



.....

KOHATURUNDUS ALGAB LOO LOOMISEST

.....



Tartumaa Arendusselts



.....

KOHATURUNDUS
ALGAB LOO LOOMISEST

.....

TARTU
2009



Kohaturundus kui elamise viis

Küsisin eile üliõpilastelt, kes soovitasid Euroopa Liidust rääkides kutsuda vanematele inimestele kõnelema eakama inimese, sest muidu ehk vanainimesed arvavad, et see EL on üks noorte värk: kes oli see hõbedaste lokkidega ühiskonnategelane, kes Eesti Liitumisel ELiga just vanemate inimeste arvamust positiivselt mõjutas? Mitte ükski sajast kuulajast ei osanud vastata. Aeg kaob, viies endaga kaasa lood, mis ühel hetkel olid meile kõigile olulised ja arusaadavad. Kas täna kõneleme aiaäärsest

tänavast või on hoopis olulisemad üks tänav, pink ja puu või ehk avarus, mida näeme turismireisil kosmosesse? Oma loo loomine on keeruline tegevus. Seepärast on ka ajahambale vastu pidavaid eeposi rahval vaid üks. Iseasi, et neid lugusid tõlgendatakse tänapäeval teisiti. Küsisin kord gümnaasiumilõpetajalt, kas ta teab, mis on Eesti rahvuseepos – teadis. Küsisin, kes on kangelane. “Kalevipoeg,” sain vastuseks. Ja milles siis lugu? “Lugu selline, et Kalevipoeg on rahvuskangelane, kes alguses ajas soomlastega relvaäri, tegi seal tünga, pärast ajas venelastega puiduäri. Naiste seas oli lööki, aga muidu oli luuser, oma mõõga otsa astus surnuks.” Niisugune siis on meie lugu.

Praegu räägime oma kodupaiga loo loomisest. See lugu peab kõnelema sellest, et meil on siin hea elada, et ettevõtjail on siin mugav ja tasuv tegutseda ja et turistid saavad siin elamuse. Lugu peab põhinema tõel ja olema elav. See tähendab, et oma lugu loome uuesti iga päev, loome vahel väikeste variatsioonidega, et kuulaja mõistaks.

Lugu ei teki iseenesest. Oma uurimustele tuginedes võin väita, et inimesed, kes teavad paigast ja kellel on kujunenud positiivne imago, suhtuvad selle paiga ettevõtmistesse soodsalt ja toetavalt, negatiivse imago puhul koostööd ja toetust üldjuhul ei ole. Kurb on aga tõsiasi, et need, kellel puudub paigaga seoses teadmine ja koha kuvand on välja kujunemata, käituvad nii, nagu teevad seda negatiivse kuvandiga inimesed. See on selge märk, et me peame tegelema oma loo loomisega.

Eriti hästi töötab lugu, mis paneb kuulajad seda edasi kõnelema ehk levib nakkuslikul teel. Et meie lugu hakkaks ise levima, peab ta sisaldama olulist informatsiooni, olema humoorikas või peab selle rääkimisega kaasnema kõnelejale mingi boonuse.

Paiga imago tekib kolmel viisil: selle põhjal, mida me ise endast räägime, mida kogevad meiega kokku puutunud inimesed ja mida meist räägivad kolmandad allikad. Täna on kolmandaks allikaks ajakirjandus või uus meedia ja kuulajale olulised inimesed. Uue meedia ajastul ei saa süüdistada ajakirjanikke selles, et nad meist (hästi) ei kirjuta. Kasutada on väga palju vahendeid. Nii on Eesti teine riik maailmas, kellel on *Second Life*’is oma saatkond. Kas teie piirkonnast on *YouTube*’is mõni huvi tekitav video? Kas te hoiate huvilisi oma Orkuti või *Facebook*’i kontol? Kas teie piirkond jutustab oma lugu kodulehe kaudu?

Üks mu sõber, kes pidi õppimise ajal välismaal elama, kurtis: sa ei kujuta ette, missugune koduigatsus tuleb peale, kui mitte keegi ei mõista, mida tähendab: “Serviti, serviti, Kalevipoeg!”

Kohaturundus algab loo loomisest.

Aune Past,
raamatu “Mainekujundus ettevõtluses ja poliitikas” autor



Edukas kohaturundus – kohaliku arengu võti

Kohaturundus algab oma kodukoha omapära ülesleidmisest. Kõigepealt tuleb endale esitada küsimus – mis on minu kodukoha juures erilist?

Mis on see miski, millepärast mulle meeldib siin elada või miks peaksid teised inimesed siia tulema? Mis on see, mis loob positiivse emotsiooni? Kuidas tekib erinevate aspektide koosmõjul huvitav LUGU, mida saab ikka ja jälle jutustada? Loo jutustamisel ei ole piire – lugu võib olla **ühistest väärtustest, omapärastest inimestest, looduslikust eripärast jne.**

Edukaid näiteid kohaturunduse vallast ei ole vaja kaugelt otsida. Näiteks on Tartu linnal Eesti Päevalehe küsitluse järgi Eestimaa kõige tuntum tunnuslause – „Heade mõtete linn”. Veel üks väga hea Tartumaa näide on **Peipsiveere Kõõgiviljajühistu**, mis oma tegevusega on jõudnud sinnamaale, kus meie pealinna rahvale hakatakse tellimuse peale Peipsi ääres kasvatatud kõõgivilju koju viima. Rääkimata sellest, et Peipsi sibul on taaskord Eestis ausse tõusnud!

Eduka kohaturundusega suureneb piirkonna tunnus, paraneb ettevõtluskeskkond ja kasvab külastajate arv. See omakorda loob hea elamis- ja tegutsemiskeskonna kohalikele inimestele, tagab töökohad ja suurendab piirkonna atraktiivsust investorite silmis. Ja mis peamine – selle keskkonna saame ise luua just niisugusena, nagu vaja.

Kõik kohaturundusega seonduv saab alguse inimestest, inimestest ja veelkord inimestest. Kui omavalitsuse ametnikud, külaseltsi liikmed või ettevõtjad tunnevad, et midagi tuleks muuta, tuleb lihtsalt kokku istuda ja üheskoos vajalikud mõtted kirja panna. Läbi arutelude jõutakse ühisele arusaamale, mis on meie koha lugu või millised on meie piirkonna tooted ja teenused ning kuidas saaks kõike seda võimalikult hästi „vankri ette” rakendada.

Elame väljakutsete ja muutuste ajal, kus võimalused luua midagi uut on suuremad kui varem. Paljud ettevõtlikud inimesed vaatavad juba enda ümber ringi ja otsivad uusi ideesid, mida ellu viima hakata. Hea võimaluse uute ideede realiseerimiseks annab Euroopa Liidu LEADER programm, mille peamiseks eesmärgiks on maaelu arendamine läbi uudsete lahenduste ja koostöö. Nii on LEADER toeks paljudele kohaturunduslikele algatustele – romantiline rannatee „**LOVE ROAD**”, Rohelise Jõemaa turismitoode, Pandivere paeriik, „**Maitsev Gotland**”, **Setomaa turismitoodete arendamine** jpm.

Üle Eesti tegutseb 26 LEADER tegevusgruppi – liidrit maaelu arengu valdkonnas. Näiteks Pärnumaal Pärnu Lahe Partnerluskogu ja Rohelise Jõemaa Koostöökogu, Põlvamaal Põlvamaa Partnerluskogu, Hiiumaal Hiidlaste Koostöökogu, Võrtsjärve ümbruse valdasid ühendab Võrtsjärve Ühendus, Setomaa valdasid Piiriveere Liider jne. Tartumaal on selleks tegevusgrupiks Tartumaa Arendusselts. Nii on pea kogu Eesti maapiirkond LEADER tegevusgruppidega kaetud.

Kohaturundus – kohalike toodete ja teenuste arendamine on meie kõigi ühine eesmärk. Ja ikka selleks, et meil on maal hea elada, ettevõtjatel kasulik tegutseda ja meie lastel palju võimalusi ennast arendada.

Kristiina Liimand

Tartumaa Arendusselts

Vaksali 17A, Tartu 50410

Tel: 743 0088

E-post: kristiina.liimand@tas.ee; tas@tas.ee

Koduleht: www.tas.ee





PEIPSIVEERE

Köögiljaühistu – värske kaup otse koju

Kohaliku sibulakasvatuse traditsiooni säilitamiseks ning saagi paremaks realiseerimiseks tuli midagi ette võtta.

Europrojektide toel alustati 2005. aastal tootjate koolitamist. Oluliseks teemaks kujunes ühistulise tegevuse vajalikkuse selgitamine, sest üksikul tootjal on raske riigi ääremaal suurematele turgudele välja jõuda. Samal aastal loodigi ühistu, kuhu praegu kuulub kaheksa ettevõtjat Pala, Alatskivi, Vara, Võnnu ja Meeksi vallast. Tootjaid on lisandunud nii Peipsiveerest kui Piirissaarest.

Nüüdseks on ühistu kaubamärk – Peipsiveere Köögiljaühistu hea mainega ning reaalne huvi selle kaudu oma toodangut müüa üha kasvamas. Kaubamärgile on lubatud lisada tootja- või talunimi, mis suurendab veelgi vastutust kauba headuse eest.

Kaubamärgil on kaks olulisimat kriteeriumi – Eesti toode ning kõrge kvaliteet. Mahetootmine ei ole omaette eesmärk.

Regulaarselt on osaletud Tartu Antoniuse õue laatadel, Tallinna jõulu- ja mardilaatadel ning kaubanduslikel suurmüükidel. Tallinnas pakutakse alaliselt oma kaupa Stockmannis ning Tallinna Kaubamaja Toidumaailmas. Oma lettidega ollakse Tallinnas Nõmme ja Rottermanni turul.

2009. a mai lõpuks on kavas käivitada “Köögiljaekspress”, millega viiakse värske kaup otse koju. Originaalseks tootearenduseks on kaubamärgiga varustatud tootepakendid: märsid ning laastukorvid.

Kaubamärgi reklaamimisel on andnud parima tulemuse meediakajastus nii Maalehes kui ka suuremates päevalehtedes ja televisioonis.

Probleemiks on järjepideva kaubakoguse kindlustamine ja kaubale väärilise hinna tagamine. Aktiivselt tuleb tegeleda kaubavaliku suurendamisega ning ühesuguse arusaamisega kauba kvaliteedist.

Usk vana traditsioonilise köögiljakasvatuse piirkonna elujõulisena püsimisse tugeneb iga aastaga, eriti praeguses majandusolukorras, kus pöörduakse tagasi oma esivanematelt päritud juurte juurde, tootmaks head eestimaist köögilja.

Ingvar Tšizikov
Peipsiveere Köögiljaühistu
Särgla küla, Vara vald,
Tartumaa
Tel.: 523 5155
E-post: ingvarvar@hotmail.ee





Eferdinger GEMÜSELUST – rõõm Eferdingi aedviljast

Ideeks oli Eferdingi aedvilja kaubamärgi väljatöötamine, toitlustus- ja müügivõrgustiku arendamine ning kaubamärgi turustamine. Eferdingi regioon on tuntud usaldusväärse ja kompetentse aedvilja-kasvatustalustajate ringkonnana. Seni puudus regioonil ühtne kaubamärk ning “meie”-tunne.

Eferdingi LEADER-grupp alustas projekti koos aedviljatootjate huvide esindajaga (Ülem-Austria Puu- ja Köögiviljakasvatavate Liit), kes samuti tegeles regionaalse märgi arendusega 2004. aastal.

Loodi ühendus (ARGE), kuhu kuulusid: talunike huvide esindajana ringkonna Talunike Koda, Ülem-Austria Puu- ja Köögiviljatootjate Liit, köögiviljakasvatavad, hulgi-, ja väikekaupmehed, turismiliidu ja toitlustustajate esindaja ning köögivilja ühistud. Põhjalikult viidi läbi õpitoad. Märk “Eferdinger GemüseLust” oli loodud. Ühendusest ARGE Eferdinger GemüseLust sai ametlik ühing.

Kaubamärk “Eferdinger GemüseLust” moodustab nn katuse, mille all hakkab toimuma mitmekülgne koostöö põllumajanduse, tööstuse, turismi, kultuuri jne alal. Kaubamärki saab kasutada kohalik omavalitsus, mis on kasulik regiooni üksikutele ettevõtjatele ja huvigruppidele. Tekkima peab aedviljatootjaid, toitlustajaid ja kaupmehi ühendav võrgustik.

Kaubamärgi turundamisel alustati järgmiste projektidega:

- 🌀 GemüseLust toitlustuses
- 🌀 GemüseLust kaubanduses (otseturundus taludes näiteks talupoed, kaubandusketid)
- 🌀 GemüseLust'i kokaraamat
- 🌀 GemüseLust'i mess (iga nelja aasta järel)

Eriliseks väljakutseks osutus oma koha leidmine ja kindlustamine toiduainete turul, sest aedvilja ainulaadseid omadusi ja väärtusi tuntakse veel liiga vähe.

Regionaalsed tootjad ei kasuta veel Eferdinger GemüseLust'i kaubamärki ning raske on leida partnereid nii toitlustusvaldkonna kui ka turismiprojektide jaoks, näiteks teemaparkide, matkaradade, aedviljaõpperadade tarvis.

Praeguse seisuga ollakse jõutud nii kaugele, et kahte põhitoodet, peasalatit ja valget redist, müüakse kaubanduses Eferdinger GemüseLust'i kaubamärgi all.

Eferdingi regiooni toitlustajate ühendus “GemüseLust Gastronomen” pakuvad aastaringi kindlatel nädalatel oma menüüs kvaliteetset kohalikku aedvilja.

Üks aedviljatootja avas esimese meie kaubamärgi all esimese talupoe ning esimene Eferdinger GemüseLust'i aedviljamess toimus 2004 aastal.

Eferdingi LEADER-piirkond kannab nimetust “GemüseLust Region Eferding” ning on oma arengustrateegia aastateks 2007 - 2013 suunanud sellele teemale.

Gerlinde Grubauer
Eferdinger GemüseLust
Linzer StraBe 4, 4070 Eferding
Koduleht: www.gemuselust.at





GODAGOTLAND – Maitsev Gotland

Populaarne suvituskoht Gotland iseenesest on juba “kaubamärk”, mis seotud positiivsete muljete ja meenutustega. Paljudel Stockholmi piirkonna elanikel on saarel suvilad. Turistidele ei reklaamita ainult mereäärset olemist, päikest, ajalugu ja kultuuri, vaid ka maitsvat toitu, mida saarel tehakse ning millele paekivi ja päike lisaväärtuse annavad.

Gotlandile on viimastel aastatel tekkinud juurde uusi väiketootjaid, kellele siseturgu enam ei jagu. Tooted on kohalikust toorainest, tihti valmistatud vanade retseptide järgi, maitsvad ja käsitsi tehtud. Samal ajal on Rootsis levimas mõisted: *toidukäsitööline* ja *käsitöötoit*, mille tegemisel kasutatakse vähe masinaid. Väiketootjate tugevuseks oma toodete turustamisel on koostöö. Gotlandil eksisteerivad mitmed erinevad koostöövõrgustikud.

Koostöövõrgustik võib olla temaatiline (delikatessid), mitme valdkonna tootjaid (leib, liha, juust, juurviljad, alkoholitootjad) ühendav või orienteeritud müügi sihtgrupile (ICA, Stockholmis väljavalitud kauplused). Juba pikemat aega kasutatakse ühtset nimetust GodaGotland, kus igale tootjale jääb õigus kasutada oma tootemärki.

1994. aastast tegutseb koostöövõrgustik “Produkt Gotland”, kuhu algul kuulusid ainult toidutootjad, kuid hiljem lisandusid ka teenusepakkujad. Koos käiakse korra kuus või vastavalt vajadusele. Korraldatakse kursuseid, koolitusi, individuaalset nõustamist jne. Maamajandusseltsile kuuluv “Multiköök” on hädavajalik neile väiketootjatele, kellel endal ELi nõuete kohast kööki ei ole või pole oma toodangumahu juures mõtet köögi rajamisega seotud investeeringuid teha.

1994. aastal esimeste koostöövõrgustike rajamise ajal oli saarel ainult mõni talupood. Nüüdseks on neid üle kolmekümne.

Tooteid on Gotlandil palju. Toiduga seonduvatest võib nimetada marmelaade, dessertjuustusid, sinepeid, maitsestatud kastmeid, kondiitritooteid, jahu, täisteratooteid, kohalikust teraviljast leiba, suitsukala, kalakonserve, lihatooteid, värsked ja kuivatatud puu- ning köögivilju, oma saare trühvleid. Veini ja muid alkoholseid jooke Rootsi seadused talupoes pudeliga müüa ei luba. Keelatud ei ole neid pakkuda aga talurestoranis toidu kõrvale.

Probleeme ja raskusi jagub hulgaliselt. Kõigepealt logistika ja transport. Kas toodangut on nii palju, kui nõutakse? Kas importida toorainet, kui seda saarel endal enam piisavalt ei ole? Missugust kuvandit iseendast turustada? Euroopa Liidu nõuete täitmine on mõnikord raske.

Vahel jääb vajaka teadmistest ja enesekindlusest ning vahel on raske leida häid partnereid.

Tulevikus peaks Läänemere saarte vaheline koostöö olema tihedam, et jõukat turisti Euroopast, eriti Saksamaalt piirkonda meelitada. Tuleks luua huvitavad turismimarsruudid. Miks ei võiks üks neist olla põnev toidutee? Kohalikku toitu tuleks rohkem kasutada koolides, lasteaedades, hooldekodudes. See mõjuks hästi tööhõivele maal.

Riina Noodapera,
Gotlandi Maamajandusseltsi projektikoordinaator,
Lövsta, Roma, 622 54 Romakloster, Gotland
Tel: +46 (0) 498 20 22 48
+46 (0) 70 775 76 30
E-post: riina.noodapera@hush.se
Koduleht: www.hush.se

goda
GOTLAND

HS
Hushållnings
sällskapet



Koostöö on võimalus eduks

Lõuna-Eesti väiketalunikel on kolme viimase aasta jooksul tekkinud koostöö, millega ühiselt arendatakse kohaliku elamustoidu, käsitööna valminud mahetoidu pakkumist. Kohalikuks

peetakse üldjuhul mitteintensiivselt kasvatatud saadusi, mille töötlemisel taludes kasutatakse traditsioonilisi meetodeid kaasaegses võtmes ja veidi teistsugusel uuemal viisil. Sellist elamust pakkuvat toitu ootavad enamasti kohalikke maitseelamusi hindavad turistid, aga mahetoidu puhul on huvilisteks kindlasti ka lastega pered ja teadlikult toituvad inimesed.

Toiduvõrgustiku mõtte arendamiseks Lõuna-Eesti jaoks tekkis 2006. aastal tuumikrühm, millesse kuulusid maaelu ekspert Roger Evans, Võrumaa Talupidajate Liidu esimees Andres Soots ja ETNA Eestimaal esinaine Kaja Kesküla.

Tekkinud nn toiduvõrgustiku talunike grupp on osalenud mitmel korral Tartus Antoniuse õueturul, aga ka Maamessil, pakkudes erinevaid tooteid. Lisaks on käidud laadal Võrus ja maakonnas. Kohalike maitseüllatustega on välja tulnud turismiüritustel ning põllumeeste üritustel.

Juba kolmandat aastat pakuvad mahetalud koos oma tooteid Tartu rahvale ka kätteviimisega nn kastisüsteemiga, pakutavate toodete nimekiri on üha täienenud ja huviliste hulk ilma erilise reklaamita

kasvanud. Kui talude võimalused nõudlusele järele kasvavad, on edaspidi plaanis pakkuda mahetooteid ka haridusasutustele.

Ühine pakkumine meeldib nii tegijatele kui tarbijatele, huvitav tootevalik äratav huvi ja aitab müüa. Saadud kogemus kinnitab käidud tee õigsust, nii mõnelegi tootele on nõudlust kordades rohkem kui tegijad praegu teha jõuavad. Loominguline kohalik lähenemine tootearendusele annab huvitavaid-maitsvaid tulemusi ja nõudlus julgust jätkata selle - oma toote otsingut. Võrumaa on turismipiirkonnana tuntud Suure Munamäe ja Ööbikuoruga, elamustoit vaid rikastab ja mitmekesistab pakkumist.

Kui käsitöö puhul on kodus tegemine üsna tavaline siis käsitööna valminud talutoidu ohutuks pakkumiseks vajalike nõuete täitmise või sellekohaste teadmistega on rohkem probleeme. Sageli puuduvad kohaliku toidu – hoidiste, juustude, leibade, karaskite, sinkide ja paljude teiste toodete tegemiseks koduköökides nõutavad tingimused, probleeme võib olla nii joogivee kui olemasolevate pindade sobivusega alustamiseks. Just tingimuste pakkumisel oleks edaspidi kasu mitmepoolsest koostööst turismitalude,- tootjate,- külamajadega,- see tuleks kasuks kohaliku toidu tootjate eesmärgile teha elamust pakkuv talutoit igapäev nähtavaks ja aidata kaasa tööhõive ning teenuste tekkimisele külades.

2008. aastal tekkinud Lõuna-Eesti Toiduvõrgustiku tulundusühistu on seadnud juba konkreetsemad koostöö eesmärgid mahelamba, -köögivilja ja -teravilja pakkumise arendamiseks talude koostöös.

Kaja Kesküla

Lõuna-Eesti Toiduvõrgustik TÜ

Rõuge vald

66247 Võrumaa

Koduleht: www.let.ee



Lõuna-Eesti Toiduvõrgustik



ARRANI SAAR – hea kohaturunduse näide

Arran on Šotimaa edelarannikul asuv ligi 87 kilomeetrise ümbermöödduga saar. See omapärane saar saab Šoti mägismaa ja saarte ettevõtlusala toetusi, kuid kuulub Lõuna-Šotimaa omavalitsuspiirkonda. Saar on üsna kergesti ligipääsetav ning tänu mitmekesisele maastikule, topograafiale, maakasutusele, kultuurile, metsikule loodusele ja turismile kutsutakse seda sageli mini- Šotimaaks. Arrani põhielanikkonda kuulub ligikaudu 5000 inimest, kuid see arv suureneb märgatavalt kõrg- ja vahehooajal.

Saare majanduse tugevustele on loodud head väljavaated jõuliste algatuste loomiseks, mille eesmärk on meelitada ligi külastajaid. Kriitilise nurga alt võetuna on paljude algatuste käivitajaks olnud väga aktiivne, kuid

üsna väike eraettevõtlussektor koos saare kogukonnaga, kes on haaranud mitmest Šotimaa ja Euroopa Liidu kaasrahastamise võimalusest.

Spetsiifiliselt tuvastatava, merega ümbritsetud ja määratletud maa-alana on võimaliku tugeva turundusalgatuse alusplatvorm eksisteerinud aastakümneid, kui mitte sajandeid.

Juba mitu aastat on Šotimaa puhkemajutuse ja hotellimajanduse sektorit juhtinud ja juhatanud kvaliteedistandardid, mille arendamisele on panustanud ettevõtlus ja riiklik turismiarenduskeskus.

Kvaliteedist inspireerituna loodi 15 aastat tagasi Arrani degusteerimisreisipakett, milles osalevad toiduaine- tootjad ja toitlustusettevõtted. See arenes nii kaugele, et võitis 2000. aastal Šotimaa turismiauhinna (*Scottish Tourism Thistle award*). Edu võti peitus kohalike kvaliteetsete toodete kasutamises ja edendamises ning

eeskujulikus klienditeeninduses. Täieliku kvaliteedi aluseks oli koostööl põhineva tööeetose arendamine.

Erasektori algatusel loodud projekt Destination Arran (sihtkoht Arran) käivitus 2002. aastal ning kestis 2006. aastani. Avalik-õiguslike asutuste juhitud projekti eesmärgiks oli sihtkoha täieliku kvaliteedi juhtimise programm (*Total Quality Destination programme*). Palgati ka projektijuht. 2007. aastal loodi Euroopa esimene saarte turismi juhtiv organisatsioon – Visit Arran (külasta Arranit). Aastaid kestnud visa töö tulemusena suudeti luua strateegiline käistlusviis piirkonna arendamiseks ning võtta fondi *the Visit Scotland Challenge fund* kaudu kasutusele peamised Euroopa Liidu rahastamisvahendid. Projektiga seotud turundus- ja suhtekorralduskampaaniad tutvustasid väga haaravat ja nutikat lööklauset “Island time...in no time” (Saarel veedetav aeg...vähese ajaga), mis peegeldab seda, et saar on kergesti ligipääsetav ja reis üle mere lühike, kuid emotsionaalselt oluline.

Vahepeal sai aga üliülledukas kaubandusliit *Taste of Arran* Ühendkuningriigis esimesena äsja loodud SALSA standardi (*Safe and Local Supplier Approval* – ohutu ja kohaliku tarnija heakskiiduga) väiketootjate kvaliteedisätteid toodetele, mida saab tarnida kõrgeimate standardite kohaselt harukauplustega suurettevõtetele. Kuidas kaitsta suhteliselt rahuliku Arrani saare looduse pärle ja ikoonilist olekut.

Üleüldise majanduslanguse tõttu on Euroopa turismimajandus olnud viimase pooleteise aasta jooksul väga probleemne. Kuid Arrani saare loodusvarade köitvus, selle saare staatus, lähedus Suurbritannia/Šotimaa maismaale ning ka 27 otselendu pakkuv Euroopa piirkondlik lennujaam on saarele heaks endeks. Pidev püüdlus saavutada täiuslik kvaliteet ja ka uuenduslikud koostööd toetavad algatused viitavad sellele, et Arrani saarel on väga hea positsioon, saamaks jagu praegusest segadusest ning pakkuda külastajaile täiuslikku elamust.

www.visitarran.com

Roger Evans

E-post: regevansassociates@gmail.com

Howard Wilkinson



Tasuta kauplemiskeskond LAAT.EE

Laat.ee Interneti-keskkond võimaldab Eesti väiketootjatel turustada kaupa otse tarbijale ning luua kahepoolsed pikaajalised suhted. Igale tootjale antakse tasuta veebiesindus, kuhu koondatakse toodete pildi- ja infomaterjal. Huviline saab tellida kaupa esitatud kontaktandmete kaudu. Lisaks võib tooteid soovi ja võimaluse korral kujundada ning anda mitmesugust tagasisidet. Laat.ee abil saab korraldada otseturustust, selgitada turu vastuvõtlikkust uudistoodetele ja levitada kaupa, mille müük on tavakanalites peatunud. Lisaväärtusteks on pere- ja kodukeskne eluviis, head töötingimused liikumispuudega inimestele, mobiilsus ja ettevõtte ülalpidamiskulude kokkuhoid.

Portaali juhib MTÜ Virtuaalturg, mis ühendab, tunnustab ja toetab omatooteid valmistavaid Eesti väikeettevõtteid, nende traditsioone ja kultuuri. Projekti eestvedajaks on Mihkel Jürisson, kaasautoriteks Krister Rekkaro, Ahto Jalak, Mart Engelbrecht ja Mihkel Nummert. Et struktuurfondid ja kohalikud institutsioonid ei ole olnud valmis infotehnoloogial põhinevat regionaalprojekti toetama, on MTÜ Virtuaalturg katnud kõik kulud oma rahast. 2009. aasta alguses kuulutas Eesti Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium kauplemiskeskonna Eesti parimaks sisuteenuseks.

Laat.ee keskmine külastatavus on 25 000 korda kuus. Peamiselt on portaali kohta infot levitatud meediaväljannetes ja e-turunduslike meetodite abil. Väiketootjaid ühendavate liitude osalus on aga olnud piirkonniti erinev, et mitte öelda tagasihoidlik. Seetõttu on ühing pidanud vajalikuks luua otsekontaktid tootjatega, seda tehakse peamiselt laatadel ja messidel osaledes.

Toiminguid saab Laat.ee lehtedel teha mitmes keeles. Inglisekeelne keskkond on loodud juhtimaks rahvusvahelise ostjaskonna tähelepanu Eesti omatoodetele. Venekeelse tõlkeversiooniga soovitakse aga aidata kaasa mitte-eestlaste lõimumisele, ühiste mittepoliitiliste kaubandussuhete ja majandusliku heaolu kaudu.

Tulevikus kavatakse muuta tootjate veebiesindused emotsionaalsemaks võimaldades neil eristuda üksteisest nii veebiesinduse välimuses kui funktsionaalsuse poolest. Teisalt aga tugevdatakse B2B- suhteid ühisteks ettevõtmisteks.

Mihkel Jürisson

www.laat.ee

info@laat.ee

Tel: 52 07 021

Mihkel Jürisson





EMAJÕE JÕERIIK

Tartumaa Omavalitsuste Liit on asutanud sihtasutuse Emajõe Jõeriik, mille peamine eesmärk on tegeleda sadama- ja randumiskohtade rajamisega ja rajamise ettevalmistamisega ning teiste investeeringutega laeva- ja paadiliikluse tagamiseks Emajõel, Emajõe suudmealadel ning Peipsi järvel Tartu maakonna piires, luues seeläbi paremaid võimalusi puhke- ja turismimajanduse arenguks, ning kindlustada ka keskkonnavalaste probleemide ja võimaluste lahendamine Emajõel.

SA Emajõe Jõeriik on osalenud mitme projekti ettevalmistamisel ja läbiviimisel (rahastajateks Ettevõtluse Arendamise SA Euroopa Liidu struktuurfondide meetmete kaudu, Euroopa Liidu PHARE ja Interregi programm). Valmimisel või ettevalmistamisel on ligi kahekümne Emajõe ja Peipsi sadama või randumiskoha planeerimis- ja ehituslikud dokumendid (detailplaneeringud, keskkonnavalased uuringud, ehitusprojektid) ja edasiseks investeeringute taotlemiseks vajalikud tasuvuse-teostatavuse uuringud Tartu linnas ja mitmes Tartu maakonna vallas. Samuti osaleti Atlantise randumissilla ja Rebase tänava slipi projekteerimisel ja ka ehituse juhtimisel.

Suur-Emajõgi on Eesti suurim jõgi. Viimastel aastatel on Suure-Emajõe vesikonnas kiiresti hoogustunud kõikvõimalike veesõidukite soetamine ning seoses sellega on kasvanud ka veeteel liiklejate arv. Muuhulgas on Emajõe enda jaoks avastanud ka naaberriikide (nt Läti) harrastuskalastajad, kes tulevad sageli terveks nädalavahetuseks siinsetele vetele kala püüdma. Selline Emajõe külastatavuse kasv on pannud omapärase

surve alla Emajõe kaldad. Nimelt on tekkinud kallastele hulgaliselt isetehtud lõkke- ja laagriplatse, kus kalastajad ja paadiomanikud süüa teevad, puhkavad ja ööbivad. Sellised isetekkelised laagriplatsid tähendavad aga seda, et puhkajate lahkudes on maha jäänud prügi (sest prügi pole võimalik kuhugi ladustada), improviseeritud lõkkekohad (ohtlikud süttimisohu tõttu) ning samuti koormakatetest ehitatud ajutised varjualused, mis rikuvad looduskeskkonna esteetilist väljanägemist.

Kõike seda arvestades on SA Emajõe Jõeriik võtnud eesmärgiks luua Emajõel liiklejatele nõuetekohased tingimused randumiseks ning kaldal puhkamiseks ja ööbimiseks. Seeläbi loodetakse vähendada nii looduse reostamist kui ka propageerida säästlikku ja looduskeskkonnast hoolivat käitumist.

Tulevikus on Emajõgi rahvusvahelise veeliiklusega turvaline ja atraktiivne veetee Võrtsjärve ja Peipsi järve vahel. Puhta veega Emajõgi ja selle ümbrus pakub mitmekülgeid võimalusi aktiivseks puhkuseks, loodus- ja veeturismiks.

Viktor Nukka

SA Emajõe Jõeriik

Riia 15, Tartu 51010

Tel: 5 045 730

E-post: viktornukka@hotmail.com





Roheline Jõemaa räägib SOOMAA LUGU

Roheline – Soomaa rahvuspark, rabad, niidud ja metsad

Jõemaa – Pärnu jõgikond ja suurvesi

Koostöökogu – ettevõtjad, seltsid ja kohalikud omavalitsused koostöös

Kooliajal puudusin kevaditi koolitundidest jäämineku tõttu. Tänapäeval on sõidukilomeetrid vahel pikemad, sest Soomaa ja suurvesi suleb otsetee mitu korda aastas. See vähese asustusega ning vähe muudetud ala on suurepärane näide looduse ürgsetest rütmidest ja inimese elust nende rütmide järgi.

Rohelise Jõemaa piirkonna oluliseks ressursiks on Soomaa rahvuspark ja Pärnu jõgikond, inimtegevusest tulenev kultuurilugu. Soomaa rahvuspargile taotletakse Euroopa põlislooduse kaitsealade võrgustiku PAN Pargi sertifikaati, mille juurde kuulub kindlasti säästva turismi arendamine. (vt. www.panparks.org).

Seoses LEADER-programmi rakendamisega asusid koostööle kohalikud ettevõtjad, seltsid ja kohalikud omavalitsused liites ühtseks tervikuks Soomaa piirkonna Pärnu- ja Viljandimaa osa. Maakonna piire ületav koostööorganisatsioon seni puudus. Ühine tulevikuplaan sai kirja Rohelise Jõemaa piirkonna strateegiasse, millele on tagatud rahalised vahendid hea plaani teostamiseks.

Praegu on ühingul liikmeid 88 juriidilist isikut, neist ettevõtjaid 40.

Piirkonnas on umbes 27 000 elanikku ja territoorium moodustab Eesti pindalast ligi 10 %.

Korraldame turismiettevõtjate koolitusi, õppereise piirkonnas, uuringuid ja küsitlusi, ettevõtjate kohtumisi, trükiste ja pakettide koostamist, ühisturundustegevust.

Esitasime Rohelise Jõemaa piirkonna Ettevõtjate Arendamise Sihtasutuse poolt korraldatavale konkursile „Eesti avastamata aarded 2009“. Konkursi raames testitakse piirkonnale omaseid uusi tooteid: haabjatega korraldatav haabamatk, räätamatk rabasse, veetee külad jutustamas piirkonna külade lugu veematkalisele, ravimtaimede kasutamine turismitootes. Sõltumatu turismiaudit aitab hinnata eripärase väärtuse sidumist turismitootesse ja seada uusi sihte.

Osalesime turismimesil Tourest 2007, 2008. ja 2009.a.

Välja on antud trükised – “Soomaa 2009”, “Roheline Jõemaa 2008”, “LEADER tegevusgrupi käsiraamat”.

Valminud on filmiklipp – “Soomaa” (2008 Suvehommik, ETV).

Edaspidi koordineerib tegevust Rohelise Jõemaa turismiettevõtjate töörühm.

Kõige enam vajame piirkonnale omaste ja eripäraste toodete väljaarendamist ning koostööd teenuste sidumisel turismitootesse. Külastajauuringud näitavad, et klient ootab atraktiivset ja eripärast toodet, mis loob külastuselamuse.

Soomaa kõneleb looduse ja inimese lugu. LEADER-programmi toel oleme kavandanud tuua turule uusi tooteid–teenuseid, arendada välja Soomaa väravad.

Soomaa oma eriilmeliste maastike, rabade, jõeluhtade ja luidetega on vaheldusrikas ja ootamatu igal aastaajal ning erinevalt muust Eestist on meil neid viis: kevad, suvi, sügis, talv ja suurvesi.

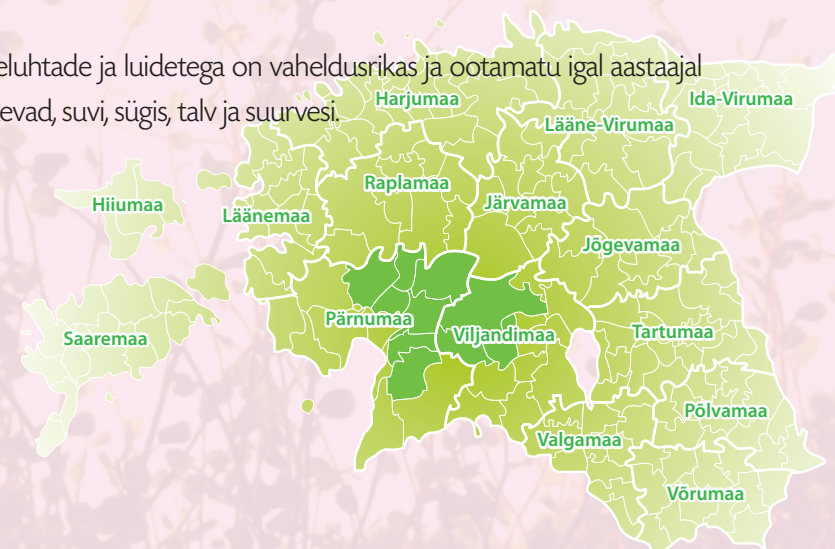
Merle Adams

Rohelise Jõemaa koostöökogu tegevjuht

Tel: 56 662 675

E-post: info@joemaa.ee

Koduleht: www.joemaa.ee





ROMANTILINE RANNATEE – LOVE ROAD

Romantiline rannatee (RR) on teekond, mis viib rändaja mööda ligi 250 km pikkust rannajoont Varblast Iklani või Iklast Varblani, põigetega Kihnu saarele ja ka sisemaale, kus on märgid Läänemere endisest rannajoonest.

Pärnu Lahe Partnerluskogu kaheksat valda ühendav ühine turunduskava sai alguse sellest, et aastaid otsiti ühisosa, mis võiks aidata kujundada piirkonnale mainet ja motiveerida ettevõtjaid. Alguses oli ühiseks ideeks ranna- ja kalurikülade ning kalapüüdmise traditsioon. Samas on kalapüük hääbumas ning kala vähe. Seega koorus mitmete ühiste arutelude ja kooskäimiste jooksul välja, et ühist rannajoont ja kogu kaunist piirkonda võiks turundada ka teises võtmes ja miks mitte näiteks romantikavõtmes. Nii sündiski 2008. aasta kevadel romantiline rannatee ehk love road.

Romantiline rannatee ühendab teid ja radu, teenindusasutusi, kultuuri-, ajaloo- ning loodusväärtusi ja –sündmusi, mis jäävad kaheksa valla piiridesse. Kõigil majutusettevõtetel on võimalik oma senisele kujundusele või tootearendusele lisada midagi romantikaga seonduvat, olgu siis menüüsse, tubade kujundusse või pakutavatesse pakettidesse. Ettevõtjatel on võimalik toota ning arendada tooteid ja tegevusi, millega toetada RR ideed või millele saada sellest tuge. Külad, seltsid, organisatsioonid, vallad, ettevõtted ja üksikisikud saavad oma ettevõtmisi siduda RR temaatikaga.

LEADER-programmi abiga töötame välja ühise stiliraamatu ja kujunduse, korraldame koolitusi kohaliku toidu tootmisest ja tootearendusest. Anname välja tootekataloogi, käivitame e-poe ning avaldame marsruute ja pakette tutvustavad trükised ning kaardimaterjali. Korraldame õppereise ning osaleme messidel ja laatadel, testimaks ja kujundamaks välja lõplikku RR ühisturundust ja katsetamaks meie tooteid tarbijaeelistuste leidmiseks.

Suurimaks probleemiks projekti käivitamisel on eeldatavasti erinevate inimeste kaasamine ja julgustamine. Projekti lõppedes on suurimaks ohuks jätkusuutlikkus, kestmine, e-poe iseseisev toimimine ning lisarahastuse leidmine. Kartustest ülesaamisele lisab julgust entusiasm ja poolehoid, mida oleme tundnud siinsete ettevõtlike inimestega suheldes.

2010. aasta augustis on planeeritud korraldada Hapukurgifestival, mis viitab piirkonna traditsiooniliste kurgisoolamisoskuste säilimisele ja kestmisele.

Kahe aasta pärast peaks romantiline rannatee olema Pärnu maakonna praeguste ja endiste mereäärsete valdade turismitoode.

Meie suurimaks südamesooviks on, et romantilise rannatee külastajad saaksid armastusega pakutud teenuste ja südamest tulevate ideede põhjal valmistatud toodete ehedusest külastuselamuse. Parim, mis romantilisel rannateel võiks juhtuda, on see, kui leitakse oma elu armastus.

Raili Mengel-Sünt

Tel: 5 219 722

E-post: raili@maaturism.ee

Marika Kose

Tel: 56 561 373

E-post: marika.kose@mail.ee





VIA HANSEATICA – Balti kultuuri ja looduse ristumisteed

Via Hanseatica on tee Lübeckist Peterburi läbi kunagiste hansalinnade, kuuludes praegu üleeuroopalise transpordivõrgustiku (Pan-European Network) koosseisus olevasse nn kreeta koridori, ametliku tiitliga 1A.

Via- Hanseatica, kui turismi- ja transpordialase arenguvööndi väljaarendamise võimalus tõusis tõsisemalt üles 2000. aastal. Via Hanseatica arengustrateegia valmis 2002. aastal. Eesti 2010.a tegevuskavast lähtudes algatasid Valga, Tartu, Jõgeva ja Ida-Viru maavalitsus ning Majandus-, Sise-, Teede- ja Sideministeerium ning Keskkonnaministeerium Via Hanseatica arenguvööndi arendusprojekti. Maavalitsuste ja ministeeriumide esindajatest moodustati projekti juhtrihm.

Ühe olulise tegevussuunana nähti ette koostööprojekti algatamist Põhja-Läti regionaalsete omavalitsustega Riia-Valka/-Valga-Tartu-Narva suuna arendamiseks, võimalusel kaasates ka Leningradi oblast ja Peterburi linn. 2003. aastal liitus Via Hanseatica juhtgrupiga SA Lõuna-Eesti Turism, mis võttis enda kanda rahvusvahelise projekti ettevalmistamise ja elluviimise.

Nüüdseks on Via Hanseaticast saanud üks suuremaid turismi arenguvööndeid Balti riikides, hõlmates umbes 43 000 km² suuruse maa-ala, millele jäävad Eestist Ida- Virumaa, Jõgeva-, Tartu- ja Valga maakond, Lätist Vidzeme ja Jelgava regioon ning Leedust Šiauliai ja Tauragė maakond.

Aastatel 2009 - 2012 läbi viidava jätkuprojekti „Sustainable Via Hanseatica“ kogumaksumuseks on 44 miljonit krooni, millest Eesti osa moodustab 9 miljonit. Juhtpartner on SA Lõuna-Eesti Turism, koostööpartneriteks ja nn ühinenud partneriteks on 93 organisatsiooni Eestist, Lätist, Leedust, Venemaalt, Poolast ja Saksamaalt. Esindatud on nii regionaalsed kui ka arendusorganisatsioonid, kohalikud omavalitsused ning eraettevõtjad.

Jätkuprojekti eesmärgiks on arendada Via Hanseaticast Läänemereregiooni atraktiivne ajalooline, kultuuride ja looduskeskkonna mitmekesisusel põhinevaid elamusi pakkuv, mugavat ja sujuvat liiklust ning kaasaegset teenindust võimaldav Lübecki-Gdański-Kaliningradi-Riia-Tartu-Narva-Peterburi suunal paiknev arenguvöönd.



Balti kultuuri ja looduse ristumisteed



Lõuna-Eesti Turism

Marika Kool,
SA Lõuna- Eesti Turism
Koduleht: www.viahanseatica.info





UNUSTATUD MÕISAD – mõisakoolide külastusmäng

Pärast mõisate riigistamist 1919. ja 1920. aastal rajati neist paljudesse koolid. Tekkisid nn. mõisakoolid.

Mõisa ja kooli, meie kultuuripärandi kandjate tervikliku koos-eksisteerimise ja edasikestmise vajaduse tõestamiseks oli vaja leida võti, mis avaks selle maailma ka paljudele teistele. Unustatud mõisate külastusmängu idee ellukutsujaks on Viljandimaa Arenduskeskuse juht Urmas Tuuleveski. Mängude korraldaja on Eesti Mõisakoolide Ühendus.

Mõisakoolide külastusmäng sai alguse 2004. aastal Viljandimaalt. Juba järgmisel aastal oli sellest saanud Eesti mõisakoolide ühendav üritus.

2006. aastal andis Lõuna-Eesti Turism mõisamängule eduka turismiobjekti auhinna.

2007. aastal oli 35 mõisakooli külastuste arv 15 000, mis aasta-aastalt näitab suurenemise tendentsi.

Mõisakoolide külastusmängul on välja kujunenud omad traditsioonid. Kindlaks määratud kuupäevadel ootab igal täistunnil mõisas giid huvilisi ringkäigule. Selle läbijad saavad oma osalejaraamatusse templi. Vähemalt kümne templi omanik saab suvelõpul mängude lõppedes osa võtta loosimisest, kus õnnelikele võitjatele avaneb võimalus minna mõisakoolis toimuvale teatrietendusele või saada Eesti mõisaid kajastava raamatu omanikuks.

2007. aastal oli võimalik osa võtta mõisateemalisest fotokonkursist ja koguda kaunite kaante vahele mõisates mekitud kookide retsepte.

Tänapäevaks on saanud selgeks tõsiasi, et mõis loob koolile hindamatu lisaväärtuse ning on kummutatud arvamus mõisate mitesobivusest kooli pidamiseks.

Viljandimaal sündinud algatusest on tänapäevaks saanud paljudel oodatud suvesündmus, et avastada Eestimaa kultuuriväärtusi, kuulata huvitavaid lugusid ja imetleda kaunimaks muutuvaid mõisaparkes. Mõisamängu üheks eesmärgiks on tutvustada kogu piirkonda, kus mõis asub.

Mõisamäng annab kooliperele aktiivse ja atraktiivse võimaluse oma erakordset kooli tutvustada. Külastuspäevade ajal on kaasatud kogu mõisakooli personal, õpilased ja kohalikud ettevõtjad, mittetulundusühingud ning üha enam ka kohalik elanikkond. See loob sideme, ühtekuuluvustunde, annab palju häid ideid ning toob kokku toredad inimesed.

Tõnu Kiviloo

Eesti Mõisakoolide Ühendus

E-post: tonu@kopu.ee

Koduleht: www.unustatudmoisad.ee



PANDIVERE PAERIIK ALLIKATE ALLIKAL

Pandivere kõrgustik on Eesti rahvuskivi – paekivi – sünnikoht. Pandivere aluspõhja moodustab rängaspaas – käsijalgse (*Borealis borealis*) tohutute mõõtmetega kehvel, millele võrdset pole terves maailmas. Siinsele piirkonnale iseloomulik karplubjakivi koosneb eri suurusega fossiilide tükkidest ja täiteainest (liiv, kruus, savi). Paekivis on vaadeldavad karpide, tigude, okasnahksete, käsijalgsete

jt fossiilide lubiskeletid või nende purunenud osad. Kivimit iseloomustab suur värvitoonide valik, esindatud on hall, valge, roosa, rohekas, kollane, kuid ka punakas ja lillakas toon.

Piirkonna tunnuslause on PANDIVERE PAERIIK ALLIKATE ALLIKAL. Selles on viide piirkonnale, paele kui Eesti rahvuskivile, samas ka kui piirkonna eristuvale tunnusele. Allikate allikas ei ole ainult veekogu, vaid ka kultuuri-, ajaloo-, rahvaspordi- ja elatusallikas.

Lihtne paetükk annab pildi meie maa kujunemisest ja elu arengust. Samas võib paetükki kasutada piirkonna kaardina. Nagu paekivis, nii on ka Pandivere piirkonnas osa objekte selgesti eristuvad, esineb läbipõimumist ja kattuvust, kuid paljudele sarnasustele vaatamata on iga koht eriline. Pandivere paeriigis on objekte, mis on vaadeldavad möödasõidul; mõni on teiste varjus ja ootab avastamist, kuid kindlasti on nad kõik ühe terviku osad. Tunnuslause on kasutatud ka piirkonna arendamise strateegia meetmete puhul, näiteks „Innovatsioon ja oskuste omandamine on allikate allikas“ või „Küla kui allikas“.

Turismi arendamise märk on Pandivere paetee. See ühendab erinevad vaatamisväärsused nagu paeobjektid (paemurrud, lubjapõletamiseahjud, lubjapargi ja Porkuni Paemuuseumi), looduslikud objektid (arvukad

ja erilised allikad, jõed, järved, sood, metsad, mäed), matkarajad (soos, kanuumatkad jõgedel, loodusõpperajad, terviserajad), ehitised (kirikud, tuulikud, mõisad, seltsimajad, spordihooned) ja kultuuriloo ühiseks terviklikuks turismimarsruudiks. Iga külastaja võib valida endale sobiva teema või marsruudi osa, arvestades ka pakutavate turismiteenustega nagu majutus, toidlustus või vabaaja veetmise viisid. Turistidele mõeldud teenused on koondatud koondnimetuse Paero alla.



Joonis 1. Paero esi- ja tagakülg

PAERO sümbol kujutab stiliseeritud rängaspaasi, meenutab veidi P-tähte (sõnast paas), kaks paralleelset kriipsu tähistavad paekihti, püstine kõverjoon tähistab meie arvukaid jõgesid, järvi ja nende läheduses kulgevaid matkaradu. Paero originaalvärv on sinine, mis sümboliseerib allikaid ja puhast vett.

1 PAERO = 166 Eesti krooni, ehk pakume stabiilse ja tugeva kursiga meeneraha, mille väärtus on seotud Pandivere piirkonna kõrgema tipu - Emumäega.

Paero on ka kui piirkonna külastaja liikmekaart.

Aivar Niinemägi

MTÜ PAIK juhataja

E-post: aivar.niinemagi@pandivere.eu

Tel: 51 911 679

Koduleht: www.pandivere.eu



Tule ja tunneta ehedust!

**MTÜ Koostöövõrgustik
Ehedad Elamused Lahemaal**

Lahemaa – kaunis ja mitmekülgne Eestimaa põhjarannik, Euroopas haruldased looduskooslused, vanad traditsioonilised külad ja talud.

Pidevalt kasvanud turunõudlus Lahemaa piirkonna eheda, pereettevõtlusest lähtuva säästva turismi teenuste järele andis tõuke koostöövõrgustiku loomisele. Tegevust alustati 2005 aasta veebruaris.

Kohe alguses tekkis hea koostöö Lahemaa Rahvuspargi administratsiooniga (praegu Keskkonnaameti Viru regioon), piirkonna mõisates turismiga tegelejatega (majutus, toitlustus, muuseumid, looduskeskus ja -kool) ja Lääne-Viru maavalitsusega, hiljem MTÜ-ga Eesti Maaturism ja SA-ga Põhja-Eesti Turism.

Koostöövõrgustik ühendab 15 Lahemaa piirkonna külades tegutsevat säästva turismi pereettevõtet ja 2 MTÜ-d. Ühistevõrgustiku aluseks on liikme kriteeriumid ja põhikiri, mis arvestavad säästva turismi põhimõtteid ja kaitsealade piirkonnas tegutsemise piiranguid. Võrgustikku juhib juhatus ja liikmed vastavalt oma oskustele ja võimalustele vabatahtliku tööna. Rahastamine toimub lisaks liikmemaksule projektipõhiselt.

Koostöö toel on arenenud tulemuslikumalt, jagades kogemusi, arendades üheskoos teenuseid ning korraldades müüki ja turundust, sh suhtekorraldust. Oleme head ja üksteist toetavad sõbrad ning kolleegid.

Koos oleme osalenud messidel ja laatadel (Keskkonnatelk, TourEst, Helsingi turismiesitlused: "Eesti tuleb külla" päevad, Helsingi Mardilaat jm). Ühine turundusstrateegia ja -atribuutika, tunnuslause "Tule ja tunneta ehedust", eesti- ja ingliskeelne trükis annavad võimaluse olla turismi alal oluliselt paremini nähtav.

Ühisprojektidest võib nimetada taimede õpperada "Taimetark aia taga" kuue liikme osalusel ning piirkonna mainekujundusprojekti "Säästva turismi piirkond Lahemaa" käivitamist. Arendamisel on rahvusvaheline koostöö Soome Kymenlaakso piirkonna turismiettevõtjatega.

Meie koostöö on olnud konstruktiivne, ilma suhteprobleemideta. Liikmete jaoks on olnud piirajaks/-probleemiks omavahendite nappus investeeringuteks, eriti praeguse majanduslanguse tingimustes, kus on keerulisem prognoosida müügitulu. Seda olulisemaks peame koostöös arendusprojektide kavandamist ja teostamist.

Eesti suurima säästva turismi koostöövõrgustikuna oleme kindlad oma jätkusuutlikkuses. Meie veendumus põhineb kogu maailmas süvenenud vajadusel ja soovil elada ja puhata säästvamalt, saades samas uusi erilisi kogemusi ja teadmisi. Seda võimaldavad näiteks - kohaliku tervisliku toidu retseptid külalistele, piirkonna tervikliku teenustepaketi saamine ühest allikast, püsikliendisuhetel säästva eluviisiga külaliste ja võõrustajate vahel jm. Ettevõtjate omavaheline koostöö toetab ja aitab ressursse säästes toime tulla ka majanduslikult raskel ajal.

Sirje Kuusik,
juhatuse esimees
Tel: +372 51 53 573
E-post: sirje@datanet.ee



METSAMOORI PEREPARK – vabalt tundlemise paik terviseotsijatele

Metsamoori Perepark asub Võrumaal Antsla vallas Kaika kandis. Tegemist on ettevõtjate vabatahtliku koostööühendusega. See tähendab, et kümnekond ühes ja samas piirkonnas elavat ja toimetavat ettevõtjat-talu on ühinenud ning moodustanud Metsamoori Perepargi, mis tegeleb looduslähedase elamisviisi propageerimisega ja tutvustamisega. Siin saavad külastajad erinevate programmide ja laagrite raames tutvuda mesilaste pidamise ajalooaga, aga ka muude putukate, apteegikaanide, rästikute hingeeluga. Neile tutvustatakse kive, seeni, ravimtaimi, puid, mitmesuguseid rahvaliku ravitsemise võimalusi, looduse tunnetamise viise, umbrohutoitude, tervisliku toidu ja koduleiva tegemist, seebi viltimist, marjade kasvatamist, suitsusaunamõnuseid. Kogu temaatika on seotud sellega, et õpetada inimesele oma tervise hoidmist, rahulolu saavutamist ja haiguste ennetamist looduse kaasabil. Metsamoor ise tegutseb ka loodusterapeudina.

Tegevust alustas Metsamoori Perepark 1999. aastal viie taluga, need olid: Metsamoori Kodu, Mesila, Metsamoori Aed, Marjamaa, Suitsusaunakoda. Esimestel aastatel pakuti loodust tutvustavaid programme ja korraldati lastelaagreid. Olid talve-, kevad- ja sügisretked, vastlapäeva tähistamine. Veel pakuti romantilist ööd kahele järve peal parvel, Armastuse rada.

Järgnevatel aastatel liitus veel viis talu. Nüüd on osa ettevõtjaid ja talusid vahetunud. Külastajate gruppe võtavad vastu neli talu, teised pakuvad toetavaid teenuseid nagu käsitöö, marjasaadused, koduleib ja –juust, tervisetooted. Praegu pakutakse 20 erinevat paketti-programmi. Viimastel aastatel on populaarsed olnud suvised naistelaagrid. Eraldi paketid on välja töötatud peredele. Iseseisvalt saab külastada Metsamoori Koduõuerada. Osa teenuseid pakutakse väljasõiduteenustena s.t. tegevus ei toimu kohapeal vaid seal kuhu külla kutsutakse. Kõik Metsamoori Perepargi ettevõtjad pakuvad põhiteenust oma kodus s.t. nad tutvustavad ja õpetavad külalistele oma huviala või traditsioonilist talutegevust.

Metsamoori Perepargi areng on toimunud läbi kogemuste, sest olles Eestis esimesed, kes sellist turismitegevust alustasid, ei ole eeskujusid ja õpetust kuskilt võtta olnud. Me oleme ise oma vigadest ja õnnestumistest tähelepanekud ja järeldused teinud ning vastavalt sellele edasist tegevust planeerinud. Viimastel aastatel on meid külastanud mitmed õpigrupid, kes samuti oma kodukandis analoogset tegevust tahavad alustada. 2007. aastal sai loodud Metsamoori Perepargi tütarettevõttena TÜ Metsamoori Varaslv, mis tegeleb tervislike loodustoodete ja looduskosmeetika tootmisega. Need on armsalt pakendatud ja hingestatud tooted, mis toovad rõõmu ja on toredaks kingituseks: käsitööseebid, salvid, savid, ürdisegud, mesi jm. Talvehooajal müüakse neid ka mujal Eestis, suvehooajal kohapeal.

Metsamoori Perepargist on tehtud õppefilm, mida on levitatud Lõuna-Eesti koolidele. Ilmunud on kõvakaaneline värvitrükis raamat "Metsamoori Perepark. Retked loodusilma", mis on Tartu Ülikooli poolt soovitatud õppekirjanduse nimekirjas põhikoolidele. Reklaamides ja kodulehel oleme kasutanud kunstniku loodud pilte, mis on spetsiaalselt Metsamoori Perepargi trükiste jaoks joonistatud-maalitud.

Meil on trükitud plakatid, postkaardid, nelja sorti voldikud, reklaamlehed. ETVs on tehtud pooletunnine dokumentaalfilm „Metsamoori Perepark“. Meie põhiliseks reklaamiallikaks on koduleht, kuid oleme ennast reklaaminud ka TV2s, Raadioringis ja teinud maanteereklaami. Turundusele on ehk kõige enam mõju avaldanud meedia elav huvi meie tegevuse vastu: meediakanalites keskmiselt kuus korda aastas, mis on olnud tasuta reklaamiks. Viimastel aastatel oleme ostnud reklaampinda MTÜ Maaturismi reklaamikanalitesse ja Turismiveebi.

Kui viimastel aastatel on Metsamoori Perepargis käinud keskmiselt 8000 külastajat aastas, millest neljandik on läbisõitjad, siis tulevikus on plaanis pakkuda rohkem loodus-ja rahvaraviteemalisi, spetsiifilisi terviseetemalisi programme ja tegevusi, mis on suunatud kitsamale huviliste ringile. Rohkem tähelepanu kvaliteetteenustele, vähem kvantiteedile. Et Metsamoori Perepargi tegijad on koolitanud end spetsiifilistel erialadel, on selleks võimalused ja tingimused loodud ning tervisetemaatika rahva seas järjest populaarsemaks muutumas.

Irje Karjus

Tel :+37253 454 222

E-post: irjekarjus@hotmail.ee

Koduleht: www.metsamoor.ee/metsamoor/





SANGASTE RUKKIKÜLA LUGU

Rukis on meile põlvest põlve tähendanud igapäevast leiba – eestlased on seda leivaviljana kasvanud juba tuhat aastat. Sangastet võib nimetada mitteametlikuks rukkipealinnaks. 130 aastat tagasi õnnestus Fr. Bergil, kõrgelt haritud ja progressiivsel Sangaste mõisahärral, luua algse aretustöö tulemusel uus talirukki sort 'Sangaste', mis on teadaolevalt vanim käesoleva ajani tootmises olev rukkisort.

Sangaste loss kujundab ennast rukkikrahvi elu ja tööd, sh Sangaste rukki aretust tutvustavaks külastusmõisaks. Sangaste mõisa endist jahuveskit korrastatakse, et panna vana veski taas tööle ja luua leivaküpsetamise töötuba. Mõisas peetakse plaani proovida toota rukkiviskit. Sangastes on avatud Rukkirestoran, kus pakutakse nii eestipäraseid toite kui roogasid, mis suuremal või vähemal määral sisaldavad rukist või rukkitooteid. Üle väljade laiuvad rukkipõllud, rukkikõrred on ka Sangaste vapil. Igal aastal tähistatakse nii rukkimaarjapäeva kui lõikuspüha. Milleks siis veel end arendada kui mitte rukkikülaks?

Turismiküla mõtet on Sangastes veeretatud juba aastaid. Tegevuse alguseks võib nimetada 2008. a kevadet, kui allakirjutanu oli esimene julge, kes kutsus kokku piirkonna turismiasjalised nõu pidama, kas turismiküla on vajalik ja võimalik. Huvilisi oli palju. Esimesi julgeid aga, kes söandasid alla kirjutada asutamispaberitele, oli kuus: Sangaste käsitöötare eestvedaja Heili Freimanis, Kakulaane turismitalu perenaine Maie Lepik, Sangaste villaveski meister Neeme Jääger, Kunstimäe puhkemaja peremees Andres Salum, AS Silva-Agro (Sangaste Rukkimaja) omanik ja tegevjuht Aavo Vällo ning eraisik Sille Roomets.

Põhiprobleemid on nagu igas tegevuses – raha, inimeste või aja puudus (siinkohal soovitus: ärge iial valige vabatahtliku ühenduse etteotsa inimesi, kes juba kusagil midagi juhivad, sest neil ei jää enam aega, et veel midagi vedada). Samuti finantseerimine – suured lubadused jäävad väga sageli täitmata või võivad tekitada lahkkelid stiilis – “kes maksab, see tellib ka muusika”.

Tulevikukujutluses on Sangaste rukkiküla küngaste ja viljapõldude vahel asuv väike armas külakene, kus hõljub omaküpsetatud sooja leiva lõhn ning kus üksmeeles ja sõbralikkuses tutvustatakse laiaast ilmast pärit külalistele rukist, leiba ning nendega seotud ajalugu, inimesi, traditsioone ja uskumusi. Räägitakse kõigile lugu sellest, kuidas ühest tavalisest uudishimulikust poisist sai kuulus krahv, kes ehitas lossi ja tegi armastusega oma tööd.

Iga kord leiba kätte võttes, mõtled sellele kui palju asju ilmas on selle abil saavutatud, ning tahad ise saada paremaks inimeseks...

Sille Roomets
MTÜ Sangaste Turismiküla
Sangaste, Valgamaa
Tel: 53 090 842
E-post: heksa@hot.ee



MOOSTE MÕIS – linast teatakse siin kõike

**Nolchenite suguvõsa poolt eelmise sajandi
algul rajatud Eesti üks hooneterikkam
terviklikult säilinud mõisakompleks kuulub
alates 2004. aastast Mooste vallale. Tänu
sellele leiavad hooned üha enam kasutust.**

1920. aastast asub peahoones mõisakool, praegu Mooste Põhikool. Suviti saab see mõneks päevaks üheks mitmekümnest unustatud mõisast, mida tullakse avastama ja imetlema. Mõisakoolide külastusmäng sai alguse 2004. aastal Viljandimaalt. Mooste mõis oli mängus juba järgmisel aastal. Idee ellukutsumiseks oli eluline vajadus tõestada koolide sobivust mõisahoonesse. Selleks ajaks oli väljakujunenud poliitiline suundumus, et mõis on koolile ebasobiv koht. Nüüd on see arvamus kummutatud ning mõis loob koolile hindamatu lisaväärtuse.

Meie esivanematele on mitmekülgset tegevust pakkunud lina kasvatamine, töötlemine ja arendamine. Tänu lina müügist saadud rahale oli paljudel Lõuna-Eesti taludel võimalik maa päriks osta. Ammusel Vene ajal sai linakiu müügiraha toel naturaalmajanduselt üle minna palgalisele töötasule. Eesti esimese iseseisvuse nädalatel 1918. aastal, kui riik vajas relvi vastloodud vabaduse kaitseks, saadi osa raha relvade ostuks just linakiu müügist.

Tänapäeval on huviorbiidis linaseemnesaaduste (õli, kook, jahu) kasutamine toiduks, söödaks ja tehniliseks otstarbeks. Mooste mõisa linakojas asuvas Mooste Katsejaamas selle temaga tegeletakse, sest siin on lina

kasvatatud ja arendatud üle 20 aasta. Tulemuseks on uus toiduaine linajahu, uus sööt linakook ja mitmed uued linaõli baasil valmistatud puidukaitsevahendid. Mooste tootemärgiks on kujunenud linajahu ja linaõli. Tarbijale on tähtis toodete pärinimine Moostest. Siin valmistatud linaseemnetooted on arenduskeskuse kontrolli all - teadus loob usaldust.

Mooste mõisas korraldatakse juba aastaid juulikuu viimasel laupäeval linalaata. Laada motoks on "Lina - eestlase elujõud". Alati korraldatakse teaduslik konverents. Laadal müüakse käsitöökaupa ja propageeritakse tervislikku looduslähedast elulaadi. Linakojas on linatoodete ja -värvide näitus. Tulevikus on planeeritud rajada mõisasse linamuuseum ja linaste toodete müügipunkt.

Praegu müüdavad tooted on: linaõli (0,5 liitristes pudelites), linajahu 0,5 kg pakendis toidulisandina, linaõlivärvid erinevateks töödeks ja eri värvitoonides ning puhas linaõli tehniliseks otstarbeks.

Mooste mõisas tegutseb külalistemaja. Endises veskis on Veskiteater. Mõisavalitseja majas asub Mooste KülalisStuudio, mille kaks galeriid ootavad kunstnikke maailma eri paigust.

Tulevikus on Mooste mõis nagu mõis muiste, sõltumatu tootmiskeskus usinate mõisatööstistega. Lina on see, mille pärast Moostesse tullakse - linast teatakse siin kõike.

Kalju Paalman

Tel: 5 157 025

E-post: kalju22@hotmail.ee



SETODE LUGU

Ennemuiste elasid setod hästi ja muredeta. Neil oli vägilasest kuningas Peko, kes tuli appi, kui vaenlane ründas, kui töödega hakkama ei saadud või kui oli vaja tarka nõu saada. Kõiges oli ta abiks.

Ükskord, kui kuningas Peko oli väsinud raskest lahingust, otsustas ta puhkama heita. Heitiski vapper kuningas magama ühte Petseri lähedal asuvasse koopasse.

Magas Peko nõnda juba mitmeid aastaid, kui ühel hommikul karjapoised ta leidsid ja otsustasid väikese nalja teha. Nad hakkasid kõval häälel karjuma: "Vaenlane tuleb, vaenlane tuleb, setosid tapetakse!" Peko kuulis seda läbi une, hüppas üles, haaras relva ja tormas koopasuule, et asuda vaenlast nuhtlema ja setosid päästma. Kuningas Peko sai väga vihaseks, kui nägi, et see ainult karjapoiste nali oli. Ta kamandas noored setod enda juurde ja sõitles: „Mis te ilmaasjata kisate?! Nii ei usu teid enam keegi, kui tõeline häda käes! Minge koju ja teatage kogu seto rahvale, et mind ei või enne üles ajada, kui voolavad verejoad jõuavad minu jalgadeni. Siis ma tean, et on käes tõeline häda ja tulen teid päästma. Seni peate ise oma hädades hakkama saama!"

Nii pididki setod oma kehvadel põllumaadel ja eri riikide piirialal taluma vaeva ja viletsust, ilma et nad oleksid julgenud kuningat äratada. Kunagi ei ole häda piisavalt suur tundunud. Mitmel korral on küll seto rahvas kokku kutsutud, et valida saadikud ja saata Peko juurde abi paluma. Kuid ikka on üheskoos leitud, et veel saadakse ise hakkama.

Kuningas Peko ütles ka nii: "Ja et te päris ilma juhita ei jääks, kuni ma magan, siis peate igal aastal valima ülembsootska. Talle saadan ma unenägusid, et ta saaks minu nõuandeid teile edastada!" Nii kogunevadki Peko alamad igal aastal augustikuu esimesel nädalavahetusel Seto Kuningriigi päevale, kus valitakse nii kuninga meistrid kui ka ülembsootska...

Iseenda võimete, suutlikkuse või suutmatuse äratundmisest saab alguse liikumine parema elujärje suunas. Kogukonnas loob see eeldused omavaheliseks koostööks. Ei tasu loota, et keegi tuleb ja toob meile "parem elu". Kui inimesed teevad ise üheskoos aktiivselt tööd oma elu paremaks muutmise nimel, siis on loota ka tulemusi. Sellele loole tuginedes algatati 1994. aastal Seto Kuningriigi päeva korraldamise traditsioon, mis hõlmab kogu Setomaa. Kuningriik on kasvanud aasta aastalt – mullu osales Kuningriigi päeval üle 10 000 inimese. Nii on see lugu tõstnud Setomaa tuntust ja toonud Setomaale palju külalisi.

Minu jaoks tähendab kohaturundus Setomaa väärtustamist ja arendamist. Kui Setomaa inimesed naudivad oma elu, siis kiirgub vaimustus ka väljapoole. See toob juurde uusi elanikke, kes tahavad osaleda kohapealses elus. See toob juurde ka külastajaid, keda huvitab Setomaa ja kes on valmis ostma pakutavaid tooteid ja teenuseid. Kohaturundus algab kohapealsete inimeste aktiivsest tegutsemisest ühiste eesmärkide nimel. Setomaa Valdade Liit püüab luua selleks võimalused.

Margus Timmo

Tel.: 56 222 886

E-mail: timmo@kagureis.ee

Koduleht: www.setomaa.ee



HIIUMAAL kujundavad meened mainet

Hiiumaal tegeletakse turismiga aktiivsemalt Eesti Vabariigi teise iseseisvusaja algusest 1991. aastast.

See oli aeg, kui me saime vabaks ka kinnise saare staatusest ning iga soovija võis tulla ilma passikontrolli ja lubadeta Hiiumaale. See oli suur ja oluline muutus, kusjuures ei saa märkimata jätta, et täiesti kasutamata on võimalus teha sellest eelmisest perioodist väga efektne teenus-atraktsioon!

Sellest ajast on tegeletud ka saare turundamisega ja oma näo otsimisega. Kindlasti tundub Kesk-Eestile, et mis meil viga – üks konkreetne saar ja piirkond, ütled Hiiumaa ja ongi Hiiumaa. Aga Eestis on ka teisi saari ja kui piire Euroopasse laiendame, siis on neid suisa hulgi. Küsimus on selles, kuidas me silma paistame. Ja põhiküsimused, millele me pidevalt sobilikke vastuseid otsime on sellised:

- 1) kuidas saada saarele parajas koguses turiste? See tähendab, et praamid jõuaks neid üle vedada ja nad ei kahjustaks meie metsikut ning õrna loodust ja mis ka väga oluline, et kohalik „neid välja kannataks“;
- 2) kuidas meelitada siia tarku, piisavalt rahakaid ja pikaajalisi turiste? Hiiumaale tulek on kallis ja aeganõudev. Mõistlikum oleks siin pikemalt püsida, aga selleks peavad nad hindama ja nautima siin leiduvat;
- 3) kuidas luua turismisektoris täiskohaga töökohti? See nõuab aastaringi piisaval arvul turiste, mis on suur väljakutse muidugi kogu Eestile.

Nendele küsimustele vastuste leidmiseks on mitmeid teid ja kasutada tulebki erinevaid turundusvahendeid korraga.

Üks vahend mida oleme teadlikult oma maine kujundamisel kasutanud on meened. Oma turismiarenduskava tehes otsustasime, et sõnad, mis Hiiumaad võiks iseloomustada, on: *looduslik, metsik, naljakas, meri, saar, omapärane, soe, lapsik, nutikas...*

Otsustasime, et meie väiksuse juures peaks hästi töötama just väiksed asjad – teades, et pidevad veetilgad võivad kivisse augu uuristada.

Juba kuus aastat oleme korraldanud jõululaadaga ühel ajal Hiiumaa meene konkurssi. Aeg on valitud selline, et jõuaks enne aastaalguse messihooaega valitud tooteid ka toota.

Otsime hiiumaiseid, kiiksuga, võimalikult kohalikust materjalist, kohaliku kultuuriga seotud ja meeneteks sobivaid (väikseid, mitte väga kalleid, välismaalasele ka sõnumit kandvaid) asju. Et innustada, kuulutame ja teavitame isiklikult võimalikke osalejaid varakult. Alati on auhinnad ja oluline ka see, et võitjatega sõlmime päris suured lepingud võidutööde tootmiseks.

Konkursid on olnud väga edukad ja oleme leidnud mitmeid huvitavaid töid. Traditsiooniliselt suhtleme tegijatega ka pärast, et nendest ideedest võiksid saada tooted. Kes peab kavandit muutma, et tootmine lihtsam oleks, kes lisama aadressi www.hiiumaa.ee, kes mõtlema juurde ilusa loo-seletuse, kes tegema korraliku pakendi. Meie suveniiriletid ei ole kohalike toodete poolest just väga mahukad ja seetõttu teeb eriti head meelt et paljudest konkursi töödest on saanud müügihitid.

Messidel tulevad naabrid (eriti saarlased) alati kiirelt meie boksi uudistama, et millega me seekord üllatame. Mõned näited (mida ainult kirjeldada on väga keeruline, nägema ja katsuma peaks): Hiiumaa puunimedega joonlaud, kiviavaja, sääsepesakast, rahvariidetriipudega hiired, porgandimoosid, kuivatatud kiludest kaelaehe, tõrvatilgad, Hiiumaa pabulad jne.

Välja on töötatud ka Hiiumaa roheline märk, mida väljastataksegi ainult väga kvaliteetsetele ja hiiumaistele toodetele (lähemalt võib lugeda www.tuuru.edu.ee).

Kiiksuga meened on täitnud oma eesmärgi ja meil on messidel jm võimalik Hiiumaad „müüa“ läbi võtme, mille me ise oleme kujundanud. Meened on ainult üks moodus piirkonna maine kujundamiseks, see nõuab järjepidevust ja kannatlikkust, aga sellega tasub tegeleda.

Ly Kaups

Hiiumaa Turismiliidu juhataja

Hiidlaste Koostöökogu juhatuse liige

E-post: ly@tuuru.edu.ee



KESK-SOOME on efektiivse bioenergia kasutamise musternäide

Suurte metsade, soode ja rabadega Kesk-Soomest on saamas piirkond, kuhu tullakse uudistama, õppima ja järgima bioenergia tootmist ning kasutamist. Metsal ja metsatööstusel on Kesk-Soomes alati olnud väga tähtis roll. Metsamaad on 1 360 000 hektarit, millest 67% on eraomandis, 19% kuulub metsaühingutele, 10% riigile ja 4% teistele. Metsatööstus on loonud märgatava nõudluse ka bioenergiale. Igas Kesk-Soome vallas on üks või mitu kohalikku soojusjõujaama, mis kasutavad kohalikku metsahaket ja turvast ja/või puidutööstuse kõrvaltooteid. Maakonna kogu energiatarve on 19 324 GWh (19,3 TWh), millest kohaliku energiaga (puu, turvas ja puidutööstuse kõrvaltooted) kaetakse koguni 51%, kusjuures Soome keskmine on 27%. Kesk-Soome põhjapiirkonnas on lisaks rikkalikele toorainevarudele olemas bioenergia tootmise, arendamise ja kasutamise ning ka vastavate spetsialistide koolitamise oskus. Bioenergiasektori käive on umbes 55 miljonit eurot aastas ja töötajaid on 350–400. 2015. aastaks on seatud eesmärgiks Kesk-Soomes lõpetada fossiilsete kütuste kasutamine, välja arvatud mingi osa liikluses kasutatavast kütusest. See suurendab bioenergia kasutust 4 TWh ning käivet 65 miljoni euron. Bioenergia tootmise tehnoloogia ja oskuste ekspordist loodetakse tulu 275 miljonit eurot.

Saarijärvi-Viitasaari piirkonnas alustas tegevust bioenergia tööühm. Viisari tegevusgrupp näeb oma arengukavades samuti kesksel kohal bioenergia kasutuselevõttu. Eesmärgiks on ettevõtluses mitmekesise energia kasutamine ning sõltumatu energiaga varustamine. ELi rahastatud projektid on olnud seotud tooraine tootmise, töötlemise, kasutamise ning teenuste osutamisega. Nii tööstus kui elurajoonid kasutavad üha enam kohalikku taastuvat energiat.

Jyväskylä Kutsekõrgkoolil valmib Saarijärville bioenergiakeskus. Kutsekõrgkooli ning ettevõtluse kasutusse antakse väga hea baas bioenergia arenguks ja vastavaks koolituseks. Koostöös Riigi Tehnilise Uurimisasutusega (Valtion Tekninen Tutkimuslaitos) ehitatakse 2010. aastal küttekatelde katselabor. Väheste elanike arvu, kuid suure pindalaga vallad keskenduvad energiahooletuse arendamisele ning tooraine töötlemisele ja müügile. Energiasõltumatuse tagamine annab piirkonnale sissetuleku ja töökohad ning võimaldab tulevikus tehnoloogiat ja oskuste eksporti.

Igaüks meist võib soosida taastuva energia kasutamist – valikud teeb inimene.

Tapani Sauranen
Saarijärventie 396 B
43500 Karstula
Finland
Tel: + 358 40 226 394
E-post: tapani.sauranen@jamk.fi

Jyväskylä kutsekõrgkool = Jamk University of Applied Sciences
Bioenergiakeskus = Bioenergy Development Centre (BDC)
Valtion Tekninen Tutkimuslaitos (VTT) = Technical Research Centre of Finland
Viisari tegevusgrupp = Local Action Group, LAG Viisari





Avaliku sektori roll majanduse arengus

Nagu teistele riikidele on ka Eesti jaoks oluline luua pikemas perspektiivis edukas ja konkurentsivõimeline majanduskeskkond. Seejuures ei saa jääda lootma välisabile – tarvis on nii era- kui ka avaliku sektori ühiseid jõupingutusi. Eesti poliitikas püsib jätkuvalt vankumatu usk 18. sajandi majandusteadlase Adam Smithi “nähtamatu

käe” ja väikese valitsuse teooriasse. “Nähtamatu käsi” võib ju ka olemas olla ning väikeses valitsuseski ei ole iseenesest midagi halba. Siiski ei usu ma, nagu tähendaks Smithi teooriad reguleerimata turumajandusest sinna juurde kuuluva väikese valitsuse ideoloogiaga seda, et 21. sajandil saaks või peaks avalik sektor erasektori tegemistesse üldse mitte sekkuma. Samuti ei taha ma hästi uskuda seda, et Eesti – ehkki tegemist on nii mitmeski mõttes väga erilise paigaga – erineks siin märkimisväärselt teistest riikidest. Rahvusvahelistel finantsturgudel ja ka Eesti majanduselus hiljuti aset leidnud sündmused üksnes kinnitavad minu arvamust.

Mitmed tuntud majandusteadlased, nende seas Hayek ja Porter, peavad majandusarengu tagamisel kõige olulisemaks hästi funktsioneerivaid asutusi ning stabiilset reeglistikku. Samaselt minule on mõlemad nimetatud teadlased veendunud turumajanduse eelistes plaanimajanduse ees. Samas pole nad seda meelt, et valitsus ei peaks üldse sekkuma. Michael Porteri kuulus klastriteooria annab suurepärase ülevaate teguritest, mis on majandusarengu ja konkurentsivõime saavutamisel olulise tähtsusega. Porter on öelnud, et ehkki juhuseid ning valitsuse sekkumise mõju ei saa majanduses alahinnata, tuleb tähelepanu pöörata ka järgmistele üliolulistele teguritele:

- ✂ majanduselus olemasolevad teguritingimused (*inimressurss ja füüsilised ressursid, teadmised, kapital ja infrastruktuur*),
- ✂ nõudlust mõjutavad tingimused (*kohalik turg ühes ülinõudlike klientidega*),
- ✂ eelnevaga seotud tugistruktuurid (*koostöö ja innovatsioon*),

✂ äristrateegia ja tugev kohalik konkurents (*mis tingib vajaduse innovatsiooni ja konkurentsivõime suurenemise järele*).

Nimetatud tegurid mitte üksnes ei sõltu üksteisest, vaid avalikul sektoril on nende kõigi kujundamises kanda märkimisväärne roll. Poliitikud ei asuta ettevõtteid, küll aga saavad nad luua ettevõtete arenguks sobiva või ebasobiva keskkonna.

Oma isiklikest kogemustest lähtudes ning mitmetele uuringutele tuginedes tootsin järgnevalt välja mõned avaliku sektori jaoks olulise tähtsusega tegevused, mis aitaksid märgatavalt kaasa konkurentsivõimelise ja jätkusuutliku erasektori arengule Eestis.

1. Avalik sektor peab oma tööga hästi toime tulema.
2. Avaliku sektori töötajad peavad mõistma, et nende palk sõltub erasektori käekäigust (ärialased kontaktid).
3. “Kultuur sööb strateegia lõunaks.” Olemasolev kultuur määrab ära strateegia edukuse, kuid mitte selle kvaliteedi.
4. Riigihangete tegemine aitab tõsta konkurentsivõimet ning suurendada innovatsiooni. Oluline on kvaliteet. Kriteeriumiks ei tohi olla vähempakkumine – kõige odavam ei pruugi olla kõige soodsam!
5. Kuula, millest ettevõtjad räägivad, missugused on nende probleemid ja mured. See on oluline ka väikeettevõtete puhul.
6. Kes on konkurent? See ei ole naabervald. Mida tehakse mujal? Aita oma ettevõtetel areneda, viies läbi võrdlevaid uuringuid globaalsel tasandil.
7. Ettevõtlust puudutavad reeglid ja seadusandlik raamistik peab olema püsiv ja perspektiivikas ka pikemas plaanis. Pidevalt muutuvad ja vastuolulised seadused, nõuded ning tingimused muudavad ärikeskkonna ettevõtja jaoks ebastabiilseks ja pärsivad igasugust innovatsiooni – tulemuseks on see, et nii ettevõtted kui ka kapital liiguvad paremaid arenguvõimalusi otsides mujale.

Ulf Johansson,

Sweco Eurofutures AB vanemkonsultant,

Stockholm/Tallinn

E-post: ulf.johansson@sweco.se

Koduleht: www.sweco.se





Kohaliku toote viimine välisturule läbi avatud ärimudeli arendamise

Tänapäeval on edukad need ettevõtted, kes tähtsustavad väljaspoolt oma ettevõtte piire asuva oskusteabe ja teadmiste väärtust ning oskavad selle enda kasuks tööle panna. Muutuvas ärikeskkonnas ellujäämiseks vajavad ettevõtted uusi strateegiaid, et uutes tingimustes tootearendusest ja turundusest kasu lõigata ning edukalt välisturule jõuda.

Kohaliku toote viimine välisturule nõuab ettevõttelt mitmeid võimekusi. Olulisemad on koostöövõimekus (ingl. *collaborative know-how*) ning avatud ärimudeli arendamine. Koostöövõimekus võimaldab juhtida ning kaasata vajalikud partnerid ja nende ressursid. Avatud ärimudeli arendamine on süsteem, mis seob toote, partnerid, marketingi ning ettevõtte rahateenimisvõime. See tähendab, et innoveerida tuleb mitte ainult tehnoloogia või tootearendusega, vaid ka ärimudeliga. Ärimudel on mehhanism, mis toob ettevõttele raha. Ükski uus tehnoloogia, toode või teenus (sh asukoht kui toode) iseenesest ei taga kasumlikkust. Kui näiteks kliendid ei ole huvitatud äsja turule toodud toote kasutamisest, siis on tootearendusse tehtud investeeringud maha visatud raha. Sellepärast määrabki toote või teenuse tegeliku väärtuse välisturul ärimudel – mehhanism, mis muudab tehnoloogia, toote, teenuse ettevõtte jaoks rahaks.

Umbes aastaks 2015 on meil vaja hoopis keerulisemaid ärimudeleid. Selleks tuleb suhelda väga paljude osapooltega paljudest riikidest. Meil on vaja täiesti uusi kompetentse ning ka uusi strateegiaid. Nende kompetentside arendamisel on oluline ühisspetsialiseerumine paljude ettevõtetega ning avatud innovatsiooni arendamine. Avatud innovatsioon võib hõlmata klientide kaasamist tootearenduse protsessi, koostööd teiste ettevõtetega (strateegiliste liitude loomine), osalemist koostöövõrgustikes, riskikapitali kaasamist, koostööd avaliku sektori institutsioonidega, ülikoolidega, teadusasutustega jne. Kõik need sidusrühmad aitavad ettevõttel tooteid ja teenuseid edukalt välisturul müüa. Kirjeldatud strateegia valik sõltub eelkõige ettevõtte spetsiifikast ja tegevusvaldkonnast. Peamiste avatud innovatsiooni strateegiatena on ettevõtted kasutanud väliste teadmiste kaasamist ning enda sisemiste teadmiste organisatsioonist välja viimist. Näiteks kliendile pakutavatesse lõpptoodetesse, -teenustesse ühendatakse mitme erineva ettevõtte tehnoloogiad, tooted ja teenused. Samuti võivad strateegiad hõlmata ühist teadustööd nii ettevõtete kui ülikoolide ja teadusasutuste vahel. Ettevõtte poolt kasutamata jäänud sisemisi projekte, tooteid-teenuseid aga viiakse väljapoole organisatsiooni, luues tütarfirmadena *spin-out* firmasid, mida finantseeritakse ettevõtte enda poolt.

Kokkuvõtteks võib öelda, et ettevõtted peavad toodete viimisel välisturule oskuslikumalt arendama koostöövõimekust ning rohkem kasutama oma partnerite ressursse (kompetentsid, finantsid, infrastruktuur, suhtekapital). Selles protsessis on vaja toote või teenuse jaoks kujundada ettevõttes vastav ärimudel, kuhu on kaasatud nii kliendid kui varustajaid. Sellise ärimudeli arendamisel on strateegiliseks väärtuseks avatus.

Välisturule tuleb minna koostöös paljude partneritega.

Alar Kolk,
Helsingi Tehnoloogiaülikool
E-post: kolk@cc.hut.fi

Välja andnud: Tartumaa Arendusselts

Koostanud: Merle Vall

Toimetanud: Saag & Semevsky Keelestudio

Kujundanud: Heigo Kütt / Ecoprint

Trükitud: Ecoprint





roheline trükis

Trükitud keskkonnateadlikus trükiettevõttes Ecoprint