

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Merili Maasikas

**TURISMISIHTKOHA ARENDAMISVÕIMALUSED
RAKVERE LINNA NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Inna Bentsalo, MA

Pärnu 2013

SISUKORD

| | |
|--|----|
| Sissejuhatus | 3 |
| 1. Turismi sihtkoha määratlus | 6 |
| 1.1 Turismi sihtkoha mõiste | 6 |
| 1.2 Turismi sihtkoha arendamisega seotud tegurid | 11 |
| 1.3 Linn kui turismi sihtkoht ja selle külastamise põhjused | 18 |
| 2. Rakvere linna kui turismi sihtkoha hetkeolukord | 22 |
| 2.1 Rakvere linna kui turismi sihtkoha üldiseloostus | 22 |
| 2.2 Rakvere linna turismirajatiste ja atraktsioonide analüüs | 25 |
| 3. Uuring Rakvere linna kui turismi sihtkoha arendamise võimaluste kohta | 30 |
| 3.1 Uuringu eesmärk, meetod ja korraldus | 30 |
| 3.2 Majutus- ja toitlustusettevõtete seas läbiviidud küsitluste analüüs | 32 |
| 3.3 Intervjuude tulemuste analüüs | 40 |
| 3.4 Järeldused ja ettepanekud | 48 |
| Kokkuvõte | 57 |
| Viidatud allikad | 60 |
| Lisad | 64 |
| Lisa 1. Ankeetküsimustik | 64 |
| Lisa 2. Intervjuude küsimused | 69 |
| Summary | 71 |

SISSEJUHATUS

Turismisihtkoht on turisti poolt reisieesmärgiks valitud koht. Turismisihtkohtade arendamine, ümberkujundamine ja uute sihtkohtade leidmine oleneb turismi valdkonnas tegutsevate spetsialistide teadmistest ja erialasest haridusest. Käesolev lõputöö on koostatud teemal „Turismisihtkoha arendamisvõimalused Rakvere linna näitel.“ Teema valikul lähtus autor selle aktuaalsusest ning asjaolust, et Rakvere linnas on turismi arendamine puudulik tegevus. Teema on aktuaalne, kuna Rakvere Linnavalitsusel on plaanis tõhustada koostööd erinevate valdkondadega, millega turismiteenuse pakkumine seotud on (kultuur, haridus, majandus) oma arengukava kohaselt.

Töö probleemiks on asjaolu, et hetkel on Rakvere turism ja sihtkoha areng suhteliselt ühekülgne ning samuti puudub Rakvere linnal ühtne koordineeriv katusorganisatsioon. Ühtse katusorganisatsiooni puudumine on tinginud Rakvere turismipiirkonna turismiettevõtjate koordineerimata koostöö ning pärssinud ühiste teenuste väljatöötamist. Samuti ei ole loodud ühtset süsteemi turismitegevuse rahastamiseks. Seega on käesoleva lõputöö uurimisküsimuseks: Milline on Rakvere Linnavalitsuse, turismiettevõtjate ja kultuurisündmuste korraldajate omavaheline koostöö ja millised oleksid võimalused Rakvere linna arendamiseks?

Töö eesmärgiks on välja selgitada Rakvere linna kui potentsiaalse turismisihtkoha hetkeolukord ja selle arenguvõimalused, võttes arvesse erinevate huvigruppide ja turismiorganisatsioonide suhtumist eelpool mainitud linnas. Samuti on eesmärgiks teha vastavalt uuringu tulemustele parendusettepanekud turismi arendamiseks. Uurimistööga selgitatakse välja Rakvere linna erinevate turismiasjaliste hinnang Rakverele kui turismisihtkohale, lisaks tuuakse välja eelpool mainitud linna turismiressursid, hetkeolukord ja arendamisvõimalused.

Eesmärgi saavutamiseks seab autor järgmised uurimisülesanded:

- Töötada läbi teoreetilised teemakohased allikad, mille abil määratleda kasutatavad mõisted ja koostada kontekst turismisihtkoha ja linnaturismi käsitletavate allikate põhjal.
- Anda ülevaade Rakvere linna hetkeolukorrast ning kaardistada Rakvere linnas probleemsed ja arendamist vajavad turismivaldkonnad.
- Viia läbi kvantitatiivne ja kvalitatiivne uuring, mis kajastaks turismiasjaliste nägemust Rakvere linna turismiarendust ning milline on Rakvere linna turismiasjaliste koostöövalmidus turismi arendamiseks.
- Teha uuringu põhjal vastavad järeldused ning koostada sobivad ettepanekud turismi konkurentsieelise loomiseks ning edastada antud ettepanekud Rakvere linnavalitsusele ja linna turismiettevõtjatele.

Ülesannete täitmiseks töötatakse läbi mitmesugused kirjandusallikad- nii turismisihtkohtadega seonduvaid ning linnaturismi edendamise kohta. Teoreetilised allikad, mida kasutatakse on nii inglise- kui ka eestikeelsed. Lisaks kasutatakse Rakvere linna kodulehte ja Rakvere Linnavalitsuselt ning kohalike ettevõtjalt saadavat informatsiooni. Töös toetutakse ka seni omandatud teoreetilistele teadmistele.

Töös kasutatakse kvantitatiivset ja kvalitatiivset uuringut, kus meetodiks on valitud ankeetküsitlus ja ekspertintervjuud. Kvantitatiivne uuring viiakse läbi Rakvere majutus- ja toitlustusettevõtete seas. Personaalsed intervjuud tehakse vastavalt teemaga seotud linnavalitsuse, maavalitsuse töötajatega ning piirkonna turismi arengust huvitatud isikutega.

Lõputöö koosneb kolmest sisulisest osast. Esimene peatükk keskendub teoreetilisele osale, mis käsitleb turismisihtkohta ja selle arendamise teoreetilisi lähtekehti. Samuti kajastatakse selles peatükis linnaturismi kontseptsiooni.

Teine peatükk kajastab Rakvere linna turismi hetkeolukorra analüüsi, mille käigus iseloomustatakse ka Rakveret kui turismisihtkohta. Samuti analüüsitakse Rakvere

turismiatraktsioone. Kolmas peatükk kajastab Rakvere linna kui turismisihtkoha arendusvõimaluste uuringuid, selle analüüsi ja mõlema analüüsi põhjal tehtud järeldusi

ja ettepanekuid. Lõputööl on kaks lisa, milleks on ankeetküsitluse näidis Rakvere linna turismiettevõtetega ja kvalitatiivse intervjuu küsimused. Samuti on käesoleval lõputööl inglisekeelne resüme, mis võtab lühidalt kokku töö probleemi, uurimisküsimuse, eesmärgi ning saadud tulemused ja ettepanekud.

1. TURISMISIHTKOHA MÄÄRATLUS

1.1 Turismisihtkoha mõiste

Turismisihtkoht on turisti poolt reisieesmärgiks valitud reisisiht, üks määravaim reisiotsust kujundav mõjutegur. See on koht või piirkond, kus peaks realiseeruma peamine turismireisiga seotud ootus – veeta võimalikult sisukalt oma vaba aeg, puhkus, ärikohtumine, konverents ning kus on olemas reisiotuste täitumist tagavad tooted, teenused, atraktsioonid ja infrastruktuur (Turismigeograafia mõisted 2012). Käesolev alapeatükk annab ülevaate turismisihtkoha mõistetest ja sellega seonduvatest arendamise kontseptsioonidest.

Selleks, et turism toimiks on oluline sihtkoha olemasolu. Iga maakera piirkonnal on olemas omane iseloomujoon, kas siis loodusjõudude või inimtegevuse tulemusena (Gunn 2002: 225).

Turismisihtkohta peetakse unikaalseks ja keeruliseks turismi süsteemis, mis hõlmab teenuseid, ressursse (keskkond, loodus, inimese loodud: koosneb päikesest, merest, maastikust, kultuurist ja puhkealadest), infrastruktuuri, turismirajatisi ja kogemusi. Näiteks Hall defineerib, et sihtkoht on seotud geograafiliste tingimustega nagu näiteks maa, saar või linn ja see terminoloogia on sarnane Vuconicu arvamusele, et sihtkoht on asukoha, tsooni, piirkonna, osariigi või linnaturismi sünonüüm (Anuar 2013).

Sihtkoht koosneb turismi korraldamisest ja tegevusest oma geograafilises piirkonnas (hotellid, transport, atraktsioonid jne). See võib sõna otseses mõttes hõlmata kõike, mis on piirkonnas – inimesi, teisi tööstusi, maastikku. Sihtkoht on nii füüsiline (geograafiline asukoht ruumiliste ja füüsikaliste omadustega) kui ka immateriaalne

sotsiaal-kultuuriline (koosneb selle ajaloost, inimestest, traditsioonidest ja eluviisist) üksus. (Seaton, Bennett 2001: 351)

Kohalik turismi sihtkoht on füüsiline ruum, kus külastaja veedab vähemalt ühe öö. See hõlmab endas turismi osasid nagu näiteks toetavad teenused ja atraktsioonid. Sellel on füüsilised ja halduslikud piirid. Kohalikud sihtkohad kaasavad endaga erinevaid sidusrühmi, sageli ka kohaliku kogukonda. Sageli leidub neis ka juhtiv osapool, kelle eestvedamisel moodustatakse võrgustik ja tekitatakse ulatuslikum ja laiem sihtkoht. (Pike 2008: 25) Sihtkohta nimetatakse ka vaimseks kontseptsiooniks, mis on potentsiaalsete turistide mõtetes. Sihtasutuse tasandil on sihtkohad sisuliselt kogukonnad, mis toimivad kohaliku valitsuse piirides. Mida väiksem on sihtkoht, seda suurema tõenäosusega on see sisemiselt ühtne. (Seaton, Bennett 2001: 351)

Sihtkohta iseloomustavad erinevad turismitooted, mis külastajaid kindlasse piirkonda meelitavad. Turismitoode on oma olemuselt kompleksne toode või toodete võrgustik, mille loomisele aitavad kaasa erinevad organisatsioonid. Kliendi vaatenurgast on turismitoode terviklik kogum kõigest, mida ta reisil olles kogeb. (Turismiettevõtte tooted...2013) Turismitoode sisaldab materiaalseid (hotell, restoran, taristu) ja mittemateriaalseid komponente (erinevad teenused). Sellise turismitoote loomisel, mis turistidele on meelepärane ja mugav, on vajalik mitmete teenusepakujate kaasamine, mis eeldab tihedat koostööd. Turismiressursid ja tooted sõltuvad ka mõningal määral tarbija soovidest ning vajadustest. Turismiattraktsiooniga on tegu siis, kui sellel on olemas kindel väärtus. (Cooper, Hall 2008: 118)

Järgnevalt analüüsitakse turismisihtkoha toote erinevaid tegureid. Atraktsioone võib liigitada looduslikeks (rannad, mäed, pargid, ilm), ehitatud (hooned nagu Eiffeli torn, kultuuripärandi mälestusmärgid, religioossed ehitised, konverentsi ja spordi-rajatised) või kultuurilisteks (muuseumid, teatrid, kunstigaleriid, kultuurisündmused). Atraktsioonideks võivad olla ajaloolised mälestised, looduspargid või kohalik kultuur. Samuti on olemas kogukonna poolt pakutavad atraktsioonid ja teenused, näiteks kultuur, pärand või elustiil. Samuti meelitavad turiste sihtkohta unikaalsus või emotsioonid. (*A practical...*2007: 1)

Selleks, et mõista ja määratleda sihtkoht ja selle atraktiivsus, on oluline eristada omavahel turismi atraktsiooni ja sihtkoha atraktiivsust. Turismi atraktsioone võib määratleda konkreetsete sihtkoha funktsioonide järgi (näiteks kliima, maastikuelemendid, tegevused sihtkohtades jne), millel on võime meelitada külastajaid sihtkohta. Teisest küljest, sihtkoha atraktiivsusel on kognitiivne varjund. Võib ka öelda, et turismi atraktsioonid on sihtkoha atraktiivsuse füüsiline ilming ja sihtkoha atraktiivsus omakorda sihtkoha vaimne pilt, mis on moodustatud olemasolevate füüsiliste atraktsioonide põhjal sihtkohas. Atraktiivsust võib määratleda ka kui sihtkoha võimet pakkuda individuaalset kasu. Sihtkoha atraktiivsus on ka tunnete, uskumuste ja arvamuste peegeldus, mis inimesel on sihtkoha võime kohta rahuldada erilise puhkuse vajadusi. (Krešic 2011: 499)

Leiper on kasutanud terminit „tuumaenergia segu“, kirjeldamaks turistidele kättesaadavaid atraktsioone. Kõikidel vaatamisväärsustel ei ole samasugust väärtust üksikute turistide või gruppide jaoks. Seega võib rääkida hierarhilisest klassifikatsioonist, mis eristab omavahel „esmasid“, „teisi“ ja „kolmandaid“ atraktsioone. „Esmane“ atraktsioon vastab eesmärgile: puhkus ja seetõttu mängib otsustavat rolli sihtkoha valikul. Seevastu „teisane“ ja „kolmas“ ei mängi selles mingit rolli. Vahe nende kahe vahel sõltub sellest, kas turistid teavad neid või mitte, enne kui nad jõuavad sihtkohta. Kõik turistid on ainulaadsed üksikisikud, kes teevad oma pingerea sihtpunktis olevate turismiobjektide kohta. Näiteks mäesuusatamise entusiast võib näha liuvälja kui talvespordi keskust, mis oli teisane atraktsioon, kuid keegi kes mängib jäähokit, näeb seda kui esmast atraktsiooni. (Botti 2006)

Põhiline turismi atraktsioonide klassifikatsioon on näiteks paika pandud UNWTO poolt, mis määrab kõik sihtkoha tõmbejõu faktorid erinevatesse kategooriatesse (Krešic 2011: 499):

- Looduslikud turismiressursid
- Kultuuri- ja ajaloopärand turismid
- Kliimatingimused
- Infrastruktuur
- Turismiteenused- ja rajatised

Kuigi see liigitus on laialdaselt aktsepteeritud, peetakse seda sageli liiga üldsõnaliseks. Seetõttu võib kirjandusest leida mitmeid täiendavaid turismi vaatamisväärsuste klassifikatsioone. On olemas veel kolm peamist turismi atraktsiooni tüüpi või lähenemisviisi (*Ibid*):

- Ideograafiline lähenemine süstematiseerib turismiatraktsioonid vastavalt nende jälgitavatele funktsioonidele, mitte niivõrd abstraktsele ja üldistele omadustele. Parim näide selle kohta, on liigitada atraktsioonid eraldi nimepidi. Sellele liigitusele on omane uuringud orienteerida väiksematele aladele;
- organisatsiooniline lähenemine ei süstematiseeri vaatamisväärsusi vastavalt nende jälgitavatele funktsioonidele, vaid keskendub atraktsiooni võimsusele, ümbritsevatele keskkonnale ja vaatamisväärsuse kestusele. Sellist lähenemist on kõige rohkem kasutatud turismi uuringutel;
- kognitiivne lähenemine süstematiseerib turismiatraktsioonid põhinema turistide tajule ja kogemustele, mis puudutavad neid vaatamisväärsusi. Selline lähenemine on sageli segatud ideograafilise lähenemisega, kuid erinevus on selge. Ideograafiline lähenemine on lähenemine erinevatele nähtustele, mis on olemas ainult ühes, erilises variandis. Lew on väitnud, et "telkimisala" on selgelt ideograafiline atraktsioon, kuid "telkimine" nagu kogemus on rohkem tunnetuslik atraktsioon.

Teine oluline sihtkoha toote osa on mugavused. On olemas lai valik teenuseid ja vahendeid, mis toetavad külastajate viibimist sihtkohas ja mis sisaldavad põhilisi infrastruktuuri osasid, nagu näiteks kommunaalteenused, ühistransport, teedevõrk, majutus, informatsiooni kättesaadavus, rekreatsiooni teenused, giidid, toitlustamis- ja poodlemisvõimalused (A practical...2007: 3). Arenenud kuurortlinnades peavad olema kindlad põhiteenused, hõlmates elektrit, vett, kanalisatsiooni, politsei- ja kiirabiteenuseid. Selliste teenuste pakkumine külastajatele häirib mõnikord aga kohalike elanikke ja võib probleemiks olla planeerijatele, eriti kui külastus on kõrghooajaline. (Kelly, Nankervis 2001: 45)

Turismisihtkohal on oluline tegur kättesaadavus. Transport kuulub turismi nelja peamise kategooria hulka (transport, majutus, toitlustus ja muud teenused). Transporditeenused on hädavajalikud turismisektoris, kuna need pakuvad võimalust

liikuda ühest punktist teise. Peamised võimalused selleks tänapäeval on laevad, lennukid, bussid, rongid, limusiinid, taksod (Ali 2012). Igasugusel turismi teenusel võib olla erinev transpordivajadus.

Oluline turismisihtkoha osa on ka majutus. Ilma majutuseta oleks sihtkoht piiritletud ainult ühepäeva reisijatega. Sihtkoha juhid rõhuvad tihti majutuse arengule, selleks, et meelitada turiste, kes jääks pikemalt sihtkohta. (Kelly, Nankervis 2001: 45) Enamus sihtkoha piirkondi pakuvad mitmesuguseid majutusvõimalusi erinevatele sihtgruppidele.

Üks peamisi põhjusi, miks inimesed sihtkohta külastavad, on unikaalne maine või iseloom. Ei piisa ainult atraktsioonide valikust ja mugavustest, kui kliendid pole nendest isegi teadlikud. Sihtkoha maine hõlmab endas unikaalsust, vaatamisväärsusi, stseene, keskkonna kvaliteeti, turvalisust, teeninduse taset ja inimeste sõbralikkust. Sihtkoha kuvandid koosnevad juurdepääsust, vaatamisväärsustest, kultuurilistest sidemetest, taskukohasusest ja stabiilsusest. (Weaver, Lawton 2002: 79)

Hinnakujundus on oluline aspekt sihtkohtade konkurentsivõimega teiste sihtkohtadega. Hinda määravad tegurid on seotud transpordi, majutuse, vaatamisväärsuste, toidu ja reisikorraldajate teenustega. Turisti otsus võib põhineda ka muudel majanduslikel funktsioonidel nagu valuutavahetus. (A practical...2007: 2) Turism on töömahukas valdkond ja suhtlemine kohaliku kogukonnaga on oluline aspekt turismi kogemusel. Olulised turismisihtkoha elemendid on ka hästi koolitatud turismi töötajad ja linnaelanikud, kes on varustatud ja teadlikud eelistest ja kohustustest, mis on seotud turismi kasvuga.

Sihtkoht kui toode koosneb väga paljudest erinevatele sihtgruppidele suunatud pakkumistest ja võimalustest ning sellise protsessi juhtimine võib osutuda keerukaks. Oluline on välja selgitada sihtkoha kultuurilised, füüsilised ja sotsiaalsed tegurid, mis loovad sihtkohast ühtse terviku ning aitavad planeerida ja läbi mõelda sihtkohale omaseid turundustegevusi. Turismi juhtimine on keeruline tegevus, kuna turismisektoris toimuvad pidevad muutused ning uuendused. (Page 2009: 410)

1.2 Turismisihtkoha arendamisega seotud tegurid

Turismi areng lähtub eelkõige kohalikust ressursist, kohalikest eeldustest, looduskeskkonnast, ajaloopärandist, kultuuripärandist ja algatusvõimelistest inimestest, kes selle kõik turismi teenindusse rakendavad. Igal sihtkohal on oluline leida oma koht üldisel turismimaastikul ja arendada välja just sellele piirkonnale kõige sobivam turismitoode, ning sellega aidata kaasa ka turismipotentsiaali laienemisele. Turismisihtkohtade arendamine, ümberkujundamine ja uute sihtkohtade leidmine oleneb turismi valdkonnas tegutsevate spetsialistide teadmistest ja erialasest haridusest. Turismisihtkohti saavad arendada vaid neid kohti hästi tundvad ja väärtustavad turismispetsialistid (Turismigeograafia mõisted 2012).

Selleks, et suurendada sihtkoha jätkusuutlikkust, on vaja turismi arengut pikemaajaliselt planeerida ning plaani järgi arendada. Turismi planeerimine sihtkoha tasandil tähendab sihtkoha kasutamise muutuste programmeerimist. Planeerimise eesmärk on minimeerida võimalikud negatiivsed mõjud, maksimeerida majanduslik tulu ning kaasata kohalik kogukond turismi arengusse. (Tooman 2008: 18)

Selleks, et arendada vaatamisväärsusi ja rajatisi, vajab iga sihtkoht kava, mis võtaks arvesse külalise juhtimise küsimusi, parkimise võimalusi ja juurdepääsu vaatamisväärsusteni. Sihtkoha kujundus peaks olema kooskõlas kohaliku kultuuripärandi ja elustiiliga, et säilitada koha tunnet ja samuti tuleks suurendada kohalikku arhitektuuri ja kultuuri. Kui arendada turismisihtkoha toodet, peab arvestama järgmiste elementidega: (Godfrey 2000:2)

- Valida autentsed teemad, mis kajastavad kohalikku kultuuri, keskkonda ja inimeste suhteid;
- kindlustada, et areng täidab ka kohaliku kogukonna vajadusi;
- arendada vaatamisväärsusi, mis on atraktiivsed ja konkurentsivõimelised ka pikas perspektiivis;
- nõuda tugevat kogukonna toetust (mitte kehtestama uusi ideid vastuolus kohalike elanikega);
- vältida ideid, mis on olnud edukad mujal, sest edu tuleb just tugevast kohalikust pühendumisest ja entusiasmist;

- valides teemad vastavalt säästva arengu põhimõtetele;
- teavitada kõiki külastajaid turismi plaanidest, eesmärkidest ja juhtimisest.

Tihti on arusaam, et turismi planeerimine kahjustab turismisektorit hävitades ettevõtlust ja innovatsiooni. Praktikas on aga läbimõeldud planeerimine eluliselt tähtis. Planeerimise dokumendid (Human 2012):

- On olulised ja näitavad selgeid seisukohti kohaliku omavalitsuse turismi poliitika suhtes;
- aitavad hõlbustada ja juhtida uute rajatiste arengut, eraldades maa ja kehtestada üldised tingimused, et areng oleks teostatud;
- pakub ja kontrollib avalike teenuste infrastruktuuri, millest turism on sõltuv;
- pakub kindlust ja võrdseid võimalusi kõigile arendajatele ja ettevõtjatele;
- aitab kaitsta ja parandada keskkonda, millest tööstus palju sõltub;
- pakub sihtkohale ja külastuse juhtimisele raamistikku.

Turismi planeerimist rakendatakse erinevatel tasanditel. Riiklikul tasandil on planeerimine seotud riikliku turismipoliitikaga, struktuuri planeerimisega, riigisiseste transpordivõrkudega, suurte turismiatraktsioonidega, turismirajatiste ja teenuste standarditega, investeerimispoliitikaga, turismialase hariduse ja koolitusega ning turismiturundusega. Antud töö on eelkõige keskendunud piirkondliku ja kogukonna tasandi planeerimisele. Turismi planeerimine piirkondlikul tasandil on korraldatud provintside, riikide või regionaalpoliitikaga ja infrastruktuuri planeerimisega seotud asutustega. Turismi planeerimine kohalikul tasandil hõlmab linnasid, külasid, maapiirkondi ja osaliselt vaatamisväärsusi. Selline planeerimine võib keskenduda turismialastele plaanidele, kuurortide maaksasutuse ja muude turismi vaatamisväärsuste planeerimisele. Asendi planeerimise tasand viitab konkreetsetele hoonetele ja struktuuridele, puhkevõimalustele ja ka looduskaitse all olevatele piirkondadele. Sellel tasandil toimub ehitiste disainimine, haljastus- ja projekteerimise planeerimine (*Tourism destination planning* 2012).

Järgnevalt tuuakse välja, miks planeerimine on vajalik. Peamised argumendid on, et planeerimine: (Goeldner, Ritchie 2009: 441)

- Pakub töövõimalusi, nii kvalifitseeritud kui ka kvalifitseerimata, sest see on töömahukas tööstus;
- tekitab välisvaluuta pakkumise vajadust;
- tõstab sissetulekuid;
- tekitab suurema rahvamajanduse kogutoodangu;
- nõuab infrastruktuuri arendamist, mis aitab stimuleerida kohalikku kaubandust ja tööstust;
- õigustab keskkonnakaitset ja selle parandamist;
- suurendab valitsuse tulusid;
- aitab majandust mitmekesistada;
- loob soodsa maailmapildi sihtkohast;
- hõlbustab moderniseerimise protsessi;
- pakub turisti- ja puhketeenuseid, mida võivad kasutada ka kohalikud elanikud, kes muidu ei saaks endale lubada teenuste arendamist;
- annab välismaalastele võimaluse saada hea mulje vähetuntud riigist või piirkonnast.

Goeldner'i ja Ritchie (Goeldner, Ritchie 2009: 454) järgi peaks turismi arendamisel püüdlema järgnevate aspektide poole:

- inimeste elatustaseme tõstmine läbi turismi majandusliku kasu;
- arendada infrastruktuuri ja pakkuda vaba aja veetmise võimalusi külastajate ja kohalike elanike jaoks;
- külastuskeskuste ja kuurortide selline arendamine, mis sobiks nende piirkondade eesmärkidega;
- arendamine, mis oleks kooskõlas riigi või piirkonna valitsuse ja rahva kultuurilise, sotsiaalse ja majandusliku filosoofiaga;
- külastajate rahulolu maksimeerimine.

Turismisihtkoha arendamisel ja edu tagamisel on äärmiselt oluline turismipoliitika. Turismipoliitikat võib defineerida kui määruste, eeskirjade, juhiste, direktiivide, arendustegevuse või edendamise seotud eesmärkide ja strateegiate kogumit. Turismipoliitikaga on võimalik luua raamistik, mille piires kollektiivsed ja individuaalsed otsused mõjutavad otseselt pikaajalist turismi arengut.

Turismipoliitika eesmärgiks on tagada külastajate võõrustamine sellisel viisil, mis maksimeeriks sidusrühmade kasusid minimaalsete negatiivsete mõjudega, tagades sellega sihtkoha edukuse. Samuti on eesmärgiks tagada külastajate võõrustamine sihtkohas sellisel viisil, et see maksimeeriks kasu sidusrühmadele minimaalsete negatiivsete mõjudega, tagades sihtkoha edukuse. Turismipoliitika pakub kõrgkvaliteetset külastuskogemust, tagades samas selle, et sihtkoht ei oleks ohus keskkondliku, sotsiaalse ja kultuurilise tervikuna. (Goeldner, Ritchie 2009: 413)

Selleks, et arendada turismi jätkusuutlikult, läheb vaja pikaajalist poliitikat, mis aitaks tasakaalustada keskkondlike, sotsiaalseid ja majanduslikke probleeme (Edgell 2006: 24). Edasiste poliitikate kujundamisel on tähtis teada, missugused arengud on sihtkohas toimunud eelmistel aastatel, missugustes valdkondades on areng olnud piisavalt kiire ja missugustes ebapiisav.

Turismi arendamisel sihtkohas tuleb arvestada mitmesuguste poliitiliste aspektidega. Igasugune turismi arendamine vajab infrastruktuuri. See võib olla sätestatud valitsusasutuse või erasektori arendaja poolt, mõlemad on põhimõtteliselt poliitilised küsimused. Sihtkoha kohalike elanikke paneb muretsema see, et nende maksuraha kulutatakse osaliselt teede, veesüsteemide, kanalisatsioonide, lennuväljade, sadamate, parkide ja muu infrastruktuuri ehitamisele, mis toob kasu eelkõige turismimajandusele. Halduspoliitika on samuti oluline tegur edukas turismi arengus. Kõik infrastruktuur vajab ka hooldust. Hoolduse tase aga omakorda mõjutab samuti turismi arengut. Valitsus ja erasektor peaksid tegema koostööd, et turismi areng oleks edukas. (Goeldner, Ritchie 2009: 457)

Sihtkoha turismi arengul on oluline luua ühtne turismiorgan või organisatsioon, kes oleks kursis sotsiaalmajandusliku arenguga erinevate turgudega riikides või valdkondades, et pakkuda piisavalt varakult tõenäolist prognoosi turismi nõudluse suuruse, tüübi ja struktuuri kohta. (*Ibid.*:458) Turism on nii keeruline nähtus ja ministriumid on vastutavad selle eest, et leida lahendusi arenguprobleemidele. Üld- ja turismiteenuste hindade stabiliseerumine peaks olema objektiivne, sest hindade tõstmine vähendab automaatselt nõudluse mahtu.

Turismi arendamisel sihtkohas tuleks kehtestada riiklik või rahvusvaheline kava turismi jaoks tähtsate teede jaoks. Vajadusel tuleks ehitada uusi teid, parandada olemasolevaid ja parandada ka liiklusmärkide ja viidamajanduse süsteemi. Samuti tuleks arendada raudteetransporti. Oluline oleks ka parandada maanteed piiripunkte, et tagada sujuvam ülesõitude korraldus. (*Ibid.*)

Sihtkoha majutus peab olema korralikult paigutatud piirkondlikku kavasse. Hotellid on alalised struktuurid ja kaunistavad loodust pikka aega. Planeerimine on olulise kaalutlusega. Hotellide paigutuse planeerimisel on aga oluline intelligentne ruumikasutus. Hotellidel, mis on liiga lähestikku vähendavad vastastikku väärtust.

Tüüpiline sihtkoha arengu protsess hõlmab järgmisi punkte (Richardson, Fluker 2004: 255-257):

1. Võimalike turgude hindamine. See hõlmab kiiret uurimist, et teha kindlaks võimalikud sihtturud ja rahuldada arendajat nii, et oleks piisavalt külastajaid
2. Valida asukoht. Hoonete vaade tuleb valida hoolikalt, kusjuures tuleb arvestada selle sobivusega transpordiga, olemasolevate vaatamisväärsustega, teenuste ja konkurentidega. Arhitektid ja muud disaini professionaalid teevad kindlaks erivahendid, näiteks visuaalsed ilutaimed ja muud maastiku elemendid, mis muudavad maatüki unikaalseks.
3. Selgitada välja võtmeisikud (arhitektid, kinnisvaramaaklerid, advokaadid ja konkurendid) ja mõelda igale ühele kindel roll, mis isikutel võiks olla projekti arendamisega seoses. Arendaja peaks hoidma kontakti planeerimise ametnikega (riigi/territooriumi ja kohaliku omavalitsusega) ja teiste asjaosalistega ning arutleda, mida võiks tõenäoliselt heaks kiita ja mida mitte.
4. Viia läbi turu- ja finantstasuvusuuring. Uuringu eesmärgiks on testida projekti elujõulisust nii, et saab otsustada kas turg toetab uusi rajatisi piisavalt ja toob ka rahalist tulu, mis õigustaks investeeringuid. Turu uuring teeb kindlaks, millist tüüpi ja mis rahvusest turist külastab sihtkohta kõige rohkem, võttes arvesse hooajalisuse tegureid.
5. Planeerida ja disainida kontseptsiooni. See samm on mõjutatud turu hindamisest, mis näitab milline turismirajatis meelitab eeldatavalt kõige rohkem turiste.

6. Dokumenteerida ettepanek. Dokument valmistatakse ette, kus kirjeldatakse projekti detailsemalt ja tehakse vähemalt kolme aasta nõudluse- ja finantsprognoos.
7. Konsulteerida kohaliku kogukonnaga. Kui seda pole tehtud enne projekti planeerimist, siis enne projekti elluviimist peaks seda tegema võimalikult kiiresti. Kohalikul ühendusel peab olema võimalus avaldada arvamust.
8. Tuleb saada vastavad kinnitused protsessile. Jätkuv koostöö asjakohase planeerimist reguleeriva asutusega peab olema säilitatud nii, et see mõistab täielikult ettepanekut.
9. Viia lõpule investeeringute protsess.
10. Arhitektid valmistavad hoone/atraktsiooni dokumentatsiooni
11. Ehitusetapp. Ehituseelne periood on seotud maa ettevalmistusega, juurdepääsuteede ehitusega, arendades kommunaalteenuseid ja nii edasi. Ülesandeks on põhimõtteliselt kooskõlastada ja juhtida erinevaid inimesi (arhitekte, projekteerijaid, maamõõtjaid, ehitajaid, kaupmehi, sisearhitekte, aednikke, kohalike omavalitsuse regulaatoreid jne).
12. Toota tegevuskava.

Selleks, et arendada sihtkohta, tuleb kursis olla tänapäeva turisti sihtkohta meelitamise võimalustega. Üks kiiremini kasvavaid segmente maailma turismi arengus on festivalid ja üritused. Festivalid ja üritused on levinud üle maailma. Erinevad ühiskonnad hoiavad alati oma kultuuris mingit sündmust, olgu see siis festival, turg, paraad, tähtpäeva pidustus, spordi- või heategevuslik üritus. Üritused on turismisektoris olulisel kohal. Need aitavad meelitada turiste sihtkohta ka hooajavälisel ajal ja luua parema arusaama sihtkohast. Ürituste korraldamine on muutumas valdkonnaks, mis muutub üha professionaalsemaks ning sellega luuakse ka uusi töövõimalusi. (Goeldner, Ritchie 2006: 228) Üritustel on võime tõsta turismitaset sihtkohas nii geograafiliselt kui ka hooajaliselt.

Erinevad üritused võimaldavad piirkonnal või kogukonnal tähistada oma ainulaadsust, arendada kohalikku uhkust ja parandada oma majanduslikku heaolu. Sündmused toodavad suurt majanduslikku ja turismialast kasu. Isegi väiksemad linnad võivad korraldada suuri üritusi. Paljud kohalikud festivalid, mis on algselt mõeldud eelkõige kohalike elanike meelelahutamiseks, on hiljem meelitanud ka külastajaid teistest piirkondadest. (*Ibid.*)

Teine võimalik viis inimeste meelitamiseks turismisihtkohta on meelelahutus. Elav meelelahutus on sageli peamine tõmbetegur puhkusereisi ajal. Meelelahutus on tõusnud uuele tasemele puhkuse otsustusprotsessis. Puhkusereisi valikul on muutunud kasvavaks trendiks meelelahutus. Tänapäeva reisija tahab lõbutseda, nautida fantaasiat ja põgeneda igapäeva elu reaalsusest.

Samas peab turismi arendamisel arvestama ka turismisihtkoha taluvusvõimega. On palju selliseid sihtkohti, mida turismi areng on halvasti mõjutanud. Seega on mõistlik parandada negatiivsed mõjud, mida turism ja selle arendamine võib kohalikule elanikkonnale tekitada (Ruhanen 2004: 2). Kogemused on näidanud, et planeerimata ja juhtimata turism viib taluvusvõime ületamiseni (Edgell 2006: 45).

Turismi korraldamises on üha olulisem erinevate huvipoolte kaasamine. Turismi planeerimise käigus toimub koostöö erinevate sidusrühmade vahel, kes võivad kuuluda nii avalikku, era- või vabatahtlikku sektorisse, arvestades ka huvigruppe. Kui erinevad sidusrühmad teevad koostööd, siis on võimalik korraldada läbirääkimisi ja esitada ettepanekuid turismi arendamiseks. (Bramwell, Lane 2000:1)

Sihtkoha organisatsioonide peamine ülesanne on ka turundus. Turunduslikeks ülesanneteks on suurendada külastatavuste arvu ja selle majandusliku kasvu kohalikule elanikkonnale. See nõuab strateegilise turunduse algust, et tõsta potentsiaalse külalise teadlikkust ja huvi sihtkoha vastu. Lõpptulemuseks on reisi kavandamine ning ettevõtmine. (Harrill 2005: 29-30)

Turismi arendamine on ka väga kulukas valdkond. Turismi rahastamise allikaid tuleb selgesti mõista ja selle tarbeks investimisstrateegia sõnastada. Iga piirkonna jaoks peavad olema rahastamise allikad ja lähenemine kindlaks tehtud ning peab jälgima ka teatavaid tegureid. (*National and ...* 2001: 54)

Kokkuvõtvalt saab öelda, et turismisihtkoha arendamine on keerukas protsess, sest sihtkohtade arendamisega peab tegelema pikaajalise planeerimise ja poliitikaga. Samuti võib sihtkohale kaasneda negatiivne mõju.

1.3 Linn kui turismisihtkoht ja selle külastamise põhjused

Järgnevalt antakse ülevaade linna kui turismisihtkoha eripärast. Nüüdisaegne ühiskond on linnastunud ja linnad on ühiskonna tuumikuks. Mitmed majanduslikud, poliitilised, sotsiaalsed ja kultuurilised nähtused sünnivad, arenevad ja toimuvad linnades ja linnastunud ühiskonnas. Enamik maailma rahvastikust elab linnades – eurooplastest koguni kolm elanikku neljast ja paljudes riikides veelgi rohkem. Ka Eestis mängivad linnad ja linnastunud piirkonnad olulist rolli. Iga elanik on kas otseselt või kaudselt mõjutatud linnastunud ühiskonnast. (Jauhiainen 2005: 9)

Linnaturism on väga oluline turismivorm maailmas. Turistid külastavad linnu mitmel otstarbel. Atraktsioonid on linnas olulised tegurid nõudluse stimuleerimiseks ja vaatamisväärsuste ruumiline paigutus on ka esmane tunnus, mis aitab määratleda turismiruumi ja luua kohalikku turismi. Linnaturism ei piirdu siiski ainult vaatamisväärsuste hulgaga sihtkohas. Linnapiirkonnad täidavad tähtsaid funktsioone kogu turismi süsteemis. Näiteks need on peamised väravad nii rahvusvahelistele kui ka kodumaistele turistidele. Linnaturismis esineb kaks põhilist vormi (*Ibid 10-11*):

1. Puhkuse turism, koos selge rõhuasetusega kultuurilistele vaatamisväärsustele ja hariduspoliitilistele aspektidele;
2. Äriturism (messid, konventsioonid, ärikohtumised jne).

Mõnes linnas esinevad mõlemad linnaturismitüübid korraga, teises aga on üks vorm teisest tugevamalt ülekaalus. Hoolimata mõningatest erinevustest on mõlemal vormil ka mõningaid ühiseid elemente. Näiteks keskmine viibimise kestus linnas on lühem kui teistesse sihtkohtadesse (kaasa arvatud suurem osa igapäevasest külastajast) ja keskmised kulutused päevas on kõrgemad.

Mõned linnad on aga sihtkohad ise ja ei sõltu otseselt lähedal asuvast mererannast või mägikuurordist ja kõrval asuvatest looduslikest ja kultuurilistest vaatamisväärsustest. Taoliste linnade turisminõudlus tugineb peamiselt linnakeskusele ja atraktsioonidele, mis meelitavad turiste.

Säästva linnaturismi pakilisemaks küsimusteks on liikluse ja linna korrashoid. Linnaturismi kultuuripärandi säilitamise tähtsus on ilmne, sest see on sageli peamine turismiatraktsioon linnades. (*Indicators of...*2004: 283)

Nüüdisaegset linna iseloomustab globaalsus –ülemaailmse (globaalse) ja kohaliku (lokaalse) sõlmpunktis asumine. Praeguses maailmas on võimalik öelda, et ülemaailmne ja kohalik on üheks sulandunud ning neid aspekte ei ole võimalik üksteisest eraldada. Linnades on palju tähenduslikke kohti. Nende kohtade tiheduse tõttu on linnadest moodustunud loovuse kobarad. See on üks olulisemaid aspekte tänapäevases majanduses ning see muudab linnad ja linnaelu inimestele külgetõmbavaks. (Jauhiainen 2005: 53)

Suurlinn suudab majutada tuhandeid turiste ja neid mitte tähele panna, väikse paikkonna elutegevusele ja identiteedile avaldab mõju palju väiksem turistide hulk. Turismi intensiivsus on paikkonniti väga erinev. Mida kaugemal suurest turismikeskusest on kogukond, seda vähem turism seda mõjutab (tööhõive, lärm, ülerahvastatus, rajatiste ja looduse üleekspluateerimine). Mõned piirkonnad on turismist täiesti puutumata. Seega on ka inimeste hoiakud ja käitumuslikud reageeringud turismi suhtes erinevad, sõltudes nende otsesest või kaudselt kokkupuutest turistidega (Turismigeograafia mõisted 2012).

Linnade arenguvõimaluste vaatenurgast on olulised ka linnapoliitika ja uued valitsemisviisid, millest moodustub linnade kompleksne institutsionaalne baas. Linn on nii füüsiline, majanduslik, poliitiline kui ka kultuuriline nähtus ning linna võib defineerida neljast vaatenurgast – füüsilisest, majanduslikust, poliitilisest või sotsiaalkultuurilisest. Füüsilise määratluse järgi on linn tihedalt täis ehitatud keskkonda. Linnapiirid on seal, kus tihe ehitus lõppeb. Majanduslikust vaatenurgast on linn koht, kus asuvad turg, pangad, poed ja ettevõtted. Linn on ka poliitilis- halduslik nähtus, mille ametlikud piirid on märgitud kaartidele. Linn on tavaliselt poliitiliselt määratletud haldusüksus, näiteks kohaliku omavalitsuse piirkond, mis omab linna staatust. Inimeste elukohana on linn eelkõige sotsiaalne ja kultuuriline nähtus, kus sünnivad ja arenevad uued moed ja kultuurid. (*Ibid:* 53- 59)

Viimase kahe sajandi jooksul on linnaturism suuresti kasvanud. Vanasti olid linnad kaubanduse, vaba aja, valitsuse ja õppimise keskusteks, ning need meelitasid ka külalisi

kaugemalt. 19. sajandil võõrustasid suured linnad mitmeid rahvusvahelisi kaubanduse näituseid, mis ergutas nii kodumaiseid kui ka välisriikide külastusi. Raudteede kasutuselevõtt ühendas kõiki peamisi Euroopa linnu, soodustades veelgi äri- ja vaba aja turismi. (Beioley 2012)

Linnaturism erineb veidi teistest turismiliikidest. Linnaturismi reisirid on lühemad kui keskmised. Keskmiselt veedab turist linnas kolm ööd või vähem. Linnades kulutatakse rohkem raha. Inimesed reisivad linnadesse mitmetel põhjustel (näiteks kõrge väärtusega on ärireisirid, mille peale kulutatakse keskmisest rohkem raha). Linna kontekstis on kõik reisirid suuremate kulutustega, kuna hinnad on kõrged ja on palju erinevaid võimalusi raha kulutamiseks. Samuti on linnaturismi muster on vähem hooajaline võrreldes turismiga tervikuna. Pooled kogu linnaturismi reisirid toimuvad oktoobrist märtsini. (*Ibid.*)

Linnaturismi reisirid sõltuvad ka rohkem ühistranspordist, kus viiendik reisirid toimuvad rongidega. See on tunduvalt suurem võrreldes turismiga tervikuna. Linnades on palju suurem teenindusega majutuse kasutamine. Iseteenindust pakkuvaid majutusasutusi praktiliselt polegi. Üle poolte linna reisirid põhinevad sõprade ja sugulaste külastamisel. (*Ibid.*)

Linnad on arenenud füüsiliselt läbi sajandite. Samuti on muutunud arusaamad sellest, mis linnad on ja kuidas need toimivad. Erinevad ideed ja mudelid linnadest ei ole lihtsalt vahendid kirjeldamiseks ja analüüsimiseks, kuid need mõjutavad ka seda, kuidas inimesed linnadest mõtlevad. Turism linnades on enamasti koondunud kindlatesse piirkondadesse, mitte hajunud ühtlaselt üle linna. Tavaliselt, kui turistid linna küllastavad, siis tähendab see kindlate piirkondade küllastust, tavaliselt keskust. Leidub vähe turiste, kes veedaksid aega äärelinnas. Turisti piirkonnad on sageli temaatilised ja kavandatud selleks, et meelitada turiste, jättes hea mulje. Linnade maastik on paratamatult sümboliseerivalt rikas, et saavutada oma mõju läbi ruumilise paigutuse, arhitektuuri mustri ja monumentidega. Linnu on alati küllastanud inimesed, kes nendes ei ela ning peamiseks funktsiooniks on olla teeninduskeskuseks linna ümbritsevatele aladele. (Ritchie, Crouch 2003: 111)

Swarbrooke (1995, viidatud Law 2002: 74 vahendusel) on jaganud linnas olevad turismiattraksioonid kahte tüüpi: sellised atraktsioonid, mis on ehitatud otstarbega meelitada külastajaid ja need, mis algselt ei olnud mõeldud turistidele, kuid hiljem on muutunud selliseks. Esimete hulka kuuluvad muuseumid, kunstigaleriid, muinsuskaitsekeskused ja teemapargid. Ja viimaste hulka kuuluvad katedraalid, kirikud, ajaloolised ehitised, arheoloogiamuuseumid, aiad jne. Avalik sektor on üks olulisemaid vaatamisväärsuste pakkujaid, kus kõige silmapaistvamalt on esindatud muuseumid ja kunstigaleriid. Muuseumid pärinevad enamasti 17. sajandist, kui mõned monarhiirigid andsid juurdepääsu riiklike kogude maalidele, skulptuuridele ja dekoratiivsele kunstile. (Law 2002: 74)

Erasektoris olevad vaatamisväärsused tegutsevad kindlasti kasumi teenimise eesmärgiga. Sellised atraktsioonid toimivad äriatel alustel. Erasektori külastaja atraktsioon peab hõlmama kõiki jooksvaid kulusid, tasuma võlad konstruktsioonilt ja tagastama kasumi oma aktsionäridele. Kõik see saavutatakse enamasti turismilt tuleva sissetuleku eest. Erasektori vaatamisväärsused on tavaliselt suuremahulised, suure külastajate arvuga ja nende puhul on oluline meelelahutuse või rõõmu mõõde. (Law 2002: 77)

Kokkuvõtvalt võib öelda, et linnaturism on säilitanud oma keskse positsiooni turismisihtkohtadena suuruse ja mitmete kohapealsete võimaluste tõttu. Linnades on paremini arendatud tooted ja teenused, mis meelitavad turiste sihtkohta. Samuti on linnades paremini arenenud atraktsioonid.

2. RAKVERE LINNA KUI TURISMISIHTKOHA HETKEOLUKORD

2.1 Rakvere linna kui turismisihtkoha üldiseloostus

Eelmises peatükis toodi välja sihtkoha tõmbejõu faktorid ja need olid jagatud erinevatesse kategooriatesse UNWTO poolt. Järgnevas alapeatükis tutvustatakse linna kui turismisihtkohta. Tuuakse välja Rakvere peamised turismiteenused- ja rajatised. Tutvustatakse samuti linna infrastruktuuri. Tuginedes eelnevale teooriale, et oluline on ka sihtkoha maine, tutvustatakse lugejale Rakvere tunnuslauset ja mainekujunduskampaaniat.

Rakvere linna üldiseloostus on koostatud tuginedes Rakvere linna arengukavale, Rakvere linna kodulehele ning linnavalitsusest ja erinevatelt ettevõtelt saadud informatsioonile. Antud alapeatükk annab ülevaate Rakvere linnast kui turismisihtkohast, mis on käesolevas töös ka uuritavaks objektiks.

Rakvere on Eestimaa üks vanemaid linnu – esmamainimine 1226.a, linnaõigused 1302. aastast. Linn asub Põhja-Eestis Tallinna-Narva-Peterburi maanteest lõunas (kaugus Eesti Vabariigi pealinnast Tallinnast on 98 km ja Peterburist 274 km) ning on Lääne-Viru maakonna administratiiv-, majandus- ja kultuurikeskus. Linna pindala on 10,64 ruutkilomeetrit, millest 153 ha moodustab linnale kuuluv metsamaa (Rakvere linna koduleht 2012).

Esimese jaanuari 2010 seisuga on Rakvere linna rahvaarv 16948 inimest. Tööealine elanikkond (16-64 a.) moodustab elanike arvust 65,6 %, alaealised (alla 16 a. vanad) 17,3 % ning pensioniealised (65 a. ja üle selle) 17,10 % (*Ibid*).

Rakvere on jaotatud 19 linnaosaks, seda nii piirkondade paremaks eristamiseks kui ka linnavõimu ja linlaste koostöö huvides. Linnaosavanemad tegutsevad ühiskondlikel alustel (nad on määratud Majaomanike Seltsi poolt). Enamik linnaosade nimesid on ajaloolised. Rakvere tuumiku moodustavad kolm kõrvuti asuvat linnaosa – Vanalinn, Südalinn ja Õpetaja heinamaa. Keskajast pärinev Vanalinn hõlmab Vallimäe, selle idajalamil paikneva Pika tänava piirkonna ning põhjas kunagise Rakvere mõisa koos Teatrimäe ja Rahvaaiaga. (vt lisa 3). Seal asuvad linnavalitsus, maavalitsus, enamik Rakvere ajaloolisi vaatamisväärsusi, muuseumid, teater ja rahvamaja, kirik, samuti palju mälestusmärke (Rakvere linna koduleht 2012).

Linnaruumilise identiteeti loova väärtusena on käsitletud esiteks kindla määratletava iseloomuga ruumilõike, mis võivad olla nii äratuntavalt füüsilised kui kanda teadmiste ja emotsioonide tasandil moodustavat tähendust. Teiseks loovad linnale identiteeti üle linna korduvalt esinevad ja talle karakterit andvad hoonetüübid või kujundusvõtted. Linnaruumiliste identiteetide kaudu on kirjeldatav Rakvere eripära. (Rakvere linna arengukava...2012: 17)

Tihedalt hoonestatud Südalinn paikneb C.R. Jakobsoni, Tallinna, Võidu ja Tuleviku tänava vahel. See on eelkõige ärikeskus, kus paiknevad kauplused, turg, toitlustus-, teenindus- ja meelelahutusasutused, pangakontorid, postkontor, politseiosakond ja bussijaam, samuti 2004. aastal valminud moodne keskväljak (ametlik nimi-Turu plats). Linna põhjapiiril tegutseb alates 2004. aastast väikelennukite lennuväli. (Rakvere linna arengukava...2012: 17)

Rakvere linnas on traditsiooniliselt hästi arenenud teeninduse ja kaubandusega tegelevad ettevõtted, tuntud on siinsed toiduainete-, puidutöötlemis- ja õmblustoodete tootjad, elektroonikatoodete valmistajad, ehitusettevõtted jpt. Rakvere linna suurim tööandja on uksetootja JELD-WEN Eesti AS, kes annab tööd 700 inimesele. Toiduainetootjatest on tuntud pagaritoodete ja kookide tootja Pihlaka AS, Virumaa Suurköök OÜ jne (Rakvere linna koduleht 2012).

Äriregistri andmetel on Rakvere linnas registreeritud: 42 aktsiaseltsi, 1206 osühingut, 10 tulundusühingut, 8 täisühingut, 13 usaldusühingut, 358 füüsilisest isikust ettevõtjat, 1

välismaa äriühingu filiaal; 493 mittetulundusühingut, 9 sihtasutust.(Rakvere linna koduleht 2012).

Rakvere linn on väikese linna kohta suhteliselt hästi arenenud nii majanduslikult, sotsiaalselt kui kultuuriliselt. Linnal on soodne asukoht Põhja-Eestis, kus on olemas kõik vajaminevad teenused ja võimalused.

Turismiinfo korraldamise eeliseks on maakondliku Turismiinfokeskuse paiknemine Rakveres. Siseturismiga tegelevad kohalikud reisibürood, millest pooled korraldavad ekskursioone Lääne-Virumaale. Reisibüroode andmete põhjal pole huvi selle piirkonna vastu eriti suur, Rakveret teatakse pigem vähe, pigem tuntakse huvi Lahemaa ning mõisate vastu. Alates 1993. aastast tegeleb Rakveres ja Lääne-Virumaal giidide atesteerimisega Viru Giidide Ühing. Giidide hulgas on esindatud eesti, soome, vene, inglise, saksa ja rootsi keel. (Rakvere linna arengukava...2012)

Kõige rohkem on Rakveres ööbinud eestlasi ja soomlasi. 2010. aastal oli statistikaameti andmete põhjal Lääne-Viru maakonnas majutatute ööbimisi 145 675 ja 2011. aastal oli see arv veelgi tõusnud 163 987-le. Põhja-Eestis reisitakse põhiliselt eesmärgiga puhata, kuid Lääne-Virumaad külastavatest reisijatest üle poole on reisinud töö eesmärgil. Näiteks 2010- ja 2011. aastal oli Lääne-Viru maakonnas 28 protsenti majutatutest tööreisil. Põhjuseks on tõenäoliselt fakt, et korralike majutusasutuste puudumise tõttu Ida-Virumaal ööbivad väga palju sealsete ettevõtetega seotud ärimehed Rakveres. Rakveres tegutseb 9 majutusettevõtet. Esindatud on hotell, külalistemaja, hostel, külaliskorter ja kodumajutus. Majutusteenuse järgi on Rakveres suur nõudlus – majutusasutuste täituvus on 55 %, kõrghooajal isegi kuni 95%. Rakverel on hea bussühendus teiste suuremate Eesti linnadega. (Rakvere linna arengukava...2012)

2004. aasta alguseks oli linnavalitsusel selge seisukoht- Rakvere vajab oma tunnuslauset, sellele vastavat reklaamlogo ja sellega seotud visuaalset identiteeti. Sama aasta kevadel töötas reklaamibüroo Korpus välja tunnuslause „Rakvere – väge täis“ koos logo ja stiiliraamatuga. Tunnuslause ja visuaalse identiteedini jõudmisele eelnes põhjalik eeltöö – Korpus tellis EMOR-ilt alusuuringu, mis selgitas välja Rakvere tuumsümbolid. Küsitlusse kaasati nii Rakvere elanikke kui ka inimesi mujalt Eestist (Rakvere linna koduleht 2012).

Rakverel on ka oma tunnuslause ja sellele vastav reklaamlogo „Rakvere-väge täis“. Tunnuslause ja visuaalse identiteedini jõudmisele tehti ka uuring, mis selgitas välja Rakvere tuumsümbolid. Tarvas on Rakvere vanim teadaolev märk. Tegemist on dünaamilise, teistest eristuva ja kõige laiemat meediakõla võimaldava logoga. Tarvas tähendab ürgveist, kes oli jõu, väe ja viljakuse sümbol. Tarva püstine asend väljendab liikumist, edasipürgimist, üleküllast jõudu ja kindlat vastuseisu survele. Samas väljendab tarvas seda, et linn omab suurel hulgal majanduslikku, vaimset ja demograafilist ressursi (Rakvere linna mainekujunduskampaania...2012).

Tarva logo on vägagi eripärane ja ütleb midagi ka sellisele inimesele, kes ei tea Rakverest midagi. Rakvere märgi loomisel on paljuski arvestatud linna ajalooa. Rakvere on korduvalt maatasa tehtud, aga linlaste jonn on selle alati varemeist tõstnud. Linnal on omapärane ja tugev ajalugu. Samuti on Rakverel mõõkade ja piinakeldriga linnus, kahur, tarva kuju, mehine teater, mille põhjal sobibki Rakvere logoks punasele taustale asetatud tagajalgadel tarva siluett.

2.2 Rakvere linna turismirajatiste ja atraksioonide analüüs

Käesolev alapeatükk annab ülevaate Rakvere peamistest turismiatraksioonidest. Eestis on palju erinevaid turismiressursse. Rakvere linnas leidub turismiatraksioonide mitmekesine valik. Esindatud on loodus-, kultuuri- ja ajalooatraksioonid, üritused ja aktiivsed tegevused.

Vanalinn on linna ajalooline keskus. Rakvere ajalooline keskus võeti arhitektuurimälestisena riikliku kaitse alla 1973. aastal. Rakvere linna vanim asustus paiknes praegusel Teatrimäel. Rahvapärimuse järgi asunud seal kunagi kauges minevikus linnavärv, mida valvasid kahel käpal kõndivad karud. Teatrimägi on umbes 10 km pikkuse Rakvere-Koeravere oosistu kõige põhjapoolsem astang. Teatrimägi on Rakvere linna üks vanimaid paiku, kus elati juba meie ajaarvamise alguses. 16. saj esimesel poolel oli siin frantsiskaanelaste mungaklooster. (Rakvere linna koduleht 2012)

Täna tegutseb selles hoones rahvamaja, millele tehti uuenduskuur 2005. aastal. Teatrimaja avati 24. veebruaril 1940 piduliku aktuse ja balliga. Rakvere Teatris on läbi aegade töötanud paljud nimekad lavainimesed. (*Ibid*) Rakvere Teatri puhul on tegemist Eesti väikseima ja maailma idapoolseima eestikeelse teatriga. Läänud sajandi lõpul

näitlesid Rakvere laval profinäitlejatega võidu prominendid, kes olid koondunud teatriklubiks. Näitlesid linnapead, maavanem, tippfirmade tippjuhid, kohtu esimees, maksuameti juht, riigikogu saadik ja hilisem minister. Neid ühendas usk Rakvere teatrisse. Aasta 2005 teoks tunnistati Rakvere teatrimaja renoveerimine, millel oli väike eripära sees. Nimelt tervitavad uksele iga tulijat skulptuuridena pronksist teatrijuhid.

Rakvere Teater on kahe saaliga repertuaariteater linnas, milles on elanikke 17000.

Teatri kavast leidub alati nii lastelavastusi, Eesti dramaturgiat, maailma näitekirjandust kui ka komöödiaid. Lisaks teatrile tegutseb ka Teatrikino, Teatrikohvik ning üle aasta toimub rahvusvaheline teatrfestival „Baltoscandal“. (Rakvere linna koduleht:2012)

Rakvere üheks olulisemaks turismiatraktsiooniks võib pidada Vallimäel asuvat pronkstarvast. See avati Rakvere linna 700. juubelisünnipäeval 2002. aastal. Pronkstarvas on viis meetrit kõrge ja seisab graniitalusel, mille külgedelt saab lugeda olulisi andmeid Rakvere ajaloost, ühtlasi leiduvad seal skulptuuri heaks annetusi teinute nimed. Tarva kuju asub seal kõrgel valliserval seetõttu, et muistsete eestlaste linnus Vallimäel kandis nime Tarvanpää. (Kirss 2007: 24) Eesti suurimat pronksskulptuuri on kokku seitse tonni ja pikkust seitse meetrit. Avapidu tõi muiste vallimäe nõlvadele nii Eesti presidendi kui ka Rakvere elanike arvust suurema uudistajate hulga kogu Eestist ja naaberriikidest.

Teine oluline turismiatraktsioon Rakveres on linnus, mis on saanud Põhja- Eesti üheks suurimaks turismimagnetiks nii suvel kui talvel. Linnus pakub üheaegselt nii ehedat ajalugu kui ka atraktiivseid ja põnevaid väljapanekuid ning ajalooteemalisi tegevusi. Avatud on veinikelder, piinakamber, surmatuba ja põrgu. Hoovis on ka kahur Ööbik, puidust piinamistorn, kiviheitemasin ja palju muudki. Turismialaselt on prioriteetseteks elluviidavateks tegevusteks esiteks linna peamise turismimagneti – Vallimäe kompleksi – turismi toetava tugiinfrastruktuuri väljaarendamine. (Kirss 2007: 29)

Rakvere Vallimäel toimus ka 2008. aastal Punk laulupidu, kus tuntud Eesti punklaule esitati laulupeo formaadis kooride poolt. Punk laulupeo idee autoriks ja teostajaks oli Üllar Saaremäe. Peo eel toimus rongkäik Rakvere kesklinnast Rakvere Vallimäele. Laulupeo avas president Toomas Hendrik Ilvese kõne. Peo alguses avati ka

punkvabadussammas. Üritusest võttis osa 71 laulukoori 1700 lauljaga. Tegemist oli äärmiselt suure üritusega, mis aitas Rakveret kui turismisihtkohta veelgi paremini reklaamida. 2012. aasta suvel toimus ka Punk laulupidu.

Kolmainu kirik on kindlasti üks Rakvere suurimaid vaatamisväärsusi. Ehitatud Tallinna meistrite poolt 15. sajandi alguses ja muidugi gooti stiilis, on kirik üle elanud kaks suuremat hävingut. Liivi sõjas jäi ta lausa varemeisse ja taastati alles pärast rootsi aja lõppu. Põhjasõjas põlesid ära tornikiiver, katus ja puidust vahelaed. Kiriku interjööris hakkab kindlasti kõige esmalt silma 1730 Johann Valentin Rabe tehtud altar. (Kirss 2007: 47)

Kui Rakvere linn keskajal linnamäelt allapoole laienes, oli Pikk tänav viie sajandi keskel Rakvere peatänavaks. Mitmel erineval ajastul ümberehitatud majade hulgas võib leida omapäraseid hooneid. Pikk tänav oli peamine Rakvere äritänav, kus asusid pank, kauplused, restoranid ja võõrastemajad. Rakvere Pikk tänav on tähtis kogu Eesti ärkamisajale ja seda käivad aastaringselt uudistamas paljud turistid.

Rakveres asub ka Rakvere Linnakodaniku Majamuuseum. Maja kahes kolmetoalises korteris näeb rakverlaste igapäevaelu kahel perioodil – 20. sajandi alguses ja 1920.-1930. aastatel. Neist vanemas on sisustatud saaliruum, magamis- ja söögituba ning köök. Eestiaegses korteris leiduvad veel peale elutoa ja köögi veel rätsepa töötuba ja lastetuba. Hoovil asuva kõrvalhoone väikeses kojamehekorteris tegutseb kingsepp. Pidevalt vahelduvad väljapanekud pakuvad külastajatele võimalust küll endisaegsel moel pesu pesta, suure pesurulliga rullida, kangast kududa jne. Aeg- ajalt eksponeeritakse fotosid Rakverest ja rakverelastest, kunsti, vanu dokumente jne. (Kirss 2007: 67)

Rakvere tammik on üks väheseid Põhja-Eestis säilinud tammemetsi. Arvatakse, et kunagi oli seal kaugete esivanemate püha hiis. Täna on tammed on pärit viimasest sajanditest, paljud istutatud alles mõne aastakümne eest. Tegemist on maastikukaitsealaga, kus on väga liigirikas linnustik. Tammikus asub ka mälestusmärk „Okaskroon“, mis on püstitatud nõukogude võimu aastatel alusetult repressioonide mälestuseks. (Kirss 2007: 69)

Kastani puiestee lääneserval asub Rakvere spordikeskus. Esimese staadioni rajasid kohalikud spordiseltsid linnavalitsuse ja kaitseliidu toel. Maja autor on arhitekt Andres Kask. Uue staadioni 2000 istekohta mahutavate tribüünide põhjaotsas ja all asub kergejõustiku sisemanež jooksuradade ning hüppeplatsidega. Spordihall on suuruselt Eesti teine. (Kirss 2007: 122) Aastal 2006 tegi Rakvere ajalugu ka Euroopa esimese meestelaulupeoga. 2010. aastal toimus Rakvere staadionil ka teine meestetantsupidu, mis kandis pealkirja „Elementaalne“. Tantsupeost võttis osa 3000 tantsijat. (Rakvere linna koduleht 2012)

Lisaks spordihallile on Rakvere Spordikeskuse hallata linnas veel kaks väiksemat spordisaali, staadion kergejõustiku ja jalgpalli harrastamiseks, tennisstaadion, talvine uisuväljak, terviserajad, rannavolleplatsid, sisekergejõustikuruum ja laste mänguväljakud.

Sellest, et Rakvere linnas on sportimine väga olulisel kohal, annab tõestust ka igal aastal korraldatav „Ööjooks“. Ööjooksu puhul on tegemist Eesti lähiajaloo osavõtturekordiga traditsiooniliste jooksuüritustega Lääne-Virumaa pealinnas, Rakveres, mis tõi eelmisel aastal avastarti 2274 täiskasvanut ja 249 last. (Ööjooksu tunnuslauseks...2012) Ööjooks on selgelt üle-eestiline suurüritus ja omab kindlat kohta Eesti suurimate rahvaspordiürituste seas.

Rakvere üks omanäolisemaid vaatamisväärsusi on kindlasti uus keskväljak. Vanast turuplatsist kujunes algusest peale linna keskväljak. Kõrvuti turu- ja laatadega toimusid seal tuletõrje- ja sõjaväeparaadid, rahva meeleavaldused, kontserdid. Uus keskväljak sai enam-vähem valmis 2004. aasta võidupäevaks. Siis toimus seal suurejooneline võiduparaad, mis oli pühendatud ajaloolise Võnnu lahingu 85. aastapäevale. Ühtlasi oli see esimene võidupüha paraad, mis peeti NATO-sse ja Euroopa Liitu kuuluvas Eestis. Paraadi võttis vastu endine president Arnold Rüütel. (Kirss 2007: 128)

Väljaku ala on jaotatud munakividest ringidega erinevateks osadeks. Selle valgustamiseks on iga ringi kohale riputatud suur kollane latern. Samuti on keskväljakul purskkaev ja laste mänguväljak. Ülejäänud väljak on kaetud eri toonides kuubikukujuliste kividega, mis moodustavad elava halli- ning mustakirju siksakmusteri. Väljak on kujundatud Rakvere, Lääne- Virumaa pealinna keskpunktiks. Hiljuti avati

Rakvere keskväljakul Arvo Pärdi auks skulptuurigrupp „Noormees jalgrattal muusikat kuulamas“. Rakveres on käinud koolis ja alustanud muusikaõpinguid rahvusvaheliselt tuntuim Eesti helilooja Arvo Pärt.

Rakvere kesklinnas asub eksklusiivne disain-spaa koos hotelli ja veekeskusega, mis on loodud just selleks, et inimesed saaksid nautida vee ja saunamõnuseid. Aqva veekeskuses leidub tegevust nii täiskasvanutele kui lastele. Seal on mitmeid basseine, saunu ja massaaže.

Aqva & Spa hotellikompleksi puhul on tegemist Rakvere jaoks olulise kohaga, mille rahvas on hästi vastu võtnud. Aqva spaa ja hotellikeskus on kasvatanud Rakveret külastatavate turistide arvu sedavõrd, et on tekkinud vajadus uute hotellitubade ja konverentsikohtade järele. Talvisel ajal on Aqva kujunenud populaarseks seminaride ja koolituste läbiviimise kohaks. Samas on nädalavahetustel hotellis individuaalturiste ja peresid veekeskuse mõnuseid nautimas.

Samuti avas sellel aastal ukсед uus Eesti Politseimuuseum. Muuseumi näitused on pühendatud liiklus-, märuli- ja narkopolitseile, konstaablitele, kriminaaltalitusele. Eraldi käsitletakse spionaaži, võltsimist ja tuletatakse meelde 10 Eestit vapustanud kuritegu. Lisaks saab muuseumis testida turvavööd, mõõta reaktsiooni auto roolis, panna selga politsei varustust, õppida käituma tänavarahutustel, võtta sõrmejälgi ja lahendada kriminaalseid mõistatusi. Spetsiaalselt väikestele külalistele on tehtud eraldi Lastepolitseimuuseum, kus on võimalik õppida selgeks kuidas õigesti liigelda, samuti saavad lapsed mängida detektiivi, meisterdada ning hullata mängutoas. (Rakveres avab ukсед...2013) Autori arvates oleks see Rakveres äärmiselt omanäoline turismiattraksioon. Selle kaudu saavad inimesed ettekujutuse politseitööst.

3. UURING RAKVERE LINNA KUI TURISMISIHTKOHA ARENDAmise VÕIMALUSTE KOHTA

3.1 Uuringu eesmärk, meetod ja korraldus

Läbiviidud uuringu eesmärgiks oli välja selgitada Rakvere linna kui potentsiaalse turismisihtkoha hetkeolukord ja selle arengu võimalused, võttes arvesse erinevate huvigruppide ja turismiorganisatsioonide suhtumist eelpool mainitud linnas. Lisaks uuriti, kuidas näevad olukorda selles valdkonnas tegutsevad ettevõtjad ja kohalik omavalitsus ning milliste vahendite abil saaks turismivaldkonda arendada.

Seega oli kvantitatiivse uuringu üldkogumiks kõik Rakvere linnas erasektoris tegutsevad turismiettevõtted Rakvere linnas ja valimiks majutus- ja toitlustusteenusega tegelevad eraettevõtted. Üldkogumiks kujunes 7 majutus ja 54 toitlustusettevõtet. Valimiks osutus 22 suuremat ja enim külastatavat toitlustusettevõtet.

Kvalitatiivse uuringu üldkogumiks olid kõik avaliku sektori turismiasjalised Rakvere linnas, valimi moodustasid avaliku sektori turismiasjalised, kes on seotud Rakvere linna arendamisega.

Turismiettevõtjateks peetakse antud uuringu puhul uuringus käsitletud ettevõtete juhte/omanikke. Uuringu läbiviimise põhjuseks oli asjaolu, et Rakvere Linnavalitsuse ja turismiettevõtjate omavaheline koostöö turismimajanduse arendamisel on puudulik. Seda kinnitab Rakvere linna arengukava, kus üheks turismivaldkonna arendamise eesmärgiks on koostöö tõhustamine erinevate valdkondadega, millega turismiteenuse pakkumine seotud on (kultuur, haridus, majandus), samuti erinevate asutuste ja organisatsioonide vahel.

Uuringu läbiviimisel kasutati kahte uuringumeetodit. Kvalitatiivse uuringu meetodiks olid intervjuud, mille eesmärgiks oli saada terviklikku empiirilist andmestikku, mis hõlmaks ka erandeid ja detaile. Töös kasutati struktureeritud intervjuud, mis sarnaneb

mõneti ankeediga, kus küsimused on juba varem välja töötatud ja neid esitatakse kindlas järjekorras.

Ekspertintervjuu viidi läbi Rakvere linnavalitsuse arendusosakonnas, kultuurikeskuses ja Maavalitsuses kuue ametnikuga. Arendusosakonnas tehti intervjuu Rakvere linnapeaga, arendusspetsialistiga ja turismiinfokeskuse esindajaga. Kultuurikeskuses intervjueriti selle direktorit, kes on ka peamine ürituste läbiviija ja korraldaja Rakvere linnas. Eelneva teooria põhjal selgus ka asjaolu, et üritused on turismiarendamisel olulised, mistõttu valiti ka vastav intervjueritav. Infot saadi ka Hariduse- ja Kultuuriselts Kaur, juhatuse esinaisal, kes on Rakvere turismivaldkonnas tuntud ettevõtja. Maavalitsuses küsitleti arengu- ja planeerimisosakonna peaspetsialisti, kelle töövaldkonnaks on regionaalarenguprogrammid, MTÜ-d ja turism.

Samuti kasutati uuringu läbiviimisel ankeetküsimustikul põhinevat kvantitatiivset uuringut. Ankeetküsimustiku uurimismeetod on teadusliku uurimise meetod, mis keskendub uuritava tunnuste kirjeldamisele läbi mõõtmise, vastates esmajoones küsimusele kui palju mingit nähtust, omadust või tunnust esineb.

Uuring viidi läbi Rakvere linna turismiettevõtete seas. Kuna Rakvere linnas ei tegutse väga palju turismisektori ettevõtteid, olid üldkogumi aluseks Rakveres tegutsevad suuremad ja kõige rohkem külastatavad majutus- ja toitlustusettevõtted. Ettevõtete hulka kuulusid hotellid, külalistemajad, restoranid ja kohvikud. Ankeetküsitlus valiti põhjusel, et saada teada lisaks arvamustele ja kirjeldustele ka arvulisi näitajaid ning uurida võimalikult paljude erinevate valdkondade turismiasjaliste arvamusi. Käesoleva töö uuringu küsimustik on autori koostatud, tuginedes teoorias väljatoodud põhimõtetele.

Kuna plaanis oli küsitleda erinevaid turismiettevõtteid kogu Rakvere linnas, siis üritati välja uurida kui suurel määral tunnetatakse konkurentsi Rakvere tingimustes, kuidas on toimunud turgude jaotumine oma tegevusvaldkonnas, kuivõrd koostöövõimelised on Rakvere ettevõtted ning millistes valdkondades ja kui palju tehakse koostööd. Samuti sooviti välja selgitada, milline peaks olema avaliku sektori toetus turismisektori ettevõtmistele. Oluline on ka ettevõtete arvamus Rakvere linna arengusuundadest ja sellest, milline peaks Rakvere linn olema või mida arendama.

Kuna teemakohane teooria näitab, et turismimajanduses on tähtsal kohal koostöö erinevate sidusrühmade vahel, on uurimisgrupiks majutus- ja toitlustusettevõtted ning kohalik omavalitsus. Nende läbi on esindatud nii avaliku kui erasektori arvamus ning nägemus antud teemast.

Uuringud viidi läbi ajavahemikus 1. märts – 1. aprill 2012. aastal. Esimesena viidi laiali ankeetküsimustikud. Seejärel viidi läbi ka 6 ekspertintervjuud. Primaarandmestikel põhinevate uuringute eesmärgiks on kajastada respondentide suhtumist turismimajanduse hetkeseisu, kaardistada probleemsed valdkonnad ja tuua võimalikud arengusuunad Rakvere linna turismi arendamiseks.

3.2 Majutus- ja toitlustusettevõtete seas läbiviidud küsitluste analüüs

Järgnevalt kajastatakse uuringus osalenud turismiettevõtete arvamus Rakverest kui turismi sihtkohast ja arendamise võimalustest. Küsitlusega selgitati välja, milline on nende arvates peamised Rakvere turismiatraktsioonid, arendamist vajavad valdkonnad, koostöö ettevõtete ja linnavalitsuse vahel.

Andmete kogumise protsess oli plaanitud kahes osas- esimeses osas viidi kõikidele uuringus osalejatele küsitlusankeetid organisatsiooni kohapeale. Teises osas kasutati järelkontrollina andmete täpsustamiseks ja informatsiooni saamiseks nendelt, kes ei vastanud küsitlustele või pidasid sellist vastamisviisi tülikaks, telefoniintervjuud. Küsitluses kasutati nii avatud kui ka suletud küsimusi.

Ankeetküsitluse käigus viidi laiali 22 küsitlust, millele vastas 19 majutus- ja toitlustusettevõtet. Vastajateks olid enamasti organisatsioonide tegevjuhid või klienditeenindajad. Küsitlusele vastasid enamjaolt Rakvere toitlustusasutused, kuna neid on rohkem. Kõikidelt, peale ühe majutusettevõtte saadi tagasiside.

Autor võttis ühendust kõikide organisatsioonidega, kes ei tagastanud ankeete. Selgus, et tagastamata jäeti ajapuuduse tõttu, kuna vastamiseks oli vaja üsna palju ajaressursse. Kuna tagastati enamik ankeetid, siis piisas nendest andmete analüüsimiseks, saamaks tõepärast ülevaadet üldisest olukorrast. Järgnevalt analüüsitakse uuringus saadud

vastuseid. Mõnede küsimuste puhul võib olla vastuseid rohkem kui vastajaid. Seda tekitab asjaolu, et ühe küsimuse puhul võis märkida soovi korral mitu vastusevarianti.

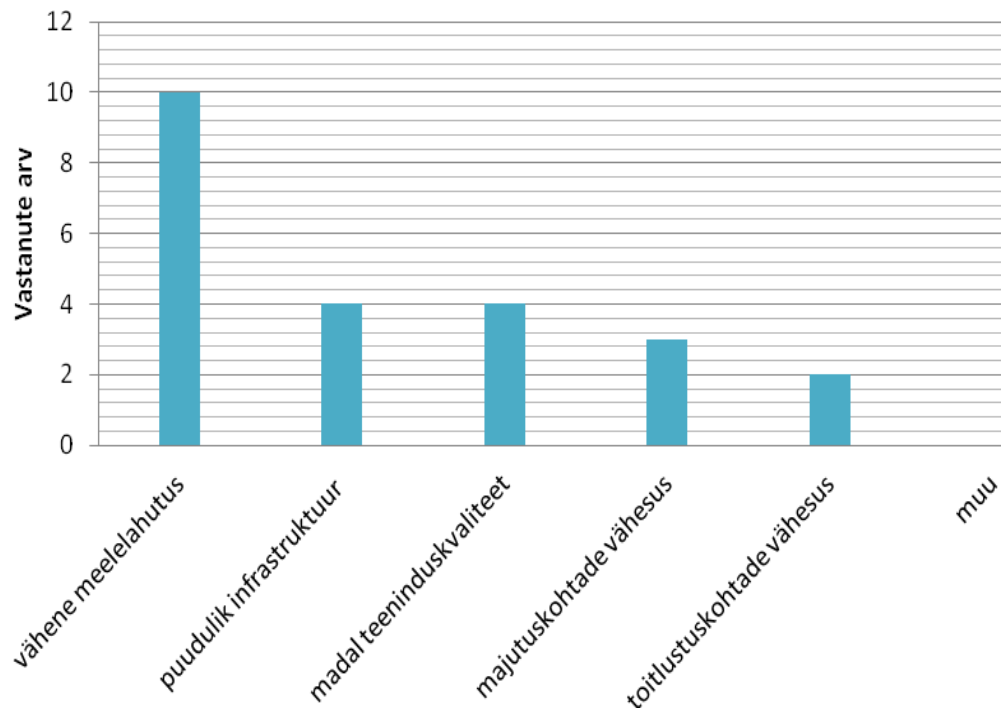
Ankeedi esimese küsimusega sooviti teada saada, milline on turismiasjaliste hinnang Rakvere linnale kui turismisihtkohale. Enamik turismiettevõtteid (15) hindas sihtkohta väheatraktiivseks. Osa ettevõtteid (3) tõid välja vähese atraktiivsuse põhjuseks selle, et linn on ühekülgne, kuna pakutavad teenused ja võimalused on ühekülgsed. Leidus ka ettevõtteid (4), kes hindasid turismisihtkohta väga positiivselt. *„Tegemist on ilusa ja rahuliku väikelinnaga. Rakvere sobiks hästi näiteks romantiliseks puhkuseks. Mainiti, et arenguruumi kindlasti on, aga juba praegu käib siin arvukalt turiste“.*

Kirjeldamaks Rakvere linna hetkeolukorda, toodi välja mitmeid arvamusi. Uuriti, millised on Rakvere linna peamised turismiatraktsioonid. Üldiselt vastati, et peamisteks turismiatraktsioonideks on Rakvere Vallimägi/ linnus (14) ja AQVA veekeskus (9). Toodi välja ka Tarvas (6) ja Teater (2). Kaks ettevõtet arvasid, et Rakveret teatakse ka rahvusvahelise teatrifestivali Baltoscandal tõttu. Üksikud ettevõtted pakkusid ka turismiatraktsioonideks spordi- ja tervisepeoks kujunenud projekti „Ööjooks“ (3), Punk Laulupidu (2), Meeste tantsupidu (4), Rakvere Põhjakeskus (1), Rakvere Linnapäevi (1) ja mainiti ka Lahemaa rahvuspargi (1) lähedust. Üks vastaja mainis ka „tõmbeteguriks“ väikseid kohvikuid ja külalistemajasid ning ilusat loodust (näiteks Tammiku park).

Küsimusele, kas Rakvere linn kui piirkond on atraktiivne ja huvitav sihtkoht oli ka erinevaid lähenemisi. Enamik (9) vastanutest arvasid, et tegemist ei ole atraktiivse sihtkohaga. Öeldi, et linnas pole piisavalt kohti, kus huvitavalt aega veeta. Linnas on liiga vähe atraktsioone, mida võiks külastada väljaspool üritusi. Väideti, et Rakveres on ainult kolm peamist turismiatraktsiooni- linnus, AQVA Spa ja teater. Siiski leidus ka neid, kes arvasid, et Rakvere linna puhul on tegemist huvitava sihtkohaga. (6) Linn on ilus ja rahulik. Üks vastaja mainis, et välituristile ja grupireisijale pakutakse päris palju huvitavat, kuid siseturisti ja üksikreisija eest võiks rohkem hoolitseda.

Kindlasti arvavad enamus noori, et Rakvere ei ole piisavalt atraktiivne, kuna kipuvad võrdlema väikelinna näiteks Tallinnaga. Rakvere linna suurust arvestades on kohapealsete teenuste valik ja kvaliteet üsna hea – muuseum Vallimäel, kutseline teater, spa, kaasaegsed spordirajatised, kaubanduspinnad.

Samuti uuriti, mis tekitab küsitletavate arvates Rakvere linnas külastajates rahulolematust. Hinnatavateks olid majutuskohtade vähesus, toitlustuskohtade vähesus, puudulik infrastruktuur, vähesed meelelahutusvõimalused, madal teeninduskvaliteet või muu. Enamasti tekitas külastajates rahulolematust vähene meelelahutus (10), puudulik infrastruktuur (4) ja madal teeninduskvaliteet (5). Rahulolematust põhjustas Rakveres ka majutuskohtade vähesus (3) ja toitlustuskohtade vähesus (2).



Joonis 1. Turismiettevõtete arvamus külastajate rahulolematuse põhjustele Rakvere linnas (autori koostatud).

Üks vastaja mainis rahulolematuse selles, et teenindusettevõtetes puuduvad linna kaardid ja muud turismialased trükised. Samuti mainis sama vastaja, et turismiinfokeskus peaks olema avatud ka õhtuti ja nädalavahetustel.

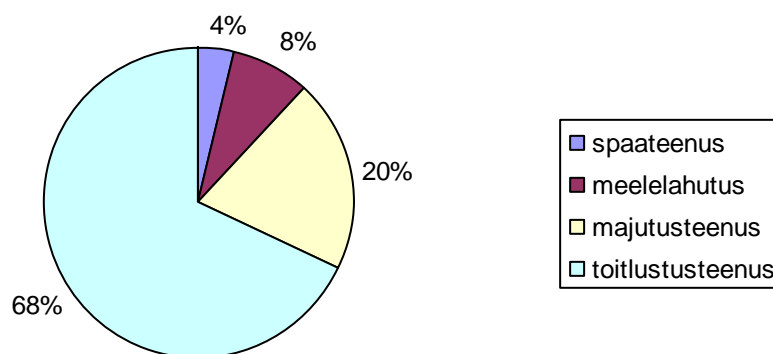
Rakveresse peaksid taastekkima mitmekülgsed ja kvaliteetset teenindust pakkuvad teenindus- ning kaubandusettevõtted. Oleks vajalik olulisemate külastussihtkohtade vahelise liikumise suunamine ja hõlbustamine. Tänapäevase turisti saabumismotiiviks on konkreetne soov külastada mõnda üha suureneva tuntusega objektist.

Samuti uuriti, mida oleks vaja teha turismi arendamiseks Rakvere linnas. Paljud vastanutest kirjutasid, et oleks vaja teha koostööd (10). Arvati, et koostööpakette eri

võimaluste pakkumiseks on vähe. Ettevõtted peaksid omavahel rohkem koostööd tegema. Pakuti välja, et ettevõtted võiksid teha rohkem koostööd Lahemaaga (näiteks Lahemaa mõisad). Samuti mainiti, et majutus- ja toitlustusettevõtted peaksid korraldama ühiseid üritusi või ümarlaudu, kus arutleda turismi võimalike muutuste üle.

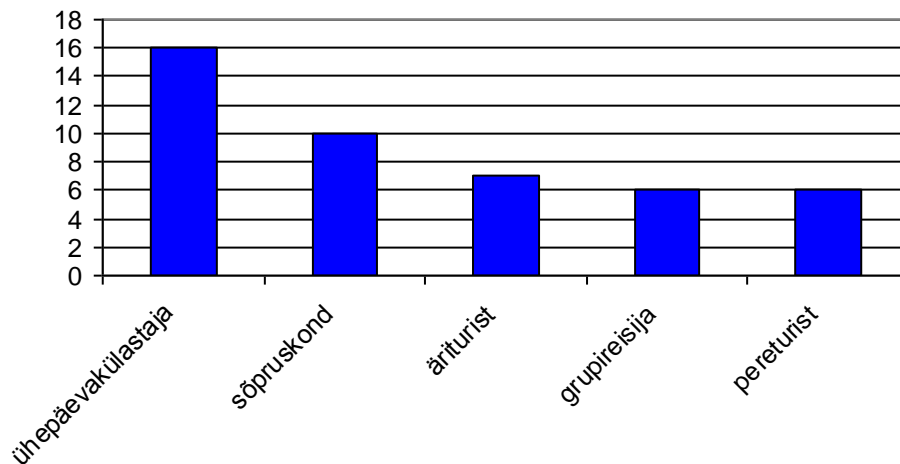
Üks vastanutest arvas, et tuleks pühenduda rohkem noortele inimestele, kuna nende jaoks edasiarengu võimalused on piiratud ning üha rohkem tahetakse Rakverest ära kolida. Samuti tuleks välja mõelda tegevusi, et külalistel oleks linnas rohkem tegevust, rohkem kui üheks päevaks. Et külalistel tekiks soov Rakveret taaskülastada. Samuti arvati, et linna koduleht võiks sisukam olla. Ühe arendamisvõimalusena toodi välja ka suurema linna reklaamimise. Mainiti ka seda, et linn võiks teed korda teha ja suvel rohkem üritusi korraldada. Pakuti välja ka vanalinna (Pika tänava) renoveerimist (2). Samuti tuleks korraldada kõikvõimalikke suve- ja talveüritusi (näiteks laadad).

Enamasti on turismiettevõtetes olemas peamine teenus, mida turismisektoris pakutakse. Uuringust selgus, et valdav enamus vastanutest olid toitlustusettevõtted (68%). Natuke vähem oli vastanuid majutusettevõtetest (20%). Kaheksa protsenti vastanutest pakub ka oma ettevõttes mingil määral meelelahutusteenust. Spaateenust pakub Rakvere linnas ainult üks turismiettevõtte.



Joonis 2. Küsitletavate ettevõtete peamised pakutavad teenused (autori koostatud).

Küsitlertavatel turismiettevõtetal oli erinevaid sihtgruppe. Enamik (15) vastanutest vastasid, et ettevõtte peamiseks sihtgrupiks on ühepäevakülastaja. Sellele järgnesid sõpruskond (9), äriturist (7), grupireisija (6), pereturist (6).



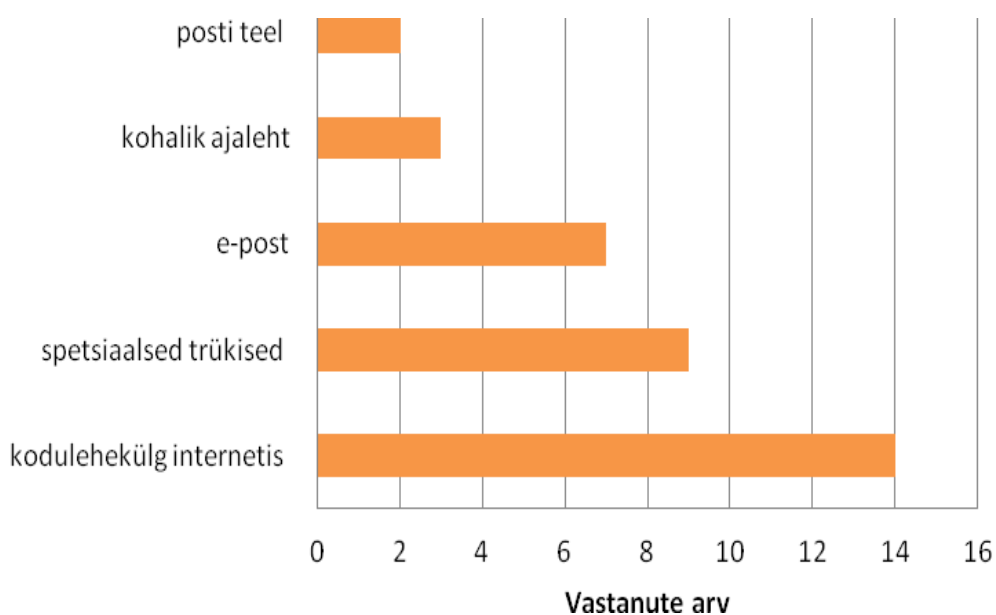
Joonis 3. Ettevõtete sihtrühmad (autori koostatud).

Tulevikuvõimaluste peale ettevõtted eriti mõelnud polnud. Sooviti teada, kas ettevõtted näevad kahe aasta jooksul ette mingeid muutusi ettevõtte teenustes ja klientides. Sellele küsimusele oskasid vastata vähesed. Enamus jätsid ankeedis selle koha tühjaks. Üks ettevõtte soovis suunata rohkem tähelepanu grupireisijale. Samuti mainiti renoveerimistöid (näiteks sisustuse muutmist, remont seest kui väljast) ja sooviti koostada lähikuudel ettevõttele uus menüü. Mainiti ka konkurentsivõimelised. Tuleks hoida hinnad ja teenindus konkurentsivõimelised. Üheksandas küsimuses sooviti teada, kas mõni ettevõtte tegeleb ka mõne turismitoote arendamisega. Selgus, et ükski vastanutest ei tegele konkreetselt turismitoote arendamisega.

Põhjuseid, miks töötajad ei näe oma ettevõtetes tulevikumuutusi võib olla mitmeid. Võibolla pole ettevõtete töötajad piisavalt motiveeritud, et mõelda oma ettevõtte arendusvõimalustele.

Ettevõtetel on erinevaid võimalusi info edastamise kanalite kohta. Kõige rohkem pakuti võimalikuks info edastamise kanaliks kodulehekülge internetis (14). Peale selle pakuti

välja spetsiaalseid trükiseid (9), e-posti (7), kohaliku ajalehte „Virumaa Teataja“ (3), posti teel (2). Muid infokanaleid välja ei toodud. Üks vastaja kirjutas ankeeti, et võiks reklaami teha ka suuremates ajalehtedes, nagu näiteks „Postimees“ või internetiportaalis cherry.ee. Selgus, et Rakvere peamine reklaamimine toimub siiski internetikeskkonnas. Kuigi samuti on väga levinud ka erinevad reklaamlehed ja trükised.



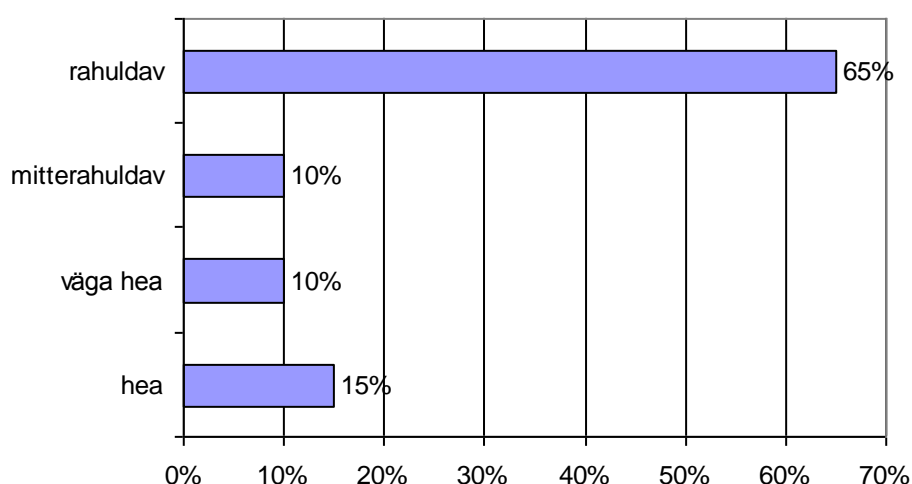
Joonis 4. Ettevõtete vahelised võimalikud info edastamise kanalid (autori koostatud).

Järgmises küsimuses küsiti, et milline informatsioon võiks eelpool mainitud kanalites sisalduda. Sellele küsimusele jäeti enamasti vastamata. Ühes ankeedis kirjutati, et võiks olla kajastatud peamised teenused, hinnakiri, pildid, ettevõtte omapära ja sihtgrupid, kellele toode/ teenus on suunatud. Üks vastaja kirjutas, et info vahetamise kanalid peaksid olema tasuta. Mainiti ka lahtiolekuaegu ja fotosid ettevõtte kohta.

Järgnevalt kajastatakse turismiettevõtete arvamust turismialase koostöö efektiivsust turismiettevõtete ja Linnavalitsusega. Selgus, et koostööd teevad ainult (5) vastanuist. Erilisi põhjendusi välja ei toodud. Üks vastaja ütles, et linnal puudub nn palgaline

turismispetsialist, kellel oleks vastav haridus ja eneseteostusvõimalus. Suur osa (8) linnavalitsusega otsust koostööd ei tee.

Uuriti ka, kuidas hindavad ettevõtteid kohaliku omavalitsuse tegevust Rakvere kui turismisihtkoha arendamisel 5-pallilisel hinnanguskaalal. Suur osa vastanutest (65%) hindasid kohaliku omavalitsuse tööd rahuldavaks. Leidus ka ettevõtteid, kes pidasid kohaliku omavalitsuse arendustegevust heaks (15%). Linnavalitsuse tegevust peeti ka kahe ettevõtte poolt mitterahuldavaks. Väga heaks hindasid kohaliku omavalitsuse tegevust vähesed ettevõtteid. Kohalikul omavalitsusel on mitmeid vastutusrikkaid ülesandeid. Näiteks sotsiaalabi, hoolekanne, noorsootöö, elamu- ja kommunaalmajandus, veevarustus, heakord jne. Seega ei jää kohalikul omavalitsusel piisavalt rahalisi vahendeid, et kõiki ettevõtteid piisavalt toetada.

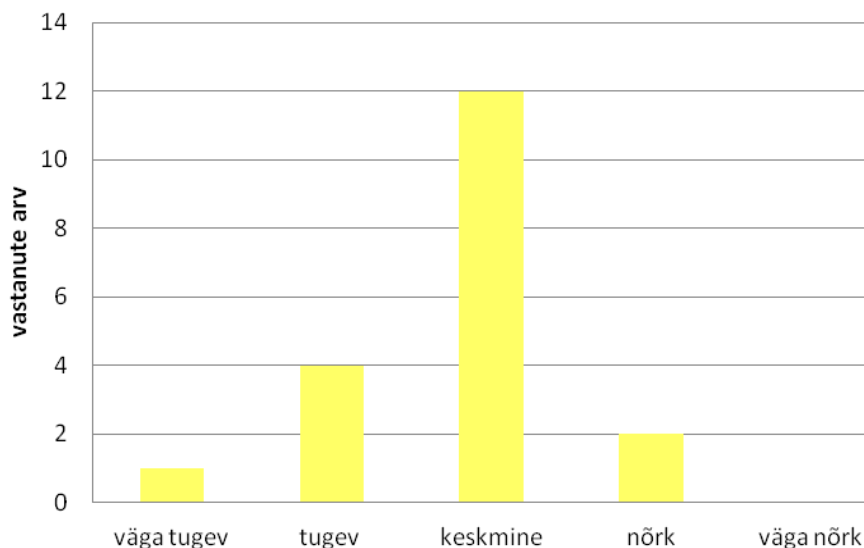


Joonis 5. Kohaliku omavalitsuse tegevus Rakvere kui turismisihtkoha arendamisel (autori koostatud).

Järgmisena küsiti kommentaari eelmisele küsimusele. Sellele küsimusele vastasid suhteliselt vähesed ettevõtteid (8). Mainiti, et sihtkoha arendus on vähene rahapuuduse tõttu (1). Samuti on reklaam suhteliselt väike. Linn ja maakond ei näe ennast ühtse turismipiirkonnana ja ei tee koostööd (1). Samuti puudub koordinaator. Üks vastaja leidis, et Rakvere linn on viimase 10 aasta jooksul väga palju edasi arenenud. Linnas on piisavalt tegevust turistile, kuid alati saab paremini (2).

Üritati ka teada saada, milline peaks olema avaliku sektori toetus turismisektori ettevõtmistele. See küsimus tundus kõigile liiga keeruline ja sellele jäeti suures osas vastamata. Üks ettevõtte pidas vajalikuks seda, et Turismiinfokeskus areneks välja aktiivseks maakondlikuks turismiarenduskeskuseks. Tuleks märgata erinevate linnade silmapaistvaid turismiettevõtteid ja viia need kokku teiste linnade turismiasjalistega, teha ettevõtted üle-eestiliseks (1).

Samuti paluti hinnata ettevõtetel oma seotust Rakvere turismisektoriga. Suurem osa (12) pidasid oma seotust turismisektoriga keskmiseks. Vastajad arvasid, et ettevõtte on tugevalt seotud Rakvere turismisektoriga (4). Leidus ka neid, kes on turismisektoriga seotud väga tugevalt (1) või nõrgalt (2).



Joonis 6. Ettevõtte seotus Rakvere turismisektoriga (autori koostatud).

Viimases küsimuses sooviti teada, kas ettevõtted teevad koostööd ka teiste Rakvere turismiasjalistega. Selgus, et enamustel ettevõtetel (16) koostöö puudus. Üks ettevõtte vastas, et teevad koostööd erinevate majutusasutustega (Art Cafe, AQVA), Ööjooksuga.

Uuringu vastused olid suhteliselt sarnased, seda eriti atraktsioonide hindamisel ja ettepanekute suhtes. Kokkuvõtvalt võib öelda, et turismiasjalised hindavad Rakvere linna turismi hetkeolukorda nõrgaks, kuid näevad arengupotentsiaali. Peamisteks

nõrkusteks toodi välja vähesed meelelahutusvõimalused ning samuti selgus, et infrastruktuuri pole piisavalt hästi välja arendatud.

3.3 Intervjuude tulemuste analüüs

Antud peatükk kajastab läbiviidud intervjuudest kokkuvõtet asutuste esindajatega, kellest sõltub kohalike elanike ja turistide heaolu Rakvere linnas. Töö autor seadis eesmärgiks uurida, kuidas näevad Rakvere linna turismi olukorda selles valdkonnas tegutsevad turismiasjalised ja milliste vahendite abil saaks nende arvates piirkondlikku konkurentsivõimet tõsta.

Lõputöö käigus läbi viidud uuringu puhul kasutas autor kvalitatiivset meetodit. Struktureeritud intervjuu koosnes viieteistkümnest küsimusest (vt lisa 2). Ajavahemikul 16.-24. aprill 2012. a. viidi läbi intervjuud, mille abil selgitati välja kuue Rakvere linna turismiasjalise arvamused valdkonna hetkeseisu, parandamist vajavate kitsaskohtade ja arenguvõimaluste osas.

Andmete kogumiseks viidi intervjuud läbi kohapeal intervjuuerides. Intervjueeritavad valiti lähtudes printsüübist, et esindatud oleksid turismiasjalised Rakvere linnavalitsusest, Lääne-Viru Maavalitsusest ja Rakvere kultuurikeskusest. Intervjuud, mis lindistati diktofoni helisalvestustena, transkribeeriti. Kõigile intervjueeritavatele saadeti küsimused eelnevalt e-posti teel tutvumiseks. Informatsiooni töötlemiseks teostati kontentanalüüs, mille põhjal toodi välja järeldused. Uuringutulemused on välja toodud intervjueeritavatele esitatud küsimuste järjekorras.

Esimene küsimus oli seotud Rakvere turismi- ja puhkemajanduse hetkeolukorraga. Kõik intervjueeritavad hindasid turismimajanduse hetkeolukorda suhteliselt heaks, kuid mainiti ka seda, et arenguruumi veel on. Kultuurikeskuse hinnangul oleneb Rakvere turismi olukord sellest, millised üritused ja sündmused Rakvere linnas toimuvad. Kui linn tahaks, et linna majutus- ja toitlustusettevõtetal läheks hästi, siis peaks linnavalitsus kaasa aitama regulaarsete suurürituste korraldamisele Rakvere linnas. Turismi- ja toitlustusasutus ei ole kultuuriasutus. See pakub kultuuriüritustele vaid lisandväärtust. Majutus- ja toitlustusasutus linnas tagab selle, et turistil oleks pärast üritust ka kuskil söömas käia ja majutada. Rakvere linnas on hotellid täis ainult suurürituste ajal. Muul

ajal on majutusasutused suhteliselt tühjad. Sellest tuleneb ka olukord, et ühelgi majutus- ja toitlustusasutusel pole motivatsiooni laieneda. Probleem on selles, et tänapäeval ei müü ükski majutus- ega toitlustusasutus oma teenust üksi, vaid see müüb linna kui tervikut. Oluline on koostöö linnavalitsuse ja turismiettevõtete vahel.

Turismisektoris on Rakvere linnas suhteliselt „seisev“ periood. Hetkel on Rakveres olemas turismiinfokeskus ja linnavalitsuses vaid üks inimene, kes vastutab turismi arengu eest. Praegune turismiarendusstruktuur on liialt „kitsas“. See on poliitiline otsus, kui palju peaks turismi valdkonda panustama. Lääne-Viru Maavalitsuse hinnangul on turism üpris heas olukorras, sest linnas on olemas palju erinevaid majutus- toitlustusasutusi ja sündmusi. Kindlasti on vaja turismi olukorda paremaks arendada, kuid võrreldes teiste maakondade linnadega on turism üsna heal järjel.

Rakvere linnapea sõnul on üldine turismi- ja puhkemajanduse olukord hea, kuid võiks olla väga hea. Linnas on piisavalt hotellikohti, 4-5 turismi promootorit, mis linna inimesi toovad. Nendest kõige silmapaistvam hetkel on Virumaa Muuseumid, kes oma tegevusega 50 000 inimest aastas linnusesse toob. Linnas on AQVA Spa, mis on veepargi ja spaaga toonud linna hulgaliselt sise- ja välituriste. Kindlasti väärib mainimist Rakvere teater oma etenduste ja üritustega, punklaulupidu ja meestetantsupidu. Rakveres on ka Spordikeskus, kus toimuvad väga suured rahvusvahelised spordiüritused. Näiteks Euroopa jalgpallimeistrivõistlused U19.

Kultuurikeskuse juhi hinnangul on Rakvere turismi hetkeolukord üle eesti keskmise. Positiivne on see, et linnas on olemas erinevate valdkondade tõmbetegurid nii eesti siseselt kui ka väliturismi silmas pidades. Eestisisese turismi mõistes oluline märksõna Rakveres on teater. Teatri puhul ei ole tegemist ainult ühekordse projektiga, vaid seal toimuvad stabiilselt üritused ja etendused, mis meelitavad ka turiste. Samuti on siseturismi mõistes olulised suursündmused, nagu näiteks „Baltoscandal“, „Punklaulupidu“ ja „Ööjooks“. Väliturismi silmas pidades on olulised märksõnad Rakvere linnus ja AQVA Spa.

Turismi hetkeolukorra nõrkuseks pidas kultuurikeskuse juht koostööd. Koostöö ja nii öelda „üksteise ära kasutamine“ võiks olla oluliselt parem. Plaanis on lähiajal koostada ka sellealane ajurünnak või konverents. Kui ürituse korraldaja toob linna teatud hulga

publikut, siis nõrgaks jääb kohaliku ettevõtluse aktiivsus või panus kasutamaks ära potentsiaalset klienti, kes linnas on. Ühest küljest on tegemist ettevõtja huviga, kuid teisest küljest ka linna kui korraldaja huviga. Maine üritusest loob siiski kogu ümbritsev struktuur. Näiteks tuleb inimene „Ööjooksule“ ja talle väga meeldib üritus, kuid kui õhtul pole tal kusagile sööma minna, siis muutub kohe ka linnast kui tervikust üldpilt. Selle tagajärjel langeb üldine hinnang. Seega peaks arendama sündmuste korraldajate ja turismiettevõtjate vahelist koostööd. Iga teenusepakkuja korraldab oma tegevusi vastavalt enda soovidele, mistõttu ühine teemaplaneering ja koostööl läbimõeldud piirkonna arendamine ei ole võimalik.

Üldiselt hinnati turismi- ja puhkemajanduse olukorda pigem heaks. Parandamist vajaksid veel linna kui terviku müümine, koostöö arendamine ja turismi olukorraga eraldi tegelevate inimeste palkamine.

Järgmisena küsimusega uuriti, milliste tegevustega on linnavalitsus siiaaani turismisektorit toetanud. Kultuurikorralduse juhataja sõnul on Linnavalitsusel väga vähe võimalusi turismisektori rahastamiseks Rakveres. Tuleb teha valikuid ja kahjuks ei ole need valikud alati turismi kasuks. Siiski annab olukorda parandada. Rakvere linna tuleks müüa kui tervikut. Linn on tuntust kogunud mitmete üritustega. Linn peaks veel pingutama, müüma ja mõtlema.

Linnavalitsuse hinnangul on Rakveres turismiinfokeskus, mida haldab nüüdsest linnavalitsus ise. Sinna panustatakse üle poole turismi eelarvest. Turismiinfokeskus kontrollib kõiki maakonnaga seonduvaid turismimaterjale. Kõik turismiinfokeskuses jagatavad trükised finantseerib linnavalitsus. Linnavalitsus teeb koostööd ka erinevate turismiettevõtjatega Rakvere linnas. Ettevõtete soovi korral saadab linnavalitsus materjale ka turismiettevõtetele.

Samuti esindab linn Rakveret turismimessidel, näiteks „Tourest“. On erinevaid sündmuseid, mida linn toetab. Kõik suurüritused saavad linna eelarvest tuge. Eelarve mõistes on see panus kultuuri. Seega, kui linn annab raha näiteks punklaulupeole, on tegemist panustamisega üldisesse turismi. Linn saaks turismimajanduse paremaks korraldamiseks arendada ettevõtja ja linna koostööd. Linn võiks mõelda, kuidas ürituse korraldaja ja kõrvalseisja ettevõtjavaheline koostöö paremini toimiks. Hetkel on linnas

ürituste raames majutuskohti piisavalt vähe. Majutusettevõtetal polegi motivatsiooni edasi arenda, kui kõik voodikohad on ürituste ajal täis. Tuleks kasvatada linna ettevõtjas seda teadlikkust, et kultuuriürituste ja linnamaine on väga tihedalt seotud ettevõttega. Läbi omavahelise koostöö parema mulje jätmise keskkonnast on panustamine sellele, et inimene tuleks Rakvere linna tagasi ka sündmuse välisel ajal. Kui võimalik või kasumlik see on, on ettevõtja poolt välja arvatav. Võib loota, et ettevõtjad on valmis proovima koostööd arendama.

Sihtasutus Põhja-Eesti turism on omavalitsuse liitude, mittetulundusühing, millel ei ole liikmeid ning mis on loodud turismialase tegevuse arendamiseks Põhja- Eestis. Kõik intervjuueeritavad hindavad koostööd Sihtasutus Põhja-Eesti turismiga kesiseks. On olnud koolitusi ja seminare, kus tutvustatakse Rakveret, kuid reklaamitakse ainult AQVA-t. Teisi linna atraktsioone ei müüda piisavalt hästi. Loomulikult, Rakvere on väga palju võitnud AQVA tulekuga, kuna AQVA-sse tulev turist külastab tavaliselt ka teisi vaatamisväärsusi. Koostöö sihtasutusega peaks olema parem. Linnavalitsuse sõnul ei ole Sihtasutus Põhja-Eesti turismist hetkel mingit praktilist kasu. Sihtasutus küll teab, et Rakvere on olemas, kuid koostöö võiks olla oluliselt tihedam, kui see praegu on. Võiksid erinevatest piirkondadest rohkem materjale küsida. Kindlasti on see organisatsioon loodud headel eesmärkidel. Peab tekkima arusaam, et kõik osapooled oleksid valmis sinna panustama. Maavalitsuse intervjuueeritava sõnul on aga koostöö oluliselt parem, kui oli enne. Põhjuseks juhi vahetus, eelmise juhiga oli palju raskem koostööd teha, kuna info ei liikunud. Nüüd on juhatajaks teine inimene, kes korraldab ka mitmeid välisturunduse projekte.

Selleks, et turismisüsteem linnas edukalt toimiks on vaja koostööd linnavalitsuse ja ettevõtjate vahel. Intervjuueeritavate vastustest selgus, et koostöö on olemas, kuid võiks olla palju parem. Üksteise suhtes on lugupidamine ja koostöö soov. Linnavalitsuse ja ettevõtete vahel eksisteerib igapäevane koostöö, aga strateegilist ja müügikoostööd otseselt pole. Praegu ei ole linnavalitsuses tööl ühte konkreetset inimest, kes tegeleks ainult turismiga. Selle jaoks peaks olema mõni kindel isik, kes aitab Rakveret müüa kui tervikut. Selleks, et koostöö linnavalitsuse ja ettevõtete vahel hästi toimiks oleks vaja isikut, kes käiks messidel, hangiks raha. Praeguse inimjõuga pole see väga realistlik. Suvel on plaanis teha ajurünnakud ja mõttetalgud sellel teemal. Mainiti ka seda, et

senikaua kuni ettevõtetel läheb hästi, on huvi koostööd teha ka oluliselt väiksem. Ühiseid ümarlaudu või koosolekuid linna tasandil teostatakse vähe.

Koostöö võiks alati parem olla. Linnavalitsus üritas korraldada majutus- ja toitlustusettevõtetele ümarlaudu, et näidata, mis suurüritused on linna tulemas. Kahjuks selgus, et ettevõtete huvi selle vastu oli madal. Näiteks toitlustusettevõtetele korraldatavale ümarlauale ilmus kohale kõikidest linna toitlustusettevõtetest ainult 15 inimest. Kultuuriturismi vormis korraldatakse Rakvere kultuuriasutuste mitteformaalset ümarlauda „Rakulka“. Seal toimub omavaheline ürituste toimumiste aegade koordineerimine. Oluline on, et linnas ei langeks suurürituste ajad kokku.

Rakvere linnal puudub ühine turismi arengukava. Intervjueeritavate vastustest selgus, et seda pole plaanis lähiajal teha. Turismi arengukava peab olema poliitiline otsus ja sinna peaks seega ka rohkem panustama. Turism on paratamatult selline valdkond, kus omavalitsus erilist tulu ei saa. Tulu läheb turismiettevõtjatele. Linnavalitsus ei suuda nii palju teenuseid pakkuda, et sellega kasu ka teenida. Turismi arengukava puudub, kuna pole piisavalt raha, et seda ellu viia.

Atraksioonide arendamisel Rakvere linnas pööratakse üpris suurt tähelepanu. Selgus, et tegeletakse jõudsalt Rakvere Vallimäe arendamisega vana- ja keskaegseks teemapargiks. Tõsi küll, linnuse arendamiseks ei anna linnavalitsus rahalisi vahendeid. Vallimägi sai finantsvahendeid Sihtasutus Virumaa Muuseumidelt. Linnuse puhul laiendatakse ka turunduspinda. Hakatakse pakkuma huvitavaid internetiteenuseid (virtuaaltuurid, pildipank). Vallimäe projekti puhul panustatakse palju turundusse.

Samuti on arendamisel uus projekt, mille käigus on plaanis luua Rakveresse eraldi Kontserdimaja. Üks huvitav arenduses olev projekt on Rakvere keskväljakule plaanitav unikaalne liivakell. Rakvere linnust külastab aastas palju inimesi, kuid paraku jõuavad neist vaid vähesed ka all-linna. Nende kohaletoomiseks ongi vaja midagi erilist. Elu on näidanud, et inimesed tahavad näha liikuvaid objekte. Kümne meetri kõrgust liivakella, mis igal täistunnil end ringi keerab, pole kusagil maailmas. Mõtteid on palju, kuid rahalisi vahendeid napib. Linnas tegeletakse ka turismiinfokeskuse arendamisega, mis ei ole otseselt atraksioon, kuid võib kujuneda selleks.

Intervjuust selgus ka projekt nimega „Tark Maja“. Rakvere Targa Maja Kompetentsikeskus oleks kõrgkoole, kutseõppeasutusi, ettevõtjaid, kohalikke omavalitsusi ning teadus- ja arendusvaldkonnas tegutsevaid organisatsioone koondav võrgustik. Idee on siduda erinevad, kuid üksteisest sõltuvad tehnoloogiavaldkonnad ühise nimetaja, targa maja alla ning käivitada Rakveres targa maja tehnoloogiaid arendav kompetentsikeskus. Samuti saaks Rakvere Targast Majakeskusest lisaks vallimäele ning Tarvasele oluline linna sümbol.

Käesoleval aastal uuendab oma teenustevalikut ka AQVA Spa. AQVA tegeleb laiendamisega ja plaanis on ehitada ka konverentsikeskus. Lisaks sellele ehitatakse juurde ka hotellitube. See annab Rakverele võimaluse arendada konverentsiturismi.

Linnapea sõnul pööratakse atraktsioonide arendusel kõige rohkem tähelepanu just olemasolevatele turismiobjektidele ja üritustele. Peab arendama ka teisi objekte peale AQVA. Kui turist tuleb külastama AQVA veekeskust, siis tahab ta ka tutvuda linna ja selle vaatamisväärsustega. Rakvere suunaks on eriliste suurürituste väljatöötamine. Linnadel ongi võimalus olla kas esimene või eriline. Rakvere üritab läbi erinäoliste tõmbeürituste tuua inimesi linna juurde. Näiteks metsapealinna raames laotakse Rakveres maailma pikim puuriit. Tegemist on vägagi omapärase sündmusega.

Rakvere kui turismisihtkoha plusside ja miinuste kohta tõi nii linnapea kui teised intervjuueeritavad välja erinevaid arvamusi. Välisturisti jaoks on positiivne kindlasti lähedus rahvusvahelisele lennujaamale ja sadamale. Kui korraldatakse suurüritusi, siis on kriteerium, et sihtkoht ei tohi olla oluliselt kaugemal kui 100 kilomeetrit lennujaamast või sadamast. Rakveres on olemas hästi toimiv infrastruktuur. Kõik vajalik on väiksele territooriumile ära paigutatud. Linnas on vajalikud turismiobjektid olemas nii toitlustuse, majutuse kui ka atraktsioonide poole pealt.

Rakvere linna ühendab suhteliselt hästi renoveeritud neljarealine kiirtee, mille kaudu saab keskmiselt tunni ajaga pealinna Tallinnasse. Maailmamõistes on see suhteliselt mõistlik ja aktsepteeritav aeg. Samuti on tugevaks küljeks Rakvere ajalugu ja oskus oma ajalugu müüa. Sihtasutus Virumaa Muuseumid teeb väga efektiivset tööd, et pakkuda üritusi, meelelahutust, erialaturismi ja puhketurismi. Arengutööd tehakse ja linn püüab olla pigem koordineerivas rollis. Negatiivse aspektina tõi linnapea välja

Rakvere kui sihtkoha tuntuse vähesuse. Turismi arendamisega tegelevad turismispetsialistid. Rakvere linnas ei ole eraldi meeskonda, kes tegutseks ainult turismi arendamisega.

Negatiivne Rakvere kui sihtkoha puhul on investeeringuteks vaja minema raha vähesus. Pole piisavalt finantse, et tegeleda pideva arendustegevusega. Samuti peeti suureks miinuseks jällegi omavahelise koostöö vähesust. Negatiivse aspektina tõi linnapea välja Rakvere kui sihtkoha tuntuse vähesuse. Turismi arendamisega peaksid tegelema turismispetsialistid. Rakvere linnas ei ole eraldi meeskonda, kes tegutseks ainult turismi arendamisega.

Selleks, et linn saaks välisurgudel atraktiivne olla, peaks intervjueeritavate arvates linn rõhuma mitmele asjaolule. Linna tuleks müüa kui tervikut. Välis turist teab Rakveret eelkõige ainult AQVA Spa tõttu. Suur probleem on, et pole piisavalt kvaliteetseid meelelahutusasutusi. Oleks vaja välja mõelda tervikprogramm Rakveret külastava turisti jaoks. Samuti peaks suuremat tähelepanu pöörama turundusele. Selle jaoks aga napib nii vahendeid kui ka inimjõudu. Maavalitsuse hinnangul ei tohiks reklaam olla liialt Rakvere keskne. Tuleks teha koostööd terve maakonnaga. Oluline on sihtkohta reklaamida ja osaleda välismessidel. Tuleks panustada rohkem eripakkumistele.

Iga linn kui turismisihtkoht peab tegelema ka turundusega. Intervjueeritavate vastustest selgus, et kõige olulisem turunduskanal on Internet. Järjest enam kasutatakse ka sotsiaalmeedia turundust (näiteks Facebook). Teisel kohal on suust suhu reklaam. Internetis on olemas kliendi tagasisideme lehed, kus on kirjas klientide arvamused ja kogemused sihtkohas veedetud ajast. See mõjutab samuti Rakvere linna maine kujundamist. Samuti on erinevaid turundusmaterjale ja voldikuid, mida jaotatakse messidel. Samuti tehakse vahel artikleid välisajakirjadesse.

Turunduse poole pealt osaletakse veel turismiportaali puhkaeestis.ee välismessidel, suheldakse otse saatkondadega. Kindlasti oli hea turundusmeetod 2008. aastal Sumo maailmameistrivõistlused. Rakvere on üks väheseid väikelinnu, kes siiaaani otse Aasiaga suhtleb. Samuti on plaanis Rakveres korraldada 2013. aastal korea rahvusmaadluse võistlused. See aitaks kindlasti Rakveret huvitavalt turundada. Ei

tegeleta ainult tavalise lausturundusega ja voldikute tootmisega. Linnapea sõnul on kõik Rakvere turismitegevused seotud turundusega.

Unikaalseteks turismitoodeteks pakuti erinevaid variante. Linnavalitsuse hinnangul võiks Põhja- Eesti kontekstis olla unikaalne konverentsiturism. Peale seda, kui AQVA saab valmis konverentsisaalid. Hetkel on küll erinevad teatrisaalid, mida kasutatakse konverentside läbiviimiseks, kuid otseselt ainult konverentsiruumi pole. Samal ajal saaks konverentsiturismi põimida ka linna kultuuri ja ajaloo tutvustamisega.

Kultuurikeskuse juhi hinnangul võiks unikaalseks turismitooteks olla just linnus. Rakvere linnus on eesti muuseumide külastatavuse poolest teisel või kolmandal kohal, samas kolmikus, kus on Kumu ja Rocca al mare. Samuti mainiti huvitavaks tooteks eelpool mainitud Tarka maja, mis peaks valmima järgmisel aastal.

Rakvere linna turismiatraktsioonid koosnevadki linnapea sõnul ainult unikaalsetest turismitoodetest. Linnas on väga unikaalne toode Rakvere teater, kus toimuvad ka vabaõhuetendused. Toimuvad aastaringselt unikaalsed suurüritused, nagu eelpool mainitud, punk, meestetantsupidu, ööjooksud jne. Üritused on seotud palju nišiturismiga, näiteks Sumo MM, mida jälgis 130 miljonit inimest. Huvitav idee on ehitada linna köisraudtee, mis algaks Vallimäelt ja lõppeks kesklinnas. Rakvere puhul pole kindlasti tegemist massturismiga, sest linnas pole imeilusat vanalinna või keskaegset kirikut. Rakveret kutsutakse ka nii öelda „kreisiks linnaks“

Intervjuudest selgus, et linna turismitegevuseks ei ole loodud ühtset süsteemi. Linna eelarves on turismiinfokeskuse jaoks omaette rida, mis katab ülalpidamiskulud ja vähesel määral ka turundusmaterjalide koostamise. Sinna ei ole kaasatud eraldi ettevõtete rahastusi. Linnapea sõnul rahastatakse turismi mitmetest allikatest. Peamiseks allikaks on siiski eelarve. Linn osaleb ka mitmetes katuseorganisatsioonides läbi omavalitsusliidu koos Sihtasutus Põhja-Eesti turismiga.

Rakveres puudub ühtne katusorganisatsioon, kes tegeleks turismi arendamisega. Uuringus üritati välja selgitada, milline võiks olla ühe katusorganisatsiooni roll linna turismi tegevuses. Selgus, et katusorganisatsioon peaks olema nii koordineerija kui infojagaja rollis, kuna ettevõtjatel pole piisavalt aega info hankimiseks. Peaks

korraldama ümarlaudu. Ükski katusorganisatsioon ei saa sekkuda otseselt äritegevusse, kuid see võiks infot vahendada, kursis olla erinevate messidega jne.

Katusorganisatsiooni roll on müüa linna. Peaks kindlasti aitama rohkem üritusi linna tuua. Samuti võiks organisatsioon olla kursis, millise tasemega on majutus-ja toitlustusettevõtted. Ühtne katusorganisatsioon peaks turundama viite maakonda. Samuti toimuks ka parem koostöö allasutustega. Peamine ülesanne oleks kutsuda kõik ettevõtted kokku ja informeerida, mis on arengusuunad ja kuhu võiksid liikuda. Selgus, et linnal on plaanis arendada Turismiinfokeskusest paari aasta pärast Turismiarengukeskus. Selle jaoks on olemas ka arengukava ja sellest saakski Rakvere turismi katusorganisatsioon.

Viimasena uuriti, mis on kõige olulisem arengut vajav valdkond Rakvere linna turismi olukorras. Selgus, et oleks vaja vastata küsimusele, miks peaks turist Rakveresse tulema. Linnas peab olema ainulaadseid atraksioone, mida mujal Eestis pole, nagu näiteks linnus ja liivakell. Linna koordinaator peaks tegema nii head tööd, kui teeb hetkel Rakvere linnapea. Ühe intervjuueeritava arvates suudab linnapea hetkel ainukesena Rakvere linna müüa. Enamuse intervjuueeritavate meelest peaks arendama linna, ürituste korraldajate ja teiste turismiettevõtjate koostööd. Samuti peaksid ettevõtted tegema ühist turundust.

Linnapea sõnul on ühte kindlat valdkonda raske välja tuua. Peaks müüma kõiki tegevusi, mis Rakveres toimuvad. Rakvere linna tuleks müüa kui vahvat ja erilist sündmuste toimumise paika. Turism on ühelt poolt asukoha müük ja teiselt poolt elamuste müük. Inimene tuleb sihtkohta külastama selleks, et saada elamus. Linnas peaks olema rohkem elamusi väärt üritusi, mille pärast inimene sihtkohta tuleks. Näiteks Rakveres aset leidnud meestetantsupeo ajal tantsis kokku 2000 meest. Tantsupeo puhul oli kindlasti tegemist suure elamusüritusega.

3.4 Järeldused ja ettepanekud

Juhindudes uuringu peatükist esitatud tulemustest toob töö autor käesolevas peatükis välja eelnenust tulevad järeldused ning esitab ettepanekud edasiseks arenguks

Ankeetküsitluste tulemustest võib järeldada, et Rakvere puhul on tegemist väheatraktiivse sihtkohaga. Rakvere puhul tuleks suurendada veelgi piirkonnale omaste ürituste arvu ning neid ka paremini turundada. Samuti tuleks rohkem väärtustada linna väiksemaid atraksioone ja neid efektiivsemalt eksponeerida külastajatele.

Uuringust selgus, et Rakvere linnas on vähesed meelelahutusvõimalused. Autor tooks ettepanekuna arendada omanäolisemaid meelelahutusasutusi, näiteks meelelahutuslikud söögikohad, tantsukohad, aastaringne lõbustuspark või akvaariumid. Rakvere linnas tegutseb hetkel ainult üks ööklubi. Autor soovitaks piirkonda rajada mõni atraktiivne ööklubi või meelelahutusasutus, mis meelitaks ka nooremaid inimesi ja madalhooajal turiste. Tuleks oluliselt soodustada noorte tegevusi. Näiteks korraldada rahvusvahelisi üritusi, kust saadakse uusi tutvusi. Kindlasti tooks meelelahutusasutus turiste Rakvere, kus pakutakse nii elavat muusikat kui ka näiteks koostöös mõne majutusettevõttega ööbimist.

Vastupidiselt majutus- ja toitlustusettevõtete uuringule arvasid intervjuueeritavad teisiti. Kvalitatiivsest uuringust selgus, et Rakvere turismisihtkoha olukord on suhteliselt heal tasemel, kuid arenguruumi veel on. Intervjuueeritavate arvates on linnas olemas piisavalt turismiattraksioone ja korraldatakse palju suurüritusi, mis turiste linna meelitavad. Rakvere linn võimaldab pakkuda erinevate külastussoovidega turistidele mitmesuguseid võimalusi tänu järgmistele turismimagnetitele- Rakvere linnus, AQVA Spa, Teater, Tarvas. Samuti toimub Rakveres mitmeid üritusi nagu näiteks Ööjooks, Punklaulupidu, Meeste tantsupidu, teatrifestival- Baltoscandal, Rakvere linnapäevad, Sumo maailmameistrivõistlused.

Uuringust selgus ka, et Rakveres on madal teeninduskvaliteet. Selle parandamiseks tuleks viia läbi regulaarsed turismiasjaliste koolitused, seda just teenusepakkujate seas, et muuta klienditeenindus paremaks. Samuti tekitab osade vastanute arvates külastajates rahulolematust puudulik infrastruktuur. Kohati peetakse teede seisundit ja viidamajandust halvaks.

Rakvere eripäraks teiste linnadega võrreldes on see, et seda nimetatakse „Kreiselinnaks“. See tähendab, et Rakveres toimuvad eripärased üritused ja seal on unikaalsed turismitooted. Rakvere peaks kindlasti jätkama omanäoliste ürituste

korraldamist, mis eristuks teiste piirkondade tegevusest. See suurendab piirkonda saabuvate turistide arvu ja võimaldab piirkonnal ennast nähtavaks muuta.

Autori arvates võiks Rakvere arendada ka konverentsiturismi peale AQVA konverentsisaali valmimist. Äriturism on turismiliik, mis hõlmab kõiki tööga seotud reise, olenemata osalejate arvust. Autor leiab, et AQVA on juba piisavalt kvaliteetne spaahotell Eestis, mis tuleval aastal valmiva konverentsisaaliga meelitaks Rakveresse veelgi turiste. Konverentsiturismi tuleks turundada koos terve Rakvere linnaga. Oluline on välja töötada äriturismi tootepakett ja sellega seonduv infomaterjal (voldikud). Materjalide väljatöötamisel tuleks arvestada sellega, et nendel oleks info nii konverentsipaketi kui Rakvere vaatamisväärsuste kohta.

Rakvere linna majutusasutused on täis ainult suuürituste ajal ja tipphooaeg on maist septembrini. Talvel on hotellide täituvus väike. Selleks, et turiste Rakvere hotellidesse meelitada, peaksid hotellidel olema partnerid teatrite, kinode ja muu näol. Autori arvates peaks hotellide kodulehel olema infot ka selle kohta, mis on Rakvere ja mida linnas pakutakse. Peaksid olema erinevad spaa- või teatripaketid. Kui tuleb linnas mõni hea etendus, siis võiksid hotellid pakkuda tube koos teatripiletitega, et teha külastajate elu kergemaks. Oluline on sihtpunkti reklaamida paigana, kus on palju teha. Eesmärk on saavutada hotellitubade täituvus aasta ringi.

Selleks, et ühtlustada madalhooaja ja kõrghooaja ressursse tuleks hakata pakkuma ka turistidele madalhooajal aktiivseid tegevusi välitingimustes. Autor teeks ettepaneku rajada Rakveresse suurem uisuväljak, kus oleks pakutud ka uisulaenus.

Võimalusel võiksid areneda ka majutus- ja toitlustusasutused Rakveres. Konkurentsi suurenedes kasvaks majutus- ja toitlustusettevõtete pakutavate teenuste kvaliteet ning külastajatele pakutakse komplektsemat teenust. Turismiteenuste pakkujate ja majutus- ning toitlustusettevõtete juurde tekkimine ja laienemine suurendab nõudlust tööjõu järele. Seoses sellega tekiksid ka uued töökohad turismisektoris.

Uuringust selgus, et koostöö erinevate turismiasjaliste ja Rakvere Linnavalitsuse vahel on puudulik. Turismi arendamise seisukohalt on aga koostöö äärmiselt oluline, kuna see tagab koordineeritud arengu. Selleks, et koostööd ettevõtjate ja linna vahel parandada

tuleks korraldada vähemalt kaks koostöö ümarlauda aastas. Kokkusaamistele peaks kutsutud olema kõikide huvigruppide esindajad, kellest sõltuvad probleemi lahendamise tulemuslikkus.

Mitmetest intervjueeritavate kommentaaridest tuli välja asjaolu, et piirkonna turismi juhtimisel peab olema huvi mõlemapoolne, sest turismiinfokeskus ja linnavalitsus tegeleb piirkonna turundajana ja pakub head võimalust ettevõtetal end tasuta reklaamida. Kui ettevõtjatel endil puudub huvi, siis ei tule ilmselgelt koostööst ka midagi välja. Autori praktikaperioodil ja ka uuringust tuli mitmel korral välja see, et linnavalitsus on üritanud ettevõtteid koostööle suunata neid pidevalt sündmustest ja linnaüritustest teavitades ja uuendatud info küsimises ettevõtte pakutavate toodete ja teenuste kohta, kuid ettevõtted on jäänud ise pigem passiivseks pooleks. Koostöö lisaks avaliku ja erasektori vahel peab jõudma ka kohaliku elanikkonnani, sest muidu ei näe viimane pool sellest kasu ja jääb samuti passiivseks lüliks.

Tuleks luua ühiseid koostöövõrgustikke ja ühiseid tootepakette. Partnerluses töötamine tähendaks mõlemate osapoolte kasu. Selle tulemusena suudaksid partnerid saavutada koos eesmärged, mida oleks üksinda tegutsedes raskem või võimatu saavutada. Kohalik omavalitsus etendab olulist rolli, olles mitte ainult valmis arendama oma piirkonda, vaid ühendades oma piirkonna paljude väikeste turismiettevõtjate jõupingutusi.

Seega peaks Linnavalitsus üritama tõsta ettevõtjate teadlikkust koostöövõimalustest. Ettevõtjatele peaks korraldama ühiskoolitusi, näiteks tootearendus-, turundus ja teenuste kvaliteedi-koolitused.

Uuringust järeldus, et linna tuleks rohkem reklaamida ja tutvustada. Rakvere puhul suunatakse potentsiaalne tarbija Rakvere linna kodulehele (rakvere.ee). Seega on peamine kommunikatsioonikanal erinevad veebikeskkonnad ning otseselt veebidesse suunavad tegevused. Tuleks pidevalt tegeleda veebilehtedel kasutatavate märksõnade, lehekülje päiste ja muu informatsiooniga, et veebileht oleks kergelt leitav otsingumootori abil.

Rakvere peaks tegema tihedamat koostööd ka välisajakirjanikega, et reklaamida Rakveret kui reisisihtkohta. Sihtkoha võimalusi tutvustavate artiklite ilmumise

soodustamiseks tuleks edastada välisajakirjanikele regulaarselt veebipõhiseid uudiseid vastavalt sihtturul antud aastal käsitletavatele teemadele või tooterühmadele. Turundust võiks teha Estonian Air parandajakirjas, Baltic Guides, Äripäevas ja Eesti Päevalehes.

Järjepidevalt tuleks ka valmistada sihtturgudel levitamiseks trükiseid. Trükiste peamiseks eesmärgiks on pakkuda tuge neile potentsiaalsetele turistidele, kes ei ole veel otsustanud Rakveresse reisimise kasuks. Trükiseid on võimalik jaotada nii klientidele kui ka vahendajatele. Piirkonnal peaks olema ühtne piirkonda tutvustav trükis. Rakverel on olemas oma märk ja bränd, milleks on hetkel Tarva kujuline logo. Tuleks mõelda, kuidas see logo rohkem müüma panna. Samuti võiks mõelda välja rohkem Rakvere nimelisi turismitooteid.

Turismi süsteemne turundamine aitab tuua turule uusi teenustepakkujaid ning laiendada olemasolevate ettevõtjate teenusevalikut. Turunduse mõjul võib Rakvere turismisihtkohast kujuneda välja Eesti üks silmapaistvamaid ja tunnustatumaid turismipiirkondi.

Uuringust selgus, et Rakveret tuntakse eelkõige AQVA Spa tõttu. Teistest turismiatraktsioonidest teatakse vähe. Oluline oleks linna müüa kui tervikut. Tuleks reklaamida kõiki atraktsioone, ka väiksemaid. Autori arvates on olulisel kohal pakettimine. Tuleks turundada Rakveret kui ühtset turismitoodet. Uuringust selgus, et Rakvere puhul on tegemist vähese tuntusega turismisihtkohaga. Rakvere kui reisisihi hea maine ning tuntuse kujundamine suurendaks nõudlust turismitoodete ja teenuste järele. Rakvere turismiettevõtjate turundustegevuse efektiivsuse tõstmiseks tuleb suurendada potentsiaalsete klientide teadlikkust Rakverest tervikuna ja teadvustada Rakveret kui sõbralikku Eesti linna.

Peamiseks probleemiks, mis selgus ka uuringust on ühtse turismi katusorganisatsiooni puudumine. Hetkel puudub linnal ühtne koordinaator, kes tegeleks piirkonna turismi arendamise ja mainekujundusega. Rakverel on olemas ka selle alane turundusplaan, kuid turismiarenduskeskust veel ei eksisteeri. Põhjuseks on asjaolu, et puudub turismiarenduskeskuse rajamiseks vastav rahastus.

Rakvere Turismiinfokeskusest peaks saama Rakvere turismipiirkonna arengut suunav üksus- Rakvere Turismiarengukeskus (TAK). TAK-i põhifunktsioonideks võiks olla näiteks turismiinfo kogumine ja vahendamine. TAK võiks olla teeninduspiirkonna tootearenduse koordineerija ja turismiregiooni arendaja. Selle organisatsiooni ülesandeks oleks koostöös ettevõtjate ja teiste seotud osapooltega leida lahendusi uute ja kombineeritud toodete või teenuste pakkumiseks. Selle teostamiseks võiks TAK koondada turismiettevõtjad ühtse eesmärgi nimel kokku ning algselt mitmeid tootearendusprojekte. Toodete ja teenuste arendamiseks peaks moodustama ettevõtjate ümarlaudasid ja töögrupe, kus koostöös toimub uute turismitoodete, teenuste ja pakettide väljatöötamine. Vajadusel võiks TAK aidata ka leida toetusvahendeid tootearenduse elluviimiseks või viia läbi turu-uuringuid uue tootevaldkonna kasutuselevõtuks.

Samuti oleks TAK-i ülesandeks suhelda ja arendada koostööd teiste turismiinfokeskustega. Koostöövõrgustike arendamise tulemusena paraneks oluliselt info kättesaadavus ning koostööprojektide hulk. Samuti peaks antud katusorganisatsioon tegelema Rakvere turismiregiooni turunduse ja mainekujundusega. Ülesandeks oleks ka koordineerida või osaleda Rakvere turismipiirkonda tutvustavate infomaterjalide väljatöötamisel. TAK esindaks Rakvere turismipiirkonda rahvusvahelistel turismimesseidel, infopäevadel. TAK oleks Rakvere turismipiirkonda tutvustava kuvandi levitaja ja edasikandja ning samuti osaleks ka kuvandi edasiarendamisel.

Kuna uuringust selgus, et Rakveres on küll 4-5 peamist turismiatraktsiooni, tuleks siiski peamine turismitegevus suunata rohkem üritustele. Tuleks korraldada rohkem linnaüritusi, näiteks festivale või eri temaatikaga üritusi erinevatele sihtrühmadele. Rakveres peaksid toimuma pikemaajalised tippsündmused.

Rakvere külalise jaoks on keskseks piirkonnaks Vallimägi ja teatri ümbrus. Linnaelanike aktiivsem ruumikasutus on koondunud keskväljaku kanti, kus asuvad ka suuremad kaubandushooned, turg ja bussijaam. Need kaks linnaruumi võib võtta aktiivse linna arendamise alusteks. Autori arvates oleks oluline turistide ja linnaelanike liikumisruume võimalusel ühendada, sest avalik kvaliteetruum on suunatud mõlemaile. Seepärast oleks mõistlik esimese käiguna tuua külaliste teekondade alguspunkt ehk

turistibusside parkimiskohad aktiivse ruumi südame vahetuse lähedusse. Niiviisi rõhutab lihtsalt viisil, et turist pole vaatamas mitte lihtsalt linnusevaremeid, vaid külastab Rakveret kui linna.

Rakvere vanalinnatänav on säilinud tervikliku tiheda ruumina, kuid aktiivne elu on sellest eemale kandunud. Aktiivsust on võimalik siia tagasi tuua piklike kruntide tühjade tagaosade kasutuselevõtu kaudu, ehitades sinna uusi avalikkusele suunatud hooneid ning avades erinevaid uusi ühendusi.

Rakvere linn teeb koostööd ka SA Põhja-Eesti Turismiga, mille eesmärgiks on arendada turismialast tegevust Põhja-Eesti regioonis. Regionaalne roll turismi arendamisel on hetkel Rakveres tagasihoidlik. Loodud organisatsiooni eesmärgiks sai koostöö arendamine turismiga tegelevate või selle arendamisest huvitatud isikute, organisatsioonide ning valitsusasutuste ja kohalike omavalitsusüksuste vahel nii Eestis kui välismaal. Uuringust selgus, et Rakvere küll teeb koostööd SA Põhja-Eesti Turismiga, kuid see on suhteliselt kesine ja linn sellest erilist kasu ei saa. Rakvere linna turismitegevus on killustunud, SA Põhja-Eesti Turismi tegevus kaootiline ja infovahetus regiooni turismiasjalistega ebapiisav. Koostöö antud sihtasutusega ei ole saavutanud soovitud tulemusi. Autor soovitaks Rakvere linnal teha paremat koostööd SA Põhja-Eesti Turismiga. Tuleks luua ühine turundusstrateegia ja tihedam koostöövõrgustik.

Selleks, et majutus- ja toitlustusettevõtted areneda saaksid peavad nad tundma oma kliente ehk sihtgruppi. Sihtgrupp on klientide grupp, kellel on sarnased tunnused, vajadused, soovid ja ootused tootele. (MTÜ Eesti Maaturism 2012). Uuringust tuli välja, et peamine toitlustus- ja majutusasutuste sihtgrupp oli ühepäevakülastaja ja sõpruskond. Järjest enam kasvab ka ärituristi osakaal. Samuti tuli välja see, et ettevõtted ei tegele ühegi huvitava turismitoote arendamisega. Autori arvates peaksid Rakvere majutus- ja toitlustusettevõtted selgeks tegema, kes on nende peamine sihtgrupp ja vastavalt sellele arendama välja mõne unikaalse turismitoote või paketi.

Rakvere linnal on olemas linna arengukava, kus on eraldi turismi peatükk. Samuti on koostatud turundusplaan Rakvere turismiinfokeskuse tegevuste ja funktsioonide väljatöötamiseks ning turunduse suunamiseks, mis kajastab eelkõige uue turismi katusorganisatsiooni-Rakvere Turismiarenduskeskuse-loomise tegevusplaani. Kuid

siiski pole linnal koostatud ühtset Rakvere linna turismi arengukava. Autori arvates tuleks eduka arendamise jaoks luua ühtne linna turismi arengukava. Turismi arengukava eesmärk oleks Rakvere kui reisisihi tutvustamine, Eesti turismitoodete ja –teenuste arendamine ja üldine turismiinfoga seotud tegevus-kõik see, mis aitaks turismimajandust arendada. Turismi arengukava aitaks toetada turismitooteid pakkuvat erasektorit, korrastada kultuuriobjekte, parandada infrastruktuuri ja turismiinfokeskuse ajakohastamist.

Kvalitatiivsest uuringust tulid välja kolm arendusel olevat turismiobjekti: liivakell, köisraudtee ja Kontserdimaja. Autori arvates on need ideed unikaalsed ja vajaksid kindlasti ellu viimist. Liivakella püstitamise toob kindlasti turiste allapoole ka vallimäelt ning koos sellega jätkaks ka kesklinna äridesse raha. See rahvahulk ja rahasumma oleks Rakvere äridele ja kohvikutele väga suur tugi. Tegemist pole lihtsalt skulptuuriga, vaid seda saab iga tund toimimas näha.

Kontserdimaja projekt oleks suurepärase võimaluse Rakvere meelelahutussektorit parandada. Autori meelest ei peaks Kontsertmaja olema meeletult suur ega uhke, kuna selleks puuduksid kindlasti rahalised vahendid. Kontserdimajas peaksid etenduma nii Eesti kui ka välisriikide üritused, mis võimaldaksid turistil näha ja kogeda lisaks ajalooobjektidele ka elamust. Kui valmiks kontserdimaja, siis peaks see kindlasti tegema koostööd olemasolevate hotellidega koostades ühiseid pakette. Näiteks, turist tuleb hotelli ööbima ja hinna sees sisalduksid ka kontserdipiletid.

Köisraudtee rajamine vajaks kindlasti teostamist. Selleks saaksid inimesed sõita nii Vallimäele kui ka otse Ordulinnuse torni tippu. See on hea idee, kuna kui ajaloolist ehitist kasutatakse näiteks muuseumina, siis on sellel juures midagi tänapäevast, mis lihtsustaks juurdepääsu või muudab objekti ligiõmbavaks.

Kokkuvõtvalt soovib autor piirkonna erinevatel turismiettevõtjatel teha koostööd selleks, et arendada välja sihtkoha toode või teenus, mis oleks Rakverele omapärane. Turismi arendamiseks sihtkohas oleks vajalik koostada Rakvere linnal lisaks linna arengukavale ka eraldi turismi arengukava. Oluline oleks Rakvere turismiinfokeskusest kujundada välja turismiarenduskeskus. Senisest enam peaks Rakvere üritama

keskenduda rohkem äriturismile. Kindlasti peaks linn korraldama senisest rohkem üritusi või festivale.

KOKKUVÕTE

Turismimajandust loetakse üheks maailma suurimaks majandusvaldkonnaks. Sihtkohad on turismitoodete ja teenuste kooslused, mis pakuvad turistile unikaalset elamust. Sihtkoht on turismitoote tuumik. See on spetsiifiline piirkond, mida reisijad on otsustanud külastada ja kus nad soovivad kulutada märkimisväärse osa oma ajast. Tootekontseptsioonist lähtudes on sihtkoht erinevate turismitoodete kooslus. Nendeks võivad olla nii teenused kui ka looduslikud või inimeste poolt loodud atraktsioonid.

Linnaturism on turismiteenuste pakkumine linnakeskkonnas (näiteks ostureisid, kultuurisündmused). Linn erineb teistest sihtkohtadest suuremate atraktsioonide hulga ja aktiivsete tegevuste pärast.

Turismisihtkoha süstemaatiline arendamine ja turustamine loob eeldused turistide arvu suurendamiseks piirkonnas ning turismipotentsiaali täielikumaks rakendamiseks. Uute tegevuste ja teenuste loomine toetab turistidevoo suurenemist piirkonda ja külastajate pikemaajalist piirkonnas peatumist, mis loob vajadused uute turismiettevõtete loomiseks või olemasolevate tegevuste laiendamiseks. Sellega luuakse uusi töökohti ja inimestele nii motivatsiooni liitumaks tööturuga kui asumaks piirkonda pikemaajaliselt elama. Soodustatakse nii turismi kui täiendavate teenuste alast ettevõtlust kui täiendavaid investeeringuid erasektoris. Tulemuseks on sihtkoha atraktiivsuse tõus püsielupaigana, mis võimaldab säilitada piirkonna püsielanikest maksumaksjate arvu ja omakorda majanduslikku elujõudu.

Lõputöö teine peatükk keskendus Rakvere linna kui turismisihtkoha hetkeolukorra analüüsile, millest selgus, et Rakveres on olemas vajalikud turismiatraktsioonid ja üritused, kuid kindlasti vajaksid need veel arendamist. Samuti selgus, et Rakvere on lähedal pealinnale Tallinnale, lennuühendusele ja sadamale, mis loob soodsa võimaluse

turistide saabumisele Rakveresse. Rakvere peamised turismiattraksioonid on linnus, AQVA, Tarvas ja Teater. Rakveres toimuvad ka kuulsad üritused: Baltoscandal, Ööjooks, Punklaulupidu, Meeste tantsupidu, Sumo maailmameistrivõistlused jne.

Rakvere linna kui turismisihtkoha arendamise võimaluste uuringust selgus, et ettevõtjad ei ole teadlikud koostöövõimalustest teiste piirkonna asjalistega, ning selgus, et ei osata näha turismiinfokeskust turundaja rollis, mis aitaks neil potentsiaalsete klientideni jõuda.

Antud töö eesmärgiks oli välja selgitada Rakvere linna kui potentsiaalse turismisihtkoha hetkeolukord ja selle arenguvõimalused, võttes arvesse erinevate huvigruppide ja turismiorganisatsioonide suhtumist eelpool mainitud linnas. Nimetatud eesmärk sai täidetud, käsitledes esmalt teoreetilisi lähteviise turismisihtkohast ja selle arendamisest. Eesmärgi saavutamiseks viidi läbi kaks uuringut nii turismiettevõtete kui ka Rakvere linna turismiasjaliste seas. Uurimisküsimuseks oli: Milline on Rakvere Linnavalitsuse, turismiettevõtjate ja kultuurisündmuste korraldajate omavaheline koostöö ja millised oleksid võimalused Rakvere linna arendamiseks? Uurimisküsimusele leiti vastused tulemuste analüüsis.

Uuringust selgus, et Rakvere linnal puudub ühtne katusorganisatsioon, kuid selle arendamisega tehakse palju tööd. Õige oleks alustada turismiarenduskeskuse käivitamisega, mille peamiseks eesmärgiks oleks piirkonna turismipotentsiaali täielik rakendamine ja sesoonsuse leevendamine.

Turism on Rakvere linna piirkonnas perspektiivikas tegevusala. Selle edukaks toimimiseks tuleb kõikidel osapooltel arengusse rohkem panustada. Ettevõtjate ja avaliku sektori esindajate arvates on olulised arenguperspektiivid informatsiooni levik, koostöö, ühine arendustegevus, turismitoodete ja teenuste arendamine ja turundamine, linna tuntuse ja ainulaadsuse arendamine.

Eduka arendamise jaoks tuleb luua koostöös Rakvere Linnavalitsuse ja teiste turismiasjalistega turismi arengukava, mis arvestab nii kohalike elanike, ettevõtjate, turismiettevõtjate kui ka riikliku ja maakondliku turismi arengukavadega. Selle

saavutamine eeldab aga pidevat arendamistegevust nii linnavalitsuse kui ka turismiettevõtjate poolt.

Turismiasjalised väitsid, et omavahelises koostöös turismimajanduse arendamiseks on puudusi. Turismiettevõtjad on seisukohal, et linn ei panusta piisavalt turismi arendamisse ning oodatakse linnavalitsusepoolset panust turismi sihtkoha paremaks reklaamimiseks. Autori arvates saaks antud lõputööd kasutada Rakvere linna turismi arengukava loomiseks ning Rakvere linna turismiettevõtjad uute turismi oodete- ja teenuste arendamiseks. Samuti oleks üheks rakendusvõimaluseks autori poolt koostatud töö arvesse võtmine edaspidisel turismi arendamise planeerimisel.

VIIDATUD ALLIKAD

A practical guide to tourism destination management. 2007. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

Ali, Abu, J. The availability degree of tourism transportation factors according to tourist satisfaction in Jordan. *Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business*. [<http://journal-archieives16.webs.com/298-329.pdf>] 26.04.2012

Anuar, A., Ahmad, H., Jusoh, H., Hussain, M. 2012. The roles of Tourism System towards Development of Tourist Friendly Destination Concept. *Centre of Studies Park and Amenity Management*, pp. 147

Beioley, S. *Metroland – The Urban Tourism Market*.

[<http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Metroland+%E2%80%93+The+Urban+Tourism+Market>] 11.03.2012

Botti, L., Peypoch, N., Solonandrasana, B. 2007. Time and tourism attraction.

[<http://www.sciencedirect.com.ezproxy.utlib.ee/science/article/pii/S0261517707000362>]. 10.05.2013

Bramwell, B., Lane, B., 2000. *Tourism collaboration and partnerships: politics, practice and sustainability*. Clevedon: Channel View Publications

Edgell, D. 2006. *Managing Sustainable Tourism: A Legacy For The Future*.

Binghampton: Hawort.

Godfrey, K., Clarke J. 2000. *The tourism development handbook: a practical approach to planning and marketing*. London: New York: Continuum.

Goeldner, C.R., Ritchie, J. R. 2006. Tourism: principles, practices, philosophies (10thed.). Hoboken: Wiley.

Goeldner, C.R., Ritchie, J. R. 2009. Tourism: principles, practices, philosophies (11thed.). Hoboken: Wiley.

Gunn, C. Tourism planning: basics , concepts, cases. London: Routledge, 2002, 442p

Harrill, R., 2005. Fundamentals of Destination Management and Marketing. Lansing: Educational Institute, American Hotel & Lodging Association.

Human, B., Sharp, P., 2010. Tourism and Planning. Part 2: Tourism Development and Planning.

[<http://www.insights.org.uk/articleitem.aspx?title=Tourism+and+Planning.+Part+2%3A+Tourism+Development+and+Planning>]. 25.04.2012

Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations. A Guidebook. 2004. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

Jauhiainen, S, J. 2005. Linnageograafia: Linnad ja linnaurimus modernismist postmodernismini. Eesti Kunstiakadeemia: AS Pakett

Kelly, I., Nankervis, T. 2001. Visitor destinations: An International Perspectives. Australia: John Wiley & Sons Australia, Ltd.

Kirss, O. 2007. Jalutaja teejuht. Rakvere. Solnessi Arhitektuurikirjastus.

Krešic, D., Prebežac, D., 2011. Index on destination attractiveness as a tool for destination attractiveness assessment. Central and Eastern European Academic Source. [<http://ehis.ebscohost.com.ezproxy.utlib.ee/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=4&sid=bdbb501b-a0dc-4d8d-b8eb-fa612f520099%40sessionmgr4&hid=4>] 11.03. 2012

Law, C.M. 2002. Urban tourism – The visitor economy and the growth of large cities. Great Britain: Cromwell Press, Trowbirdge.

MTÜ Eesti Maaturism. Kasulik teada. Regionaalarenguinstituut. [<http://www.regionaalareng.ee/est15.html>]. 20.04.2012

National and regional tourism planning: Methodologies and case studies, 2001. World Tourism Organization. London: Thomson Learning.

Page, S.J. 2009. Tourism management: managing for change (3rd. ed.). Amsterdam: Butterworth Heinemann

Pike, S. 2008. Destination marketing: An integrated marketing communication approach. Hungary: Elsevier Inc.

Rakvere linna arengukava 2010-2019. Rakvere Linnavalitsus. Kinnitatus 17.02.2010. [http://www.rakvere.ee/rakverelv/index.php?id=200&op=doc_details&dok_id=117896&asutus_id=1]. 23.04.2012

Rakvere linna koduleht. [<https://rakvere.kovtp.ee/et/uldinfo>]. 23.04.2012

Rakvere linna mainekujunduskampaania alusuuring. Uuringu aruanne 2004. TNS Emor. [http://rakvere.kovtp.ee/et/c/document_library/get_file?uuid=d0af0b27-a73e-4178-a6a9-8c73e55879b9&groupId=143046]. 24.04.2012

Rakveres avab ukseid uus Eesti Politseimuseum. Puhkaestis koduleht. [<http://www.puhkaestis.ee/et/rakveres-avab-ukseid-uus-estis-politseimuseum>]. 10.05.2013

Richardson, J.I., Fluker, M. 2004. Understanding and managing tourism. Frenchs Forest: Pearson Hospitality Press.

Ritchie, J.R.B., Crouch, G.I. 2003. The competitive destination: A sustainable tourism perspective. United Kingdom: Cromwell Press, Trowbridge

Ruhanen, L. 2004. Strategic planning for local tourism destination: an analysis of tourism.- Tourism and hospitality planning and development, Vol 1 (3), pp. 240-250

Seaton, B., Bennett, M.M. 2001. The marketing of tourism products: concepts, issues and cases. United Kingdom: International Thomson Business Press.

Swarbrooke, J. 2001. Organisation of tourism at the destination. Kogumikus: Tourism in the Age of Globalisation. Ed by Wahab S. and Cooper, C. London: Routledge, pp. 159-182

Tooman, H., Müristaja, H. 2008. Turismi sihtkoha arendus ja turundus. Argo kirjastus
Tourism destination planning. School of travel industry management. School of travel industry management.

[http://www.tim.hawaii.edu/dl/Document%20Library%20%20TO%20490%20Additional%20Materials/TO490_section-5_destination-planning.pdf] 26.04.2012

Turismiettevõtte tooted ja teenused. EHTE.

[http://eope.ehte.ee/turundus3/?%D5ppmaterjalid:1._Turismitoode_ ja_turismiettev%F5tte_toodete_ ning_ teenustega_ seotud_turundusmeetmed]. 11.05.2013

Turismigeograafia mõisted. Argo Kirjastus

[<http://argokirjastus.ee/www/products/Turismigeo-1265025274.pdf>]. 25.04.2012

Wahab, S. and Cooper, C., (Ed. By) 2001. Tourism in the Age of Globalization. London: Routledge, 345 p

Weaver, D., Lawton, L. 2002. Tourism management (2nd ed.). Milton: Wiley.

Ööjooksu tunnuslauluks valiti „Sportlane“. Portaali Jooksja.

[<http://www.jooksja.ee/2012/02/oojooksu-tunnuslauluks-valiti-sportlane/>]. 24.04.2012

LISAD

Lisa 1. Ankeetküsimustik

Lp. vastaja!

Olen Tartu Ülikooli Pärnu kolledži turismi- ja hotelliettevõtluse viimase kursuse üliõpilane Merili Maasikas. Rakvere Linnavalitsuse ettepanekul viin linnas läbi uuringut selgitamaks välja Rakvere piirkonnas turismi arendamise võimalusi. Selleks palun Teid vastata antud ankeetküsitlusele. Uuring on anonüümne ja selle tulemusi kasutab Rakvere linn arengukava koostamisel. Ankeedile vastamine võtab aega umbes 5-10 minutit.

I RAKVERE TURISMI OLUKORD

1. Kuidas hindate Rakvere linna kui turismisihtkohta?

.....
.....
.....

2. Millised on Teie arvates peamised Rakvere „tõmbetegurid” või turismiatraktsioonid?

.....
.....
.....

3. Kas Rakvere linn kui piirkond on atraktiivne ja huvitav sihtkoht? Kui jah, siis miks? Kui ei, siis miks?

Lisa 1 järg

.....
.....
.....

4. Mis tekitab Teie arvates külastajates Rakvere linnas rahulolematust?

- a) majutuskohdade vähesus
- b) toidlustuskohdade vähesus
- c) puudulik infrastruktuur (korrastamata teedevõrk, ühistranspordi korraldus, puudulik viidamajandus, telefoni ja interneti kasutamine ja piiratus jne)
- d) vähesed meelelahutusvõimalused
- e) madal teeninduskvaliteet
- f) muu....(palun täpsustage)

5. Mida oleks Teie arvates vaja teha turismi arendamiseks Rakvere linnas?

.....
.....
.....

II ETTEVÕTTE TEGEVUSED

6. Teie ettevõtte peamised teenused, mida pakute turismisektoris:

- a) majutusteenus
- b) toidlustusteenus
- c) spaateenus
- d) meelelahutus
- e) muu...(palun täpsustage)

7. Milline on Teie ettevõtte peamine sihtrühm?

- a) grupireisija
- b) ühepäevakülastaja
- c) sõpruskond
- d) pereturist (lastega)

Lisa 2 järg

- e) äriturist
- f) muu...(täpsustage)

8) Palun kirjeldage võimalusel muutusi, mida Teie ettevõtte näeb ette kahe aasta jooksul ettevõtte teenustes ja klientides?

.....
.....
.....

9) Kas Teie ettevõtte tegeleb mõne turismitoote arendamisega? Kui jah, siis millisega?

.....
.....
.....

10) Millised võiksid olla ettevõtetevahelise info edastamise kanalid?

- a) kodulehekülg internetis
- b) e-post
- c) Virumaa Teataja
- d) Spetsiaalsed trükised
- e) posti teel
- f) muud infokanalid – millised?

11) Milline informatsioon võiks neis infokanalites kajastuda?

.....
.....
.....

III KOOSTÖÖPARTNERID

Lisa 1 järg

12) Kas Teie ettevõtte teeb ka koostööd Rakvere linnavalitsusega? Kui jah, siis millisel määral?

.....
.....
.....

13) Kuidas Te hindate kohaliku omavalitsuse tegevust Rakvere kui turismisihtkoha arendamisel 5-pallisel hinnanguskaalal?

- a) 1- täiesti kõlbmatu
- b) 2- mitterahuldav
- c) 3- rahuldav
- d) 4- hea
- e) 5- väga hea

14) Palun kommenteerige oma eelmist vastust!

.....
.....
.....

15) Milline peaks olema avaliku sektori toetus turismisektori ettevõtmistele?

.....
.....
.....

16) Palun hinnake oma ettevõtte seotust Rakvere turismisektoriga?

- 5 - väga tugev
- 4 – tugev
- 3 – keskmine
- 2 – nõrk
- 1 – väga nõrk
- 0 – puudub

Lisa 1 järg

17) Kas teete koostööd ka teiste turismiasjalistega Rakvere linnas ? Kui jah, siis millisel määral?

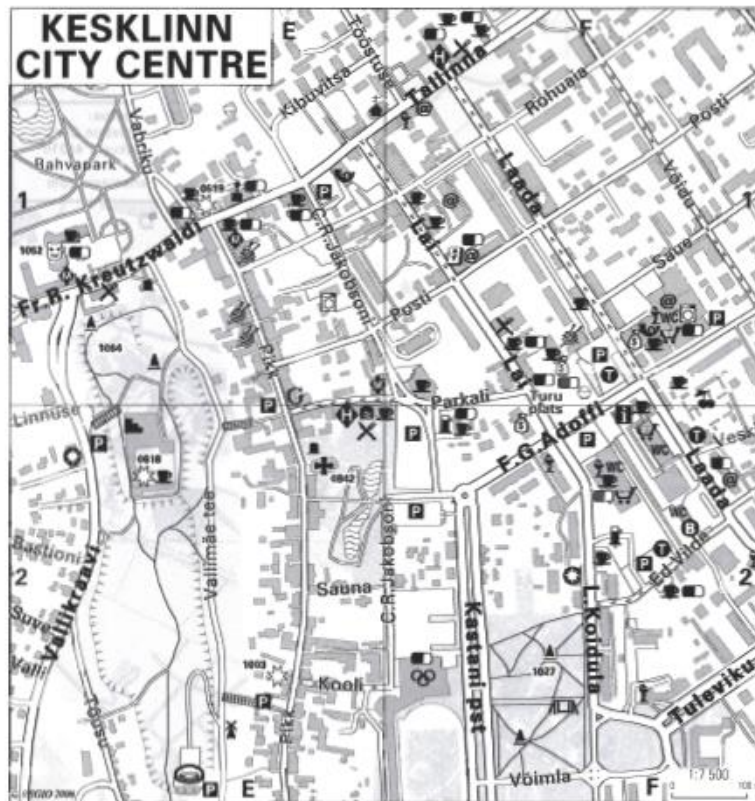
.....
.....
.....

Täna vastamast!

Lisa 2. Intervjuude küsimused

1. Mida arvate turismi- ja puhkemajanduse praegusest olukorrast Rakvere linnas?
2. Milliste tegevustega on linnavalitsus turismi toetanud? Mida saaks linn veel teha turismimajanduse paremaks korraldamiseks ja mis on seda seni takistanud?
3. Kuidas hindate koostööd SA Põhja- Eesti turismiga?
4. Kas Rakvere linna turismiettevõtete ja omavalitsuse koostöö on Teie arvates piisav?
5. Miks puudub linnal ühtne turismi arengukava?
6. Milliste turismiatraktsioonide arendamisele pööratakse hetkel kõige suuremat tähelepanu ja miks ?
7. Millised on Teie hinnangul Rakvere linna suurimad plussid ja miinused välituristi jaoks?
8. Millele peaks Rakvere linn kõige enam rõhuma, et väliturgudel atraktiivne olla?
9. Mis võiks Rakveres olla unikaalne turismitoode, luues konkurentsieelise teiste linnade suhtes? Kas ja millisel määral see vajaks arendamist?
10. Milliseid turunduskanaleid linnavalitsus kasutab Rakvere kui turismissihtkoha reklaamimiseks?
11. Kas on loodud ühtne süsteem turismitegevuse rahastamiseks?
12. Milline peaks regionaalsete katusorganisatsioonide roll Teie nägemuses olema?
13. Mida Teie isiklikult peate Rakvere linna turismi arendamisel kõige olulisemaks?

Lisa 3. Rakvere linna kaart



- | | | | | | |
|-----------|-------------|--|---------------|-------------|--|
| B4 | 1050 | Rakvere tammik <i>Oak Grove</i> | E1 | 1062 | Fr. R. Kreutzwaldi mälestussammas. Eesti rahvuseepose "Kalevipoeg" looja käis Rakveres koolis. Mälestusmärk püstitati 1937. a. Autor E. Eller. <i>Monument for Fr. R. Kreutzwald, the author of the Estonian national epic "Kalevipoeg"</i> |
| B4 | | Juhan Kunderi mälestussammas. Mälestusmärk püstitati poolele teele J. Kunderi kodu ja kooli vahel 1938. a. Autor R. Haavamägi. <i>Monument to Juhan Kunder, playwright and a figure of awakening period.</i> | E1 | 1062 | Rakvere Teater <i>Rakvere Theatre</i> |
| B4 | | Mälestussammas "Okaskroon". Püstitati 1991. a. meenutamaks Rakverest Siberisse küüditatud inimesi. Autor A. Murdmaa. <i>Monument "Okaskroon" (The Crown of Thorns) in memory of the people deported to Siberia by the communists in 1940s</i> | E1 | 0619 | SA Virumaa Muuseum (Tallinna 3) <i>Rakvere Museum</i> |
| B5 | 1051 | Palermo mets <i>Palermo Forest</i> | E1 | | Vene õigeusu kirik (Tallinna 17) <i>Russian Orthodox Church</i> |
| B5 | | Palermo mälestussammas püstitati 10. jaanuaril 1935. a. Palermo metsas 1918/1919 hukatud sõütute elanike mälestuseks. <i>Memorial to the innocent local people executed at Palermo Forest in 1918</i> | E2 | 0842 | Rakvere Kolmainu kirik <i>Rakvere Trinity Church</i> |
| B5 | | Saksa sõjaväekalmistu. Kalmistule on maetud II maailmasõjas saksa vägedes teeninud ja hukkunud sõdurid. Matmispaigal on tahvlid sõjaväelaste nimede, aastmete, sünni- ja surmadaatumitega ning mälestuskivi saksa sõduritele ja kõikidele sõdade ohvritele. <i>German Military Cemetery</i> | E1, E2 | | Pikk tänav. Vanim tänav, mille ümber hakkas linn kujunema 14. sajandil. Oli Rakvere peatänavaks 19. saj. lõpuni. Siin olid kõrtsid, võõrastemajad, apteegid, kauplused, koolid, meistrikojad jn. <i>Historical Pikk street was the main street of Rakvere up to the 19th century.</i> |
| E1 | | Rakvere (Tarvanpää) esmamainimise 750. aastapäeva mälestusmärk. Avati Vallimäel 1976. a. Autor R. Kuld. <i>Monument to the 750th year anniversary of Rakvere town</i> | E2 | 1003 | Rakvere Linnakodaniku Majamuuseum (Pikk 50) <i>Rakvere Citizen's Museum</i> |
| E1 | 1064 | Linnusele ja linnale nime andnud tarva kuju. Avati 2002. a. Autor T. Kangro <i>Monument of aurochs, an ancient bull that gave its name to the place that now is called Rakvere.</i> | E2 | | Hariduskivi avati 1997. a., mil möödus 400 aastat esimese kooli avamisest Rakveres <i>Memorial to the first school in Rakvere</i> |
| | | | E2 | | Vallimäe veski. 1798. a. ehitatud viiekorruseline hollandi tüüpi tuulik oli kasutusel linna veskina. <i>The Vallimäe Mill</i> |
| | | | E2 | | Laululava Vallimäe Veskiorus. Ehitati 1956. a. <i>Song dais</i> |
| | | | E2 | 0618 | Rakvere ordulinnuse varemed <i>Ruins of Rakvere Stronghold</i> |
| | | | F2 | 1027 | Vabadussõja mälestussammas avati 30. augustil 1925. a., hävitati 1940 ja taasavati 30. augustil 1992. <i>Memorial to the War of Independence 1918-1919</i> |

SUMMARY

TOURISM DESTINATION OPPORTUNITIES BY THE EXAMPLE OF RAKVERE CITY

Merili Maasikas

Domestic tourism is considered as one of the world's biggest economy. The destinations are communities of tourism products and services, that offer tourists a unique experience. Destination is the core of the tourism product. This is a specific area, which passengers have chosen to visit and where they want to spend a significant portion of their time. Based on product concept, the destination is the various tourism product mix. These may include both services as well as natural and people made attractions.

Urban tourism provides tourism services in urban areas (such as shopping trips, cultural events). City different from other destinations for a number of major attractions and actives. Systematic tourism destination development and marketing creates preconditions for increasing the number of tourists and tourism potential better implementation. Creating new activities and services supports tourists flow increasing in the area and helps visitors to stay longer in the destination. This creates a need for new tourism ventures or expand existing operations. It will create new jobs and motivation for people to join the labor market. It will encourage tourism, additional services entrepreneurship in the area and additional investment to the private sector. The result will be increase of the attractiveness as a permanent residence, which allows to maintain the number of taxpayers and in turn, economic vitality.

The second chapter of the thesis focused on the Rakvere city as a tourist destination of the current situation analysis, which revealed that there are necessary tourist attractions and events, but they certainly need further development. It also showed that Rakvere is near to the capital city Tallinn, flight connection and the harbour, which creates a favorable opportunity tourist arrivals to Rakvere. Rakvere's main tourist attractions are the fort, AQVA, Tarvas and Theatre. In Rakvere are taking place famous events such as Baltoscandal, Ööjooks, Punk Song Festival, Mens dance party, Sumo World Championships, etc.

According to the research results it appeared that entrepreneurs are not aware of the possibilities of cooperation with other regional companies and it turned out that nobody is not able to see tourist information centre as the role of marketer's, which would help them to reach to prospective customers. The purpose of this study was to find out Rakvere city as the potential tourist destination current situation and it's opportunities for development, taking into account the various interest groups and tourism organizations attitude in the above mentioned city. The goal was achieved, by addressing first theoretical ways of tourism destination and it's development. To accomplish the purpose, two studies were conducted. The studies were made among tourism companies and city tourism specialists. The study showed that there is no roof organization in the city, but they are making much more work to develop it. At the present time, it would be right to start launching the tourism development centre, whose main purpose is the region's tourism potential total application and seasonality implementation.

Tourism is a promising area in Rakvere. All parties have to contribute more to the development, so that tourism functioning would be successful. Enterprises and public sector representatives think that important development perspectives are the spread of information, cooperation, common development, tourism products and services development and marketing, development of reputation and uniqueness of the city.

For successful development there must be created a tourism plan in cooperation with the Rakvere City Government and other tourism entrepreneurs. The plan has to take into account both, the local residents, entrepreneurs, tourism operators as well as state and

county tourism development plans. However, achieving this, requires the constant development of the city by government and tourism operators.

Tourism specialists argued that in cooperation among tourism development, there are shortages. Tour operators believe that the city does not contribute sufficiently for tourism development and they are waiting government contribution for destination better marketing. The author thinks that this thesis can be used in creating a tourism development plan for city and also tour operators for new tourism products and services development. It would also be one way for application to take this thesis into account in further tourism development planning.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina

_____)
(*autori nimi*)

(sünnikuupäev:

_____)

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

_____ ,

(*lõputöö pealkiri*)

mille

juhendaja

on

(*juhendaja nimi*)

- 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.

Pärnus, **15.05.2013**