

Lauku tūrisma uzņēmēju gada aptauja

Latviešu ▾

Laiks: 2011

Aptauja: telefoniski, semināros un internetā

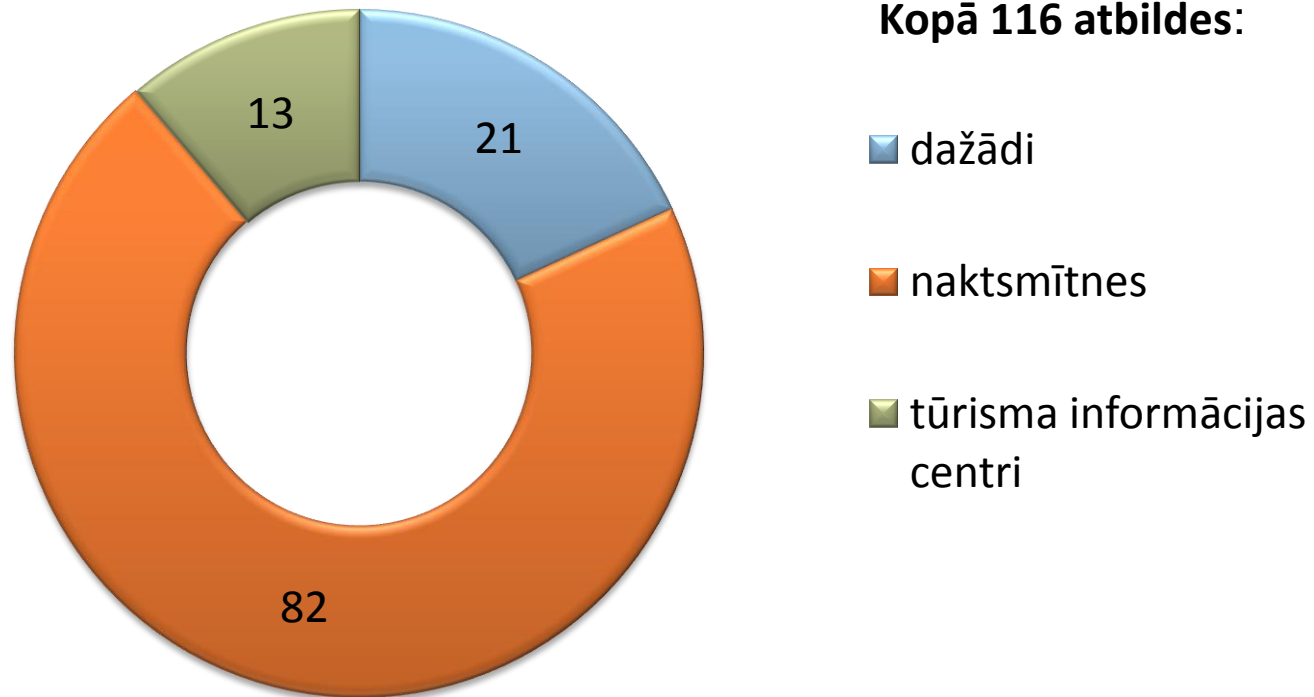
<http://serv.celotajs.lv/qst/survey/rtbusiness/>

Mērķis: iegūt 2011. gada novērtējumu salīdzinājumā ar 2010. gadu



Antra Damberga, 15.11.2011., Asociācijas kopsapulce

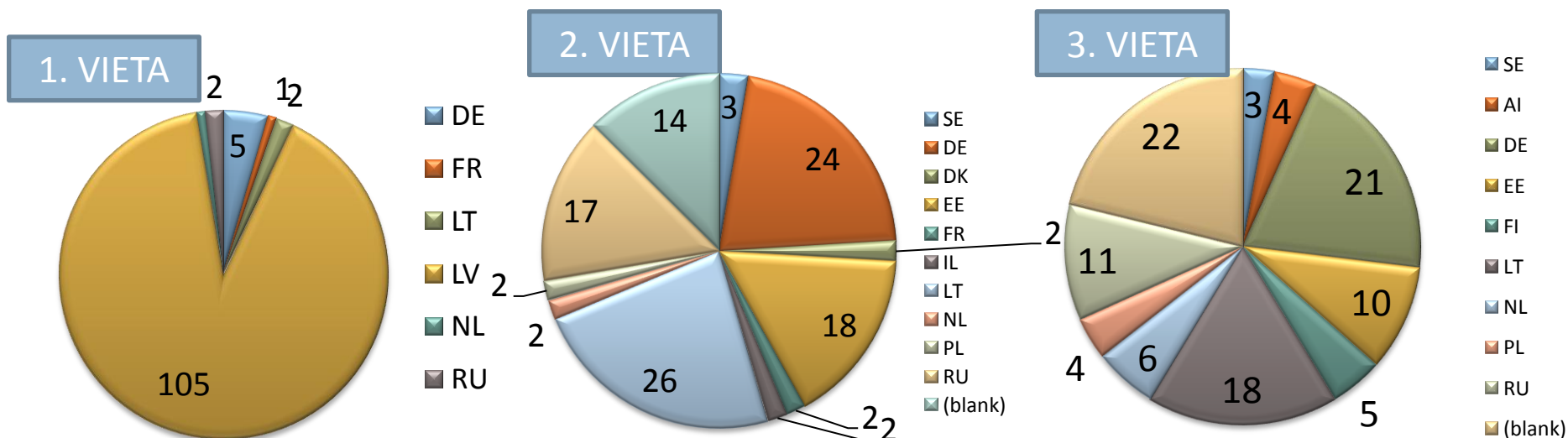
APTAUJAS RESPONDENTI



Dažādi: Amatnieku saimniecība, Atpūtas komplekss, Apskates saimniecības un objekti, Ēdināšanas uzņēmumi, Gida pakalpojumi, Muzeji, Mini zoo, Zirgu sēta, zirgu noma, Telšu un atpūtas vietas pie ezera.

NO KĀDĀM VALSTĪM IR JŪSU KLIENTI?

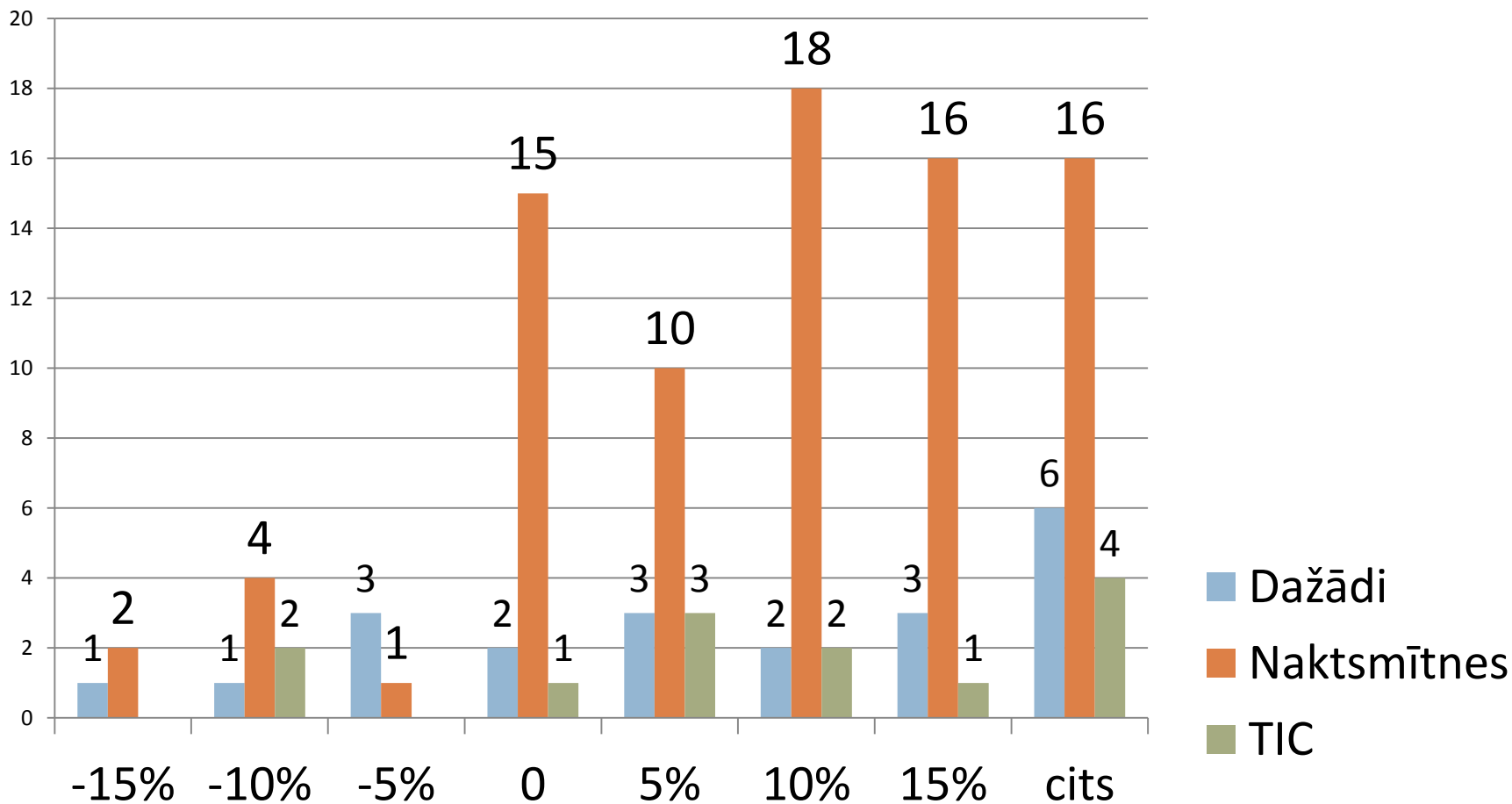
1. 70-95% Latvija (105 atbildētāji)
2. 20-30% Lietuva (26 atbildētāji)
3. 3-10% Vācija (21 atbildētājs)
4. Krievija, Igaunija, Zviedrija



- vācieši vairs nespēj rezervēt, jo krievi rezervē ļoti laicīgi
- rezervācijas no Krievijas uz vairākiem mēnešiem

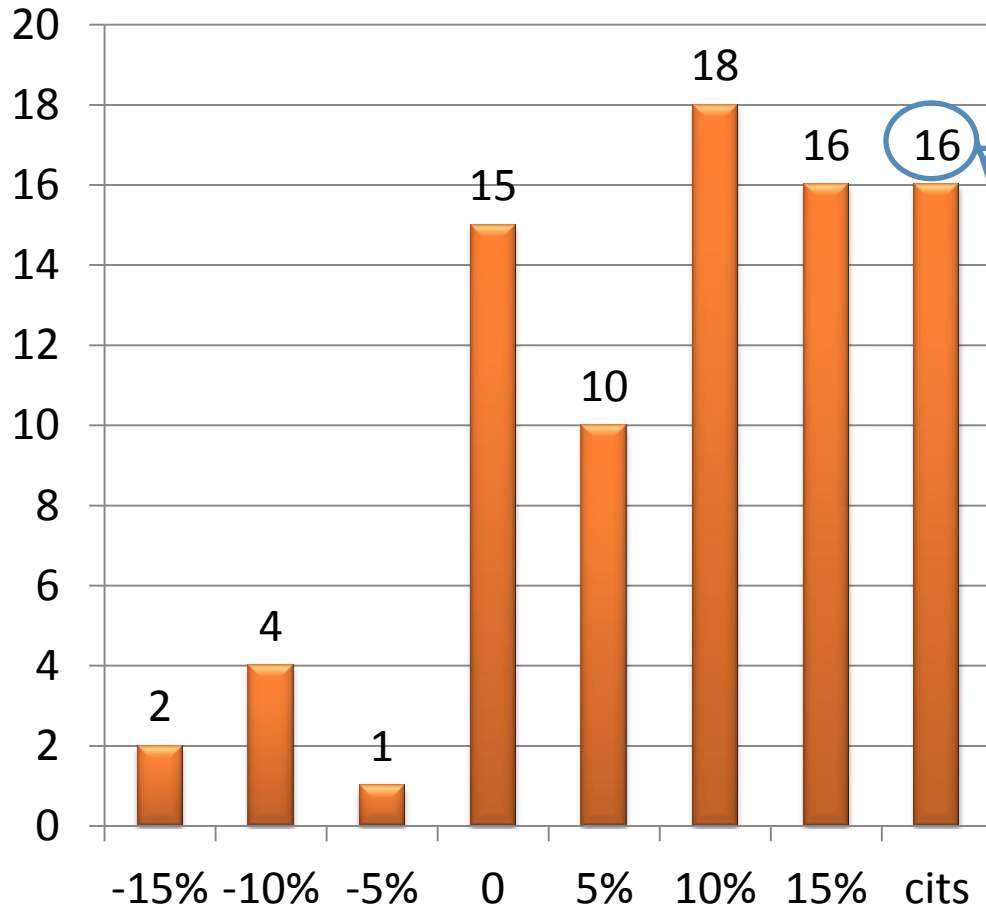
TŪRISTU SKAITA IZMAIŅAS VASARA 2011 PRET 2010

NAKTSMĪTNES, TIC, AMATNIEKI, MUZEJI, APSKATES SAIMNIECĪBAS, UTT.



NAKTSMĪTNES:

TŪRISTU SKAITA IZMAIŅAS VASARA, 2011 PRET 2010



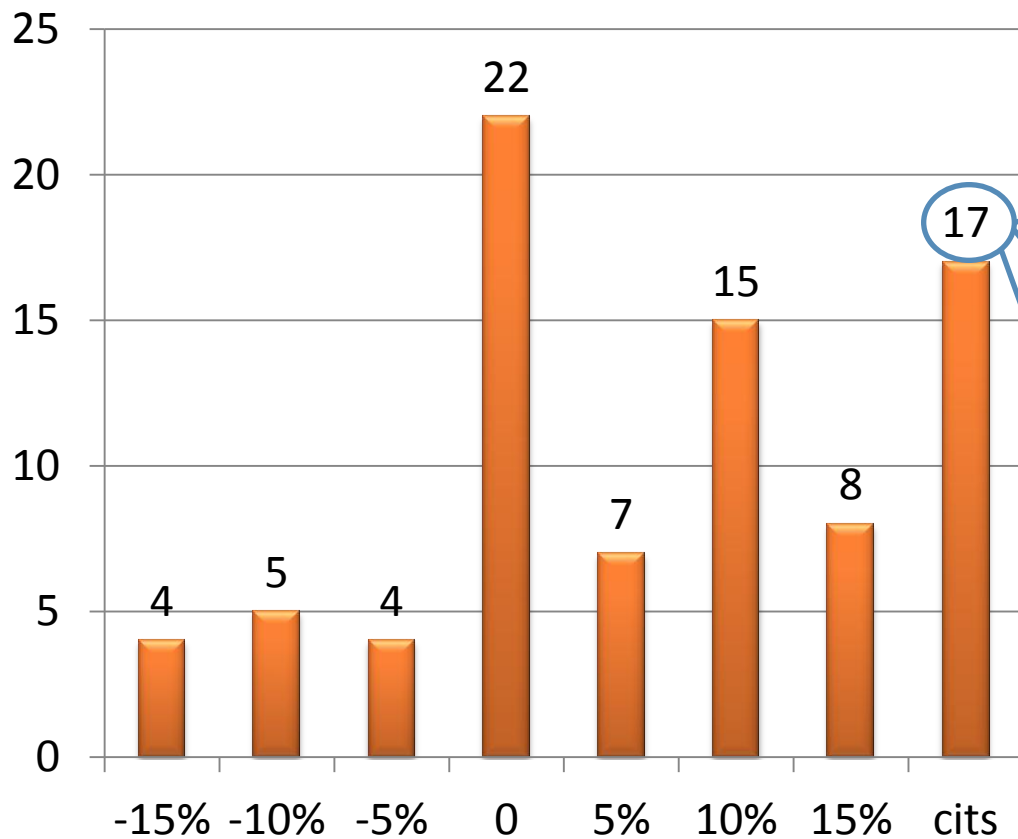
+20% – 35%	5
+50%-70%	4
noslogojums 100%	1

-20%-30%	3
30% no 2008 gada	1
Latvieši - 20%	
mazāk	1

pirmā sezona	1
--------------	---

NAKTSMĪTNES - LATVIJAS KLIENTI

TŪRISTU SKAITA IZMAIŅAS VASARA, 2011 PRET 2010



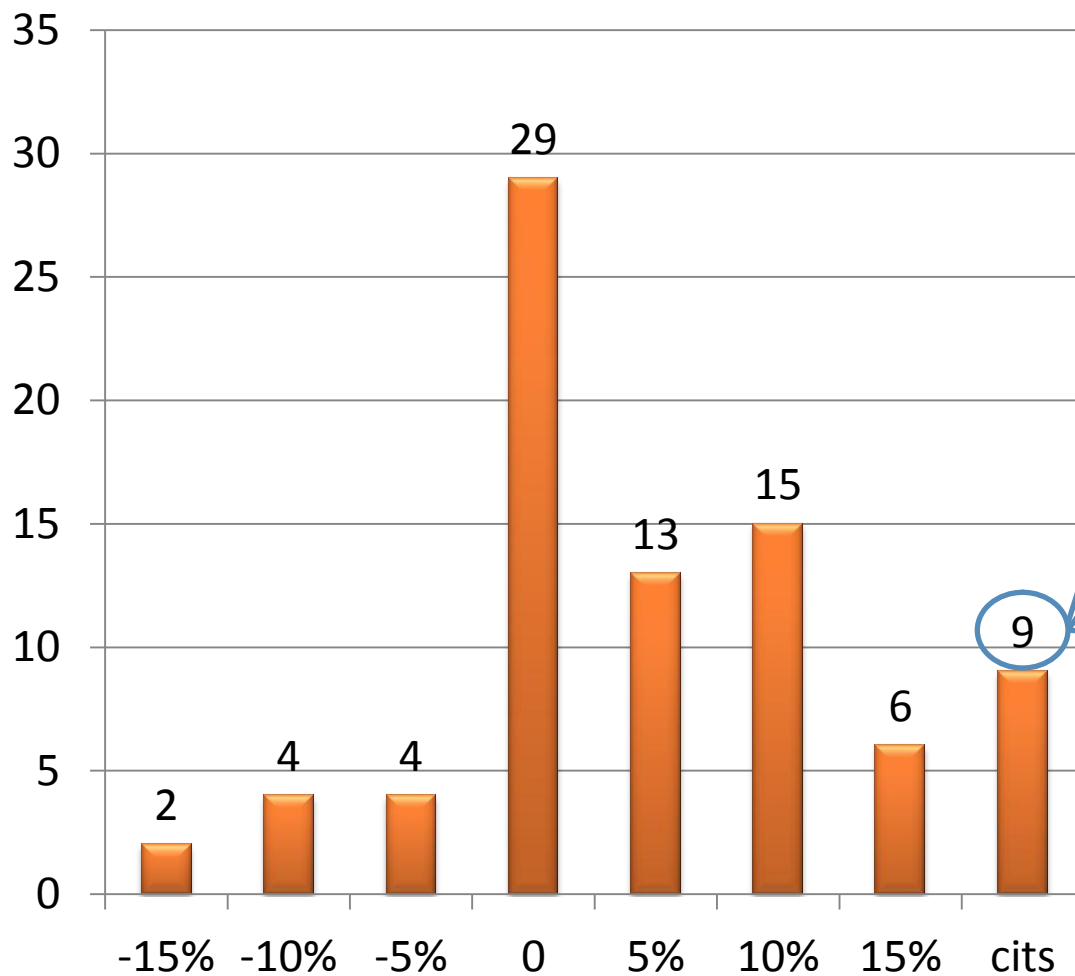
latvieši, kas strādā ārzemēs (+2%)	1
+7%	1
+20%-30%	3
+30-40%	2

-20% - 30%	3
-50%	1
-90%	1

Dēļ korporatīviem pasākumiem krīze nav jūtama	1
Pirmā sezona	1
Nav atbildes	3

NAKTSMĪTNES – ĀRVALSTU KLIENTI

TŪRISTU SKAITA IZMAIŅAS VASARĀ, 2011 PRET 2010



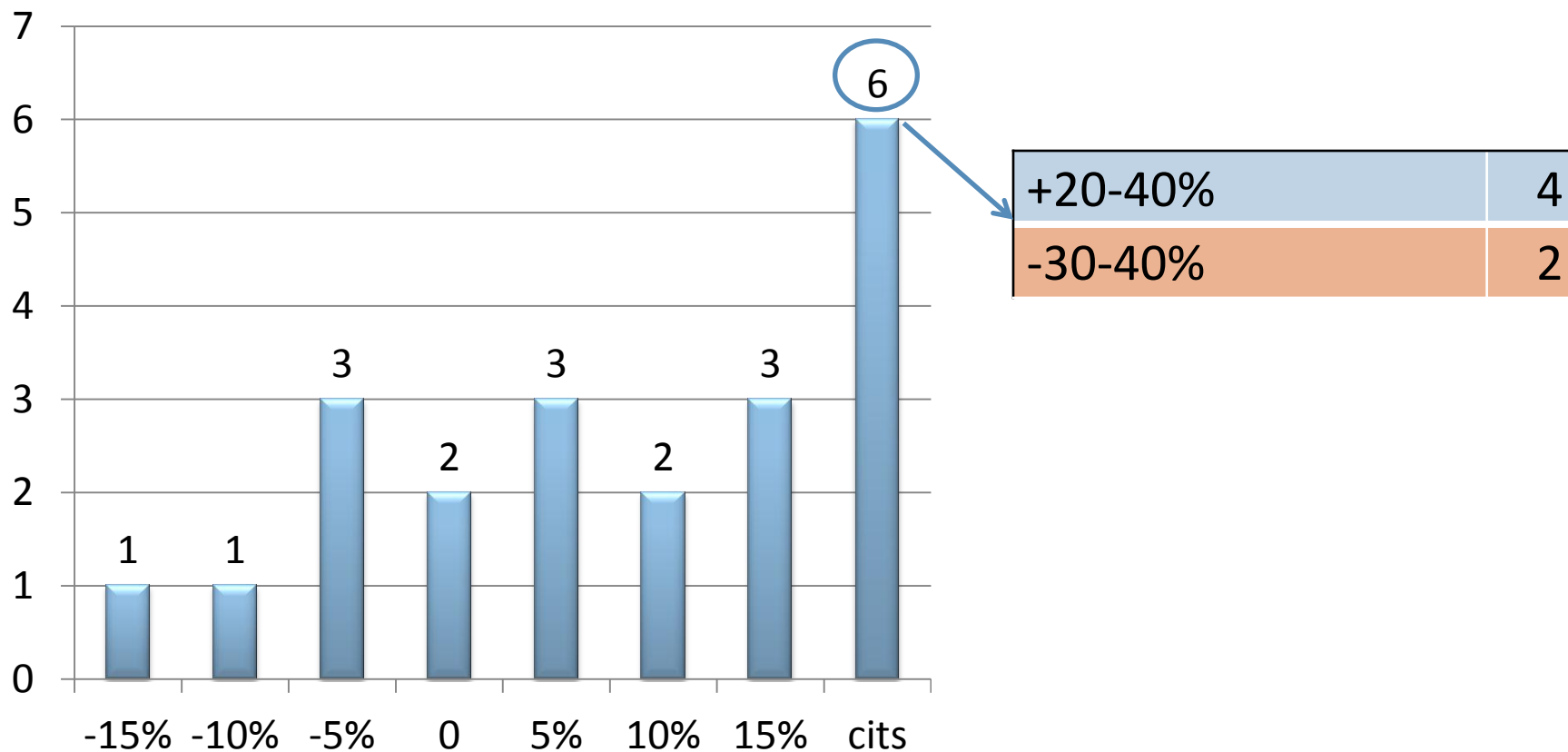
1%	1
+20%	3
30-40%	1
+90% (Lietuva)	1

-20%	1
------	---

Pirmā sezona	1
Nav ārzemnieku	1

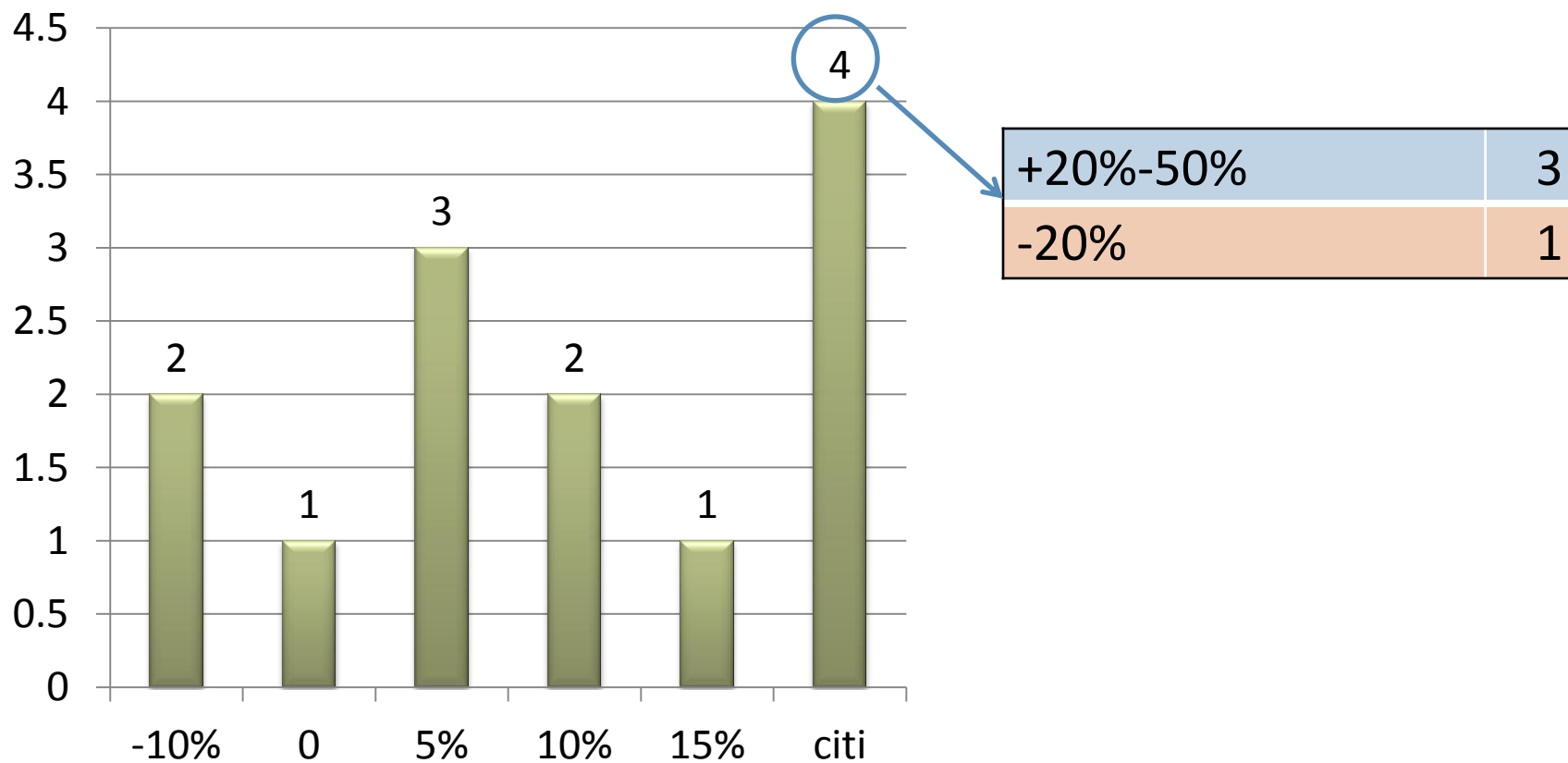
APSKATES SAIMNIECĪBAS, MUZEJI, CITI OBJEKTI:

TŪRISTU SKAITA IZMAIŅAS
MAIJĀ – SEPTEMBRĪ, 2011 PRET 2010



TŪRISMA INFORMĀCIJAS CENTRI:

TŪRISTU SKAITA IZMAIŅAS
MAIJĀ – SEPTEMBRĪ, 2011 PRET 2010

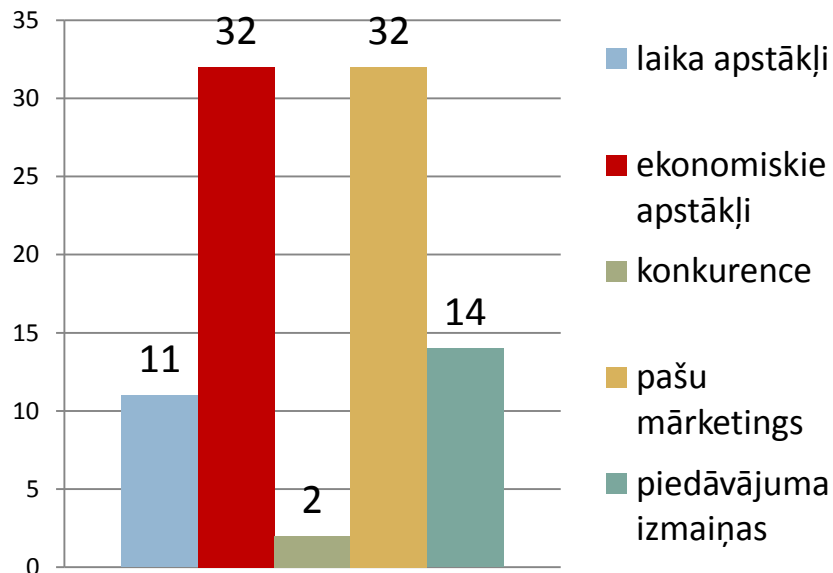


IEMESLI APMEKLĒJUMA PIEAUGUMAM

1. Pašu mārketingu + ekonomiskie apstākļi

2. Piedāvājuma izmaiņas/laika apstākļi

3. Konkurence



CITI IEMESLI:

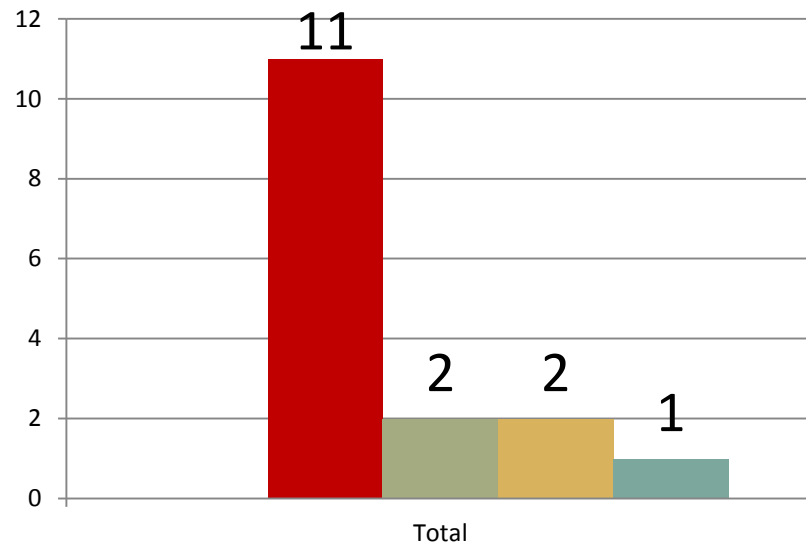
- Atpazīstamība
- Bijušie klienti
- Ceļo vairāk pa Eiropu
- Izmantojam starptautisko rezervēšanas sistēmu
- Krīze Ziemeļāfrikā, līdz ar to slēgti nozīmīgi tūrisma reģioni
- Labas iestrādes
- Mazāk korporatīvo pasākumu, bet daudz lielas privātas kompānijas
- Vīzu atvieglojumi Krievijai
- Cilvēki atkal uzdrošinās tērēt

IEMESLI APMEKLĒJUMA SAMAZINĀJUMAM

1. **Ekonomiskie apstākļi**
2. Konkurence/mārketings
3. Piedāvājuma izmaiņas

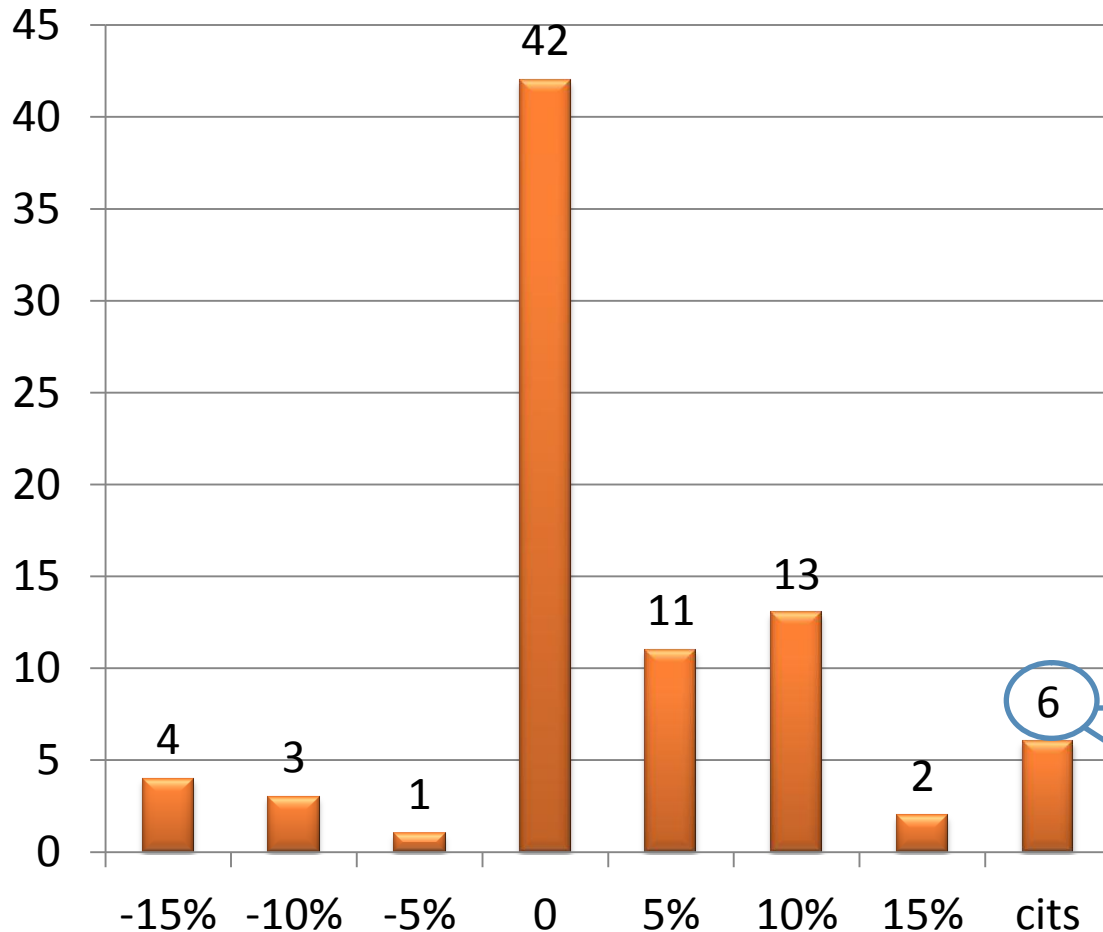
CITI IEMESLI:

- Nevar konkrēti nosaukt, visi faktori kopā
- Novecojis piedāvājums



KĀ MAINĪJIES PIEPRASĪJUMS – ATPŪTA UZ NEDĒĻU?

NAKTSMĪTNES:

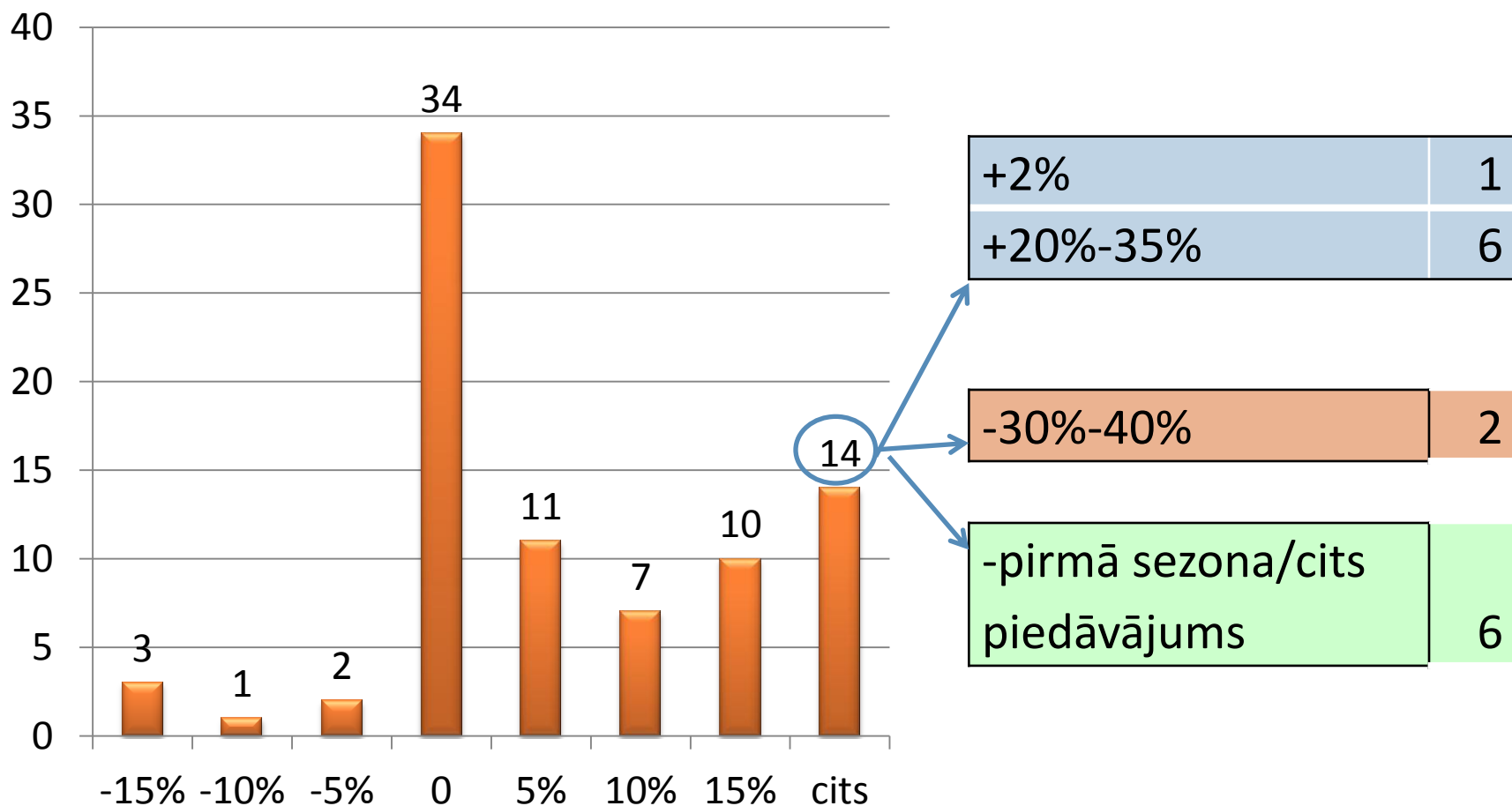


+30% (kemperi)
Visvairāk rezervē no
Krievijas uz
vairākiem mēnešiem

pirmā sezona

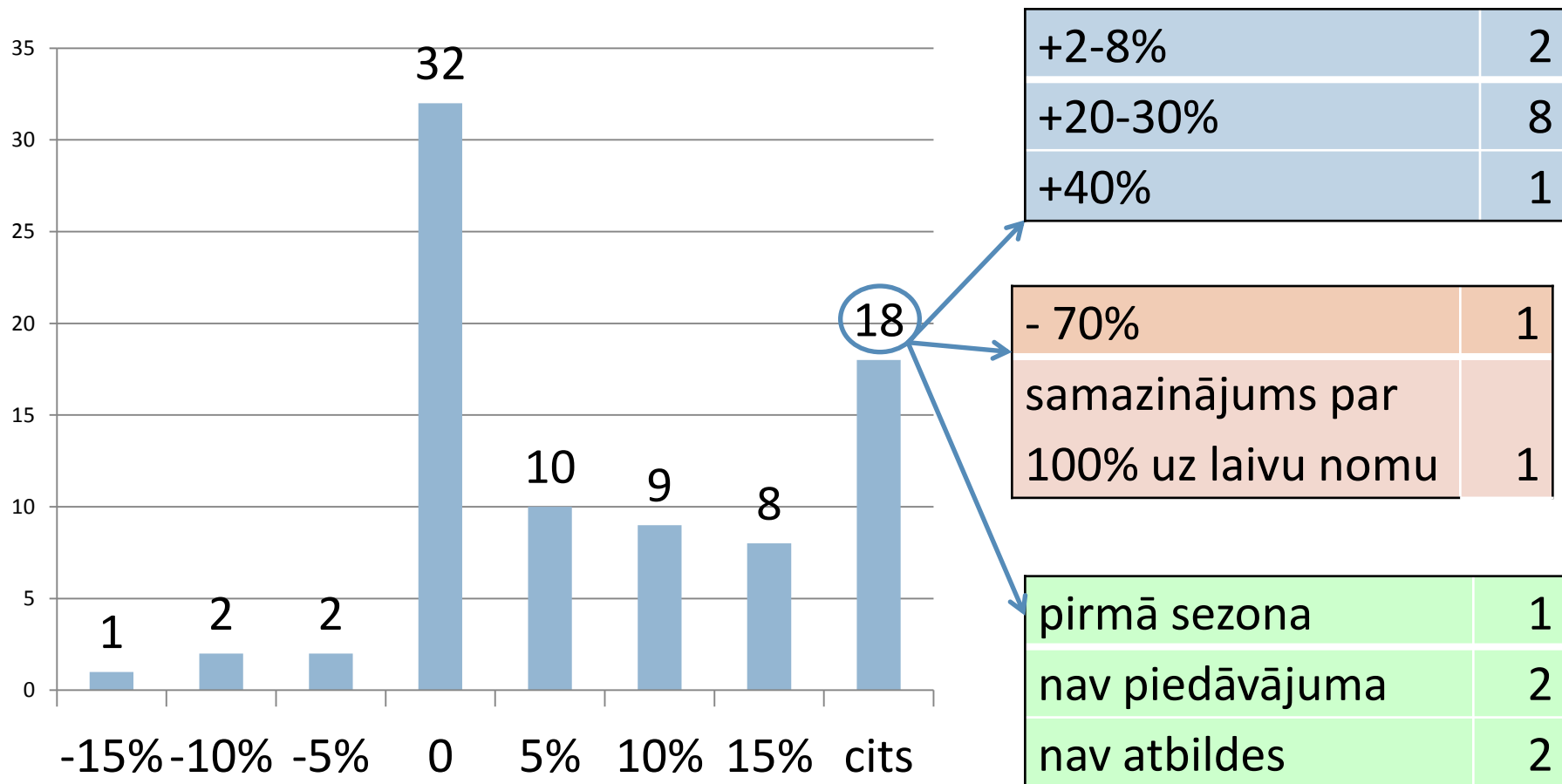
KĀ MAINĪJIES PIEPRASĪJUMS – ATPŪTA NEDĒĻAS NOGALĒS?

NAKTSMĪTNES:



PIEPRASĪJUMS PĒC SPECIALIZĒTIEM PRODUKTIEM

NAKTSMĪTNES:



PIEPRASĪTĀKIE SPECIALIZĒTIE PRODUKTI

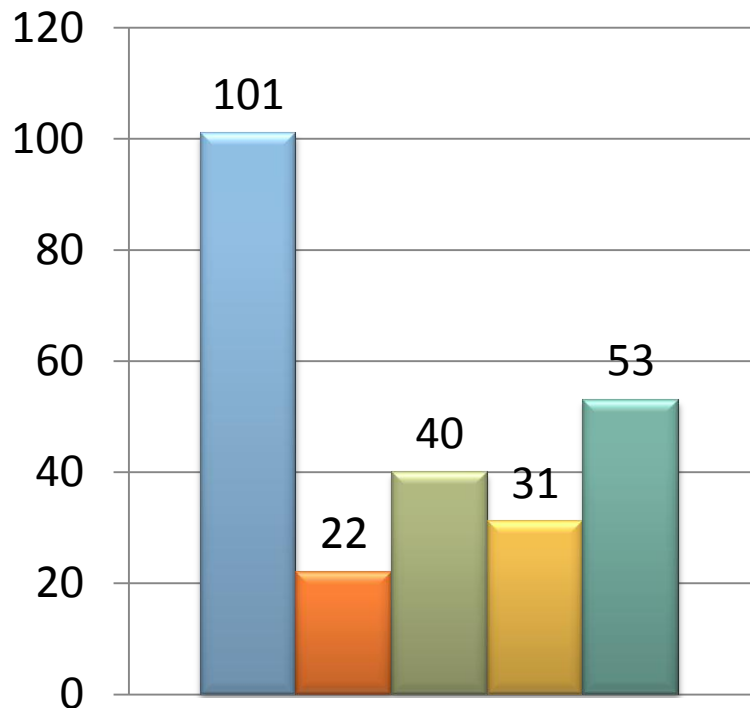
NAKTSMĪTNES:

Pirts (lauku, melnā, ar baseinu)	13
Kāzu svinības	6
Pirtnieka pakalpojumi	5
Svinības	4
Laivas, makšķerēšana	4
SPA, masāža	3
Dabas tūrisms	3
Riteņbraukšana	3
Ekskursijas pa apkārtni	3

TIC:

Aktīvais tūrisms	4
Dabas tūrisms	3
Maršruti	1

KAS VISVAIRĀK PALĪDZ PIESAISTĪT KLIENTUS?



- klientu atsauksmes
- sociālie tīkli
- reklāmas medijos
- Lauku ceļotājs
- pašu mājas lapa

Sakari un sadarbība: - Iesaka sadarbības partneri, Komisijas maksa citiem uzņēmumiem par klientu piesaisti, Atgriežas lielās firmas

Piedāvājums: - Nemainīga kvalitāte, Lielais guļu skaits, piedāvājumu klāsts

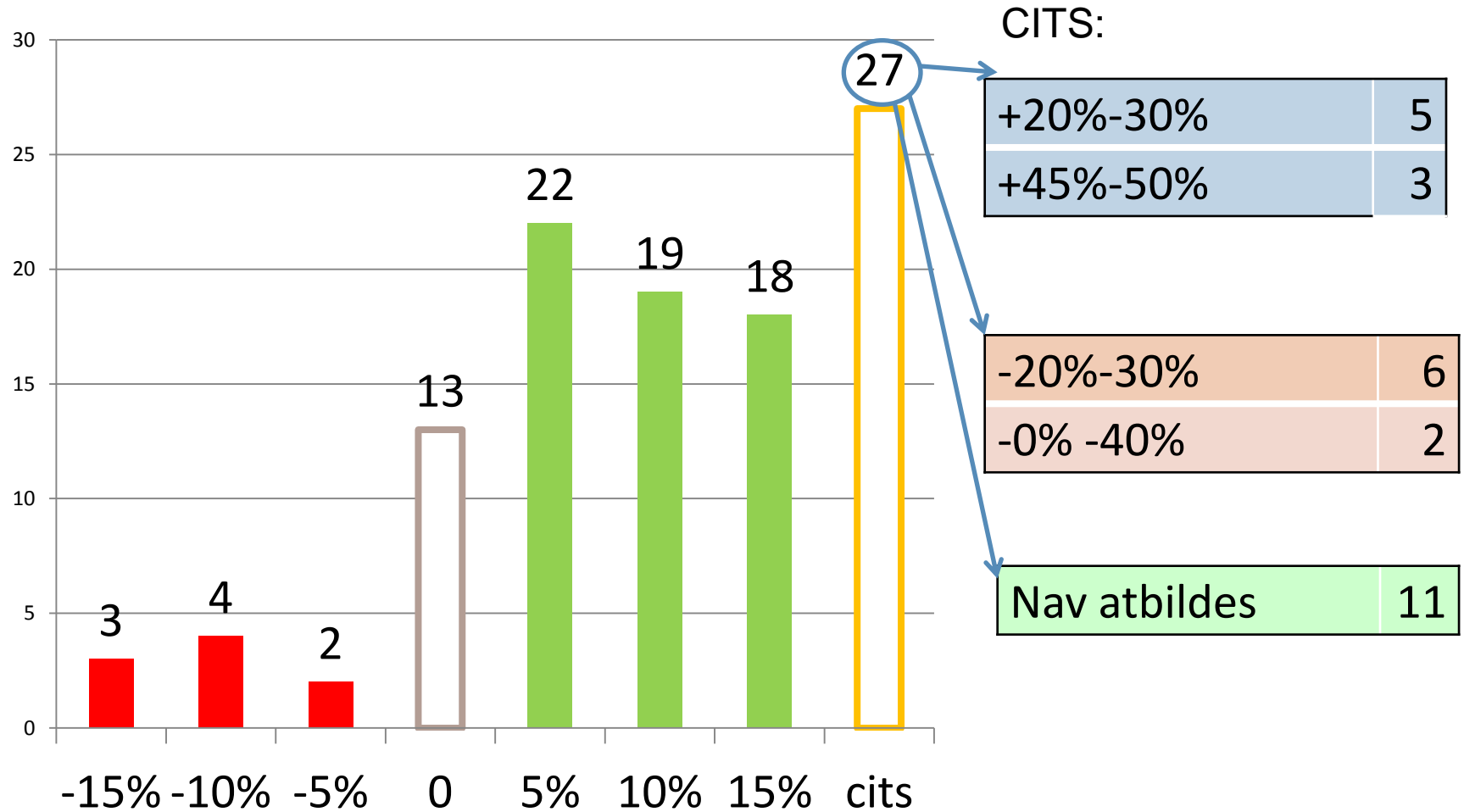
Cenu politika: - Akcijas, atlaides darbadienās

Pašu materiāli: - Reklāmas bukleti un plakāti

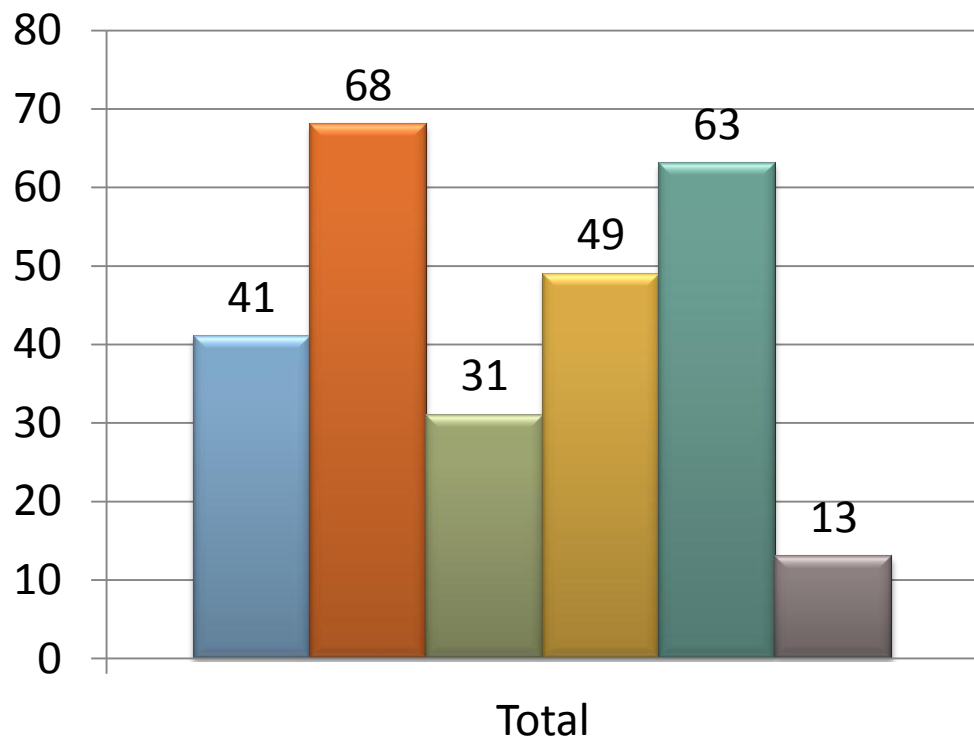
Reklāma: - Ceļveži kemperiem (NL), kartes, Darbs izstādēs Latvijā, Igaunijā, Lietuvā, Slavenu cilvēku intervijas, Pašu mārketing- sūta piedāvājumus bērnodārziem, skolām, bijušiem klientiem

Internets: - Google, - Viss.lv; perkamkopa.lv; preces.lv, Twitter, www.fewo-direkt.de, - Reklamēšanās ārzemju portālos un medijos - Francijā, Vācijā, Itālijā, Anglijā

PROGNOZES 2012. GADAM PRET 2011.



KO VISVAIRĀK VĒRTĒJAT ASOCIĀCIJAS DARBĀ?



- lobijs likumdošanā
- mārketinga izdevumi
- Interneta lapas uzturēšana
- semināri, www.macies.celotajs.lv
- lauku tūrisma popularizēšana
- piederības sajūta organizācijai

Citas atsauksmes:

Pozitīvas atsauksmes

- Informācija par notiekošo
- Konsultācijas, problēmu risinājumi
- Nopietnākais spēlētājs Latvijas tūrisma nozarē, darba organizācijā un politikā
- Personīgs , konsultācijas
- Jaunu produktu veidošana, projektu realizācijā iesaistot visus reģionus, ikvienu biedru.
- Paldies, malači!
- Sabiedrības domas veidošana

Neitrālas atsauksmes

- Ne pozitīvi, ne negatīvi, strādā tikai ar "lielajām " saimniecībām

Kritika

- Nav īpaši apmierināts ar LC darbu
- Komunikācija
- Gada laikā no LC neesmu saņēmis ne vienu tūristu

IETEIKUMI ASOCIĀCIJAS DARBĪBAI

Uzņēmējdarbība:

- Aktīvāk jāiesaistās uzņēmējdarbības vides un nozares likumdošanas sakārtošanā.
- Vairāk jāziņo par likuma izmaiņām un projektu pieejamību.
- Veiksmīgai mūsu lauku tūrisma mītnes attīstībai visvairāk traucē nesaprātīgas likuma normas, birokrātija u.tml. jautājumi, kas saistīti ar valsts iestāžu darbu/bezdarbību.

IETEIKUMI ASOCIĀCIJAS DARBĪBAI

Apmācība & informācija:

- Semināri, savstarpēja pieredzes apmaiņa, tematiskas aktualitātes 1X ceturksnī .
- Projekti ar apmācību, labās pieredzes elementiem ne tikai asociācijas biedriem.
- Ir tikai viena konference, pie tam par pārāk globālām tēmām.
- Dot ieteikumus par aktuālāko tūrismā tendencēs: produktu izvēlē, komforta līmeņa ziņā, u.c.

IETEIKUMI ASOCIĀCIJAS DARBĪBAI

Mārketings:

- Amatnieku popularizēšana
- Aicināt viesu namus reklamēt arī tuvākos apskates objektus
- Ziemas aktivitāšu piedāvājuma apkopojums
- Statistika par viesu mājas profila apmeklējumu www.celotajs.lv gada laikā
- Dot vairāk mārketinga idejas
- Izveidot iespēju www.celotajs.lv pašiem mainīt naktsmītnes piedāvājumus
- Jādomā vairāk par klientu piesaisti no Igaunijas, Lietuvas, Krievijas
- Norādīt naktsmītņu un pakalpojumu GPS koordinātas
- Lielāka palīdzība klientu piesaistei, it sevišķi attālākajos lauku reģionos, mazām viesu mājām.
- Pieprasīt informāciju, kas būtu noderīga asociācijai, lai piesaistītu mums klientus
- Popularizēt aktīvo tūrismu
- Vairāk informēt par savu darbību
- Vairāk izplatīt informāciju pa rajoniem
- Vairāk reklāmas!

IETEIKUMI ASOCIĀCIJAS DARBĪBAI

Sadarbība:

- Veidot iespējamo reģionālo sadarbību aktīvās tūrisma sezonas laikā.
- Jāveido mazākas „šūniņas” pēc profila (asociācija ir ļoti plaša, viens otru nepazīst)
- Nepāriet uz bezpersonisku informācijas nodošanu, bet saglabāt atpazīstamu personas komunikāciju.
- Kopīgi pasākumi, saikne starp asociācijas biedriem.
- Jāturpina iesāktais un tūrisma uzņēmēju "kopienas" stiprināšana.

SECINĀJUMI:

1. Tūristu skaitam tendence pieaugt, taču ir gan ekstrēmi kritumi, gan kāpumi. Izskaidrojums?
2. Gan pieauguma, gan krituma galvenais iemesls – ekonomiskā situācija? 😊)
3. Intensīvs un mūsdienīgs mārketingš kvalitatīvam piedāvājumam palīdz piesaistīt klientus arī krīzes apstākļos.
4. Novērojums – netiek celtas cenas
5. Pozitīvs skatījums uz nākotni

PALDIES, LAI VEICAS!



Kalnciema 40, Rīga, tel.+371 67617600

lauku@celotajs.lv www.celotajs.lv