

SETOMAA ÜHTNE TURISMIARENGUKAVA AASTATEKS 2014-2020

MTÜ Setomaa Turism

2014



SISUKORD

SISSEJUHATUS	5
I SETOMAA ÜHTSE TURISMIARENGUKAVA 2008-2013 TÄITMINE.....	6
II TURISMISEKTORI OLUKORRA ANALÜÜS.....	8
2.1 Turism Eestis ja Lõuna-Eestis.....	8
2.2 Turism Kagu-Eestis	10
2.3 Turismisektori olukord Setomaal	12
2.4 Setomaa turismivaldkonna institutsionaalne süsteem	15
2.5 Setomaa turismipiirkonna SWOT analüüs.....	17
III STRATEEGIA.....	19
3.1 Visioon 2020	20
3.2 Võtmevaldkonnad ja eesmärgid.....	20
3.3 Tegevuskava	23
IV ARENGUKAVA SEIRE JA HINDAMINE	27
Lisa 1. Setomaa turismiarendukava seirearuanne	28
Lisa 2. Setomaa turismiarendukava hindamismatriks.....	33

SISSEJUHATUS

Käesoleva arengukava eesmärk on anda suunised turismivaldkonna arendamiseks MTÜ Setomaa Turismi, Setomaa nelja valla ning ettevõtjate poolt. Arengukava on koostatud koostöös Võrumaa Arenguagentuuriga, kes aitas korraldada kogukonnas arutelusid ja veebiuuringuid.

Veebiuuringuid toimus kaks: 2013.a kevadel uuring, millega koguti tagasisidet eelmisel perioodil tehtule ja sama aasta sügisel teine uuring, et paljudest ideedest välja sõeluda prioriteetid. Arengukava on arutatud neljal koosolekul: MTÜ üldkoosolekul 29.4.2013, töörühma koosolekul 3.6.2013 ja Setomaa turismiarengukava töötoas 29.10.2013 ning 26.3.2014. Hinnanguliselt on arengukava koostamisel kaasa löönud 40 inimest.

Aastatel 2011-2013 toimusid piirkonnas MTÜ Setomaa Turismi ja SVL eestvõtmisel arutelud kogukonna liikmetega ning välisekspertidega rahvusvahelise COMCOT (An innovative tool for improving the competitiveness of community based tourism) projekti raames. Neilt kohtumistelt saadud ideed on samuti strateegia koostamise protsessi käigus läbi töötatud ning dokumendis kajastatud.

Strateegia sisu peegeldab praegu piirkonnas tegutsevate ja elavate inimeste nägemust Setomaa turismi piirkonna arendamisest kuni 2020. aastani.

I SETOMAA ÜHTSE TURISMIARENGUKAVA 2008-2013 TÄITMINE

Käesolev piirkondlik turismiarendukava on järjekorras teine. MTÜ Setomaa Turism liikmete ja piirkonna turismiasjaliste hinnangul oli aastatel 2008-2013 liikumine eesmärkide suunas hea või väga hea.

Sügisel 2013 Setomaa turismitegijate seas läbi viidud veebiküsitluses leiti üksmeelselt (100% vastanuist), et tõusnud on Setomaa tuntus ja tunnustatus reisisihtkohana Eesti elanike hulgas. Positiivselt poolelt leiti veel, et Setomaa on suutnud edukalt turismis ära kasutada oma pärand-kultuuri (88%), tõusnud on turismiteenuste kvaliteet (88%), käivitatud on ühtne ning eesmärgistatud turundustegevus (84%) ning laienenud on pakutavate toodete ja teenuste valik (80%). Eelnimetatud hinnanguid statistiliste näitajatega kinnitada ei saa, neid näitajaid pole uuringutega mõõdetud.

Vähem oldi rahul turismisektori kaudu genereeritud tuludega (56%), looduskeskkonna kasutamisega turismiteenuste juures (56%) ning ühiste turismitoodete ja pakettide loomisega (64%).

Konkreetsetest eesmärkidest sai eelmisel arengukava perioodil saavutatud järgmist:

- Setomaa organisatsioonide ühise pingutusega on seto leelo kantud UNESCO vaimse kultuuripärandi nimistusse;
- Koostöös ettevõtjate ja omavalitsustega töötati välja kõiki Setomaa valdu hõlmav turismimarsruut Seto Külävüü ning käivitati sellega seotud turunduskampaniad;
- Loodi veeb www.visitsetomaa.ee, mis tutvustab Setomaad ja selle vaatamisväärsusi koostöös riikliku www.puhkaeesti.ee saidiga;
- Kahes etapis on ellu viidud Setomaa viitade projekt. Projektide raames paigaldati 130 viita, 12 välikaarti ja 8 puhkekohta (projekt lõpeb 2014.a kevadel);
- Koostöös Setomaa erineva valdkonna ekspertidega koostati Setomaa-Petserimaa maakaart, mis trükiti nii paberile kui kanti ka välikaardile;
- Igal aastal koordineeritakse üle-Setomaalise kultuurikalendri koostamist. 2013.a aastal koostati ja toodeti Setomaa sündmustega seinakalendrid;
- Aastatel 2011-2013 toimusid mitmed pakettide arendamise koolitused (sh koostöös Setomaa Valdade Liiduga Infacto ja Comcot projektide raames);
- Koostati Setomaa kohabrändi raamat, mis sisaldab Setomaa pildilised ja tekstilised lood, sh fotopank, logo, tunnuslaused ja telliti Setomaa logoga meened;
- Korraldati Setomaa giidide koolitus, mille tulemusena atesteeriti 20 giidi, kes oskavad Setomaad tutvustada kokku 10 keeles;
- Oleme otsinud koostöövõimalusi Pihkva reisikorraldajate seas, uurimistöö tulemusena valmis aruanne Pihkva piirkonna tugevamate büroode taustinfoga.

Eelmises turismi arengukavas olid eesmärgina ära nimetatud ka järgmised tegevused:

Seatud eesmärk	Tehtud tegevused sel suunal
Lobbytöö tegemine, et Setomaa olulisemad turismimarsruutide tolmuvabaks muutmine saaks kajastatud nii kohalikes kui ka riiklikes teehoiukavades.	Sellega on Setomaal tegelenud teised osapooled, SVL ja Setomaa vallad.

<p>„Seto Kimmäs“ turismiosa kvaliteedisüsteemi väljatöötamine.</p>	<p>Arutelu tulemusena leidsime, et riiklike kvaliteedimärgiste kõrvale me turismi valdkonnas Setomaa sisest süsteemi ei loo. Kvaliteedi tõstmine on väga oluline teema, tahame olla kaasatud ja aktiivselt rakendada uut, praegu loodavat riiklikku süsteemi.</p>
<p>Pakettide ühise reklaamimise eestvedamine ja lepingute sõlmimise korraldamine reisikorraldusfirmadega.</p>	<p>Piirkonnas on toimunud ühispakettide koolitusi. Siiani ei ole tekkinud ühispakette, mida saaks reisikorraldusfirmadele pakkuda.</p>

II TURISMISEKTORI OLUKORRA ANALÜÜS

2.1 Turism Eestis ja Lõuna-Eestis

Turismisektori käive on Eestis igal aastal kasvanud, ka siis kui majanduses üldiselt räägiti majanduslangusest. Ka Lõuna-Eesti turismisektor on püsinud kasvulainel. 2012.a teisel poolaastal koostas SA Lõuna-Eesti Turism koostöös piirkonna arendajatega sisendi riiklikusse turismiarendukavasse¹. See sisend on koostatud dokumendina „Lõuna-Eesti turismi arendamise plaan 2014-2020“ ja sellest lähtutakse Lõuna-Eesti arengukava sisu ülevaatamisel 2014. aastal.

„Lõuna-Eesti turismi arendamise plaan 2014-2020“ viitab, et ööbimiste arv Lõuna-Eestis kasvas dokumendi koostamisele eelnevatel aastatel 7-10% aastas, sellest ca 2/3 moodustas siseturistide ööbimiste arvu kasv. Kuni aastani 2020 seatakse eesmärgiks saavutada:

- 620 000 siseturistide ööbimist, mis on võrreldes 2011. aastaga üle 132 000 ööbimise rohkem (27%). Seega piirkonna nõudlus peab kasvama 3% iga-aastaselt.
- 320 000 välituristide ööbimist aastas, mis on kokku üle 83 000 ööbimise rohkem. Seega aastaks 2020 peaks olema tõusnud välituristide ööbimiste koguarv 35% võrreldes 2011.a.

Saavutamaks seatud eesmäärke, seatakse eesmärgiks korraldada jõuline ning sihipärane Lõuna-Eesti regiooni arendamine ja ühisturundus.

Tootearenduses ja turunduses on peamiseks märksõnaks: ehe Lõuna-Eesti. Lõuna-Eesti ehedus väljendub regiooni erilistes tugevustes, milleks on hästi hoitud loodus, põlvest põlve hoitud kultuuripärand ja rahvuslikud traditsioonid, siirad, avatud ja külalishahked inimesed. Lisaks sellele on Lõuna-Eesti eheduse märgiks traditsioonilised suurüritused, viies aastaag (suurveeperiood) ning Tartu linn ja Otepää kui regiooni tõmbekeskused.

Järeldus: Suur osa Lõuna-Eesti märksõnadest kattub Setomaa kohabrändi ja turismiarenduse omadega (hästi hoitud loodus, põlvest põlve hoitud kultuuripärand ja rahvuslikud traditsioonid, siirad, avatud ja külalishahked inimesed ja traditsioonilised suurüritused). Kattuvuse tõttu on Setomaal lihtne osaleda Lõuna-Eesti tootearenduses ja ühisturundustegevustes.

Prioriteetsed tootepõhised teemavaldkonnad Lõuna-Eesti regiooni turismi tootearenduses ja turunduses on:

- *Aktiivse puhkuse turism:* atraktiivsed rahvusvahelised spordiüritused, viies aastaag; lumepõhised tegevused;
- *Kultuuri- ja ajalooturism:* atraktiivsed traditsioonilised kultuuriüritused; säilinud kultuuriobjektid, vaimse pärandkultuuri hoidmine ja arendamine (seto, võrokeste, mulgi kultuur, Vene vanausulised jne), Tartu linn kui kultuurikeskus;
- *Loodusturism:* rahvuspargid, loodusmatkad üldhuvidega inimestele (nt rabamatkad), taime- ja loomavaatlused, pärandkooslused;
- *Tervise- ja lõõgastusturism:* kohaliku päritoluga niššitooted, raviturism koostöös TÜ kliinikumidega, *medical* spaa ja ökospa, mahetoit, rahu ja privaatsus;
- *Äriturism:* Tartu linn kui teaduskeskus ja teaduskonverentside toimumiskoht, omanäolised ja kvaliteetsed seminarikorraldamise kohad;
- *Pereturism (lastega pered):* peredele suunatud tooted ja teenused sh teemapargid, muuseumid, aktiivse-, tervise-, kultuuri- ja loodusturismi tooted, mis on suunatud lastega peredele.

¹ Riiklik Turismiarendukava 2014-2020 kinnitati Riigikogus novembris 2013, selle tegevuskava on veel koostamisel.

Järeldus: valdav enamus prioriteetidest kattub Setomaa suundadega. Kõige väiksem on ühisosa äriturismi suunal.

Lõuna-Eesti turismiarendusplaanis on määratletud piirkonna kitsaskohad ja arenguvõimalused, prioriteetidid. Käesolevas dokumendis on mõtted esitatud märksõnadega, arenguplaanis on teemadest pikemalt juttu. Kõrvale on märgitud teema olulisus Setomaa jaoks (oluline, vähem oluline).

KITSASKOHAD LÄHTUVALT KÜLASTAJA TEEKONNAST	Teema olulisus Setomaa jaoks
<u>Turundus ja kommunikatsioon:</u> lühiajaline planeerimine ressursside ebakindluse tõttu, ühise välisturunduse suur arenguvajadus, interaktiivset turundust tehakse vähe;	Oluline
<u>Transport (-ühendused), viidastus:</u> kehv ühendus rahvusvaheliste sõlmpunktidega, kehv ühendus LE piirkonna siseselt, kehv transpordiinfo kättesaadavus välismaalasele, viidastus puudulik (ei arvesta välismaalaste vajadustega);	Oluline
<u>Tooted ja teenused:</u> vähe ühistooteid, vähene paketeerimise oskus, madalhooja tooted puuduvad, liiga halduskeskne lähenemine, ebaühtlane kvaliteet;	Oluline
<u>Atraktsioonid ja üritused:</u> üritusturunduses ei suudeta pikalt ette planeerida, mitmed suurüritused samal ajal. Vähene koostöö atraktsioonide paketeerimisel;	Oluline
<u>Kogukond ja keskkond:</u> kogukonna teavitus ja kaasatus nõrk, võõrkeelse info kättesaadavus ebapiisav, kaasaegsed IT-rakendusi kasutatakse vähe, kesine keelteoskus ja kohati tõrjuv suhtumine turismi.	Oluline
ARENGUVÕIMALUSED JA PRIORITEETID	
Pikemaajaline segmendipõhine ning regiooniülene tootearendus ja ühisturundus;	Oluline
Kvaliteetne tootearendus ja hooajalisuse vähendamine, interaktiivsete turundusvõimaluste kasutamine;	Oluline
Rahvusvaheliste ja siseriiklike transpordiühenduste arendamine, regioonipõhise viidasüsteemi arendamine (mobiilirakendused, QR kood);	Vähem oluline
Kogukonna kaasamine turismiarendusse;	Oluline
Üritusturunduse jätkusuutlik areng ja planeerimine (sh turundustegevus), rahvusvaheliste ürituste ellu kutsumine ning mitmekesistamine (segmendipõhisus);	Oluline
Turismiuuringute mitmekesistamine ja jätkusuutlikkus (kliendirahulolu, majutusstatistika, mobiilpositsioneerimine);	Oluline
Efektivsem turismiteenuste kvaliteedikontroll ja ühtlasema kvaliteedi tagamine (sh kvaliteedi arendamine).	Oluline
<u>Säästva arengu ja kohaliku kogukonna toetamise põhimõtete rakendamine:</u>	
Roheline tee/GreenWay võrgustik (Viljandimaa on sinna kaasatud)	-
Roheline Võti/Green Key ökomärgis	Vähem oluline
Soomaa on rakendanud säästva arengu põhimõtteid prügimajanduses, õpperadade rajamisel	-
Säästva arengu põhimõtete järgijad mitmes Lõuna-Eesti piirkonnas, ökomärgised piirkonna toodetele	Vähem oluline
Võrtsjärv kuulub Natura 2000 võrgustikku, sellele kuulub EDEN auhind Eesti parima veeturismi sihtkohana	-
<u>Rahvusvaheline (sh piiriülene) koostöö:</u>	
Piiriülesed projektid ja koostöövõrgustikud Venemaa, Soome ja Lätiga, aga ka kaugemate piirkondadega. Mõned regioonis asuvad turismiobjektid on rahvusvahelistes võrgustikes (ühisturundus ka läbi võrgustike);	Oluline
Piirkondade sõprusvaldade ja linnade koostöö;	-
Õppimise ja teadmiste/kogemuste vahetamine;	Vähem oluline
Koostöö läbi rahvusvaheliste sündmuste ja sihtkoha turunduse.	Oluline

Järeldus: Enamus SA Lõuna-Eesti Turism poolt algatatud ettevõtmistest peaks Setomaa turismiarendusega hästi haakuma. Piirkonnale on odavam ühineda Lõuna-Eesti ettevõtmisega, kui ise algusest peale raha- ja ajaressurssi kulutada. Seega tuleb Lõuna-Eesti arendustega end hästi kursis hoida.

Et valdav osa praegustest turistidest Lõuna-Eestis ja Setomaal on siseturistid, siis on oluline teada **Eesti siseturistide eelistusi ja tarbijakäitumist**. 2013.a suviste sisereiside uuring viitab, et (EASi tellimusel Turu-uuringute AS):

- 2013. aasta suvel käis vähemalt ühel Eesti-sisesel vaba aja reisiril väljaspool oma maakonda 61% Eesti elanikest vanuses 15-74, u 603 000 eestimaalast (2011. aastal 63%).
- 2013. aasta suvel tegi ühepäevaseid väljasõite väljapoole oma maakonda kultuuri- või meelelahutus-ürituste külastamise eesmärgil 25% eestimaalastest, u 247 000 elanikku. Seda on ligi kaks korda vähem kui aastal 2009 ja 13% võrra vähem kui 2011.a.
- 2013. aasta suvel käis 15-74.a elanikest tööga mitteseotud mitmepäevastel reisiridel Eestis 48% ehk arvuliselt u 474 000 inimest. Kõrgeim oli see näitaja aastatel 2008-2009, siis küündis 64-65%-ni. 2011. aastal langes mitmepäevaste reisirijate osakaal 49%-ni.

Järeldus: Küllastajate langustrend näitab, et eestimaalasi on keeruline sihtkohta tagasi meelitada. Tulemuseks peab olema hea põhjus: atraktsioonid peavad uuenema või piirkonnas toimuvad sündmused peavad olema üle-Eestilise tähtsusega. Vaid siis on põhjust samasse kohta uuesti reisida.

Eesti-sisestest mitmepäevastest vaba aja reisiridest:

- 59% toimus ööbimisega sugulaste/tuttavate juures
- 26% tasulises majutusasutuses (2011. aastal ööbiti tasulistes majutusasutustes vaid 16%)
- 10% telgis
- 9% vastaja enda suvilas/maakodus/korteris

48% Eesti-siseste mitmepäevaste vaba aja reisiride puhul ei vajatud reisi korraldamiseks täiendavat informatsiooni. Kui infot vajati, siis enamasti saadi see peamiselt sõpradelt/sugulastelt (34% ööbimisega sisereisidest) või internetist (31%). Eelistatuimad internetilehed info otsimiseks olid: google.ee, küllastatavate linnade/valdade koduleheküljed, www.puhkaeestis.ee.

Järeldus: www.visitsetomaa.ee saidil tuleb infot kaasajastada nii eestikeelses kui ka vene ja inglisekeelses osas. Sealt hangivad infot nii Eesti inimesed kui välismaalased.

2.2 Turism Kagu-Eestis

Kagu-Eesti turismisektoris hõivatute arv on olnud suhteliselt madal, kuid pikas perspektiivis võib see olla üks majandusharu, mis pakub inimestele tööd ja seega võimaldab jääda maale elama. Turistide rahakulutused kajastuvad turismiettevõtete käibes, kuid kindlasti ka teiste sektorite majandustegevuses. Seega tänu turismisektoritele kasvab piirkonnas ka teiste sektorite käive. Maaelu mitmekesisustumine muudab huvitavamaks ka kohalike inimeste elu – osad teenused võivad jääda püsima seetõttu, et kliendibaasi moodustavad nii kohalikud elanikud kui ka piirkonna külalised.

Majutatute maht on Kagu-Eestis aastatel 2010-2013 kasvanud 32%, sh 21% siseturismi osas ja 113% välituristide osas. Absoluutarvudes on kasv suurem siseturismis (12072 inimest vs 8233 välituristi). Siseturistidest paljud on usutavasti üritustel osalejad.

Kui Kagu-Eestis on siseturiste 80-83%, siis Eestis keskmiselt on siseturistide osakaal mitu aastat püsinud samal 65% tasemel. Pikas perspektiivis usutavasti kasvab välituristide osakaal ka Kagu-

Eestis. Viimastel aastatel on kõige enam kasvanud Venemaalt Kagu-Eestisse saabuvate turistide arv, kasvanud on ka lätlaste osakaal.

Järeldus: Välisturistide osakaal Kagu-Eestisse reisijate seas kasvab usutavasti jätkuvalt. Selleks tuleb planeerida turundustegevused, eriti olulised on sihtkoha ja turismiobjektide võõrkeelne veeb, ning vastav tootearendus, infrastruktuur. Klienditeeninduses peab olema tagatud võõrkeelne teenindus, eriti oluline on vene keele oskus.

Tabel 1. Majutatute arv ja dünaamika Põlva ja Võru maakonnas

	2010	%	2013	%
Põlva maakond	29671		37889	
sh siseturistid	26643	90%	30319	80%
sh välisturistid	3028	10%	7570	20%
Venemaa	1488	5%	4780	13%
Soome	797	3%	1152	3%
Läti	286	1%	985	3%
Saksamaa	68	0%	149	0%
Võru maakond	34398		46485	
sh siseturistid	30162	88%	38558	83%
sh välisturistid	4236	12%	7927	17%
Venemaa	760	2%	2307	5%
Soome	1435	4%	1948	4%
Läti	750	2%	1661	4%
Saksamaa	228	1%	401	1%

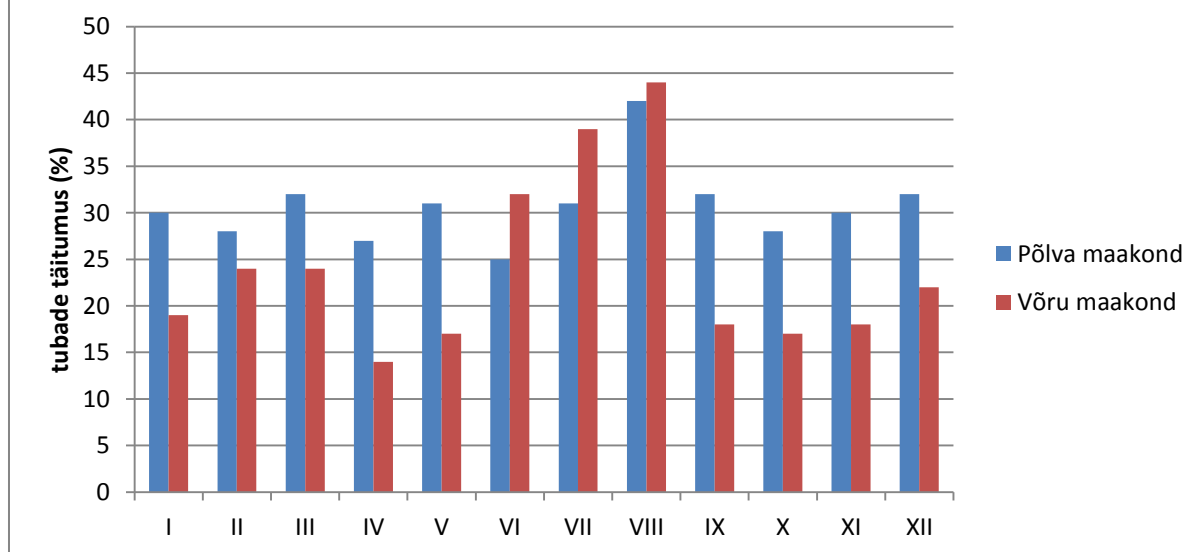
Kagu-Eesti turismisektori peamised probleemid on sesoonsus ehk vaikne madalhooaeg ja reise lühike kestvus. Reisi kestvuse näitaja Eestis keskmiselt kahaneb, Põlvamaal püsib suhteliselt kõrge Värskas Sanatooriumi poolt pakutavate pakettide tõttu. Värskas Sanatooriumi mõju tõttu on ka Põlvamaa tubade täituvuse näitajad aasta kuude lõikes keskmisena enam-vähem samal tasemel. Väiksemates Põlvamaa majutuskohtades on täituvusnäitajad sarnased Võrumaa näitajatele.

Järeldus: Oluline on tegeleda madalhooaja täitmisele suunatud tegevustega (nt luua ühispaketid) ja samas leida uusi huvitavaid tootearenduse ideesid ja rakendada aktiivse puhkuse tegijaid turismisektoris. Nii saab pikendada turistide sihtkohas viibimise aega. Potentsiaali on elustiili ettevõtetel, mis tegutsevad mitmes valdkonnas: turistile pakuvad huvitavaid tegevusi, näitavad kohalikku pärandit, maa elu-olu ja kohalikku eluviisi, toodavad midagi.

Tabel 2. Keskmise reisi kestvus Eestis ja Kagu-Eesti maakondades

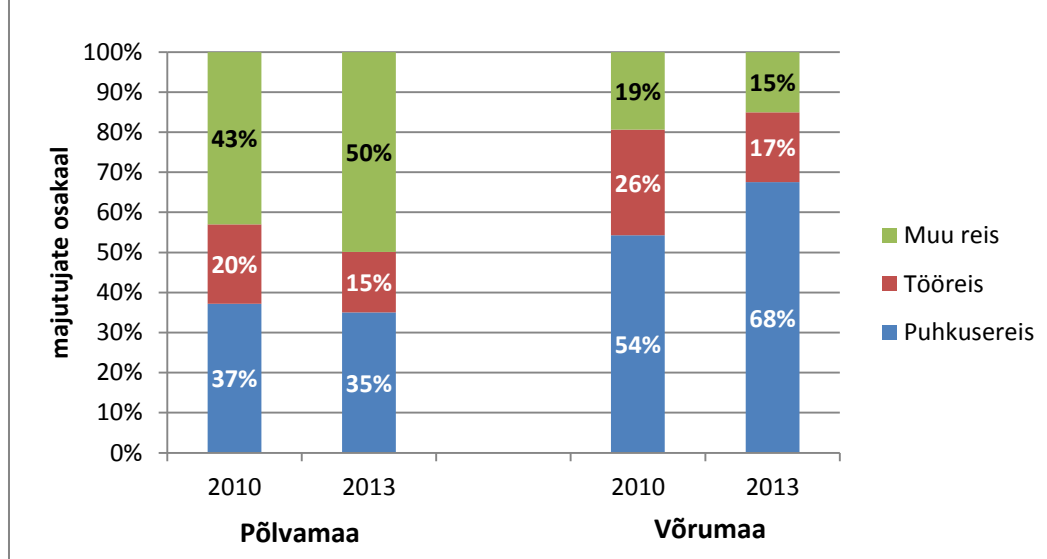
	2010	2011	2012	2013
Eestis keskmiselt	1,96	1,98	1,95	1,92
Põlva maakond	3,03	2,56	2,55	2,69
Võru maakond	2,09	1,98	1,98	1,92

Joonis 1. Tubade täitumus Kagu-Eestis eri kuudel (2013.a näitel)



Põlvamaa eripära on ka, et aasta-aastalt kasvab muul eesmärgil piirkonda reisivate turistide osakaal. Võrumaal kasvab puhkusereiside osakaal.

Joonis 2. Majutujate reisi eesmärk Kagu-Eestis



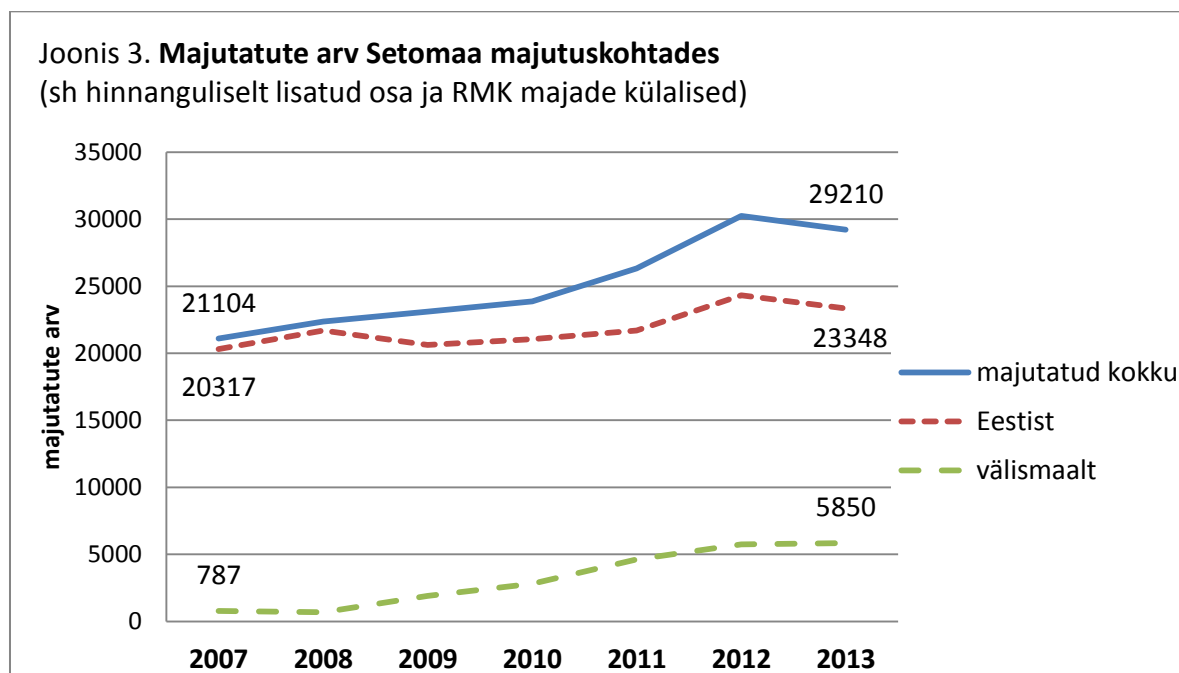
2.3 Turismisektori olukord Setomaal

Alates 2011.a kajastab Eesti Statistikaameti (ESA) andmebaas turismialast statistikat ka valdade kaupa. Statistikaameti kogutava info hulgas on majutujate arv üks turismisektori näitajatest. Setomaa Turism kogub paralleelselt ka ise piirkonna majutuskohtadelt majutujate kohta infot. Paraku selgub neid andmeid võrreldes, et paljud majutuskohtad pole riiklikusse baasi infot andnud. Seega ei kajasta riiklik statistika tegelikust ja pole Setomaa kontekstis pole mõistlik sisulist analüüsi teha ka muude riiklikus statistikas esitatud turisminäitajate lõikes.

ESA andmetel on majutatute arv Setomaa valdades viimastel aastatel püsinud suhteliselt samal tasemel – veidi üle 21000 majutatu. Sellest suure osa moodustab majutus Värskas Sanatooriumis ja Veekeskuses (u 70%-80%).

Et kõik majutuskohad ei ole majutatute infot jaganud ka Setomaa Turismile, siis oleme joonisel esitatud andmetes kasutanud ka hinnanguid (nt 2013 majutuse mahuna on kasutatud 2012.a näitajaid). 2013.a andmetes on hinnanguline osa u kolmandik. Hinnangulises osas sisaldub ka RMK majades ööbimine, sest seda ei käsitleta majutusena. Seepärast ei kajastu RMK majades ööbimised ka riiklikus statistikas.

Järeldus: Et riiklik statistika ei kajasta RMK majutuse osa, siis on hea, et Setomaa Turism ka majutajate kohta infot kogub. Samuti annab kogumise protsess meile hea ülevaate sellest, mis tasemel statistikat piirkonnast üldse on võimalik saada. Suured erinevused näitajates kinnitavad, et statistika kvaliteediga on piirkonnas vaja aktiivsemalt tegeleda.



Setomaa Turism kogub infot ka suuremate atraktsioonide külaliskäitavuse kohta. Ka atraktsioonide külaliskäitavuse näitajate järgi saab hinnata turunduse tulemuslikkust.

Järeldus: Suurte atraktsioonide juures saavad maal tegutsevad pereettevõtted pakkuda teisi teenuseid – toitlustus, majutus, õpitoad jne. Seepärast on positiivne tõdeda, et enamus atraktsioonide külaliskäitavus on aastatega tõusnud. Et SA Lõuna-Eesti Turism seab üheks eesmärgiks pakkuda lastega peredele rohkem tegevusi, siis tuleks mõelda sellele fookusele ka atraktsioonide juures.

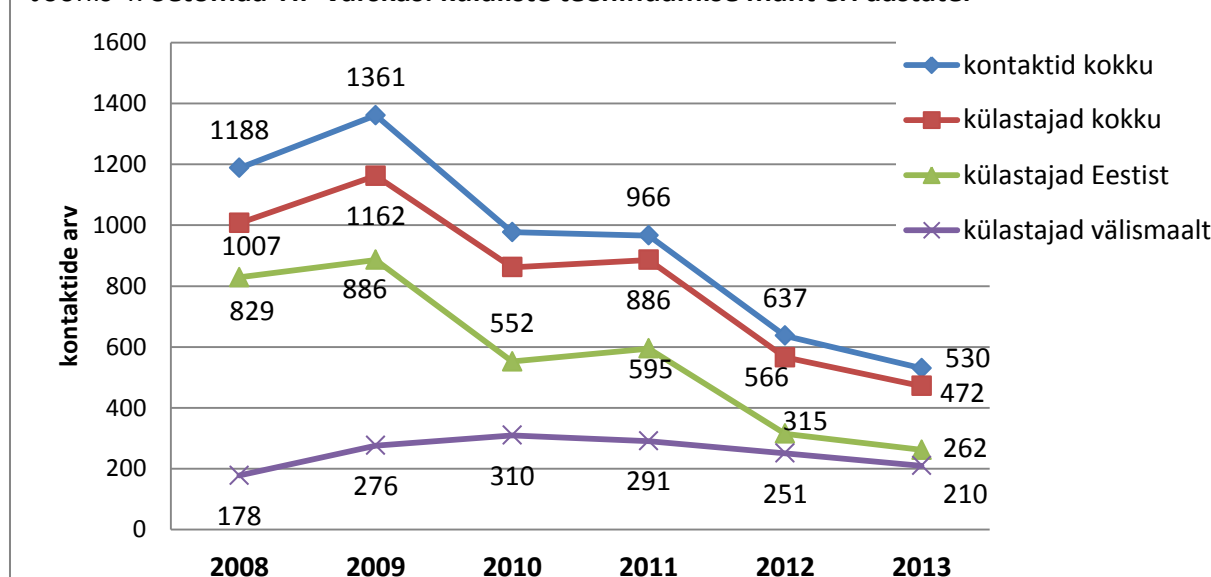
Tabel 3. Suuremate Seto Külävüül paiknevate turismiatraktsioonide külastatavus (andmed on kogutud MTÜ Setomaa Turism poolt):

	2011	2012	2013	sh Venemaa	sh Soome	sh Läti
Värskas veekeskus		79632	84708	u 50%		u 5%
Seto talumuuseum Värskas	17 000	19016	14933			
Saatse seto muuseum	4 000	4060	2900			
Obinitsa muuseum	3282	3638	4537	115	470	234
Vana Jüri seebikoda		u 3000	u 4000			
Piusa koobaste külastuskeskus	u 20000	u 19000	u 14000			
Seto ateljee-galerii		u 2000	u 3500			
Vastseliina linnuse külastuskeskus	9000	10230	11000			
Jaaniraotu linnupark		2000	2200			
Nopri talumeierei			3100	u 1%		u 3%

Aastate lõikes on muutunud Värskas tegutseva Setomaa turismiinfopunkti (edaspidi: TIP) külastajate arv (näitajad ei sisalda kohalike inimeste aastaringset külastamist ja ürituste piletite ostjaid). Projektidega on mõjutatud TIP külastatavust: 2009.a valmis esimene külalistele suunatud veebileht, 2013.a valmis veeb www.visitsetomaa.ee, paigaldati maastikule paigaldati 130 viita ja 12 Setomaa välikaarti. Välikaardid ja viidad on oluline infrastruktuuri osa, eriti väliskülaliste jaoks, et mitte piirkonnas teelt eksida. TIP külastatavuse vähenemise tõttu on TIP töötaja saanud rohkem tegeleda projektide töödega.

Järeldus: TIP lahtiolekut võib tõlgendada kogukonna jaoks olulise teenusena - müügil on suurürituste piletid, CD-d, raamatud. Lähiajal on vaja otsustada, mis rolli TIP edasi kannab.

Joonis 4. Setomaa TIP Värskas: külaliste teenindamise maht eri aastatel



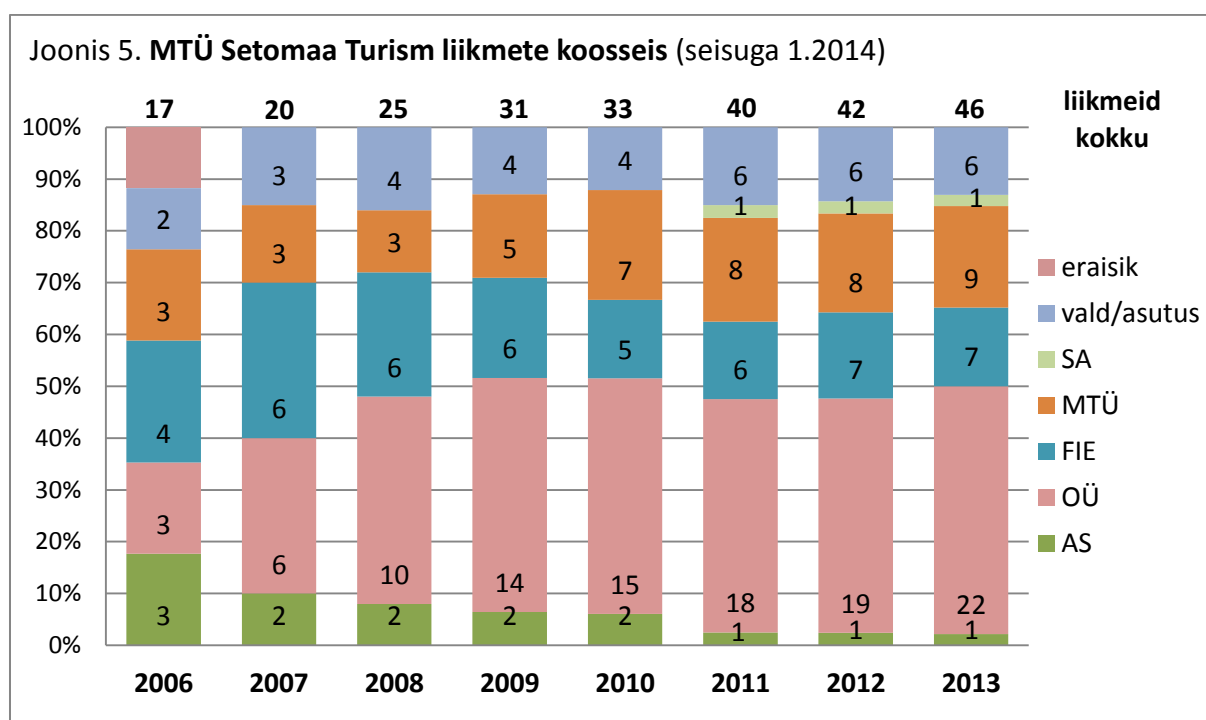
2.4 Setomaa turismivaldkonna institutsionaalne süsteem

Turismivaldkonda arendamisega tegelevad Setomaal mitmed tegijad – see on iga valla vastutus, Setomaa Valdade Liit osaleb rahvusvahelistes projektides (näiteks aastatel 2011-2013 olid INTERREGI projektid Comcot ja Infacto) ja MTÜ Setomaa Turism, mis ühendab valdkonnast huvitatud osapooli.

MTÜ Setomaa Turismi põhikiri seab MTÜ eesmärgiks on ühendada valdkonna mõttekaaslasi, tegeleda turismivaldkonna arendusprojektidega ja infrastruktuuri arendamisega ning teha koostööd teiste turismivaldkonnaga seotud organisatsioonidega.

Seisuga 1.2014 on MTÜI viis volinikku, kes on valitud regionaalsuse põhimõttel, st igat Setomaa valda esindab vähemalt üks inimene; MTÜs töötab kaks inimest, mõlemad 0,8 koormusega; MTÜ juhataja ja tegevjuht tegutseb ühes isikus.

MTÜ liikmeskond on aasta-aastalt kasvanud. Iga teine MTÜ Setomaa Turism liikmetest on osauhing, palju on ka MTÜsid.



Peamised Setomaa sisesed partnerid MTÜ Setomaa Turismile on: neli Setomaa valda (mh on need ka MTÜ liikmed) ja SVL projektide partnerina. Koostööpunkte on MTÜ Seto Käsitöö Kogoga, SA Seto Instituudiga, Setomaa ettevõtlusnõustajaga.

Piirkonna välised partnerid MTÜ Setomaa Turismile on SA Lõuna-Eesti Turism, Põlvamaa ja Võrumaa turismiarendajad, MTÜ Eesti Maaturism ja EAS Turismiarenduskeskus. Projektide kaudu on koostööpartnereid teisigi, näiteks on Setomaa Turism kaasatud National Geographic kollaste akende arendustöösse. Selle kaudu on olulisteks partneriteks MTÜ Piiriveere Liider ja MTÜ Tartumaa Arendusselts.

Kehtiva Setomaa turismivaldkonna institutsionaalse süsteemi tugevuseks on:

- MTÜI on selge valdkonna fookus. Et valdkond on piirkonnas nimetatud oluliseks, siis ainult pideva tegutsemisega sellel alal saab saavutada parimaid tulemusi.

- MTÜ saab piirkonna turismisuunda esindada väljaspool Setomaad. Koostöö ja sünergia saavutamiseks on see oluline – nii jõuab info piirkonda vahendajateta ja turismiasjalised saavad endale sobivaimal viisil tegevustesse panustada.
- SVL rahvusvaheliste projektide partnerina on rahaliselt jätkusuutlikum organisatsioon kui Setomaa Turism.

Praeguse süsteemi nõrkuseks on:

- Kohatine maatriksjuhtimine. See juhtub näiteks siis, kui SVL algatab turismialase rahvusvahelise projekti. Sel juhul MTÜ tegeleb enda algatatud projektidega ja samal ajal ka rahvusvahelise projektiga. Projektiperioodil on tööaega keeruline planeerida, tekib ülekoormus.
- Setomaa organisatsioonide koostöö ja sünergia võimalusi ei rakendata täiel määral, organisatsioonid tegelevad fookuseeritult oma valdkonnaga. Nt turistid on üheks kliendirühmaks ka teistele üleseto-organisatsioonidele, piirkonda tuleks rohkem vaadelda ühe tervikuna, eriti kui esindatakse piirkonda väljaspool Setomaad.
- MTÜ Setomaa Turismil on palju koostööpartnereid, see viitab tegevuste killustatusele.

2.5 Setomaa turismipiirkonna SWOT analüüs

Järgnevalt on tabelina välja toodud Setomaa turismipiirkonna SWOT ehk tugevuste, nõrkuste, võimaluste ja ohtude analüüs.

TUGEVUSED	NÕRKUSED
<ul style="list-style-type: none"> • Piirkonna rikkalik ajaloopärand ja pärimuskultuur (kombed, keel, leelo, toit, käsitöö, tsässonid) • Ehe, puutumata loodus ja loodusressursside rohkus (mineraalveed, savi, mets, vesi, seened, marjad, järved, jõed, sood, liiv) • Venemaa ja Läti turismituru lähedus • Seto ning Värska kuvandi tuntus Eestis (rahvarõivad, Zetod, kuningriigi päevad, Värksa vesi ja sanatoorium) • Tunnustatud ja tuntud kuurorti (Värska) olemasolu • Hästi toimivad koostöövõrgustikud nii turismisektoris (MTÜ Setomaa Turism) kui ka laiemalt (Setomaa Valdade Liit, Käsitüü Kogo jne) • Koostöö tugevus Venemaa Pihkva oblastiga 	<ul style="list-style-type: none"> • Kaugus Tallinnast, sadamatest ja lennujaamadest • Aktiivsete inimeste hulga piiratus ja liigne hõivatus • Toitlustuskohtade väiksus ja vähesus (toidud ainult ettetellimisel) • Kohalike toodete pakkumise puudumine (suveniirid, käsitöö, aiasaadused, legendid) • Infrastruktuuri mahajäämused (kruusateede suur osakaal, kiire interneti vähesus, elektriühenduste ebastabiilsus) • Setomaa visuaalse identiteedi vähene nähtavus piirkonnas • Kvalifitseeritud tööjõu vähesus • Madalad palgad turismisektoris • Sündmuste vähesus, mis motiveeriks külastajaid jääma mitmeks päevaks • Turistidele suunatud kaubanduse vähesus.
VÕIMALUSED	OHUD
<ul style="list-style-type: none"> • Venemaaga viisarežiimi ja piiriületuse lihtsustumine • Vene turistide suur huvi piirkonna ja teenuste tarbimise ning kaubanduse vastu Setomaal • Lähinaabruses üle-eestiliselt tuntud vaatamisväärsused (Piusa koopad, Vastselliina linnus, Meenikunno raba, Röpina paberivabrik ja loomemaja, Irboska kindlus, Petseri klooster) • Kultuuri, käsitöö ja spordiga seotud kodanikuühenduste rohkus ja potentsiaal teenusepakkujana • Seto leelo staatus UNESCO vaimse kultuuripärandi nimistus • Euroopa Liidu toetusprogrammid 2014 -2020 	<ul style="list-style-type: none"> • Liigne sõltuvus toetusprogrammidest • Külastatavuse ohud looduskeskkonnale ja pärimuskultuuri ehedusele • Turismisektori edukuse sõltuvus riiklikust Venemaa poliitikast • Rahvastiku vananemine ja väljaränne

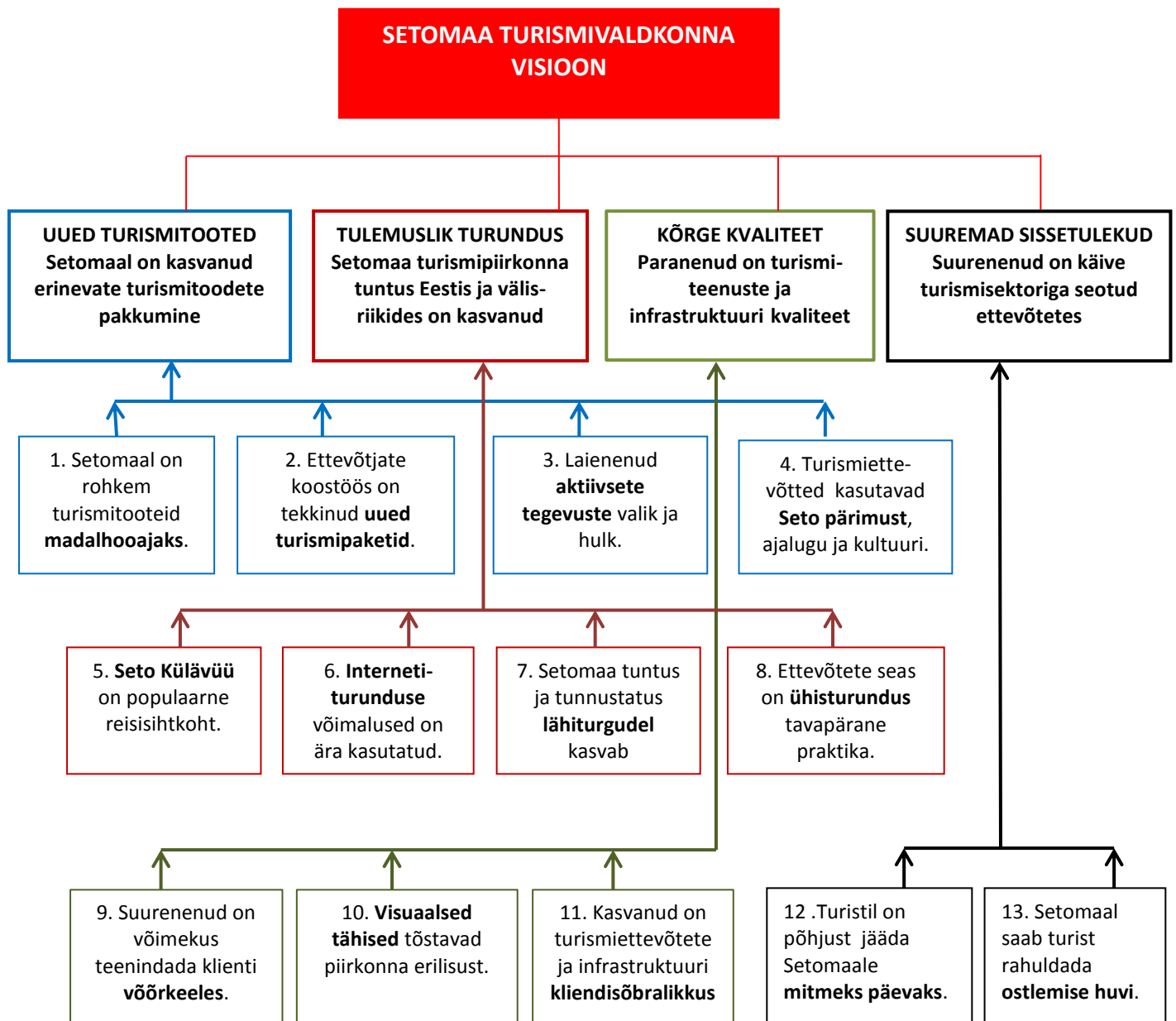
1. Turismisektor saab suuremal määral ära kasutada piirkonna tugevusi nagu rikkalik ajaloopärand, pärimuskultuur ning ehe, puutumata loodus selleks, et luua turisti jaoks uusi põnevaid tooteid ja sellega suurendada turismisektori tulusid. Võimalusi selleks annab turistide arvu kasv, eriti Venemaa suunalt ning perioodi 2014-2020 Euroopa toetusprogrammid. Sellest tulenevalt püstitame eesmärgiks kasvatada **Setomaal erinevate turismitoodete pakkumist**. Eesmärgi poole liikudes tuleb investeerida vaid jätkusuutlikesse projektidesse ning sellega vältida liigset sõltuvust

välistest toetustest. Samuti tuleb jälgida, et uued turismitooted ei kahjustaks looduskeskkonda ega pärimuskultuuri ehedust.

2. Setomaa ja ka Värska on Eestis tuntud kaubamärgid. Sellele tugevusele on hea toetuda turismiturundust planeerides. Järjest rohkem tuleb panustada tuntuse tõstmisele välisriikides. Hea eelise annab selleks Venemaa ja Läti turismituru lähedus. Sellest lähtuvalt on turismiedendajad seadnud eesmärgi tõsta **Setomaa turismipiirkonna tuntus Eestis ning eriti välisriikides**.
3. Arvestades piirkonna kaugus Tallinnast, tuleb eriti pingutada selle nimel, et piirkonna teenuste kvaliteedikuvand oleks ühtlaselt kõrge. Siin on piirkonnal palju arenguruumi. Täna on piirkonna nõrkusteks muu hulgas toidlustuskohtade vähesus, kohati halvad teed, aga ka Setomaa visuaalse identiteedi vähene nähtavus piirkonnas. Samuti napib võõrkeelte keeleoskust. Selleks, et hoida Setomaa kaubamärgi head mainet, seatakse eesmärgiks **parandada turismiteenuste ja infrastruktuuri kvaliteeti** selle erinevates komponentides.
4. Kuigi turismiettevõtete osakaal piirkonna majanduses pole kuigi suur, on sektoril võime suurendada käivet seotud valdkondades nagu kaubandus, toidlustus ja teenused. Selleks tuleb ära kasutada selliseid eeliseid Värska Sanatooriumi külastajate arvu tõusu viimastel aastael, aga ka Venemaa ja Läti turismituru lähedus ning eriti Vene turistide suurt huvi tarbida erinevaid teenuseid ja osta tooteid. Eesmärgiks on seatud **suurendada käivet turismisektoriga seotud ettevõtetes**. Selleks tuleb ületada täna piirkonda iseloomustav kaubanduse ja teenuste vähesus, mis ei võimalda turistidel siia rohkem sissetulekut jätta. Samuti tuleks tulude tõstmiseks anda põhjust jääda piirkonda pikemaks näiteks luua juurde põnevaid suurüritusi, arendada turismimarsruute ja pakette.

III STRATEEGIA

Setomaa turismivaldkonna strateegia toetub visioonile, neljale strateegilisele eesmärgile ja võtmevaldkonnale ning 13 arengueesmärgile. Lühidalt on strateegia sisu kokku võetud järgmise skeemina.



3.1 Visioon 2020

Setomaa turismiasjalised on valdkonna visiooni aastaks 2020 sõnastanud järgmiselt:

Aastal 2020 on Setomaa **tuntud ja atraktiivne turismipiirkond**, kuhu soovivad tulla külastajad nii **Eestist, Venemaalt, Lätist, Soomest** kui ka kaugemalt. Piirkonda teatakse kui **kvaliteetset ja omanäolist pärandkultuuri-, loodus- ja pereturismi sihtkohta**. Setomaal on **lai valik elamusi ja teadmisi pakkuvaid turismitooteid ning –pakette**. Turismimarsruut **Seto Külävüü** on kujunenud tuntud kaubamärgiks ning toob siinsetele ettevõtetele täiendavat tulu. Teave Setomaa turismiteenuste ja –toodete kohta on külastajatele kergelt leitav. Setomaa väärtusi turundatakse edukalt **era- ja avaliku sektori koostöös**. Siinseid turismiettevõtteid iseloomustab koostöötahe ja pidev **kliendi tagasisidega arvestamine**. Seto **kogukond on külalislahke ning kaasatud** piirkonna turismi arendamisse.

3.2 Võtmevaldkonnad ja eesmärgid

Setomaa turismistrateegiat teostatakse läbi 4 võtmevaldkonna – uued turismitooted, tulemuslik turundus, kõrge kvaliteet ja suuremad sissetulekud, mis vastavad neljale allpool toodud strateegilisele eesmärgile. Iga eesmärgi jaoks on sätestatud tulemuslikkuse mõõdikud, mille kaudu strateegia täitmise edukust hinnatakse.

Strateegiline eesmärk		Võtmevaldkond	Üldised mõõdikud
Setomaal on kasvanud erinevate turismitoodete pakkumine	→	UUED TURISMITOOTED	Turismitoodete ja pakettide arv, nende hulgas aktiivset tegevust pakkuvate (st osalusturism), seto eripära kasutavate ja madalhooajal toimivate toodete arv.
Setomaa turismipiirkonna tuntus Eestis ja välisriikides on kasvanud	→	TULEMUSLIK TURUNDUS	Turistide arvu dünaamika, sealhulgas eraldi vaadelduna lähiturgude – Vene, Läti, Soome turismistatistika.
Paranenud on turismi teenuste ja infrastruktuuri kvaliteet	→	KÕRGE KVALITEET	Klienditagasiside, mis puudutab rahulolu teenuste kvaliteediga, teenuspakkujate keeleoskuse ja teenuste ülesleitavusega.
Suurenenud on käive turismisektoriga seotud ettevõtetes	→	SUUREMAD SISSETULEKUD	Turismisektoris hõivatud tööjõu hulk ja osakaal ning turismisektori käibe näitajad.

Lõuna-Eesti turismiarenduplaanis viidatud tootepõhistest teemavaldkondadest on Setomaal olulised: kultuuri- ja ajalooturism, loodusturism, tervise- ja lõõgastusturism, pereturism (lastega pered), aktiivse puhkuse turism.

Võtmevaldkond : UUED TURISMITOOTED

Uute turismitoodete tekke soodustamisel on oluline luua eeldused turisti mitmeks päevaks piirkonda jäämisele ning külastaja siia „meelitamiseks“ ka väljaspool suvehooaega. Samuti on tähtis, et ettevõtted suudaks tootearendusel koostööd teha, ühised pakette luua ja turundada. Eriti suur on selliste turismitoodete nõudlus, kus turist saab uusi kogemusi aktiivselt tegutsedes – sportides, seigeldes, kalastades, käsitööd tehes jne. Seto kultuur ja eripärane identiteet annab võimaluse teha turismitooted eristuvateks ja erilisteks. Seda võimalust on põhjust rohkem ära kasutada.

Antud võtmevaldkonnal on 4 alaeesmärki.

Eesmärk	Mõõdikud
1. Setomaal on rohkem turismitooteid madalhooajaks – kevadeks, talveks ja sügiseks	Madalhooajal pakutavate turismitoodete arv
2. Ettevõtjate koostöös on tekkinud turismipaketid	Turismipakettide arv
3. Setomaa turistide jaoks on laienenud aktiivsete tegevuste valik ja kasvanud pakkujate arv	Aktiivset tegevust pakkuvate turismitegijate arv
4. Turismiettevõtted kasutavad eristumiseks rohkem ära seto pärimust, ajalugu ja kultuuri	Kohalikku pärandit kasutavate ettevõtete osakaal

Prioriteetsed tegevused eesmärkide saavutamiseks on:

- Koolitused Seto Külävüü võrgustiku arendamiseks: tootearendus, lood, külastajamäng, meened vms ning
- Koolitused giididele, et luua eeldused kohaliku reisikorraldusteenuse tekkeks.

Valdkondade prioriteetsete tegevustega tegeleb Setomaa Turism esmajärjekorras. Prioriteetide seadmine on eriti oluline juhuks, kui MTÜ igapäevase tegevuse rahastus peaks vähenema.

Võtmevaldkond : TULEMUSLIK TURUNDUS

Setomaa kui turismipiirkonna atraktiivsuse suurenemiseks on hea alus pandud Seto Külävüü reisimarsruudi loomisega. Nüüd on oluline loodud veelgi tulemuslikumalt turundada. Lisaks siseturistidele võetakse fookusesse lähiturud – Venemaa, järjest enam maksujõudu koguv Läti ning traditsiooniliselt Eesti vastu suurt huvi tundev Soome. Turunduses panustatakse järjest enam ettevõtjate koostööle ning interneti võimalustele.

Eesmärk	Mõõdikud
5. Seto Külävüü reisimarsruut on populaarne reisisihtkoht Eestis ja naaberriikides	Suuremate atraktsioonide küllastajate arv, majutujate arv ja ööbimiste piirkonnas
6. Internetiturunduse võimalused on tulemuslikult ära kasutatud turistide Setomaale meelitamiseks	Võõrkeelset infot veebis pakkuvate turismiettevõtete arv
7. Setomaa tuntus ja tunnustatus lähiturudel kasvab	Vene, Läti, Soome turistide arv
8. Setomaa turismiettevõtete seas on ühisturundus tavapärane praktika	Ühisturunduses osalevate ettevõtete arv, ühisturundustegevuste arv

Prioriteetsed tegevused eesmärkide saavutamiseks on:

- Visitsetomaa.ee saidi ja Facebookis Visit Setomaa konto haldamine ja uuendamine,

- Seto Külävüü turundus – internet, materjalid, messid, meedias kajastamine, osalus National Geographic projektis jne
- Setomaa sündmuste kalendri koostamine ja levitamine EAS Turismiarenduskeskuse ja Lõuna-Eesti Turismi kaudu ning
- UNESCO vaimse kultuuripärandi tunnustuse rakendamine parimal viisil.

Võtmevaldkond : KÕRGE KVALITEET

Setomaa turismisektori pikaajalise edukuse tagab turismiteenuste kvaliteedi hoidmine ja tõstmine. Esmajoonel on vaja tegeleda välituristide teenindamiseks vajaliku keelteoskuse tõstmisega ning piirkonna turismiobjektide leidmise lihtsustamisega. Oluline on pidevalt teadvustada kliendi tagasisidet.

Eesmärk	Mõõdikud
9. Kasvanud on turismiettevõtete võimekus jagada infot ning teenindada klienti võõrkeeles	Võõrkeeles (eelkõige inglise ja vene keeles) teenindavate ettevõtete ning võõrkeelsete kodulehtede arv
10. Setomaale omased visuaalsed tähised tõstavad turistide tunnetust piirkonna erilisusest	Setopäraste visuaalsete tähiste arvukus avalikus ruumis
11. Kasvanud on turismiettevõtete ja turismi infrastruktuuri kliendisõbralikkus	Klientide hinnang tagasiside põhjal

Prioriteetseks tegevuseks eesmärkide saavutamiseks on:

- turismiinfokandjate – viitade, kaartide, objektisiltide jne – loomine ning
- Eestis kasutatavate kvaliteedimärgiste ja –süsteemide rakendamise propageerimine – rukkilill, EHE jne.

Võtmevaldkond : SUUREMAD SISSETULEKUD

Piirkonna turismisektori arendamise lõppeesmärk on saavutada elanike sissetulekute ja piirkonna ettevõtete käibe kasv. Eelkõige genereerivad Setomaale tulu need turistid, kes viibivad piirkonnas pikemalt ning seetõttu tarbivad rohkem. Samuti tuleb paremini ära kasutada turistide soovi osta meeneid ja eriti Vene turistide soodumust turismireisil puhkamise kõrval ka oste teha. Tuleb luua ostlemiseks paremaid võimalusi Setomaal kohapeal.

Eesmärk	Mõõdikud
12. Turistidele on loodud argumendid jäämaks Setomaale mitmeks päevaks	Õöbimiste arv, keskmine reisi kestvus
13. Setomaa pakub võimalusi rahuldavaks turistide ostlemise huvi	Ostukohtade arvu ja nende käibe kasv

Prioriteetseks tegevuseks eesmärkide saavutamiseks on:

- Setomaa meenete arendus ning
- Teenuste ja ürituste sidumine, et luua turistile pikemaks ajaks piirkonda jäämise argument.

3.3 Tegevuskava

Võtmevaldkond/ tegevused	Tähtaeg							Vastutaja (d)
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
UUED TURISMITOOTED								
Koolitused Seto Külävüü võrgustiku arendamiseks: tootearendus, lood, külastajamäng, meened vms	X	X						Setomaa Turism
Koolitused giididele, et luua eeldused kohaliku reisikorraldusteenuse tekkeks								Setomaa Turism
Aktiivseid tegevusi pakkuvate MTÜde, seltside, klubide jne kaardistamine ja kaasamine turismiteenuste pakkumisse	X							Setomaa Turism
Turismiettevõtjale oskuste ja eeskujude andmine turismipakettide tegemiseks – koolitused, õppereisid jne	X	X						Setomaa Turism, Lõuna-Eesti Turism
Madalhooaja täitmise ideedeks ajurünnakute korraldamine koos turismisektori väliste inimestega – pärimusteater, spordiklubid, kunstnikud jne		X						Setomaa Turism
Uute loodusradade ja uute objektide viidastamine, kaardistamine								Setomaa Turism, KOVid
Setomaa, kui ökotursimi keskkonna arendamine								Setomaa Turism
Uute (suur)ürituste loomine madalhooaja täitmiseks								Ettevõtjad
Uute turismipakettide loomine ja müügi korraldamine								Ettevõtjad
Suurürituste ajaks lihtsate majutusvõimaluste pakkumine								Ettevõtjad
Aktiivset tegevust pakkuvaid turismiteenuste loomine								Ettevõtjad
Uute turismitoodete loomine madalhooajaks								Ettevõtjad
Aktiivselt loodusturismi arendamisel osalemine								Ettevõtjad, KOVid
Setomaal ökoturismi keskkonna väljaarendamine								KOVid, Setomaa Turism
Veeturismi jaoks randumiskohtade loomine								KOVid, ettevõtjad
Lüübnitsa külakeskusele II korruse ehitamine	X	X						Mikitamäe VV
Reegi suvila maa-alale külastuskeskuse rajamine		X	X					Värskas VV
Põhjajalaagri püsinäituse kujundamine		X						Seto Talumuuseum, Kaitseministeerium
Randumissildade ja paatide veeskamiskohtade ehitus (Reegi suvila, Värskas asula)	X	X						Värskas VV
Seto Talumuuseumi osana Paloveere (Leppoja) talu renoveerimine		X						Seto Talumuuseum
Värskas ekstreempargi projekteerimine ja ehitamine		X	X					Värskas VV, Noortekeskus
Tervisespordikeskuse rajamine, II etapp			X					Värskas VV
Verhulitsa tervisespordiradade ja Värskas matkaradade rekonstrueerimine	X	X						Värskas VV
Saatse rahvamaja renoveerimine				X				Värskas kultuurikeskus
Meremäe vaatetorni täiendamine	X	X						Meremäe VV

Hilläkeste järve puhkeala ja Obinitsa järve ranna puhkeala ja juurdepääsuteed	X							Meremäe VV
Luikjärve talu rekonstrueerimine		X						Meremäe VV, Obinitsa muuseum
Meremäe tööstusala (garaažid, töökoda, kuivati, laod, kartulihoidla, vanad sigalad jmt) arendamine kaasaegseks tootmis- ja teenindusalaks		X						Meremäe VV
Obinitsa ja Miike kiriku renoveerimine		X						Meremäe VV
Hilläkeste nulgatarõ rekonstrueerimine	X							Meremäe Kultuuriühing
Meremäe küla paekivist silotornide kasutuselevõtt ja atraktiivseks muutmine		X						Meremäe külaselts
TULEMUSLIK TURUNDUS	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	
Visitsetomaa.ee saidi ja Facebookis Visit Setomaa konto haldamine ja uuendamine	X	X						Setomaa Turism
Seto Külävüü turundus – internet, materjalid, messid, meedias kajastamine, osalus National Geographic projektis jne	X	X						Setomaa Turism
Setomaa sündmuste kalendri koostamine ja levitamine EAS Turismiarenduskeskuse ja Lõuna-Eesti Turismi kaudu	X	X						Setomaa Turism, KOVid
UNESCO vaimse kultuuripärandi tunnustuse rakendamine parimal viisil	X	X						Setomaa Turism
Setomaa turismiinfo kvaliteetne esindatus väljaspool Setomaad – visitestonia.com, visitsouthestonia.com visitvoru.ee, visitpolva.ee, visitpeipsi.com								Setomaa Turism, ettevõtjad, KOVid
Seto traditsioonilise toidu turundamine, sh Seto Külävüü kostipäeva korraldus	X							Setomaa Turism, Seto Käsitüü Kogo
Setomaa turismooteid tutvustavad turundusüritused ja ringsõidud Eesti, Vene ja Läti reisikorraldajatele								Setomaa Turism, Lõuna-Eesti Turism
Turismiasjaliste koostööd soodustavad ühisüritused, arutelud, õppereisid	X	X						Setomaa Turism, SVL, Seto Käsitüü Kogo, Lõuna-Eesti Turism
Turunduse tõhustamine Venemaa suunal, lisaks Pihkvale Peterburgi, Moskvasse ja Soome-Ugri aladele (messid, internetiturundus, materjalid)		X						Setomaa Turism, Lõuna-Eesti Turism, ettevõtjad
Turunduse tõhustamine Läti ja Soome suunal - messid, internetiturundus, materjalid	X	X						Setomaa Turism, Lõuna-Eesti Turism
Seto Külävüü marsruudi edasiarendus Petseri rajooni								Setomaa Turism
Internetiturunduse ja booking.com koolituste korraldamine								Setomaa Turism
Turismiteenuse pakujate kodulehtede informatiivsuse ja atraktiivsuse tõstmine								Ettevõtjad
Puhkaeestis.ee saidil Setomaa info uuendamine								Ettevõtjad, Setomaa Turism

IV ARENGUKAVA SEIRE JA HINDAMINE

Arengukava seiret teostab valitud töörühm igal aastal esimese kvartali jooksul. Seire eesmärk on tõsta turismiasjaliste teadlikkust Setomaa turismisektori arengutest ning oma seotust arengukava ellu viimisega. Seire tulemusena tehakse ettepanekud järgmiste perioodide tegevusteks.

Seire protsessis antakse arengukava elluviimisele hinnang kahel tasandil: esiteks eesmärkide poole liikumise ning teiseks tegevuskava täitmise osas. Hinnang vormistatakse MTÜ Setomaa Turism seirearuandena lisas 1 toodud tabelina.

Arengukava hindamine. Nullpunkti kaardistamiseks, tehakse hindamine perioodi alguses. Arengukava perioodi vältel toimub 2017.a. vahehindamine ning perioodi lõpus ehk aastal 2020 viiakse läbi arengukava tulemuste ja mõjude hindamine.

Vahehindamise eesmärgiks on välja selgitada, kas arengukava strateegia osas välja toodud statistilised näitajad ja mõõdikud liiguvad soovitud suunas. Vahehindamise soovituslik formaat on toodud arengukava lisas 2.

Lõpphindamise puhul vaadatakse, kuivõrd on eesmärgid ja soovitud näitajad saavutatud ning tegevuskava ellu viidud. Lõpphindamise järeldused on aluseks järgmise arengukava koostamiseks. Lõpphindamiseks kasutatakse kombineeritult seireprotsessi jaoks ja vahehindamisel kasutatavat formaati ning võimalusel ka uuringuid.

Lisa 1. Setomaa turismiarendukava seirearuanne

vorm A: EESMÄRKIDE TÄITMINE (vorm täidetakse igal aastal)

Seirekoosoleku aeg:

Osalejad:

EESMÄRK	MUUTUS (Milline on olnud liikumine eesmärgi suunas?)	KOMMENTAAR (Milliseid täiendavaid tegevusi on vaja teha, et eesmärk saavutada? Vastutaja?)
Setomaal on rohkem turismitooteid madalhooajaks – kevadeks, talveks ja sügiseks	Millised on muutused madalhooajal pakutavate turismitoodete osas?	
Ettevõtjate koostöös on tekkinud turismipaketid	Kuidas on liigutud uute turismipakettide tekke suunas?	
Setomaa turistide jaoks on laienenud aktiivsete tegevuste valik ja kasvanud pakkujate arv	Milliseid aktiivseid tegevusi t pakkuvaid turismiettevõteteid on juurde tekkinud või tekkimas?	
Turismiettevõtted kasutavad eristumiseks rohkem ära seto pärimust, ajalugu ja kultuuri	Kuidas on laienenud kohaliku pärandi kasutamine ettevõtetes?	
Seto Külävüü reisimarsruut on populaarne reisisihtkoht Eestis ja naaberriikides	Milline on viimase aasta suuremate atraksioonide külastajate arvu muutus? Kuidas on muutunud majutujate ja ööbimiste arv piirkonnas?	
Internetiturunduse võimalused on tulemuslikult ära kasutatud turistide Setomaale meelitamiseks	Kui palju on tulnud juurde veebis võõrkeelset infot pakkuvaid turismiettevõteteid?	
Setomaa tuntus ja tunnustatus lähiturgul kasvab	Milline on olnud viimase aasta Vene, Läti, Soome turistide arvu dünaamika?	
Setomaa turismiettevõtete seas on ühisturundus tavapärane praktika	Millised ettevõtted on viimase aasta jooksul alustanud ühisturundust? Milliseid ühisturundustegevusi on tehtud?	
Kasvanud on turismiettevõtete võimekus jagada infot ning teenindada klienti võõrkeeles	Millised on arengud võõrkeelse teeninduse osas turismi ettevõtetes?	

Setomaale omased visuaalsed tähised tõstavad turistide tunnetust piirkonna erilisusest	Milliseid setopäraseid visuaalseid tähiseid on aasta jooksul avalikku ruumi juurde tulnud.		
Kasvanud on turismiettevõtete ja turismi infrastruktuuri kliendisõbralikkus	Milline on olnud klientide tagasiside Setomaa turismiteenustele?		
Turistidele on loodud argumendid jäämaks Setomaale mitmeks päevaks	Milliseid uusi argumente (üritusi, tooteid, teenuseid) on loodud, et turistid jääks mitmeks päevaks?		
Setomaa pakub võimalusi rahuldamiseks turistide ostlemise huvi	Milliseid uusi ostlemise kohti on juurde tekkinud? Kuidas on muutnud käive kaubanduses?		

Vorm B: TEGEVUSKAVA TÄITMINE (vorm täidetakse igal aastal)

Seirekoosolekul aeg:

Osalejad:

TEGEVUS	TÄHTAEG (aasta)							TÄITMISE SEIS („Alustamata“; „Ettevalmistamisel“, „Osaliselt täidetud“, „Täidetud“)	KOMMENTAAR (Kõik asjakohased märkused, põhjendused, ettepanekud tegevuse osas.)
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020		
UUED TURISMITOOTED									
Koolitused Seto Külävüü võrgustiku arendamiseks: tootearendus, lood, külastajamäng, meened vms	X	X							
Koolitused giididele, et luua eeldused kohaliku reisikorraldusteenuse tekkeks									
Aktiivseid tegevusi pakkuvate MTÜde, seltside, klubide jne kaardistamine ja kaasamine turismiteenuste pakkumisse	X								
Turismiettevõtjale oskuste ja eeskujude andmine turismipakettide tegemiseks – koolitused, õppereisid jne	X	X							
Madalhooaja täitmise ideedeks ajurünnakute korraldamine koos turismisektori väliste inimestega – pärimusteater, spordiklubid, kunstnikud jne		X							
Setomaa, kui ökotursimi keskkonna arendamine									
TULEMUSLIK TURUNDUS									
Visitsetomaa.ee saidi ja Facebookis Visit Setomaa konto haldamine ja uuendamine	X	X							
Seto Külävüü turundus – internet, materjalid, messid, meedias kajastamine, osalus National Geographic projektis jne	X	X							

kaasates protsessi loomeinimesed									
Anonüümse kliendi tagasiside süsteemi loomine									
Koolitused, kuidas saada kliendi tagasidet ja kasutada seda ettevõtte eduks									
SUUREMAD SISSETULEKUD	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020		
Setomaa meenete arendus (sh National Geographic projekti raames)	X	X							
Teenuste ja ürituste sidumine, et luua turistile pikemaks ajaks piirkonda jäämise argument	X	X							

Lisa 2. Setomaa turismiarendukava hindamismatriks

Vorm täidetakse perioodi alguses 2014.a., keskel 2017.a ja lõpus 2020.a.

Strateegiline eesmärk	Üldised mõõdikud	Baastase 2014*	Sihttase 2017/2020	Kommentaariid ja järeldused
Setomaal on kasvanud erinevate turismitoodete pakkumine	Turismitoodete/teenusepakujate arv (lisada nimekiri)	?		
	Turismipakettide arv (nimekiri)	?		
	Aktiivset tegevust pakkuvate teenusepakujate arv (nimekiri)	?		
	seto eripära kasutavate teenusepakujate arv (nimekiri)	?		
	madalhooajal toimivate toodete arv (nimekiri)	?		
	Majutuskohtade arv (nimekiri, ST andmed)	17		ST andmed, lisaks on 3 RMK maja. ESAle on andmed edastanud 14 majutuskohta.
Setomaa turismipiirkonna tuntus Eestis ja välisriikides on kasvanud	Majutatute arv Setomaa neljas vallas (ESA andmed)	21192		MTÜ kogutud andmed: 22144 MTÜle ei ole andmeid edastanud: Hirvemäe Puhkekeskus, Obinitsa Puhkekeskus, Setomaa Turismitalo, Vetevana talu, Värskä Külalistemaja.
	Siseturistidest majutujate arv (ESA andmed)	...		ESA andmeid ei väljasta, sest Värskä Sanatooriumi mõju on liiga suur. MTÜ kogutud andmed: 16624 Riik ja rahastajad arvestavad ESA andmeid.
	Venemaa majutujate arv (ESA andmed)	...		MTÜ kogutud andmed: 4108
	Läti majutujate arv (ESA andmed)	...		MTÜ kogutud andmed: 686
	Soome majutujate arv (ESA andmed)	514		MTÜ kogutud andmed: 555
	Saksamaa majutujate arv (ESA andmed)	26		MTÜ kogutud andmed: 54
	Eelneval aastal piirkonda külastanud ajakirjanike arv (lisada nimekiri)	?		
Paranenud on turismi teenuste ja infrastruktuuri kvaliteet	Voodikohtade arv aastas keskmiselt (ESA andmed)	360		
	Voodikohtade arv juulis (ESA andmed)	403		
	Klienditagasiside hinnang teenuste kvaliteedile	?		ST korraldab uuringu 2015.a

	Klienditagasiside hinnang teenuspakkujate keeleoskusele	?		
	Klienditagasiside hinnang teenuste ülesleitavusele	?		
Suurenenud on käive turismisektoriga seotud ettevõtetes	Ööbimised majutusettevõtetes arv (ESA andmed)	59596		
	Keskmine reisi kestvus (ESA andmed)	2,76		ilma Värskas Sanatooriumita 1,59
	Sissetulek majutusteenuse müügist kokku, eur (ESA andmed)	...		
	Külastajate arv suuremate vaatamisväärsuste juures Seto Külavüül ja lähikonnas (nimekiri ja külastajate arvud)	Nimekiri olemas		