







SKI Vidzeme inovācijas  
ieviešanas laika skala



Ar  
plašā  
prod  
kom  
Inov  
tām  
plee  
Maz  
svāri  
spēj

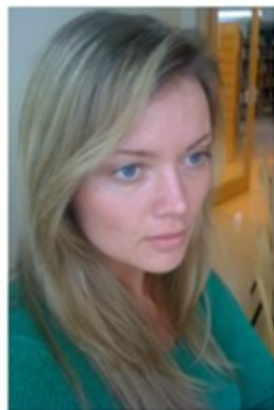




**EMIC**  
European Marketing & Innovation Centers



Vidzemes Augstskola  
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



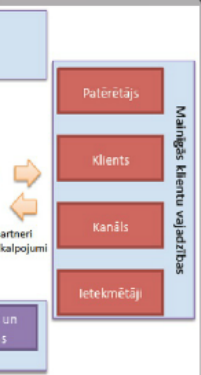
SKI Vidzeme inovāciju  
ieviešanas laika s

a uzņēmumu situācijai,  
sma klastera attīstības  
āšanas kontekstā;  
ovativā pakalpojuma  
šanas biļetes starp 6  
esu.

# Mērķis

Izvērtēt tūrisma uzņēmēju inovācijas spējas un Gaujas NP tūrisma klastera uzņēmumu inovācijas ieviešanas procesu SKI Vidzeme projekta ietvaros.

"Centies kļūt par cilvēku  
veiksme, bet par cilvēku,  
vērtību".



nnovaGon Realby

rezultāti

Latvija (20)

4,1	High
3,7	High
3,6	High
4,0	High
3,6	High

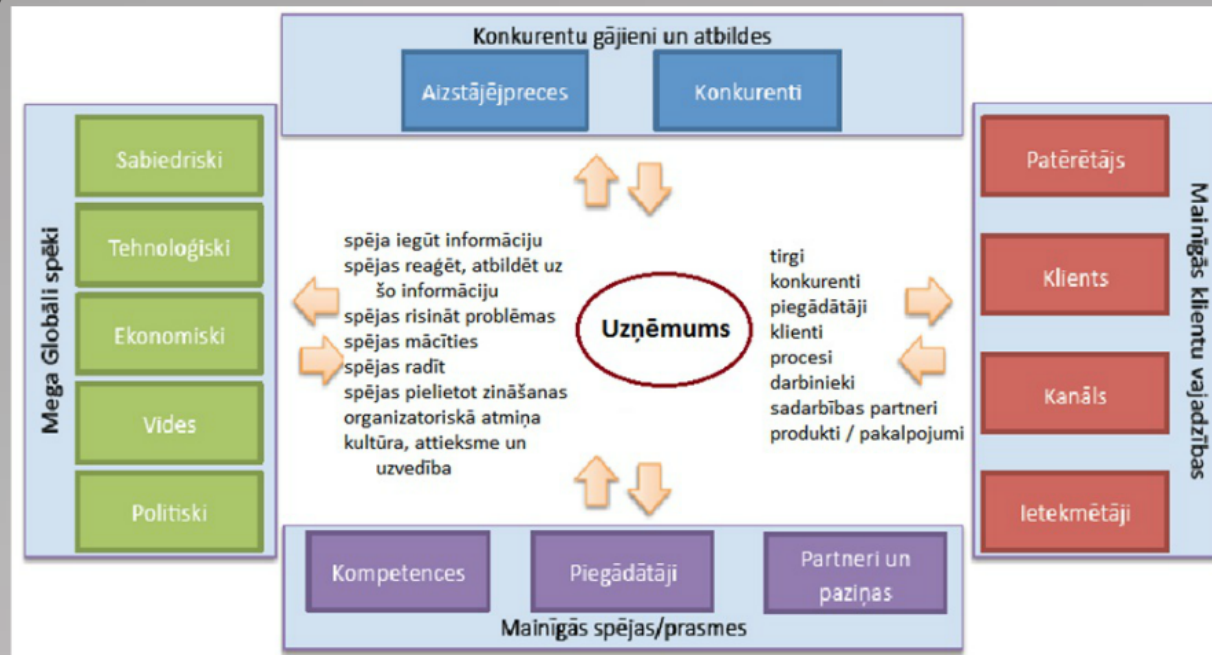
## Uzdevumi:

Aprobēt inovācijas spēju identificēšanas metodiku Latvijas tūrisma uzņēmumu situācijai;

Raksturot Gaujas NP tūrisma klastera attīstības procesus inovāciju veicināšanas kontekstā;

Analizēt SKI Vidzeme inovatīvā pakalpojuma (vienotas brīvdienu slēpošanas biļetes starp 6 kalniem) ieviešanas procesu.

# Eiropas mārketinga un inovācijas aptauja



**Avots:** Thinking and AcGng Differently to Make InnovaGon Realby Hitendra Patel and Ron Jonash, 2013















# Kopējie (EMIC) pētījuma rezultāti



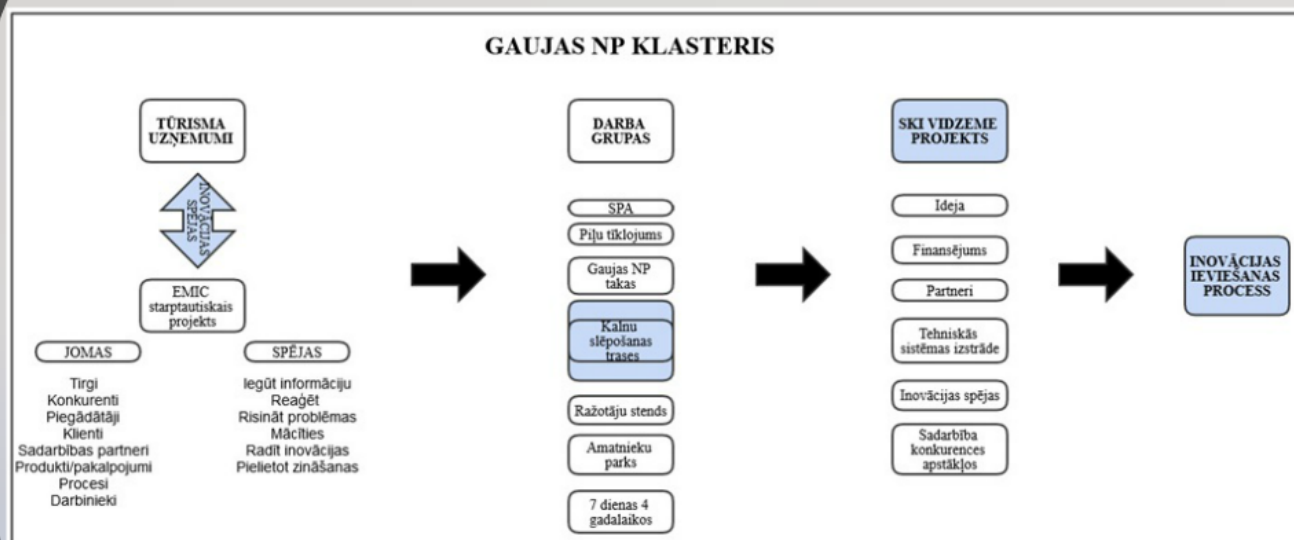
Spānija (23) Portugāle (29) Lietuva (19) Latvija (20)



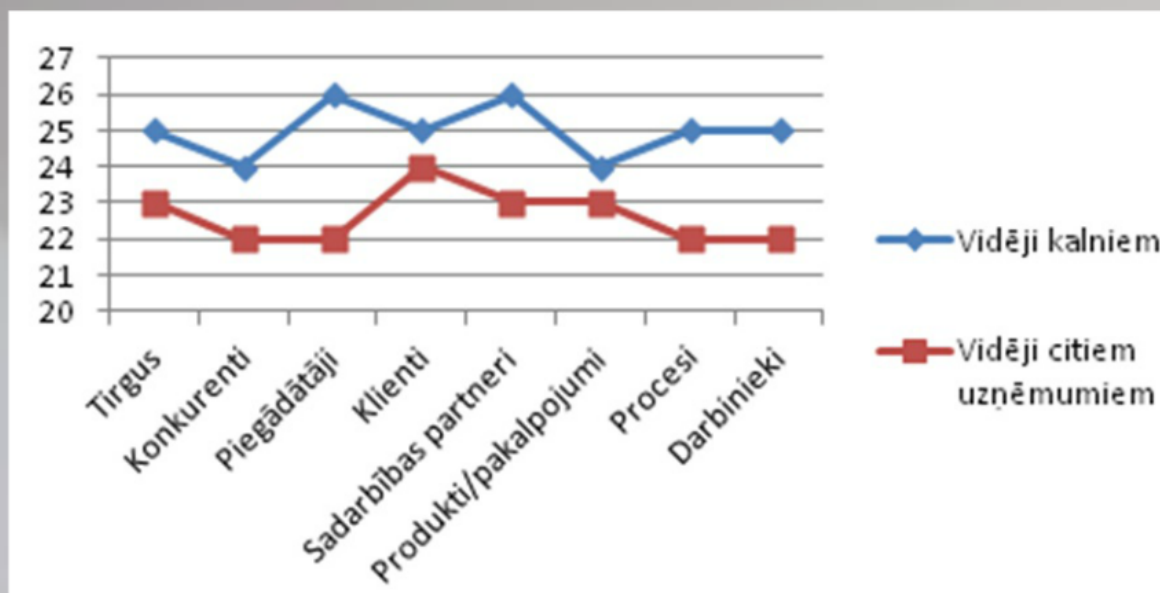
						
Markets	4,6	3,7	3,7	4,5	4,1	High
Competitors	3,4	3,4	3,6	4,5	3,7	High
Suppliers	3,5	3,6	3,3	3,8	3,6	High
Customers	4,0	3,9	3,7	4,2	4,0	High
Collaborators	3,6	3,6	3,3	3,9	3,6	High

						
Ability to capture	4,6	4,5	4,5	3,8	4,4	High
Ability to respond	3,6	3,6	3,7	3,9	3,7	High
Ability to solve problems	3,2	3,7	3,8	4,1	3,7	High
Ability to learn	4,0	3,9	3,7	4,5	4,0	High
Ability to create	3,6	3,6	3,3	3,8	3,6	High
Ability to exploit knowledge	3,9	3,7	3,5	3,7	3,7	High
						
ORGANISATIONAL MEMORY	3,4	3,4	3,7	3,1	3,4	Medium
CULTURE, ATTITUDES & BEHAVIOUR	4,0	4,0	4,0	4,5	4,1	High

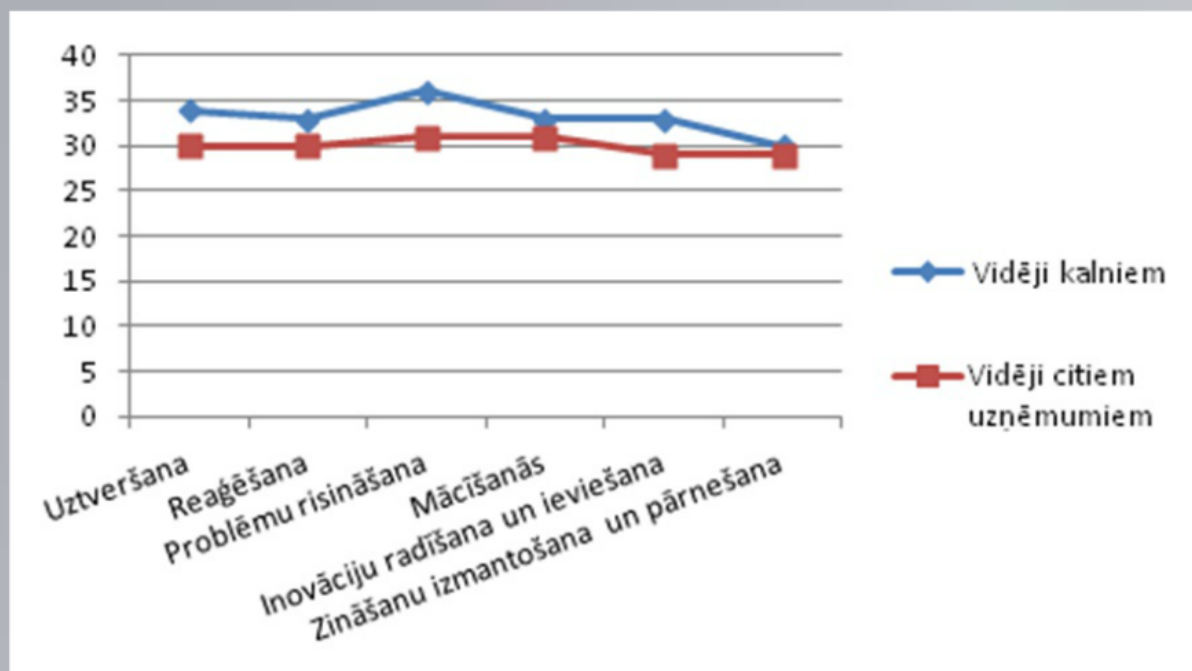
# Metodika



# Inovācijas spējas dažādās jomās



# Dažādu spēju salīdzinājums

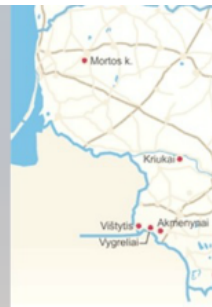


# SKI Vidzeme projekts



# SKI Vidzeme inovācijas ieviešanas laika skala





## Secinājumi:

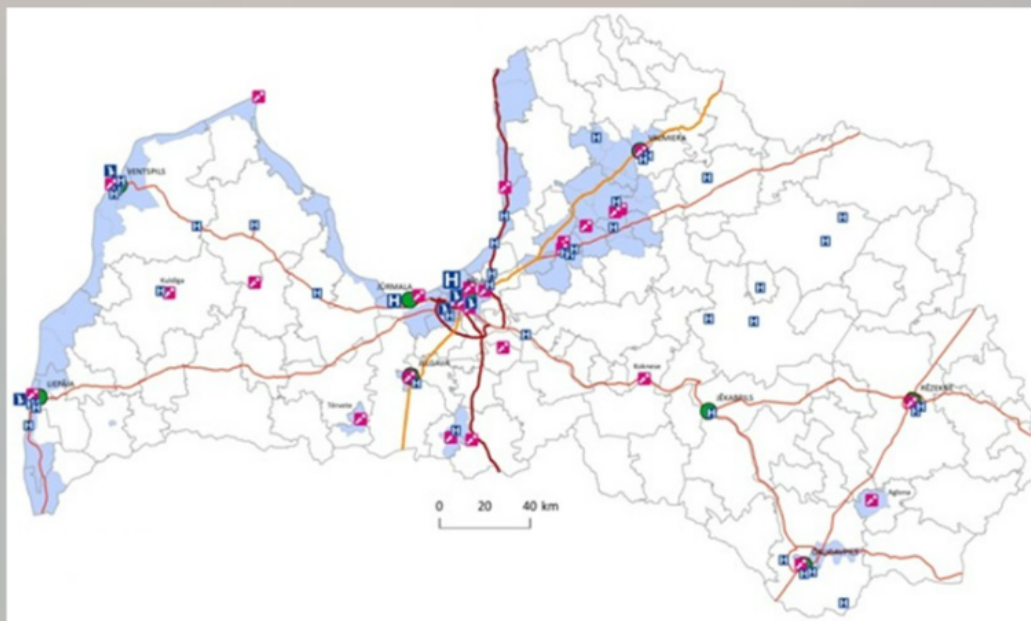
Ar inovācijām tūrisma jomā būtu jālieto jēdziena plašākā interpretācija, jo tūrismā inovācijas ir kā produkts vai process, kas kalpo kā idejas komercializācija, pakļaujot jaunus tirgus.

Inovācija var izpausties dažādās formās taču katra no tām ietver sevī trīs kopīgus elementus – radošumu, pieeju problēmas risināšanai un jaunu domāšanas veidu.

Mazie un vidējie uzņēmumi ir tirgus ekonomikas svarīgākie elementi, taču trūkst kapacitātes inovāciju spēju izpaušmei.



Gaujas NP tūrisma klastera uzņēmēji ir konkurētspējīgākie Latvijā ārvalstu tūristu piesaistē pēc Rīgas un Jūrmalas.



Klasteris ir nozīmīgs instruments, kas dod iespēju izmantojot papildu finansējumu, ieviest inovācijas, kas rada sadarbības izpausmi konkurences apstākļos.

LIAA finansējums Gaujas NP klasterim stimulēja SKI Vidzeme inovācijas iespēju realizēties, kam bija nepieciešams 15% līdzfinansējums no uzņēmumu puses. Gaujas senleja var kļūt daudz saistošāka ziemas tūristiem.

klastera uzņēmēji ir  
atvīdā ārvalstu  
as un Jūrmalas.



# Priekšlikumi:

## SKI Vidzeme projekta dalībniekiem

Nebaidīties no vārda “apvienošanās”, kas uztverams kā sadarbība konkurences apstākļos vienota mērķa sasniegšanai un domājot par lielākas pievienotās vērtības sniegšanu pakalpojuma lietotājiem, turpināt realizēt iesākto projektu, veicinot kopēju reģiona konkurētspēju.

Būt atvērtiem un palīdzēt ar savām zināšanām un pieredzi arī citiem Gaujas NP tiešā tuvumā un līdz šim projektā neiesaistītajiem slēpošanas kalniem, kas var dot vēl lielāku galamērķa konkurētspēju visā Baltijas mērogā.

## **Mikro un maziem tūrisma uzņēmumiem**

Kopīga sadarbība konkurences apstākļos, ļauj ieviest inovāciju, kas vienam mazam uzņēmumam kapacitātes dēļ nebūtu iespējama.

Sekojošot kopējām tirgus tendencēm specializēties savā nišā, izmantojot uzņēmumā esošos resursus.

Gaujas NP tūrisma uzņēmumiem izmantot lielo tūrisma pakalpojumu koncentrāciju un inovācijas spējas, lai ieviestu vienotas inovācijas starp jomas konkurentiem.

“Centies kļūt par cilvēku nevis tam, kam seko  
veiksme, bet par cilvēku, kas rada pievienoto  
vērtību”.

Alberts Enšteins



# GAUJAS NP KLASTERA TŪRISMA UZŅĒMUMU INOVĀCIJAS IZVĒRTĒJUMS, SKI VIDZEME PIEMĒRS

Darba autore: Anna Šarova  
Darba vadītājs: Docents, Dr. geogr.,  
Andris Klepers

