



**RR arutelu – Kuidas minna
üheskoos edasi?**

KÜSITLUSTE TULEMUSED (RR, Eesti Maaturism)

Eveli Loorents





ROMANTILISE RANNATEE KÜSITLUS

22.jaan – 01.veeb 2013

Eesmärgiks: tagasiside, tulevikuplaanid ja – mõtted
Küsitletavad: turismiettevõtted, seltsid, KOVid, PLPK

Turismiteenuste pakkujad:
Saadetud 72-le, vastuseid 11

KOVid, PLPK, seltsid:
Saadetud 29-le, vastuseid 13



TULEMUSED

Turismiteenuste pakkujad

Vastajate põhitegevusala(d):

Majutusteenuse pakkujad (9)

Aktiivne puhkus (6)

Toitlustus (3)

Ürituste korraldamine (3)

Lastelaagrite korraldamine (1)

Rahvakultuuri tutvustamine (1)

Töötubade korraldamine (1)



TULEMUSED

Turismiteenuste pakkujad

Teadlikkus Romantilisest Rannateest:
2008 (4), 2009 (3), 2009 (2), 2011 (2)

Kas RR kontseptsioon ja idee on arusaadav?: jah 10, ei 1

Kas RR on ootusi täitnud? jah 10, ei 1

Kas ühisturundustegevusi on olnud piisavalt? jah 9, ei 2

Kas olete kasutanud turundamisel RR kaubamärki? jah 9,
ei 2

Kas olete valmis RR tegevustesse panustama (sh
rahaliselt)? jah 11



TULEMUSED

Turismiteenuste pakkujad

Hinnangud:

Infoliikumisele ja teavitamisele RR projektist /
tegevustest 4,18

www.rannatee.ee sisukusele 4,18

RR koolitustele 4

Kaasamisele RR tegevustesse 3,9



Mil viisil kasutatud RR kaubamärki

- logo kasutamine, suust - suhu reklaam.
- Maaturisimi albumis ja T-särgil
- kodulehel ja majutusasutuses seinal, samuti on puhkemajas infomaterjalid rannatee kohta
- Pakettpakumisel - Romantikapaketis.
A La Carte menüüs - eraldi menüüleht
- Jalgrattaturistidele rääkinud RR-l asuvatest huvitavatest objektidest, kohtadest mida tasuks veel külastada.
- kandnud edasi RR lugu, RR logo kasutamine, toodete arendamine
- Kabli Päikeseloojangu Festival, logo kasutamine Tuisuliiva puhkemaja aknal.
- kodulehel ja korraldatavate ürituste korral
- Kevadisel kodulehe uuendamisel lisan kindlasti RR logo
- Maria talu kodulehe esilehel, Maria talu tutvustaval voldikul



Ettepanekud (tegevused, turundus, koostöö ja edukuse tagamiseks)

- Kui jõuaks kunagi nii kaugele, et **puhkaja ostab tänavalt homseks (kanuu) matka** ja matkapäeval tuleb buss hotelli ette, viib matkale ja õhtul tagasi
- RR-l olevatele **teenusepakkujatele tuur** teiste kohtadega tutvumiseks, et oskaks paremini kõiki kohti RR-l seiklejale soovitada ja tutvustada.
- **Igal aastaajal võiks olla 1 festival**, Puudu on **midagi talvist???** Meie saame välja pakkuda midagi Jõuluvana Korstna talu raames nt Jõuluvanade konverentsi ühe osana Jõulufestivali või Jõulufestivali, mis hõlmab kogu piirkonda.
- Maanteel **ühine RR viidastamine, GPS kaartidel RR märgistatud ettevõtted jms**
- rohkem nähtavust - **ühist identiteeti. Silte, viitasid, viiteid**



Ettepanekud (tegevused, turundus, koostöö ja edukuse tagamiseks)

tuleks jätkata senist, ei tohiks vahele jätta juba alustatud regulaarseid tegevusi

Jätkuv aktiivne **osalemine erinevatel üritustel**, kus saab RRI reklaamida.

Jätkata **messidel käimist, festivalide promomist** jms

Jätkata **messidel osalemist, ühine trükis**.

Tutvustada rohkem RR-d **siseturistile**.

RR-d tuleks tutvustada **ühe teena**, vältida ühtse piirkonna killustumist turunduses.

Ühiselt **müüa aktiivset puhkust** Pärnu tänavatel



Ettepanekud (tegevused, turundus, koostöö ja edukuse tagamiseks)

Ideede genereerimine, ühised ajurünnakud:)

Listiteavitused ja postitused RR liikmete tegevustest.

peaks asjaga rohkem süvenenult tegelema, rohkem inimestega suhtlema.
Eestvedajaid oleks vaja rohkem

Ühised tegevused, mis saaks ka meediakajastuse

Ümarlaud, kuhu kaasatud ka ettevõtjad, 2-4X aastas

Olen nõus panustama rahaliselt turundusse, mis minu ettevõtte müüki kasvatab. Nõu ja jõuga panustaks rohkem.



TULEMUSED

KOV-d, PLPK, seltsid, MTÜ-d

Vastasid (13):

- 7 KOVi (10-st)
- PLPK
- 2 ettevõtjat
- 2 MTÜd
- 1 anonüümne



TULEMUSED

KOV-id, PLPK, seltsid, MTÜd

Kas RR kontseptsioon ja idee on arusaadav?: jah 13

Hinnangud (keskm hinded):

- Infoliikumisele ja teavitamisele
RR projektist / tegevustest 3,9 (ettevõtted - 4,18)
- Kaasamisele RR tegevustesse 3,7 (ettevõtted - 3,9)
- **RR tähtsus Teie piirkonnale / vallale 4,15**
- **Kõik vastanud olid nõus tulevikus RR tegevustesse panustama (sh rahaliselt)**



TULEMUSED

KOV-id, PLPK, seltsid, MTÜd

Kas RR on ootusi täitnud? jah 9, ei 3, jah-ei 1

- Koonga piirkonnast **tutvustama rohkem ettevõtteid, vaatamisväärsusi....**

See, et on võimalus külla põigata, ilma mainimata, mis seal on, ei ole piisav.

Sepa mahetalu pakub töötubade korraldamist. Ju ma pole piisavalt seda tutvustanud, aga uues variandis tahaks seda näha. Samuti toodete degusteerimist.

Ei suuda ka leida arhitektuurimälestiste registrit, sest sellist mõistet ei ole. muinas.ee lehel on saadaval ametlikud registrid. Äkki peaks kaardi kohandama sellele vastavaks?

-Kuid nii Varbla vald kui ka **ettevõtjad peaks senisest aktiivsemalt RR** võimalusi kasutama.

-Ootused ikka suuremad kui reaalsus, seega pole võimalik teisiti vastata kui ei



TULEMUSED

KOV-id, PLPK, seltsid, MTÜd

-Puudub **konkreetne teadmine, kas siis külalised tulevad RR-i mõjutusel** Kihnu või mitte. Ei saa väita JAH. Teisest küljest on loomulikult positiivsed arengud olnud ja teadvustamine piirkonnas on järjest suurem. Olen kuulnud, et mõned ettevõtjad samuti sooviksid, et **RR oleks veel nähtavam**. Siin teekski ka ühe ettepaneku, et näiteks Kaubamajaks oleva infotabloo kohale seinale peale võiks panna RR logo ja kiire tutvustuse, muidu rahvas **jalutab sellest infokioskist mööda :)**

-Uusi ideid tuleb alati töökäigus juurde ning ka arenguruumi jätkub veel. Kõik ei saagi korraga olla.

-Siin on raske öelda, mis nee ootused üldse oleks.

-On olnud ju alles suhteliselt lühike periood ja sissetöötamise aeg ja ega ootusi väga suureks ajada saa, sest iga asi tahab harjumist ja võtab aega.



TULEMUSED

KOV-id, PLPK, seltsid, MTÜd

Organisatsiooni roll RR arendamisel tulevikus

- **Koostöö** roll
- Leida ja **toetada vallas tublisid tegijaid** ja ettevõtmisi.
- RR osa.
- Osaleda aktiivselt **tegevussuundade kujundamisel** ning **toetada** MTÜ de ja võimalusel ka ettevõtjate tegevust. Ilmselt tuleks mõelda ka omavalitsuste **uutele ühisprojektidele RR arendamisel.**
- Tugida rahaliselt** kuni moodustub isemajandav ühendus
- **Admin. tugi ja infovahendaja** piirkonnas.
- Sama, mis seni



TULEMUSED

KOV-id, PLPK, seltsid, MTÜd

Organisatsiooni roll RR arendamisel tulevikus

- Olla üks neist, kes RR külastajale suudab/võimaldab **midagi pakkuda** - puhkekoht, avatud väliköök, külaseltsi käsitööait, kohalikutoidu maitseelamused, kavandamisel jalgrattalaenus ja - remondituba.
+ kaasalööja ühistegemistel, -üritustel.
- Koolitus (loodus, käsitöö) **keskusena, tutvustame oma piirkonna** loodus, kultuuri ja ajaloo väärtusi eriti Nätsi Võlla raba. Pakkudes ürgset loodusmatka.
- Soovime pakkuda **käelise tegevuse** võimalust külakeskuse käsitöötoas ja kogukonnaköögi renoveerimise järel ka kehakinnitamise võimalust väikeses kohvikus (**kohalik toit!**).



TULEMUSED

KOV-id, PLPK, seltsid, MTÜd

RR tuleviku VISIOON:

- Sobib sama kontseptsiooni **aktiivne jätkamine** ning **kohaliku käsitöö turundamine**.
- Edendada ja arendada just **kultuurielu**. Toetada juba olemasolevaid ja aidata kutsuda ellu ka uusi erinevaid üritusi, mis võksid anda antud piirkonnale oma näo ja täiendada kultuurikalendrit. Kindlasti peaksid ettevõtmised olema **elujõlised ja mitte sõltuma ainult toetusest**, kuid toetus võimaldaks korraldada kvaliteetsema ürituse.
- Traditsioonilised **üritused jätkuvad**. Valdade **koostöö samuti**, ettevõtetel on segem arusaam, mismoodi ühineda ja kaardile pääseda. Kodulehel ära märkimise kohta on ka info, **mis see ettevõttele maksab** jne. Uuel rahastusperioodil võiks olla korra veel **valdade kaupa kohtumised**.



TULEMUSED

KOV-id, PLPK, seltsid, MTÜd

RR tuleviku VISIOON:

- suurem **koostöö SPA-dega ja bussireisid** neist.
- **Võimalikult palju erinevaid** vaatamisväärsusi, teenuseid, tegevusi, üritusi erinevas hinnaklassis pakkuda RR erinevate nõudlustega külastajale kõikides RR valdades. **Mitmekülgsus + hea kvaliteet+ omanäolisus/iseloomulikkus just RR-le.**
Julgustada väikesi tegijaid oma iseloomulike toodetega väljatulema
- Kui kõik osalevad omavalitsused ja sealsed ettevõtjad **aktiivsust üles näitavad** on kindlasti tegemist jätkuva ja areneva projektiga. Tuleks jätkuvalt tegeleda kogu piirkonna pakutavate **teenuste ja toodete arendamisega**, et tagada võimalikult ühtlane tase ja seotus/sobivus omavahel.
- RR märgi saanud kohad **töötavad ja toimivad aastaringsetl.**



TULEMUSED

KOV-id, PLPK, seltsid, MTÜd

RR tuleviku VISIOON:

- Parim **piirkonna turundusstrateegia** Eesti rannikul, kuurortlinnas.
- RR on oluline, kui see kasvab ise suureks. Ta peaks hakkama ennast **ise taastootma** - iga osaline näeb kasu ja annab omapoolse sisendi. Selleks oleks vaja positiivset statistikat. Visioon on see, et iga piirkonna turismiettevõtja **püüdleks RR liitumise poole.**
- Veelgi **tihedam koostöö ja tuntud headuses kaubamärk** (tooted, teenused jne.) nii **Eestis kui ka väljaspool.**
- On jätkusuutlik, vaja asja edasi ajada lähtuvalt **olemasolevatest võimalustest**



MAATURISMIETTEVÕTJATE TURUNDUSKÜSITLUS 2013

Viidi läbi jaanuar 2013, MTÜ Eesti Maaturism

Eesmärgiks: turundustegevuste ja sihtgruppide selgitamine ning kaardistamine; panus maaturismi turundusstrateegiasse ja –plaani

Täidetud ankeete 45



MAATURISMIETTEVÕTJATE TURUNDUSKÜSITLUS 2013

Vastanud maakonniti:

Harjumaa 11

Pärnumaa 7

Läänemaa 4

Ida Virumaa, Põlvamaa, Saaremaa 3

Jõgevamaa, Lääne-Virumaa, Järvamaa, Valgamaa,
Võrumaa 2

Raplamaa, Hiiumaa, Tartumaa, Viljandimaa 1



MAATURISMIETTEVÕTJATE TURUNDUSKÜSITLUS 2013

Kas küsite tagasisidet oma ettevõtte kohta?

“jah” 38 vastanut (82,6%)

“ei” 8 vastanut (17,4%)

Milliste kanalite kaudu saavad külastajad infot Teie ettevõtte kohta?

20 – puhkaeestis.ee/visitestonia.com (3)

19 – internetiotsing (sh valdavalt Google, Delfi (1 kord))

14 – maaturism.ee

13 – suust-suhu reklaam/tuttavate kaudu

11 – oma koduleht

10 – Maaturismi reisijuht

7 – turismiweb



MAATURISMIETTEVÕTJATE TURUNDUSKÜSITLUS 2013

Nimetage 2-3 sihtgruppi, mida peate oma ettevõtte jaoks kõige olulisemaks järgneva kolme aasta jooksul:

Vene puhketurist (26) 21.1 %

Eesti seminarid ja konverentsid (22) 17.9 %

Saksamaa loodus- ja kultuurihuviline turist (17) 13.8 %

Läti pereturist (17) 13.8 %

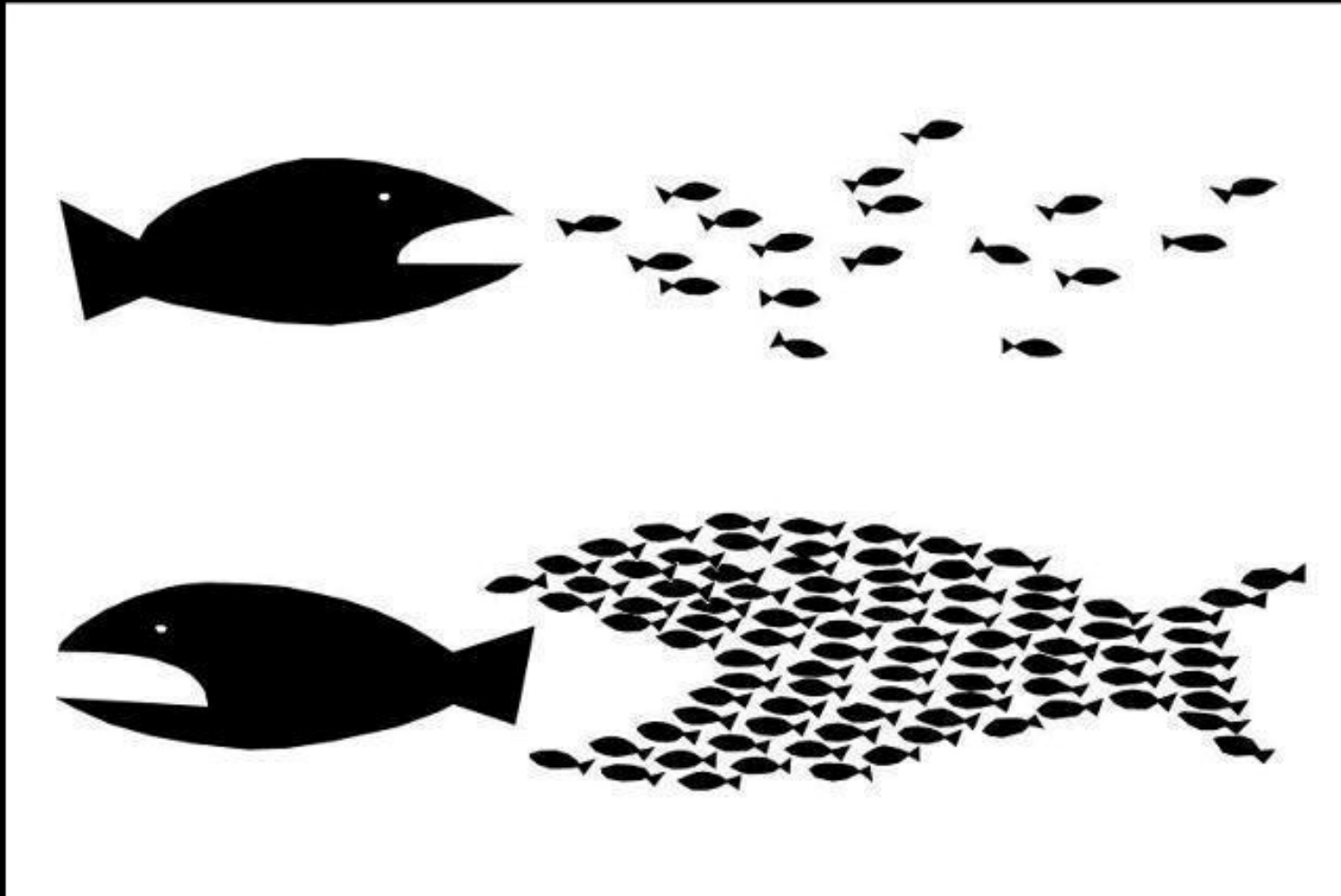
Soome pereturist (12) 9.8 %

Holland ja Belgia loodusturist (7) 5.7 %

Vene lastelaagid (6) 4.9 %

Suur Britannia loodusturist (4) 3.3 %

Don't Panic



Organize!