



## **Põlvamaa turismistrateegia 2010 - 2012**

## Sisukord

1. Sissejuhatus
2. Olulised trendid ja arengusuunad Eesti turismis
3. Missioon ja visioon
4. Tähtsamad tegevussuunad
5. Strateegilised eesmärgid
6. Tegevuskava
7. Lisad
  1. Konkurentsianalüüs
  2. SWOT
  3. TOWS

### 1. Sissejuhatus

Põlvamaa turismi arengustrateegia on koostatud vajadusest planeerida ühine eesmärgistatud jätkusuutlik tegevus ning efektiivse igapäevatöö suunad. Turismisektoris tegutseb sageli palju erinevaid huvigruppe, kuid arengu saab tagada vaid koostöö ning plaan. Selleks ongi vaja piirkondlikku strateegiat, mis põhineks ühisel visioonil ning kokkulepetel.

#### Strateegia töörühmas osalesid:

Ena Drenkhan - SA Pokumaa  
Hille Lillemägi - Eesti Maanteemuuseum  
Lily Lind – OÜ Kagureis Hotell Pesa  
Priit Trahv – Lokko Turismitalu  
Ülle Pärnoja – MTÜ Setomaa Turism  
Katriin Pree – OÜ Valgemetsa Puhkeküla  
Reeli Kork – Põlvamaa portaal  
Iia Timmi – Taevaskoja Salamaa  
Kalmer Tint – Taevaskoja Salamaa  
Ulla-Maia Timmo - SA Põlvamaa Arenduskeskus – protsessi juht

Strateegia töögrupp moodustati vabatahtlikkuse alusel 22. oktoobril 2009, turismiettevõtjate traditsioonilisel ümarlaul. Ajavahemikul 3. novembrist kuni 9. detsembrini toimus 6 strateegia töörühma koosolekut. Esimesel koosolekul rääkisime sissejuhatavalt strateegiate tegemisest ja vaatasime mõningaid näiteid. Leppisime kokku reeglites ning kõik osalejad tegid lühikese ettekande kodutöö teemal, mille

sisuks oli sõnastada oma ettevõtte põhine unistus ja visioon ning Põlvamaa turismi puudutav unistus ja visioon 3 aastaks. Unistusi silmas pidades kaardistasime eesmärgid. Edasistel koosolekutel tegelesime põhjalikult konkurentsianalüüsi ning SWOT analüüsiga. Üks olulisemaid etappe oli ühiselt määratleda tegevussuunad TUGEVUSTE kindlustamiseks, VÕIMALUSTE kasutamiseks, NÕRKUSTE minimeerimiseks ja OHTUDE vältimiseks SWOT tabeli põhjal. Vaheetappides kaasati turismiettevõtjaid arvamuste, ettepanekute ning ideede saamiseks. Arutellu kaasati ka maavanem Priit Sibul. Strateegia töörühma lõppeesmärgiks on tegevusgrupi strateegiadokumendi valmimine. Strateegia kinnitati turismiettevõtjate ümarlaual 7. jaanuaril 2010.

## **2. Ülevaade olulisematest Eestit ja Põlvamaad puudutavatest turismi trendidest ja arengusuundadest**

2009 aasta turismitrendide märksõnaks võib pidada majanduskriisi. Tulenevalt majanduse mõjust on reisimisaktiivsus vähenenud, näidates langustendentsi 7-20% nii sise- kui ka väliturismis.

Uuringud Euroopas näitavad, et vaatamata kriisile, on neid inimesi, kes plaanivad välisreisi(d) ära jätta ja/või sisereisidega asendada üsna vähe. Pigem plaanitakse välisreisid teha senisest odavamalt sh. kasvab reisijate arv, kes eelistavad kaugsihtkohtadele lähemaid reisisihte ning broneerivad viimasel hetkel. Järjest rohkem reise planeeritakse interneti kaudu, seega on üheks kaalukaimaks turunduskanaliks internet. Sihtkoha valikul lähtutakse eelnevate aastatega võrreldes veelgi rohkem hinnast ja hinna/kvaliteedi suhtest

Sihtgruppidest kõige vähem mõjutab kriis üle 55-aastaste inimeste välisreise ning kõrgema hariduse ja sissetulekuga inimeste välisreise. Et oluline on tähelepanu suunamine naaberriikidele, seda näitab ka fakt, et 2009. aastal oli päritoluriikidest kasvav turg Venemaa, eriti märgatav oli kasv Venemaaga piirnevates regioonides, nagu Ida-Virumaa. Teine lähitururiik Läti vaevleb samuti majanduskriisis, ometi peab märkima, et üksikutes piirkondades on külastuste arv seoses kultuurisündmustega märkimisväärselt tõusnud ning langus on märgatav vaid saartel, mis on otseselt seotud laevaliini Ventspils-Saaremaa sulgemisega. Soomest saabuvate turistide arv jäi eelnevate aastatega samale tasemele.

Põlvamaal on välituristide ööbimiste arv viimase kolme aasta jooksul kahjuks olnud pidevas langustrendis (2006 – ca 7600 ööbimist, 2007 – ca 5500 ööbimist, 2008 – ca 4400 ööbimist, 2009 – ca ... allikas: Statistikaamet). Millest selline langus on tingitud, vajab kindlasti süvendatud analüüsimist.

Siseturismis on langus eelmise aastaga võrreldes Eestis üldiselt keskmiselt 20%, kuid Põlvamaal on võrdluses teiste piirkondadega läinud pisut paremini – languse protsent suvekuudel oli keskmiselt vaid 6%. Sügisel Põlvamaa Arenduskeskuse poolt läbi viidud ettevõtete küsitlusest selgus, et vaatamata üksikute ettevõtete väga suurele käibelangusele (40% ja enam) oli ka ettevõtteid, kelle külastatavus kasvas 10-20%. Enamik küsitluses osalenud ettevõtetest vastas, et nende külastatavus jäi samale tasemele või langes 10%.

Samas peab mainima, et kui paljud teised Eesti piirkonnad nautisid majanduse buumiaastatel ka turismiettevõtluse õitsengut, on

Põlvemaal ööbinud siseturistide arv 2006 – 2008 püsinud 90 000 ööbimise piirimail, kõikudes vaid mõnesaja külastuse võrra aastas. Kui tuua siia kõrvale ettevõtete teadaolev keskmine täituvus 36% (Turismiettevõtete küsitlus 2009 oktoober), siis võib väita, et nõudluse tippajal jäi meil puudu osavast müügi- ja turundustegevusest nii piirkondlikul kui ettevõtjate tasandil.

MTÜ Eesti Maaturism on oma arengukavas iseloomustanud tulevikuturisti kui eakamat, enesekesksemat, teadlikku ning vaimset otsijat, kes on nõudlik nii teenuse kvaliteedi, sisukuse kui kättesaadavuse suhtes ning pöörab järjest suuremat tähelepanu säästvale reisimisele ja keskkonnasõbralikule elustiilile. Teenusepakkujad peavad olema paindlikud hinnakujunduses ning tegema koostööd teiste ettevõtjatega, pakkumaks kliendile võimalikult meelepärast külastuspaketti.

### **3. Käesoleva strateegia väljatöötamisel on arvestatud järgmiste arengudokumentidega:**

#### **Riiklikul tasandil:**

##### **EAS Turismiarenduskeskus**

**Eesti Riiklik Turismiarenduskava 2007-2013** sätestab olulisteks eesmärkideks Eesti kui reisisihi tuntuse suurendamise nii rahvusvahelistel sihtturgudel kui siseturismi edendamise. Et tagada Eesti turismisektori konkurentsivõimeline ja jätkusuutlik areng ning saavutada püstitatud eesmärgid, on prioriteetseteks tegevusvaldkondadeks **sesoonsuse vähendamine**, **tootearendus** ning **kvaliteediprogrammide edendamine** ning **turismiinfo** kättesaadavuse parandamine (uus turismiportaal visitestonia.com avati septembris 2009). Oluline tegevussuund on nii riigisiseste **võrgustike** ergutamine kui **koostöö** arendamine naaberriikidega.

#### **Regionaalsel tasandil:**

##### **SA Lõuna-Eesti Turism**

**Lõuna-Eesti Turismiarenduskava 2010 – 2020** tegevused on eelkõige suunatud **turunduse** ja **tootearenduse** parandamiseks, teenuste **kvaliteedi** tõstmiseks ning regionaalse **koostöö** arendamiseks.

Arendustegevuse põhimõtted on **kliendikesksus**, **identiteet**, mille kaudu on võimalik säilitada, jätkata ja tutvustada Lõuna- Eesti loodust, kultuuripärandit ja traditsioone, säästlik turism ning **koostöö**.

#### **Sektori tasandil:**

##### **MTÜ Eesti Maaturism**

**Eesti Maaturismi Arengukava 2010 - 2014** keskendub maaturismi tuntuse suurendamisele nii rahvusvahelisel kui sisemaisel tasandil. Eesmärgi saavutamiseks tegeletakse sihipäraselt **turunduse**, sesoonsust vähendava ja säästva **turismitoote arendusega** ja **kvaliteedi** parandamisega (kvaliteediprogrammid EHE ja Rukkilill). Maaturismi ühing tegeleb ka aktiivselt liikmetega, kaasates neid senisest paremini ühingu töösse, organiseerides koolitusi ning ümarlaudu. Ühingu eesmärkideks on ka **ühishuvide** leidmine EAS-iga ja **koostööprogrammides** osalemine.

#### **Maakondlikul tasandil:**

**Põlvamaa Ettevõtluse Arengukava** turismiettevõtlust käsitlevas peatükis on prioriteetidena määratletud eelkõige loodus-, kultuuri- ja tervisepuhkuse valdkond, **kõrgekvaliteediliste** ja teadmistemahukate turismiteenuste arendamine ning loodusväärtuste, kultuuri- ja keskkonna **säästev** kasutamine. Alameesmärkideks on turismiklastrite arendamine (**koostöö**); teadmistemahuka/suuremat lisandväärtust pakkuva **turismoote areng** ning suunatud **ühistorundus**.

**Kokkuvõtteks** võib öelda, et kõikidel tasanditel on turismi arendamisel järgmiste aastate prioriteetideks panustamine **kvaliteedile**, **koostöö** arendamine ja soodustamine ja **turundusoskuste** parandamine. Tootearenduses keskendutakse kvaliteedi kõrval peamiselt **sesoonsuse vähendamisele**. On igati mõistlik lähtuda ka Põlvamaal samadest suundadest

#### **4. Missioon**

Olla vajalike ühistegevuste algatajaks ja veduriks, et edendada Põlvamaa turismi ning Rohelisema Elu mõttelaadi.

#### **5. Visioon**

Aastaks 2012 on Põlvamaa Eesti hinnatuim pereturismi ja looduspuhkuse sihtkoht, kus pakutakse mitmekülgseid ja kvaliteetseid turismooteid ning -teenuseid lähtudes Rohelisema Elu põhimõtetest

#### **5. Strateegilised peaesmärgid**

##### **1. Põlvamaa kui reisisihi tuntuse tõstmine eelkõige siseturistide jaoks**

Eesmärgi täitmine on olnud edukas, kui:

1. Aastal 2010 on suudetud vältida langust külastuste arvus, aastatel 2011-2012 on külastuste arv tõusnud keskmiselt 10% aastas
2. Külastajate kohalviibimine on 2012 pikenenud keskmiselt 2 ööni
3. Kodulehe polvamaa.ee rating on tõusnud 7-le, praeguse 6 asemel.
4. Ettevõtete püsiklientuur on suurenenud 10%

##### **2. Põlvamaal pakutavad turismiteenused on kvaliteetsed ja kooskõlas Rohelisema Elu mõttelaadiga**

Eesmärgi täitmine on olnud edukas, kui 2012:

1. Põlvamaal tegutsevad ainult atesteeritud majutusasutused
2. Neljandik Põlvamaa ettevõtetest osalevad erinavates kvaliteediprogrammides (EAS Kvaliteedijuhtimise programm, Rukkilill, Roheline Võti, Põlvamaa Roheline Märk vms)
3. Toimib kliendirahulolu hindamise süsteem (küsitlused)

### 3. Põlvamaa turismitoote arendamise prioriteetideks on perepuhkus ning looduspuhkus

Eesmärgi täitmine on olnud edukas, kui 2012:

1. Perepuhkuse toodete arv on tõusnud 50-ni
2. Looduspuhkuse toodete arv on tõusnud 50-ni
3. Maakonnas töötab atesteeritud loodusgiidide võrgustik
4. Peresõbralikkuse kriteeriumid on välja töötatud ja neid rakendatakse

### 4. Põlvamaa turismisektor on jätkusuutlik ja konkurentsivõimeline

Eesmärgi täitmine on olnud edukas, kui 2012:

1. Toimib koostöö ja infovahetus, töötab ettevõtete intranet või blogi
2. Toimub vähemalt 1 maakonnas korraldatud turismiteemalist koolitus ja õppereis aastas.

### 5. Tõsta Kagu-Eesti tuntust ja atraktiivsust lähematel välisurgudel

1. 2010 on välditud välisuristide külastuse langust
2. 2011-2012 on toimunud peamistelt sihturgudelt (Soome, Läti, Peterburgi ja Pihkva piirkond Venemaal) saabuvate külastajate arvu tõus kokku 30%

## TEGEVUSKAVA 2010-2012

| Strateegiline eesmärk   | Meetmed                                 | Tegevused  | 2010      | 2011      | 2012      | Maksumus        | Teostaja                 |
|---|---|--|-----------|-----------|-----------|-----------------|--------------------------|
| 1. Põlvamaa kui reisisihi tuntuse tõstmine eelkõige siseturistide jaoks | 1.1. Mainekujundus                      | Osalemine mainekujunduskava koostamisel  | x         |           |           | AEF projekt     | vedaja PAK               |
|   |   | Positiivsed meediakajastused üleriiklikus meedias (mainekates ajalehtedes, ajakirjades Pere ja Kodu, Eesti Loodus, jt) | 4x aastas | 4x aastas | 4x aastas | 25 000.- aastas | MTÜ, PAK<br>Maavalitsus  |
|   | 1.2. Sisemine mainekujundus ja turundus | Turismirubriik kohalikus ajalehes<br>Temaatilised arvamusartiklid  | 4x aastas | 4x aastas | 4x aastas |                 | MTÜ, PAK,<br>Maavalitsus |
|   | 1.3. Turundus                           | Turunduskontseptsiooni väljaarendamine kuni 2013 koos iga-aastase tegevusplaaniga                                      | x         | x         | x         |                 | PAK, MTÜ                 |
| Külastajate uuringu läbiviimine   |   | x  | x         | x         |           | PAK, TIK,       |                          |

|  |   |  |       |       |       |                       |                        |
|--|---|--|-------|-------|-------|-----------------------|------------------------|
|  |   |  |       |       |       |                       | ettevõtjad             |
|  |   | Vähemalt ühe siseturule suunatud trükise väljaandmine aastas   | x     | x     | x     | omaosalus             | Projektipõhine MTÜ     |
|  |   | Ühiste teenusepakettide väljatöötamine ja turundamine  | x     | x     | x     | Ettevõtjate omaosalus | MTÜ, ettevõtjad        |
|  | 1.3. Turismialase informatsiooni kättesaadavuse parandamine                       | Portaali arendamine kaasaegseks ja atraktiivseks keskkonnaks, sh:<br>1) auditi läbiviimine<br>2) uute lahenduste rakendamine<br>3) liitumine visitestonia.com andmebaasiga | x     |       |       |                       | PAK, ettevõtjad<br>TIK |
|  |   | Infopunkti kolimine kesklinna (projekti ettevalmistamine ja elluviimine)   | x     |       |       | eelarveline           | PAK                    |
|  |   | Messidel osalemine Tourest   | x     | x     | x     | omaosalus             | ettevõtjad             |
|  |   | Sündmuste kalendri, infovihiku väljaandmine  | x     | x     | x     | eelarveline           | PAK, TIK               |
|  | 1.4. Koostöö arendamine EAS ja muude organisatsioonidega siseturismi elavdamiseks | Koolitusvõimaluste vahendamine, ettevõtete teavitamine erinevate organisatsioonide infopäevadest.<br><br>Koostööprojektides osalemine                                      | pidev | pidev | pidev | eelarveline           | PAK                    |
| <b>2. Põlvamaal pakutavad turismiteenused on kvaliteetsed ja kooskõlas Rohelisema Elu mõttelaadiga</b> | 2.1. Panustamine kvaliteeti   | Põlvamaa oma kvaliteedimärgise Roheline Märk kriteeriumite väljatöötamine turismiteenuse (toote) jaoks   | x     |       |       | eelarveline           | PAK                    |
|  |   | Ettevõtete toodetele märgise omistamine  | x     | x     | x     |                       | PAK                    |
|  |   | Ettevõtete ergutamine erinevate muude kvaliteedisüsteemidega liitumiseks   | pidev | pidev | pidev | eelarveline           | PAK, MTÜ               |
|  |   | Küllastajate rahuloluuuringu läbiviimine koostöös ettevõtjatega  | x     | x     | x     |                       | PAK                    |
|  | 2.2. Kontseptsiooni Rohelisem Elu   | Meediakajastus (kohalikus ajalehes, uudiskirjades) vähemalt 4 x aastas   |       |       |       |                       | PAK, Maavalitsus       |

|  |   |  |       |       |       |                           |                  |
|--|---|--|-------|-------|-------|---------------------------|------------------|
|  | tutvustamine ja propageerimine          | „Rohelisem Elu“ tutvustusüritused koolides ja lasteaedades alates 2010/11 õa. (kevadel 2010 töötada välja mudel) | x     | x     | x     |                           | PAK              |
|  |   | Sümboolika arendamine  |       | x     |       | Kokku: 10000-20000 krooni | PAK              |
|  |   | Stiiliraamatu koostamine   |       | x     |       |                           | PAK              |
|  |   | Jätkuprojekt????   |       |       |       |                           | PAK, Maavalitsus |
|  | 2.3. Turismiobjektide väärtustamine     | Virtuaalse kataloogi koostamine olemasolevatest turismiobjektidest, audit  | x     |       |       | eelarveline               | PAK, TIK         |
|  |   | Viidaprojekt   |       | x     |       | omaosalus                 | MTÜ              |
|  |   | Külastusmäng koostöös Võru- ja Valgamaaga igal suvel ning alates 2011 ka talvel                                  | x     | x     | x     | omaosalus                 | PAK, ettevõtjad  |
| <b>3. Põlvamaa turismitoote arendamise prioriteetideks on perepuhkus ning looduspuhkus</b> | 3.1. Perepuhkus                         | Esmaste peresõbralikkuse kriteeriumite väljatöötamine, ettevõtete nõustamine                                     | x     |       |       | eelarveline               | PAK              |
|  |   | Ressursside kaardistamine  | x     |       |       | eelarveline               | PAK, TIK         |
|  | 3.2. Looduspuhkus                       | Ressursside kaardistamine  | x     |       |       | eelarveline               | PAK, TIK         |
|  |   | Koostöövõimaluste otsimine RMK-ga  | x     |       |       |                           | MTÜ              |
|  | 3.3. Aktiivne puhkus                    | Kvaliteedikriteeriumite rakendamise algatamine ? Atesteerimine?  |       |       |       |                           |                  |
|  | 3.4. Sesoonsuse hajutamine              | Ettevõtete ühispaketid   | x     | x     | x     | omaosalus                 | ettevõtjad       |
|  | 3.5. Tingimuste loomine tootearenduseks | Tootearendusprojekti koostamine?   |       |       |       | omaosalus                 | Projekt MTÜ?     |
|  | 3.6. Kultuuripärandi väärtustamine      | Sündmuste kalendri haldamine?  | pidev | pidev | pidev |                           |                  |
| <b>4. Põlvamaa</b>   | 4.1. Piirkondlike ja                    | Ettevõtjate ergutamine erinevates  | pidev | pidev | pidev | eelarveline               | PAK              |



|  |   |  |   |   |   |  |   |
|--|---|--|---|---|---|--|---|
| <b>turismisektor on jätkusuutlik ja konkurentsivõimeline</b>               | valdkondade võrgustike toetamine                              | koostöögruppides (puntrates) tegutsemiseks, ühingutesse kuulumiseks jms                                    |   |   |   |  |   |
|  |   | Ümarlaudade korraldamine (vähemalt 2 x aastas) ja nendes osalemise ergutamine                              | x | x | x | eelarveline  | PAK                                       |
|  | 4.2. Aktiivne ja arenev turismiettevõtja                      | Õppereiside korraldamine   | x | x | x | omaosalus  | PAK, MTÜ, ettevõtjad projektipõhine       |
|  |   | Koostöös teiste turismiorganisatsioonidega ja (turismi)koolidega koolituste vahendamine ja/või läbiviimine | x | x | x |  | PAK, MTÜ                                  |
|  | 4.3. Turismistatistika kogumine ja analüüsimine               | Töötada välja statistika kogumise ja analüüsimise mudel ja seda rakendada                                  | x | x | x |  | PAK                                       |
| <b>5. Tõsta Kagu-Eesti tuntust ja atraktiivsust lähematel välisurgudel</b> | 5.1. Osalemine regiooni- ja sektoriülestes koostööprojektides | Kagu Turismiturundusprojekti koostamine ja elluviimine 2010-2013 koostöös Võru- ja Valgamaaga              | x | x | x | projekti omaosalus vähemalt 80 000 krooni maakonna kohta | PAK / (vedaja) KOV Maavalitsus ettevõtjad |

Lisa 1

Konkurentsianalüüs

| Info/<br>konkurent                              | Võru  | Otepää regioon  | Viljandi  | Põlva  |
|---|---|---|---|--|
| <b>Asukoht/ ligipääs</b>                        | Buss Tallinnast 7X päevas, liiklus Tartust väga hea, Pärnust 1 otseliin ja 3 liini päevas ümberistumisega Tartus, Eurolines Võrus ei peatu, küll aga 200 km. kaugusel Riias, reisirongi ühendus puudub, autoga ligipääs hea, lähim lennuväli Tartus. Venemaa suhtes soodsa asukohaga- Pihkva linn vaid 90 km kaugusel, Läti piirilinna Valka vaid 77 km kaugusel.   | Buss Tallinnast 2x päevas, liiklus läbi Tartu hea, Pärnust väga halb, rongiliiklus puudub, lähim lennuväli Tartus, Eurolines ei peatu, maakonnasisene liin Põlva-Võru-Otepää vahel väga halb. Asub VIA Hanseatica teel, grupid ja bussid mööduvad regioonist, autoga ligipääs hea. Maakond lõpeb Eesti-Läti piirilinna Valgaga. | Lõuna-Eesti, Sakala kõrgustik. Viljandist on Tallinnasse 161 km, Tartusse 81 km, Pärnusse 97 km. Ühendusteel kõigi Eesti suuremate keskustega, raudteeühendus Tallinnaga. | <b>Rongiühendus</b><br>Bussiühendus Tartuga väga hea, hea ka Tallinnast ( igapäevaselt vähemalt 3X), Pärnust otseliin puudub, 2X igapäevaselt ümberistumisega Tartus. Tartu lennuväli ca 50 km kaugusel. Tulevikulootus väikelennukite maandumiseks maakondlik <b>Ridali lennuväli</b> . Soodne asend nii Venemaa kui Läti suhtes.                           |
| <b>Kultuuriürituste arvukus ja atraktiivsus</b> | Rohkesti tuntud sportlikke üritusi: Haanja suusamaraton, Võru Uisumaraton Wõroroller, rahvusvahelised judovõistlused, suvised spordiüritused Tamula järve ääres; teemapäevad Pokumaal, Uma pido, Võrumaa tantsu- ja laulupidu, Võru folkloorifestival, Mõniste Muuseumi teemapäevad, Seto Kuningriigi päevad, armastatud Hauka laad, Lindora Laad, Võru vaskpillipäevad, Haanja ja Kurgjärve suusarajad, Kütioru suusakeskus Võru Linnateater | Palju rohkem maailmatasemel spordiüritusi: MK võistlused, Tartu maraton, Saku Suverull jpt, traditsioonilisi kultuuriüritusi 6-7 aastas - need on atraktiivsemad noortele. Kultuuriüritustest pigem kohaliku tähtsusega üritused. Üks suuremaid ja armastatumaid üritusi „ Kuldkalake“  | Tuntuimad Viljandi folk, ümber Viljandi järve jooks, Hansapäevad, vanamuusikafestival ja Valge Roosi päev. Viljandi folk väga atraktiivne.                                | Palju eriilmelisi ning hubaseid üritusi: <b>Ökofest, Seto kuningriigi päevad, Mooste Linapäevad, Lüübnitsa Sibulalaad</b> , Pokukalendri tähtpäevade tähistamine, rahvakalendri tähistamine Karilatsis, teemapäevad Maanteemuuseumis Vabaõhuüritused Intsikurmus<br><br><b>Sport</b> – Suusatamine, käsipall Jalgpall – valgustusega kunstmurukattega väljak |

|   |  |  |   |   |
|---|--|--|---|---|
| <b>Ajaloo ja kultuuri-objektide arvukus ja atraktiivsus</b> | <p>Ajaloo-objekte keskmiselt – Roosisaare muinasasula, Kirumpää linnuse varemed, tRogosi katellmõis, Viitina mõis, Väimela mõisakompleks, Vastseliina piiskopilinnuse varemed. Eesti omaaegse kultuuritegelase Fr. R. Kreutzwaldi pärand, Omanäolised atraktiivsed kultuuriobjektid nn. Orelimuuseum, <a href="#">Obinita Seto Muuseumitarõ</a>; Kütioru maakunsti rada</p>  | <p>Ajalugu väga vähe, olemasolevate objektide atraktiivsus nõrk. Eestlusele tähtis muuseum- Eesti Lipu muuseum. Maakondlikul tasandil rohkem ajaloolisi objekte: Sangaste loss, Taagepera loss, Karula mõis.</p> | <p>Ajaloo-objekte keskmiselt - tuntuimad lossimäed (linnusevaremed ja ripsild), veetorn, trepimägi. Kultuuriobjekte palju - Kondase keskus, teater Ugala, loodav pärimusmuusika keskus.</p>                             | <p>Mõisad: Mooste, Rápina, Ahja, Pikajärve Varbuse Muusikamõis Jakob Hurt, Kanepi Kirik, Seto Talumuuseum Eesti Maanteemuuseum Põlva Talurahvamuuseum Ahja Muuseum Leevaku Postitee Sühavavva villavabrik-muuseum Rápina Paberivabrik</p> |
| <b>Erilised võrreldes Põlvaga</b>                           | <p>Kuppelmaastik, mitmed Eesti „tippmargid“ nn. Suur Munamägi, Rõuge Suurjärv, Kütioru jt. Haanja looduspark, Karula rahvuspark ja atraktiivsed teemapargid nn. Metsamoori perepark, Uhtjärve Ürgoru Nõiarik, Pokumaa. Omakultuur ja keel. Hulganisti omapäraseid pakette nn. Metsavenna retk koos lõunaga, taluteater suitsusauna Haanjamaal, klassiõhtu Metsamooriga jt. Kohaliku toidu propageerimine: Lõuna- Eesti Toiduvõrgustik ja Uma Mekk.</p> | <p>Talvehooaeg, maastik. Maine Kaunis järv-Pühajärv Maakondlikul tasandil Karula rahvuspark, mitmed suursugused lossid- Sangaste, Taagepera. Pühajärve SPA tuntus ka välismaal.</p>                              | <p>Keskmes rahvakultuur, oma kutseline teater, samuti loodus- ja aktiivse turismi suurem osakaal. Väga palju huvitavaid omanäolisi objekte: topiste tuba, pitsituba, terviserada, klaasivabrik, sepikoda jt. Soomaa</p> | <p><b>Unikaalsustegurid võrreldes Otepäa, Viljandi ja Võrumaaga</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Taevaskoja</li> <li>2. Setomaa</li> <li>3. Ahja ja Võhandu</li> </ol>   |
| <b>Olulised seostuvad märksõnad</b>                         | <p>Omakeel ja kultuur. Setomaa Hauka laad Suur Munamägi</p>  | <p>Suusatamine, talvepealinn, Pühajärv, sport. Andrus Veerpalu, Jaak</p>   | <p>Viljandi folk, lossimäed, Viljandi paadimees ja järv. Soomaa Teater „Ugala“</p>  | <p>Taevaskoja, Ahja jõgi ja Võhandu jõgi(kanuud) Sood ja rabad, Pokumaa, Setomaa, Seto Leelo –</p>  |

|  |   |   |  |   |
|--|---|---|--|---|
|  | Rõuge paadiralli ja veepidu Promenaad ja Roosisaare, Tamula järv, Kreuzwald   | Mae, Kristiina šmigun. „Kuldkalake“   |  | Unesco vaimse kultuuripärandi nimekirjas, ajalooline Postitee, seenemetsad, Eesti Maanteemuuseum  |
| <b>Turismiteenuste atraktiivsus sihtgruppidele</b> | Kultuurihuvilistele atraktiivne, samuti loodusturistidele. Atraktiivne perekondadele tänu pereürituste rohkusele.   | Populaarne sihtkoht aktiivse puhkuse ja (talve)spordi huvilisele, meist erinev maastik ligitõmbav. Spaaturiste meelitavad Pühajärve ning Bernhard SPA.  | Spaaturistidele ei paku midagi, ajaloo- ja kultuurituristidele (eriti pärimuskultuuri huvilistele) atraktiivne.  | Kanuumatkad, traditsiooniline rahvakultuur, peredele sobilik (turvaline, vaikne), loodusmatkajatele palju matkaradu ning elamusmajutust nii telkides, lakas või RMK Päikeseloojangumajas rabas. Tervisepuhkajatele Väraska Sanatoorium ja Veekeskus.  |
| <b>Turismiteenuste valik</b>                       | Maakonnas üle 350 majutusasutuse. Võru linnas ning vallas on 9 atesteeritud majutusasutust, olemas on 2 heatasemelist hotelli, 2 külalistemaja, 2 puhkemaja, hostel, puhkeküla ja kodumajutus. Võrus on 17 kohvikut, nende hulgas ka kiirtoidukohvikud, pubid ja restoran. Ööklubisid on 2. Aktiivse puhkuse võimalusi rohkesti – looduspark, rahvuspark, matkarajad, järvega seotud veesport. Väga palju on turismitalusid, mõned neist väga huvitavate tegevustega nt. taluteater, heinategu, | Aktiivset puhkust võrreldes Haapsaluga palju, palju turismitalusid nn maaturismi ning kodumajutust. Erinevat liiki söögikohti Otepääl 8 sh. Restoranid, kohvikud, kiirtoit. Maakonnas võimalik süüa sellistes omanäolistes interjöörides nagu Taagpera lossi restoran, Hotell Metsis jahirestan, Musta Kõutsi Kõrts, Pühajärve tornikohvik jt. Armastatud söögikohaks on kalarestoran. Lisaks rohketele | 15 majutusasutust (430 kohta) - enamik väiksemat sorti majutusasutused, aktiivse puhkuse võimalused - matkarajad, spordiväljakud, järvega seotud veesport. | 55 majutusasutust – kaks hotelli, palju puhkemajasid ning kodumajutust. Toitlustuskohtasid maakonnas vähe, kohati madal kvaliteet. Elamustoitlustuse pakkuja OÜ Matkajuht „Metsarestoran“. Aktiivse puhkuse võimalused- rohkesti kanuumatkade pakkujaid, erinevad matkad matkaradadel, seiklusrajad, vibu laskmine. Huvitavaks teenuseks lennud väikelennukiga. Omanäoline külakoostöö – Hurmioru perering, kus |

|                                       |   |  |  |  |
|---------------------------------------|---|--|--|--|
|                                       | sepatööd.<br>Turismiinfo väga hästi kätte saadav.<br>Suhteliselt tihe kultuuriürituste kalender.  | taliharrastuste võimalustele ka hulganisti vesiharrastuse pakkujaid, millele lisanduvad motosport ning populaarne kalapüük.  |  | saab nii kangast kududa, veskil käia ning hobusega sõita kui ka teha tutvust sinirebastega jt.<br>Maanteemuuseum, Talurahvamuuseum jm muuseumid, mis korraldavad lisaks püsiväljapanekutele erinevaid üritusi ning teemapäevaid. |
| <b>Positsioon turul</b>               | Hea, ilmselt kultuuri osas konkureerib Viljandiga, kuid pakettis kultuur ning loodus on Viljandist tugevam.   | Hea, kuid nõrgem kui Pärnul ja Saaremaal.  | (2005. aastal turismiinfos 14 709 külastajat)  | Võrdluses kõige nõrgem just maine ja ebapiisava teavitamise tõttu  |
| <b>Turismi arengu koordineerimine</b> | Võrumaa Turismiliit MTÜ<br>Võru Linnavalitsus-arendusosakonna juhataja<br>Võru Maavalitsus-<br>Võrumaa Arenguagentuur<br>SA Lõuna-Eesti Turism                              | Valgamaa Arenguagentuur, samuti on Otepää kaastatud SA Lõuna-Eesti turism tegevustesse; Otepää Turismiinfokeskuse koostöö Otepää vallaga; probleemiks Otepää taotluslik eraldiseisimine muust Valgamaast | MTÜ Viljandimaa Turism (24 liiget).  | SA Põlvamaa Arenduskeskus<br>turismiarendusjuht<br>Turismiettevõtjate ümarlaud<br>MTÜ Setomaa Turism   |
| <b>Sihtsegmentid ja sihtturud</b>     | Sihtturud: Läti, Saksamaa, Soome, Rootsi, Venemaa, Eesti. Segmentid: siseturist kui puhkaja, seminari- ja ärituristid, kultuuri- ja spordiürituste külastajad ning osalejad | Sihtturud: Eesti, Soome, Läti, Saksa, Rootsi, Venemaa.<br>Segment üldhuviline, looduses aktiivne liikuja ja sportija, tippsportlased.  | Loodusturist, puhkaja, kultuuri- ja looduspärandi turist, kes tuleb nautima kultuuriüritusi ja eriti rahvakultuuri | Sihtturud: Läti, Venemaa, Eesti, Soome. Vähemal määral Saksamaa.<br>Segmentid: pered, loodusmatkajad sh. veematkajad, rahvakultuuri austajad   |
| <b>Turismialase koolitusvõimaluse</b> | Maakonnas tunnustatud kutse- ja rak. kõrgharidust pakkuva Võrumaa KHK, kaugemal:  | Valgamaa KÕK ei paku turismialast koolitust; kaugemal paiknevad  | Viljandi Ühendatud KKK ega TÜ Viljandi Kultuuriakadeemia ei paku   | Räpina Aianduskool ei paku turismialast koolitust; kaugemal paiknevad  |

|  |   |  |   |   |
|--|---|--|---|---|
| <b>olemasolu regioonis</b>                 | Tartu KHK, Olustvere TMK, Luua Metsanduskool  | kutseõppeasutused: Võrumaa KHK, Tartu KHK, Olustvere TMK, Luua Metsanduskool   | turismialast koolitust, seda teeb Olustvere TMK; kaugemal paiknevad kutseõppeasutused: Võrumaa KHK, Tartu KHK, Luua Metsanduskool.  | kutseõppeasutused: Kutseõppeasutused: Võrumaa KHK, Tartu KHK, Olustvere TMK, Luua Metsanduskool |
| <b>Peamised tugevused meiega võrreldes</b> | Tunnustatud teema „Kreutzwald“ ( kuigi meil oleks vastu panna Tuglas) Oskuslik pärandikultuuri ära kasutamine. Hästi funktsioneeriv turismiinfovõrgustik ning pühendunud turismiga tegelejad. Hooldatud pargid ja haljasalad, atraktiivne rannajoon. Turismiliit  | 2 aktiivset hooaega; Via Hanseatica turismitee; head võimalused aktiivse puhkuse harrastajatele; siseturg kui peaturg. Looduskaunis Pühajärv ning atraktiivseks muudetud järve kallas. | Tugev kultuuriturismi sihtkoht - oma kutseline teater, pärimuskultuuri keskus. Soomaa Kultuuriürituste väga hea turundus Väljakujunenud imago. Väärtusi ( rahvuskultuuri erivormid) toetav haridusasutus. |   |
| <b>Peamised nõrkused meiega võrreldes</b>  | Nõrkused samad mis meil: Nõrk koostöö turismiasjaliste vahel, läbimõeldud sihipärase turundustegevuse puudumine, vähe atraktiivseid turismitooteid, turismitoodete ja –teenuste ühekülgsus ning ebahühtlane kvaliteet, osade ressursside potentsiaal kasutamata, rahvusvaheliste lennu-, bussi- ja raudteetransportliinide puudumine. | Hajus ja ühekülgne turundustegevus; nõrk koostöö ettevõtjate ja vahendajatega; ajaloolise kultuuripärandi vähene atraktiivsus  | Füüsiliselt kaugemal lähiturgudest nagu Venemaa ja Läti-Leedu. Maakondlik internetiportaal killustatud.   |   |
| <b>Maine</b>                               | Maine siseturul hea, välisturul ehk veel natuke tundmatu linna staatuses.   | Maine on väga hea siseturul.   | Järjest paranev.  | Suhteliselt puudulik. Mainekujundus hüplik.   |

|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
| <b>Turismi-<br/>infrastruktuuri<br/>tase</b> | Võrumaal infrastruktuur suhteliselt hästi välja arenenud. Mitmed külastuskeskused ja objektid korrastatud  | Tasemel ja väljaarendatud linlik infrastruktuur maakeskkonna keskel.   | Tase hea, kõik tähtsamad objektid korrastatud ja viidastatud.  | Tase piirkonniti ebaühtlane. Enamikes piirkondades vajab viidastamine korrastamist. |
| <b>Arengu-<br/>perspektiivid</b>             | Aastaks 2016 on Võru koos Haanja ja Rõugega Kagu-Eesti tähtsaim tõmbekeskus.   | Otepää arendamine Baltikumi talvepealinnaks, suusaspordikeskuseks (Tehvandil suur arenguplaan).  | Rikkaliku kultuuri- ja ajaloo pärandi ning looduskaunite miljööväärtuslike piirkondadega linn, mis pakub mitmekülgseid võimalusi kultuuri- ja spordielamusteks ning meelde jääva puhkuse veetmiseks. | Elustiil, Öko, Mahe, Loodus   |
| <b>Tunnuslaused</b>                          | Üts ummamuudu liin<br>Üks isemoodi linn  | On Eesti nn talvepealinn<br>Lumi on võimalus! Snow is a change!  | Viljandi - ürgses rütmis.  | Rohelisem Elu   |
| <b>Senine turundus-<br/>tegevus</b>          | Võru linna Imagoraamat 2006-2007, ühtne turismiobjektide viidastamine, info voldikud, turismiinfo jagamine piiripunktides, liiklusviitade paigaldamine oluliste sihtpunktide suunas, matkaradade kaart, objektiinfo jagamine raadiolevi või mobiillevi kaudu, turismi tutvustav lühifilm, erinevad trükised, pressiteated, tutvustavad kampaaniad reisikorraldajatele, turismimesseid osalemine, võrukeelsed trükised, puutekraaniga internetikiosk, meened. | Trükised: suve ja talve eraldi, teema- ja imago trükis, www.otepaa.koduleht, turismimesseid, töö ajakirjanikega, hooajapakkumised, meedia ja müügireisid, reklaampindade ost, otsepostitused.<br><br>tugevad spordivaldkonna tegijad oma turunduskanalitega, | Puudub ühtne tootearendus ja linna turundusstrateegia. Olemas nii maakonna kui linnaturismiinfo internetis.  | Turismimesseid osalemine. Trükiste väljaandmine. Maakondlik portaal.                |

**Lisa 2**  
**SWOT tabel**

| Tugevused   | Nõrkused  |
|---|---|
| <b>Asukohaga seotud</b>   | <b>Asukohaga seotud</b>   |
| <p><b>Rongiühendus Tallinna ja Tartuga</b><br/>On olemas suhteliselt hea reisirongiühendus, armsad teivasjaamad ning juurdepääs peamisele maakonna turismimagnetile – Taevaskojale.</p>   | <p><b>Kaugus Tallinnast</b><br/>See aspekt on ühelt poolt nõrkuseks, sest sageli eelistavad inimesed kuni 150 km raadiuses paiknevat sihtkohti. Teisalt on kaugemate sihtkohtade eeliseks see, et kohal viibitakse kauem, et vältida sõiduaega ja -kulu. Eeldab tugeva brändi ja atraktiivsete puhkevõimaluste olemasolu.</p>   |
| <b>Ressurssidega seotud</b>   | <b>Ressurssidega seotud</b>   |
| <p><b>Terve ja terviklik loodus- ja elukeskkond</b><br/>Suurtööstuse puudumine ning inimeste koondumine väikestesse asulatesse on positiivselt mõjutanud eriti looduskeskkonda, kuid ka unised ja näilisel mahajäänud väikelinnad evivad pealinnakeske mõtlemisega siseturistile nostalgilist ning puhkamiseks sobilikku iseloomu.</p>  | <p><b>Ebaühtlane kvaliteet</b><br/>Turismiettevõtlast maakonnas iseloomustab ebaühtlane kvaliteet nii teenuste kui toodete osas, puudulik keeleoskus, ebaühtlased oskused ja teadmised nii müügis kui ka turundustegevuses.</p>   |
| <p><b>Hubased ja armsad sündmused</b><br/>Põlvamaal on rida suurepäraseid, omanäolisi ja ehedaid sündmusi (Ökofest, Mooste Linalaat, Lüübnitsa Sibulalaat, Seto Kuningriigi Päevad jms), mis ei ole orienteeritud massikülastusele, vaid on sobilikud peredele, erihuvidega sihtgruppidele ja roheline/looduslähedase elustiili viljelejatele. Üldjoontes on need armsad, hubased ja stiilsed ettevõtmised, mis kannavad endas omal moel maakonna tunnusfilosoofiat "Rohelisem elu"</p> | <p><b>Oskamatus teenida oma tugevuste pealt, osaliselt kasutamata ressursid</b><br/>Maakonna ühe tähtsaima sümboli- Taevaskoja - nõrk müük ning turundus on tekitanud olukorra, kus osa ka sisemaistest turistidest ei tea täpselt, mis maakonnas Taevaskoda asub. Põlvamaa kui kanuujõgede paradiis vajab tugevamat turule sõnumineerimist. Sama olukord on mitmete teiste turismimagnetite puhul, kus tutvustamine on olnud kaootiline. Paljude loodusturismi vaatamisväärsuste juures puuduvad külastamise kord ning tasulised teenused.</p> |
| <p><b>Jões/vesi</b><br/>Läbi Põlvamaa voolavad kaks Eesti armastatuimat kanuujõge- Ahja ning Võhandu. Lisaks ainulaadne Piusa jõgi, arvukalt järvesilmi, soid ja rabasid.</p>   | <p><b>Sesoonsus</b><br/>Osa teenuseid/tooteid ( nt. majutus, toitlustus) on turistile kvaliteetselt pakutavad vaid kevad-suvisel ehk soojal aastaajal.</p>  |
| <p><b>Tuntud ja tunnustatud loodusturismi objektid, tuntud brändid</b></p>  | <p><b>Viidainfo on puudulik</b><br/>Paljud piirkonna vaatamisväärsused ja ettevõtjate objektid on</p>   |



|   |  |
|---|--|
| <p>Peamisteks sümboliteks on Taevaskoda, Piusa koopad, Meenikunno raba.<br/>Setomaa koos Unesco pärandisse kuuluva Seto Leeloga , Pokumaa, Jaaniraotu</p>   | <p>ebapiisavalt viidastatud või üldse viidastamata. Viitadel puudub ka ühtne stiil ning sageli ka kena välimus.</p>  |
| <p><b>Muuseumid</b><br/>Põlvamaal on mitu üle-eestilise tähtsusega omanäolist muuseumit - Eesti Maanteemuuseum ja Seto Talumuuseum. Lisaks on maakonnas mitmeid väiksemaid ( Põlva Talurahvamuuseum) ja erineva temaatikaga ( Sühavva villavabrik-muuseum, Tuglase muuseum) muuseumeid.</p> | <p><b>Toitlustamisteenuse vähesus</b><br/>Põlvamaal on vähe kvaliteetseid toitlustuskohti, kuhu turiste suunata. Samuti asuvad need hajali ja info nende kohta on turistile raskesti kättesaadav</p>   |
|   | <p><b>Ebaaus konkurents</b><br/>Osa maakondlikke turismiettevõtjaid tegutseb atesteeringuta.</p>   |
|   | <p><b>Hinnapoliitika ja müügitehnikate nõrkus</b><br/>Me ei oska sageli oma tegevust väärtustada ja selle eest õiglast hinda küsida.</p>   |
| <p><b>Maine ja turundusega seotud</b></p>   | <p><b>Maine ja turundusega seotud</b></p>  |
| <p><b>Slogan ja logo "Rohelisem elu"</b><br/>Hetkel veel ilmselt vähekasutatud maakonna tunnuslause ja märk. Aga ta on olemas ja ta sobib Põlvamaale suurepäraselt</p>  | <p><b>Identiteediprobleemid</b><br/>Regionaalse tuleviku küsimus</p>   |
|   | <p><b>Mainekujundus, turundus ja juhtimine on projektipõhine</b><br/>Projektipõhisusest tingitult on maakondlikud turismitegevused sageli planeerimata, juhuslikud ning jätkusuutmatud. Esineb finantseerimisvahendite nappus.<br/><b>Puudub mainekujunduskava (kokkulepped, sümbolid)</b></p> |
|   | <p><b>Põlvamaa ei ole konkurentsivõimelisel positsioonil turismisektori siseselt</b><br/>Omavaheline konkureerimisne erinevate piirkondade vahel. Põlvamaa ei suuda täna konkureerida tuntud ja tunnustatud turismibrändidega nagu Saaremaa, Võru, Otepää, Pärnu.</p>                          |
| <p><b>Portaal www.polvamaa.ee</b><br/>Olemas on hästi toimiv ja kena maakonnaportaal, mille turismi osa vajab suhteliselt väikseid muudatusi, et olla kaasaegne ja autoriteetne turismiinfo hankimise allikas.</p>  | <p><b>Portaali turismiosa on korrastamata ja ajast maas</b></p>  |

|  |  |
|--|--|
|  | <b>Puudulik turismistatistika</b> – puudub süsteemne ja järjepidev teave, kui palju külastajaid viibib Põlvamaal, mida nad siin teevad ja kaua viibivad                              |
| <b>Koostöö- ja kommunikatsiooniga seotud</b>   | <b>Koostöö- ja kommunikatsiooniga seotud</b>   |
| <b>Koostöösoov ja -valmidus</b>  | <b>Kommunikatsioonikava puudumine (kokkulepped)</b><br><b>Meediasuhtlus kohati küündimatu ning juhuslik, info edastamine oskamatu ja ebaühtlane</b>                                  |
|  | <b>Ühisturundus vajab arendamist</b><br>Teemadeks: Kuidas üheskoos edastada sarnast sõnumit, kuidas teineteise tooteid ristturundada, kuidas kaasata naabreid ja korraldada koostööd |
| <b>Võimalused</b>  | <b>Ohud</b>  |
| <b>Asukohaga seotud</b>  | <b>Asukohaga seotud</b>  |
| Avatav Koidula piiripunkt ning võimalused piiriüleseks koostööks ja turunduseks  | Ebaselgus regionaalpoliitikas, oht saada liidetud või lammutatud Urbaniseerumine. Ääremaastumine, noorte lahkumine piirkonnast, ärksate mõtlejate puudus                             |
| <b>Ressurssidega seotud</b>  | <b>Ressurssidega seotud</b>  |
| <b>Keskkonna potentsiaal</b><br>Palju eriilmelisi ning atraktiivseid oma lugu rääkivaid objekte ja vaatamisväärsuseid on täna kaardistamata, legendiga varustamata - AVASTAMATA Põlvamaa   | <b>Masu jätkumine</b><br>Vähem turiste, vähem finantse   |
| <b>Kvaliteedi tõstmine ja võimalus liituda EAS kvaliteediprogrammiga ning töötada välja Põlvamaa oma kvaliteedistandardid</b><br>Kliendi rahulolu tagamisel tuginetakse väärtustele, milledeks on: ausus, sõbralikkus, usaldusväärsus, turvalisus, professionaalsus ja tasakaal. | <b>Oskamatus ja suutmatus mõjutada loodusressursside kasutamist (RMK)</b>  |
| <b>EL toetusrahad</b> tootearenduseks, koolitusosak  | <b>Suutmatus EL toetusi taotleda</b><br>Rahaliste vahendite lõppemine  |
|  |  |

|   |  |
|---|--|
| <b>Maine ja turundusega seotud</b>  | <b>Maine ja turundusega seotud</b>   |
| <b>Lõuna-Eesti positiivne maine reisisihtkohana</b><br>Lõuna-Eesti on juba aastakümneid olnud siseturistile tuntud ja tunnustatud puhkuse veetmise kohaks nii oma looduse, inimeste kui võimaluste tõttu  | <b>Teiste piirkondade tugev turundus võib meid „rongist maha jätta“</b>  |
| <b>Mainekujundus ja bränd</b><br>Tänaseni piisavalt kasutamata bränd annab uusi võimalusi meie väärtuste edastamiseks ning sihtkoha tuntuse suurendamiseks  | <b>Viisapoliitika Venemaaga</b>  |
| <b>Portaali arendamine ja internetikeskkonna võimalused</b><br>Eesmärgiks on kujundada portaal kaasaegseks, atraktiivseks ja kättesaadavaks turismiinfo hankimise allikaks  | <b>Soovida jättev käitumiskultuur nii turismiteenuste osutajate kui kasutajate poolt</b>   |
| <b>Valitsevad turismitrendid</b><br>Suurim sihtgrupp turismis on perega reisija. Põlvamaal on eeldused pakkuda peredele sobivaid turismiteenuseid - siin on ruumi, õhku ja vabadust lastele, nostalgiast kubisevaid paiku suurtele ning tegevusi, milles põimuvad vana ja uus, õpetlik ja mänguline ning mis kannavad endas väärtusi nagu seda on usaldusväärsus ja turvalisus. | <b>Lubaduste mittevastavus tegelikkusele</b><br>Läbimõtlemata sõnumid võivad tekitada olukorra, kus müügilubaduste mittevastavus tegeliku teenusega põhjustab klientide rahulolematust ning kahjustab seeläbi kogu turismisektori mainet |
| <b>Koostöö ja kommunikatsiooniga seotud</b>   | <b>Koostöö ja kommunikatsiooniga seotud</b>  |
| <b>Koostöö eri tasanditel</b><br>Parem koostöö läbi uute partnerite ning osapoolte lisandumise, ühistegevuste võimaluste otsimise jne. Turismiorganisatsiooni loomine tekitab uusi võimalusi valdkonnapõhiste tegevuste rahastamiseks   | <b>Infomüra</b>  |
| <b>TIK-i linnakeskem asukoht</b> annab uusi võimalusi nii sisemiseks turunduseks kui ka parandab oluliselt info kättesaadavust  | <b>Hoiakud ja passiivsus, otsustajate ja poliitika heitlikkus</b>  |

## TOWS

### Tegevussuunad TUGEVUSTE kindlustamiseks, VÕIMALUSTE kasutamiseks, NÕRKUSTE minimeerimiseks ja OHTUDE vältimiseks

1. Põlvamaa mainekujunduskava loomise käivitamine ning protsessis osalemine. Põlvamaa Rohelisema Elu põhimõtete toetamine oma tegevustes ja ideoloogia tutvustamine erinevate projektide kaudu. Võimaluste otsimine meediakanalitega regulaarseks suhtlemiseks ning positiivsete arvamuskirjelduste avaldamiseks nii vabariiklikus kui kohalikus ajakirjanduses. Sellega anname omapoolse panuse maakonna maine positiivsel kujundamisel
2. Turundustegevuste parem planeerimine ning elluviimine: pikemaajalise piirkonna turismiturunduse kava väljatöötamine, ühisprojektide algatamine, ettevõtete vahelise ristturunduse edendamine, turundustemaatiliste koolituste läbiviimine ning turunduspartnerite otsimine lähemalt ja kaugemalt.
3. Maakonna portaali polvamaa.ee turismiosa uuele ja kaasaegsele tasemele arendamine, sellega parandame olulise turundus- ja infokanali kaudu nii informatsiooni kättesaadavust kui piirkonna mainet. Turismiettevõtjate omavahelise infokanali (blogi) käivitamine.
4. Põlva turismiinfopunkti kesklinna ületoomise projekti käivitamine – sellega parandame info kättesaadavust ning väärtustame turismi kui ettevõtetlust piirkonnas nii kohalike elanike kui külaliste silmis.
5. Edastada vaid asukohaga seotud positiivseid sõnumeid nii turunduses kui meediasuhtluses – nt. kaugus linnakärast on sobilik pikemaajaliseks puhkuseks. Nii pöörame asukohaga seotud nõrkuse tugevuseks. Edendada koostööd Edelaraudteega, et leida vastastikku kasulik koostöövorm ja käivitada unikaalne turunduskanal. Reisirongiliikluse kohta info levitamine maakondliku portaali kaudu.
6. Olemasolevate ressurside ning keskkonna potentsiaali kaardistamine, maakondlike vaatamisväärsuste GPS-koordinaatidega varustamine, turismiviitade auditi läbiviimine ning võimaluste otsimine uue viidaprojekti käivitamiseks - sellega väärtustame oma piirkonna vaatamisväärsusi, parandame tootearendust, vähendame sesoonsust ning panustame kvaliteetse turismiteenuse arendamisesse.
7. Koostöö parandamiseks ning ühistegevuste planeerimiseks on vajalik turismiettevõtjate katusorganisatsiooni loomine ning selle abil ühishuvide ning koostöövõimaluste otsimine erinevatel tasanditel. Läbirääkimised RMK-ga koostöövormi leidmiseks. Kohalike omavalitsuste ning teiste huvigruppide kaasamine infovahetusse ning aruteludesse.
8. Analüüsimisel selgus ühe nõrkusena toitlustusteenuse vähesus ja ebapiisav kvaliteet maakonnas. Esmase tegevusena kaasame toitlustusettevõtteid turismiettevõtjate ümarlaudadele ning infovahetusse, et selgitada välja edasised arenguvõimalused.
9. Üheks prioriteetseks suunaks on kvaliteedi arendamine. Selleks tuleb: töötada välja Põlvamaa oma kvaliteedimärgis turismiteenusele, ärgitada ettevõtjaid liituma olemasolevate kvaliteediprogrammidega (EAS Kvaliteediprogramm, Rukkilill, Ehe jms), töötada ettevõtetele välja esmased peresõbralikkuse kriteeriumid, turundustegevusse kaasata vaid tunnustatud ja kvaliteetseid tooteid pakkuvaid ettevõtteid. Kvaliteedi mõõdupuuks töötame välja kliendi rahuloluuuringu vormi ning ärgitame ettevõtteid seda kasutusele võtma.
10. Et parandada planeerimist ja leida ideid tuleviku tegevusteks, tuleb käivitada regulaarsed külastajauuringud ning luua usaldusväärne turismistatistika kogumise ja töötlemise süsteemi.

