



Interreg

Latvija–Lietuva

Eiropas Reģionālās attīstības fonds



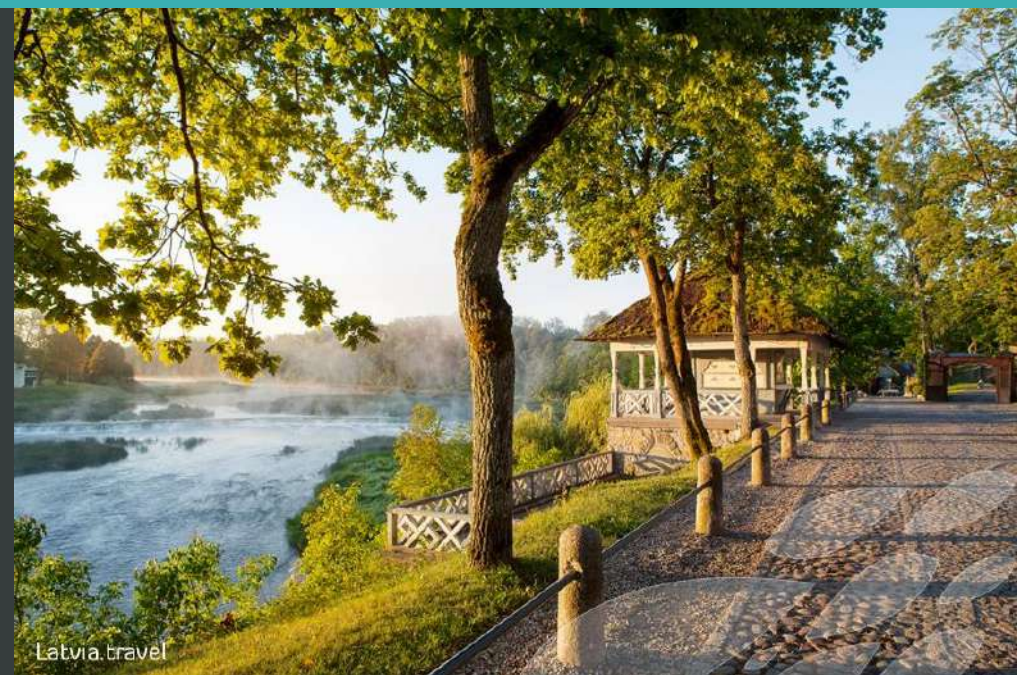
EIROPAS SAVIENĪBA

LLI-483 «Unikālo ģeoloģisko un ģeomorfoloģisko dabas
vērtību izmantošana zaļā izzinošā tūrisma attīstībā»/
GEOTOUR

Apmācības «Ģeoloģiskie un ģeomorfoloģiskie tūrisma
objekti un to pārvaldība»

Dabas tūrisma tirgvedība un komunikācijas kanāli

MĒRĶGRUPU IZPRATNE UN SAZIŅAS VEIDOŠANA



Latvia travel

23.02.2022.

Vidzemes Augstskola
Sociālo, ekonomisko un humanitāro pētījumu institūts
Andris Klepers, Dr.geogr., asociētais profesors, vadošais pētnieks



Situācija:

LATVIJĀ 2020

- **Atpūtas nolūkā Latviju apmeklēja 192,9 tūkst. jeb 30,4 % vairākdienu ceļotāju** (2019. gadā – 42,9 %). Vidējais uzturēšanās ilgums atpūtas braucienos pieauga par 8,3 %, sasniedzot 3,9 diennaktis. Ceļotāju, kuri apmeklēja radniekus un draugus, vidējā uzturēšanās ilguma pieaugums ir vislielākais. 2020. gadā ceļotāji ar šādu nolūku Latvijā uzturējās vidēji 7,7 dienas (pieaugums par 33,6 %). Savukārt uz pusi samazinājies to ceļotāju uzturēšanās ilgums, kuri Latviju ir apmeklējuši mācību vai kursu nolūkā – šie ceļotāji Latvijā pavadīja 15 dienas.
- **57,3 % vairākdienu ceļotāju izvēlējās apmesties bezmaksas naktsmītnēs pie draugiem, radiem vai privātajā dzīvoklī.** Viesnīcās, kempingos vai citās maksas naktsmītnēs apmetās 42,7 % vairākdienu ceļotāju.
- Vairākdienu ceļotāju vidējie izdevumi braucienā samazinājās par 17,8 %, bet ceļotāji no **Apvienotās Karalistes vidēji braucienā tērēja par 16,8 % vairāk nekā 2019. gadā.** Šāds pieaugums pretstatā kopējām tendencēm skaidrojams ar Apvienotajā Karalistē mītošās latviešu diasporas ceļojumiem uz Latviju.

Avots: CSB:

<https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/noz/turisms/preses-relizes/8282-arvalstu-celotaji-latvija-2020-gada?themeCode=TU>



KULTŪRAS UN
RADOŠAIS TŪRISMS



DABAS
TŪRISMS



VESELĪBAS
TŪRISMS



DARĪJUMU
TŪRISMS

Dabas tūrisms

Dabas resursu pilnvērtīga izmantošana veicinot nišas produktu attīstību (putnu vērošana, makšķerēšana, medības u.c.), īpaši to produktu attīstību, ko var piedāvāt ārpus tradicionālās tūrisma sezonas.

Dabas tūrisma ilgtermiņa attīstības pieejas nodrošināšanai. Dabas tūrisma produktam ir nozīmīga papildinoša loma kopējā tūrisma produkta veidošanā, ņemot vērā bagātīgos Latvijas resursus, taču nepieciešams paaugstināt komercializāciju. Dabas tūrisma attīstībā nozīmīgu daļu veido "Natura" teritorijas un ūdensmalas (upes, ezeri), starp tām īpaši jāizceļ Baltijas jūras piekraste *

KATEGORIJA

JŪRAS PIEKRASTE

MĀRKETINGA KOMUNIKĀCIJAS PIEMĒRI

Jūrmala, pludmales, starptautiskie pārgājienu un velomaršruti, piekrastes ciemi

MIERĪGA DABAS BAUDĪŠANA

Pastaigas dabā (piekraste, mežs, purvs utt.), sēņošana, ogošana, putnu vērošana, makšķerēšana

AKTĪVĀ ATPŪTA DABĀ

Pārgājienu maršruti, velmaršruti, zirgu izjādes, laivu braucieni, garo distanču maršruti

DABA PILSĒTĀ

Botāniskie dārzi, zoodārzi, parki, dabas tuvums un sasniedzamība no pilsētām

PIEDZĪVOJUMU AKTIVITĀTES

Piedzīvojumu parki, izbraucieni un nobraucieni ar dažādiem elementiem, vēju sports

Dzīvesstila segmenti

PERSONĪBA UN VAJADZĪBAS

Pēc pētījuma aģentūru tīkla GFK cilvēku dzīvesstili iedalāmi 8 grupās

Tūristu segmentācija pēc dzīvesstila ļauj precīzāk uzrunāt dažādu aktivitāšu patērētājus

Mūsdienu tūristus pēc viņu aktivitātēm nav iespējams novērtēt pēc standarta demogrāfijas mērījumiem. Daudz efektīvāk ir definēt mērķauditorijas pēc dzīvesstiliem, jo tas ļauj precīzāk paredzēt viņu intereses un aktivitātes

LAIME – AIZRAUŠANĀS

LAIME – PIEDERĪBA		
SAPNOTĀJI (9%) Jauni, impulsīvi cilvēki, kuri realizē savus sapņus un meklē atzinību sabiedrībā	ĢIMENES CILVĒKI (16%) Strādājošas ģimenes, kuru intereses pamatā ir ģimene, popkultūra. Saskata vērtību vienkāršībā un labsajūtā	STABILIE (15%) Seniori, kuri orientēti uz pagātni. Puritāņi ar spēcīgu atbildības sajūtu, reliģiski. Meklē drošību un sociālo kārtību
PIEDZĪVOJUMU MEKLĒTĀJI (12%) Jauni, aizraufīgi, vīrišķīgi un dinamiski dzīves baudītāji. Oportunisti attiecībā uz veiksmes meklējumiem dzīvē	RACIONĀLIE REĀLISTI (3%) Pragmatiski, apzinīgi, smagi strādājoši. Meklē drošību un harmoniju	
BRĪVI DOMĀJOŠIE (16%) Strādīgi, sportiski intelektuāļi ar interesi par kultūru. Ļoti zinātkāri un aktīvi, vienmēr visa jaunā meklējumos	ORGANISKIE (8%) Ne-materiālistiski pacifisti, kuri vēlas dzīvot vienkāršu un dabisku dzīvi. Zinoši un tolerantī, tiecas uz harmoniju	PRASĪGIE (19%) Inteliģenti, aktīvi, sociāli tolerantī tradicionālisti. Prasīgi attiecībā uz morāles jautājumiem un tradīcijām. Meklē humānās vērtības
LAIME – DROŠĪBA		
LAIME – DARBĪBA		

LAIME – DROŠĪBA

* Avots: GFK

Ekoloģiskie

Jaunās paaudzes ģimenes, kas uzskata, ka vides aizsardzība ir katra pienākums.

Jauna ģimene, kuri par savu hobiju uzskata brīvprātīgo darbu.

ATBILDĪBA

Ir izglītoti un ieinteresēti par vides aizsardzību, saprotot savas rīcības sekas.

ZIEDOŠANA

Nākot no labas ģimenes un turīgas valsts, uzskata, ka nevienlīdzība ir negodīga.

NOVĒRTĒŠANA

Ceļojot novērtē dabas skaistumu, kā arī ciena lokālo kultūru un ar interesi mācās par to.

MOTO

TIECAS PĒC ILGTSPĒJĪBAS UN INTELEKTUĀLAS IZAUGSMES



PROFILS

Ģimenes, kas augstu vērtē savu atbildību pret vidi un sabiedrību



ZĪMOLI



PATĒRIŅŠ

Ģimenes, kas augstu vērtē savu atbildību pret vidi un sabiedrību



IESPĒJAS TŪRISMĀ

- Kalnciema tirdziņš
- Līgo un Jāņi
- SPA
- vegānu restorāni un kafējnīcas



Dabas tūrisms

KATEGORIJA	PIEMĒRI	AUDITORIJAS SEGMENTI
JŪRAS PIEKRASTE	Jūrmala, pludmales, starptautiskie pārgājienu un velomaršruti, piekrastes ciemi	Ekoloģiskie, ģimenes cilvēki, sapņotāji, brīvi domājošie
MIERĪGA DABAS BAUDĪŠANA	Pastaigas dabā (piekraste, mežs, purvs utt.), sēņošana, ogošana, putnu vērošana, makšķerēšana	Ekoloģiskie, stabilie, ģimenes cilvēki
AKTĪVĀ ATPŪTA DABĀ	Pārgājienu maršruti, velomaršruti, zirgu izjādes, laivu braucieni, garo distanču maršruti	Piedzīvojumu meklētāji, ģimenes cilvēki, racionālie reālisti
DABA PILSĒTĀ	Botāniskie dārzi, zoodārzi, parki, dabas tuvums un sasniedzamība no pilsētām	Stabilie, ģimenes cilvēki, prasīgie
PIEDZĪVOJUMU AKTIVITĀTES	Piedzīvojumu parki, izbraucieni un nobraucieni ar dažādiem elementiem, vēju sports	Piedzīvojumu meklētāji, sapņotāji, racionālie reālisti

Pamatkritēriji



Kopējie izdevumi
Latvijā



TOP 15

APVIENOTĀ KARALISTE
KRIEVIJA
VĀCIJA
LIETUVA
SOMIJA
ĪRIJA
ZVIEDRIJA
IGAUNIJA
NORVĒGIJA
UKRAINA
ASV
AUSTRIJA
BEĻĢIJA
ŠVEICE
FRANCIJA



Nakšņojumu
skaits viesnīcās



TOP 15

KRIEVIJA
VĀCIJA
LIETUVA
IGAUNIJA
SOMIJA
APVIENOTĀ KARALISTE
ZVIEDRIJA
NORVĒGIJA
BALTKRIEVIJA
ASV
POLIJA
ITĀLIJA
INDIJA
FRANCIJA
UKRAINA



Vairākdienu ārvalstu
ceļotāju skaits



TOP 15

LIETUVA
KRIEVIJA
VĀCIJA
IGAUNIJA
APVIENOTĀ KARALISTE
ZVIEDRIJA
SOMIJA
ĪRIJA
POLIJA
UKRAINA
BALTKRIEVIJA
AUSTRIJA
ITĀLIJA
NORVĒGIJA
BEĻĢIJA



Lifestyle of Health and Sustainability

LOHAS Sweden – Hälsa och hållbarhet

About LOHAS

LOHAS i världen

LOHAS in Sweden

LOHAS Chic

Kontakt och nyheter



About LOHAS

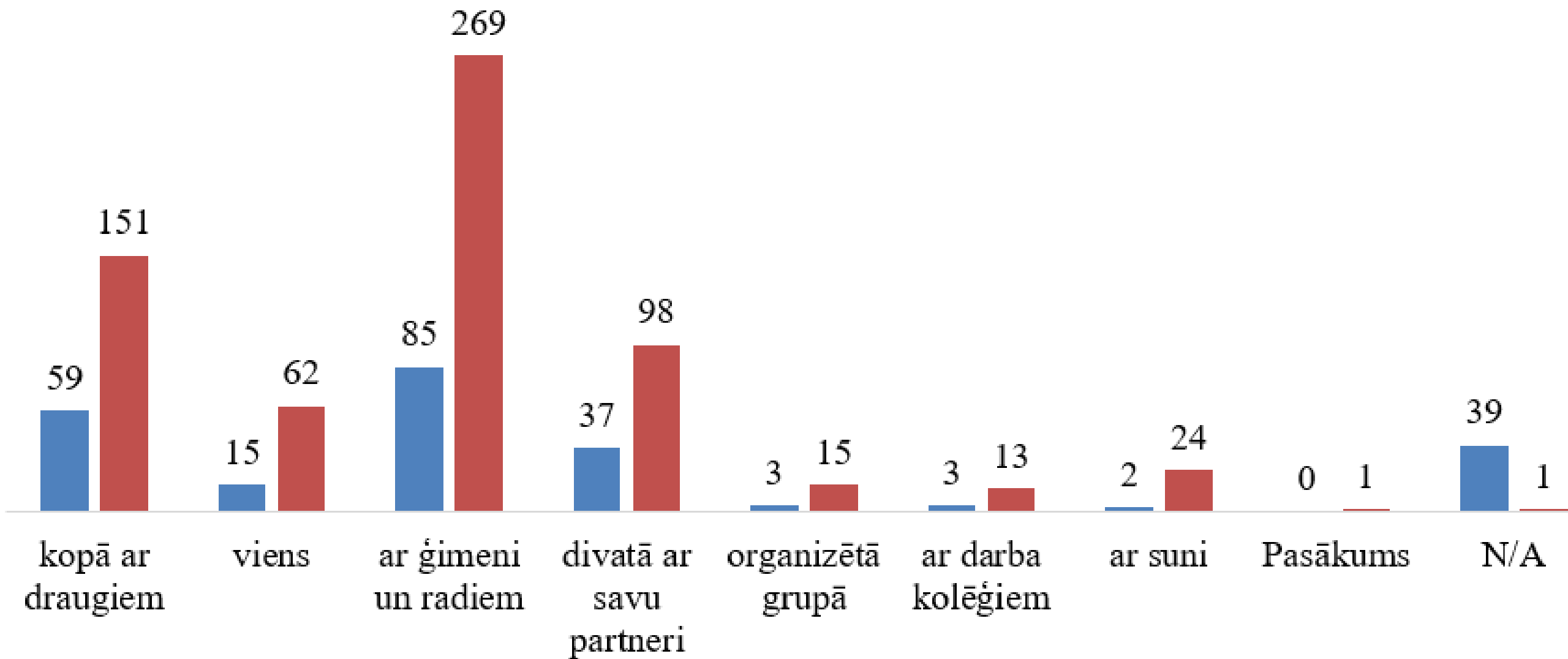


LOHAS –
of

Vietu apmeklēja (kompānija)

■ Tūrists ■ Atpūtnieks

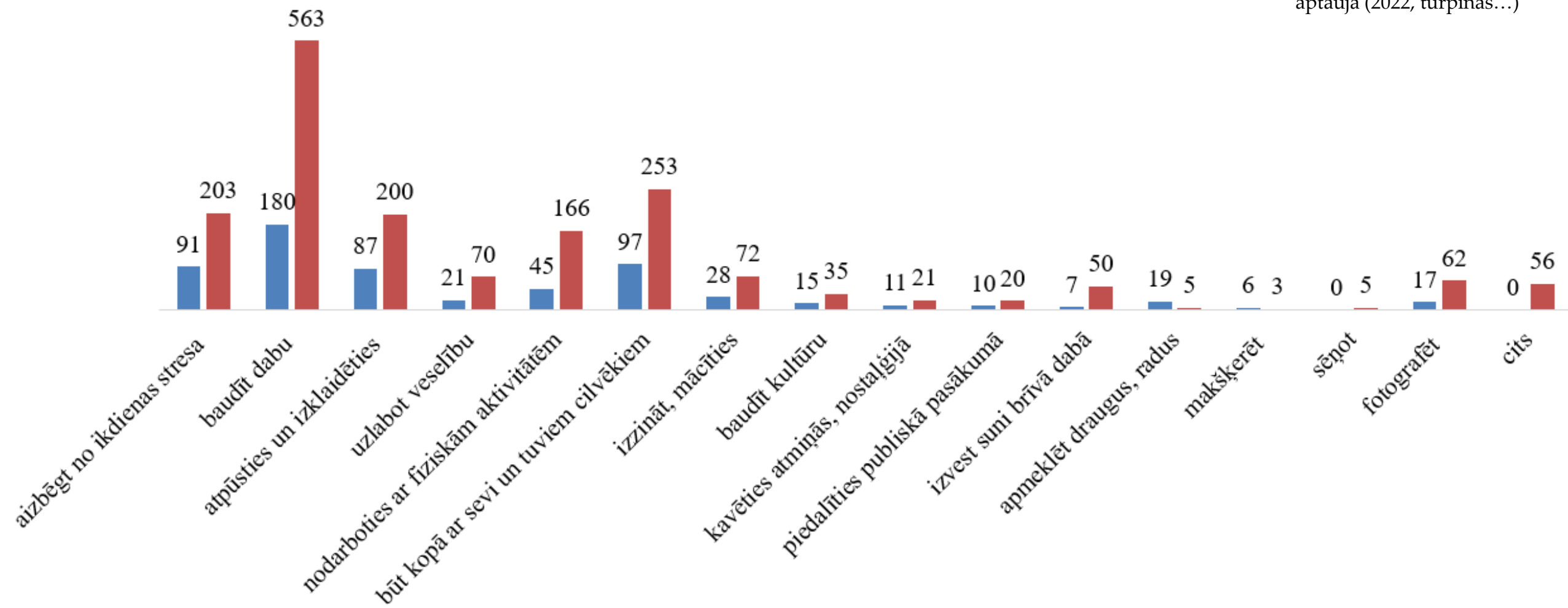
Segmentu dalījums:
kompānija. ĪADT
apmeklētāju aptauja
(2022, turpinās...)



Jūsu motīvi apmeklēt šo vietu NP (izvēloties līdz trim atbilstošākajiem):

■ Tūristi ■ Atpūtnieki

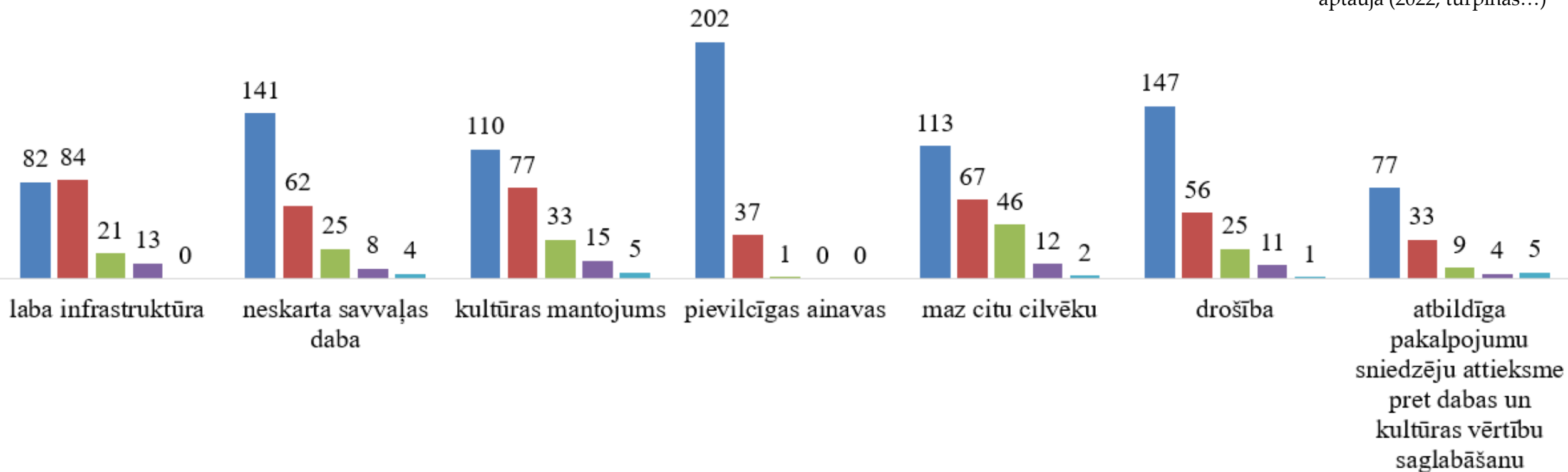
Segmentu dalījums:
motīvs. ĪADT apmeklētāju
aptauja (2022, turpinās...)



Respondentiem svarīgie faktori apmeklējot NP - tūristi

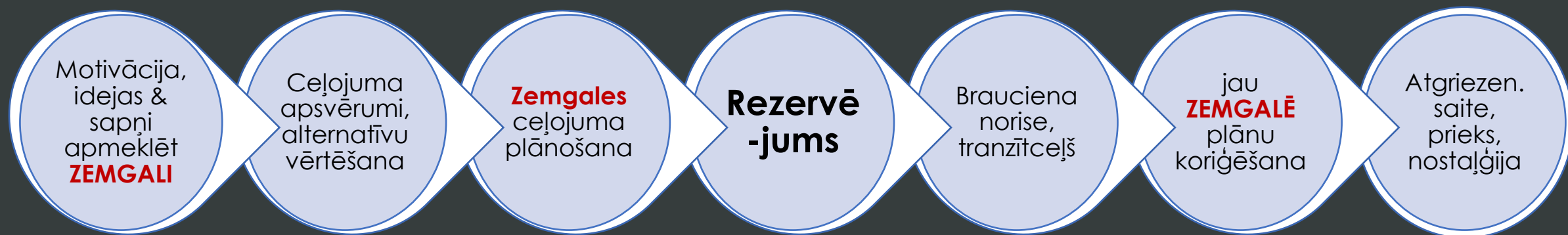
■ Ļoti svarīgi ■ Drīzāk svarīgi ■ Mazsvarīgi ■ Nav svarīgi ■ Nezinu

Segmentu dalījums:
faktori, lai apmeklētu
kādu vietu nacionālajā
parkā. ĪADT apmeklētāju
aptauja (2022, turpinās...)



Rīcības virzībai tirgū

TŪRISTA CEĻŠ un tirgvedības loģika



Uzsvars uz kvalitatīvu
interpretāciju UN produkta
izveidi, pieredzes dizainu
niansēs, pirms



Interreg

Latvija–Lietuva

Eiropas Reģionālās attīstības fonds



EIROPAS SAVIENĪBA

Paldies par uzmanību!

*Andris Klepers, Dr.geogr.
andris.klepers@gmail.com*

