



Atbalsta Zemkopības ministrija un Lauku atbalsta dienests

Velo tūrisma attīstība Austrumlatvijā, pieslēdzoties starptautiskajam Velomaršrutu tīklam EuroVelo11

Projekts Nr. 19-00-A019.332-000002

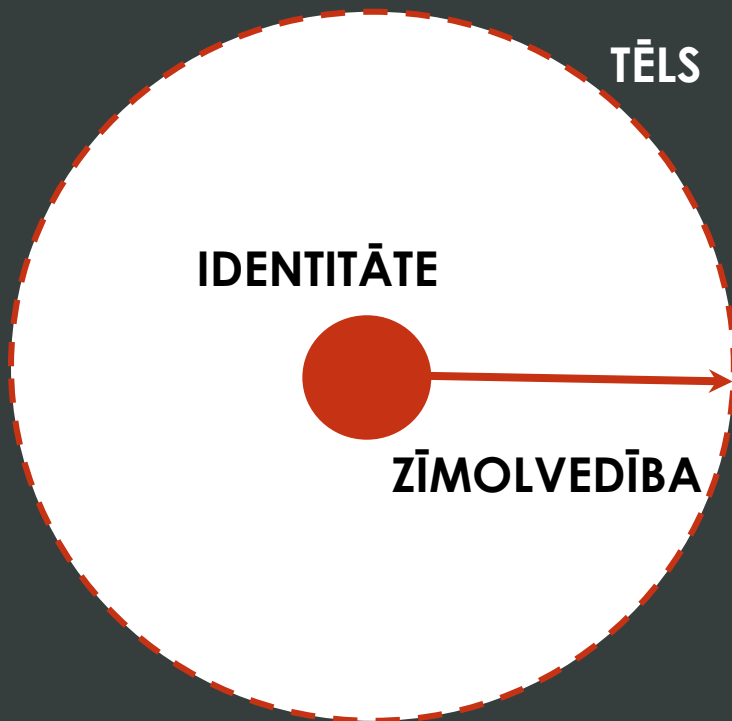
Tūrisma uzņēmēju stratēģiskā attīstība. Latgales SVID analīze tūrisma jomā. Tūristu plūsma un pieprasījums. Galvenie mērķtirgi



LUDZA &
RĒZEKNE
OKTOBRIS 2019.

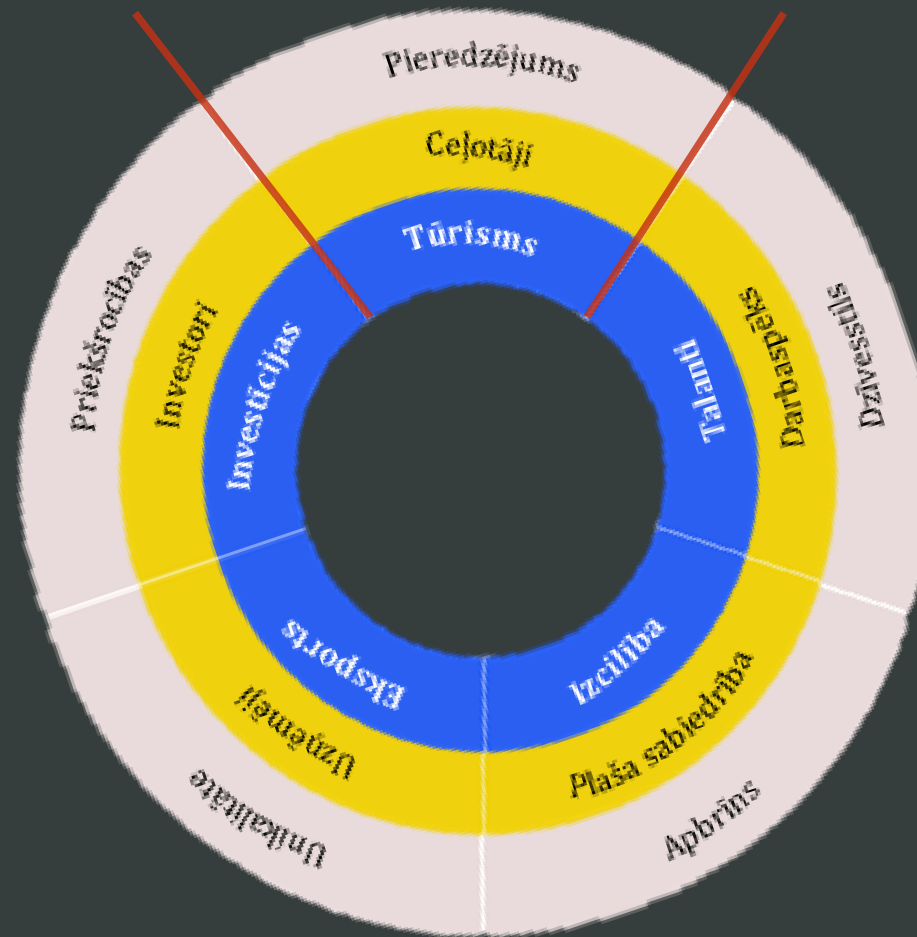
Vidzemes Augstskola HESPI Institutūts
Dr.geogr., asoc. Profesors un pētnieks
Valmiera
Nocticus SIA
Andris Klepers,

- Latgales reģiona tēls
- Identitāte
- Zīmolvedība | reģiona kopienu atzītas vērtības
- Aktīva iedarbība uz galveno ceļotāju uztveri | identitāte un vērtības saistītas ar mērķiem un sapņiem, emocionālām priekšrocībām

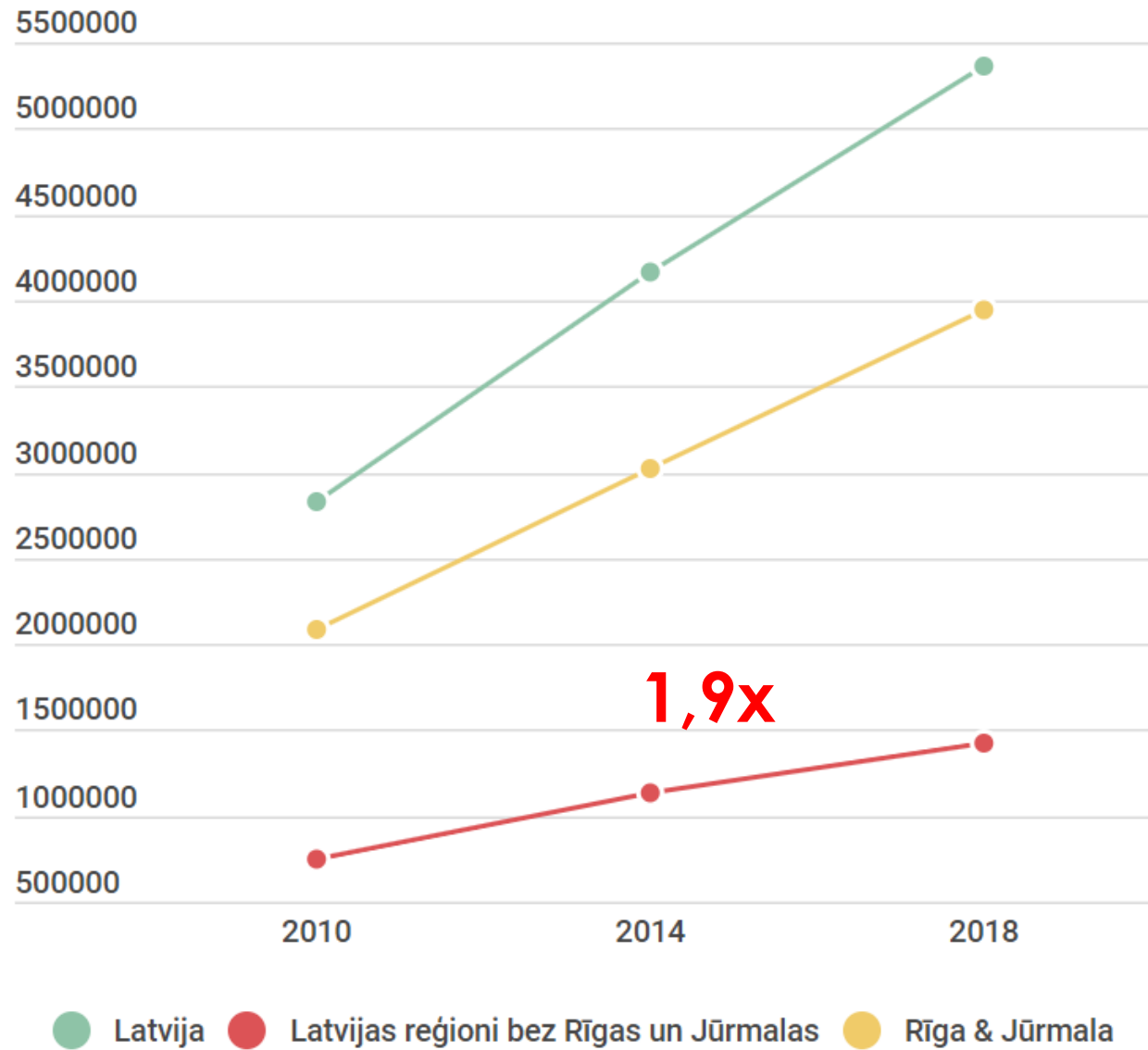


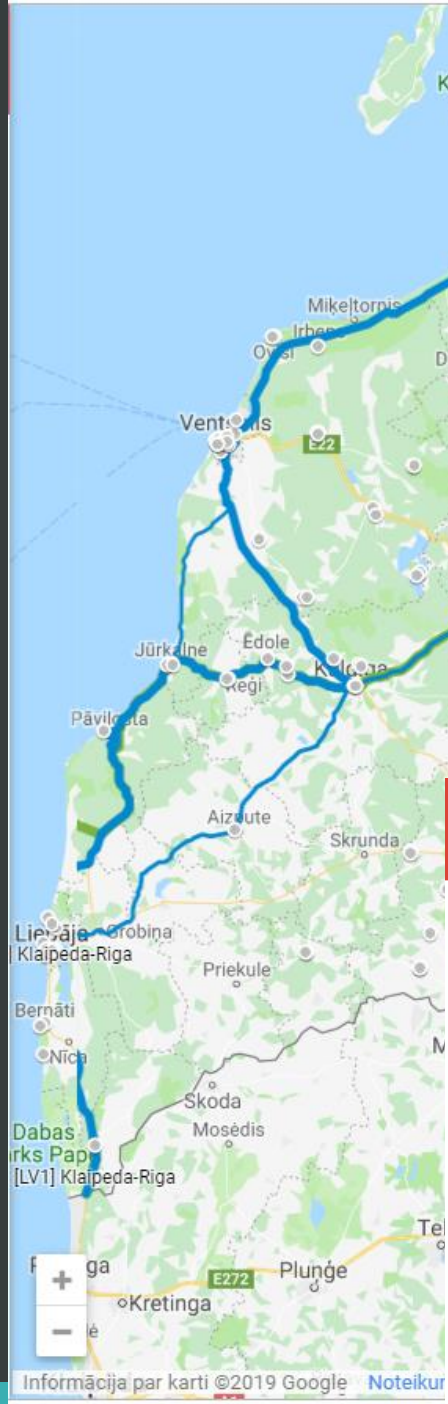
TĒLS kā visdažādāko priekšstatu un asociāciju kopums par Latgali.

ZĪMOLVEDĪBA – mērķtiecīga rīcība, lai izceltu IDENTITĀTI, tūrisma galamērķa īpašo raksturu un radītu ciešākas asociācijas ceļotājiem ar Latgales būtību



Latvijas tūrisma pieprasījuma kāpums





← EuroVelo 11 Latvia

name

EuroVelo 11 Latvia

description

Statistics computed from imported data

Friday, 1 January 2010 02:00 EET

Distance: 655.1 km

Duration: 65 hours, 32 minutes and 55 seconds

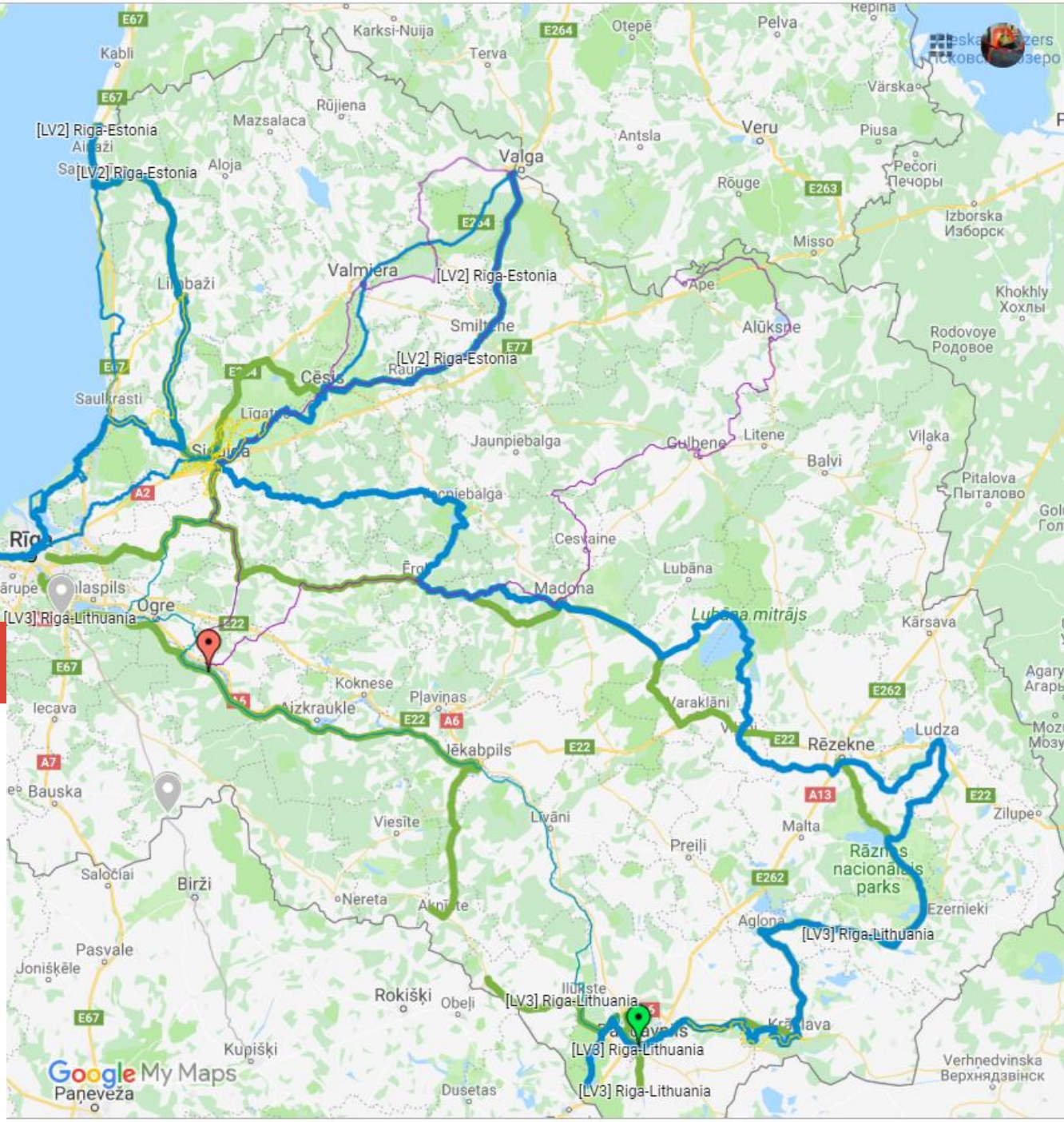
Average Speed: 10.0 km/h

Minimum Elevation: 35 m

Maximum Elevation: 275 m

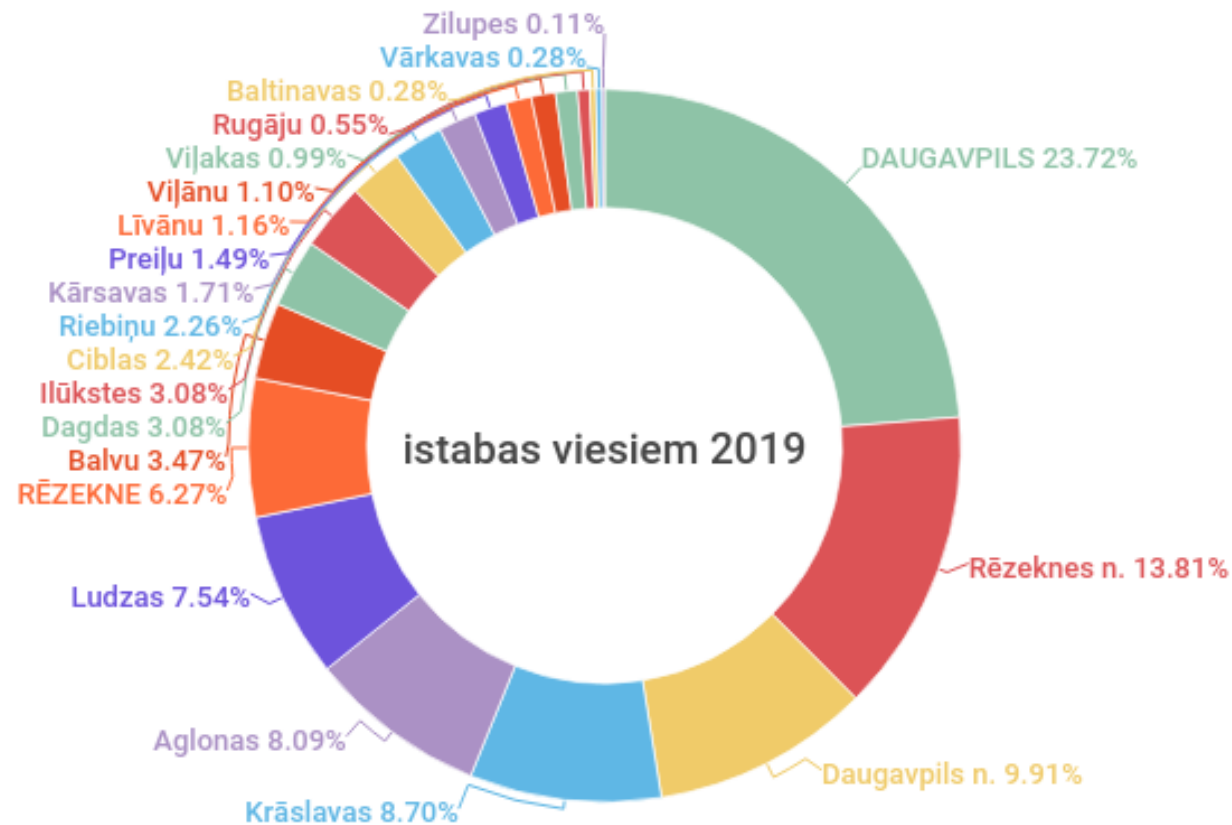
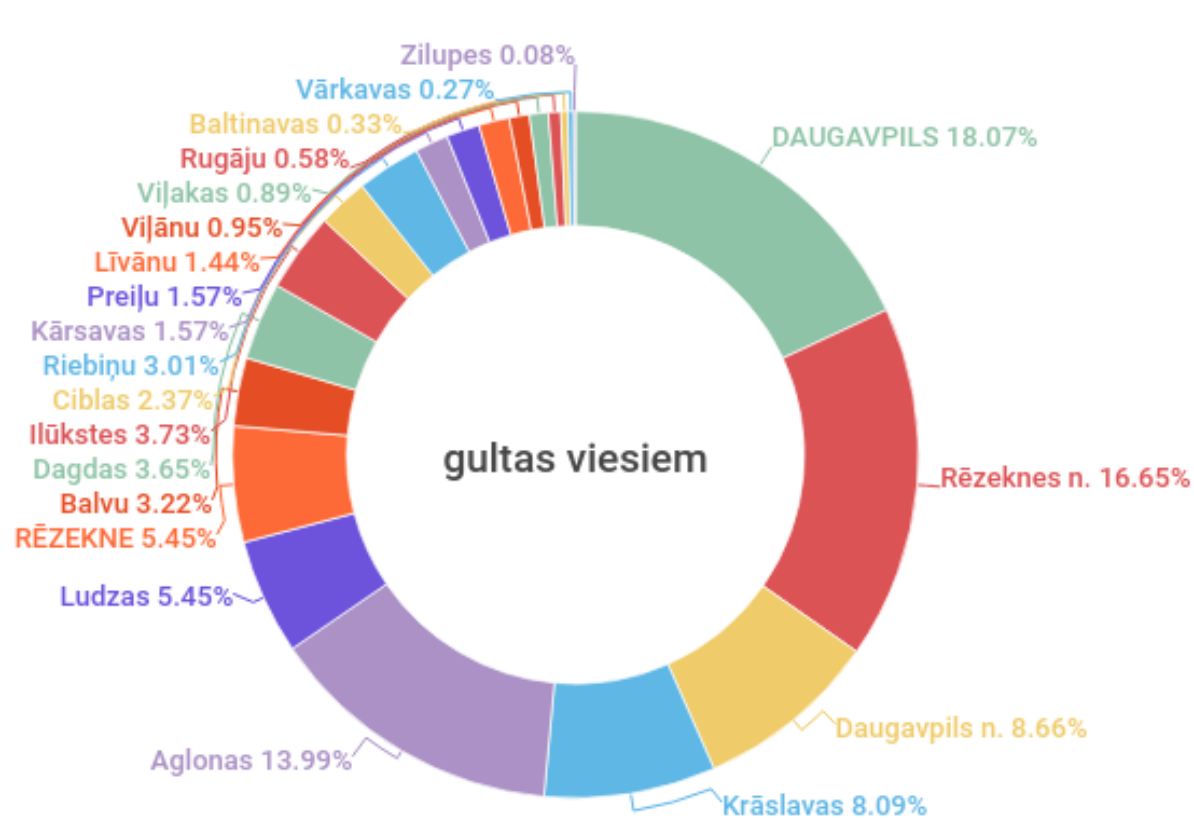
Total climb: 3105 m

Total descent: 3026 m



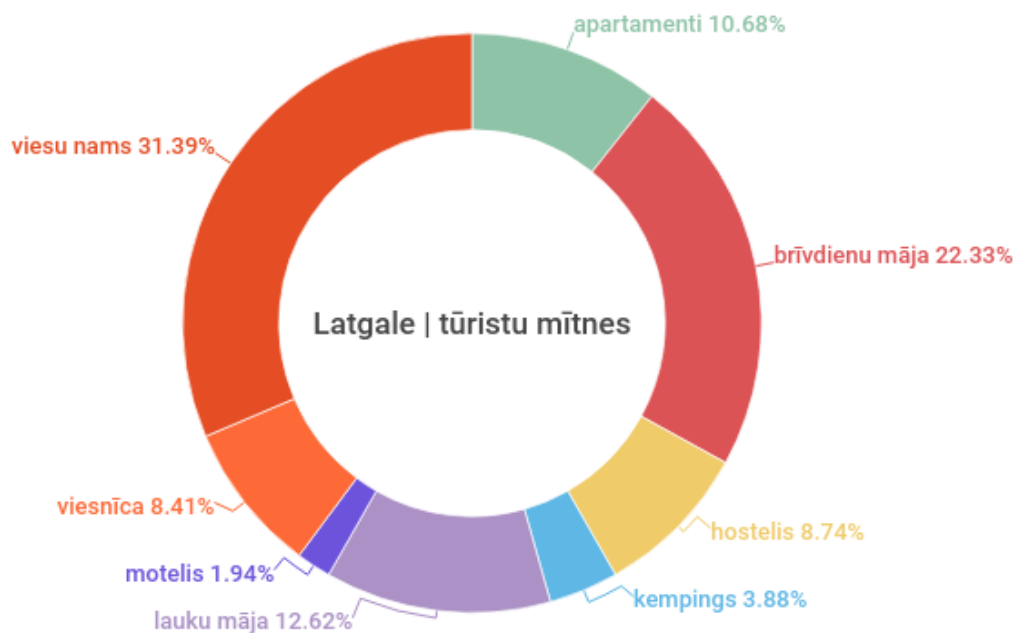
Lokāls tūrisma galamērķis	leguldītā summa, EUR (2014-2020)	leguldītā summa, miljoni EUR (2018)	Cik investēti uz vienu viesnakti (2018)	Pieaugums (reizes)			Pieaugums (reizes)			Eksporta proporcijas			Numuru skaits (ex. hostel)	Gultasvietu skaits (ex. hostel)	GALAMĒRĶU GRŪPA	
				2014 2018	2010 2018	2018	2014 2018	2010 2018	2018	2010 2018	2018	2010 2018				
Daugavpils, Daugavpils novads	50731029	51	414	36605	73083	122595	1,7	3,3	38,1	31,2	35,0	0,9	695	1661	A	(A) Raksturīgi ļoti liels nakšņojumu skaits (>40 tk.gadā) ar augošu tendenci - stabila eksporta daļa (vismaz 30% no kopējās tūrisma plūsmas).
Rēzekne, Viļānu un Rēzeknes novads	84128022	84	1733	27964	32956	48550	1,5	1,7	24,3	29,7	36,4	1,5	463	1386	A	
Ludzas, Ciblas un Zilupes novads	22807643	23	2229	30 71	46 49	1 02 32	2,2	3,3	5,7	20,0	33,8	5,9	1 94	4 33	B	
Krāslavas, Aglonas un Dagdas novads	24135108	24	2154	25 26	1 41 78	1 12 03	0,8	4,4	17,4	18,8	4,4	0,3	452	1681	C	
Ziemeļlatgale (Balvu, Baltinavas, Kārsavas, Viļakas, Rugāju novads)	23742341	24	2974	5626	7509	7983	1,1	1,4	6,7	10,4	9,6	1,4	124	312	C	(C) Neliels nakšņojumu skaits (<10 tk.gadā) un ārvalstu nakšņotāju skaits ir līdz 10% vai nedaudz vairāk
Preiļu, Līvānu, Riebiņu un Vārkavas novads	34733162	35	4723	2593	4828	7354	1,5	2,8	3,4	10,5	13,3	3,9	94	305	C	
Sēlija (Viesītes, Aknīstes, Ilūkstes, Subates, Neretas un Salas novads)	355537	0	101	688	6671	3536	0,5	5,1	43,0	0,9	6,1	0,1	151	468	C	

Latgales piedāvājums | tirgus daļa, 2018

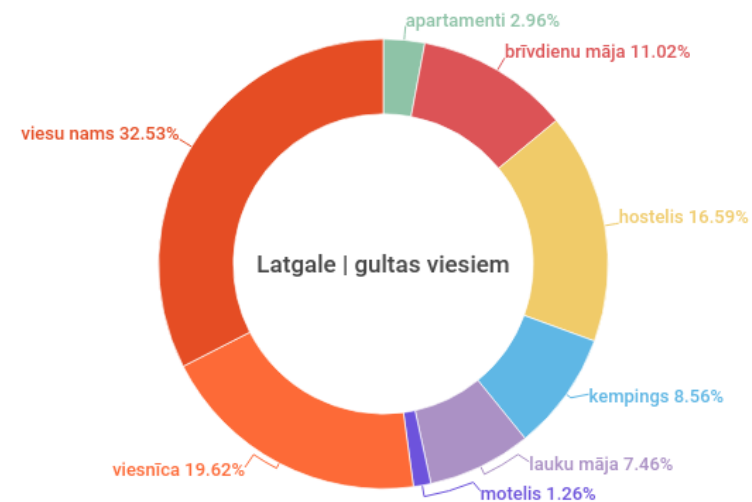


Latgales izmitināšanas sektors, 2018

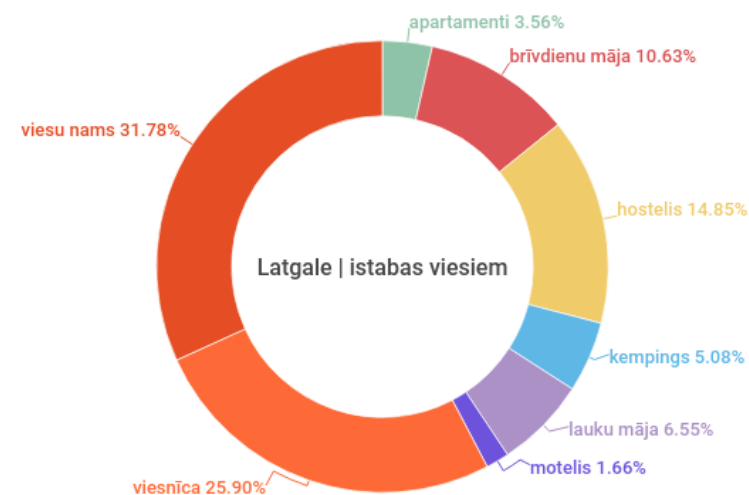
Latgale | tūristu mītnes



gultas viesiem

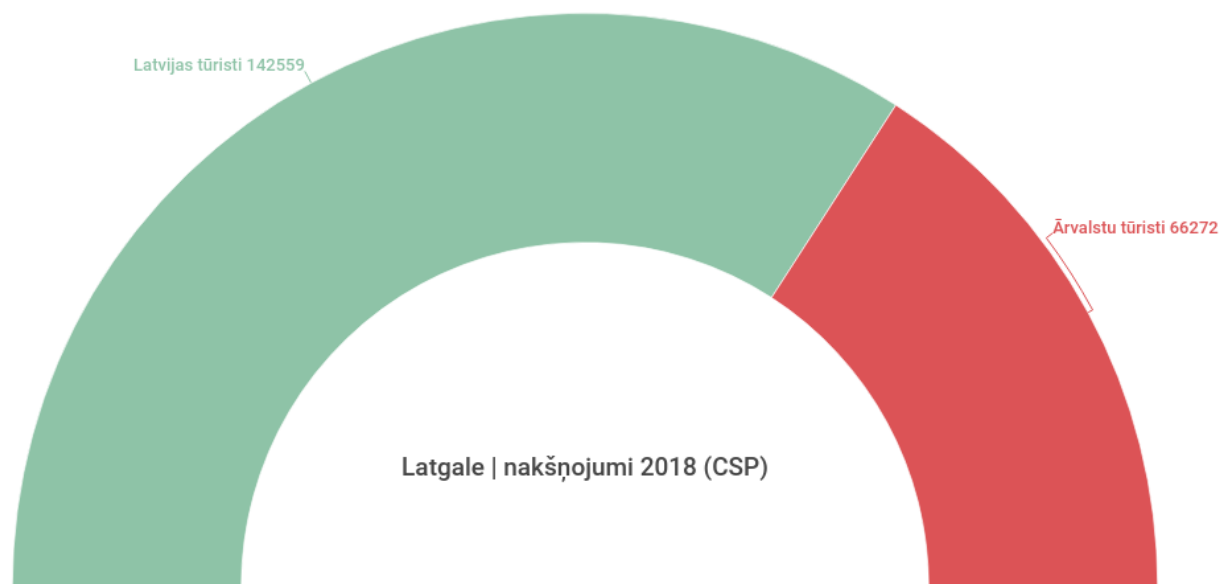


istabas viesiem



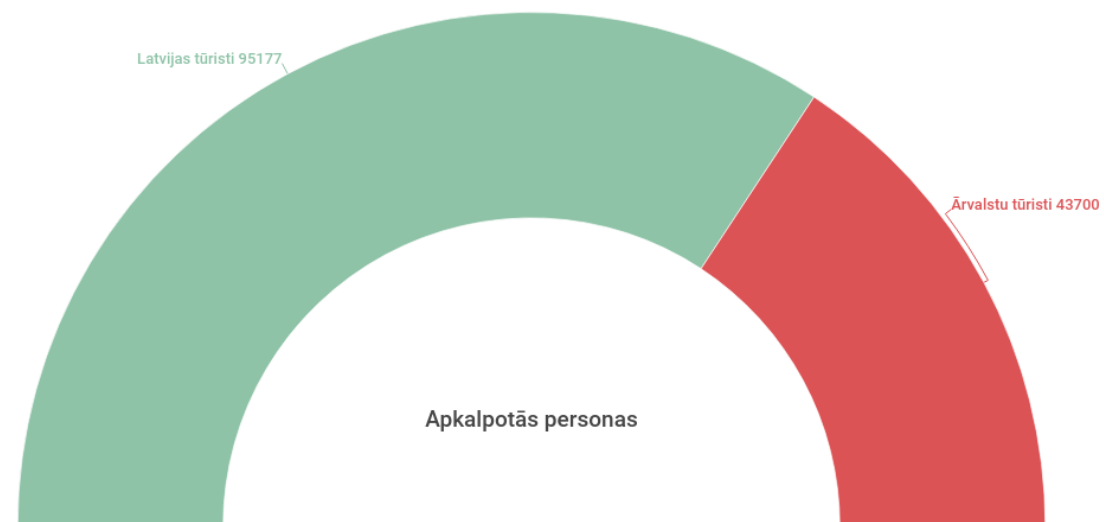
Latgales tūrisma pieprasījums un eksporta daļa, 2018

Latgale | nakšņojumi 2018 (CSP)



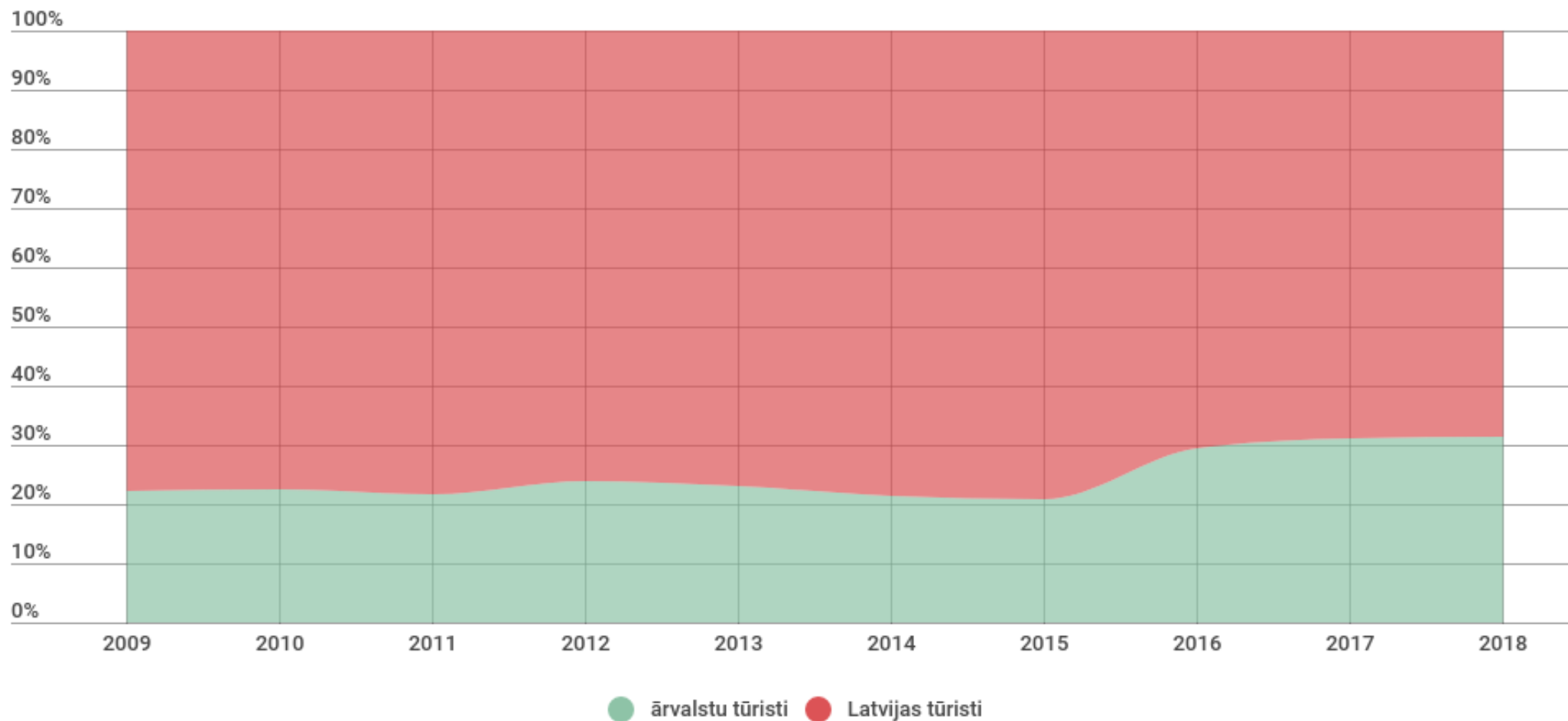
Latgale | nakšņojumi 2018 (CSP)

Apkalpotās personas



Apkalpotās personas

Latgales tūrisma eksporta īpatsvars pēc tūristu mītnēs apkalpoto personu skaita



Velotūrisma stratēģiskā nozīme Latgales reģionam




Cycling Map Latvia (PAPER COPY)

Condition: New product

new bike map with long distance and local cycling routes in Latvia

(nice, but unfortunately all information on the map is in Latvian only :(

 Tweet

 Share

 Google+

 Pinterest

 Send to a friend

 Print

10,00 €

Quantity

1

-

+



Add to cart



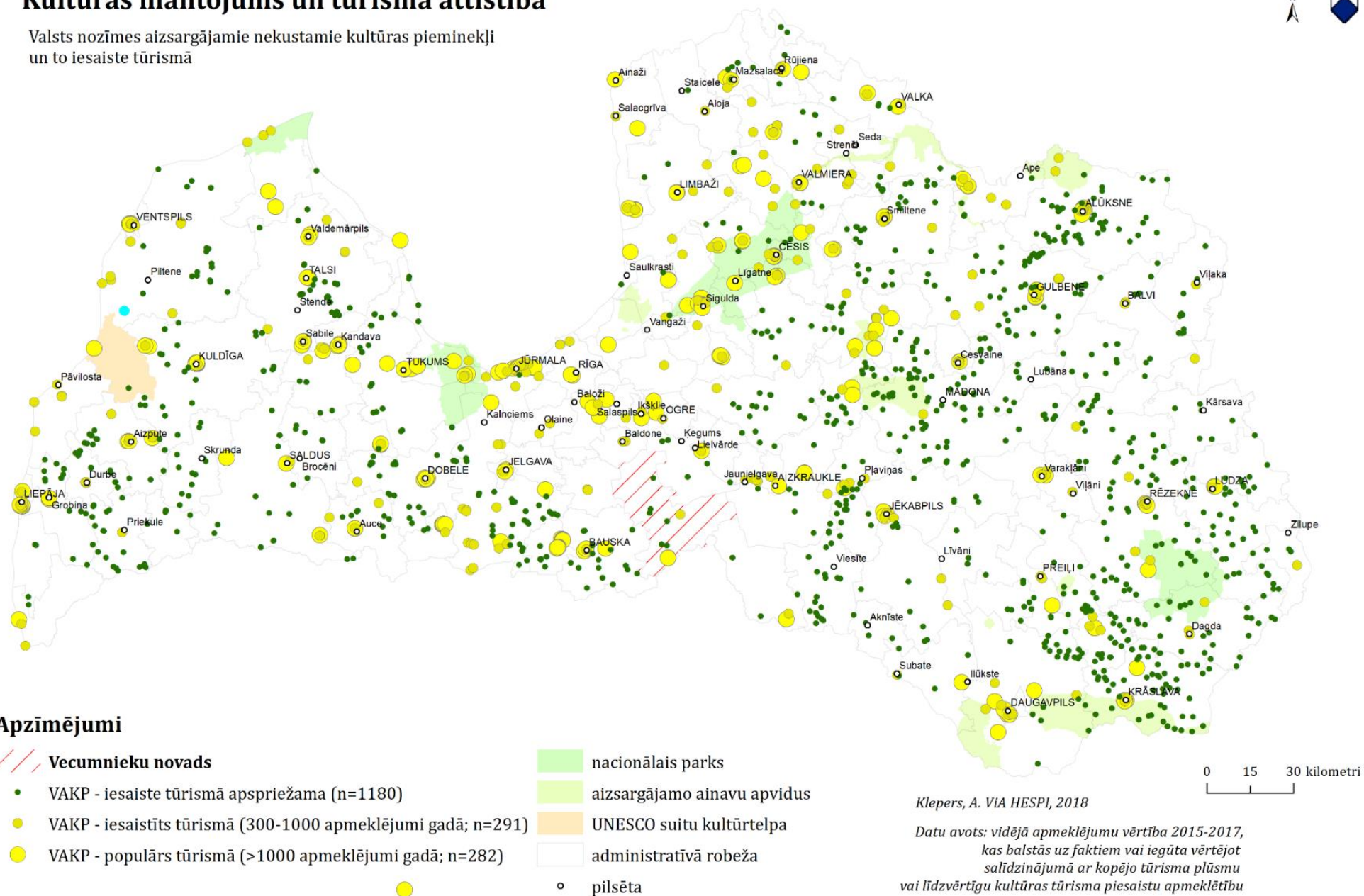
Add to wishlist



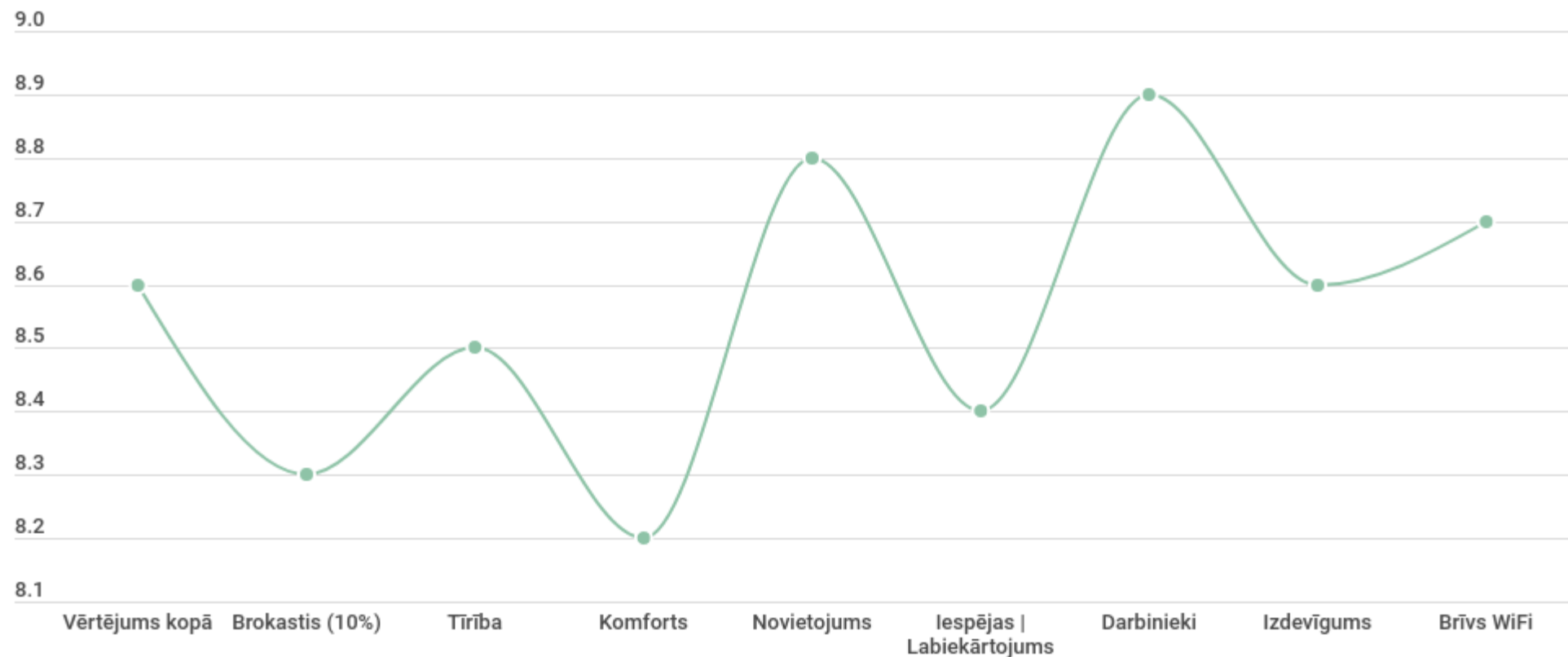
Tūrisma pieprasījums un tematisko resursu iesaiste vienotā piedāvājumā

Kultūras mantojums un tūrisma attīstība

Valsts nozīmes aizsargājami nekustamie kultūras pieminekļi
un to iesaiste tūrismā

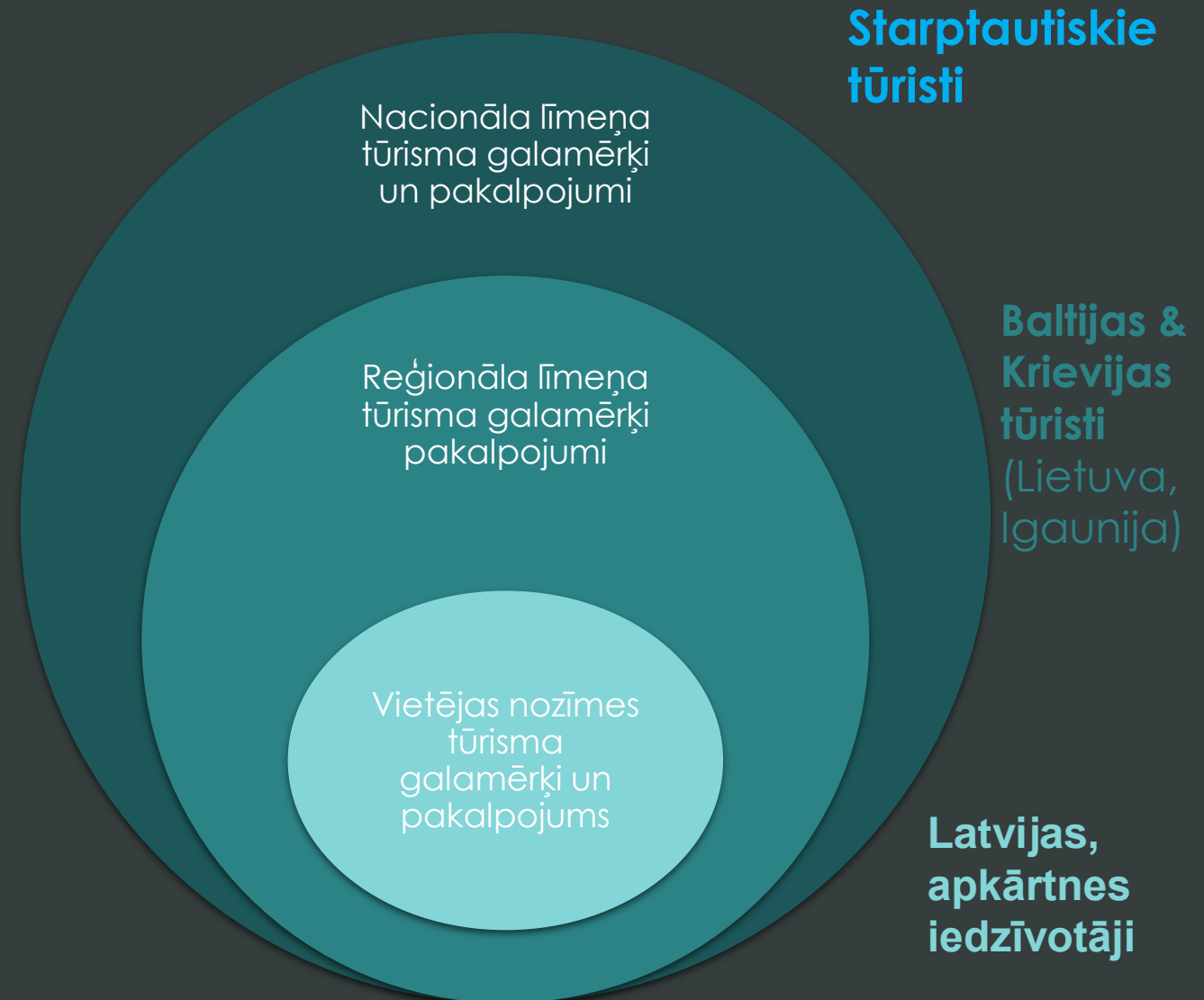


Latgales tūrisma piedāvājuma kvalitāte (klientu vērtējums, Booking.com, 2018)



Tūrisma piedāvājuma veidošana: pakalpojumu dizains

- 1. Sava klienta **profila izveide** (dati un zināšanas)
- 2. Jautājumi:
 - **Ko viesis vēlas pieredzēt** pie Jums (motīvs, gaidas un saturs)?
- 3. Saskarsmes punkti
- 4. **Pakalpojuma tests**



Latgale tūrisma galamērķis un velotūrista pieredze tajā

SAISTĪTIE PAKALPOJUMI? KĀDS IR VIESA PIEREDZĒJUMS?

Saskares punkti ar ceļojumu galamērķi un atsevišķiem pakalpojumu sniedzējiem pirms ierašanās ceļojumu galamērķī



Saskares punkti ceļojumu galamērķī



NET PROMOTER SCORE



Saskares punkti ar ceļojumu galamērķi un atsevišķiem pakalpojumu sniedzējiem pēc ceļojuma



Iekļūšana starptautiskā tūrisma tirgū

VIETĒJAIS TIRGUS

- Vieglāk izprotams tirgus pieprasījums un noskaņojums;
- Vietējā patērētāja vajadzību un patērētāju uzvedības pārzināšana;
- Iespējams augsts atkārtoto klientu īpatsvars (klientu attiecību veidošana);
- Labākas tiešās komunikācijas un pārdošanas iespējas;
- Mutiskās reklāmas ietekme (WOM), t.sk. sociālie tīkli;
- Mazāk izteikta sezonālitate.

STARPTAUTISKAIS TIRGUS

- Atšķirīgas ārvalstu tūristu vajadzības un patērētāja uzvedība (kultūras, dzīvesstila atšķirības; pieredzējis un prasīgs; augstākas kvalitātes prasības);
- Nepieciešams papildu resurss svešvalodas nodrošināšanai (komunikācija);
- Dārgi tirgus pētījumi;
- Izplatīšanā/ pārdošanā augstāks starpnieku (tūrisma operatori, aģentūras, pārdošanas platformas) īpatsvars un lielākas izmaksas;
- Liela nozīme atpazīstamam ceļojuma galamērķa zīmolam un attīstītam tūrisma piedāvājumam;
- Lielākas mārketinga izmaksas;
- Kopējas mārketinga aktivitātes ir efektīvākas (galamērķa, reģiona, nacionāla vai profesionālo asociāciju līmenis; sadarbības tīkli);
- Zemāks atkārtoto viesu īpatsvars.

Vai esat gatavi ārvalstu tirgu piesaistei?

- Ārvalstu tūristu interese par jūsu piedāvājumu (apmeklējumu skaits mājas lapā, tiešsaistes meklētājos, sociālie tīkli, utt.)
- Īpaši pievilcīgi konkurētspējas aspekti (USP) nacionālā līmenī
- Komunikācijas nodrošināšana (mājas lapā, sociālos tīklos un uz vietas piesaistē (valoda, stila īpatnības))
- Piedāvājuma atbilstība ārvalstu klientu vajadzībām (apmierinātības mērījumi)
- Ārvalstu tūristu pieprasījuma tendences Latgalē un piedāvājums ārvalstu tūristiem (ceļojumu galamērķis, piesaistes, pakalpojumi, infrastruktūra)
- Informācijas par piedāvājumu reģiona, nacionālos un profesionālos informācijas kanālos
- Iesaiste starptautiskos un nacionālos sadarbības tīklos (klasteri)
- Resursi mārketingam