



<i>Dokumenta nosaukums</i>	GALAMĒRĶA TĒLA ANALĪZES RĪKS (DIATool – DESTINATION IMAGE ANALYSIS TOOL)
<i>Vadošais partneris</i>	New Horizons (Itālija)
<i>Publicēts</i>	2022. gada septembrī

Saturs

IEVADS	3
1. Kas ir <i>DIATool</i> ?	3
2. Kādam mērķim <i>DIATool</i> ir paredzēts?	3
3. Kā <i>DIATool</i> tika izveidots – teorētiskais pamats	4
4. Kā izmantot <i>DIATool</i>	5
DIATOOl - DESTINATION IMAGE ANALYSIS	6
Terminu saraksts.....	6

Šis projekts ir finansēts ar Eiropas Komisijas atbalstu. Šī publikācija atspoguļo vienīgi autora uzskatus, un Komisijai nevar uzlikt atbildību par tajā ietvertās informācijas jebkuru iespējamo izlietojumu.

IEVADS

1. Kas ir *DIATool*?

DIATool, saīsinājumā no “*Destination Image Analysis Tool*” principā ir Novērojumu veidlapa, ko ir izstrādājusi projekta *InterCAT* komanda Itālijas partnera *Associazione New Horizons* vadībā.



Šis rīks ir paredzēts tam, lai reģistrētu un analizētu konkrēta galamērķa (pilsētas) raksturīgās vietējās iezīmes, progresīvos modeļus un jaunas tehnoloģiskās tendences, lai novērtētu, cik lielā mērā attiecīgā pilsēta/reģions ir gatavi pieejamam un aprītiem principiem atbilstošam tūrismam.

2. Kādam mērķim *DIATool* ir paredzēts?

Kā norādīts jau iepriekš, *DIATool* ir paredzēts tam, lai dokumentētu un novērtētu *tēlu*, kas ir apmeklētāja prātā, kad viņš domā par konkrēto galamērķi.

Šādu tēlu var definēt kā uzskatu, ideju un iespaidu kopumu, kas personai ir par konkrēto galamērķi (Ekinci, 2003) un kas tajā pašā laikā varētu būt “daudzdimensionāls ar kognitīvām un izziņas sfērām” (Henderson, 2007).

Galamērķa tēlu salīdzinājumā ar apmeklētāju iepriekšējām gaidām un/vai personiskajām vērtībām tādas var raksturot kā “pozitīvu”, “negatīvu” vai “neitrālu”.

Tas ir īpaši svarīgi tūrisma jomā, jo galamērķa tēlam būs tieša ietekme uz tūristu apmierinātību un ilgtermiņā arī uz galamērķa zīmolu.



Galamērķa tēls



Tūristu apmierinātība

3. Kā *DIATool* tika izveidots – teorētiskais pamats

Kā minēts iepriekš, galamērķa tēls ir “multidimensionāls” jēdziens.

To var sadalīt divās jomās – kognitīvajā sfērā un izziņas sfērā.

Avota ziņā galīgais kopējais tēls sastāv no trīs procesu elementiem: “organiskais tēls”, “inducētais tēls” un “modificēti-inducētais tēls”.

Terminu definīcijas

Kognitīvais tēls/dimensija: tūristu prātos radītajam tēlam ir kognitīvs elements, kas ir atkarīgs no pieejamās informācijas kvalitātes un kvantitātes.

Izziņas tēls/dimensija: tēla izziņas daļa veidojas, balstoties uz katra indivīda īpašībām (Beerli & Martin, 2004).

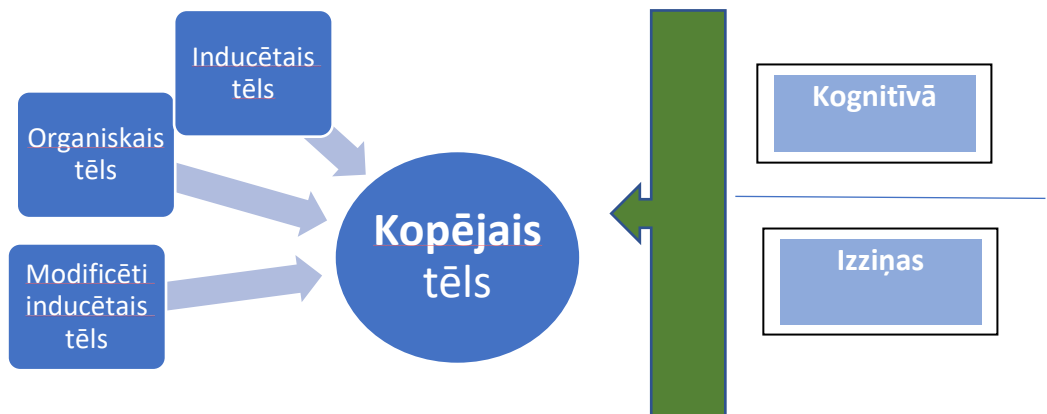
Organiskais tēls: tēls, kas rodas no nekomerciāliem un nekontrolētiem informācijas avotiem, piemēram, draugu viedokļiem, žurnāliem, laikrakstiem, ziņojumiem utt.

Inducētais tēls: tēls, ko iegūst no komerciālas informācijas, t.i., mārketinga pasākumi, lai reklamētu galamērķi (Tasci and Gartner, 2007).

Modificēti-inducētais tēls: tēls, kas veidojas, kad dzīvē esam galamērķī.

Kopējais tēls: tēls, kas ietver galamērķa individuālās īpašības un ietver gan materiālos, gan nemateriālos elementus (Beloglu and McCleary, 1999).

Šo terminu saistību un to ietekmi uz kopējo tēlu var parādīt šajā diagrammā:



4. Kā izmantot *DIATool*

DIATool shēma

Ņemot vērā iepriekš aprakstīto teorētisko pamatu, *DIATool* ir strukturēts četrās daļās: dimensija (sfēra) / kategorija / (katras kategorijas) elementi un process (pirms un pēc ceļojuma).

Rīks ietver arī terminu sarakstu, lai izskaidrotu terminoloģiju pirmreizējiem un nepieredzējušiem lietotājiem, tādējādi atvieglojot rīka lietošanu.

Novērtēšana

Novērtēšana balstīsies uz labi zināmo un viegli izmantojamo Likerta skalu no 1–5, kur “1” ir “Mazāk nekā gaidīts” un “5” ir “Vairāk nekā gaidīts”.

Kad nav pieejama informācija vai rīka lietotājs nav pārliecināts, var izmantot arī “0”.

Kopējā tēla rezultāts būs vidējais no visiem jautājuma punktiem.

Rezultātu interpretācija

Rezultāts, kas vienāds ar “3” vai lielāks par to, nozīmē, ka konkrētajam elementam/kategorijai ir pozitīvs tēls, un otrādi.

Vērtējums “0” nozīmē “neitrāls” vai “nav viedokļa”.

DIATOOL - DESTINATION IMAGE ANALYSIS

Terminu saraksts

Tēls: kontekstu, “tēlu” var definēt kā mentālu jēdzienu, kas veidojas no iespaidu kopas (Beerli & Martin, 2004).

Galamērķa tēls: uzskatu, ideju un iespaidu kopums, kas personai ir par konkrēto galamērķi (Ekinci, 2003) un kas tajā pašā laikā varētu būt “daudzdimensionāls ar kognitīvām un izziņas sfērām” (Henderson, 2007).

Kognitīvais tēls/dimensija: tūristu prātos radītajam tēlam ir kognitīvs elements, kas ir atkarīgs no pieejamās informācijas kvalitātes un kvantitātes.

Izziņas tēls/dimensija: tēla izziņas daļa veidojas, balstoties uz katra indivīda īpašībām (Beerli & Martin, 2004).

Organiskais tēls: tēls, kas rodas no nekomerciāliem un nekontrolētiem informācijas avotiem, piemēram, draugu viedokļiem, žurnāliem, laikrakstiem, ziņojumiem utt.

Inducētais tēls: tēls, ko iegūst no komerciālas informācijas, t.i., mārketinga pasākumi, lai reklamētu galamērķi (Tasci and Gartner, 2007).

Modificēti inducētais tēls: tēls, kas veidojas, kad dzīvē esam galamērķī.

Kopējais tēls: tēls, kas ietver galamērķa individuālās īpašības un ietver gan materiālos, gan nemateriālos elementus (Beloglu and McCleary, 1999).

Tūristu apmierinātība: prieks, ko apmeklētājs izjūt kā sekas ceļojuma pieredzes spējai piepildīt viņa/viņas vēlmes, cerības un vajadzības saistībā ar minēto pieredzi (Chen and Tsai, 2007).

Praktiskie faktori: tādi faktori kā infrastruktūra, ekonomika vai pieejamība utt.

Sociālie faktori: vide, vietējo iedzīvotāju pieklājība, izklaides un atpūtas pakalpojumi, kultūras tradīcijas utt. (Morgan et al, 2011)

Galamērķa zīmols: galamērķa tēls ar emocionālu saikni ar patērētājiem, kas mēdz būt ilgstošāks nekā galamērķa tēls (Ban and Ozdogan, 2010).

Dimensija	Kategorija	Elementi	Tēls pirms ceļojuma(*)		Tēls ceļojuma laikā un pēc tā (*)	
			Organiskais tēls	Inducētais tēls	Modificēti inducētais tēls	Kopējais tēls
KOGNITĪVĀ	MĀJVIETA UN ĒDIENS	Viesnīcas un uzņemšanas struktūras, kas ir pieejamas cilvēkiem ar īpašām vajadzībām				
		Viesnīcas un uzņemšanas struktūras ir ieviesušas ilgtspējīgus pasākumus				
		Restorāni un ēdināšanas pakalpojumu sniedzēji, kas ir pieejami cilvēkiem ar īpašām vajadzībām				
		Restorāni un ēdināšanas pakalpojumu sniedzēji ir ieviesuši ilgtspējīgus pasākumus				
		Personāla viesmīlības un komunikācijas prasmes				
	TŪRISMA OBJEKTI	Dabas ainavu bagātība un skaistums				
		Viegli pieejams vēstures un kultūras mantojums (viegli nokļūt uz turieni un iekšā tajā)				
		Ilgspējīgs vēstures un kultūras mantojums				
		Iekļaujoši festivāli un publiski pasākumi				
	TŪRISMA POLITIKA	Ilgspējīgas attīstības politikas īstenošana				
		Mācību programma un izglītības politika				
		Viegli iegūt informāciju par konkrētām funkcijām (pieejamība, ilgtspējība)				
	TRANSPORTS	Pielāgota ceļu infrastruktūra				
		Ilgspējīga ceļu infrastruktūra				
	KOMFORTS	Vietējo iedzīvotāju draudzīgums, empātija un izpratne par pieejamu un aprites principiem atbilstošu tūrismu				
		Tīrība un drošība galamērķī				
		Trokšņa līmenis un satiksmes organizācija				
		Ilgspējīgi un atbildīgi patēriņa ieradumi				
		Iekļaujošs arhitektūras dizains				
	LOJALITĀTE	Nodoms doties uz turieni atkārtoti				
		Nodoms ieteikt galamērķi citiem				
	IZZIŅAS	Skaisti				
		Relaksējoši				
		Bez stresa				
		Bez nepatīkamiem elementiem				
APMIERINĀTĪBA	Ir vērts apmeklēt					
	Vai ir pieejams tūristiem ar īpašām vajadzībām?					



	Vai tiek ņemti vērā aprites principiem atbilstoši modeļi?				
--	---	--	--	--	--

(*) skalā no 1–5: **1 = Mazāk nekā gaidīts; 5 = Vairāk nekā gaidīts.**

Lieciat "0", ja nav viedokļa vai informācija nav pieejama.