

CIVITTA

Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinna linna piirkonna koostöövõrgustiku kontseptsioon

Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus
Sirge tn, 2, Tallinn

Civitta Eesti AS

Aruanne

Kp: 12.12.2022



Eesti
tuleviku heaks



Euroopa Liit
Euroopa
Regionaalarengu Fond

SISUKORD

1. SISSEJUHATUS.....	3
1.1. Mõisted	4
1.2. Metoodika.....	5
2. HETKEOLUKORRA KIRJELDUS.....	7
2.1. Piirkonna koostöö kirjeldus	7
2.1.1. Hea praktika	7
2.1.2. Turismiühendusse kuulumine	9
2.1.3. Tänapäevased probleemid.....	10
2.1.4. Osapoolte ootused	12
2.2. Turismisihtkohtade koordineeritud arendamine	13
2.2.1. Eestis tegutsevate turismiklastrite võrdlus	14
3. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU STRATEEGILINE VAADE	17
3.1. Võrgustiku visioon ja põhiväärtused.....	17
3.2. Koostöövõrgustiku eesmärgid	17
3.3. Koostöövõrgustiku ülesanded ja pakutavad teenused.....	18
3.3.1. Koostöövõrgustiku tulemuslikkuse mõõdikud	22
3.4. Koostöövõrgustiku geograafilised piirid	22
3.5. Tegevusplaan	23
3.6. Koostöövõrgustiku töökorralduse põhimõtted	24
3.7. Koostöövõrgustiku rahastamispõhimõtted	25
3.7.1. Rahastusmudel	26
4. LÜHIKOKKUVÕTE	29
KASUTATUD KIRJANDUS	30
LISAD	31
Fookusgrupiintervjuu kava.....	31
Küsitlus	32

1. SISSEJUHATUS

Eesti turismistrateegia aastateks 2022-2025 seab üheks eesmärgiks toote- ja sihtkohaarenduse. Toote- ja sihtkohtade arendamise eesmärk on, et Eestisse tuleks teadlikumad väliskülastajad, kes viibivad Eestis kauem ja tarbivad mitmekesisemalt. Selleks, et Eestis areneks mitmekesine turismimaastik koos erinevate sihtkohtadega, on turismistrateegia üheks alaeesmärgiks seatud sihtkohtade arendamine. Sihtkohti tuleb arendada edaspidi strateegiliselt ja tõhusalt, et turistid avastaks uusi sihtkohti ning viibiks Eestis pikemalt.¹

Turismimajandus seisab silmitsi COVID-19 pandeemia mõjuga. Jätkuva ebakindluse ajal on turistide hinnang reisimise riskidele ja juhtimisele reisisihtkoha valikul otsustava tähtsusega. Eestis langesid 2020. aastal välituristide ööbimised ligi 70% võrreldes 2019. aastaga. Viimati oli väliturismi maht Eestis nii madal aastatel 1999 ja 2000, kui Eesti polnud veel liitunud Euroopa Liiduga ning oli reisisihtkohana avastamata maa nii Euroopas kui ka kaugemal.

Turisminoõdluse taastumine kriisieelsele tasemele võtab prognooside järgi aega neli kuni seitse aastat. Samas on turismisektor Eestile oluline majandusvaldkond, mille osakaal sisemajanduse kogutoodangust oli kriisi eel ligi 8%. Turismil on suur majanduslik mõju ka teistele sektoritele, see kujundab Eesti kuvandit välismaal ja aitab hoida transpordiühendusi teiste riikidega, tasakaalustab regionaalset arengut ja pakub töökohti, mis on paljudele esimeseks võimaluseks tööturul alustada.²

Just seetõttu on Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium pannud üheks turismistrateegia eesmärgiks sihtkohtade arendamise. Peamine fookus on digi- ja rohepöördel turismisektoris, aga ka koostööl, külalislahkusel ja andmepõhisusel. 2025. aasta eesmärgiks luua üle Eesti 5-8 toimivat sihtkoha organisatsiooni, mis aitaks ühtlustada sihtkohtade kvaliteeti, juhtida piirkondi terviklikult, arendades klienditeekondi ja eristuvaid tooteid.³

Tulenevalt riikliku turismikorraldusmudeli muutusest moodustusid Eestis eelmisel aastal (2021) uued koostööpiirkonnad, neid on kokku kuus. Kõige suurema turismiettevõtjate arvuga koostööpiirkond on pealinnaregioon, s.o Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinn. Piirkonna juhtpartneriks on käesoleval hetkel Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus, koostööpartneriteks Tallinna Strateegiakeskuse turismiosakond, Harjumaa Omavalitsuste Liit, Raplamaa Omavalitsuste Liit, Sihtasutus RAEK ja SA Läänemaa. Sihtkohtade arenduse koostööprojekti eesmärk on Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinna linna külastaja vajadustele vastavate turismitoodete ja -teenuste arendus Eesti kui turismisihtkoha kolmest sõnumistrateegiast lähtuvalt (loodus, kultuur ja toit), piirkonna eristumine, kestliku turismi põhimõtete rakendamine, koostöövõrgustike arendus ja rahvusvahelise konkurentsivõime kasvatamine.⁴

Läbiviidud analüüs kirjeldab Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinna linna piirkonna turismiarenduse koostöövõrgustiku mudeli kontseptsiooni. Turismipiirkonna tervikliku käsitlemise ja juhtimise kaudu on võimalik luua väärtust erinevatele huvirühmadele, teadvustades, et sellel on suur mõju nii kohalikule kogukonnale, sihtkoha ettevõtlusele ja kogu majandusele lisandväärtuse loomisel. Koostöökontseptsiooni väljatöötamise laiem eesmärk on kujundada piirkond külalislahkemaks, jätkusuutlikumaks ja konkurentsivõimelisemaks.⁵ Analüüs kirjeldab järgmisi osasid:

1. Hetkeolukorra kirjeldus
2. Koostöövõrgustiku strateegiline vaade, sh võrgustiku visioon ja võrgustiku põhiväärtused
3. Koostöövõrgustiku eesmärgid ja mõõdikud
4. Olulisemad teenused ja ülesanded, mida võrgustik peab täitma
5. Eesmärkide saavutamiseks ja ülesannete osutamiseks vajalikud tegevused (tegevusplaan)

¹ Turismistrateegia 2022-2025 (2021) Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium

² Ibid

³ Ibid

⁴ Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskuse materjalid

⁵ Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskuse pakkumuskutse 2022

6. Teenuste/ülesannete osutamiseks vajalikud ressursid
7. Koostööpõhimõtted ja osapoolte rollid võrgustikus
8. Rahastamis põhimõtted

1.1. MÕISTED

DMO – (*destination management organisation*) - turismi sihtkoha juhtimiseks loodud või määratud organisatsioon, mis kokkuleppelistel alustel osalevate ja panustavate organisatsioonide ning huvigruppidega planeerib, koordineerib ja viib ellu sihtkoha arendus- ja turundustegevusi ning panustab toetava keskkonna loomisse.

DMO juhtpartner – kohalik omavalitsus või selle allasutus, sihtasutus või mittetulundusühing, kes esindab DMOd ja esitab DMO nimel sihtfinantseerimistaotluse ning kellega sõlmitakse sihtfinantseerimise leping, kellel on aruandluskohustus ning kes vastutab sihtfinantseerimistaotluses märgitud tegevuste teostamise ja tulemuste saavutamise eest.

DMO põhipartner – juriidiline isik või asutus, kes on DMO koostöömudeli partner ja panustab igapäevaselt DMO ühistegevustesse ning kes kasutab DMO ühistegevuste elluviimiseks sihtfinantseeringut ja kellel on aruandluskohustus juhtpartneri ees.

DMO kaaspartner - juriidiline isik või asutus, kes on DMO partner ja panustab igapäevaselt DMO ühistegevuste elluviimisse ning kes ei kasuta DMO ühistegevuste elluviimiseks sihtfinantseeringut.

EAS ja KredExi ühendasutus - KredEx ja Ettevõtluse Arendamise Sihtasutus (EAS) ühinesid. Jaanuarist algas üleminekufaas, mille käigus luuakse ühendasutusele uus struktuur ja bränd. Seniks jätkub teenuste pakkumine olemasolevate kaubamärkide ehk EASi ja KredExi alt. Sisuline ühinemine viiakse lõpule 2022. aasta jooksul. Uue organisatsiooni juriidiline nimi on alates 2022. a jaanuarist Ettevõtluse ja Innovatsiooni Sihtasutus. See tõttu on kontseptsioonis kasutatud mõlemaid nimetusi samatähenduslikult.

KOV – kohalik omavalitsus

MARO - maakonna arengut kavandav ja suunav maakondlikud arendusorganisatsioonid.

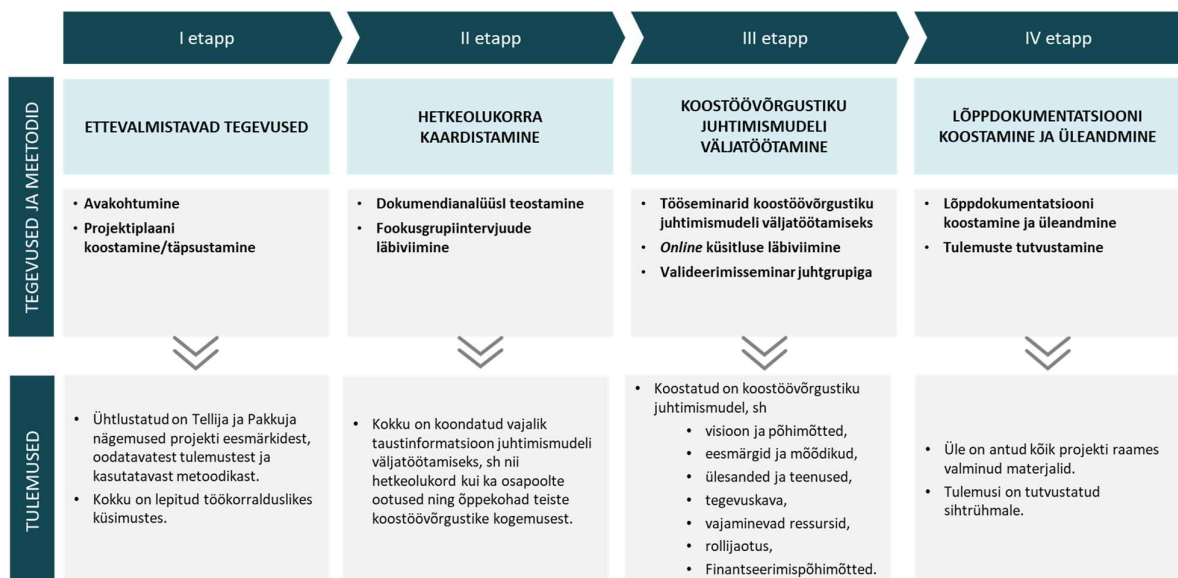
Omapanus – partnerite rahaline panus DMO ühistegevustesse, mida ei rahastata sihtfinantseeringu vahenditest.

Turismitoode – terviklik külastuselamus, mis koosneb turismiteenustest, mida külastaja reisil tarbib.

1.2. METOODIKA

Uuringu metoodika konstrueeris uuringu teostaja Civitta Eesti AS ning seda kohandati Tellija heakskiidul töö käigus vastavalt ilmnunud asjaoludele ja tekkinud lisavajadustele. Töö teostati neljas etapis, vt Joonis 1.

JOONIS 1. TÖÖ TEOSTAMISE ETAPID



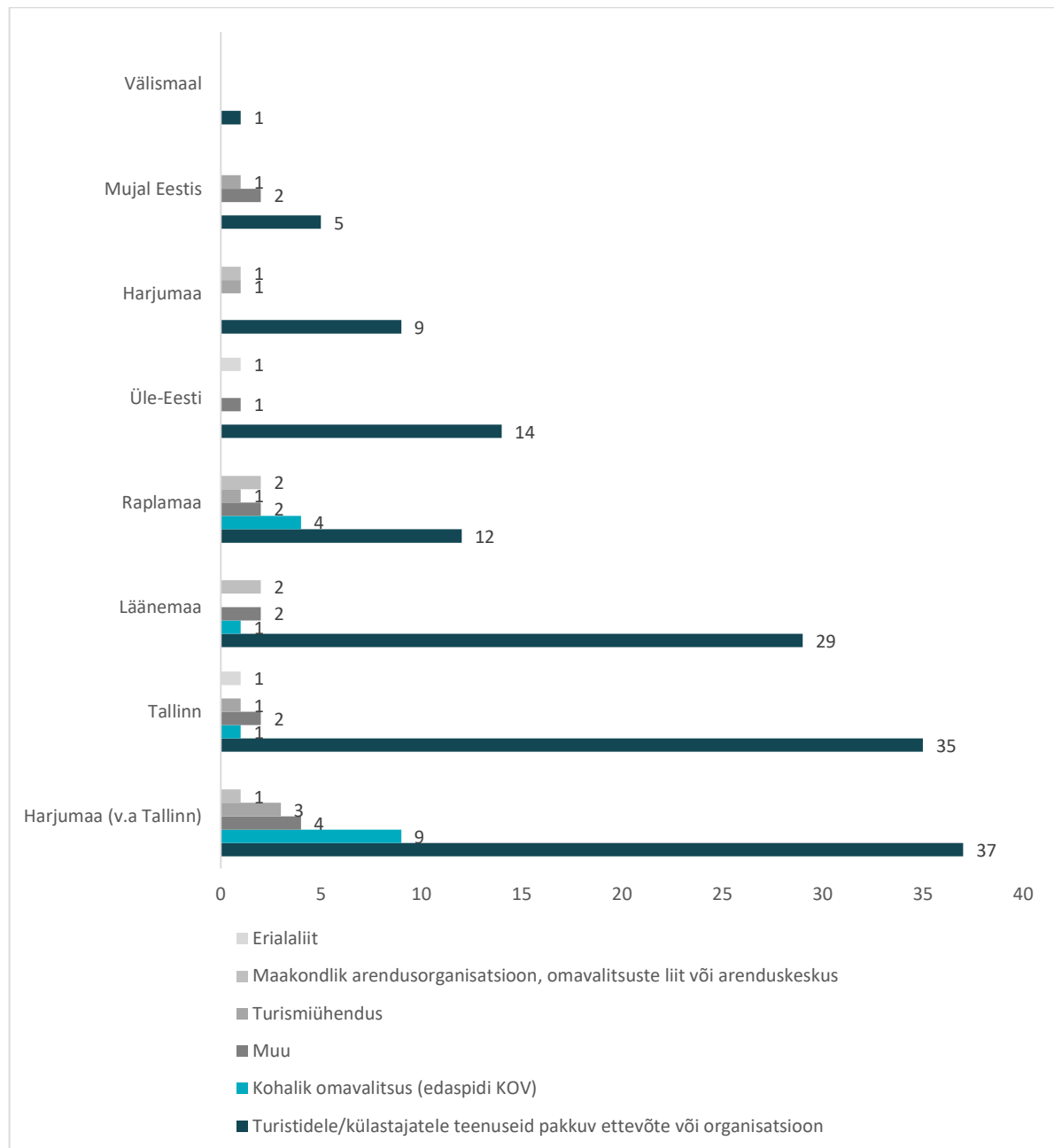
I etapp koosnes ettevalmistavatest tegevustest, sh avakohtumisest tellijaga ning projektiplaani täpsustamisest. II etapis tutvuti olemasolevate dokumentidega ning alustati hetkeolukorra analüüsiga. Lisaks viidi läbi 2 fookusgruupiintervjuud turismivaldkonna ekspertide ning ettevõtjatega. Seejärel kutsuti kokku töörühmad, et kaardistada kitsaskohad ja ootused, koostada loodava koostöövõrgustiku visioon, eesmärgid, ülesanded ja teenused. Kahel tööseminaril osales kokku 15 inimest – turismiettevõtjad, maakondlike arendusorganisatsioonide eksperdid, kohalike omavalitsuste esindajad ning turismiühenduste esindajad. Tööseminaride tulemused valideeriti juhtrühmaga ning nende põhjal koostati küsitlus piirkonna ettevõtjatele ja turismivaldkonna organisatsioonidele.

Küsitlus saadeti 14.09.2022 ning kutse edastati kõigile piirkonna turismiettevõtjatele, kõikidele kohalikele omavalitsustele, maakondlikele arendusorganisatsioonidele, erialaliitudele ja muudele turismivaldkonnaga seotud organisatsioonidele. Küsitlusele vastamiseks saadeti korduskutse, mis läks uuesti kõigile ettevõtjatele. Küsitlus suleti 05.10.2022 ning küsitlusele vastas 172 inimest.

Küsitlusele vastanud said määrata organisatsiooni, keda nad vastustes esindavad. Enamik vastajaid oli turismiettevõtetest või turiste teenuseid pakkuvatest ettevõtetest (131). Lisaks vastasid küsimustikule KOV esindajad (15), turismiühendused (7), MARO või omavalitsusliidu esindajad (6) ja erialaliidud (2). Muude vastajate hulgas olid näiteks külaseltsid, turismiga seotud eraisikud, turismivaldkonna töötajate koolitaja ja piirkondlik arendusorganisatsioon.

Kõige enam vastajaid oli Harjumaalt (54), mis on ka koostöövõrgustiku suurim piirkond (Joonis 2). Oli ka vastajaid, kes tegutsevad mitmes erinevas piirkonnas või üle Eesti. Need vastajad, kes tegutsevad mitmes piirkonnas, said märkida kõik piirkonnad, milles tegutsevad, mistõttu on piirkondade esindajaid (185) rohkem kui vastajaid kokku (172).

JOONIS 2. VASTAJATE ORGANISATSIOON JA TEGUTSEMISPIIRKOND



Ankeetküsitlus koosnes 17st küsimusest. Nende hulgas oli nii avatud kui suletud küsimusi. Andmeanalüüs koostati kasutades *Excelit*. Kõik avatud vastused kodeeriti ja kategoriseeriti teemade kaupa. Andmed on esitatud tabelite ja joonistena aruandes.

Andmeanalüüsi järgselt esitleti tulemusi kolmandal tööseminaril ettevõtjatele, arendusorganisatsioonidele ja turismiühenduse esindajatele. Kokku osales kolmandal tööseminaril 17 inimest. Pärast kolmandat tööseminari tehti parandusi ning esitleti parandatud andmed juhtrühmale. Seejärel koostati aruande lõppraport.

2. HETKEOLUKORRA KIRJELDUS

Hetkeolukorra kirjelduses antakse ülevaade täna toimivatest turismivaldkonna koostöölahendustest, kitsaskohtadest ning osapoolte ootustest ja vajadustest.

2.1. PIIRKONNA KOOSTÖÖ KIRJELDUS

Analüüsi keskmes on neli piirkonda: **Harjumaa, Raplamaa, Läänemaa ja Tallinn**. Intervjuudest selgus, et Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinn käesoleval hetkel koordineeritud koostööd ei tee. Koostöö toimib väiksemates piirkondades või läbi erinevate programmide (nt Leader tegevusrühmad). Samas teevad tihedat koostööd Harjumaa ja Tallinn. Seda nii maakonna kui ka ettevõtjate tasandil.

Maakondlikud arendusorganisatsioonid ja omavalitsusliidud teevad omavahel tihedat koostööd ettevõtluse arendamise eesmärgil, sh turismi arendamiseks. Kuid senini pole seda süsteemselt ning maakondadeüleselt tehtud. Siiani on puudunud juhtiv organisatsioon, kes tegevusi koordineeriks. Lisaks on puudunud ühine eesmärk.

Kohalike omavalitsuste jaoks ei ole turismi edendamine eraldi eesmärk ülejäänud ettevõtluse edendamisest kohalikus piirkonnas. Olenevalt sellest, kas omavalitsuse alale jääb mõni turismitömbekeskus või kas omavalitsus peab turismi edendamist oluliseks, sõltub ka nende koostöö MARO, turismiühenduste ja turismiettevõtjatega.

Turismiettevõtted teevad koostöös teiste ettevõtete, arendusorganisatsioonidega ja turismiühingutega, kuid see koostööd ei ole koordineeritud ja regulaarne. Koostöö oleneb turismiettevõtte enda initsiatiivist või talle pakutavast väärtusest turismiühingu poolt.

Küsitluse kaudu uuriti vastajatelt, milline on tänane omavaheline koostöö. **59% vastanutest teevad koostööd mõne arendusorganisatsiooni või turismiorganisatsiooniga. Mõnevõrra vähem (44%) tehakse koostööd ühe või mitme kohaliku omavalitsusega.**

2.1.1. HEA PRAKTIKA

Erinevates piirkondades on väga erinev praktika ning tehakse koostöö piirkonniti, sihtkoha omapäradest lähtuvalt ning konkreetset sihtrühma koondades. Toome esile (vt Tabel 1) käesoleval hetkel toimivad koostöövormid, mida intervjueritud nimetasid ning mille toimimisega ollakse rahul:

TABEL 1. TURISMI VALDKONNA KOOSTÖÖVORMID HARJU-, RAPLA-JA LÄÄNEMAAL

TURISMIÜHINGUD:	
Eesti loodusturismiühing	See ühing liidab Eesti looduselamusi pakkuvaid ettevõtjaid. Ühingu sooviks on senisest enam teadvustada Eesti kui kõrge väärtusega loodusriigi maine ja kuvandi olulisust nii riigi kui rahvusvahelisel tasandil.
Eesti Maaturismi Ühing	Ühingu eesmärk on maaturismisektori teenusepakkujate ühiste huvide esindamine eesmärgiga toetada maaturismi arengut Eestis. Vastavalt põhikirjale võivad ühingu liikmeteks olla turismiettevõtjad, kes asuvad valdades või alla 10 000 elanikuga linnades ning pakuvad majutusteenust, aga samuti ka toitlustuse, matkade, ürituste, transpordi korraldajad, organisatsioonid või ühingud, kes teevad koostööd maaetevõtjatega või esindavad neid. Maaturismi ühingusse kuulub 316 ettevõtet, kellest 62 asuvad Harju-, Rapla- ja Läänemaal.
Lahemaa Turismiühing	Turismiühingu eesmärk on ühendada ja esindada Lahemaal tegutsevaid turismiettevõtteid. Selles ühingus on liikmeid 60. Koostööd tehakse RMK,

	Eesti Maaülikooli, Keskkonnaametiga ja Lahemaa rahvusparki aladele jääva 5 kohaliku omavalitsusega (Tapa, Kadrina, Haljala, Loks, Kuusalu).
MTÜ Raplamaa Turism	Kohaliku elu edendav mittetulundusühing.
Visit Harku	MTÜ, mille eesmärk on koondada info Harku vallas tegutsevate turismivaldkonna ettevõtete kohta visitharku.com kodulehele.
Visit Kõrvemaa	MTÜ, mis koondab Kõrvemaa piirkonna ettevõtjaid. Ühingusse kuulub 30 ettevõtet.
SELTSID:	
Kolgaküla Selts	Kohaliku kogukonda koondav selts, mis korraldab kultuuriüritusi ja projekte.
Juminda Poolsaare Selts	Kohaliku kogukonda koondav selts, mille eesmärgiks on turvalisuse tagamine Juminda poolsaarel, inimväärse elukeskkonna arendamine, piirkonna külaelu ja merenduse edendamine, traditsioonilise rannakalanduse ja muu pärandkultuuri säilitamine, koostöö arendamine piirkonna teiste vabatahtlike ühendustega.
ERIALALIIDUD:	
Eesti Turismi-ja Reisifirmade Liit	Liit on turismiga tegelevate tööandjate vabatahtlik ühendus. Liidu põhiliikmeteks on reisibürood ja reisikorraldajad. Liidu kaasliikmeteks on transpordiettevõtted, turismiorganisatsioonid, haridusasutused, hotellid, kindlustusfirmad, turismivaldkonna tugiteenuste pakkujad ja välismaised tugiorganisatsioonid.
Eesti Hotellide ja Restoranide Liit	Hotelli- ja restoranimajandusega tegelevate füüsiliste ja juriidiliste isikute ühiskondlik, vabatahtlik, demokraatlikel põhimõtetel tegutsev tööandjate esindusorganisatsioon. Liitu kuulub pea 200 ettevõtet või ettevõtete ühendust.
OMAVALITSUSED ja NENDE ALLASUTUSED:	
Tallinna Strateegiakeskus	Tallinna linnal on linnasisene koostöö linnaosavalitsuste ja linna allasutustega. Turismiettevõtete ja turismi erialaliitudega on strateegiline koostöö. Regulaarselt kutsutakse kokku ümarlaudu, koostatakse infokirju ning turundust. Koostööd tehakse ka üleriigiliste organisatsioonidega, Tallinna Sadama, Tallinna Lennujaama, ministeeriumite ja rahvusvaheliste organisatsioonidega.
ARENDUSKESKUSED:	
SA Läänemaa	Läänemaa maakondlik arenduskeskus. Neil on leping EASiga, giidide ühinguga, Tourestil käiakse koos ettevõtjatega. Tehakse erinevaid koostööprojekte Rapla-, Harjumaa ja Tallinnaga. Koordineerivad Haapsalu turismiinfokeskuse ning Visit Haapsalu brändi tegevust.
Harju Ettevõtlus-ja Arenduskeskus	Visit Harju brändi eestvedaja, kohaliku turismi edendaja ja arendaja Harjumaal. Tehakse koostööprojekte piirkonna turismi arendamiseks.
Sihtasutus RAEK	Raplamaa maakondlik arenduskeskus tegeleb muuhulgas ka turismiarendusega piirkonnas.

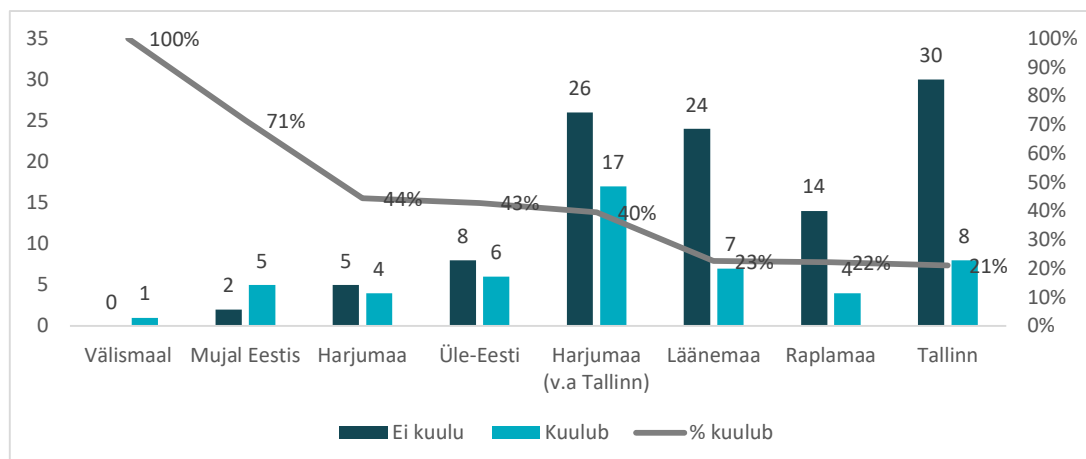
MUUD KOOSTÖÖVORMID	
EASi ja KredExi ühendatud turismiosakond	EAS haldab turismiportaali puhkaeestis.ee, mistõttu on paljudel ettevõtetel nendega kokkupuuteid. Läbi portaali saavad ettevõtted osaleda rahvusvahelistest turismikampaaniates. Lisaks pakutakse ettevõtetele tootearendusteenust, arenguprogramme, koolitusi, rahastusvõimalusi. Visit Estonia brändi haldamine.
Nelja Valla Kogu	Nelja Valla Kogu on LEADER piirkondlik tegevusrühm, mis ühendab Harku, Saue, Saku ja Kiili valda. Nelja valla kogu on oma strateegiliseks eesmärgiks seadnud turismiedendamise piirkonnas.
Kodukant Läänemaa MTÜ	Ühingu tegevuse põhieesmärgiks on Läänemaa maaelu ja külade säilimisele, taasloomisele ja harmoonilisele arengule kaasaaitamine, sealhulgas maamajanduse ja rahvakultuuri ning loodushoiu toetamine ning erinevate külaliikumiste ühendamine. Põhieesmärk ei ole turismi edenduse, kuid oma tegevusega toetatakse ka seda.
Lääne-Harju Koostöökogu	Tegevused on erinevates valdkondades, kuid turismiga on seoseid palju. Koostööd tehakse kõigi kolme sektoriga – KOVide, ettevõtete, vabaühendustega.
Raplamaa Partnerluskogu	Ühingu eesmärk on Raplamaal kohaliku elu arendamine, maaelu ja külade säilimisele, taasloomisele ja säästvale arengule kaasaaitamine, sealhulgas kohaliku ettevõtluse, teeninduse, turisminduse ja tööhõive arendamine ning tegevuspiirkonna elanike heaolu suurendamine. Partnerluskogusse kuulub 89 MTÜd, KOVi ja äriühingut.

Turismiga seotud organisatsioonid peavad heaks praktikaks omavahelisi kokkusaamisi ja häid suhteid. Lisaks toodi esile, et tehakse koostööd ka mitteametlikult ja lähtuvalt erialast. Näiteks, teevad giidid omavahel koostööd.

2.1.2. TURISMIÜHENDUSSE KUULUMINE

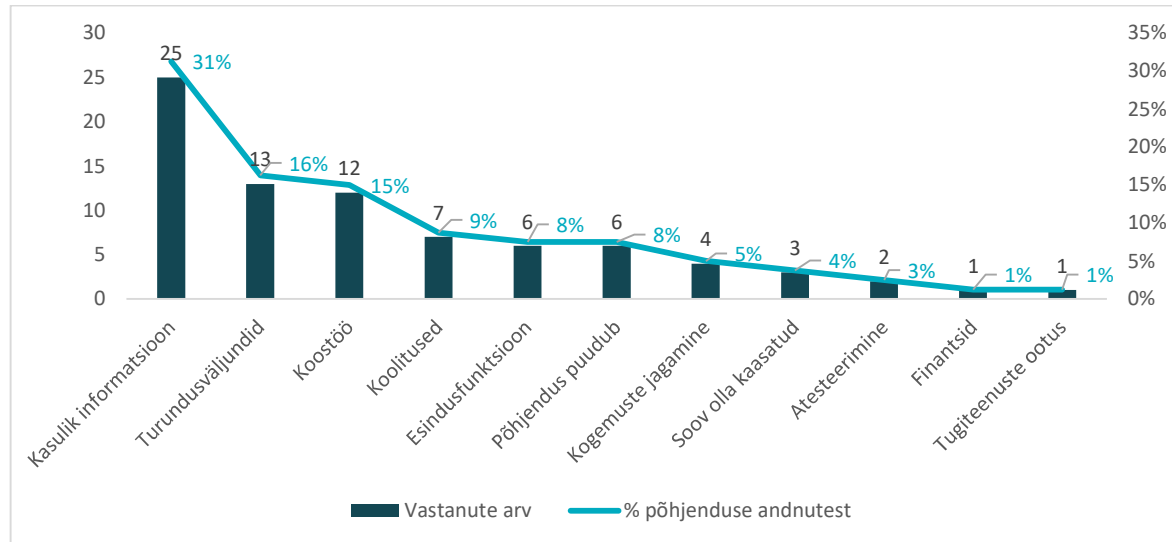
Küsitluse kaudu uuriti vastajatelt, kas kuulutakse käesoleval hetkel mõnda turismiühendusse. **Enamik vastanutest (68%) ei kuulu turismiühendusse** (vt Joonis 3). Vaadates vastuseid ettevõtte tegevusalade kaupa, siis selgub, et kõige enam kuuluvad (49%) turismiühendustesse giidid ja ekskursioonide pakkujad, konverentsiteenuse pakkujad ja majutusteenuse pakkujad.

JOONIS 3. TURISMIÜHENDUSSE KUULUJAD PIIRKONDADE KAUPA



Küsitlusele vastajad said ka põhjendada, miks nad soovivad turismiühendusse kuuluda (vt Joonis 4). Ühendusse kuulujate jaoks on kõige olulisem informatsioon, mis ühenduse kaudu nendeni jõuab. Lisaks peetakse oluliseks turundust, koostööd ja koolitusi, mida turismiühendusse kuuludes pakutakse.

JOONIS 4. TURISMIÜHENDUSSE KUULUMISE PÕHJENDUSED



Vastajad, kes ei kuulu turismiühendusse, said samuti põhjendada, miks nad ühendusse ei kuulu. Peamiseks argumendiks oli kasuteguri puudumine. Ühendusse kuulumine eeldab tavapäraselt ka rahalist panust turismiühenduse tegevusse ning osade ettevõtete, organisatsiooni jaoks on see peamiseks põhjuseks, miks turismiühendusega pole liitunud. Lisaks toodi esile, et mõnes piirkonnas puudub sobiv ühendus, millega liituda. Osa vastajatest väitis, et nendeni pole info turismiühendustest jõudnud ning nad ei tea, et nende piirkonnas selliseid ühendusi tegutseks.

2.1.3. TÄNASED PROBLEEMID

Intervjueeritud töid esile, et Harju-, Lääne-, Rapla ja Tallinna piirkondades on tänased koostöövormid juhuslikud ning nelja piirkonna vahel puudub näiliselt ühisosa. Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinna linna koostööpiirkonna klienditeekonna uuringu raporti (2022)⁶ kohaselt on nelja piirkonna ühisosaks mõisad, sood, rabad ja muud kultuurilise tähtsusega ehitised, kuid samas ei ole need saanud piisavalt kajastust. Nii ettevõtted, turismiorganisatsioonid, KOVid kui ka arenduskeskused tunnevad, et koostöö ei toimi ei riigi ega KOV tasandil süsteemselt. Küsitlusele vastanutest viiendik arvas samuti, et **üheks suurimaks probleemiks käesoleval hetkel on ebapiisav koordineerimine, killustatus ja koostöö puudumine turismivaldkonnas**. Vastajate hinnangul puudub turismivaldkonnas eestvedaja.

STRATEEGILISE VAATE PUUDUMINE

Küsitlusele vastanute hinnangul puudub piirkonnas strateegiline eesmärgistatud tegevus. Tehakse üksikuid algatusi, millel puudub pikemaajaline ja piirkondadeülene siht.

Probleemina nähakse veel, et kohalike omavalitsuste jaoks ei ole turismi valdkond prioriteetne. Turism on üks ettevõtlusvorm, mida kohalik omavalitsus saab toetada. Valdadel ei ole eraldi turismiarenduskavasid, see võib olla osaks KOVi arengukavast. Samas on KOVid kursis turismivaldkonna arenduste ja arengutega ning sooviksid olla toeks. Lisaks on kohalikud omavalitsused väga erinevad ning koostöö turismivaldkonnas erineb suuresti kohalike omavalitsuste lõikes.

⁶ Viin, T.; Tamm, T.; Piirman, M. (2022) Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinna-linna-koostööpiirkonna klienditeekonna uuringu raport. Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž <[link](#)>

KILLUSTATUS

Ettevõtete jaoks on turismiühendused- ja liidud olulised partnerid, kuid nendesse kuulumine on juhuslik ning sõltub piirkonna eripäradest. Ettevõtted teevad pigem koostööd turismifirmadega ja panevad „Puhka Eestis“ kodulehele info endast üles, kuid ei osale turismiliitudes ega muudes koostöövõrgustikes. Mitmetes piirkondades puudub ettevõtete jaoks sobilik turismiühendus. Lisaks toimub pidevalt muutusi selles, kuidas ja milliste piirkondade vahel tihedam koostöö käib. Küsitlusele vastanud töid esile, et piirkondades on palju väikseid turismiorganisatsioone, kuid nende mõju on väike ning nad ei tee omavahel koostööd. Leitakse, et sellised ühingud peaksid omavahel liituma, et saavutada suurem mõju. Ettevõtjad ei soovi kuuluda mitmesse erinevasse liitu, vaid soovivad saada võimalikult häid teenuseid ühest turismiühendusest. Seda töid eriti esile väikeettevõtjad, kelle jaoks on liitu/ühendusse kuulumise rahaline panus märkimisväärne.

Turismiettevõtete tänane koostöö sõltub suuresti isiklikest kontaktidest, mistõttu ei ole see järjepidev ega alati usaldusväärne. Uued algatused põhinevad omal initsiatiivil ning tutvustel. Küsitlusele vastanute hinnangul pole lahti mõtestatud, mida turismi valdkonnas koostöö tähendab ning kuidas see saavutada.

PROFESSIONAALSUSE VÄHESUS

Turismivaldkonnas tegutseb liiga vähe professionaalsete teadmistega spetsialiste. Tegevused on seetõttu kaootilised ja eesmärgistamata. Piirkonniti erineb ka turismiteenuste kvaliteet. Teenuste kvaliteet kannatab, sest töötajatel puudub külalislahkuse alane väljaõpe ning klienditeenindusstandardit ei suudeta hoida, sest tööjõudu napib. Turismivaldkonnas puuduvad kvaliteedistandardid ja kvalifikatsiooninõuded, mis mõjutavad teenuse kvaliteeti. Ettevõtte jaoks on oluline, et turismiühingud pakuks lisaväärtust, mida luuakse läbi analüütika – nt milline on turist, kus ta käib ja mida soovib. See info peaks jõudma kõigi turismis töötavate inimesteni, sh klienditeenindajateni. Seetõttu oleks vajalik, et keegi pakuks lisakoolitusi ja teadlikkuse tõstmist ka ettevõtete töötajatele. Samas, tuleb arvestada ettevõtete eripärasid ja nende suurust, sest neist lähtuvalt võivad vajadused erineda. Ettevõtted vajavad andmeid ja statistikat ka oma tegevuste arendamiseks.

INFO EI LIIGU

Piirkondadel puudub ühine infoväli ning mitmed tegevused dubleerivad üksteist. Info ei jõua ettevõtte ega turistini, mistõttu on ettevõtetel omavahel keeruline koostööd luua. Lisaks tunnetatakse omavahelist konkurentsi, mistõttu hoitakse infot kinni. Ettevõtjad tunnevad, et info pole lihtsasti leitav ega kompaktn.

TURUNDUSE PUUDUMINE

Ettevõtjate hinnangul ei tehta piirkonnas piisavalt turundustegevusi. Küsitlusest selgus, et kitsaskohana nähakse ühisturunduse puudumist ja laiapindset piirkondlikku kommunikatsiooni turismivaldkonnas.

RAHASTUSE VÄHESUS

Olemasolevad turismiühingud tunnevad puudust püsivast rahastusest. Lisaks tuntakse, et teenuste arendamiseks ei jagu piisavalt ressursse. Paljud tegevused on projektipõhised või vabatahtlikkusel põhinevad. Osa ettevõtetest toimib EL fondide toetuste najal ning rahade lõppemisel peavad oma tegevust oluliselt vähendama, sh nt turismiühendustesse kuuluvuse lõpetama. Väikeettevõtted vajaksid alustamisel võimendust oma teenuse loomiseks.

HOOAJALISUS

Turismihooaja välistel aegadel on turismiettevõtetel keeruline toime tulla, kuna puudub piisav sissetulek ja tööjõud. Hooajalisus mõjutab ka koostööd, sest osa ettevõtetest lõpetab talveperioodideks tegevuse.

TURISTIDE PUUDUS

Tallinn turismisihtkohana on Eesti tuntuim ning sinna satub enim turiste, kuid paljud turistid ei tea ega oska soovida Tallinnast väljapoole sõita. Väljapoole Tallinnat jäävat loodust ja rannikut ei osata intervjueritute sõnul turundada. Neis piirkondades, mis on väljaspool Tallinnat, ei ole suurt kajastust saanud tõmbetegureid, mis turiste piirkonda külastama kutsuks. Probleemina nähakse ka infrastruktuuri ja

ühistranspordi vähest arendamist piirkondades (nt Lahemaale on ühistranspordiga reisimine väga keeruline). Lisaks on vaja paremat kaasamist, sh kogukonna kaasamist turismi edendusse.

Väikestes valdades asuvad objektid ja vaatamisväärsused ei ole saanud piisavalt kajastust ega turundust ning turist ei leia neid üles. Ettevõtete jaoks on kõige olulisemad kliendid. Osad ettevõtted püüavad ennekõike siseturiste ja teised välituriste. Sellest tulenevalt on nende ootused ja soovid erinevad. Samas ei teata, mis riigi tasandil tehakse.

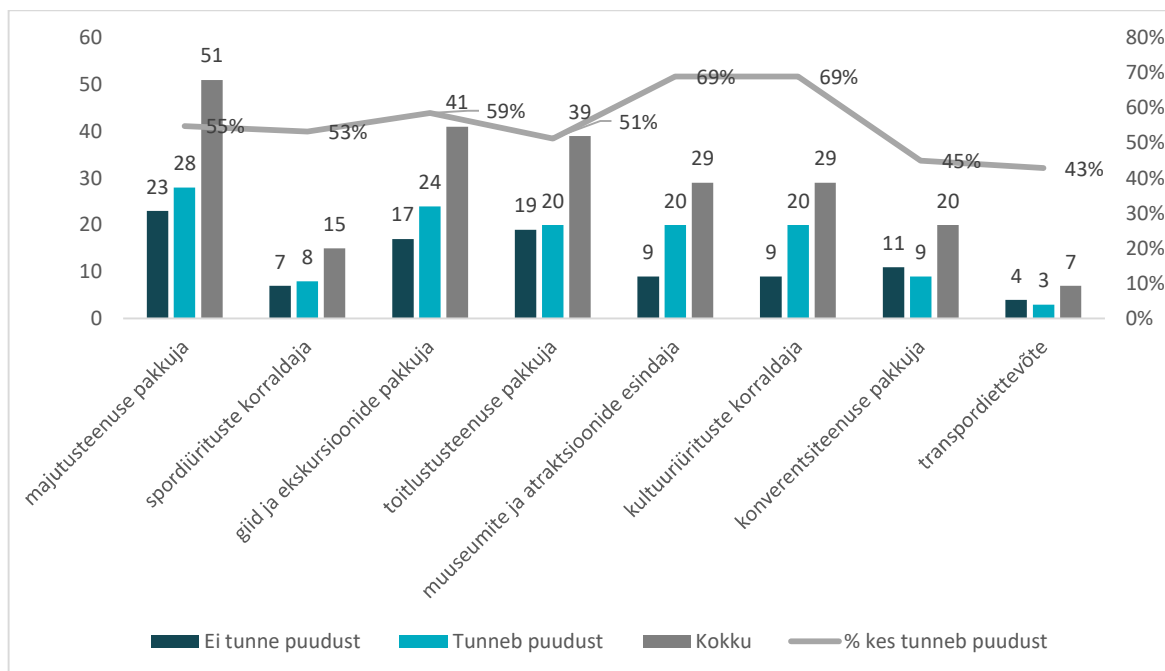
2.1.4. OSAPOOLTE OOTUSED

Fookusgruupiintervjuudest ja küsitlusest selgus, et nii turismiühingud, arenduskeskused kui ka ettevõtjad ise arvavad, et omavaheline koostöö peaks olema tihedam. Esile toodi eriti koostööd ettevõtjatega, kellega võiks olla koostööd oluliselt suurem. Ootus on, et ettevõtjad ise annaksid märku oma vajadustest ning ootustest riigi/omavalituste suhtes, kuid nähakse, et ettevõtjate kaasamine riigi poolt peaks olema suurem.

Intervjueeritute hinnangul peaks koostöö toimuma orgaaniliselt ning loodavad koostöövormid peaksid olema loogilised. Maakonna piiridega koostöövormide piiritlemine ei pruugi olla intervjueeritute hinnangul parim lahendus, näitena toodi Lahemaad, mis koosneb Harjumaa- ja Lääne-Virumaa turismiettevõtjatest, omavalitsusest ja muudest turismiga seotud organisatsioonidest. Seminaril osalenud turismivaldkonna esindajatel on ootus, et sõltumata tuleviku DMO piiridest, tuleb luua võimalused, et arvestada ka selliste organisatsioonidega.

Suuremasse turismiühingusse asutuste ja ettevõtete koondamine võimaldaks paremini sõnumeid ühtlustada ning turistidele piirkonna eripärasid kommunikeerida. Selleks tuleks leida ühised eesmärgid, mis piirkondadel võiks olla. Lisaks nähakse, et spetsialistide nappuse tõttu, oleks mõistlik ekspertteadmine koondada ühte asutusse. Küsitluse kaudu uuriti vastajatelt, kas tuntakse puudust katusorganisatsioonist, mis koondaks vajaliku info ja praegused koostöövormid (vt Joonis 5).

JOONIS 5. KATUSORGANISATSIOONIST PUUDUST TUNNVAD VASTAJAD ETTEVÕTTE TEGEVUSALA JÄRGI

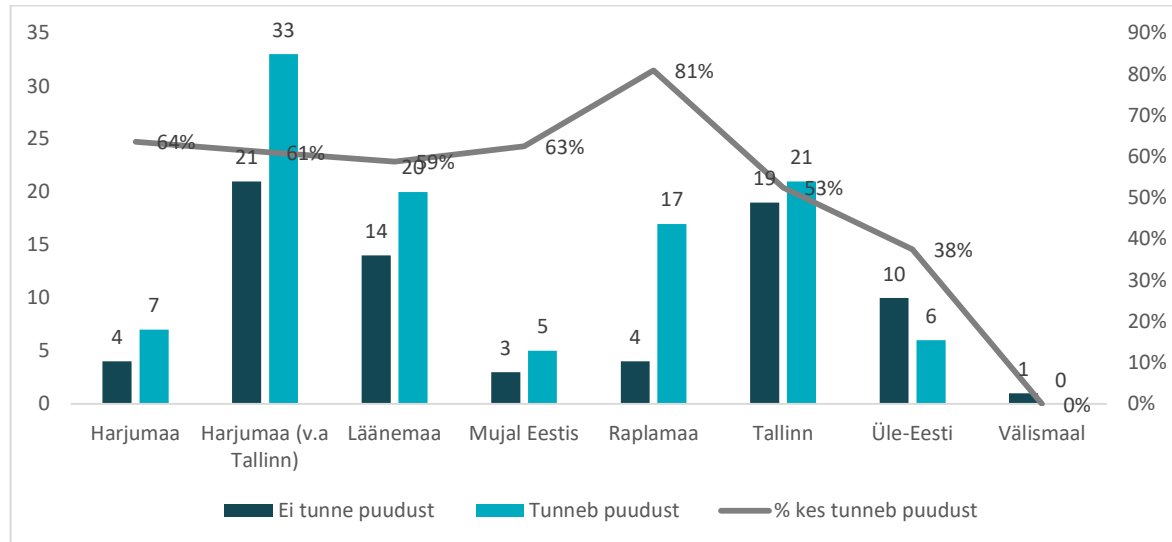


Kõige enam tunnevad katusorganisatsioonist puudust muuseumite ja atraktsioonide esindajad (69% vastanutest) ning kultuuriürituste korraldajad (69%).

Sama küsimust analüüsiti ka vastaja tegevuspiirkonna järgi (vt Joonis 6). Kõige enam tunnevad katusorganisatsioonist puudust Raplamaal (81% vastanutest) tegutsevad ettevõtjad ja asutused. Kõige

vähem tunnevad puudust organisatsioonid ja ettevõtted, kes tegutsevad üle Eesti (38%). Samas vaadates tervikuna vastajate arvamusi katusorganisatsiooni vajalikkusest, ilmneb, et **enamik vastajatest sooviks, et piirkonnas toimiks katusorganisatsioon**, kes koondaks info ja edendaks omavahelist koostööd.

JOONIS 6. KATUSORGANISATSIOONIST PUUDUST TUNNVAD VASTAJAD TEGEVUSPIIRKONNA JÄRGI



2.2. TURISMISIIHTKOHTADE KOORDINEERITUD ARENDAMINE

Eesti turismistrateegia 2022–2025 üheks tegevussuunaks on **sihtkoha arendus**, sh sihtkohti esindavad sihtkoha arendusorganisatsioonid ehk DMOd (*Destination Management Organisation*), mis lähtuvad oma tegevuses külastajatekonnast ning juhivad piirkonna turismi arengut strateegiliselt. Kogu Eestit katvaks turismiarenduskeskuseks (DMOKs) on Ettevõtlus ja Innovatsiooni SA, kuid piirkondlikud DMOd on oma regioonis turismivaldkonna strateegilised juhid ja tegevuste elluvijad.⁷ Ettevõtlus ja Innovatsiooni SA turismiosakonna ülesanded jagunevad kuueks⁸:

1. külalislahkuse ja kvaliteedi edendamine;
2. kestliku turismi edendamine;
3. turundus ja müük;
4. teemavaldkondade arendamine;
5. diginähtavuse suurendamine;
6. kompetentside ja andmete edendamine.

Külalislahkuse ja kvaliteedi edendamise all keskendutakse ligipääsetavuse teemadele, teadlikkuse tõstmisele ja klienditeekondade uurimisele. Kestlik turism tähendab loodussäästlikkuse ja keskkonnahoidlikkuse suurendamist turismiteenuste pakkumisel. Selleks hakatakse välja andma erinevaid märgiseid, mis edendaks kestlikku turismi. Turunduses keskendutakse platvormi puhkaeestis.ee haldamisele. Lisaks kampaaniate ja pressiuutuste korraldamisele. Teemavaldkonnad, mida soovitakse arendada on loodus, kultuur, toit ja äriturism. Diginähtavuse suurendamise all peetakse silmas turismitoodete ja objektide diginähtavust ning ühise info haldamist puhkaeestis.ee kaudu. Olulise ülesandena nähakse DMOdel ka andmete haldust ja analüütilisuse edendamist läbi statistika kogumise ja digianalüütika.⁹

⁷ Turismistrateegia 2022–2025 (2021) Majandus-ja Kommunikatsiooniministeerium

⁸ Ettevõtlus ja Innovatsiooni SA esitlus „Visit Estonia ja DMOd“ 20.09.2022

⁹ Ibid

Turismiarenduskeskuse hinnangul on optimaalne sihtkoha arendusorganisatsioonide ehk **DMode arv Eestis viis kuni kaheksa**, kuid arvust tähtsam on võimekus, st raha, inimesed ja kompetentsid. Piirkondadelt oodatakse terviklikke ärilahendusi, senisest tõhusamat avaliku ja erasektori vahelist koostööd ja rahalist panustamist sihtkohtades. DMO ülesanne on eelkõige mõjutada turismisektorit kokku leppima, millistele strateegilistele tegevustele sihtkohas keskenduda.¹⁰

2.2.1. EESTIS TEGUTSEVATE TURISMIKLASTRITE VÕRDLU

Eestis tegutsevad käesoleval hetkel 3 turismiklastrit, mis on oma olemust kõige sarnasemad loodavate DMOdega (vt Tabel 2). Eesti kõige vanem turismiklaster on Ida-Virumaa, mis loodi juba 2008. aastal. Lisaks tegutsevad Lõuna-Eesti ja Hiiumaa turismiklaster. Turismiklastrite eesmärgiks on piirkonna turundamine, tootearendus, kommunikatsioon ja koolituste pakkumine.

Turismiklastrid tegutsevad peamiselt liikmemaksude toel pakkudes ettevõtetele lisandväärtus ühisturunduse, ühistoodete ja koolituste näol.

TABEL 2. EESTIS TEGUTSEVATE TURISMIKLASTRITE VÕRDLU

	Lõuna-Eesti turismiklaster ¹¹	Ida-Viru turismiklaster ¹²	Hiiumaa turismiklaster ¹³
Piirkonnad, mis klasterisse kuuluvad	Põlvamaa, Valgamaa, Võrumaa, Tartumaa, Jõgevamaa	Ida-Virumaa	Hiiumaa
Kellele?	Piirkonna turismiettevõtetele ja teenusepakkujatele, turismivaldkonna organisatsioonidele, kohalikele omavalitsustele, piirkondlikele ja teemavõrgustikele	Ida-Virumaa turismiteenusepakkujad ja kohalikud omavalitsused	turismiettevõtjad, teenusepakkujad ja muud asjaosalised üle Hiiumaa
Ettevõtete arv klasteris	23	50	30
Alustas tegevust	01.01.2021	09.2008	10.04.2021
Kaasamise alus	Konsortiumleping aastaks 3	-	-
Liikmemaks	Jah (300-3000 eurot)	Jah	Jah (120-1200 eurot)
Liikmepaketid	Jah	Jah	Jah
Funktsioonid	Juhtimine, tootearendus, turundus, kommunikatsioon, koolitused	Turundus, tootearendus, ühine müük, juhtimine, koolitused	Turundus, tootearendus, juhtimine, koolitused
Tegevused	1. Strateegia koostamine ja juhtimine 2. Koordineerimine, administreerimine		1. Ettevõtete ülene sihtkohaturundus ja Hiiumaa mainekujundus

¹⁰ Turismistrateegia 2022-2025 (2021) Majandus-ja Kommunikatsiooniministeerium

¹¹ Lõuna-Eesti turismiklastri kodulehekül (kasutatud juuni 2022) <https://visitsouthestonia.com/turismiklaster/>

¹² Ida-Viru turismiklastri kodulehekül (kasutatud juuni 2022) <https://ivek.ee/meist/struktuur/idaviru/>

¹³ Hiiumaa turismiklastri kodulehekül (kasutatud juuni 2022) <https://hiiumaaarenduskeskus.ee/turismiklaster/>

	3. Kompetentside planeerimine, arendamine, sh koolitused ja õppereisid 4. Finantsjuhtimine 5. Statistika, trendide analüüs 6. Projektid 7. Kliendiuuringud, küsitlused, analüüsid 8. Ühised tooted 9. Kvaliteedijuhtimine 10. Turundusplaan 11. Turundusmaterjalid 12. Messid ja kontaktüritused 13. Fam-ja pressireisid 14. Sotsiaalmeedia ja digiturundus 15. Brändi arendus ja mainekujundus 16. Sisekommunikatsioon, infokirjad, listid, uudised 17. Meeskonnaüritused 18. Võrgustiku laiendamine 19. Lobitöö 20. Meediasuhtlus		2. Kampaaniad kliendirühmadele, kelleni jõudmine on kulukas või keerukas 3. Ühistoodete ja pakettide välja arendamine ja pakkumine 4. Koolitused, kogemuste vahetamise üritused ja õppereisid 5. Lobitöö ja klastriliikmete huvide esindamine suhtluses ametiasutuste ja riigiettevõtetega 6. Muud projektid, mida üksi on keeruline või ebamõistlik teha
Eelarve	EAS, liikmemaksud, MAKid		Liikmemaksud
Vastutav organisatsioon	Visit Tartu	Ida-Viru Ettevõtluskeskus SA	Hiiumaa Arenduskeskus

TALLINN

Tallinna linna Strateegiakeskuse ettevõtlusteenistuse all töötab turismiosakond (Visit Tallinn bränd), millest soovitakse kujundada eraldiseisev DMO. Tallinna linnale on antud EASi ja KredExi ühendasutuse poolt võimalus jätkata eraldi DMOna ning seda võimalust tulevikus ka kasutatakse. Strateegiakeskuses töötab 23 töötajat ning eelarve on ligi 2 miljonit eurot aastas. Otsus luua eraldiseisev DMO johtus ennekõike sellest, et Tallinnal on juba vastuvõetud arengustrateegia ning uue ühise strateegia loomine kogu piirkonnaga tundus ebamõistlik. Lisaks on EASi ja KredEx ühendasutuse poolt pakutav eelarve liiga väike ja tõenäosus, et teistel maakondadel on omaosalusse palju panustada, tundus vähene. Maakondade ettevõtjate ja eripärade ühisele turundusplatvormile sobitamine on samuti keeruline. Tallinnas on üle 1000 turismiettevõtte ja selle haldamine on keeruline, mis tähendab, et koos teiste maakondadega muutuks pilt veelgi mitmekülgsemaks ning tekiks suurem halduskoormus. Lisaks on Tallinn sihtkohana spetsiifiline (Vanalinna ja kruisiturist).

Koostöö teiste maakondadega (ennekõike Harjumaaga) on oluline, kuid selleks ei nähta vajadust luua eraldi organisatsioon, vaid saab jätkata olemasolevatega ning arendada uusi koostöömudeleid. Tallinna jaoks tähendab DMOdega koostöö ühist teadlikkuse tõstmist, koolitusi, ühist rahvusvahelist koostööd ja ettevõtete inspireerimist. DMOdega koostöö osas oodatakse algatusi ka EASi ja KredExi ühendasutusest, kes peaks Tallinna hinnangul selles juhtivat rolli täitma.

Tallinn on vastu võtnud arengustrateegia Tallinn 2035, mille üheks osaks on ka turismi arendamine. Arengustrateegias on sõnastatud **turismivisioon**: Tallinn on atraktiivne turismisihtkoht, kus turismimajandus toetab linna kestlikku arengut.

Eesmärk: Tallinn on rahvusvaheliselt tuntud ja hinnatud külastuskoht aastaringi.

Mõõdikud: Kulutused ja rahulolu (külaliste ja linnaelanike), külastusaeg, külastuse ööbimiskoht, reisi pikkus.

3. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU STRATEEGILINE VAADE

Tööseminaridest, juhtrühma kohtumistest ning küsitluse andmeanalüüsi tulemustest lähtudes koostati koostöövõrgustiku strateegiline vaade.

3.1. VÕRGUSTIKU VISIOON JA PÕHIVÄÄRTUSED

Tööseminaride ja juhtrühma kohtumiste tulemusena kirjeldati loodava koostöövõrgustiku visiooni ja väärtusi. Harju-, Rapla- ja Läänemaa koostöövõrgustiku visioon on **olla pealinna lähiregiooni piirkondade strateegiliselt juhitud, koostööd väärtustav ning partnerlussuhetele orienteeritud turismivaldkonna kompetentsikeskus**.

Koostöövõrgustiku väärtusteks said:

1. **Kompetentsus** (erialased teadmised, kogemused, oskused, kirg, mõjususe, empaatia, hoolivus, ausus, austus, kliendi ja piirkonna tundmine)
2. **Tulemuslikkus ja vajaduspõhisus** (pühendumus, professionaalsus, korrektsus, tegeletakse sellega, mis on oluline ja vajalik)
3. **Lahendustele orienteeritus** (ettevõtlikkus, loovus, innovaatus, eesmärgipõhisus, tõhusus)
4. **Koostöö** (usaldusvärsus, kliendikesksus, agiilsus, kaasamine ja kuulamine)

Visioon ja väärtused võivad organisatsiooni kasvades ja arenedes muutuda.

3.2. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU EESMÄRGID

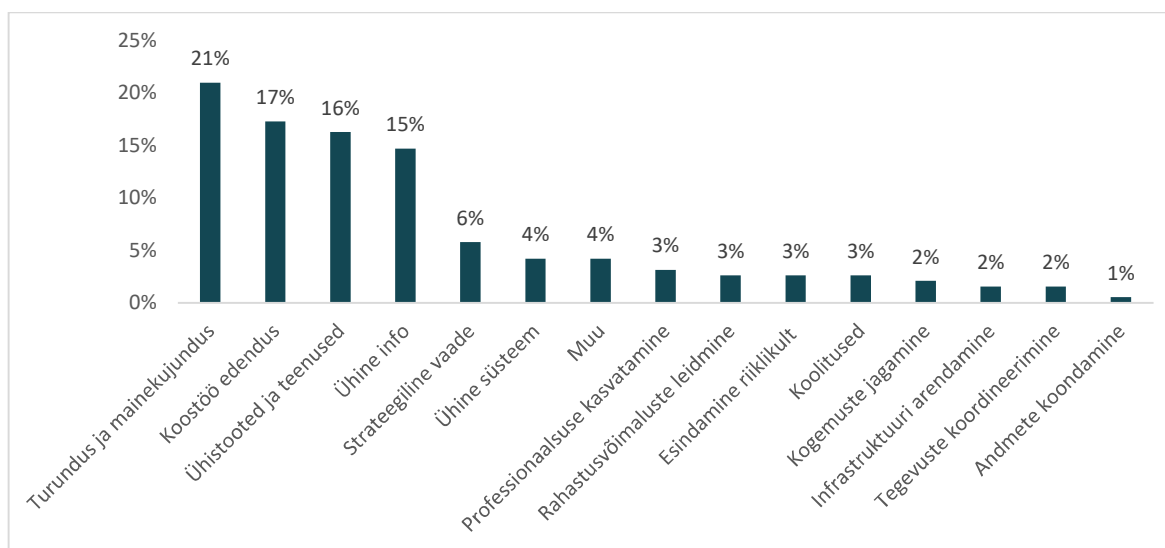
Küsitluse kaudu uuriti turismivaldkonda kuulujatelt, mida nad näevad koostöövõrgustiku eesmärgina. Vastused kodeeriti ning moodustati kategooriad (vt Joonis 8). Kõige enam nimetasid vastajad **turunduse ja mainekujunduse edendamist** (21% vastanutest) piirkonnas. Oodatakse, et koostöövõrgustiku kaudu tehtaks ühisturundust nii Eestis kui välismaal eesmärgiga tutvustada turistile piirkonda, selle tõmbekeskusi, loodust ja rannikualasid, et piirkonda külastaks rohkem inimesi ja nad püsiks seal pikemalt.

Teise olulise eesmärgina nimetasid vastajad **koostöö edendamist** (17% vastanutest), mis kätkes endas üksteisega (ettevõtjad omavahel ja asutused/ettevõtjad) kontakti loomist ja ühisosade leidmist. Läbi võrgustumise ka oma teadmiste ja oskuste kasvatamine ning paremate teenuste välja töötamine.

Kolmandaks toodi esile **ühistoodete- ja teenuste arendamist** (16% vastanutest) läbi koostöövõrgustiku tegevuse. Ettevõtjad näevad, et koostöövõrgustik võiks ühendada ettevõtjad ning üheskoos leida ühisosad ning suunatakse turistide teineteise juurde. Lisaks toodi näitena, et soovitakse arendada ühe ja mitme päeva reise.

Lisaks eelnimetatutele, oli vastajate jaoks **ühise inforuumi loomine, strateegilise vaate piirkonna turismile loomine, ühise süsteemi** (nii omavahel kui turistidele) **loomine info vahetamiseks, professionaalsuse kasvatamine, rahastusvõimaluste leidmine ja rahaline nõustamine, turismiettevõtjate esindamine riiklikult, koolituste korraldamine, omavahel kogemuste jagamine, piirkonnas infrastruktuuri arendamise toetamine, erinevate tegevuste** (turismiühenduste, ettevõtjate jne) **koordineerimine ja andmete koondamine**.

JOONIS 7. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU EESMÄRGID KÜSITLUSELE VASTANUTE HINNANGUL



Ettevõtlus ja Innovatsiooni SA on seadnud loodavate DMOde eesmärgiks¹⁴:

Suurendada piirkonna turismitulusid ja rahvusvahelist konkurentsivõimet. Selleks:

1. Leppida kokku pikaajaline vaade turismi arendamisele ning võimendada turismi arendust - ühendada avaliku ja erasektori pingutused;
2. Pakkuda külastajatele paremaid terviklahendusi, kus on läbimõeldud klienditeekond, väärtuspakkumine ja sõnumistrateegia;
3. Koondada piirkonna parim kompetents, mis aitaks ka mikroettevõtetel oma äri kasvatada ja omanäolisi tooteid luua.

Riiklikud eesmärgid ja küsitlusele vastanute hinnangud koostöövõrgustiku eesmärgi osas suuresti kattuvad.

3.3. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU ÜLESANDED JA PAKUTAVAD TEENUSED

Fookusgrupiintervjuude, tööseminaride, juhtrühma kohtumiste ja küsitluse tulemuste pinnalt töötati välja koostöövõrgustiku ülesanded ja pakutavad teenused (vt Tabel 3). Lisaks, on Ettevõtluse ja Innovatsiooni SA seadnud programmi alusel DMOdele kuus ülesannet, mille täitmine on kohustuslik. Ettenähtud ülesanded kõrvutati piirkonna soovidega ning töötati välja koostöövõrgustiku teenused.

TABEL 3. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU TEENUSED

PROGRAMMI ETTENÄHTUD KIRJELDUS	ALUSEL TEGEVUSE	KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU TEENUS	SISU
1. Teemavaldkondade arendus. Teemaatiliste (toit, loodus, kultuur) koostöövõrgustike ja piirkonnaspetsiifiliste toodete arendus		1.1 Sihtkoha kvaliteedi ja tootearendusega seotud nõustamine	1.1.1 Info jagamine ja kommunikatsioon
		1.2 Kohaliku kogukonna kaasamine	1.1.2 Turismiettevõtete nõustamine
			1.1.3 Tootearendus
			1.2.1 Ettevõtjate kaasamine DMO tegevustesse

¹⁴ Pärnumaa DMO koostöömudel (2022) Loovusait

vastavalt kohalikule eripärale		1.2.2	Kogukonna ja kohalike elanike kaasamine piirkonna turismitegevustesse
2. Piirkonna teenusepakkujate kompetentside arendamine, sealhulgas innovatsiooni, digi- ja rohepöörde teemadel	2.1 Koolitused ja teadlikkuse tõstmine	2.1.1 2.1.2 2.1.3 2.1.4 2.1.5	Ettevõtetele koolituste pakkumine Haridusasutuste ja ülikoolidega koostöö edendamine Ühise inforuumi loomine Materjalide koostamine Spetsialiseerumine, inimressursi võimalikult otstarbekalt kasutamine
3. Küllastajateekonna ja ligipääsetavuse arendustegevused	3.1 Kliendikesksuse edendamine	3.1.1 3.1.2 3.1.3 3.1.4 3.1.5 3.1.6	Klientide tagasiside analüüsimine Kliendi teekonna uuringud, näidismarsruudid koostöös ettevõtjate, KOVide, MAROdega Turisti teekondade loomine Koostöö KOVide ja MAROdega Koostöö teiste DMOdega Koostöö ettevõtjatega
4. Piirkonna turismiandmete ja statistika koondamine, analüüsimine ja jagamine erinevatele osapooltele	4.1. Andmete koondamine 4.2 Investeeringute nõustamine	4.1.1 4.1.2 4.1.3 1.2.1	Piirkonna info koondamine Vajaduste kaardistamine Andmete koondamine eesmärgipäraselt ja analüüsi eesmärgil Turismiettevõtete finantseerimiskompetentsi edendamine ja investeringuvajaduste kaardistamine
2. Digitaalse turismiinfo haldus: turismiteenuste ja objektide diginähtavuse suurendamine	5.1 Müügi-ja turundustegevused	5.1.1 5.1.2 5.1.3 5.1.4 5.1.5 5.1.6	Sihtkoha turundus Diginähtavuse suurendamine Ettevõtjate koolitamine ja nõustamine digikanalite kasutamisel Puhkaeestis.ee haldamine Omanikuta objektide haldamine TripAdvisoris ja Google Business Profile kontrol ReviewPro platvormi uuendamine
3. Kestliku turismi arendustegevused (kestliku arengu põhimõtete rakendamine ettevõtetes ja sihtkohtades, nt kvaliteedimärgised nagu Green Destination Award, Green Key või muude kestliku arengu põhimõtete rakendamine)	6.1 Kestliku turismi edendamine	6.1.1 6.1.2 6.1.3 6.1.4 6.1.5	Kestliku arengu põhimõtete järgimine müügis, turunduses ja kommunikatsioonis Kestliku turismi arendamise alane nõustamine, sh kvaliteedimärgiste teemal Kestliku turismi teemaliste koolituste pakkumine ja vahendamine Kestliku arengu põhimõtteid järgivate ettevõtete arvu suurendamine Turismi jalajälje mõju hindamine ja jälgimine

Koostöövõrgustikult oodatakse sihtkoha kvaliteedi ja tootearendusega seotud nõustamist, kliendikesksuse edendamist ja müügi- ning turundustegevuste elluviimist. Intervjueeritute ja tööseminaridel osalenute hinnangul pakuks suurimat lisandväärtus andmete koondamine ja analüütilisuse suurendamine. Samas, küsitlusele vastanute hinnangul ei ole andmed, statistika ja analüüsid kõige olulisem.

Koostöövõrgustiku tegevused jaotati kaheks – välised ja sisemised. Tabelis 4 on kirjeldatud koostöövõrgustiku sisesed organisatoorsed tegevused, mis toetavad ülalnimetatud teenuste elluviimist. Lisaks, on Tabelis 4 Ettevõtluse ja Innovatsiooni SA poolt seatud kohustuslikud tegevused.

TABEL 4. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU ORGANISATOORSED TEGEVUSED

KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU SISEMISED TEGEVUSED	SISU
1. Finantseerimine	1.1. Sihtfinantseeringu tingimustele vastamine 1.2. Omapanuse leidmine 1.2 Ettevõtete osaluse kaasamine
2. Kompetentsikeskuse üles ehitamine	1.1 Vähemalt 5 spetsialisti tööle võtmine 1.2 Turundusekspertiisi tõstmine 1.3 Andmeanalüütika arendamine 1.4 Klientide ja koostööpartnerite rahulolu ja tagasiside küsimine ja vastavate arenduste planeerimine ning elluviimine
3. Strateegiline planeerimine	3.1 Pikaajalise strateegia koostamine ja järgimine 3.2 Eesmärgistamine 3.3 Kommunikatsiooniplaani koostamine ja järgimine 3.4 Koostööprojektide koordineerimine
4. Partnerlus ja koostöö edendamine	4.1 Riikliku DMOga koostöö 4.2 Teiste DMOdega koostöö 4.3 Erialaliitudega koostöö 4.4 Piirkonna esindamine siseriiklikult 4.5 Piirkonna esindamine rahvusvaheliselt

Küsitluse kaudu uuriti vastajatelt, milliseid tegevusi loodav koostöövõrgustik peaks tegema. Vastajad said hinnata tegevusi lähtudes tegevuse olulisusest (vt Tabel 5). Esimeses veerus on hindajate poolt kõige olulisemaks peetud tegevused protsentidena märgitud. **Vastajate hinnangul peaks loodav koostöövõrgustik keskenduma piirkondlike turundustegevuste toetamisele ja nõustamisele ja piirkonna mainekujunduse korraldamisele.**

Kõige vähem oluliseks tegevuseks pidasid vastajad turismivaldkonna kvaliteedijuhtimisega seotud tegevust (nt standardite loomist, juhendite koostamist ja nõuete juurutamist). Lisaks peetaks väheoluliseks kliendiuringuid ja turismistatistika kogumist.

TABEL 5. TEENUSTE OLULISUS KÜSITLUSELE VASTANUTE HINNANGUL

	Kõige olulisemaks peetud teenused (mida kõrgem % vastustest on 4 või 5, seda olulisem)	Kõige vähemoluliseks peetud teenused (mida kõrgem % vastustest on 1 või 2, seda vähemolulisem)	Teenused, mis jätavad kõige ükskõiksemaks (mida kõrgem % vastustest on 3, seda ükskõiksem)
a) Piirkondliku turismistrateegia koostamine ja elluviimine	80%	6%	14%
b) Piirkondlike turundustegevuste toetamine ja nõustamine	90%	3%	7%
c) Piirkonna mainekujunduse korraldamine	87%	5%	8%
d) Koolituste jm arendustegevuste pakkumine turismivaldkonnas tegutsevatele inimestele	84%	6%	10%
e) Turismistatistika kogumine ja analüüside koostamine	71%	8%	22%
f) Kliendiuuringute ja küsitluste läbiviimine	73%	10%	17%
g) Kvaliteedijuhtimine (nt turismivaldkonna standardite kirjeldamine, juhendite koostamine, nõuete juurutamise nõustamine jms)	69%	12%	19%
h) Koostöö ettevõtjatega piirkonna esindamine messidel ja kontaktüritustel	82%	9%	9%
i) Infokirjade, meililistide, valdkondlike uudiste koostamine ja jagamine ettevõtjatele	77%	9%	14%
j) Ühisprojektide koordineerimine	83%	6%	11%
k) Turismiettevõtete ühistoodete või teenuspakettide välja arendamise toetamine	82%	7%	11%
l) Lobitöö jm huvikaitse, seisukohtade esindamine suhtluses ametiasutuste ja riigiga	80%	3%	17%
m) Kogukonna ja kohalike elanikega koostöö edendamine	74%	5%	20%
n) Haridusasutuste ja ülikoolidega koostöö edendamine	65%	8%	27%
o) Investeeringuvajaduste alane nõustamine, sh rahastusvõimaluste tutvustamine	80%	9%	12%
p) Turismiettevõtete andmete haldamine riiklikus turismiportaalis puhkaeestis.ee	73%	9%	18%

3.3.1. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU TULEMUSLIKKUSE MÕÕDIKUD

Ettevõtlus ja Innovatsiooni SA on seadnud loodavatele koostöövõrgustikele mõõdikud (Tabel 6). **Väljundnäitajatuks on koostöövõrgustikku kuuluvate ettevõtete arv ja maakondade arv. Tulemusnäitajateks on külastajate rahulolu, piirkonna turismi koostöövõrgustiku rahulolu, arendustegevuste kasulikkus ja Ettevõtlus ja Innovatsiooni SA rahulolu koostöövõrgustiku koostööga.**

TABEL 6. TULEMUSLIKKUSE MÕÕDIKUD¹⁵

NÄITAJA NIMETUS	SELGITUS	SIHTVÄÄRTUS AASTAKS 2025
VÄLJUNDNÄITAJAD		
Koostöövõrgustiku piirkonda kuuluvate ettevõtete arv	Programmi kohaselt peab kuuluma vähemalt 350	350 või rohkem
Koostöövõrgustikku kuuluvate maakondade arv	Programmi kohaselt peab olema DMOI maakonnapiire ületav mõju	2 või enam
TULEMUSNÄITAJA		
Külastajate rahulolu piirkonna turismiteenuste kvaliteediga	% GRI (Global Review Indeks) Külastajate rahulolu Eesti turismiettevõtjate kvaliteediga Algtase 2019 on 88,6% DMO põhiselt kasv vähemalt 0,1 %-punkti aastas ¹⁶	88,7% või suurem
Piirkonna turismi koostöövõrgustiku rahulolu DMO toimimismudelile	Skaalal 1-5	Vähemalt 4,0
DMO poolt korraldatud arendustegevuste kasulikkus piirkonna teenusepakujatele	Skaalal 1-5	Vähemalt 4,0
Sihtasutuse turismiosakonna rahulolu DMO koostööga	Skaalal 1-5	Vähemalt 4,0

3.4. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU GEOGRAAFILISED PIIRID

Lähtuvalt riiklikest suunistest, peab DMO ehk koostöövõrgustiku koostöömudelil olema **maakonnapiire ületav koostöö**. Iga koostööpiirkond peab nimetama DMO juhtpartneri ja määratlema DMO geograafilised piirid valla täpsusega.¹⁷

Küsitluse kaudu uuriti ettevõtjatelt, kohalikelt omavalitsustelt, arendusorganisatsioonidelt, erialaliitudelt ja turismiühendustelt, millised piirkonnad võiksid olla koostöövõrgustikku kaasatud (Joonis 7). Joonisel 7 on näha, et 31,4% vastajatest sooviksid koostöövõrgustiku osapooltena näha **Harjumaad, Läänemaad,**

¹⁵ Turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programm (2022) *Mustandmaterjal*, tellija edastatud

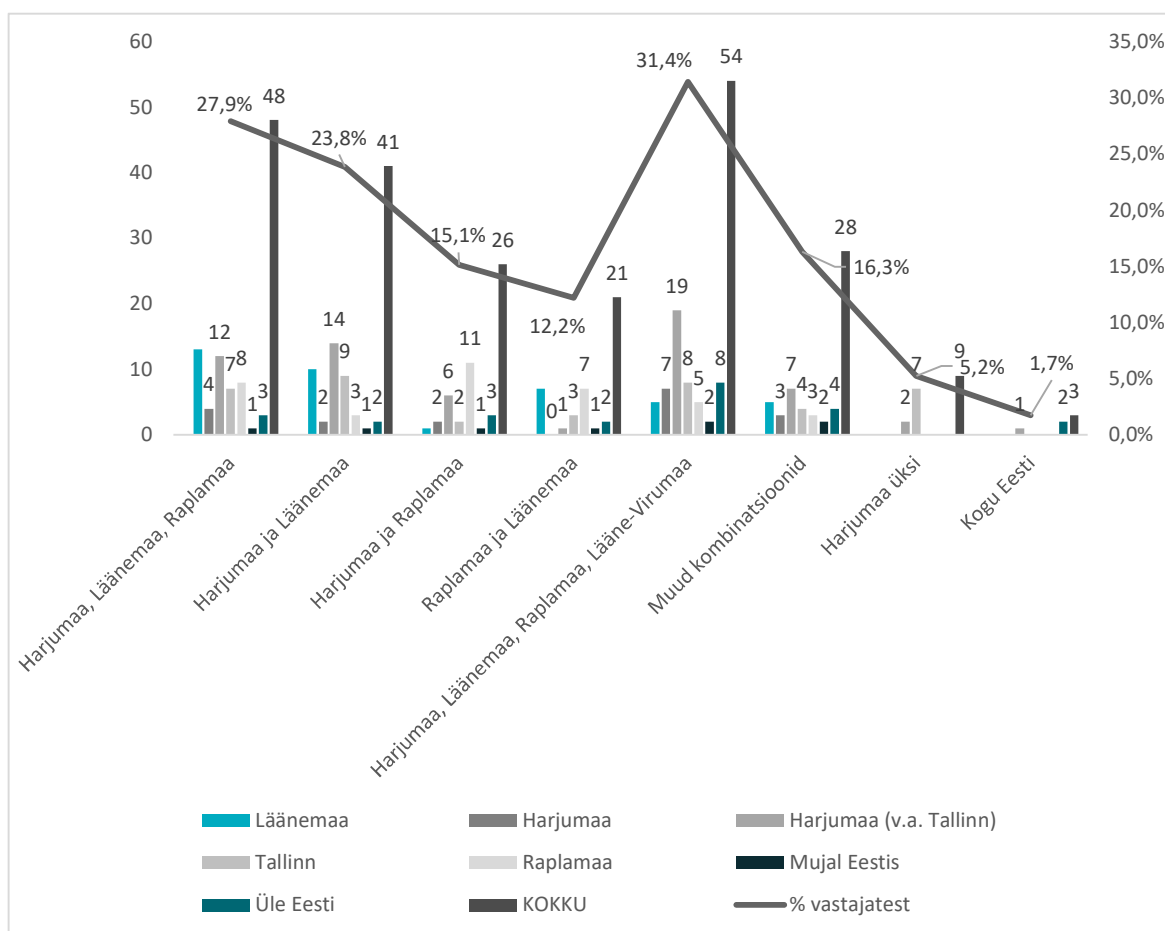
¹⁶ Turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programm (2022) *Mustandmaterjal*, tellija edastatud

¹⁷ Turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programm (2022) *Mustandmaterjal*, tellija edastatud

Raplamaad ja Lääne-Virumaad. Vastajad said ka põhjendada oma arvamust ning nimetatud koosluse peamise positiivse küljena nähti piirkonna suurst. Vastajate hinnangul on suuremas piirkonnas parem koostööd teha, st ühiseid tooteid ja teenuseid arendada. Teise argumendina toodi esile, et kõik neli piirkonda jäävad autoga liikudes tunni kuni kahe kaugusele Tallinnast ning üksteisest, mistõttu on turistil neile hea ligipääsetavus ning võimalus teha päevareise Tallinnast. Tähtis faktor nimetatud maakondade ühise koostöövõrgustiku moodustamiseks on **Lahemaa rahvuspark**, mis asub nii Harjumaa kui Lääne-Virumaa maakonnas ning on oluline tõmbekeskus turistidele.

Teiseks kõige enam (27,9%) sai poolt hääli Harjumaa, Läänemaa, Raplamaa kooslus. Positiivsete aspektidena toodi esile, et sellel piirkonnal on juba varasem koostöökogemus ning senine koostöö on näidanud häid tulemusi. Olulise tegurina toodi välja ka head teedevõrgustikku. Lisaks nimetati, et loodusturismi vaates moodustavad need kolm maakonda omavahel terviku.

JOONIS 8. SOOVITUD KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU PIIRKOND



Vaatamata küsitlusele vastanute hinnangutele, jääb lõplike geograafiliste piiride määratlemine koostöövõrgustiku moodustavatele partneritele.

3.5. TEGEVUSPLAAN

Koostöövõrgustiku tegevusplaani sisaldab tegevusi, mida on vaja saavutada kirjeldatud eesmärkide saavutamiseks. Seejuures võivad tegevusplaanis olla nii need tegevused, mida koostöövõrgustik teostab üksinda, kui ka need, mida teostatakse koostöös erinevate osapooltega. Tegevusplaanis (Tabel 7) defineeritakse koos tegevusega ka:

- selle elluviimiseks vajalikud ressursid,
- tegevuse elluviimise hinnanguline ajakava ning
- tegevuse elluviimise eest vastutaja.

TABEL 7. TEGEVUSPLAAN

TEGEVUS	TÄHTAEG	RESSURSS	VASTUTAJA
Koostöövõrgustiku piirkonna defineerimine	14.11.2022	Asutuste eelarvelised vahendid	Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus, SA Läänemaa, Sihtasutus RAEK
Koostöövõrgustiku strateegia koostamine	31.12.2023	Sihtfinantseerimise vahendid, asutuste eelarvelised vahendid, omapanus	Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus, SA Läänemaa, Sihtasutus RAEK
Omapanuse leidmine	31.12.2023	Sihtfinantseerimise vahendid, asutuste eelarvelised vahendid	Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus, SA Läänemaa, Sihtasutus RAEK
Koostöövõrgustiku meeskonna komplekteerimine	31.12.2023	Sihtfinantseerimise vahendid, asutuste eelarvelised vahendid, omapanus	Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus, SA Läänemaa, Sihtasutus RAEK

3.6. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU TÖÖKORRALDUSE PÕHIMÕTTED

Koostöövõrgustiku töökorralduse põhimõtted sisaldavad osapooltevahelist rollijaotuse ning koostööpõhimõtete kirjeldust. Seejuures on oluline defineerida nii liikmelisuse kui ka partnerlusega seotud üldpõhimõtted.

Ettevõtlus ja Innovatsiooni SA turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programmi kohaselt peab iga koostöövõrgustik nimetama juhtpartneri ja põhipartnerid. Harju-, Rapla- ja Läänemaa on kontseptsiooni koostamise ajal otsustanud, et juhtpartneriks saab Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus ja põhipartneriteks Sihtasutus RAEK ja SA Läänemaa.

Koostöövõrgustiku strateegilisse planeerimisse ja tegevuste elluviimisse peavad olema kaasatud sihtkohtade olulisemad turismiteemalised võrgustikud ja huvirühmad (nt ettevõtete liidud, LEADER tegevusrühmad jne). Tegevuste mõjupiirkonda peab jääma vähemalt 350 turismiettevõtet. Sihtkohtade arenduse koostööprojekti raames kaardistatud turismiettevõtete arv¹⁸ maakondades oli järgnev:

1. Harjumaa v.a Tallinn 511
2. Läänemaa 266
3. Raplamaa 110

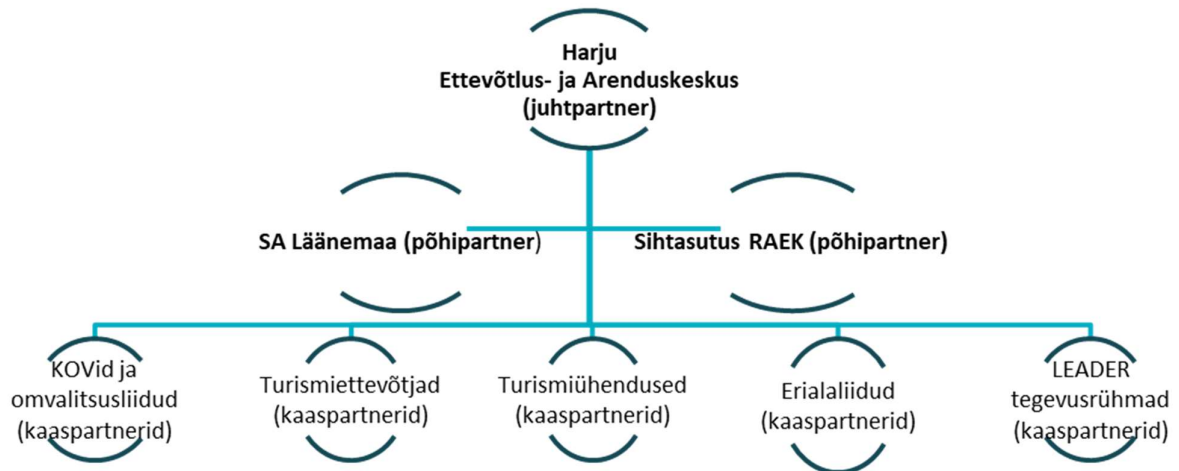
Seega koostöövõrgustiku mõjupiirkonda jääb üle 350 turismiettevõtte.

Järgnevalt pakume välja koostöövõrgustiku juhtimismudeli struktuuri arvestades eelkirjeldatud. Lisaks eelnimetatuile on joonisel (Joonis 9) kirjeldatud potentsiaalsed kaaspartnerid nagu kohalikud

¹⁸ Tellija poolt antud andmed

omavalitsused, turismiühendused, turismiettevõtted, erialaliidud, ettevõtete liidud ja LEADER tegevusgrupid.

JOONIS 9. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU JUHTIMISMUDEL



3.7. KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU RAHASTAMISPÕHIMÕTTED

Turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programmi¹⁹ kohaselt toimub koostöövõrgustike sihtfinantseerimine aastatel 2022-2025 vastavalt Majandus- ja Kommunikatsiooniministeeriumi ja Ettevõtluse ja Innovatsiooni SA vahel sõlmitud iga-aastasele riigieelarvelisele lepingule. Sihtfinantseeringu saajateks on piirkondlikud DMOd ehk koostöövõrgustikud. Programmi alusel sihtfinantseeritakse DMOd eeldusel, et täistööajale taandatud turismivaldkonna töötajate arv organisatsioonis või koostöömudelil on viis ja koostöövõrgustiku mõjupiirkonda jääb vähemalt 350 turismiettevõtet. Sihtfinantseering maksatakse Ettevõtluse ja Innovatsiooni SA poolt välja ettemaksuna.

TABEL 8. TURISMISIHTKOHTADE PROGRAMMIST TULENEVAD RAHASTAMISPÕHIMÕTTED²⁰

KOOSTÖÖVÕRGUSTIKU RAHASTAMISPÕHIMÕTTED	NUMBrites
Töötajate arv organisatsioonis	Vähemalt 5
Mõjupiirkonna turismiettevõtete arv	Vähemalt 350
Omapanus	1. Esimesel sihtfinantseerimise aastal vähemalt 30% 2. Teisel sihtfinantseerimise aastal vähemalt 40% 3. Kolmandal sihtfinantseerimise aastal vähemalt 50% 4. Neljandal sihtfinantseerimise aastal vähemalt 50%

¹⁹ Turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programm (2022) *Mustandmaterjal*, tellija edastatud

²⁰ Ibid

Sihtfinantseeringu suurus sõltub kolmest komponendist²¹:

1. Diginähtavus, sh turismiinfo andmehaldus (puhkaeestis.ee portaali andmehaldus)
2. Koostöö ergutus – maakonnaülese koostöö puhul 50 000 per maakond
3. Turismipotentsiaal – keskmine voodikohtade arv kõrghooajal statistikaameti andmeil

Sellest lähtuvalt peaks koostööpiirkonna Harju-, Rapla- ja Läänemaa sihtfinantseeringu suurus olema circa 300 000 eurot aastas, millele lisandub koostöövõrgustiku omapanus 30% esimesel tegevusaastal. Iga järgneva aastaga suureneb omapanuse osakaal 10% kuni 50%ni.

ABIKÕLBLIKUD KULUD

Abikõlblikuks loetakse DMO, st vastava organisatsiooni või koostöömudelisse kaasatud juhtpartneri ja tema põhipartnerite kulusid, mis on otseselt vajalikud programmi tegevuste elluviimiseks ning programmi tulemuste ja eesmärkide saavutamiseks. See tähendab abikõlblikud on järgnevad kulud:

1. Arendustegevustega otseselt seotud kulud;
2. Personalikulud:
 - a. Töötasu ja sellega seotud seadusest tulenevad maksud ja maksed;
 - b. Tegevuste elluviimisega otseselt seotud töötajate koolituskulud;
 - c. Tegevuste elluviimisega otseselt seotud lähetuskulud.²²
3. Kaudsed kulud 15% personalikuludest.

Samas mitteabikõlblikud kulud on:

1. Piirkonna kui reisisihi turundustegevustega seotud kulud, v.a turundustöötaja personalikulu;
2. Inventari ja tehnika soetamine;
3. Teiste riiklike ja EL toetusvahendite abil rahastatavate projektide omafinantseeringu katmine.²³

Turundustegevusteks eraldi rahastust ei ole ettenähtud, kuid loodava koostöövõrgustiku kollektiivi võib tööle võtta turundusspetsialisti.

OMAPANUS

Omapanus on see osa eelarvest, millega piirkond ise panustab lisaks sihtfinantseeringule. Omapanus võib olla nii rahaline kui ka mitterahaline, nt koostööpiirkondades elluviidavate projektide eelarved või nende omafinantseering. 2023. aastal võib omapanusena kajastada ainult tegevusi, millel on piiriületav mõju. Omaosalus võib tekkida ka läbi teenuste pakkumise – nt koolituste, käsiraamatute ja muude materjalide müügist.

Senini on turismiühendused ja ka olemasolevad turismiklastrid kasutanud liikmemaksusüsteeme, kuid loodav koostöövõrgustik hetkeseisuga liikmemaksu süsteemi ei loo, kuna tegevused ja teenused vajavad eelnevat sissetöötamist, et ettevõtjatele ja organisatsioonidele oleks midagi pakkuda. Lisaks, maksavad ettevõtted hetkel turismiühingutele ning ei olda kindlad, et ettevõtte näeks DMOle maksamises enda jaoks piisavat kasutegurit.

3.7.1. RAHASTUSMUDEL

Lähtuvalt eelnevast on esitatud võimalik rahastusmudel, millel koostöövõrgustik võiks põhineda (Tabel 8). Eelarve aluseks on võetud Tellija poolt esitatud sihtfinantseeringu suurus arvestades, et koostöövõrgustiku moodustavad kolm maakonda.

²¹ Tellija poolt edastatud info alusel

²² Turismisihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programm (2022) *Mustandmaterjal*, tellija edastatud

²³ Ibid

TABEL 9. VÕIMALIK RAHASTUSMUDEL

Kulu/tulu	2023	2024	2025
Riigipoolne toetus	289 000	319 000	319 000
Omapanus (ilma omatuluta)	123 857	192 667	289 000
Omatulu	0	20000	30000
Eelarve kokku	412 857	531 667	638 000
Töötasu	148 117	155 422	162 647
Muu personalikulu	3 000	3 300	3 700
Kaudsed kulud (15%)	22 667	23 808	24 952
Kulud kokku	173 784	182 531	191 300
Arendustegevuste eelarve	239 073	349 136	446 700
Arendustegevuste eelarve (kui omapanus on mitterahaline, nt teiste projektide ja tegevuste näitamine)	115 216	136 469	127 700

Kuivõrd rahastusmudel näeb ette omapanust osakaalus 30-50%, siis peab koostöövõrgustik leidma vahendid, kas oma organisatsioonide eelarvetest, kaasates partnereid (nt KOV rahastus või liikmemaksu süsteem) või pakkudes tasulisi teenuseid. Tabelis 10 on esitatud võimalik omapanus, arvestades maakonna elanike arvu ja võttes aluseks Tabelis 9 esitatud võimalikku rahastusmudelit ja eelarve suurus. Maakonna põhise arvestuse aluseks on võetud elanike arv piirkonnas ning jagatud omapanusega, et saada omapanuse suurus ühe elaniku kohta. Seejärel on omapanuse suurus ühe elaniku kohta korrutatud elanike arvuga maakonnas.

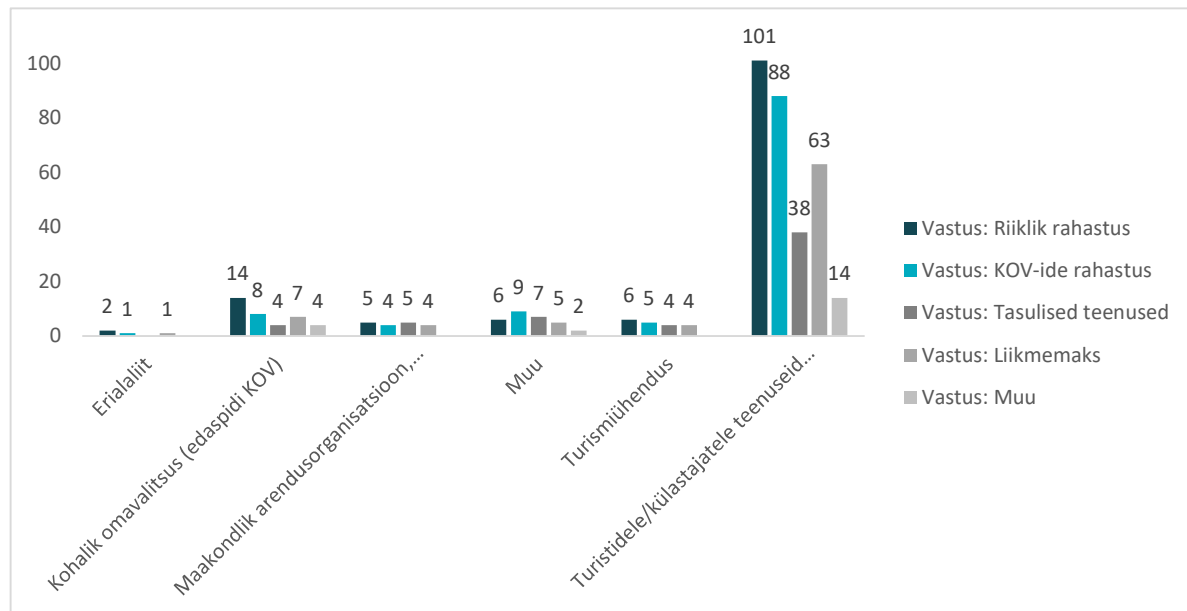
TABEL 10. VÕIMALIK OMAPANUS MAAKONNA PÕHISELT ELANIKE ARVU JÄRGI

OMAPANUS MAAKONNA KOHTA	2023	2024	2025
Harjumaa (ilma TLN)	94 830,55	147 514,18	221 271,27
Läänemaa	10 996,19	17 105,19	25 657,79
Raplamaa	18 030,40	28 047,29	42 070,94

Lähtuvalt eelnevast uuriti küsitluse kaudu ka turismiettevõtjatelt, turismiühendustelt, KOVidelt ja muudele turismiga seotud osapooltelt, kuidas võiks koostöövõrgustiku tegevused olla rahastatud (Joonis 10).

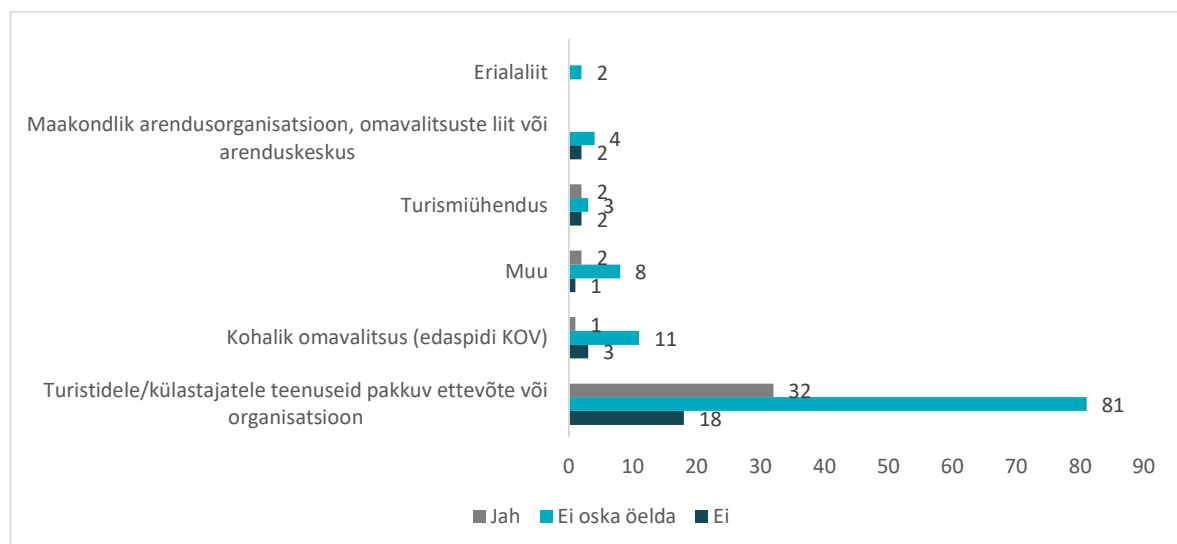
Küsitlusele vastanute hinnangul võiks loodav koostöövõrgustik põhineda eelkõige riiklikul rahastusel. Paljud vastajad arvasid ka, et kohalikud omavalitsused võiksid rahaliselt panustada. Samas, vaadates kohaliku omavalitsuse enda vastuseid, siis KOVid pigem pooldavad riiklikku rahastust ning vähem nähakse võimalust ise panustada. Kui vaadata vastuseid, mis puudutasid omaosalust, siis vastajad (eriti ettevõtted) eelistavad pigem liikmemaksu kehtestamist kui tasulisi teenuseid. Samas, tuleb arvesse võtta, et küsitluse läbiviimise hetkel ei ole koostöövõrgustikul veel selgeid teenuseid, mida ettevõtetele pakkuda.

JOONIS 10. KÜSITLUSELE VASTANUTE HINNANGUD RAHASTUSELE



Eraldi küsimusena uuriti vastajatelt kuivõrd oleks nad valmis kasutama tasulisi teenuseid (Joonis 11). Vastustest selgus, et enamik turismivaldkonna töötajad ei oska öelda, kas neil oleks valmisolek tasuliste teenuste tarbimiseks. Avatud vastustest selgus, et määravaks osutub see, milliseid teenuseid koostöövõrgustik tasulisena pakuks. Samas vaadates kõiki vastuseid kompleksis, siis on positiivsete vastuste osakaal suurem (jah-vastajate osakaal võrreldes ei-vastajatega), mis tähendab, et tasuliste teenuste välja töötamine võiks olla osa koostöövõrgustiku strateegiast.

JOONIS 11. TASULISE TEENUSE KASUTAMISSE SUHTUMINE ORGANISATSIOONIDE KAUPA



4. LÜHIKOKKUVÕTE

Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium on üheks turismistrateegia eesmärgiks nimetanud sihtkohtade arendamise. 2025. aasta eesmärgiks on luua üle Eesti 5-8 toimivat sihtkoha organisatsiooni, mis aitaks ühtlustada sihtkohtade kvaliteeti, juhtida piirkondi terviklikult, arendades klienditeekondi ja eristuvaid tooteid.²⁴

Käesoleva kontseptsiooni eesmärgiks oli analüüsida Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinna koostööpiirkonna sihtkoha organisatsiooni moodustamise võimalusi. Turismi piirkonna tervikliku käsitlemise ja juhtimise kaudu on võimalik luua väärtust erinevatele huvirühmadele, teadvustades, et sellel on suur mõju nii kohalikule kogukonnale, sihtkoha ettevõttele ja kogu majandusele lisandväärtuse loomisel. Koostöökontseptsiooni väljatöötamise laiem eesmärk on kujundada piirkond külalislahkemaks, jätkusuutlikumaks ja konkurentsivõimelisemaks.²⁵ Kontseptsiooni koostamise ajal otsustas Tallinna linn moodustada eraldiseisva sihtkoha organisatsiooni, seega algne piirkond jaguneb kahe sihtkoha organisatsiooni vahel. Kontseptsioon käsitleb Harju-, Rapla ja Läänemaa koostöövõrgustiku moodustamist.

Kontseptsioon sisaldab järgnevaid osasid :

1. Hetkeolukorra kirjeldus
2. Koostöövõrgustiku strateegiline vaade
3. Koostöövõrgustiku eesmärgid ja mõõdikud
4. Eesmärkide saavutamiseks ja ülesannete osutamiseks vajalikud tegevused
5. Koostöövõrgustiku töökorralduse põhimõtted
6. Rahastamis põhimõtted

Koostööpiirkonna juhtpartneriks on Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus, põhipartneriteks Sihtasutus RAEK ja SA Läänemaa. Koostöövõrgustiku eesmärgiks on **suurendada piirkonna turismitulusid ja rahvusvahelist konkurentsivõimet luues pikajalise vaate turismi arendamisele, pakkudes paremaid terviklahendusi ja koondades piirkonna parim kompetents.**

²⁴ Turismissihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programm (2022) *Mustandmaterjal*, tellija edastatud

²⁵ Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskuse pakkumuskutse 2022

KASUTATUD KIRJANDUS

1. Ettevõtlus ja Innovatsiooni SA esitlus „Visit Estonia ja DMOd“ 20.09.2022
2. Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskuse pakkumuskutse (2022)
3. Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskuse materjalid (*avaldamata*)
4. Hiiumaa turismiklastri kodulehekülg (kasutatud juuni 2022)
<https://hiiumaaarenduskeskus.ee/turismiklaster/>
5. Ida-Viru turismiklastri kodulehekülg (kasutatud juuni 2022)
<https://ivek.ee/meist/struktuur/idaviru/>
6. Lõuna-Eesti turismiklastri kodulehekülg (kasutatud juuni 2022)
<https://visitsouthestonia.com/turismiklaster/>
7. Pärnumaa DMO koostöömudel (2022) Loovusait <[link](#)>
8. Turismi sihtkohtade juhtimisorganisatsioonide sihtfinantseerimise programm (2022) *Mustandmaterjal*, tellija edastatud (*avaldamata*)
9. Turismistrateegia 2022-2025 (2021) Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium.
10. Viin, T.; Tamm, T.; Piirman, M. (2022) Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinna-linna-koostööpiirkonna klienditeekonna uuringu raport. Tartu Ülikooli Pärnu Kolledž <[link](#)>

LISAD

FOOKUSGRUPIINTERVJUU KAVA

SISSEJUHATUS

Projekti tutvustus: Läbiviidav analüüs kirjeldab Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinna linna piirkonna turismiarenduse koostöövõrgustiku mudeli kontseptsiooni. Turismipiirkonna tervikliku käsitlemise ja juhtimise kaudu on võimalik luua väärtust erinevatele huvirühmadele, teadvustades, et sellel on suur mõju nii kohalikule kogukonnale, sihtkoha ettevõtlusele ja kogu majandusele lisandväärtuse loomisel. Koostöökontseptsiooni väljatöötamise laiem eesmärk on kujundada piirkond külalislahkemaks, jätkusuutlikumaks ja konkurentsivõimelisemaks.

Kontseptsiooni väljatöötamiseks kirjeldame esmalt tänase koostöö toimivuse tugevused ja parendamist vajavad kohad ning kaardistame osapoolte ootused koostöö osas. Projekti järgmistes faasides toimuvad detailsemad arutelud koostöövõrgustiku visiooni, eesmärkide, pakutavate teenuste, rollijaotuse ja rahastuskava osas. Täiendavalt viikse läbi laiapõhjaline küsitlus turismiettevõtete seas, et saada täiendavat sisendit ja ootust.

TÄNANE KOOSTÖÖ

1. Milline on teie koostöö käesoleval hetkel (teiste) ettevõtetega?
 - a. Omavalitsustega?
 - b. Arenduskeskustega?
 - c. Erialaliitude või muude juba olemasolevate turismivõrgustikega (nt Visit Harku, Visit Viimsi, Visit Lahemaa, Leader tegevusgrupid jne)?
2. Kas ja millised koostöövõrgustikud on piirkonnas?
3. Millised on ootused piirkonnas omavaheliseks koostööks?
4. Millised on käesoleval hetkel toimivad lahendused?
5. Millised on tänased kitsaskohad?
6. Millised on ettepanekud koostöö suurendamiseks või parendamiseks?

ÜHISE TURISMISIHTKOHA JUHTIMISMUDEL LOOMINE

7. Kas piirkond vajab ühist turismiklastrit teie hinnangul?
 - a. Mis ühendab teie hinnangul neid nelja (Harju-, Rapla-, Läänemaa- ja Tallinn) piirkonda turismivaldkonnas?
 - b. Mis eristab neid nelja piirkonda?
 - c. Kas teie hinnangul saaks/peaks nende 4 piirkonna olema ühtse sihtkoha juhtimise all või tuleks see sihtkoha mudel moodustada kuidagi teisiti?
8. Mis peaks olema ühise turismisihtkoha juhtimismudeli loomise eesmärk?
9. Kes peaks DMO'sse kuuluma?
10. Milliseid ülesandeid peaks DMO täitma?
11. Millistel tingimustel oleksute ise valmis DMO töös kaasa lööma või pakutavaid teenuseid kasutama?

KÜSITLUS

Projekti tutvustus: Käesolev küsimustik on osa analüüsist, mis kirjeldab Harju-, Rapla-, Läänemaa ja Tallinna linna piirkonna turismiarenduse koostöövõrgustiku mudeli kontseptsiooni. Turismipiirkonna tervikliku käsitlemise ja juhtimise kaudu on võimalik luua väärtust erinevatele huvirühmadele, teadvustades, et sellel on suur mõju nii kohalikule kogukonnale, sihtkoha ettevõtlusele ja kogu majandusele lisandväärtuse loomisel. Koostöökontseptsiooni väljatöötamise laiem eesmärk on kujundada piirkond külalislahkemaks, jätkusuutlikumaks ja konkurentsivõimelisemaks. Küsitlust viib läbi Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus koostöös Civitta Eestiga.

Palume Teie arvamust selgitamaks koostöö toimimise tugevusi ja parendamist vajavaid kohti piirkonnas ning piirkondade vahel täna. Lisaks tulevikuootusi koostöö osas erinevate osapoolte vahel.

Küsimustikule vastamine võtab aega u 10-15 minutit. Küsitlus on avatud kuni 30. septembrini.

1. Vastaja: (valige üks)
 - a. Turistidele/külastajatele teenuseid pakkuv ettevõtte või organisatsioon
 - b. Turismiühendus
 - c. Erialaliit
 - d. Kohalik omavalitsus
 - e. Maakondlik arendusorganisatsioon, omavalitsuste liit või arenduskeskus
 - f. Muu turismiga seotud organisatsioon... palun täpsusta
 - 1.1 Turismiettevõtte palun märkige tegevusala
 - 1.1.1 muuseumite ja atraktsioonide esindaja
 - 1.1.2 kultuuriürituste korraldaja
 - 1.1.3 spordiürituste korraldaja
 - 1.1.4 konverentsiürituste korraldaja
 - 1.1.5 konverentsiteenuse pakkuja
 - 1.1.6 giidid ja ekskursioonide korraldaja
 - 1.1.7 majutusteenuse pakkuja
 - 1.1.8 toitlustusteenuse pakkuja (restoranid, kohvikud, catering)
 - 1.1.9 incoming reisikorraldajad
 - 1.1.10 transpordiettevõtte
 - 1.1.11 Muu.. palun täpsusta
2. Piirkond, kus tegutsete (valige üks või mitu)
 - a. Tallinn
 - b. Harjumaa (v.a Tallinn)
 - c. Läänemaa
 - d. Raplamaa
 - e. Üle-Eesti
 - f. Muu.. palun täpsusta

HETKEOLUKORD

Järgnevalt soovime, et te hindaksite praegusel hetkel turismikoostöö toimimist.

3. Kas kuulute mõnesse turismiühendusse? (valige üks)
 - a. Ei
 - b. Jah... millisesse?
 - c. Olen turismiühenduse esindaja
 - d. Olen KOV ja MARO esindaja

e. Muu

Kui vastasite jah, siis mida Teile annab turismiühendusse kuulumine? Miks te olete nende liige? (vaba väljaga vastus)

Kui vastasite ei, siis mis põhjusel te ei kuulu turismiühendusse? (valige üks või mitu)

- a. puuduvad rahalised võimalused
- b. piirkonnas puudub sobiv turismiühendus
- c. ei näe piisavalt kasutegurit ühendusse kuulumisel
- d. muu.. palun täpsustage

4. Kas teete koostööd mõne turismi- või arendusorganisatsiooniga?

- a. Ei
- b. Jah

Kui vastasite jah, siis millisega?

5. Kas teete koostööd mõne KOViga?

- a. Ei
- b. Jah... millistega?

Kui vastasite jah, siis millisega?

6. Kas ja milliseid probleeme näete täna turismivaldkonna koostöös? (vaba väljaga küsimus)

7. Kas tunnete puudust piirkondlikust turismikatusorganisatsioonist, mis koondaks vajaliku info ning olemasolevad koostöövormid? (vali üks)

- a. Jah
- b. Ei

Selgita palun

LOODAV TURISMIKOOSTÖÖVÕRGUSTIK

Eesti uue turismistrateegia üheks eesmärgiks sihtkohtade strateegiline juhtimine, mistõttu luuakse üle Eesti 5-8 sihtkoha turismiorganisatsiooni. Turismiorganisatsiooni ülesandeks saab olema mõjutada turismisektorit kokku leppima, millistele strateegilistele tegevustele sihtkohas keskenduda. Arvestades turismiettevõtjate suurt arvu, on Tallinna linnas ja Pärnu maakonnal võimalus moodustada turismiorganisatsioon oma haldusüksuse piires. Kõik teised Eesti piirkonnad peavad leidma partnerid maakonnaülesest koostööst lähtuvalt. Järgnevad küsimused on mõeldud turismisektori esindajatele, et kaasa rääkida loodava turismiorganisatsiooni kujunemisel.

8. Millised piirkonnad võiksid ühisesse võrgustikku kuuluda?²⁶ (valige üks või mitu)

- a. Harjumaa, Läänemaa, Raplamaa
- b. Harjumaa ja Läänemaa
- c. Harjumaa ja Raplamaa
- d. Raplamaa ja Läänemaa
- e. Harjumaa, Läänemaa, Raplamaa, Lääne-Virumaa
- f. Muu.. palun selgita

9. Mis ühendab neid piirkondi, mille märkisite? Miks arvate, et just need piirkonnad peaksid koostööorganisatsiooni looma? (vaba väljaga vastus)

10. Mis peaks olema ühise koostöövõrgustiku loomise eesmärk? (vaba väljaga vastus)

11. Järgnevalt on kirjeldatud erinevad teenused, mida tulevane koostööorganisatsioon pakkuda võiks. Kui oluliseks peate teie järgnevate teenuste pakkumist koostöövõrgustiku poolt?

²⁶ Tallinn kasutab antud võimalust iseseisva DMO moodustamiseks.

(skaalal 1- täiesti ebaoluline ja 5- väga oluline)

- a) Piirkondliku turismistrateegia koostamine ja elluviimine
 - b) Piirkondlike turundustegevuste toetamine ja nõustamine
 - c) Piirkonna mainekujunduse korraldamine
 - d) Koolituste jm arendustegevuste pakkumine turismivaldkonnas tegutsevatele inimestele
 - e) Turismistatistika kogumine ja analüüside koostamine
 - f) Kliendiuuringute ja küsitluste läbiviimine
 - g) Kvaliteedijuhtimine (nt turismivaldkonna standardite kirjeldamine, juhendite koostamine, nõuete juurutamise nõustamine jms)
 - h) Koostöös ettevõtjatega piirkonna esindamine messidel ja kontaktüritustel
 - i) Infokirjade, meililistide, valdkondlike uudiste koostamine ja jagamine
 - j) Ühisprojektide koordineerimine
 - k) Turismiettevõtete ühistoodete või teenuspakettide välja arendamise toetamine
 - l) Lobitöö jm huvikaitse, seisukohtade esindamine suhtluses ametiasutuste ja riigiga
 - m) Kogukonna ja kohalike elanikega koostöö edendamine
 - n) Haridusasutuste ja ülikoolidega koostöö edendamine
 - o) Investeeringuvajaduste alane nõustamine, sh rahastusvõimaluste tutvustamine
 - p) Turismiettevõtete andmete haldamine riiklikus turismiportaalis puhkaeestis.ee
12. Nimetage täiendavalt teenus, mida eelnevalt kirjeldatud pole, kuid mida peate oluliseks? (vaba väljaga vastus)
13. Kas oleksite mõnda eelnevalt nimetatud teenust nõus kasutama tasu eest?
- a. Ei
 - b. Jah
 - c. Ei oska öelda
- Kui vastasite jah, siis millist tasulist teenust oleksite nõus kasutama ja millistel tingimustel (vaba väljaga vastus)
14. Kes peaksid loodavasse koostöövõrgustikku kuuluma? (valige üks või mitu)
- q) Turismiettevõtted
 - r) Turismiühendused
 - s) Kohalikud omavalitsused
 - t) Maakondlikud arendusorganisatsioonid, omavalitsusliidud ja arenduskeskused
 - u) Erialaliidud
 - v) Muu.. palun täpsusta
15. Kas oleksite valmis loodava koostöövõrgustiku liikmeks olema? (vali üks)
- a. Jah
 - b. Ei
16. Millistel tingimustel oleksite valmis loodava koostöövõrgustiku pakutavaid teenuseid kasutama? (vaba väljaga vastus)
17. Millised peaksid olema koostöövõrgustiku rahastuspõhimõtted?
- a. Riiklik rahastus
 - b. KOVide rahastus
 - c. Tasulised teenused
 - d. Liikmemaks
 - e. Muu... palun nimeta
18. Milline on teie suhtumine turismimaksu kehtestamisse?
- a. Pooldan
 - b. Olen vastu
 - c. Leian, et teemaga on vaja tegeleda, kuid käesolev hetk ei ole selleks õige

d. Ei oska vastata

Soovi korral kommenteeri...

19. Täiendavad mõtted ja ettepanekud turismivaldkonna koostöö ja võrgustiku loomise osas (vaba väli)