

Latvijas tūrisma piedāvājums ienākošo tūrisma operatoru darbā

Ēriks Lingeberziņš
ALTA / Balticvision Riga
Liepāja, 13.02.2024

Interreg



Co-funded by
the European Union

Central Baltic Programme

Projekts: Baltijas dabas tūrisms
Apvienotās Karalistes mērķa tirgus apgūšana (CB0100030)

NAT-TOUR-EXPO

❗ This activity was supported as part of CB0100030, an Interreg Central Baltic Programme 2021-2027 project co-funded by the European Union.

Šis ir tikai viens redzējums...

- ECTAA (ALTA) tirgus tendenču novērojumi
- *Travel agency summit* secinājumi (2023)
- WTM London darījumu tikšanās secinājumi
- UNWTO tūrisma barometrs un aktuālā tūrisma statistika
- ...



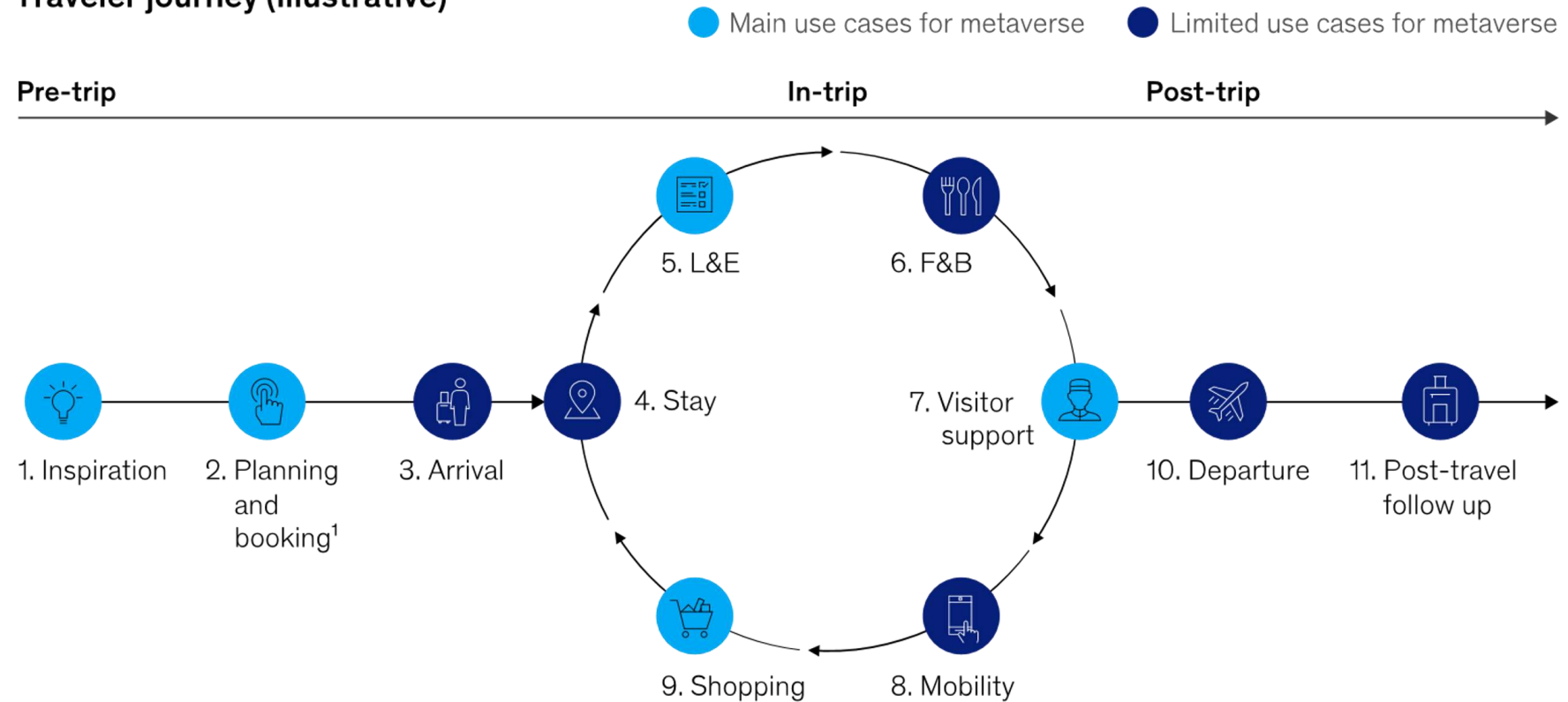
- 2020.gads un «**jaunais normālais**» :

(tuvie galamērķi, *once in a lifetime journeys*, kultūras jēdziena paplašināšanās, ilgtspēja un tās cena, virtuālie pasākumi)

- **Grupu** ceļojumi – liela tēma ar dažādiem viedokļiem (lokālā un globālā perspektīva / paaudžu paradumu pārmaiņas / kombinētie risinājumi)
- **Drošība** (safety & security) – fiziskā, vides, tehnoloģiskā, ekonomiskā, ģeopolitiskā, u.c.
- **VR** un **AR** aizstās fizisku ceļošanu, kļūstot pieejamākiem risinājumiem virtuālai realitātei un *metaverse* risinājumiem.

The main use cases for tourism in the metaverse lie in pre-trip and in-trip steps of the traveler journey.

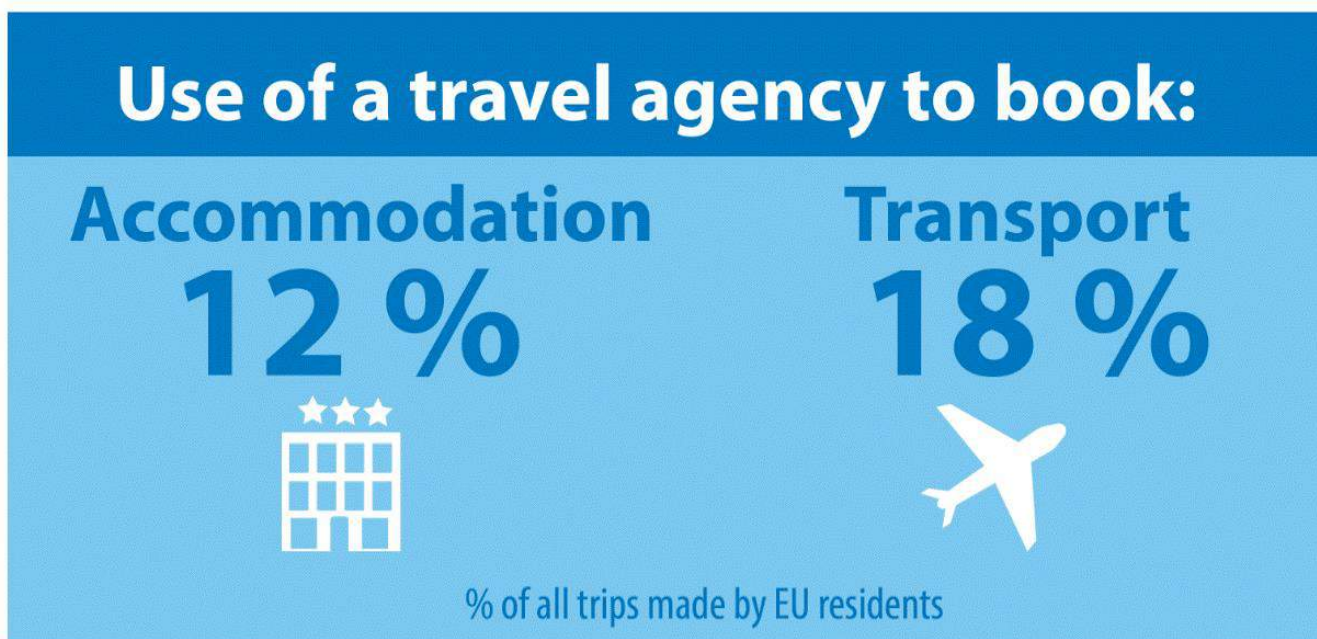
Traveler journey (illustrative)



¹Including events booking, F&B booking, etc.

Kompleksie ceļojumi / t.s. grupas

- Komplekso ceļojumu īpatsvars Eiropā pēdējo 10 gadu laikā ir samazinājies no 23% līdz 9%

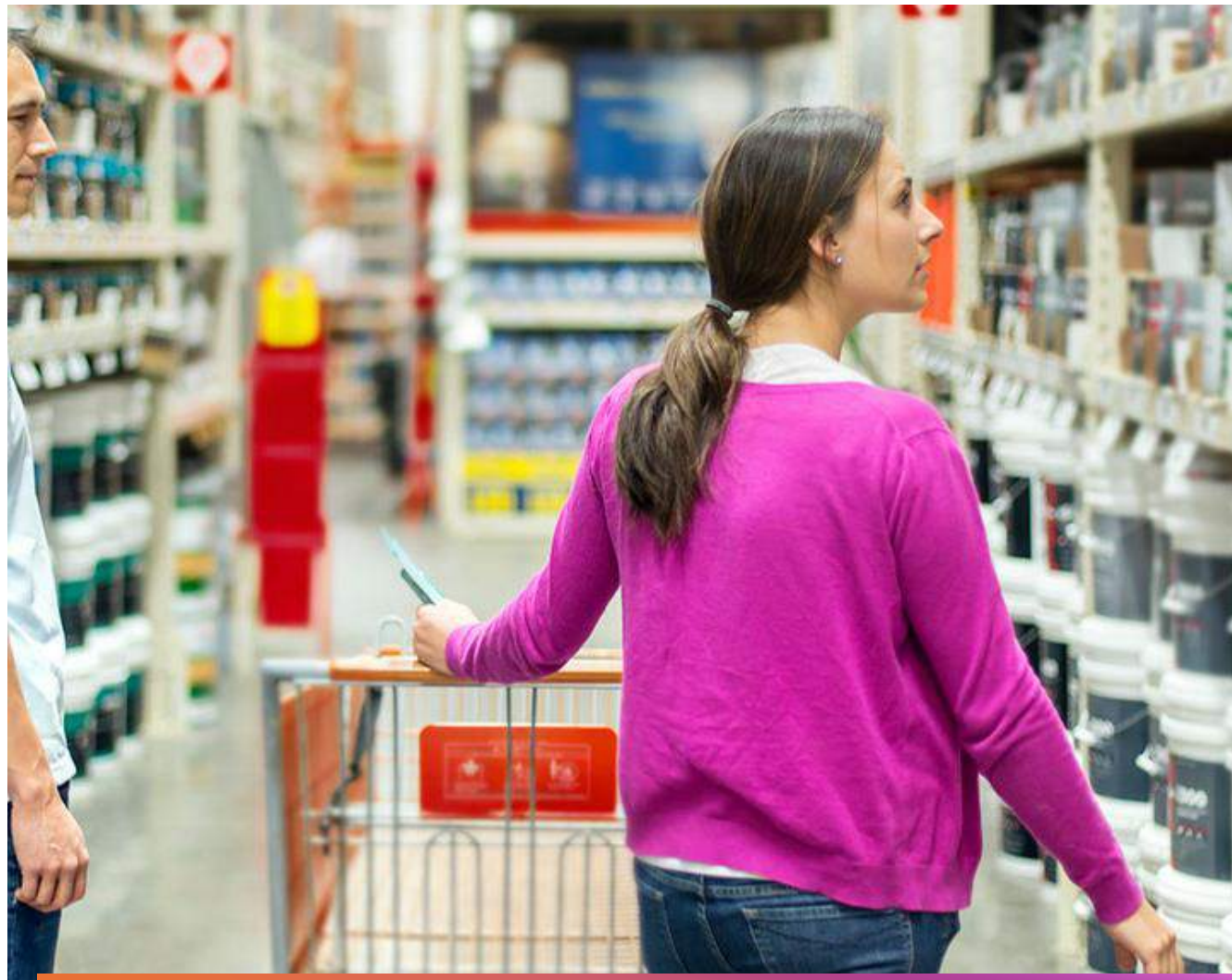


Data for 2017.

EU excluding the UK since data not available.

DIY

- Tomēr tas nenožīmē, ka ir sašaurinājies pakalpojumu grozs ceļojuma laikā – pakalpojumu ir kļuvis vairāk, mainījies «komplektētājs»



Kompleksie ceļojumi

- Tūrisma operatoru un OTA biznesa produkts (joprojām)
- 74 miljardi EUR apgrozījums (24 miljardi Eiropā)
- Latvijas tūrisma pakalpojumu (kopējā) vērtība ir ~2 miljardiem EUR gadā

In 2022 major markets in the Tour Operator Industry were:

 Germany

 United Kingdom

 France

 Italy

 Sweden

 Netherlands

 Poland

 Spain

 Belgium

 Denmark



MARCH-OCTOBER 2024 8 DAYS/7 NIGHTS

DATES:

GBH01: 24.03-31.03.24 GBH18: 21.07-28.07.24
GBH05: 21.04-28.04.24 GBH19: 28.07-04.08.24
GBH07: 05.05-12.05.24 GBH20: 04.08-11.08.24
GBH08: 12.05-19.05.24 GBH21: 11.08-18.08.24
GBH09: 19.05-26.05.24 GBH22: 18.08-25.08.24
GBH10: 26.05-02.06.24 GBH23: 25.08-01.09.24
GBH11: 02.06-09.06.24 GBH24: 01.09-08.09.24
GBH12: 09.06-16.06.24 GBH25: 08.09-15.09.24
GBH13: 16.06-23.06.24 GBH26: 15.09-22.09.24
GBH14: 23.06-30.06.24 GBH27: 22.09-29.09.24
GBH15: 30.06-07.07.24 GBH28: 29.09-06.10.24
GBH16: 07.07-14.07.24 GBH29: 06.10-13.10.24
GBH17: 14.07-21.07.24 GBH30: 13.10-20.10.24

PACKAGE PRICES PER PERSON:

EUR 795.00 (DOUBLE OCCUPANCY)

EUR 325.00 (SINGLE SUPPLEMENT)



MAY-SEPTEMBER 2024 14 DAYS/13 NIGHTS

DATES:

GBA09: 24.05- 06.06.24 GBA19: 02.08-15.08.24
GBA11: 07.06-20.06.24 GBA20: 09.08-22.08.24
GBA12: 14.06-27.06.24 GBA21: 16.08-29.08.24
GBA14: 28.06-11.07.24 GBA22: 23.08-05.09.24
GBA16: 12.07-25.07.24 GBA23: 30.08-12.09.24
GBA17: 19.07-01.08.24

PACKAGE PRICES PER PERSON:

EUR 1595.00 (DOUBLE OCCUPANCY)

EUR 595.00 (SINGLE SUPPLEMENT)

Highlights of the Baltics Group Tour

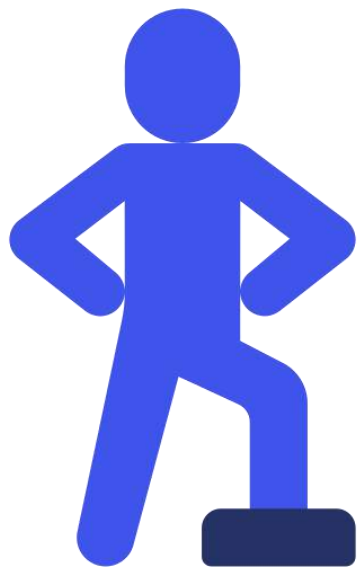
8 Day Tour, from £1150 per person

Itinerary Dates

2024

24 Mar - 31 Mar
21 Apr - 28 Apr
05 May - 12 May
12 May - 19 May
19 May - 26 May
26 May - 02 Jun
02 Jun - 09 Jun
09 Jun - 16 Jun
16 Jun - 23 Jun
23 Jun - 30 Jun
30 Jun - 07 Jul
07 Jul - 14 Jul
14 Jul - 21 Jul

Situācija Latvijā



Par maz lepošanās

Par daudz ...

Latvijas tūrisma dzinēja apgriezieni

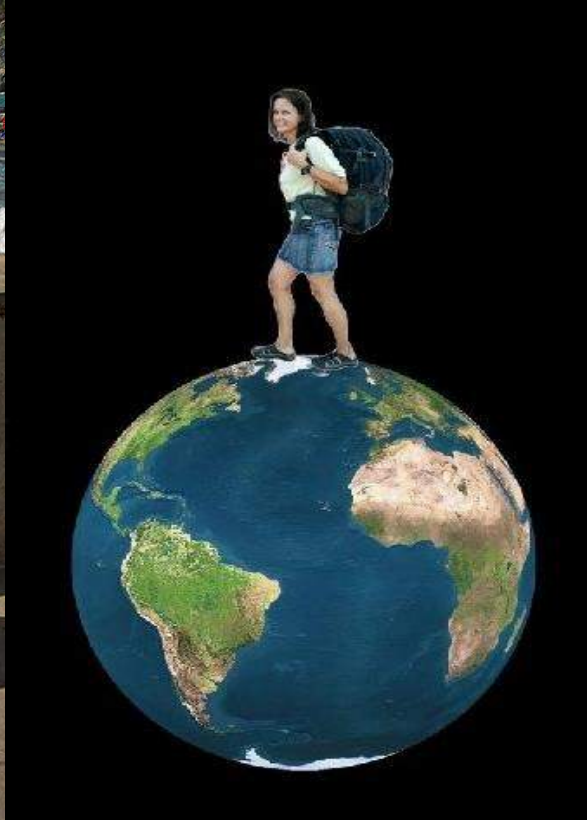
- Pieejamo gultas vietu skaits
- Vidējā noslodze
- Tūristu pavadīto nakšu skaits
- Gaisa satiksmes tirgus
- Tūrisma "apetīti"
- Neizmantotie resursi



Individuālo tūristu (ceļotāju?) segments

- Jo vairāk informācijas, jo labāka atpazīstamība
- Individuāls $\neq$ haotisks vai neorganizēts $\Rightarrow$ tomēr plānots
- Individuāls ? pieejams (kad, cik, kā pieteikties)
- Individuāls = neatkarīgs (mijiedarbības veidi – zvans vai rezervācija)
- Individuāla saziņa un vieglā valoda (mārketinga materiāli un pārdošanas saturs)
- Tik Tok ziņa kļūst garlaicīga pēc 15.sekundes

Kāpēc
cilvēki
ceļo?





Pleasure Travel? ...every bit of the way!

IT'S so easy to travel by air, anywhere in the United States and to and from scores of foreign countries. For a reservation simply phone any Airline office or travel agent.

At domestic time agents free you of your

Take your next trip by air and see what a pleasure it is to travel in planes that fly the United States flag—the world's best planes—manned by the world's best crews!

P. S. In case your plans change, be sure to phone back. In doing so, your cooperation helps keep the most important factor in reducing the



Kā cilvēki ceļo?

Eksportspēja?

- Tūrisma piedāvājuma centrā ir **vieta** (galamērķis). Ir gadījumi, kad eksportspējas sekmju pamatā ir objekts, stāsts, notikums (Eifeļa Tornis, Santa Klauss Lapzemē, troļļu stāsts u.c.).
- Latvijas tūrisma pakalpojumu eksportspēju nosaka tūrisma **vietas** (galamērķi) un **reģionāli vai tematiski sadarbības tīkli**, kuri veido vienotu **produktu**.
- Eksporta tirgus izvēles nav tikai racionālos apsvērumos un paredzamos faktoros balstīts Eksportspējas veiksmi nosaka sadarbība (*interplay*) starp pārvaldības organizāciju rīcību un pastāvēt noteiktām situācijām, noteiktā laikā ((Donaldson, 2001).



Arī es esmu atbildīgs/a, jo ...

Kas ir Latvijas dabas tūrisma produkts?

Kas ir Latvijas kultūras tūrisma produkts?

Kas ir Latvijas radošo industriju produkts?

Kas ir Latvijas veselības tūrisma produkts?

Kas ir Latvijas darījumu tūrisma produkts?



Latvijas
ābolu
sidrs

**SIDRA
CEĻŠ**



**DZU
CEĻŠ**



BALTŲ KELIAS

KURŠIAI | ŽIEMGALIAI | SĖLIAI



LATVIJA | LIETUVA



JŪRTAKA



PIEKRASTES GĀJĒJU CEĻŠ

LATVIJA / IGAUNIJĀ



TŪRISMA MARŠRUTS

**ZEMGALES LIELAIS
PIĻU UN MUIŽU LOKS**

Pils L
Latvij
kās a
arfiel
mūsdi
vērtīb

Ar ko rēķināties, ko varam sagaidīt

- Resursi - pieredzējums - **sniegums**
- **Atzīt** dažādas perspektīvas / **cienīt** un apbrīnot kultūras atšķirības / sadarboties, ja pastāv **individuāla atbildība**
- Ētika, atbildība un ilgtspēja (trio)

Vai, vai... gan, gan

Prom no bi-polāriem risinājumiem

(nav dabas VAI kultūras ceļojuma, kompleksa VAI individuāla, atpūtas VAI darījuma, ziemas VAI vasaras sezonas ceļojuma)



«Private opening»

Kāda ir pakalpojuma cena privātam
apmeklējumam?

Elektro auto – ierobežojumi maršruta
plānošanā, uzlādes iespējas, savienojamība,
uzticamība pakalpojumu sniedzējam



Sabiedriskā transporta infrastruktūra un
pieejamība galamērķī – vai esam sasniedzami?



Paldies!

Ēriks Lingeberziņš
29172752



@lingeberzins