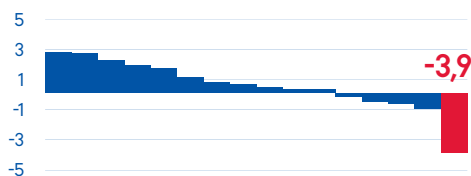


MAJUTUS, TOITLUSTUS JA REISIETTEVÖTETE TEGEVUS

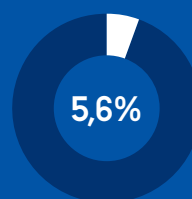
Kriisis väga tugevalt kannatada saanud sektor, kus on oodata püsivamaid muutusi. Kaugtöö esiletõus kahandab nõudlust ka siis, kui riikidevaheline liikumine taastub. Võimendunud hügieeni ja turvalisuse ning tervise väärtustamine pakub uusi ärivõimalusi nagu kontaktivabad lahendused majutuses ning toitlustuses ning personaalsem lähenemine turismis, kuid nendega kaasa minemiseks on vaja riskijulgust. Sektori ja selles töötavate inimeste konkurentsivõime tõstmise võti peitub üldoskuste nagu kohanemis- ja õppimisvalmiduse, võõrkeeleoskuse või arvutioskuse säilitamises ja parandamises.

KRIISILE VASTUPANUVÕIME INDEKS

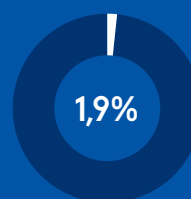
(-5...+5)



OSATÄHTSUS TÖÖHÖIVES (2019)

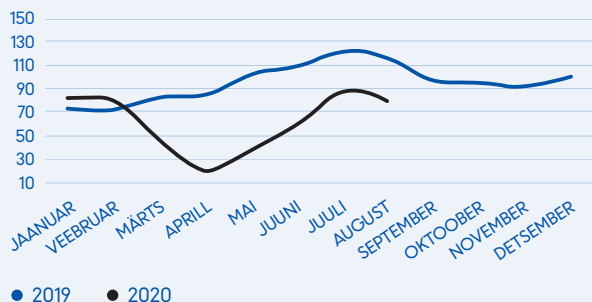


OSATÄHTSUS LISANDVÄÄRTUSES (2019)



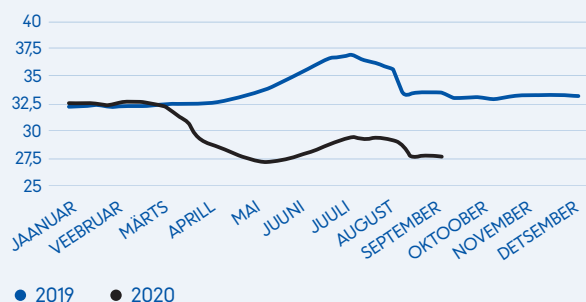
ETTEVÖTETE KUUKÄIVE, 2019-2020

DEKLAREERITUD KÄIVE, MILJONITES EURODES



TÖÖSUHTED KOKKU, 2019-2020

DEKLAREERITUD TÖÖSUHTED, TUHANTES

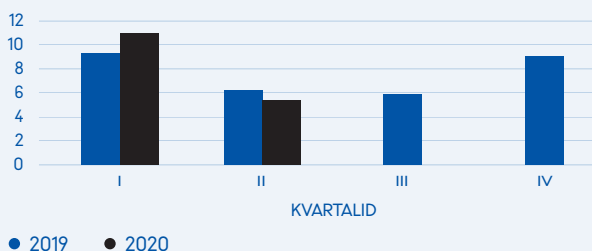


KUUKÄIBE MUUTUS ALLHARUDE KAUPA, 2020 VÕRRELDES 2019. AASTA SAMA KUUGA

HARU / KUU	JANUAR	VEEBRUAR	MÄRTS	APRILL	MAI	JUUNI	JUULI	AUGUST
MAJUTUS	7,0%	5,6%	-59,1%	-91,1%	-84,2%	-64,6%	-40,1%	-44,7%
TOIDU JA JOOGI SERVEERIMINE	15,7%	11,9%	-38,9%	-66,9%	-47,2%	-27,3%	-12,2%	-15,3%
REISIETTEVÖTETE TEGEVUS	-2,6%	4,7%	-63,7%	-98,3%	-97,6%	-93,0%	-88,0%	-88,1%

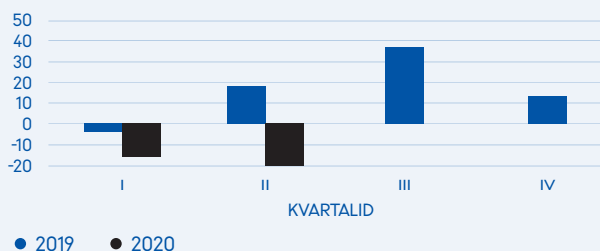
ETTEVÖTETE INVESTEERINGUD MATERIAALSESSE PÕHIVARASSE, 2019-2020

MILJONITES EURODES



ETTEVÖTETE KOGUKASUM (-KAHJUM), 2019-2020

MILJONITES EURODES



VIIRUSKRIISI MÕJUKANALID

- Enim avaldas mõju välisnõudluse ära kadumine - turistide ehk peamisi kliente lihtsalt ei olnud.
- Nõudlust mõjutas ka siinsete inimeste hirm uue viiruse ees ning meedias edastatud sõnumid.
- Kõige rohkem kannatasid Tallinnas paiknevad ettevõtted, kuivõrd 70% välituristidest ei jõua Tallinnast kaugemale.
- Suurtes raskustes on ka maaturismi ettevõtted, kus siseturism ei ole kompenseerinud turismigruppide puudumist ning laenukohustused ootavad tagasimaksmist.
- Eelis on rahvusvahelistel hotellikettidel, kuna suutsid suuremale kogemuste pagasile toetudes enda tegevuse kiiresti ümber orienteerida kliendile turvatunde loomisele.

STRATEEGIAD KRIISI ÜLEELAMISEKS JA TULEVIKUS

- Endise ärimudeli kunstlik elus hoidmine lootuses, et kriisieelne olukord taastub.
- Paljud sektori ettevõtted lõpetavad tegevuse, kuid suur osa konserveerivad tegevuse vaid järgmiseks madalhooajaks (4-5 kuuks).
- Restoranid keskendusid kevadel kaasamüügile, hotellid katsetasid kontoripindade ja pikaajalise majutuse pakkumist.
- Töötajate koondamine ja riiklike palgatoetusmeetmete kasutamine.
- Tulevikku vaatavalt keskendumine turvatunde loomisele – kuidas teha nii, et inimesed tunneksid ennast turvaliselt ja hästi.

TEGURID, MILLE OSAS VALITSEB TULEVIKUS SUUR EBAKINDLUS

Epidemioloogiline olukord

Mis saab viirusest edasi? Millised on uued piirangud?

Isetegemise trendi jätkumine

Inimesed teevad rohkem kodus süüa, koostavad ise reise jne.

Reisimise teisenemine, uute kontseptsioonide tekkimine

Kas ja kui kiiresti reisimine taastub? Milliseid muutusi toob virtuaalkanalite levik ja rohepööre?

VÕIMENDUNUD TRENDIDEGA SEOTUD ÄRIVÕIMALUSED JA RISKID

Keskendumine kodu- ja lähiturgudele – kui varem vaadati palju Aasia turistide poole ning nuputati, kuidas meelitada neid Soomest ka Eestisse, siis viiruskriis pani mõistma naaberriikide inimestele teenuste müümise olulisust. Ühtlasi selgus, et Eesti majutus- ja toitlustus-sektori ettevõtted ei oska ennast kuigi hästi Leedu, Rootsi ja Venemaa inimestele atraktiivseks teha.

Korporatiivturismi ümberkujunemine – selgelt on märgata töölähetuste ümberkujunemist, mis varasemas vormis oli inimeste jaoks väsitav ning ettevõtete jaoks väga kallis. Järjest enam juurduvad virtuaal- ja hübriidkoosolekud. Minnakse ja tullakse pikemaks ajaks, nn *workation*'i ja *staycation*'i põhimõtete laiem levik.

Grupiturism individuaalturismiks – varasemalt populaarsuse tipus olnud grupiturism on selgelt muutumas. Inimesed ootavad ja tahavad rohkem personaalset lähenemist, grupid muutuvad väiksemaks. Masstoodete puhul väheneb inimkontakt, see muutub luksuseks.

Virtuaalturism – veebiplatvormide populaarsuse kasv on toonud kaasa füüsilist kohale minekut mitte vajavate virtuaaltuuride loomise trendi, mida oleks võimalik rakendada ka Eestis. Väljakutseks jääb selliste lahenduste äriiselt tasuvaks muutmine.

Turvalisuse ja tervise kõrgem väärtustamine – toob kaasa teenuste ümberdisainimise. Lisaks hotellidele- ja restoranidele kujundab see ümber ka näiteks transporditeenuseid – ettevõtted on asunud pakkuma „tervisetooteid“ nagu võimalus osta pilet, mis garanteerib, et teisi reisijaid läheduses ei istu. Oluline on hügieenipiirangute kui teenuse loomuliku osa selge kommunikeerimine tarbijale.

SEKTORI ETTEPANEKUD RIIGI TEGEVUSEKS, ET TOETADA ETTEVÕTETE PIKAAJALIST KONKURENTSIVÕIMET

- Spetsialiseeritud õppeasutused – võiks olla 5 või 6 väga selgete kompetentsidega hotelli- ja restoraniäri jaoks inimesi ettevalmistavat kooli praeguse 16 asemel.
- Toetused ja meetmed sektori digitaalse kirjaoskuse arendamiseks.
- Nutikate lahenduste (kontaktivabad tellimise ja registreerimise süsteemid, e-register, MaaS XT jt) arendamise ja rakendamise toetamine.
- Uute äri võimaluste nagu virtuaalturism ja teenuste ümberkujundamise toetamine.

“ Palju lähevad kinni, paljud kaovad ära. Nutikamad defineerivad ennast ümber.