

MULGI KULTUURI INSTITUUT

Mulgimaa turismistrateegia

2021-2030



SISUKORD

1	SISSEJUHATUS	3
2	MULGIMAA SOTSIAALMAJANDUSLIK OLUKORD	4
	2.1 Maapiirkondade majandusest	4
	2.2 Mulgimaa mõiste	4
	2.3 Asend ja looduskeskkond	5
	2.4 Mulgimaa sotsiaalmajanduslik analüüs	5
	2.5 Ettevõtluskeskkonna analüüs	7
	2.6 Mulgimaa turismimajanduse analüüs	8
	2.7 Kokkuvõte Mulgimaa turismivaldkonna küsitlustest	11
3	MULGIMAA TURISMIVALDKONNA SWOT ANALÜÜS	12
4	STRATEEGIA	13
	4.1 Visioon 2030	13
	4.2 Võtmevaldkonnad, eesmärgid, mõõdikud	13
	4.4 Strateegiakaart	15
5	TEGEVUSKAVA 2021-2026	16
6	SEIRE JA HINDAMINE	20
	LISA 1 Mulgimaa sotsiaalmajanduslik analüüs	
	LISA 2 Mulgimaa turismiettevõtjate ja -edendajate küsitluse tulemused	
	LISA 3 Mulgimaa turismiasjaliste nimekiri	

1 SISSEJUHATUS

Mulgimaa turismistrateegia koostamine toimus ajavahemikul oktoober 2020 kuni juuli 2021 Mulgi Kultuuri Instituudi (edaspidi MKI) eestvedamisel. Strateegiaprotsess lähtus kaasava planeerimise põhimõtetest. Esimese etapina viidi läbi siht- ja sidusrühmade küsitlus, millele vastas 61 turismiettevõtjat ja -asjalist. Küsitluse tulemuste mõtestamiseks, eesmärkide püstitamiseks ning tegevuskava koostamiseks toimus 6 seminari, millel osales 119 turismiga seotud huvigruppide esindajat - kaasatud olid majutuse ja toitlustuse pakkujad, käsitöölised, tootmisettevõtted, kultuurikorraldajad, teenuseosutajad turismis ning arendusorganisatsioonid. Seoses Covid-19 piirangutega viidi enamus seminaridest läbi veebi teel. Vaid viimane, tegevuskavale keskenduv seminar, toimus kontaktsena Karksi-Nuia Kultuurikeskuses.

Strateegiaprotsessi juhtis ning strateegiadokumendi vormistas MTÜ Partnerlus ja selle eksperdid Ivika Nõgel ja Margus Timmo. Kogu protsessi vältel toetas dokumendi valmimist juhtgrupp, kes koosnes MKI, Mulgimaa Arenduskoja, Viljandimaa Arenduskeskuse ning Mulgi, Tõrva ja Viljandi vallavalitsuse esindajatest. Protsessi rahastati MKI Leader meetmest ühisprojekti "Mulgimaa Võrgustikud" raames.

Mulgimaa turismistrateegia dokument kirjeldab Mulgimaa kui pärimusturismi piirkonna sotsiaalmajanduslikku olukorda nii statistilises vaates kui ka läbi turismiasjaliste hinnangu. Dokument sisaldab SWOT analüüsi ja sellele toetuvat visiooni ning strateegilisi eesmärke, mis on varustatud tulemusnäitajate ning tegevuskavaga aastateks 2021-2026. Samuti kirjeldatakse strateegia elluviimise seire ja hindamise põhimõtteid. Dokumendi lisana on ära toodud Andres Rõigase põhjalik kirjeldus piirkonna sotsiaalmajanduslikest näitajatest ning turismi arendamise võimalustest nii Euroopa kui ka Eesti kontekstis. Samuti tuuakse lisana välja nimekiri turismistrateegia elluviimise seisukohalt olulistest ettevõtetest, arendusorganisatsioonidest, avaliku ning kolmanda sektori turismiarendajatest ehk potentsiaalsetest Mulgimaa turismivõrgustiku osapooltest.

Mulgimaa turismistrateegia teostumisel on kolm üliolulist eeldust:

- Esiteks tuleb koostöös kohalike omavalitsustega kokku leppida, milline saab olema turismistrateegia tegevuskava juhtimise ja rahastamise mudel.
- Teiseks tuleb luua toimiv Mulgimaa turismiasjalise võrgustik, kes panustavad strateegia elluviimisesse ning annavad hinnangu selle tulemuslikkusele.
- Kolmandaks võtmefaktoriks on Mulgimaa Elamuskoostamise Käivitamine Sooglemäel, mis saab kandma kesket piirkonna turismi turundaja ja edendajana rolli.

2 MULGIMAA SOTSIAALMAJANDUSLIK OLUKORD

2.1 Maapiirkondade majandusest

Mulgimaa on kirjeldatav kui tüüpiline maapiirkond, mille majandusstruktuuris on toimunud viimase 30. aasta jooksul kiired muutused. Täiesti kadunud on sotsialistlikule ajastule omased omandivormid. Tõusuteel on kiire tehnoloogiline areng ja sellega kaasnevad majandamisviiside muutused. Mulgimaa nagu ka teised maapiirkonnad on muutumas traditsioonilisest tootmisühiskonnast pigem tarbimisühiskonnaks, kus maapiirkondadele omaseks ehk traditsioonilisteks peetavate tegevusaladega teenib elatist üksnes 3-5% elanikkonnast. Kiiresti on vähenenud põllumajanduslik tööhõive ja kasvanud teenindussektori osakaal. Vaatamata vahepealsetele tagasilöökidele on säilinud suhteliselt muutumatuna tootmissektori osakaal kogu tööhõives ja koguproduktis. Kasvava teenindussektori osakaalule annab panuse ka turismisektor, olles siiski küll eelkõige lisisissetuleku allikas. Muudatustega on kaasnenud võrdlemisi järsk elanike arvu vähenemine kuid ka majandusvaldkondades täiesti uued tegevusalad.

Rahvusvaheliste uuringute põhjal võib väita, et kuigi turism maapiirkondades on jätkuvalt madalama sissetulekumääraga tegevusala, siis ilma turismita oleksid need piirkonnad veelgi halvemas olukorras. Selles valguses tuleb tänapäevases turismimajanduses tugineda teadmispõhisele majanduse mudelile, kus on olulised kolm tingimust maaelu jätkusuutlikuks arenguks:

- Uue majandustegevuse arendamine, mis suudaks vastata potentsiaalsele linnade poolsele nõudlusele;
- Kohalik ettevõtluse arendamine ja toetamine, mis suudab neid uusi tegevusi rajada ja laiendada;
- Kohalik sotsiaalne kapital, mis võib toetada uusi tegevusalasid, sh laenude ja projektipõhiste vahendite võimalused, tööjõu kvaliteet, välisturgudele liikumine ja teiste välise teadmiste tundmaõppimine ning innovaatiliste lahenduste kasutamine/kaasamine.

Lähtudes kehtivast Maaelu arengukavast 2014-2020 on üks maapiirkondade inimkapitali suunav eesmärk leida alternatiivseid töövõimalusi põllumajandusest vabanevale tööjõule ning kohalikul ressursil ja potentsiaalil põhinevate võimaluste kasutamine. Antud eesmärk viib teadmispõhise majandusmudeli suunas, mis toetab Mulgimaa turismi arengut ettevõtluse arendamisel ja toimivate koostöövõrgustike ning uute turismitoodete tekkel.

2.2 Mulgimaa mõiste

Mulgimaa territooriumi moodustavad Halliste, Karksi, Helme, Paistu ja Tarvastu kihelkonnad. Kuigi aeg-ajalt on Mulgimaaks peetud ka tervet Viljandimaad, lähtub antud turismistrateegia siiski Mulgimaa kitsamast (ajaloolisest ja traditsioonilisest) määratlusest, pidades ülejäänud Viljandimaa piirkondi pigem koostööpartneriteks.

Tänase haldusjaotuse järgi on Mulgimaa jagatud 3 omavalitsuse vahel. Helme kihelkonna piirides on moodustunud Tõrva vald; Halliste ja Karksi kihelkonnad on Mulgi valla koosseisus. Tarvastu ja Paistu kihelkonnad on Viljandi valla koosseisus (koos Mulgimaa välise Viljandi, Kõpu ja Kolga-Jaani kihelkondadega). Halduslik killustatus ja jagunemine ei ole lõhkunud Mulgimaa identiteeti ega takistanud tänast koostööd. Samas muudab tänane haldusjaotus keeruliseks statistiliste andmete kogumise ja kasutamise Mulgimaa piirides.

2.3 Asend ja looduskeskkond

Mulgimaa asend on turismimajanduse mõttes soodne – lähedus maakonnakeskustele ja piirnemine Läti Vabariigiga loob suurepärased võimalused piirkonna turismi arenguks. Mulgimaad läbib ida-läänesuunaline Uulu-Valga maantee. Mulgimaa teed on üldjoontes heas seisus. Viimastel aastatel on hakatud paigutama mustkatet ka kõrvalmaanteedele.

Mulgimaa kogupindala on ligikaudu 2000 km² ehk ca 4% Eesti maismaa territooriumist. Territooriumist poole moodustab metsamaa ja ligikaudu 25% on põllumajandusmaa. Põllumaade viljakus on üle Eesti keskmise taseme, millega on seletatav ajalooline suund linakasvatusele ja tänasele teraviljakasvatusele.

Piirkond asub Sakala kõrgustikul ja seda iseloomustab künklik maastik koos järvede ning jõgedega. Sakala kõrgustiku kõrgeim tipp on Mulgi valla Karksi piirkonnas asuv Härjassaare mägi (147 m). Mulgimaa piirneb Võrtsjärvega, mis on Eesti suuruselt teine siseveekogu ja mida teatakse kui suurimat looduslikku angerjakasvatust Eestis. Piirkonnas asuvad mitmed kaitstavad loodusobjektid ja maastikukaitsealad nagu Rutu, Karksi, Ainja, Teringi, Muti ja Õisu maastikukaitseala, Rubina looduskaitseala, Loodi looduspark jne. Veekogude puhkemajandusliku ressursina olgu välja toodud Õisu, Koorküla, Kariste, Riiska, Veisjärv ja Vanamõisa järved.

Kuigi loodusressursside seas ei ole Mulgimaale ainuomaseid elemente, moodustavad maastikud koos hoonetega eristatava Mulgimaa maastikumustri. Looduslikke ja maastikulisi võimalusi ning veekogusid saab kasutada mitmekülgse turismimajanduse edendamiseks, järgides siinkohal loodushoiu ja säästva arengu printsiipe.

2.4 Mulgimaa sotsiaalmajanduslik analüüs

Aastal 2017 viidi ellu haldusterritoriaalne reform, mis puudutas kõiki Mulgimaal asuvaid omavalitsusi. Kuna Mulgimaa piirid ei jookse mööda omavalitsuste piire, ei saa pidada järgnevates sotsiaalmajanduslikes arvestustes kõiki arvulisi näitajaid täpseteks. Mõned keskmised tulemused on arvestatud valdade keskmistena. Eelkõige puudutavad need piiriülesed andmekogud Viljandi vallaga seonduvaid näitajaid.

Tabel 1. Valik statistilisi näitajaid Mulgimaa omavalitsuste kohta.

NÄITAJA	MULGI VALD	TÕRVA VALD	VILJANDI VALD
Rahvaarv, 1. jaanuar 2020	7 460	6 120	13 686
Elussünnid, 2019	45	63	145
Surmad, 2019	141	79	173
Loomulik iive, 2019	-96	-16	-28
Sisseränne, 2019	377	241	751
Väljaränne, 2019	257	234	608
Rändesaldo, 2019	120	7	143
Ülalpeetavate määr, 1. jaanuar 2019	61,0	60,7	55,5
Demograafiline tööturusurveindeks, 1. jaanuar 2019	0,49	0,68	0,67
Registreeritud töötud, 2019	136	172	275
Palgatöötaja kuu keskmine brutotulu, 2019 (eurot)	1 099,90	1 161,61	1 161,45
Mehed	1 239,18	1 313,90	1 293,61
Naised	956,75	1 005,42	1 025,39
Brutotulu saajaid keskmiselt kuus, 2019	2 639	2 264	5 229

Mehed	1 338	1 147	2 653
Naised	1 301	1 118	2 577
Kasutusse lubatud eluruumid (uusehitus), 2019	3	7	23
Kasutusse lubatud eluruumide pind (uusehitus), 2019 (m ²)	457,3	1 147,4	3 089,7
Kasutusse lubatud mitteelamud (uusehitus), 2019	11	13	35
Kasutusse lubatud mitteelamute suletud netopind (uusehitus), 2019 (m ²)	868,9	2 241,9	7 437,7
Üldhariduskoolid päevaõppes, 2019/2020	4	5	11
Üldhariduskoolide päevaõppe õpilased, 2019/2020	638	591	990

Allikas: Statistikaamet

Eesti on hõredalt asustatud riik ja ühel ruutkilomeetril elab ligikaudu 31 inimest. Rahvastik koondub jätkuvalt suuremate linnade ümbrusse, mistõttu on eelkõige suurenenud Tallinna lähivaldade elanike arv. Mulgimaa keskmine asustatus on kolm korda väiksem Eesti keskmisest ning rahvaarv on pidevas kahanemises. Langus perioodil 2007-2014 on ligikaudu 9%, kuid alates 1991. aastast peaaegu 20%. Loomulik iive oli 2019. aastal kõikides omavalitsustes negatiivne. Samas on samal aastal olnud sissetulek suurem kui väljaränne. Mulgimaa piirides on piirkond rahvuslikult homogeenne – põhielanikkonna moodustavad eestlased ja teiste rahvusgruppide osakaal on minimaalne.

Teise näitajana saab kirjeldada olemasolevate omavalitsuste rahvaarvu, kajastades ka Mulgimaalt väljajäävate vallaosade muutusi viimaste aastate jooksul. Kuigi andmeid ei saa pidada antud analüüsi kontekstis ideaalseteks, saab ülevaate demograafilistest trendidest.

Tabel 2. Mulgimaa omavalitsuste elanike arv, pindala ja rahvastiku tihedus (2017-2020)

	Rahvaarv				Pindala km ²	Elanikke km ² 2020
	2017	2018	2019	2020		
Tõrva vald	6330	6185	6129	6120	647	9,5
Mulgi vald	7626	7506	7436	7460	881	8,5
Viljandi vald	13806	13685	13569	13686	1372	10,0
KOKKU	27762	27376	27134	27266	2900	9,4

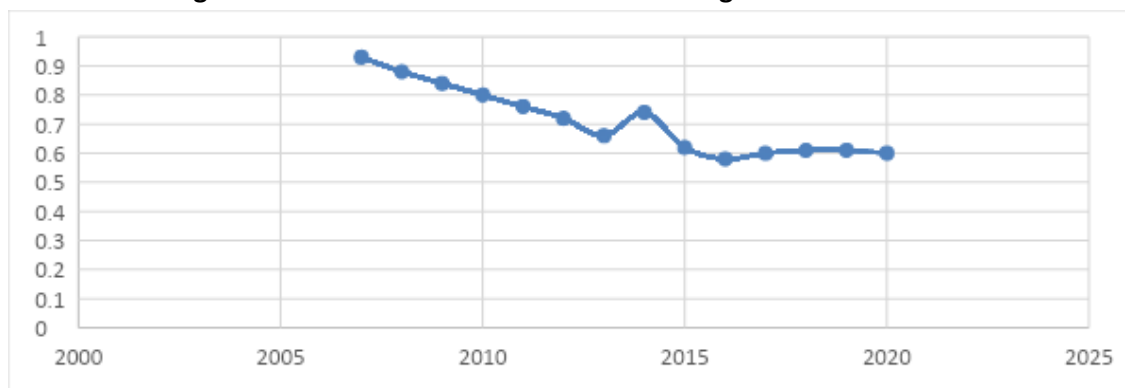
Vaadeldava lühikese ajavahemiku põhjal ei ole võimalik teha kaugeleulatuvaid järeldusi, kuid mõõdukas rahvaarvu langus on haldusreformi järel jätkunud. Erandiks on 2020. aasta rahvaarvu muutuse teatav stabiliseerumine kõikides omavalitsustes.

Koos elanike arvu kahanemisega on kiiresti muutunud elanike vanuseline struktuur, mida saab sotsiaalmajanduslikult iseloomustada kõige paremini demograafilise tööturusurve indeksiga. See indeks näitab kohalikele tööturule saabujate osatähtsust võrreldes tööturult lahkujatega. Kui indeks on suurem kui 1, siis saab prognoosida tööealise elanikkonna kasvu ja ühest väiksem väärtus tähistab tööjõulise elanikkonna kahanemist.

Alates 2006. aastast on kõikide Mulgimaa kohalike omavalitsuste demograafilise tööturusurve indeksi näitajad negatiivsed. Joonisel 1. välja toodud andmete põhjal on toimunud aastal 2014 väike tõus. Eeldatavasti on tõus seotud Viljandi valla noorema elanikkonnaga piirkondade lisandumisega statistilistesse andmetesse, mis samas ei too leevendust üldistesse langustendentsidesse Mulgimaa vaates. Haldusreformi eelsel perioodil on kirjeldatav üldises langusperioodis 2007-2014 väikest erandit

Tõrva linnas ja aastal 2011 oli näitaja positiivne üksnes Helme vallas. Vaatamata stabiliseerumisele jääb kõigis kohaliku omavalitsuse üksustes tööturule saabuvate noorte arv alla tööturult lahkuvate arvule.

Joonis 1. Demograafilise tööturusurve indeksi muutus Mulgimaa kohalikes omavalitsustes



Allikas: Statistikaamet; Märkus: Viljandi valla andmed koosnevad 2013. aastal liitunud omavalitsuste liidetud näitajatest.

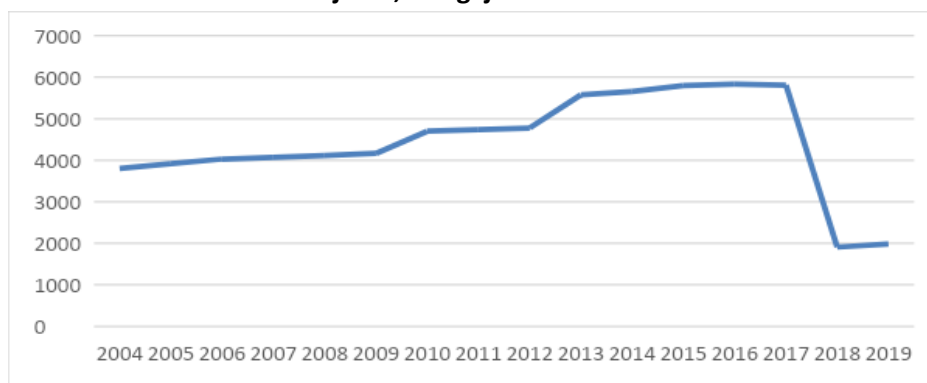
Paralleelselt Mulgimaa elanikkonna vähenemisega ja demograafilise tööturu indeksi muutumisega on kiiresti vähenenud noorte arv, viimase viie aasta jooksul 37,6%. Vähenemine on omavalitsuste lõikes üsna sarnane, kuid viimase paari aasta andmete põhjal on kirjeldatav mõnes piirkonnas protsessi pidurdumine, millele on eeldatavasti kaasa aidanud positiivne rändesaldo.

2.5 Ettevõtluskeskkonna analüüs

Ettevõtete arv Mulgimaal on olnud, vaatamata vähenevale elanike arvule, pidevalt tõusuteel (Joonis 2). Vaatamata muutustele andmete esitamises ei ole alust arvata, et omavalitsuste ühinemine või mõned muud majandusest tulenevad tegurid senist ettevõtlusaktiivsuse kurssi olulisel määral muudaks. Ettevõtlusvormide lõikes on seni levinuim ettevõtlusvorm valdavalt üks töötav FIE (sh. talu), kuid alates 2009. aastast on FIE-de arv hakanud tasapisi vähenema ja OÜ-de hulk tõusma. Alates 2013. aastast on OÜ-de hulk ületanud FIE-de arvu. Muutused on toimunud eelkõige kolmel põhjusel:

- Muudatused Äriseadustikus on osaühingute asutamise teinud lihtsamaks ja vastutuse selgepiirilisemaks;
- Edukalt majandanud FIE-d on oma ettevõtte ümber kujundanud osaühinguks;
- Mitu aastat majandustegevuseta FIE-sid on Maksu- ja Tolliamet asunud registrist kustutama.

Joonis 2. Ettevõtete arv Viljandi, Mulgi ja Tõrva vallas.



Allikas: Statistikaamet; Märkus: Alates 2018. kajastatud majanduslikult aktiivsete ettevõtete arv.

Mulgimaa omavalitsustes on Statistikaameti andmetel 31.12.2018. a seisuga esitanud majandusaruande (st. tegutsevad realselt) 1985 ettevõtet. See on orienteeruvalt kolm korda vähem registreeritud ettevõtetest.

Tabel 3. Majanduslikult aktiivsete ettevõtete arv Mulgimaa valdades

	2017	2018
Tõrva vald	278	305
Mulgi vald	335	346
Viljandi vald	1295	1334
KOKKU	1908	1985

Kohaliku omavalitsuse majanduskeskkonna üheks hindamise määraks on ettevõtlusaktiivsuse võrdlemine. Selleks mõõdetakse ettevõtete arvu 1000 inimese kohta. Mulgi ja Tõrva vallas on see näitaja võrdlemisi samasugune (vastavalt 46 ja 50). Viljandi valla vastav näitaja on pea kaks korda suurem (97). Eeldatavasti on antud näitaja seotud linnalähedaste asulate suurema ettevõtlusaktiivsusega sh. asukohast tulenevate võimaluste ärakasutamiseiga.

Registreeritud ettevõtjate hulgas on absoluutses ülekaalus alla 10 töötajaga mikroettevõtted. Olemasolevatel andmetel Mulgimaal üle 250 töötajaga suureettevõtted puuduvad. Piirkonna ettevõtluskeskkonna paindlikkuse ja kohalike tootmis- ning koostöövõrgustike loomise seisukohalt on olemas tänu väikeettevõtetele head eeldused, sest väiksemad ettevõtted suudavad teha omavahel koostööd, mitte ei kuulu ühe suurema ettevõtte allhankijate võrgustikku. Võrgustike teke ja toimimine aitab majanduskeskkonda tasakaalustada ja koostöö tulemusel jääb suur osa ettevõtete tulust kohapealseteks investeringuteks. Mõne piirkonna spetsialiseerumine ja võimalik klastrite teke toob kaasa kohaliku kompetentsi ja teadmiste kasvu ning loob aluse piirkonda tugevdavateks arenguteks.

Üheks piirkonna majandusliku võimekuse indikaatoriks on keskmine palgatöötaja brutotulu ühes kuus. Statistikaamet kogub palgatulu kantide kaupa ja see võimaldab anda väga täpse ülevaate erinevustest Mulgimaa piirkondade vahel. Kui Eesti keskmine brutotulu ühe palgatöötaja kohta oli 2020. aastal 1448 eurot, siis Viljandimaa töötaja aasta keskmine tulu oli 1188 ja Valgamaal 1047 eurot kuus. Mulgimaa kantide andmete järgi on kõige suurem sissetulek Päidre kandis (Mulgi vald) 1611 eurot. Talle järgnevad Pikasilla, Mustla ja Rimmu. Kõige madalamad sissetulekud on Jeti ja Rulli kandis (Tõrva vald), kus keskmine sissetulek jääb veidi alla 1000 euro. Vaatamata suurtele erinevustele on keskmise brutotulu osas toimunud mõõdukas kasv pea kõikides omavalitsustes alates 2014. aastast.

2.6 Mulgimaa turismimajanduse analüüs

Kogu maailmas peetakse turismisektorit majandusarengu oluliseks osaks. Enne COVID-19 poolt põhjustatud kriisi oli kogu turismisektor pidevas kasvus. Eesti majanduses täidab turism olulist rolli, olles seotud teiste majandussektoritega. Turismimajanduse osatähtsus nii SKP-s kui tööhõives on koos kaudsete mõjudega umbes 8 protsenti (2019). Lähedus peamistele sihtturgudele ja head ühendusvõimalused koos Eesti hinnatasemega annavad seetõttu olulise panuse Eesti ekspordituludesse.

Valk jt (2021) on välja toonud Eesti erinevate piirkondade kultuuripärandi paiknemise, mille käigus toodi välja pärandiregioonid. Antud uuringu järgi on Mulgimaa selgelt eristuv maakondade ülene eraldiseisev kultuuri- ja pärandipiirkond, erinedes oluliselt ajaloolistel maakondadel põhineval lähenemistasandilt. Uuringus on välja toodud Mulgimaa hea turundamine ja antud fakt annab oskusliku juhtimise korral suurepärase stardipositsiooni ning võimalused senisest edukamaks turismiarenduks.

Turismistatistika kogumine Mulgimaa omavalitsuste kohta nõuab eraldiseisvat andmekogumist, mida käesoleval hetkel Statistikaamet ei tee. Seetõttu saab andmeid analüüsida vaid maakondade põhisel. Põhjusel, et Viljandimaal mõjutab tulemusi Viljandi linna suur osakaal turismisektoris ja Valgamaal on oluliseks ning aastaringseks turismimagnetiks Otepää, ei saa maakondlike andmete põhjal teha eraldiseisvat analüüsi Mulgimaa võimaluste ja olukorra kohta. Siiski saab üldistatult järeldada majutuskohtade täitumise aeglast kasvu, samas kui majutuskohtade arv on väikeses languses. COVID-19 kriisi aegsed kiired muutused ja tagasilöögid annavad aluse järeldada, et mõlema maakonna turismimajanduses on toimunud suured tagasilöögid. Nii näiteks on Statistikaameti andmetel 2020. aasta neljanda kvartali ööbimiste arv vähenenud kogu Eestis võrreldes 2019. aastaga 35,7%. Iseäranis kiiret langust kirjeldatakse 2020. aasta märtsikuus. Mõningast leevendust pakkus 2020. aasta suvi tänu hoogustunud siseturismile.

Maailma Turismiorganisatsioon (UNWTO) on kirjeldanud ja analüüsinud käesolevat kriisiperioodi ning välja toonud olulisemad muudatusi iseloomustavad märksõnad. Iseloomulik on ühe majandusharu majandusnäitajate ülikiire kukkumine, kuid ka turismiuuringutes kajasuv optimism endise olukorra taastumise asjus. Täna ja lähiaja olukorda iseloomustavad märksõnad, mida saab rakendada Mulgimaa turismiarendus:

- Lähemale - Siseturism on paljudel turgudel näidanud positiivseid trende, kuna inimesed reisivad kodumaal või kodule lähemal.
- "Põgenemine" - Loodus, maaturism ja maanteereisid (Road Trip) on tõusnud populaarseteks reisivalikuteks reisiipiirangute ning vabaõhuelamuste otsimise tulemusena.
- Uued mured - Tarbijate peamiseks probleemideks on tõusnud tervise hoidmine, ohutusmeetmete rakendamine ning ettearvamatus (nt. reise tühistamine).
- Viimane hetk - Viimase hetke broneeringud on pandeemiaga seotud sündmuste muutlikkuse ja reisiipiirangute tõttu suurenenud.
- Nooremad reisijad - Muutused demograafias: reise taastumine on olnud nooremate segmentide seas tugevam.
- Vastutustundlikkus - Jätkusuutlikkus, autentsus ja kohalikkus: reisijad pööravad suuremat tähelepanu kohalikele kogukondadele ja kasvab soov autentsuse järele. (UNWTO koduleht)

Veel on tähelepanu juhitud võimalustele reisida naaberriikidesse, sest naabrite vahel on mõned piirangud leebemad. Nii kasvab siseturism kui huvi autentsuse vastu on käesoleval ajal võimalus, mida saab rakendada Mulgimaa kontekstis. Mulgimaa on küll kultuuriliselt eristuv, kuid regiooni ei ole piisavalt rakendanud oma potentsiaali ja võimalusi. Kuigi siseturismi turg on piiratud, saab Mulgimaa ennast tutvustada uute elamuste pakkumisega.

Valk, H., Kriiska, A., Matsin, A., Oras, J., Ormisson-Lahe, A., Pae, T., Rahi-Tamm, A., Rimmel, M-A. (2021). *Päranditurism Eestis: potentsiaal ja arenguvõimalused*. Tartu: Tartu Ülikooli ajaloo ja arheoloogia instituut.

Eesti riiklikus turismiarenduskavas 2014-2020 on välja toodud erinevaid valdkonnapõhiseid arenguvõimalusi. Selle dokumendi põhjal saab kirjeldada Mulgimaa turismiarengu eristuvaid tegureid, millele on võimalik rajada uusi tooteid:

- Võimalused mõisakultuuri tutvustamiseks (Heimtali, Õisu, Kärstna, Hummuli, Holstre, Taagepera ja Riidaja mõis ning Barclay de Tolly mausoleum). Enamus mõisahooned on korrastatud, avalikus halduses ja kasutuses. Mõisate baasil on võimalik välja mõelda uusi turismiatraktsioone.
- Siiani on vähe käsitletud taluhoonete võimalusi turismi arengus. Mulgimaa taluhäärberid ilmestavad vaatamata nõukogudeaegsele hävitustööle ka tänaseid pärandmaastikke. Peale visuaalse efekti vajab laiemat tutvustamist mulgi talude kujunemine, uue eluviisi (ja elustiili) liikumine maale. Peale tänaseks turismimajanduse seisukohalt rakendust leidnud häärberite saab luua arhitektuuri tutvustavaid pakette ja marsruute.
- Rahvakultuuri osas on tugevuseks mulgi kultuuri sellised osad nagu toit ning eripärased ja arhailiste joontega rahvarõivad. Teatud piires on võimalik eristuda käsitöötoodetega ning siseturismi osas ka keeleliselt.
- Lisaks mõisakultuurile vääriksid tähelepanu Põhjasõja suurlahing Hummuli mõisa juures, Väikese-Emajõe lahingud.
- Eraldi teemakompleks on ristsõdade ja keskaja temaatika. Säilinud Tarvastu, Karksi ja Helme linnuste asukohad koos kihelkonnakirikutega (Helme, Paistu, Halliste, Tarvastu, Karksi) on olulised maamärgid ja tunnistused elavast ajaloost. Helme lisaväärtus siinjuures on ohvriallikad, koopad, Orjakivi ja koduloomuuseum. Karksi linnuse oluline maamärk on viltuse torniga kirik.
- Karksi-Halliste pärimusele annavad värvingu vanapaganatest loodushiiud, aga ka kõik kohapealsed legendid ja uskumused, mis olid väga elujõulised veel sajand tagasi ja püsivad rahva mälus siiani;
- Koostööst maakonnakeskustega võiks eelkõige välja tuua võimalused, mida toob kaasa Viljandi kui UNESCO käsitöö ja rahvakunsti linna staatus.
- Lähikäimisest naabritega on Mulgimaal võimalik luua lugusid eesti-läti suhete teemadel. Ka saab turismiarendusse kaasata Mulgimaa kui keskaegse Poola riigi põhjapiiri teemavaldkonna (vt. Valk jt, 2021).
- Vaatamata valmivale Mulgimaa elamuskeskusele (Sooglemäe) on vajalik kunagiste vallakeskuste ja muude oluliste kohtade järgi mõelda varasemates arengukavades välja toodud Mulgimaa Väravate kontseptsiooni edasiarendamisele ja võimaluste leidmine sellise võrgustiku käivitamiseks. Kusjuures siinkohal võiks olla tegevus laiem ja ulatuda üle Mulgimaa piiride (nt. Kõpu ja Paia teerist);
- Eraldi teemavaldkond ja turismipotentsiaal on Võrtsjärv.
- Kogu maailmas on turismivaldkonna alla ka üha enam liigitumas suvekodude ja teise kodu temaatika. Tulenevast tervishoiukriisist on maale liikumine (ehk vastulinnastumine) hoogustunud. Uute teenuste pakkumine suvekodude omanikele on küll alles algusjärgus, aga mitme kohapealse teenusepakkuja või toidutootja jaoks võib see saada oluliseks sissetulekuallikaks.

2.7 Kokkuvõte Mulgimaa turismivaldkonna küsitlustest

2021. aasta jaanuaris viidi läbi küsitlus veebi teel, mille sihtrühmaks olid turismiettevõtjad ning turismivaldkonna arendajad. Vastajaid oli 61, neist 71% ettevõtjad.

Kokkuvõtlikult näitas küsitlus järgmist:

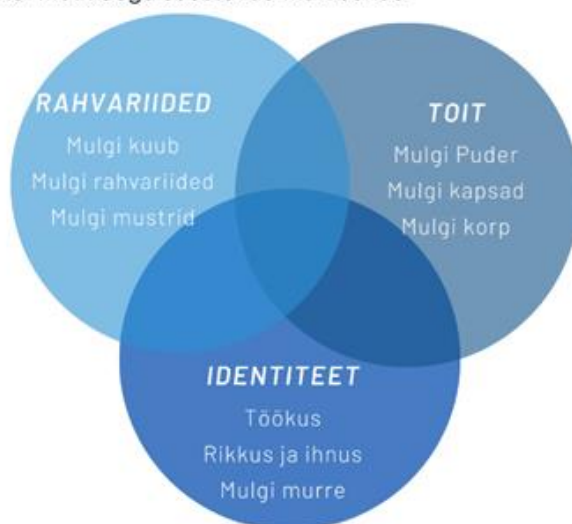
- Vastajad pidasid piirkonna eeliseks eelkõige Mulgi nime tuntust ning seostatust ajaloo- ja kultuuripärandiga.
- Turismivaldkonna arengut pärsib vastajate meelest kõige enam vähene koordineeritus ja koostöö ning ühiste sihtide ja eesmärkide puudumine. Sellele järgnes vähene teave piirkonnas pakutava kohta ning piirkonna vähene teadvustatus turismi sihtkohana.
- Valdav enamus vastajatest (93%) pidas Mulgi identiteedi esile toomist turismitoodete ja teenuste juures oluliseks või väga oluliseks.
- Eelkõige pidasid turismiasjalised Mulgimaad sobivaks väikestele gruppidele (pered, paarid, sõpruskonnad), kultuuri- ja loodushuvilistele, sealhulgas maaelu avastavatele linnainimestele Eestist ja Lätist.

Tartu Ülikooli Pärnu kolledži turismivaldkonna magistrandi Sille Roometsa sihtgrupi küsitlus andis küllastajate taju kohta joonisel 3 toodud üldistuse, mis näitab, et eelkõige tuntakse Mulgimaal selle etniliste sümbolite, toidupärimuse ning ajaloolise identiteedi järgi.

Joonis 3. Mulkidega seostuvad märksõnad sihtgrupi uuringus

SIHTGRUPI UURING

Küsitluses osalenutel mulkidega seostuvad märksõnad



3 MULGIMAA TURISMIVALDKONNA SWOT ANALÜÜS

Küsitluse ning strateegiaseminaride tulemusena on valdkonna olulisimad tugevused, nõrkused, võimalused ja ohud sõnastatud järgmiselt:

TUGEVUSED	NÕRKUSED
<ul style="list-style-type: none"> • Omanäoline ja rikkalik kultuuri- ja ajaloopärand. • Tugev identiteet läbi oma keele ja eristuva käsitöö. • Üle Eesti tuntud toidupärand (Mulgi korp, puder, kapsad, kama). • Mitmekesised, põnevad loodusmaastikud. • Turismiettevõtjate huvi koostöö vastu. • Tugevad kogukonnad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mulgi kuvandi vähene mõtestatus. • Turismivaldkonnal puudub keskne juhtimine ja koordineerimine. • Vähene suhtlus, koostöö ja eesmärgistatus huvigruppide vahel. • Põnevate ja konkurentsivõimeliste turismitoodete vähesus. • Mulgimaa on turismi sihtkohana nõrgalt turundatud.
VÕIMALUSED	OHUD
<ul style="list-style-type: none"> • Mulgi elamuskeskuse peatne valmimine. • Läti turu lähedus. • Siseturismi kasv COVID-19 tingimustes. • Tuntud mulkide kasutamine Mulgimaa saadikutena Eestis ja maailmas. • Mulgi- ja Viljandimaa vastastikune kasulik koostöö. • Pärimusturismi piirkondade (mulgid, setod, kihnlased) koostöö ühistes huvides. 	<ul style="list-style-type: none"> • Väljarände jätkumine vähendab kriitiliselt turismiteenuse pakujate hulka piirkonnas. • Riiklik regionaalpoliitika ei toeta ääremaade arengut. • Konkurentsis teiste pärimusturismi piirkondadega jääb Mulgimaa varju. • Planeeringud, mis mõjutavad negatiivselt loodust, elukeskkonda ja kultuuripärandit. • Valdkonna rahastamise politiseerumine.

Ülalmainitud asjaolusid arvestades kaaluti, kuidas saaks oma tugevusi võimendada, nõrkusi vähendada, võimalusi paremini ära kasutada ning ohte maandada. Selle analüüsi käigus jõuti järgmisele tulemusele:

1. Kasutades ära Mulgi mõiste üldist tuntuust Eestis, siseturismi kasvu, Läti turu lähedust ning pärimusturismi laia kandepinda, tugevdada koordineeritud turundustegevust.
2. Kasutades ära Mulgimaa rikkalikku pärandit, mitmekesiseid looduslikke olusid ning kogukondade initsiatiivi, tugevdada tootearendust turismivaldkonnas.
3. Kasutades ära tugevat mulgi identiteeti, kaasata kogukonnad, ettevõtjad ja omavalitsused mulgi loo kujundamisesse ning nähtavaks tegemisse.
4. Kasutades ära Mulgi elamuskeskuse kui turismi veduri valmimist ning turismiettevõtjate huvi koostöö vastu, kaasata turismiettevõtjad ja -asjalised ühtsesse võrgustikku ning tagada turismistrateegia elluviimiseks piisav juhtimisressurs.

4 STRATEEGIA

4.1 Visioon 2030

Strateegiaprotsessi käigus sõnastati valdkonna visioon aastaks 2030.

Kümne aasta pärast on Mulgimaa teistest piirkondadest selgelt eristuv ja tuntud külastus-sihtkoht. Siinsed teenused, tooted ja elukeskkond on avatud uuendustele, lähtudes samas traditsioonidest. Eduka tõmbeobjektina on käivitunud Mulgimaa ajaloo- ja kultuuripärandit esile tõstev Mulgimaa Elamuskeskus. Piirkonna arendamine ja väljapoole tutvustamine toimub kohalike huvigruppide - ettevõtjate, omavalitsuste, kogukondade, kultuuri, käsitöö ja pärimuse edendajate - koostöös neid ühendava organisatsiooni juhtimisel.

4.2 Võtmevaldkonnad, eesmärgid, mõõdikud

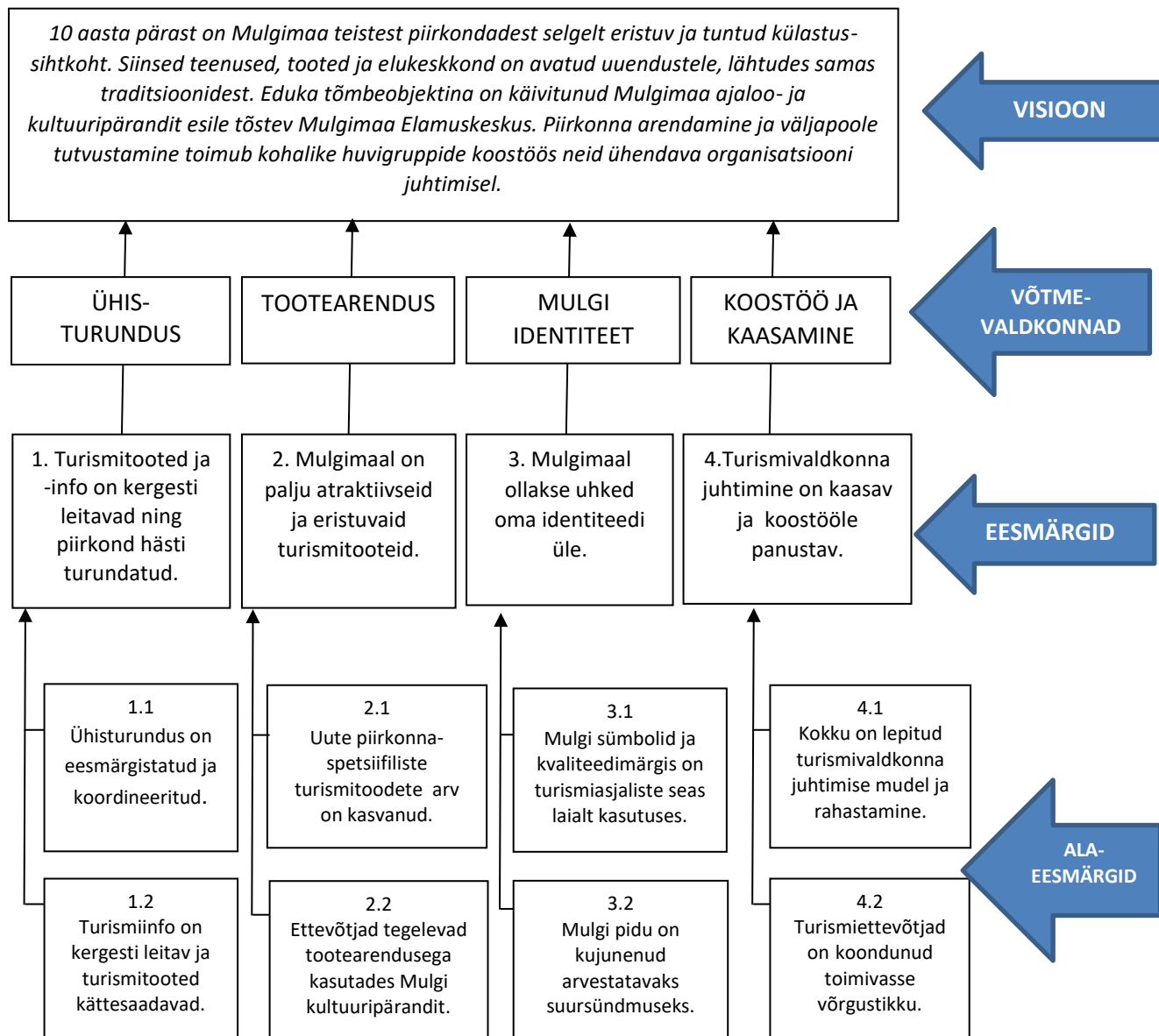
Lähtudes tugevuste-nõrkuste-võimaluste-ohtude analüüsist keskenduvad Mulgimaa turismiasjalised järgmise viie aasta jooksul neljale põhivaldkonnale: ühisturundusele, tootearendusele, Mulgi identiteedi esile toomisele ning huvigruppide kaasamisele ja koostööle. Iga valdkonna jaoks on sõnastatud eesmärk ning püstitatud mõõdikud tulemuste seireks ja hindamiseks.

VÕTMEVALDKOND	EESMÄRGID	MÕÕDIKUD
Ühisturundus	<p>1. Mulgimaa turismitooted ja -info on kergesti leitavad ning hästi turundatud.</p> <p>1.1 Ühisturundus on hästi eesmärgistatud ja koordineeritud.</p> <p>1.2 Turismiinfo on kergesti leitav ja turismitooted kättesaadavad.</p>	<p>Tõusnud on:</p> <ul style="list-style-type: none">• Külastajate arv Mulgimaa turismiettevõtetes;• Otsingumootorites leitavate turismiettevõtete osakaal• Kohalike tooteid müüvate müügikohtade arv.
Tootearendus	<p>2. Mulgimaal on palju atraktiivseid ja eristuvaid turismitooteid.</p> <p>2.1 Uute piirkonnaspetsiifiliste turismitoodete arv on kasvanud.</p> <p>2.2 Ettevõtjad tegelevad tootearendusega kasutades eristumiseks Mulgi kultuuripärandit.</p>	<p>Tõusnud on:</p> <ul style="list-style-type: none">• Turismiteenuste arv ning kohalike toodete pakkumine.• Ettevõtjate arv, kes kasutavad eristumiseks Mulgi pärandit.

<p>Mulgi identiteet</p>	<p>3. Mulgimaal ollakse uhked oma identiteedi üle.</p> <p>3.1 Mulgi sümbolid ja kvaliteedimärgis on turismiasjaliste seas laialt kasutuses.</p> <p>3.2 Mulgi pidu on kujunenud arvestatavaks suursündmuseks.</p>	<p>Tõusnud on:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mulgi märgise taotlejate (ettevõtted, organisatsioonid) arv. • Mulgi sümbolite (rõivad, mustrid, keel, lipp jne) kasutamine sündmustel, ettevõtluses ja avalikus ruumis. • Mulgi peo küllastajate arv.
<p>Koostöö ja kaasamine</p>	<p>4. Mulgimaa turismivaldkonna juhtimine on kaasav ja koostööle panustav.</p> <p>4.1 Kokku on lepitud turismivaldkonna juhtimise mudel ja rahastamine.</p> <p>4.2 Mulgimaa turismiettevõtjad ja -asjalised on koondunud toimivasse võrgustikku.</p>	<p>Tõusnud on:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Turismivõrgustikus aktiivsete osalejate arv. • Turismiettevõtjate ja -asjaliste rahulolu strateegia elluviimise ja tulemustega.

4.4 Strategiakaart

Kokkuvõtlikult iseloomustab Mulgimaa turismistrateegiat järgmine kaart:



5 TEGEVUSKAVA 2021-2026

TEGEVUSED	KOMMENTAAR	TEOSTAMISE AEG						VASTUTAJA/ KAASVASTUTAJAD
		2021	2022	2023	2024	2025	2026	
Eesmärk 1: Mulgimaa turismitooted ja -info on kergesti leitavad ning hästi turundatud.								
1.1 Kaardistada piirkonna ettevõtjad ja siduda nad ühisturundusvõrgustikku		X	X					MTÜ Mulgi Elamuskeskus, Mulgimaa Arenduskoda
1.2 Kokku leppida ühine veebiplatvorm infoks Mulgimaa turismitoodete ja teenuste kohta	<i>Valik: puhkaeestis.ee, mulgimaa.ee, visitviljandi.ee, mulk.ee, muhema.com,</i>	X	X					Mulgi Elamuskeskus, Viljandimaa Arenduskeskus, Mulgimaa Arenduskoda
1.3 Tagada Mulgimaa turismiinfo kättesaadavus infopunktides, majutus- ja toitlustuskohtades	<i>Selleks koostada vastavad trükised. Mulgimaal, Eestis ja lähiriikides.</i>	X	X	X	X	X	X	Mulgi Elamuskeskus, Mulgimaa Arenduskoda, Viljandimaa Arenduskeskus
1.4 Tõsta ettevõtjate teadlikkuse teineteise toodetest	<i>Soodustamiseks ristturundust</i>		X	X	X	X	X	Mulgi Elamuskeskus, Mulgimaa Arenduskoda
1.5 Mulgi brändi välja arendamine	<i>Mõtestada sisu ning luua visuaalne identiteet (stiiliraamat ja kujundusfailid), mida saab tootekujunduses ja reklaamis kasutada.</i>		X	X				Mulgi Elamuskeskus
1.6 Koostada Mulgimaa turundusstrateegia ja turundusplaan.			X	X				Mulgi Elamuskeskus
1.7 Ühisturundada olulisi „brändiüritusi“	<i>Mulgi pidu, Tõrva loits, Karksi-Nuia meefestival, Mulgi toidu festival, Võrtsjärve kalalaat</i>	X	X	X	X	X	X	Mulgi Elamuskeskus, omavalitsused
1.8 Osaleda koos laatadel ja messidel.			X	X	X	X	X	Mulgi Elamuskeskus, ettevõtjad

1.9 Koolitada turismiettevõtjaid, kuidas olla nähtavad veebis ja leitavad otsingumootorites			X	X				Mulgi Elamuskeskus, Mulgimaa Arenduskoda
TEGEVUSED	KOMMENTAAR	TEOSTAMISE AEG						VASTUTAJA/ KAASVASTUTAJAD
		2021	2022	2023	2024	2025	2026	
1.10 Paigaldada piirkondadesse infoviitased ja infotahvleid				X	X			Omavalitsused
1.11 Korraldada Mulgi poe ja/või lettide loomine müügikohtades	<i>Sealhulgas Tikupoisi juures ja Lätis.</i>		X	X				Mulgi Väiketootjate Liit
1.12 Uuenduslike võimaluste loomine turismiinfo levitamiseks	<i>Näiteks digitaalsed turismiinfo punktid (CLEVERON), piirkonna kaardi väljatrüki võimalus interaktiivse tahvli juures.</i>		X	X	X	X	X	MTÜ Mulgi Elamuskeskus, ettevõtjad
Eesmärk 2: Mulgimaal on palju atraktiivseid ja eristuvaid turismitooteid.								
2.1 Anda ettevõtjatele teadmisi, kuidas kasutada mulgi lugu ja sümbolikat oma toote/teenuse arendamisel.	<i>Koolitused, nõustamised, juhised</i>							Mulgi Kultuuri Instituut (MKI), Mulgimaa arenduskoda, MTÜ Mulgimaa Peremäng
2.2 Soodustada mitme teenusepakkuja vahel ühispakettide loomist.			X	X	X			Mulgi Elamuskeskus
2.3 Käivitada Mulgi ettevõtjate ja teenusepakkujate arenguprogramm	<i>Teemad: teenusdisain, tootearendus, pakend, tootefoto, reklaam, patent, originaalloomingu kasutamine jne</i>		X	X	X	X	X	Mulgi Elamuskeskus
2.4 Käivitada tegevusi, mis vähendaks hooajalisust.		X	X	X	X	X	X	Väikeettevõtjad
2.5 Kujundada Mulgimaa Elamuskeskusest piirkonna tõmbenumber ning turismiinfo edastaja.		X	X	X				Mulgi Elamuskeskus, MKI
2.6 Koolitada Mulgimaa spetsiifikat tundvaid giide.			X		X		X	Viljandimaa Arenduskeskus, Mulgi Elamuskeskus
2.7 Luua rohkem tooteid ja teenuseid lastega peredele.	<i>Laps on liikuma panev jõud.</i>	X	X	X	X	X	X	Väikeettevõtjad
2.8 Arendada Mulgimaa Peremängu edasi kui pereturismi toodet.		X	X	X	X	X	X	MTÜ Mulgimaa Peremäng

2.9 Soodustada innovatsiooni tootearenduses, et töötada välja uusi atraktiivseid, innustavaid ettevõtmisi, sündmusi ja algatusi.	<i>Koolitused, mõttetalgud, häkatonid, mis aitaks kaasa uuendustele, et mitte liigselt kinni jääda vanasse ja traditsioonilisse.</i>	X	X	X	X	X	X	Viljandimaa Arenduskeskus
2.10 Luua avalik pildipank mulgi märkide/sümbolite kasutamiseks		X	X					MKI, Mulgimaa Arenduskoda
TEGEVUSED	KOMMENTAAR	TEOSTAMISE AEG						VASTUTAJA/ KAASVASTUTAJAD
		2021	2022	2023	2024	2025	2026	
Eesmärk 3: Mulgimaal ollakse uhked oma identiteedi üle.								
3.1 Soodustada avalikes ruumides mulgipärast visuaali ja sümbolite kasutamist.	<i>Näiteks toidupoeid, kultuurimajad, raamatukogud, vallamajad, jne</i>	X	X	X	X	X	X	Omavalitsused
3.2 Propageerida ettevõtjate seas mulgi keele, toidu, rahvarõivaste kasutamist teenuste pakkumisel.	<i>Sealhulgas spetsialistide kontaktid veebi.</i>	X	X	X	X	X	X	MKI
3.3 Paigaldada Mulgimaa piiridele sarnase kujundusega turismiinfo viidad, mis suunavad turismiinfot andavale netilehele.	<i>Koostöös omavalitsustega.</i>			X	X			Leida vastutaja
3.4 Arendada koostöös edasi Mulgi Märki kui kvaliteedimärgist ning turundada seda ettevõtjate seas.	<i>Tutvustada meedias mulgi märgise omajaid.</i>	X	X	X	X	X	X	Mulgimaa Arenduskoda
3.5 Täpsustada ja turundada Mulgi peo sõnumit.	<i>Mis signaali me välja anname? Keda me sinna ootame? Mis seal toimub?</i>	X	X					MKI, Viljandimaa Arenduskeskus
3.6 Pakkuda turistile Mulgi peo (ja teiste suursündmusete) ajaks komplektset paketti, et turist jääks kauemaks piirkonda.	<i>Näiteks pileti asemel anda infoleht järgmise päeva tegevustega ja piirkonna vaatamisväärsustega.</i>		X	X	X	X	X	Leida vastutaja
3.7 Kaasata Mulgi peo (ja teiste suursündmusete) korraldusse kohalikke	<i>Ettevõtjad peavad olema infoväljas, et olla valmis külastatavuse tõusuks. Tuntud nimed (Sandra Vabarna, Lauri</i>	X	X	X	X	X	X	MKI

ettevõtjaid ning tuntud Mulgi juurtega inimesi.	<i>Pedaja, Ingrid Veidenberg, Magnus Kirt jne) toovad külastajaid juurde.</i>								
3.8 Viia Mulgi menüü sisse kõigisse toidukohtadesse				X	X	X			Leida vastutaja
TEGEVUSED	KOMMENTAAR	TEOSTAMISE AEG						VASTUTAJA/ KAASVASTUTAJAD	
		2021	2022	2023	2024	2025	2026		
Eesmärk 4: Mulgimaa turismivaldkonna juhtimine on kaasav ja koostööle panustav.									
1.1 Luua turismiettevõtjate ja turismiasjaliste võrgustik/organisatsioon koondamaks turismiettevõtjaid		X	X	X	X	X	X		MKI
1.2 Luua ametikoht, kelle ülesanne on koordineerida turismistrateegia elluviimist ja turundustööd.	<i>Mulgi Elamuskeskuse valmides võiks paikneda seal. Ära tuleb lahendada ametikoha rahastamise küsimus.</i>	X	X						Mulgi, Viljandi ja Tõrva vald koostöös
1.3 Korraldada regulaarselt turismivaldkonna ümarlaudu/mõttetalguid		X	X	X	X	X	X		Mulgi Elamuskeskus
1.4 Luua ühised suhtluskeskkonnad (FB, foorum) kõigile huvigruppidele info vahetamiseks			X	X	X	X	X		Mulgi Elamuskeskus
1.5 Muuta regulaarseks Mulgimaa turismivaldkonna juhtgrupi töö		X	X	X	X	X	X		MKI, Mulgimaa Arenduskoda, Viljandimaa Arenduskeskus, omavalitsused, MTÜ Mulgi Elamuskeskus

6 SEIRE JA HINDAMINE

Mulgimaa turismistrateegia seire aluseks on ptk 5 „Tegevuskava 2021-2026“ ning ptk 4.2 „Võtmevaldkonnad, eesmärgid, mõõdikud“.

Tegevuskava seire teostamiseks korraldatakse üks kord aastas turismivaldkonna juhtgrupi seirekoosolek, kuhu kuuluvad Mulgi Kultuuri Instituudi, Mulgimaa Arenduskoja, Viljandimaa Arenduskeskuse, Mulgi, Tõrva ja Viljandi vallavalitsuste ning MTÜ Mulgi Elamuskeskuse esindajad. Juhtgrupp analüüsib tulemusi ja saavutusi kasutades allolevaid seiremaatrikseid. Juhtgrupi ettepanekul viiakse strateegia tegevuskavasse sisse muudatusi ning võetakse vastu otsus strateegia tulemuslikkuse hindamise (eesmärkide saavutamise maatriks) või uue strateegia koostamise vajaduse kohta.

Tegevuskava täitmise seire maatriksi näidis

TEGEVUS	2021	2022	2023	2024	2025	2026	TÄITMISE SEIS („Alustamata“; „Ettevalmistamisel“ „Osaliselt täidetud“, „Täidetud“)	VASTUTAJATE KOMMENTAAR (Asjakohased märkused ja ettepanekud tegevuse osas)

Eesmärkide saavutamise hindamiseks on oluline jõuda baastaseme fikseerimiseni, et hiljem oleks võimalik tuvastada muutusi. Baastasemed pannakse paika hiljemalt 2022 aasta jooksul. Eesmärkide seiret teostatakse juhtgrupi otsuse alusel 2-3 aasta tagant.

Eesmärkide saavutamise seire maatriks

EESMÄRK	MÕÕDIKUD	BAASTASE (aasta)	MUUTUS (aasta)	JÄRELDUS/ KOMMENTAAR
Mulgimaa turismitooted ja -info on kergesti leitavad ning hästi turundatud.	-Külastajate arv Mulgimaal			
	-Otsingumootorites leitavate turismiettevõtete osakaal			
	-Kohalike toodete müügikohtade arv			
Mulgimaal on palju atraktiivseid ja eristuvaid turismitooted.	-Turismiteenuste arv			
	-Kohtade arv, kus pakutakse kohalikke tooteid			
	-Mulgi kultuuripärandit kasutavate ettevõtete arv (küsitlus)			
Mulgimaal ollakse uhked oma identiteedi üle.	-Mulgi märgi omanike arv	21 (07.2021)		

	- Mulgi sümbolite (rõivad, mustrid, keel, lipp jne) kasutamine sündmustel, ettevõtluses ja avalikus ruumis (küsitlus).			
	-Mulgi peo küllastajate arv	2000 (2018)		
Mulgimaa turismivaldkonna juhtimine on kaasav ja koostööle panustav.	-Mulgi turismivõrgustikus osalejate arv			
	-Sihtrühma rahulolu			