



This programme is funded
by the European Union



Apmācības “Kultūras tūrisms un radošās industrijas”

Radošo industriju izmantošana kultūras tūrismā

ENI-LLB-1-108 “PROMOTING PRESERVATION, AVAILABILITY AND DEVELOPMENT OF INTANGIBLE CULTURE AND LOCAL HISTORY HERITAGE IMPROVING SUSTAINABLE CULTURE TOURISM COMPETITIVENESS IN LATVIA, LITHUANIA AND BELARUS” / “REDISCOVER THE ROOTS OF REGIONS”

Datums: 20.08.2020

Autors: Jeļena Budanceva

Radošo industriju izmantošana kultūras tūrismā

JELENA BUDANCEVA

JELENA.BUDANCEVA@GMAIL.COM

CULTURE POINT – FACEBOOK GRUPA

MBA, RSU POSTDOC SOCIOLOĢIJĀ

EKONOMIKAS UN KULTŪRAS AUGSTSKOLA, DOCENTE, PROGRAMU VADĪTĀJA

FESTIVĀLA DZEJAS DIENAS PRODUCENTE

LATVIJAS RAKSTNIEKU SAVIENĪBAS STARPTAUTISKO PROJEKTU VADĪTĀJA

Radošo industriju izmantošana kultūras tūrismā

1 Radošo industriju jēdziens un būtība

2 Kultūra, tūrisms un kultūras tūrisms radošo industriju kontekstā

3 Piemēri, labas prakse

- jelena.budanceva@gmail.com

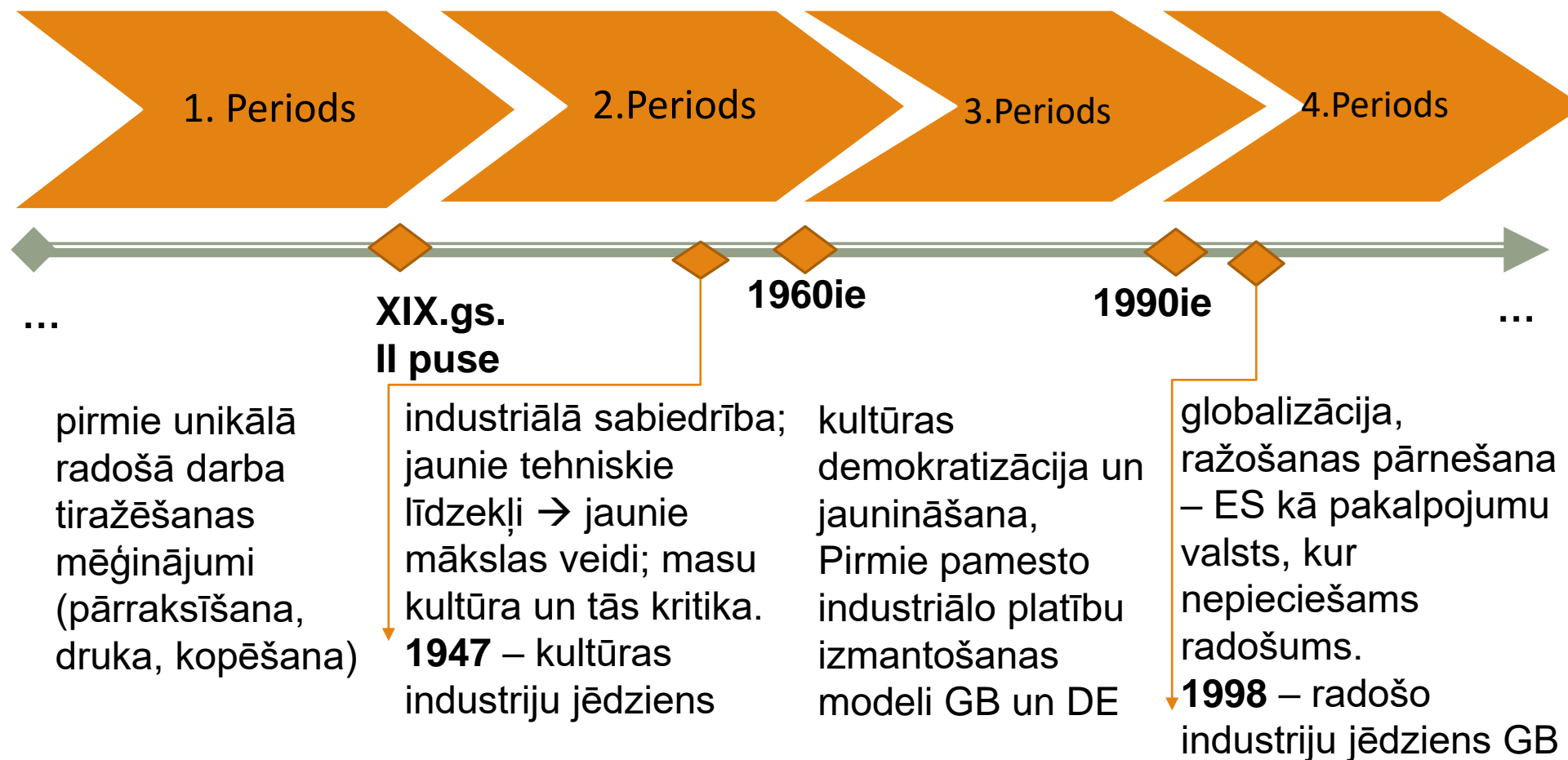
Radošās industrijas – kas tas ir?

Radošais



Industrija

Radošo industriju periodizācija



3 posms: Radošās industrijas_ ruhr (Vācija)

No XIX.gs. ogles, ķīmiskās un
tērauda rūpniecības centrs.
1950.g. - no 5,3 milj.
iedzīvotāju 10% strādāja 141
šahtās. 2009.g. – palika 4
šahtas ar 20 000
strādājošiem.

1970jos gados – pirmās pārrunas par
reģiona revitālizāciju.

Ideja par industriālo mantojumu un tā
saglabāšanu.

Virkne industriālo muzeju, efektīvas
izstādes industriālajās kulisēs.

Ražošanas teritoriju konversija kultūras
telpās: studentu un jaunu arhitektu
projekti (tramvaju depo, šahtu,
konveijeru pārtapšana klubos, teātros,
darbnīcās kultūras centros).

Šobrīd - 15 augstskolas, 30 inovāciju
centri, festivāli *Rūra triennāle, scene in
nrw*

Radošo industriju piemēri_tanzhaus nrw no tramvaju depo uz lielāko moderno deju centru Vācijā



Vairāk nekā 200 izrādes un 300 kursi ar 3000 dalībniekiem gadā; 2 skatuves un 8 studijas, 30 darbinieki, 4000 m2 platība



4 posms Radošās industrijas globalizācijas laikmetā -

Globalizācija =
dažādu sabiedrības
dzīves jomu
integrācija

2000.g. Charles
Landry grāmata The
creative city

2001.g. John
Howkins grāmata
The creative
economy

Ekonomikā ražošanas un kapitāla
nodrošināšana negarantē veiksmi – jaunu **ideju**
loma.

Laika **paātrinājums** un mobilitāte kā
globalizācijas pazīmes un vērtības; **inovāciju**
ieviešanas tempa pieaugums.

Nevis īpašums, bet īre jeb **piekļuve** ir jaunās
ekonomikas pamats.



Radošās industrijas ir vairāku Eiropas valstu
ekonomikas prioritārais sektors.

Radošās industrijas kā jaunās, radošās
ekonomikas, vadošais sektors.

Tīklošanas princips kā radošo industriju
darbības pamats.

Radošās industrijas_ķīna

Factory 728 / 728 Art Zone / Dashanzi Art District

Atrodas pamestās rūpnīcas teritorijā,
uzbūvēts 1950-57.g.

1995.g. Pekinas mākslas akadēmija
sāk īrēt telpas

2000.g. – pirmā tēlniecības studija

2001.g. – pirmais grāmatu veikals

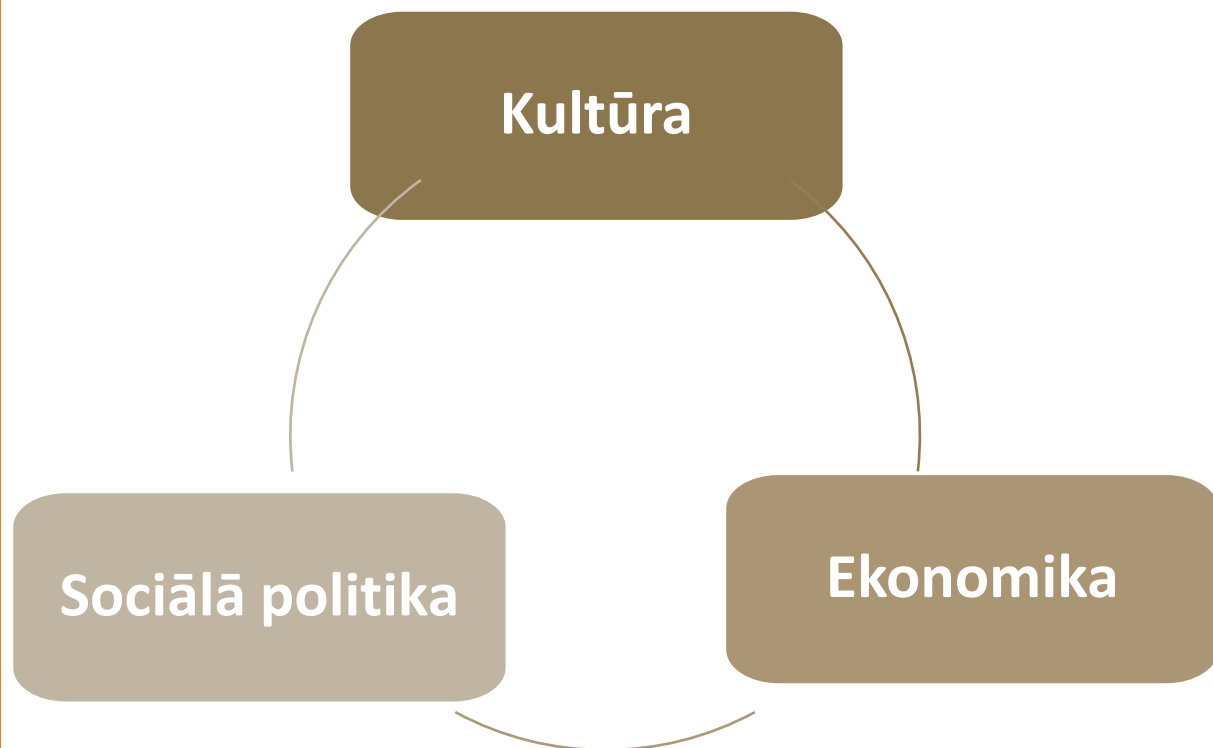
Teritorija – 1 kv. kilometrs

leeja bezmaksas



Radošo industriju kodols

- **mākslinieku** brīvie meklējumi (orientēti uz garīgām vērtībām)
- **biznesa** pragmatiskās iniciatīvas (orientētas uz personiskā un korporatīvā labuma vērtībām)
- **Valsts un reģionālās pašvaldības** (orientētas uz valsts un pilsētu attīstības vērtībām, dažādu etnisko un kultūras grupu harmonisko eksistēšanu)



Radošo industriju attīstība un potenciāla izmantošana

1. Kultūras komercializētais sektors nedrīkst palikt ārpus valsts attīstības politikas uzmanības (Franko Biancini, 1987)
2. Muzeju kā radošo kvartālu renesanse (Biancini, 1993)
3. Kultūras atbalstam veltīto līdzekļu efektīvas izlietošanas mērījumi (Julian Myerscough, 1988)
4. Kapitāla “kultūras” fiksācija (David Harvey, 1989)
process pilsētu līmenī, kur agrāk industriālo pilsētu notikumi, festivāli, gada tirgi, etniskie kvartāli kļūst par kultūras patērēšanas ienesīgiem centriem un piesaista investorus
5. Sign and space – ekonomika (Scott Lash, 1994)
globalizācijas laikā simboliem, tekstiem, skaņām un jutekliskai pieredzei tika piešķirta tirgus nozīme, tos sāka pētīt → specifisks tirgus segments – simboliskās patērēšanas tirgus. Līdz ar to kultūras industrijas kļuva par jaunās “zīmju un telpas” – sign and space – ekonomikas teritoriju
radošā sektora vadībā vertikālās vadības struktūras nav efektīvas

Radošās industrijas

Kultūras un mākslu atbalstam veltīto līdzekļu efektīvas izlietošanas mērījumi

(Julian Myerscough, 1988)

■ Tiešā atdeve:

- aprēķins, cik daudz ir investēts attiecīgās darba vietas izveidošanā – t.i. Strādājošo darbinieku skaits pret katru investēto mārciņu

■ Netiešā atdeve:

- Investīciju ietekmes mērīšana uz kultūras pasākumu apmeklēšanu – t.i. Ne tikai mērķa pasākuma, bet arī infrastruktūras

MULTIPLIKĀCIJAS EFEKTS, kas veicina papildus darba vietu radīšanu un papildus līdzekļu ieplūdi vietējā budžetā.

Cultural mapping

Kartēšanas metode

Teritoriju kartēšana = resursu kartes sastādīšana, lai novērtētu radošā sektora potenciālu un noteikt tā vajadzības un iespējas:

- Vēsturiski-ģeogrāfiski-kultūras resursi
- Institucionālie resursi
- Organizācijas/-ju resursi
- Cilvēku resursi

- noteiktas teritorijas kultūras resursu savdabīga uzskaite
- analītiskais instruments
- kultūras plānošanas sastāvdaļa

1. Ressource mapping

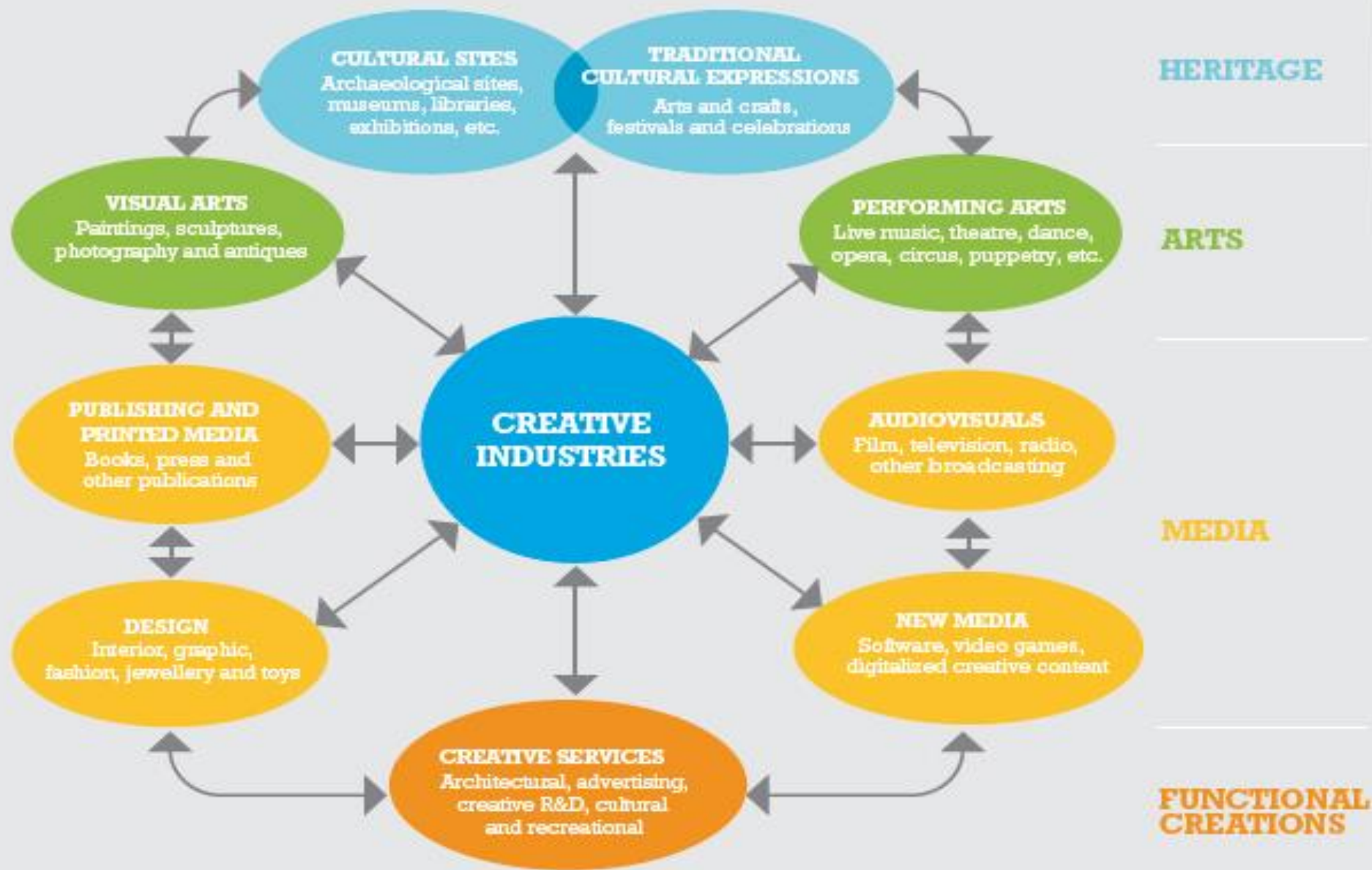
- **Kvalitatīvi izmērāmi**, taustāmie fiziskie resursi: iestādes, personības, objekti, teritorijas

2. Community identity mapping

- **Netaustāmie resursi**, stāsti, leģendas, simboli, tradīcijas, zīmoli, arhetipi, komūnas.



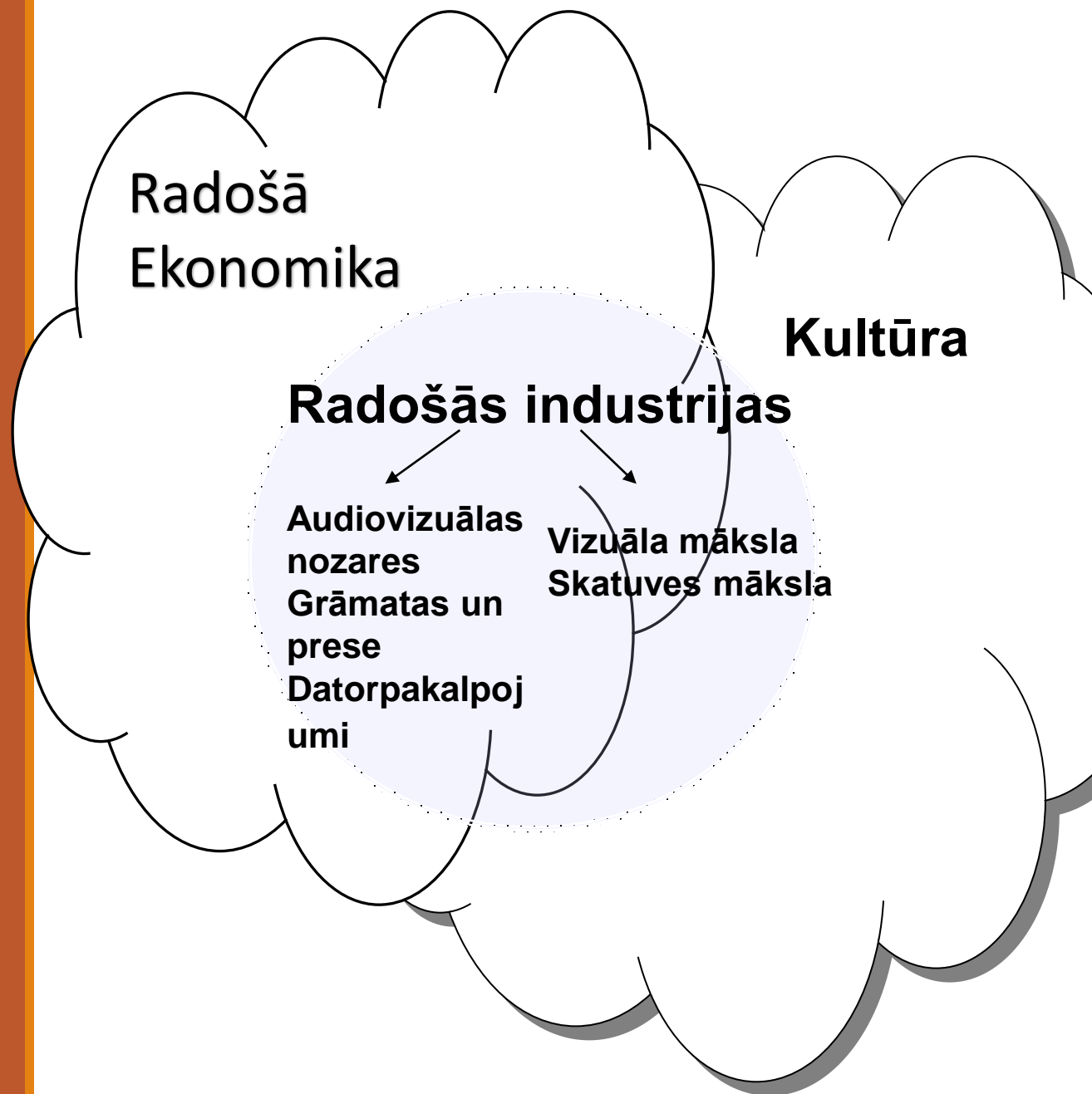
UNCTAD CLASSIFICATION OF CREATIVE INDUSTRIES



Lielbritānijas vīzija

Radošās industrijas

- Apvieno tradicionāli nošķirtas jomas
- Galvenais resurss – cilvēks, tā spējas, prasmes, talanti, radošums
- R.I. resursi ir dažādi, izkaisīti un neredzami
- (vēl) neaptverts potenciāls
- Industrijas struktūra



Radošās industrijas GB (1998)

	Reklāma		Mākslas un antikvitāšu tirgus		Arhitektūra
	Amatniecība un lietišķā māksla		Dizains		Mode
	Kino un video		Mūzika		Life performing arts – skatuves māksla
	Literatūra un grāmatu izdošana		Programmu nodrošinājums (IT)		Multimedia un interaktīvas datorprogrammas
			Televīzija un radio		

R.I. – darbības, kuru pamatā ir indivīda radošais potenciāls, prasmes un talants, un kurām, izveidojot un izmantojot intelektuālo īpašumu, ir potenciāls radīt pievienoto vērtību un darba vietas.

Radošās industrijas _latvija

R.i. apzināšana uzsākta ar Lielbritānijas padomes atbalstu. 2005.gadā, izstrādājot jaunās kultūrpolitikas vadlīnijas, Kultūras ministrija atzina, ka radošās industrijas ideja ir nozīmīga arī Latvijai.

Pirmo reizi Latvijas radošo industriju definīcija tika ierakstīta Valsts kultūrpolitikas vadlīnijās **2006.-2015.gadam (MK.18.04.2006. Rīkojums Nr.264).**

Pētījums „Radošā industrija Latvijā”, BICEPS, 2007:

- apgrozījuma pieaugums 2002-2005 – vidēji 17,3% gadā
- 2005.g. radošajā industrijā strādā 4,8 % nodarbināto, turklāt nodarbinātība pieaug – vidēji 7% gadā (2002-2005)

Kultūras netiešā ietekme: No katra lata, kas ieguldīts kultūras nozarē 2005.gadā, 0,49 lati novirzīti citu nozaru uzņēmumiem.

Kultūras sektora izraisītā ekonomiskā ietekme: 2005.gadā 1 lats valsts un pašvaldību finansējuma ir piesaistījis 0,59 latus no citiem avotiem jeb valsts un pašvaldību finansējuma izraisītais efekts ir 1,59.

Attiecībā uz nodarbinātību, katra darba vieta kultūras sektorā tālāk atbalsta papildus 0,62 darba vietas citos ekonomikas sektoros visā valstī 2005.gadā

Radošās industrijas LV



Reklāma



Vizuālā māksla



Arhitektūra



Dizains



Kino



Mūzika



Izpildītajmāksla



Izdevējdarbība



Datorspēles un
interaktīvas
programmatūras



Televīzija ,radio un
interaktīvie mediji



Kultūras mantojums



Kultūras izglītība



Atpūta, izklaide u.c.

Radošās industrijas LV

Par radošās
industrijas attīstību
Latvijā ir atbildīgas
**Kultūras,
Ekonomikas un
Izglītības un
zinātnes
ministrijas**

un šo ministriju
padotības iestādes.

22.11. 2006. - LR Kultūras ministrijas
pasūtītais pētījums par R.I. – darba
grupas diskusija

R.I. ir nozares, kas balstās uz
individuālo un kolektīvo radošumu,
prasmēm un talantu, un spēj celt
labklājību un radīt darba vietas,
radot un izmantojot intelektuālo
īpašumu.

R.I. rada, attīsta,
ražo, izmanto, izrāda, izplata, saglāba
produktus, kam piemīt ekonomiska,
kultūras un/vai izklaides vērtība.

Radošo industriju pienesums

1. Pienesums ekonomikas sektorā

- Investīcijas radošos cilvēkos un kultūras sfērā
- Radošā potenciāla pieprasījums darba tirgū ar jaunu darba vietu izveidošanu
- Intelektuāla produkta izveidošana un virzīšana
- Izeja no ekonomiskās krīzes
- Reģiona konkurent spējas pieaugums

2. Pienesums politikā un kultūrā

- Tiek veidota radošā pilsētvide
- Kultūras, politiskas un ekonomiskas komunikācijas uzturēšana
- Izeja no politiskas krīzes – jaunu cilvēku nākšana pie varas
- Identificēšanas veidošana, reģionu revitālizācija
- Sociālo problēmu risinājums - vietējo komūnu un apvienību attīstība, integrācija u dialogs

Radošās industrijas

Radošo industriju darbības pamats - tīklošanas princips

Tīklošanas princips:

nav konkrētas vietas,

vairāki iesaistītie,

Nav stingras hierarhijas, draudzīgais attiecību pamats.

Cik neradošās ir ne-radošās industrijas ?

Vai pārējas industrijas – no automobiļu ražošanas un nano-tehnoloģijām līdz smaržu ražošanai un futbola spēļu stratēģijām – nav radošās?



Radošās ekonomikas jēdziena ieviešana
(2000.g.)

Radošās industrijas un ekonomika



Džons Houkins – jēdziena autors

Creative economy:
Pamatā ir **radošo preču
transakcijas**

Radošais vienādojums:

**CrEc = radošo produktu
vērtība x transakciju ⁿ**

Radošās industrijas un ekonomika

$CrEc = \text{radošo produktu vērtība} \times \text{transakciju } n$

Radošais produkts -

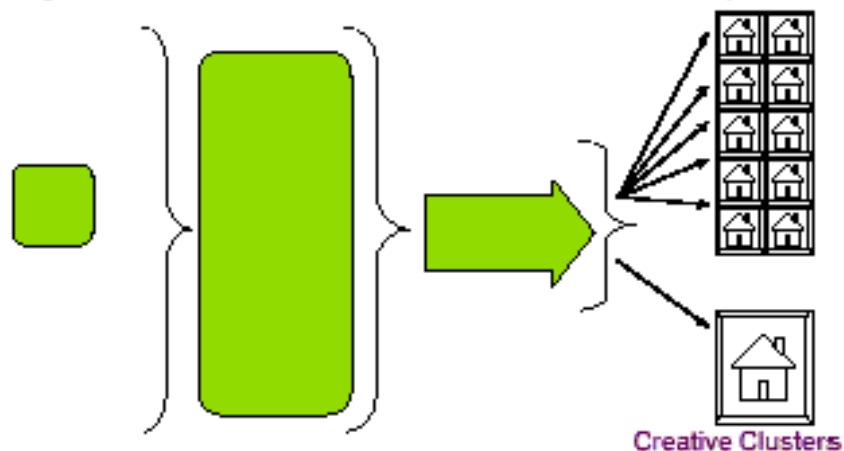
prece vai pakalpojums, kas ir veidoti
radošā procesa rezultātā un kuriem
piemīt **ekonomiskā vērtība**; visi r.p. ir
intelektuālais īpašums

Transakcija – apmaiņa, kuras rezultātā tiek
gūta peļņa

*«Cilvēki, kam pieder idejas, kļuvuši ietekmīgāki par cilvēkiem,
kas apkalpo mašīnas, un daudzos gadījumos pat par cilvēkiem,
kam šīs mašīnas pieder»*

Industrial Economy Structure

Origination Production Distribution Consumption

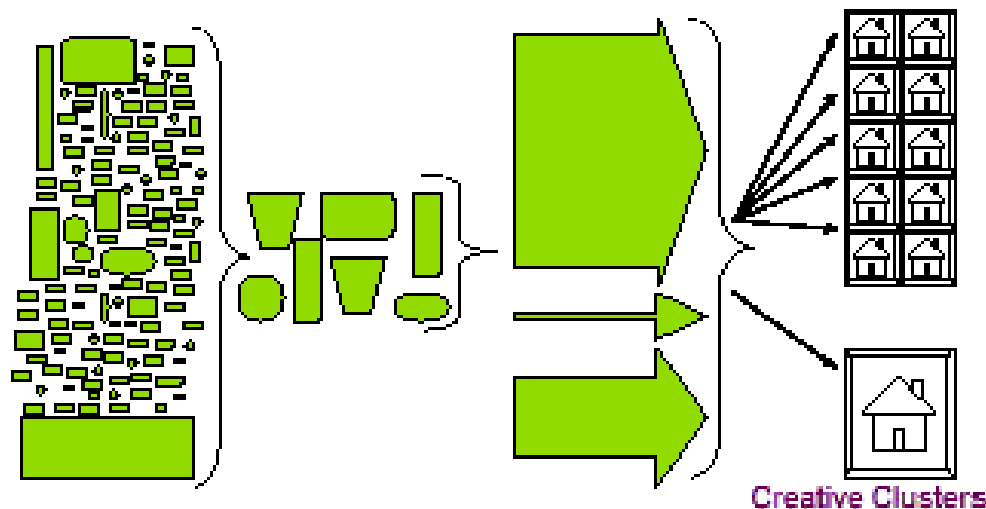


Radošās industrijas un ekonomika

Creative Industry Structure

Origination Production Distribution Consumption

Consumption = izplātīšana +
+ demonstrēšana +
+ saglabāšana + arhivēšana +
+ izglītošana



Radošās industrijas un ekonomika

	Materiālā Ražošana	Kultūra
Darba priekšmets	Dabas materiāli	Cilvēks
Darba rīki	Ēkas, iekārtas	Radošais potenciāls, individualitāte
Darba procesa būtība	Cilvēks modificē dabas materiālus un pielāgo tos savam vajadzībām	<i>“Cilvēku cilvēku apstrāde”</i> K. Markss; cilvēka iedarbība uz cilvēku
Darba rezultāti	Produkti	Produkti un tas izmaiņas, kuras tie izsauc sabiedrībā

Radošās industrijas un ekonomika

Ko mēs pārdodam vai par ko cīnāmies?

- Ražošanas resursi:

- Ekonomiskie
- Intelektuālie
- Radošie
- Laika resursi, Informācijas resursi
- Tiesiskie, telpiskie, vadības...

- Patērēšanas resursi: tos nosaka

- Brīvais laiks
- Cenu līmenis un iedzīvotāju ienākumi
- Individu kultūras attīstības līmenis
- Personiskie faktori (nostādnes, uztvere)

Radošo industriju specifika

veicina inovācijas

rada darba vietas

uzlabo dzīves kvalitāti

attīsta teritorijas

maina darba stilu un laiku

resursi nav ierobežoti

Ko vēl var
darīt

Jakutijas tautas
OSKARS

priekš
Leonardo di
Kaprio





Radošās industrijas - Dizains

DIZAINA ASPEKTI

- Nacionālais simbols



Radošās industrijas - Dizains

DIZAINA ASPEKTI

- Individuālais stils Egīls Mednis





Radošās industrijas - Dizains

- Skaistums
- vai arī nē?



Radošās industrijas - Dizains

INTERJĒRS



Radošās industrijas - Dizains

ARHITEKTŪRA



Radošās industrijas -

RĪKI UN
MAŠĪNAS



Radošās industrijas -

- Dizains japāņu virtuvē



Radošās industrijas - Festivāli



- Festival - is an event ordinarily staged by a community, centering on and celebrating some unique aspect of that community and its traditions, often marked as a local or national holiday

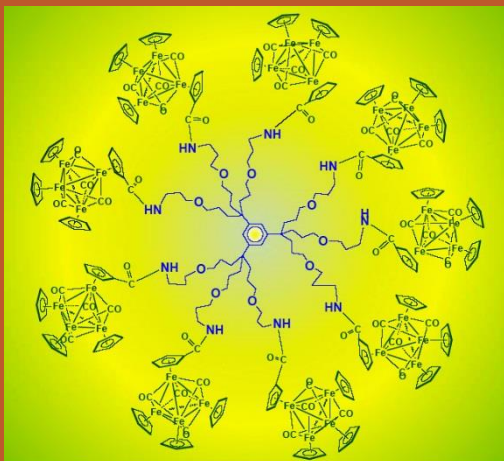


- Ne tikai mūzika
- <https://www.youtube.com/watch?v=3my3EOqEvWU>



Radošās industrijas – Klasteri (puduri)

Lielpilsētas teritoriju
veidojumi, kas sastāda
relatīvi neatkarīgu un
autonomu veselumu un
nodrošina to iedzīvotājiem
visu pilsētas funkciju
komplektu



Komersantu, pētniecības, izglītības un citu saistīto
institūciju **sadarbības tīkls**:

- darbojas noteiktā reģionā vai nozarē
- izmanto radnieciskās tehnoloģijas un līdzīga profila darbiniekus
- sastāv no juridiski neatkarīgiem uzņēmumiem, kas konkurē un sadarbojas vienlaicīgi

Radošais kvartāls ir vieta, kur pulcēties radošiem cilvēkiem. Tas ir ciems pilsētā.

Kultūras ministrijas pētījums par radošajiem
kvartāliem Rīgā:

- radošo iniciatīvu izplatībā Rīgā ir saistāma ar **ekonomiskās situācijas pasliktināšanos 2008.–2009.** gadā, kad iztukšojās daudzu namu pirmo stāvu skatlogi.
- Daudzi darbu zaudējušie nolēma beidzot pievērsties savām **sirdslietām**, izveidojot no tām jaunas pamatnodarbošanās.



Camden, Londona

City Growth Strategy (CGS)

7 deprived inner city areas were chosen in 2001 to pilot the approach, followed by a further 10 areas in 2004.

Each received two years' pump-priming money (£150,000–£250,000) to research local need, engage the business community and develop their strategies.

Kvartāls savā būtībā ir tirdzniecības vieta, kurā darbojas vairāki tirdziņi, kopā aptverot vairāk kā 1500 tirgotāju

Jau 1854.gadā tika izveidots **Camden Stables Market**, kas ieguvis šādu nosaukumu pateicoties pārdzimšanai no staļļa uz tirgus vietu.

Pateicoties labajai preču kvalitātei, reputācijai un unikālajai atrašanās vietai tirgus radīja interesi visā Londonā, piesaistot lielu daļu Londonas iedzīvotāju un tūristu. Izbraucieni ar laivu, pastaigas gar kanālu vai vienkārši vērošana kā baržas izslīd caur slūžu vārtiem, bija un vēl aizvien ir svarīgas nodarbes Camden Lock vietā



Camden, Londona

Camden London borough Council (Camden Londonas mazpilsētas padome) atbild par Camden budžetu un darbības pamatprincipiem.

Padomes locekļi tiek ievēlēti katrus 4 gadus.

Izklaides nozare- Liela nozīme ir mūzikas kultūras attīstībā (vairāki tagad jau slaveni mūziķi sākuši karjeru spēlējot Camden pabos)



Camden, Londona

Tirdzniecība-darbojas 4 tirdzniecības vietas

- **Stables Market**-kopā ap 700 veikaliem un stendiem, atvērts katru dienu
- **Camden Lock** –tirgus, kas aizsāka Camden Town fenomenu, šobrīd piesaistot vairāk ka 150 000 cilvēkus nedēļā. Sevi pozicionē kā oriģinālu tirgu, kurā var atrast oriģinālas dāvanas.
- **Camden Lock Village**- nesen atrestaurēts tirdziņš, kurā ir ap 500 tirgotāju, piedāvājot visdažādākās preces. Tirgus atrodas Regend kanāla malā-līdzās tauvas joslai pa kuru kādreiz gājuši zirgi. Camden Lock village tirdziņu simbolizē sēdvietas, kas paredzētas apmeklētājiem, kas ietur maltīti-tās izveidotas no veciem motorolleriem un stiepjas gar kanāla malu

Camden Town ir savs laikmetīgās mākslas centrs,
kas piedāvā apmeklēt izstādes un
izmantot rezidences iespējas.



Radošie kvartāli ~~Latvijā Rīgā...~~



Guggenheim Bilbao

1937.g. Izveidots Fonds Solomon R. Guggenheim Foundation, kas atbalsta laikmetīgo mākslu

1997.g. Tika uzbūvēts Guggenheim Museum Spānijā, Bilbao

Spilgts destruktīvas arhitektūras piemineklis



Pirmajā mēnesī - 100 000 apmeklētāju

Ienākumi 18 reizes lielāki nekā investīcijas

Tiešie ienākumi 26 mln eiro

Netiešie ienākumi 139 mln eiro

60% apmeklētāju – ārzemju tūristi

Radošās industrijas - Lielveikali

Lielveikals kā jaunā sociālā
telpa:

Kur agrāk bija māja, tirgus,
baznīca, parks; vieta, kur
veidojas normas, tika tiesāts,
kritizēts u.tml.

Atpazīstamība, paredzamība,
drošība

Cilvēku uzmanība novēršana
– arhitektoniskais risinājums,
lai apmeklētājs vienmēr
skatītos pa kreisi un pa labi;

Lai viņš varētu taisīt pauzi –
apsēsties, padzert kafiju,
vienalga ko.

*Tikai neskatīties vienam uz
otru, neaizdomāties,
nepadomāt par kaut ko citu
izņemot izstādītās preces*
Z.Baumans





TŪRISMS UN RADOŠĀS INDUSTRIJAS COVID LAIKĀ

Radošās industrijas – Tūrisms

•Galvenās globalizācijas vērtības:

- Brīvība (bagātie - globāli, nabagie – lokāli)
- Mobilitāte (kā brīvība pārvietoties)
- Ātrums (gan pārvietošanas, gan informācijas nodošanas)
- Visu reģionu un visas informācijas pieejamība (kā ģeogrāfijas beigas – Richard O`Brian)

- Glokālizācija** kā jauna tendence
- “glocal” refers to the individual, group, division, unit, organization, and community which is willing and able to think globally and act locally
 - Roland Robertsons:
 - Globalizācijas un lokalizācijas tendenču saplūdums
 - Tādu resursu (kapitāla, finanšu un citu) un pārvietošanas brīvības koncentrācijas process, kas ļauj darīt izvēli un darboties efektīvi
 - Vietas un vietas infrastruktūras nozīmība biznesam un investīcijām
 - Kultūras atšķirību pievilcība
 - Pazīstamais svešais
 - Centra punkta neesamība (gan ģeogrāfiski, gan kontroles ziņā – Internets)

COVID – katastrofa vai jaunās iespējas?

Radošās industrijas – Tūrisms

UNITED WORLD TRAVEL
ORGANIZATION –
www.unwto.org

Kultūras tūrisms kā zināšanu
un iespaidu pārdošanas
industrija

No 1970iem gadiem - daļa
cilvēku celo, lai labāk
izprastu ceļošanas mērķa
kultūru un kultūras
mantojumu

No 90iem gadiem to vairs
neuzskata par elitāro
tūrisma veidu, bet par masu
tirgus nodarbi ar izteiktu
specifiku

No 1950 līdz 2005 ceļotāju skaits pieaudzis
gandrīz 32 reizes un 2008 .g. Sasniedza 924
miljonus tūristu <http://www.unwto.org>

2018 – 1,4 billioni (ar pieaugumu 4%)

No tiem Eiropā 710 miljoni , 570 billioni Usd
apgrozījums (+5%)

COVID2020 – mīnus 44 % (aprīlī 97%)

1999.g. – 35% līdz 70% ceļotāju bija kultūras
tūristi

Kultūras tūrists kā īpašais tūrisma paveids, kur
kultūra ir vai nu tūristus piesaistošais faktors,
vai nu tās, kas motivē cilvēkus ceļot

Radošās industrijas – Tūrisms

Tūrisma attīstības matrica

Pasaules tendences tūrismā

Pieprasījuma pieaugums uz netradicionāliem braucieniem

Izglītojošā tūrisma attīstības straujie tempi

Pieprasījums pēc aktīvās atpūtas ekoloģiski tīrā un neaizskārtā dabā

Jaunās vērtības

Unikalitāte: vietas savdabīguma kapitalizācija; jaunās, uz pārdzīvojumiem atrodoties vietā bāzētas ekonomikas rašanās; spēle vēsturiskajā mantojumā; notikumu klāsts; kultūras specializācija

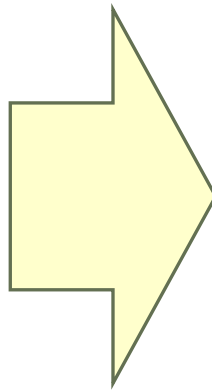
Ekoloģiskums: dabas vides saglabāšana

Jaunās tūrisma attīstības tehnoloģijas

Vietas savdabīguma kapitalizācija: vēsturiskās vides saglabāšana; radošo industriju attīstība; jaunās muzeju tehnoloģijas

Teritorijas apmeklēšanas motīvu veidošana: kultūrvēsturiskā mantojuma aktualizēšana, vietējo kultūras industriju konkurent spējas nodrošināšana

Cilvēku kapitāla kā viesmīlības resursa attīstība: kultūras identitātes saglabāšana; kultūras pakalpojumu pieprasījuma izaudzīnāšana; lojalitāte pret svešiem; svešvalodu zināšanas



Ceļošanas trendi

UNWTO; International
tourisms highlights
2019

56% ceļojuma mērķis ir
izklaide un atpūta

4 no 5 tūristiem ceļo pa
savu reģionu

Travel to change

- Dzīvot kā vietējie, pieprasījums pēc autencitātes un transformācijas

Travel to show

- Mirkļi priekš instagrame, pieredze un sasniegumi

Pursuit of healthy life

- Staigāšana, wellness and spa, sporta tūrisms

Rise of the access economy

Solo travel and multigenerational travel

- Iedzīvotāju novecošana, vientulība

Rising awareness on sustainability

- Zero waste, klimata izmaiņas, ekoloģija

Radošās industrijas – Tūrisms

Kultūras tūrisma negatīvas sekas:

- ✓ *Tūristu pārpilnība*
- ✓ *Atkarība no tūrisma*
- ✓ *Tūristu uzvedība*
- ✓ *Neplānota tūrisma infrastruktūras attīstība*
- ✓ *Ierobežots labuma guvēju loks*
- ✓ *Zūd kontrole pār kultūras vērtībām*
- ✓ *Objekta fizisks nolietojums*



Ilgspējība, vietējas specifikas saglabāšana

Kultūras tūrisma pozitīvas sekas:

- ✓ *Paaugstinās izpratne par svešām kultūras un kultūras mantojuma nozīmību un aizsardzību*
- ✓ *Iespējas attīstīt vietējo ekonomiku un infrastruktūru*
- ✓ *Tradicionālās kultūras atdzimšanas/ uzplaukums*
- ✓ *Palielinās iecietība pret svešo – gan tūristiem, gan vietējiem iedzīvotājiem*
- ✓ *Ienākumi var tikt investēti kultūras mantojuma saglabāšanā*

Ko no radošajām industrijām var noderēt tūrismā

Dažādas pieejas tūrismam

MĒRĶAUDITORIJA

Produkts/ objekts/
process, kas
varētu būt
piesaistošs visiem



Produkts, kas
varētu būt
interesants ļoti
šaurai, bet
uzticamai
mērķauditorijai



Ko no radošajām industrijām var noderēt tūrismā

Dažādas pieejas tūrismam

ILGTSPĒJA

Piedzīvojums

- sekundes
- stundas
- dienas

Process

- apgūšana
- relaksācija

!!! – uzbūves
iespējas un satelīta
pasākumi



Ko sagaida tūrists COVID laikā

Un kas viņš ir?

Cits tūrista profils, kas brauc uz Latvijas reģioniem

- Vietējais
- Ar naudu
- Savādāka motivācija

Citi standarti, bet ierastās gaidas

- informatīvais nodrošinājums
 - Dienu, nedēļas nogales, nedēļu piedāvājumi
 - Precīza informācija internetā – google maps, atvēršanas laiki, tālruņi utt
 - Personāls, kas grib iesaistīties
- infrastruktūras nodrošinājums
 - wc, stāvvietas, wifi, ēdināšanas vietas
- saturiskais nodrošinājums
 - Savādāks background un savādāks saturs
- Izklaidējošs nodrošinājums
 - Suvenīri
 - Pasākumi











Radošo
industriju
potenciāla
izmantošana
tūrismā

Par ko un ar ko mēs cināmies?

Mūsu konkurenti: No seriāliem
līdz spa meklējumiem

Mūsu mērķauditorija: ļoti plaša

Mūsu mārketinga rīki: paši
mūsdienīgākie

Mūsu specifika – kaut kas īpašs.



MONA LISA

LEONARDO

(1503)

«L.H.O.O.Q.»,

MARCEL DUCHAMP

(1919)

No mākslas uz ...masku







Nobeigumā

*Objekti nekustās paši
par sevi!*

I.Newton

1. Apzināties esošos resursus
 - Materiālo un nemateriālo resursu kartēšana
 - Esošā infrastruktūra un tās izmantošanas iespējas
 - Atbalsts no pašvaldības un vietēja biznesa
 - Personāla kapacitāte
2. Apzināties vietējo un ārzemju praksi
 - UNWTO pētījumi
 - Google Jums palīdzībā!
3. Noteikt savu specifiku
 - Unikāls produkts
 - Unikāls piedzīvojums
 - Ļoti šaura, bet interesanta niša
4. Apzināties potenciālās mērķauditorijas
 - Sociodemogrāfiskus parametrus
 - Maksātspēju
 - Psihogrāfiskus parametrus
 - Pieejamus un uzticamus mārketinga kanālus



This programme is funded
by the European Union



Paldies par uzmanību!

ENI-LLB-1-108 “PROMOTING PRESERVATION,
AVAILABILITY AND DEVELOPMENT OF INTANGIBLE
CULTURE AND LOCAL HISTORY HERITAGE
IMPROVING SUSTAINABLE CULTURE TOURISM
COMPETITIVENESS IN LATVIA, LITHUANIA AND
BELARUS” / “REDISCOVER THE ROOTS OF
REGIONS”

A decorative graphic in the bottom right corner consisting of several overlapping, curved shapes in orange, green, and blue, creating a sense of movement and depth.