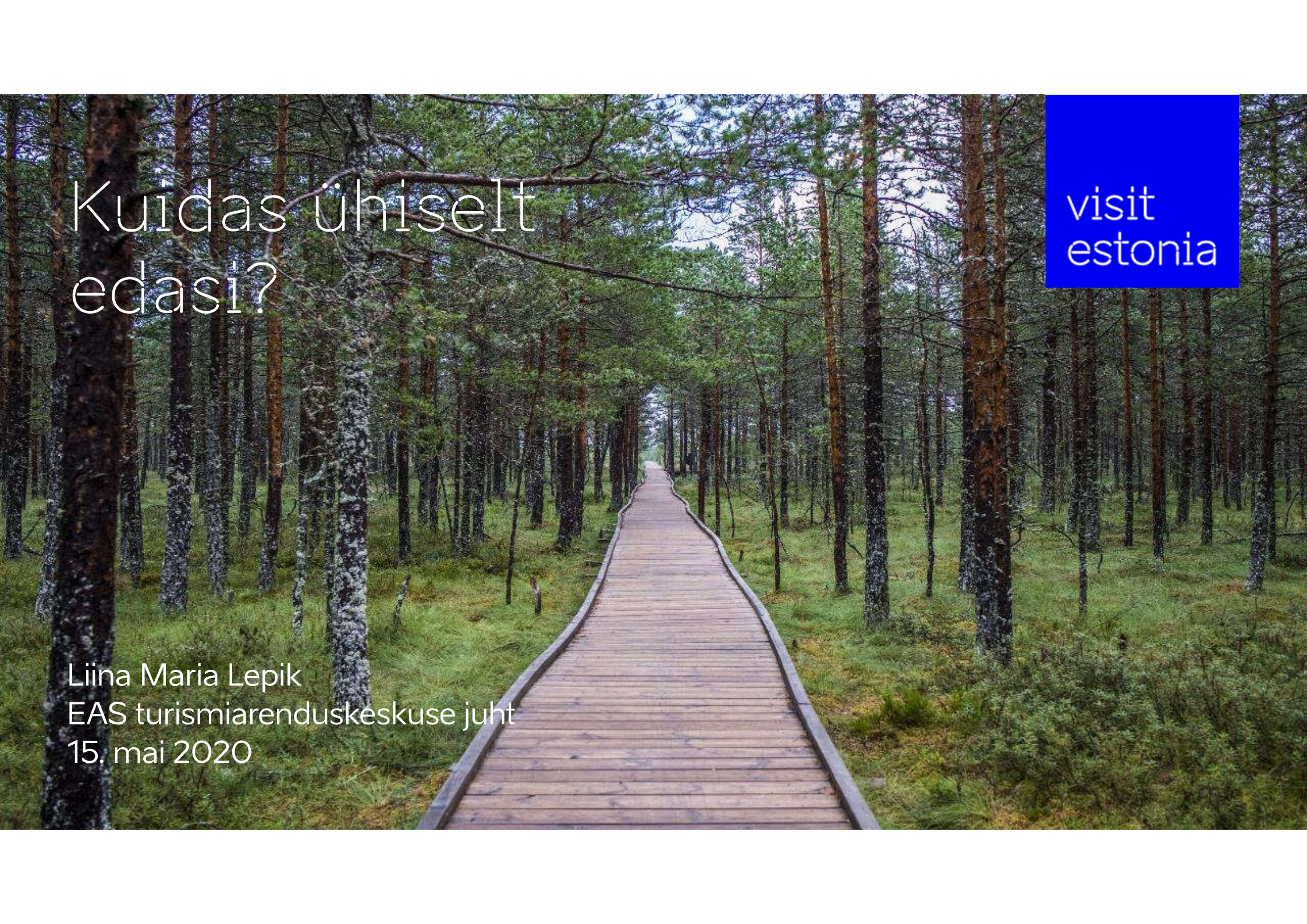


A photograph of a wooden boardwalk winding through a dense forest of tall, thin trees. The boardwalk is made of wooden planks and leads the eye into the distance. The trees are mostly deciduous with green foliage, and the ground is covered in grass and low-lying plants.

Kuidas ühiselt edasi?

visit
estonia

Liina Maria Lepik
EAS turismiarenduskeskuse juht
15. mai 2020

Eesti turismisektor 2020 alguses

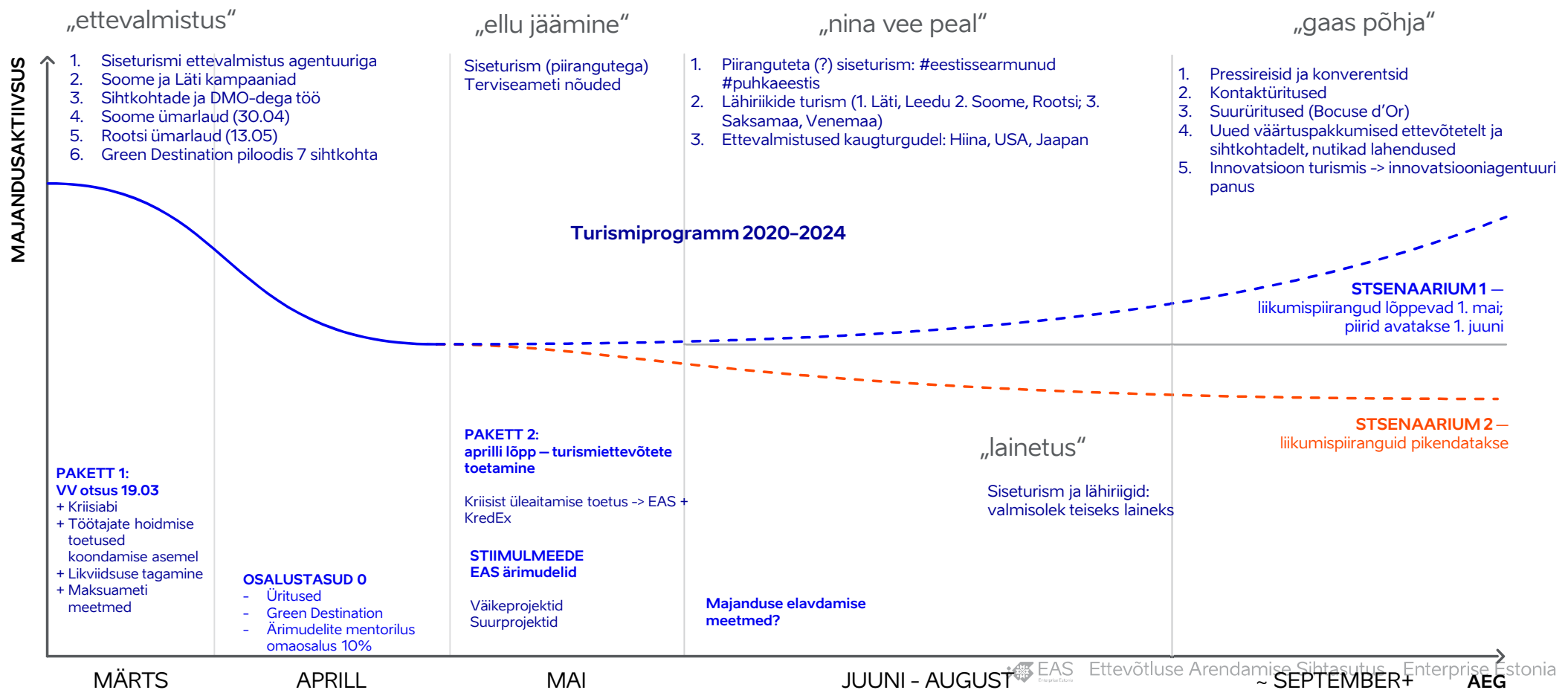
- Turismiteenuste eksport 2019. aastal oli 2,06 mld eurot, osatähtsus kaupade/teenuste ekspordist 10,2% ja teenuste ekspordist 30%*
- Koos kaudsete mõjudega 8% Eesti SKT-st, hõivatuid 22 446 inimest**
- Kahe esimese kuu kokkuvõttes jõudis nii sise- kui välisturism uute rekorditeni:
 - ööbimised kokku +7%
 - siseturism +2%
 - välisturism +10%



post-koroona tingimused ja muutujad turismi kontekstis

- Covid-19 ravi ja vaktsiin: julgus inimestega kokku puutuda, võimalik teine laine
- Eriolukorrajärgne elu: mis ulatuses, mis tingimustes
- Piiride avamine: riigipiirid, Schengen, muu
- Piiriülene transport: 1. bussiliinid, 2. laevaliiklus, 3. lennuliinid Tallinnast, 4. transfer liinid
- Nõuded teenuspakkujatele: puhtus, kontaktivaba, distantis jms
- Tarbija kindlustunne reisimisel (sh äriturism kui vastustunne töötaja suunal)
- Turisti jõukus majanduslanguse tingimustes
- Kindlustuspakkujate valmisolek katta ärajäämisi, ettevaatlikus korraldajate poolelt

Kriisist väljumine

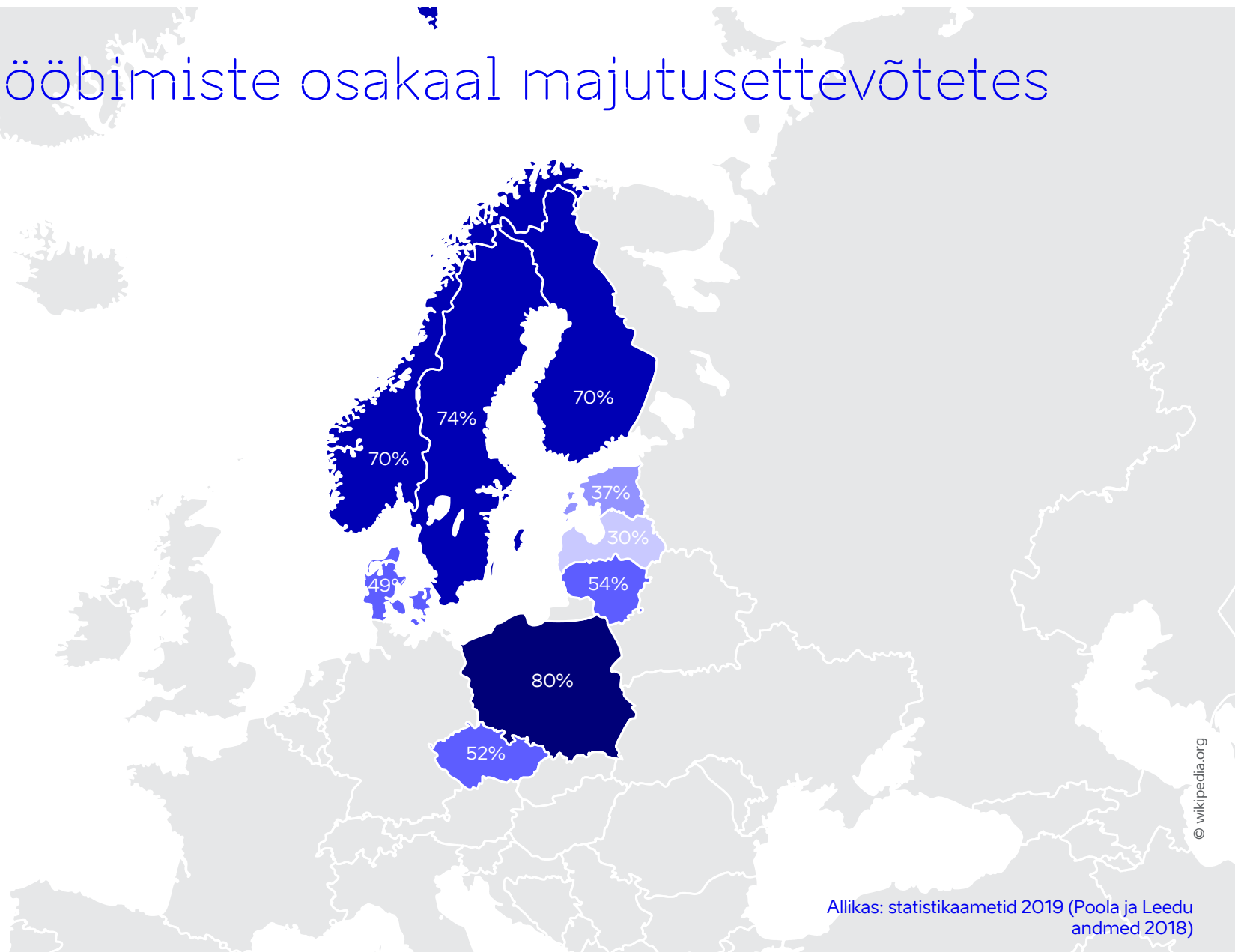




turismiarenduskeskuse tegevused

- Kriisitoetuste väljatöötamine MKM juhtnööridega + ärimudelid
- Sihtkohtadega koostöö
- Kampaaniate ettevalmistus (siseturism, Läti, Soome, spaakampaaniad)
- TIK/KÜK määruse muudatus
- Šokk > taastumisplaan > uus pikaajaline tegevusplaan > turismiprogramm

siseturism – ööbimiste osakaal majutusettevõtetes



sihtkohtade hea juhtimine olulisem kui kunagi varem!

SIHTKOHAD. Arenenud ja targalt juhitud sihtkohad on kogu Eesti turismi väärtusahela peamisi eeldusi. Turism on emotsioon, mis tuleneb kohast/kohalikest.

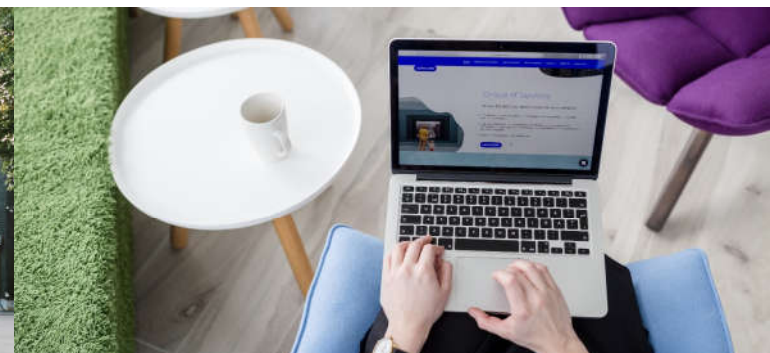
Turismisihtkoha juhtimine on kõikide sihtkohta loovate elementide ja osiste koondamine ühtse strateegilise juhtimise alla.



investeeringud/raha



sihtkoht/toode



müük/turundus



nõustamine/mentorlus



juhtimine



kogukond/kaasamine



andmed/analüüs

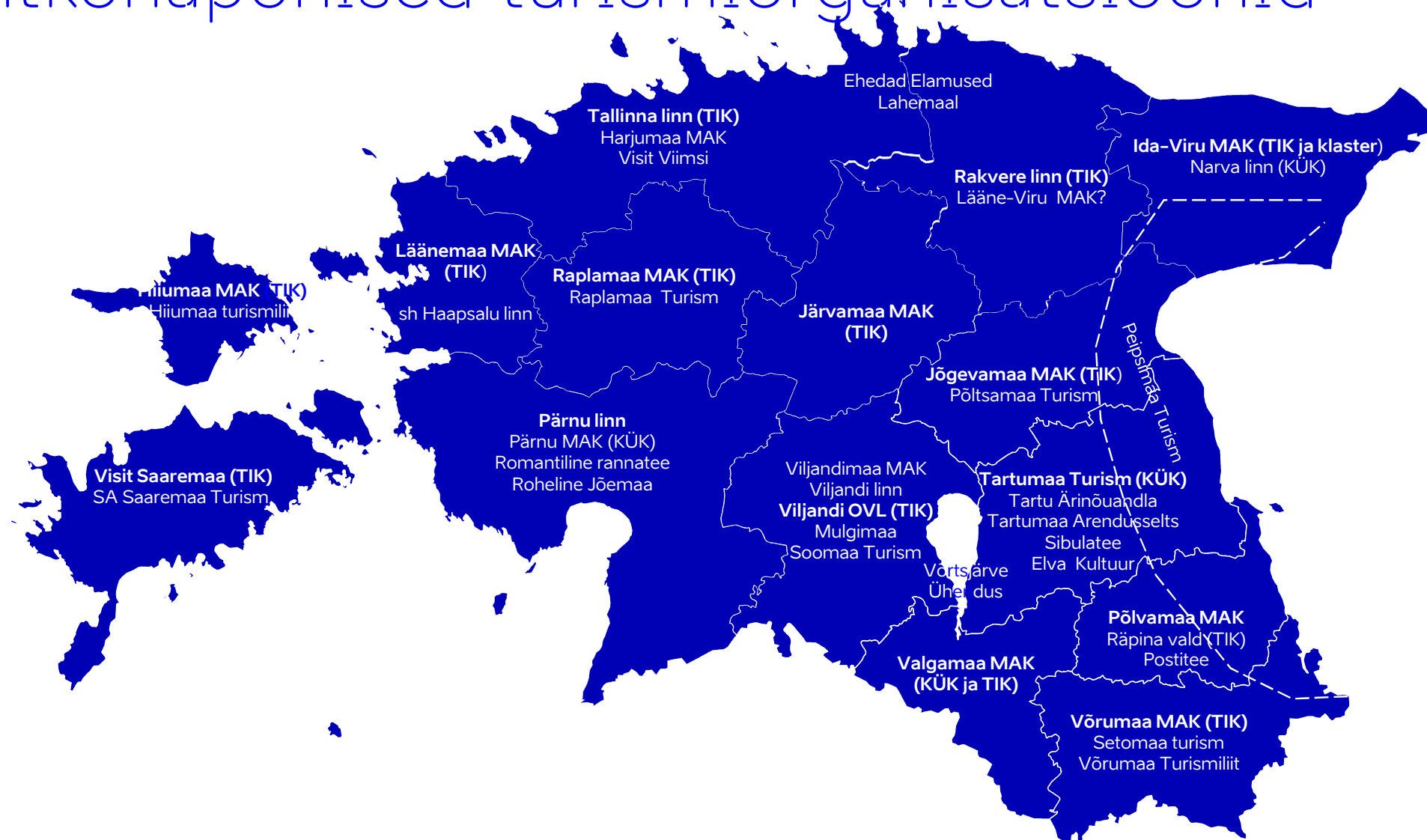


haridus/koolitused

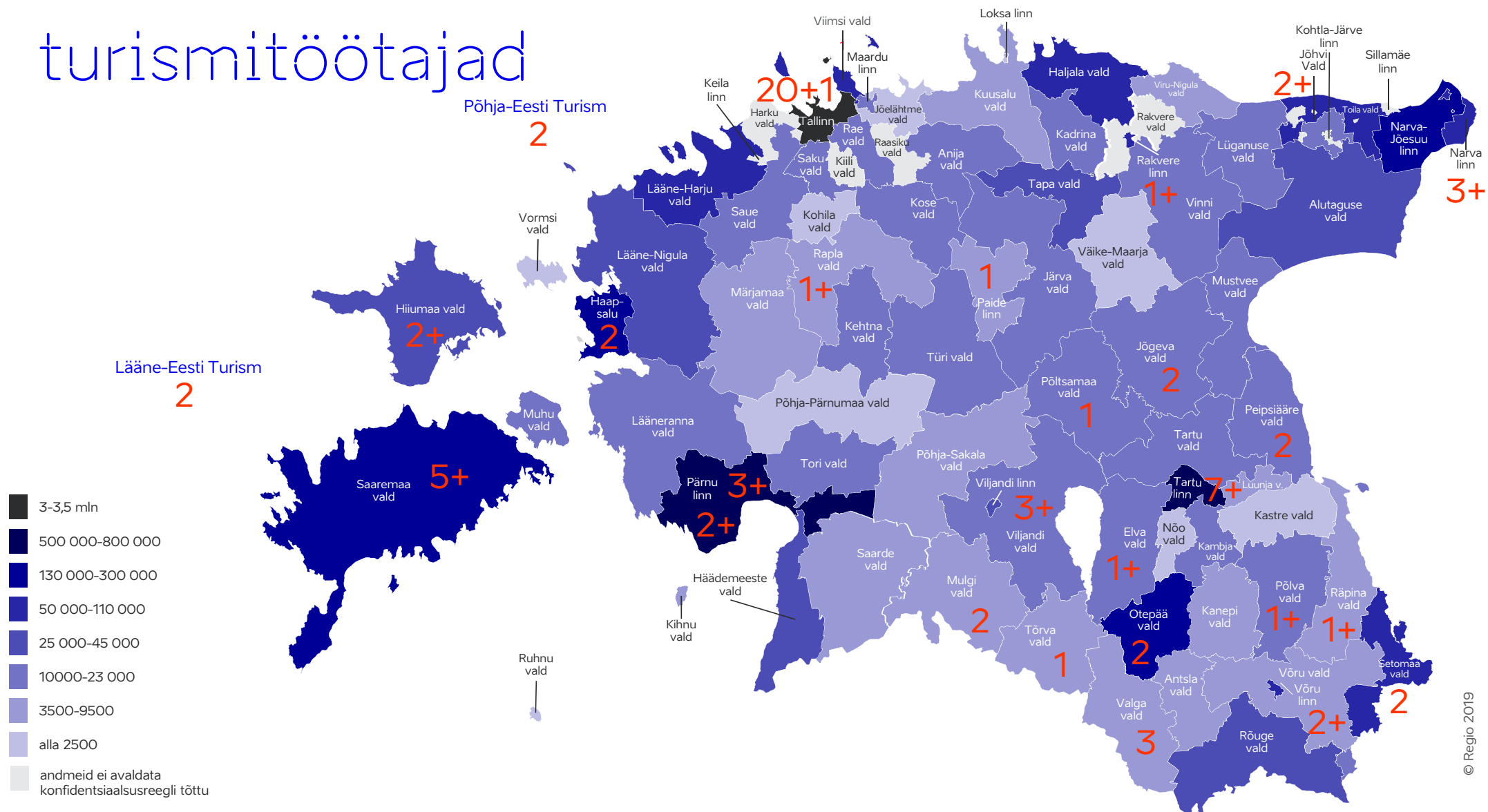


partnerlus/koostöö

sihtkohapõhised turismiorganisatsioonid



turismitöötajad

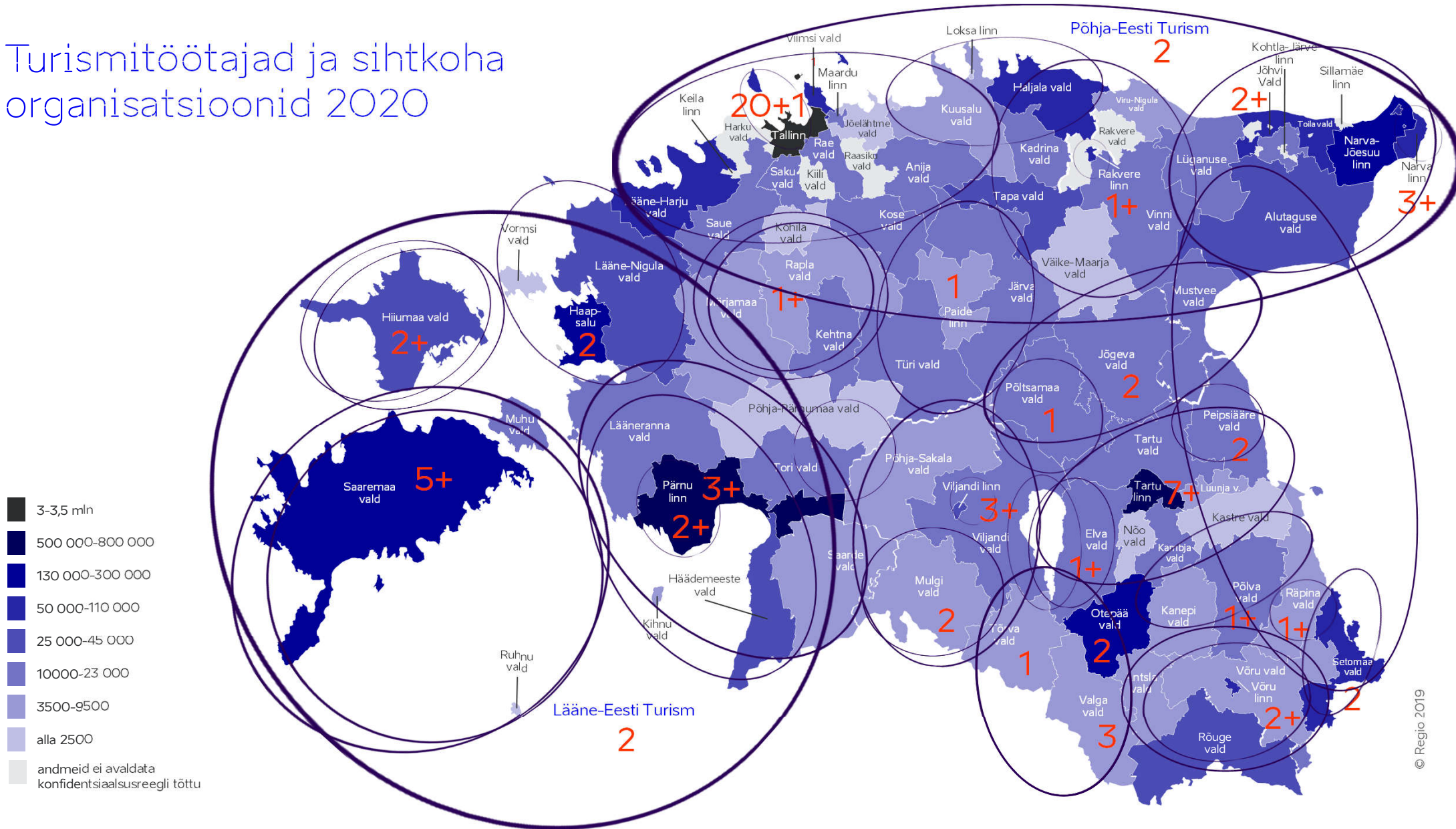


visit
estonia

5 kuni 8 DMO-d Eestis

Tähtis pole DMOde arv vaid DMOde võimekus (raha, inimesed, kompetentsid)

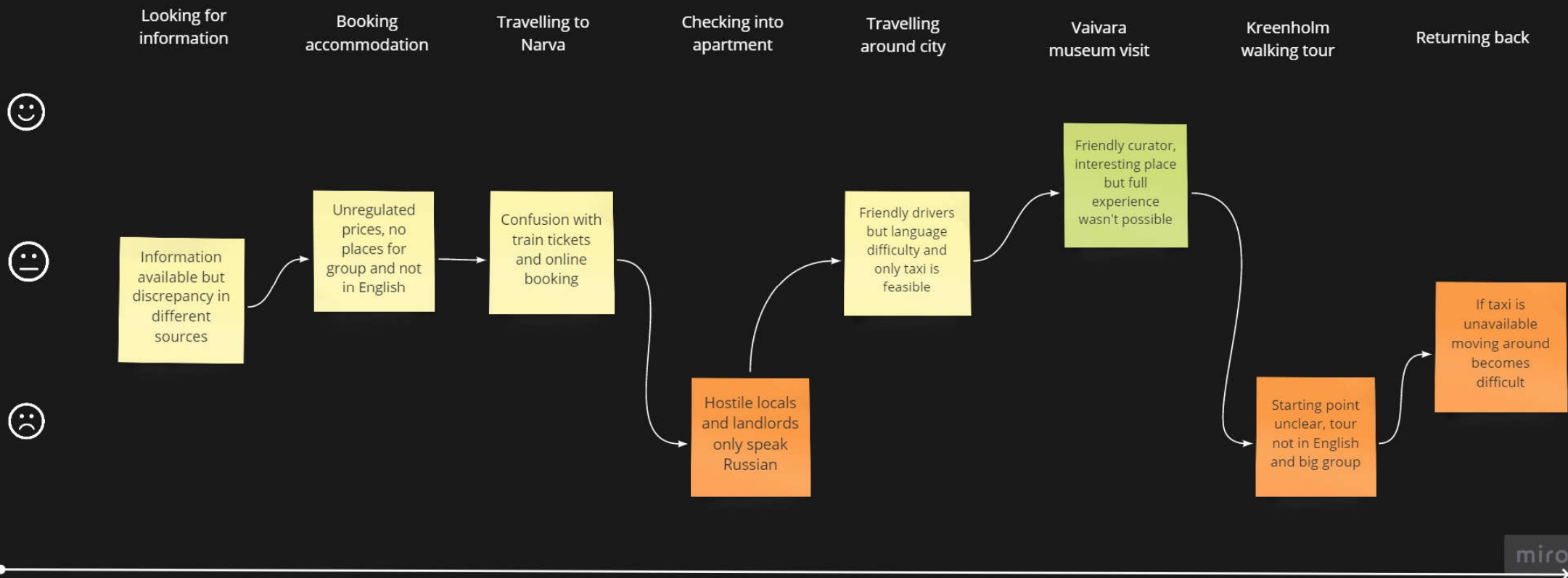
Turismitöötajad ja sihtkoha organisatsioonid 2020



Võimalikud DMO-d



ühe väliskülastaja kliendikogemus



Allikas: TalTech rahvusvaheliste tudengite külastaja teekonna kaardistus, 16. 10. 2019. Põhineb reaalsel külastaja kogemusel

sihtkohtade suurimad kitsaskohad

visit
estonia

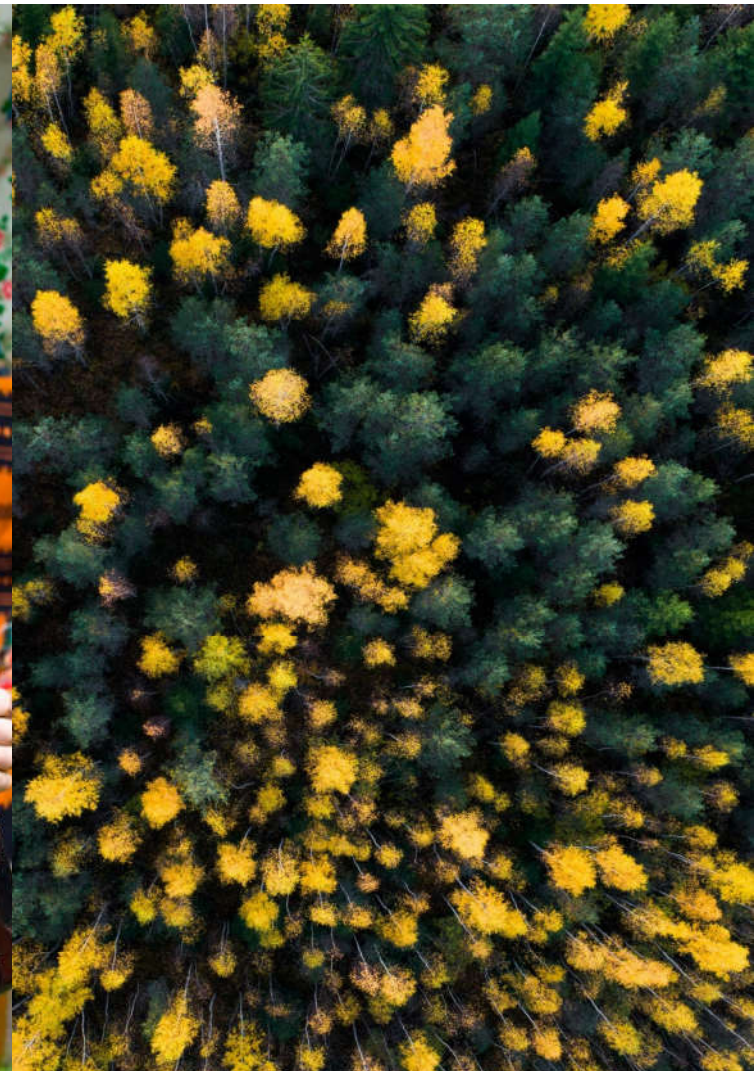
- administratiivsed piirid versus klienditeekond
- tootearendus ja kvaliteet (ratas, ligipääsetavus, tagasiside jne)
- palju traditsioonilist (ressursimahukat) turundust
- kohalike ja ettevõtjate kaasatus (otsused, finantsid, tegevused)
- projektipõhine rahastus (kas on strateegia ja kas sellele vastav)
- organisatsioone palju — vähe inimesi, vähe raha. Tegevuste dubleerimine, killustatus — kas saab olla kõiges kompetentne?
- kõik tahavad olla tõmbekeskus, aga koos mitte
- strateegiline terviklik juhtimine (andmed ja fookus) - ei ole terviklikku ökosüsteemi
- Visit Estonia ja DMOde sünergia (strateegiad, tegevused, info).



toit



autentne kultuur



loodus



Koos edasi –
tugevamana!

Aitäh!