

Turismi mõjutegurid ja ressursid

Heli Müristaja
TÜ Pärnu kolledž
Heli.muristaja@ut.ee

Eesmärk

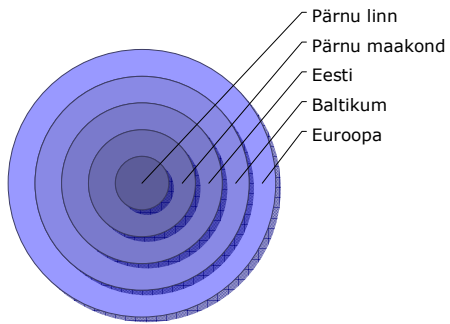
- Tuletada meelde sihtkoha mõiste ning sihtkoha atraktiivsuse tegurid
- Osata põhjendada sihtkoha auditi tegemise vajadust ning kirjeldada printsiipe
- Osata kirjeldada sihtkoha olukorranalüüsi protsessi
- Osata koostada sihtkoha olukorranalüüsi

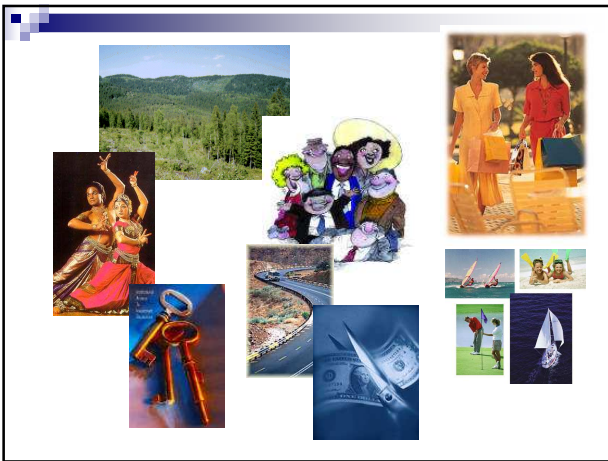
Sihtkoht

- Sihtkoht on geograafiline piirkond, mida külastajad mõistavad kui ühtset tervikut ning mida turismi planeerimise ja -turundamise seisukohalt toetab poliitiline ja seadusandlik tugiraamistik
- Sihtkoht on turismitoodete kooslus, mis pakub külastajatele integreeritud elamust

- Transiitsihtkoht
- Sihtkohapiirkond/-regioon

Sihtkoha geograafilised tasandid



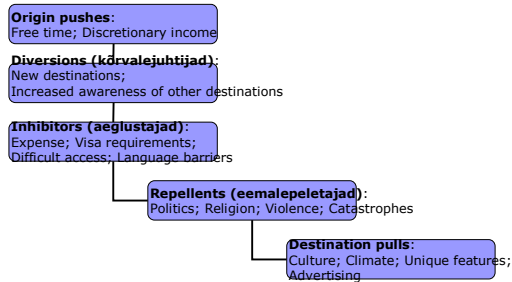




Edukas sihtkohatoode

- Põhineb puhtal füüsilisel keskkonnal, kohaliku kultuuri ja kogukonna positiivsel esitlemisel
- Pakub turistile midagi unikaalset – identiteet, mis erineb konkurentidest

Turistide voogude mõjurid (push and pull factors) (Laws, 1995)



Sihtkoha audit / olukorraanalüüs

- Milline on sihtkoha positsioon?
- Kes on sihtkoha peamised konkurendid?
- Milline on sihtkoha imago peamistel sihtturgudel?
- Millistes aspektides on sihtkoht tugev/nõrk konkurents?
- Kas sihtkoha praegune strateegia vastab hetke- ja tulevikuvõimalustele?
- Kas praegune areng vastab sihtkoha kogukonna vajadustele ja ettekujutlustele?

Auditi kriteeriumid

- Laiaulatuslik
- Süstemaatiline
- Sõltumatu
- Perioodiline

Sihtkoha auditi ettevalmistamine

- Turistide arvuga seotud statistika
- Sihtkohaspetsiifilised uuringud
- Turismi arengustrateegiad ja -plaanid
- Majandusliku arengu uuringud
- Aasta-aruanded, dokumendid ja muud turismiorganisatsioonide publikatsioonid
- Konkureerivate sihtkohtade raportid
- Muud olulised ja vähemolulised materjalid ;)

Sihtkoha olukorraanalüüs

- 1) Keskkonna analüüs
 - sihtkoha ning turismiettevõtete ohtude ja võimaluste analüüs
- 2) Ressursside analüüs
 - sihtkoha ressursside tugevuste ja nõrkuste analüüs võrreldes konkurenditega

Sihtkoha keskkonnaanalüüs

- Makrokeskkonna analüüs
 - Majanduskeskkond
 - Sotsiaal-kultuuriline keskkond
 - Poliitiline keskkond
 - Tehnoloogiline keskkond
 - Ökoloogiline keskkond
- Turuanalüüs
- Konkurentide analüüs
- Võimaluste ja ohtude määramine

Mõttetöö

- Millised makrokeskkonnast tulenevad võimalused ja ohud mõjutavad Eesti turismi arengut lähema paari-kolme aasta jooksul?

Sihtkoha turuanalüüs

- Turu mõõtmine, hindamine ja prognoosimine
- Turu segmentimine
- Küllastajate analüüs
- ↓
- Olulisemate sihtrühmade profiil

Sihtkoha konkurentide analüüs

- Tegelikud ja potentsiaalsed konkurendid
- Nende missioon, eesmärgid ja strateegiad
- Positsioon ja tegutsemine erinevatel turgudel
- Konkurentide tugevused ja nõrkused
- Võimalikud organisatsioonilised muutused
- Konkurentide profiil – loodusressusid, kliima, topograafia, kultuuri- ja ajalooressusid, infrastruktuur, transport, vaatamisväärsused, sündmused, majutus- ja toitlustusettevõtted jt teenused
- Konkurentide kajastamine meedias
- Konkurentide külastajate arv aastate, kuude ja hooaegade lõikes
- Konkurentide tooted ja nende eripära
- Konkurentide hinnad
- Konkurentide turundusstrateegia

Sihtkoha turismiressursside audit

- Eesmärk on välja selgitada sihtkoha, regiooni kui terviku, samuti selle erinevate piirkondade, omavalitsuste, kogukondade ja turismiettevõtete tugevad ja nõrgad küljed.
- Tulemus
 - teistest sihtkohtadest eristuva kompetentsi väljaselgitamine
 - selged suunised strateegiliseks arendus- ja turundustöök

Sihtkoha 6 A'd

- *Attractions,*
- *Accessibility,*
- *Amenities,*
- *Available Packages,*
- *Activities,*
- *Ancillary Services*

Sihtkoha ressurside analüüs

- Majutus – viibimise kestus, külastajate arv, külastajate arv toa kohta, restoranikülastajate arv jm
- Transport – sihtkohta saabumisel ja sihtkohas kasutatav transport, seltskonna suurus jne
- Sündmused ja vaatamisväärsused – külastajate arv, kohalike elanike, ühepäevakülastajate ja turistide %, keskmine kulutuse suurus jne
- Rekreatsioon ja pargid – kohalike elanike ja kaugemalt tulnud külastajate %, seltskonna suurus, viibimise kestus, ligikaudsed kulutused jne
- Äri ja konverentsid – majutusviisi, viibimise kestus, ligikaudsed kulutused jne
- Reisisiteenused – tulu külastajate kohta, reisi algus- ja lõpp-koht, reisi eesmärk jne
- Jaekaubandus – turistide % külastajate arvust, külastajate päritolumaad (-koht), kulutused, põhilised ostuartiklid jne
- Toitlustus – turistide % külastajate arvust, majutusviisi, viibimise kestus, kulutuste iseloom jne

	Nimetus	Vald	Asukoht	Olulisus					Kvaliteet					Hinnang ressu rsile	
				4	3	2	1	5	4	3	2	1			
Rand	Matsi rand	Varbla	Matsi küla	x						x					3
	Varbla rand	Varbla	Rannaküla	x						x					3
	Pivasalu-Pivarootsi rand	Varbla	Paatsalu küla			x				x					2
	Tamba poolsaare rand	Varbla	Tamba küla					x				x			1
	Puise nina rand	Ridala	Puise poolsaar	x					x						3
	Uisu-Kuke rand	Hanila	Kuke küla	x					x						3
	Rand Näärivide juures (vaade, mitte suplus)	Lihula		x					x						3
	Topu rand	Ridala	Topu lähe rannajoon	x					x						3

3 – unikaalne ressurss, kvaliteet üle keskmise → ressurss, millele lähiajal toetud ja mida pakkuda peamise müügiartiklina

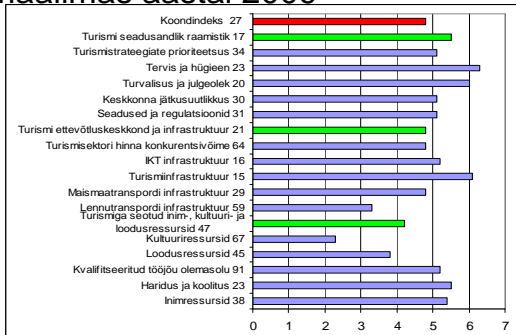
2 – keskpärane ressurss → toetavad ressursid, vaja arendada

1 – kvaliteet alla keskmise, ei saa hetkel külastajatele välja pakkuda →vaja järgneva arendusperioodi jooksul tegeleda

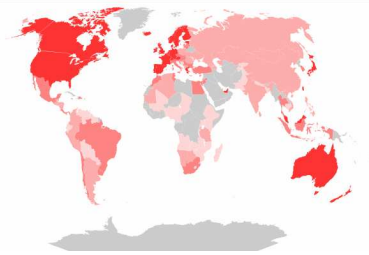
Sihtkoha turismiorganisatsiooni analüüs

- Tugevused ja nõrkused
- Maine
- Osalemine nõuandvates organistes ja regionaalsete komisjonide töös
- Suutlikkus ja võimekus mõjutada regiooni turismimajanduse arengut
- Võimalused senisest efektiivsemaks tegutsemiseks
- Kuidas on organisatsioon väärtustanud külastajaid, keskkonnatrende, turismiturgu, konkurente ja sihtkoha turismiettevõtjaid

Eesti turismi konkurentsipositsioon maailmas aastal 2009



Eesti turismi positsioon maailmas



Eesti turismi positsioon Euroopas

