänud Euroopa riikidest alles alates 2004. aastast. (Nasolomampionona 2014)

Kiire majanduskasv on aidanud Hiinal kahe viimase kümnendi jooksul kasvatada järsult nii siseturismi kui väljuvat turismi, mis on teinud sellest suurriigist ühe peamise välituristide lähtekoha maailmas. 2003. aastal reisis esimest korda lähiajaloo Hiina turistide väljapoole oma riiki rohkem kui Jaapani turistide, mis tegi Hiinast seega Aasia suurima turismi lähteriigi. Kui 1992. aastal oli hiina välituristide kõigest 2,9 miljonit, siis 2011. aastaks oli sama näitaja juba 70,3 miljonit (joonis 1), mis teeb keskmiseks aastaseks kasvuks 17,2%. (Lin 2015)



Joonis 1. Hiina välituristide piiriületused (miljonites) (COTRI 2015).

Maailmapanga (World Bank 2015) statistika kohaselt tõusis Hiina 2011. aastal 70,3 miljoni väljasuundunud reisiga maailma riikide arvestuses esmakordselt esikohale, edestades Ameerika Ühendriike ja Suurbritanniat (Saksamaa kohta vastav statistika alates 2010. aastast puudub). Järgneval aastal kasvas Hiinast väljasuunduvate reiside arv 18,4% võrra, kui välisriikidesse jõudis kokku juba 83,2 miljonit külastajat. Valdav enamus Hiinast lähtuvatest reisidest suundub Hong Kongi ja Macausse, mis on ametlikult küll Hiina Rahvavabariigi enda erihalduspiirkondadeks, kuid kajastuvad suure autonoomsuse tõttu rahvusvahelises statistikas justkui eraldi riigid.

Ligi 70% kõigist Hiinast lähtuvatest väliskülastustest on korraldatud reisibüroode poolt (jättes arvestamata reisid Hong Kongi ja Macausse). 2010. aastal oli Hiinas 1070 litsenseeritud reisibürood, mis võisid korraldada rahvusvahelisi reise. Hiinast välja reisivad inimesed eelistavad pea alati kasutada reisibüroode teenuseid, sest nii korraldatakse nende eest keerukamad toimingud ära ning aidatakse vältida ka reisimisel tekkivaid kultuurilistest erinevustest ja keeleoskusest tulenevaid probleeme. (Nasolomampionona 2014)

Hiina turistid erinevad palju tüüpilistest reisijatest, kuna nad pööravad rohkem tähelepanu põhilistele turismivahenditele ja teenustele nagu transport, majutus ja hiinakeelne teenindus. Kohalikule toidule eelistavad hiinlased reisil olles siiski Aasia kööki, mille osas on pea kõikjal maailmas ka piisavalt valikuid. Lisaks sellele on oluline roll turvalisusel ja ilmal, mida hiinlased oma reisi planeerides veel ülimalt määravaks peavad. Oluline roll on ka turismiattraksioonidel ja vaatamisväärsustel, mis on mõistetav, kuna valdava enamuse jaoks on see ka esimene reisikogemus. Paljude jaoks ei ole ka oluline, millist riiki täpselt külastada, sest mõte reisimisest ise on juba piisavalt atraktiivne ning rohkem loeb näiteks see, et külastatakse Euroopat, kui see, et külastatakse mingit kindlat riiki Euroopas. Enamasti on eesmärgiks külastada mitmeid riike ühe reisi käigus, et saada võimalikult palju erinevaid kogemusi. (Nasolomampionona 2014)

Traditsioonilistel, kultuurilistel ja terviseiga seotud põhjustel ei ole vanemate hiinlaste seas pikemate vahemaade taha reisimine eriti soositud. Eakamad hiinlased elavad enamasti säästlikult ja suhtuvad reisimisse kui liigsesse luksusesse. Lisaks sellele on keskmised Hiina pensionid suhteliselt madalad, mis ei võimalda kulukaid reise ette võtta. Ka reisibürood ei paku vanematele inimestele spetsiifilisi valikuid, kuna see sihtrühm pole piisavalt jõukas ning neile on pikemat reisi oluliselt keerukam planeerida. (Guo 2007)

Hsu (2007) leidis, et paljud eakamad inimesed peavad puhkuse võtmist ja reisimist ka sotsiaalselt vastutustundetuks, kuna nende lapsepõlv on kujundatud maoistliku Hiina ajalookäsitluse järgi. Küll aga on vanema põlvkonna hiinlased valmis reisima oma lastele ja sugulastele külla teistesse riikidesse, juhul kui nende lähisugulased reisiga seotud kulud katavad.

Hiina turistide sooline jaotus on järjest võrdsustumas, kuna naiste osakaal reisijate hulgas on jõudsalt kasvamas. Eriti märgatavalt on Hiina naisturistide osakaal tõusmas just Euroopas, mida ilmestab hästi Prantsusmaa näide, kus 2012. aastal oli 51% külastajatest just naised. Neist 49% reisisid iseseisvalt ja peamiseks külastuse eesmärgiks oli luksuskaupade ostmine. Kõige aktiivsemateks reisijateks on hiinlased vanusevahemikus 25-44, moodustades 65% kõigist välisreisijatest. Alla 25-aastaste reisijate osakaal moodustab kokku ligi 21% ja üle 45-aastaste osakaal alla 15%. (Nasolomampionona 2014)

Peamiselt eelistavad hiinlased välisriike külastada reisigruppides, kuna nii Hiina keskvalitsuse kui ka sihtkohaks oleva riigi poolt on määratud mitmeid piiranguid, mis teevad eraldi reisimise oluliselt keerukamaks ja kulukamaks. Hinnanguliselt ligi 70% Hiina turistidest külastavad välisriike reisigruppide koosseisus, aga üha enam kasvab iseseisvate reisijate osakaal, kes soovivad reisi oma nägemuse järgi planeerida. (Nasolomampionona 2014). Peamisteks põhjusteks, miks grupis reisimist eelistatakse on:

- Keelebarjäär. Paljud hiinlased (eriti vanem generatsioon) ei valda inglise ega prantuse keelt, mis on Euroopa reise puhul vajalikud.
- Viisaküsimused. Turismibürood aitavad viisatoimingud inimeste eest korda ajada.
- Hirm ja teadmatus uute kogemuste suhtes. Enamus Hiina turistidest on esmakordselt välisreisil ja on seetõttu eelneva kogemusega.
- Hiinlastele meeldib grupis reisida oma kultuurilise eripära tõttu.
- Grupituristi jaoks on reisi maksumus oluliselt madalam.

Hiinlastest on saanud ka ühed suuremad kulutajad välisreisidel, mis on tingitud riigi tugevast majanduskasvust ja rahakursist teiste valuutade suhtes. 2012. aastal said hiinlastest suurimad kulutajad, kui kokku jäeti reisidel teistesse riikidesse 102 miljardi USA dollari väärtuses raha. Eelneval aastal oli sama näitaja 72,6 miljardit dollarit, mis tähendab, et aastaga kasvasid

kulutused teistes riikides kokku ligi 40%. Sellega mööduti kindlalt USAst ja Saksamaast, kus vastavad näitajad jäid veidi üle 80 miljardi dollari. (UNWTO 2014)

Järjest laieneval keskklassil on turismiks piisavalt vahendeid ja reisimine on inimeste silmis järjest enam hinnatud tegevus (Nasolomampionona 2014). Suurel kulutamisel on ka omad põhjused:

- Pikemad reisirid on enamasti esimeseks reisiks väljapoole kodumaad ja kuna lähiajal uut reisi ilmselt teha pole võimalik, siis ollakse valmis selle külastuse käigus ka rohkem kulutama.
- Hiinlased on head säästjad, mistõttu neil on reisi jaoks hoitud piisavalt vahendeid, mida sihtkohas kulutada.
- Suur osa hiinlastest armastavad peamisi bränditooteid ja luksuskaupa ning tunnevad huvi ka kohaliku kauba vastu. Euroopa tooteid peetakse trendikamaks ja kvaliteetsemaks. Ka hinna poolest on bränditooted Euroopas odavamad, kui Hiinas, kus on seevastu palju kopeeritud tooteid.

Hiinlased moodustasid 2012. aastal ligi 27% kogu maailma luksuskaupade tarbijatest ja sama trendi jätkumisel kasvab nende osakaal 2015. aastaks hinnanguliselt ligi 34%-le. Enim eelistatakse bränditoodetena riideid ja aksessuaare nagu näiteks käekotid, käekellad jne. (Atsomon 2012).

Paljud külastajad kaugematest maadest jõuavad Eestisse läbi Soome, kuna Helsingi lennujaam pakub rohkelt otseühendusi erinevate maailma paikadega ning Tallinnaga on omakorda üpris mugav ja kiire laevaühendus. Ka Hiina turistid saavad Eestisse peamiselt just läbi Soome, kuna Helsingi lennujaam on hiinlaste seas üks populaarsemaid ühenduskohti Euroopa ja kodumaa vahel (Välisministeeriumi kodulehekülj 2015).

Helsingi lennujaam on Põhja-Euroopa juhtivaks transiitlennujaamaks, mis omab kõige lühemat ja kiiremat ühendust Aasia suurlinnadega (Finavia 2015a). Võrdluseks võib tuua, et kui rahvaarvult suurimast Hiina linnast Shanghaist kulub Helsingisse lendamiseks keskmiselt 9 tundi ja 42 minutit, siis Euroopa keskmises asuvasse Frankfurti on keskmiseks lennuajaks 11 tundi ja 30 minutit, mida on ligi kaks tundi enam (Travelmath 2015). Lisaks sellele tagab Helsingi lennujaam oma kompaktsusega ka oluliselt väiksema ajakulu tüüpilistele lennujaama

toimingutele ning omab häid otseühendusi teiste Euroopa suurlinnadega. Soome lennufirma Finnair (2015) on palju rõhku pannud Aasia suuna arendamisele, omades hetkel edukaid otselennu-ühendusi Pekingi, Chongqingi, Shanghai ja Xi-aniga.

2011. aastal läbis Helsingi lennujaama kokku 288 060 hiinlast ning järgneval aastal juba 12,7% rohkem ehk 324 750 (Finavia 2015b). Neist vajas 2011. aastal Soomes majutust ligi 50 000 hiinlast (veetes 92 000 ööd) ning järgneval aastal enam kui 59 000 hiinlast (veetes 100 000 ööd) (Visitfinland).

1.3 Turismi sesoonsus

Turism on sesoonne nähtus, kuna valdav enamus turismi sihtkohtadest on varieeruva kliimaga ning turismiperioodid sõltuvad ka turistide kodumaal olevatest pühadest, mil võetakse reisimist sagedamini ette (Ahas 2007). Hooajalisus tekitab ebastabiilsust turismisektoris, millel on tõsised majanduslikud ja tööhõivega seotud tagajärjed. Madalhooajal ei jätku tööd ning kõrghooajal ei suudeta kõiki potentsiaalseid kliente teenindada, mistõttu jääb osa võimalikust tulust saamata (Butler 2001).

Butler (2001) on välja toonud kaks olulisemat tegurit hooajalisuse kujunemisele. Esimene tegur on tingitud looduslikest oludest ja kliimast ning teine inimtegevusest ehk institutsionaalne, mille all peetakse enamasti silmas riigipühasid, koolivaheaegu ja puhkusperioode, mil turism oluliselt elavneb. Täheldatud on, et linnades on hooajalisuse mõjud väiksemad kui eemal paiknevatel aladel.

Sihtkoha valikul mängivad olulist rolli kliima ning ilmaolud, mis kujundavad inimeste reisiplane. Keeruline on vastata küsimusele, milline ilm on ideaalne või sobimatu, kuna iga inimene võib seda erinevalt hinnata (de Freitas 2003). Paljud turismitegevused planeeritakse vastavalt kliimale ning lühemal perioodil vaadatuna määrab ilm parima aja planeeritud tegevuste elluviimiseks (Gomez 2005).

Hiinlasi mõjutab rohkem institutsionaalne sesoonsus, mis põhineb Hiina kultuuriruumil. Peamisteks reisimis-perioodideks grupituristide jaoks on kaks riigipüha, mida kutsutakse „Kuldseteks nädalateks“ („Golden Weeks“). Esimene neist on Hiina aastavahetuse ajal ning teine

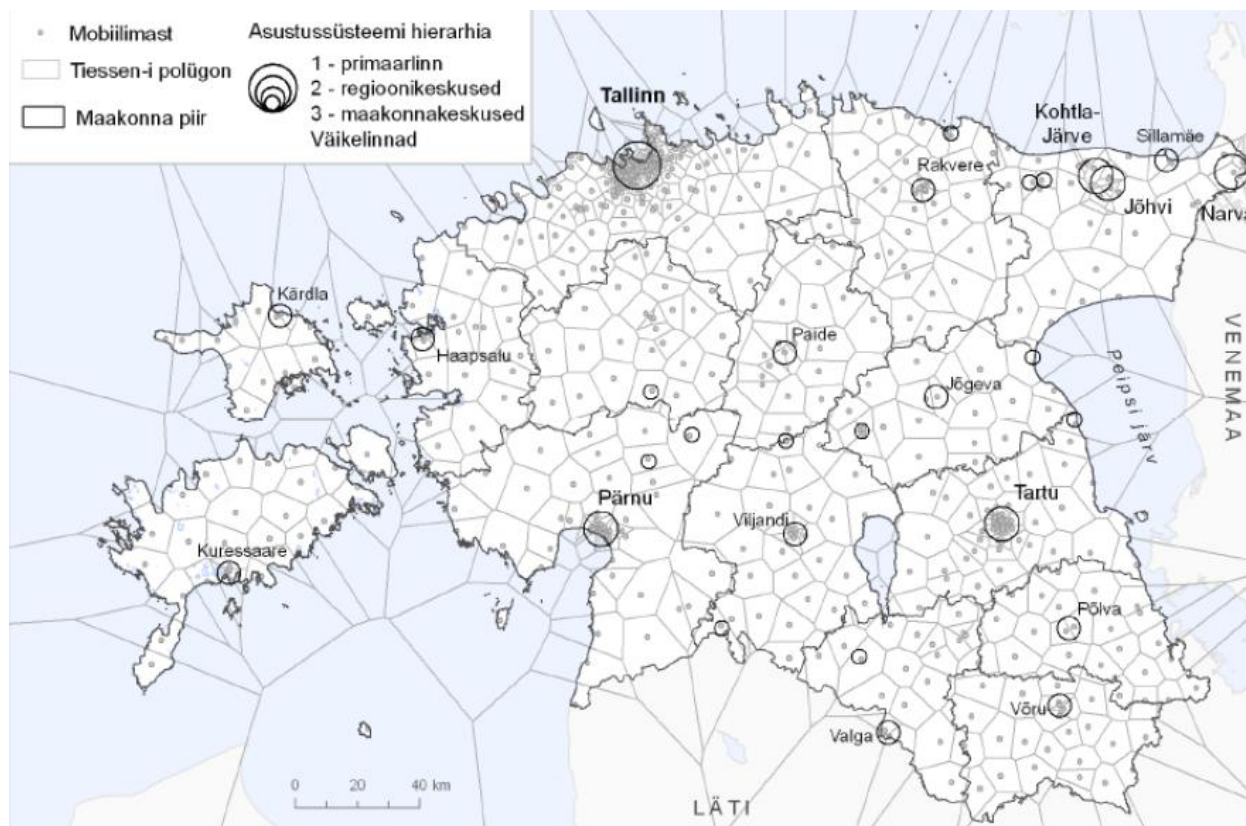
oktoobri esimesel nädalal. Enamasti on jaanuar või veebruar kõige populaarsemaks külastusajaks, olenevalt sellest, mis perioodi riigi tähtsaim püha ehk ajaliselt muutuv Hiina aastavahetus täpselt langeb. Nooremad ja keskealised Hiina välisturistid eelistavad reisida kõrghooajal, samas kui eakamad hiinlased eelistavad madalhooaega, kuna siis on ka madalamad kulud ja kvaliteetsem teenindus. Reisid kodumaast kaugemale ja ka Euroopasse eelistatakse teha siiski soojemal perioodil, mistõttu riiklike pühade ajal külastatakse pigem lähedalasuvaid naaberriike (Nasolomampionona 2014).

2. Materjal ja metoodika

Peale Schengeni viisaruumiga ühinemist 2007. aasta detsembris puudub Eestil täpne statistika riiki sisenenud ja riigist väljunud külastajate kohta, mistõttu tuleb andmeid turistide kohta hankida teiste meetodite abil. Kuna turism on Eesti jaoks väga oluline majandusharu, mille kohta soovitakse saada võimalikult täpset ülevaadet, siis on tõusnud majutusstatistika kõrval olulisele kohale mobiilpositsioneerimise teel hangitud andmed, millel on omad eelised ja ka puudused (Kroon 2012).

Antud töös on peamise materjalina kasutatud mobiilpositsioneerimise teel saadud andmeid, mis on kogutud ettevõtte Positium LBS poolt, kasutades EMT kõnetoimingute andmebaasi. Üldiselt jagunevad mobiilpositsioneerimise teel saadud andmed aktiivseteks ja passiivseteks. Aktiivse positsioneerimise puhul saadakse mobiilseadme asukoht kindlal ajahetkel teada vastava päringu abil, mis sisuliselt tähendab seadme otsest jälitamist. Passiivse mobiilpositsioneerimise puhul salvestub iga mobiilseadmega tehtud kõnetoimingu puhul seadme asukoht automaatselt mobiilioperaatori andmebaasi logifailidena. Aktiivse mobiilpositsioneerimise puhul on vajalik ka mobiilseadme omaniku vastav nõusolek (Ahas et al 2008). Passiivse mobiilpositsioneerimise algandmed on isikustamata, mis tähendab, et iga seadme omanikule vastab üks unikaalne kood, mille järgi pole tuvastatav mobiilseadme omanik ega tema telefoninumber (Ahas et al 2007).

EMT mobiilsidevõrk katab 99,9% kogu Eestist (EMT 2015). Sidemastid on paigutatud (joonis 2) vastavalt rahvastiku tihedusele ja transpordivõrgustikule, mistõttu on passiivse positsioneerimise täpsus tihedamalt asustatud aladel ja olulisemate teedevõrgustike juures suurem (Ahas, Silm 2010). Operaatori andmebaasis on kõnetoimingud märgitud masti täpsusega, kuid antud töös on andmed üldistatud maakonna tasemele lähtudes sellest, millises maakonnas antud mobiilimast kõnetoimingu hetkel asus.



Joonis 2. EMT mobiilimastide paiknemine (Ahas jt 2010)

Antud töö tugineb peamiselt passiivse mobiilpositsioneerimise andmestikule, mis näitab Eesti maakondades viibinud Hiina päritolu külastajate hulka. Edaspidises töös nimetatakse kõiki Hiina RV alalt pärinevaid väliskülastajaid ühtlasi ka hiinlasteks. Andmebaas sisaldab 2011. ja 2012. aastal EMT võrgus kõnetoiminguid teinud rändlusteenuse (*roaming*) klientide arvu maakonna ja kuu täpsusega. Eraldi on välja toodud Hiina päritolu ühepäevakülastajate ja vähemalt ühe öö Eestis viibinud hiina turistide arvud. Võrdluste loomiseks ja seoste leidmiseks on toodud ka ülejäänud rahvustest Eestit külastanud turistide näitajad. Kõnetoiminguteks loetakse igasugune aktiivne mobiilseadme kasutamine: sissetulevad ja väljuvad kõned, lühisõnumid ning andmeside (Ahas et al 2007). Kui Hiina mobiilioperaatori SIM-kaarti kasutavalt mobiilseadmelt on tehtud kõnetoiming Eestis, siis salvestub andmebaasi külastuspäev, mis sisaldab lisaks seadme omaniku tunnusele ka kõnetoimingu aega ning kohta. Andmebaas ei anna otsest ja täpset numbrit tegelikust külastajate arvust, kuna kõik turistid ei kasuta sihtkohas viibimise ajal kodumaalt kaasa võetud mobiilseadmeid.

Mandri-Hiinas on kaks mobiilside teenusepakkujat – *China Unicom* ja *China Mobile*, mis pakuvad 900 MHz sagedusel toimivat teenust. See tähendab, et hiinlaste igapäevases kasutuses olevad mobiilseadmed toimivad ka Euroopa riikides, kus tegutsevad nii 900 MHz kui ka 1800 MHz sagedustel toimivad teenusepakkujad. Hiinas pakutavad 3G sagedused kattuvad ka Euroopas kasutusel olevatega, mis tähendab, et hiinlased saavad Eestis oma mobiilseadmetega kasutada ka kiiret andmesideteenust. (Worldtimezone 2015)

Lisaks on kasutatud ka Eesti Statistika ja *Visitfinland* (Soome riiklik asutus, mis haldab turismistatistikat) majutusandmeid, et analüüsida nende seoseid omavahel ja võrdluses mobiilpositsioneerimise andmetega. Seoste kirjeldamiseks on kasutatud lineaarset (Pearsoni) korrelatsioonikordajat, mida tähistatakse r -tähega, kuna tegemist on kõige levinuma seost kirjeldava kordajaga.

Uurimustööst on sihilikult välja jäetud transiitreisijad, kõik ülejäänud Eestis viibinud hiinlased on olenemata reisi eesmärgist või kohapeal viibitud perioodist loetud külastajateks. Kuna üks külastaja võib uurimisperioodi jooksul Eestit külastada mitmel korral, siis on igale külastuskorrale antud oma numbriline tunnus, et teha vahet mitmepäevareisijatel ja korduvkülastajatel, kes vahepeal Eestist lahkunud ning siis naasnud. Et saada veelgi objektiivsem ülevaade reaalset Eesti pinnal viibinud turistidest, siis on vaatlusalusest andmebaasist eemaldatud ka „piiriülene müra“ ehk reisijad, kes on Eesti mobiilivõrku sattunud teisel pool riigipiiri viibides. (Positium LBS 2009)

2.1 Analüüsimeetodid

Antud uurimustöös käsitletakse kõigis Eesti maakondades kõnetoiminguid teinud Hiina päritolu külastajaid. Kohati on võrdluseks toodud ka kõigist rahvustest külastajate kogusumma näitajad, et hiinlaste külastuste iseärasusi paremini mõista. Uurimisperioodiks on kahe aasta pikkune periood (1. jaanuar 2011 – 31. detsember 2012), mille kestel vaadeldakse osaliselt mõlemat aastat eraldi ajavahemikel, et võrrelda sesoonsusest tingitud muutusi. Teadaolevalt satub hiinlasi Eestisse suhteliselt vähe ning seetõttu on antud töö puhul valitud andmed kuu ja maakonna täpsusega, mis on soovitud üldistuste tegemiseks piisav. Kuna Harjumaa ja ülejäänud Eesti maakondade külastatavusnäitajad erinevad drastiliselt, siis on antud töös kohati Harjumaad

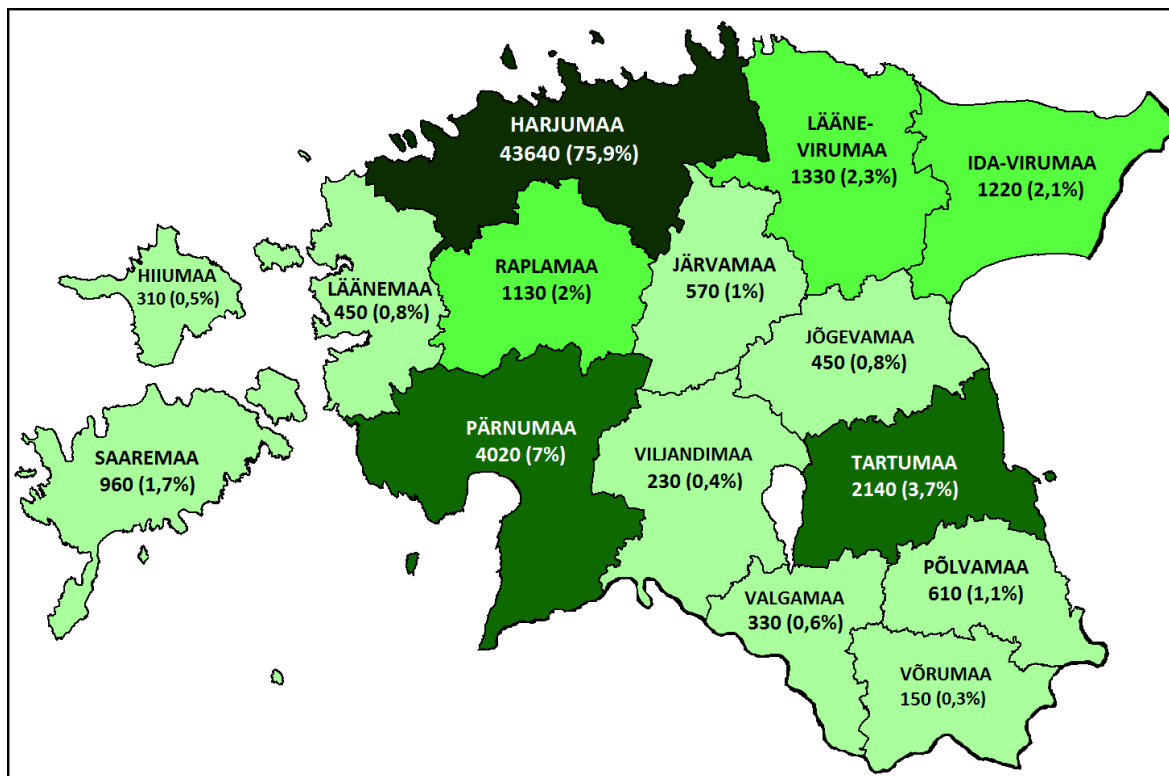
ülejäanud Eesti maakondadest eraldiseisvana vaadeldud. Ülejäänud neljateistkümne Eesti maakonna näitajad on omavahel võrreldavamas suurusjärgus ja seega ühel skaalal vaadeldavad.

Käesolevas töös analüüsitakse külastajate ajalist ja geograafilist jaotust ning võrreldakse uurimisperioodi jäävate aastate näitajaid omavahel. Eraldi on vaatluse all ka ühe- ja mitmepäevakülastajate ajaline jaotus peamistes külastuspiirkondades. Kõnetoimingute alusel saadud külastusandmeid võrreldakse ka majutusstatistikaga. Andmete töötamiseks on peamiselt kasutatud programmi MS Excel 2007, kus algandmete põhjal koostati vajalikud tabelid ja graafikud.

3. Tulemused ja analüüs

3.1 Hiina külastajate jaotus Eestis

Kogutud andmete põhjal külastas Eestit kaheaastase uurimisperioodi jooksul kokku 57 540 Hiina päritolu külastajat, mis moodustas 0,4% kõigist Eesti külastajatest. Kui Harjumaal tegi kõnetoiminguid kokku 61,7% kõigist rahvustest Eestit külastanud inimestest, siis hiinlaste puhul oli sama näitaja 75,9% (joonis 3). See tähendab, et vähem kui veerand hiinlastest ehk 24,1% jõudis ka teistesse maakondadesse, millest populaarsemad sihtkohad olid Pärnumaa (7%) ja Tartumaa (3,7%) ning põhjarannikul asuvad maakonnad Lääne-Virumaa (2,3%) ja Ida-Virumaa (2,1%). Ülejäänud maakondadesse jõudis hiinlasi juba märgatavalt vähem ning sarnaselt üldisele Eesti külastatavusele on Harjumaast Kagu-Eesti suunas tendents märgatavalt languses.



Joonis 3. Hiina päritolu külastajate jaotumine Eesti maakondades uurimisperioodil (2011-2012). Numbrid näitavad uurimisperioodi jooksul maakondi külastanud hiinlaste arvu ning osakaalu Eesti kogukülastatavusest.

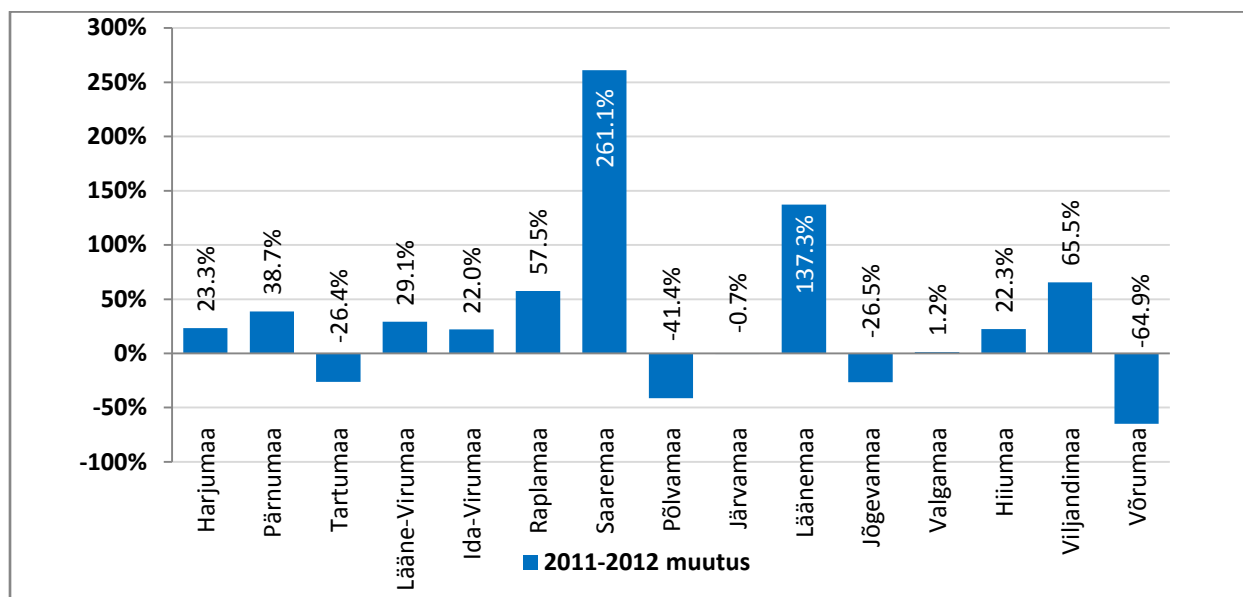
Uurimisperioodi esimesel poolel ehk 2011. aastal saabus Eestisse kokku 25 970 hiina rahvusest külastajat (tabel 1). Neist Harjumaale jõudis 19 550 inimest, mis moodustas 75,3% terve Eesti kogukülastatavusest. Ülejäänud maakondadest külastati enim Pärnumaad (6,5%), Tartumaad (4,7%), Ida-Virumaad (2,9%) ja Lääne-Virumaad (2,2%). Teistes maakondades jäid vastavad näitajad vahemikku 1,7%-0,3%, mis näitab, et vaid üksikud Harjumaast eemalpaiknevad maakonnad suutsid hiinlasi kohale meelitada.

Tabel 1. Hiina päritolu külastajate jaotumine Eesti maakondades.

	2011		2012		2011-2012		2011-2012
	Külastajad	Osakaal	Külastajad	Osakaal	Külastajad	Osakaal	Erinevus
Harjumaa	19550	75,3%	24100	76,3%	43640	75,9%	23,3%
Pärnumaa	1680	6,5%	2340	7,4%	4020	7,0%	38,7%
Tartumaa	1230	4,7%	910	2,9%	2140	3,7%	-26,4%
Lääne-Virumaa	580	2,2%	750	2,4%	1330	2,3%	29,1%
Ida-Virumaa	750	2,9%	470	1,5%	1220	2,1%	22,0%
Raplamaa	440	1,7%	690	2,2%	1130	2,0%	57,5%
Saaremaa	210	0,8%	750	2,4%	960	1,7%	261,1%
Põlvamaa	380	1,5%	220	0,7%	610	1,1%	-41,4%
Järvamaa	290	1,1%	290	0,9%	570	1,0%	-0,7%
Läänemaa	130	0,5%	320	1,0%	450	0,8%	137,3%
Jõgevamaa	260	1,0%	190	0,6%	450	0,8%	-26,5%
Valgamaa	170	0,6%	170	0,5%	330	0,6%	1,2%
Hiiumaa	100	0,4%	200	0,6%	310	0,5%	22,3%
Viljandimaa	90	0,3%	140	0,5%	230	0,4%	65,5%
Võrumaa	110	0,4%	40	0,1%	150	0,3%	-64,9%
Maakonnad kokku	25970	100%	31565	100%	57540	100%	21,5%

Teisel vaadeldaval perioodil ehk 2012. aastal toimus eelneva aastaga võrreldes hiinlastest külastajate arvu suurenemine kokku 5 590 võrra ehk 21,5 %, samas kui Eesti kogukülastatavus (arvestades kõiki rahvusi) aastaga 0,6% võrra langes. Kaks kolmandikku Eesti maakondadest võitsid aastaga hiinlastest külalisi juurde, millest valdava osa moodustas Harjumaa külastatavuse tõus 4 546 inimese võrra ehk 23,3% (joonis 4). Kõige enam kasvas Saaremaa külastatavus, kuhu jõudis hiinlasi eelneva aastaga võrreldes koguni 261,1% rohkem. Tugevalt kasvas Hiinast pärit külastajate osakaal eelneva aastaga võrreldes ka Läänemaal (137,3%), Viljandimaal (65,5%), Raplemaal (57,5%) ja Pärnumaal (38,7%). Kolmandik Eesti maakondadest aga kaotas eelneva aastaga võrreldes külastajaid, kui nende arv langes märgatavalt Võrumaal (-64,9%), Põlvamaal (-41,4%), Jõgevamaal (-26,5%) ja Tartumaal (-26,4%). Sellest võib järeldada, et põhja- ja

läänerannikul asuvate maakondade populaarsus on tõusuteel ning Kagu-Eesti suunas külastatavus nähtavalt languses. Kui põhjarannikul asuvates maakondades on kasv toimunud stabiilselt, jäädes 20-30 % vahele, siis läänerannikul ja saartel on muutused drastilisemad, mida iseloomustab ilmekalt Saaremaa ja Läänemaa külastatavuse mitmekordistumine võrreldes eelneva aastaga.



Joonis 4. Külastatavuse erinevus 2012. aastal võrreldes eelneva aastaga

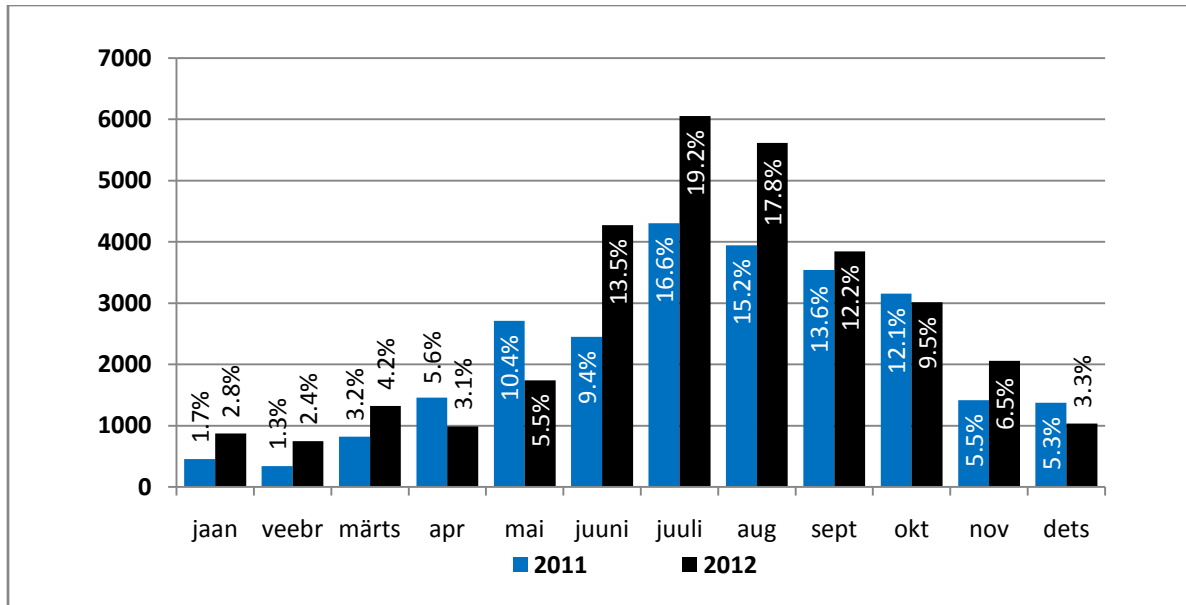
3.2 Külastatavuse sesoonsus

Vaadeldes Eesti külastatavust kaheaastase uurimisperioodi vältel, näeme tugevaid seoseid aastaegade ja külastajate arvu vahel. Kui kõigist Eesti külastustest tehti juulis 14,2% ja augustis 12,2%, siis hiinlaste puhul olid samad näitajad vastavalt 17,9% ja 16,5%, mis näitab et nende jaoks on suvekuud olulisemal kohal (tabel 2). Sihtkohta reisimise eelistatud ajaks olid ka juuni, september ja oktoober, mil hiinlaste külastatavuse osakaalud terve aasta näitajast moodustasid vastavalt 11,7%, 12,8% ja 10,7%. Aasta esimesed viis kuud ning kaks viimast kuud on seevastu selgelt vähem populaarsed perioodid Eesti külastamiseks, mida võib põhjendada jahedama kliimaga.

Tabel 2. Hiina päritolu külastajate sesoonne jaotumine Eestis.

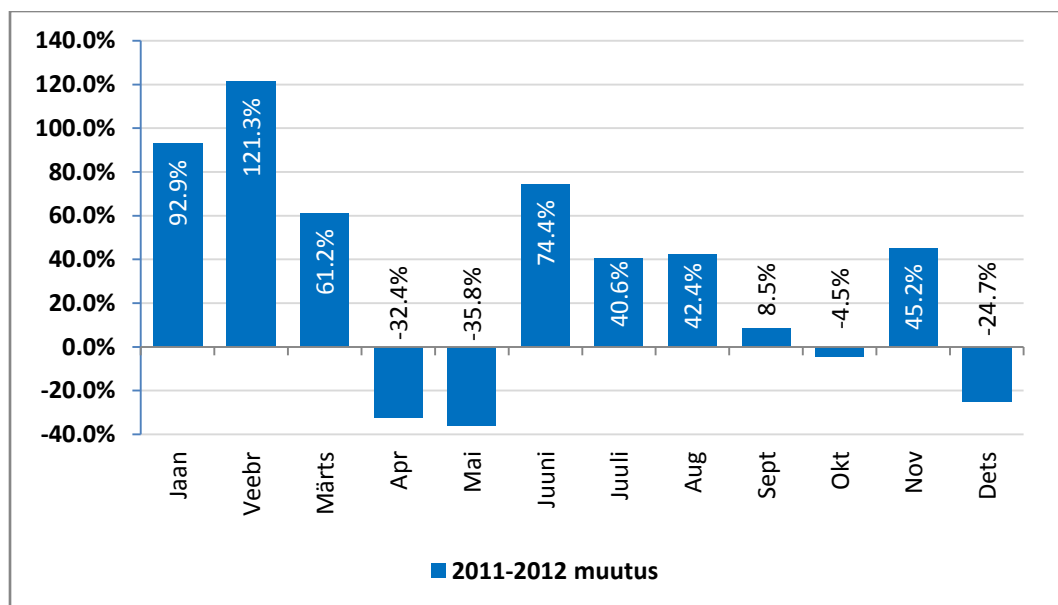
	2011		2012		2011-2012		2011-2012
	Külastajad	Osakaal	Külastajad	Osakaal	Külastajad	Osakaal	Erinevus
Jaauar	450	1,7%	870	2,8%	1320	2,3%	92,9%
Veebruar	340	1,3%	750	2,4%	1090	1,9%	121,3%
Märts	820	3,2%	1320	4,2%	2140	3,7%	61,2%
Aprill	1460	5,6%	990	3,1%	2450	4,3%	-32,4%
Mai	2710	10,4%	1740	5,5%	4460	7,7%	-35,8%
Juuni	2450	9,4%	4280	13,5%	6730	11,7%	74,4%
Juuli	4310	16,6%	6060	19,2%	10360	18,0%	40,6%
August	3940	15,2%	5620	17,8%	9560	16,6%	42,4%
September	3540	13,6%	3840	12,2%	7390	12,8%	8,5%
Oktoober	3160	12,1%	3010	9,5%	6170	10,7%	-4,5%
November	1420	5,5%	2060	6,5%	3480	6,0%	45,2%
Detsember	1370	5,3%	1040	3,3%	2410	4,2%	-24,7%
Kokku	25970	100%	31570	100%	57540	100%	21,5%

2011. aasta esimene kvartal oli külastatavuse poolest terve uurimisperiodi kõige madalama külastatavusega perioodiks, kui hiinlaste osakaal moodustas aastasest tervikust kokku vaid 6,2%. Järgneva kolme kuu jooksul toimus oluline külastajate juurdevool, kui aprillis moodustas külastuste osakaal juba 5,6%, mais 10,4% ja juunis 9,4% (joonis 5). Esimese vaadeldava aasta kõrgeima külastusosakaaluga kuuks oli juuli, mil näitaja küündis 16,6%-ni. Järgneva kolme kuu jooksul toimus ühtlane külastajate arvu langus, kui augustis oli külastatavus 15,2%, septembris 13,6% ja oktoobris 12,1%. Novembris vähenes külastuste arv eelneva kuuga võrreldes järsult enam kui poole võrra, jäädes 5,5%-le. Pühade ja aastavahetuse tõttu enamasti suurema külastatavuse osakaaluga detsember aga hiinlasi siia lisaks ei meelitanud, mistõttu nende osakaal moodustas aasta viimasel kuul vaid 5,3% aastasest kogukülastatavusest.



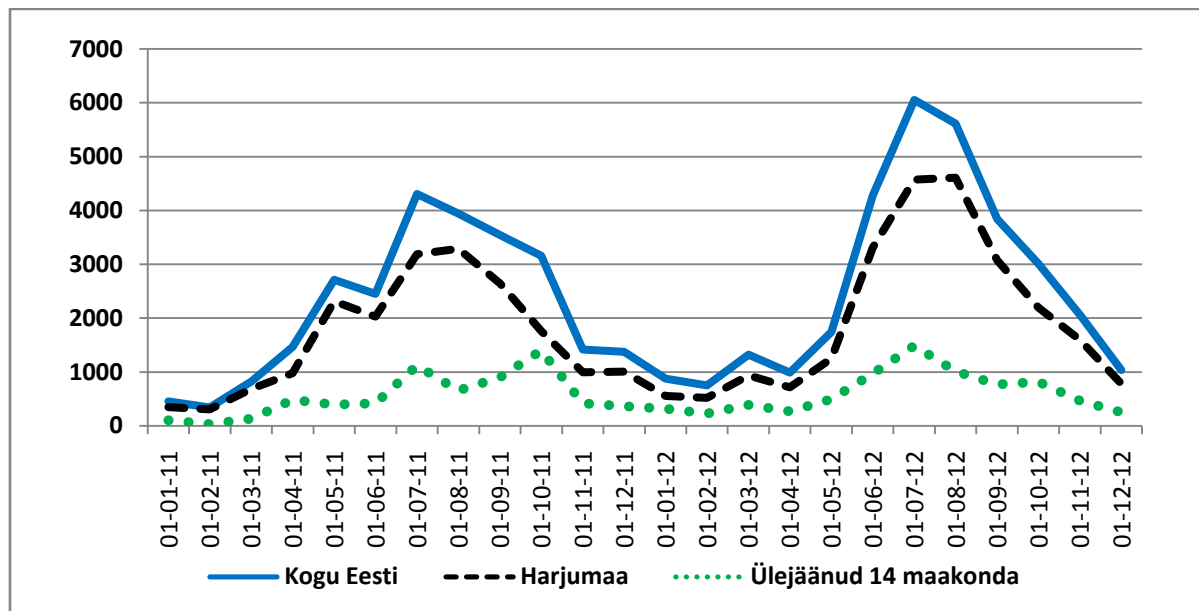
Joonis 5. 2011. ja 2012. külastuste ajaline jaotus

2012. aastal toimus eelneva aastaga võrreldes külastatavuse kasv kaheksal kuul ning langus kokku neljal kuul (joonis 6). Aasta esimeses kvartalis tõusis hiinlastest külastajate arv võrreldes 2011. aastaga 1 330 inimese võrra ehk 82,7% ning järgnevatel kuudel aprillis ja mais langes külastatavus vastavalt 32,4% ja 35,8%. Oluline külastatavuse kasv eelneva aastaga võrreldes toimus suvekuudel, mis tõusis juunis 74,4%, juulis 40,6% ja augustis 42,4%. Järgneva kahe kuu näitajates toimusid oluliselt väiksemad muutused, kui septembri külastatavus tõusis 8,5% ning oktoobri näitaja langes 4,5%. Novembris külastas Eestit 45,2% rohkem hiinlasi kui eelneval aastal ning detsembris toimus märgatav külastajate vähenemine, kui vastav näitaja langes 24,7%.



Joonis 6. Külastatavuse erinevus 2012. aastal võrreldes eelneva aastaga

Vaadeldes Harjuma külastatavusnäitajaid uurimisperiodil kõrvuti ülejäänud 14 maakonna koondnäitajatega näeme, et Harjuma osakaal on aastaringselt oluliselt kõrgem kui ülejäänud maakondadel kokku (joonis 7). Esimesel vaadeldaval aastal moodustas Harjuma külastatavus 76,5% ja ülejäänud maakondade külastatavus kokku 23,5% Eestist kui tervikust. Järgneval aastal olid samad näitajad vastavalt 74% ja 26%, mis näitab et lisaks Harjumaale jõuab järjest enam hiinlasi ka teistesse maakondadesse. Kaheaastast uurimisperiodi vaadeldes on näha, et kõige madalama külastatavusega perioodid on novembrist aprillini, mil Harjumaad külastab keskmiselt 790 ning teisi maakondi 290 hiinlast. Järsk külastatavuse suurenemine algas kevadel ning saavutas tipu juulis, millele järgnes langus kuni aasta lõpuni. 2011. aastal toimus järsk külastatavuse kasv aprillis, kui hiinlaste arv Harjumaal eelneva kuuga võrreldes 137,8% võrra tõusis, samas kui ülejäänud Eesti maakondades nende arv 18,3% võrra langes. Kuna juunis toimus Harjuma külastatavuses ootamatu langus ning septembris ja oktoobris jõudis üllatavalt palju külastajaid ka teistesse maakondadesse, siis seost kirjeldav korrelatsiooninäitaja Harjuma ja ülejäänud maakondade aastase külastatavuse vahel on 0,67, mida loetakse mõõdukaks. Järgneval aastal algas kiire külastatavuse tõus kuu hiljem ehk mais, Harjuma ja ülejäänud Eesti maakondade külastatavusnäitajad olid juba oluliselt tihedamalt seotud, mida kinnitab ka väga tugev korrelatsioonikordaja 0,95. Mõlemal aastal oli enimkülastatud kuuks Eestis juuli ja Harjuma enimkülastatud kuuks august.



Joonis 7. Eesti külastuste ajaline jaotus

3.3 Mitme- ja ühepäevakülastajate jaotus

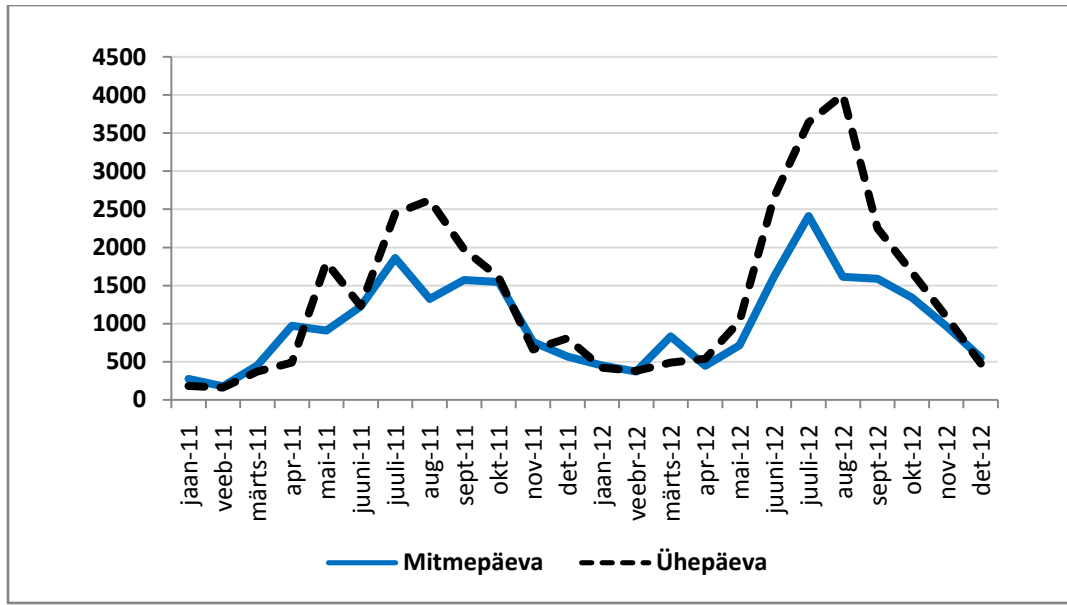
Uurimisperioodi vältel tehtud külastustest enamik olid ühepäevakülastused, moodustades 2011. aastal 55,2% ja järgneval aastal 59,1% kõigist Eesti külastustest. Enam kui ühel päeval Eestis viibinud turistide ehk mitmepäevakülastajate osakaal oli esimesel vaadeldaval aastal seega 44,8% ja 2012. aastal 40,9% (tabel 3). Kõigis Eesti maakondades peale Harjumaa oli mitmepäevakülastajate osakaal valdavalt suurem kui ühepäevakülastajate näitaja. Esimesel vaadeldaval aastal moodustasid Harjumaa külastatavusest 62,6% ühepäevakülastused ning 37,4% mitmepäevakülastused. 2012. aastal tõusis ühepäevakülastuste osakaal veelgi ning samad näitajad jagunesid vastavalt 66,5% ning 33,5%. Külastatavuses poolest teises Eesti piirkonnas ehk Pärnumaal moodustas mitmepäevakülastajate osakaal esimesel aastal 54,9% ning teisel aastal 64,4%. Harjumaast veelgi kaugemal paikneval Tartumaal oli mitmepäevakülastajate osakaal 2011. aastal koguni 77,6% ning järgneval aastal 69,5%. Kahe peamise sihtkoha, Harju- ja Pärnumaa vahel paikneval Raplamaal on mitme- ja ühepäevakülastajate osakaalud mõlemal

vaadeldaval aastal suhteliselt tasakaalus, jäädes esimesel aastal 53% ning järgmisel aastal 54,5% mitmepäevakülastajate kasuks.

Tabel 3. Hiina päritolu mitme- ja ühepäevakülastajate jaotumine Eesti maakondades

	2011 Ühepäeva		2011 Mitmepäeva		2012 Ühepäeva		2012 Mitmepäeva	
	Külastajad	Osakaal	Külastajad	Osakaal	Külastajad	Osakaal	Külastajad	Osakaal
Harjumaa	12240	62,6%	7310	37,4%	16020	66,5%	8080	33,5%
Pärnumaa	680	40,6%	1000	59,4%	830	35,6%	1500	64,4%
Tartumaa	280	22,4%	960	77,6%	280	30,5%	630	69,5%
Lääne-Virumaa	200	33,6%	390	66,4%	270	36,3%	480	63,7%
Ida-Virumaa	320	42,1%	440	57,9%	170	35,6%	300	64,4%
Raplamaa	210	47,0%	230	53,0%	310	45,5%	380	54,5%
Ülejäänud 9 maakonda	430	24,9%	1300	75,1%	780	33,6%	1540	66,4%
Kokku:	14350	55,2%	11630	44,8%	18660	59,1%	12900	40,9%

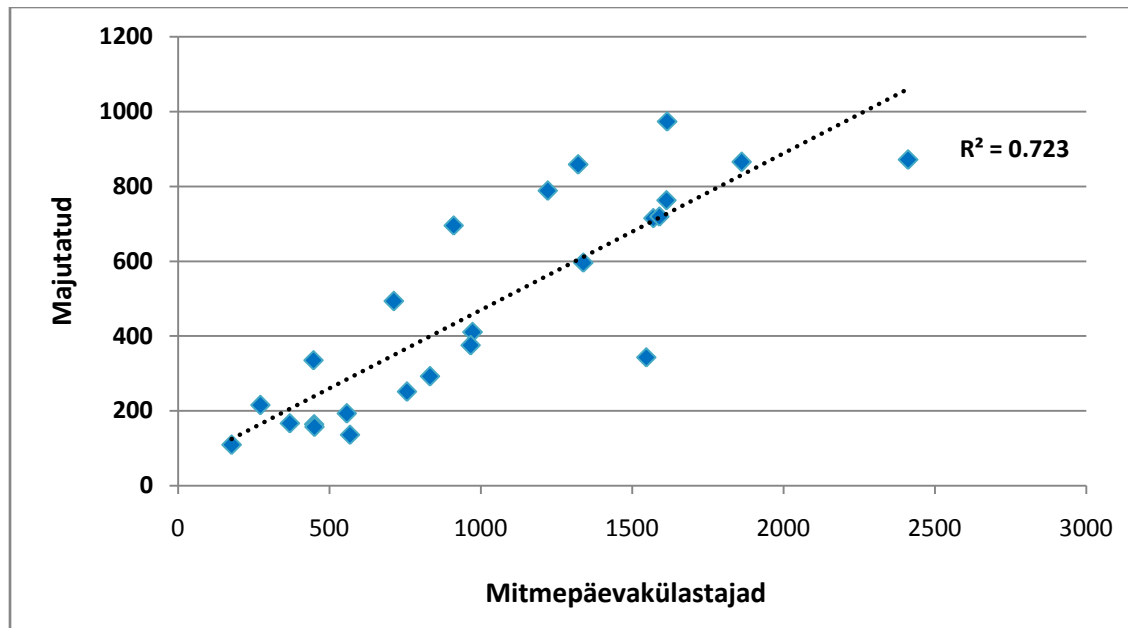
Mõlemal vaadeldaval aastal olid Eestis mitme- ja ühepäevakülastajate osakaalud suurema osa ajast suhteliselt võrdsel tasemel ning märgatavamad erinevused ilmnisid peamiselt alles suvekuudel, kui ühepäevakülastused selge ülekaalu saavutasid (Joonis 8). Uurimisperioodi esimene suurem erinevus ilmnis mais, kui ühepäevakülastajate osakaal moodustas 66,6% ja mitmepäevakülastajate osakaal 33,4% tervest Eesti külastatavusest. Järgneval kuul ehk juunis toimus taas mitme- ja ühepäevakülastajate arvu tasakaalustumine, misjärel ühepäevakülastuste osakaal tõusis jällegi märgatavalt juulis (56,8%) ja augustis (66,5%). 2011. aasta oktoobrist kuni järgneva aasta maini olid mitme- ja ühepäevakülastuste osakaalud suhteliselt võrdsel tasemel ning järsem erinevus ilmnis alles 2012. aasta juunis, kui ühepäevakülastuste osakaal kasvas 62,2%-le. Sarnaselt eelnevale aastale püsis ühepäevakülastajate osakaal kõrgel ka juulis (60,2%) ja augustis (71,3%) ning seejärel algas järk-järguline mitme- ja ühepäevakülastajate osakaalu langus ning ühtlustumine, mis kestis kuni aasta lõpuni.



Joonis 8. Mitme- ja ühepäevakülastajate jagunemine uurimisperioodil

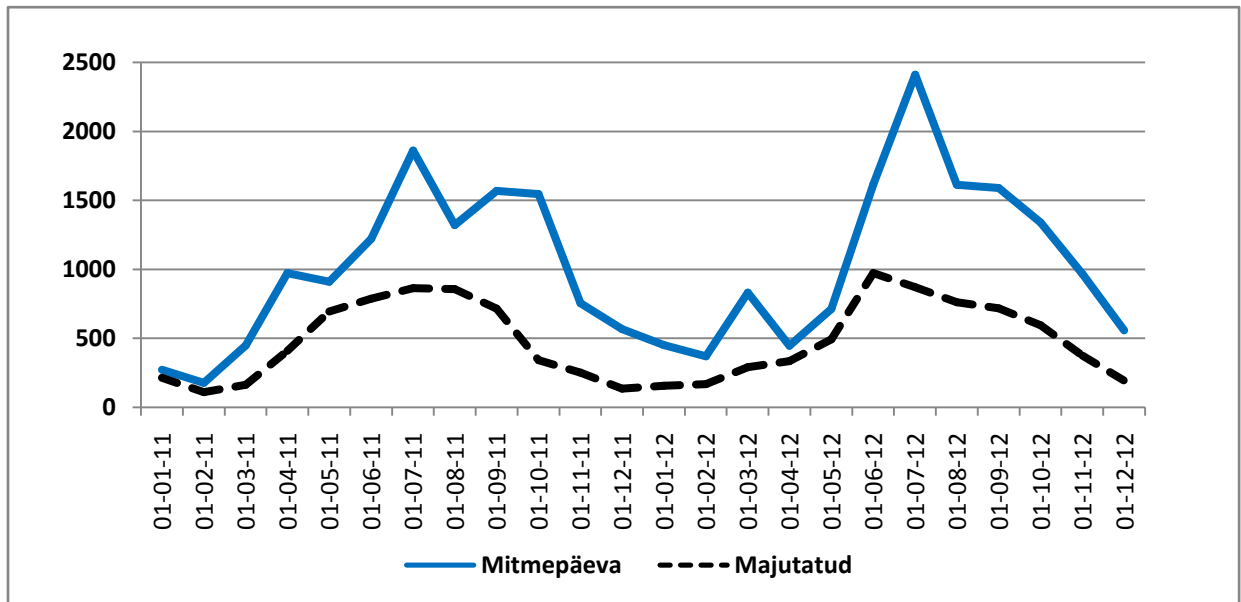
3.4 Mobiilpositsioneerimis- ja majutusandmete seosed

Mobiilpositsioneerimise andmetele tuginedes oli Eestis kahe aasta jooksul kokku 24 530 Hiina päritolu mitmepäevakülastajat ning Eesti Statistika majutusandmete kohaselt oli majutatud kokku 11 480 hiinlast. Kuna mobiilpositsioneerimise andmetel oli mitmepäevakülastajaid majutatud külastajatest enam kui kaks korda rohkem, siis võib eeldada, et need annavad ka täpsema ülevaate pikemalt Eestis viibinud külastajate kohta. Sellest hoolimata täiendavad need andmed üksteist oluliselt, mida iseloomustab ka uurimisperioodi kuude külastatavuse seost kirjeldav korrelatsioonikordaja 0,85 (joonis 9).



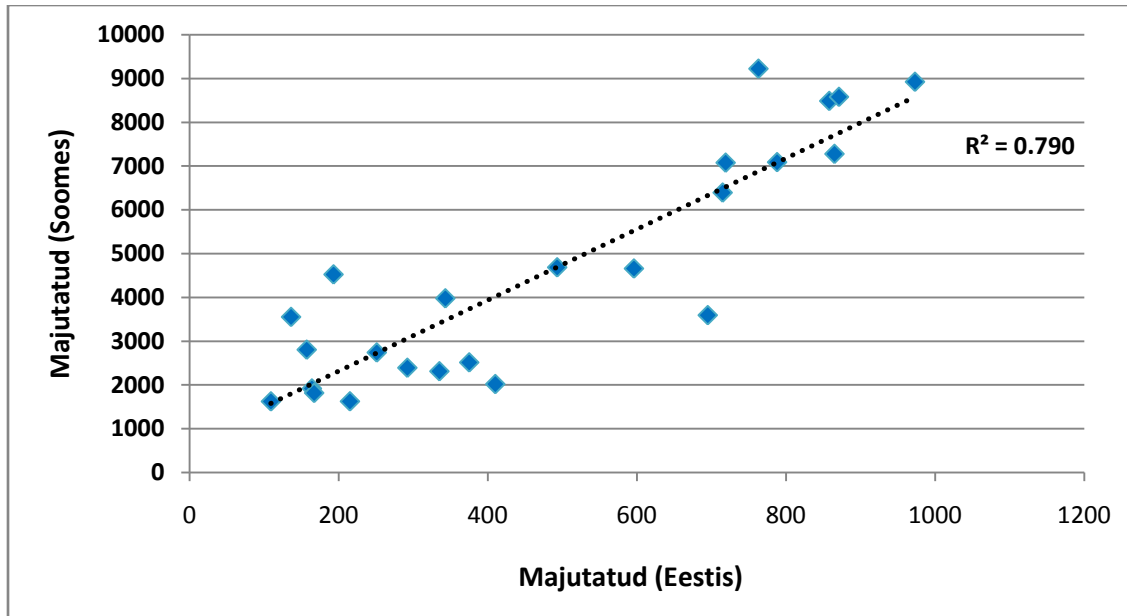
Joonis 9. Mobiilpositsioneerimise andmete seostuvus Eesti Statistika majutusandmetega.

Vaadeldes mobiilpositsioneerimise andmebaasist pärinevaid mõitpäävakülastuste näitajaid kõrvuti Eesti Statistika majutusandmetega näeme, et suures plaanis need seostuvad, kuid esineb ka tähelepanuväärseid erinevusi (joonis 10). Esimene suurem erinevus ilmnes mais, mil majutusandmete põhjal tõusis Hiina külastajate hulk eelneva kuuga võrreldes ligi 70%, samas kui mõitpäävakülastajate andmed näitasid külastatavuse 6%-list langust. Ka septembris ilmnes andmete vahel silmapaistev vastuolu, kui mõitpäävakülastajate arv tõusis ligi 18,8% ja majutatud hiinlaste arv langes 17,7%. Järgneval kolmel kuul oli erinevus uurimisperioodi lõikes kõige suurem, kui oktoobris oli mõitpäävakülastajate näitaja majutusandmete näitajast 351%, novembris 201,2% ja detsembris 317,6% kõrgem. 2012. aastal oli esimene silmnähtav vastuolu aprillis, kui mõitpäävakülastajate hulk langes eelneva kuuga võrreldes 46,3%, samas kui majutusandmete põhjal tõusis külastajate arv 14,7%. Enim küsimusi võib aga tekitada 2012. aasta juuli, mil mõitpäävakülastajaid oli rekordiliselt palju ehk 2410 (võrreldes eelneva kuuga ligi 800 külastajat enam), kuid majutusandmete põhjal toimus hoopis eelneva kuuga võrreldes külastajate 10,5%-line langus.



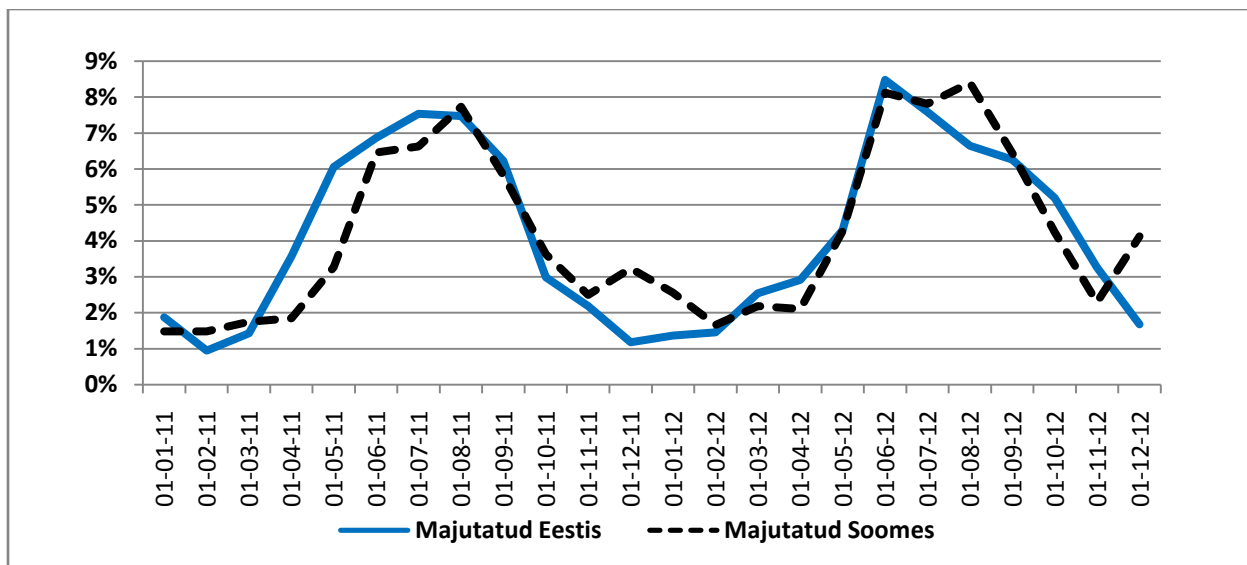
Joonis 10. Mitmepäevakülastajate ja majutatud külastajate võrdlus uurimisperioodi lõikes

Kui Eestis oli kaheaastase uurimisperioodi jooksul majutatud kokku 11 480 hiinlast, siis Soomes oli sama näitaja ligi kümme korda suurem ehk 109 770. Võrreldes Eestis ja Soomes majutatud hiinlaste hulka kuude lõikes näeme, et vastavad näitajad seostuvad tihedalt, mida iseloomustab ka väga tugev korrelatsioonikordaja 0,89 (Joonis 11).



Joonis 11. Eestis ja Soomes majutatud hiinlaste koguarvu seostuvus

Vaadeldes Eestis ja Soomes majutatud küllastajate sesoonset jagunemist võrdsel skaalal, näeme, et erinevused uurimisperioodi jooksul on üpriski väiksed (joonis 12). Kaheaastase uurimisperioodi vältel jäid suurimad erinevused ühe kuu kohta alla 3% ning keskmiseks erinevuseks ühe kuu kohta oli 0,84%, mis kinnitab väga tugevat sesoonset seost kahe riigi mitmepäevaküllastuste vahel. Kõige suurem erinevus ilmneb mõlema aasta detsembris, kui kõigist uurimisperioodi küllastustest tehti Eestis vaid 2,86%. Soomes seevastu oli detsember märksa populaarsemaks külustusperioodiks, mil tehti 7.36 % kõigist uurimisperioodi küllastustest.



Joonis 12. Eestis ja Soomes majutatud hiinlaste sesoonne jaotus.

4. Arutelu ja järeldused

Käesoleva töö puhul on oluline mõista, et kasutatud andmed ei anna täielikku ülevaadet Eestit külastanud hiinlaste kohta, kuid aitavad mõista nende ajalis-ruumilist jaotust. Valitud andmestik kajastab vaid neid külastajaid, kes reisir olles kasutasid EMT võrgus oma mobiilseadmeid või veetsid öö kohalikus majutusasutuses. Kuna Harjumaast eemal paiknevates maakondades oli külastajate hulk kohati väga madal, siis võib eeldada, et juhuslikel külastustel on statistikas suur osakaal ja eriti täpseid sesoonseid seaduspärasid maakondade tasemel seega antud töös otsitud ei ole.

Mobiilpositsioneerimise andmestikule tuginedes moodustasid hiinlased kõigist Eestisse jõudnud väliskülastajatest vaid 0,4%. Hoolimata madalast osakaalust võib prognoosidele tuginedes eeldada, et Hiinast lähtuva turismi kiire kasvutrend kõikjal maailmas jätkub ning hiinlastest külastajate osakaal kasvab iga aastaga oluliselt ka Eestis. Uurimisperioodi jooksul Eestisse jõudnud hiinlastest tegi Harjumaal kõnetoiminguid kokku 3/4 kõigist külastajatest ning ülejäänud maakondadest külastati enim Pärnumaad (7%), Tartumaad (3,7%), Lääne-Virumaad (2,3%), Ida-Virumaad (2,1%) ja Raplamaad (2%). Harjumaast kagu- ja lääne suunas on maakondade külastatavus oluliselt madalam, millest võib järeldada, et hiinlased ei ole väga huvitatud Eesti laiemast avastamisest ning piirduvad tavaturistidele omaselt vaid Tallinna peamiste vaatamisväärsuste külastamisega.

Kui Eesti kogukülastatavus 2012. aastal võrreldes eelneva aastaga 0,6% langes, siis Hiina päritolu külastajate hulk seevastu tõusis 21,5% võrra, mida võib lugeda märkimisväärseks tõusuks. Kümnes Eesti maakonnas tõusis eelneva aastaga võrreldes hiinlastest külastajate hulk, samas kui viies maakonnas toimus selles osas langus. Märkimisväärselt kasvas külastatavus eelneva aastaga võrreldes Harjumaal (23,3%), Pärnumaal (38,7%), Saaremaal (261,1%) ja Läänemaal (137,3%), mis näitab et hiinlased on lisaks Harjumaa ja Pärnumaa vahel reisimisele järjest enam avastamas ka kõrvalasuvat osa Lääne-Eestist.

Külastatavuse mitmekordistumine mõnes maakonnas ei tähenda ilmselt aga sugugi seda, et hiinlased oleksid avastanud uue sihtkoha, mille populaarsus tõusvas joones kasvab. Heaks näiteks on Saaremaa, kuhu 2011. aastal jõudis vaid 210 külastajat ning järgneval aastal juba 750 külastajat ehk enam kui kaks ja pool korda rohkem. Antud juhul oli 2012. aasta puhul kõigil

kuudel veidi rohkem külastajaid kui eelneval aastal, aga selgelt eristusid juuni ja oktoober, mille külastatavused kahe kuu peale kokku moodustasid aastasest tervikust ligi poole ehk 45,8%. Põhjuseid, miks kaks kuud terve aasta külastustest ligi poole moodustavad, tuleks Saaremaa puhul otsida eelkõige kultuuri- ja spordiürituste toimumisest ning kruisilaevade külastustest, mis on kõige tõenäolisemad mõjutajad antud näitajate puhul.

Vaadeldes külastuste sesoonsust näeme, et hiinlased eelistavad Eestisse reisida eelkõige soojemal perioodil ning talvel leidub külastajaid väga vähe. Uurimisperioodi populaarsemateks külastuskuudeks olid juuli ja august, mil tehti vastavalt 17,9% ja 16,5% kõigist Eesti külastustest. Ka juuni, september ja oktoober olid Eestisse reisimiseks eelistatud kuud, samas kui aasta esimesed viis kuud ja kaks viimast kuud on aga Eestisse reisimiseks oluliselt vähem eelistatud. Seda võib põhjendada külmema kliima ja oluliselt vähematraktiivse turismiperioodiga, mille suhtes hiinlased väga tundlikud on.

Võrreldes Harjumaa ja ülejäänud Eesti maakondadest moodustuva terviku külastusnäitajaid kõrvuti, näeme, et 2011. aastal moodustas Harjumaa külastatavus kokku 76,5% ja ülejäänud maakondadest moodustuv tervik kokku 23,5%. Järgneval aastal olid samad näitajad vastavalt 74% ja 26%, mis näitab, et lisaks Harjumaale jõuab järjest enam hiinlasi ka teistesse maakondadesse. Kui Harjumaal oli mõlema vaadeldava aasta puhul külastatuimaks kuuks august, siis ülejäänud Eesti maakondadest moodustunud terviku jaoks oli 2011. aastal külastatuimaks kuuks oktoober ja 2012. aastal juuli. Oktoobri kõrget külastatavust 2011. aastal võib osaliselt põhjendada Tartus Vanamuusika Festivali raames toimunud Keelatud Linna Kammerorkestri (*Forbidden City Chamber Orchestra*) esinemisega. Kuna antud orkestri koosseisu kuuluvad väidetavalt omal alal parimad Hiina muusikud ja õppejõud, siis võib eeldada, et lisaks muusikutele reisis kaasa veel meeskonnaliikmeid ning paljud lähiregioonis paiknenud hiinlased otsustasid seetõttu festivali külastada.

Oluline on teha vahet ka ühe- ja mitmepäevakülastajatel, kuna enamasti omavad mitmepäevakülastajad sihtkoha suhtes suuremat mõju, kasutades rohkem teenuseid ning jättes ka teistel viisidel raha kohalikku majandusse. Kõigist 2011. aastal Eestit külastanud hiinlastest moodustasid ühepäevakülastjad 55,2% ja järgneval aastal juba 59,1%. Vaid Harjumaa puhul on ühepäevakülastajad selges ülekaalus, kus 2012. aastaks oli nende osakaal kõigist Hiina päritolu külastajatest 66,5%. Ülejäänud Eesti maakondadesse reisinud Hiinlased on enam valmis

kohapeal ööd veetma ja nii oli näiteks mitmepäevakülastajate osakaal 2012. aastal Pärnus 64,4% ja Tartus koguni 77,6%. Üldine tendents näitab, et mida kaugemal maakond Harjumaast paikneb, seda suurem on tõenäoliselt ka mitmepäevakülastajate osakaal. Kui uurimisperioodi jooksul oli enamus ajast Eestis tervikuna ühe- ja mitmepäevakülastajate hulk sarnasel tasemel, siis suvekuudel kasvas ühepäevakülastuste osakaal märgatavalt peamiselt Harjumaale tehtud lühikülastuste tõttu.

Mobiilpositsioneerimise andmetel oli mitmepäevakülastajaid majutatud külastajatest enam kui kaks korda rohkem, mis ei tähenda aga, et peaksime uurimiseks vaid mobiilpositsioneerimise andmeid kasutama ning teisi andmeid vältima. Mitmepäevakülastajate ja majutusandmete seost kirjeldav korrelatsioonikordaja 0,85 on antud juhul tugev, mis näitab, et need andmed võivad ka edukalt üksteist täiendada. Suures plaanis need andmed seostuvad, kuid vaadeldes näitajaid kuude lõikes, võime leida mitmeid vastuolusid, mis viitavad selgelt andmete ebatäpsusele mingitel ajahetkedel. Enim küsimusi tekitab 2012. aasta juuli, mil mitmepäevakülastajaid oli rekordiliselt palju ehk 2410 (võrreldes eelneva kuuga ligi 800 külastajat enam), kuid majutusandmete põhjal toimus juulis hoopis eelneva kuuga võrreldes külastajate 10,5%-line langus. Sellised ebakõlad on suurema tõenäosusega tingitud majutusstatistika ebatäpsusest, kuna teadaolevalt võivad osad majutusasutused maksudest kõrvalehiilimise eesmärgil osa külastajaid märkimata jätta.

Teades, et Helsingi lennujaam on Hiina turistide seas väga populaarne, ning Tallinna lennujaamal otseühendused Hiina linnadega puuduvad, siis võib eeldada, et valdav enamus Eestisse jõudnud hiinlastest saavad meie riiki just Helsingi kaudu. Võrreldes Eesti ja Soome majutusstatistikat näeme, et Soomes peatub ligi kümme korda enam hiinlasi kui Eestis, ning väga tugev korrelatsioonikordaja 0,89 kinnitab ka seda, et mõlema riigi külastusandmed on omavahel tugevalt seotud. Vaadeldes Eestis ja Soomes majutatud külastajate sesoonset jagunemist võrdsel skaalal, näeme samuti, et erinevused on väga väikesed, mis viitab selgelt asjaolule, et mida rohkem hiinlasi Soome jõuab, seda rohkem külastatakse ka Eestit. Suurim erinevus kahe riigi näitajate vahel ilmneb detsembris, kui Soome jõudnud hiinlastest vähesed Eestisse edasi reisimise vastu huvi tunnevad, mis on eeldatavasti seotud sellega, et Soome on jõulude ajal üks atraktiivsemaid külastuspaiku regioonis.

5. Kokkuvõte

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks oli uurida Hiina välituristide ajalis-ruumilist jaotust Eestis. Kuna Hiina päritolu väliskülastajaid pole Eestis palju uuritud, siis oli põhiliseks eesmärgiks välja selgitada, palju hiinlasi üldse Eestis käib ja millistesse maakondadesse nad jõuavad. Veel uuriti, kui palju mõjutab sesoonsus hiinlastest külastajate sihtkohavalikuid Eesti siseselt ning kuidas jaotuvad ühe- ja mitmepäevakülastajad nii ajaliselt kui geograafiliselt. Huvi pakkus ka mobiilpositsioneerimis- ja majutusandmete seostuvus ning Eesti ja Soome majutusandmete vahelised seosed.

Passiivse mobiilpositsioneerimis andmetele tuginedes selgus, et Hiina päritolu külastajad moodustasid kõigest Eestisse jõudnud väliskülastajatest vaid 0,4% ning 75,9% neist külastas vaid Harjumaad. Hiinlaste külastusi mõjutas oluliselt ka sesoonsus, kuna külmemal perioodil külastatati Eestit ülimalt vähe ning suvisel perioodil kasvas külastajate hulk madalaima külastusperioodiga võrreldes enam kui kümme korda. Enim külastasid hiinlased Eestit juulis ja augustis, mil nende kahe kuu külastuste kogusumma moodustas kokku 34,4% kõigest külastustest. Ühe- ja mitmepäevakülastajate võrdlemisel ilmnes, et 57,2% kõigest uurimisperioodi jooksul Eestisse reisinud hiinlastest olid ühepäevakülastajad ning 42,8 mitmepäevakülastajad. Vaid Harjumaal olid ühepäevakülastajaid ülekaalus moodustades 64,5% kõigest külastajatest, samas kui kaugemal paiknevate maakondade suunas liikudes kasvas mitmepäevakülastajate osakaal tunduvalt. Majutus- ja mobiilpositsioneerimisandmed seostuvad üldises plaanis palju, kuid omavad kohati ka märkimisväärselt suuri erinevusi, mis tekitavad küsimusi andmete objektiivuses. Eesti ja Soome majutusandmete võrdlus annab tunnistust, et Eestisse jõuavad hiinlased just läbi Soome, mida kinnitab kuude külastatavuse seost kirjeldav korrelatsioonikordaja 0,89, mida võib pidada väga tugevaks.

Käesolevas uurimustöös välja toodud tulemused aitavad paremini mõista Hiina päritolu väliskülastajate ajalis-ruumilist jaotust ning seeläbi ka rohkem nende profiili mõista. Detailsemad teadmised, välisreisidel suuri kulutusi tegevate hiinlaste kohta, aitavad külastajaid juurde meelitada, ning seeläbi suuresti turismisektorile toetuva riigi majandust elavdada. Skandinaavia riigid panustavad üha enam, et hiinlasi oma riiki külastama meelitada, ning tänu Helsingi lähedusele on ka Eestil võimalus sellest oluliselt kasu lõigata.

Tänuavaldused

Suured tänuavaldused oma juhendajale Anto Aasale, kes aitas igakülselt töö valmimisele kaasa, jagades kasulikke teadmisi ja nõuandeid. Tänan veel Positium LBS inimesi, kes töötlesid ja jagasid tööks vajalikke algandmeid.

Summary

China Foreign Visitors in Estonia in The Years 2011-2012 by Mobile Positioning Data

The aim of this thesis was to study Chinese foreign tourists in the temporal-spatial distribution of Estonia. As Chinese foreign visitors in Estonia is not well studied, then it was the main aim to find out how much of Chinese people visit Estonia and into which counties they can reach. Further there has been studied as how much seasonality affects Chinese visitors destination choices in Estonia and how single- and multi-day visitors are distributed both temporally and geographically. It was also interesting to find out how much mobile positioning data is associated with accommodation data and how Estonian and Finnish accommodation data is related with each other.

Based on passive mobile positioning data, it was found that the Chinese visitors formed 0,4% of all the foreign visitors in Estonia and 75,9% of them visited only Harju County. Chinese visits was also largely influenced by seasonality, as the colder period was less visited and during the summer the number of visitors increased more than ten times compared with lowest period. Most Chinese have visited Estonia in July and August, when together the total amount of visits accounted for a total of 34,4% of all visits. The comparison of single- and multi-day visitors revealed that 57,2% of all Chinese visitors were one-day visitors and 42,8 multi-day visitors. Only in Harju County there were more one-day visitors accounting for 64,5% of all the visitors, while the remote regions had more multi-day visitors. Accommodation- and mobile positioning records are strongly related but there are also considerably large differences that raise questions about the objectivity of the data. Comparing Estonian accommodation data with Finnish data, it shows that mostly Chinese arrive in Estonia through Finland, what is confirmed by the correlation of 0,89, which can be considered a very strong.

In this study there is outlined the results that will help us to understand better Chinese visitors temporal and spatial resolution and through that to understand more their profile. More detailed knowledge of the big-spending Chinese people, will help attract even more visitors, and thus to that also boost the country's economy. Scandinavian countries contribute increasingly to attract Chinese people to visit their countries, and thanks to the proximity of the Helsinki, Estonia also has the possibility to get substantial profit from this.

Kasutatud kirjandus

Ahas, R., Aasa, A., Roose, A., Mark, Ü., Silm, S. (2008). Evaluating Passive Mobile Positioning Data for Tourism Surveys: An Estonian Case Study. *Tourism Management*, 29, 469–486.

Ahas, R., Aasa, A., Mark, Ü., Pae, T., Kull, A. (2007). Seasonal tourism spaces in Estonia: Case study with mobile positioning data. *Tourism Management*, 28, 898-910.

Ahas, R., Silm, S. (2010). The seasonal variability of population in Estonian municipalities. *Environment and Planning*, 42, 2527 – 2546.

Ahas, R., Silm, S., Leetmaa, K., Tammaru, T., Saluveer, E., Järv, O., Aasa, A., Tiru, M. (2010). Regionaalne pendelrändeuring. Lõpparuanne. Tellija: Siseministeerium

Arita, S., La Croix, S., Mak, J. (2012). How China's Approved Destination Status Policy Spurs and Hinders Chinese Travel Abroad, Department of Economics, University of Hawaii, Manoa

Atsmon, Y., Ducarme, D., Magni, M., Wu, C. (2012). Luxury Without Borders: China's New Class of Shoppers Take on the World. The McKinsey Chinese Luxury Consumer Survey

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97–116.

Butler, R. W. (2001) Seasonality in Tourism: Issues and Implications. *Seasonality in Tourism*, 5-17, London

Butler, R. W. (1980). The concept of a tourism area cycle of evolution: Implications for the management of resources. *Canadian Geographer*, 24, 5–12.

de Freitas, C.R. (2003) Tourism climatology: evaluating environmental information for decision making and business planning in the recreation and tourism sector. *International Journal of Biometeorology*, 48(1), 45–54.

Guo, Y., Kim, S.S., Timothy, D.J. (2007) Development Characteristics and Implications of Mainland Chinese Outbound Tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research* 12(4), 313-332.

- Gomez, M., Belen, M.** (2005) Weather, Climate and Tourism. A Geographical Perspective. *Annals of Tourism Research*, 32(3), 571–591
- Hsu, C.H.C.** (2007) A model of senior tourism motivations—Anecdotes from Beijing and Shanghai, *Tourism Management*, 28(5), 1262–1273
- Keating, B.W., Huang, S., Kriz, A., Heung, V.,** (2015) A Systematic Review of the Chinese Outbound Tourism Literature: 1983-2012. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32, 1-2, 2-17.
- Kroon, J.** (2012). Eesti Pank: Mobile positioning as a possible data source for international travel service statistics.
- Kuusik, A.** (2011). Segmentation of repeat visitors using passive mobile positioning data: customer loyalty based approach. *Dissertationes Rerum Oeconomicarum Universitatis Tartuensis*, 39. Tartu University Press.
- Lau, L., McKercher, B.** (2004). Exploration Versus Acquisition: A Comparison of First-time and Repeat Visitors. *Journal of Travel Research*, 42(3), 279-285
- Lemendik, L.** (2001). Raadiotehnika 2001. VIII rahvusvahelise telekommunikatsioonipäeva materjalid. Mobile positioning: methods and a study of accuracy improvement for network based positioning. Tallinna Tehnikatülikool, Eesti Elektroonikaühing, 46-53.
- Lew, A., McKercher, B.** (2006). Modeling tourist movements - A local destination analysis. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 403–423
- Lew, A., Hall, M., C., Williams, A., M.** (2004). *A Companion to Tourism*. Blackwell Publishers, Malden
- Lin, V.S., Liu, A., Song, H.** (2015) Modeling and Forecasting Chinese Outbound Tourism: An Econometric Approach, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32, 1-2, 34-49
- Murphy, P., Pritchard, M., & Smith, B.** (2000). The destination product and its impact on traveler perceptions. *Tourism Management*, 21, 43–52.

Nasolomampionona, R.F. (2014) Profile of Chinese Outbound Tourists: Characteristics and Expenditures, *American Journal of Tourism Management* 3(1), 17-31

Positium LBS. (2009). Eesti Pank: Mobiilpositsioneerimisel põhinev turismistatistikute uuring. Tartu.

Saarinen, J. (2004). Destinations in Change. The Transformation Process of Tourist. *Tourist Studies*, 4(2), 161-79.

Siimon, I. (1996). Turisminduse alused. Tartu Ülikooli Kirjastus. Tartu

Tooman, H., Müristaja, H. (2008). Turismisihtkoha arendus ja turundus. Tallinn

Williams, S. (1998) *Tourism Geography*. Routledge, London and New York

Internetiallikad

COTRI (2015). China Outbound Tourism Research Institute. Latest Chinese outbound tourism developments. <http://www.china-outbound.com/120.html> Viimati vaadatud 13.05.2015

EMT (2015). EMT leviala. <https://www.emt.ee/firmast/leviala> Viimati vaadatud 13.05.2015

Finavia (2015a). Finavia provides a gateway between Europe and Asia. <https://www.finavia.fi/en/finavia-corporation/about/> Viimati vaadatud 13.05.2015

Finavia (2015b). Traffic statistics. <https://www.finavia.fi/en/finavia-corporation/statistics/> Viimati vaadatud 13.05.2015

Finnair (2015) Flights to China. <http://www.finnair.com/int/gb/destinations/asia-pacific/china> Viimati vaadatud 13.05.2015

(UNWTO) (2007). World Tourism Organization. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Spain
http://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/4745/8BCE/AD9A/ECA8/048B/C0A8/0164/0B7A/071115_practical_guide_destination_management_excerpt.pdf Viimati vaadatud 13.05.2015

UNWTO (2015a) Understanding Tourism: Basic Glossary. <http://media.unwto.org/en/content/understanding-tourism-basic-glossary> Viimati vaadatud 13.05.2015

UNWTO (2015b). World Tourism Organization. Facts & Figures. Information, analyses and know-how. <http://www.unwto.org/facts/menu.html>. Viimati vaadatud 13.05.2015

UNWTO (2014). World Tourism Organization. Tourism Highlights. 2014 Edition. http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_en.pdf Viimati vaadatud 13.05.2015

The World Bank (2015). World Data Bank. <http://databank.worldbank.org/data/home.aspx> Viimati vaadatud 13.05.2015

Travelmath (2015) Flying time between cities. <http://www.travelmath.com/flying-time/> Viimati vaadatud 13.05.2015

Visitcopenhagen (2015) Survey of Chinese visitors to Scandinavia. http://www.visitcopenhagen.com/sites/default/files/asp/visitcopenhagen/Corporate/PDF-filer/Analyser/Chinavia/chinavia_-_survey_of_chinese_visitors_to_scandinavia_-_final.pdf Viimati vaadatud 13.05.2015

Visitfinland (2015). Yearly nights spent and arrivals by country of residence. http://visitfinland.stat.fi/PXWeb/pxweb/en/VisitFinland/VisitFinland__Majoitustilastot/020_matk_tau_312.px/?rxid=7b27acfb-21d2-4491-8240-6135044d1339 Viimati vaadatud 13.05.2015

Välisministeerium (2015). Eesti majandus- ja kaubandussuhted Hiina Rahvavabariigiga. <http://vm.ee/et/eesti-majandus-ja-kaubandussuhted-hiina-rahvavabariigiga> Viimati vaadatud 13.05.2015

Worldtimezone (2015) GSM Bands information by country. <http://www.worldtimezone.com/gsm.html> Viimati vaadatud 13.05.2015

Word Travel & Tourism Council (2015) <http://www.wttc.org/datagateway/> Viimati vaadatud 13.05.2015

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Laur Nurme

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

Hiina väliskülastajad Eestis aastatel 2011-2012 mobiilpositsioneerimise andmetel

mille juhendaja on Anto Aasa

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Tartus, **23.05.2015**