



Bauskas novada tūrisma attīstības un mārketinga analīze

Dr.oec., Ēriks Lingeberziņš

Bauska, 2022.gada 15.novembris

Nepieciešamība

Tūrisma attīstību ietekmējošie faktori - plānošanas dokumenti: NAP, Latvijas tūrisma mārketinga stratēģija (atjaunota-pielāgota), Bauskas novada attīstības programma 2022.-2028.gadam un Bauskas novada ilgtspējīgas attīstības stratēģija 2034.gadam.

ATR ietekme uz tūrisma pārvaldību novadā, Latvijas starptautiska tūrisma galamērķa uztveres izmaiņas, mērķa tirgu izmaiņas.

Novada tūrisma piedāvājuma attīstības izmaiņas - produktu attīstība, tūristu vēlmju izmaiņas.

Virsmērķi

- Kultūrvēsturiskā mantojuma nozīme un attiecīgi kultūras tūrisma attīstības iespējas
- Bauskas novada kā tūrisma galamērķa teritoriālā integritāte
- Bauskas vecpilsētas saglabāšanas un iedzīvināšanas rīcību plāns
- Transporta infrastruktūras attīstības iespējas un arī ar to saistītie nākotnes riski
- Attīstības samērīgums ar Latvijas tūrisma attīstības prioritārajiem virzieniem: kultūra, daba, labjūte un darījumu tūrisms

Pieprasījuma konteksts

- Līdz 2022.gada 2.ceturksnim: starptautisko tūristu skaita kritums Latvijā, salīdzinot ar 2019.gadu (-63%)
- 2019.gadā tūristu mītnēs ir apkalpoti ne vairāk kā 10% no kopējā tūristu skaita (ārvalstu tūristu Rundāles pils apmeklējuma faktors)
- Informācijas meklēšanas intensitāte par Bauskas tūrisma piedāvājumu Latvijas mērķa tirgos 2022.gadā (augusts), tikai nedaudz atpaliek no informācijas meklēšanas apjoma 2019.gadā.

Informācijas pieprasījums

Latvija

- Bauskas pilsēta un Rundāle
- Jelgavas novads
- Dobeles novads

Lietuva

- Paņevėži
- Šauļi
- Viļņa un Kauņa

Igaunija

- Tallina
- Harju apkārtnē (Tallinas apkārtnē)

Mērķtiecīgas tūrisma informācijas pieprasījums

Latvija

- Rīga
- Jelgava
- Jūrmala, Ogre, Liepāja

Lietuva

- Viļņa
- Kauņa
- Paņevėži, Šauļi, Klaipėda

Igaunija

- Tallina
- Tartu, Pērnavā



100 km attālums - dinamisks pieprasījums, nodrošinot lielāku apmeklētāju skaitu, bez nakšņošanas novadā

Tūrisma informācija, kas meklēta Lietuvā, Igaunijā un Liepājā ir mērķtiecīgāka, ilgāks uzturēšanās laiks mājas lapā

Informācijas saturs: ko redzēt / kur paēst / kafejnīcas un krogi

Angļu valodā: ko redzēt (29%) / ko darīt (11%) / noderīga informācija (10%) / kur palikt (7%) / kur paēst (7%)

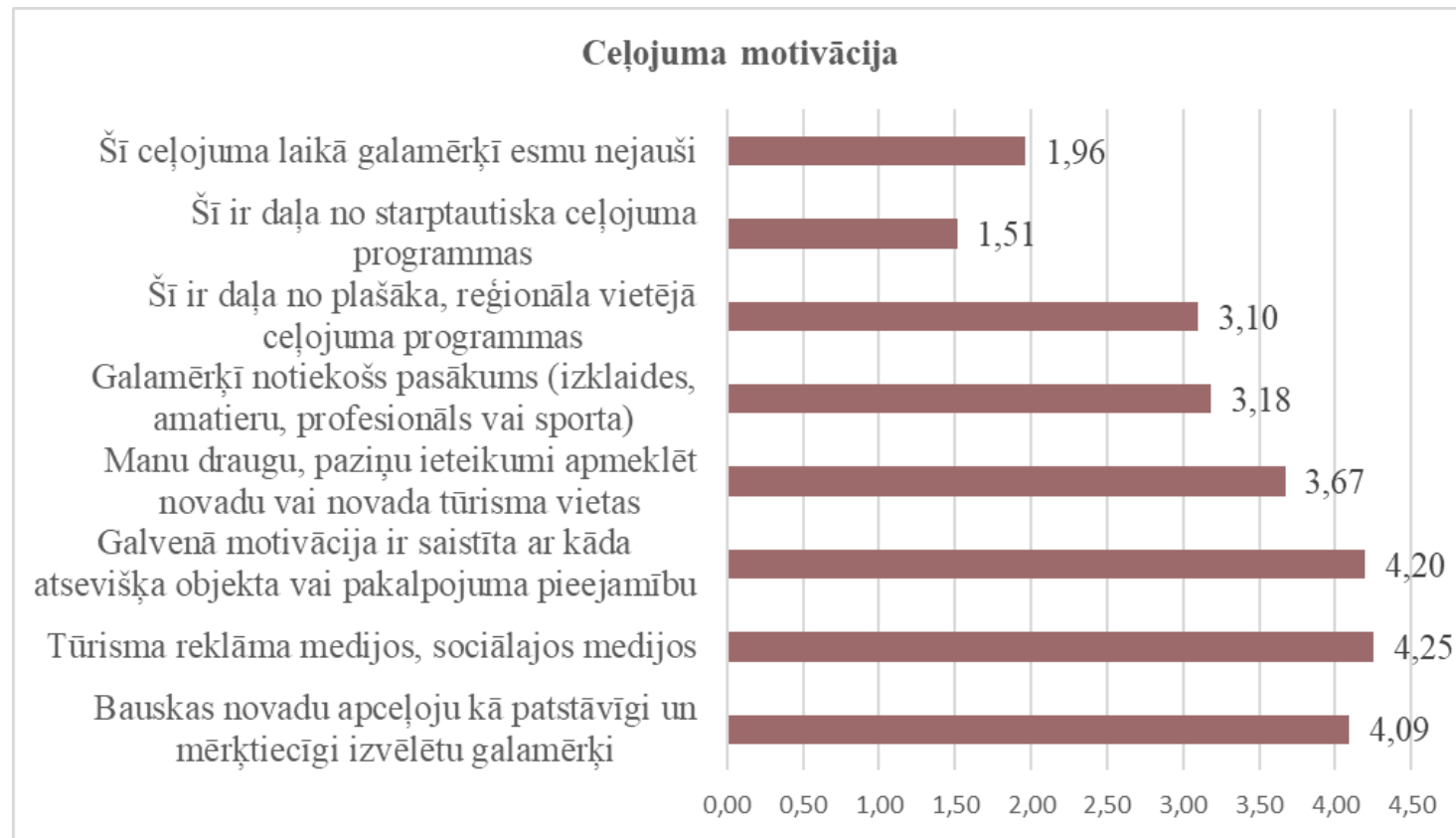
Vācu valodā: ko redzēt (42%) / noderīga informācija (18%) / ko darīt (13%) / kur palikt (4%)

Lietuvā: ko redzēt (45%) / kur paēst (18%) / ko darīt (8%) / noderīga informācija (5%) / kur palikt (4%)

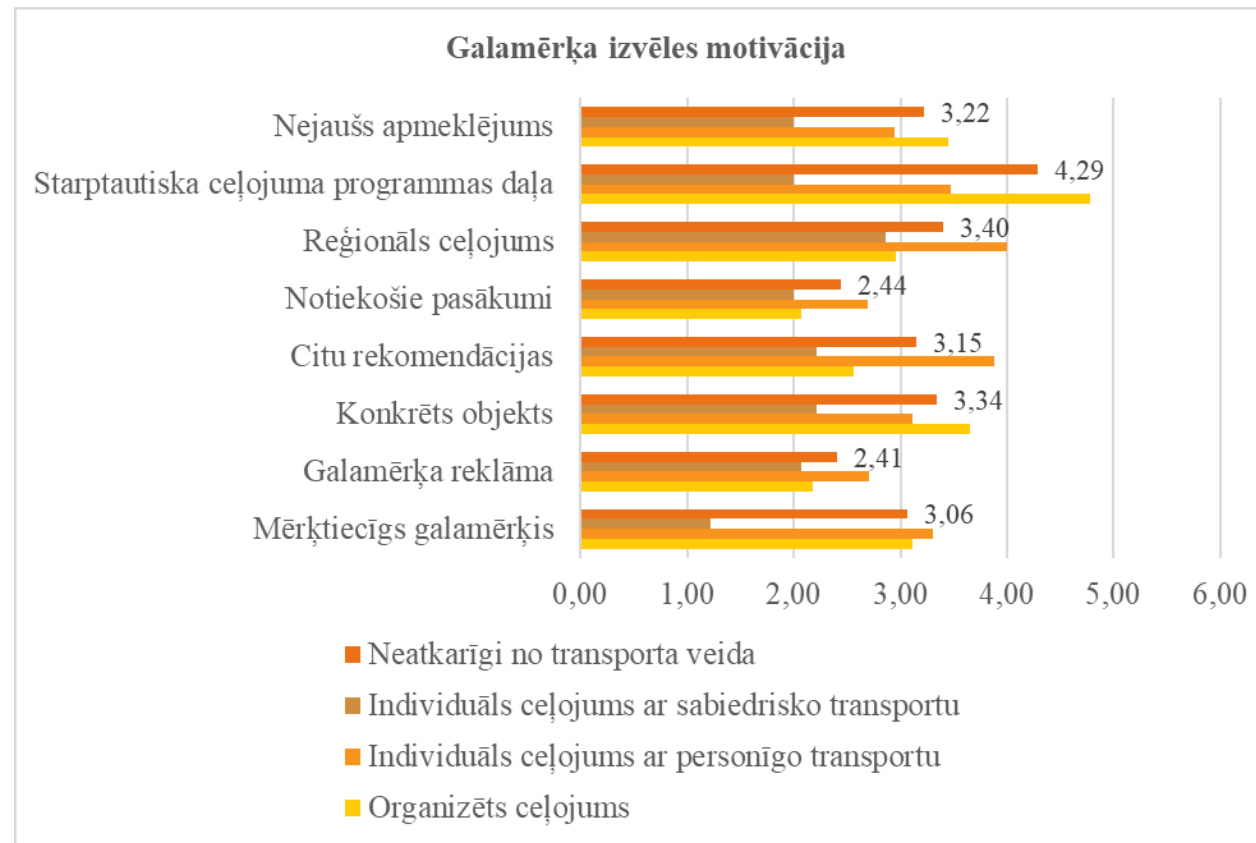
Igaunijā: noderīga informācija (85%) / ko darīt (7%) / kur paēst (1%) / ko redzēt (1%)



Vietējais tūrists, kurš ierodas ar savu auto, 52% uzturas ilgāk par 4 stundā, bet nenakšņo un tikai 6% ierodas pirmo reizi.



Vietējo tūristu motivācija, izvēloties Bausku



Ārvalstu tūristu motivācija, izvēloties Bausku

Ārvalstu tūristu profils

- Pavadītais laiks nepārsniedz 4 stundas (71%)
- Pašvērtējums - kultūras tūristi (68%), izziņas tūristi (19%), seniori (13%)
- Rundāles pils faktors, Bauskas pils faktors
- Lietuvā: pārrobežu sadarbības programmas un projekti (Iepazīsti kaimiņus Zemgalē!, Baltu ceļš, citi projekti)
- Lietuvas tirgus - tramplīns turpmākām rīcībām citos ārvalstu tirgos

Bauskas novads – kultūras tūrisma galamērķis

- 68% ārvalstu tūristu atzīst, ka kultūrvēsturiskais piedāvājums pārsniedz gaidīto
- Vietējo tūristu pieprasījuma centrā: materiālais un nemateriālais kultūras mantojums A7 ass, P87 ass, nozīmīgākie objekti
- 70% ieteiktu galamērķi apmeklēt citiem

Vietējā tirgus konkurētspēja

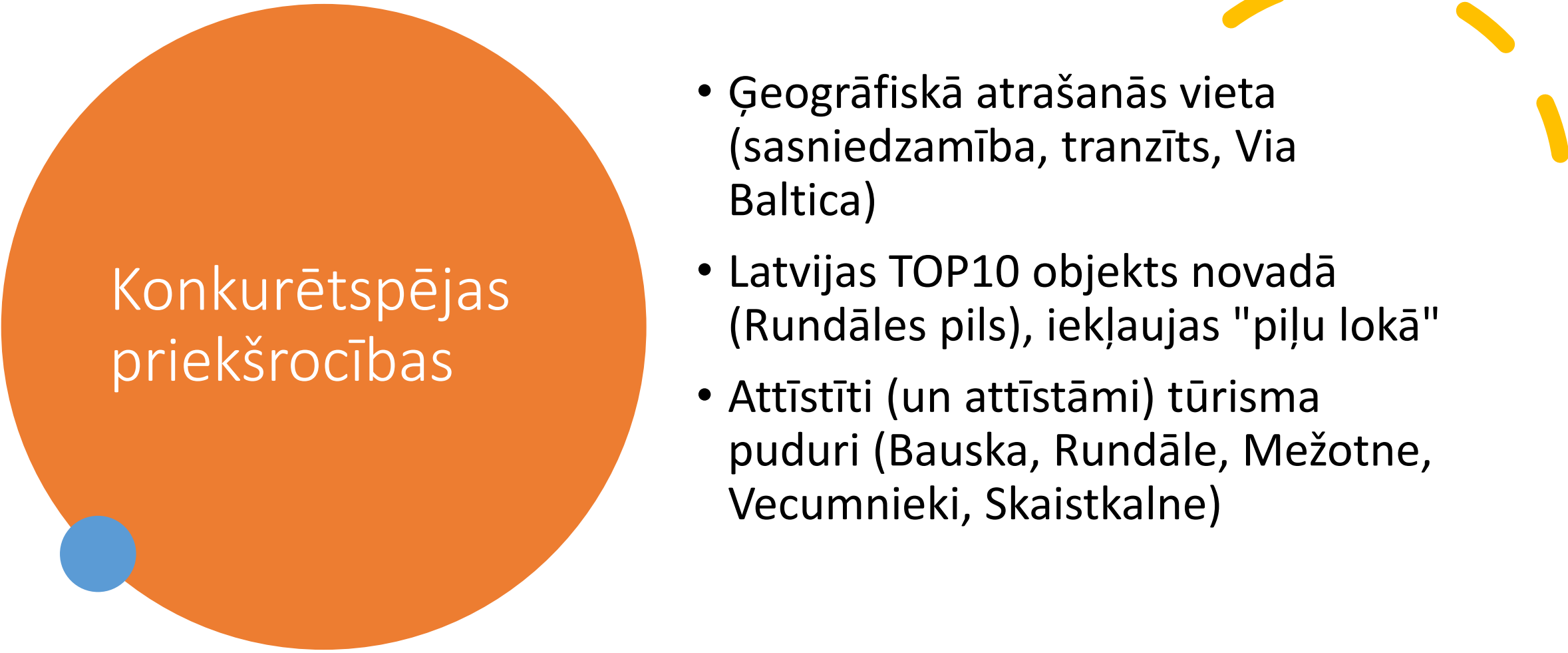
- Vietējā tūrismā Gaujas Nacionālā Parka teritorija (Sigulda, Cēsis), Ķemeru Nacionālā Parka teritorija, Tukums un Ogre, kā arī citi Zemgales novadi, īpaši Jelgavas un Dobeles novadi.
- Konkurētspējas priekšrocība: **tūrisma resursu daudzveidība, piemērotība dažādiem klientu segmentiem, vienas dienas apmeklētāju atgriešanās, lielie tūrisma objekti** (Rundāles pils, Bauskas pils, Bauskas motormuzejs, Mazmežotnes muiža, Ceplis)
- Vecumnieki - atšķirīga konkurences vide (Baldone, Daugavas lejtece, Salaspils, Ogres pilsēta, Ogres Zilie kalni).
- Bauskas – Aizkraukles virziens un savienojums ar A6 autoceļu (jauna galamērķa uztvere)

Starptautiskā tirgus konkurētspēja

- Gaujas Nacionālais Parks, Sigulda, Jūrmala - vienas dienas izbraucienu galamērķis
- Bauska - alternatīva 2.dienas programmai tūristiem, kuri uzturas Rīgā vismaz 3 nakts
- Kuldīgas novads, Cēsu novads, Valmieras novads - alternatīvas dabas un kultūras tūrisma piedāvājumā ar salīdzināmiem tūrisma resursiem un infrastruktūru
- Bauskas novads Zemgales centrā, tūristiem, kuri ceļo tikai pa Latviju

Bauskas novada tūrisma pozicionējums





Konkurētspējas priekšrocības

- Ģeogrāfiskā atrašanās vieta (sasniedzamība, tranzīts, Via Baltica)
- Latvijas TOP10 objekts novadā (Rundāles pils), iekļaujas "piļu lokā"
- Attīstīti (un attīstāmi) tūrisma puduri (Bauska, Rundāle, Mežotne, Vecumnieki, Skaistkalne)

- **Mērķis:** ir nodrošināt vienota Bauskas kā tūrisma galamērķa attīstību, kuru raksturo plašs tūrisma piedāvājuma klāsts visā novada teritorijā, pieaugošs tūristu skaits galvenajos mērķa tirgos un tūrisma produktu attīstība galvenajiem klientu segmentiem.
-
- Bauskas novada tūrisma attīstības un mārketinga vīzija, īstenojamās aktivitātes un uzdevumi ir balstīti Bauskas kā tūrisma galamērķa vērtībās, kuras atspoguļo Bauskas novada tūrisma piedāvājumu, konkurētspējas priekšrocības un tūrisma veidu un produktu attīstības virzienus.

Vērtības

- Vēsturiska vide un novads, kurā tiek nodrošināta vietējo iedzīvotāju labjūte un tūrisms ir svarīga novada ekonomikas daļa. Tūrisms rada iespējas un veido Bauskas novada tēlu.
- Rosinoša sadarbība kopīgo tūrisma attīstības mērķu sasniegšanai, ko koordinēt Bauskas TIC, īstenojot tūrisma attīstības rīcību virzienus un samērojot privātā un publiskā sektora vēlmes un vajadzības, kuri ir iesaistīti tūrisma attīstībā.
- Izpratne un interese par kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšanu, īstenojot rīcības esošā saglabāšanai un rosinot inovatīvu risinājumu ieviešanu jaunu produktu attīstībā, nodrošinot augstvērtīgus, kvalitatīvus un eksportspējīgus tūrisma pakalpojumus.

Mērķis

Prioritārie rīcības virzieni



Mārketiņa aktivitātes

Sasniedzamie rezultāti



Publiskā infrastruktūra

Privātā infrastruktūra

Kvalitātes vadība

Ilgspējīga attīstība

Rīcības virzieni

Mārketiņa aktivitātes: iekšējais un ārējais, vietējais un starptautiskais

Publiskās un privātās
infrastruktūras attīstība

Kvalitātes un ilgtspējīgas attīstības
vadīšana

Piedāvājuma attīstības un rīcības virzieni

- Vietējā tūrisma brīvdienu ceļojumu galamērķis un Lietuvas tūristu brīvdienu ceļojumu galamērķis. Sezonāli, piedāvājumi skolēnu grupām mācību gada sākumā un noslēgumā.
- Sporta tūrisma, darījumu un motivējošo ceļojumu galamērķis.
- Starptautiska tūrisma galamērķa attīstība, ko nodrošina novada ērta sasniedzamība *Via Baltica* tiešā tuvumā un Zemgales nozīmīgāko tūrisma vietu atrašanās novadā. Galamērķis, kur atgriezties tūristiem no Lietuvas.
- Ērtākā un piemērotākā pietura Igaunijas un Somijas individuāliem tūristiem, ceļā uz/no citām Eiropas valstīm.

Tūrisma produktu attīstības virzieni

Tūrisma produktu attīstības virzieni

Kultūras tūrisma produkti, ietverot gan zināmākos objektus, sekundāros objektus un nemateriālo kultūras mantojumu.

Mazo darījumu tūrisma produktu attīstība, izmantojot esošo tūrisma infrastruktūru un tās kapacitāti un darījumu tūrisma vietas, kuras papildina motivējošie ceļojumi.

Dabas un aktīvā tūrisma produkti, izmantojot esošo velo infrastruktūru, ūdens tūrisma piedāvājumus un aktīvās atpūtas pakalpojumus.

Bauskas pilsēta kā tūrisma galamērķa produktus.

Iespējamie produktu attīstības virzieni

Esošo tūrisma maršrutu tālākā attīstība, paplašinot to ģeogrāfisko aptveri un tematisko daudzveidību. Materiālā kultūrvēsturiskā mantojuma papildināšana ar nemateriālo mantojumu.

Tūrisma rudens-ziemas sezonas piedāvājums vietējā, korporatīvā tūrisma piedāvājuma attīstība, sadarbībā darījumu tūrisma aģentūrām, kuras apkalpo korporatīvos klientus.

Turpmāka galamērķa pozicionēšana, izceļot produktu veidu daudzveidību un pieejamību visā novadā, pakalpojumu sniedzēju sadarbībā balstīti tūrisma produkti.

Tūrisma piedāvājuma attīstība ir pakārtota Bauskas pilsētvides attīstībai un Bauskas vecpilsētas tēlam, infrastruktūras un pakalpojumu attīstībai. Tūrisma attīstība ir iespējama, īstenojot aktivitātes, kuras ir vērstas uz pilsētas vizuālā tēla attīstību, centra infrastruktūras sakārtošanu.

**PAPILDINOŠIE TŪRISMA PRODUKTI/PRODUKTU
ATTĪSTĪBAS VIRZIENI**

ATBILSTĪBA MĒRĶA TIRGIEM UN KLIENTU SEGMENTIEM

Audio gidi novada pilsētās, novada tūrisma puduros, tematiskā satura daudzveidība.

Vietējie un ārvalstu individuālie tūristi, tajā skaitā tie, kas ierodas galamērķī atkārtoti un kuru galamērķa motivācija ir jaunu tūrisma piedāvājumu pieejamība.

Gastronomiskā tūrisma piedāvājuma tūrisma produkti.

Gastronomiskais tūrisms kā kultūras tūrisma piedāvājumu papildinošs elements, sekmējot vietējās produkcijas, mājražotāju un zemnieku saimniecību iekļaušanos tūrisma sistēmā.

Vietējās kopienas iesaiste un līdzdarbošanās tūrismā.

Vietējie tūristi, īpaši tie, kuri izvēlas izziņas tūrisma produktus.

Novada ģeogrāfiskie tūrisma puduru produkti (Rundāles, Mežotnes, Vecumnieku tūrisma galamērķa produkti).

Vietējie un ārvalstu tūristi, kuru ceļošanas motivācija ir pieredzējuma gūšana, galamērķa pieredzējuma dažādošana.

**PAPILDINOŠIE TŪRISMA PRODUKTI/PRODUKTU
ATTĪSTĪBAS VIRZIENI**

ATBILSTĪBA MĒRĶA TIRGIEM UN KLIENTU SEGMENTIEM

Vecumnieku mežu un pasaules kara vēstures tēma.	Tematiski nišas tūrisma produktu klienti, militārā mantojuma izziņas tūristi.
Vasaras vakaru atpūtas un izklaides piedāvājums.	Vietējie iedzīvotāji un Bauskā nakšņojošie tūristi.
Vēsturisko muižu dārzu un parku tūrisma piedāvājums, īstenojot aktivitātes, kuras ir vērstas uz to sakopšanu un labiekārtošanu.	Vietējie tūristi, tūristi no Lietuvas.
Luksus segmenta dzīvēssziņas tūrisma piedāvājums, iekļaujot labjūtas, gastronomiskos un izziņas tūrisma pakalpojumus.	Luksus segmenta vietējie tūristi, ārvalstu individuālie tūristi, kuri ceļo ar personīgo automašīnu un kuru ceļojuma galamērķis ir Latvija kā vienīgais galamērķis.

Mārketinga attīstības un komunikācijas rīcības virzieni

Tūrisma informācija un komunikācija

Galamērķa izvēles motivācija, pirms ceļojuma, domas par ceļojumu un sagatavošanās

Ceļojuma plānošana, tūrisma objektu atlase, vietu izvēle, prioritātes, intereses

Norise, tranzīts, plānu maiņa, alternatīvie varianti

Informācijas un komunikācijas mērķis

Bauskas novada tūrisma produktu jaunumi, pasākumi, pasākumu kalendārs, vispārīgi tematiskie piedāvājumi, Bauskas kā tūrisma galamērķa tēls, unikalitāte. Īstenojama kā publiskā komunikācija masu medijos ziņu veidā, novada tūrisma sociālajos tīklos, digitālā vidē. Bauskas zīmola atpazīstamība.

Gaidāmie pasākumi Bauskas novadā, nozīmīgākie svētki, produktu jaunumi, informācija par darba laikiem, pakalpojumu cenu, atjaunota informācija tūrisma mājas lapā un visit.bauska.com vietnes reklamēšana, potenciālo tūristu novirzīšana uz mājas lapu.

Informācija par tūrisma vietām, ierobežojumiem, darba laikiem, pieejamiem pakalpojumiem, alternatīviem piedāvājumiem. Komunikācija ar klientiem, papildus pakalpojumu piedāvājumi un ieteikumi papildus apskates vietām vai pakalpojumiem. Atsauču sniegšana uz informācijas resursiem gan TIC, gan dažādās pakalpojumu sniegšanas vietās (objektos).

Mārketinga attīstības un komunikācijas rīcības virzieni

Tūrisma informācija un komunikācija	Informācijas un komunikācijas mērķis
Atgriezeniskās saites veidošana pēc pakalpojuma saņemšanas un galamērķa apmeklēšanas.	Komunikācija ar klientiem pēc pakalpojuma saņemšanas, reaģēšana uz negatīvām atsauksmēm vai komentāriem, pakalpojuma kvalitātes pilnveidošana.
Novada iekšējā komunikācija, sekmējot operatīvu rīcību, kura ir vērsta uz tūrisma piedāvājuma attīstību, pielāgošanos un pārmaiņām.	Iekšējās informācijas aprīte starp pašvaldību (TIC), tūrisma pakalpojumu sniedzējiem (gan privātajiem, gan publiskajiem), lai nodrošinātu galamērķa piedāvājuma operatīvu pielāgošanos tirgus un konkurences vides izmaiņām.

Jautājumu un komentāru daļa

