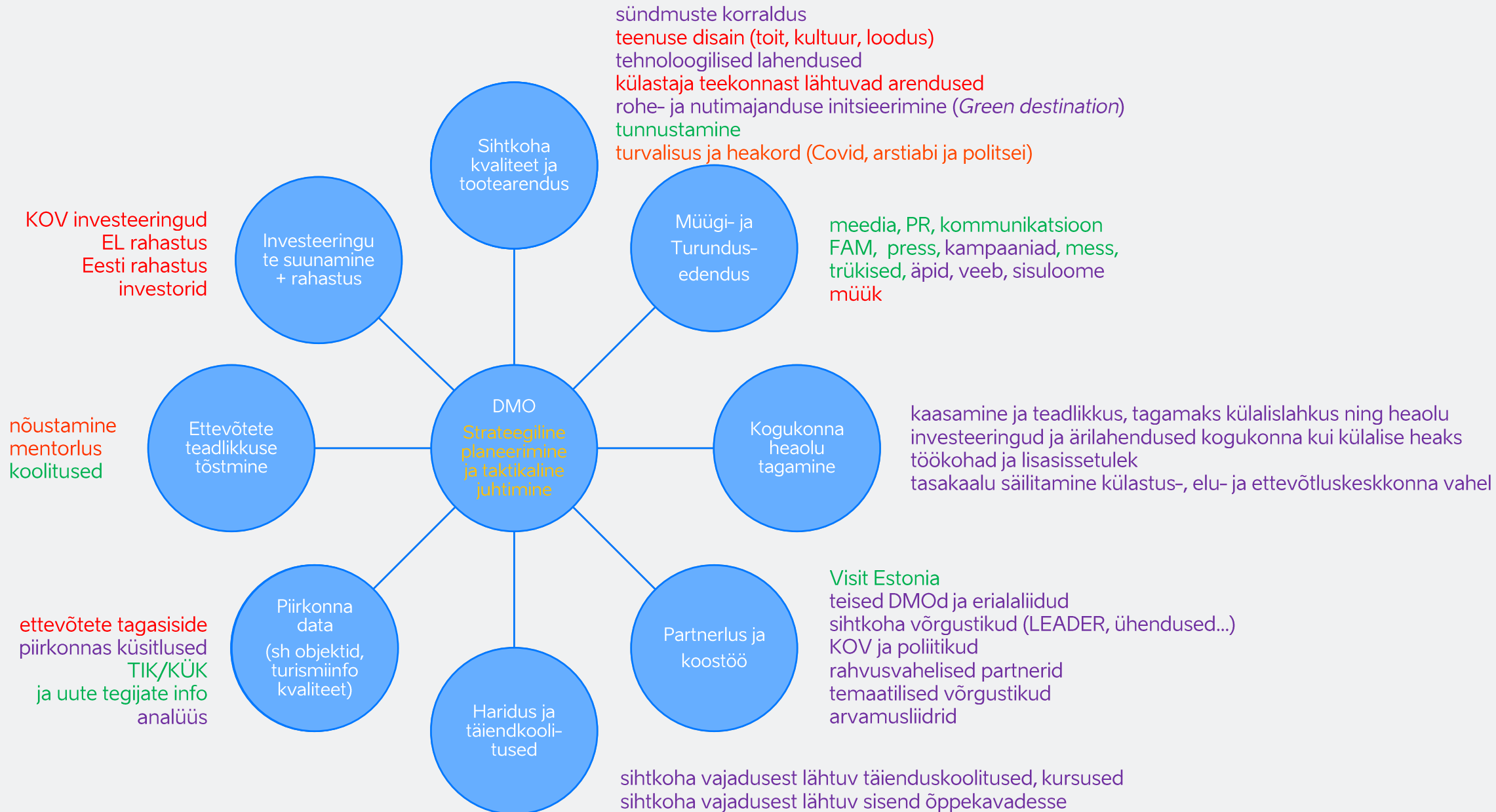


Miks on vaja muutust turismiorganisatsioonides?

EASi turismiarenduskeskus
Kristiina Jors
sügis 2021

DMO rollid



Kuhu võtta fookus?

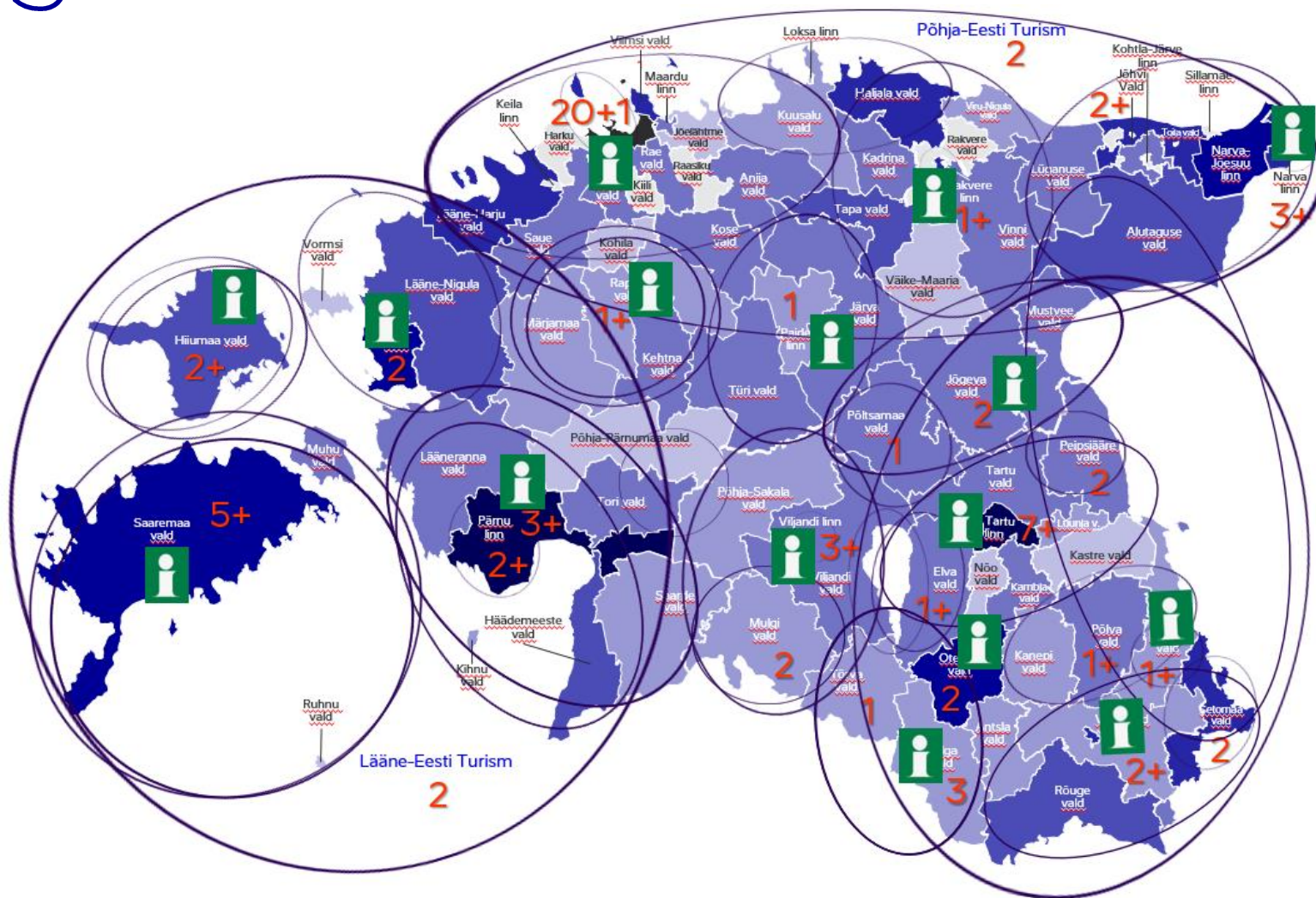


Sihtkoha organisatsioonid

2020



- + 90 inimest
- + 40 organisatsiooni
- + 1,5 inimest per organisatsioon
- + raha vähe
- + dubleerimine
- + olulised rollid katmata
- + avalik ja erasektor eraldi
- + strateegiline juhtimine vähene



DMO põhimõtted

- + Max kuni 8 DMOd kui strateegilist juhtorganisatsiooni, kus **kaetud kompetentsid kõikides tegevusvaldkondades** (vt joonis DMO rollid).
- + DMO geograafiline ala **lähtub eelkõige klienditeekonnast, mitte maakonna piiridest**.
- + Ühe DMO tegevuste mõjul on **kaudseteks kasusaajateks 300 – 500 turismiettevõtet**.
- + **PPP põhimõte**, otsustusprotsessi on kaasatud piirkonna suurimad **mõjutajad** ettevõtjad.
- + Panustavad riik, KOV(OVL) ja ettevõtted*. Kui DMO kui strateegiline organisatsioon on tõestanud oma funktsiooni **kasvab erasektori panuse proportsioon**
- + Piirkonna turismiga **seotud võrgustikud** ja **organisatsioonid töötavad välja ja viivad koos ellu piirkonna turismistrateegiat**.



*proportsioonid töötatakse välja kui on selgunud rahastus

Kui muudatust ei tule siis...

- ✓ Olemasolevad organisatsioonid ei suuda täita terviklikku sihtkoha juhtimise rolli. Jääb ca 40 organisatsiooni **killustunud ja dubleeriv** tegevusloogika.
- ✓ Külastajatele **ei pakuta terviklahendusi** – killustunud pakkumised, palju kanaleid, segased sõnumid.
- ✓ Projektipõhisest ja lühivaatelisest majandamisest **ei minda üle pika vaatega arendusele.**
- ✓ **Avalik ja erasektor jäävad eraldi** või projektipõhiselt tegutsema.
- ✓ Mikroettevõtetel **pole kompetentsikeskust** kuhu pöörduda (mentorlus turismi ABC, seadusandlus jne.) ja välisturule orienteeritud ettevõtetel pole **vajalike kompetentsidega kaetud strateegilist partnerit**
- ✓ Piirkondade ja Tallinna vaheline **lõhe** (külastatavus, kvaliteedis jne.) **kasvab.**
- ✓ Säilib praegune **ebaühtlane kvaliteet online´is ja teenustes**
- ✓ **Langeb Eesti konkurentsivõime**, ei suuda vastata uue kliendi kiiresti muutuvatele vajadustele, käia kaasas uute trendidega, tehnoloogiliste uuendustega, turismisektori digitaliseerimisega jne. sest sihtkohtade arendus on ka teistes riikides võetud üha prioriteetsemaks arendussuunaks.

Sihtkoha arenduse eesmärgid 2024+1

1. Regionaalse ebavõrdsuse vähenemine:

2. Avaliku ja erasektori ühine strateegiline juhtimine: 5-8 PPP põhimõttel toimivat turismiarendusorganisatsiooni (DMO), kus on kaetud kõik rollid.

3. Kvaliteetne online nähtavus: 4500 ettevõtte kvaliteetne pakkumine

4. Rohemõtteviisiga piirkonnad: Green Destinations vmt. **ja ettevõtted:** Green Key, EHE, muud kestlikud põhimõtted

5. Turvaline teenusepakkumine: 51% DMO piirkonna turismiettevõtetest kinnitavad „Siin on turvaline“ märgisega, et järgivad teenuse pakkumisel COVID juhiseid.

6. Kõrge kvaliteediga teenus: ReviewPro online-meedias koondatud külastajate tagasiside koondhinde (GRI) tõus

7. Digitaliseerimine kogu väärtusahela lõikes: analüüs, tootearendus, turundus ja müük

Muutust turismiorganisatsioonides on vaja,
et tekiks võimekus luua koos

- **MAINET** mõnusat keskkonda eluks-tööks-puhkuseks
- **TULU** külastajaid ühtlaselt eri piirkondades ja aastaläbi
- **LISANDVÄÄRTUST** töökohti ja väerikat tasu