

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Kerli Kuldmaa

**KONVERENTSITURISMI SIHTKOHA
POTENTIAAL TARTU NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Tiina Tamm, MSc

Pärnu 2015

SISUKORD

Sissejuhatus	3
1. Konverentsiturismi sektori ja sihtkoha teoreetilised käsitlelused	6
1.1. Konverentsiturismi sektori sisu ja olulisus	6
1.2. Konverentsiturismi sihtkoht	12
2. Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali mõjutavate tegurite uuring	17
2.1. Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha tutvustus	17
2.2. Uuringu meetod, valim, korraldus	19
2.3. Uuringu tulemuste analüüs	21
2.4. Järeldused ja ettepanekud	34
Kokkuvõte	39
Viidatud allikad	42
Lisad	46
Lisa 1. Ankeetküsimustik	46
Summary	49

SISSEJUHATUS

Viimastel aastatel on rahvusvahelisel turismiturul olnud rohkem huvi uute segmentide vastu nagu seda on äriturism (Rudančić-Lugarić *et al.* 2014: 271). Dragicevic koos kaasautoritega (2012: 312) toob välja, et äriturism on üheks kõige soovitumaks turismituru segmendiks sihtkohtades üle kogu maailma ja ärireisijad esindavad rahvusvahelise turismituru kasvavat segmenti. Äriturism toob võrreldes puhketurismiga kaasa mitmeid teisi märkimisväärsed lisakasusid, mis teeb selle sihtkohtade jaoks eriti atraktiivseks (Rogers 2013: 28-30). Konverentsiturism on äriturismi erivorm (Baum *et al.* 2009: 207).

Eesti konverentsiturismi sektor näitab tugevat kasvutrendi (EAS 2012). Ka Tartus on konverentsiturismi osatähtsus järjest suurenev ja linna üheks olulisemaks tegevussuunaks aastatel 2013-2020 on konverentsiturismi arendamine (Tartu... 2011: 38-40).

Probleemiks on, et varasemad uuringud Tartu konverentsiturismi potentsiaali kohta puuduvad, uuritud on Tallinna või kogu Eesti konverentsiturismi potentsiaali (EAS 2012). Samas on sihtkoha arendusorganisatsioonidel, seal hulgas Tartu Konverentsibürool, vaja teavet Tartu konverentsiturismi sektori olukorrast Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha arendamiseks.

Probleemist lähtuvalt on autor püstitanud uurimisküsimuse: millised tegurid mõjutavad konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali? Töö autor määratleb potentsiaali kui sihtkoha võimekust konverentsiturismi sektoris, seal hulgas konverentsiturismi arendamiseks vajalike ressursside olemasolu.

Töö eesmärgiks on teha ettepanekuid sihtkoha arendusorganisatsioonidele Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha arendamiseks. Eesmärgist lähtuvalt on autor püstitanud järgmised uurimisülesanded:

- 1) ülevaate andmine konverentsiturismi sektorist ja konverentsiturismi sihtkoha teoreetilistest käsitlustest;
- 2) uuringu läbiviimine ankeetküsitluse meetodil, selgitamaks välja, kuidas hindavad konverentsisaadikud tegureid, mis mõjutavad Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali;
- 3) uuringu tulemuste analüüsimine ja järelduste tegemine;
- 4) saadud järelduste põhjal ettepanekute esitamine sihtkoha arendusorganisatsioonidele Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha arendamiseks.

Töö teoreetiliste käsitluste koostamisel on autor toetunud peamiselt Tony Rogers'i 2013. aastal välja antud raamatule „Conferences and Conventions”, aga kasutatud on ka teisi ingliskeelseid teemakohaseid raamatuid ja teadusartikleid. Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali mõjutavate tegurite uuring on koostatud Šteticu poolt koos kaasautoritega loodud 2014. aasta äriturismi sihtkoha konkurentsivõime hindamise mudeli põhjal.

Töö empiirilise uuringu läbiviimiseks kogub autor andmeid küsitlusega ja kasutab selleks ankeeti. Autor valis andmete kogumiseks küsitluse, kuna see võimaldab küsida paljude eri aspektide kohta ja vastuste analüüsimisel on oluline statistiline tulemus. Küsitlus viiakse läbi veebipõhiselt LimeSurvey keskkonnas Tartu konverentsisaadikute seas. Uuringu eesmärgiks on välja selgitada, kuidas hindavad Tartu konverentsisaadikud tegureid, mis mõjutavad Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali. Autor on teadlik piiratud valimist ja sellest tulenevalt võimalikest vigadest, seega ei tohiks uuringu tulemusi võtta lõpliku ja absoluutse tõena. Uurimistulemuste andmeanalüüs toimub tagastatud ankeetide statistilise andmeanalüüsi põhjal. Saadud andmete analüüsimiseks kasutab autor deduktiivset sisuanalüüsi.

Töö koosneb kahest peatükist, millest esimeses on välja toodud konverentsiturismi sektori ja konverentsiturismi sihtkoha teoreetilised käsitlused. Teine peatükk annab ülevaate Tartust kui konverentsiturismi sihtkohast ja selle potentsiaali mõjutavate

tegurite uuringust. Välja on toodud uuringu meetod, valim ja korraldus, uuringu tulemuste analüüs ning järeldused ja ettepanekud Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha arendamiseks. Töö lisana on esitatud Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali ankeetküsimustik.

1. KONVERENTSITURISMI SEKTORI JA SIHTKOHA TEOREETILISED KÄSITLUSED

1.1. Konverentsiturismi sektori sisu ja olulisus

Järgnevas alapeatükis antakse ülevaade äriturismi määratlusest, konverentsiturismi sektori sisust ja olulisusest ning tuuakse välja äri- ja puhketurismi sarnasused ja erinevused. Lisaks antakse ülevaade konverentsiturismi tulevikutrendidest.

Äriturism esindab erakordselt olulist turismituru segmenti, eriti turismihooaja pikenemise, sihtkoha atraktiivsuse taseme suurendamise ja teatud majandusliku mõju kontekstis (Rudančić-Lugarić *et al.* 2014: 271). Dragicevic koos kaasautoritega (2012: 312) leiab, et ärireisijad esindavad rahvusvahelise turismituru kasvavat segmenti ja äriturismi peetakse üheks kõige soovitumaks turismituru segmendiks sihtkohtades üle kogu maailma. Äriturismi määratletakse kui reisisetegevust ärieesmärkidel, täpsemalt äriprobleemide lahendamiseks või osalemaks erinevatel konverentsidel ja koosolekutel (Cosmin, Ioan 2012: 432).

Konverentsiturism on äriturismi erivorm (Witt, Brooke, Buckley 2013: 40). Enne konverentsiturismi mõiste kasutuselevõttu oli levinud akronüümi *MICE* kasutamine. *MICE* kategooriad liigitatakse ärituristide reisi eesmärgi põhjal, milleks on osalemine koosolekul (*meeting*), preemiareisil (*incentive*), konverentsil (*conference*) või näitusel (*exhibition*) (Robinson 2012: 19-20) :

- **Koosolekud.** Üha enam globaliseeruvas ärimaailmas peavad koosolekutest osavõtmiseks osalejad järjest rohkem reisima. Kuigi sellised koosolekud võivad olla juhitud tele- või videokonverentsi teel, eelistavad paljud äriinimesed siiski kohtuda

silmast-silma. Mõnikord ei toimu sellised koosolekud ühegi osaleja kodumaal, vaid mõnes kolmandas riigis, mis on kõigile sobivalt valitud. Samal põhjusel valitakse tihti lennujaamasid rahvusvaheliste koosolekute toimumispaigaks ja paljud lennujaamad on arendanud nendele vajadustele vastavad võimalused.

- **Preemiareisid.** Termin puudutab töötajaid, keda on oma ettevõtte poolt premeeritud puhkusega. Reisi stiil on tavaliselt luksuslik ja sihtkoht on eksootiline. Preemiareis on tihti autasu hea töö eest ja selle eesmärk on ajendada töötajaid rohkem töötama.
- **Konverentsid.** Termin puudutab inimesi, kelle eesmärk on osaleda konverentsil, kus toimuvad diskussioonid, faktide kogumine, probleemide lahendamine ja/või konsulteerimine. Neid võib toimuda igas mahus, alates mõnest delegaadist kuni mõne tuhandeni (suuremaid kutsutakse pigem kongressideks kui konverentsideks). Konverentsikeskused asuvad tihti lennu- ja rongijaamade läheduses, et olla delegaatide jaoks maksimaalselt kättesaadavad. Sellised toimumispaigad on tihti mitmeotstarbelised asutused, kus võib toimuda lai valik üritusi ja tegevusi.
- **Näitused.** Tegemist on eritüüpi üritusega, kus tooted ja teenused on publikule vaatamiseks välja pandud. Need võivad olla mõeldud ainult kauplejatele või olla avalikud üritused. See kategooria sisaldab ka tootesitlusi.

Viimasel ajal on akronüümi *MICE* asemel kasutusele võetud konverentsiturismi mõiste, mis hõlmab kõiki eespool nimetatud kategooriaid (Definition... 2015). Baum koos kaasautoritega (2009: 207) leiab, et konverentsiturism on suhteliselt uus mõiste turismimajanduses ja tähendab teenuse osutamist ärireisijatele, kes osalevad seminaridel, praktikumidel, konverentsidel ja koosolekutel.

Tänapäeval räägitakse konverentsiturismist kui eraldiseisvast majandussektorist. Konverentsiturismi sektor koosneb laiast valikust organiseerijatest, tarnijatest ja rajatistest, mis võimaldavad korraldada koosolekuid, konverentse, näitusi ja muid sarnaseid üritusi, mida peetakse erialaste, äriliste, kultuuriliste või teaduslike eesmärkide saavutamiseks. Konverentsiturismi sektori siseselt tehakse tihedat koostööd eelkõige äri-, teadus- ja erialakogukondadega, kes esindavad konverentsitoodete tähtsaid kasutajaid ja sõltuvad konverentsiturismi tegevustest selleks, et saavutada oma eesmärged. (The Meetings Industry... 2011: 1) Konverentsiturismi sektori tegevused

esindavad üha olulisemat osa maailmamajanduse kasvu tulevikus, teadmiste levikul ja tööpraktikas ning on võtmeteguriks parema mõistmise ja suhete loomisel erinevate piirkondade ja kultuuride vahel. Konverentsiturismi sektor on võtmeosaks teadmistepõhises majanduses. (The Meetings Industry... 2011: 2)

Konverentsiturism on oluline, kuna sellel on potentsiaali vähendada hooajalisust, suurendada turistide üldisi kulutusi, täiustada sihtkoha kuvandit, ja seega muutub ka konkurents selles sektoris järjest jõulisemaks (Čad 2011). Selleks, et konverentsiturism oleks jätkusuutlik ka tulevikus, tuleb saavutada suuremat tunnustust kasule, mida konverentsiturism seoses ülemaailmse majandusliku ja erialase arenguga kaasa toob (The Meetings Industry... 2011: 2).

Konverentsiturismi kasvu võib seostada mitmete faktoritega, mis on tihedalt seotud turismi nõudlusega üldiselt. Siiski on mõned tegurid nõudlust mõjutanud eriti just konverentsisektoris (Buhalis, Costa 2006: 59):

- kaubanduse ja ülemaailmsete korporatsioonide suurenemine, mis toob kaasa ettevõtete loomise välismaal ja loob veelgi suurema vajaduse koosolekute ja näituste järele;
- suurenenud vajadus õpetuse ja teadmiste edasikandmisele, oskuste jagamisele ja töötamisele rahvusvahelistes meeskondades;
- uute ühingute ja ühenduste moodustumine, mis nõuavad regulaarseid koosolekuid;
- pidev vajadus müügi- ja tootesitluste järele, mis nõuavad silmast-silma kohtumisi;
- suurenenud preemiareiside arv töötajatele.

Äriturismil on võrreldes puhketurismiga nii sarnasusi kui ka erinevusi. Äriturismi aastaringne olemus pakub turismihooajale kasulikku pikendust sihtkohtades, kus see on piiratud muude tegurite poolt nagu näiteks kliima (Robinson 2012: 19). Erinevalt puhketurismist, kulutavad ärihuvide eesmärgil reisijad tihti rohkem raha majutusele ja transpordile, peamiselt seetõttu, et nad vajavad kvaliteetseid ja spetsiaalseid turismiteenuseid (konverentsiruumid, tõlgid) (Cosmin, Ioan 2012: 435).

Puhke- ja äriturismil on neli suurt sarnasust: ärituristidest saavad tööpäeva lõpus puhketuristid; konverentsiprogramm sisaldab delegaatidele mõeldud vabaaja tegevusi;

reisi ajendiks on puhkus, mida pakutakse preemiana tehtud töö eest; äriinimestega on kaasas partnerid ja/või lapsed, kes reisivad lõbu, mitte äri eesmärkidel (Cosmin, Ioan 2012: 435). 2014. aastal Ameerika Ühendriikides läbi viidud küsitlusest *Business Travel Trend Report* selgus, et 71% ärireisijatest tegelevad koosolekute vahelisel ajal ostlemisega või tutvuvad vaatamisväärsustega ja 54% ärireisijatest on pikendanud tööreisi meelelahutuse jaoks (Farley *et al.* 2014: 36-40).

Nii äri- kui ka puhketurism toetuvad sarnasele infrastruktuurile. Mõlemad sektorid vajavad majutust; transporti ja sidekanaleid (lennujaamad, rongijaamad, head teede võrgustikud, bussi- ja taksoteenused, kaasaegne telekommunikatsiooniühendus) ja meelelahutust (ostlemisvõimalused, baarid ja restoranid, ööklubid, kasiinod, vaatamisväärsused). Lisaks vajavad nii äri- kui ka puhketurism informatsiooni- ja nõustamisteenuseid, erakorralise meditsiini teenuseid ning atraktiivset, tervitavat, ohutut ja turvalist keskkonda. Konverentsi- ja äriturismil on aga infrastruktuuri lisavajadused, nagu näiteks sobilikud toimumispaigad, erialased töövõtjad (näiteks töövõtjad audiovisuaalide alal, näituse töövõtjad, tõlgid), ja võib-olla kõige olulisem on personal, kes on koolitatud olemaks teadlik ja reageerimaks konverentsi organiseerijate ja delegaatide erivajadustele. (Rogers 2013: 28-30)

Äriturism toob võrreldes puhketurismiga kaasa mitmeid märkimisväärsed lisakasusid, mis teeb selle sihtkohtade jaoks eriti atraktiivseks. Nendeks on suurem tasuvus, aastaringne tegevus, siseinvesteeringud tulevikus, professionaalne areng, jätkusuutlik turism ja paranenud elukvaliteet. Ärituristide suurem ostujõud tähendab kasvavat majanduslikku kasu võõrustavale sihtkohale, seega ka suurenenud investeeringutulu infrastruktuurile ja turundamisele. Äriturismi aastaringne olemus loob võimaluse püsivatele töökohtadele, vastukaaluks hooajalistele ajutistele töökohtadele, mis on sagedased puhketurismi sektoris. Äriturismil on võrreldes massilise puhketurismiga ka vähem negatiivseid mõjusid keskkonnale. (*Ibid.*: 28-30)

Kuna ükski majandusharu ei püsi muutumatuna, siis mõjutavad ka äriturismi, seal hulgas konverentsiturismi, erinevad trendid ja muutused nii poliitilises, majanduslikus kui ka sotsiaalses keskkonnas. Konverentsisektorit mõjutab ka üha arenev innovatsioon informatsiooni- ja kommunikatsioonitehnoloogias, mis ühelt poolt pakub märkimis-

väärseid võimalusi veelgi efektiivsemaks turundamiseks, ja atraktiivsemaid tooteid, kuid teisalt võib tekitada teatavaid ohte selle sektori jätkusuutlikkusele. (Davidson, Rogers 2006: 247)

Roby (2014: 31) toob välja, et üks kõige suuremaid muudatusi ärireiside valdkonnas viimase viie kuni kümne aasta jooksul on olnud arendused virtuaalsete koosolekute tehnoloogiates ja veebipõhises sotsiaalmeedias. Infoportaalide arv jätkab jõudsat kasvumist ja rohkelt informatsiooni konverentsikorraldajate jaoks sisaldavad konverentsibüroode veebilehed, mille puhul võib ainsaks probleemiks olla nende veebiaadressi leidmine. Otsingumootoriga andmebaas on konverentsikorraldajate jaoks toimumispaiga valikul samuti hädavajalik. (Fenich 2012: 230)

Rocholl (2012: 100) leiab, et kuigi videokonverentside süsteeme arendatakse ilmselt veelgi, muutes need atraktiivseks ka nendele ettevõtetele, kes täna videokonverentsi ei kasuta, on ebatõenäoline, et videokonverentsid või muud virtuaalsed suhtlemisviisid suudavad täielikult asendada personaalseid kohtumisi. Aastatel 2009-2010 Oslos ärireisijate hulgas läbi viidud internetiküsitluses leidsid ärireisijad, et videokonverentsid säästavad aega ja raha ning vähendavad reisimisega seotud stressi. Samas nõustus enamik küsitlusele vastanutest, et videokonverents on halb asendus personaalsetele kohtumistele ja ei sobi koosolekute pidamiseks võõraste inimestega, samuti ei anna see võimalust kontaktide arendamiseks. (Denstadli, Julsrud, Hjorthol 2012: 80)

Corbin Ball (2014) leiab, et kohtumised annavad võimaluse inimesi ühendada, ja toob välja viis põhjust, miks silmast-silma kohtumised jäävad elujõuliseks ka tulevikus: inimeste seltskondlik loomus, inimeste sotsiaalne seotus – soov kohtuda sarnaste huvidega inimestega, messide ja näituste väärtus oluliste turunduskanalitena, inimestele meeldivad atraktiivsed sihtkohad ja rikastavad reisikogemused, silmast-silma sündmused pakuvad palju rikkalikumat kogemust kui virtuaalsed kohtumised.

Konverentsisektori ostjate ja tarnijate seas viidi 2010. aastal läbi rahvusvaheline *Convention 2020 Study* uuring, mille eesmärgiks oli konverentsisektori trendide, muutuste ja arengusuundade väljaselgitamine kuni aastani 2020. Uuringu tulemustest selgus, et peaaegu pooled vastanutest (49%) ootasid, et aastaks 2020 oleks vähem, kuid

suuremahulisi konverentse ja näitusi, mis käsitlevad laiu teemasid, majandussektoreid või huvikogukondasid. Samas prognoosis 79% vastajatest, et aastaks 2020 on suurem valik palju ja väiksemahulisi, väga spetsialiseeritud konverentse, näitusi ja koosolekuid, mille suurema konkurentsi tõttu soovivad delegaadid ka nendest osa võtta. (Rogers 2013: 379)

Üks trendidest, mis saab tulevikus tõenäoliselt tavapäraseks, on kohtumiste korraldamine unikaalsetes toimumispaikades. Korraldajad otsivad toimumispaikade valikul alati uusimaid ja värskemaid ideesid, et nende üritused konkurentsis välja paistaksid. Osavõtjad ootavad samuti üllatamist, et mitte näha sama ürituse formaati aastast aastasse. (Fenich 2012: 77) Ebatavalised toimumispaigad on atraktiivsed, kuna nad annavad sündmusele erilise mulje ja teevad selle meeldejäävaks ka aastaid hiljem. Mõnel toimumispaigal on väga kõrgekvaliteedilised konverentsiruumid, teistel võivad olla üsna piiratud võimalused, kuid ürituse ülesseade kompenseerib sellised puudujäägid konverentsikorraldaja silmis. Ebatavalised valikud sisaldavad näiteks sportimispaiku (jalgpallistaadium, võidusõidurada); kultuuri- ja meelelahutuspaiku (muuseumid, teatrid); turisti atraksioone (teemapargid, ajaloolised kohad, lossid) ja veesõidukeid (praamid, lodjad). (Rogers 2013: 62-63)

Konverentsiturismi tulevikutrendidena tuuakse veel välja: suurenenud konverentsinõudlus, muutused ettevõtluskeskkonnas, suurenenud konkurents, teenusekvaliteedi teemad, ohutus ja turvalisus, puudega reisijate vajadused. Uute tundliku maitsega konverentsiküllastajate tulekuga on oluline luua õige keskkond ja pakkuda häid võimalusi ja teenuste kvaliteeti. Tulevikuüritused peavad rahuldama tarbija nõudmisi ja ootusi. (Buhalis, Costa 2006: 59-62)

Eelnevalt käsitletud teoreetilistele seisukohtadele tuginedes võib öelda, et äriturismi peetakse üheks kõige soovitumaks turismituru segmendiks sihtkohtades üle kogu maailma, kuna see toob võrreldes puhketurismiga kaasa mitmeid märkimisväärseid kasusid ja on seetõttu sihtkohtade jaoks eriti atraktiivne. Konverentsiturism on äriturismi erivorm, mis koosneb erialaste, äriliste, kultuuriliste või teaduslike eesmärkide saavutamiseks peetud kohtumistest. Konverentsiturismi sektorit mõjutab üha arenev innovatsioon informatsiooni- ja kommunikatsioonitehnoloogias, tuues kaasa

videokonverentside arendamise. Samuti on tulevikutrendideks üha enamate kohtumiste korraldamine unikaalsetes toimumispaikades ja väiksemahuliste väga spetsialiseeritud konverentside pidamine.

1.2. Konverentsiturismi sihtkoht

Järgnevas alapeatükis antakse ülevaade turismisihtkoha määratlusest, sihtkoha potentsiaali hindamisest, kohtumiste korraldamise olulisusest sihtkohas ja kriteeriumitest, mis on sihtkohtade puhul konverentside korraldajate jaoks olulised. Joonistena tuuakse välja ärisündmuste poolt loodava väärtuse kolmnurk ja äriturismi kvaliteetteenuse mudel. Lisaks antakse ülevaade konverentsisaadiku programmist, konverentsiturismi sihtkoha konkurentsivõime teguritest ja tegevustest, mis aitavad säilitada Eesti mainet konverentside korraldamise sihtkohana.

Rudančić-Lugarić koos kaasautoritega (2014: 271) leiab, et turismisegmendid, nagu äriturism, vajavad teatud tube, teenuseid ja tooteid ehk konkreetset turismisihtkohta, seega peab turismisihtkoha positsioneerimine selles turismisegmendis algama sellest, et konkurents on tugev ja turistide vajadused on väga erinevad. Konverentsikorraldajad omistavad toimumispaiga valimisel suuremat väärtust asukohale kui ühelegi teisele kriteeriumile. Asukohaks võib olla väikelinn, suurlinn või piirkond riigis. Laialdaselt aktsepteeritud termin kirjeldamiseks neid kõiki on sihtkoht. Sihtkohaks võib olla kogu riik, kuid riigi sees on selleks eraldiseisev ala identifitseeritavate piiridega. (Rogers 2013: 63)

Põhjus, miks turistid valivad sihtkoha, põhineb sihtkoha atraktiivsusel ja selle huvitatusel turistide rahulolu mõjutamisel. Sihtkoha potentsiaali hindamine aitab hinnata ja määrata sihtkoha olemasolevate ressursside olulisust. Sihtkoha potentsiaali hindamine sisaldab sihtkoha väärtuse või omakapitali hindamist, sihtkoha füüsiliste aspektide ja valmisoleku uurimist, tehes seda infrastruktuuri, ligipääsetavuse, keskkonna, maine ja ohutuse aspektidest lähtuvalt. Sihtkoha potentsiaali hindamine on Dickmani 5A mudeli kohaselt seotud viie peamise komponendiga sihtkohas, milleks on: atraktsioonid (*attraction*), ligipääsetavus (*accessibility*), mugavused (*amenities*), majutus (*accommodation*), tegevused (*activities*). (Jittangwatana 2005; Dickman 1996,

viidatud Popichit *et al.* 2013: 117 vahendusel) Rogers (2013: 63) leiab, et kui konverentsisihtkoht tahab olla konverentsisektori jaoks atraktiivne, peab see sisaldama erinevaid toimumispaiku, lisavahendeid, atraktsioone, toetavaid teenuseid ja sobivat infrastruktuuri.

Turismivaldkonnas olev huvi ärisündmuste, sealhulgas koosolekute ja näituste vastu, on olnud suur nii kaua aega, et peaaegu kõigis suuremates linnades on nüüd olemas muljetavaldavad konverentsi- ja näitustekeskused (Getz 2008: 411). Siiski toimub enamuse konverentsidest hotellides ja haridusasutustel (ülikoolidel, kolledžitel) on konverentsipaikadena samuti suur roll (Witt, Brooke, Buckley 2013: 40).

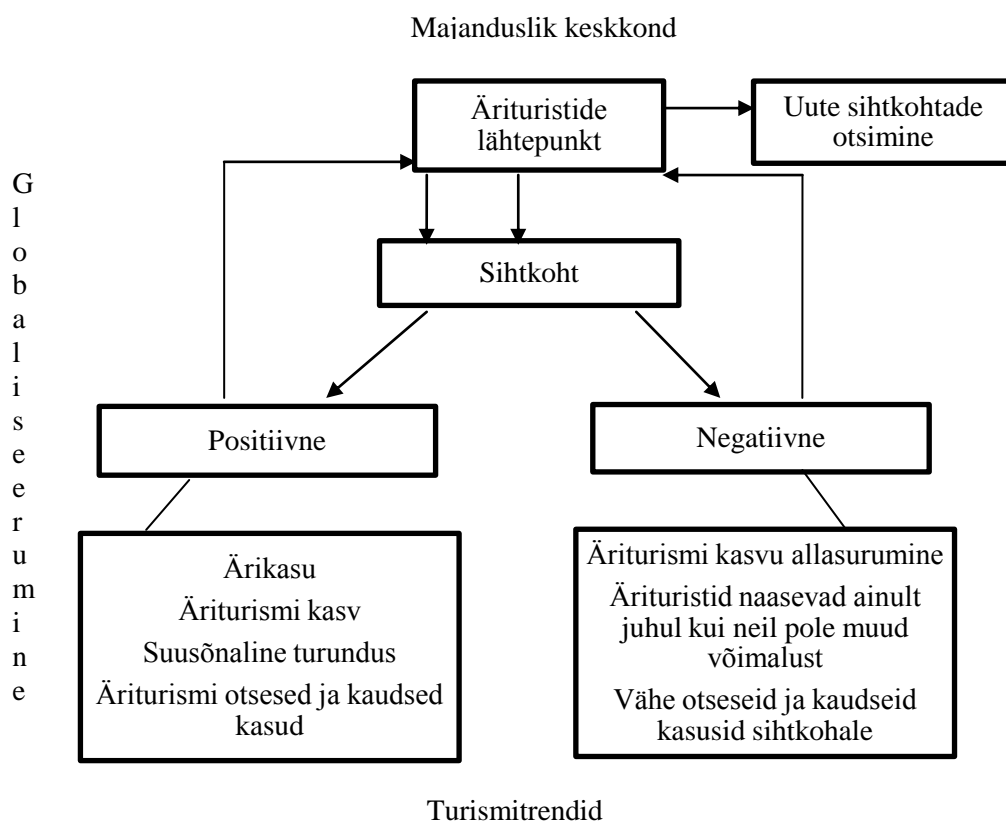
Kohtumiste tegevuste organiseerimine toob võõrustavasse riiki suure hulga inimesi ja infovoos, millel on positiivne mõju transpordile, telekommunikatsioonile, hotellidele, toitlustusele, finants- ja kindlustusfirmadele, eriti aga kogu turismimajanduse arengule. Seetõttu peavad konverentsisektor ja turismimajandus kõik komponendid kooskõlastama kui terviku, et pakkuda laias valikus professionaalseid teenuseid nii eksponentidele kui ka küllastajatele. (Wu, Zhang 2013: 153) Joonisel 1 on toodud ärisündmuste poolt loodava väärtuse kolmnurk, mis näitab väärtuse erinevaid komponente, mida ärisündmused kaasa toovad.



Joonis 1. Ärisündmuse väärtuse viis komponenti (autori koostatud allika Jago 2012: 6 põhjal).

Korraldajad on alati väga huvitatud kindlaks tegemast, et konverentsid või preemiareisid oleksid võimalikult edukad. Üks võimalus, kuidas seda saavutada, on pakkuda delegaatidele ja osalejatele meeldiv, positiivne kogemus sihtkohast, kus üritust korraldatakse. See tähendab tavaliselt, et delegaatidele näidatakse kõige atraktiivsemaid osasid sihtkohast, lootuses, et meelde jääva kogemuse saades tulevad paljud ka tagasi. Kui kõik läheb edukalt, tulevad mõned delegaadid või osalejad tagasi kui puhkusereisijad, tuues tihti kaasa oma kaaslased ja perekonnad puhkuse või lühireisi veetmiseks. Mõnele võib sihtkoht jätta nii sügava mulje, et nad otsustavad oma ettevõtte sinna ümber paigutada või otsida võimalust tüdarettevõtte loomiseks. (Rogers 2013: 29)

Joonisel 2 on kujutatud kvaliteetteenuse mudel, mis näitab, et ärireisijate ja neid võõrustavate sihtkohtade vahel on eriline suhe. Kui kogemus sihtkohas on positiivne, siis ärireisijad naasevad. Teisest küljest aga, kui kogemus on negatiivne, toob see kaasa ka teatava negatiivse mõju äriturismi reisimustrile. (Ramgulam *et al.* 2012: 76)



Joonis 2. Äriturismi kvaliteetteenuse mudel (autori koostatud allika Ramgulam *et al.* 2012: 76 põhjal).

Sihtkohtade valiku puhul on konverentside korraldajate jaoks olulised: ligipääsetavus, infrastruktuur, raha eest saadav väärtus, tugev ja positiivne bränd. Lisaks ootavad nad ideesid, ettepanekuid ja abi konverentsibüroodelt ning koostöövõimalust konverentsiturul olevate kohalike ettevõtjatega. (Davidson 2011: 6)

Suur hulk linnasid üle maailma ja väiksemal arvul sihtkoha turundusorganisatsioone ja konverentsikeskuseid on hakanud kohaliku panuse andmiseks looma saadiku programme. Need programmid on üldjuhul loodud viimase kümne aasta jooksul, mida on arendatud vastavalt kohalikele finantsilistele, poliitilistele ja majanduslikele tingimustele. Hästi planeeritud programm ei too sihtkohta mitte ainult suuremal hulgal rahvusvaheliste assotsiatsioonide koosolekuid, vaid see aitab ühendada ka konverentsiturismi sihtkohaturunduse professionaale, kohalikke poliitikuid ja ettevõtteid, professionaalseid ja akadeemilisi juhte, et luua jagatud strateegiline visioon sihtkoha arendamiseks tulevikus. (Congress... 2014: 4-5) Teadlastel on tihti lai valik konverentse, mille vahel valida. Seetõttu on nende jaoks oluline konverentsikogemus, mille põhjal otsustatakse, kas osaleda ka järgmisel korral ja soovitada konverentsi teistele potentsiaalsetele osalejatele. (Lewis, Kerr 2012: 11)

Konverentsisihtkoha konkurentsivõimet arvatakse tihti sõltuvat sellistest teguritest nagu: poliitiline stabiilsus; majanduslik keskkond; tehnoloogiline areng; infra- ja superstruktuuri arengutase (valmidus turismimajanduseks, et saada ja majutada turiste); seadusandlus; demograafilised küsimused (haridus, elatustase, võõrkeeleoskus jne); valitsuse poliitika ja stiimulid; looduslike ja tehnilike atraktsioonide kättesaadavus. Esimene etapp otsustamisprotsessis keskendub sihtkoha valikule ja teine etapp on pühendatud konverentsiteenuste valikule. Seega on konkurentsivõimel kaks tasandit: makrotasand (milles sihtkohad omavahel konkureerivad) ja mikrotasand (milles turismiettevõtted püüavad meelitada delegaate sihtkoha külastajate seast). Üks kõige olulisemaid rolle sihtkoha konkurentsivõime suurendamisel on konverentsibüroodel. Nende turundustegevus peaks hõlmama internetilehe kujundamist kõikide liikmete nimedega, trükiste ja teiste prinditud materjalide väljastamist, osavõttu erialastest messidest ning lisaks ka teisi avalike suhete ja reklaamiga seonduvaid tegevusi. (Čad 2011)

Gomezelj ja Mihalič (2008: 294, viidatud Štetic *et al.* 2014: 176 vahendusel) peavad oluliseks, et sihtkoha arendajad saaksid aru, kuidas sihtkoha konkurentsivõimet tugevdada ja säilitada. Selleks on vaja välja selgitada ja määratleda konkurentsieelised või nõrkused ja analüüsida sihtkoha konkurentsipositsiooni. Štetic koos kaasautoritega lõi äriturismi sihtkoha konkurentsivõime hindamiseks mudeli, mille põhjal on sihtkoha äriturismi arendamise aluseks konkreetset äriturismi võtmevaldkonnad. Üheks mudeli eeliseks on selle kasutusvõimalus edasisel äriturismi sihtkoha arendamisel, mis põhineb jätkusuutliku arengu põhimõtetel. See on võimalik, kuna jätkusuutliku arengu kontseptsiooni rakendatakse mudelis läbi äriturismi sihtkohtade võtmevaldkondade. (Štetic *et al.* 2014: 176-182)

Väljakutseks sihtkohtadele on konkurents teiste sihtkohtade ja tehnoloogiaga. Selleks, et säilitada Eesti maine konverentside korraldamise sihtkohana, tuleb jätkata peamiste turgude kindlaks tegemist, teha meeskonnatööd ja kasutada kõiki turustamise vahendeid (näitused, reklaam, avalikud suhted, tutvumisreisid, saadikuprogrammid jne). Samuti tuleks harida kohalikke poliitikuid, ärimehi ja elanikke konverentsiturismi väärtuse osas ning teha statistikat konverentsiturismi kohta sihtkohas. (Davidson 2011: 4-7)

Eelnevalt käsitletud teoreetilistele seisukohtadele tuginedes võib öelda, et konverentside korraldamisel on asukohal suurem väärtus kui ühelgi teisel kriteeriumil. Põhjus, miks turistid valivad sihtkoha, põhineb sihtkoha atraktiivsusel. Kui konverentsisihikoht tahab olla konverentsisektori jaoks atraktiivne, peab see sisaldama erinevaid toimumispaiku, lisavahendeid, atraktsioone, toetavaid teenuseid ja sobivat infrastruktuuri. Eesti kui konverentsisihikoha maine säilitamiseks tuleb jätkata peamiste turgude kindlaks tegemist, teha meeskonnatööd ja kasutada kõiki turustamise vahendeid.

2. TARTU KUI KONVERENTSITURISMI SIHTKOHA POTENTIAALI MÕJUTAVATE TEGURITE UURING

2.1. Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha tutvustus

Järgnev alapeatükk keskendub Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha tutvustamisele. Ülevaade antakse Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha poolt pakutavatest võimalustest, Tartu Konverentsibüroo tegevusest ja eesmärkidest ning Tartu Konverentsisaadiku programmist.

Kultuurirohke Tartu on suuruselt teine linn Eestis ja vanim Balti riikide seas, mis on majanduslikult positiivselt arenenud ja omab rikkalikku ajaloolist pärandit. Tartu on kõrge teaduspotsiaaliga linn, millel on olemas head eeldused kujuneda olulisemaks Eesti meditsiini- ja teaduskonverentsikeskuseks. Tartus asub 200-aasta vanune Ülikooli Kliinikum ning suurimad haiglate ja laborite kompleksid. (Miks Tartu 2014) Tartu teadlaste kõrgetasemeline teadustöö, osalemine rahvusvahelistes teadusprogrammides ja aktiivne välissuhtlus on teinud Tartu rahvusvaheliselt tuntud teaduslinnaks. Teadustegevus on valdavalt koondunud kõrgkoolidesse (Tartu Ülikool, Eesti Maaülikool, Tallinna Tehnikaülikooli Tartu kolledž), kus viljeletakse alus- ja rakendusteadusi ning antakse teaduspõhist kraadiharidust. Teadus- ja teadmismahuka ettevõtluse tekkeks ja arenguks soodsa keskkonna loomisega tegeleb Sihtasutus Tartu Teaduspark. (Teadus- ja arendusasutused 2014)

Meditsiini- ja biotehnoloogiakonverentside korraldamisel on Tartus oma traditsioon. Näiteks Eesti Geenivaramu Projekt on Tartu Ülikooli uuring, mis on suuruselt kolmas Geenivaramu Projekt maailmas. Samuti on konverentsiesinejate hulgas Tartus ka Nobeli auhinna laureaate. 2/3 Eesti biotehnoloogiate firmadest ja suurimatest Eesti

tarkvara firmadest asub just Tartus. Suureks eeliseks konverentsiturismi arendamisel on Tartu Ülikool ning kõrgkoolid ja teadusasutused – neis toimuvad nii rahvusvahelised kui ka riigisisised teadusüritused (konverentsid, kollokviumid). Tartu on oma teadlaste kaudu esindatud väga paljudes (rahvusvahelistes) organisatsioonides (liidud, assotsiatsioonid, ühingud). Seega on olemas võrgustik, mida konverentsiturismi arendamisel rakendada. (Miks Tartu 2014)

Tartus on: 70 konverentsi ja seminari pidamise kohta kokku enam kui 8000 delegaadi jaoks; suurim ruum kuni 960 delegaadi jaoks; professionaalsed konverentsikorraldajad; enam kui 70 erinevat majutusasutust, ligi 240 omanäolist söögikohta, kus saab nautida erinevate rahvusköökide roogasid, aga ka klassikalist restorani keskkonda (Konverentsiruumid 2015). Tartusse kerkib uus spaa- ja konverentsikeskus, mis avab uksed tõenäoliselt 2016. aasta aprillis. Maa alla on planeeritud autoparkla 400 parkimiskohaga, teisele korrusele tuleb kuni 700 inimest mahutav konverentsikeskus. Hoone 3. ja 4. korrusele tuleb 74 toaga hotell, mis vastab nelja täрни nõuetele. Hoone 4. korrusele tuleb Tartusse kauaoodatud spaa, kus on mitmeid erinevaid saunasid, basseine, lõõgastusruume, pakutakse erinevaid *wellness*-teenuseid. Spaa kompleksi kuulub ka jõusaal ning läbi kahe korruse suur laste mängumaa. (Tartusse kerkib... 2014)

Konverentsiturismi arendamine Tartus kuulub SA Tartumaa Turismi tegevusvaldkondade hulka. Tartu Konverentsibüroo on juriidiliselt SA Tartumaa Turismi poolt registreeritud kaubamärk. Tartu Konverentsibüroo eesmärgid ja põhitegevus on suunatud Tartu kui konverentslinna tutvustamisele ja arendamisele. 2008. aastal sai Tartu Konverentsibüroost Eesti Konverentsibüroo liige. MTÜ Eesti Konverentsibüroo on turundusorganisatsioon, mille eesmärgiks on koordineerida Eesti kui konverentsisihhkoha tutvustamist. Tartu Konverentsibüroo eesmärgiks on Tartu kui konverentslinna väärtustamine ja arendamine ning eeliste loomine sellealaseks tegevuseks. Niisamuti ka kaasa aidata Tartu rahvusvahelise tuntuse ja tunnustatuse saavutamisele turismisihhkohana. (Tartu Konverentsibüroo 2014)

Tartu Konverentsibüroo on koostöös Eesti Konverentsibürooga välja töötanud Konverentsisaadiku programmi, mille raames pakutakse konverentsisaadikutele

igakülgset abi konverentsi ettevalmistusfaasis, sh ka konverentside kutsumisel Tartusse. Tartu Konverentsisaadiku programmi eesmärk on suurendada Tartus toimuvate rahvusvaheliste konverentside arvu. Tartu konverentsisaadik on oma eriala tippspetsialist, kes osaleb regulaarselt oma valdkonna rahvusvahelistes koostööprojektides (seminarid, konverentsid) ning soovib tuua ühenduse (assotsiatsiooni, organisatsiooni) konverentsi Tartusse (Eestisse). (Tartu Konverentsisaadiku programm 2014) Konverentsisaadikud on teadlased, professorid, õppejõud, kes oma rahvusvahelisi kontakte kasutades ning rahvusvahelistes organisatsioonides töötades saavad kaasa aidata Tartusse erinevate konverentside toomisel (Lendok 2010).

Eelnevalt välja toodud allikatele tuginedes võib öelda, et Tartus on konverentsiturismi arendamiseks olemas Tartu Ülikool, kõrgkoolid, teadusasutused, teadlaste kõrgetasemeline teadustöö, osalemine rahvusvahelistes teadusprogrammides ja aktiivne välissuhtlus. Seega on Tartu kõrge teaduspotsiaaliga linn, millel on olemas head eeldused kujuneda olulisemaks Eesti teaduskonverentside sihtkohaks. Tartu kui konverentslinna tutvustamisele ja arendamisele aitab kaasa Tartu Konverentsibüroo. Tartus toimuvate rahvusvaheliste konverentside arvu aitab suurendada Tartu Konverentsisaadiku programm.

2.2. Uuringu meetod, valim, korraldus

Töö empiirilise osa uuringu eesmärgiks oli välja selgitada, kuidas hindavad Tartu konverentsisaadikud tegureid, mis mõjutavad Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali. Štetic koos kaasautoritega (2014: 181-182) lõi äriturismi sihtkoha konkurentsivõime hindamiseks mudeli, mille põhjal on sihtkoha äriturismi arendamise aluseks konkreetset äriturismi võtmevaldkonnad. Mudelit võib kasutada edasisel äriturismi sihtkoha arendamisel. Kuna mudel sisaldab konverentsiturismi sihtkoha jaoks olulisi tunnuseid, kasutas autor kohandatud mudelit Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali hindamise eesmärgil. Konverentsiturism on äriturismi erivorm (Witt, Brooke, Buckley 2013: 40) ja tähendab teenuse osutamist ärireisijatele, kes osalevad seminaridel, praktikumidel, konverentsidel ja koosolekutel (Baum *et al.* 2009:

207). Autor keskendus oma töös konverentsiturismile ja kasutas seega äriturismi asemel konverentsiturismi mõistet.

Uuringu läbiviimiseks kogus autor andmeid küsitlusega ja kasutas selleks ankeeti. Autor valis andmete kogumiseks küsitluse, kuna see võimaldas küsida paljude eri aspektide kohta ja vastuste analüüsimisel oli oluline statistiline tulemus. Veebipõhine küsitlus on vastaja jaoks mugav ja tagab suurema anonüümsuse kui personaalne intervjuu. Lisaks on veebipõhine küsitlus eelarvamustevaba, kuna vastajate ja uurija vahel puudub personaalne kontakt. Vastuste määr võib veebipõhiste küsitluste puhul aga olla madal ning mitmed laekunud küsimustikud võivad sisaldada vastamata jäetud küsimusi või mittetäielikke vastuseid, mille põhjust pole võimalik välja selgitada. (Krishnaswami, Satyaprasad 2010: 121)

Küsimustik (vt Lisa 1) koosnes nii avatud, suletud kui ka Likerti skaalal põhinevatest küsimustest, millest vastaja valis sobivaima. Autor kasutas Likerti 5-palli skaalat, kus 1 on väga halb, 2 on pigem halb, 3 on osaliselt hea/osaliselt halb, 4 on pigem hea ja 5 on väga hea. Likerti skaalat kasutati konverentsiturismi sihtkoha vaadeldavate tunnuste hindamiseks (Štetic *et al.* 2014: 183). Küsitlus viidi läbi veebipõhiselt LimeSurvey keskkonnas perioodil 09.03.-27.03.2015. Autor saatis Tartu Konverentsibüroo praktikandi meiliaadressi kasutades Tartu konverentsisaadikutele e-kirjad, kus palus küsimustikule vastata.

Autor moodustas valimi kõikse valimi põhimõtte järgi. Kõikne valim kuulub mittetõenäosusliku valimi hulka, mis hõlmab kõiki inimesi ligipääsetavast populatsioonist, kes vastavad sobivatele kriteeriumitele kindlaks määratud valimi suuruses (Polit, Beck 2013: 196). Valimiks oli 106 Tartu konverentsisaadikut, kes tegelevad erialakonverentside korraldamisega ja on esitanud avalduse liitumaks ametlikult Tartu Konverentsisaadiku programmiga. Vastajaid oli kokku 30 ehk 106 saadikust vastas 28%. Autor on teadlik piiratud valimist ja sellest tulenevalt võimalikest vigadest, seega ei tohiks uuringu tulemusi võtta lõpliku ja absoluutse tõena.

Tartu konverentsisaadik on oma eriala tippspetsialist, kes osaleb regulaarselt oma valdkonna rahvusvahelistes koostööprojektides (seminarid, konverentsid) ning soovib

tuua ühenduse (assotsiatsiooni, organisatsiooni) konverentsi Tartusse (Eestisse) (Tartu Konverentsisaadiku programm 2014). Konverentsisaadikud on teadlased, professorid, õppejõud, kes oma rahvusvahelisi kontakte kasutades ning rahvusvahelistes organisatsioonides töötades saavad kaasa aidata Tartusse erinevate konverentside toomisel (Lendok 2010).

Uurimistulemuste andmeanalüüs toimus tagastatud ankeetide statistilise andmeanalüüsi põhjal. Kirjeldav statistiline analüüs sisaldas keskmise, moodi ja standardhälbe leidmist. Kirjeldav statistika võimaldas andmeid tõhusalt kokku võtta, et kirjeldada suurte andmekogumite olulisi aspekte. Koondades kokku numbriliste andmete massi, muudab kirjeldav statistika andmed informatsiooniks. (DeFusco *et al.* 2007: 61) Andmete sisestamiseks ja statistika koostamiseks kasutas autor Exceli tabeltöötlusprogrammi. Saadud andmete analüüsimiseks kasutas autor deduktiivset sisuanalüüsi (vt tabel 1).

Tabel 1. Deduktiivse kodeerimise kategooriad (autori koostatud).

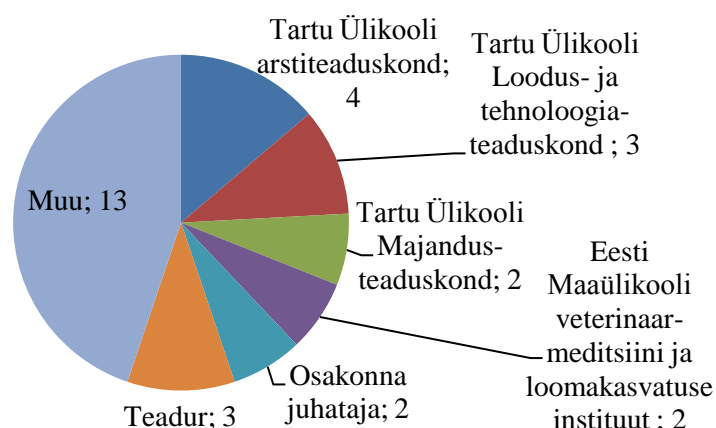
Kategooriad	Autorid
Konverentsiturismi sihtkoha atraktiivsus	Štetic et al. (2014), Rogers (2013)
Konverentsiturismi valdkonna eriomased tunnused	Štetic et al. (2014)
Konverentsiturismi sihtkoha juhtimine	Štetic et al. (2014)
Konverentsiturismi sihtkoha turundamine	Čad (2011)

Deduktiivse sisuanalüüsi korral luuakse koodid või kategooriad, mis põhinevad teoreetilisel raamistikul, enne analüüsi läbiviimist (Martin, Hanington 2012: 40). Autor lõi erinevad deduktiivse kodeerimise kategooriad lähtuvalt Šteticu ja kaasautorite 2014. aasta äriturismi sihtkoha konkurentsivõime hindamise mudelist ning töö teoreetilises osas käsitletud allikate põhjal.

2.3. Uuringu tulemuste analüüs

Järgnevas alapeatükis on välja toodud uuringu tulemuste analüüs ja järeldused. Analüüsi illustreerivad joonised ja tabelid, mis on autori koostatud ja põhinevad uuringu tulemustel.

Ankeedi esimene küsimus palus vastajal välja tuua teaduskond ja/või ametikoht, mille esindaja ta oma organisatsioonis on (vt joonis 2). Organisatsioonidena olid esindatud eelkõige Tartu Ülikool ja Eesti Maaülikool. Kõige rohkem vastajaid oli Tartu Ülikooli arstiteaduskonnast (4), millele järgnes Tartu Ülikooli Loodus- ja tehnoloogiateaduskond (3). Võrdselt leidis vastajaid nii Tartu Ülikooli Majandusteaduskonnast (2) kui ka Eesti Maaülikooli veterinaarmeditsiini ja loomakasvatuse instituudist (2), ametikohtadena olid esindatud peamiselt teadurid (3) ja osakonna juhatajad (2). Teiste vastajate hulgas olid veel: juhatuse liige, lektor, rektoraat, raamatukogu turundusjuht, Linnoloogiakeskuse vanemteadur, usuteaduskonna professor, filosoofiateaduskonna dotsent, Haridus- ja Teadusministeeriumi esindaja ning esindajad Eesti Maaülikoolist, sotsiaalteaduskonnast, geograafia osakonnast ja metsanduse valdkonnast, üks vastaja oli jätnud küsimusele vastamata. Seega põhineb uuring mitmete erinevate teaduskondade ja ametikohtade esindajate hinnangutel.



Joonis 2. Esindatud teaduskonnad/ametikohad, n=29.

Ankeedi teine küsimus palus vastajal välja tuua, mitme konverentsi korraldusmeeskonnas ta osalenud on. Selgus, et kõige enam on osaletud kahes (5) või kolmes (5) konverentsi korraldusmeeskonnas, millele järgnes kuue konverentsi korraldamine (4). Kolm vastajat on osalenud ka 10 ja kolm vastajat 15 konverentsi korraldamisel, lisaks tõi üks vastaja välja, et ta on osalenud 29 konverentsi korraldamisel. Sellest võib järeldada, et vastajate puhul on tegemist kogunud konverentside korraldajatega, kelle kogemuste ja hinnangute põhjal oli võimalik välja selgitada Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali mõjutavad tegurid.

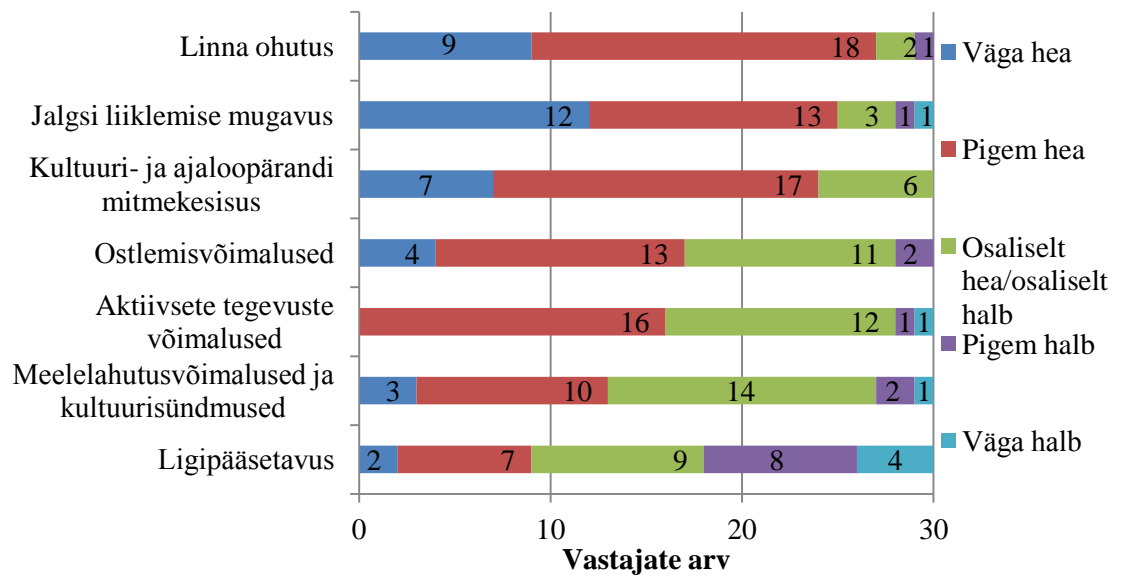
Ankeedi kolmanda küsimusega soovis autor teada, mitme osalejaga on olnud suurim konverents, mida vastaja on korraldanud. Vastuste hulka võib lugeda ka need konverentsid, mis on lisaks Tartule toimunud paralleelsessioonides veel teistes sihtkohtades. Kõige rohkem on korraldatud 300 osalejaga konverentse (5), millele järgneb 50 osaleja (3), 120 osaleja (3) ja 200 osalejaga (3) konverentside korraldamine. Kõige väiksema arvuna toodi välja 30 osalejaga konverents ühe vastaja poolt. Suurima arvuna toodi välja 800 osalejaga konverents, mille korraldamisel on osalenud 2 inimest.

Järgnevalt on tehtud kokkuvõtte vastajate hinnangutest kolme kategooria põhjal, millest esimene keskendus Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha üldisele atraktiivsusele, teine konverentsiturismi valdkonna eriomastele tunnustele ja kolmas Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha juhtimisele. Atraktiivsust iseloomustavateks tunnusteks olid: linna ohutus, jalgsi liiklemise mugavus, kultuuri- ja ajaloopärandi mitmekesisus, ostlemisvõimalused, aktiivsete tegevuste võimalused, meelelahutusvõimaluste ja kultuurisündmuste mitmekesisus ning ligipääsetavus. Ülevaade atraktiivsust iseloomustavate tunnuste arvkarakteristikutest on toodud järgnevas tabelis 2.

Tabel 2. Tartu üldist atraktiivsust iseloomustavate tunnuste arvkarakteristikud, n=30.

	Keskmine	Mood	Standardhälve
Linna ohutus	4,17	4,0	0,70
Jalgsi liiklemise mugavus	4,13	4,0	0,97
Kultuuri- ja ajaloopärandi mitmekesisus	4,03	4,0	0,67
Ostlemisvõimalused	3,63	4,0	0,81
Aktiivsete tegevuste võimalused	3,43	4,0	0,73
Meelelahutusvõimaluste ja kultuurisündmuste mitmekesisus	3,40	3,0	0,89
Ligipääsetavus	2,83	3,0	1,15

Linna ohutusega oldi valdavalt rahul, kuna üle poole vastanutest ehk 18 inimest andsid pigem hea ja üheksa vastajat väga hea hinnangu (vt joonis 3). Ka kõige kõrgema keskmise hinde ehk 4,17 sai linna ohutus. Osaliselt heaks ja osaliselt halvaks pidas ohutust kaks vastajat ja pigem halvaks üks vastaja, väga halba hinnangut ei andnud keegi. Sellest võib järeldada, et vastajad peavad Tartut ohutuks linnaks.



Joonis 3. Hinnangud Tartu üldist atraktiivsust iseloomustavatele tunnustele, n=30.

Kõrge keskmise hinde ehk 4,13 sai ka jalgsi liiklemise mugavus, mida hinnati peamiselt heaks (13) ja väga heaks (12). Kolm vastajat hindasid jalgsi liiklemise mugavust osaliselt heaks ja osaliselt halvaks. Väga halvaks pidas seda üks vastaja, mille põhjenduseks oli kommentaar: „*Maaülikooli campus ning biomeedikum asuvad kesklinnast kaugel, samas hotellid on kesklinnas. Osalejad ei pääse seepärast hästi liikuma*“. Samas oli vastanute seas 11 Tartu Ülikooli esindajat, kes hindasid jalgsi liikumise mugavust väga heaks, mis võib olla tingitud sellest, et mitmed Tartu Ülikooli asutused asuvad kesklinna vahetus läheduses ja on seega jalgsi liiklejale mugavama asukohaga.

Hinnangud kultuuri- ja ajaloo pärandi mitmekesisusele olid samuti positiivsed, mida näitab ka keskmine hinne 4,03. Peamiselt hinnati kultuuri- ja ajaloo pärandi mitmekesisust pigem heaks (17) ja väga heaks (7). Osaliselt hea ja osaliselt halva hinnangu andis kuus vastajat ja negatiivseid hinnanguid ei andnud keegi. Seega võib öelda, et saadikud on rahul Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha kultuuri- ja ajaloo pärandi mitmekesisusega.

Ostlemisvõimalusi hinnati peamiselt heaks (13), samas leidis ka vastajaid, kes hindasid selle osaliselt heaks ja osaliselt halvaks (11). Pigem halvval arvamusel oli kaks vastajat ja

väga halba hinnangut ei andnud keegi. Seega võib öelda, et ostlemisvõimalustega Tartus ollakse valdavalt rahul, mida näitab ka keskmine hinne 3,63.

Aktiivsete tegevuste võimalused hinnati peamiselt heaks (16) ning osaliselt heaks ja osaliselt halvaks (12). Paari vastaja arvates oli see pigem halb või väga halb. Üks vastaja tõi kommentaarina välja: „*Võiks rohkem kaasata tegevusi Emajõel ja Tartu lähiümbruses*“. Hinnangute põhjal võib järeldada, et olemasolevate aktiivsete tegevuste võimalustega ollakse pigem rahul.

Meelelahutusvõimaluste ja kultuurisündmuste mitmekesisuse hindamisel oldi pigem neutraalsel arvamusel, kuna ligikaudu pooled vastanutest ehk 14 inimest leidsid, et see on nii osaliselt hea kui ka osaliselt halb. Ka keskmine hinne oli ligikaudu kolm, mis tähendab, et kuigi hinnangud olid nii osaliselt head kui osaliselt halvad, siis kalduti ka pigem hea hinnangu poole (10). Täiesti rahulolematu oli üks vastaja ja pigem halva hinnangu andis kaks vastajat. Üks saadik tõi välja, et rohkem tähelepanu tuleks pöörata huvitavama kultuuriprogrammi loomisele.

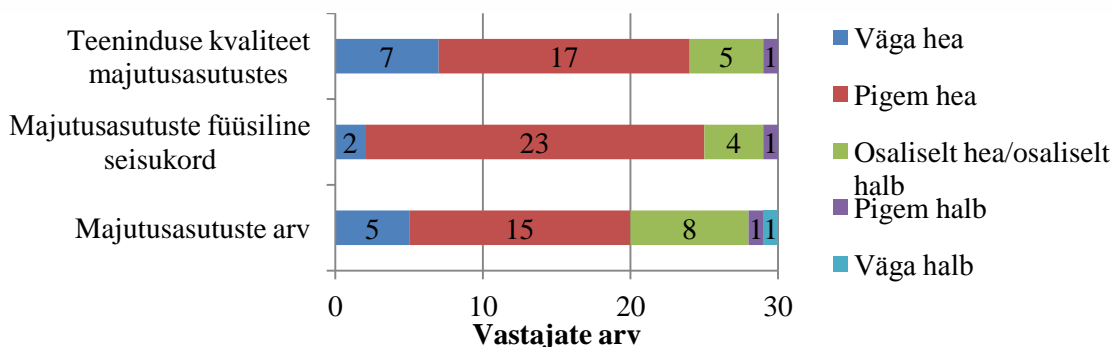
Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha üldise atraktiivsuse iseloomustamisel hinnati kõige madalamalt ligipääsetavust, mille keskmiseks hindeks oli 2,83. Ka standardhälve erines kõige rohkem ligipääsetavuse hindamisel, kus hinnangud olid 1,15 palli võrra kõrgemad või madalamad keskmisest hindest. Seega olid hinnangud nii osaliselt head ja osaliselt halvad (9) kui ka pigem head (7) ja pigem halvad (8). Neli vastajat pidasid ligipääsetavust väga halvaks, mida põhjendati peamiselt hea lennuühenduse puudumisega. Üks vastaja lisas kommentaariks: „*Tartu on ja jääb pigem väikeste konverentside linnaks, sest ligipääsetavus on halb*“.

Teine hindamistabel keskendus Tartu konverentsiturismi valdkonna eriomastele tunnustele, kus vastaja sai hinnangud anda nii majutus- ja toitlustusasutuste kui ka konverentsi- ja seminariruumide arvule, füüsilisele seisukorrale ja teeninduse kvaliteedile. Lisaks said vastajad hinnata ka professionaalsete konverentsikorraldajate arvu ja teenuste kvaliteeti ning olemasolevate unikaalsete rajatiste kasutusvõimalusi konverentsiturismi valdkonnas. Ülevaade Tartu konverentsiturismi valdkonna eriomaste tunnuste arvkarakteristikutest on toodud järgnevas tabelis 3.

Tabel 3. Konverentsiturismi eriomaste tunnuste arvkarakteristikud, n=30.

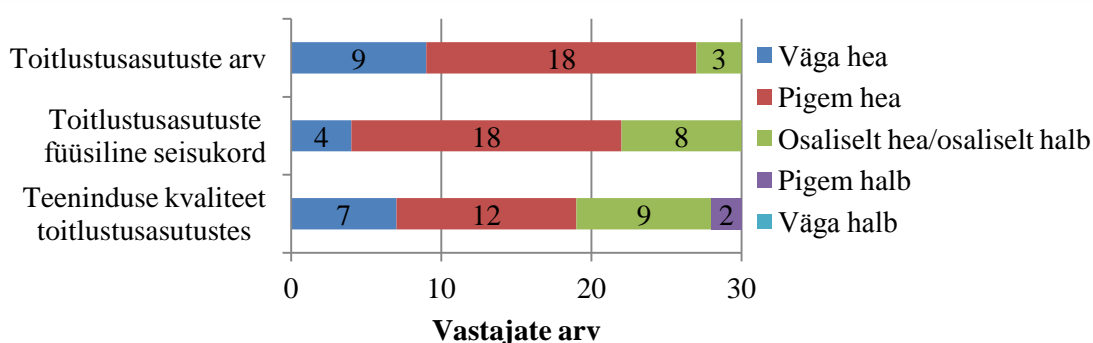
	Keskmine	Mood	Standardhälve
Toitlustusasutuste arv	4,20	4,0	0,61
Teeninduse kvaliteet majutusasutustes	4,0	4,0	0,74
Konverentsi- ja seminariruumide tehniline varustus	4,0	4,0	0,64
Konverentsi- ja seminariruumide füüsiline seisukord	3,93	4,0	0,64
Teeninduse kvaliteet konverentsi- ja seminaripaikades	3,93	4,0	0,64
Majutusasutuste füüsiline seisukord	3,87	4,0	0,57
Toitlustusasutuste füüsiline seisukord	3,87	4,0	0,63
Teeninduse kvaliteet toitlustusasutustes	3,80	4,0	0,89
Majutusasutuste arv	3,73	4,0	0,91
Professionaalsete konverentsikorraldajate teenuste kvaliteet	3,67	4,0	0,88
Professionaalsete konverentsikorraldajate arv	3,37	4,0	1,10
Konverentsi- ja seminariruumide arv	3,30	4,0	0,92
Olemasolevate unikaalsete rajatiste kasutusvõimalused konverentsiturismi valdkonnas	3,23	4,0	0,90

Hinnangud majutusasutuste arvu, füüsilise seisukorra ja teeninduse kvaliteedi suhtes olid valdavalt positiivsed (vt joonis 4). Kolmel korral anti pigem halb ja ühel korral väga halb hinnang. Majutusasutuste arv on piisav poole vastanute ehk 15 inimese arvates, kelle hulgas oli ka kaks kõige suurema osalejate arvuga (800) konverentsi korraldamisel osalenud saadikut. Samas kaldusid kaheksa vastajat pigem osalise rahulolu poole. Füüsilist seisukorda hinnati majutusasutustel peamiselt heaks (23), aga ka väga heaks (2). Teeninduse kvaliteeti hinnati keskmise 4,0 järgi pigem heaks (17) ja seitsme vastaja jaoks on teenindus majutusasutustes väga hea.



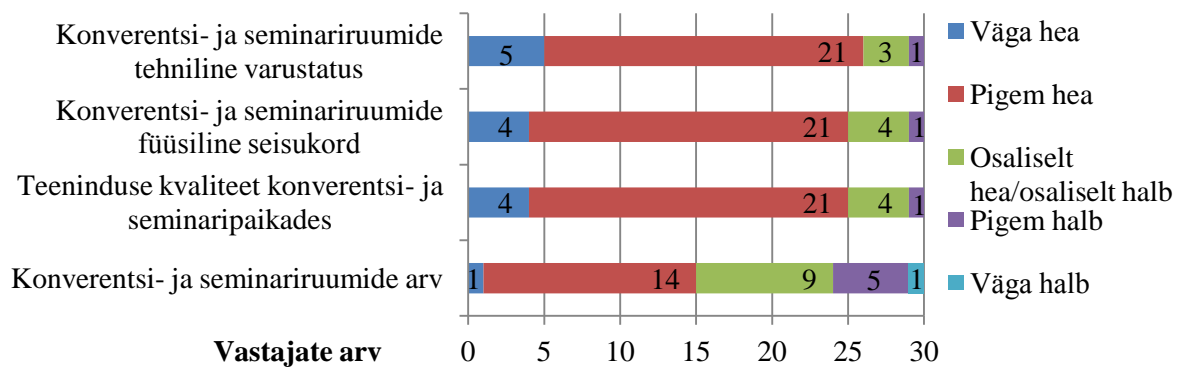
Joonis 4. Hinnangud majutusasutustele, n=30.

Kõige kõrgemalt hinnati toitlustusasutuste arvu, mille keskmiseks hindeks oli 4,20 ehk peamiselt leiti, et arvukus on pigem hea (18) ja väga hea (9) (vt joonis 5). See näitab, et toitlustusasutusi on konverentsisaadikute arvates Tartus piisavalt, mida arvas ka kaks kõige suurema osalejate arvuga (800) konverentsi korraldamisel osalenud saadikut. Ka hinnangud toitlustusasutuste füüsilise seisukorra ja teeninduse kvaliteedi osas olid positiivsed. Füüsiline seisukord hinnati pigem heaks (18), väga heaks (4) ja osaliselt heaks kui ka osaliselt halvaks (8). Teeninduse kvaliteedi hindas pigem heaks 12 vastajat, väga heaks seitse vastajat, osaliselt heaks ja osaliselt halvaks üheksa vastajat.



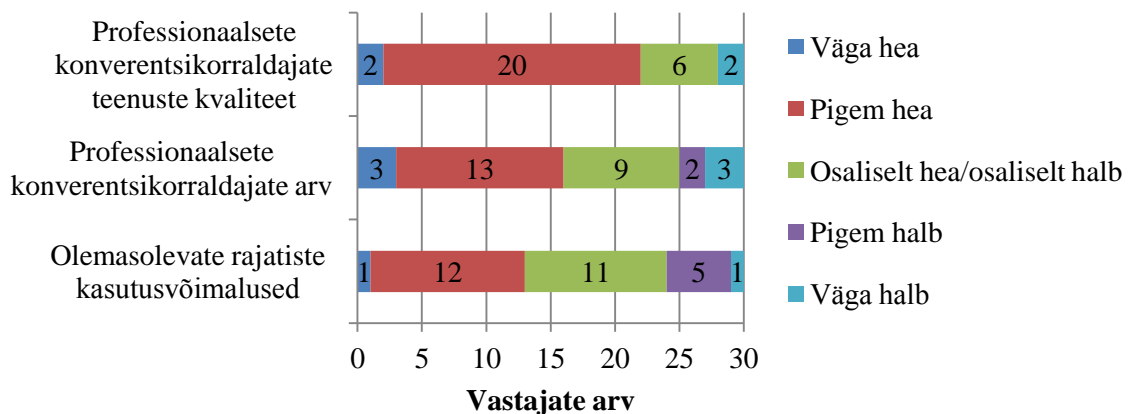
Joonis 5. Hinnangud toitlustusasutustele, n=30.

Enamik vastajaid (21) leidsid, et nii konverentsi- ja seminariruumide füüsiline seisukord, tehniline varustatus kui ka teeninduse kvaliteet on pigem hea. Väga halba hinnangut ei andnud keegi ja kolmel korral anti pigem halb hinnang (vt joonis 6). Üks vastaja leidis, et rohkem tähelepanu tuleks pöörata ruumide paindlikkusele, tehnilisele toele ja mitmekesisusele. Konverentsi- ja seminariruumide tehnilist varustatust hinnati keskmise 4,0 järgi pigem heaks. Kõige madalama keskmise hinde ehk 3,30 sai konverentsi- ja seminariruumide arv, samas kui hinnangud selles osas olid pigem head (14). Osaliselt hea ja osaliselt halva hinnangu andis üheksa inimest ja viis vastajat leidsid, et konverentsi- ja seminariruumide arv pole piisav. Rahulolematust põhjendati peamiselt osalejate mahutavuse probleemiga, üks vastaja lisas kommentaariks: „*Tartus on ainus konkurentsitu täisteenuse pakkuja Dorpati konverentsikeskus, kuhu mahub kõige rohkem inimesi*“.



Joonis 6. Hinnangud konverentsi- ja seminaripaikadele, n=30.

Hinnangud professionaalsete konverentsikorraldajate arvu ja teenuste kvaliteedi osas olid valdavalt head (vt joonis 7). Samas erines standardhälve kõige rohkem just selle tunnuse puhul, kus hinnangud olid 1,10 palli võrra kõrgemad või madalamad keskmisest hindest. Seega olid hinnangud nii osaliselt head ja osaliselt halvad (9) kui ka pigem head (13), väga hea hinnangu andis kolm vastajat. Pigem halb hinnang anti kahe, väga halb hinnang kolme vastaja poolt. Teenuste kvaliteeti hinnati pigem heaks (20) ja kahel korral väga heaks, mis näitab, et teenuste kvaliteediga ollakse rahul. Üks vastaja lisas kommentaariks: „*Professionaalseid korraldajaid tegelikult pole ise kasutanud, aga nõu olen küll saanud*“. Kõige madalamalt hinnati olemasolevate unikaalsete rajatiste kasutusvõimalusi konverentsiturismi valdkonnas, mille keskmiseks hindeks oli 3,23. Hinnangud olid pigem head (12), osaliselt head ja osaliselt halvad (11) ja pigem halvad (5). Üks vastaja leidis, et erinevaid võimalusi hoonete osas on siiski vähe.



Joonis 7. Hinnangud professionaalsetele konverentsikorraldajatele, n=30.

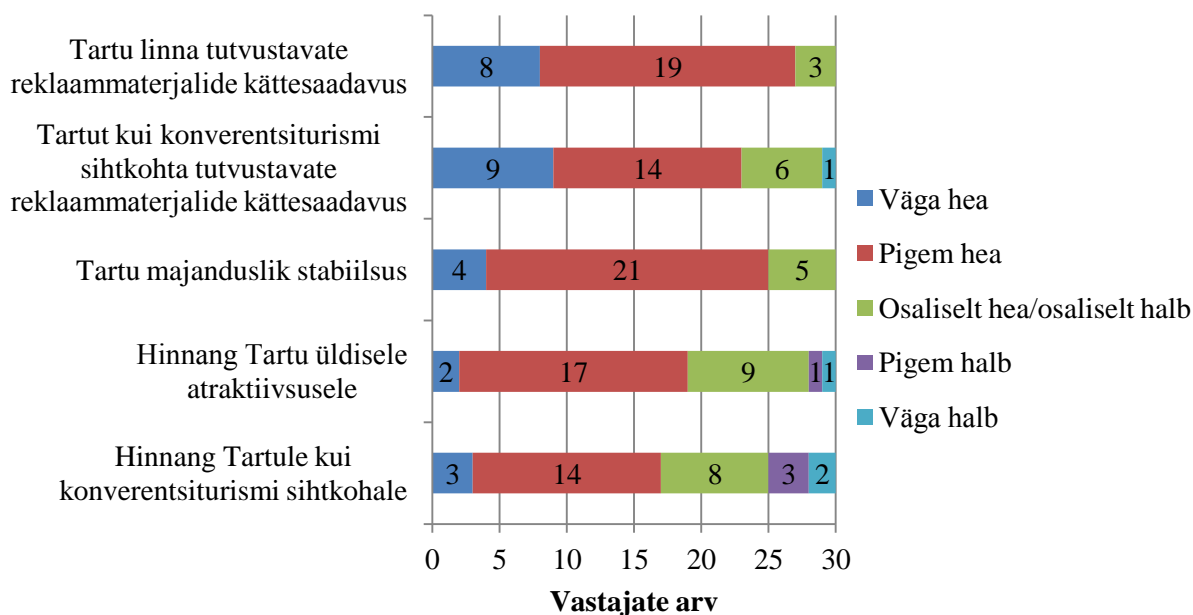
Kolmas hindamistabel keskendus Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha juhtimisele, kus autor palus vastajatel anda hinnang viiele tunnusele: Tartu linna tutvustavate reklaammaterjalide kättesaadavus, Tartut kui konverentsiturismi sihtkohta tutvustavate reklaammaterjalide kättesaadavus, Tartu majanduslik stabiilsus, Tartu üldine atraktiivsus ja Tartu konverentsiturismi sihtkohana. Ülevaade Tartu juhtimisega seotud tunnuste arvkarakteristikutest on toodud järgnevas tabelis 4.

Tabel 4. Tartu juhtimisega seotud tunnuste arvkarakteristikud, n=30.

	Keskmine	Mood	Standardhälve
Tartu linna tutvustavate reklaammaterjalide kättesaadavus	4,17	4,0	0,59
Tartut kui konverentsiturismi sihtkohta tutvustavate reklaammaterjalide kättesaadavus	4,0	4,0	0,91
Tartu majanduslik stabiilsus	3,97	4,0	0,56
Hinnang Tartu üldisele atraktiivsusele	3,60	4,0	0,81
Hinnang Tartule kui konverentsiturismi sihtkohale	3,43	4,0	1,04

Kõige kõrgemalt hinnati Tartu linna tutvustavate reklaammaterjalide kättesaadavust, mille keskmiseks hindeks oli 4,17. Hinnangud Tartu linna tutvustavate reklaammaterjalide kättesaadavuse osad olid pigem head (19) ja väga head (8), negatiivseid hinnanguid ei andnud keegi (vt joonis 8). Kolm vastajat leidsid, et reklaammaterjalide kättesaadavus on osaliselt hea ja osaliselt halb. Kõrgelt hinnati ka Tartut kui konverentsiturismi sihtkohta tutvustavate reklaammaterjalide kättesaadavust, mida näitab keskmine hinne 4,0. Ligikaudu pooled vastanutest (14) leidsid, et see on pigem hea. Üheksa vastaja hinnang oli väga hea ja kuue vastaja hinnang oli osaliselt hea ja osaliselt halb. Tartu majandusliku stabiilsusega ollakse rahul, kuna enamik vastajaid (21) leidsid, et see on pigem hea. Negatiivseid hinnanguid ei andnud keegi.

Tartu üldist atraktiivsust hinnati peamiselt heaks (17) ja nii osaliselt heaks kui ka osaliselt halvaks (9). Kaks vastajat leidsid, et see on väga hea. Ühe vastaja hinnang oli väga halb, mille põhjenduseks oli kommentaar: „Linna mustus on probleem, v.a. kesklinn. Tartut võrreldi prügilinna Napoliga, kui sügisel lehtedega prügikotid seisavad teeääres. Linna sissesõidud on koristamata prügiga või inetu tööstusmaastik, nt. Ilmatsalu, Viljandi, Valga poolt tulles. Linna sissesõit peab olema atraktiivne, esimesest muljest algab imidž. Ilmselt on targalt tehtud planeering puudu“.



Joonis 8. Hinnangud Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha juhtimisega seotud tunnustele, n=30.

Kõige madalam hinnang anti Tartule kui konverentsiturismi sihtkohale, mille keskmiseks hindeks oli 3,43. Ka standardhälve väärtusega 1,04, erines kõige enam just selle tunnuse puhul keskmisest hindest. Seega olid hinnangud küll peamiselt head (14), kuid kalduti ka väga hea (3) või osaliselt hea ja osaliselt halva hinnangu poole (8). Väga halva hinnangu andis kaks vastajat, mida põhjendati mitte juhtimisprobleemidega, vaid pigem hea lennuühenduse puudumisega. Üks vastaja lisas kommentaariks: „*Peab olema võimalus lennata Tartusse ja Tartust ära hommikul ja õhtupoolikul, nii et oleks jätkulende. Ei ole mõtet enne Tartut kongressikohana välja pakkuda, kui see ei parane*“. Üks vastaja tõi välja, et Tartu põhiprobleem konverentsiturismis on lennuühendus ja siiani siiski maine küsimus.

Ankeedi seitsmenda küsimusega soovis autor teada, millistele tunnustele tuleks konverentsiturismi valdkonnas Tartus veel tähelepanu pöörata. Enamik vastajaid ehk kümme inimest tõi välja, et tähelepanu tuleks pöörata ligipääsetavusele lennukiga ja seejuures hea lennuühenduse loomisele. Vastajate kommentaarid lennuühenduste osas olid järgmised:

Eelkõige transport ja kättesaadavus lennukiga on peamine probleem.

Kuivõrd kättesaadav Tartu konverentsituristidele füüsiliselt on? Ilma kaasaegse lennuühenduseta ei tasu tõsisest konverentsiturismist Tartus rääkida. Paraku.

Puudub hea lennuühendus.

Lisaks tõi kolm inimest välja, et tähelepanu tuleks pöörata ka osalejate mahutavusele nii majutusasutustes kui ka konverentsi- ja seminariruumides. See võis tingida ka madalad keskmised hinded majutusasutuste ning konverentsi- ja seminariruumide arvu hindamisel. Vastajate kommentaarid osalejate mahutavuse osas olid järgmised:

Osalejate mahutavus: Tartus on ainus konkurentsitu täisteenuse pakkuja Dorpati konverentsikeskus, kuhu mahub kõige rohkem inimesi. Vanemuise Kontserdimaja on suure saaliga, aga majutust ei paku ja töötubade võimalus on väike.

Tõeliselt suurte rahvusvaheliste kongresside korraldamiseks jäävad olemasolevad keskused (Dorpat) väikeseks, siin on ainus võimalus ülikool.

Ka ei ole võimalik korraldada suuri (1500-2000 osavõtjaga konverentse, mulle on sellise korraldamist pakutud), kus korraga peaks töö saama käia neljal paralleelsessioonil, a'500 inimest. Ka ei majuta Tartu ilmselt 2000 inimest 3-5 täärni hotellidesse. Vabandan, kui eksin, sest minu andmed pärinevad 6 aasta tagusest ajast, kui otsisin sellise konverentsi tegemise võimalusi Eestis.

Kolm vastajat mainisid ka giididega seotud teemasid, millele tähelepanu tuleks pöörata. Üks vastaja tõi välja koloriitsete giidide olemasolu vajalikkuse ja üks vastaja soovis, et leiduks info giiditeenuste kohta. Ühe probleemina toodi välja liiga pikk giidide ettetellimisaeg: „Inglisekeelne giid tuleb ette tellida vähemalt nädal, aga tavaliselt otsustab konverentsil osaleja ühe või teise ettekande kasuks kohapeal. See tähendab seda, et giidiga külastusi ei saa“. Kolm vastajat mainisid liiga kallist hinnaklassi Tartus:

Tartu peaks olema piisavalt palju odavam, et kompenseerida Tallinna plusse.

Odavama hinnaklassiga majutuspaiku on vähe, need on väikesed ja asuvad kesklinnast kaugel.

Väikese konverentsi korral hotellid allahindlusi ei anna. On olnud tagasisidet kalli hinna kohta.

Muude probleemidena, millele konverentsisaadikud soovivad konverentsiturismi valdkonnas veel tähelepanu pöörata, toodi välja teadusasutuste keeruline asjaajamise kord ja muuseumide ebasobivad lahtiolekuajad. Vastajate kommentaarid olid järgmised:

Rahandusministeeriumi eestvõtmisel võiks Eesti lihtsustada asjaajamise korda teadusasutustele, et ei peaks tohutult võtma pakkumisi, korraldama konkursse ja kulutama hulga tööaega tõestamaks, et teadlased oma projektide rahakesi liiga kergekäeliselt ei kuluta.

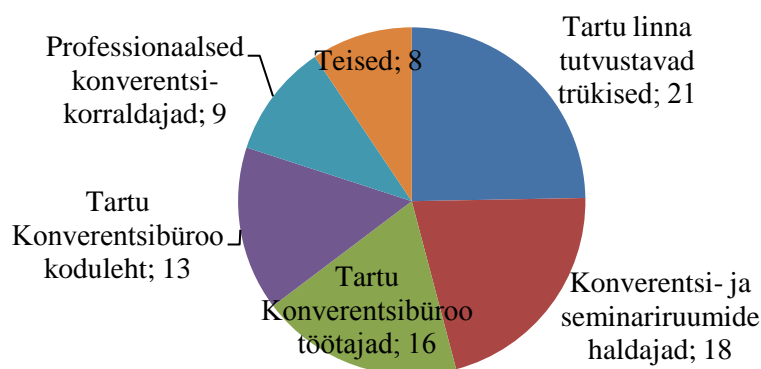
Muuseumid on valdavalt laupäeval-pühapäeval suletud, osalejad ei saa vabal ajal neid külastada.

Ankeedi kaheksanda küsimusega soovis autor teada, milliseid tegevusi on konverentsisaadikute arvates veel Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha paremaks turundamiseks vaja. Peamiselt tehti ettepanekuid transpordi osas. Kuus vastajat tõid välja, et tegeleda tuleks eelkõige lennuliikluse parandamisega. Ühe vastaja kommentaar oli: „*Pange Helsingi, Stockholmi ja Riia liinile lennuk käima. Kui Tallinn on Euroopa mõttes nurgatagune koht, siis Tartusse pääsemine on ikka täielik rist ja viletsus*“. Kaks vastajat leidsid, et vaja on parandada ka rongiliiklust, luues kas tiheda rongiühenduse Tallinna lennujaamast Tartusse või parema kiirrongi ühenduse. Samuti mainis üks vastaja, et jälgida tuleks ka seda, et bussiühendus Tartu lennujaamaga oleks stabiilne.

Muude ettepanekutena toodi välja, et pakkuda tuleks mitmekeelset teenindust ja vaja oleks teha laiemat Tartus toimunud konverentside/sündmuste sisulist kajastust meedias. Üks vastaja tegi ettepaneku toota rohkem Tartut tutvustavaid videoid: „*Kui üks pilt kõneleb rohkem kui 100 sõna, siis parafraaseerides – liikuv pilt enam kui 10000 sõna. Rohkem professionaalselt toodetud videoid Tartu omapärast – miks siia üldse peaks tulema.*“ Samas leidis üks vastaja, et: „*Tegelikult poleks vaja mitte filme toota, vaid*

võtta kõigile suurematele konverentsidele ka Tartu linn ühe organiseerijana kaasa“. Sooviti ka seda, et toetataks rohkem konverentside korraldajaid. Kaks vastajat leidsid aga, et turundamisega on kõik üldiselt korras ja oldi arvamusel, et: „*Ei tea, kas ongi Tartut väga rohkem vaja turundada, muidu on linn kõiksuguseid teiste erialade turiste täis ja meie rahuarmastavad füüsiikud ei taha enam siia tulla“.*

Ankeedi viimase küsimusega soovis autor teada, millistest infoallikatest on konverentsisaadikutel olnud enim abi konverentside korraldamisel (vt joonis 9). Selgus, et enim abi on saadud Tartu linna tutvustavatest trükistest (21), konverentsi- ja seminariruumide haldajatelt (18) ja Tartu Konverentsibüroo töötajatelt (16). Kõige vähem kasutatakse Tartu Konverentsibüroo kodulehte (13) ja professionaalsete konverentsikorraldajate poolt pakutavaid teenuseid (9). Teiste infoallikatena, millest on konverentside korraldamisel abi olnud, toodi välja kolleegid (2), internetist leitav teave (2), linnavalitsus, teiste konverentsikorraldajate kogemus ja ka Tartu Ülikooli välissuhete osakond.



Joonis 9. Infoallikad konverentside korraldamisel, n=30.

Kokkuvõtvalt võib öelda, et kõige kõrgema keskmise hinde said Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha juhtimisega seotud tunnused, mille keskmiseks hindeks oli 3,83 (vt tabel 5). Sellele järgnes Tartu konverentsiturismi valdkonna eriomaste tunnuste keskmine hinne 3,76 ja kõige väiksema keskmise hinde ehk 3,66 sai Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha üldine atraktiivsus.

Tabel 5. Tunnuste arvkarakteristikute võrdlev ülevaade.

	Keskmine	Mood	Standardhälve
Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha juhtimine	3,83	4,0	0,84
Tartu konverentsiturismi valdkond	3,76	4,0	0,83
Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha üldine atraktiivsus	3,66	4,0	0,96

Standardhälve 0,96 oli kõrgeim üldise atraktiivsuse hindamisel. See tähendab, et hinnangute hajuvus oli suur ja kuigi enamasti hinnati üldist atraktiivsust nii osaliselt heaks kui ka osaliselt halvaks, siis kalduti ka pigem hea ja pigem halva hinnangu poole. Seega võib öelda, et Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha üldise atraktiivsuse osas leidub veel kasutamata potentsiaali. Tartu konverentsiturismi valdkonna eriomaste tunnuste ja Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha juhtimise standardhälbed olid sarnaselt 0,83 ja 0,84, seega suurt hajuvust nende tunnuste hindamisel ei esinenud. Kuna kõikide tunnuste mood oli 4,0 ehk kõige rohkem hinnati tunnuseid pigem heaks, siis näitab see Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha suurt potentsiaali.

2.4. Järeldused ja ettepanekud

Uuringu eesmärgiks oli välja selgitada, kuidas hindavad Tartu konverentsisaadikud tegureid, mis mõjutavad Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali. Selgus, et kõikidele teguritele anti peamiselt hinnang 4 ehk tegureid hinnati pigem heaks. See näitab, et konverentsisaadikute hinnangul on Tartul suur potentsiaal konverentsiturismi sihtkohana, kuid teatud ressursside ebapiisavuse tõttu võib see potentsiaal jääda täielikult kasutamata. Praegust konverentsiturismi olukorda Tartus iseloomustab hästi ühe konverentsisaadiku kommentaar: „*Olukord on 5 aastaga kindlasti paranenud, aga arenguruumi on kõikides punktides*“. Uuringu tulemustest lähtuvalt ja eelpool väljatoodud teoreetilistele seisukohtadele tuginedes teeb autor järeldused ja esitab ettepanekud sihtkoha arendusorganisatsioonidele Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha arendamiseks.

Rogers (2013: 63) leiab, et kui konverentsisihikoht tahab olla konverentsisektori jaoks atraktiivne, peab see sisaldama erinevaid toimumispaiku, lisavahendeid, atraktsioone, toetavaid teenuseid ja sobivat infrastruktuuri. Kuna uuringust selgus, et Tartus on

enamik nendest valdkondadest heal tasemel, järeldab autor, et Tartul on konverentsiturismi sihtkohana suur potentsiaal.

Uuringu tulemustest selgus, et Tartul on konverentsiturismi sihtkohana mitmeid tugevusi, mis potentsiaali suurendada aitavad. Tartul on olemas konverentsisaadikud kui kogenud konverentside korraldajad, kes aitavad kaasa rahvusvaheliste konverentside toomisel Tartusse. Konverentside korraldamisel on neile enim abiks Tartu linna tutvustavad ja Tartut kui konverentsiturismi sihtkohta tutvustavad reklaammaterjalid, mille kättesaadavust hinnati peamiselt heaks või väga heaks. Konverentsisaadikud leidsid, et Tartu on ohutu linn, millel on mitmekesine kultuuri- ja ajaloopärand ning kus on mugav jalgsi liigelda. Lisaks on Tartus olemas suur hulk toitlustusasutusi, kvaliteetse teenindusega majutusasutusi ning hea tehnilise varustatusega konverentsi- ja seminariruumid.

Võimalikult edukate konverentside või preemiareiside korraldamisel on oluline pakkuda delegaatidele ja osalejatele meeldiv, positiivne kogemus sihtkohast, kus üritust korraldatakse. Selleks näidatakse delegaatidele kõige atraktiivsemaid osasid sihtkohast, lootuses, et meelde jääva kogemuse saades tulevad paljud ka tagasi. (Rogers 2013: 29) Uuringu tulemustest selgus, et Tartu tugevustena nähakse aktiivsete tegevuste võimalusi, kultuuri- ja ajaloopärandi mitmekesisust, ostlemisvõimalusi ja toitlustusasutuste arvukust. Seega tuleks konverentside korraldamisel kombineerida just nende valdkondade poolt pakutavaid võimalusi, pakkumaks delegaatidele meeldivat ja positiivset kogemust sihtkohast. Ka Ameerika Ühendriikides läbi viidud küsitlusest *Business Travel Trend Report* selgus, et 71% ärireisijatest tegelevad koosolekute vahelisel ajal ostlemisega või tutvuvad vaatamisväärsustega (Farley *et al.* 2014: 36-40).

Tugevate valdkondade kõrval leidis ka neid, mis võivad Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali vähendada ja mida on Tartu atraktiivsuse tõstmiseks vaja arendada. Selleks peavad konverentsibüroo ja teised sihtkoha arendusorganisatsioonid tegema koostööd Tartu linna ja ettevõtjatega.

Selgus, et Tartu potentsiaali vähendab eelkõige ligipääsetavus lennukiga. Davidson (2011: 6) toob välja, et konverentside korraldajate jaoks on sihtkohtade valiku puhul

olulised ligipääsetavus ja infrastruktuur, mida kinnitavad ka uuringu tulemused. Potentsiaali tõstmiseks tuleks lisada uusi lennuliine, mis lihtsustaks ja kiirendaks konverentsidel osalejate ligipääsu Tartusse ja aitaks seega kaasa ka osalejate arvu ning konverentsiturismi nõudluse kasvule. Uute lennuliinide lisamine on aga keeruline, kuna see nõuab suuri investeeringuid, mida saab teha kas riik või Tartu linn. Autor teeb ettepaneku sihtkoha arendusorganisatsioonidele rõhuda teistele transpordivõimalustele ja näidata, et Tartusse on võimalik saada mugavalt ja kiirelt ka bussi või rongiga. Tartu Konverentsibürool tuleks luua Tartut kui konverentslinna tutvustav video, kus võiks olla lõik ka sellest kui kaasaegsed ja mugavad on Tallinna-Tartu vahelised rongid ja bussid, kus wifi ühendus võimaldab sõidu ajal ka arvutiga töötada.

Tartut kui konverentslinna tutvustav video aitaks konverentsikorraldajaid Tartu tutvustamisel ja näitaks Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha poolt pakutavaid võimalusi. Kuna konverentsisaadikute seas läbiviidud uuringust selgus, et konverentside korraldamisel saadakse peamiselt abi Tartu linna tutvustavatest trükistest, siis on oluline jätkata ka nende väljaandmist. Eriti oluline on just Tartut kui konverentsiturismi sihtkohta tutvustavate trükiste väljaandmine, mis on heaks infoallikaks nii konverentside korraldajatele kui ka nendest osavõtjatele.

Tartu konverentsiturismi valdkonna nõrkuseks peetakse konverentsi- ja seminariruumide ebapiisavat arvu, mis väljendub peamiselt osalejate mahutavuses. Seda probleemi aitab vähendada Tartusse ehitatav uus kuni 700 inimest mahutav konverentsikeskus (Tartusse kerkib... 2014). Gomezelj ja Mihalič (2008: 294, viidatud Štetic *et al.* 2014: 176 vahendusel) peavad oluliseks, et sihtkoha arendajad selgitaks välja ja määratleks konkurentsieelised või nõrkused ning analüüsiks sihtkoha konkurentsipositsiooni, selleks et sihtkoha konkurentsivõimet tugevdada ja säilitada. Kuna selgus, et Tartu nõrkuseks on osalejate mahutavus, tuleks sihtkoha arendusorganisatsioonidel tutvustada ja reklaamida Tartut kui väikeste konverentside linna. Kui Tartus toimub jätkuvalt palju edukaid väikesearvulisi konverentse, saab linna konkurentsivõimet sel moel siiski säilitada. Ka *Convention 2020 Study* järgi prognoosis 79% vastajatest, et aastaks 2020 on suurem valik palju ja väiksemahulisi, väga

spetsialiseeritud konverentse, näitusi ja koosolekuid, mille suurema konkurentsi tõttu soovivad delegaadid ka nendest osa võtta (Rogers 2013: 379).

Konverentsi- ja äriturismil on infrastruktuuri lisavajadused nagu näiteks erialased töövõtjad (Rogers 2013: 28-30). Uuringu tulemustest selgus, et konverentside korraldamisel on olulisteks erialasteks töövõtjateks giidid. Seega peaks Tartu Konverentsibüroo kodulehele ja loodavatesse trükistesse lisama info ka giiditeenuste kohta ning seda järjepidevalt kodulehel uuendama. Nii leiavad konverentsisaadikud giiditeenuste kohta käiva info paremini üles. Samuti tuleks uurida giidide ettetellimisaegu, hinnaklassi, nende kogemusi ärireisijatega ja valmisolekut võtmaks vastu ärireisijaid. Selle info põhjal saab koostada konverentsikorraldajaid abistava andmebaasi või vajadusel giidide valikul konverentsisaadikutele nõu anda.

Davidson (2011: 7) leiab, et kohalikke poliitikuid, ärimehi ja elanikke tuleks harida konverentsiturismi väärtuse osas. Seega tuleks Tartus korraldada rohkem erinevaid koolitusseminare või infopäevasid konverentsiturismi teemadel. See aitaks paremini mõista, mida kujutab endast konverentsiturism, miks on oluline seda arendada ja kuidas saab selle arenguks anda oma panuse. Kohalike inimeste parem teadlikkus konverentsiturismist loob paremad võimalused ka Tartu potentsiaali ärakasutamiseks konverentsiturismi sihtkohana. Samuti annaksid sellised seminarid võimaluse koostöövõrgustike loomisele, kuna ka Davidson (2011: 6) toob välja, et konverentside korraldajad ootavad koostöövõimalust konverentsiturul olevate kohalike ettevõtjatega. Oluline roll on täita ka konverentsiturismi teemalistel praktikumidel, kus selle valdkonnaga seotud inimestel oleks võimalus teha ettepanekuid konverentsiturismi arendamiseks.

Uuringu tulemustest selgus, et konverentsisaadikud kasutavad infoallikana Tartu Konverentsibüroo kodulehte vähesel määral. Fenich (2012: 230) toob välja, et konverentsibüroo veebiaadressi leidmisega võib olla probleeme. Kuna Tartu Konverentsibüroo leht on ühendatud Visittartu.com portaaliga, siis võib olla vajadus eraldiseisva veebilehe loomise järele, mis oleks paremini leitav. See võimaldaks ka veebipõhise konverentsiteenuste andmebaasi loomist ja paremat kättesaadavust. Fenich

(2012: 230) leiab, et otsingumootoriga andmebaas on konverentsikorraldajate jaoks toimumispaiga valikul hädavajalik.

Uuringu tulemustest selgus, et saadikute jaoks on probleemiks ka kallis hinnaklass ja hotellid pole nõus väiksemate konverentside korral allahindlust tegema. Autor teeb ettepaneku Tartu Konverentsibüroole loomaks koostöös ettevõtjatega ühtset soodussüsteemi, mis hõlmaks nii majutusasutusi, toitlustusasutusi kui ka konverentsi- ja seminariruumide haldajaid. See võib tähendada näiteks teatud sooduskoodi loomist, mida kasutada teenuste broneerimisel. Seega ei peaks konverentsikorraldaja iga konverentsi planeerimisel küsima soodsamat hinda, vaid sooduskoodi olemasolu tagaks selle automaatselt. Samuti võiks konverentsibüroo kodulehel olla info erinevate sooduspakkumiste kohta (konverentsipaketid, eripakkumised). Ka Davidson (2011: 6) toob välja, et konverentside korraldajate jaoks on sihtkohtade valiku puhul oluline raha eest saadav väärtus.

Lisaks teeb autor ettepaneku tunnustada iga-aastaselt konverentsisaadikute kõrval ka ettevõtjaid, kes on andnud oma panuse konverentsiturismi arenguks. Näiteks tunnustada neid, kes on aasta jooksul aidanud läbi viia teatud arvu konverentse või seminare, kes on pakkunud uusi tehnilisi või kujunduslikke lahendusi nende läbiviimiseks, kelle personal on enim osalenud erinevatel konverentsiturismialastel koolitustel, kes on saanud konverentsiosalejatelt kõige kõrgemaid hinnanguid jne. See suurendaks ka ettevõtjate koostöövalmidust ja vastutulelikkust kohtumiste korraldamisel, kuna tunnustamine oleks neile heaks reklaamiks.

Üks trendidest, mis saab tulevikus tõenäoliselt tavapäraseks, on kohtumiste korraldamine unikaalsetes toimumispaikades (Fenich 2012: 77). Uuringust selgus, et hinnangud olemasolevate unikaalsete rajatiste kasutusvõimaluste osas konverentsiturismi valdkonnas olid nii osaliselt head kui ka osaliselt halvad, mis võib tuleneda ka sellest, et konverentside korraldajatel pole head ülevaadet erinevate hoonete kasutusvõimaluste osas. Unikaalsete toimumispaikade kasutamine aitaks aga vähendada osalejate mahutavuse probleemi (Rogers 2013: 62-63). Seega tuleks sihtkoha arendusorganisatsioonidel koostöös Tartu linnaga viia läbi uuring Tartus asuvate erinevate unikaalsete hoonete kasutusvõimaluste osas konverentsiturismi valdkonnas.

KOKKUVÕTE

Seoses konverentsiturismi osatähtsuse suurenemisega, tugeva konkurentsiga turismisihtkohtade vahel ja ärireisijate erinevate vajadustega, tuleb konverentsiturismi sihtkoha arendamiseks selgeks teha sihtkoha potentsiaal selles valdkonnas. Töös otsiti vastust küsimusele: millised tegurid mõjutavad konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali? Töö eesmärk oli esitada ettepanekuid sihtkoha arendusorganisatsioonidele Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha arendamiseks.

Teoreetilised käsitlused koostati peamiselt ingliskeelsete raamatute ja teadusartiklite põhjal, mis aitasid anda ülevaate konverentsiturismi sektorist ja konverentsiturismi sihtkohast. Töö empiirilises osas viidi läbi uuring, mille eesmärgiks oli välja selgitada, kuidas hindavad Tartu konverentsisaadikud tegureid, mis mõjutavad Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali. Uuringu läbiviimiseks kogus autor andmeid küsitlusega ja kasutas selleks ankeeti. Ankeedid saadeti 106 Tartu konverentsisaadikule, kellest vastas 30. Uurimistulemuste andmeanalüüs toimus tagastatud ankeetide statistilise andmeanalüüsi põhjal. Uuringu tulemustest ja teooriast lähtuvalt tegi autor järeldused ja esitas ettepanekud sihtkoha arendusorganisatsioonidele Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha arendamiseks.

Äriturismi määratletakse kui reisi tegevust ärieesmärkidel, täpsemalt äriprobleemide lahendamiseks või osalemaks erinevatel konverentsidel ja koosolekutel. Konverentsiturism on äriturismi erivorm, mis tähendab teenuse osutamist ärireisijatele, kes osalevad seminaridel, praktikumidel, konverentsidel ja koosolekutel. Sihtkoha potentsiaali hindamine aitab hinnata ja määrata sihtkoha olemasolevate ressursside olulisust.

Uuringu tulemustest selgus, et Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha kuvandit positiivselt mõjutavad tegurid on linna ohutus, mitmekesine kultuuri- ja ajaloopärand ning jalgsi liiklemise mugavus. Lisaks on Tartus olemas suur hulk toitlustusasutusi, kvaliteetse teenindusega majutusasutusi ning hea tehnilise varustusega konverentsi- ja seminariruumid. Kuna kõikidele konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali mõjutavatele teguritele anti peamiselt hinnang 4 ehk tegureid hinnati pigem heaks, siis on konverentsisaadikute hinnangul Tartul suur potentsiaal konverentsiturismi sihtkohana.

Teatud ressursside ebapiisavuse tõttu võib see potentsiaal jääda siiski täielikult kasutamata. Uuringu tulemustest selgus, et Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha üldist atraktiivsust mõjutab kõige negatiivsemalt ligipääsetavus, kus peamiseks probleemiks on hea lennuühenduse puudumine. Konverentsiturismi valdkonda mõjutab kõige negatiivsemalt konverentsi- ja seminariruumide ebapiisav arv, kus peamiseks probleemiks on osalejate mahutavus. Probleemvaldkonnana toodi välja ka üldine kallis hinnaklass.

Autor leiab, et konkurentsivõime säilitamiseks tuleks Tartut reklaamida kui väikeste konverentside linna. Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha turundamisele aitaks kaasa eraldiseisva Tartu Konverentsibüroo veebilehe ja Tartut kui konverentsilinna tutvustava video loomine. Ettevõtjate koostöövalmiduse suurendamiseks võiks iga-aastaselt tunnustada konverentsisaadikute kõrval ka ettevõtjaid, kes on andnud oma panuse konverentsiturismi arenguks. Kalli hinnaklassi probleemi vähendamisele aitaks kaasa ühtse soodussüsteemi loomine. Lisaks tuleks korraldada rohkem erinevaid koolitusseminare või infopäevaid konverentsiturismi teemadel, mis aitaksid tõsta teadlikkust konverentsiturismi väärtuse osas.

Autor hindab tööd tulemuslikuks, kuna sissejuhatuses seatud eesmärgid said täidetud. Kuigi kõiki konverentsiturismi arengut takistavaid probleeme ei saa lahendada sihtkoha arendusorganisatsioonid, on siiski mitmeid võimalusi, kuidas nende tegevus konverentsiturismi sihtkoha arengule saab kaasa aidata. Töö on kasulik ka teistele sihtkohtadele võrdluste tegemiseks ja ettepanekute rakendamiseks konverentsiturismi sihtkoha arendamisel. Tööle andis uuenduslikkust Tartu konverentsisaadikute seas läbiviidud uuring, mis koostati Šteticu poolt koos kaasautoritega loodud 2014. aasta

äriturismi mudeli põhjal. Kuigi tegemist oli piiratud valimiga, põhines uuring mitmete erinevate teaduskondade ja ametikohtade esindajate hinnangutel, kelle puhul oli tegemist kogenud konverentside korraldajatega.

Kuna üheks suurimaks probleemiks Tartus on osalejate mahutavus, siis tuleks sihtkoha arendusorganisatsioonidel koostöös Tartu linnaga uurida, kuidas saaks seda probleemi vähendada Tartus asuvate erinevate unikaalsete hoonete kasutusvõimaluste osas. Potentsiaalne uurimisküsimus võiks olla: millised kasutusvõimalused on erinevatel unikaalsetel hoonetel konverentsiturismi valdkonnas sihtkohas?

VIIDATUD ALLIKAD

1. **Ball, C.** 2014. As Technology Changes Events, These Five Things Will Likely Stay The Same. [http://corbinball.com/articles_future/index.cfm?fuseaction=cor_av&artID=9203] 27.01.2015.
2. **Baum, T., Deery, M., Hanlon, C., Lockstone, L., Smith, K.** 2009. People and Work in Events and Conventions: A Research Perspective. Cambridge: CABI.
3. **Buhalis, D., Costa, C.** 2006. Tourism Business Frontiers: consumers, products and industry. Amsterdam: Elsevier Butterworth-Heinemann.
4. **Čad, G.** 2011. Opportunities for increasing the competitiveness of the meetings industry. [http://kongres-magazine.eu/2011/11/opportunities-for-increasing-the-competitiveness-of-the-meetings-industry/] 25.01.2015.
5. Congress Ambassador Programmes. 2014. ICCA. [http://www.iccaworld.com/cdps/cditem.cfm?nid=3716] 15.12.2014.
6. **Cosmin, T., Ioan, C.** 2012. Realities and Perspectives of Business Tourism on a Global Scale. - Annals of the University of Oradea, Economic Science Series. Romania, Vol. 21 (1), pp. 432-438.
7. **Davidson, R.** 2011. How to Succeed in the Context of Trends and Challenges in the Meetings Industry (PowerPoint slaidid). [http://www.eas.ee/media/com_events/attachments/830/1_Rob_Davidson_Trends_Challenges.pdf] 15.12.2014.
8. **Davidson, R., Rogers, T.** 2006. Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events. Oxford: Elsevier.
9. Definition of MICE. ICCA. [http://www.iccaworld.com/aeps/aeitem.cfm?aeid=29] 29.04.2015.

10. **DeFusco, R., A., McLeavey, D., W., Pinto, J., E., Runkle, D., E.** 2007. Quantitative Investment Analysis, 2nd Edition. New Jersey: John Wiley & Sons.
11. **Denstadli, J., M., Julsrud, T., E., Hjorthol, R., J.** 2012. Videoconferencing as a Mode of Communication: A Comparative Study of the Use of Videoconferencing and Face-to-Face Meetings. - Journal of Business & Technical Communication. United States of America: Sage Publications Inc., Vol 26 (1), pp. 65-91.
12. **Dickman, S.** 1996. Tourism: An introductory text 2nd edition. Sydney: Hodder Education (kaudviide).
13. **Dragicevic, V., Jovičić, D., Blešić, I., Stankov, U., Bošković, D.** 2012. Business Tourism Destination Competitiveness: a Case of Vojvodina Province (Serbia). Economic Research - Ekonomska istraživanja. Pula, Vol. 25 (2), pp. 311-332.
14. EAS laseb hinnata Eesti potentsiaali konverentsiturismi sihtkohana. 2012. EAS. [http://archive-ee.com/page/1098115/2013-01-08/http://veeb.eas.ee/et/eas/pressikeskus/uudised?option=com_content&view=article&id=4978] 08.01.2015.
15. **Farley, A., Frank, P., J., Katz, B., P., Tkaczyk, C., Oates, G., Sposato, B.** 2014. Business Travel Trend Report. – Fortune. New York: Time Inc., Vol. 170 (4), pp. 36-40.
16. **Fenich, G., G.** 2012. Meetings, expositions, events and conventions: an introduction to the industry. Boston: Pearson.
17. **Getz, D.** 2008. Event tourism: Definition, evolution, and research. - Tourism Management. Elsevier Science, Vol. 29 (3), pp. 403–428.
18. **Gomezelj, D., O., Mihalič, T.** 2008. Destination Competitiveness - Applying Different Models, the Case of Slovenia. - Tourism Management. Slovenia: Elsevier Ltd, Vol. 29 (2), pp. 294-307 (kaudviide).
19. **Jago, L.** 2012. The Value of Business Events. [http://static1.1.sqspcdn.com/static/f/544461/20322891/1347966897667/12.9_The+Value+of+Business+Events.pdf?token=y0uiwBhqUY%2FyPmoKf3pitgZYOSg%3D] 15.05.2015.
20. **Jittangwatana, B.** 2005. Sustainable tourism development. Bangkok: Press and design (kaudviide).

21. Konverentsiruumid. Visittartu.com.
[<http://www.visittartu.com/et/konverentsiruumid/>] 09.04.2015.
22. **Krishnaswami, O., R., Satyaprasad, B., G.** 2010. Business Research Methods. Mumbai: Himalaya Publishing House.
23. **Lendok, M.** 2010. Linn tunnustab esimesi Tartu Konverentsisaadikuid. [http://www.tartu.ee/index.php?page_id=36&lang_id=1&menu_id=6&lotus_url=/teated.nsf/web/viited/61E9471DA75EB93EC22577F3003CF3FD] 25.03.2015.
24. **Lewis, C., Kerr, G.** 2012. Towards the Development of an Evaluation Questionnaire for Academic Conferences. - Event Management. Australia: Institute of Innovation in Business and Social Research, Vol. 16 (1), pp. 11–23.
25. **Martin, B., Hanington, B.** 2012. Universal Methods of Design: 100 Ways to Research Complex Problems, Develop Innovative Ideas, and Design Effective Solutions. United States of America: Rockport Publishers.
26. Miks Tartu. Visittartu.com. [<http://www.visittartu.com/et/konverentsiturism/>] 09.12.2014.
27. **Polit, D., F., Beck, C., T.** 2013. Essentials of Nursing Research: Appraising Evidence for Nursing Practice. Philadelphia: Lippincott Williams & Wilkins.
28. **Popichit, N., Anuwichanont, J., Chuanchom, J., Serirat, S., Mechinda, P.** 2013. A Survey of Destination Potential, Tourism Activities and Future Travelling Intention towards Tourism along the Rivers in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. - International Journal of Business and Social Science. USA: Center for Promoting Ideas, Vol. 4 (7), pp. 116-122.
29. **Ramgulam, N., Raghunandan-Mohammed, K., Raghunandan, M.** 2012. An Examination of the Economic Viability of Sustainable Business Tourism in Trinidad. - Review of Business and Finance Studies. New York: Social Science Electronic Publishing Inc, Vol. 3 (2), pp. 69-80.
30. **Robinson, P.** 2012. Tourism: The Key Concepts. New York: Routledge.
31. **Roby, H.** 2014. Understanding the Development of Business Travel Policies: Reducing Business Travel, Motivations and Barriers. - Transportation Research Part A: Policy & Practice. United Kingdom: Elsevier Ltd., Vol. 69, pp. 20-35.
32. **Rocholl, A.** 2012. Business Travel Management Strategies. Hamburg: Diplomarbeiten Agentur.

33. **Rogers, T.** 2013. *Conferences and Conventions: A global industry* third edition. New York: Routledge.
34. **Rudančić-Lugarić, A., Herak, I., Herak, M.** 2014. Quantitative And Quality Features of Business Tourism in Istria and Potential Possibilities of Its Improvement. - *Ekonomski Vjesnik. Croatia*, Vol. 27 (2), pp. 271-284.
35. **Štetić, S., Šimičević, D., Pavlović, S., Stanić, S.** 2014. Business Tourism Competitiveness Model: Competitiveness of Serbia as a Business Tourism Destination. *Quality - Access to Success. Serbia*, Vol. 15 (5), pp. 176-191.
36. Tartu Konverentsibüroo. Visittartu.com. [<http://www.visittartu.com/et/tkb/>] 09.12.2014.
37. Tartu konverentsisaadiku programm. Visittartu.com. [<http://www.visittartu.com/et/konverentsisaadiku-programm>] 09.12.2014.
38. Tartu linna arengukava aastateks 2013-2020. 2011. Tartu Linnavalitsus. [<https://www.tartu.ee/data/Tartu%20linna%20arengukava%20aastateks%202013-2020.pdf>] 08.01.2015.
39. Tartusse kerkib uus spaa- ja konverentsikeskus. 2014. Estonian Convention Bureau. [<http://www.ecb.ee/est/news/197/>] 09.04.2015.
40. Teadus- ja arendusasutused. 2014. Tartu Linnavalitsus. [http://www.tartu.ee/?lang_id=1&menu_id=8&page_id=67] 09.04.2015.
41. The Meetings Industry: Statement of Principles and Value Proposition. 2011. JMIC. [<http://static1.1.sqspcdn.com/static/f/544461/10885362/1298405990527/JMIC+Statement+of+Principles+and+Value+Proposition+2011.02.21.pdf?token=wDwUAuC9trfBy5tK4FK57Pz6SHA%3D>] 29.04.2015.
42. **Witt, F., S., Brooke, Z., M., Buckley, J., P.** 2013. *The Management of International Tourism*. London: Routledge.
43. **Wu, R., Zhang, M.** 2013. Research on the Tourism Effect and Marketing Strategy of Convention & Exposition Industry: A Case Study of Shenzhen City of China. - *Journal of Service Science and Management*. United States: Scientific Research Publishing, Vol. 6 (2), pp. 151-159.

LISAD

Lisa 1. Ankeetküsimustik

Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaal

Lugupeetud Tartu konverentsisaadik!

Palume Teid vastata allolevale küsimustikule, mille eesmärk on välja selgitada Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha potentsiaali mõjutavad tegurid, et aidata kaasa Tartu rahvusvahelise tuntuse ja tunnustatuse saavutamisele konverentsiturismi sihtkohana. Teie kui konverentsisaadiku arvamus on uuringu õnnestumiseks väga oluline. Küsimustikule vastamine võtab aega kuni 10 minutit.



Ankeedis on 9 küsimust

1. Millise teaduskonna ja/või ametikoha esindaja Te oma organisatsioonis olete?

Kirjutage vastus siia:

2. Mitme konverentsi korraldusmeeskonnas Te olete osalenud?

Kirjutage vastus siia:

3. Mitme osalejaga on olnud suurim konverents, mida Te olete korraldanud?

Kirjutage vastus siia:

4. Palun hinnake järgnevaid Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha üldist atraktiivsust iseloomustavaid tunnuseid skaalal, kus 1 - väga halb, 2 - pigem halb, 3 - osaliselt hea/osaliselt halb, 4 - pigem hea, 5 - väga hea.

Lisa 1 järg

Palun valige kõige sobivam vastus:

	1	2	3	4	5
Ligipääsetavus (transpordiühendused)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Jalgsi liiklemise mugavus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aktiivsete tegevuste võimalused	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kultuuri- ja ajaloopärandi mitmekesisus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Meelelahutusvõimaluste ja kultuurisündmuste mitmekesisus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ostlemisvõimalused	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Linna ohutus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. Palun hinnake järgnevaid Tartu konverentsiturismi valdkonna eriomaseid tunnuseid skaalal, kus 1 - väga halb, 2 - pigem halb, 3 - osaliselt hea/osaliselt halb, 4 - pigem hea, 5 - väga hea.

Palun valige kõige sobivam vastus:

	1	2	3	4	5
Majutusasutuste arv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Majutusasutuste füüsiline seisukord	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teeninduse kvaliteet majutusasutustes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toitlustusasutuste arv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toitlustusasutuste füüsiline seisukord	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teeninduse kvaliteet toitlustusasutustes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konverentsi- ja seminariruumide arv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konverentsi- ja seminariruumide füüsiline seisukord	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Konverentsi- ja seminariruumide tehniline varustus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teeninduse kvaliteet konverentsi- ja seminaripaikades	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Professionaalsete konverentsikorraldajate arv	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Professionaalsete konverentsikorraldajate teenuste kvaliteet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olemasolevate unikaalsete rajatiste (tehased, lossid, hallid) kasutusvõimalused konverentsiturismi valdkonnas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Mõistet professionaalne konverentsikorraldaja ehk PCO (ingl. k. professional congress organizer) kasutatakse rahvusvaheliselt, iseloomustamaks ettevõtet või üksikisikut, kelle põhitegevus on konverentside, nõupidamiste ja seminaride korraldamine. (www.frens.ee)

Lisa 1 järg

6. Palun hinnake järgnevaid Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha juhtimisega seotud tunnuseid skaalal, kus 1 - väga halb, 2 - pigem halb, 3 - osaliselt hea/osaliselt halb, 4 - pigem hea, 5 - väga hea.

Palun valige kõige sobivam vastus:

	1	2	3	4	5
Tartu linna tutvustavate reklaammaterjalide kättesaadavus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tartut kui konverentsiturismi sihtkohta tutvustavate reklaammaterjalide kättesaadavus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tartu majanduslik stabiilsus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinnang Tartu üldisele atraktiivsusele	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinnang Tartule kui konverentsiturismi sihtkohale	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Millistele lisaks eelpool nimetatud tunnustele tuleks konverentsiturismi valdkonnas Tartus veel tähelepanu pöörata?

Kirjutage vastus siia:

Palun vastake küsimuste 4-6 põhjal.

8. Milliseid tegevusi on Teie arvates veel Tartu kui konverentsiturismi sihtkoha paremaks turundamiseks vaja?

Kirjutage vastus siia:

9. Millistest infoallikatest on Teil olnud enim abi konverentsi korraldamisel?

Palun valige **kõik**, mis sobivad:

- Tartu Konverentsibüroo töötajad
- Tartu Konverentsibüroo koduleht
- Tartu linna tutvustavad trükised
- Professionaalsed konverentsikorraldajad
- Konverentsi- ja seminariruumide haldajad
- Teised:

Tänan Teid vastamast!

SUMMARY

THE POTENTIAL OF A CONFERENCE TOURISM DESTINATION IN THE EXAMPLE OF TARTU

Kerli Kuldmaa

In the last several years there has been more interest in new segments of tourism, such as business tourism, on the international tourist market. This share of tourist market represents an exceptionally important segment of tourist offer, especially within the context of tourist season prolongation, increasing the attractiveness level of a tourist destination and certain economic effects that are achieved by developing this share of the tourist market. Business travellers represent growing segment of the international tourism market and business tourism is considered as one of most desirable forms of tourism development at destinations worldwide. Business tourism brings with it a number of significant benefits which makes it particularly attractive to destinations. Estonian conference sector is showing a strong growth, while the importance of conference tourism in Tartu is also growing.

Previous studies on the potential of conference tourism in Tartu are missing, there have been studies on the potential of conference tourism in Tallinn or the whole conference tourism potential in Estonia. Destination management companies, including Tartu Convention Bureau, are interested of having an overview of the situation in conference tourism sector and the potential of Tartu as a conference tourism destination. The author has set the research question: what kind of factors influence the potential of a conference tourism destination? The aim of this diploma thesis is to make suggestions

for the destination management companies for the development of Tartu as a conference tourism destination. The author has set the following tasks to accomplish the purpose of this diploma thesis:

- 1) to provide an overview of the conference tourism sector and conference tourism destination theoretical approaches;
- 2) to conduct the survey in a questionnaire method to research how the conference delegates value the factors which affect the potential of Tartu as a conference tourism destination;
- 3) analyse the survey results and make conclusions;
- 4) make suggestions based on the conclusions for the destination management companies for the development of Tartu as a conference tourism destination.

A quantitative method was chosen to conduct the empirical survey, which was carried out in the LimeSurvey web-based environment among conference delegates of Tartu. The aim of the study was to find out how the conference delegates of Tartu value the factors that affect the potential of Tartu as a conference tourism destination. The author is aware of the limited sample and, consequently, the possible mistakes, so the results should not be taken as final and absolute truth.

The survey showed that the image of Tartu as a conference tourism destination is positively affected by safety of the city, diverse cultural and historical heritage and walking comfort. In addition, there are a large number of catering establishments in Tartu, accommodation facilities providing quality service and conference and seminar rooms with good technical supply. Since all the factors influencing the potential of a conference tourism destination were estimated primarily with grade 4 which means rather good, there is a strong potential for Tartu as a conference tourism destination.

But there is certainly an untapped potential in the conference sector in Tartu. The survey showed that the overall attractiveness of Tartu as a conference tourism destination is most negatively affected by accessibility, where the main problem is the lack of good flight connections. Conference tourism area is most negatively affected by the number of conference and seminar rooms, where the main problem is the capacity of the participants. The general expensive price range was also pointed out as a problem.

The author believes that Tartu should be advertised as a small conference city to maintain competitiveness. The marketing of Tartu as a conference tourism destination should encompass creating a website for Tartu Convention Bureau and a promotional video of Tartu as a conference tourism destination. Enterprisers, who have contributed to the development of conference tourism, should be recognized yearly to increase the cooperation with enterprisers. To reduce the expensive price range problem a unified expedient system should be created. In addition, a variety of training seminars on conference tourism issues should be organized more, to help raise awareness of the value of the conference tourism.

As one of the biggest problems in Tartu is the capacity of the participants, the author suggests that destination management companies in cooperation with the city of Tartu should investigate how to reduce this problem by the utilization of unique venues in Tartu. The potential research question might be: what are the utilization possibilities of unique venues in the area of conference tourism in Tartu?

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina KERLI KULDMAA,

(autori nimi)

(sünnikuupäev: 06.06.1988)

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

Konverentsiturismi sihtkoha potentsiaal Tartu näitel,

(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on TIINA TAMM,

(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, **20.05.2015**