

HEAK

Harju
Ettevõtlus- ja
Arenduskeskus

HARJU-, RAPLA- JA LÄÄNEMAA PIIRKONNA TURISMIARENDUS



Piirkonna turismi planeerimine ja juhtimine DMO põhimõtted ja tegevused

Karmen Paju
Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus/ Harju-, Rapla- ja Läänemaa DMO
20.11.2024



Karmen Paju

Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus
Harju-, Rapla-, Läänemaa DMO juht
Eesti turisminõukoja liige

Haridus:

Tallinna Ülikool, rekreatsioonijuhtimise MA
Tartu Ülikooli Pärnu kolledž, turismi- ja hotelliettevõtlus
Bornholmi Äri- ja tehnikakolledž, turismisihtkoha arendus

Kogemus:

29 aastat valdkonnas
SA Põhja-Eesti Turism, juhatuse liige/tegevjuht
Kuressaare Linnavalitsus, turismipeaspetsialist/ maakondliku
turismiinfokeskuse juhataja
Saarte Turismiarenduskeskus, volikogu esimees
Saaremaa Turismi- ja Puhkemajanduse Ühendus, tegevdirektor
Kaali põhikool, inglise keele õpetaja



Turismi süsteemne käsitlus

- Puhkemajandus – suunatud reisijatele, turistidele ja kohalikele elanikele.
- Reisitööstus – suunatud reisijatele, kes võivad olla ööbimisega (turistid) või ööbimiseta.
- Turismitööstus (UNWTO definitsioon) – reisimise üks alaliik, kõige kitsam ja spetsiifilisem.

Turismisektori klaster

- Majutus
- Toit & jook
- Aktiivsed tegevused
- Transport
- Reisikaubandus
- Sündmused ja konverentsid (MICE)
- Atraktsioonid
- Turismi toetavad teenused

Mis on turismi planeerimine?

"...uurimistööol ja pideval hindamisel põhinev protsess, mille eesmärk on optimeerida turismi võimalikku panust inimeste heaolusse ja keskkonna kvaliteeti"

(Getz, 1987)

Kohaliku kogukonna suhtumine turismi

- Euforia – arengu algusfaas
- Aapatia – arvatakse, et külastajate rohkus on garanteeritud
- Pahameel – küllastumise punkt on lähedal
- Vaenulikkus – residendid väljendavad ärritust turismi vastu
- Ksenofoobia – algkeskkond on muutunud, turismile tehakse etteheiteid

Kitsaskohad planeerimises



Allikas: <https://www.newdocs.de/tourist-go-home/>
Tourist Go Home ! Venise, Barcelone, Dubrovnik.



Allikas: <https://www.cnbc.com/>
Protesters in Spain told tourists to 'go home.' Instead more arrived.

Destination 6A

- **A**tractions
- **A**ccessibility
- **A**menities
- **A**vailable packages
- **A**ctivities
- **A**ncillary services



Peamised turismitrendid I

- Aktiivsed turistid
- Erihuvid ja hobid
- “Juurte” otsimine
- Uued sihtkohad ja turismitooted
- Tervise edendamine
- Puhkused lühenevad ja sagenevad
- Sihtgrupid muutuvad – väheneb grupi ja suureneb individuaalturism
- Alaline ühenduses olemine
- Kestlikkus ja vastutustundlik turism tähtsustub

Peamised turismitrendid II

- Turistid on keskkonna- ja sotsiaalselt tundlikumad
- Sihtkohad mõistavad turismi planeerimise vajalikkust
- Kasutusele võetakse üha rohkem tehnoloogiat
- Turistid muutuvad kogeenenumateks
- Aeglase ja nomaadse reisimise trend – soov ühendada reisimist ja elustiili
- Turvalisus

Planeerimises osalejad

- (Kohaliku oma)valitsuse sektor
- Ettevõtlus
- Mittetulunduslik sektor
- Professionaalsed planeerijad

Planeerimise ulatus

- Rahvusvaheline tasand
- Rahvuslik tasand
- Regiooni tasand
- Sihtkoha tasand
- Koha/ objekti tasand

Turismi planeerimise protsess I

1. Kus me oleme praegu?
2. Kus me tahaksime olla?
3. Kuidas me saame sinna?
4. Kuidas me teame, et oleme sinna jõudnud?

Turismi planeerimise protsess II

- Määratle sihid ja eesmärgid
- Määratle turismisüsteem
 - * Ressursid
 - * Organisatsioonid
 - * Turud
- Loo alternatiivid
- Hinda alternatiive
- Vali ja rakenda ellu
- Jälgimine ja hindamine

Pakkumiskomponendid

- Atraktsioonid
- Teenused
- Transport
- Informatsioon

Turismiturgude hindamine

- Kes on praegused külastajad?
- Kust nad tulevad ja millal?
- Mida nad tahavad näha ja teha?
- Milliseid teenuseid ja vahendeid nad vajavad?
- Mis mõjutas külastajaid sihtkohta tulema?
- Kuidas nad reisisid?
- Kui pikalt nad peatuvad?
- Kes ei tule sihtkohta ning kes võiksid tulevikus huvi tunda sihtkoha vastu?

Efektive turismi arendamise tingimused

- Turuniši määratlemine
- Regionaalne koostöö
- Kogukonna toetus
- Finantstoetus
- Kompetentne juhtimine
- Turismi *networking*

Majanduslikud mõjud

Positiivsed:

Suurendab elanike sissetulekuid;
Parandab elustandardeid;
Parandab kohalikku majandust;
Suurendab tööhõivet;
Suurendab investeringuid
infrastruktuuri;
Suurendab maksulaekumist;
Parandab ostuvõimalusi.

Negatiivsed:

Hinnakasv;
Tõstab kohalike kaupade ja teenuste
hindu;
Maa ja hoonete hinna kasv;
Loob liigset nõudlust;
Mõjutatav globaalmajanduslikest ja
poliitilistest otsustest.

Mõjud keskkonnale

Positiivsed:

- Säilib looduslik keskkond;
- Säilivad ajaloolised ehitised ja monumendid;
- Paraneb piirkonna väljanägemine.

Negatiivsed:

- Kasvab müra ja reostus;
- Ülerahvastatus;
- Kasvavad liiklusummikud;
- Kaovad looduslikud maastikud;
- Kahjustab floorat ja faunat.

Positiivsed sotsiaal-kultuurilised mõjud

- Parandab elukvaliteeti;
- Puhkevõimaluste parem kättesaadavus;
- Parandab erinevate ühiskondade ja kultuuride imagot ning nende vahetust;
- Aitab sihtkoha elanikel säilitada kultuurilist identiteeti;
- Suurendab ajalooliste ja kultuuriliste eksponentide nõudlust;
- “Väljasurevate” traditsioonide ja käsitöö elluärataja.

Negatiivsed sotsiaal-kultuurilised mõjud

- Suureneb prostitutsioon;
- Suureneb alkoholism ja narkomaania;
- Suureneb salakaubavedu;
- Tõuseb pinge turistide ja kohalike elanike vahel;
- Demonstratsiooni efekt (autentsuse kadumine, hooajalised kõikumised);
- Sotsiaalsed probleemid;
- Kaotab kultuurilist omapära.

Riiklik turismistrateegia (2022-2025) 3 sammast

Toote ja sihtkoha arendamine

- + Uuenduslike turismitoodete arendamine
- + **Sihtkohtade arendamine**
- + Innovatsiooni-, rohe- ja digipööre
- + Teadmiste ja oskuste arendamine

Nõudluse taastamine

- + Nutikas andmepõhine turundus
- + Huvipõhiste segmentidele suunatud turundus
- + Äriturismi ja sündmuste turundus
- + Eristuv kultuuri-, toidu- ja loodusturismi turundus

Ühenduste tagamine

- + Rahvusvaheliste ühenduste tagamine
- + Tervikliku külastajateekonna arendus
- + *Online* kättesaadavuse parandamine

Turismivaldkonna pikaajaline arengudokument

Eesti turismi pikk vaade 2025–2035

Luaes väärtust kestlikult
(Creating value sustainably)

Turismi pikk vaade valmib strateegilise tulevikeseire meetodeid kasutades



Strateegiline tulevikeseire

Strategic Foresight

=

võimekus ette kujutada erinevaid
võimalikke tulevikke ning nendeks
praegusel hetkel valmistuda

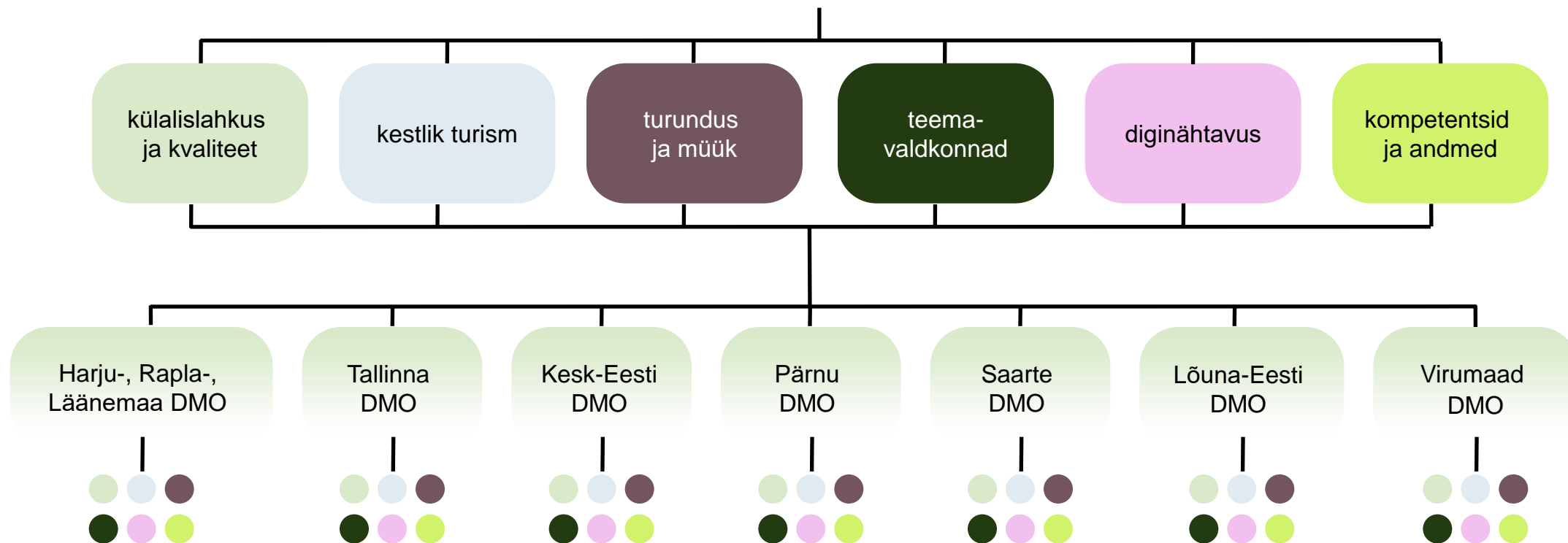


Eesmärgid:

- + Oleviku mõistmine
- + Seoste loomine
- + Ühine tulevikupilt
- + Mis oleks, kui..?
- + Uued ideed
- + Tulevikekindluse testimine

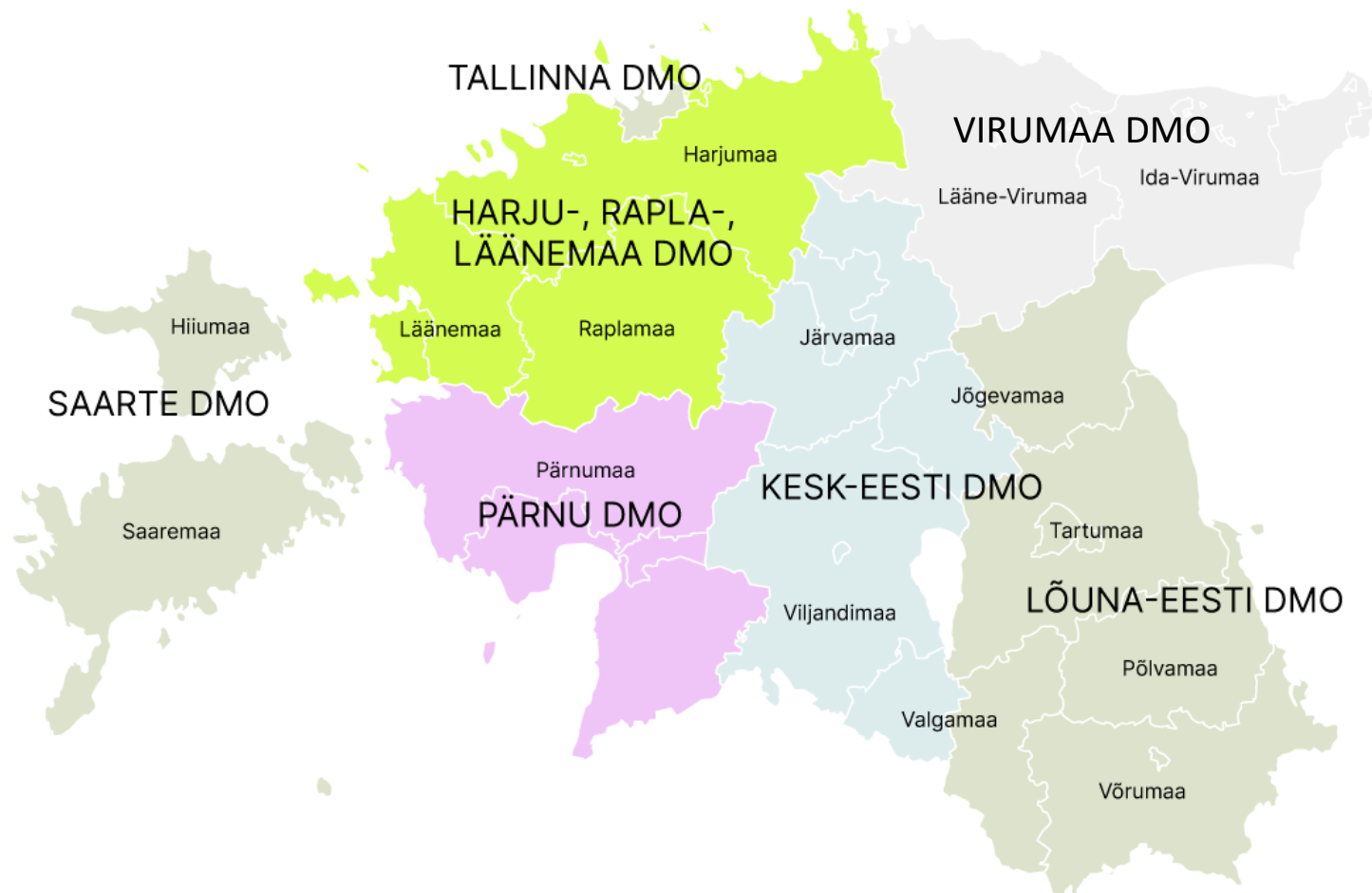


EIS turismiosakond kui juhtiv DMO




7 tugevat sihtkohta arendavat organisatsiooni 40 asemel.

Harjumaa, Raplamaa ja Läänemaa DMO

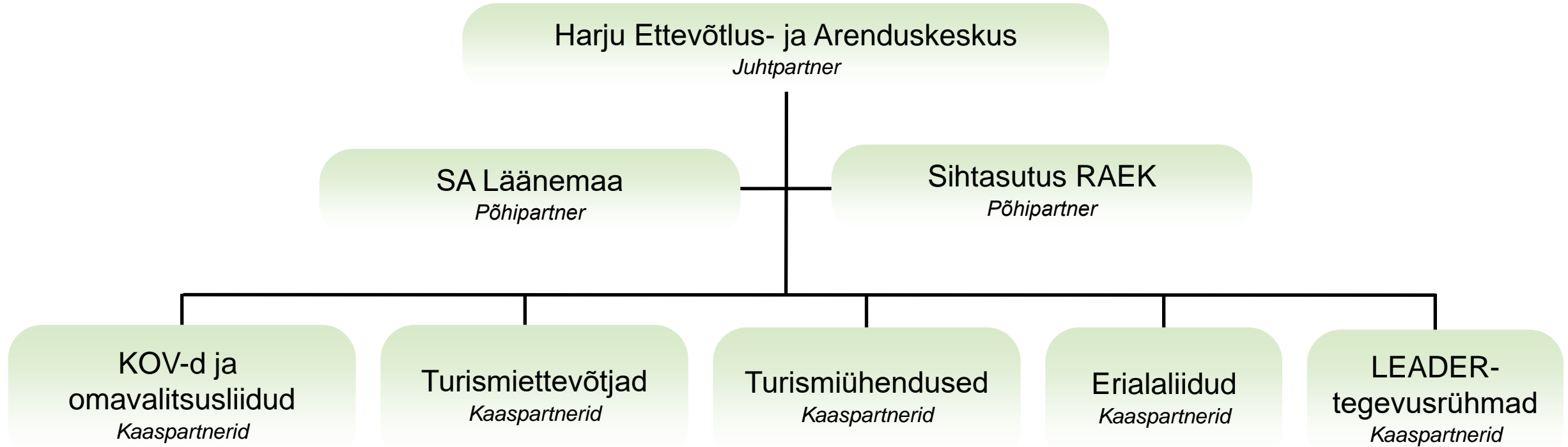


- **Maakondade ülene turismisihtkohtade strateegiliseks juhtimiseks loodud koostöömudel**
- 3 maakonda
- 22 omavalitsust
 - Harjumaa v.a Tallinn (15 KOV)
 - Raplamaa (4 KOV)
 - Läänemaa (3 KOV)
- 5 organisatsiooni (MAK/OVL)
- 6 LEADER piirkonda
- Ligikaudu 770 teenusepakkujat

DMOde piirid ja juhtpartnerid 2024

	DMO	Geograafilised piirid	Juhtpartner
1	Tallinna DMO	Tallinna linn	Tallinna Strateegiakeskus
2	Harjumaa Läänemaa ja Raplamaa DMO	Harju maakond (va Tallinn) Lääne maakond Rapla maakond	SA Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus
3	Kesk-Eesti DMO	Järva maakond Viljandi maakond Jõgeva maakonnast Põltsamaa vald Valga maakonnast Tõrva vald	SA Viljandimaa Arenduskeskus
4	Lõuna – Eesti DMO	Põlva maakond Tartu maakond Võru maakond Jõgeva maakonnast Jõgeva vald ja Mustvee vald Valga maakonnast Valga vald ja Otepää vald	SA Tartumaa Turism
5	Pärnumaa DMO	Pärnu maakond	Pärnu Linnavalitsus
6	Saarte DMO	Hiiu maakond Saare maakond	Saaremaa Vallavalitsus
7	Virumaa DMO  Aprill 2024.a	Lääne-Viru maakond Ida-Viru maakond	MTÜ Lääne-Viru Omavalitsuste Liit

Harjumaa, Raplamaa ja Läänemaa DMO koostöövõrgustiku mudel



Mis kasu on DMO-st?



- Terviklahendused
- Lihtsam reisida
- Parem elamus

- Kompetentsikeskus
- Koostööpartner
- Selgem juhtimine
- Laiahaardeline tugi

Külastaja

Ettevõtte

DMO

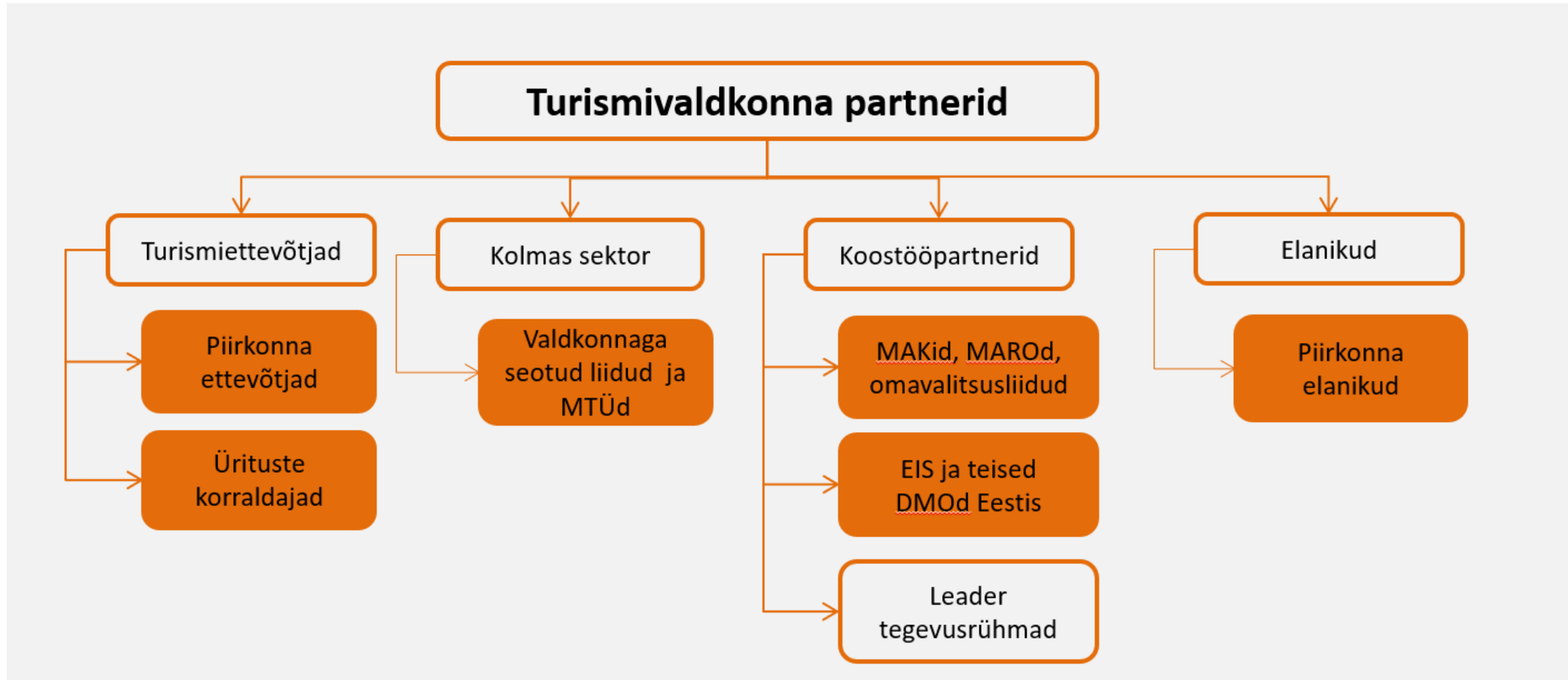
Piirkond

- Kompetentsid
- Ressursid
- Meeskond
- Strateegiline vaade

- Maine
- Tulu
- Lisandväärtus



DMO esmane prioriteet on turismivaldkonna võimestamine ja peamise fookuse moodustavad seotud sihtgrupid.



Piirkonna väärtuspakkumine külastajatele on partneritega koostöös tehtavate arenduste keskmes

Väärtus 1:


Huvitav, põnev spetsiifilise erihuviga seotud sündmus / külastusobjekt,

- Palju põnevaid sündmusi ja erinevaid külastusobjekte
- Erinevatele huvidega sihtgruppidele suunatud

Väärtus 2:

Lähedal ja lihtne - Pealinnast vaid 1 tunni kaugusel ja lihtsalt külastatav

- Lihtsalt ligipääsetav erinevate transpordilahendustega
- Vaid 1 tunni kaugusel, mis võimaldab ka külastusi ilma pikema planeerimiseta



**Huvitav, põnev
spetsiifilise erihuviga seotud
sündmus / külastusobjekt**

Lähedal ja lihtne

**Pealinnast vaid 1
tunni kaugusel ja
lihtsalt külastatav**

Tegevussuunad

TURISMIINFO ESITLUS

- Piirkonnaga seotud **andmeanalüüs ja andmete esitlemine**, trendide jälgimine;
- Spetsialistile suunatud turismialase **info ja parimate praktikate koondamine**;
- Puhkaeestis.ee; visitestonia.com piirkondlik **andmehaldus**.

KOMPETENTSIKESKUSEKS KUJUNEMINE

- Piirkonnaüleste **kommunikatsiooni suuniste loomine** ja teadvustamine valdkonna osapooltele;
- Toetus sihtkohaga seotud (erinevate osapoolte hallatud) kodulehtede sisu arendamise ja otsingute optimeerimise valdkonnas (Väärtuspakkumise esitlus, märksõnadel optimeerimine jne);
- Võimaluste leidmine piirkonna tugevate turismitoodete, sündmuste, külastusobjektide esiletoomiseks Visit Estonia turundustegevustes;
- Profiveebi kui piirkonna teenusepakujate jaoks olulise turismiinfo allika arendus.

KLIENDITEEKONDADE TURISMITOODETE JA TEENUSKVALITEEDI ARENDUS

- Teemapõhiste klienditeekondade (kultuur, loodus, toit) arendamine
- Sihtkoha tugevate toodete välja töötamine ja arendus
- Oluliste ettevõtluse aspektide ja taristu arenduste esitlemine osapooltele (teenuste valik, lahtiolekuajad, ligipääsetavus, puuduv taristu jne).
- Valitud klienditeekondade kirjeldus ja kogu piirkonda hõlmavate inspireerivate näidismarsruutide koostamine;

KESTLIKKUSE PÕHIMÕTETE ARENDUS

- Keskkonnateadlikkuse tõstmine ja keskkonnasäästlike tavade edendamine.
- Kestlikkusel põhinevate tegutsemispõhimõtete tutvustamine ja kestlike toodete arendamise toetamine;
- Kestlikkuse ja loodussäästlike põhimõtetega seotud märgiste kasutamise edendamine piirkonnas;

PIIRKONDLIKU VÕIMEKUSE ARENDAMINE

- DMO rolli ja funktsioonide täpsustus ning realistlike ootuste kujundamine. Piirkondliku turismistrateegia tutvustus ja juurutamine;
 - DMO sisemine arendus sh personali kompetentside arendus;
- Turismiettevõtjate ja -koostööpartnerite võrgustiku koostöö arendamine külalislahkuse, kestlikkuse, ligipääsetavuse, diginähtavuse, külastajatagasiside osas: Nii sise- kui välisturu suunitlusega tootearendus; Turismialased teadus- ja uurimustööd koostöös partneritega;
 - Turismiasjaliste ja -ettevõtete teadlikkuse tõstmine;
- Piirkonna ettevõtjate ja partnerite huvikaitse turismivaldkonnas;
 - Piirkonna parimal moel esindamine üle-eestilises koostöös;

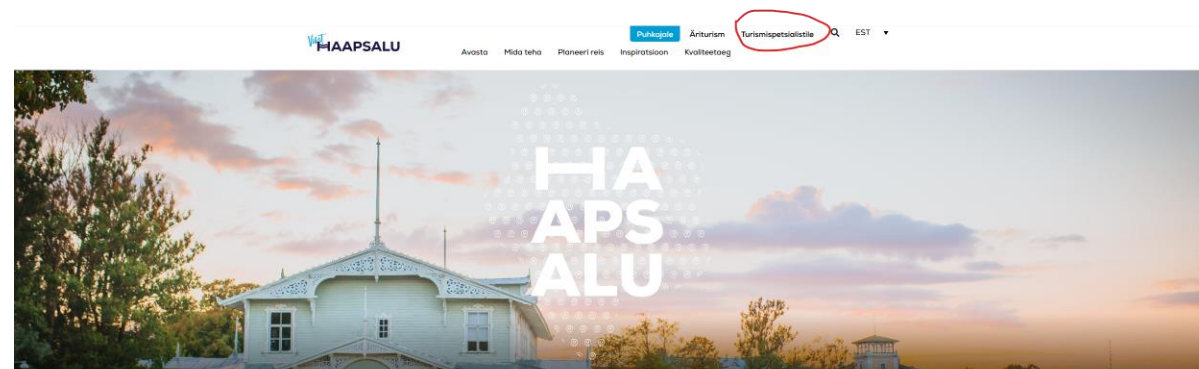
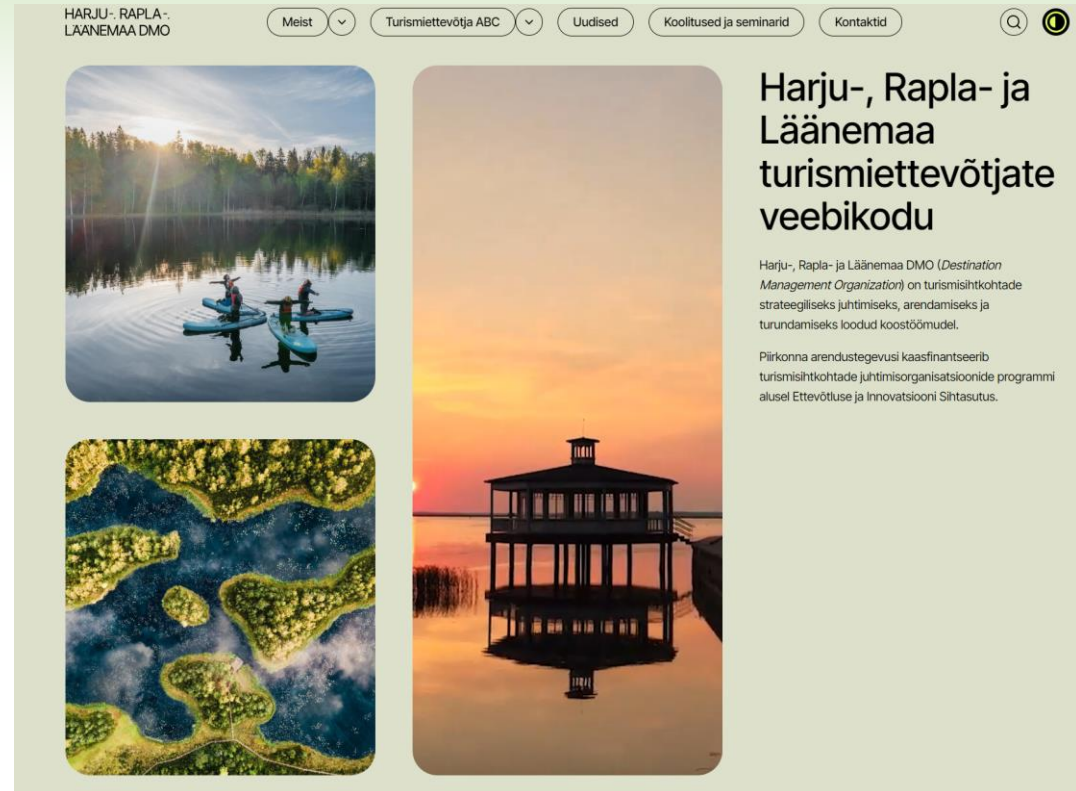
DMO olulisemad tegevused

- Turismiettevõtjate teadlikkuse suurendamine
- Digitaalse turismiinfo haldus riiklikus turismiveebis
- Sisuline koostöö Visit Estonia tiimiga, sh turunduskampaaniate sisend
- Turismistrateegia rakendamine

DMO profiveeb

- Turismisektori teenused ja toetused
- Turismiuudised
- Turismiettevõtja ABC ja kasulikud viited
- Foto ja videopank
- Koolituste ja seminaride info
- Turismialased uurimustööd
- Viited kohalikele Visit-lehtedele, nt <https://www.visithaapsalu.com/>

Tule DMO profiveebi ja liitu uudiskirjaga 😊
<https://dmo.heak.ee/>



Turismiettevõtjate kompetentside arendus: kolmikpööre (digi-, rohe- ja innovatsiooni teemad)



HARJU-, RAPLA-
LÄÄNEMAA DMO

Veebikoolitus
turismiettevõtjale

12. ja 19. septembril
ChatGPT KASUTAMINE
DIGITURUNDUSES



HARJU-, RAPLA-
LÄÄNEMAA DMO

Digitalse kirjaoskuse tõstmise
koolitus
turismiettevõtjale

24.04 Tallinnas
CANVA OSKUSED



HARJU-, RAPLA-
LÄÄNEMAA DMO

Turismiettevõtja koolitus
**KÜLALISLAHKUS JA
KOMMUNIKATSIOON**

Külastajad ja vastuvõtjad - ikkagi inimesed!



HARJU-, RAPLA-
LÄÄNEMAA DMO

**KÜLALISLAHKUSE
INSPIRATSIOONISEMINAR**

18. novembril Tallinnas

Harju-, Rapla- ja Läänemaa
turismiettevõtjale



JAREK JÕEPÄRA
FOTOKOOLITUS "TELEFONIGA PILDISTAMINE"

HARJU-, RAPLA-, LÄÄNEMAA PIIRKONNA TURISMIARENDEUS



HARJU-, RAPLA-
LÄÄNEMAA DMO

**KÜLALISLAHKUSE
INSPIRATSIOONISEMINAR**

28. novembril Haapsalus

Harju-, Rapla- ja Läänemaa
turismiettevõtjale

Sihtturgude kontaktüritustel osalemine Visit Estoniaga B2B ja B2C

Sügis-talv 2024 :

- **Soome** (Helsingi) B2B, 7. nov 2024 – koostöös TallinkSilja, Viking Line ja Eckerö Line.
- **Rootsi** (Stockholm 27.11 ja Malmö 28.11) B2B, nov 2024 – reisibürood, reisikorraldajad, vahendajad.

+ Kampaniad:

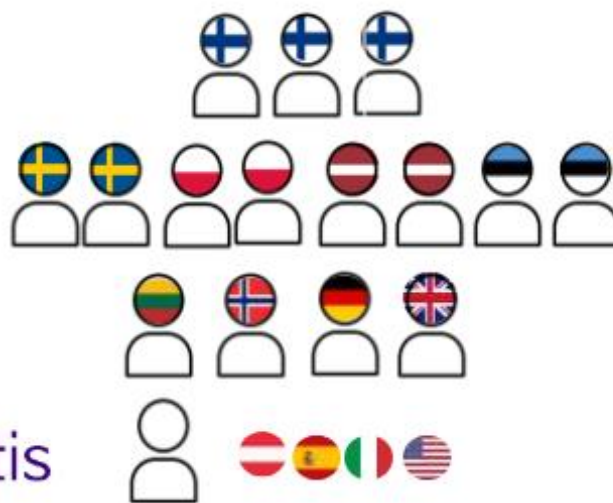
- **Läti:** 16.09.-27.10.2024
Teema: "Kultuurihoolitsused" - spaapuhkus ja kultuurielamused
Kampanialeht: www.visitestonia.com/lv/kulturasprocedura
- **Soome:** 08.10.-30.11.2024
Teema: kultuur (muuseumid, külastuskeskused, fookus pealinnast välja)
Sihtturg: Soome, Helsingi ja lähiümbrus (Uusimaa piirkond)
- **Leedu, Poola, Rootsi, Norra:** 14.10.-01.12.2024
Teema: Loodus, kultuur ja toit. Elamused.
- **Läti, Soome, Saksamaa, UK:** 15.11-31.12
Teema: talvekampania



Eesti suurim turismiveeb [visitestonia.com](https://www.visitestonia.com) kogus 2023 üle 14 miljoni külastuse 107 riigist



16 unikaalset külastajat minutis
22 600 külastajat päevas



27 sessiooni minutis
39 000 sessiooni päevas

Iga minut leiab 3 inimest põhjuse naasta veebi

Aitäh ja kohtumisteni!

karmen.paju@heak.ee

Harju-, Rapla-, Läänemaa DMO <https://dmo.heak.ee/>
Harju Ettevõtlus- ja Arenduskeskus www.heak.ee