

Kultūras tūrisma attīstība – kas mainījies gada laikā?



Latvijas tūrisma mērķa tirgi



Latvijas tūrisma mērķa tirgi un pamatuzdevumi



Ārvalstu mērķa tirgi:

- Augsti prioritārie (Lietuva, Igaunija, Somija, Zviedrija, Krievija, Vācija)
- Prioritārie* (Norvēģija, Dānija, Lielbritānija, Itālija, Spānija, Nīderlande)
- Sekundārie* (pārējās Eiropas valstis)
- Perspektīvie (ASV, Japāna, Indija, Ķīna)

Vietējais tirgus

- Latvijas tūrisma produktu ar augstu eksporta potenciālu attīstīšana
- Viesmīlības un kvalitātes līmeņa paaugstināšana



Tūrisma produkti un to virzīšana tirgū

Latvijas tūrisma produktu attīstība:

- Transit brake
- Rīga+
- Latvija
- Latvija + Baltija
- Latvija + Baltija + Krievija/Skandināvija



Tūrisma produktu pamatvērtības:

- Kvalitāte
- Ilgtspējība
- Augsta pievienotā vērtība
- Individualizācija
- Iesaiste un pieredzes gūšana



Tūrisma produkti (resursi):



- Kultūra
- Daba
- Produkti ar augstu pievienoto vērtību:
 - Medicīnas,
 - Veselības,
 - Darījumu,
 - Sporta tūrisms

Kultūra



- Arhitektūra, kultūrvēsturiskais mantojums, tradīcijas, kulinārija, amatniecība, pirtis, lietišķā māksla un dizains, pasākumi ...
- Autentiska, sadzīviska kultūru komunikācija

Latvijas tūrisma tēla platforma



Mēs solām Latvijas apmeklētājam:



Latvija ir vieta, kurā, tūristam atbraucot,
ir iespēja **mainīt** savas **dzīves tempu, izbaudīt**
nesteidzīgu un niansētu atpūtu,
kas ļauj **iegūt jaunu pieredzi,** rast **harmoniju**
un **atklāt** patiesās **vērtības!**

Nesteidzīga atpūta Latvijā:



- Ir uzaicinājums uzturēties Latvijā ilgāk un atgriezties
- Ir saturīgs laika piepildījums, kas neļauj braukt prom
- Ir veids, kādā var sajust vērtīgākās lietas Latvijā
- Ir produkts, ko ražo Latvijas tūrisma nozare

Latvijas tūrisma tēls un logo



Zīmola izmantošanas piemēri / iespējas



- Stāsti un suvenīri
- Informatīvajos materiālos
- Logo un grafisko elementu pielietošanas vadlīnijas lejupielādēt iespējams:
<http://www.latvia.travel/lv/brand-download>
- Informācijas iegūšanas iespējas www.tava.gov.lv



Kultūras tūrisma iespējas



Praktiski sadarbības piemēri



- Pasākumu apkopojums un 2011. gada [TOP](#) pasākumu atlase
- Produktu attīstības mācības nozarei
- Informatīvie materiāli
- LIVE RIGA aktivitātes

Praktiski sadarbības piemēri

- Darba semināri un prezentācijas tirgos
- Žurnālistu vizītes
- Baltijas kultūras portāls
- Izstādes







Ierobežojošie faktori



- Valodu zināšanas
- Informācija svešvalodās un interneta vidē
- Motivācija ieviest jaunus, ārzemju tūristam domātus pakalpojumus
- Prioritāšu un investīciju trūkums

Iespējas



- Mārketinga pētījumi
- Maršrutu modulis
- Iesaistīšanās reģionālu kultūras tūrisma produktu veidošanā
- Mērķa tirgu interesei pielāgoti tūrisma produkti
- Sadarbība ar tūrisma pakalpojumu pārdevējiem
- Tūristu plūsmas uzskaite (TIC)

Lielās iespējas

- Rīga, Eiropas kultūras galvas pilsēta 2014



Kultūru saskarsme tūrismā!

