

airBaltic PREZIDENTS

B. FLIKS:

intensīvi reklamējamies,
pieņemamies izstādēs,
sadarbojamies ar
aģentūrām, tūroperatoriem

VĒL ŽURNĀLĀ

GOLFS –
tūrisma zelta bedre

Jūrmalas namu
izīrēšanas haosu iespējams
sakārtot

Vai RĪGA ir ostas pilsēta?
Vrētu klūt...

Ar ko PIEVILINĀM
TŪRISTUS pavasarī?



Valsts nenovērtē kūrortus

Izdevīgais ģeogrāfiskais stāvoklis, vēsturiskās tradīcijas, dabas ārstnieciskie resursi rada priekšnoteikumus, lai Jūrmalas ekonomiskajā attīstībā tūrismam būtu prioritāra nozīme.

Jūrmalas dome pastāvīgi mudina likumdevēju pieņemt Kūrortu likumu, kas ļautu Jūrmalai un citām Latvijas vietām, kas slavenas ar saviem dziednieciskajiem un rehabilitācijas faktoriem, sajūst patiesu valsts gādību un rast pamatu straujākam uzplaukumam. Tomēr valsts līmenī kūrorts netiek pienācīgi novērtēts. Nerunāsim par desmit gadus veciem notikumiem, kad plānveidīgi tika grauta kūrorta infrastruktūra, bez pietiekama pamatojuma un neapdomīgi nododot privatizācijai visas sanatorijas un atpūtas namus. Šā šola sekas jūtam vēl šodien. Ķemeri tā arī nav atguvušies, neraugoties uz to, ka sanatorijas ēka nonākusi pie investora, kas vārdos pauž apņēmību to atkal vērst par pasaules līmeņa tūrisma objektu.

Jūrmalas dome attīsta sadarbību ar Ķemeru nacionālo parku, kopīgi finansējot un realizējot dažādus projektus. Taču ķemernieki uzskata, ka Ķemerus gremdē ne tikai neapdomīgā privatizācija un investīciju trūkums, bet arī parka īstenotā vides saglabāšanas politika – tās rezultātā reiz gleznainā pilsētiņa pārvēršas odu un mušu karaļvalstī, jo visa apkārtnē un

arī daļa pašu Ķemeru teritorijas konsekventi pārpurvojas. Meliorācijas sistēma tiek nojaukta, aizberot novadgrāvjus, kritalas rada aizdambējumus Vēršupītē.

Nav izprotama arī valsts rīcība, svītrojot Jūrmalu no ES fondu “Urbānās attīstības prioritātes” līdzfinansējuma saņēmēju loka. Pretēji ES norādījumiem šo finansējumu ne-saņēma tieši Rīgas plānošanas reģiona lielākās pašvaldības, kurās ir lielākie un populārākie tūrisma un kūrortu objekti.

Jūrmalas pašvaldība, sadarbojoties ar nevalstiskajām organizācijām un ekspertiem, veido Jūrmalas attīstības stratēģiju, kas kļūst par pamatu jaunajam pilsētas attīstības plānam. Stratēģijas mērķis: Jūrmala – moderna kūrortpilsēta ar senām tradīcijām.

Jūrmalnieki nevēlas, lai pilsēta pārvērstos par elitāras publikas guļamrajonu, bet soli pa solim īsteno politiku, kas vērsta uz kūrortpilsētas attīstību. Mēs spējam piedāvāt pasaulei augstvērtīgus kūrortpakalpojumus un tūrisma produktus. Ne velti ik gadu Krievijas tūrisma portāla www.travel.ru rīkotajā starptautiskajā aptaujā Jūrmala tiek nosaukta par labāko Baltijas jūras reģiona kūrortu.

Raimonds Munkevics,
Jūrmalas pilsētas domes priekšsēdētājs

Ne tikai Rīgu, Jūrmalu un vasaru!

Ārvalstu tūristu plūsma uz Latviju pieaug, palielinās arī viņu uzturēšanās ilgums. Latvijā pavadītais laiks varētu būt vēl garāks, ja plašāks kļūtu atraktīvs piedāvājums no reģioniem.

Somijas tūrisma firmu piedāvājumā, līdzīgi kā Zviedrijas gadījumā, dominē Rīga un Jūrmala, arī informācijas pieprasījumi no individuāliem ceļotājiem pārsvarā ir par šīm pilsētām. Tomēr arvien vairāk parādās piedāvājumi vairāku dienu braucieniem pa reģioniem, aplūkot pilis, muižas, apmeklēt 1. pasaules kara somu jēgeru cīņuvietas. Piedāvāti tiek arī īpaši kultūras tūrisma reisi, Operas festivāls, golfs, nedēļas nogales pavadīšana Latvijā, biznesa braucieni. Cenšamies popularizēt arī SPA iespējas – ne tikai Jūrmalā, bet arī citviet, uzsverot mūsu pakalpojumu atšķirību un daudzveidīgumu salīdzinājumā, piemēram, ar piedāvājumu Igaunijā. Šos piedāvājumus arī akcentē Latvijas Tūrisma informācijas birojs Helsinkos, lai tūristus Latvijai piesaistītu ne tikai vasarā.

Un Skandināvijas valstu ceļotāji tiem ir pateicīga mērķauditorija.

Vairāki uzņēmumi vērsušies birojā ar lūgumu palīdzēt atrast labas iespējas semināru rīkošanai tieši ārpus Rīgas – atrast vietu, kur cilvēki varētu ne tikai pastrādāt, bet arī atpūsties, un semināra dienās nepazustu no mītnes. Vairāk varētu popularizēt arī privāta rakstura, kompāniju svinības un svinīgu pasākumu sarīkošanas iespējas pilīs un muižās, komandu veidošanas (*team building*) pasākumus reģionos. Saistoša būtu aktīvā un nedaudz ekstrēmā tūrisma iespējas Siguldā, Liepājas karostā un citviet arī nesezonā, kā arī gastronomiskais piedāvājums, ko somi jau ir novērtējuši atzinīgi.

Latvijas Tūrisma informācijas birojs varētu līdzēt, organizējot somu žurnālistu un tūroperatoru braucienus uz šīm tūrisma vietām, kā arī sniedzot informāciju vietējos medijos un tūrisma kompānijām.

Ingūna Žigure, Latvijas Tūrisma informācijas biroja Helsinkos direktore

Redaktora uzruna

Ja līdz šim “Tūrisma” lasītāji un paši tā veidotāji izdevumu dēvēja te par avīzi, te par žurnālu, tad ar šo – otro – numuru droši varam teikt: tas ir žurnāls. Ar cik lielu “ž” – spriediet jūs! Mēs, žurnāla redakcija, kopā ar TAVA, Ekonomikas ministrijas Tūrisma nodaļas un nozares pārstāvjiem centāmieš identificēt nozares aktuālos un arī nepelnīti nekustinātos jautājumus, analizēt, skaidrot procesus un vienkārši informēt par jaunumiem un jūsu kolēģu pieredzi.

Salīdzinājumā ar iepriekšējo un arī ar nulto numuru šajā “Tūrisma” ir daudz vairāk izvērstu oriģinālmateriālu – kā kvartāla izdevumam tam ir grūti pretendēt uz ziņu operativitāti, tādēļ tās atstāsim galvenokārt nozares portāliem.

Tomēr tas nenozīmē, ka negaidīsim no jums ziņas par jaunumiem jūsu kompānijā, asociācijā, izglītības iestādē. Esam centušies ar jums sazināties dažādos veidos. Iztaujājot klātienē vai telefoniski, informācija netiek liegta, bet atsaucība uz aicinājumiem ar e-pasta palīdzību informēt žurnāla veidotājus par jūsu sprāt svarīgiem jautājumiem un jaunumiem, bijusi ļoti vāja. Atsaucības rādītāji būtu krietni vien zemāki nekā E.R.T.I. veiktajā pētījumā (sk. 22. lpp.).

Novērots, ka fotogrāfijā, kurā redzama ļaužu grupa, cilvēki vispirmām kārtām meklē sevi. Rakstiet, zvaniet, un arī jūs, atvēruši žurnālu, varēsiet priecīgi izsaukties: “Re, kur es!”

Uz tikšanos septembrī!

Baiba Lulle,
“Tūrisms” redaktore
baiba.lulle@corpmedia.lv

Tūrisms

Izdevums tūrisma profesionāļiem

2007. gadā iznāks četras reizes:

pavasārī, vasarā, rudenī (septembrī) un ziemā (decembrī)

Dibinātājs: Tūrisma attīstības valsts aģentūra

Reģistrācijas Nr. 90000431840

Druka: Dardedze

Redakcija: SIA “CorpMedia”

Reģistrācijas Nr. 43603029624

E-pasts: corpmedia@corpmedia.lv

SIA “CorpMedia” direktors un galvenais redaktors:

Kristians Rozenvalds

Izdevuma “Tūrisms” redaktore: Baiba Lulle (NRA)

Autoru kolektīvs: Baiba Lulle un Zane Auziņa (NRA), Ingmars Jurisons

(“Sporta Avīze”), Brigita Rūmniece, Paula Bērziņa

Foto: airBaltic, Vita Balckare

Izmantota arī ziņu aģentūras “LETA” informācija

Literārā redaktore un korektore: Inga Rozenvalde

Makets: Vita Balckare

Kontakti: e-pasts: turisms@corpmedia.lv vai

Tūrisma attīstības valsts aģentūra

Pils laukumā 4, Rīga, LV-1050, Latvija

e-pasts: tda@latviatourism.lv; tālr.: +371 67229945,

fakss: +371 67358128

Mediens: 3000 eks.

Tūrisma statistika ir ļoti pieprasīta

Tūrisma nozares pārstāvji izrāda lielu interesi par dažādiem statistikas datiem. Viens no galvenajiem avotiem ir Centrālās statistikas pārvalde (CSP).

CSP mājas lapā www.csb.gov.lv sadaļā Datu bāzes / Transports un tūrisms/ bez maksas pieejami statistiskie dati šādās sadaļās: "Latvijas iedzīvotāju ceļojumi pa Latviju", "Tūrisma firmu darbība", "Apkalpoto cilvēku skaits viesnīcās un citās tūristu mītnēs", "Ārvalstu viesu uzturēšanās viesnīcās un citās tūristu mītnēs", "Viesnīcu izmantošanas rādītāji", "Latvijas un ārzemju ceļotāju raksturojošie rādītāji". Datu bāzē iespējama informācijas meklēšana pa ceturkšņiem un noteiktām pozīcijām, piemēram, gultasvietu noslogojums Latvijā, Rīgā, bet, ja interesents vēlas iegūt sīkāku informāciju, piemēram, par viesnīcu noslodzi konkrētos rajonos atkarībā no tās zvaigžņu skaita, darbadienas vai brīvdienām, tā iegūstama par maksu.

Kā "Tūrisma" stāsta CSP Transporta un tūrisma statistikas daļas vadītāja Edīte Miežīte, "katrs datu pieprasījums tiek izvērtēts konkrēti. Netiek sniegti dati par atsevišķu uz-

ņēmumu un tāda informācija, kas varētu atklāt komercnoslēpumu, piemēram, ja tiek prasīti dati par vienas zvaigznes viesnīcu noslodzi konkrētā rajonā, kur ir tikai viena šāda veida mītne. Ja ir jau divas šādas viesnīcas, – tad informāciju sniedzam. Galvenais, lai nevar atšifrēt konkrētu uzņēmumu. Datu konfidencialitāti mēs arī uzsvēram, prasot informāciju no respondentiem, lai viņi nebaidītos mums šos datus sniegt."

Nereti interesentu prasītie dati tiek kombinēti no vairāku nodaļu informācijas, bet visi pieprasījumi sūtāmi uz kopējo informācijas centru info@csb.gov.lv. Atbildes tiek sniegtas desmit dienu laikā.

Interese no tūrisma un transporta nozares spēlētājiem ir liela – pieprasījumu ir vairāk nekā par citām nozarēm. "Gudri cilvēki taisa ļoti interesantus pieprasījumus, ko izmanto analizē. Statistika ir interesanta, tikai jānāk to paprasīt," teic Miežīte.

Par maksu CSP informācijas centrā pieejami arī tūrisma gada un ceturkšņu pārskati papīra formā.

Ārvalstu ceļotāji Latvijā

2007. gada 1. ceturksnī salīdzinājumā ar 2006. gada attiecīgo ceturksni ārvalstu viesu skaits Latvijā palielinājies par 13% – no 845 tūkstošiem līdz 958 tūkstošiem.

72% robežšķersotāju Latvijā uzturējies mazāk par 24 stundām. Vidējais uzturēšanās ilgums – 1,2 diennaktis. Viesi, kuri Latvijā pavadīja vairāk par diennakti, uzturējās vidēji 3,5 diennaktis (2006. gadā – 4,0 diennaktis). 32% aptaujāto atzinuši, ka Latvijā ieradušies tranzītā, 22% – atpūsties, 15% – kārtot darījumus, 14% – apmeklēt draugus vai radniekus.

Visvairāk viesu ieradušies no Lietuvas (37%), Igaunijas (26%), Polijas (7%), Krievijas (4%), Zviedrijas un Vācijas (3%).

2007. gada 1. ceturksnī ārvalstu viesi Latvijā iztērējuši 50,6 miljonus latu jeb par 8,5 milj. latu (20%) vairāk nekā attiecīgajā periodā pērn; vidēji dienā tērēti 45 lati (+ 9 lati).

No tiem, kuri Latvijā nakšņojuši, 76% apmetušies viesnīcās vai tām pielīdzināmās tūristu mītnēs, 3% – pie radiem vai draugiem. No visiem vairāku dienu ceļotājiem 25% Latviju apmeklēja pirmo reizi.

Informāciju par Latviju ceļotāji ieguvuši galvenokārt savu iepriekšējo apmeklējumu laikā – 21%, 20% – no radiem, draugiem un paziņām, 18% – internetā, 12% izmantoja darījumu informāciju, 7% – informāciju no tūrisma rokasgrāmatām, 5% – no masu medijiem.

Ārzemju ceļotāji, kas Latvijā pavadīja vairākas dienas, aptaujāti arī par to, kā viņi vērtē savu Latvijas apmeklējumu.

Latvijas ceļotāji ārzemēs

Latvijas iedzīvotāji 2007. gada 1. ceturksnī, atgriežoties no ārzemēm, 643 tūkstošus reižu šķērsoja valsts robežu – tas ir par 6% vairāk nekā pagājušā gada 1. ceturksnī.

Līdzīgi kā iepriekšējos gados, visbiežāk apmeklētas kaimiņvalstis – Lietuva (34%), Igaunija (18%), Krievija (11%), Baltkrievija (4%); 27% apmeklējuši radus un draugus, 23% – atpūtas, 15% devās darījumu braucienos, 14% – iepirkties. Vidēji Latvijas iedzīvotāji ārvalstīs pavadījuši 3,4 diennaktis (pērn – 3,3).

2007. gada 1. ceturksnī Latvijas ceļotāji ārzemēs iztērējuši 97 miljonus latu – tas ir par 28,7 miljoniem jeb 42% vairāk nekā 2006. gada 1. ceturksnī, vidēji dienā – 45 latus.

Aktīvākie vairāku dienu ceļotāji, kā parasti, bijuši vīrieši (65%). Visvairāk ceļojuši cilvēki vecumā no 25 līdz 44 gadiem (60%), kas devušies uz ārzemēm galvenokārt atpūsties, apmeklēt radus un draugus, kārtot darījumus. Gados jaunākie ceļotāji (15–24 gadi) priekšroku devuši atpūtas braucieniem, kā arī draugu un radnieku apmeklējumam, bet vecākā gadagājuma iedzīvotāji – radu un draugu apciemojumam.

51% Latvijas ceļotāju savu ārzemju ceļojumu novērtējuši kā ļoti labu, 36% – kā labu, 12% – kā apmierinošu, bet 1% – kā sliktu.

Ceļojumu raksturojošo rādītāju vērtējums, %

Rādītājs	ļoti labi	labi	slikti	ļoti slikti
Pakalpojumu kvalitāte	72,8	21,3	2,0	3,9
Preču cenas un kvalitātes savstarpējā atbilstība	56,8	34,2	4,9	4,1
Cilvēku atsaucība	67,5	26,4	2,7	3,4
Pilsētu tīrība	61,5	31,1	4,1	3,3
Izklaides iespējas	54,2	19,7	1,7	24,4
Svešvalodu zināšanas	52,9	31,3	8,5	7,3

Ārzemju ceļojumu novērtējums pa valstīm, %

	ļoti labs	labs	apmierinošs	slihts
Kopumā	51,0	35,7	12,6	0,7
Austrija	73,1	22,8	4,1	–
Baltkrievija	25,5	49,9	23,8	0,8
Francija	58,5	31,1	10,4	–
Igaunija	45,8	38,7	14,8	0,7
Krievija	31,9	35,3	27,9	4,9
Lietuva	43,8	38,5	17,1	0,6
Polija	56,6	23,6	19,8	–
Somija	68,7	31,3	–	–
Ukraina	58,8	26,7	12,1	2,4
Vācija	46,5	43,5	10,0	–
Zviedrija	41,4	37,5	21,1	–

Avots: Centrālā statistikas pārvalde

Esam atvērti ilgstošai sadarbībai

NRA žurnālistes **Baibas Lulles** intervija ar airBaltic prezidentu **Bertoldu Fliku**

Nacionālā lidsabiedrība "airBaltic" šajā tūrisma sezonā startējusi ar vairāku jaunu, tūristiem saistošu maršrutu atklāšanu. Par to, kas nozarei vēl padomā, "Tūrisms" iztaujāja "airBaltic" prezidentu Bertoldu Fliku.

"Tūrisms": Ko pēdējā gada laikā esat veikuši, lai Latvijai piesaistītu vairāk tūrisma un veicinātu ienākošo tūrisma?

Bertolds Fliks: Ļoti daudz. Esam atklājuši virkni jaunu maršrutu, paplašinās maršrutu tīkls, pieaug lidojumu skaits, pazeminām cenas, un tas ir pamats, lai cilvēkiem būtu pie mums izdevīgāk nokļūt. Ārzemēs ļoti intensīvi reklamējamies, piedalāmies izstādēs, sadarbojamies ar aģentūrām, tūroperatoriem. Šogad esam strādājuši trīs galvenajos virzienos: lidojumu maršrutu skaita un vietu skaita palielināšana uz Skandināviju un Ziemeļvāciju, jaunu maršrutu atklāšana uz Austrumiem. Trešais virziens svarīgs ir galvenokārt Latvijas publikai: atklāts ļoti daudz atpūtas maršrutu uz dienvidu jūrām.

Kāds ir stratēģiskais virziens nākotnē?

Attīstīsim jau iesāktos: turpināsim atvērt jaunus maršrūtus uz Austrumiem, domājam arī par maršrutu tīkla paplašināšanu un lidojumu skaita palielināšanu, kā arī lielāku lidmašīnu izmantošanu reisiem uz un no Skandināvijas. Paplašināsim piedāvājumu uz dienvidjūru pilsētām.

Pēc kādiem kritērijiem izraugāties jaunus maršrūtus?

Ir statistika par to, kurp cilvēki ceļo, līdzās tam vērtējam arī virkni citu kritēriju. Bet tādas standartformulas nav. Kā piemēru var minēt Stambulu: vēsturiski uz turieni no Rīgas nav pasažieru plūsmas, arī aptaujas neliecina, ka Stambula būtu iecienīts Latvijas iedzīvotāju objekts, bet šajā pilsētā ir 16 miljoni iedzīvotāju, tā ir lielākā pilsēta Eiropā, daudz lielāka par Londonu, Parīzi, Romu, Berlīni. Ņemot vērā šo faktu, kā arī reģiona straujo izaugsmi, esam atklājuši uz turieni maršrutu. Un tiešām, pieprasījums ir samērā liels. Bet tradicionālās aptaujas vai vēsturisko datu metodes te nespēja nekādu lomu. Esam atklājuši maršrūtus arī uz nelielām pilsētām, piemēram, Bergenu un Stavangeru Norvēģijā, jo pašlaik tur jūtama ļoti liela interese par lidojumiem uz Rīgu. Turklāt pēc tam, kad esam atklājuši šos maršrūtus, paši arī veicinām vēl lielāku pieprasījuma veidošanos.

Kā notiek "airBaltic" sadarbība ar tūrisma firmām, tūroperatoriem?

Tradicionāli ir divi varianti: vai nu mēs atklājam tiešo lidojumu un pēc tam atnāk tūrisma firma un saka, ka grib noteiktu skaitu vietu šajā maršrutā, vai arī tūrooperatori ir pateikuši, ka viņi grib čartermaršrutu noteiktā dienā. Tagad gan mēs esam mazliet mainījuši šo sadarbības sistēmu, pārsvarā ar "Tez Tour" kopā plānojot, uz kādiem maršrutiem lidot nākamajā sezonā, kur varētu būt pieprasījums, kā koordinēt mūsu aktivitātes. Esam noteikuši vietas, uz kurieni gribam atklāt tiešos lidojumus, "Tez Tour" rezervē daļu vietu uz visu sezonu, bet daļu vietu mēs pārdodam privāti. Tas ļauj abām pusēm mazināt risku un nodrošina plašākas piedāvājuma iespējas. Tas nozīmē, ka tūristiem pieejami ne tikai čarterlidojumi, bet arī regulārie lidojumi, kurus pārdodam mēs un "Tez Tour". Ieguvēji ir abi.

Kāpēc jūs šādi sadarbojaties tikai ar "Tez Tour"?

Esam sākuši strādāt ar "Tez Tour", un, godīgi sakot, esam ļoti apmierināti. Viņi vienkārši bija mazliet ātrāki, progresīvāki. Bet tas, ka mēs esam ļoti apmierināti ar "Tez Tour", nenozīmē, ka viņiem ir kāda mūžīga ekskluzivitāte. Domāju, mēs varētu sadarboties arī ar citām kompānijām, sākt diskusijas par maršrutiem... Lai gan nav jau tādu lielu atklājumu – mēs vairāk vai mazāk jūtam un zinām tendences, zinām, kāds ir pieprasījums un tirgus. Gadās gan arī kādi pārsteigumi, piemēram, šogad visi bijām izbrīnīti par to, cik liels bija pieprasījums uz Ēģipti.

Kāda ir jūsu sadarbības, atlaižu politika? Vai atlaides pieejamas tikai "Tez Tour" vai arī citām tūrisma kompānijām, kuras jau sūdzējušas, ka ar jums grūti ko sarunāt.

Nav tā, ka ar mums būtu grūti kaut ko sarunāt, bet katram ir savas intereses, katrs grib nopelnīt. Mēs strādājam pārsvarā ar regulārajiem lidojumiem. Čarterlidojumu īpatsvars ir mazāks par vienu procentu. Mums arī nav tādu iespēju, mēs nevaram apmierināt visas vēlmes. Mēs gribam attīstīt galvenokārt regulāros lidojumus, un tas nozīmē, ka sadarbība ar tūrisma kompānijām mūs interesētu visas sezonas garumā, nevis uz nedēļu vai divām, vienu vai pāris lidojumiem. Šādā gadījumā mēs runājam par čarteru, un tur mūsu iespējas tiešām ir ierobežotas.

CV



Bertolds Martins Fliks

airBaltic prezidents, izpilddirektors

Dzimis 1964.2.VII Vācijā

Izglītība

1984–1985 studējis vēsturi Trentonas Pavalsts koledžā (ASV),

1985–1991 mācījies Heidelbergas universitātē Vācijā, kur ieguvis juridisko izglītību

Darba pieredze

Kopš 2002 "airBaltic" prezidents un izpilddirektors

2001–2002 "Indecon-consulting" konsultants privatizācijas projektā Serbijā

2000–2001 "Markant Südwest Handelsgesellschaft AG" valdes loceklis, atbildīgs par pārtikas ķēdes finanšu sektora restrukturizāciju un servisa "piegāde mājās" ieviešanu

1997–2000 "Latvijas Gāze" valdes loceklis; "Rīgas Starptautiskā lidosta" valsts pārstāvis

1994–1997 "Treuhand Osteuropa Beratungsgesellschaft mbH TOB" (Berlīne), konsultants Latvijas Privatizācijas aģentūrā

1992–1994 Tieslietu ministrija (Berlīne)

Citas aktivitātes

Bijis "air Baltic Corporation" padomes priekšsēdētājs, "Ave Lat" padomes priekšsēdētājs, Latvijas Nacionālās operas fonda valdes loceklis, "Inspiration Riga" valdes loceklis, kopš 2005 ir Vācijas – Baltijas Tirdzniecības kameras Igaunijā, Latvijā, Lietuvā viceprezidents.

Pārvalda vācu, angļu, latviešu, krievu, itāļu, franču valodu.

Tas nozīmē, ka arī ar tūrisma firmām jūs vairāk gribētu sadarboties regulāro lidojumu kategorijā, nevis čarteros?

Čarterlidojumu īpatsvaru mēs negribam palielināt. Mēs drīzāk gribam attīstīt mūsu tiešo lidojumu maršrutu tīklu, piedāvāt vairāk lidojumu nedēļā, uz vairākiem tūrisma galamērķiem. Mūsuprāt, tas ir krietni labāks produkts, kas ir uz veselu sezonu, arī mūsu peļņas iespējas tad ir krietni augstākas.

Tas, ko mēs nākotnē gribētu vairāk pārdot tūrisma firmām, ir noteikts vietu skaits regulārajos lidojumos uz veselu sezonu – nav obligāti tikai vienai firmai vienā lidmašīnā, bet vairākām firmām. Saprotams, ja līgums tiek slēgts uz veselu sezonu, cenas nebūs tās pašas, kā cilvēkam, kurš dažas dienas pirms lidojuma nopērk biļeti ceļojumu aģentūrā vai internetā. Protams, kā jau tas parasti notiek, tūrisma firmas veido grupu rezervācijas, bet runa par sadarbību var būt tikai tad, ja tā ir uz ilgāku laiku.

Lai palielinātu tūristu skaitu Latvijā, satiksmes ministrs Ainārs Šlesers aicinājis ieceļotājiem vīzas izsniegt uz robežas – Rīgas lidostā. Ārlietu ministram nebūtu iebildumu, ja vien aviokompānijas apņēmtos aizgādāt atpakaļ uz mītnes valsti tos ieceļotājus, kuri ierastos ar nederīgiem dokumentiem vai kurus Latvijā neieļautu. “airBaltic” esot gatava par saviem līdzekļiem to darīt. Tas būtu ekonomiski izdevīgi vai arī galvenais ir – piekrist Šleseram?

Ne tāpēc, lai piekristu ministram, bet atbalstu priekšlikumu pēc būtības. Jebkurš vīzas režīms ir šķērslis ceļojumiem, vienalga – ārzemniekiem iebrucaot Latvijā vai Latvijas iedzīvotājiem izbrucaot ārpus valsts. Man ļoti patīk, ka Ārlietu ministrija strādā pie tā, lai latviešiem daudzviet vairs nebūtu vajadzīga vīza, ka arī lai vīzu varētu saņemt lidostā. Un arī pretējā virzienā – lai atvieglotu kārtību, kādā ārzemēs var saņemt Latvijas vīzas. Vislabāk būtu dot iespēju saņemt vīzu lidostā. Turklāt ne jau visās valstīs ir Latvijas vēstniecības vai konsulāti.

Vienīgi līdz ar pievienošanos Šengenas sistēmai laikam tā vairs nevarēs, jo, pēc Pilsotības un migrācijas lietu departamenta teiktā, vīzas uz robežas varēsot izsniegt tikai īpašos gadījumos.

Ir iespējams ļoti daudz, ja tikai ir vēlme ko mainīt. Ja jebkuru iebrucaēju uztver kā valsti apdraudošu faktoru, to nevar uzskatīt par vēlmi ko mainīt. Ja imigrācijas departamentam uzticētu politisku lēmumu pieņemšanu par to, kā cilvēki var saņemt darba atļaujas un kādā veidā ārzemnieki var iebrucaut valstī, tad vispār neviena ārzemnieka te nebūtu.

Cik lielas ir jūsu vēlmes un iespējas kaut kā ietekmēt arī lidostas “Rīga” attīstību, cik tālā ir arī jūsu interesēs, piemēram, lai no lidostas būtu labs sabiedriskais transports, lai lidostā pasažieriem būtu ko darīt, – it īpaši, ja orientējamies uz tranzītu. Daudzviet pasaulē arī pašas aviokompānijas saviem VIP klientiem piedāvā īpašus pakalpojumus lidostā – zāles ar internetu, bibliotēku, dušas, gludināšanas iespējas, baseinus...

Domāju, ir ļoti maz tādu aviokompāniju, kuras saviem klientiem piedāvā šādus pakalpojumus. Ir kafējnīcas, restorāni – tie arī Rīgas lidostā ir ļoti labā kvalitātē, ir vieta, kur klienti var uzturēties, ir avīzes... Jāteic, ka ar jauno lidostas vadību mēs esam sākuši dialogu par lidostas attīstību, un tas ir ļoti pozitīvi. Bet, protams, mēs neesam lidostas operators, mēs varam dot kādas idejas, izteikt vēlmes, bet par to realizāciju atbild lidosta. Gatavojoties pievienoties Šengenas sistēmai, šobrīd galvenais ir nodrošināt, lai lidosta patiešām būtu gatava nodalīt Šengenas valstu pasažierus no citiem.

Pasažieru skaita pieaugums lidostā ir ļoti liels. Ja šodienas lidostas infrastruktūra vēl ir tam atbilstoša, tad pēc diviem gadiem tas tā vairs nebūs. Tāpēc ir ļoti ātri jāizdomā, kā paplašināt un sakārtot infrastruktūru. Diskusija ar lidostas vadību patiešām ir uzsākta, un mani ļoti apmierina jaunā attieksme pret operatoru. Jāteic, pirms Petera kungs nebija ieņēmis lidostas valdes priekšsēdētāja amatu, mēs netikām uzklausi. Par šīm pārmaiņām esam ļoti priecīgi.

Kādas priekšrocības un trūkumi ir nacionālajai aviokompānijai, kurā lielākā daļa akciju pieder valstij (“airBaltic” gadījumā – 52,6%)?

Aviokompānijai būt valsts īpašumā – principā tas ir ļoti grūti. Neapskaužu savus kolēģus, kas strādā valsts aviokompānijās, jo valsts intereses ļoti bieži atšķiras no privātām. Konkrēti mūsu gadījumā valsts vienmēr ir bijis ļoti atbildīgs īpašnieks, sadarbība starp mūsu lielajiem akcionāriem – SAS un valsti – ir bijusi laba, attiecības ir lietišķas. Mums neliek lidot maršrutos, kas neenes peļņu, neesam spiesti, kā tas ir daudzās citās valstīs, rīkoties neekonomiski, tādēļ ka būtu kaut kādas valsts prasības. Priekšrocību mums ir maz, jo valsts strādā kā parasts privāts akcionārs.

Un lidostas nodokļu atlaižu sistēma nepalīdz?

Nodokļu atlaižu sistēma nav saistīta ar mūsu īpašnieku struktūru, bet gan ar tiem apjomiem, kādi mums ir Rīgas lidostā. Tās pašas atlaides ieguva arī “Ryanair”. Un rezultāts runā pats par sevi. Vēl pirms trim gadiem Rīgas lidosta bija vienā līmenī ar Viļņas un Tallinas lidostu, bet šogad tā būs gandrīz tikpat liela cik šīs abas kopā. Pieaugums ir ievērojams, un, protams, cenu samazināšanas iespējas un nodevu atlaižu politika ļauj mums attīstīties krietni straujāk nekā, piemēram, Viļņā. Mēs Rīgā varam atļauties daudz vairāk maršrutu par lētākām cenām.

Neesmu pret to, lai atlaides tiktu piemērotas visām kompānijām. Mēs nemeklējam sev priekšrocības attiecībā pret citām kompānijām. Bet skaidrs, ka atlaides dod Rīgas lidostai priekšrocības attiecībā, piemēram, pret Tallinas lidostu, kuras attieksme jau vairākus gadus ir nemainīga. Tas pats ir Viļņas lidostā – tā ir viena no dārgākajām lidostām Eiropā. Mēs būtu ļoti priecīgi, ja arī Viļņā būtu kaut kāda izpratne par to, cik ļoti lidostas cenas ietekmē vispārējo lidostas attīstību. Neraugoties uz to, ka Lietuvā ir par miljonus iedzīvotājiem vairāk nekā Latvijā, Rīgā tagad ir divreiz vairāk pasažieru. Un tas ir saistīts ar lidostas cenām un atlaižu politiku. Un ir jautājums – vai gribam, ka lidosta paliek maza un strādā ar peļņu, vai tomēr ir plašs piedāvājums kaut kur aizlidot. No Tallinas ir 20 maršrutu, no Rīgas – vairāk nekā 60! Jādomā priekšroka

tādai sistēmai, kāda ir Rīgā.

Kā lēto aviokompāniju ienākšana Latvijā mainījusi kompānijas cenu, marketinga politiku?

Nav tā, ka mūsu cenas būtu reaģējušas uz citu aviokompāniju ienākšanu tirgū. To, ka lētās kompānijas ienāks, zinājām jau laikus, un 2002. gadā sākām mainīt kompānijas stratēģiju un profilu. Tas mums ļāva veiksmīgi konkurēt.

2003. gadā “airBaltic” bija mazāk nekā 300 darbinieku, tagad – tūkstoš darbinieku. Nepārtraukti meklējam cilvēkus, jo strauji augam, bet jāatzīst arī, ka darba tirgus Latvijā ir sašņināts.

Vai “airBaltic” var uzskatīt par modernu aviokompāniju?

Viennozīmīgi, jā! Esam spējīgi ātri reaģēt uz tirgus un tehnoloģiskām pārmaiņām. Piemēram, pirms dažiem gadiem revolucionārs pavērsiens bija vienvirziena cenu ieviešana arī ekonomiskās klases pasažieriem. Nākamais, ko plānojam ieviest jau jūnijā, ir interneta reģistrāciju (*check-in*), kad jebkurš pasažieris, izmantojot internetu, varēs saņemt savu sēdvietu. Tas ir ļoti būtiski pasažieru ērtībām. Sevišķi ērti tas būs tiem klientiem, kas biļeti pērk internetā.

Arī tūrisma firmas varēs veikt kopējo grupas reģistrāciju internetā?

Domāju, ka jā. Tad vairs nebūtu jāstāv rindā lidostā. Un, ņemot vērā vēl arī to, ka pēc pievienošanās Šengenas sistēmai nebūs jāstāv robežpārbaudes rindā, ievērojami tiks ietaupīts laiks un paaugstināts komforts.

Un kas tiek darīts, lai mazinātu rindas, tostarp pie “airBaltic” kasēm?

Tā kā pieaug pasažieru skaits, lidostai ir grūti apkalpot tādā pašā kvalitātē kā iepriekš. Mēs runājam ar lidostu un jūtam, ka daudz kas tiek darīts, lai situāciju uzlabotu, piemēram, tiek lietots vairāk interneta reģistrācijas automātu, pieņemts darbā vairāk cilvēku, uzlabota procedūra.

airBaltic

2007. gada pirmajā ceturksnī pārvadājusi 338 217 pasažierus – par 28% vairāk nekā pirms gada. Veikusi 7045 lidojumus – par 22% vairāk nekā 2006. gada attiecīgajā periodā. Vietu piepildījums lidmašīnās 2007. gada pirmajā ceturksnī – 55%. Kompānija 2007. gadā plāno apkalpot 66 tiešos reisu no Rīgas, Viļņas un Liepājas – tas ir gandrīz sešas reizes vairāk nekā pirms pieciem gadiem.

airBaltic dibināta 1995. gadā. Galvenie akcionāri: Latvijas valsts (52,6%) un aviokompānija SAS (47,2%).

Uz ceļa zīmēm paļauties nevar



Nemākulīgi izliktu vai neesošu norāžu dēļ autotūrists bieži nomaldās vai rada sastrēgumus

“Latvijā praktiski nav ceļa zīmju un norāžu par to, kurp katrs ceļš ved, bet, ja kaut kur kādas tomēr atrodas, ticēt tām nevar! Tāpēc tūristam, kurš šurp atbraucis ar personīgo auto, savlaicīgi jāiemācās orientēties kartē – tā ir vienīgā izeja, lai brīvdienas Latvijā nebūtu jāpavada nemitīgi maldoties,” brīdina satiksmes eksperts Pauls Timrots.

Skaidrojot, cik “viegli” iebraucējam saprotama un izbraucama Rīga un Latvija, Timrots min senu, bet spilgtu piemēru: “Savulaik man rokās nonāca žurnāls “Atpūta”, kur bija stāstīts, kā 1939. gadā, sākoties karam, poļi pretojās vāciešu iebrukumam. Poļi sazāģēja ceļa malā augošās alejas un kokus sagāza uz brauktuvēm, bet būtiskākais – viņi nozāģēja arī visas ceļa zīmes, tā ka Vācijas karaspēks nespēja orientēties apvidū. Raugoties uz situāciju Latvijā, rodas iespaids, ka mēs esam gatavi šādam karam.”

Trūkst gan pastāvīgo norāžu, gan tās, kas tiek izvietotas uz laiku. Pavasarī valsts galvenais autoceļš “VIA Baltica” (Rīgas apvedceļš posmā pie Ērgļu dzelzceļa pārbrauktuves) remonta dēļ bija slēgts, taču šoferus par to informēja viena vienīga zīme šosejas malā, kuru, braucot ar ātrumu 90 km stundā, nebija iespējams pamanīt. Visas mašīnas, kas bija tikušas līdz pārbrauktuvei, nikni brauca atpakaļ bez mazākās saprašanas, kā nokļūt vajadzīgajā vietā. Vēl trakāk gājis braucējiem uz Tallinu, kas šosejas posma remonta laikā nemākulīgi izliktu apbraucamā ceļa zīmju dēļ, novirzīti uz Pleskavas šoseju un Smiltenes tuvumā vietējiem jautāja, kur šeit Tallinu var atrast? “Bail padomāt, cik lieki nobrauktas degvielas un neapmierinātības bija, nemaz nerunājot par tiem nabagiem, kas nejēdzīgi un nepietiekami izliktu ceļa zīmju dēļ nokāvēja prāmi uz Helsinkiem!”

Bez kartes neiztikt arī tiem, kas grasās ar mašīnu braukt cauri Rīgai, kur arī informācijas par to, kurp katrs ceļš ved, vienkārši nav. “Piemēram, iebraucot Rīgā no Zemgales un Kurzemes puses, cilvēks pārbrauc pār Salu tiltu, nokļūst līdz Lāčplēša un Valdemāra

ielas krustojumam un var sākt zīlēt, kurp nokļūs, ja brauks uz vienu vai otru pusi. Tur arī pietiekami bieži var novērot, kā nabaga apjukušais iebraucējs tūlājas un nesaprot, kur jābrauc, kas, protams, tracina pārējos steidzīgos šoferīšus.”

Joprojām nepietiekami skaidrs un grūti uztverams ir ceļš uz Rīgas lidostu. Pie uzbrauktuves uz lidostu gan ir uzstādītas divas ceļa norādes, taču joprojām ārvalstu tūristam nereti ar pirmo piegājieni līdz mērķim nokļūt neizdodas.

Citi autobraucēji norādījuši arī uz nekonsekventām norādēm par gaidāmo nobrauktuvi. Ja pamatā tās ir pirms pagrieziena, tad, piemēram, uz Rīgas apvedceļa virzienā no Liepājas uz Rīgu pirms nogriešanās uz Jūrmalas šoseju un uz apvedceļa no Jūrmalas pirms pagrieziena uz Jelgavu norādes ir tieši aiz pagrieziena. Te pagriezienam garām pašau pat pieredzējuši Latvijas autobraucēji, it īpaši tumšā laikā. Savukārt nerīdzinieki, svētdienas autolietotāji un, jo īpaši, tūristi nereti met vairākus aplūkus pa loku pie Slāvu tilta, meklējot norādi uz Rīgas centru – ne jau katrs zina, ka tas ir tas pats ceļš uz Daugavpili. Un otrādi – nav arī norāžu no centra uz, piemēram, Purvciemu, Imantu. Tamlīdzīgu uzskaitījumu varētu turpināt.

Kā pozitīvu signālu centieniem situāciju uzlabot Timrots min Rīgas domes Satiksmes departamenta sāktu darbu pie autoceļu numuru apzīmējumu uzstādīšanas ielās. Taču tie, viņaprāt, “noder tikai tiem “algoritmu” cienītājiem, kas zina, kāds numurs piešķirts konkrētā brīdī vajadzīgajai šosejai. Ja tas nav zināms, arī ceļa zīmju funkcionālā nozīme zūd, un tās var uzskatīt vien par dekorāciju.” P. Timrots tomēr cer, ka kādreiz Rīgas ielās tomēr parādīsies ceļa zīmes, kas vienkārši norādīs virzienus arī uz citām Latvijas un tuvējām kaimiņvalstu pilsētām.

Šīs cerības varētu piepildīt, īstenojot Rīgas tūrisma attīstības pamatnostādnes, kas pagaidām vēl ir tikai aprakstīts papīrs.

Zane Auziņa, NRA

Par ceļu norādēm Rīgas tūrisma attīstības pamatnostādnes 2008. – 2012. gadam

Tūristu autobraucēju ērtībām iecerēta “vienota dizaina atbilstošu ielu nosaukumu plākšņu un norāžu stabu izstrādāšana un izvietošana, kas nodrošinātu ātru un precīzu telpisko orientāciju gan autobraucējiem, gan gājējiem, velobraucējiem”. Nozīmīgākajos krustojumos tiktu izvietotas norādes ar pilsētu daļu un objektu virzieniem, attīstīta arī elektroniskā vide tūristiem – digitālās datu bāzes, elektroniskās kartes, GPS, audiogidi.

Par ūdens resursu izmantošanu Rīgas tūrisma attīstības pamatnostādnes 2008. – 2012. gadam

Tas, ka ūdens resursi netiek pilnvērtīgi izmantoti, apzināts arī Rīgas tūrisma attīstības pamatnostādnes 2008.–2012. gadam. To izmantošana tūrisma produktu attīstīšanai un ostas pilsētas gara radīšanai gan nav prioritāra – akcents joprojām ir uz Rīgu kā pasaules jūgendstila galvaspilsētu. Arī starp tematiskajiem infomateriāliem dažādām mērķauditorijām (“Rīga – jūgendstila galvaspilsēta”, “Koka Rīga”, “Zviedru laiki Rīgā”, “Vācu laiki Rīgā”, “Rīga mākslas mīļotājiem” u.c.) Rīga kā ūdeņiem bagāta pilsēta nav minēta. Tajā pašā laikā ir secināts, ka “Rīgas jūras līcis ar smilšainām pludmalēm un priedēm apaugušās kāpas ir ideāli resursi atpūtas, relaksācijas un dabas tūrisma attīstīšanai”.

Kā resurss minēta “Daugava – vēsturiskais Rīgas ūdens ceļš ar lielāko kultūrvēsturisko vērtību – Rīgas siluetu” un konstatēts, ka “šodien Daugava diemžēl atdalīta no pilsētas centra ar noslogoto transporta maģistrāli, lai gan “tā ir ideāla vieta ne tikai pastaigai un atpūtai, bet arī lieliem sabiedriskiem pasākumiem, festivāliem, koncertiem. Nākotnē šī teritorija kopā ar Pasāžieru ostu un tālāk ar Elizabetes un Alberta ielas rajonu varētu veidot kompleksu tūrisma rajonu ar izglītojošām, atpūtas un izklaides funkcijām.” Tāpat tūrisma pievilcības varētu būt Daugavas kreisais krasts – Akmens tilta apkārtnē ar skatu laukumu, kultūras un mākslas centru “Noass”, Ķīpsalu, Lucavsalu, Zaķu salu.

Vājās Rīgas ostas darbības dēļ netiekot izmantotas arī prāmju satiksmes iespējas.

Vai Rīga tiešām ir ostas pilsēta?

Atrašanās upes vai jūras krastā ikvienai pilsētai sniedz teicamas iespējas pilnveidot savu tūrisma piedāvājumu ar kuģišu izbraucieniem, restorāniem uz ūdens, zivju tirdziņiem, aktīvā ūdens tūrisma un citiem pakalpojumiem un pasākumiem. Rīgā šīs iespējas netiek izmantotas – galvenokārt infrastruktūras nesakārtotības un iniciatīvas trūkuma dēļ.

Prāmju ienākšanai Rīgā gan pastāv objektīvi šķēršļi, piemēram, iebraukšanai Rīgas līcī jābūt vesela diena. Bet šis apstāklis un arī pašas Rīgas ostas nepievēlība tūristiem nenozīmē, ka ostas pilsētas atmosfēru nevar veidot ar dažādu produktu, pakalpojumu un vides palīdzību.

Ūdens resursi ir daudz

“Rīga ir vienīgā man zināmā jūras pilsēta, kurā nejtūt jūras klātbūtnei. Turklāt Rīgā ir ne tikai jūra, bet arī Daugava, kanāls, un kā resursi tie netiek pilnvērtīgi izmantoti,” teic komunikāciju eksperts un aktīvs ceļotājs Ābrams Kleckins. Viņam piekīt arī Latvijas Tūrisma informācijas biroja Stokholmā direktore Zane Zeļenkova un kapteinis Uldis Ziņģis, kas ar kuģi “Liepāja” jau 30 gadus pārvadā pasažierus pa Daugavu.

Arī gatavojot Rīgas tūrisma attīstības pamatnostādnes 2008.–2012. gadam, esošās situācijas analīzē secināts, ka Rīgas līča piekraste ar smilšainajām pludmalēm, iekšējiem ūdeņiem, īpaši Daugavu, kā dabas resurss nav pilnvērtīgi izmantots, līdzīgi kā pilsētas teritorijā esošais Piejūras dabas parks, jo šīs teritorijas nav labiekārtotas apmeklējumiem. “Daugava diemžēl ir atdalīta no pilsētas centra ar noslogoto transporta maģistrāli. Tā ir ideāla vieta ne tikai pastaigai un atpūtai, bet arī lieliem sabiedriskiem pasākumiem, festivāliem, koncertiem”.

Kleckins vēl piebilda, ka jūrai piegulošās pilsētas daļas – Bolderāja, Vecmīlgrāvis – mums nez kāpēc ir nolaistas nomales, savukārt Ziemeļu piekraste, Rīgas salas dzīvo no pilsētas atsevišķu dzīvi. Kleckins ir pārliecināts, ka iespējams radīt ne tikai interesantas, bet arī rentablas lietas. “No Rīgas pa Daugavu taču var tikt visur kur! 50., 60., 70. gados ar kuģīti varēja aizbraukt uz Mežaparku, Jūrmalu, pat līdz Jelgavai! Ņemot vērā Rumbulas attīstības plānus, ātrgaitas kuģītis nebūtu slikts satiksmes līdzeklis uz pilsētas centru. Šobrīd nav neviena ātrgaitas kuģīša.”

Šobrīd pa Daugavu interesentus vadā kuģīši “Jelgava”, “Misisipi”, “Liepāja” un “Vecrīga”, kas piedāvā apmēram stundu ilgus brau-



Daugava ir tukša un netiek izmantota nedz ūdens satiksmei, nedz arī izklaidei

cienus. Drīzumā darbu sāks kuģītis “Jūrmala”, kas aizvīzinaš pasažierus līdz Majoriem. Arī kapteinis domā, ka Daugava varētu kļūt par nozīmīgu tūristu piesaistes instrumentu. “Tam gan nepieciešams pašvaldības un ostas atbalsts. Kamēr tāda nav, pasažieru flotei nav iespēju attīstīties – mēs saviem spēkiem varam vien nodrošināt, lai kuģošana pa Daugavu vispār neizmirtu”. Arī Kleckins teic – uzņēmējam ar vienu, diviem kuģīšiem ir grūti izdzīvot – vajag lielāku vērienu, kompleksu pieeju, kopējus pašvaldības, valdības, uzņēmēju ieguldījumus, par tūrisma atbildīgo institūciju un arī nevalstisko organizāciju līdzdalību.

Uzņēmēji vieni nevar

Saeimas deputāts un nesena Latvijas Ostu asociācijas direktors Kārlis Leiškalns domā, ka jāorientējas uz citiem, stabilākiem piedāvājumiem, kuru netrūkst: “Rīgā tūristam ir ko darīt. Ir Vecrīga un arhitektūra, ir naktsdzīve un viss pārējais. Bet esošajos apstākļos nopietni sevi pozicionēt kā ūdens atpūtas pakalpojumu piedāvātāju nav reāli. Turīgi cilvēki ir mēģinājuši taisīt biznesu pa Daugavu un līci, vizinot atpūtniekus ar šiku jahtu, bet tas nav nopietni, ja no gada 12 mēnešiem labi ja trīs ir burājami.” Vērtējot Rīgas piedāvājumu tūristiem, Leiškalns aicina vairāk domāt par klientu apkalpošanas servisa uzlabošanu, kas šobrīd Rīgā esot krietni zemāks nekā, piemēram, Tallinā.

Braucieni ar kuģīti ir ļoti pieprasīti, bet lielu attīstības iespēju nav – stāsta kapteinis Uldis Ziņģis. “Pārvadājumu attīstībai būtu nepieciešams atjaunot lielāko daļu no savulaik izmantotajām, bet novārtā atstātajām kuģīšu pieturvietām, nepieciešams arī veikt mērījumus visos iespējamajos maršrutos, kas tos ļautu dažādot. Taču visi aicinājumi tam

pievērsties palikuši bez ievēlības. Vēl vairāk, ja kādreiz lielākos pilsētas svētkos kā papildu atrakcija un atpūta cilvēkiem tika piedāvāti arī braucieni ar kuģīti, tad šobrīd, tuvojoties svētkiem, tiek izdots rīkojums pieturvietas slēgt,” stāsta kapteinis.

Perspektīvas

Kā pozitīvu iezīmi Kleckins min ūdens velosipēdu pieejamību Rīgas kanālā, Daugavas kreisā krasta labiekārtošanu. Bet iespējas tūristu piesaistē, pašu iedzīvotāju labsajūtas vairošanā un uzņēmējdarbības attīstīšanā, viņaprāt, ir daudz lielākas. Piemēram, Hamburgā ir tikai viena liela upe, bet ir daudz lielāks ostas pilsētas piedāvājums – braucieni caur ostu, kolosāls jaunais tilts, no kura milzīgajiem augstumiem var redzēt pilsētas abus krastus, mūzikli, restorāni.

Iespējams, šo to varētu pamācīties arī tepat no Ventspils vai Palangas.

Tūrisma nozares pārstāvji un uzņēmēji atzīst, ka kopēja vīzija un kompleksa pieeja nepieciešama arī, lai attīstītu citus pakalpojumus, jo viena ostas krodziņa vai ostas, upes pilsētas īpašu suvenīru vai atrakciju piedāvāšana varētu izskatīties dīvaini, ja nekas cits par ostas pilsētas neliecina.

Rīgas domes plānā iecerēts, ka nākotnē Daugavas labā krasta teritoriju Vecrīgas malā kopā ar Pasažieru ostu un tālāk ar Elizabetes un Alberta ielas rajonu varētu veidot kā kompleksu tūrisma rajonu ar izglītojošām, atpūtas un izklaides funkcijām, bet Daugavas kreisajā krastā izveidot un arī tūristu ērtībām labiekārtot Akmens tilta apkārtni ar skatu laukumu, kultūras un mākslas centru “No-ass”, Ķīpsalu, Lucavsalu, Zaķusalu. Reālu projektu tam pagaidām gan vēl nav.

Zane Auziņa, NRA

Stihiskā Jūrmalas namu izīrēšana var kļūt par kvalitatīvu pakalpojumu



Vai šādi reklamēti pakalpojumi vairo uzticēšanos Jūrmalas piedāvājumam?

Sava mitekļa izīrēšana vasarā kļuvusi par tradicionālu un ienesīgu jūrmalnieku nodarbi. Diemžēl esošajā (ne)kārtībā atpūtnieks nevar zināt, cik kvalitatīvs būs pakalpojums, turklāt tā meklējums jāapzvana sludinājums pēc sludinājuma. Lietuvas kūrortgalvaspilsētas Palangas pieredze rāda, ka šādu individuālu darbību iespējams sakārtot tā, lai ieguvēji būtu gan telpu izīrētāji, gan pašvaldība, gan atpūtnieki.

No 200 līdz 5000 latu mēnesī

Oficiālas informācijas par to, cik daudzi jūrmalnieki un kādā kvalitātē ik gadu piedāvā savus mitekļus atpūtniekiem, nav. Statistiskā tiek uzskaitīti tikai reģistrēto pakalpojumu sniedzēji, pamatā viesnīcas un viesu nami. Taču sludinājumi Jūrmalas dzelzceļa stacijās, nekustamā īpašuma firmu un citos portālos apliecina jau zināmo: mājas, pusbūvniecības, dzīvokļa, istabas izīrēšana vasarā ir izplatīta un krietni ienesīga nodarbe. Lētākais piedāvājums, ko "Tūrisms" izdevās atrast, bija par 200 latiem mēnesī Mellužos noīrēt nelielu mājeli ar tualeti pagalmā un ne pirmā svai-guma dīvānu vienīgajā istabā. Citu, spriežot pēc fotogrāfijā redzamā, krietni remontējamu 30 m² vienistabas mājīgu piedāvāts īrēt jau par 1000 latiem mēnesī. Par 400–900 latiem var atrast pusi mājas ar vai bez atsevišķas ieejas un dzīvokļus daudzdzīvokļu mājās. Dārgākie Jūrmalas nami atpūtniekiem tiek piedāvāti par divarpus, trim un pat pieciem tūkstošiem latu. Daļai sludinājumu klāt pievienotas arī fotogrāfijas, taču lielākoties interesentiem nākas apmierināties ar aprakstu reklāmā un ziņām, ko pa telefonu gatavs sniegt izīrētājs. Un cerēt, ka apraksts atbilst patiesībai. Pēc ilgākas reklāmas portālu pētīšanas un zvaniša-

nās, visticamāk, var atrast arī kādu variantu, kur piedāvātā mitekļa kvalitāte atbilst prasītajai cenai. Tāds arī ir izplatītākais veids, kā Latvijas iedzīvotāji atrod vasaras apmešanās vietu Jūrmalā. Ārvalstu tūristiem ziņas par šāda veida mītnu izīrēšanu Jūrmalā faktiski nav pieejamas.

Pašvaldībai ziņu nav

Precīzas informācijas par to, kas pilsētā šajā sfērā notiek, nav arī pašvaldībai. "Atpūtnieku izmitināšana Jūrmalai ir kļuvusi par tradicionālu nodarbi. Kopš padomju gadiem jūrmalnieki nereti būvēja pa divām, trim ēkām – vienu māju pašiem, otru un dažkārt arī trešo – izīrēšanai vasarā. Pašvaldībai pret šādu jūrmalnieku papildu peļņu nav nekādu iebildumu, ja vien tā notiek likuma ietvaros. Par

Palangā mītnu izīrētāji apvienojušies asociācijā, kontrolē kvalitāti un maksā nodokļus

apmešanās vietām, kas savu darbību oficiāli reģistrējušas, pašvaldība sniedz informāciju arī savā mājas lapā. Taču pieļauju, ka lielākajai daļai šo telpu izīrētāju varētu būt domstarpības ar Valsts ieņēmumu dienestu un citām kontrolējošām iestādēm, tādēļ jomu būtu nepieciešams sakārtot. Reāla rīcības plāna šobrīd gan mums nav," atzīst Jūrmalas domes priekšsēdētāja vietnieks Aigars Tampe. Viņš uzsver, ka pilsēta ir kategoriski pret tiem, kas naksmītnes reklamē ar plakātiem pie žoga, – "tas nenāk par labu pilsētas tēlam".

Domnieks uzsver, ka pašvaldība būtu gatava sniegt atbalstu tiem jūrmalniekiem, kas izteiktu vēlēšanos apvienoties kādā organizācijā un naksmītnu izīrēšanu piedāvātu kā kvalitatīvu, daudzpusīgu pakalpojumu. Taču iniciatīvai ir jānāk no pašu iedzīvotāju puses.

Kaķis maisā

Labu pieredzi iespējams gūt Palangā. Te ar "Phare" projekta palīdzību naksmītnu un atpūtas namu izīrēšana no individuālas darbības bez jebkādiem noteikumiem ir pārvērsta par kvalitatīvu pakalpojumu par mērenu cenu. "Pirms gadiem astoņiem, desmit

Palangā darbojās ap 2000 privātu objektu, kuros iebrucējiem tika piedāvātas naksmmājas. Kontroles nebija nekādas, un gadījās, ka piedāvāja pilnīgi nepieņemamus sadzīves apstākļus," stāsta "Phare" projekta vadītājs Martins Uzpeļkis.

"Par šo problēmu nopietni aizdomājāmie, pateicoties kādam mūsu sadarbības partnerim no Holandes. Meklējot Palangā sev apmešanās vietu, viņš konstatēja, ka par pietiekami augstu maksu iebrucējam var tikt piedāvātas gan puslīdz labas telpas, gan tādas, kas nav piemērotas izmitināšanai par maksu. Iebraucējam nebija vienkopus pieejama informācija par iznomājamām telpām, tām nebija nekādu kvalitātes prasību, un cilvēks nevarēja būt drošs, par ko maksā. Radās ideja atpūtas vietu izīrētājus apvienot vienā organizācijā ar noteiktiem kvalitātes standartiem un sakarīgu mārketingu."

Iniciatīvu uzņēmās pašvaldība. Tā vērsās pie izīrētājiem ar aicinājumu apvienoties asociācijā, apmeklēt klientu apkalpošanas un uzņēmuma vadības mācības, izstrādāt noteiktus kvalitātes standartus un savu darbību turpināt legāli. "No visiem telpu izīrētājiem projektā iesaistījās apmēram 10%. Sākotnēji legalizēt savu darbību daudziem liedza bailes no pārāk augstiem nodokļiem, taču izrādījās, ka tām nav pamata. Turklāt arī nodokļi veicināja pakalpojuma kvalitātes paaugstināšanu – jo augstāk kāpa objekta līmenis, jo zemāk slīdēja nodokļu likme. Tika izstrādāta arī klasifikācija, pēc kuras izīrēšanai piedāvātie objekti tika novērtēti un sadalīti pa līmeņiem – līdzīgi kā tas ir ar viesnīcu zvaigznēm. Tika noteikts arī minimālais pakalpojuma standarts," skaidro M. Uzpeļkis.

Asociācija īsteno arī vienotu mārketinga programmu. "Reizi gadā tiek publicēts apkopojums ar informāciju par katru asociācijas biedru, un to izplata arī tūrisma firmām. Tiek uzturēta asociācijas mājas lapa, kur vienkopus atrodama visa informācija par objektu, tā kvalitātes līmeni, cenu. Daļība asociācijā ir arī labs iekšējās paškontroles instruments, atzīst projekta vadītājs. Viens no būtiskākajiem sasniegumiem ir tas, ka vairāki asociācijas biedri saņēmuši licenci darbībai pasaules standartā *bed&breakfast*, līdz ar to 2001. gadā aizsāktais projekts ir pierādījis, cik veiksmīgi un kvalitatīvi var darboties individuāls un kontrolei šķietami nepakļāvīgs bizness, turklāt, iegūstot visiem.

Zane Auziņa, NRA

Viesnīcas un restorānus satrauc nodokļu sloga palielināšanās

Būtiski mainījies tūrisma mītnēm aprēķinātā nekustamā īpašuma nodokļa (NĪN) summa pēc tam, kad šogad to sāka aprēķināt nevis pēc bilances vērtība, bet gan pēc ēku kadastrālās vērtības.

“Nenoliedzami, ir gadījumi, kad NĪN summa tūrisma mītnēm samazinājusies, taču Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas (LVRA) apkopotā informācija liecina, ka vairākiem objektiem tā palielinājusies 2–8,7 reizes, jo īpaši Rīgā, Jūrmalā un pašvaldībās, kurās kadastra vērtības sen netika aktualizētas,” “Tūrisma” informēja LVRA izpilddirektore Santa Graikste.

Tā kā NĪN maksājuma pieaugums nav daži simti, bet gan 10–20 tūkstoši latu un vēl vairāk, šī ir smaga nasta uzņēmējiem. “Diemžēl, arī pašvaldības nevēlas uzņēmējus atbalstīt un piemērot atlaides,” teic LVRA pārstāve.

Latvijas Pašvaldību savienības galvenā rūpe ir fiziskās personas un maznodrošinātie, arī Rīgas dome jau akceptējusi atvieglojumu kārtību par atlaižu piešķiršanu vien trūcīgajiem un citām privātpersonām, bet ne uzņēmējiem.

Priekšlikumu izstrādē valdībai par NĪN aprēķināšanu aktīvi iesaistījusies Darba devēju konfederācija (LDDK), kuras darba grupā darbojas arī LVRA. Konfederācija aicina valdību izstrādāt diferencētas NĪN likmes, kā arī nodokļa atlaižu piemērošanas metodoloģiju pašvaldībām, kuras pašlaik var piemērot atlaides “pēc acīm”. LDDK tautsaimniecības un finanšu eksperts Mārcis Dzelme teic, ka šogad izmaiņas vissmagāk skārušas tos, kas nodarbojas ar ražošanu, arī degvielas uzpildes stacijas, bet, ja NĪN likme paliks 1,5%, no nākamā gada janvāra jautājums īpaši ak-

tuāls būs visiem, tostarp viesnīcām. Līdzekļi, ko uzņēmumi plānoja ieguldīt ražošanas attīstībai un konkurētspējas palielināšanai, būs jāmaksā nodokļos. LDDK prasa likmi samazināt līdz 0,2–0,5%, kā arī veikt nodokļu pārrēķinu ražošanas un tehnoloģiju ēkām par 2007. gadu, kurām jau šogad ievērojami paaugstinājies kadastra maksājums.

Vairākas pašvaldības un arī Valsts zemes dienests (VZD) uzskata, ka jaunā kadastrālās vērtības bāze apstiprināma tikai tad, ja tiks pieņemts attiecīgs valdības lēmums, VZD rudenī savā mājas lapā varētu piedāvāt interesentiem datus par nākamgad plānotajām kadastra vērtībām un izrēķināt maksājumus.

Finanšu ministrija pretēji solītajam līdz maija beigām vēl nebija nākusi klajā ar savu risinājumu. Tās pārstāvis “Tūrisma” informēja, ka priekšlikumi varētu būt pieejami jūnija vidū. Līdztekus jauno kadastra vērtību jautājumam ministrija gatavojot arī priekšlikumus, lai maksa par īpašumiem nepieaugtu nesamērīgi. Finanšu ministrs Oskars Spurdziņš izteicies par iespēju rosināt pakāpenisku pāreju uz jaunajām NĪN kadastra vērtībām.

Priekšlikumus NĪN sloga mazināšanai izstrādājusi arī Ekonomikas ministrija.

Eksperti iesaka – ja ir šaubas par aprēķinātajām kadastra vērtībām, ēku īpašnieki var vērsties VZD, lai pārliecinātos par ēku raksturojošo datu kvalitāti un atbilstību faktiskajam stāvoklim. Ja ir bažas, ka maksājuma aprēķinā iekļautas arī ēkas un būves, kas nav ar nodokli apliekamas, jāvērsas pašvaldībā.

Baiba Lulle

No lidostas – autobusi uz Jūrmalu

Jūnijā no lidostas “Rīga” sāk kursēt regulāri autobusi uz Jūrmalu, līdz Dubultiem. Kā “Tūrisma” informēja Jūrmalas domes Tūrisma nodaļā, šādu vienošanos ar lidostu Jūrmalas dome panākusi, ņemot vērā lielo un pieaugošo tūristu skaitu, kas ar lidmašīnu ierodas Latvijā un dodas atpūsties tieši uz Jūrmalu.

Maršruts veidots tā, lai autobusi apstātos netālu no lielākajām Jūrmalas viesnīcām.

Autobusu varēs izmantot ne tikai tūristi, bet arī vietējie iedzīvotāji.

Pagaidām šāda satiksme tiks organizēta eksperimentālā kārtā, un pasažieru pārvadājumus veiks uzņēmējs, kas jau nodrošina pārvadājumu Jūrmalā. Ja projekts būs veiksmīgs, nākamgad par vēl biežākas autobusu satiksmes nodrošināšanu no lidostas tiks rīkots konkurss.

Īsumā

Rekonstruēts restorāns “Bergs”

Jūnija vidū “Hotel Bergs” pēc ievērojamas rekonstrukcijas atver restorānu “Bergs”. Ir paplašināta stikla veranda, ko papildina vasaras terase ar skatu uz viesnīcas pagalmu un strūklaku, mainīts dizains, kurā akcentēti Āfrikas motīvi un radīta intimitātes atmosfēra. Pārbūves un interjera projekta autori ir arhitekta Zaiga Gaile un viņas birojs.

Rosina paaugstināt PVN

Valdības sēdē diskutēts par PVN likmes palielināšanu no 18% līdz 20%. Tas pagaidām bijis tikai ierosinājums, lai piepildītu Valsts kasi ministriju vajadzībām. Nekādu konkrētu plānu, tostarp attiecībā uz to, vai iespējama likmes celšana arī viesnīcu pakalpojumiem, kas pašlaik ir 5%, vēl nav.

Uz pikniku Mežaparkā

Saskaņā ar Mežaparka attīstības vīziju šajā Rīgas daļā paredzēts izveidot aktīvas atpūtas vietas skrituļlidošanai, slēpošanai, veloaktivitātēm, pastaigām, atpūtai pie un uz ūdens, izveidot bērnu rotaļu laukumus un atrakciju vietas, kā arī sniegt mūsdienīgu ēdināšanas pakalpojumus un izveidot lokālo transporta tīklu. Ķīšezera krastā jau ierīkotas speciālas pikniku vietas, tiks ierīkota arī oficiāla peldvieta.

Liepājas lidostai – miljons

Valdība atvēlējusi Liepājas lidostai miljons latu, lai tā varētu segt izdevumus, kas saistīti ar iekšzemes un jaunu starptautisko lidojumu atklāšanu. “Bez Liepājas paredzēts attīstīt arī Ventspils un Daugavpils reģionālās lidostas, bet vispirms jāsakārto šo lidostu tehniskais stāvoklis,” sacīja satiksmes ministrs Ainars Šlesers.

Tiek pieļauts, ka nākotnē “airBaltic” varētu lidot no Liepājas kā rietumu, tā arī austrumu virzienā.

“Via Hansa Tours” paplašina darbības lauku

Tūroperators “Via Hansa Tours” pārtop par Baltijas viesmīlības uzņēmumu grupu “Baltic Sea Hospitality” un plāno attīstīt darbību arī viesnīcu un restorānu jomā. Pirmais restorāns “La Boheme” jau pērn tika atvērts Rīgā un vēlāk arī Tallinā, bet restorānu un arī viesnīcu tīklu plānots izplatīt visās valstīs, kurās darbojas “Baltic Sea Hospitality”. Iecerēts radīt un attīstīt arī jaunu zīmolu “Balticvision”.

“Via Hansa Tours” īpašnieks ir Dānijas uzņēmums “Via Hansa Holdings”.

Inflācija laupa klientus

Inflācija laupa klientus

Asnāte Ziemeļe,
asociācijas "Lauku ceļotājs" prezidente

Gatavoties vasarai sākām jau iepriekšējā gada jūlijā, iepazīstinot ārzemju tirgu ar aktīvā tūrisma piedāvājumu, gatavojot informatīvos materiālus. Īpaši liels pieprasījums ir pēc mūsu auto- un velotūrēm.

Lielākās problēmas sagādāja inflācija. Viesu mājas ceļ cenas, pieaug degvielas cenas, un tas mazina tūristu pieplūdumu. Mēs gan cenšamies iepriekš plānoto pakalpojumu cenas nepacelt. Baltija aktivajiem tūristiem sāk kļūt par dārgu – tā turpinoties, riskējam zaudēt konkurētspēju.

Pārsvārā koncentrējamies uz individuāla-jiem ceļotājiem vai nelielām grupām.

Viens no mūsu produktiem paredzēts tiem, kas brauc ar velosipēdu, auto, laivu. Esam izveidojuši ceļu aprakstus ar kartēm un norādēm: ko redzēt, kur paēst, kur nakšņot. Līdz Jāņiem izdosim velotūristu karti latviešu un angļu valodā ar aptuveni 70 maršrutiem Latvijā.

Neapjukt piedāvājumu bagātībā

Guntars Seilis,

Ventspils tūrisma informācijas centra vadītājs

Vasarai esam sarūpējuši daudz jaunumu. Viens no tiem ir Piedzīvojumu parks – no pilsētas celtniecības atkritumiem un būvgružiem uzbūvēts kalns, kas tagad ir pievienots šķēršļu trasei "Meža kaķis". Aktīvos tūristus parkā gaida arī milzīga šūķšanas trase, kurā tiek izmantotas speciālas riepas; ir arī t.s. kīkinga šūpoles. Iegādātas skrituļslēpes, kalnu dēļi, uzstādīti batuti, atklāta jauna BMX trase. No grūbūšana kalna iespējams nobraukt ar kalnu divriteni līdzīgu rīku – skrejriti vai ripināties, atrodoties caurspīdīgā bumbā – zorbingā. Jauni elementi uzstādīti Džungļu takā un Bērnu pilsētiņā.

Atvērtas divas jaunas viesnīcas, palielinājis ēdināšanas uzņēmumu skaits, sakopta un labiekārtota pludmale, strādā arī Akvaparks. Sācis kursēt ne tikai ekskursiju kuģītis "Hercogs Jēkabs", bet arī prāmis uz Sāremā.

Augustā atklās amatniecības centru ar audēju, keramiķu un citu amatnieku darbnīcām. Centrs tapis sadarbībā ar Klaiņpēdu. Tajā būs arī autentiska 18. gadsimta klase, kur varēs pasūtīt atrakciju – tā laika mācību stundas norisi.

Ar lielāko republikas laikrakstu starpniecību izplatām Ventspils tūrisma avīzi, ko saņems arī Lietuvā un Igaunijā.

Cenšas mazināt ārzemnieku deficītu pavasarī

Slapjdraņķis un pelēcība ir Latvijas pava-sara realitāte, kas tūristus nevilina. Pat jūra un ezeri ir vāji "spēlētāji", ja nestrādā citi – siltums un saule. Vai tādēļ tūristus gaidīt vien vasarā – visas olas likt vienā grozā ir riskanti un visbiežāk arī neizdevīgi. Noslēdzoties pava-sarim, "Tūrisms" centās izzināt, ko esam darījuši un ko vajadzētu darīt, lai arī pavasarī tūristu netrūktu.

Trūkst ārzemnieku

Latvijas iedzīvotāji atpūtā pa Latviju lab-prāt dodas ne tikai vasarā. Pēc Centrālās sta-tistikas pārvaldes (CSP) datiem, pērn vasarā atpūtas braucienos pa Latvijā devās vairāk nekā miljons mūsu valsts iedzīvotāju, pava-sarī un gada pēdējos trīs mēnešos – virs 850 tūkstošiem. Sliktāka vasaras un pavasara at-tiecība ir ārzemju tūristu pieplūdumā – kar-stajā sezonā viņi ir apmēram divreiz vairāk. Pilnīgi precīzu datu gan nav, jo CSP rezumē datus pamatā tikai pa ceturkšņiem. Nosacī-ti 2. ceturksni var uzskatīt par pavasari, lai gan jūnijs jau ir vasara, bet 3. ceturksni – par vasaru, lai gan tajā iekļaujas arī septembris. Tomēr izskatās, ka laika apstākļu ziņā to drīz varēsīm uzskatīt par vasaru.

Pa mēnešiem nodalīti viesnīcu noslodzes dati. Tie apliecina iepriekš jau minēto: martā gan Rīgas, gan Latvijas viesnīcās ir teju uz pusi mazāk klientu. Jo tuvāk jūlijam, jo viesu vairāk. Tik krasas atšķirības nav vērojamas biznesa tūrisma – gada pirmajos mēnešos Latvijas iedzīvotāji darījumu braucienos pa Latviju devušies pat vairāk nekā vasarā, pava-sarī.

Biznesa tūrisma niša

Viesnīcu un restorānu asociācijas pre-zidents Juris Zudovs apliecina, ka biznesa

darījumu tūrisms Latvijā attīstās, vismaz viesnīcā "Latvija" neesot ne diena, kad nebūtu aizņemta lielā konferenču zāle. "Bet tā ir tikai viena niša. Būtu labi, ja pilsētā notiktu arī tādi pasākumi, uz kuriem brauktu daudz cilvēku. Šogad bija "Francijas pavasaris", "Ziemeļu pavasaris", bet tie bija vērsti vairāk uz vietējo tirgu, un labumu no tā juta tikai dažas iesaistītās viesnīcas un restorāni. Bet tie ir atsevišķi pasākumi, trūkst vienota pasāku-mu kopuma, kas klusajā sezonā atdzīvinātu pilsētu. Protams, ir jauki, ka ir Dziesmusvēt-ki, bet tie notiek vasarā, kad jau tāpat viss ir pilns," spriež Zudovs. Par to, viņaprāt, vis-pirms ir jādodomā pašvaldībai, valsts, pašvaldī-bu un sabiedriskajām tūrisma organizācijām, arī uzņēmējiem.

"Inspiration Riga" apkopotie dati liecina: 2006. gadā asociācijas biedri uzņēmēši četr-reiz vairāk starptautisku kongresu nekā 2005. gadā. Organizācijas direktors Igors Klap-penkovs teic, ka nevarot runāt par specifiski uz pavasari vērstu mārketingu, jo darījumu braucienos lēmumu par to, kur tūkstoties cil-vēku brauks, pieņem pieci, desmit, bet daž-kārt pat viens līdz trīs cilvēki. Tendences esot kongresus vairāk rīkot augustā, septembrī, jo tas ir laiks pēc atvaļinājumiem un pirms jaunā darba cēliena, savukārt korporāciju pasāku-mus darbinieku motivēšanai, apbalvošanai – maijā, jūnijā.

Pēc I. Klapenkova domām, būtu nepie-ciešama valstiska līmeņa stratēģija izteiktās tūrisma sezonālītes mazināšanai, un tajā vajadzētu ietvert arī darījumu tūrisma veici-nāšanu.

Biznesa braucienos un dažādas komandu veidošanas (t.s. team building) treniņu iespējas pavasarī akcentē arī TAVA ārvalstu biroji.

Salīdzinošie rādītāji

Rādītājs	2007. I cet.	2006. IV cet.	2006. III cet.	2006. II cet.	2006. I cet.
Ārvalstu viesu skaits viesnīcās un citās tūristu mitnēs	122 295	148 872	325 222	222 630	119 573
Ārvalstu viesu nakšņojumu skaits diennaktīs	334 422	373 829	740 943	499 595	258 026
Ārzemju ceļotāji, kas šķērsojuši Latvijas robežu	958 300	995 400	1 660 300	1 144 200	844 700
Vidējais ārzemju ceļotāju uzturēšanās ilgums, diennaktīs	1,2	1,2	1,8	1,3	1,4
Viena ārzemju ceļotāja vidējie izdevumi diennaktī, Ls	45	49	31	52	36
Latvijas iedzīvotāju atpūtas braucieni pa Latviju		853 900	1 029 500	885 600	729 200
Latvijas iedzīvotāju darījumu braucieni pa Latviju ar nakšņošanu		22 300	23 600	25 600	32 900

Avots: Centrālā statistikas pārvalde

Akcijas, paketes un jauni produkti

Par sezonālo atšķirību mazināšanu daudz domā **Jūrmala**. Pavasarī domes Tūrisma nodaļa kopā ar Līvu akvaparku un Ķemeru nacionālo parku no 1. maija līdz 15. jūnijam rīko akciju skolēniem "Brauc ar klasi". Izglītojošās ekskursijas pa pilsētu, parku, raga kāpu, Seno spēkratu muzeju noslēdzas ar atrakcijām akvaparkā. Viss prieks kopā ar pusdienām maksā 7,5 latus – cena, par kādu vasarā sanāktu vien akvaparks. **Tūrisma nodaļas vadītāja Gunta Ušpele** teic, ka nedēļā tiek apkalpotas 10–20 klases.

Pavasārī arī uzņēmējiem netrūkst dažāda veida īpašo piedāvājumu, piemēram, SPA viesnīcās procedūras ir daudz lētākas nekā vasarā – pieprasījums bijis liels, tostarp arī no ārzemniekiem. Informācija savlaicīgi izplatīta tūrisma gadatirgos, tūroperatoriem, tā ievietota mājas lapā.

Padomā esot tāda videoklipu izveidošana par Jūrmalu, kas piesaistītu tūristus nevis vasarā, bet tieši citos gadalaikos, kā arī komplekso piedāvājumu izveide nākamajām rudens un pavasara sezonām, iekļaujot dzīvošanu, koncertus un citus produktus. "Krievijas tūrisma firmas jau tagad pārdod komplektu – dzīvošana plus Dzintaru koncertzāle, bet mēs to aktivizēsim," teic G. Ušpele.

Arī pavasarī notiek atsevišķi pasākumi, kas piesaistītūristus – koncerti, svētki, maijavidū – seno spēkratu salidojums.

Ķemeru, apkārt Slokas ezeram tiek labiekārtota dabas taka, kas pievilcīgāka tieši pavasarī un rudenī.

To, ka daba skaistāka pavasarī un cenas – lētākas, informatīvajos materiālos un izstādēs uzsver "**Lauku ceļotājs**", tādējādi cenšoties pievilināt, tūristus, bet vairums viesu uz lauku mājām tomēr ierodas vasarā, saka asociācijas prezidente **Asnāte Ziemeļe**. Īpaši grūti nesezonā piesaistīt ārzemniekus.

Informatīvais atbalsts

"Iespēju atvilināt šurp tūristus pavasarī saistu ar tāda tipa pakalpojumu kā konferenču tūrisms, SPA un cita veida veselības tūrisma pakalpojumu attīstīšanu un veicināšanu,

Gultas vietu noslogojums viesnīcās

Mēnesis	Rīgā, %	Latvijā, %
2006. Marts	36,2	28,9
Aprīlis	42,6	34,2
Maijs	52,9	42,2
Jūnijs	57,1	46,6
Jūlijs	64,5	52,9
Augusts	69,9	59,4
2007. Marts	44,1	

Avots: Centrālā statistikas pārvalde

kā arī radot dažāda veida produktus, notikumus, tradīcijas, teic **TAVA direktors Uldis Vitoliņš**. TAVA savu iespēju robežās cenšas veicināt šādu produktu attīstību, piemēram, izdodot informatīvos materiālus, uzaicinot ārvalstu žurnālistus, kas specializējas, piemēram, tieši SPA lietās, piedaloties specializētās izstādēs.

To, ka no Latvijas joprojām trūkst kompleksu pavasara piedāvājumu, atzīst **Baltijas tūrisma centra Vācijā vadītāja Anda Šilde** un **Latvijas Tūrisma informācijas biroja Stokholmā direktore Zane Zeļenkova**.

"Būtu jau labi, ja būtu apkopots un mums pieejams tieši pavasara piedāvājums – ko tad mēs paši varam piedāvāt? Tā kā laiks ir auksts un slapjš, varētu attīstīt pasākumu piedāvājumu – pavasarī Vācijā ir daudz brīvdienu. Galvenais, lai būtu lēti un tieši lidojumi, atraktīvas viesnīcu cenas un pasākumu piedāvājums. Rīgā, Jūrmalā darāmā netrūkst, bet piedāvājumam jābūt viegli atrodamam un atraktīvam. Šis tas jau ir, piemēram, "Baltic Travel Group" piedāvā tamlīdzīgas paketes, bet līdz birojam Vācijā šāda veida informācija parasti atnāk pārāk vēlu. Produktu attīstībā kopumā vēl daudz darāmā," uzskata A. Šilde.

"Īpaša pavasara piedāvājuma nav. Pavasarī zviedri gatavojas vasaras sezonai – aprīlī, maijā mums ir visvairāk informācijas pieprasījumu no industrijas, tūristiem. Zviedriem ir samērā maz informācijas par to, ko var darīt ārpus Rīgas. Daudzi plāno nedēļas garumā braukt ar auto, apskatīt Latvijas reģionus, bet, protams, tas, kas zviedrus ļoti piesaista, ir Latvijas pludmales," stāsta Z. Zeļenkova. Sadarbībā ar "Lauku ceļotāju" birojs izplata reģionu kartes ar apskatāmajiem tūrisma objektiem, tās zviedrus ļoti interesē. "Visvairāk ceļotāju, protams, brauc vasarā, jo Zviedrijā ir līdzīgs klimats kā Latvijā, un, kad ir auksts, zviedri brauc uz siltajām zemēm. Vasarā viņi apeļo Zviedriju un tuvākās kaimiņvalstis."

Lai piesaistītu somu tūristus Latvijai arī nesezonas laikā, Latvijas Tūrisma informācijas birojs Helsinkos akcentē kultūras piedāvājumu un biznesa braucienus tieši pavasarī. Tiek popularizētas arī SPA iespējas, un ne tikai Jūrmalā, uzsverot mūsu pakalpojumu atšķirīgumu, meklējot kopīgo, stāsta **Helsinki biroja direktore Inguna Žigure**. Birojs palīdz organizēt somu žurnālistu un tūroperatoru braucienus uz Latvijas tūrisma objektiem, sniedz informāciju vietējos medijos un tūrisma kompānijām.

Lai mazinātu izteiktās sezonālītātes negatīvo ietekmi, viena no aktivitātēm un finansējums paredzēts arī no ES struktūrfondu līdzekļiem 2007.–2013. gadam.

Baiba Lulle, NRA

Izejošais tūrisms**Konkurencei – plusi un mīnusi**

Svjatoslavs Ladigins,
"JTL" ģenerāldirektors

Vasaras ceļojumus sākām pārdot jau februārī – jo ātrāk iegādāta ceļazīme, jo lielāka atlaide. Atlaides piedāvājam arī dažādu profesiju pārstāvjiem, piemēram, skolotājiem, mediķiem, kareivjiem, arī studentiem un pensionāriem.

Biežāk lidosim uz Antāliju, Grieķiju, Tunisiju, Barselonu, Maljorku. Līdz šim Rodas salu piedāvājam tikai septembrī, tagad – arī vasarā. Savukārt septembrī būs piedāvājums ceļojumiem uz Rimini Itālijā un Maroku.

Jūtam, ka šogad būs liels tūristu pieplūdums Turcijā, sevišķi no Vācijas un Krievijas. Tas radīs viesnīcu deficītu, tāpēc saviem klientiem iesakām laikus iegādāties ceļazīmes.

Mūsu vienīgā problēma ir konkurence, savukārt klientiem no tās ir tikai labums – ceļojumu cenu mazināšanās. Mēs paplašināmies, tāpat arī labus darbiniekus vajag vairāk un ne tikai vasaras sezonai. Tos atrast nav viegli, kā jebkurā biznesā. Meklējam kadrus augstskolās, studenti pie mums nāk praksē. Ņemam darbā arī citu profesiju pārstāvjus.

Ceļojuma rezervēšana pa tālruni

Marina Ulanova,
"Tez Tour" produktu menedžere

Sezonai sākām gatavoties jau pagājušajā vasarā, analizējot tūrisma tirgus situāciju un pieprasījumu, uz kā pamata plānojām šīs vasaras piedāvājumu programmu.

Šosezon "Tez Tour" piedāvā divus jaunus virzienus – Tunisiju un Kipru. Visos kūrortos papildināta ekskursiju programma.

Jauns pakalpojums mūsu klientiem – sācis darboties zvanu centrs. Kā tūroperators mēs strādājam tikai ar tūrisma aģentūrām, bet šogad tūristiem ir iespēja pašiem zvanīt un telefoniski nopirkt vai rezervēt ceļojumu – savienojam tieši ar tūrisma aģentūras menedžeri.

Jau ziemā mēģinājām tūristiem piedāvāt biznesa klasi lidojumam, vasarā to turpinām. Visi lidojumi notiek sadarbībā ar "airBaltic".

Reģionālos gidus atrodam viegli, jo sezonas darbs kūrortā ir interesants. Mācības notiek uz vietas, jo katrā reģionā ir savas prasības un ekskursiju programma. Vai jaunie darbinieki būs piemēroti, to rādīs laiks.

Īsumā

Liepājā pastaiga pa notīm

Liepāja, kas sevi uzskata par Latvijas mūzikas galvaspilsētu, vasaras sezonu atklājusi ar jaunu piedāvājumu tūristiem – pastaigu "Liepāja – kā pa notīm!".

Ar speciāli izveidota bukleta palīdzību latviešu, angļu un vācu valodā, sekojot norādēm – uz trotuāra redzamām notīm, ikviens var izstaigāt Liepājas populārākās un interesantākās tūrisma apskates vietas, piemēram, Rožu laukumu, Latvijas mūziķu Slavas aleju, Amatnieku namu, Liepājas muzeju, Sv. Trīsvienības baznīcu, Promenādi u.c. Maršrutu varēs sākt jebkurā vietā, jo tas ir veidots kā aplis. Kopumā ietvēs iestrādātas 800 mazās notis un 10 lielle pieturas punkti.

Pēc Tirgoņu ielas rekonstrukcijas tajā būs apskatāms arī improvizēts vides objekts – klavieres.

Jauno maršrutu izstaigājuši un ar citiem tūrisma produktiem iepazīšies arī Liepājas reģiona tūrisma informācijas biroja rīkotās Liepājas tūrisma kontaktbiržas dalībnieki – gandrīz 50 tūrisma aģentūru un mediju pārstāvi no Latvijas un Lietuvas.

Plosts un zveja Dridža ezerā

Ar spēcīgu laivas motoru aprīkots moderns plosts sācis pārvadāt tūristu grupas no sporta un atpūtas kompleksa "Dridži" uz Bernātu salu un Sauleskalnu. Atpūtai uz gleznainā ezera izmantojami arī ūdensvelosipēdi, airu laivas, ir pieejams niršanas inventārs un iespējama licencēta zveja ar tīkliem, tāpat ir laukumi un inventārs sporta aktivitātēm.

Viesu nama ietilpība – 70 cilvēku, taču ir iespējams nakšņot arī teltīs.

"Dridži" atrodas Krāslavas rajona Skaistas pagastā.

Velobrauciens gar Baltijas jūru

Ventspils velotūrisma klubs "Jūra" sadarībā ar Ventspils tūrisma informācijas centru no 4. līdz 12. augustam organizē velobraucienu "No pilsētas uz pilsētu" gar Baltijas jūras piekrasti. Brauciena maršruts (apmēram 500 km): Ventspils – Liepene – Miķeļtornis – Kolka – Pūrciems – Roja – Mērsrags – Engure – Tukums – Grenči – Zante – Saldus – Skrunda – Kazdanga – Aizpute – Aistere – Grobiņa – Liepāja – Ziemepe – Jūrkalne – Užava – Ventspils.

Cēsis orientējas uz kultūru

No 28. jūlija līdz 18. augustam Cēsis iecerēts organizēt pirmo mākslas festivālu. 3–4 nedēļu garumā publikai tiks piedāvāti koncentrēti kultūras un profesionālās mākslas pasākumi. Festivālu iecerēts pārvērst par tradīciju. Ar festivālu cēsinieki vēlas radīt alternatīvu kultūras videi ārpus Rīgas. Mērķa sasniegšanā vienojušies ne vien mākslas cienītāji, bet arī profesionāļi, pašvaldība, kultūras un tūrisma centri.

Atbalstu lauku tūrismam sola nākamgad

Lauku attīstības programmas 2007.–2013. gadam 3. ass pasākumu projektu, kas cita starpā attiecas arī uz lauku tūrismu, varētu sākt īstenot tikai 2008. gadā. Neapmierinātību ar projekta kavēšanos paudusi asociācija "Lauku ceļotājs".

Kā "Tūrisman" uzsver Zemkopības ministrijas speciāliste Liene Jansone, programma pagaidām ir tikai projekta stadijā, to vēl nav apstiprinājusi Eiropas Komisija. Vēl neatrunātās sīkās neskaidrības tiks iestrādātas Ministru kabineta noteikumos, kas reāli varētu sākt darboties 2008. gadā.

Balstoties uz lauku tūrisma attīstības rādītājiem (tiesa, līdz 2005. gada beigām), kas liecina par pieprasījuma palielināšanos lauku tūrismā, dokumentā secināts, ka lauku tūrisma kopējais ieguldījums lauku ekonomikā, tās dažādošanā un tradīciju saglabāšanā var būt vēl lielāks. Taču neapmierinoša ir infrastruktūras kvalitāte – ne katrā istabā ir labierīcības, virtuves neatbilst ES prasībām.

3. ass pasākumu plāns paredz sekmēt lauku tūrisma pakalpojumu kvalitātes paaugstināšanos, to daudzveidības palielināšanos, jaunu tūrisma produktu, darbavietu radīšanu, jo īpaši mazāk attīstītās lauku teritorijās.

Atbalstītas tiks šādas aktivitātes:

1) esošo tūrisma mītņu līdz 20 gultavietām rekonstrukcija (atbalstāmo izmaksu summa nepārsniedz 75 000 eiro);

2) esošo tūrisma mītņu ēdināšanas bloka būvniecība un rekonstrukcijai nepieciešamā aprīkojuma iegāde (maksimāli 50 000 eiro);

3) kempingos un hosteļos koplietošanas virtuves, ēdamtelpas, tualetes un dušas jauna būvniecība vai rekonstrukcija, neietverot pirts, saunas būvniecību (maksimāli 100 000 eiro);

4) tūrisma pakalpojumu sniegšanas dažādošana (maksimāli 75 000 eiro);

5) vides aizsardzības investīcijas lauku tūrisma mītnē – notekūdeņu attīrīšanas sistēmas un nosēdaku izveide, šifera jumta seguma nomaīņa (maksimāli 75 000 eiro).

Pretendēt uz atbalstu varēs zemnieku saimniecības, fiziskās personas, kas reģistrējušās kā nodokļu maksātāji, komersanti, biedrības un nodibinājumi visā Latvijas teritorijā, izņemot republikas nozīmes pilsētas, rajonu centrus un Rīgas rajonu, turklāt tiem jābūt ekonomiski dzīvotspējīgiem, bet tūristu mītnēm – reģistrētām TAVA datu bāzē.

Kopumā plānots atbalstīt 917 aktivitātes 64 896 125 eiro vērtībā.

Tā iecerēts pievilināt papildu 50 000 tūristu un radīt 400 jaunu darbavietu.

Paula Bērziņa

Jauns tūrisma un atpūtas centrs "Ezernieki"



Piedaloties "Ezernieku" atklāšanā, TAVA sabiedrisko attiecību vadītājs Normunds Ķietis pauda valsts ieinteresētību šādu atpūtas centru izveidē

A/s "Latvijas valsts meži" (LVM) šogad sākusī akciju "Mammadaba", tās ietvaros cilvēki tiek aicināti atpūsties mežā, pie dabas, tostarp jaunajā LVM tūrisma un atpūtas centrā "Ezernieki" Madonas rajona Indrānu pagastā Salas ezera krastā.

"Ezerniekos" var rīkot seminārus, banketus, sporta spēles 50–70 cilvēkiem. Pieejamas arī laivas, ūdensvelosipēdi, ir speciālas makšķerēšanas vietas, labiekārtotas peldvietas, volejbola laukums. Atkarībā no sezonas iespējamas medības, putnu vērošanas ekskursijas, bet mājas pārvaldnieks var parādīt izcilas ogošanas un sēņošanas vietas.

Informācija par "Ezerniekiem" pieejama www.mammadaba.lv.

Reģioni jāpiedāvā caur maršrutiem

Jāsadarbojas visiem reģioniem

Valda Malceniece,

Vidzemes tūrisma asociācijas projektu vadītāja

Efekts būtu lielāks, ja starptautiskajās izstādēs būtu pārstāvēti visi reģioni, citādi ārvalstu ceļotājs ierauga Vidzemes un Kurzemes piedāvājumu un ir neziņā, kas tas par tukšumu vidū. Tālajos tirgos drīzāk jāprezentē Baltijas reģions, bet, izejot uz Baltijas reģionu un Skandināviju, jāpanāk, lai būtu pārstāvēti visi reģioni un katrs varētu pastāstīt gan par sevi, gan par kaimiņu. Ne visur ir tik spēcīgas asociācijas kā Vidzemē un Kurzēmē, un varbūt valsts te varētu sniegt kādu atbalstu.



Lai prezentētu visu reģionu ārvalstīs, šogad esam izdevuši Vidzemes tūrisma karti somu, franču, vācu, igauņu, lietuviešu valodā ar 90 objektiem, kas atlasīti sadarbībā ar tūrisma informācijas centriem (TIC).

Tā kā bijusi interese par pilna servisa un izklaides paketēm no firmām, kas nodarbojas ar ienākošo tūrisma, domājam, ka mēs varētu palīdzēt izstrādēt un izveidot. Pagaidām veidojam tikai maršrutu piedāvājumus individuāliem ceļotājiem, tostarp arī Latvijas ceļotājiem.

Asociācijas pastāvēšanas desmit gadu laikā esam izveidojuši ļoti labu sadarbību ar pašvaldībām, mūs atbalsta un veic iemaksas visas rajonu padomes un arī asociācijas biedri. Citu reģionu asociācijas uztveram kā partnerus.

Produktus jāpiedāvā pasniegt

Jana Bergmane,

Kurzemes tūrisma asociācijas izpilddirektore

Asociācija izdod Kurzemes kartes un materiālus, kuros apvienots viss tūrisma piedāvājums, pēdējos gados tas tiek grupēts pa sfērām: dabas, vēstures vai gastronomiskais. Maršrutus izvērtējam pēc rajona padomju ieteikumiem. Šogad izdevām ārzemju tirgiem domātas kartes ar dažādiem maršrutiem vairākās valodās, izdosim brošūru angļu un vācu valodā ar dabas, kultūrvēstures mantojuma, gastronomiskiem un aktīvās atpūtas piedāvājumiem.

Gatavu reģionālo produktu pakešu piedāvāšana vairāk būtu tūrisma aģentūru uzdevums, mēs varam palīdzēt izplatīt informāciju. Paši

Tūrisma objektiem un vietām, kas ārvalstu viesiem nav tik zināmas kā Rīga vai Jūrmala, viens no ceļiem uz ārvalstu tirgiem ir reģionālā identitāte. Taču "pārdot" Latgali vai Kurzemi – tas nav pašmērķis. TAVA direktors Uldis Vitolīņš uzsver, ka TAVA stratēģija ir – nerekklamēt reģionu kā reģionu, bet veicināt to reklamēšanos caur konkrētiem maršrutiem un produktiem. Šajā ziņā pēdējos gados ir iezīmējies pozitīva tendence, un nav vairs tā, ka kāds interesants maršruts beidzas tieši pie reģiona robežas. Ir izveidoti vairāki starpreģionālie maršruti un produkti. Reģionu pārstāvji atzīst – reģionālā identitāte un struktūra nav vienīgais magnēts, bet viens no vismaz vairākiem. Par to, kā reģioni sevi pārdod ārvalstu tūristiem, Tūrisms iztaujāja asociāciju pārstāvjus.

Katrs par sevi

Inese Turkupole,

Zemgales tūrisma asociācijas vadītāja

Zemgales reģions teritoriāli ir ļoti izstiepts, tādēļ grūti sagatavot vienu kompleksu paketi. Sanāktu vismaz divas, bet tas ir tūrisma firmu kompetencē. Pieļauju, ka tās varētu labi strādāt, bet pagaidām reģionā neviens to nedara. Asociācija var ieteikt, palīdzēt izstrādāt labākos variantus. Esam maza asociācija, pārsvarā ir TIC un sabiedriskās organizācijas, bet pašvaldību pārstāvniecība ir neliela. Katrs novads – Tērvete, Rundāle, Bauska, Jēkabpils, Jelgava, Koknese – grib vairāk darboties pats par sevi.



Mēs vairāk uzmanības pievēršam tūrisma gadatirgiem un tajos prezentējamiem materiāliem atbilstoši konkrētā tirgus interesēm. Pēdējā laikā piedāvājumu segmentējam pa grupām, tostarp jaunlaulātajiem, skolēniem, bet tas vairāk vērstas uz Latvijas tirgu.

Ir Tūrisma koordinācijas darba grupa, kas izstrādājusi tūrisma rīcības plānu 2004.–2007. gadam, kurā cita starpā paredzēta starptautiska maršruta "Krusta kalns – Zemgales josta" izpēte, veloceļiņu maršrutu izstrāde.



kompleksu piedāvājumu palīdzam organizēt tad, ja ir speciāls pieprasījums.

Ja īpaši nepiestrādā pie reģionālā piedāvājuma, tad no ārzemēm lielāka interese ir par Latviju kopumā vai par Baltijas valstīm, bet, ja māk pasniegt, interesē arī reģionu produkti, īpaši nelielām ārvalstu tūrisma firmām. Lielās aģentūras tomēr ieciekļējušas uz Baltijas valstīm un to galvaspilsētām.

Sadarbībā ar TAVA izdosim vairākus informatīvus materiālus, piedalīsimies izstādēs, turpināsim organizēt tūroperatoru vizītes Kurzēmē, pieredzes apmaiņas braucienus uz Igauniju, Lietuvu un arī citiem Latvijas reģioniem.

Kopprojekti kļūst populārāki

Jānis Rutka,

Latgales reģiona tūrisma asociācijas "Ezerzeme" vadītājs

Ārzemniekus labāk pievilināt ar reģiona, nevis atsevišķu pilsētu vai objektu piedāvājumu, izņemot, ja tas ir kaut kas ekskluzīvs, piemēram, Marka Rotko galerija vai Aglonas bazilika.

Sadarbība ar TAVA un citiem partneriem: ir projekts "Eiropas reģions Ezerzeme", projekts "New Destiny", kura ietvaros, apvienojot Latgales un Austrumaukštaitijas (*Rytu Aukštaitija* Lietuvā) piedāvājumu, notiek kopējās mārketinga aktivitātes un tūrisma produktu attīstīšana. Tā ietvaros attīstām arī jaunu portālu sistēmu www.balticlakes.com, top vairāki pārrobežu maršruti – sakrālie, kultūrvēsturiskie, velobraucēju, pa amatniecības tradīciju pēdām u.c.

Sadarbībā ar TAVA izdoti bukleti par atpūtu pie ūdeņiem un par amatnieku tradīcijām Latgalē ar izstrādātiem maršrutiem. Ir virkne reālu produktu, kas vēl jāiekļauj kopējā aprīvē. Uzņēmēji arvien biežāk labprāt piedalās kopprojektos.

Lielu interesi par Latgales piedāvājumu, jo īpaši velomaršrutiem, jutām tūrisma izstādē Berlīnē. Nācās gan skaidrot, ka velomaršruts, kas vāciešu izpratnē tradicionāli ir asfaltēti veloceļiņi, mums ir tikai maršruta shēma ar pieturvietām, apskates objektiem, informāciju, bet braukšana notiek pa zemākas satiksmes intensitātes koplīetošanas ceļiem.

Domājam piedāvāt tādu pusgatu produktu, lai tūrists zinātu, kurp doties ar auto – uz to būs saite mūsu portālā, tur ieliksīm arī komerciālās paketes. Līdzīgus piedāvājumus domājam izteikt tūrisma firmām.



Īsumā

Viļņā ūdens atrakciju parks

Viļņā atvērta jauns ūdens atrakciju parks "Vichy". Tas ir pirmais tematiskais akvaparks reģionā – veltīts Polinēzijas salu tēmai. Akvaparkā pastāvīgi strādās mūziķu un dejojāšu grupa no Taiti, kas sniegs izrādes un mācīs apmeklētājiem polinēziešu dejas un rotaļas. Akvaparka vadība rēķinās ar 400 000 apmeklētāju gadā, no tiem apmēram 30% varētu būt tūristi. Vienlaicīgi parkā var uzturēties līdz 1500 apmeklētājiem.

Parkā pieejamas deviņas nobraucēju trases un 280 kvadrātmetrus liels baseins, kurā iespējams sacelt pusotru metru augstus viļņus. Galvenā atrakcija – "Maoru kliezdziens" – ir 15 metrus augsta un tā darbojas pēc svārstu principa.

Akvaparkā investēti 14,7 miljoni latu.

Ūdens taksometrs Klaipēdā – Nida

Lietuvā sācis kursēt pirmais ūdens taksometrs, kas ved pasažierus no Klaipēdas uz Nidu. Projekta īstenotājs, Vācijas kompānijas "KI Handel Import Export" vadītājs Klauss Leinigs pārdzīvis, ka Vācijā ūdens taksometru sektors ir pārpildīts, savukārt Lietuvā šāds pakalpojums ir jaunums, un tieši šāda pārvietošanās veida Vācijas tūristiem trūkst Nidā. Brauciens vienā virzienā maksā 12,2 latus, bet turp un atpakaļ – 20,4 latus.

Lietuvas lidostās**pasažieru pieaugums**

Trīs Lietuvas lidostās – Viļņā, Kauņā un Palangā – šā gada pirmajos četros mēnešos kopumā apkalpoti 591 900 pasažieru. Tas ir par 31,5% vairāk nekā pērn attiecīgajā laika periodā. 17,8% no apkalpoto pasažieru kopskaita devās uz/no Lielbritānijas, 13,5%, – uz/no Vācijas, 11,7%, – uz/no Dānijas, 9,2% – uz/no Īrijas. Apkalpoto lidmašīnu skaits Lietuvas lidostās gada pirmajos četros mēnešos palielinājās par 15,6% – līdz 12 500.

Lietuvas aviokompānijas četros mēnešos apkalpoja 202 300 pasažieru – par 16,4% vairāk nekā attiecīgajā periodā pirms gada.

Pērn Viļņas, Kauņas un Palangas lidostās tika apkalpoti 1,8 miljoni pasažieru – par 25% vairāk nekā 2005. gadā.

"Ecolines" – uz Lietuvas**kūrortiem, "Eirolines" – uz Narvu**

Autobusu kompānija "Ecolines" vasarā piedāvā jaunus reisu uz kūrortpilsētām Lietuvā. 30. maijā atklāts reiss Rīga – Palanga, apstājoties arī Jelgavā un Šauļos. No 2. jūnija sākuši kursēt autobusi maršrutos Rīga – Viļņa – Marijampole – Druskininki un Rīga – Kauņa – Marijampole – Druskininki. Naktsdzīves un ballīšu cienītājiem "Ecolines" 18. jūnijā atklāj pirmo vakara reisu uz Viļņu, pa ceļam autobuss iebrauks arī lidostā Rīga.

Baltu amatniecība Klaipēdā un Ventspilī

Baltijas jūras reģiona programmas projekta "Amatniecība Baltijas jūras krastā" ietvaros Klaipēdā atklāts amatniecības un mākslas kvartāls, savukārt Ventspilī Pilsētas svētku laikā 3. augustā tiks atklāta Amatu māja. Projekta mērķis ir veicināt amatniecības attīstību Kurzemes un Klaipēdas reģionos, sekmējot tūrisma attīstību un kultūras mantojuma saglabāšanu. Projekta budžets ir 936 860 latu, no kuriem 702 645 latu ir EREF līdzfinansējums.

Programmu īsteno Ventspils dome, Ventspils Amatnieku biedrība, Klaipēdas dome un Klaipēdas Kultūras komunikāciju centrs.

Amatu mājā darbosies salons, kurā varēs iegādāties amatnieku darinājumus, mācību klase, kurā apmeklētājiem piedāvās iejusties 18. gadsimta mācību stundā, kā arī izstāžu zāle un amatnieku darbnīcas kalējiem, audējiem, keramiķiem.

Top "Baltijas jūras kulinārijas ceļš"

Latvija, Lietuva, Igaunija, Vācija, Somija un Zviedrija paudušas gatavību apvienoties "Baltijas jūras kulinārijas ceļā" – tas solās būt vēl nebijuša mēroga tūrisma produkts.

Projektā ārvalstu un pašmāju tūristi varēs iepazīties ar Baltijas jūras valstu nacionālās virtuves labumiem, vidi un tradīcijām. Lai tūristiem būtu šāda iespēja, izveidos karti ar "kulinārijas ceļu" cauri visām Baltijas jūras valstīm, ar pieturas vietām, norādīs ar pārtikas produktiem saistītas tirdzniecības vietas, muzejus, svētkus, ražotnes, ēstuves.

Idejas autori ir Igaunijas mārketinga spe-

ciālisti. Viņi uzrunāja arī Latvijas Mārketinga padomi, kas iesaistījušies projekta virzīšanā. Iesaistīt plānots arī asociāciju "Lauku ceļotājs", kuras vadītāja Asnāte Ziemeļe ideju vērtē kā lielisku, bet grūti realizējamu, jo ēdināšanas uzņēmumiem ir izvirzītas stingras sanitārās prasības.

Pagaidām ceļa veidošana ir tikai idejas un valstu vēlmju līmenī.

Tiek pieļauta arī divu vai vairāku maršrutu izveide.

30. maijā Rīgā notika dalībvalstu pārstāvju tikšanās.

Igaunijas viesnīcās**tūristu skaita pieaugums niecīgs**

Salīdzinājumā ar 2006. gada martu šā gada martā Igaunijas viesnīcās un citās tūristu mītnēs vietās uzņemto tūristu skaits palielinājies par 7000 cilvēku, liecina Igaunijas Statistikas biroja informācija. Tūristu mītnēs martā uzņemti 78 000 ārvalstu tūristu un 69 000 Igaunijas tūristu. Somijas tūristu skaits gada laikā samazinājies par 1%, savukārt strauji palielinājies tūristu skaits no Norvēģijas, Krievijas, Latvijas un Lietuvas.

Vidējā maksa par naktsmītni martā bija 19,8 latu. Visaugstākā tā bija Tallinā – 25,2 latu par nakti. Mazajās naktsmītnēs ar ne vairāk kā deviņiem numuriem numura cena – vidēji 11 latu – ir uz pusi mazāka nekā lielajās viesnīcās.

Tūristu skaits Igaunijā pērn samazinājies par 2%, un tas bija 1,43 miljoni. Viesnīcu un restorānu savienības priekšsēdētājs Felikss Meguss pārdzīvis, ka Igaunijai nav konkrēta produkta, ko pārdot ārzemēs.

Latvija pārvilinās**Igaunijas "alus tūristus"**

Igaunijas mediji spriež, ka pēc akcīzes nodokļa palielināšanas tā sauktie alus tūristi biežāk izvēlēties doties uz Latviju, nevis uz Igauniju.

Akcīzes likme palielināta apmēram par trešdaļu, lai gan jau līdz tam tā bija divreiz augstākā par ES noteikto minimumu. Pēc paaugstināšanas akcīzes nodokļa likme Igaunijā aptuveni trīskārt pārsniegs akcīzes nodokļa likmi Latvijā. Vairāk nekā 50% Somijas tūristu braucot uz Igauniju lētā alkohola dēļ. Nu liela daļa no viņiem savu naudu par alu, viesnīcu un citiem pakalpojumiem atstāšot Rīgā.

"Tallink" – savas viesnīcas

Igaunijas lielākā pasažieru kuģniecības kompānija "Tallink Grupp" domā par viesnīcām Rīgā, Stokholmā un Helsinkos. Kompānija ir iecerējusi ar laiku atklāt viesnīcas visās pilsētās, uz kurām kursē "Tallink" kuģi. Pašlaik tiek meklētas iespējas atvērt viesnīcu Helsinkos un Rīgā, kur esot ļoti grūti atrast piemērotu vietu par pieņemamu cenu. Uzņēmums gatavs arī pārņemt jau esošas celtnes. Pagaidām viesnīcas nav plānots būvēt Somijas pilsētā Turku un Ālandu salās.

"Tallink" jau pārvalda divas viesnīcas Tallinas centrā – "Tallink City Hotel" un "Tallink Spa and Conference Hotel".

Ceļot uz un no Krievijas kļūs ērtāk

1. jūnijā spēkā stājas atvieglotais vīzu režīms starp Eiropas Savienību un Krieviju. No ES puses tiek atvieglota īstermiņa vīzu iegūšanas procedūra un noteikta 35 eiro nodeva, savukārt Maskava apņemas uzņemt atpakaļ ES nelikumīgi caur Krieviju iebrukušās personas. Nodeva pavisam atcelta tuviem radniekiem, studentiem, invalīdiem. Vienkāršoti arī kritēriji daudzskārtējas iebrukšanas vīzas iegūšanai studentiem, žurnālistiem, uzņēmējiem un citām personām. Lēmums par vīzas piešķiršanu jāpieņem desmit dienu laikā.

Pēc ES datiem, 2005. gadā ES dzīvoja gandrīz 500 000 Krievijas pilsoņu: trešā daļa jeb 178 000 no viņiem Vācijā, 86 000 – Igaunijā, 33 000 – Spānijā, 25 000 – Somijā, vairāki tūkstoši arī Latvijā, Lietuvā, Grieķijā un Itālijā.

Readmisijas līgums liek Maskavai uzņemt atpakaļ arī trešo valstu pilsoņus, kas ES iekļuvuši nelikumīgi caur Krieviju.

Savukārt, ja Krievija, kā plānots, 2008. gadā iestāsies "Zaļās kartes" sistēmā, tad, šķērsojot Latvijas – Krievijas robežu ar savu

automašīnu, iedzīvotājiem vairs nebūs jāpērk Krievijas OCTA polise – pietiks ar starptautisko OCTA apdrošināšanas līgumu, kuru varēs noslēgt tepat Latvijā pie jebkura apdrošinātāja. Šobrīd Krievijā nedarbojas standarta OCTA polise, kas derīga visās Eiropas ekonomiskās zonas valstīs, kā arī starptautiskā "Zaļās kartes" civiltiesiskās atbildības apdrošināšana.

Arī Krievijā reģistrētajiem transportlīdzekļiem nevajadzēs slēgt robežapdrošināšanas līgumu, iebraucot Latvijā vai citās "Zaļās kartes" valstīs.

Maija beigās Krievija atsāka vīzu izsniegšanu Gruzijas pilsoņiem. Vīzas izsniedz tiem Gruzijas pilsoņiem, kuriem ir pastāvīgās uzturēšanās atļauja, kuru ģimenes locekļi dzīvo Krievijā un ir Krievijas pilsoņi, abiturienti, kuri gatavojas studēt Krievijas augstskolās; tūristu vīzas pagaidām neizsniedz.

Krievija pārtrauca izsniegt vīzas Gruzijas pilsoņiem pagājušā gada septembrī pēc tam, kad Gruzijā par spiegošanu tika aizturēti Krievijas izlūkdienesta virsnieki.

Pilsētas, kurās pērn konstatēts lielākais viesnīcu pakalpojumu cenu kritums

1. Guaņdžou, Ķīna
2. Keiptauna, DĀR
3. Tallina, Igaunija
4. Šanhaja, Ķīna
5. Dubaija, AAE
6. Bangkoka, Taizeme
7. Jeruzālema, Izraēla
8. Kaira, Ēģipte
9. Buenosaires, Argentīna
10. Kankūna, Meksika.

Avots: hotels.com

Tūristu dzīvībai bīstamās vietas

- 1) Somālija – bruņoti kaujinieki, valdība praktiski neko nekontrolē.
- 2) Irāka – ārzemniekus nolaupa ik stundu, mazāk – politiskos, vairāk – mantkārīgos nolūkos. Kad tiek samaksāts izpirkums, upuri lielākoties vairs nav starp dzīvajiem.
- 3) Afganistāna – arī cilvēku nolaupīšana, izvarošana, vietējie nemieri.
- 4) Kongo Demokrātiskā Republika – augsts noziedzības līmenis, bandu sirojumī, izvarošanas.
- 5) Kotdivuāra jeb Ziloņkaula Krasts – bruņoti uzbrukumi

Avots: Forbes

- viesnīcām un autobusiem, biežas kaujinieku sadursmes ar policiju.
- 6) Pakistāna – ekstrēmisms pret rietumniekiem.
 - 7) Burundi – valdības karaspēka un kaujinieku apšaušana.
 - 8) Haiti – uzvar fiziski stiprākiem.
 - 9) Libāna – pēc "Hezbollah" sadursmes ar Izraēlu pērn pasliktinājies attieksme pret uz rietumniekiem. Dienvidos uz ceļiem, pludmalēs, laukos daudz nesprāgušas municijas.
 - 10) Sudāna – zvērības Dārfūrā, pilsoņu karš nav pilnībā rimies.

Īsumā

Vācu "TUI"

iegādājies ciematu Itālijā

Vācijas tūrisma operators "TUI" iegādājies īpašumā ciematu Tenuta di Kastelfalfi Itālijā, Toskānā ar visu vēsturisko pili, cietokšņiem, mājām, dārziem, golfa laukumu. Darījums neattiecas tikai uz baznīcu, taču "TUI" apņēmusies to atjaunot. Netālu no Florences un Pizas esošo ciematu "TUI" grasās pārvērst par brīvdienu atpūtas vietu tūristiem no Vācijas. Darījuma vērtība tiek lēsta 176,3 miljonus latu vērtībā. Ciemata nosaukumu paredzams mainīt uz "Toscana Resort Castelfalfi". Tūrisma komplekss cer piesaistīt 3200 viesus neatkarīgi no sezonas.

Domā par zemūdens

dzelzceļu starp Ameriku un Eiropu

ASV inženieri sākuši izstrādāt Transatlantijas ekspreša projektu. Ātrgaitas vilciens pa zemūdens dzelzceļa līniju kursēs no Amerikas uz Eiropu un otrādi. Izmaksas tiek lēstas 68 miljardu ASV dolāru vērtībā. Atlantijas abi krasti tiktu savienoti ar cauruli, kas iegremdēta 100 m dziļumā un ar pamatīgām metāla trosēm piestiprināta pie okeāna dibena. Vilciena ātrums uz magnētiskā spilvena bāzes sasniegtu 3 700 km/h. No Lielbritānijas ostas Bristoles pasažieri nokļūst Nujorkā 90 minūtēs.

Turcija samazinās nodokļus

Čenšoties panākt vēl lielāku tūristu pieplūdumu, Turcija nākamgad plāno samazināt tūrisma pakalpojumu PVN no 18% līdz 8%. Pret šādu valdības ieceri iebilst Starptautiskais Valūtas fonds, kas Turcijai piešķir 10 miljardus ASV dolāru aizdevumu un ieteicis ievērot stingru monetāro politiku.

Bažas par tūristu novēršanos no Turcijas savukārt radījis maija beigās notikušais sprādziens vienā no populārākajiem Ankaras tirdzniecības centriem.

Valdība domā par papildu drošības pasākumiem tūristu apmeklētākajās vietās.

Uniformēta

izspiešana Sarkanajā laukumā

Krievijas Gidu, tulku, ekskursiju vadītāju un tūrisma menedžeru asociācija ir nobažījusies par gadījumiem, kad milicijas darbinieki mēģina izspiest naudu no ārvalstu tūristiem. Asociācijas vadība rakstiski informēja valdību par gadījumiem, kad Maskavas milicija Sarkanajā laukumā mēģinājuši izspiest it kā sodanaudu no ārvalstu tūristiem, ja viņi nav varējuši uzrādīt dokumentus, jo tie bijuši nodoti viesnīcā reģistrēšanai.

Brauciens ar taksometru par fiksētu maksu
PREPAID CARD
RĪGA TAXI
8001010
3LS

Lietojot priekšmaksas kuponus Jūs ekonomējat naudu un nepārmaksājat par taksometru pakalpojumiem.

Ar priekšmaksas kuponiem braucieni par fiksētu cenu jums un jūsu klientiem. Sadarbības pieredze ar viesnīcām, tūrisma firmām un restorāniem.

PREPAID CARD
VALID THRU 01/2008
005 363
AMOUNTILV 5 / PIECI

TĀLR. IZZINĀM: 700 10 10
E-pasts: taxi@parks.lv

Uz Eiropas izcilākā tūristu galamērķa titulu 10 pretendenti

Eiropas Komisijas, Ekonomikas ministrijas un TAVA izsludinātais projektu konkurss "Eiropas izcilākie tūristu galamērķi" ir noslēdzies – iesniegti 10 projekti.

Ikviena ceļotājs var izteikt savu attieksmi par labāko tūristu galamērķi, publiskajā balsojumā apmeklējot mājas lapu www.tava.gov.lv.

Konkurss uzvarējuši pašvaldība oficiāli tiks paziņota šā gada 13. jūlijā.

Konkurss mērķis ir veicināt tūristu galamērķu lauku teritorijās atpazīstamību, veicināt kvalitatīvu tūrisma produktu veidošanu, vērst pašvaldību uzmanību tūrisma attīstības dokumentu un sistēmas sakārtošanai tajās vietās, kur tūrisms ir noteikts kā prioritāra uzņēmējdarbības forma. Interesanti, ka, pateicoties konkursam, dažos pagastos uzņēmēji bija tie, kas gāja uz domi vai padomi un aicināja pašvaldību darbiniekus pievērst uzmanību šiem jautājumiem.

Pašlaik vērtēšanas komisija iepazīstas ar projektiem un plāno ekspertu vizītes uz vietas, lai novērtētu situāciju. Ir sagatavotas speciālas vērtēšanas formas ar kritērijiem, pēc kuriem tiks izvērtēta gan tūrisma vietas ilgtspējīga attīstība, gan sadarbība starp tūrisma nozarē iesaistītajām pusēm, gan vides un infrastruktūras sakārtotība un tūrisma strādājošo viesmīlība.

EK vadlīnijas noteica, ka konkursā nevarēja piedalīties valsts nozīmes pilsētas – Daugavpils, Jelgava, Jūrmala, Liepāja, Rīga, Rēzekne, Ventspils.

Neliels iesniegto projektu skaits zināmā mērā liecina par to, kā pašvaldības izprot tūrisma un tā nozīmi pagasta vai rajona ekonomikā, kā sadarbojas (nesadarbojas) ar vietējiem uzņēmējiem, kas ir atbildīgi par ekonomikas attīstību pašvaldībās. Diemžēl atsevišķi iesniegtie projekti neatbilst konkursa nolikumam gan pēc administratīvajiem kritērijiem, gan specifiskajiem, jo tas, ka kādā pagastā ir tūrisma objekts, kas attīstās un, iespējams, darbojas veiksmīgi, vēl neliecina par tūrisma vietas veiksmīgu attīstību. Tūrisms ir jāattīsta uz vietas, neviena cita organizācija vai uzņēmums no malas to nevar izdarīt.

Konkursam iesniegtie projekti: Siguldas novada dome – "Sigulda", Dikļu pagasta padome – "Latvijas kultūras tradīciju šūpulis – Dikļi", Grundzāles pagasta padome – "Purgaiļi", Engures pagasta padome – "Engures pagasts", Latvijas valsts meži – "Tērvetes dabas parks", Mārcienas pagasta padome – "Mārcienas pagasts", Liepupes pagasta padome – "Duntes muiža", Tukuma rajona Tūrisma informācijas centrs – "Tukuma rajons – uz Tukumu pēc smukuma", Kuldīgas pilsētas dome – "Kuldīgas vecpilsēta Ventas senleja", Bauskas rajona padome – "Zemgales pērles Lielupes augštecē".

Armands Muižnieks,
EDEN projekta vadītājs

Baltijas maratons startē 15. jūnijā

15. jūnijā sākas Baltijas ceļojumu maratons, kura ietvaros interesenti par pusceļu var apmeklēt kopumā 36 konkursa kārtībā izvēlētos tūrisma objektus Latvijā, Lietuvā un Igaunijā.

Maratona norise bija paredzēta no 1. maija līdz 1. novembrim. "Maratons aizkavējies ne mūsu vainas dēļ. Ja sadarbojas trīs valstis, ne vienmēr viss iet gludi. Tā kā viens no partneriem nepildīja savus solījumus, bijām spiesti vairākkārt atlikt projekta uzsākšanu, nevarējām pabeigt arī interneta mājas lapas izveidi un izdot iespiedmateriālus," skaidroja TAVA direktors Uldis Vītolīns.

Kā jau ziņots, pārņemot veiksmīgo pagājušā gada Latvijas ceļojumu maratona pieredzi, Latvijas, Lietuvas un Igaunijas valstu tūrisma aģentūru pārstāvji šogad vienotās kopīgām Baltijas ceļojumu maratonam.

Latvijas maratona dalībnieki ir Rīga ar atpūtas un izklaides centru "Go Planet", Tērvetes dabas parks, Krustpils pils, Minhauzena muzejs un dabas taka Duntē, Gulbenes – Alūksnes bānītis, Mežakaķa taka Siguldā, kinopilsētiņa "Cinevilla", Ventspils Piejūras brīvdabas muzejs, Liepājas karostas cietums, Āraišu ezerpils, Daugavpils cietoksnis un Aglonas bazilika.

Igaunija piedāvā apmeklēt velomaršrutu

"City Bike" cauri Tallinai, Hāpsalu bīskapijas pili, Igaunijas Ceļu muzeju Pelvas apriņķa Varbusē, Olustveres tūrisma centru Vīlandes apriņķī, Igaunijas Nacionālo muzeju Tartu, Valastes ūdenskritumu netālu ko Kohtla-Jerves, Elistveres dabas parku (voljēru) Jegevas apriņķī, Kāli tūrisma centru Sāremā, Narvas pili, Otepē piedzīvojumu parku, Raja saimniecību Pērnavas apriņķa Sigastē, kur aplūkojami dažādi pundurdzīvnieki, kā arī Vīnistu mākslas muzeju Lahemā nacionālajā parkā Harju apriņķī.

Lietuvas maratona dalībnieki ir Zirgu muzejs Anīkšu rajonā, Konstantīna Čurloņa Nacionālais muzejs Kauņā, Krusta kalns pie Šauļiem, Rokišķu novada muzejs, Lietuvas Etnogrāfiskais brīvdabas muzejs Rumišķos, Grutas parks (t.s. Ieņinekļu parks) Druskininkos, etnogrāfiskā zvejnieka sēta Nidā, Traķu vēstures muzejs, Biržu novada muzejs "Sela", Lietuvas Jūras muzejs Klaipēdā, Viļņas gleznu galerija, Dzintara muzejs Palangā.

Plašāka informācija par Baltijas maratona no 15. jūnija būs pieejama oficiālajā Latvijas tūrisma portālā www.latviatourism.lv (ar saiti uz Baltijas ceļojumu maratona), kā arī bukleta formātā visos maratona objektos, Latvijas Tūrisma informācijas birojā un lielākajos tūrisma informācijas centros.

Ārzemnieki visvairāk sūdzas par "takšiem"



Tālruna operators Oskars Seņavskis gatavs palīdzēt 24 stundas diennaktī

No visām ārvalstu tūristu sūdzībām, kas saņemtas uz TAVA "karsto tālruni" 22033000, visbiežāk neapmierinātība izteikta par pakalpojumiem. Kopumā ārvalstu viesi šo tālruni pamatā izmanto, lai iegūtu informāciju, nevis sūdzētos.

Kā informēja tālruna operators Oskars Seņavskis, vairāki zvanītāji sūdzējušies par nesamērīgi augstām taksometru cenām, piemēram, prasījuši, vai tiešām par braucienu no Rīgas centra līdz lidostai jāmaksā 20 lati.

Kāds tūrists pēc atvazināšanas uz lidostu atteicies maksāt taksometra vadītāja pieprasīto lielo summu – situāciju mēģināts risināt, zvanot Oskaram un kontaktējoties ar policistu. Vienošanās ar policiju paredz, ka brīžos, kad tūrista uzrunātais policists valodas barjeras dēļ nespēj saprasties ar ārvalstu viesi, viņš zvina Oskaram.

Tas, kuras taksometru firmas krāpjas visvairāk, nav fiksēts, jo tūristi to nosaukumus parasti neiegaumē. Vairāki viesi arī lūguši padomu, kuru taksometru firmu labāk izmantot – ieteiktas tiek lielākās, populārākās.

Pāris zvanītāju sūdzējušies par ziemā aktualizēto konsumācijas problēmu naktsklubos, mazāk – par sliktu apkalpošanu viesmīlības iestādēs.

Vairākums zvanītāju tomēr interesējas, piemēram, par to, kā nokļūt uz kādu vietu, kā atrast kādu objektu, pakalpojumu sniedzēju. Ja Oskars atrodas pie datora, informāciju sniedz viņš pats, ja ne – visbiežāk iesaka kādu no tūrisma informācijas centriem. Tā kā tālrunis strādā diennakts režīmā, ir bijuši zvani arī naktī.

Kontrolē komplekso pakalpojumu sniegšanas noteikumu ievērošanu

Pārbaudes PTAC sāka 2006. gada nogalē un tās turpina arī šogad, kad spēkā stājušies jauni Noteikumi par kompleksa tūrisma pakalpojuma sagatavošanas un īstenošanas kārtību, klientam sniedzamo informāciju un kompleksā tūrisma pakalpojuma sniedzēja un klienta tiesībām un pienākumiem. Izvēles kārtībā pārbaudīti apmēram 25 uzņēmumu komplekso tūrisma pakalpojumu līgumi un pakalpojumu programmas. Biežākie pārkāpumi konstatēti saistībā ar drošības garantiju iemaksām, "Tūrismu" informēja PTAC Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta direktore Ieva Baldiņa. Garantijas nepieciešamas, lai pakalpojumu sniedzēja maksātspējas gadījumā pakalpojuma saņēmējs (tūrists) varētu atgriezties Latvijā un saņemtu kompensāciju, ja nav pienācīgi izpildītas līgumsaistības. Pēc PTAC norādēm, uzņēmēji nepilnības lielākoties novērsuši un "90% gadījumu ir iesniegtas apdrošināšanas polises". Tie uzņēmēji, kas polises neiesniegs, tiks sodīti.

Klienta iemaksātās naudas drošības garantijas prasība nav jauna, bet būtiski samazināts ir minimālās iemaksas apjoms. Saskaņā ar jau-

Biežākais pārkāpums: nav veiktas drošības garantijas iemaksas

najiem noteikumiem "komersanti, kuri pārdod pakalpojumu, nodrošina klienta iemaksātās naudas drošības garantiju par laikposmu, kas nav mazāks par gadu, un par summu 8% apmērā no nākamā gada plānotā pakalpojumu apgro-

zījuma, bet ne mazāku par 20 000 latu". Līdz šim drošības garantijas summa bija noteikta 50% apmērā no komersanta apgrozījuma. Tik liela summa ne tikai radīja nopietnas problēmas mazajiem tūrisma pakalpojumu sniedzējiem, bet arī nebija praktiski nepieciešama, skaidro Baldiņa.

Dokuments, kas apliecina iemaksātās naudas drošības garantiju, nedēļas laikā jāreģistrē TAVA.

Tūrisma pakalpojumu saņēmējiem savukārt jāpievērš uzmanība tam, vai līgumā norādīta apdrošinātāja vai drošības naudas garantētāja adrese un pārstāvis, pie kura vērsties pakalpojumu sniedzēja maksātspējas gadījumā vai tad, ja nav iespējama līgumā norādītās programmas izpilde. Minētās informācijas trūkums bija līdz šim izplatītākais pārkāpums, un, pateicoties PTAC kontrolei, tas tiek aktīvi novērsts.

Īpašu uzmanību drošības garantiju esamībai PTAC pievērsīs, pētot pārskatus par pakalpojumu pārdošanu. Šie pārskati komersantam divreiz gadā (līdz 20. janvārim un 20. jūlijam) jāiesniedz PTAC. Firmas, kuras nebūs veikušas drošības iemaksas, tiks sodītas. 2006. gadā pieņemti 17 lēmumi par administratīvā soda piemērošanu par noteikumu pārkāpumiem, pamatā par drošības garantiju nenodrošināšanu.

Pašlaik drošības garantijas obligāti jānodrošina tikai attiecībā uz maksātspējas gadījumu, bet, ja pakalpojumu sniedzējs vēlas, viņš var veikt apdrošināšanu arī attiecībā uz līgumsaistību pienācīgu neizpildi.

Pēc nozares pārstāvju ieteikuma no noteikumiem izņemta prasība obligāti norādīt tūrisma mītnes precīzu adresi, jo tas ne vienmēr ir iespējams. Turpmāk arī nav jāduplē pakalpojumu programmā un līgumā iekļautā informācija.

Zināmas neskaidrtības radījusi prasība sniegt transportlīdzekļa ērtību raksturojumu, kur jānorāda, piemēram, labierīcību pieejamība, iespējas dabūt ūdeni tējai, kafijai, kondicioniera esamība autobusā, kā arī prasība kompleksa tūrisma pakalpojuma sniegšanas līgumā norādīt informāciju par tūristu mītnes ērtībām. PTAC sola sagatavot atbilstošu uzziņu un jūnijā to ievietot savā mājas lapā www.ptac.gov.lv.

Darba grupā Noteikumu izstrādāšanai piedalījās pārstāvji no Ekonomikas ministrijas, TAVA, PTAC, Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas, Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas, Latvijas Profesionālo gidu asociācijas un Latvijas Piļu un muižu asociācijas. "Noteikumi ir uzlaboti, lai tie būtu reāli piemērojami, nevis pastāvētu tikai uz papīra," rezumē I. Baldiņa.

PTAC savas kompetences robežās centies informēt nozares pārstāvjus.

Tūristi sūdzas vairāk

Patērētāju tiesību aizsardzības centrā (PTAC) šogad pieaudzis Latvijas tūristu sūdzību skaits par saņemtajiem pakalpojumiem ārvalstīs, galvenokārt piejūras valstīs dienvidos, uz kuriem tūristu plūsma kļūst aizvien lielāka.

Šā gada pirmajos četros mēnešos PTAC saņēmis 21 sūdzību par 15 248 latu vērtiem tūrisma pakalpojumiem. Sūdzību skaits ziņā tas ir tikpat daudz, cik saņemts visā pagājušajā gadā, turklāt šogad sūdzības ir par lielāku kopsummu. Līdz maija sākumam centrs bija atzinis piecu sūdzību pamatotību 2272 latu kopvērtībā, sešas sūdzības par 1478 latu vērtiem tūrisma pakalpojumiem tika atzītas par nepamatotām, bet astoņas sūdzības par 11 498 latu vērtiem pakalpojumiem vēl tiek izskatītas.

Kā "Tūrisma" pastāstīja centra Patērētāju sūdzību un konsultāciju departamenta direktore Ligija Kuple, visvairāk tūristi sūdzas par apstākļiem viesnīcās, par nodrošinājumu, ēdināšanu, daudzus neapmierina serviss un netīrība pludmalēs un viesnīcās. Salīdzinājumā ar pērnā gada tūristi tik daudz nesūdzējās par servisa kvalitāti, cik par nesaņemtiem pakalpojumiem. Piemēram, kāds klients solītais viesnīcas vietā bijis spiests nakšņot teltī.

Kamēr lietas vēl tiek izskatītas, centrs nesniedz sīkākās ziņas par kompānijām, kuru klienti sūdzas biežāk. Centra speciālisti neredz pamatu veidot tūrisma pakalpojumu sniedzēju "melno sarakstu", jo vismaz pagaidām nav konstatēts, ka būtu kādi izteikti negodīgi uzņēmēji, kā tas ir, piemēram, būvniecības nozarē. "Viena vai divas sūdzības nedod pamatu likt konkrēto pakalpojuma sniedzēju "melnajā sarakstā". Turklāt tajā nevar ievietot uzņēmumu nosaukumus, pirms nav pabeigta administratīvo lietu izskatīšana, lai nepamatoti nenomelnotu kāda reputāciju," teic Patērētāju tiesību uzraudzības departamenta direktore Ieva Baldiņa. Informācija par pārdevējiem, pakalpojuma sniedzējiem vai ražotājiem, kuri sistematiski neievēro patērētāja prasījumu pieteikumu izskatīšanas kārtību un nerisina patērētāju sūdzības, tiek ievietota PTAC mājas lapā (www.ptac.gov.lv).

PTAC konstatējis, ka, pretēji Patērētāju tiesību aizsardzības likumā noteiktajam, līgumos bieži norādīts, ka pretenzijas iespējams iesniegt tikai divu, trīs dienu laikā pēc atgriešanās Latvijā. Dažos līgumos iekļautas šķērjēties klausulas, un tas ir netaisnīgs līguma noteikums.

PTAC ienākušas sūdzības tikai no Latvijas tūristiem par ārzemēs saņemtajiem pakalpojumiem.

Tūristu pulcēšanās vietās tiek izvietoti TAVA un PTAC kopīgi izveidotie informatīvie materiāli.

Tūrisms BEZMAKSAS

Lai saņemtu izdevumu "Tūrisms" bez maksas, jānosūta šāda informācija:

- vārds un uzvārds vai organizācija
- piegādes adrese
- kontaktinformācija (e-pasts, telefons u.c.)

Informācija jāsūta:

e-pasts: turisms@corpmedia.lv

Ja jums "Tūrisms" jau tiek piegādāts, tāpat jūsu adrese ir iekļauta "Tūrisms" abonētu datu bāzē.

Eksperti vērtē

Juris Zudovs

Viesniņu un restorānu asociācijas prezidents

Ilgstošās pārrunās panākta vienkāršota procedūra un tas, ka prasītās ziņas par personu daudz neatšķiras no tām, ko viesnīcās prasīja jau līdz šim. Atšķirība ir tā, ka agrāk par tūristu grupām netika savākta pilna informācija. Bet, lai grupai nebūtu jākavējas, viesnīcas var jau savlaicīgi no tūrisma aģentūrām prasīt nepieciešamos ceļotāju datus.

Lielākajām viesnīcām jau ir datu apstrādes datorprogrammas, bet ir arī deklarācijas drukātā formā. Domāju, ka pēc pievienošanās Šengenas informācijas sistēmai lielākā daļa viesniņu dos priekšroku elektroniskai informācijas nodošanai kompetentajām iestādēm.

Asnāte Ziemeļe,

Asociācijas "Lauku ceļotājs" prezidente

Vairumam lauku viesu māju identitātes apliecināšanas un deklarāciju aizpildes prasība ir jaunums, kas nešķiet emocionāli pievilcīgs. Bet prasības pildīsim. Saprotu, ka pagaidām viesu mājās jābūt pieejamām deklarācijām un slēdzamai atvilknei vai skapītim, kur tās glabāt līdz brīdim, kad pievienosimies Šengenas informācijas sistēmai. Bet, kas notiks pēc tam, kā notiks deklarāciju nodošana, mums īstas skaidrības vēl nav – galvenais, lai viesu māju saimniekiem neliktu pašiem tās kaut kur vest. Vairums asociācijas biedru negrāsās izmantot elektronisku datu nodošanas veidu.

Uldis Osmanis

Valsts policijas Starptautiskās sadarbības pārvaldes Operatīvās vadības nodaļas priekšnieks

Iekšlietu ministrijas Informācijas centrs vēl strādā pie tehniskajiem risinājumiem, lai nodrošinātu datu nodošanu pēc pievienošanās Šengenas informācijas sistēmai.

Latvijas informācijas sistēma varētu tikt akreditēta vasaras beigās, septembrī. Visticamāk, datus varēs nodot, izmantojot internetu, faksu vai nodot deklarācijas policistam, kurš atbrauks pēc tām. Par visiem datu nodošanas aspektiem policijas teritoriālajai iestādei jāvienojas ar komersantu un jāslēdz līgums. Policija ieinteresēta, lai datu nodošana pēc iespējas notiktu elektroniskā ceļā. Tad mums atliks tikai pievienoties komersanta datoram un lejuplādēt datus.

Detalizētāka nozares informēšana notiks tad, kad būs izstrādāti precīzi informācijas nodošanas mehānismi.

Ceļā uz Šengenas konvencijas ieviešanu Latvijā

Deklarācijas veidlapas aizpildīšana, sniedzot īsu informāciju par sevi, Eiropas Savienības (ES) valstu viesnīcās ir ierasta prakse. Aprīlī tā sāka ieviest arī Latvijā.

2004. gada 1. maijā iestājoties ES, Latvija apņēmas pievienoties Šengenas konvencijai, saskaņā ar kuru puses apņemas veikt nepieciešamos pasākumus:

a) to uzņēmumu vadītāji vai darbinieki, kas sniedz pajumti, nodrošina, ka izmitinātie ārvalstnieki, tostarp citu Eiropas Kopienas dalībvalstu pilsoņi, – izņemot šo personu laulātos un nepilngadīgus bērnus, kā arī tūristu grupu dalībniekus – personīgi aizpilda un paraksta deklarācijas veidlapu un pierāda savu identitāti, uzrādot derīgu, identitāti apliecināšu dokumentu;

b) aizpildītās veidlapas saglabā kompetentu iestāžu vajadzībām vai nodod tām, ja šīs iestādes to uzskata par vajadzīgu, lai novērstu draudus, veiktu kriminālvajāšanu vai noskaidrotu pazudušo vai nelaimes gadījumos cietušo personu likteni, ja vien attiecīgās valsts tiesību akti neparedz ko citu.

3. aprīlī stājās spēkā MK "Noteikumi par ārzemnieka deklarācijas veidlapas aizpildīšanas, glabāšanas un nodošanas kārtību", kas nosaka deklarācijas aizpildīšanas, parakstīšanas un uzglabāšanas kārtību un termiņu, kā arī kārtību, kādā deklarāciju nodod tiesībsardzības iestādēm (Valsts policijai un Valsts robežsardzei, jo atbilstoši Šengenas konvencijai minētās iestādes veic policijas un migrācijas kontroles funkcijas).

Deklarācija latviešu un vismaz vienā svešvalodā ir pieejama tūristu mītnē. Ārzemniekam, ierodoties un reģistrējoties tajā, izsniedz deklarāciju. Deklarācijā norāda šādas ziņas: uzvārds, vārds, dzimšanas datums, dzīvesvietas valsts, valstiskā piederība un tās veids, ceļošanas dokumenta veids, sērija, numurs, izdevējvalsts, izdošanas datums, derīguma termiņš, ierašanās datums tūristu mītnē un izbraukšanas datums no tūristu mītnes.

Komersants un saimnieciskās darbības veicējs glabā deklarāciju vienu gadu no tās aizpildīšanas dienas, ievērojot personas datu aizsardzības prasības un nekavējoties izsniedz pēc Valsts policijas vai Valsts robežsardzes rakstiska pieprasījuma. Maijā vēl notika precizēšana, kā komersants vai

saimnieciskās darbības veicējs deklarāciju iesniegs pēc Latvijas pievienošanās Šengenas informācijas sistēmai.

Par noteikumu neievērošanu komersantu, saimnieciskās darbības veicēju un tūristu grupas vadītāju sauks pie administratīvās atbildības.

Noteikumu izstrādāšanas darba grupā piedalījās pārstāvji no Ekonomikas ministrijas, Iekšlietu ministrijas, TAVA, Datu valsts inspekcijas, asociācijas "Lauku ceļotājs", Latvijas Kempingu asociācijas, Latvijas Jauņatnes tūrisma mītņu asociācijas un Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas.

Ar noteikumiem un veidlapu paraugiem var iepazīties MK mājas lapā <http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=30263703&mode=mk&date=2007-04-03>.

Noteikumos sacīts, ka "līdz ar Eiropas Padomes lēmuma par robežkontroles atcelšanu uz ES iekšējām robežām spēkā stāšanās brīdī deklarāciju vai sarakstu par tūristu mītnē izmitinātajiem ārzemniekiem komersants 24 stundu laikā elektroniskā vai rakstiskā veidā nodot Valsts policijas teritoriālajai iestādei, kas nodrošina to saņemšanu".

Ja vairums viesniņu ir gatavas informāciju nodot elektroniski, tad lauku viesu mājas nav noskaņotas izmantot šo veidu. Daudziem nav interneta, un, kā stāsta asociācijas "Lauku ceļotājs" prezidente Asnāte Ziemeļe, esot dzirdēts, ka elektroniska datu nodošana saistīta ar papildu izmaksām par programmu, kas nodrošina personas datu aizsardzību un apstrādi. Valsts policijas pārstāvis Uldis Osmanis teic: ja policija izstrādās programmu un to aizvedīs komersantam, tā būs bezmaksas. Viņš arī skaidro, ka Šengenas konvenciju esam ratificējuši un prasība par ārzemnieku reģistrēšanu jau darbojas, bet, kamēr nesam pievienojušies Šengenas informācijas sistēmai, nebija jēgas datus vākt, jo tos nevarēja pārbaudīt. Latvijas informācijas sistēma varētu tikt akreditēta vasaras beigās, septembrī.

Līdzīgs pārejas posms pirms pievienošanās sistēmai norisot arī citās jaunajās Eiropas dalībvalstīs – katra meklē savus mehānismus, kā pildīt šo prasību.

Paula Bērziņa

Eiropas miljoni tūrismam

Pirmo reizi no Eiropas Savienības struktūrfondi paredzēts finansējums tieši investīcijām tūrismā – 42,3 miljoni eiro laika periodā no 2007. gada līdz 2013. gadam.

Kā stāsta TAVA direktora vietnieks Ģirts Mazais, sākotnēji bija citas ieceres darbības programmai “Infrastruktūra un pakalpojumi”. Sākumā tika paredzētas kopumā piecas aktivitātes: kultūras tūrisma produktu attīstībai, veselības un rekreatīvā tūrisma attīstībai, darījumu tūrisma produktu attīstībai, aktīvā tūrisma produktu attīstībai un tūrisma informācijas sistēmas attīstībai. Pārrunu gaitā atbalsts darījumu tūrisma produktu attīstībai svītrots, savukārt pārējās aktivitātes tika paplašinātas un palielināts Eiropas Savienības struktūrfondu atbalsta apjoms.

2007. gadā Ekonomikas ministrija, piesaistot TAVA kā informācijas partneri, uzsāka šīm aktivitātēm nepieciešamo normatīvo aktu izstrādi un, iesaistot sociālos partnerus, izveidoja darba grupas katras aktivitātes koordinēšanai.

Aktivitāte, kuras ietvaros kā finansējuma saņēmējs noteikta TAVA, ir “Tūrisma informācijas sistēmas attīstība” un apakšaktivitāte “Nacionālas nozīmes velotūrisma produkta attīstība”.

Apakšaktivitātes “Tūrisma informācijas sistēmas attīstība” ietvaros iecerēts izveidot kompleksu tūrisma informācijas nesēju sistēmu, kas ceļotājiem nodrošinātu ērtu tūrisma objektu atrašanu un informācijas iegūšanu.

Šim mērķim pieejamais finansējums ir nepilni 2,3 miljoni latu.

Aktivitātes “Nacionālas nozīmes tūrisma produkta attīstība” apakšaktivitātes “Valsts nozīmes pilsētībūvniecības pieminekļu saglabāšana, atjaunošana un infrastruktūras pielāgošana tūrisma produkta attīstībai” īstenošanai pieejami vairāk nekā 12 miljoni latu, uz kuriem varēs pretendēt pašvaldības, kurās atrodas valsts nozīmes pilsētībūvniecības pieminekļi. Tiek paredzēts noteikt maksimālo atbalsta lielumu projektiem atkarībā no nakšņojošu tūristu skaita attiecīgajā pašvaldībā 2004. un 2005. gadā.

Apakšaktivitātes “Nacionālas nozīmes kultūras, aktīvā un rekreatīvā tūrisma produkta attīstība” ietvaros pieejamos 12,37 miljonus latu iecerēts investēt jaunu tūrisma produktu attīstībai un esošo uzlabošanai visos Latvijas reģionos. Šīs apakšaktivitātes galvenā iecere ir veicināt starptautiski konkurētspējīgu un atpazīstamu tūrisma produktu attīstību visos Latvijas reģionos, investējot jaunu tūrisma produktu radīšanā vai esošo kvalitātes būtiskā uzlabošanā.

Ir paredzēta arī aktivitāte “Nacionāla līmeņa velotūrisma produkta attīstība” (par to sīkāk sk. 20. lpp.).

Jaunākā oficiāli apstiprinātā informācija arī par citiem ES fondiem atrodama internetā www.esfondi.lv.

Paula Bērziņa

Jurija Stroda vizīte Stokholmā

23. maijā ekonomikas ministrs Juris Strods apmeklēja Latvijas Tūrisma informācijas biroju Stokholmā un tikās ar zviedru tūrisma žurnālistiem un tūrisma kompānijām. “Zviedrijas tūrisma nozarei bija svarīgi no Latvijas tūrisma augstākās amatpersonas izdzirdēt apliecinājumu, ka zviedru tūristi Latvijā ir gaidīti un tiek domāts par sadarbību tūrismā,” stāsta TAVA direktora vietniece Daiga Falkane.

Zviedru, jo īpaši daudzskaitlīgo senioru, interese par Latviju esot milzīga. Latvijas birojs sezonā ik dienu apkalpojot vismaz 200 interesentu. Neraugoties uz to, ka maršrutu Stokholma – Rīga – Stokholma apkalpo trīs aviokompānijas un trīs prāmju līnijas, kapacitāte ir nepietiekama – visi reisi pilni. Statistika ziņo, ka katrs zviedrs gadā veicot vidēji



Ar ekonomikas ministru J. Strodu Stokholmā tikās vairāk nekā 20 tūrisma firmu pārstāvji un žurnālisti

trīs ceļojumus, un tas nozīmē, ka Zviedrija Latvijai ir ļoti svarīgs mērķtirgus.

Ar prāmju kompānijas “Tallink” vadību ministrs pārrunāja iespēju sadarboties, veidojot kopēju reklāmas kampaņu: valsts reklamētu tūrisma galamērķus, bet kompānija – veidu, kādā tur nokļūt.

Aicina reģistrēties datu bāzē

2006. gada 23. decembrī stājās spēkā Ministru kabineta Noteikumi par tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāzi.

Tajos ir noteikta kārtība, kādā izveido datu bāzi, kurā reģistrē komersantus un saimnieciskās darbības veicējus, kuri sniedz tūrisma pakalpojumus (tūrisma operatori, tūrisma aģentūras, naktsmītņu īpašnieki, gidi, TIC), kā arī informācija, kāda tiek sniegta, uzturēta un publicēta datu bāzē TAVA mājas lapā internetā. Reģistrācija ir bezmaksas.

Tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāze darbojas kopš 2002. gada 1. septembra, to veido un uztur TAVA. Mainīta ir iesniegumu veidlapa, kas pieejama www.tava.gov.lv sadaļā “Tūrisma uzņēmumu reģistrācija”.

2006. gada 1. decembrī datu bāzē bija reģistrēti 1423 tūrisma pakalpojumu sniedzēji. Datu bāzē reģistrēto tūrisma pakalpojumu sniedzēju dati tiek izmantoti, izdodot bezmaksas tūrisma informatīvos materiālus un sniedzot informāciju dažādām institūcijām.

TAVA izveidos saslēgumu ar Integrēto valsts informācijas sistēmu un no 2008. gada 1. janvāra datus iegūs atbilstoši Valsts informācijas sistēmu likumam, tūrisma pakalpojumu sniedzējiem vienkāršojot reģistrēšanas datu bāzē.

Noteikumu izstrādāšanas darba grupā piedalījās pārstāvji no Ekonomikas ministrijas, TAVA, Patērētāju tiesību aizsardzības centra, Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas, Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas, Latvijas Profesionālo gidu asociācijas un Latvijas Pīļu un muižu asociācijas.

Noteikumi pieejami Ekonomikas ministrijas mājas lapā www.em.gov.lv sadaļā Tūrisms – Tūrisma politika – Politikas plānošanas dokumentu un normatīvie akti.

Latvijas tūrisma rīcības plāns 2007. gadam

Maija beigās izstrādāts un saskaņots Latvijas Tūrisma attīstības rīcības plāna projekts 2007. gadam.

Tas izstrādāts, lai nodrošinātu Latvijas Tūrisma attīstības politikas pamatnostādnes un Latvijas Tūrisma attīstības programmu 2006.–2008. gadam noteikto mērķu sasniegšanu. Plāns paredz īstenot pasākumus saskaņā ar pamatnostādnes noteiktajiem rīcības virzieniem: Latvijas kā atšķirīga, droša un atpazīstama tūrisma galamērķa pozicionēšana, ienākoša un vietējā tūrisma attīstība un sadarbības veidošana.

Tā kā tūrisma nozare ir starpsektorāla, tūrisma attīstības veicināšanai nepieciešams veikt pasākumus, kas pārsniedz vienas nozares un līdz ar to institūcijas ietvarus. Plāns palīdz nodrošināt institūciju savstarpēju koordināciju.

Rīcības plānā ietvertie pasākumi tiks īstenoti 2007. gadā piešķirto valsts budžeta līdzekļu ietvaros.

"EuroVelo" maršruti Latvijā

Pateicoties Eiropas Riteņbraucēju federācijas 1995. gadā apstiprinātajam "EuroVelo" projektam, izveidoti 12 starptautiski velomaršruti, kas šķērso visu Eiropu. Latvija iekļauta divos no tiem: "Baltijas jūras loks" (EV10) un "Nordkaps – Atēnas" (EV11).

Izvēloties maršrutus, tiek ņemti vērā vairāki būtiski kritēriji: braucēju drošība (transporta intensitāte, ceļa zīmes, ceļa pārskatāmība), ceļa seguma piemērotība, ainaviskums, tūrisma infrastruktūra, sasaisne ar jau esošiem vietējiem un reģionāliem velomaršrutiem.

Pēc Satiksmes ministrijas pasūtījuma 2000. gadā Latvijas maršrutu posmi EV10 un EV11 un tos savienošais nacionālais velomaršruts NV1 tika izpētīti un iezīmēti kartē, taču finansējuma trūkuma dēļ tālāka attīstība nenotika. Plānojot ES struktūrfondu finansējumu 2007.–2013. gadam, kā viena no četrām tūrisma aktivitātēm apstiprināta aktivitāte "Nacionāla limeņa velotūrisma produkta attīstība", kura galvenais mērķis ir izveidot "EuroVelo" maršrutu tīkla Latvijas posmus un nacionālā velomaršruta NV1 infrastruktūru. Tās īstenojot, EV10 un EV11 maršruti tiks apzīmēti ar numura zīmēm, virzienu, attālumu un maršrutu rādītājiem; tiks labiekārtota atpūtas vieta un velonovietnes, veikta mārketinga aktivitātes vietējā un starptautiskajā tirgū.

Projekta ietvaros nav paredzēts izbūvēt jaunus veloceliņus vai veidot velopakalpojumu uzņēmumus, piemēram, velonomas, veloservisus, kā arī attīstīt infrastruktūru maršrutiem, kas neatrodas uz "EuroVelo" trasēs.

Būtisks projekta vērtēšanas kritērijs būs maršrutu posmu atbilstība Eiropas Riteņbraucēju federācijas "EuroVelo" maršrutu izveidošanas vadlīnijām, kā arī velomaršrutu uzturēšana un apsaimniekošana. Lai izvērtētu maršrutu atbilstību un apsekotu tos dabā, Ekonomikas ministrija veiks pētījumu.

Projekta īstenojams finansējuma saņēmējs būs TAVA, kas sadarbosies ar pašvaldībām un plānošanas reģionu attīstības aģentūrām.

Kopumā šai aktivitātei paredzētais finansējums ir 5,8 miljoni latu, no kuriem 85% – ES struktūrfondu finansējums.

Pirmie darbi "EuroVelo" maršrutu infrastruktūras veidošanā varētu sākties jau 2008. gadā.

Inese Širava,
TAVA Publikāciju un informācijas
daļas vadītāja

Projekta "Agora" ieguldījums ilgtspējīga tūrisma attīstībā

Baltijas jūras reģions varētu kļūt par pilotreģionu visā Eiropā, demonstrējot ilgtspējīga tūrisma attīstības labās prakses piemērus, attīstot reģionu kā inkubatoru dažādu ilgtspējīga tūrisma mehānismu ieviešanai un pārbaudei.

Šāda ideja radusies, attīstot Baltijas jūras reģiona "Interreg IIBB" Kaimiņattiecību programmas projektu "Agora – ilgtspējīga tūrisma attīstības tīkls Baltijas jūras reģionā".

Projekts apvieno 44 partnerus no 10 Baltijas jūras reģiona valstīm. Latviju projektā pārstāv Ekonomikas ministrija (EM), asociācija "Lauku ceļotājs", Kurzemes tūrisma asociācija, Vidzemes tūrisma asociācija, Latvijas ekotūrisma savienība, Ziemeļvidzemes biosfēras rezervāta administrācija. Projekta mērķis ir īstenot "Baltijas jūras reģiona dienaskārtību 21. gadsimtam" – tūrisma sektora ilgtspējīgas attīstības stratēģiju, kas paredz panākt, lai visās tūrisma darbībās tiktu ievēroti ilgtspējīgas attīstības principi, pienācīgi plānot un kontrolēt tūrisma, lai uzlabotu dzīves un vides kvalitāti, izmantot labākās pieejamās tehnoloģijas, dod labumu videi, vietējai sabiedrībai, tās ekonomikai un kultūrai.

Projekta ieviešana ilgst no 2005. gada nogales līdz 2007. gada 30. decembrim.

Pie nozīmīgākiem projekta rezultātiem minamas sagatavotās vadlīnijas ilgtspējīgu tūrisma produktu veidošanā, stratēģiskai sadarbībai un praktiski norādījumi tūrisma plānotājiem par to, kā tirgus izpēti izmantot ietilpības regulēšanai. Svarīgs rezultāts ir arī izstrādātā ilgtspējas pārbaude tūrisma projektiem.

Sagatavošanā ir Baltijas jūras reģiona ilgtspējīga tūrisma attīstības koncepcija, kas paredz šādu darbības virzienus: ilgtspējīga tūrisma politikas ieviešana, zināšanu un prasmju attīstība, produktu inovācija un mārketinga, tūristu galamērķu attīstība un sadarbība.

Projekta ietvaros izveidota tūrisma projektu datu bāze "YepaT", kas kalpo kā informācijas avots; šajā datu bāzē apkopoti ilgtspējīga tūrisma projekti, to rezultāti, kā arī kontakti; lietotāji tajā var rast idejas saviem projektiem, smelties pieredzi un iepazīties ar labās prakses piemēriem. Datu bāze pieejama: <http://www.yepat.info>, sīkāka informācija par projektu: <http://www.agora-tourism.net>. EM projekta ietvaros izstrādājusi sociālā tūrisma pētījumu "Tūrisms visiem", kā rezultātā apzināta esošā situācija Latvijā par tūrisma pieejamību visām sociālajām grupām, tajā skaitā jauniešiem, veciem cilvēkiem, maznodrošinātajiem, bezdarbniekiem, personām ar īpašām

vajadzībām. Izstrādāti priekšlikumi konkrētu pasākumu iekļaušanai politikas plānošanas dokumentos sociālā tūrisma attīstībai Latvijā.

Jāatzīmē, ka Eiropā 2007. gads ir pasludināts par vienādu iespēju gadu, tā mērķis – uzsākt plašas debates par priekšrocībām, kādas sniedz Eiropas sabiedrības daudzveidība; informēt cilvēkus par viņu tiesībām baudīt vienlīdzīgu attieksmi bez diskriminācijas un sekmēt vienlīdzīgas iespējas visiem.

Projekta ietvaros plānots arī izstrādāt tūrisma nozares nacionālo "Dienaskārtību 21. gadsimtam" ar mērķi ieviest ilgtspējīgas plānošanas mehānismus tūrisma nozarē Latvijā.

2007. gada 14. jūnijā Rīgā, viesnīcā "Konventa sēta" tiek organizēts seminārs "Ilgspējīga attīstība – iespēja konkurētspējīgas tūrisma nozares izaugsmei". Pasākuma mērķis – iepazīstināt tūrisma nozares profesionāļus ar ilgtspējīgas tūrisma attīstības praksi starptautiskā, nacionālā, reģionālā un vietējā līmenī, diskutēt par ilgtspējības ekonomiskajiem, sociālajiem un vides aspektiem.

Aiga Petkēvica,
EM projekta "Agora" koordinatore

Ilgspējīga tūrisma attīstība Eiropas Savienībā

Eiropas Savienībā galveno atbildību par ilgtspējīga tūrisma attīstību ir uzņēmusies Eiropas Komisija. Tā seko, lai ES fondi tiktu piešķirti tikai ilgtspējīga tūrisma attīstības projektiem un iedrošina ES dalībvalstis uz šādiem projektiem; vada attiecīgo jautājumu izpēti Eiropā, identificē un izplata pozitīvo pieredzi, palīdz Eiropas standartu koordinēšanā. EK Ilgtspējīga tūrisma grupa ir izstrādājusi gala ziņojumu "Rīcības ilgtspējīgam tūrismam Eiropā". ES ilgtspējīga tūrisma attīstībā ir noteikti trīs galvenie mērķi: ekonomiskā labklājība, sociālais taisnīgums un vienlīdzība, vides aizsardzība. Minētais ziņojums būs pamats EK ziņojumam par turpmāko politiku ilgtspējīga tūrisma attīstībai Eiropā. Līdz 2007. gada 14. jūnijam norisinās ziņojuma sabiedriskā apspriešana internetā, un arī Latvijas tūrisma industrijas pārstāvji ir aicināti iepazīties ar ziņojumu un sniegt savus priekšlikumus. Ziņojums pieejams EK mājas lapā: http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/tourism_sustainability_group.htm

Ko nozīmē ilgtspējīga tūrisma attīstība?

Jau gadsimta sākumā amerikāņu futurologs Džons Naisbits norādījis, ka viena no tūrisma politiku un stratēģiju ietekmējošām tendencēm nākotnē (*mega trend*) būs ilgtspējīga tūrisma attīstība (ANO PTO, 2001). Spiediens pēc ilgtspējīga tūrisma attīstības pieaug tieši no patērētāju puses.

2020. gadā aptuveni 60% ceļotāju būs no pasaules attīstītajām valstīm, un ir svarīgi, lai tūrisma vietas (*destination*) savu tūrisma attīstības politiku, mārketinga plānošanu un stratēģijas balsītu uz ilgtspējīgu tūrisma attīstību (PTO, 2001). Ētiskie faktori kļūs par noteicošo daudziem ceļotājiem, izvēloties ceļojumus. Pēdējā laikā tūrisma produktu piedāvātāji ir apzinājuši pārmaiņas pieprasījumā, un tirgū tiek piedāvāti vietējai dabai, sociālai un kultūras videi draudzīgi un ekonomiski izdevīgi tūrisma veidi. Ilgtspējīga tūrisma attīstība ir galvenais faktors, kas jāņem vērā, plānojot tūrisma vietu attīstību gan

pašvaldību, gan reģionālā, gan valsts līmenī.

Bet ko tad mēs saprotam ar ilgtspējīgu attīstību? Jāatzīst, ka bieži ar to tiek saistīta dabas aizsardzība, nevis ekonomiski izdevīga attīstība, kas ir līdzsvarā ar vietējo sociālo, kultūras un dabas vidi. Balstoties uz t.s. Bruntlandes ziņojumu (ANO Pasaules vides un attīstības komisijas ziņojums "Mūsu kopējā nākotne", 1987), ilgtspējība tiek definēta kā "pašreizējo sabiedrības

par "jaunajiem tūristiem" kuri ir inteligentāki, tolerantāki, komunikatīvāki, pielāgoties spējīgāki un gatavi maksāt sociāli pieņemamu cenu par ilgtspējīga tūrisma produktiem (Krippendorf, 1989).

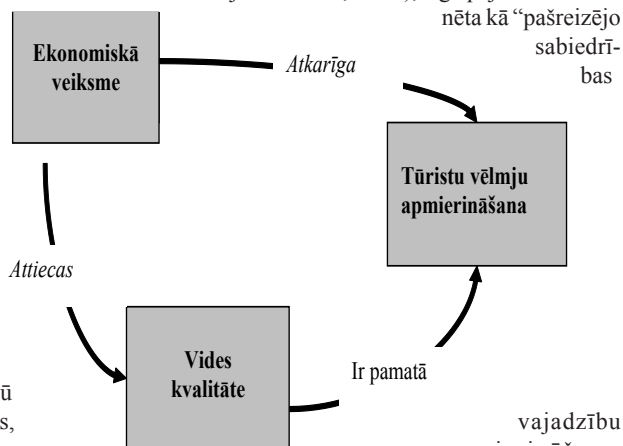
Tradicionālie ekonomiskie modeļi balstās uz ekonomisko augšupeju, kas tiek sasniegta ar produkcijas un patēriņa apjoma pieaugumu (tūristu skaita pieaugums), pieņemot, ka šis process nesīs sabiedrībai ekonomisku labumu. Šī sistēma neņēma vērā vides resursu izsmelšanas vai noplicināšanas draudus. Tūrisma tirgus sistēma ignorēja tos resursus, kuri nebija privātpašumā, lai gan, pieaugot tūristu skaitam, spiediens uz sabiedriskajiem resursiem pieauga, radot negatīvu ietekmi uz vietējo sociālo vai dabas vidi. Pieauga arī vietējo pašvaldību izmaksas sociālās un fiziskās ietekmes novēršanai (Holden, 2000).

Nākotnē, pieaugot tūrisma intensitātei, daudzās tūrisma vietās pasaulē pieaug spiediens uz sociālo un dabas vidi (pārsniegta ietilpība). Tūrisma industrijas pārstāvjiem ir jāizstrādā mehānismi, lai mazinātu tūrisma negatīvo ietekmi, jo ilgtspējīga tūrisma attīstībā noteicošais ir harmonija ar vietējo vidi un sabiedrību. Ilgtermiņa nozares attīstībai nepieciešamas atbilstošas vadības stratēģijas (Dwyer, 2005). Taču jāatzīmē, ka ilgtspējīgas tūrisma attīstības pamatā ir partnerība starp valdību, industrijas pārstāvjiem un vietējo sabiedrību. Ilgtspējīgais tūrisms ir viens no ētiskā biznesa un sociāli atbildīga menedžmenta principiem (Swarbrooke, 1999). Tas nozīmē, ka tūrisma vietu un uzņēmumu darbībai jābalstās uz savu ekonomisko mērķu sasniegšanu (peļņa), vienlaikus ņemot vērā visas sabiedrības intereses ilgtermiņā. Ilgtspējīga tūrisma attīstības veicināšanā nav izmantojamas mārketinga koncepcijas, kas balstās tikai uz pārdošanas intensifikāciju vai klientu īslaicīgo vēlmju apmierināšanu.

Šodien ir pieejams plašs zinātniskās literatūras klāsts par ilgtspējīgu tūrisma un tā vadību, tomēr līdz šim ir pastāvējusi dziļa plaisa starp teoriju un praksi. Ja vēl valsts līmenī ir izstrādātas ilgtspējīga tūrisma attīstības koncepcijas, tad tūrisma uzņēmēji ir daudz pasīvāki. Tikai pēdējos gados uzņēmumi pievēršies sociāli ētiskajiem biznesa principiem. Kā piemēru Latvijā var minēt sociālās atbildības kampaņu "Iestādi koku" portālā *lidot.lv*.

Aija van der Steina,

TAVA direktora padomniece,
LU Ekonomikas un vadības zinātņu
fakultātes doktorante



vajadzību apmierināšana, neapdraudot nākamo paaudžu spēju apmierināt savas vajadzības un dzīves stila izvēli".

Ar ilgtspējīgu tūrisma savukārt saprotam "tūrisma, kurš ir ekonomiski rentabls un neatstāj negatīvu ietekmi, bet ir līdzsvarā ar vietējo dabas, sociālo un kultūras vidi" (Swarbrooke, 1999). Tātad ilgtspējīga tūrisma attīstības koncepcija nodrošina gan ekonomiskos ieguvumus, gan vietējās sociālās, kultūras un dabas vides saglabāšanu. Jautājums par tūrisma ilgtspējību ir aktuāls gan vietējai sabiedrībai, gan arī tūristiem, jo tieši tūrisma resursi (dabas, kultūrvēsturiskie u.c.), kas veido autentisku vidi, ir svarīgas tūristu piesaistes.

bieži ar to saprot dabas aizsardzību, nevis ekonomiski izdevīgu attīstību

Mūsdienās ilgtspējība tiek uzskatīta par vienu no tūrisma vietas kvalitāti noteicošu faktoru, un, mainot tūrisma vietas vidi, vieta var zaudēt savu pievilcību tūristu acīs. Kā norāda A. Holdens, pastāv cieša sakarība starp autentisku, tipisku vidi, tūrisma un ekonomisko veiksmi (Holden, 2000) (sk. att.).

Autentiskas vides iepazīšana ir viena no ceļošanas motivācijām. Jau šodien varam runāt

Vēstule

Labdien!

Vēlos runāt par Latvijas tēlu citvalstu tūristu skatījumā, minot kādu konkrētu piemēru.

Tikko iegādājos auto navigācijas iekārtu (GPS), kurā ir instalētas Eiropas valstu kartes.

Kompānija, kura izgatavo konkrēto izstrādājumu ("TomTom910") ir pacentusies, lai viena no operētājsistēmas valodām būtu arī latviešu. Patikams pārsteigums no pasaules ražotāju puses.

Taču ieslēdzot iekārtu, ar kaunu nākas konstatēt, ka Latvijas kartes vietā ir balts plankums ar uz pirkstiem skaitāmiem Eiropas nozīmes ceļiem, turklāt ar kļūdainu Rīgas karti. Par cik elektroniskās navigācijas iekārtas vairs nav ekskluzīva iekārta, bet bieži pat mobilā tālrunā funkcija, tad ārzemju viesi tās lieto, taču Latvijai tās ir gandrīz nederīgas.

Tas pats attiecas uz ceļu plānošanas datorprogrammām, piemēram, "Autoroute".

Acimredzot citās valstīs ir kāda institūcija, kura šos jautājumus sakārto, bet Latvijā tas netiek darīts, jo nevaram aizbildināties ar elektronisko karšu trūkumu – apgāda "Jāņa Sēta" kartes sasaistē ar GPS darbojas brīnišķīgi.

Lūdzu kādu skaidrojumu šajā jautājumā.

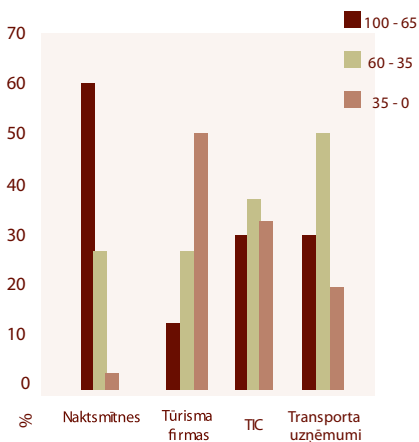
Normans Garustiņš

Desmit labākie
(pēc e-pastā veiktās aptaujas)

Vieta	Uzņēmums	Punkti
1.	viesnīca HOTEL KOLONNA CĒSIS	100
2.	viesnīca NAKTSMĀJAS	100
3.	Gulbenes TIC	100
4.	viesnīca RĪGA	100
5.	viesnīca MARITIM	100
6.	autonoma CAR 4 RENT	100
7.	Rīgas TKIC	95
8.	viesnīca HOTEL SAULĪTE	95
9.	Jūrmalas kūrorta un tūrisma informācijas centrs	90
10.	Liepājas reģiona TIB	90

Visi aptaujas rezultāti pieejami mājas lapā www.eiropa.lv/

E-pastu reakcijas vērtējuma sadalījums pa uzņēmumu veidiem (%)



Viedoklis

Anda Rožukalne
Mediju un komunikāciju eksperte

Atbilžu īpatsvara samazināšanās par 3% ir kļūdas robežās un neļauj spriest par tendenci. Jāvērtē arī atbilžu kvalitāte, valoda, saturs, forma. Ja pakalpojumu sniedzējs paskaidro kaut ko papildus, tas potenciālajā klientā rada drošības sajūtu. E-komunikācija tūrisma nozarē ir ļoti svarīga, un tas, cik pilnīga tā ir, spēj būtiski ietekmēt klienta izvēli. Ja uzņēmums vēlas konkurēt, tam daudz jādomā par to, lai visi darbinieki būtu gatavi šādai komunikācijai, jo pirmais iespaids paliek atmiņā uz ilgu laiku. Un arvien vairāk cilvēki paši pilnībā vai daļēji plāno savus ceļojumus, izmantojot internetu.

Neatceros, ka es pati kā citādi, ja ne caur internetu, būtu sazinājusies, plānojot savus ceļojumus.

Ja atbildi uz informācijas pieprasījumu nesaņemu vai saņemu automātisku atbildi, nevis to, kas mani interesēja, izvēlējos citu uzņēmumu.

Vai Latvijas tūrisma uzņēmumi novērtē e-komunikāciju nozīmi?

Gadu no gada nerimst diskusijas par Latvijas tūrisma tēlu ārvalstīs, citu valstu ceļotāju piesaisti, bet kā tad nozare komunicē ar ārzemniekiem un sniedz informāciju?

Lai to noskaidrotu, Eiropas reģionālā tūrisma institūts (E.R.T.I.) šogad jau ceturto reizi rīkoja aptauju par atbildēm uz e-pastu, uzrunājot 100 ar tūrisma nozari saistītus uzņēmumus. Ar testa e-pasta vēstulēm latviski, angļiski, krieviski un vāciski tika noskaidrotas uzņēmumu iespējas sniegt informāciju operatīvi, laipni kontaktēties ar klientiem un sazināties svešvalodās.

Vispārējā tendence ir negatīva. 94% uzņēmumu vismaz vienu reizi sniedza atbildi uz testa vēstuli – tas ir par 3% mazāk nekā divus gadus iepriekš, kad notika pēdējā šāda veida aptauja. Kūtrāk atbildes sniegtas uz e-pastiem angļu valodā, bet atbilžu sniegšanā krievu valodā situācija nav mainījiesies (2005. g. – 64%, 2007. g. – 63%). Vismazāk atbildēts uz vēstulēm vācu valodā.

Līderpozīcijas saglabā naktsmītnes

Tāpat kā iepriekšējos gadus, līderpozīcijas e-pastu reakcijas vērtējumā ieņem naktsmītnu sektora uzņēmumi. Reitinga tabulas pirmajā desmitā ir sešas viesnīcas – “Rīga”, “Maritim”, “Naktsmājas”, “Hotel Kolonna Cēsis”, “Saulīte”, “Radi un draugi”. Pirmajā desmitā ierindojusies arī trīs tūrisma informācijas centri – Gulbenes TIC, Rīgas Tūrisma koordinācijas un informācijas centrs un Liepājas reģiona TIB. Atzinīgi jāizsakās arī par Ludzas TIC (11. vieta) un Kokneses TIC (15. vieta).

Šogad pirmajā desmitā nav iekļuvusi neviena tūrisma firma, arī kopumā šajā nozarē ir sliktākie aptaujas rādītāji. 50% tūrisma firmu ir saņēmušas zemākos novērtējumus. Augstāko vietu ieņem tūrisma aģentūra “Ekspress Travel”, ierindodamās 22. vietā.

Autonoma “Car4rent” ir vienīgais transporta uzņēmums, kas 2007. gadā saņēma augstāko punktu skaitu – 100 punktus, ierindojoties 6. vietā. Vēl augstā pozīcijā ir “Europcar” (13. vieta) un “KLM Royal Dutch Airlines” (24. vieta).

Neizmanto visas iespējas

Joprojām daudzi aptaujātie e-pasta atbildē neietver vizītkarti jeb automātisko parakstu: interneta adresi, tālruna numurus, adresi, varētu tikt norādīti arī darba laiki. No mārketinga viedokļa pozitīvi vērtējams, ka vairāki uzņēmumi kopā ar vizītkarti nosūta arī informāciju par saviem īpašajiem piedāvājumiem.

Lielākoties atbildēs bija korekta uzruna –

gan norādot, gan arī nenorādot adresāta vārdu un uzvārdu. Bija uzņēmumi, kuri nenorādīja atbildes sniedzēja vārdu vai pat uzņēmuma nosaukumu. Korekta e-pasta uzruna un nobeigums liecina par uzņēmuma profesionalitāti un pozitīvu attieksmi pret klientu. Lakoniskākā atbilde no kādas viesnīcas skanēja: Da!, bez uzrunas un nobeiguma, taču beigās – ar viesnīcas vizītkarti! Tas neliecina par augstu darba kultūru. Pozitīvu tēlu par uzņēmumu rada atvairinošanās par kavēšanos ar atbildes sniegšanu – tādējādi parādot, ka viņiem klients rūp.

Divi aptaujātie uzņēmumi pēc pāris dienām atsūtīja atkārtotu e-pastu, apjautājoties, vai jau pieņemts lēmums sakarā ar viņu piedāvājumu.

Valodu neprasme

Atbildes uz e-pastiem svešvalodās pārsvarā bija korektas. Vairums uzņēmumu atbildi sniedza valodā, kurā bija uzdots jautājums. Valodu zināšanu trūkums izteiktāk redzams atbildēs uz jautājumiem vācu un krievu valodā. Atbildes uz vācu valodas e-pastiem daži uzņēmumi sniedz angļu valodā, turklāt lielākā daļa atvairinās, ka neatbild vāciski. Uz e-pastiem krievu valodā dažas atbildes tika sniegtas latviešu vai angļu valodā. Jāatzīmē, ka tūrisma nozares uzņēmumiem tomēr būtu nepieciešams rast iespēju atbildes sniegt arī krieviski, jo pēc e-pasta ne vienmēr var zināt, vai rakstītājs ir no Latvijas vai ārvalstīs, vai viņš saprot arī latviešu vai angļu valodu.

Par salīdzinoši vāju Latvijas tūrisma uzņēmumu darbinieku valodu prasmi liecina arī cits E.R.T.I. veiktais pētījums, kurā tūrisma uzņēmumu iespējas komunicēt svešvalodā tika noskaidrotas telefoniskā aptaujā, un lielākoties tika konstatētas problēmas izvērsti sazināties ar tikai angļu un vācu valodā runājošu klientu.

Tehniskās nepilnības

Dažos gadījumos uzņēmumam nebija iespējams nosūtīt e-pastu, bija adreses, kuras “nepieņēma” e-pastus no ārzemju e-kastītēm, piemēram, no Yahoo.com vai Hotmail.com.

Vairākos gadījumos uz nosūtītajiem e-pastiem tika saņemtas automātiskās atbildes, ka darbinieks ir ārpus biroja un varēs atbildēt vēlāk, diemžēl pēc norādītā laika atbilde lielākoties tā arī netika saņemta.

Iespējams, tehnisku nepilnību dēļ dažu uzņēmumu vērtējums ir zemāks, jo potenciālā klienta vēstule to nesasniedza.

Gita Pāvule, Maija Pētermane
E.R.T.I.

Precīzākā – “Czech Airlines”

Eiropas aviokompāniju pazaudētās bagāžas vienības

Kompānija	Pazaudētās bagāžas vienības uz 1000 pasažieriem 2006.gadā	Pasažieru skaits 2006.gadā (tūkstoši)
British Airways	23	45 554,40
TAP Portugal	21	7463,10
Lufthansa	18,1	54 266,90
Air France	16,6	55 148,60
Alitalia	16,5	25 536,40
Luxair	16,4	551,7
KLM	16,4	22 688,10
Iberia	15,5	33 667,90
LOT Polish Airlines	14,8	3896,30
Finnair	14,2	7615,50
Austrian	13,8	10 947,20
SAS Scandinavian Airlines	13,3	27 074,90
SN Brussels Airlines	12,7	2466,40
Croatia Airlines	11,8	1569,40
CSA Czech Airlines	10,8	5560,90
SWISS International Airlines	10	11 340,20
Icelandair	9,8	1821,00
Adria Airways	9,6	1013,60
Spanair	9,5	10 560,40
Malev	8,9	3212,20
TAROM	8,3	842,1

Eiropas aviokompāniju asociācija veikusi kārtējo aviokompāniju punktualitātes reitingu un konstatējusi, ka vismazākās novirzes no laika grafika pērn bijušas aviokompānijai “Czech Airlines”.

Stingri saskaņā ar grafiku čehu lidmašīnas izlidojušas vairāk nekā 83% reisu un pienākušas – 72% reisu. Kā otra precīzākā titulēta kompānija “Austrian”, trešā – Nīderlandes aviokompānija “KLM”.

Pēdējās vietās – “Spanair”, “TAP Portugal” un “LOT Polish Airlines” ar tikai aptuveni pusi laicīgu reisu.

Kā kavēšanās iemesli visbiežāk minēti klimata kaprīzes, vairāki arodbiedrību streiki un tehniskas kļūmes.

Savukārt visvairāk bagāžas tiek nozaudētas “British Airways” lidojumos – no 1000 pasažieriem bagāžu zaudējuši 23. Kompānijas pārstāvji BBC nav nolieguši šo faktu un atvainojušies klientiem.

Vismazāk problēmu šajā ziņā bijis lielākām kompānijām – Rumānijas “TAROM”, Ungārijas “Malev” un Spānijas “Spanair”, kur uz 1000 pasažieru pazudušas vidēji deviņas bagāžas vienības. Kopumā 24 lielākās Eiropas aviokompānijas pērn pazaudējušas par visam 5,5 miljonus ceļasomu.

Eiropas aviokompāniju punktualitātes reitings

Vieta izlidošanas precizitātes ziņā	Aviokompānija	Izlidošana pēc saraksta tālajos reisos (15 minūšu laikā (%))	Reisu skaits 2006.gadā	Ielidošana pēc saraksta tālajos reisos (15 minūšu laikā (%))	Vieta ielidošanas precizitātes ziņā
1	CSA Czech Airlines	83,76	1595	72,1	7
2	Austrian	77,79	8661	77,44	2
3	KLM	75,52	30 717	79,92	1
4	Finnair	74,08	4927	76,31	3
5	Turkish Airlines	73,39	7854	57,41	17
6	Alitalia	72,55	13 406	73,18	5
7	SWISS International Airlines	72,3	11 820	74,28	4
8	Lufthansa	70,84	46 038	72,25	6
9	bmi	70,45	1973	61,99	13
10	SAS Scandinavian Airlines	67,78	6639	68,65	8
11	British Airways	67,19	58 849	60,46	14
12	Croatia Airlines	66,44	450	66,67	10
13	Icelandair	66,23	2872	62,95	12
14	SN Brussels Airlines	61,46	3352	67,72	9
15	Malev	61,41	1008	60,24	15
16	Iberia	61,35	16 613	59,28	16
17	Air France	60,4	54 056	63,04	11
18	Olympic Airlines	50,09	1715	50,15	18
19	Spanair	50	166	37,35	21
20	TAP Portugal	49,36	10 144	42,98	20
21	LOT Polish Airlines	46,27	2881	48,94	19

Dati: Eiropas Aviokompāniju asociācija (AEA)

Rīgas Tūrisma

koordinācijas un informācijas centra pasūtītā ārvalstu tūristu aptauja (2006. gada aptauja; “Baltijas monitors”)

Rīgas viesu izmantotie informācijas līdzekļi, plānojot braucienus

- Ceļojuma plānošanai izmantojuši TV – 74%
- No tiem 11,2% norādīja konkrētus TV kanālus:
 - BBC World – 23,81%
 - Travel – 19,05%
 - Pone – 14,29%
 - Discovery Channel – 9,52%
- Izmantojuši interneta resursus: 26,4%
 - www.google – 57,0%
 - www.riga.lv – 3,5%
 - www.wikipedia – 4,4%
 - Rīga Homepage – 4,4%
 - Rigatourism.com – 3,6%
 - Latvia Tourist page – 3,5%
- Izmantojuši izstādēs gūtos materiālus: 7,8%

Apmierinātība ar tūrisma informāciju par Rīgu

- Kopējā apmierinātība ar informatīvo pakalpojumu kvalitāti – 7,29 (pēc 10 punktu skalas)
- Pieprasītākais informatīvais produkts – brošūra (76,86%)
- Pozitīvākie momenti – informācijas kvalitāte un poligrāfiskais noformējums
- Negatīvie momenti – nav pietiekamas informācijas tūristu atrašanās vietās uz ielām.

Trīs nepatīkami notikumi, vietas, ar ko ārvalstu tūristi sastapās Rīgā/Latvijā (atbildēja 37,7% aptaujāto)

- Slikts serviss krogos, viesnīcās, tirgū, kempingos, par pirmo palīdzību, informācijas pakalpojumiem, atkritumu aizvākšana – 20,7%
- Viesnīcu un pakalpojumu cenas, valūtas maiņas kurss – 9,3%
- Vietējo iedzīvotāju nelaipna izturēšanās – 9,3%
- Slikta transporta kvalitāte – 7,3%
- Skaļa, nepatīkama publika (īpaši angļi), homoseksuāļi, kautiņi – 6%
- Ubagošana ielās – 6%
- Daudzas vietas, tostarp baznīcas, ir slēgtas, it īpaši svētku dienās – 5,6%
- Agresīva, neuzmanīga braukšanas maniere – 4,2%
- Krāpšanās (īpaši taksometros), zagšana – 4,2%

Trīs notikumi, vietas, kas visvairāk palikuši atmiņā

- Vecrīga – 30,4%
- Rīgas arhitektūra – 15,4%
- Jūrmala, akvaparks – 7,9%
- Muzeji (Okupācijas, Kara, Brīvdabas, Motormuzejs) – 5,2%
- Koncerti, operas, pasākumi, festivāli, Ligo, Lieldienas – 5,1%
- Lauki, ainavas – 5,1%
- Bāri, restorāni, alus, ēdieni – 4,9%
- Pilsētas atmosfēra – 3,5%
- Rīgas jūgendstils – 3,1%

Rīgas pirmā apmeklējuma motīvi

- Ievērojami vietu apmeklēšana, organizēts tūrisma brauciens – 19,7%
- Nedēļas nogales pavadošana – 14%
- Vecpilsēta, arhitektūra – 10,7%
- Darba darīšanas – 8,7%
- Jautras izklaides, vecpuišu u.c. ballītes, iedzeršana, naktsdzīve – 7,4%
- Cita atmosfēra, kultūra – 6,5%
- Radu, draugu apmeklējums – 6,4%
- Znātkāre – 6,1%
- Lēts brauciens – 5,9%

Kempingu sistēmas sakārtošanā daudz darāmā

Kempingu servisa līmenis un pakalpojumu klāsts Latvijā strauji palielinās, taču joprojām arī laukumu ar ugunsкура vietu un sirsniņmājiņu drīkst dēvēt par kempingu. Latvijas kempingu asociācija ir mazskaitlīga, bet sertifikāciju izgājuši vien divi kempingi – “Usma” un Piejūras kempings Ventspilī.

Asociācija – ekskluzīvs klubiņš?

“Pie mums kempingu sertifikācija netiek veicināta, turklāt Latvijas kempingu standarts ir novecojis un nav kustināts vairākus gadus. Trešā, Latvijā augstākā kategorija neatbilst Eiropas vispārpieņemtajam priekšstatam par to, kas ir labs kempings,” “Tūrisma” skaidro asociācijas prezidente, Jūrmalas kempinga “Nemo” direktore Dace Markvarte. Daudzi ārvalstu tūristi atbraucot un brīnoties, kāpēc tik augsta līmeņa kempingam ir tikai trešā kategorija.

Jautāta, kādēļ asociācija šo lietu nerisina, Markvarte teic, ka “par to gan diskutēts, bet asociācijai trūkst cilvēku un finanšu resursu”. Asociācijā iestājušies tikai 15 kempingi. Kā iemeslu šādai attieksmei Iecavas kempinga un atrakciju parka “Labirinti” vadītājs Jānis Pastars min augsto dalības maksu: ar kolēģiem esot pārspriests – ja maksa būtu četrrēiz mazāka, tad ļoti daudzi iestātos.

Markvarte pieļauj, ka biedru nauda – 240 latu – dažiem varētu būt pārāk augsta; arī tie, kas ir asociācijā, pačīkst, bet maksā. Tā nesot liela summa, ja salīdzina ar “Lauku ceļotāja” vai Viesnīcu un restorānu asociācijas biedru naudām, turklāt mazākai summai nesot jēgas. 120 lati aiziet mājas lapas (www.camping.lv) uzturēšanai, komandējumiem, otri 120 – mārketingam, infomateriāliem, dalībai starptautiskās izstādēs, kur interese par atpūtu Latvijas kempingos ir liela.

Labā sadarbība izveidojusies ar Lietuvas kempingu asociāciju – vieni par otru izplata informāciju starptautiskās izstādēs, kurās kolēģi nav pārstāvēti.

Tiesa, arī Lietuvā un Igaunijā kempingu asociācijā apvienojušies tikai nedaudz vairāk kā desmit biedru.

Sertifikācijas jomā sakārtotāka situācija ir Lietuvā. Tur sertificētie kempingi saņem nodokļu atvieglojumus. Latvijā atlaides ir vien ceļotājiem, kuri pēc ierašanās vienā asociācijas kempingā saņem ievērojamu atlaidi nākamajā. Citur Eiropā kempingi ir dažādi, bet tur servisa līmeņa atšķirības nav tik krasas – lielākoties ir dušas, tualetes, labiekārtoti stāvlaukumi, telšu vietas, ir atsevišķas mājiņas. Arī Latvijā tādu kempingu netrūkst, teic Markvarte.

Nedēļas nogalē 2000 klientu

Piejūras kempinga pārvaldniece Una Lib-



Kempings „Nemo” varētu pretendēt uz augstāko ceturto kategoriju, taču Latvijā tādas vispār nav

kovska stāsta, ka ievērojami audzis pieprasījums pēc telšu un treileru vietām, tādēļ pirms karstās sezonas palielināts treileru vietu skaits. “Pieteikušās apmēram desmit grupas, pārsvarā no Vācijas un Holandes, kas vienlaicīgi ceļo ar vismaz divdesmit treileriem. Vienlaikus varam uzņemt 50 treilerus. Esam noslēguši sadarbības līgumus ar tūrisma aģentūrām, kas piesaista treileru grupas.”

Pērn Piejūras kempingu apmeklēja viesi no 32 valstīm, visvairāk no Lietuvas, Vācijas, Igaunijas, Holandes. Vasarā nedēļas nogalē kempingā dažkārt vienlaikus uzturas vairāk nekā 2000 tūristu, it īpaši, reizēs, kad pilsētā ir kādi svētki, pasākumi. Brīvu vietu trūkuma dēļ nākas gribētājiem arī atteikt. Tad tiek ieteikti sadarbības partneri – netālu esošās viesu mājas, kempingi.”

Kemperī ir izvēlīgi

Tūristu, jo īpaši ārvalstu, prasības pēc komforta kempingos aug. Karavānu tūristi prasa ne tikai treileru pieslēgumu, bet arī iespēju iztukšot savu ķīmisko tualeti, uzpildīt ūdeni dušai un citām vajadzībām. Latviešu ceļotāji vairāk raugās uz kempinga atrašanās vietu un cenām.

Uzmanība arvien vairāk tiek pievērsta tam, vai ir bērnu rotaļlaukums, izklaides iespējas tuvumā. Piejūras kempings sadarbojas ar Ventspils olimpisko centru, Kultūras centru, tādējādi nodrošinot viesus ar informāciju par apkārtnē notiekošo. Rīkotas tiek arī bērnu nometnes, uz kurām daži brauc jau piekto gadu pēc kārtas. Ir iespējams arī iztukšot treileru ķīmiskās tualetes.

“Treileriem vajadzīga ērta piebraukšana pa asfaltētu ceļu, šie tūristi meklē vietas netālu no šosejām, galvenajos ceļošanas maršrutos,” stāsta D. Markvarte.

“Nemo” pārsvarā ierodas tuvākie kaimiņi

no Lietuvas un Igaunijas, netrūkst holandiešu, vāciešu, somu, zviedru, sarosījušies arī poļi. Latvijas iedzīvotāji te viesojas retāk. “Nemo” privilēģija – savs ūdens atrakciju parks.

Salacgrīvas kempingā “Meleku līcis” situācija ir pretēja – tur ierodas tūristi lielākoties no Latvijas, kas vēlas pavadīt brīvdienas tālāk no Rīgas. Tie, kas kāro klusu atpūtu pie dabas, iecienījuši kempingu “Godeļi” Talsu rajonā – tur teltis ceļ citu no citas patālāk.

Cenas kempingos aug līdz ar inflāciju, uzturēšanas izmaksu paaugstināšanos. Augstākas tās ir Rīgā un Jūrmalā, piemēram, “Nemo” par mājiņu ar gultasveļu, bez dušām un tualetes jāmaksā piecarpus latu par nakti, par telti divi lati plus vēl divi lati no cilvēka, par autotreileri – 8–9 lati plus divi lati no cilvēka. “Labirintos” teltis vieta maksā trīspārus latu no cilvēka, treileru pieslēgums – 10 latu.

Grūtības ar darbiniekiem

Liela daļa kempingu ziemā ir slēgti, bet ēkas, komunikācijas, teritorija ir jāuztur. Jūlijs un augusts ir aktīvākais laiks, kad var kaut ko nopelnīt. Tas ir ļoti smags bizness, teic Markvarte.

“Nemo” ir liels kempings, tam nepieciešams daudz strādnieku. Rudenī tie jāatlaiz, pavasarī atkal jāmeklē. “Atrast labus darbiniekus, tos apmācīt un motivēt kļūst arvien grūtāk. Ar Nodarbinātības Valsts aģentūras starpniecību pieņemam darbā skolēnus. To dara arī citi kempingi,” stāsta “Nemo” direktore

“Atrast patiešām labus kadrus ir grūti. Lielākā problēma – krievu valodas neprasme,” atzīst Piejūras kempinga pārvaldniece.

Brigita Rūmniece

Aktīvās atpūtas organizētāji profesionalizējas

Aktīvās atpūtas un aktīvā tūrisma piedāvājums pirms šīsvasaras sezonas papildinājies ar vairākām dabas takām, atrakciju parkiem, sporta un atpūtas parkiem, kas vai nu radīti no jauna, vai jau esošajos piedāvāti jauni pakalpojumi un izklaides.

Individuālo un kolektīvo atpūtnieku pieprasījums ir milzīgs, īpaši populāri ir uzņēmumu un iestāžu sporta svētki, atpūtas vakari. Tendence tos rīkot augsti profesionālā līmenī un oriģināli tikai pastiprinās. Aizvien biežāk uzņēmumi prasa, lai pasākumu rīkotājiem būtu organizatora sertifikāts, reizēm pat starptautisks. Savukārt sarīkojuma vieta jāizrunā gandrīz vai gadu pirms pasākuma.

Prasa pilnu servisu

Viens no aktīvā tūrisma centra "Eži" darbības virzieniem ir braucieni ar laivām, pārgājieni, velotūres, piedzīvojumi, izbraukumu pasākumi, otrs virziens – korporatīvie pasākumi: sporta spēles, piedzīvojumi. Šīs programmas ir domātas arī ārzemju tūristiem un tiek veidotas tiešā sadarbībā ar tūrisma aģentūrām. "Mums ir laba sadarbība ar "Novatours", arī asociāciju "Lauku ceļotājs" un citiem sadarbības partneriem reģionos, kas arī pārdod "Ežu" sagatavotos pasākumus," stāsta tūrisma centra "Eži" projektu vadītāja Ilze Grīnfelde. Aptuveni 10% klientu ir ārzemnieki. Daļa ārzemnieku "Ežus" atrod arī ar interneta palīdzību.

Īpaši pieprasītas ir sporta spēles, kolektīva saliedēšanas treniņi.

Ja pirms vairākiem gadiem sporta svētkos pietika ar futbola laukumu un iespēju uzcelt teltis, tad tagad tiek prasīts pilns serviss – jūms virs galvas, dušas ar karsto ūdeni, lai ballē spēlē



Klienti arvien biežāk taujā par bērnu spēļlaukumu. "Dzintarkrastam" ir ar ko palepoties



Volejbols sporta svētkos ir tradīcija, bet no organizatoriem gaidīti tiek arī īpaši pārsteigumi

konkrēta grupa. Dodoties pārgājienā ar laivām, var pieprasīt arī ēdināšanu trīs reizes dienā no skaistiem traukiem. "Mēs mēģinām pārliecināt, ka pašiem gatavot ēdienu ugunskurā ir daudz eksotiskāk, bet, ja vajag, esam gatavi nogādāt nepieciešamo jebkur, pat ar helikopteru" sola Ilze.

Kādos Latvijas Būvnieku savienības (LBS) svētkos tieši helikoptera ierašanās bijusi pasākuma nagla.

Svētku organizatoriem – konkurss

"Grūti izvēlēties gan vietu, gan organizatorus. Daudzus biedē lielais dalībnieku skaits – vidēji pusotrs tūkstošis. Profesionālie rīkotāji gadu iepriekš aizrunā vietas. Ja vēlamies konkrētu vietu, tad jāņem arī noteikts vadītājs, gribam to vai ne. Ir arī negodīgi pasākumu vietu īpašnieki. Piemēram, šogad bija gadījums, kad vienojāmies par vienu cenu, bet beigās prasīja nepieredzēti augstu," stāsta LBS izpilddirektors Mārcis Nikolajevs.

Līdzīgi kā valsts institūcijas, arī LBS svētku organizatorus izvēlas ar konkursa palīdzību. "Vērtējam, vai viņi spēj nodrošināt ne tikai interesantu sporta un kultūras programmu, bet arī ēdināšanu par saprātīgām cenām, glābējus peldvietās, mediķu, policistu un ugunsdzēsēju klātbūtni dalībnieku drošībai, bērniem vajadzīgas nodarbes aukļu uzraudzībā."

Katrā pasākumā ir arī kāda "odziņa". "Reiz, kad izklaides programma bija tāda pabāla un cilvēki garlaikojās, uzdevu vadītājam darīt kaut ko lietas labā. Viņš neapmierināti atrauca: varbūt jums helikopteru vajag? Pēc pusstundas tiešām virs mūsu galvām sāka riņķot helikopters. Vizināties gribētāju rinda bija milzīga", atceras Nikolajevs.

Bijuši arī patīkami pārsteigumi, ko ne katrs māc noorganizēt, piemēram, deju kopas "Dzirnas" koncerts uz naksnīgās jūras fona, izgaiss-

mota strūklaka, lāzeru šovs. "Cilvēki ikdienā daudz strādā un ir pelnījuši neaizmirstamu atpūtu."

Vietu vasarai aizrunā ziemā

Šogad LBS savus svētkus rīkos atpūtas bāzē "Dzerkaļi" Latgalē. "Visas nedēļas nogales vasarā jau sen ir aizņemtas ar dažādu uzņēmumu sporta svētkiem un citiem pasākumiem," stāsta "Dzerkaļu" administratore Solveiga Špundere. "Viesi ir izvēlīgi, viņiem vajadzīgi sporta laukumi, dažādas aktivitātes, piemēram, iespēja maksšķerēt, izbraucieni ar laivām, ūdens velosipēdiem, ūdensmotocikliem. Vietas iesakām rezervēt jau ziemā vai vismaz agrā pavasarī."

Arī Kurzemes jūrmalas atpūtas kompleksa "Dzintarkrasts" vadītāja Zane Vaivode apstiprina: vasara saplānota jau ziemā. "Dzintarkrastā" rīko ne tikai sporta spēles un uzņēmumu svētkus, bet arī seminārus, konferences, izbraukuma sēdes. "Nereti paši uzņemamies organizēšanu. Klienti pieprasa piemērotas telpas un ēdināšanu. Brīvdabas pasākumos viņi jānodrošina ar mūsdienīgi aprīkoti sporta laukumiem futbolam, volejbolam, tenisam, golfam, telšu un treileru vietām, bērnu atpūtas kompleksu. Kultūras programmai nepieciešama estrāde, iespēja izbraukt ar zvejnieku laivām jūrā."

Arī "Ežos" lielos pasākumus piesaka jau ziemā. 80% klientu "Ežus" atrod pēc mājas lapas, bet informācija ceļo arī no mutes mutē. Atgriežoties 60% klientu, tādēļ līdz ar jaunu klientu pieaugumu nemītīgi jādodomā par paplašināšanās iespējām. Taču visus gribētājus tik un tā nepaikalpos, jo iespējas nav bezgalīgas.

Tā kā "Ežu" birojs atrodas Valmierā, blakus Vidzemes Augstskolai, jaunus, atraktīvus darbiniekus atrast nav grūti. Pērn darbā iesaistīta arī kāda fizikultūras skolotāja.

Brigita Rūmniece

Golfs – Latvijas tūrisma zelta bedre



Armands Puče par unikālu panākumu uzskata to, ka "Ozo Golf" pasaules golfa gadagrāmatā minēts kā viens no 365 pasaules labākajiem laukumiem. "Nav efektīvāka veida, kā pasaulei parādīt, ka esam civilizētā limenī," vērtē Uldis Vītoliņš

Novērtējot milzīgo golfa ietekmi gan ekonomikā, gan valsts tēla veidošanā, TAVA vadība nolēmusi sniegt atbalstu Latvijas golfa iespēju popularizēšanai ārvalstīs. Informāciju par Latvijas golfa laukumiem iekļaus TAVA informatīvajos izdevumos un ar ārvalstu biroju, izstāžu palīdzību to izplatīs ārvalstu tirgos. TAVA organizēs arī ārvalstu golfa žurnālistu vizītes Latvijā.

TAVA direktors U.Vītoliņš teic, ka, ņemot vērā milzīgo golfa popularitāti ārzemēs un to, ka golfa spēlētāji Latvijā vidēji iztērē daudz vairāk nekā citi ārzemju tūristi, šāds atbalsts nesīs tikai ieguvumus visai tūrisma nozarei. Turklāt laba golfa laukuma esamība ir laba reklāma valstij.

Golfa tūrisms, kas ir viens no izplatītākajiem tūrisma veidiem pasaulē, pēdējos gados arvien straujāk attīstās arī Latvijā. Kaut gan Latvija var lepoties tikai ar trim laukumiem (visā pasaulē to esot ap 35 000), droši var apgalvot, ka šobrīd golfu spēlē vairāk ārzemnieku nekā latviešu.

"Ozo" – 80% ārzemnieku

Patlaban konkurētspējīgākā Latvijas laukuma "Ozo Golf" direktors Armands Puče atzīst, ka viņa uzraudzītajā laukumā tūristi ir nospiedošais vairākums. "80% no visa "Ozo Golf" apgrozījuma veido tieši ārzemju tūristi. Atlikušajos 20% ietilpst viss pārējais – vietējo spēlētāju *green fee*, mūsu sponsoru un partneru atbalsts uz bedrītēm un visi pārējie ienākumi," atzīst Puče. "Kaut gan līdz ar lēto avioreisu pieaugumu audzis arī "nejaušo spēlētāju" skaits, kuru vajadzībām esam palielinājuši izīrējamo

golfa komplektu skaitu, pārsvarā tomēr ir organizētais golfa tūrisms ar mērķi te spēlēt golfu. Turklāt liela daļa atgriežas. Apmēram puse no šiem 80% jau kļuvuši par labiem mūsu paziņām un lojāliem klientiem."

Abos pārējos laukumos – "Saliena Golf Club" un "Golfs Viesturi" – dažādu iemeslu dēļ golfa tūrisms pagaidām vairāk tiek vērtēts nevis tagadnes, bet tuvas nākotnes perspektīvā. "Šobrīd esam pārejas stadijā – mainījušies īpašnieki, laukumā notiek remontdarbi. Līdz ar to milzīgas aktivitātes šajā virzienā netiek izvērstas," stāsta "Viesturu" direktore Sandra Opīte. Šobrīd ārzemnieku īpatsvars spēlētāju vidū nepārsniedz 30–40%, taču līdz ar otru deviņu bedrīšu izveidi un plānoto viesnīcas būvi pieprasījums varētu augt. "Ieguldīts ļoti daudz darba un līdzekļu, lai laukuma kvalitāte tuvāko gadu laikā būtu daudz augstāka."

2006. gada nogalē atklātā "Saliena" tikai pamazām sāk iekarot savu vietu golfa aprītē. "Ņemot vērā, ka nule esam uzsākuši tikai pirmo sezonu, golfa tūristu īpatsvars šobrīd ir procenti 30, taču plānots šo rādītāju pacelt līdz 50, taču ne vairāk, jo mēs tomēr vēlētos, lai vismaz puse būtu pašmāju spēlētāji," stāsta Valdis Liepiņš, viens no Salienas projekta aktīvākajiem dalībniekiem.

Kvalitatīvs produkts spodrina valsts tēlu

Lielākais golfa tūristu skaits pie mums ierodas no Zviedrijas un Somijas – valstīm, kurās darbojas attiecīgi 442 un 115 laukumi. Rodas loģisks jautājums – ko viņi meklē Latvijā?! "Uz

Latviju nebrauc spēlēt golfu tāpēc, ka šeit būtu lētāk. Vidējais *green fee*, piemēram, Zviedrijā darbdienās ir 32 eiro, nedēļas nogalē – 35 eiro. "Ozo Golf" tie ir attiecīgi 35 un 43 eiro. Tas nozīmē, ka šeit nebrauc pēc atlaidēm, bet pēc citām vērtībām un kvalitātes," pārliecināts ir Puče. Kvalitāti "Ozo Golf" mēģinot nodrošināt ne tikai laukumā, kura infrastruktūrā joprojām ir trūkumi (vajadzētu plašākas ģērbtuves, dušas, inventāra glabātavu), bet arī sadzīvē. Ir izveidota sadarbība ar taksometru kompāniju par fiksētu pakalpojumu cenu, ar viesnīcām "Reval Hotel" un "Hotel Valdemārs", kas savās piedāvājumu paketēs tūristiem Rīgā iekļauj golfu. Kā sava veida mārketinga triku Puče min zviedru trenera uzaicināšana darbā. Pats golfa klubs rūpējas par reklāmu un publikācijām skandināvu presē, organizē žurnālistu vizītes uz specializētiem Skandināvijas golfa izdevumiem.

No kurienes gaidām golfa tūristus?

Spriežot par to, kā pēc iespējas efektīvāk izmantot TAVA resursus golfa popularizēšanā ārvalstīs, diskusija izvērsās par to, vai līdzekļus izmantot, lai pēc iespējas vairāk pievilinātu golfa spēlētājus no valstīm, no kurām jau ir lielākais klientu pieplūdums, vai no vēl tik labi neapgūtām teritorijām, piemēram, Vācijas, kuras golferi brauc galvenokārt uz dienvidiem. Cits virziens – Spānija, Portugāle, Itālija, kur augustā, septembrī ir neciešams karstums, tādēļ Latvija būtu laba alternatīva. Līdzīgi sevi savulaik pozicionēja Palanga, kur šajā laikā jūtams dienvidnieku pieplūdums.

Jāsadarbojas visiem trim

A. Puče brīdināja – lai nemaldinātu un nesabojātu priekšstatu, golfa piedāvājumā ārzemēs nedrīkstētu reklamēt kā golfa laukumus Latvijā esošos vairāk nekā desmit pļavu golfa laukumus, jo tie neatbilst starptautiskam standartam, ko drīkst saukt par golfa laukumu un ko ne. Varētu vien piebilst, ka Latvijā ir arī daudz eksotisku golfa pļavu ar golfa bedrītēm.

Lai gan pagaidām tikai "Ozo Golf" uzskatāms par starptautiski augstu novērtētu laukumu, Puče piekrīt, ka attīstāmi un atbalstāmi ir arī abi pārējie laukumi. Arī Liepiņš uzsver – Latvijas laukumiem sadarbojoties, tūristu pieplūdums būtu vēl lielāks, jo, pavadot valstī nedēļas nogali, iespēja izmēģināt spēkus divos vai trijos laukumos daudziem golfa tūristiem var šķist vilinošāka. "Salienas" pārstāvis uzskata, ka savstarpējā cīņa par klientiem, kas citās nozarēs notiekot ar ne visai korektiem paņēmieniem, golfa sabiedrībā ir lieka.

Ingmars Jurisons, "Sporta Avīze"

Vairāk smaidīt un sakārtot sabiedrisko transportu

“Latvijai, tāpat kā Igaunijai un Lietuvai, Francijā joprojām ir zema atpazīstamība, lai gan, stāstot par šīm valstīm, jūtu lielu interesi. Nesaprotu, kādēļ visas trīs valstis neatver Francijā kopīgu tūrisma biroju?” – retoriski jautā Astrida Vitolina, latviskas izcelsmes žurnāliste no Francijas laikraksta “Le Figaro”. Vitolina kopā ar laikraksta fotogrāfiem un TAVA palīdzību maijā klātienē veidoja reportāžu par Rīgu.

Žurnālisti sajūsminājusi Rīgas arhitektūra, jūgendstiils, mākslas izstrādājumi, parki Rīgas centrā, ūdens un tiltu klātbūtne, kas pilsētu darot romantisku. Netrūkstot labu viesnīcu un restorānu, tostarp ar izsmalcinātu piedāvājumu (“Vincents”, “Bergs”, “La Boheme”), servisa kvalitāte – laba, apkalpošana – profesionāla, bet ne visur attieksme pret tūristiem ir pretimnākoša.

Īpaši kritiska viņa ir, runājot par sabied-

risko transportu. “Autobusus, trolejbusos tūrists nav vēlams. Gan attieksmes, gan sistēmas ziņā. Ārzemnieks nevar saprast, kā kursē sabiedriskais transports. Kā nokļūt uz Mežaparku, uz Ķīpsalu? Arī dzelzceļa stacijā varētu būt saprotamāka informācija par to, kā nokļūt, piemēram, Jūrmalā vai citviet.”

Jautāta, kas viņu Latvijā pārsteidzis visvairāk, žurnāliste “Tūrisma” atzīst: “Cilvēku pilnīgā nekomunicēšanās sabiedriskajā transportā. Arī tas, cik bezgaumīgu apģērbu pārķieš sievietes. Viņām vajadzētu būt sievišķīgākām, jutekliskākām, nevis vulgārām, jo īpaši jaunām meitenēm.”

Arī vietas ārpus Rīgas esot brīnšķīgas, bet vēl jāattīsta iespējas, lai, ceļojot ar mugursomu, vienmēr varētu atrast lauku sētas, kurās apmesties un ieturēt lauku pusdienas.

Bet galvenais novēlējums ir: “Jums Latvijā vairāk jāsmaida!”

Ārzemju žurnālistus pavasarī interesējis SPA

Lielākā daļa ārvalstu žurnālistu, kuru vizītes Latvijā pavasarī palīdzējusi organizēt TAVA, visvairāk interesējusies par Latvijas SPA pakalpojumiem, jo īpaši Jūrmalā.

Vairāki žurnālisti bija atbraukuši ar mērķi veidot speciālas reportāžas tieši par šo jomu, bet citi par to ieinteresējušies vizītes laikā. Jūrmalas dome sadarbībā ar TAVA un citām kompānijām un institūcijām martā un aprīlī vien uzņēma 47 ārvalstu žurnālistus no septiņām valstīm. Bez SPA daudzus žurnālistus Jūrmalā interesēja arī kultūras piedāvājums Dzintaru koncertzālē, un, protams, pludmale. Īpaši atzīmējama lielā interese no Baltkrievijas puses. Baltkrievus vairāk interesēja tāds piedāvājums

kā nūjošana gar jūras krastu, kā arī kūrortvietnīcas “Belorusija” pakalpojumi.

Parādās arī specifiska interese par gastronomiskā tūrisma iespējām, kultūras norisēm, kopīgiem Baltijas valstu tūrisma produktiem un reģionu piedāvājumu.

TAVA apkalpotie žurnālisti pārstāvējuši visdažādākos medijus: franču žurnālus “Grands Reportages” “Figaro Magazine”, arī radio “BBC”, tāpat “ZDF TV”, “Berliner Zeitung”, “Nordic Communications”, “El Pais”, “Suomi Silta”, “Ostsee-Zeitung”, “Ships and Railways”, “Till Havs”, “Besser Wohnen”, “Natalie”, “Food&Travel Magazine”.

Jaunumi

Baltijas kempingu karte

Sadarbībā ar Lietuvas un Igaunijas kolēģiem TAVA izdevusi Baltijas kempingu karti angļu un vācu valodā. Tā paredzēta autotūristiem, kuri ceļo ar treileriem. Kartē iezīmēti un aprakstīti 76 kempingi, to skaitā 42 no Latvijas

Ceļošanas portāls “BMWauto.lv”

Tūrisma ziņu portāla *travelnews.lv* un tūrisma biznesa vortāla *eiropa.lv* veidotāji radījuši auto - un ceļošanas portālu *BMWauto.lv*, kurā lielāka uzmanība pievērsta atpūtai un tieši tūristu autovadītāju interesēm. Portāla direktors ir Aivars Mackevičs.

Ceļvedis “4 Debespuses”

Ceļvedi drukātā formātā plānots izdot ik sezonu. Tajā rodams gan praktiskas norādes un izziņas par atpūtas vietām, kontaktiem, cenām, gan piedzīvojumu apraksti. Izdevuma redaktore ir Agija Krasta, izdevējs – SIA “EBO projekti”, kas zināms ar projektu *www.icelo.lv*.

“Pasaulsiena” mājas lapa

Tehniski un komunikatīvi profesionāli izveidota tūrisma objekta – projekta “Pasaulsiena” mājas lapa *www.walloftheworld.org*. Tajā viedokļus par uzņēmēju pretrunīgi vērtēto projektu pauž sabiedrībā populāri cilvēki, kuru vidū gan nav neviena no tūrisma nozares.

Žurnāls ārvalstu biznesa ceļotājiem

Jūnijā pieteikta jauna biznesa žurnāla angļu valodā “The Insider” iznākšana. Izdevums iecerēts kā palīgs biznesa ceļotājiem uz Latviju, tas iznāks reizi mēnesī un tiks izplatīts kopā ar “RigaNOW!” 18 četru un piecu zvaigžņu viesnīcās Rīgā un Jūrmalā, lielākajās konferencēs un kongresos Latvijā, “airBaltic” VIP zonā. Metiens – 14 000 eksemplāru. Žurnāla izdevējs ir “SK Latvia”, kas izdod arī žurnālus “NEXT”, “MG, Rally LV”, “NEXT Foto”, “NEXT Mobile”, “NEXT Sport” u.c.

Īsumā

Īpaši bērniem un jauniešiem domātu tūrisma bukletu latviešu, krievu, lietuviešu un igauņu valodā izdevis Ventspils tūrisma informācijas centrs.

Jūrmalas dome izdevusi jaunus pilsētas kartētūristiem latviešu – krievu valodā un angļu – vācu valodā, kā arī tūrisma ceļvedi zviedru valodā prāmja “Tallink” pasažieriem.

Liepājas tūrisma informācijas birojs izdevis bukletu trīs valodās par jauno Liepājas nošu pastaigas projektu, kā arī žurnālu “Liepāja. Liepājas rajons 2007. Tūristiem”.



MEDIJU MONITORINGA CENTRS Media Intelligence

* **Ikrita preses apskati.** Ko par jums un/vai konkurentiem raksta šodienas prese?

* **Publikāciju apkopojumi.** Publikāciju izdrukas un/vai CD. Mediju, žurnālistu, tēmu u.c. uzskaitījums

* **Mediju satura analītiskie pētījumi.** Par ko raksta vairāk? Par ko labāk? Kāpēc?

Antonijas ielā 20b, Rīga, LV-1010 | +371 7610010 | birojs@mediaintelligence.lv

Tūrisma studiju iespējas Latvijā

Biznesa augstskola Turība

Profesionālā maģistra studiju programma “Tūrisma stratēģiskā vadība”, bakalaura programma “Tūrisma un viesmīlības uzņēmumu vadība” (latviešu un angļu valodā), 1. līmeņa profesionālo studiju programma “Viesnīcu vadība”;

- vietu skaits nav ierobežots;
- maksas studijas: dienas studentiem – Ls 1170, vakara studentiem – Ls 970, neklātienes studentiem – Ls 870, studijas angļu valodā – Ls 1740;
- 30 labākajiem centralizēto eksāmenu rezultātu uzrādītājiem augstskola piedāvā bezmaksas studijas, 80 studentiem – stipendijas jeb par 300 latiem zemāku mācību maksu (runa ir par visiem augstskolas studentiem);
- šogad atkārtoti saņemta Pasaules Tūrisma organizācijas akreditācija;
- uzņemšana bakalaura un 1. līmeņa programmām līdz 17. augustam; maģistrantūrā un filiālēs – līdz 31. augustam; piesakoties līdz 1. jūnijam – 10% atlaide pirmajam studiju gadam;
- uzņem arī pēc noteiktā termiņa (+ Ls 20).

Latvijas Sporta pedagoģijas akadēmija

Bakalaura studiju programma “Aktīvā tūrisma un brīvā laika menedžments”

- budžeta vietas netiek izdalītas katrai studiju programmai, bet ir noteiktas visai augstskolai kopumā;
- konkurss arī uz maksas studiju vietām;
- maksa: klātienē – Ls 700, neklātienē – Ls 600;
- specializācija notiek pēc pirmā mācību gada;
- dokumentu pieņemšana: dienas nodaļā – 23. jūlijs – 4. augusts, neklātienē – 21.–24. augusts;
- iestāties fiziskajā sagatavotībā – 7. un 8. augustā.

Vidzemes Augstskola

Šogad jauna pilna laika profesionālā bakalaura studiju programma “Tūristu gids” (licencēta)

- budžeta vietas – 10;
- maksa: Ls 930 gadā (+ 10%);
- dokumentu pieņemšana: 17.–30. jūlijs.

Profesionālā bakalaura studiju programma “Tūrisma organizācija un vadība”

- budžeta vietas – 7, konkurss pērn – 12 uz vienu vietu;
- maksa: Ls 930 gadā (iespējams, + 10%);
- programma tiek gatavota akreditācijai, notiek uzlabojumi, mainīti studiju kursi;
- dokumentu pieņemšana: 17.–30. jūlijs.

Maģistra studiju programma “Tūrisma stratēģiskā vadība”

- budžeta vietas – 14; maksas studenti – bez ierobežojuma;
- maksa Ls 990 (+ 5% gadā);
- vairs nebūs trīs specializācijas virzieni (kultūras un sporta vadība, darījumu tūrisma vadība un mārketinga tūrisma vadība) – pamatdaļā būs kurss kultūras tūrisma vadībā;
- dokumentu pieņemšana: 27. augusts – 8. septembris;
- uzņemšana arī ziemā.

Informācijas sistēmu menedžmenta augstskola

Profesionālā bakalaura studiju programma “Tūrisma uzņēmējdarbības vadība”

- apakšprogramma šogad būs “Viesmīlības menedžments”;
- maksa: pilna laika studijas – 1350 eiro, nepilna laika studijas – 1200 eiro (Ventspilī, Daugavpilī – lētāk);
- atlaides reflektantiem ar labāko vidējo atzīmi un olimpiāžu uzvarētājiem;
- dokumentu pieņemšana no 15. marta.

Latvijas Universitāte

Profesionālā maģistra studiju programma “Starptautiskā tūrisma un viesmīlības nozares uzņēmuma vadība”

- tikai maksas studijas – Ls 1250, LU 2006./2007. akadēmiskā gada pamatstudiju absolventiem – Ls 950;
- vietu skaits neierobežots;
- iespēja studēt semestri vai gadu kādā no LU ārvalstu sadarbības augstskolām;
- mācības piektdienas pēcpusdienās un sestdienas rītos, dažkārt arī svētdienās;
- dokumentu pieņemšana: 9.–13. jūlijs.

Latvijas Lauksaimniecības universitāte

Profesionālā bakalaura studiju programma “Ēdināšanas un viesnīcu uzņēmējdarbība”

- 50 budžeta vietas, 10–15 maksas studiju vietas;
- maksa: pilna laika studentiem – Ls 700, nepilna laika studentiem – Ls 550 (1. kursā, ar katru kursu maksa mazāka);
- pērn uz vienu budžeta vietu pretendēja 1,7 cilvēki;
- pērn programma akreditēta uz sešiem gadiem, tāpēc izmaiņu tuvākajā laikā nebūs;
- dokumentu pieņemšana: 16.–31. jūlijs.

Biznesa vadības koledža

Jauna pirmā līmeņa augstākā profesionālā studiju programma “Tūrisms un viesnīcu serviss” (licencēta)

- vienīgā Latvijā tālmācības programma, studiju ilgums – 2,5 gadi;
- tikai maksas studijas – Ls 345;
- uzņemšana sāksies oktobrī;
- programma veidota sadarbībā ar tūrisma firmu “Impro”.

Rēzeknes augstskola

Profesionālā bakalaura studiju programma “Tūrisma un viesmīlības vadība”

- jauns priekšmets – “Tūrisma stratēģiskā vadība”;
- 15 budžeta vietas;
- maksa: pilna laika studijām – Ls 650, nepilna laika studijām – Ls 580;
- dokumentu pieņemšana 16. jūlijs – 17. augusts.

Liepājas Pedagoģijas akadēmija

Profesionālā bakalaura studiju programma “Tūrisma vadība”

- budžeta vietas – 5 (pērn – 10);
- tikai 15 maksa vietas; Ls 760;
- dokumentu pieņemšana: 16.–23. jūlijs;
- uzņemšana notiks arī citās Latvijas pilsētās (Ventspilī – 17. jūlijā, Saldū – 18. jūlijā, Talsos – 19. jūlijā, Rīgā – 20. jūlijā, Jelgavā – 21. jūlijā, Kuldīgā – 23. jūlijā).

* Visas programmas ir akreditētas, izņemot tās, kurām norādīts, ka tās licencētas.

AUGSTĀKĀ IZGLĪTĪBA STRĀDĀJOŠIEM

• Jaunums! TŪRISMA UN VIESNĪCU SERVISS

Kvalifikācija: Viesnīcu servisa organizators

Katrā semestrī students saņems speciāli izstrādātu mācību grāmatu komplektu, kur iekļauts viss nepieciešamais studiju kursu materiāls.



Studiju ilgums - 2,5 gadi. Valstiski atzīts augstākās izglītības diploms.

Salaspils iela 14, Rīga, LV 1057
Tālr. 7803261 • www.bvk.lv • e-pasts: bvk@bvk.lv

LU rektors uzsver stažēšanās lomu

Gan tādās profesionālajās studiju programmās, kāda LU ir Starptautiskā tūrisma un viesmīlības nozares uzņēmuma vadība, gan akadēmiskās programmās jācenšas aizvien vairāk nodrošināt iespēju stažēties augsta līmeņa uzņēmumos, uzskata jaunais LU rektors Mārcis Auziņš. "Tā ir visas Eiropas kopējā tendence. To uzskatu arī par vienu no savām prioritātēm izglītībā un pētniecībā – lai studējošie piedalītos arī reālos procesos un rakstītu kursa darbus nevis par abstraktām lietām, bet reāliem procesiem, kurus viņi izzina profesionāļu vadībā," "Tūrisma" pauž

rektors. Tūrisma studijās tam vairāk vajadzētu izpausties kā starptautiskām praksēm tajās valstīs, kur tūrisma industrija ir attīstīta labāk nekā pašlaik Latvijā.

Profesors Auziņš ir pārliecināts par tūrisma speciālistu pieprasījumu, jo "Latvijā tūrisma potenciāls nav izmantots pilnā mērā, un mums ir ļoti lielas iespējas augt un būt tūristiem interesantiem". Darbojoties dažādos pētniecības un izglītības tīklos, viņam bieži nācies dzirdēt, ka Baltijas valstis tikušas minētas kā interesantas un eksotiskas vietas, kur tikties darba darīšanās un arī atpūsties.

Kalendārs

30. jūnijā pēdējo dienu var pieteikt dalību Ekonomikas ministrijas un Vides ministrijas izsludinātā konkursa "Sejējs 2007" apakšgrupās "Videi draudzīga saimniecība", "Ekotūrisms" un "Dabas saimniecība".

5. septembrī izstāžu centrā "Kipsala" notiek 12. starptautiskā pārtikas, dzērienu, pārtikas pārstrādes, tehnoloģiju, iepakojuma, sabiedriskās ēdināšanas, viesnicu un veikalu aprīkojuma un servisa izstāde "Riga Food 2007".

No 23. līdz 29. septembrim Latvijas tūrisma informācijas organizāciju asociācija LATTURINFO rīko **starptautisku konferenci un pieredzes apmaiņu**. Tās laikā notiks zinātniski praktiska konference, tūrisma biroju un centru speciālisti apmeklēs Rīgas domi un tūrisma uzņēmumus, labākos tūrisma produktus Vidzemē, Kurzemē un Zemgalē.

Konferencē plāno piedalīties vairāk nekā 10 Eiropas valstu pārstāvji. Pasākums tiek rīkots sadarbībā ar Eiropas Tūrisma biroju vadītāju apvienību, Ekonomikas ministriju, TAVA, LU, Vidzemes Augstskolu, Rīgas domi u.c. **Informācija:** latturinfo@gmail.com, tel. 26544250, Daina Vinklere.

Starptautiskās tūrisma izstādes

RDA, Ķelnē, Vācijā, 7.–9. septembris (cenrādis un pieteikšanās noteikumi: info@baltikuminfo.de)

TOP RESA, Dovelā (Deauville),

Francijā, septembris

WTM 2007 Londonā,

Lielbritānijā, 12.–15. novembris

Mūžizglītības centrs Vidzemes Augstskolā

Vidzemes Augstskolā (ViA) šopavasar izveidots Mūžizglītības centrs, kas koordinēs un vadīs pieaugušo izglītību reģionā, kā arī piedalīsies mūžizglītības politikas veidošanā Latvijā. Starp vairāk nekā 20 izstrādātajiem tālākizglītības kursiem ir arī kursi tūrisma biznesa vadībā.

Centrs ir ViA struktūrvienība. Kopš 2005. gada ViA piedāvā arī klausītāja statusā apgūt augstskolā pasniegtos bakalaura un maģistra līmeņa mācību kursus, un, tos beidzot, var iegūt kredītpunktus.

Līdz šim ViA Tālākizglītības daļas piedāvātās mācības trīs gadu laikā apmeklējuši gandrīz 3000 interesentu.

Februārī Ministru kabinets apstiprinājis mūžizglītības politikas pamatnostādnes 2007.–2013. gadam, top arī likums par pieaugušo izglītību.

Meklē darbiniekus

Tūrisma attīstības valsts aģentūra aicina darbā **radošu dizaineri – maketētāju**, ar pieredzi dizaina veidošanā, maketu sagatavošanā tipogrāfijām un zināšanām par iespieddarbu sagatavošanas procesu.

CV sūtīt: Tūrisma attīstības valsts aģentūra, Pils laukumā 4, Rīga, LV 1050 vai arī cv@latviatourism.lv

"**Hotel Jūrnieks**" (Sofijas ielā 8, Rīgā, Sarkandaugavā) aicina darbā **administratori, bārmeni un pavārus**. Tālr.: 7355772, 7355776.

B&m tūrisma un izglītības centrs lūdz atsaukties **gidas ar ķīniešu, turku, japāņu, igauņu, lietuviešu u.c. valodu zināšanām**.

Adrese: Brīvības ielā 183–34, Rīgā, tālr.: 7376941, mob. tālr. 29433440; bunm@latnet.lv, www.travel-bm.lv

Karjeras ziņas

Par "**Europa Royale Riga**" jauno **ģenerāldirektoru** kļuvis **Jānis Jenzis**, kurš pirms tam vairākus gadus vadīja Latvijas Viesnicu un restorānu asociāciju un bija "Hotel de Rome" direktors. J. Jenzim ir maģistra grāds vadībzinātnē, šobrīd viņš ir ekonomikas doktorants.

Maijā **Eiropas reģionālā tūrisma institūtā** (E.R.T.I.) sākusi strādāt jauna tūrisma ziņu mājas lapas **redaktore Maija Pētermane**. Pētermane mācījusies LU, pašlaik turpina studijas Vidzemes Augstskolas Tūrisma organizācijas un vadības nodaļā. Strādājusi par žurnālisti laikrakstā "Jaunā Avīze", par reporteri un redaktori ziņu aģentūrā "BNS".

Par viesnicu "**Reval Hotel Latvia**" un viesnīcas "**Rīdzene**" valdes priekšsēdētāju iecelts **Kari Hiltunens**, bet **Heiki Vanhanens**, kas šo amatu ieņēma līdz šim, ievēlēts par "Reval" viesnicu grupas prezidentu. Abu viesnicu valdes locekļu amatos iecelti **Juris Zudovs** un **Zelda Eglīte**. Hiltunens pēdējos divus gadus bija izpilddirektors viesnīcā "Sokos Hotel Viru" Tallinā.

Mainīta "**airBaltic**" valde un padome – no valdes locekļa amata atbrīvots Karls Ginters Solingers, viņa vietā ievēlēts vecākais viceprezidents komercdarījumu jautājumos **Jans Lundborgs**. No padomes locekļu amatiem atbrīvoti Ivars Gulbis un Rolands Tjarve, ievēlēti **Edmunds Krastiņš**, **Krišjānis Peters** un SAS viceprezidents **Benijs Zakrisons**.

Par bijušās viesnīcas "**Rolands**" īpašnieku kļuvis miljonārs, loģistikas kompānijas "Greis" īpašnieks **Nikolajs Kočujevskis**, kurš "Rolands" adresē (Rīgā, Kaļķu ielā 3a) reģistrējis SIA "**555 Brand Hotel**".

B&m

IZGLĪTĪBAS UN TŪRISMA CENTRS

sadarbībā ar Latvijas profesionālo gidu asociāciju uzsāk uzņemšanu rudens sesijā

LICENCĒTOS TŪRISTU GIDU UN TŪRISTU GRUPU VADĪTĀJU KURSOS

Brīvības ielā 183-34, Rīga, tālr. 67376941, mob. 29433440
bunm@latnet.lv www.travel-bm.lv

Piesakoties līdz 1. jūlijam – 5% atlaide

Ar Cēsu un Siguldas jubileju organizēšanas pieredzi



Lai arī Jolanta Borīte vadījusi projektu "Cēsīm 800", Siguldas astoņsimtgades svinības nebūs Cēsu pasākuma klons

Pilsētas apaļās jubilejas svinēšana ar plašu vērienu jau kļūst par normu un pilsētu prestiža jautājumu.

Rīgas astoņsimtgades svinību maratons 2001. gadā, Cēsu astoņsimtgades svētki pērn, kas izpelnījās Baltijas pilsētu savienības balvu "Kultūras festivāls 2006", uzstādījušas augstu latiņu arī Siguldai. Tās astoņsimtgades svinības notiks šovasar, kulmināciju sasniedzot 9.–12. augustā. "Tūrisms" par svētku rīkošanas pieredzi iztaujāja projekta "Siguldai 800" vadītāju Jolantu Borīti, kas bija arī Cēsu svinību projekta vadītāja.

Personiskais faktors

Tas gan nenozīmē, ka Cēsīs gūto pieredzi var kopēt. Ar Cēsu projektu Jolanta strādāja divarpus gadus, bet "Siguldai 800" viņa tika piesaistīta tikai 10 mēnešus pirms svētku kulminācijas, lai gan par svinībām sāks domāt jau 2004. gadā. Siguldā svētku teritorija ir daudz plašāka un uzdevums – grūtāks, jo nav tāda kultūrvēsturiskā mantojuma, tradicionālo norišu, uz kā bāzes būvēt notikumus. Nākas rēķināties arī ar īpašām dabas aizsardzības prasībām dabas objektos, kuros norisēs daļa pasākumu. "Siguldas svētku sakarā man bija ļoti daudz jādomā, ar ko pārsteigt – gan tādēļ, ka svinības notiek tik īsu laiku pēc Cēsu svētkiem, gan tādēļ, ka teju katrs Latvijas iedzīvotājs jau vismaz reizi ir bijis Siguldā. Darbu atviegloja pašvaldības dotā starta nauda. Papildus piesaistu arī sponsoru līdzekļus,

ko, pateicoties gūtajai pieredzei, man ir daudz vieglāk izdarīt," salīdzina Jolanta.

Īpaši liela loma personīgajai pieredzei bijusi, uzrunājot valsts mēroga lielos sponsorus. Vietējo uzņēmēju atsauce lielā mērā esot skaidrojama ar to, ka rasts veids, kā sadarboties, nevis tikai prasīt naudu. Siguldas svētku lielākie sponsori ir SEB Unibanka, "Siguldas būvmeistars", "Elvi", "Siguldas bloks", Hansabanka, "Tapeks", LMT, "Mazā Šveice".

Bez pašvaldības un sponsoru atbalsta nozīmīgs ir arī rajona padomes un Valsts Kultūrkapitāla fonda finansējums.

Pateicoties svētku budžetam, kas ir 517 tūkstoši latu, un iespējamiem ieņēmumiem no ekskluzīvajiem maksas pasākumiem, nodrošināts, ka 24 no 26 svētku programmas aktivitātēm būs bezmaksas.

Mazas darba grupas

Pārņemot organizācijas vadību, Jolanta pārstrukturējusi tās sistēmu, jo, viņasprāt, darbs lielā grupā ir mazefektīvs. Izveidota vadības komisija, kas pieņem stratēģiskos lēmumus un akceptē darba grupu ierosinājumus. Katrā no piecām grupām (mākslinieciskās programmas, informācijas un publicitātes, autotransporta kustības, drošības, pakalpojumu) noteikti ir pa pārstāvim no domes, nozares, projekta vadības, kopā pa 6–10 cilvēkiem katrā. "Tik vērienīgā pasākumā kvalitatīvam jābūt ne tikai piedāvājumu klāstam, bet arī pakalpojumu servisam – ēdinā-

šanai, automašīnu novietošanai nakšņošanai, drošībai, izbraukuma tirdzniecībai."

Speciāli algoti cilvēki ir tikai projekta vadītājs un tehniskie palīgi, kas, piemēram, plāno skatuves darbus, aprīkojumu, apsardzi, autotransporta kustību. Lielākoties darba grupās strādā entuziasti vai ar pašvaldības rīkojumu amatu apvienošanas kārtībā deleģēti pašvaldības darbinieki, kas iespēju strādāt blakus profesionāļiem uztver kā labu pieredzi.

Reklāmu aizvietotāji

Svinību organizētāji iztiek bez mediju vai reklāmas aģentūru pakalpojumiem, vēl vairāk – maksimāli iztiek bez tiešās reklāmas, kuru varētu sākt izmantot tikai jūlija otrajā pusē. "Meklējam savdabīgākas publicitātes iespējas ar dažādiem komunikāciju pasākumiem, dalību izstādēs, konferencēs, kultūras festivālos, kur sniedzam savu informāciju. Esam meklējuši arī tos notikumus, produktus, kuriem nav vajadzīgas īpašas pārdošanas akcijas, piemēram, grupas "Prāta vētra" koncerts – bez jebkādas reklamēšanas biļetes jau gandrīz izpārdotas." Organizatori lēš, ka svētkus varētu apmeklēt 100 000 interesentu, bet "Prāta vētras" koncertu – 30 000.

Viena no alternatīvajām publicitātes akcijām ir velomaratons, kas notiks no 5. līdz 13. jūlijam, kad organizatori kopā ar 16 siguldiešiem dosies 800 kilometru garā velobraucienā pa Latviju, uz visām lielākām pilsētām aizvedot ielūgumu uz svētkiem.

Investīcijas tūrismā

Atzīstot, ka vērienīgu svētku sarīkošana ir pilsētas prestiža lieta, Jolanta ir pārliecināta, ka tie dod arī ilgtermiņa ekonomisku ieguvumu pilsētai un uzņēmējiem. Svētki devuši impulsu apjomīgu pilsētas labiekārtošanas darbu veikšanai gandrīz 2 miljonu latu vērtībā: pie panorāmas rata izveidots svētku laukums, rekonstruēta pilsdrupu estrāde, tiek remontētas ietves, ielas, apgaismojums. Radīti arī vairāki piedāvājumi tūristiem: izstrādāti speciāli pārgājienu maršruti, atvērta rodeļu trase, krēslu pacēlāji, sakārtotas gājēju takas Gaujas senlejā.

Pašvaldība finansē vairāku paliekošu iespieddarbu radīšanu, piemēram, grāmatas "Sigulda un Gauja dzejā", "Siguldas vēders" (par kulināro mantojumu), vēsturisku hroniku "Siguldas novada gadsimtu grāmata", fotoalbumu par Siguldu u.c.

Gatavošanās svētkiem dod arī labu mācību uzņēmējiem un stimulu viesmīlības biznesa attīstībai, liek domāt, ko jaunu piedāvāt.

Baiba Lulle

Ceļasomās – neko lieku!

Cilvēki, kam darba dēļ vai sekojot vaļaspriekam bieži nākas doties ceļojumos, ir izstrādājuši savas receptes, kā gatavoties braucieniem, ko ņemt līdzi un ko ne.



Iveta Feldmanes čemodānā trešdaļa ir kosmētika. Bet vispirmām kārtām tiek ielikta pase

Vispirms pasi, tad kosmētiku

Tirdzniecības parka “Alfa” direktore **Iveta Feldmane** atzīst, ka ceļojuma somas parasti kārto pēdējā vakarā, pat naktī, un šis process mēdz būt diezgan haotisks. Taču galvenās lietas parasti aizmirstas netiek, un arī nosacījums – neņemt neko lieku – tiek ievērots. Tiesa, apmēram trešdaļu no mantām čemodānā veido parfimērijas un skaistumkopšanas līdzekļi, arī matu fēns un šampūns. Savukārt pošoties garākām braucieniem, Iveta mēdz izmantot arī līdzi ņemamo mantu sarakstu.

“Man nav īpaša ceļasomu kravāšanas paņēmiena. Cenšos ievērot to, lai somā netiktu

liktas nevajadzīgas lietas un čemodānā paliktu brīva vieta. Kā nekā jebkurā valstī varēšu iegādāties kādu apģērba gabalu, ja tāds izrādīsies vajadzīgs. Turklāt tas ir arī labs veids, kā ar pamatotu iemeslu iegādāties sev kādu jaunu apģērbu. Tiesa, arī te nedrīkst pārspīlēt, lai atpakaļceļā visas jaunās mantas varētu satilpināt somā. Jāatzīstas, ne vienmēr man tas izdodas, un ir gadījies pirms braukšanas mājās speciāli pirkt jaunu somu, kur salikt visas nopirktās lietas,” atklāj Iveta. Bet, pats svarīgākais ir – atcerēties par pasi, reiz Iveta to piemirsa, un nu pase esot pirmā lieta, kas tiek ielikta somā.

Neko vairāk par mugursomu

Pavārs un TV raidījuma “Sirmā Ēdienkartē” zvaigzne **Mārtiņš Sirmāis** ārpus Latvijas pēdējā laikā dodas bieži. Parasti braucieni tiek plānoti laikus, bet problēmas nesagādā arī tas, ja lidojums nokrīt kā no gaisa un gatavam jābūt pāris minūtēs. “Man ir stingrs noteikums – neklūt par čemodāna un mantu vergu, tāpēc neatkarīgi no galamērķa un uzdevuma konkrētajā valstī, līdzi ņemu tikai vienu mugursomu. Tā varu visu ņemt sev līdzi lidmašīnā un galapunktā man nav jānīkst pie bagāžas saņemšanas, tāpat varu būt drošs, ka pārsēžoties es un mana bagāža neaizbrauk-

sim katrs uz citu pusi,” atklāj Mārtiņš.

Darīšana ar čemodāniem pavārmeistaram sanāk vien tad, ja braucienā dodas arī sieva. “Bet man vienam vajag tikai zobu birsti, skujamo aparātu un kādu maiņas apģērba gabalu, turklāt – viss taču ir jebkurā vietā nopērkams, tādēļ ar liekiem smagumiem sevi neapgrūtinu.”

Svarīgs ceļošanas noteikums ir pārāk neaizrauties ar iepirkšanos – tā, lai visas mantas arī atpakaļceļā būtu satilpināmas vienā mugursomā. Šāds ceļošanas veids esot ļoti ērts, to būtu vērts pamēģināt arī citiem.



Aigars Fadejevs iesaka iepazīties, ko katrā valstī drīkst ievest, ko ne. Neatņemams

pavadonis – kontaktu adapters

Jāatceras par kontaktu adapteru

Olimpiskā sudraba ieguvējs soļošanā **Aigars Fadejevs** saviem daudzajiem braucieniem uz treniņu un sacensību norises vietām gatavojas rūpīgi un savlaicīgi. Tas ļauj arī atrast lētākus aviopiedāvājumus. Tā kā zemo cenu aviokompānijām ir ļoti skarbi noteikumi attiecībā uz bagāžas svaru, ar milzu somām Aigars neaizraujas. To būtiski atcerēties ne tikai mājās, kravājot somas, bet arī lidostas teritorijā, klejojot pa beznodokļu zonas veikaliem. “Te svarīgi arī izlasīt un iegaumēt, kādus produktus nedrīkst ievest konkrētajā valstī. Piemēram, Austrālijā, Jaunzēlandē un citviet ir ļoti strikti noteikumi attiecībā uz pārtikas ieviešanu un, ja vien nav vēlēšanās skaidroties ar varas iestāžu pārstāvjiem un maksāt sodu, noteikumus labāk ievērot.”

Sportista ceļojuma somā līdžās treniņa un maiņas apģērbam vienmēr atrodams arī elektrības kontaktu adapters: “Daudzviet pasaulē elektrības kontakti citādi nekā mums pierastie, un šīs nianse dēļ nav patīkami pēkšņi uz divām, trim dienām palikt bez mobilā telefona, kamēr konkrētajā valstī tiek atrasts adapters. Tādēļ šai lietai manā ceļojuma somā ir stabila vieta, un par to iesaku padomāt arī citiem.” Aigars apgalvo, ka savu ceļasomu var sakārtot ļoti ātri pat ar aizvērtām acīm, un parasti tajā nekā netrūkst. Bet nepatīkamākie piedzīvojumi sportistam saistīti ar bagāžas nokļīšanu kādā no biežajām pārsēšanās reizēm: “Ja tas notiek ceļā uz sacensībām, sekas ir patiesi nepatīkamas – starts jaunos apavos un sporta tērpi pat ļoti būtiski var ietekmēt rezultātu. Taču, ja bagāža nekur nenokļūst, tad problēmu nav, man lietas nekad neaizmirstas. To garantē ilggadējā pieredze un savlaicīgā gatavošanās.”



JAUNĀKIE TŪRISMA INFORMĀCIJAS MATERIĀLI

Latvijas Tūrisma informācijas centrs

Smilšu ielā 4, Rīga, LV-1050

Tel: +371 67224664

Fax: +371 67224665

info@latviatourism.lv

www.latviatourism.lv

