

## Ainārs Šlesers:

“Es varētu atbildēt  
arī par ekonomiku  
un tūrismu”

Nozare  
gatavojas  
Šengeni

Latvijas  
tūrisma tēls  
ārvalstīs

Eiropas tūrisma  
politika

Naktsmītņu sertifikācijas  
sistēma vai haoss?

Vācijas TIC  
mārketinga pieredze



## Neieslikt pašapmierinātībā un rutīnā!

Līdzīgi kā iepriekšējie, arī 2007. gads Latvijas tūrisma nozarei ir bijis ļoti veiksmīgs, varētu pat teikt – tas bijis treknais gads.

Pērn Latvijā iebrauca 4,6 miljoni ārvalstu ceļotāju, bet līdz šā gada beigām viņu skaits pārsniegs 5 miljonus, savukārt viņu atstātā naudiņa – 300 miljonus latu.

Kārtējais tūristu pieaugums sasniegts ar darbu, jo redzam, ka ne visām Eiropas valstīm tā veicies. Nekas nenotiek pats no sevis. TAVA ir piedalījies 27 starptautiskās tūrisma izstādēs 15 valstīs, noorganizējusi sešus darba seminārus prioritārajos mērķtirgos, Latvijā pirmo starptautisko darba semināru tūrisma profesionāļiem “Buy Latvia. Buy the Baltics”, īstenojusi kampaņu ārvalstīs ar Latvijai unikālu lietu reklamēšanu. Ar Latvijas tūrisma piedāvājumu iepazīstināti 300 ārvalstu žurnālistu.

Esam iesākuši daudzas lietas, kam būs nozīmīgas sekas nākotnē. Jau ar “Buy Latvia. Buy the Baltics” aizņēmām Baltijas tūrisma centra nišu un šo pozīciju vēl vairāk nostiprinājām, uzņemoties līdera lomā Baltijas ceļojumu maratona organizēšanā, ārvalstu speciālistu informēšanā par ceļošanas priekšrocībām Šengenas zonas ietvaros un atbilstošu produktu izveides sekmēšanā.

Aktīvs darbs turpināsies arī citās dimensijās. Lielu akcentu nākamgad gribam likt uz internetu. Mūsu portālu [www.latviatourism.lv](http://www.latviatourism.lv) sagaida būtiski tehniski uzlabojumi, būs daudz plašākas sadaļas, videodatu bāze ar lielākajiem tūrisma objektiem un labākajiem produktiem, kopā vismaz 50–60 sīzietiem un iespējām veikt virtuālās tūres. Notiek sarunas ar interneta meklētājlapas “Google” pārstāvjiem, slēgsim līgumu par satelītkaršu ieviešanu tajā. Būs jaunas sadaļas “Top 10”, “Latvija +”, restorānu sadaļa, kā arī informācija vēl divās valodās – norvēģu un japāņu.

Runājot par Japānu, ar tās tūrisma aģentūru esam sākuši pilotprojektu par tiešo čārterlidojumu uzsākšanu starp Rīgu un Tokiju 2008. gada vasarā.

Ieceru netrūkst, bet TAVA 2008. gada budžets, neraugoties uz inflāciju, ir pat mazāks nekā pērn. Tādēļ jādomā, kā strādāt efektīvāk. Jo īpaši tas attiecas uz mūsu ārvalstu biroju darbu. Ja līdz šim tie vairāk darbojās pēc atvērto durvju principa, gaidot apmeklētājus, lielākoties gala patērētājus, un līdzdarbojoties atsevišķu pasākumu organizēšanā, tad turpmāk tie paši varētu aktīvāk uzrunāt tūrisma nozares uzņēmējus, medijus. Ar aptauju palīdzību sagatavosim katras valsts mērķprofilu. Mūsu ārvalstu cilvēki jāizmanto daudz aktīvāk visas nozares interesēs, arī viņi paši ir gatavi darboties aktīvāk.

Jau pavasarī pieteiktās prioritātes – drošība un kvalitāte – kļuvas vēl aktuālākas.

Uz TAVA karsto tālrūni saņemts mazāk sūdzību par kliegdošām nebūšanām, bet vairāk ir cita veida sūdzību. Šis fakts, tāpat kā mūsu veiktā ārvalstu tūristu aptauja, ir jāuztver brīdinoši un nopietni. 2006. gadā 82% ārvalstu tūristu teica, ka Latvijas apmeklējumā viņus apmierinājis faktiski viss, turpretī 2007. gadā tādu bija tikai 55%. Nedomāju, ka uz Latviju pēkšņi sākuši braukt patoloģiski piekasīgie. Mainījušies esam mēs: pirms gada cilvēki saņēma noteiktu servisu par vidējām cenām, un neapmierinātība nebija tāda, kā tagad, kad šo pašu servisu piedāvā par augstākām cenām.

Arī te TAVA ir ieceres, bet galvenais darbs tomēr veicams pašiem tūrisma uzņēmējiem un ikvienam darbiniekam.

**Uldis Vītolņš**, TAVA direktors

## Sertifikācija nedrīkst ierobežot biznesu

Vismaz tik ilgi, kamēr Latvijā netiks pārskatīts lauku mītnu sertifikācijas standarts un kamēr sertifikāts būs iegūstams par maksu, kas ne visiem naktsmītnu īpašniekiem ir rentabli, šo sertifikāciju nedrīkst ņemt par pamatu valsts pārvaldes, pašvaldību lēmumiem, kas ietekmē attiecīgo biznesu.

Piemēram, tas nevar būt kritērijs, lai viesu māju saimnieki varētu pretendēt uz Eiropas struktūrfondu līdzekļiem. Zemkopības ministrija to saprot, taču citādi ir ar Autoceļu standartizācijas tehnisko komiteju. Šobrīd aktuāla ir standarta izstrāde jaunām ceļazīmēm, kas norādītu uz lauku tūrisma mītni. Komiteja vēlas ļaut izvietot norādi uz mītni tikai tādā gadījumā, ja šī mītne ir sertificēta. Tās pārstāvji argumentē, ka nevar likt norādes uz būdiņām. Bet uz būdiņām jau neviens zīmi neliks, jo tas

ir dārgi un uzņēmējiem pašiem jāmaksā. Arī komitejas arguments, ka jāgarantē kvalitāte, neiztur kritiku, jo kvalitātes kontrolei ir citas institūcijas un instrumenti.

Ja jau gandrīz visas tūkstoš piecsimt viesu mājas nav sertificējušās, tad tam ir iemesls. Ja netiks mainīta šī nostāja, minēto norāžu reāli nebūs, un viesu namu saimnieki turpinās izvietot savas visdažādākās zīmes visur kur.

Manuprāt, liegums izvietot ceļazīmi vai saņemt Eiropas fondu atbalstu mītnēm, kas nav saņēmušas sertifikātu, kurš iegūstams par maksu, kas nav maza, ir uzņēmējdarbību ierobežojošs faktors. To varbūt varētu darīt, ja sertifikācija būtu bezmaksas, bet ne pašlaik.

**Asnāte Ziemeļe**, asociācijas “Lauku ceļotājs” prezidente

## Vai kemperi Latvijā drīkst nakšņot visur?

“Green” un “wild” – tās ir tendences, kas izplatās kempingu biznesā Eiropā un oktobrī tika apspriestas Eiropas Kempingu un brīvdienu parku asociācijas Ģenerālajā asamblejā Frīdrihshāfenā Vācijā.

Kvalitātes celšana ar zaļo tehnoloģiju ieviešanu, otrreizēju ūdens izmantošanu, elektrības taupīšanu, atjaunināmo energoresursu, saules bateriju izmantošanu u.tml. ir vairāk modes lieta, nevis patērētāju pieprasījums.

Kamēr kempingi cīnās par tīru vidi, kemperu vidi populāra kļūst “wild camping”, kad ceļotājs ar treileri nenakšņo kempingā vai speciālā stāvvietā šosejas malā, bet, negribēdams maksāt, nakšņo, kur pagadās – mežā, lielveikalu stāvlaukumos. Varam tikai iedomāties, kur viņš izlej savu traukūdeni, ķīmisko tualeti, izmet atkritumus!

Viena no liecībām tam ir strauji augošais pieprasījums pēc motormājām, ar kurām ir daudz vieglāk apstāties jebkur, un sarukusi interese par mašīnām ar piekabēm.

Latvijā šī sērģa pagaidām nav sevišķi izplatījusies, bet līdz ar vispārējo tūrisma un kempingu attīstību problēma var aktualizēties, tāpēc laikus jādomā, ko darīt.

Patī industrija nevar cīnīties pret saviem klientiem. Bet to var darīt pašvaldības, valsts. Piemēram, Dānijā likums aizliedz kemperiem apstāties ārpus tiem īpaši paredzētām teritorijām.

Mēs varam lūgt uzlikt norādes, lai kemperi zinātu, kur viņi tie palikt, bet diemžēl Latvijā nedrīkst norādīt, ka kemperi kaut kur nedrīkst nakšņot.

Citviet daudz šajā jomā dara pašvaldības vai ceļu policija, bet vispirms ir jābūt likumdošanas bāzei.

**Dace Markvarte**, Latvijas Kempingu asociācijas valdes priekšsēdētāja

**Tūrisms**  
Izdevums tūrisma profesionāļiem

2007. gadā iznāk četras reizes:  
pavasārī, vasarā, rudenī (septembrī) un ziemā (decembrī)  
Masu informācijas līdzekļa reģistrācijas numurs: 0007031166  
Dibinātājs: Tūrisma attīstības valsts aģentūra  
Reģistrācijas Nr. 90000431840  
Druka: Dardedze  
Metiens: 3000 eks.

Redakcija: SIA “CorpMedia”, reģistrācijas Nr. 43603029624  
Adrese: Emburgas iela 9, Jelgava, LV-3002  
E-pasts: [corpmedia@corpmedia.lv](mailto:corpmedia@corpmedia.lv)  
SIA “CorpMedia” direktors: Kristians Rozenvalds  
Zurnāla “Tūrisms” redaktore: Baiba Lulle (NRA)  
Autoru kolektīvs: Baiba Lulle un Zane Auziņa (NRA), Paula Bērziņa, Ilze Pakalna  
Literārā redaktore un korektore: Inta Rozenvalds  
Makets: Pēteris Buks  
Kontakti: e-pasts: [turisms@corpmedia.lv](mailto:turisms@corpmedia.lv)

Tūrisma attīstības valsts aģentūra  
Pils laukumā 4, Rīga, LV-1050, Latvija  
e-pasts: [tda@latviatourism.lv](mailto:tda@latviatourism.lv);  
tāl.: +371 67229945, fakss: +371 67358128

## Latvijas Tūrisma forums: veiksmi noteiks kvalitāte

2007. gada 7. decembrī norisinājās Latvijas tūrisma nozares gada nozīmīgākais pasākums "Latvijas Tūrisma forums", kuru TAVA organizē jau ceturto gadu pēc kārtas. Šoreiz – sadarbībā ar LR Ekonomikas ministriju un Eiropas Parlamenta ETP/ED grupu.

Tūrisma forumā satiekas tūrisma nozares profesionāļi, valsts sektora un sabiedrisko organizāciju pārstāvji, lai diskutētu par gada laikā paveikto un iespējamiem attīstības virzieniem nākotnē.

Tūrisma foruma idejas iniciators, TAVA direktors Uldis Vītoliņš ir pārliecināts, ka pirms četriem gadiem aizsāktā iecere ir ataisnojusies. "Tūrisma jomā strādājošie sajūt, ka ir vienas nozares pārstāvji, ar kopīgām interesēm un mērķiem," uzskata U. Vītoliņš.

Uz nozīmīgāko nozares gada pasākumu pulcējās ap 450 interesentu. Īpaši pozitīvas ir atsauksmes par foruma organizāciju, taču saņemti arī ieteikumi nākamā gada forumam, piemēram, pieņemt gala dokumentu, neizplūst tematikā, koncentrēt uzmanību uz galvenajām tendencēm.

### Forums kvalitātes un attīstības meklējumos

Kvalitātes celšana, labu tūrisma produktu, Latvijas tūrisma tēla veidošana – tie bija galvenie jautājumi, kas tika diskutēti Latvijas Tūrisma forumā

Reizē ar tūristu skaita pieaugumu pieaug arī neapmierinātība ar Latvijas apmeklējumu: 2006. gadā 82% tūristu teikuši, ka viņus apmierinājis itin viss, savukārt šogad – vairs tikai 55%. "Ir arī pietiekami daudz sūdzību par kvalitāti, servisa līmeni. Kad pirms gada cilvēki saņēma noteiktu servisu par vidēju cenu, neapmierinātība nebija tik augsta, kā tas ir tagad, kad šo pašu servisu saņem par lielāku cenu," brīdina U. Vītoliņš.

Ja uzņēmumi kopā arī ar TAVA nedomās par kvalitāti, Latviju var piemeklēt Igaunijas liktenis, kur ārvalstu tūristu skaits sarucis.

Forumā dalībnieki izteicās, ka primārais ir investēt produktos, nevis mārketingā, kā

to izdarījusi Igaunija. Lielāka uzmanība jāpievērš augsta līmeņa produktiem, kuri var dot daudz lielāku ekonomisko atdevi ar mazāku tūristu skaitu.

Tieši produktu kvalitāte ir tas, no kā var sākties mārketinga un valsts tūrisma tēls, kura, pēc tūrisma un reklāmas speciālistu teiktā, Latvijai nav. Arī Latvijas Institūta direktors Ojārs Kalniņš uzsvēra, ka valsts tēlu veido reputācija, tādēļ valsts zīmolvēstības programmā nav tik daudz uzmanības jāpievērš ārējai komunikācijai, cik iekšējai rīcībai.

### Ne tikai Rīga

Britu tēla speciālista Saimona Anholta ieteikumu koncentrēties uz Rīgas tēlu nozari kritizēja, izteica savas idejas, bet pie kopsaucēja nenonāca. "Ja mums ir, ko pārdot un ja zinām, kā pārdot, tad vajag tikai naudu," pārliecināta ir "Latvia Tours" direktore Gundega Zeltiņa. Liepājas TIC vadītāja Monta Krafte bilda, ka tēlam jābūt godīgam un jāreklamē reālais, esošais produkts.

Arī "Lauku ceļotāja" prezidente Asnāte Ziemele uzskata, ka galvenais ir rūpēties par to, ko darīt, jo aizvien pieaug tendence izvēlēties nevis uz kuru valsti ceļot, bet veidu, kā atpūsties. Arī reklāmas speciālisti atzina, ka interesē nevis Latvija, bet konkrētas lietas, ko darīt, tāpēc ir jāveido un jāreklamē izcili produkti.

"Mūžsenā diskusija par tēlu ir smieklīga. Vēl deviņdesmito gadu sākumā Edvīns Inkēns notērēja astronomiskas summas, meklēdams Latvijas tēla garu. LI šobrīd mēģina ko līdzīgu. Ceļotāji ir dažādi, cilvēki meklē kaut ko konkrētu. Tie, kas brauc uz Mārcienas muižu, Jūrmalu, nemeklē Rīgu. Es reklamētu Latvijas laukus, SPA, meža zemenītes," kritiska ir viesnīcu uzņēmēja Mairita Solima.

Izskanēja arī viedokļi aktīvāk attīstīt saukli "Zeme, kas dzied", vairākus jau esošos labos produktus prasmīgāk pasniegt vienotā paketē.

Esot vajadzīga tik nauda!

Baiba Lulle, NRA



Diskusijās par Latvijas tūrisma attīstības perspektīvām ES kontekstā un tūrisma tēlu publika bija tik atsaucīga, ka dažkārt gribēja parunāt arī par nesaistītiem jautājumiem

## Atsauksmes

### Jāpieņem rezolūcija

**Vlads Korjagins,**  
"Baltic Travel Group" direktors

Labi, ka ir šāds forums, un katram ir iespēja izteikt viedokli. Vajadzēja gan, lai tieši diskusiju laikā būtu cilvēki no valdības. Lai nav tikai papļāpāšana pašu starpā un šovs, nākamgad vajadzētu pieņemt kādu kopīgu dokumentu, izstrādāt pozīciju, jo forums tomēr ir industrijas reprezentācija. Piemēram, ja būs atkal doma apvienot TAVA ar LIAA, pateikt nozares nostāju, ka mēs to negribam. Ja diskutējam par tēlu, tad vajadzētu skaidri noteikt: atbilstām esošo tēlu "Zeme, kas dzied" vai ko citu. Man nekļūva skaidrs, kādu tēlu attīstīs, varbūt mums vispār to nevajag un ir jāstrādā ar atsevišķiem tirgiem.

Forums bija ļoti organizēts, patika gan formālā daļa, kas bija svinīga un atraktīva, gan arī neformālā daļa.

### Pietrūka valdības intereses

**Mairita Solima,**  
viesnīcas "Gütenbergs",  
SPA "Mārcienas muiža" īpašniece

Forums bija TAVA un Baibas Plūmes ļoti labi organizēts. Saprotu, ka visus moka tās pašas bažas, kas mani: kas notiks ar tūrisma, cik lielā mērā valsts ir ieinteresēta nozarē? Pozitīvu atbildi neguvu, jo pietrūka EM un Ministru kabineta intereses.

Vajadzēja izrunāt virkni jautājumu, piemēram, par palīdzību lauku tūrisma uzņēmējiem, par darbaspēku. Valsts tērē daudz naudas bezdarbnieku dotēšanai, apmāca cilvēkus, kuri nemaz negrib strādāt! Jārūnā par to, kā veidojam valsti kā tūrisma galamērķi, nevis kā mākslīgi izdomāt tēlu, ko nesekmīgi darām jau desmit gadu!

Saviesīgais vakars bija brīnišķīgs. TAVA noorganizējusi ļoti greznu labāko tūrisma cilvēku apbalvošanu, un man žēl, ka tādas apbalvošanas nebija 2005. gadā, kad par Gada cilvēku un produktu tiku nominēta es un "Mārcienas muiža".

### Atklāt vektorus

**Ingrīda Smuškova,**  
Tukuma TIC vadītāja

Forums patika, diskusijas – labas, traucēja tas, ka cilvēki cits pēc cita sāka izkliegt savu sāpi ne par tēmu, un viņus neviens nenovirzīja uz tēmu. Dažkārt runas bija tādas, ka varētu domāt, tūrisma nekā desmit gados nav mainījis.

Forumam jābūt vietai, kur uzzināt, kas notiek industrijā kopumā. Ir jau forši, ka Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācija pastāsta par saviem plāniem, bet lielāku skaidrību par to, kas notiek nozarē, īsti neguvu.

Pietrūka cilvēku no pašvaldību ministrijas.

Saviesīgais vakars bija ļoti skaists. Balvu pasniegšana, priekšnesumi – svinīgi un jauki. Galvenais – bija forša atmosfēra.

# Konkurenci – vēl lielāku!

NRA žurnālistes Baibas Lulles intervija ar Satiksmes ministru **Aināru Šleseru**

**“Tūrisms”: Lidostas attīstība notikusi tikai jūsu darbības ietekmē vai viss būtu attīstījies tāpat?**

Ainārs Šlesers: Man nebija bankas garantijas vai konkrētā aprēķina, bet, tā kā nāku no biznesa, spēju redzēt, kā attīstīsies nozare. Rīga ir ļoti interesanta pilsēta, bet uz to nebija tiešo savienojumu, kas savukārt nozīmēja dārgas biļetes.

Man bija skaidra vīzija. Tikos ar “Ryanair” vadību un panācu viņu ienākšanu Latvijā, tikos ar “EasyJet”, panācu viņu ienākšanu, tikos ar citām aviokompānijām, piespiedu SAS mainīt politiku.

Atgādinu, ka 2003. gadā SAS bija tikai nedaudzi tiešie reisi no Rīgas, ko nevar salīdzināt ar “airBaltic” piedāvājumu šodien. Starp aviopārvadātājiem tika radīta konkurence.

Uztvēru lidostu nevis kā uzņēmumu, kam jāstrādā ar peļņu, bet uzskatīju, ka tai jāklūst par valsts ekonomiskās attīstības (ne tikai tūrisma attīstības) instrumentu. Jaunu reisu atvēršana palielināja biznesa aktivitātes valstī.

Atverot tiešos reisos, strādājam divos virzienos. Viens: apmierināt mūsu iedzīvotāju vēlmes. Piemēram, 2008. gadā plānojam atvērt reisu uz Venēciju, Nicu, Alma Atu, Erevānu, Sočiem, Madridi. Otrs, ne mazāk svarīgs virziens – lai ceļotāji no ārvalstīm brauc uz Latviju. Ļoti intensīvi strādāsim ar NVS valstīm, ar Skandināviju. Bilancei jābūt pozitīvai, un uz to mēs ejam.

**Vai jūsu prioritātei nevajadzētu būt “airBaltic”?**

Daudzi teica: Šlesers vēlas iznīcināt “airBaltic”, radot nevajadzīgu konkurenci. Bet es kā ministrs sēžu uz diviem krēsliem: man jāizvēlas, vai atbalstīt tikai vienu aviokompāniju, vai atbalstīt lidostu un pasažieri. Izvēlējos otro. Un vienīgais veids, kā varu nodrošināt to, lai “airBaltic” atver tiešos reisos, ir nodrošināt konkurenci. “Ryanair” pavasarī grasās atvērt reisu uz Briseli. Tur, kur reisos šobrīd veic viena aviokompānija, cenas ir augstākas nekā tur, kur ir konkurence. Un es darīšu visu iespējamo, lai to radītu.

Ja es nebūtu panācis citu aviokompāniju ienākšanu, “airBaltic” nebūtu mainījies – kāpēc gan jāpazemina cenas un jāpārvadā vairāk pasažieru, ja gala rezultātā tāpat nenopelni vairāk?

**Cik ilgi vēl varēs saglabāt Eiropas un Konkurences padomes kritizētās nodevu atlaides?**

Lēmums ieviest apjoma atlaides bija ļoti drosmīgs, pretinieku bija daudz, iepriekšējā

lidostas vadība definēja, ka tas ir Šlesera politiskais uzstādījums bez ekonomiska pamatojuma. Lēmumu par apjoma atlaidēm es pieņēmu un ieviesu, un tikai pēc tam panācu valdības apstiprinājumu.

Eiropa plāno trīs gadu laikā vienoties par vienādiem nosacījumiem. Bet man bija drosme nevis gaidīt Eiropas viedokli, bet pieņemt lēmumu, ka līdz tiesai mēs kaut ko darām. Ja lidosta attīstītos tādā tempā kā līdz 2003. gadam, tad 2008. gadā, kad notiks tiesa, mums būtu ļoti grūti pierādīt, ka šī ir bijusi pareizā politika. Ja redzēs, ka 2008. gadā tā apkalpojusi 4 miljonus pasažieru, ka pieaugums kopš šīs politikas ieviešanas ir 550%, tad tiesai būs ļoti grūti pateikt, ka esam ierobežojuši konkurenci. Turklāt neesam pārkāpuši Eiropas direktīvu, kas nosaka, ka jābūt vienādiem nosacījumiem visiem.

Esam spēruši nākamo soli ar 40% atlaidēm uz jaunajiem reisiem kompānijām, kas nesaņem lielās apjoma atlaides. Ir virkne vietu, kurp mums nav tiešo reisu: Madride, Lisabona, Ženēva, Liona. Šo divu gadu laikā aviokompānija var veiksmīgi attīstīt biznesu un saņemt jau tos pašus 40% kā apjoma atlaidi.

**Nozarē raisījusies diskusija par to, kam jāsaņem nodevu atlaides – pasažierim vai lidkompānijai?**

Tā ir absurda diskusija. Atlaide aviokompānijai tiek piešķirta gada beigās, kad konstatēts pasažieru skaits. Tas ir bonuss, ko aviokompānija var saņemt par labu darbu. Piedāvājot atlaidi, dodam iespēju pazemināt gala cenas visa gada garumā. Ceļotājam nav svarīgi, vai biļete ir lētāka tāpēc, ka nodeva mazāka, vai cita iemesla dēļ. Viņu interesē gala cena. Varbūt vienīgi jāizkorigē tas, ka nav jārada cenas sadalījums, bet kopīgā summa. Bet runāt par patērētāju apkrāpšanu nav nekāda pamata.

**Kādi plāni lidostā?**

Pie lidostas paredzēts attīstīt lielu biznesa parku: būs vismaz četras viesnīcas, konferenču centri, izstāžu kompleksi, un tas atkal veicinās starptautisko tūrisma. Kopīgās investīcijas būs ap 800 miljonu eiro. Mēs neprasām valsts finansējumu, valsts garantijas.

**Vai, attīstot starptautiskos reisos no Liepājas, mērķis ir izkonkurēt lietuviešus?**

Jā, mēs gribam izkonkurēt Palangu.

**Līdz šim Palangas lidosta bija kā Liepājas starptautiskā lidosta...**

Tieši tā. Bet tagad esam sākuši lidojumus uz Kopenhāgenu, Hamburgu – noslogojums ir labāks nekā no Viļņas lidostas uz Hamburgu. Kopenhāgenas maršruts arī attīstās fantastiski.

**CV** **Ainārs Šlesers**  
Satiksmes ministrs

**Dzimis:** 1970. gada 22. janvārī, Rīgā

**Izglītība:** Latvijas Kristīgā akadēmija (nepabeigtas studijas), Norvēģijas Kristīgā tautas augstskola, Rīgas industriālais tehnikums.

**Darba pieredze:** satiksmes ministrs, Saeimas deputāts, Ministru prezidenta biedrs, Tautsaimniecības vienotās stratēģijas un attīstības padomes priekšsēdētājs, ekonomikas ministrs, SIA “Varner Hakon Invest” ģenerāldirektors, SIA “Rimi Baltija” ģenerāldirektors, universālveikala “Centrs” valdes priekšsēdētājs, “Varner Baltija” ģenerāldirektors, SIA “Skandi” prezidents, Latvijas informācijas un tirdzniecības centrs (Norvēģijā) prezidents.

**Darbošanās partijās:** LPP/LC, LPP, Jaunā kristīgā partija, Jaunā partija.

**Ģimenes stāvoklis:** precējies, trīs dēli.

No Liepājas jālido arī uz Helsinkiem, Stokholmu, Oslo, Maskavu, Pēterburgu. Tas pats attiecas arī uz Ventspils un Daugavpils lidostām. Daugavpils ir unikālā situācijā, tā ir tuvu Krievijai, Baltkrievijai – tas jāizmanto.

**Pievienošanās Šengenas zonai dos stimulu?**

Protams. Iepriekš, kad teicu, ka jāattīsta reģionālās lidostas, visi smējās. Šodien visi tie, kas nīrgājās, klusē, jo redz, ka tā lieta attīstās.

**Kuģu transports. Gada laikā kāpums no 2,4 līdz 7,9%, bet joprojām nevar teikt, ka šī joma ir attīstīta un Rīga var godam saukt sevi par ostas pilsētu.**

Daudzus gadus darbība šajā jomā bija nesekmīga. Motivācija bija: atbalstīsim vietējo biznesu! Bet tie, kas to uzsāka, netika galā. Kamēr ostā cilvēki vilcinājās, sazinājos ar lielākajām rēderejām. “Tallink” izrādījās veicīgāki lēmuma pieņemšanā. Nākotnē “Tallink” plāno palaist jaunus kuģus, kas brauks starp Rīgu un Stokholmu. Skandināvijas virziens būs ļoti pieprasīts.

Domāju, attīstīsies arī kruīzu bizness.

Esam ieplānojuši 20 miljonus eiro novirzīt jauna termināļa būvniecībai Rīgā. Osta tiks pārvietota tālāk jūras virzienā, tiks būvēti biznesa kvartāli pie pašas Daugavas. Ir jāattīstās teritorijām pie Daugavas, tā ir nākotnes perspektīva. Tas gan vairāk saistīts ar Rīgas domes plāniem.

Šodien praktiski nav nevienas vietas, kur var piebraukt ar kuģīti vai laivu un pavakariņot. Pārdaugavā tikai neliela piestātne. Nonsenss! Vajadzētu, lai izveidojas vesels kvartāls, kur ir pat simtiem restorānu, klubiņu. Bet ar pašu pārvadāšanas biznesu jānodarbojas privātām rēderejām.

**Kāpēc starptautiskajā pasažieru dzelz-**



Tūrisms ir dinamiska nozare, no tās attīstības iegūst visi – restorāni, viesnīcas, pārvaldītāji, pārtikas ražotāji, taksometru pakalpojumu nodrošinātāji un daudzi citi, tādēļ šo nozari nevar atstāt novārtā

ceļa attīstībā nekas nenotiek? Vēl vairāk, ir atcelts Gomeļas reiss, valda neziņa par Simferopoles reisa atjaunošanu. To īpatsvars, kas šķērso robežu ar dzelzceļa transportu, gada laikā samazinājies no 6 līdz 2,9 procentiem.

Starptautiskie vilcieni ir privāts bizness jau daudzus gadus, un arī tur mēs gribam veicināt konkurenci, bet problēma ir tā, ka nepieciešami jauni vilcieni. Domāju, ka uz Maskavu, Pēterburgu jānodrošina jauni, moderni vilcieni, iespējams, ātrgaitas.

Prioritāšu sarakstā ir vilcienu satiksme uz Tallinu, Viļņu, Pēterburgu, Maskavu, varbūt Minsku, bet nebūs nekāda Simferopole, kur jābrauc vairākas diennaktis. Ja kāds privātais grib pārvaldāt, lūdzu, bet mēs neveicināsim iekšējos pārvadājumus Ukrainā, jo sevišķi tāpēc, ka uz Simferopoli ir tiešais avioreiss.

Ir pieņemts lēmums savienot Centrālo dzelzceļa staciju ar jauno lidostas termināli, tādējādi nodrošinot iespēju no lidostas aizbraukt ne tikai uz pilsētas centru, bet arī uz citām Latvijas vietām.

**Bet vai šādā garā līdz laikam, kad būs "Rail Baltica", vilcienu satiksme jau nebūs nokauta – visi pārorientēsies uz lidmašīnām, un niša būs zaudēta?**

Tā nebūs. Dzelzceļā lietas neiet uz sliktu pusi, tieša, nepieciešamas investīcijas, ko veic privātie. Rīga – Maskava, Rīga – Pēterburga būs ļoti pieprasīti reisi arī nākotnē. Bet jābūt ātrākiem, labākiem vilcieniem.

**Līdz ar pievienošanos Šengenas zonai TAVA plāno pozicionēt Latviju kā Baltijas jūras reģiona centru, bet ar vilcienu no šī**

**centra nevar aizbraukt ne uz Tallinu, ne Viļņu...**

Tā ir mūsu prioritāte. Nākamgad gan šo reisu vēl nebūs, jo tas saistīts ar "Rail Baltica" projektu, ar infrastruktūru, ko veido gan Latvija, gan Lietuva, gan Igaunija.

**Pirms laika sacēlās ažiotaža sakarā ar LIAA un TAVA apvienošanu – tā esot Šlesera iniciatīva. Kāpēc tas vajadzīgs?**

Uzskatu, ka būtu ļoti pareizi apvienot LIAA ar TAVA, izvirzot mērķi nevis pasliktināt kaut ko, bet gan uzlabot, jo TAVA ir savi pārstāvji vairākās Eiropas valstīs. Apvienojot spēkus, varam nolikt pārstāvjus, kas nodarbošies gan ar tūrisma, gan investīcijām, jo mums jau nevajag, lai šie pārstāvji ietu pa Londonas ielām, dalot bukletus. Tūrisms jau vairs nav tikai tūristu piesaistīšana. Mums ir vajadzīgi investori tūrisma nozarē. TAVA ar investoru piesaisti nenodarbojas, bet LIAA ar to nodarbojas, savukārt tūrisms nav viņu prioritāte.

**Viens un tas pats cilvēks runās ar tūrisma aģentūrām un par investīcijām?**

Runa nav par vienu cilvēku, bet vienu organizāciju, kuras ietvaros darbus varētu labāk koordinēt. Uzskatu, ka investīciju piesaiste tūrisma nozarei un tūrisma iespēju reklamēšana ir viens vesels. Ārvalstu tūristus labi varam piesaistīt, piesaistot ārvalstu uzņēmumu ķēdes, kas strādā neatkarīgi no valdības politikas un piesaista tūristus. Es gribētu, lai mums ir šāds biznesa tīkls ne tikai no Skandināvijas, bet arī no Vācijas, Spānijas, Itālijas, Francijas, Anglijas, ASV. Labi, "Sheraton", "Hyatt" ienāks Latvijā, bet

svarīgs ir arī jautājums – ar vienu viesnīcu vai vairākām.

**Runa ir tikai par ārvalstu biroju apvienošanu vai abu aģentūru apvienošanu arī Latvijā?**

Tā kā abas aģentūras strādā vienas ministrijas pakļautībā, apvienojot var samazināt tehnisko darbinieku izmaksas, nodrošināt labāku finansējumu un vienotus mērķus. Pats esmu bijis TAVA izveides iniciators: kad biju vicepremjers un Juris Lujāns (LPP) ekonomikas ministrs, tad arī šī aģentūra reāli sāka attīstīties, un mēs piešķīrām finansējumu. Neesmu tas cilvēks, kurš vēlēšies iznīcināt pats savu produktu. Bet toreiz situācija bija cita, bija svarīgi reklamēties, viesnīcas bija pustukšas. Tagad vienkārša reklamēšana vairs nav prioritāte, ir jādoma, kā piesaistīt arī investorus. Piesaistot nopietnu investoru vienas jaunas viesnīcas būvniecībā, mēs iegūsim daudz labāku rezultātu nekā vienkārši piedaloties kādos semināros.

Mums jābūvē kārtīgas piecarpus zvaigžņu viesnīcas, kur cilvēki varētu atstāt kārtīgu naudu.

**Bet varbūt jārūnā ir par koordinācijas trūkumu un precīzu uzdevumu došanu?**

Viena lappuse ir jāpāršķir un jāatšķir tā, kas prasa reklāmu plus investīciju piesaisti. Mērķis ir padarīt tūrisma nozari par vienu no straujāk augošajām ilgtermiņā.

Tuvākajā laikā lielākajā britu avīzē tiks sniegta informācija par 10 valstīm, kurās strauji attīstās aviācija, un Latvija būs viena no tām. Vairākās lappusēs būs informācija par Latviju. Metiens 900 000 eksemplāru. Tā būs milzīga reklāma bez milzīgiem izdevumiem!

Arī citas, nevalstiskās organizācijas veiksmīgi reklamējas ārvalstīs, piemēram, "Riga Inspiration". Savācot informāciju par Latvijā strādājošiem Norvēģijas uzņēmumiem, tā sagatavoja pielikumu lielākajā Norvēģijas laikrakstā par to, kas notiek Latvijā. Šāda reklāma ir ļoti būtiska. Tas pats jādara Vācijā, Francijā, bet, ja nevarēs uz šejieni ērti atbraukt, tik un tā nekas nenotiks.

**Kas būtu jādara nozarei, kas – valstij?**

Valsts neplāno investēt viesnīcās ne sanfīma, bet, attīstot lidostu, mēs radām apstākļus tūrisma attīstībai. Arī Latvijas Tūrisma forumā dzirdējām: restorāniem, viesnīcām cenas ir pieaugušas, bet kvalitāte tām neatbilst. Acīmredzot restorānu un viesnīcu ir par maz, ja viņi var dzīvot ar mazāku apgrozījumu un tik augstām cenām.

Trūkst tieši biznesa klases viesnīcu. Esmu pārliecināts, ka nākamo piecu, septiņu gadu laikā mums būs jāatver vismaz 10 000 jaunu numuru lielajās viesnīcās, lai Rīga nostiprinātu savas pozīcijas kā starptautisks biznesa un konferenču centrs.

## FAKTI

### KAS, KUR, KAD?

21. decembrī Šengenas zonai pievienojas Latvija, Čehija, Igaunija, Lietuva, Malta, Polija, Slovākija, Slovēnija, Ungārija.

“Šengenā” jau ir Vācija, Austrija, Portugāle, Spānija, Grieķija, Itālija, Francija, Luksemburga, Beļģija, Nīderlande, Zviedrija, Somija, Dānija, Norvēģija, Īslande. Robežkontrolē nav atcelta uz Lielbritānijas un Īrijas robežām.

Kipra lūgusi atlikt pievienošanos uz gadu, Rumānijai un Bulgārijai vēl jāizpilda drošības kritēriji.

Sauszemes un jūras robežkontrolē tiks atcelta 21. decembrī, lidostās – 2008. gada 30. martā.

### VĪZAS

– Vienotās Šengenas vīzas Latvijas pārstāvniecības sāks izsniegt no 21. decembra. Vīzas maksa būs 60 eiro. Mazāka tā būs to valstu pilsoņiem, ar kuriem ES noslēgusi līgumu par vīzu atvieglojumiem – pašlaik ar **Krieviju** (vīzas maksa ir **35 eiro**). Šādu līgumu plānots noslēgt arī ar Ukrainu, Moldovu, Albāniju, Bosniju un Hercegovinu, Serbiju, Melnkalni, Bijušo Dienvidslāvijas Republiku Maķedoniju, kuru pilsoņiem jebkurā gadījumā līdz 2008. gada 1. janvārim vīzas maksa būs 35 eiro.

– Grupas vīzas maksa: 60 eiro plus 1 eiro par katru personu.

– Vīzai ir četras  **kategorijas**: A – lidostas tranzitvīza; B – tranzitvīza, kas ļauj šķērsot Šengenas valstu teritorijas, lai nokļūtu trešās valsts teritorijā; C – iestērmiņa jeb ieceļošanas vīza, kas ir derīga vienai vai vairākām ieceļošanas reizēm ar kopējo uzturēšanās laiku pusgadā līdz trim mēnešiem; D – ilgtermiņa vīza apmeklējumiem, kas ir ilgāki par trim mēnešiem ar atļauju uzturēties vīzas izsniedzējvalsts teritorijā (citas valstis drīkst šķērsot tikai tranzītā).

– Par **atbildīgo valsti**, kas izsniedz Šengenas vīzu, kļūst tā valsts, kuras teritorijā atrodas vienīgais vai galvenais apmeklējuma mērķis. Ja persona apmeklēs vairākas valstis, atbildīgā būs tā valsts, kur plānots palikt visilgāk, bet, ja apmeklējumu ilgums būs vienāds, kritērijs būs pirmais apmeklējums.

– Vīzas pieprasītājiem jāpierāda, ka viņiem ir individuāla vai kolektīva ceļojuma **apdrošināšana**. Mazākas pieļaujamais apdrošināšanas apmērs – 30 000 eiro.

– Vīzu izsniegšanā Latvija pārstāvēs Ungāriju Kaļiņingradā, Ungārija Latviju – Kišiņevā (Moldova), Ņūdeli (Indija), Pretorijā (Dienvidāfrika), Bangkokā (Taizeme), Beirūtā (Libāna) un Teherānā (Irāna). Francija pārstāvēs Latviju Erevānā (Armēnija), Vācija – 14 valstīs.

Sīkāka info: <http://www.am.gov.lv/lv/KonsularaInformacija>

## Steidz kārtot ārzemnieku deklarēšanas kārtību

Lai gan tūristu izmitinātāji vēl nav precīzi informēti, tieši kur un kā pēc 21. decembra Valsts policijai (VP) jānodod deklarācijas par naktsmītnēs reģistrētajiem ārzemniekiem, iespējas to izdarīt šajā datumā būs gan elektroniski, gan papīra formā. Tā 6. decembrī apgalvoja VP Administratīvās pārvaldes priekšnieks Jānis Vonda, lai gan dažas dienas pirms tam “Tūrisma” jautājums par šo kārtību sacēla vētru kā VP, tā Iekšlietu ministrijā (IeM).

Iepriekš tika ziņots, ka IeM Informācijas centrs izstrādā tehniskos risinājumus elektroniskai informācijas apmaiņai, veidojot sasaisti datu bāzu līmenī vai piedāvājot deklarācijas aizpildīt web aplikācijā internetā. IeM preses sekretāre Laura Karnīte atzina, ka sistēmas ieviešana krietni aizkavēsies, jo VP ilgstoši atgaiņājusies no atbildības par ziņu ievākšanu, kavējusies saskaņot tehnisko specifikāciju programmatūrai.

J. Vonda mierināja, ka viss notiks, tikai pamainīti tiks MK “Noteikumi par ārzemnieka deklarācijas aizpildīšanas, glabāšanas un nodošanas kārtību”, norādot konkrētu adresi VP mājaslapā sadaļā “Informācija uzņēmējiem”, kur nodot ziņas.

Nav zināms, vai šo sistēmu vēl pagūs saskaņot ar Latvijas Viesnīcu un restorānu asociāciju, kā tā to bija vēlējusies, lai izvērtētu, vai tā būs optimāla savietošanai ar tām vadības sistēmām, kuras jau tiek lietotas viesnīcās.

Jautāts, vai VP sāks slēgt līgumus ar tiem viesu namiem, kam nav interneta vai arī kuri nevēlēsies uzglabāt datus elektroniski stingro

datu aizsardzības prasību dēļ, Vonda sacīja, ka tādi netiks slēgti. “Tie viesu nami un visādi hosteļi parādās vai beidz savu biznesu katru dienu. Tad jau mums jāveido vesels dienests, kas tos apzinās”. VP mājaslapā būšot publicēts iecirkņu saraksts, kur varēs iesniegt deklarācijas.

Neapmierināta ar šādu kārtību ir asociācijas “Lauku ceļotājs” prezidente Asnāte Ziemele. Par to, kas īsti 21. decembrī viesu namu saimniekiem būtu jā dara, neviens nav informējis, turklāt iepriekš bijusi vienošanās, ka gadījumos, ja viesu namu saimnieki nevarēs aizvest deklarācijas, VP pati tām brauks pakāļ. “Laucinieki neskries 24 stundu laikā vēst deklarāciju. Arī elektroniski viņi nevēlas nodot datus, pat tie, kuri lieto internetu, jo šāda datu glabāšana ir saistīta ar grūti izpildāmiem datu aizsardzības pasākumiem,” teic A. Ziemele.

Tas, kam īsti jāveid deklarācijas vai jābrauc pēc tām, noteikumos nav skaidri pateikts, vien norādīts, ka komersants 24 stundu laikā šīs deklarācijas “elektroniski vai rakstiski nodod VP policijas teritoriālajai iestādei” un “VP teritoriālā iestāde nodrošina deklarāciju saņemšanu no komersanta vai saimnieciskās darbības veicēja”.

“Tas bija VP uzdevums līgumattiecību veidā ar komersantiem noteikt šo kārtību, kādā viņi 24 stundu laikā ziņas nodos,” teic L. Karnīte.

Ārzemnieku deklarēšana nepieciešama, lai kompensētu kontroles neesamību uz valstu ārējām robežām. Šī iemesla dēļ pastiprināti darbosies arī iekšējie migrācijas kontroles dienesti, jo īpaši pierobežā.

## Šengenas izaicinājums tūrismam

Deviņas jaunās ES dalībvalstis, tostarp arī Latvija, 21. decembrī iekļausies Šengenas zonā. No šī datuma uz visu 24 Šengenas valstu sauszemes un jūras robežām, bet no 2008. gada 30. marta arī lidostās, tiks atcelta robežkontrolē.

Tūrisma industriju vairāk ietekmēs tas, ka ar Latvijas vīzu ceļotājs varēs iebraukt arī citās Šengenas valstīs un otrādi. Jāraugās gan, lai pieprasītā Šengenas valsts vīza nebūtu nacionālā vīza iebraukšanai tikai šajā valstī.

Ienākošā tūrisma aģentūras vairāk raugās Krievijas un citu NVS, kā arī Ķīnas un Vidusāzijas valstu virzienā, informē ārvalstu partnerus par jaunajām iespējām, bet nesteidz izvērst kādas nebūt aktivitātes, jo praksē jāredz, kāda būs vīzu izsniegšanas procedūra.

Ārlietu ministrija ziņo, ka “būtiskas izmaiņas vīzu izsniegšanas procedūrā nav gaidāmas”, bet Eiropa savos politiskajos dokumentos aicina valstis piemērot vieno-

tus kritērijus Šengenas vīzas izsniegšanai, uzlabot klientu apkalpošanu un vienkāršot vīzas tiem, kam jau reiz bijusi kādas ES valsts vīza.

Lidosta prognozē lidojumu intensitātes strauju palielināšanos. Lielu interesi par lidošanu uz Rīgu izrādot Krievijas aviokompānijas, savukārt “airBaltic” grasās atvērt jaunus maršrūtus uz Alma Atu, Erevānu, bet 5. decembrī jau uzsāka lidojumu uz Taškentu.

No pievienošanās Šengenas zonai iegūs arī autobusu braucien organizētāji – viņi varēs savus maršrūtus plānot pa taisnāko ceļu, nevis vadīties pēc apsvēruma, ka nepieciešams izvairīties no liekām klapatām, kārtējot kādas valsts tranzitvīzu. Piemēram, kompānija “Nordeka” jau pieprasījusi apstiprināt jaunu ceļu maršrutu virzienā Rīga – Sanktpēterburga.

# Mudina apceļot Baltiju caur Latviju

Lai labāk konkurētu jaunajos apstākļos pēc Latvijas pievienošanās Šengenas līgumam, TAVA sadarbībā ar nozari uzsākusi jaunas programmas "Latvija+" reklamēšanu. Par šo programmu, kā arī jaunajām ceļošanas priekšrocībām un kārtību TAVA kopā ar iesaistītajām ministrijām, "airBaltic" un ārvalstu vēstniecībām sākusi informēšanas kampaņu Minskā, Sanktpēterburgā, Maskavā, Taškentā, Odesā, Kijevā, nākamgad turpinās Tbilisi, Baku un Kaļiņingradā, iespējams, arī Alma Atā vai Erevānā. Lai gan vairākas ienākošā tūrisma kompānijas raugās arī Ķīnas un citu Āzijas valstu virzienā, tur TAVA infokampaņas pagaidām neplāno. "Vispirms orientējamies uz reālākiem tirgiem, kur jau ir vai varētu būt tiešais aviosavienojums," skaidro TAVA direktors Uldis Vītoliņš.

Informatīvajā pasākumā Krievijas un Baltkrievijas mediju un tūrisma nozares pārstāvji uzsvēra, ka Latvija ir pirmā valsts, kas šādi informē par jaunajām ceļošanas iespējām līdz ar vairāku valstu pievienošanos Šengenas līgumam, kamēr citas guļot. Sanktpēterburgā, Maskavā un Minskā ieradās pāri par simts interesentu, bet Uzbekistānas galvaspilsētā Taškentā – ap 90 mediju un tūrisma operatoru pārstāvju. 5. decembris – diena, kad Taškentā tika rīkota tikšanās, sakrita ar laiku, kad uz turieni no Rīgas "airBaltic" atklāja tiešo avioreisu.

TAVA direktors ir gandarīts, ka uzmanību par jaunajām ceļošanās iespējām Baltijā, Skandināvijā izdevies piesaistīt tieši caur

Latviju. Tādējādi jau sākts īstenot TAVA jaunradīto programmu "Latvija+", kuras ietvaros Latviju plānots pozicionēt kā Baltijas un pat Baltijas jūras reģiona centru. Nostāja izpaustos ne tikai saukļos, bet konkrētos produktos, loģistikā. "airBaltic" jau uzsākusi projektu "Baltic Pass": ja tūrists atlido uz Latviju, tad par zemu cenu, 25 latiem, viņš varat braukt gan uz Lietuvu, gan Igauniju, piesakoties pat tikai divas stundas pirms lidojuma. Šāda iespēja tiks piedāvāta tūristiem caur ceļojuma tūrisma aģentūrām vai "airBaltic" pārstāvniecībām, stāsta "airBaltic" korporatīvo komunikāciju viceprezidents Jānis Vanags.

U. Vītoliņš stāsta, ka ar prāmju līniju "Tallink" notiek sarunas par paketes Rīga – Stokholma – Helsinki – Tallina – Rīga izveidi.

Jaunās stratēģijas ietvaros arī darba semināros, internetā un publiskos pasākumos akcentēta tiktu Baltijas prizma. Viens no stimuliem apceļot Baltiju caur Latviju varētu būt dāvanas, brīvbiļešu loterijas. "Tas gan nenozīmē, ka nereklamēsim Latviju kā tādu," teic U. Vītoliņš. Nozare šādu pieeju atbalsta, tomēr vienlaikus aicina uzmanīties, lai vēl vairāk nesamazinātos tūristu uzturēšanās laiks Latvijā.

Baltijas vai citu valstu apceļošana caur Latviju ir izdevīga arī vīzu politikas aspektā – maksu par kopējo Šengenas vīzu iekasē un to izsniedz tieši tā valsts, kuras teritorijā ārzemnieks ieceļo vispirms vai arī kur plānots palikt visilgāk.

## Viedokļi

### Gundega Zeltiņa

"Latvia tours" direktore

Praktiskus secinājumus par Šengenas efektu izdarīt vēl pārāgi. Domājam, ka pieaugs ceļotāju skaits no Austrumu valstīm, īpaši no Ķīnas, bet, vai tā būs, tas atkarīgs ne tik daudz no vīzas cenas, cik no tās saņemšanas procedūras, par ko mums vēl trūkst informācijas. Varbūt tiem darījumu cilvēkiem, kam Krievijā jau ir Šengenas vīzas, būs ļoti viegli pie mums atbraukt.

### Olga Slaugotne

"Via Latvia" prezidente

Šengena dos labumu Latvijas tūrisma biznesam un būs izaicinājums uzņēmējiem konkurencē par klientiem. Pasaules Tūrisma gadatirgū Londonā daudzi kolēģi no Baltkrievijas, Krievijas un Ukrainas interesējās par mūsu pievienošanos Šengenei. Varam piedāvāt šiem tirgiem ceļojumus pa trim Baltijas valstīm. Jau tagad savā mājaslapā [www.touristapartments.lv](http://www.touristapartments.lv) piedāvājam apmēšanos dzīvokļos Viļņā, Rīgā un Tallinā.

### Evija Kužuma

"Via Hanza" direktore

Partneriem papildu informāciju par Šengenu pagaidām nesūtām, bet jau divus trīs gadus strādājam ar tirgiem, kas Šengenei atvieglos mūsu produktu pārdošanu. Piemēram, Ķīnā pirms gada nodibinājām kompāniju un tur piedalāmies tūrisma izstādēs.

Iespējams, pateicoties Šengenei, sāksim strādāt arī ar Krieviju.

### Evita Romančuka

"Impro Travels" ienākošā tūrisma nodaļas vadītāja

Sarakstē ar sadarbības partneriem esam viņus informējuši par jaunajām iespējām, šogad esam piedalījušies izstādēs Ķīnā.

Domāju, būs tūristu pieplūdums no NVS, Ķīnas, bet tā apmērus nevar prognozēt, jo arī citas valstis konkurēs. Ja mēs mācēsīm piedāvāt produktus, piesaistīt ne tikai ar Latviju, bet visu Baltijas jūras reģionu, durvis būs vaļā ļoti lielām iespējām. Tāpēc ideja par Latvijas kā šā reģiona centra reklamēšanu ir ļoti laba.

### Vlads Korjagins

"Baltic Travel Group" direktors

Ceram, ka, pateicoties vienotajai vīzai, vairāk būs gan biznesa, gan cita veida tūristu no Krievijas, Āzijas un Tuvajiem Austrumiem. Galvenais šķērslis viņiem bija vīza. Būs jauni tirgi, kur pagaidām neviens vēl nezina par Latviju, piemēram, Argentīna, Brazīlija, labs tirgus ir Apvienotie Arābu Emirāti. Varētu pieaugt individuālo ceļotāju skaits no Krievijas, kas ieradīsies ar savu auto. Labs laiks būs biznesa tūrismam, Rīgai kā konferenču rīkošanas vietai.



Atsaucība pirmajos informatīvajos pasākumos Sanktpēterburgā un Minskā bija milzīga. "Sanktpēterburgā pat piecas televīzijas bija!" Uldis Vītoliņš ir gandarīts

## Londonā – atraktīvi



Londonas tūrisma gadatirgū “World Travel Market 2007” (WTM), kas risinājās no 12. līdz 15. novembrim, TAVA apmeklētāju uzmanību piesaistīja atraktīvais jūgendstila stends ar jaunākajiem tūrisma informatīvajiem materiāliem, tostarp “Latvijas Top 10”, gastronomiskā, aktīvā tūrisma piedāvājumu u.c. Jau pirmajā dienā pie Latvijas stenda bija manāma pastiprināta angļu tūrisma profesionāļu interese, jo īpaši par jaunām viesnīcām, SPA centriem, Latvijas dziesmu svētkiem. No Latvijas gadatirgū piedalījās 19 nozares pārstāvji.

WTM ir viena no vadošajām tūrisma profesionāļu izstādēm pasaulē, savukārt Lielbritānija ir viens no Latvijas tūrisma augsti prioritārajiem mērķtirgiem – pērn Latviju apmeklēja 77 100 angļu tūristu

## Pašiem savs muzikants



Tūrisma gada ballē kolēģiem kājas cilāt lika TAVA sabiedrisko attiecību speciālists Normunds Ķietis ar grupu “Lauku muzikanti”

## Jau spriež par nākamā gada ceļojumu maratonu

2007. gadu var saukt par oriģinālu ideju un Baltijas valstu sadraudzības gadu. Tas aizsākās ar aktīvu Lietuvas un Igaunijas kolēģu pārliecināšanu par vienota, unikāla projekta – Baltijas ceļojumu maratona (BCM) – tapšanu. Iesākumā kūtri un šauboties, vai maz ir ko rādīt kaimiņiem, lietuviešu un igauņu kolēģi ar laiku akciju novērtēja tik augstu, ka, tai vēl nebeidzoties, sāka latviešus uzrunāt par akcijas turpināšanu arī nākamgad. Izteiktas vairākas idejas projekta attīstīšanai.

“Domāju, ka pirmajā reizē BCM izdevās, par ko liecina arī maratona dalībnieku vēstules ar pozitīvajām atsauksmēm,” secina Igaunijas BCM pārstāve Elina Priksa.

“Tas, kurš izdomāja šo maratonu, ir pelnījis ordeni,” sajūsmināta ir Lidija Barajuniene, partnere no Lietuvas. Tūrisma gada ballē Rīgā viņa pasniedza TAVA direktoram Uldim Vītoliņam Lietuvas simbolu – kristāla lietus lāsi (vārds “Lietuva” esot cēlies no vārda “lietus”).

Nepilnos piecos mēnešos – no jūnija vidus līdz novembrim – ikviens interesents varēja apmeklēt 12 dažādus tūrisma objektus katrā no trim Baltijas valstīm. Liela atsauce bija gan no pašmāju, gan kaimiņu medijiem, visi slavēja ideju un gribēja saklausīt organizatoru solījumus par akcijas turpināšanu nākamgad vai pat tās izplešanos Skandināvijā.



BCM organizatori Lidija Bajaruniene (no kreisās), Baiba Plūme un Elina Priksa jau gatavas “skriet” nākamo maratonu

Aktīvākie ceļotāji bija ģimenes ar bērniem, kā arī vecāka gada gājuma cilvēki. Katrā akcijā iesaistītajā objektā paviesojās 150–250 maratona dalībnieku, no tiem 110 ir iesūtījuši akcijas organizētājiem apliecības ar vismaz sešiem zīmogiem katrā no valstīm, kas deva iespēju pretendēt uz balvām. Uz “Grand prix” varēja pretendēt dalībnieki, kas pabija vismaz 10 objektos katrā valstī. Dators lēma par labu latvietim Artim Miļcinam, kas ceļoja kopā ar pieciem vienaudžiem. Artim būs iespēja doties uz jebkuru Eiropas pilsētu, kur lido “airBaltic” un pavadīt tur nedēļas nogali. Otrā vieta Raimondam Milleram, kura ģimene pērn bija vienģie, kas apmeklēja visus 36 objektus Latvijas ceļojumu maratonā. Viņiem balvā iespēja pavadīt nedēļas nogali Viļņā. Trešā un ceturrtā vieta saņems 1000 eiro vērtu iespēju rezervēt visu ceļojumam nepieciešamo kādā no divu ģenerālsponsoru piedāvātajām rezervācijas sistēmām “Amadeus Latvija” un “Galileo Baltija”, kas akciju atbalsta jau otro gadu pēc kārtas.

Liels paldies jāsaaka arī pārējiem sponsoriem – “BTG”, “Radisson SAS Daugava”, “Hotel de Rome”, “Konventa Sēta”, “Reval Hotel Latvija”.

**Baiba Plūme,**  
Latvijas Tūrisma  
informācijas biroja vadītāja



Viens no atraktīvākajiem un iecienītākajiem maratona objektiem bija kinopilsētiņa “Cinevilla”

## Atsauksmes

**Viesturs Sprūde,**  
“Latvijas Avīzes” žurnālists

BCM ir noderīga lieta. Ja gribam Baltijā attīstīt iekšējo tūrisma, noteikti ir jāpopularizē jauni un interesanti galamērķi. Vairums Latvijas ļaužu, runājot par kaimiņzemēm, neko vairāk par Palangu, Kuršu kāpām, Traķiem, Tallinu, Sāremā īsti nemākt nosaukt. Tāpat igauņi un lietuvieši Latvijā labi zina vien Rīgu, Siguldru, Jūrmalu.

BCM bija labi organizēts pasākums, kaut dažkārt objektu apskates temps šķita par strauju.

**Aiva Kanepone,**  
“Ievas” žurnāliste

Manuprāt, BCM vairāk nekā jebkura reklāmas vai politiskā kampaņa cilvēkiem atvēra mūsu triju valstu robežas un pavisam uzskatāmi parādīja, cik brīnišķīgas vietas lietas atrodas tepat, dažu stundu brauciena attālumā. Turklāt varēja just, kā tāds kopējs projekts satuvina latviešus, lietuviešus un igauņus. Varbūt idejas autors par to būtu pelnījis Triju Zvaigžņu ordeni?



## Tūrisma attīstības valsts aģentūras plānotā dalība izstādēs 2008. gada 1. pusgadā

\* Dalības maksa (LVL)  
 \*\* Dalības maksa tūrisma asociācijām (LVL)  
 \*\*\* Materiālu izplatīšanas maksa (LVL)  
 \*\*\*\* Pieejamais letišu skaits stendā ( t.sk. TAVA)

Nr.	Izstādes nosaukums	Norises laiks	Norises vieta	*	**	**	**	Kontakti par izstādi
1.	VAKANTIEBEURS	08.01.–13.01.	Utrehta, Nīderlande	700	200	100	3	kurzeme@latviatourism.lv
2.	REISELIV	10.01.–13.01.	Oslo, Norvēģija	700	200	100	16	ieva.keviesena@latviatourism.lv
3.	THE HOLIDAY & TRAVEL SHOW GLASGOW	18.01.–20.01.	Glāzgova, Lielbritānija	700	200	100	3	london@latviatourism.lv
4.	MATKA	17.01.–20.01.	Helsinki, Somija	700	200	100	14	ilze.sadovska@latviatourism.lv
5.	TRAVEL FAIR CMT STUTTART	12.01.–20.01.	Štutgarte, Vācija	Piedalās Baltijas Tūrisma informācijas birojs Berlīnē	-	-	-	info@baltikuminfo.de
6.	TRAVEL SHOW	24.01.–27.01.	Stokholma, Zviedrija	700	200	100	5	stockholm@latviatourism.lv
7.	FITUR	30.01.–03.02.	Madride, Spānija	700	200	100	6	ieva.keviesena@latviatourism.lv
8.	NEW YORK TIMES TRAVEL SHOW	23.02.–25.02.	Nujorka, ASV	Piedalās TAVA	-	-	-	ieva.keviesena@latviatourism.lv
9.	TRAVEL FAIR REISEN HAMBURG	06.02.–10.02.	Hamburga, Vācija	Piedalās Baltijas Tūrisma informācijas birojs Berlīnē	-	-	-	info@baltikuminfo.de
10.	TRAVEL FAIR REISE CAMPING ESSEN	06.02.–10.02.	Esene, Vācija	Piedalās Baltijas Tūrisma informācijas birojs Berlīnē	-	-	-	info@baltikuminfo.de
11.	BALTOUR	08.02.–10.02.	Rīga, Latvija	Piedalās TAVA	-	-	-	ramona.kacanova@latviatourism.lv
12.	TOUREST	15.02.–17.02.	Tallina, Igaunija	700	200	100	5	vidzeme@latviatourism.lv
13.	TRAVEL FAIR CBR MUNICH	14.02.–18.02.	Minhene, Vācija	Piedalās Baltijas Tūrisma informācijas birojs Berlīnē	-	-	-	info@baltikuminfo.de
14.	VIVATTUR	29.02.–02.03.	Viļņa, Lietuva	700	200	100	5	latgale@latviatourism.lv
15.	ITB	05.03.–09.03.	Berlīne, Vācija	1400	1400	100	11	ilze.sadovska@latviatourism.lv
16.	MAP	13.03.–17.03.	Parīze, Francija	700	200	100	5	solveiga.simonova@latviatourism.lv
17.	TUR	13.03.–16.03.	Gēteborga, Zviedrija	700	200	100	12	stockholm@latviatourism.lv
18.	INTOURMARKET	16.03.–19.03.	Maskava, Krievija	700	200	100	12	ilze.sadovska@latviatourism.lv



### Programma gatava

Līdz 2008. gada 11. janvārim interesenti var pieteikties dalībai starptautiskajā tūrisma speciālistu seminārā "Buy Latvia. Buy the Baltics", kas notiks no 4. līdz 8. februārim.

TAVA un tūrisma aģentūru pārstāvju darba grupa izstrādājusi programmu un dalības nosacījumus tā, lai Latvijas un Baltijas tūrisma produktu piedāvātāji gūtu maksimālu atdevi.

Semināra mērķis ir esošos un potenciālos tūrisma produktu tālāk pārdevējus iepazīstināt ar tūrisma iespējām Latvijā un Baltijā, veicināt mūsu produktu noieta tirgu paplašināšanos, radīt bāzi turpmākai nozares attīstībai; tiks organizētas arī diskusijas par aktuālām tēmām.

Savus pakalpojumus varēs piedāvāt arī Igaunijas un Lietuvas tūrfirmas, tiks organizētas ekskursijas uz Viļņu un Tallinu, kā arī kombinācijā ar Latvijas tūrisma piedāvājumu uz dažām citām kaimiņvalstu vietām, bet dominēs Latvijas tūrisma piedāvājums.

Iepazīt produktus klātienē varēs no 4. līdz 6. februārim tā saucamajās inspekcijās. Divu dienu inspekcijas piedāvātas uz Latgali (Zilo ezeru un podniecības zeme) un romantiskajām piejūras pilsētām – Liepāju, Palangu, Klaipeņu, Nīdu, vienas dienas inspekcijas – uz "Cinevillu" un Ventspili, Zemgali un Krusta kalnu pie Šauļiem, pa Vidzemi, Baltijas jūras austrumu piekrasti līdz pat Pērnavai, pa Jūrmalu, tradicionālajām pirtīm, piedzīvojumu parkiem, pa Rīgu. Īso inspekciju piedāvājumā ir dažādas klases viesnīcas un hosteli, SPA, restorāni, naktsklubi Rīgā.

7. februārī darbosies kontaktbiržas, notiks darba semināri un diskusijas par tūrisma produktu, jo īpaši SPA, dabas un kultūras tūrisma problēmām, iespējām Baltijas jūras reģionam attīstīties kā tūrisma galamērķim, mārketingu tūrisma vietu popularizēšanā. Kontaktbirža un diskusijas notiks divās plūsmās – krievu un angļu valodā.

8. februārī interesenti varēs apmeklēt izstādi "Balttour 2008".

Pārdevējiem – Latvijas tūrisma uzņēmumiem – dalības maksa ir Ls 150 vienam uzņēmumam (diviem dalībniekiem no viena uzņēmuma – Ls 250), bet citu valstu dalībniekiem – 400 eiro (diviem dalībniekiem – 600 eiro).

Pircēji nemaksā dalības maksu, bet sedz ierašanās un uzturēšanās izdevumus. Piedāvātas īpašas cenas "airBaltic" lidojumiem un vairākās Rīgas un Jūrmalas viesnīcās.

## Latvija – populārākais zviedru galamērķis Baltijā

To, ka Baltijas valstīs populārākais zviedru tūristu galamērķis ir Latvija un Rīga, apliecina liela interese par Latvijas Tūrisma informācijas biroja (LTIB) Stokholmā un Latvijas vēstniecības Zviedrijā novembrī rīkoto darba semināru "Atklāj Latviju – kultūru, SPA, golfu!". To atzina arī vairāku vadošo Zviedrijas tūrisma kompāniju pārstāvji.

Seminārā piedalījās 70 Zviedrijas un 18 Latvijas tūrisma nozares pārstāvji. "Attīstoties transporta sakariem, jo īpaši, darbību uzsākot prāmju kompānijai a/s "Tallink Silja" maršrutā Stokholma – Rīga, būtiski pieaugusi zviedru informētība un interese par Latviju. Igaunija šobrīd savu aktualitāti ir zaudējusi, savukārt Lietuva tiem vēl ir sveša un neatklāta", secina LTIB Stokholmā vadītāja Zane Zeļenkova. Viņaspriekš, "lielākais risks, kas varētu atturēt zviedru tūristus apmeklēt Latviju, ir strauji augošās pakalpojumu cenas un kvalitātes problēmas mūsu valstī".



Pirmajā rindā no kreisas: Inese Židele ("Nordic Hotel Bellevue"), Zane Zeļenkova (LTIB Stokholmā), Laura Kuplā ("Saliena Golf"), Jūlija Sovane ("airBaltic"),

Otrajā rindā no kreisas: Kaspars Briskens (LR vēstniecība Zviedrijā), Guntis Rubins (LIAA pārstāvniecība Zviedrijā), Aleksandrs Čakste (viesnīca "Valdemārs")

## Norvēģijas nauda kvalitātei un pārrobežu sadarbībai

Aktivitātēm tūrisma jomā pieejams Norvēģijas valdības divpusējā finanšu instrumenta finansējums divās programmās.

1. Grantu shēma "Istermiņa ekspertu fonds" varētu būt interesanta valsts institūcijām, nevalstiskām organizācijām, pašvaldībām. Pieejamais finansējums: 1 290 859 eiro (85% – Norvēģijas, 15% – Latvijas finansējums). Shēmas mērķis ir palielināt institūciju un organizāciju kapacitāti, uzlabot publiskā sektora pakalpojumu kvalitāti, sekmējot zināšanu, pieredzes, informācijas apmaiņu. Atbalstīti tiks pētījumi, dokumentu, normatīvo aktu, rokasgrāmatu izstrāde, semināru, darba grupu organizēšana, Latvijas partneru darba vizītes. Atbalsta apjoms vienam projektam – 1000–50 000 eiro, vienam iesniedzējam – līdz 75 000 eiro.

Reglamentējošo MK noteikumu projekts atrodams vietnē <http://www.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=30318303>, sīkāka informācija: Reģionālās attīstības un pašvaldību lietu ministrijā (RAPLM), Linda Juhna, tel. 627770440; [www.raplm.gov.lv](http://www.raplm.gov.lv).

2. Pēc tam, kad Pārrobežu sadarbības programmu apstiprinās donorvalstis, visticamāk, 2008. gada sākumā, varētu tikt rīkots konkurss projektu atlasei prioritātē "Pārrobežu sadarbība". Par visu prioritātei pieejamo finansējumu 2004.–2009. gadam (2 329 890 eiro) tiks veikta viena programma, ko apsaimniekos RAPLM.

MK noteikumu projekts, kas reglamentēs atbalstu, vēl tiek izstrādāts, informācija būs pieejama [www.mk.gov.lv](http://www.mk.gov.lv), sadaļā "Valsts sekretāru sanāksmes".

Programmas mērķis ir dot ieguldījumu pārrobežu sadarbībā ikvienā jomā, kurā pieejams Eiropas Ekonomiskās zonas un Norvēģijas finanšu instrumentu atbalsts, tostarp Eiropas kultūras mantojuma saglabāšanā. Atbalstīta tiks dokumentācijas sagatavošana, publikācijas, informētības līmeņa celšana, publicitātes pasākumi, izstādes, nometnes, konferences, apmācības, apmaiņas vizītes, kultūras apmaiņas pasākumi, investīcijas infrastruktūrā, pētījumi, plānošanas dokumentu izstrāde, mārketinga iniciatīvas reģionam, informatīvo materiālu iespiešana, sadarbības tīklu, datu bāzu veidošana, pilotprojekti.

Potenciālie atbalsta saņēmēji ir nacionālā, reģionālā un vietējā līmeņa publiskās pārvaldes personas, kas nav veidotas komerciāliem mērķiem, NVO. Projekts jāisteno sadarbībā ar partneri/iem Latvijas pierobežas reģionā. Atbalsta apjoms – 5000–500 000 eiro (15% jāfinansē saņēmējam).

Sīkāka informācija: [www.raplm.gov.lv](http://www.raplm.gov.lv), Anna Džakova, tel. 627770421.

Jaunami saistībā ar programmu atklāto konkursu: [www.eeagrants.lv](http://www.eeagrants.lv).

**Dina Buse**, EM Pirmsstrukturālo fondu koordinācijas nodaļas vadītāja

# Ieviesīs Šveices kvalitātes sistēmu

Izstrādājot mārketinga stratēģiju 2006.–2010. gadam un iepazīstoties ar 2007. gada sākumā veikto pētījumu par situāciju Eiropas valstīs, TAVA nolēmusi izstrādāt Latvijas tūrisma kvalitātes sistēmu.

Pēc tikšanās oktobrī ar Šveices "Q" zīmola sistēmas vadītāju (Géraldine Zuber Luder) TAVA izveidotā darba grupa lēma, ka šobrīd un vidējā laika periodā šis modelis Latvijai būtu optimāls. Latvijas tūrisma nozarei adaptēta Šveices tūrisma servisa kvalitātes vadības II līmeņa programma ar diviem līmeņiem:

pirmais līmenis – tūrisma servisa pakalpojumu kvalitātes novērtējums,

otrais līmenis – tūrisma uzņēmuma menedžmenta kvalitātes novērtējums.

Par labu šai izvēlei liecināja jau gatavas sistēmas izmaksas, tās saprotamība un ērts lietojums, kā arī priekšstats par Šveices augsto pakalpojumu kvalitāti.

Kvalitātes programmas mērķi ir uzlabot Latvijas tūrisma nozares pakalpojumu kvalitāti, attīstīt vienotu kvalitātes standartu, nostiprināt kvalitātes apziņu darbiniekos, veicināt sadarbību starp nozares partneriem, netieši aicināt viesus atgriezties un dalīties savā pozitīvajā pieredzē.

Šveicē ir vairāk kā 3500 uzņēmumu, kuras atpazīst pēc atbilstošas kvalitātes un, spriežot pēc Šveices pieredzes, "Q" sertifikāta iegūšana varētu būt vērtīga ēdināšanas uzņēmumiem, kongresu un konferenču vietām, sporta pakalpojumu sniedzējiem, muzejiem, ekskursiju organizatoriem, kazino, dārglietu veikaliem, arī policijai – ikvienam uzņēmumam, kurš saskaras ar ceļotājiem, stāsta TAVA direktora padomnieks Armands Muižnieks. Zīmola administrēšanu varētu veikt TAVA, akreditējoties un veicot izmaiņas reglamentējošos dokumentos. Uzņēmumu atbilstības novērtēšana būs maksas pakalpojums.

A. Muižnieks uzsver, ka kvalitātes celšana nav tikai Latvijas tūrisma aktualitāte, pēdējos gados tai liela uzmanība pievērsta daudzās valstīs. Arī Eiropas Komisija veikusi pētījumus un izstrādājusi ieteikumus

integrētai kvalitātes vadībai tūrisma vietās un cenšas tos iedzīvināt ar vairāku projektu palīdzību (Eiropas izcilāko tūrisma galamērķu konkurss, pludmaļu un jahtu pietātņu novērtēšanas sistēma "Zilais karogs", videi draudzīgu preču un pakalpojumu kvalitātes sistēma "Ekopuķīte" u.c.).

Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas izpilddirektore Santa Graikste piekrīt, ka preču un pakalpojumu kvalitāte ir viens no noteicošajiem faktoriem, lai tūrists vēlētos kādā vietā atgriezties. "Tā kā mūsu klienti kļūst arvien izglītotāki un prot novērtēt dažādas kvalitātes zīmes, esam gandarīti, ka Latvijas tūrisma kvalitātes zīmols

tiks novērtēts tieši Šveices kvalitātes "Q" sistēmā. Šā gada augustā tā kļuva par Eiropas Viesmīlības kvalitātes sistēmu, uz to tiks balstīta arī Eiropas viesnīcu un restorānu industrijas jumta organizācijas HOTREC kvalitātes sistēma. "Q" ir Eiropā ļoti labi zināma kvalitātes zīme, ko

drīz arī Latvijas uzņēmumi varēs izmantot kā nozīmīgu mārketinga elementu," apmierināta ir S. Graikste un piebilst, ka būtu labi, ja novērtētie uzņēmumi būtu ne tikai tūrisma mītnes, bet arī citi tūrisma pakalpojumus sniedzēji.

Viesnīcu un restorānu centra direktors Edvīns Buka uzsver, ka šis zīmols vairāk liecina par vadības kvalitāti, nevis par naktsmītnes atbilstību konkrētam standartam, zvaigznēm, un sistēmas viena otru neaizvieto. "Pasaules prakse rāda, ka "Q" ir būtiska sastāvdaļa viesnīcu, restorānu, TIC, pat benzīna uzpildes staciju pārvaldības kvalitātes celšanai, personāla izglītībai". Jautāts, vai celt kvalitāti jau nemudina konkurence, E. Buka teic: "Protams, konkurence ir liels dzinulis, bet "Q" palīdz sakārtot vadības atbilstību starptautiskiem standartiem."

Nelielās lauku tūrisma mītnes pagaidām nav ieinteresētas šī sertifikāta saņemšanā, jo tas esot dārgs un birokrātisks process, spriež asociācijas "Lauku ceļotājs" prezidente Asnāte Ziemele.

Plašāka informācija par zīmolu "Q" pieejama: [www.quality-our-passion.ch](http://www.quality-our-passion.ch)

**Paula Bērziņa**



# Gidiem – sertifikāti un kategorijas

Tūristu gidu darbības reglamentācija ir viens no tiem pasākumiem tūrisma pakalpojumu kvalitātes celšanā, kam pēdējā laikā pievērsta liela uzmanība.

Pērn pieņemtie grozījumi Tūrisma likumā paredz, ka no 2008. gada 1. janvāra tūristu gida (turpmāk – gida) pakalpojumus Latvijā var sniegt tikai persona, kas saņēmusi kvalifikācijas sertifikātu. MK noteikumu projekts “**Noteikumi par tūristu gida sertificēšanas un pakalpojumu sniegšanas kārtību**”, ko decembra vidū izsludinās Valsts sekretāru sanāksmē, paredz, ka sertifikātus izsniegs valsts aģentūrā “Latvijas Nacionālās akreditācijas birojs” akreditēta atbilstības novērtēšanas institūcija. Tā sertificēšanu uzsāks 2008. gada oktobrī. Lai nozare neizjustu gidu trūkumu, paredzēts pārejas periods līdz 2016. gada 1. janvārim.

## Eiropā nav vienprātības

Pašlaik Latvijā nav vienotu prasību gidu kvalifikācijai, izglītībai. To nav arī vairākās citās Eiropas valstīs – Lielbritānijā (izņemot Skotiju), Vācijā, Bulgārijā, Igaunijā, Beļģijā, Nīderlandē, Dānijā, Īrijā, Luksemburgā, Rumānijā, Somijā, Ungārijā, Zviedrijā. Daudzviet sava veida reglamentācijas funkcijas veic gidu asociācijas.

Valstīs, kur profesija tiek reglamentēta, nav vienotas kārtības. Kopīga ir tendence ierobežot ārvalstu gidu pakalpojumu sniegšanu muzejos un vēstures pieminekļos – šādu valstu vēlmi par pietiekamu iemeslu pakalpojumu brīvības ierobežošanai atzinusi arī Eiropas Kopienas Tiesa. Arī Latvijā plānots ieviest līdzīgus ierobežojumus, nosakot, ka īslaicīgi gida pakalpojumus Latvijā var sniegt arī kādā citā Eiropas valstī reģistrēts gids, taču tas neattiecas uz deviņiem speciāliem tūrisma objektiem – Latvijas Dabas muzeju, Latvijas Kara muzeju, Latvijas Nacionālo mākslas muzeju, Latvijas Nacionālo vēstures muzeju, Latvijas Okupācijas muzeju, Rīgas vēstures un kuģniecības muzeju, Rīgas vēsturisko centru, Rundāles pils muzeju un Turaidas muzejrezervātu.

## Kas licencēs?

Kas būs šī akreditētā, neatkarīgā institūcija, kura veiks gidu sertificēšanu, vēl nav zināms. Pēc EM pasūtījuma veiktajā pētījumā “Tūristu gida profesijas reglamentējuma ieviešana Latvijā” kā

variants minēts Tūristu gidu sertificēšanas centrs, ko dibinātu nozares profesionāļi vai valsts dibināts un EM finansēts uzņēmums, vai SIA “Tūrisma kvalitātes institūts”, komisijās iekļaujot neatkarīgus ekspertus, profesionāļus no valsts un nevalstiskām institūcijām.

Eiropā vienas receptes nav. Piemēram, Grieķijā licencēšanas institūcija ir Tūrisma ministrija, Maltā – Tūrisma padome, kas atrodas Tūrisma un kultūras ministrijas pārraudzībā, Kiprā – Kipras Tūrisma organizācija, kas darbojas Tirdzniecības, rūpniecības un tūrisma ministrijas pārraudzībā, Lietuvā – Valsts Tūrisma departamenta izveidota Profesiju kvalifikācijas novērtēšanas komisija.

Latvijā plānotais sertifikāta darbības termiņš – pieci gadi – ir ilgāks nekā vidēji Eiropā, kur sertifikāts visbiežāk tiek izsniegts uz trim gadiem, bet dažkārt tikai uz vienu gadu. Sertificēšana būs maksas pakalpojums.

## Augstākā izglītība obligāta

Profesijā būs tiesības darboties personai, kas apguvusi attiecīgu izglītības programmu. Pirmās kategorijas gidam nepieciešama otrā līmeņa profesionālā augstākā gida izglītība vai akadēmiskā / profesionālā augstākā izglītība un īsā profesionālā augstākā izglītība gidiem. Otrās kategorijas gidam nepieciešama otrā līmeņa profesionālā augstākā izglītība un gidu profesionālās pilnveides apguve licencētā izglītības programmā.

Pašlaik bez Vidzemes Augstskolas gidi tiek gatavoti arī kursos, kurus rīko mācību centri, TIC, tūrisma firmas. To sertifikātiem nav juridiska spēka, jo kursi nav licencēti Profesionālās izglītības administrācijā.

Patlaban vairumam Latvijas gidu ir augstākā vai nepabeigta augstākā izglītība ar specializāciju vēsturē vai ģeogrāfijā. Starp TIC gidiem bieži ir ģeogrāfijas un vēstures skolotāji, muzeju un TIC darbinieki, arī skolēni un studenti, celtnieki, režisori, meteorologi, tulki.

Precīzas informācijas, cik Latvijā ir gidu, nav, jo nav vienotas gidu reģistrācijas sistēmas. Pēc Latvijas Tūrisma gidu asociācijas prezidenta Vija Brūveļa aplēsēm, Latvijā varētu būt ap 500 profesionālu gidu. Tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāzē gan viņi nestrādā reģistrēties.

Paula Bērziņa

# Izstrādās tūrisma dokumentus

2008. gadā Ekonomikas ministrija plāno izstrādāt jaunu politikas plānošanas dokumentu – Latvijas Tūrisma attīstības politikas pamatnostādnes 2009. – 2013. gadam, kā arī Latvijas Tūrisma attīstības programmu 2009. – 2011. gadam un rīcības plānu 2008. gadam. Būtiska uzmanība tiks pievērsta 2007. – 2013. gada ES struktūrfondu plānošanas perioda tūrisma aktivitāšu un apakšaktivitāšu īstenošanas uzsākšanai.

## Pēta EuroVelo attīstību

1995. gadā Eiropas Riteņbraucēju federācija apstiprināja “EuroVelo” projektu, lai izveidotu Eiropas velomaršrutu tīklu ar 12 maršrutiem, kas aptvertu visu kontinentu. Latvija tiklā iekļaujas ar maršrutu EV 10 “Apkārt Baltijas jūrai” un EV 11 “Nordkaps – Atēnas”.

Ekonomikas ministrijas konkursā par pētījuma “EuroVelo tīkla Latvijas posmu attīstība” veikšanu un izstrādi līdz 15. decembrim uzvarēja “NK konsultāciju birojs”.

Pētījumā tiek veikti potenciālo maršrutu un to alternatīvu apsekojumi:

1) “Apkārt Baltijas jūrai” (EV 10) posms no Lietuvas / Latvijas robežas Nidā līdz Latvijas / Igaunijas robežai Ainažos maršrutā Rucava – Liepāja – Pāvilosta – Jūrkalne – Kuldīga – Ventspils – Dundaga – Kolka – Roja – Engure – Talsi – Sabile – Kandava – Tukums – Jūrmala – Rīga – Saulkrasti – Limbaži – Salacgrīva – Ainaži;

2) “Nordkaps – Atēnas” (EV 11) posms no Igaunijas / Latvijas robežas Valkā līdz Latvijas / Lietuvas robežai Medumos maršrutā Valka – Valmiera – Cēsis – Līgatne – Sigulda – Vecpiebalga – Ērgļi – Madona – Varakļāni – Malta – Dagda – Krāslava – Daugavpils – Medumi;

3) EV 10 un EV 11 savienošais **nacionālais velomaršruts** NV 1 orientējošā maršrutā Ādaži – Vangaži – Murjāni – Krimulda.

Dabā apsekoti 3775 km EuroVelo un to alternatīvu posmi, izstrādāti priekšlikumi EV 10, EV 11 un NV 1 maršrutu attīstībai.

Pētījumu izstrādē piesaistīti eksperti Juris Smajlinskis, Uldis Bušs un Māris Šlēziņš.

Aiva Jakovela,

pētījuma vadītāja, SIA “NK konsultāciju birojs”



## Īsumā

**Attīstīs gastronomijas tūrismu**

Rīga kļuvusi par prestižās starptautiskās gastronomijas pilsētu apvienības "Delice" biedru. Minētajā apvienībā iesaistījušās 20 pilsētas no visas pasaules.

Dalība apvienībā ļaus īstenot pilsētas mārketinga aktivitātes, kā pamatu izmantojot gastronomijas tēmu, un tādējādi piesaistīt lielāku tūristu interesi. "Delice" galvenā mītne atrodas Francijas gastronomijas galvaspilsētā Lionā. Ar apvienības palīdzību tiks īstenoti dažādi projekti: šefpavāru un restorānu skolu audzēkņu apmaiņa, apvienībā iesaistīto pilsētu gastronomijas dienas, tiks veidota kopīga mājaslapa un tūristu ceļveži.

Dalības maksu – 1750 latus – sedz Rīgas dome, bet dažādu pasākumu īstenošanā tā sadarbosies ar nozares apvienībām.

**"Reval Hotel Elizabete" būvniecība tuvojas finišam**

Novembrī spāru svētkus svinēja viesnīca "Reval Hotel Elizabete" Rīgā. Šo viesnīcu, kurā būs 230 numuru, plānots atvērt 2008. gada pavasarī un tajā tiks investēti 21 miljons latu.

"Reval Hotels" ir lielākā viesnīcu ķēde Baltijas valstīs ar sešām pilna servisa pirmās klases viesnīcām valstu galvaspilsētās un trīs ekonomiskās klases viesnīcām "Reval Inn" Tallinā, Viļņā, Klaipēdā. Nākamgad "Reval Hotels" plāno atvērt jaunu viesnīcu ne vien Rīgā, bet arī Kauņā.

SIA "Elizabetes centrs" uzsāko viesnīcas celtniecības projektu Norvēģijas kompānija "Linstow International" pērnā gada janvārī nopirka no Gunta Indriksona.

**"Albert Hotel" novērtē pasaulē**

Pasaulē vadošās interneta tūrisma kompānijas "Expedia" organizētajā aptaujā par labākajām viesnīcām pasaulē kā vienīgā no Baltijas "Expedia Insiders' Select" sarakstā iekļuvusi "Albert Hotel". Viesnīcas tika atlasītas, ņemot vērā miljoniem klientu un ekspertu viedokļus, viens no svarīgākajiem kritērijiem bija ceļotāju atsauksmes portālā [www.expedia.com](http://www.expedia.com).

**Izlīgums "Hotel de Rome" lietā**

Rīgas dome nolēmusi slēgt mierizlīgumu ar Latvijas un Vācijas kopuzņēmumu SIA "Reho" par iespēju iznomāt "Hotel de Rome". Tas paredz, ka "Reho" var viesnīcu izmantot vēl gadu pēc pirkuma līguma noslēgšanas. Iecerēts viesnīcu pārdot izsolē, nosakot sākumcenu 21,09 miljoni latu.

Lēmumu par izlīguma slēgšanu dome varētu pieņemt decembra vidū.

**Sāk domāt par kruīzu kuģu pievilināšanu**

No straujās kruīzu kuģu tūrisma attīstības pasaulē Rīgā atspīd vien vāja atblāzma. Šogad Rīgā piestājuši 50 kruīza kuģi ar 15 840 pasažieriem. Tas gan ir vairāk nekā pērn, bet krietni mazāk nekā, piemēram, Tallinā, kur dažkārt dienā sastopami septiņi kuģi un ik tūrists pilsētā atstāj 100 eiro. Kuģu tūristi Rīgā pavada maz laika un vidēji neiztērē pat latu. Rīgas brīvosta un Rīgas dome beidzot apņēmušās situāciju labot, tiesa, sākot nevis ar infrastruktūras uzlabošanu, bet informēšanu.

"Tā kā būtiski infrastruktūras uzlabojumi sagaidāmi, ātrākais, pēc pieciem gadiem, koncentrējamies uz kruīzu iespēju popularizēšanu, vecinām sadarbību, prezentējot Rīgu starptautiski, kas varētu dot rezultātu ātrāk," teic Rīgas tūrisma koordinācijas un informācijas centra (RTKIC) vadītāja Sandra Inkēna. Tas tiks darīts kruīzu tūrisma izstādēs, no kurām lielākā notiks martā Maiami, ASV, kurā ar vienotu standu piedalīsies RTKIC, Rīgas brīvosta un tūroperatori. Vairāku pušu līdzšinējās sadarbības trūkumu Rīgas vicemērs Almers Ludviks minējis kā būtisku šķērslī kruīzu tūrisma attīstībā. Kopš vasaras Rīgas brīvostas pārvalde uzņēmusies koordinējošo funkciju un izveidojusi Kruīza kuģu un pasažieru daļu, kas kopā ar RTKIC izstrādās kruīzu piesaistes mārketinga koncepciju. Viens solis jau sperts – Brīvostas pārvalde nolēmusi nākamgad piemērot pakalpojumu atlaidi līdz 20% regulāri ienākošiem kruīzu kuģiem. S. Inkēna piedāvā zināmu summu no kuģu maksājumiem ostai pārskaitīt pilsētai un naudu tērēt, lai sakārtotu teritoriju un infrastruktūru ap ostu.

Lai izzinātu tūristu uzvedību un vēlmes, pēc RTKIC pasūtījuma vasaras nogalē veikta kruīzu kuģu tūristu aptauja.

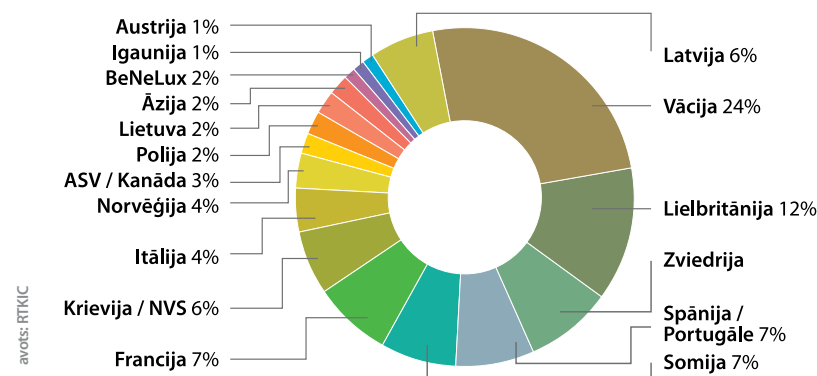
Vidējais kuģu stāvēšanas ilgums bija 8 stundas un 20 minūtes, īsākais – 4 stundas, ilgākais – 74 stundas. Ekskursija pa Rīgu ilga vidēji 2,5–3 stundas, brīvā laika tūristiem lielākoties vai nu nebija nemaz vai ilga 30 minūtes. Ar to arī iz-

skaidrojams, ka suvenīru veikalus apmeklējuši tikai 14% tūristu (tēriņi 76 santīmi uz vienu tūristu), kafejnīcas, restorānus – 8% (vidēji tērēti 13 santīmi). Tēriņi ir tik mazi vairāku iemeslu dēļ: maz laika, ēdināšana parasti notiek uz kuģa, nav samainīta valūta, pakalpojumi nav ātri pieejami, vispirms jau pašā ostā. Turklāt nereti kruīza kuģi piestāj nevis pasažieru ostās, bet Andrejsalā, kur šogad uzņemti 12 kruīza kuģi, plānots veikt labiekārtošanas darbus, attīstīt infrastruktūru un tūrisma servisu, izvietot suvenīru veikalus, valūtas maiņas punktus, nodrošināt ērtu nokļūvi pilsētas centrā. SIA "Jaunrīgas attīstības uzņēmums" cer nākamgad Andrejsalā uzņemt 35 kruīza kuģus.

Pētījumā secināts, ka kruīzu reisu skaita palielināšana būtiski nemainīs tūristu tēriņu struktūru, ja stāvēšanas laiks nebūs ilgāks par dienakti. Tas savukārt saistīts ar papildu ekskursiju maršrutu un izklaides pasākumu organizēšanu.

Viesnīcas īpašnieks Jānis Naglis uzskata, ka svarīgākā tomēr ir infrastruktūra, jo "tā būda (Rīgas pasažieru osta), restorāns, suvenīru bode ir vienkārši nožēlojama". To uzsver arī Latvijas TIB Stokholmā direktore Zane Zeļenkova: "Osta ir nožēlojamā stāvoklī. Atbraucējs nevar ērti nokāpt no prāmja un nokļūt pilsētas centrā". "Rīgas ostai ir viena no vājākajām infrastruktūrām Baltijas jūras reģionā," neglaimo arī TAVA direktors Uldis Vītoliņš un atgādina, ka kruīzu kuģu nelielajai interesei par Rīgu ir arī objektīvs iemesls: lai iebrauktu Rīgas jūras līcī, ir nepieciešama papildu diena. Savukārt bijušais Rīgas mērs un ilggadējs Brīvostas valdes priekšsēdētājs Andris Ārgālis uzskata, ka ar tūrisma biznesu jānodarbojas privātām kompānijām un osta nevar būtiski ietekmēt nozares attīstību. Tā gan var rūpēties par infrastruktūras sakārtošanu, kas arī tiekot darīts.

Baiba Lulle, NRA

**Rīgā iebraukušo tūristu sadalījums pa valstīm 2007. gada janvāris – septembris (ieskaitot)**

## Aicina apspriest 2007.–2018. gada tūrisma attīstības stratēģiju

Jūrmala būs starptautiski pazīstams kūrorts, kurā tiks aizsargāti un ilgtspējīgi attīstīti dabas un kultūrvēsturiskā mantojuma tūrisma resursi. Jūrmala attīstīs kvalitatīvus veselības, darījumu, kultūras un aktīvā tūrisma produktus un pakalpojumus ar augstu pievienoto vērtību – paredz Jūrmalas dome un konsultantu grupas “Dea Baltika” izstrādātā Jūrmalas pilsētas tūrisma attīstības stratēģija 2007. – 2018. gadam.

Liela uzmanība pievērsta tūristu skaita pieaugumam nesezonas mēnešos, tūristu uzturēšanās ilguma un tēriņu palielināšanai, veselības tūrisma attīstībai, kas ir viens no nozīmīgākajiem tūrisma veidiem kūrortpilsētas saimnieciskajā darbībā. “Kūrorta attīstības programmā” iekļautas konkrētas darbības, kas veicinās kūrortpilsētas attīstību, ārstniecisko resursu saglabāšanu un izmantošanu, paredzēta jaunu veselības tūrisma produktu, normatīvo aktu izstrāde.

Stratēģijā iekļauta nozares attīstības vīzija, stratēģiskie mērķi un uzdevumi, kūrorta attīstības programma, tūrisma mārketinga pro-

gramma, tūrisma infrastruktūras attīstības programma 2007.–2011. gadam, resursu, aktivitāšu, tendenču analīze. Programmas paredz konkrētu projektu realizēšanu – Lielupes mola un jahtu ostas izbūvi, Ķemeru kūrparka atjaunošanu, pludmales sporta centra un jaunu velosliedņu izbūvi pa visu pilsētu, multifunkcionālas halles būvniecību, pludmaļu labiekārtošanu, jaunu dabas taku ierīkošanu un citus projektus. Noteikti arī profesionālās izglītības un pakalpojumu kvalitātes uzlabošanas pasākumi.

Stratēģijas izstrādes gaitā tiek ņemti vērā Jūrmalas uzņēmēju, iedzīvotāju un atbildīgo valsts institūciju viedokļi. Jūrmalas dome aicina ikvienu tūrisma profesionāli izteikt priekšlikumus publiskajā apspriešanā, kas ilgs līdz 2008. gada 7. janvārim.

Ar stratēģijas projektu un ar ietekmes uz vidi novērtējumu var iepazīties domes interneta mājaslapā [www.jurmala.lv](http://www.jurmala.lv).

**Gunta Ušpele**, Jūrmalas pilsētas domes Tūrisma un ārējo sakaru nodaļas vadītāja

## Tūristu par 3% vairāk

Pēc CSP datiem, no janvāra līdz septembrim Jūrmalu apmeklējuši 105 058 viesi, tas ir par 3% vairāk nekā šajā laikā pērn. Tiesa, ir apkopoti dati tikai par 33 naktsmītnēm, lai gan Jūrmalā to ir 63. Aktivizēta sadarbība ar CSP, lai nākamgad tās datu bāze būtu pilnīgāka.

Kāda bija tūristu ģeogrāfija? No Latvijas – 31%, Krievijas – 14%, Igaunijas – 14%, Lietuvas – 13%, Somijas – 7%, Norvēģijas – 6%, Vācijas – 5%, Zviedrijas – 4%, Baltkrievijas – 4%, no citām valstīm – 2%.

Nakšņojumu skaits bija 337 282, vidējais tūristu uzturēšanās ilgums – 3,1 diennakts. Tas ir uz pusi vairāk nekā vidēji Latvijā, un šis skaitlis

pierāda, ka tūristi ilgāk paliek galamērķos, kur piedāvā veselības tūrisma produktus. Visvairāk viesu izvēlējušies kempingus (59%), sanatorijas (46%), viesnīcas (37%), kūrortviesnīcas (35%) un viesu mājas (16%).

Pēdējā ceturksņa laikā visvairāk pieaudzis tūristu skaits no Norvēģijas un Zviedrijas, kas skaidrojams ar viņu apmierinātību ar cenu un kvalitāti SPA viesnīcās. Liels ir arī viesu pieaugums no Krievijas, te liela nozīme ir vasarā piedāvātajam pasākumu klāstam.

Perioda beigās Jūrmalas tūristu mītnēs oficiāli bija nodarbināti 2220 cilvēku.

## “Kāpai” starptautiska atzinība

SIA “Nemo Real” aktīvās atpūtas projekts “Kāpa” guvis atzinību starptautiskajā nekustamo īpašumu izstādē “MIPIM 2007” Kannās (Francija) kā nākotnes būvniecības piemērs. Savukārt viens no pasaules arhitektūras prestižākajiem žurnāliem – “Architecture and Urbanism” to iekļāvis 100 pasaules interesantāko nākotnes projektu vidū: “Kāpa” ierindota 41. vietā. “Nemo Real” saņēmis arī priekšlikumus šādu objektu uzbūvēt ASV, Krievijā, Itālijā, Apvienotajos Arābu Emirātos.

Līdz ar Jūrmalas pilsētas attīstības plāna grozījumu stāšanās spēkā septembrī uz priekšu virzas arī “Kāpas” projekts, stāsta “Nemo Real” ģenerāldirektors Māris Dzenītis. Reaģējot uz sabiedriskajā apspriešanā izteiktajām iebildēm, piemēram, ka objekts aizēnos pludmali, tas pagriezts par 180 grādiem, augstums

samazināts par 20%. Lai objekts saplūstu ar vidi, tam ir smilšu kāpas forma.

Detālplānojuma gala redakciju varētu apstiprināt gadu mijā, līgumus ar investoriem slēgt gada sākumā, bet rudenī uzsākt būvniecību.

Pirmajā kārtā trīs četros gados tiks uzbūvēta viesnīca un daļa trases. “Kāpu” veidos “Sudraba kāpa” – slēpošanas komplekss, “Zaļā kāpa” – pirmās klases apkalpošanas viesnīca, “Zilā kāpa” – četrvaiņģņu viesnīca un konferenču centrs, “Zelta kāpa” – piecvaiņģņu viesnīca un SPA centrs, “Atraksiju ala” – izklaides parks.

Objektu plānots pabeigt 2011.–2012. gadā. Projekta izmaksas – ap 250 miljoniem eiro.

Kempings “Nemo”, kura teritorijā plānots attīstīt “Kāpu”, nākamgad vēl darbosies, bet pēc tam to, iespējams, pārcels uz Jaunķemeriem, prognozē M. Dzenītis.

## Jūrmala aicina veidot Latvijas kūrortu asociāciju

Lai veicinātu kūrortu un augstas kvalitātes veselības tūrisma attīstību, Jūrmalas dome aicinājusi vēsturiskos Latvijas kūrortus izveidot Latvijas kūrortu asociāciju.

Ja Latvijas vēsturiskās kūrortpilsētas – Baldone, Sigulda, Liepāja – pieņemtu aicinājumu, asociācijas izveides līgumu varētu parakstīt 2. Latvijas kūrortu konferencē, kas iecerēta 2008. gada aprīļa beigās.

Lietuva un Igaunija šajā jomā ir spērušas soli tālāk: Lietuvā izveidota kūrortu savienība, kurā ietilpst pieci Lietuvas kūrorti – Birštona, Neringa, Palanga, Anikšči un Ignalina, savukārt Igaunija cenšas panākt, lai jau 2008. gadā Igaunijas kūrortu asociācija kļūtu par pilntiesīgu Eiropas kūrortu asociācijas biedru.

## Strūklaku parks “Līvu akvaparkā”

“Līvu akvaparkā” rit būvniecība, lai 2008. gada jūnijā te varētu atvērt Strūklaku parku. Parka 120m2 lielajā platībā tiks ierīkotas 52 dažāda veida strūklakas dažāda vecuma bērniem un pieaugušajiem. Tas būs unikāls šāda veida parks ne tikai Baltijas valstīs, bet arī Ziemeļeiropā.

## “Baltic Beach Hotel” paplašināsies

SIA “Baltic Hotel Group” vēlas paplašināt kūrortviesnīcu “Baltich Beach Hotel”, tajā ieguldot ap 10 miljoniem latu. Iecerēts veikt esošās ēkas rekonstrukciju un izveidot jaunu piebūvi.



Kamēr pašmājās par “Kāpu” tiek laužti šķēpi, pasaulē tā novērtēta kā nākotnes arhitektūras paraugs

### Zemgales asociācija sasparojas

Zemgales tūrisma asociācija (ZTA), kura pašlaik ir tikai seši biedri, līdz ar vadības maiņu aktivizējusi darbību un nākamgad plāno izglītojošas, tēla veidošanas, iespēju reklamēšanas aktivitātes, kā arī domā iesaistīt asociācijā vismaz 50 tūrisma uzņēmējus, pašvaldības un citus interesentus.

ZTA dibināta 2003. gada 30. decembrī, tajā ietilpst Dobeles, Jelgavas, Bauskas, Aizkraukles un Jēkabpils TIC, kā arī Bauskas rajona TA.

29. novembrī Koknesē notika Zemgales tūrisma konference, kas pulcēja 51 interesentu. Par "biedrošanās" ieguvumiem stāstīja Kurzemes tūrisma asociācijas valdes priekšsēdētājs Guntars Seilis un Bauskas rajona TA biedrs, kempinga "Labirinti" īpašnieks Jānis Pastars. Abi uzsvēra iespēju apmainīties pieredzē gan ar Latvijas, gan kaimiņvalstu kolēģiem, paust viedokļus, prezentēt uzņēmumus, institūcijas starptautiskās izstādēs, apvienot spēkus mārketingā, saņemt atlaides izglītojošiem pasākumiem, ietekmēt nozari skarošus lēmumus varas struktūrās. Kā stāsta J. Pastars, īpaši svarīga ir informācijas saņemšana par dažādām aktualitātēm, plāniem, noteikumiem, tāpēc svētīga bijusi, piemēram, asociācijas organizētā sanāksme ar Satiksmes ministrijas pārstāvju piedalīšanos par noteikumiem, kas jāievēro, izvietojot uz ceļiem norādes.

ZTA grasās arī izstrādāt savu logo un tēla veidošanas plānu. Pēc konferences dalībnieku domām, Zemgali visvairāk raksturo muižas, pils, Lielupe, Daugava, Mēmele, ezeri, – stāsta ZTA valdes priekšsēdētāja Inese Turkupole-Zilpore. Zemgales tūrisma nozares pārstāvjiem aktuālākie šķiet jautājumi, kas saistīti ar tūrisma stratēģiju, uzņēmumu mārketinga plānu izstrādi, uzņēmuma tēla veidošanu, viesu namu darbības praktiskiem aspektiem, finansēm, noteikumiem, drošību, tūrisma pieprasījuma attīstības tendencēm, kā arī tūrisma angļu valodu. Asociācija nākamgad centīsies piedāvāt attiecīgus izglītojošus pasākumus.

ZTA biedra nauda ir Ls 25 gadā.



Akcijas "Apceļosim Latvijas pilsis!" dalībnieki par viesmīlīgāko muižu Latvijā atkārtoti atzinuši Apriķu muižu (attēlā). Tai seko Jērcēnmuiža Valkas rajonā un Kārļamuiža Cēsu rajonā. 80 akcijas dalībnieki apceļojuši 45 pilsis un muižas. Nākamā akcija notiks pēc diviem gadiem

## Atzinība Kurzemes viesnīcām

### "Promenade Hotel" peldas atzinībā

Dizaina viesnīcas "Promenade Hotel" ēka Liepājas pilsētas domes konkursā "Liepāja pucējas" saņēmusi atzinību kā sakoptākā ēka pilsētā. Šī ir pirmā dizaina viesnīca Liepājā, tā atvērta 2007. gada jūlijā un ierīkota ēkā, kas būvēta 1870. gadā kā graudu spīķeris. Vecās ēkas arhitektūra ir saglabāta, un viesnīca jau saņēmusi arī Kurzemes tūrisma uzņēmēju konkursa "Lielais Jēkabs" balvu kā gada tūrisma debija, kā arī TAVA konkursa nomināciju kategorijā "Veiksmīgākā jaunā naktsmītne".

Viesnīcas "Promenade Hotel" ēkā atrodas restorāns "Piano", mākslas galerija "Māja", kā arī vairāku uzņēmumu biroji.

### Karostas ciets – trešā labākā viesnīca pasaulē

Lielbritānijas laikraksts "The Guardian" to labāko pasaules viesnīcu sarakstā, kuras



Divas Liepājas viesnīcas – krasi atšķirīgas, novērtētas un iecienītas. Luksus istabiņa "Promenade Hotel" un četrvietīgais numuriņš Karostā

ierīkotas bijušajos ciestos, Liepājas Karostas cieta ierīdojis 3. vietā.

Pirmā vieta piešķirta viesnīcai "Malmaison", kas ierīkota Viņas Majestātes cieta Oksfordā, Lielbritānijā, kur numuriņš maksā ap Ls 80. Otrajā vietā – Napier ciets Jaunzēlandē, kas pārveidots par jauniešu mītni ar nakšņošanas maksu apmēram Ls 8 – tikpat, cik Karostā. Karostas ciets ievērtību izpelnījies tieši ar to, ka naktsmītnes ierīkotas nepārveidotā cara laika cieta un netiek piedāvāts nekāds komforts.

Karostas cieta 2006. gadā pārnakšņojuši vairāk nekā 800 cilvēku, sezonā – galvenokārt ārzemnieki.

Pasaulē cieta pārveidoti lielākoties samērā lētās, askētiskās jauniešu mītnēs, bet sastopamas arī ļoti greznas viesnīcas. Tāda ir arī šogad atvērta viesnīca "Katajanokka" Helsinkos, uz kuru Karostas cieta kolektīvs devās pieredzes apmaiņā, stāsta Karostas cieta vadītāja Monta Krafte.



## Investē reģionālajās viesnīcās

Pieaugoša ārzemju tūristu interese par tūrisma vietām ārpus Rīgas un pašmāju ceļotāju aktivizēšanās devusi stimulu viesnīcu tīklu attīstīšanai Latvijas reģionos.

Jauns viesnīcu tīkls "Day & Night Hotels" Bauskā 30. novembrī atklāja 78 numuru tīrsvaigzņu viesnīcu, renovācijā ieguldot 2,2 miljonus latu. Bauska izvēlēta tās ģeogrāfiskā stāvokļa dēļ, kā arī pateicoties netāļajai Rundāles pilij, kas atzīta par Latvijas tūrisma TOP 10 līderi.

Nākamgad "Day & Night Hotels" plāno atvērt viesnīcu un restorānu Ventspilī, pēc tam viesnīcas Cēsīs, Jēkabpilī, Daugavpilī.

Kopumā Ventspilī uzņēmums plāno atvērt pat trīs viesnīcas, vienu – lielākoties tūristu grupām, otru – Olimpiskā centra sportistiem, trešo SPA – biznesa cilvēkiem.

"Day & Night Hotels" idejas autors un attīstītājs ir firmas "Remarks nekustamie īpašumi" direktors Raimonds Kreišs.

Ārpus Rīgas trīs viesnīcas nesen izveidoja arī "Kolonna" – Kuldīgā, Rēzeknē, Cēsīs.

Savukārt SIA "Incom Network Rīga" sarīkojusi sabiedrisko apspriešanu "Timberland Hills Golf Resort" golfa kompleksa izveidei ar piecvaigzņu viesnīcu Dobeles rajonā.

## Kuldīga grib Eiropas Mantojuma zīmi

Kuldīgas dome uzsākusi konsultācijas ar Valsts Kultūras pieminekļu aizsardzības inspekciju par iespēju kādu no Kuldīgas vērtībām pieteikt Eiropas Mantojuma zīmei. Kā potenciālais objekts minēts Eiropas platākais ūdenskritums Ventas rumba kopā ar 1874. gadā celto velvu tiltu, kas ir viens no garākajiem ķieģeļu tiļiem Eiropā.

Eiropas Mantojuma zīme Latvijā jau ir piešķirta Rundāles pilij un Rīgas vēsturiskā centra panorāmā un siluetai.

Kuldīga cenšas panākt arī vecpilsētas iekļaušanu UNESCO Pasaules kultūras mantojuma sarakstā – pagaidām tikusi līdz priekšsarakstam.

## Ar jaunajām pasēm – ērtāk ceļot

Novembrī Latvijā sāka jaunā parauga jeb tā saukto Eiropas Savienības pasu izsniegšana, ar kurām robežšķērsošana tiks atvieglota. Jaunajās pasēs būs iestrādāta bezkontakta mikroshēma ar informāciju par personu, tās biometriskajiem datiem: sejas fotoattēlu un no 2008. gada jūlija – arī labās un kreisās rokas rādītājpirkstu nospiedumu. Šādi iekļautu datu pārbaude noris ātrāk, jo tā notiek automātiski, nevis ar roku vadot datus datorā. Robežpunktos pase pat nebūs jāatver vaļā – to varēs vienkārši novietot speciālas datu nolasošās iekārtas tuvumā, un dažās sekundēs dators uzrādīs pasē esošos datus.

Biometrijas datu fiksēšana pasē ir arī viens no priekšnoteikumiem bezvīzu režīma ieviešanai ar ASV.



foto: fca

Uzmanību! Pases, kas izdotas no 1992. gada 1. jūlija līdz 2002. gada 30. jūnijam pēc 2008. gada 1. jūliju nebūs derīgas ceļošanai, bet lietojamas tikai kā personu apliecinājoši dokumenti Latvijā.

Dokumenta dizains visvairāk mainīsies pilsoņa pasei – vāciņš būs bordo krāsā, un virs vārdiem “Latvijas Republika” būs arī uzraksts “Eiropas Savienība”.

Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde informē, ka nav atmesta arī doma par sen solīto identifikācijas karšu ieviešanu – tās varot gaidīt 2009. gada vidū. To izgatavošanai varēšot izmantot aparatūru, kas tiek izmantota jauno pasu izgatavošanai.



foto: Siguldas novads dome

## Ziemā ir ko darīt

Neraugoties uz pagājušā gada īso ziemu, slēpošanas un ziemas atpūtas kompleksu īpašnieki nav metuši plinti krūmos, bet iegādājušies papildu aprīkojumu – sniega pūtējus, dzesēšanas sistēmas, ierīko jaunus pacelēlājus, trases, gādā cita veida izklaides tehniku, papildina servisu, izdomā jaunus produktus.

Kalnu slēpošanas servisa pakalpojumu cenas augušas vidēji par 10–25 procentiem.

Plašākais slēpošanas un citu ziemas prieku piedāvājums ir Vidzemē: 22 kalnu slēpošanas, 12 distanču slēpošanas / biatlona trases, piecas ledus halles, 9 kameršļūkušanas vietas, kā arī iespējas braukt ar bobsleja kamanām un vučko, nodarboties ar skijoringu aiz zirga, vizināties ar ledusjahtu.

Arvien populārāks un kā pakalpojums konstitūētāks kļūst zemledus maksšķerēšana: gan par maksu, gan par brīvu – kā pievienotā vērtība viesu namam, atpūtas kompleksam. Liela izvēle ir Dobeles rajonā, Usmas ezera krastā, Latgalē – 26 zemledus maksšķerēšanas punkti. Populārākais maksšķerēšanas, medību un aktīvās atpūtas portāls ir ozero.lv.

Kurzemē ir seši kalnu slēpošanas kompleksi un piecas distanču slēpošanas vietas, Ventspilī – ziemas skeitparks. Zemgalē slēpošana koncentrējas Pļaviņu pusē (“Mežezers”, “Cigoriņš”, Jaujas).

Latgalē ir 14 slēpošanas un 8 slidošanas vietas, lielākā, no tām – Daugavpils Ledus halle, interesantākā – pie viesu mājas “Akmeņi” Ludzas rajonā. Plašs piedāvājums ir “Stropu vilni”, netālu no Daugavpils: piekabināms snobboards, sniega motocikli, slēpes, kvadracikli, sniega auto u.c.

Interesants produkts Latgalē ir ceļojumi zirga kamanās. Viens maršruts ir gar Baltkrievijas – Krievijas pierobežu, ko organizē zirgu sēta “Klājumi”: ar ugunsкура kurināšanu, gaļas cepšanu, karstvīnu u.tml., otrs – viesu mājas “Eglaine” tūre gar Krievijas pierobežu ar fotografēšanos pie robežas, karstvīnu un Krievijas saldumiem, pirti, sātigām vakariņām ar latgaliešu ēdieniem.

Sīkāka informācija: <http://tava.gov.lv/akt/index.php?section=dienas>.

### VĪZU JAUNUMI

#### Uz Kanādu – bez vizām

Kanādas valdība no 31. oktobra noteikusi bezvīzu režīmu ar Latviju. Tas nozīmē, ka Latvijas pilsoņi Kanādā bez vīzas var uzturēties, ilgākais, sešus mēnešus viena gada laikā. Šāda labvēlība panākta ar Eiropas Komisijas starpniecību.

## “airBaltic” un tūrfirmas turpina konfliktēt

Tūrisma aģentūras un “airBaltic” turpina konfliktēt – vispirms Latvijas Tūrisma aģentūru asociācija (ALTA) ar sūdzību par kompānijas biļešu cenu politiku vērsās Konkurences padomē. Tā sūdzību noraidīja, bet solīja vēl izvērtēt kompānijas korporatīvo klientu atvieglojumu pieejamību aģentūrām.

Juridiskajam strīdam sekojuši vairāki publiski izteikumi vienam par otru, savukārt 7. decembrī notikušajā Latvijas Tūrisma forumā Baltijas valstu tūrisma aģentūras un operatori pasniedza kompānijai “airBaltic” antibalvu “Kaktuss” kā nedraudzīgākajam sadarbības partnerim 2007. gadā. Aģentūrām un operatoriem šā gada laikā kļuvis arvien grūtāk sadarboties ar lidsabiedrību, jo tā ignorējot aģentūras un to korporatīvos klientus.

“airBaltic” prezidents Bertolds Fliks balvas pasniegšanu komentēja šādi: domstarpības starp lidsabiedrību un tūrisma aģentūrām rodas tāpēc, ka “airBaltic”, līdzīgi kā pasaules lielākās aviokompānijas, arvien vairāk pievēršas aviobiļešu tirdzniecībai internetā, un tas nozīmē, ka tūrisma aģentūras zaudē daļu tirgus.



foto: TAVA

“airBaltic” prezidents Bertolds Fliks kaktusa dāvinātājiem nepalika atbildi parādā

## AVIO ZIŅAS

### Lidostā – trīs miljoni pasažieru

2007. gada pirmajos desmit mēnešos lidostu "Rīga" izmantojuši 2 664 556 pasažieri – tas ir vairāk nekā 2006. gadā kopumā, kad bija 2 495 020 pasažieru. Prognozes piepildījās: 10. decembrī tika sasniegts rekords un sagaidīts trīs miljonais pasažieris, savukārt "airBaltic", kas pārvadājis 1,195 miljonus jeb 44,9% visu lidostas pasažieru, cer vēl šogad sagaidīt savu 1,5 miljonu klientu.

Lidosta "Rīga" šā gada pirmajos desmit mēnešos maršrutā Rīga – Londona apkalpojusi 267 612 pasažierus jeb 10,9% no kopējā pasažieru apjoma. Otrs iecienītākais virziens ir Dublina (192 772 jeb 7,8%), tad seko Stokholma, Berlīne, Kopenhāgena, Frankfurtē.

### Tiešie lidojumi no Rīgas uz 59 pilsētām

Kopš oktobra beigām no Rīgas var doties uz sešiem jauniem galapunktiem – Oulu Somijā, Ēģiptes kūrortiem Hurgadu un Šarmelšeihu, Tenerifi Kanāriju salās, Bristolu un lidostu "East Midlands" Lielbritānijā (Notinghamas, Leičesteras un Dērbijas tuvumā), Šenonu Īrijā. Novembrī regulāri tiešie lidojumi Rīgu savienoja ar 59 pilsētām.

### Gaida čārterlidojumus uz Tokiju

Nākamvasar "airBaltic" no Rīgas varētu uzsākt tiešos čārterlidojumus uz Japānas galvaspilsētu Tokiju. TAVA plāno īstenot pilotprojektu ar Japānas tūrisma aģentūru JTB par tiešo čārterreisu uzsākšanu. Japānas puse ir gatava tos sākt, un šobrīd viss esot atkarīgs no lidostas "Rīga" iespējām, par nākotnes plāniem stāsta TAVA direktors Uldis Vitoliņš.

Galīgā vienošanās gan vēl nav panākta.

### Liepājas lidosta attīstās

Ja (kā plānots) tiks atvērti jauni reisu no Liepājas lidostas, tajā varētu tikt uzbūvēts vienkāršots pagaidu pasažieru termināls. Pirmais jaunais reiss no Liepājas varētu būt uz Stokholmu, liela interese ir arī par reisiem uz Krievijas un Baltkrievijas pilsētām. Varētu būt arī reiss uz Helsinkiem.

Pašlaik no Liepājas var aizlidot uz Rīgu, Kopenhāgenu, Hamburgu.

### "airBaltic" atvēris biroju Daugavpilī

Lai kļūtu pieejamāki klientiem, "airBaltic" novembrī atvēris biroju Daugavpilī. Līdz šim aviokompānijas biroji bija tikai Rīgā – "Berga bazārā" un lidostā. Tuvāko sešu mēnešu laikā "airBaltic" birojus plāno atvērt arī Liepājā, Ventspilī, Jelgavā un Valmierā.

## Liepājas Jahtu centrs attīstās

Liepājas Jahtu centrs plāno labiekārtot piestātnes un pontonus un papildināt piedāvāto pakalpojumu klāstu ar saunu, kā arī pretendēt uz Zilā karoga iegūšanu. Jahtu ostas un piestātnes pilnveidošana un kompleksa servisa nodrošināšana būšot būtisks biznesa nākotnes attīstības nosacījums.

Liepājas Jahtu centrs šogad uzņēmis 259 jahtas, no kurām 89 bija no Vācijas, 60 – no Polijas, 46 – no Somijas, 12 – no Lietuvas, 9 – no Latvijas, bija arī jahtas no Francijas, Norvēģijas, Kanādas, ASV.

Jahtu centra novietojums ir izdevīgs ērtai nokļūšanai pilsētas centrā.

## Ar vilcienu – tikai uz Maskavu un Pēterburgu

2008. gadā starptautisko vilcienu satiksmē pārmaiņas nav gaidāmas – saglabāsies tikai jau esošie reisi uz Sanktpēterburgu un Maskavu.

"Latvijas Dzelzceļš" (LDz) neplāno atjaunot arī maršrutu uz Gomeļu, kas tika atcelts

2006. gadā. "Tas bija nerentabls. Nevaram konkurēt ar dzelzceļa pasažieru pārvadātājiem Baltkrievijā, kur ir pavisam cita cenu politika, turklāt uz Gomeļu iet arī autobusi un lidmašīnas," stāsta LDz Sabiedrisko attiecību daļas vadītāja Biruta Sakse.

## Ar "Tallink" – kruīzā!

2008. gada janvārī vai februārī igauņu prāmju kompānija "Tallink" varētu uzsākt maršrutu Rīga – Stokholma – Helsinki – Tallina, savienotajiem reisiem piedāvājot izdevīgu cenu. Apsvērta tiek arī doma par sadarbību ar kādu autobusu kompāniju vai "airBaltic", lai dotu iespēju atgriezties ātrāk

atpakaļ ar autobusu vai lidmašīnu, stāsta "Tallink" pārstāve Baiba Muceniece.

Aizvadītajā finanšu gadā "Tallink Grupp" apgrozījums pieauga par 88%, sasniedzot 760 miljonus eiro. Pērn "Tallink Grupp" par 450 miljoniem eiro nopirka savu konkurentu "Silja Oy Ab".

## Luksusa autobusi uz Tallinu

Autobusu pārvadājumu operators "Euro-lines Grupp" novembrī ieviesis Lux-Express autobusu no Rīgas uz Tallinu. Samaksājot tikai 2,3 latus vairāk nekā citkārt, pasažieri brauciena laiku var baudīt bezmaksas karstos dzērienus, ir pieejami laikraksti un internets, pieejams arī elektrības kontakts portatīvā datora vai mobilā tālruņa uzlādei, ērtāki ir sēdekļi. Nākamgad ar tādiem autobusiem varēs braukt arī uz Viļņu un Klaipēdu.

Tiek ieviests arī pakalpojums – nakts ekspresis uz Tallinu un Pēterburgu, nākamgad arī uz Viļņu, kurā savukārt cena būs par trim latiem zemāka.

Pēc iestāšanās ES kopējais autobusu pasažieru skaits Latvijā audzis par gandrīz 20% ik gadu, bet 2007. gada pirmajā pusgadā starptautiskās satiksmes autobusus pasažieru skaits Latvijā samazinājies par 18,1 procentu.

## Taksometru tarifi auto ārpusē

Lai pasažieri jau pirms taksometra nolīgšanas iegūtu informāciju par tā pakalpojuma cenām, valdības komiteja atbalstījusi jaunizstrādātos "Noteikumus par pasažieru pārvadāšanu ar vieglajiem taksometriem". Noteikumu projekts paredz, ka pārvadātāji izvietojuma informāciju

par pasažieru un bagāžas pārvadājumu tarifiem ārpusē uz taksometra virsbūves noteiktā burtu lielumā un mašīnas vietās.

Tiek lēsts, kas pārvadātājiem šāda informācijas izvietojuma izmaksas Ls 5–15.

Noteikumi attieksies arī uz līdz šim reģistrētajiem taksometriem.

## "Rīga Taxi" ievieš maršruta un cenas kontroli internetā

Lai nodrošinātu godīga pakalpojuma sniegšanu, taksometru kompānija "Rīga Taxi" izstrādājusi un savās automašīnās ieviesusi sistēmu, ar kuras palīdzību pēc taksometru pakalpojumu izmantošanas var noteikt braukto

maršrutu un tā atbilstību samaksātajai summai. Pasažierim pēc brauciena uzsākuma mājaslapā [www.taxi.lv](http://www.taxi.lv) jāievada sava parole, čeka numurs, un datorprogramma uzrādīs minētos rādītājus, informē uzņēmuma pārstāvji.



# Brīdina aviobiļešu tirgotājus internetā, Latvija izsprūk sveikā

Pārbaudot aviobiļešu tirdzniecības interneta lapu atbilstību ES patērētāju likumiem 17 valstīs, Eiropas Komisija (EK) atklājusi maldinošu informāciju un neprecizitātes vismaz 200 biļešu tirdzniecības vietnēs. EK draudējusi sodīt vai slēgt vietas, kas četru mēnešu laikā nenovērsīs pārkāpumus. Sodīšana gan atstāta nacionālo regulatoru ziņā.

## Nolaidība vai krāpšana?

Vairāk nekā pusē vietņu konstatētas neprecizitātes, tās saistītas galvenokārt ar cenu, līguma noteikumiem un to skaidrību. Reklamētajās cenās bieži netika iekļauti nodokļi un nodevas vai arī biļetes par reklamēto cenu nebija atrodamas. Biļešu iegādes formās automātiski atzīmēta papildu pakalpojumu un apdrošināšanas iegāde, ievilinot pircēju nevajadzīgos pirkumos vai iekļaujot surogātpasta adresātu sarakstā. Netika piedāvāti biļešu pārdošanas noteikumi patērētāja valodā vai arī tie nebija pieejami vispār. Daudzas kompānijas nav sniegušas informāciju par pircēju tiesībām un reisa atcelšanas, pārkārtošanas procedūram.

Aviokompāniju vārdus EK neatklāja, bet "Reuters" vēsta, ka visvairāk pārkāpumu konstatēts Beļģijā – 46 no 48 pārbaudītajām vietnēm, pārkāpēju vidū esot "Ryanair", spāņu "Iberia", "Spanair" un "Vueling". Austrijā no 20 pārbaudītajām vietnēm pārkāpumi netika atklāti nevienā.

## Latvijā nepārbauda

Biļešu tirdzniecības vietas Latvijā netika pārbaudītas. Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (PTAC), kam būtu jāveic pārbaude, par projektu neesot bijis informēts. "Mēs ļoti labprāt būtu iesaistījušies. Arī citas valsts, kas netika uzrunātas, bija neapmierinātas," teic PTAC pārstāve Sanita Bikseniece. Viņa stāsta, ka daži līdzīgi pārkāpumi konstatēti "airBaltic" mājaslapā, bijušas arī pasažieru sūdzības par automātisku piemaksu atķeksēšanu, maldinošām reklāmām. Par citvalstu kompānijām Latvijā sūdzoties mazāk.

Vēl decembra sākumā aina "airBaltic" interneta mājaslapā, klientam nepievēršot uzmanību kompānijas jau atķeksētajiem lauciņiem un spiežot pogu "tālāk", aina izskatās šāda: biļetes Rīga – Berlīne, Berlīne – Rīga cena turp Ls 25 + nodokļi Ls 8.60, atpakaļ Ls 27 + nodokļi Ls 14.30, kopā cena Ls 52 + nodokļi 22.90, lidojuma datuma/laika maiņas garantija Ls 18, lidojuma atcelšanas garantija Ls 6, transakcijas maksa Ls 6, kopā Ls 104.90. Lētās biļetes cena kopā ar obligātajām lidostas un automātiski atķeksētajām papildu nodevām beigās ir dubultojusies.

EP deputāts Aldis Kušķis teic, ka tieši par šādiem pārkāpumiem brīdinātas kompānijas EK ziņojumā, dažas pat esot pamanījušās ne tikai automātiski atķeksēt brīvpriekšīgi izvēlamās piemaksas, bet tās jau iekļāvušas nodevās. "Un mēs arī zinām, cik maksā kredītkartes transakcija – ne tuvu seši lati," teic A. Kušķis.

## Cena tik un tā zemāka

"Transakcijas maksa nav tikai bankas pārskaitījums, bet maksa par pakalpojumu,

kas trīs latu apmērā tiek iekasēta par katru lidojumu. Jāskatās salīdzinoši – ja pērkat biļeti mūsu pārstāvniecībā, tad pakalpojuma maksa ir Ls 20," skaidro "airBaltic" viceprezidents korporatīvo komunikāciju jautājumos Jānis Vanags. Internetā iegādātai biļetei mazāka – Ls 3 – ir arī 5. decembrī "airBaltic" ieviestā maksa par bagāžu, kas, pērkat biļeti pie operatora, ir Ls 5.

Par automātisku opciju atķeksēšanu viņaprāt "var vai nu strīdēties, vai izķeksēt ārā".

A. Kušķa organizētajā diskusijā ar nozari skarts arī jautājums par nodevām un nodokļiem, neskaidru to definēšanu, sadalījumu, kā arī to, kāpēc lidostas nodevu atlaides nenonāk līdz patērētājam. "Ja biļete maksā pieci lati, bet nodevas – 35, tad kompānija negodīgi ietekmē tirgu, pasakot, tai ir lētākas biļetes, bet patiesībā cena tiek kompensēta ar citiem pakalpojumiem," teic "Latvia Tours" prezidente Gundega Zelīņa. A. Kušķis ir pārliecināts: "Ja lidosta dod lidkompānijai atlaidi, tad tā jādod klientam, nevis kompānijai jāizmanto kā sava peļņa."

J. Vanags atzīst, ka atlaides nesaņem pasažieris tieši, bet tās var izmantot, lai vēl vairāk samazinātu biļešu cenas kopumā. "Vidējā biļešu cena kopš 2002. gada mums samazinājusies par 50%. Un tā ir tendence, kuru pretēji vispārējai cenu paaugstināšanas histērijai saglabāsim arī nākamgad. Iegādāsimies arī lielākas lidmašīnas, kas ļaus samazināt izmaksas, rēķinot uz vienu sēdvietu."

Valdības atbalstītās atlaides 40% apmērā jaunatklātajiem maršrutiem "airBaltic" nesaņem, jo tā jau saņem 80% apjoma atlaidi.

Baiba Lulle, NRA

## Izmešu direktīva nav izdevīga augošām aviokompānijām

Eiropas Parlamenta (EP) atbalstītā direktīva, kas paredz aviācijas CO<sub>2</sub> izmešu kvotu tirdzniecības sistēmā iekļaut arī aviokompānijas, būs neizdevīga "airBaltic" un citām augošām aviokompānijām.

Par atskaites punktu 90% bezmaksas izmešu kvotu piešķiršanā no 2011. gada plānots ņemt aviokompāniju izmešus laikā no 2004. līdz 2006. gadam, bet tieši pēdējos gados jauno ES dalībvalstu kompānijas strauji attīstījušās. 10% kvotu nāksies pirkt tirgū brīvā izsolē.

EP deputāti pirmajā lasījumā ieviesa grozījumus EK projektā, prasot jau no 2011., nevis 2012. gada, kā to piedāvāja EK, sistēmu piemērot arī starpkontinentālajiem lidojumiem, vairāk ierobežot atļauju kopējo daudzumu un vairāksolīšanā pārdot 25%

kvotu jeb 25 tonnas izmešu.

EP vēlas, lai EK izstrādā priekšlikumu kvotu rezerves izstrādāšanai potenciālajiem jaunpienācējiem tirgū. Savukārt priekšlikums par rezerves izveidi jau esošajiem uzņēmumiem, kas strauji attīstās, ko prasīja Latvijas un citu Austrumeiropas valstu deputāti, kapitulēja lielo aviokompāniju lobijs priekšā.

Grozījumus vēl izskatīs ES Ministru padome, ar kuru EP lemj ar vienlīdzīgām likumdevēja pilnvarām. Te iespējas lobēt ir valstu vides ministriem. Ja padome visus grozījumus akceptēs, likumprojekts stāsies spēkā, ja ne – atgriezīsies EP otrajam lasījumam.

"Jaunā sistēma arī nopietni iedragās ES aviāciju kā tādu un ļoti kropļos konkurenci.

"airBaltic" un citām augošām kompānijām tā ir ļoti nelabvēlīga un nostiprina klasisko, lielo aviokompāniju monopolu. Ceļotājiem tas nozīmē dārgākas biļetes," komentē "airBaltic" pārstāvis Jānis Vanags. Ja kvotas, kuru daudzums būs ierobežots, jāpērk izsolē brīvā tirgū un nav zināms, kāda būs to cena, business nebūs prognozējams. "airBaltic", līdzīgi kā citas aviokompānijas, apsver iespēju pārcelt savu centrālo biroju uz kādu citu valsti ārpus ES, piemēram, Šveici.

EK lēsus, ka biļešu cena varētu sadārdzināties par 2–9 eiro lidojumam starp ES valstīm un 8–40 eiro starpkontinentālajiem lidojumiem, kas neesot tik liels sadārdzinājums, lai būtiski ietekmētu ceļotāju skaitu.

## EDEN zīmolam vēl jānostiprinās

Portugāles kūrortpilsētā Portimanā apbalvoti Eiropas Komisijas (EK) konkursa "Eiropas izcilākie tūrisma galamērķi" (EDEN) desmit uzvarētāji no desmit valstīm, tostarp arī mūsu Kuldīga.

Citi uzvarētāji ir: Pilahtāles (*Pielachtal*) ieleja Austrijas Alpos, Dirbī (*Durbuy*) pilsētiņa Beļģijas dienvidos, Sveti Martinas reģions (*Sveti Martin na Muri*) Horvātijas ziemeļu daļā, Trodosas (*Troodos*) reģions ap Olimpa kalnu Kiprā, Florinas reģions Grieķijas ziemeļos, Ēršēgas (*Őrség*) reģions Ungārijas rietumos, Klonakiltija (*Clonakilty*) Īrijas dienvidrietumu piekrastē, Spekija (*Specchia*) Pūlijas reģionā Itālijā un Nadura Maltā. Laureātu vidū nav ļoti slavenu tūrisma vietu, jo konkursā nedrīkstēja piedalīties lielās pilsētas, bet tā mērķis bija parādīt jaunas vietas un atklāt Eiropas tūrisma vietu daudzveidību. Lielais mērķis, pēc EK viceprezidenta Gintera Verhoigena teiktā, ir nostiprināt Eiropas kā labākās tūrisma vietas statusu pasaulē ar kvalitatīviem produktiem, jo ar zemu cenu Eiropa konkurēt nespēs.

Lai gan liela daļa konkursa uzvarētāju ir izteikti lauku reģioni, Latvijas pašvaldību lietu ministrs Edgars Zalāns, kurš balvu saņēma,

būdam vēl Kuldīga mēra statusā, nedomā, ka pilsēta šajā kompānijā neiederas un neatbilst potenciālo tūristu priekšstatam par to, ko var sagaidīt "EDEN 2007" galamērķos. "Neatkarīgi no tā, vai tie ir lauki vai pilsēta, vienojošais ir vieta, kuru var baudīt, un ka tās veidotājiem tūrisms un šī vieta patiesi rūp," norādīja E. Zalāns.

Kuldīga kā šī konkursa uzvarētāja varēs izmantot "EDEN Latvia 2007" zīmolu tūrisma vietas "Kuldīgas vecpilsēta Ventas ielejā" popularizēšanai, par projekta līdzekļiem uzņemtas divas videofilmas – trīs un desmit minūšu garas.

EDEN zīmols vēl ir mazpazīstams, jo tas ir jauns – konkurss šogad notika pirmo reizi un atsaucība bija dažāda: dažas valstis nepiedalījās vispār, Kiprā pieteicās trīs pretendenti, Latvijā – desmit, bet Itālijā – veseli 135.

Ik gadu konkurss tiks rīkots par citu tematu. Šogad tēma bija "reģionālais galamērķis, kas attīstās vislabāk", bet nākamgad tā būs jau cita – "tūrisms un vietējais nemateriālais mantojums". Konkurss, visticamāk, tiks izsludināts 2008. gada sākumā, bet uzvarētāji noteikti jūnijā. Interese par konkursu aug: nākamajam gadam pieteikušās jau 19 valstis, tostarp arī Latvija.



*"Eiropa būs tik skaista, cik mēs paši to milēsim," tūrisma attīstības noslēpumu EK viceprezidentam Ginteram Verhoigenam (vidū) un EDEN komisijas Latvijā vadītājam Armandam Muižniekam (pa kreisi) atklāj Edgars Zalāns (pa labi)*

Vai EDEN zīmols nostiprināsies un kļūs par tūristu pievilksanas magnētu, kā tas noticis, piemēram, ar UNESCO Pasaules kultūras mantojuma objektiem, vai arī pievienosies patērētājiem neatpazīstamu Eirozīmolu kolekcijai, – tas būs atkarīgs kā no zīmolvēdības pasākumiem, tā arī no konkrētajiem ikgadējiem kritērijiem un pašiem uzvarētājiem.

## Eiropas Tūrisma forums ilgtspējības zīmē

6. Eiropas tūrisma forumā, kas no 25. līdz 27. oktobrim notika Portugālē, ilgtspējīga attīstība tika piesaukta, runājot par ikviena tēmu. Lai arī cik vispārīgs un no augstiem plauktiem ņemts liktos šis jēdziens, ir skaidrs, ka arī turpmāk Eiropas un nacionālo valdību atbalstu baudīs tie tūrisma projekti, kas solīs rūpēties par vides ilgtspēju, vienlaikus pauzot centienus radīt darbavietas un nosargāt uzņēmuma konkurētspēju.

Diskutējot par dabas un kultūras mantojuma saglabāšanu, uzsverta nepieciešamība aktīvāk koordinēt Eiropas, nacionālā un lokālā līmeņa, kā arī privātā un publiskā dabas un kultūras mantojuma saglabāšanas menedžmentu, sadarbību sektora ietvaros, radīt stingrāku regulāciju, sniegt atbalstu darbinieku izglītošanā mantojuma saglabāšanas jautājumos. Atbalsts mantojumam jāuzskata par vienu no kritērijiem ekoemblemu piešķiršanā.

Šis pašas ekoemblemā minētas arī kā viens no instrumentiem, lai vairotu patērētāju apzinīgumu attiecībā uz resursu taupīšanu. Tiesa, pētījumi liecina, ka lielākā daļa Eiropā funkcionējošo ekoemblemu (to ir ap 60–70) patērētājiem ir svešas. Izņēmums

ir "Zilais karogs", ko piešķir pludmalēm. Atšķirīga ir arī ekoemblemu izplatība katrā valstī. Piemēram, Eiropas Savienībā 113 naksmītnēs ir saņēmušas ekokvalitāti raksturojošās Eiropas zvaigzņu puķītes (ieviestas 2003. gadā), no šīm 113 naksmītnēm 55 atrodas Itālijā, no 39 kempingiem – 18 ir Dānijā.

Secināts, ka šo emblemu Eiropā ir pārāk daudz un tās ne vienmēr atspoguļo patērētāju vēlmes, tādēļ vajadzētu izstrādāt vienotu Eiropas tūrisma pakalpojumu sniedzēju standartizāciju, piemēram, vienu emblemu ūdeņiem, vienu – naksmītnēm.

Tālākas perspektīvas mērķis būtu atteikties no ekoemblemām vispār – kad ekoloģiska saimniekošana patērētājam tāpat būs pamanāma un tā būs ekonomiski izdevīgāka.

Tas, lai ilgtspējīga saimniekošana tūrisma pakalpojumu sniedzējiem kļūtu ekonomiski izdevīga, pēc foruma dalībnieku domām, veicināms arī ar likumdošanas, ES direktīvu, nacionālās nodokļu politikas palīdzību.

Ilgtermiņa attīstības veicināšanā ietilpināma arī tūrisma sezonālā mazināšana un attiecīgu produktu radīšana. Izteiktā sezonālā atstāj nelabvēlīgu ietek-

mi uz vidi, piemēram, palielinās ūdens un enerģijas patēriņš, piesārņojums, atkritumi. Dažos Vidusjūras reģionos tūrisms vidēji dienā izmantojot četrreiz vairāk ūdens nekā vietējais iedzīvotājs. Savukārt tūrisma transports Eiropas Savienībā rada 8% visu CO<sub>2</sub> emisiju un ir viens no straujāk augošajiem emisijas radītājsektoriem, jo īpaši aviācijā.

Skaidrs arī, ka resursu taupīšana un rūpes par vidi, kultūras mantojumu nevar notikt uz pakalpojuma kvalitātes samazināšanās rēķina – ceļotāju kvalitātes prasības kļūst aizvien augstākās līdzās vēlmei saņemt iespējami lētāku pakalpojumu. Tādējādi tūrisma pakalpojuma sniedzēji nonākuši grūta uzdevuma priekšā, kura risināšanā bez tehnoloģiskām un administratīvām inovācijām neiztikt. Pilnas pakalpojuma cenas nepieprasīšana no patērētāja, kā tas dažviet notiekot lielās konkurences dēļ starp atsevišķiem pakalpojumu sniedzējiem, nav ilgtermiņa risinājums.

Diskusijas izvērās arī par to, vai ir nepieciešams noteikt industrijā strādājošo minimālo algu, bet šai tēmai nebija lielas atsaucības.

Baiba Lulle, NRA

# Top jauni Eiropas politiskie un saistošie dokumenti

Tūrisms nav Eiropas Savienības (ES) tiešās regulācijas joma, taču nozarei nākas rēķināties ar tiem ES lēmumiem un direktīvām, kas ar tūrisma saistīti pastarpināti. Biežāk tie saistīti ar patērētāju tiesību aizsardzību, vides aizsardzību, transportu.

ES institūcijas pieņem arī tūrisma politikas dokumentus, kas dalībvalstīm un nozarei nav saistoši, bet kalpo virziena norādīšanai; vēlāk tie var arī atspoguļoties īstenošanas instrumentos, piemēram, atbalsta maksājumos, nacionālajos likumos. Šāds politiskais dokuments ir arī Transporta un tūrisma komitejas ziņojums par atjaunināto ES tūrisma politiku "Veidojot spēcīgāku Eiropas tūrisma partnerību". EP par to nobalsoja 29. novembrī.

## Jauni akcenti

Dokumentā ir norādes, kā veidot ES vīzu politiku un sadarbību Šengenas valstu zonā, nodrošināt salīdzināmu statistiku, piemēram, izmantojot satelītkonta mērījumus; kā aizsargāt patērētājus, jo īpaši pasažierus; paūz īpašu atbalstu veselības, sociāli, ekonomiski un ekoloģiski atbildīgam tūrismam, iesaka veidot viegli saprotamu naktsmītņu kvalitātes sistēmu, tuvinot valstu standartus. Tieši naktsmītņu standartu harmonizācija bijis galvenais iemesls ziņojuma rakstīšanai, atklāj A. Kušķis. Industrija gan iebildusi, uzskatot, ka iniciatīvai jānāk no pašas nozares.

Jaunas tēmas ziņojumā ir ES vīzu izsniegšana un veselības tūrisms. Vēloties kļūt par tūrisma galamērķi Nr. 1 un, jo īpaši līdz ar jaunu valstu pievienošanu Šengenei, Eiropa iesaka atvieglot vīzu pieprasīšanas un izsniegšanas procedūru, noteikt pēc iespējas zemākas maksas par tūristu vīzām. EP aicina rast risinājumu tam, lai cilvēki varētu izmantot veselības tūrisma pakalpojumus citā valstī un to izmaksas segtu mītnes valsts veselības apdrošināšana.

Pirmo reizi tik augstā līmenī uzmanība pievērsta cīņai ar tūristu slikto uzvedību, kas ir problēma ne tikai Latvijā, kā arī industrijas un ceļotāju izglītošanai un atbildībai par vides aizsardzību.

Ziņojumā atbalstīti arī A. Kušķa priekšlikumi vienkāršot finansējuma saņemšanas procedūras mazajiem un vidējiem

uzņēmumiem, īpaši atbalstīt tūrisma izglītību valstīs, kuras pievienojās ES pēc 2004. gada un "Leonardo da Vinči" programmās pievērst lielāku uzmanību tūrisma izglītībai.

## Pārstrādā komplekso ceļojumu direktīvu

Aktuāla ir priekšlikumu apkopšana atjaunotai komplekso ceļojumu, brīvdienu un ekskursiju direktīvai, kas varētu būt gatava līdz 2008. gada beigām ([http://ec.europa.eu/consumers/rights/timeshare\\_en.htm#travel](http://ec.europa.eu/consumers/rights/timeshare_en.htm#travel)).

1990. gadā pieņemtā direktīva ir stipri novecojusi, un to grib atsvaidzināt gan EK – lai labāk aizsargātu patērētāju, gan nozare – lai sakārtotu tirgu. Uz to cer arī Latvijas Tūrisma aģentūras asociācijas direktore Kitija Giten-dorfa un "Latvia Tours" direktore Gundega Zeltiņa. "Tirgū ienācis daudz jaunu spēlētāju, kas pārdod kompleksos ceļojumus, uz ko direktīva neattiecas; runa ir, piemēram, par viesnīcām, aviokompānijām, lielveikaliem, medijiem, kas izlozē ceļojumus. Notiek negodīga spēle. Ārkārtīgi mainījušies arī pārdošanas kanāli," direktīvas atjaunošanas nepieciešamību pamato G. Zeltiņa.

Industrija gan priekšroku dotu direktīvai, kas tiktu attiecināta ne tikai uz ceļojumu industriju, bet uz ikvienas preces, pakalpojuma pārdošanu, jo kāpēc gan šī godīgā spēlē jāspēlē tikai ceļojumu pārdevējiem?

Pēc Eiropas Tūrisma aģentūru un tūrkompāniju asociācijas (ECTAA; tā pārstāv industriju Eiropas līmenī) un arī G. Zeltiņas domām, ir jāprecizē vairākas lietas, pirmkārt, kompleksā ceļojuma definīcija (ar komplekso ceļojumu saprot iepriekš sagatavotu transporta un/vai naktsmītnes un/vai cita tūrisma pakalpojuma kombināciju, kas tiek pārdota par kopēju cenu un darbojas vismaz 24 stundas). "Ja klientam piestāda rēķinu par aviobiļeti un viesnīcu, kurā uzrādīta katra pakalpojuma cena un tā sasummēta, tad tie ir pakalpojumi vai pakete? Praksē tas tiek plaši interpretēts," stāsta G. Zeltiņa. Jāpārskata arī klientu sūdzību izskatīšanas termiņš: nav jēga sūdzēties par neatbilstošu viesnīcas numuru pēc diviem gadiem, kad neko vairs nav iespējams panākt. Jāprecizē arī, kādos gadījumos tomēr drīkst mainīt cenu.

## Aizsargā patērētāju

Eiropas Patērētāju organizācija piedāvājusi no 20 uz 30 dienām pagarināt laiku, kurā pirms ceļojuma pakalpojuma sniedzējs nav tiesīgs paaugstināt cenu, kā arī attiecināt



Par Eiropas tūrisma politiku un tās regulām oktobrī ar nozares pārstāvjiem Latvijā diskutēja EP Transporta un tūrisma komitejas deputāts Aldis Kušķis

direktīvu uz ceļojumiem, kas īsāki nekā 24 stundas, un pat uz viena komponenta pakalpojumiem.

Viens no EK priekšlikumiem paredz iespēju no tūrisma pakalpojumu sniedzējiem prasīt morālā kaitējuma kompensēšanu. Kušķis teic, ka pat citviet Eiropā šāda juridiskā prakse ir maz attīstīta, bet Latvijā to būtu vēl grūtāk īstenot.

Direktīvas projekts pievēršas arī rezervācijām internetā – jomai, kas strauji attīstījusies un ļauj patērētājiem pašiem rezervēt avio, kuģu, autobusu, vilcienu biļetes, viesnīcas, izmantojot tiešo pakalpojumu sniedzēju mājaslapas. Ieteikts sertificēt mājaslapas, kas sniedz minētos pakalpojumus. Pārdomāta tiks arī regulācija t.s. dinamiskajām paketēm, kad ceļojuma dažādos komponentus atlasa pats ceļotājs – šis ir strīdu objekts vairākās valstīs, un ne vienmēr ir skaidrs, kurus jautājumus direktīva skar. "Piemēram, rezervējot lētās aviokompānijas biļeti tās mājaslapā, klients var tikt mudināts rezervēt arī viesnīcu vai nomāt auto, tādā gadījumā mājaslapas ir jānodala. Bet, ja dažādu servisu rezervācijas rēķinus piestāda dažādas kompānijas, uz šo paketi direktīva neattiecas," skaidrots darba dokumentā.

Kušķis teic, ka līdzīgi direktīvas ES var izdot arī ar tūrisma saistītajā transporta nozarē – piemēram, nosakot, ka visos ES vilcienos jāļauj iekāpt ar velosipēdu, jo velotūrisms ir viens no attīstāmajiem tūrisma veidiem.

Baiba Lulle, NRA

Išumā

**Viļņā izzuduši nelegāli gidī**

Beidzoties tūrisma sezonai, Viļņā sarikots kārtējais reids nelegālo gidu atklāšanai. Atšķirībā no iepriekšējām reizēm nav atrasts neviens gid, kas strādātu bez attiecīgu organizāciju izdota sertifikāta.

Tūrisma likums Lietuvā nosaka, ka par gidu var strādāt tikai personas, kas saņēmušas licenci no Valsts Tūrisma departamenta un kuras ir darba attiecībās ar Lietuvā reģistrētu uzņēmumu, organizāciju, institūciju. Noteiktos vēstures pieminekļos, kultūrvēsturiskajos objektos, nacionālajos parkos, muzejos ekskursijas var vadīt tikai sertificēti gidī.

Savukārt Igaunijā nav ieviesta tūristu gidu reglamentācija. Likumā noteikts, ka gid "ir persona, kas iepazīstina ar tūristu piesaistes vietām, pamatojoties uz iepriekš sastādītu programmu, maršrutu un laika grafiku". Sertifikācija ir brīvprātīga, to veic Igaunijas Gidu apvienība. Līdzās tūristu gida profesijas standartam ir izstrādāts arī vides gida profesijas standarts.

**Krievijas jauniešiem atsakot Igaunijas vīzas**

Krievijas tūrisma operatori sūdzējušies, ka milzīgas problēmas saņemot Igaunijas vīzu ir tieši tiem Krievijas pilsoņiem, kas jaunāki par 30 gadiem. Kustības "Naši" rīkoto akciju dēļ viņi visi tiekot uzskatīti par potenciāliem antiigaunū pasākumu dalībniekiem. Igaunijas Ārlietu ministrija to noliedz, jo atteikumu īpatsvars vīzu saņemšanai neesot mainījies – tas esot ap 2 procentiem.

Sanktpēterburgas tūrisma firmas "Lensei" izpildītārs Andrejs Volkovs bildis, ka jaunieši 80–90% gadījumu saņemot atteikumu.

**Tallinas lidosta grib "noķert" Viļņu**

Viļņas lidostā šā gada novembrī apkalpots rekordliels pasažieru skaits – 141 370, kas ir par 46,5% vairāk nekā pērn novembrī. Šā gada 11 mēnešos apkalpoti 1 590 364 pasažieri (+17,4%). Prognozēts, ka kopumā lidostā šogad apkalpoti vairāk nekā 1,7 miljoni pasažieri.

Savukārt Tallinas lidostas vadība cer pievilināt jaunas aviokompānijas un no 2008. gada marta nolēmusi par 10% samazināt ielidošanas nodokli. Viena no pirmajām Tallinā varētu ienākt "Ryanair"; pateicoties tai, lidostas apkalpoto pasažieru skaits varētu pieaugt par pusmiljonu gadā. 2006. gadā Tallinas lidosta apkalpoja 1,5 miljonus pasažieru. Plānota arī nodokļu samazināšana pasažieriem (pašlaik tas ir 9,9 eiro).

Rīga pērn apkalpoja 2,5 miljonus aviopasažieru, bet līdz 2007. gada 10. decembrim – jau 3 miljonus.

**Lietuvai jauni ārvalstu biroji**

Kopējais tūristu skaits (nakšņotāji) Lietuvā 2007. gada pirmajos deviņos mēnešos pieaudzis par 10,5 procentiem.

Lietuvas Tūrisma departamenta Starptautisko attiecību speciāliste Lidija Bajaruniene teic, ka līdz gada beigām šis rādītājs pieaugs vēl vairāk, jo uz Lietuvu brauc daudz ārzemnieku, lai sagaidītu Jauno gadu. Šogad ievērojami pieaudzis tūristu skaits no Baltkrievijas un Krievijas. Tie Lietuvai ir ļoti svarīgi tirdzi, tādēļ pirms pievienošanās Šengenas zonai šo valstu konsulātu, vēstniecību pārstāvjiem, tūrisma aģentūrām rīkota tikšanās Viļņā, informējot par izmaiņām. Atsevišķa tikšanās bijusi interesentiem no Baltkrievijas Druskininkos, bet tādas informēšanas kampaņas, kādas ārvalstīs veikusi TAVA, leiši nav organizējuši.

Šogad atvērts jauns Lietuvas Tūrisma informācijas centrs Parīzē, līdz gada beigām šāds centrs tiks atvērts arī Romā, nākamgad būs kādā no Āzijas valstīm, visticamāk,

Japānā, stāsta L. Bajaruniene.

Valdība šogad atbalstījusi nacionālo tūrisma attīstības programmu, kurā viena no prioritātēm ir sezonas pagarināšana kūrortos. Tūrisma departaments kultūras pasākumu organizēšanai kūrortos nesezonas laikā piešķīris 600 000 litu.

Šogad departaments organizēja ap 300 ārvalstu žurnālistu vizīšu, nākamgad šis darbs tiks vēl vairāk aktivizēts.

Pieprasījuma tendence esot piedāvājumi cilvēkiem pašiem pamēģināt, nodedūstēt, līdzdarboties. Piemēram, ekskursija uz maizes cepuvi, kur tūristi paši var cept maizi, tad aiziet divu stundu ekskursijā un atgriezušies paņemt līdzī pašcepto klaipiņu. Viļņā ir ekskursijas pa piļu pagrabiem, ar velomobiļiem, ar aktieru priekšnesumiem u.c. Strauji attīstās arī tūrisms, kas piedāvā kādas fiziskas aktivitātes, izstaigā tematiskās takas (alus, siera, dzintara taka).

**Igaunū tūristu vairāk, ārvalstu – mazāk**

2007. gada pirmajos deviņos mēnešos tūristu skaits Igaunijā, pateicoties iekšzemes tūrismam, pieaudzis par 4%. Šajā laikā Igaunijā nakšņojuši 745 000 Igaunijas (+17%) un 1,1 miljons ārvalstu tūristu (–3,7%). Tūristu skaits sāka samazināties tieši vasaras sezonas sākumā. Bronzas kareivja skandāls nav palicis bez sekām – gada pirmajā ceturksnī krievu tūristu skaits pieauga par 23%, bet pēc aprīļa notikumiem tas saruka pat par 30%. Igaunī gan mierina sevi, sakot, ka kopējais krievu tūristu īpatsvars ir neliels: 4,7% no visiem ārvalstu tūristiem. Vairāk kaimiņi bēdājas par to, ka sarucis britu (–10%) un vācu (–4%) tūristu skaits – tas esot sliktās satiksmes dēļ, savukārt cenu kāpums atbaidījis arī lielu daļu somu un zviedru. Vairāk sākuši braukt norvēģi, jo tagad ir izdevīgi lidot, arī spāņi, lietuvieši, latvieši.

Lai arī šogad Igaunijā uzbūvētas vairākas jaunas SPA viesnīcas, Sāremā vien – trīs, kopējais viesu skaits SPA viesnīcās samazinājies. Tāda pat tendence bijusi konferenču centros, samazinājies arī brīvdienu ceļotāju skaits.

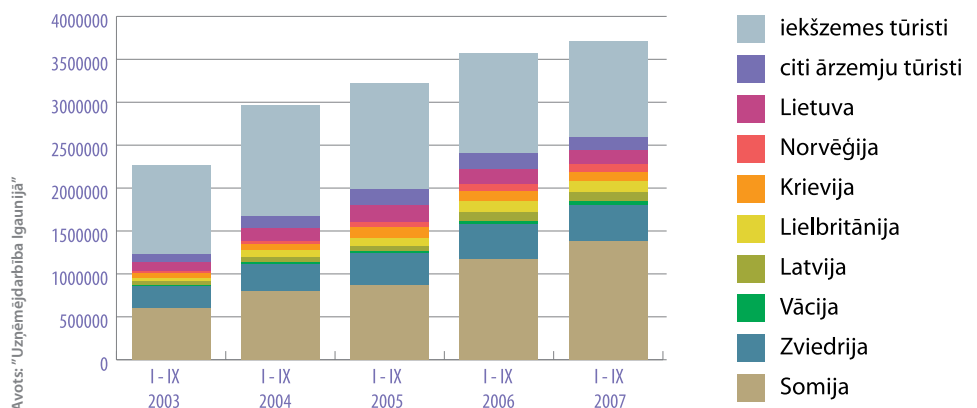
Nākamajos divos trīs gados Igaunija cerības liks uz golfa tūrismu. Jau tagad valstī ir 6–8 ļoti labi dažādu ainavu golfa laukumi, kas nemiņīgi paplašina ēdināšanas piedāvājumu, naktsmītnes, stāsta "Uzņēmējdarbība Igaunijā" Tūrisma padomes mārketinga konsultante Elna Priksa.

Ir arī vairākas interesantas idejas tematisko parku, it īpaši bērniem domāto, attīstīšanai.

Attīstās piedāvājums dabas tūristiem.

Igaunijā tiek ieviestas divas kvalitātes sistēmas: "Zaļā atslēdzīņa" (saņēmušas 20 naktsmītnes) un "Atbilst kvalitātei" ("Committed to Quality") (vairāk kā 30 servisa sniedzēju).

**Tūristu skaita izmaiņas valstu sadalījumā – nakšņojušo skaits, 2003. – 2007. gada janvārī – februārī**



# Ceļojumu organizēšana kļūs vēl tehnoloģiskāka

Tehnoloģiju attīstība un to "cilvēciskošana" būs ļoti svarīgs faktors nākotnes ceļotāju vajadzību apmierināšanai. Tā secināts pētījumā par aviopasažieru uzvedību pēc 10–15 gadiem "Future Traveller Tribes 2020", ko pēc "Amadeus" pasūtījuma veikusi kompānija "Henley Centre HeadlightVision" sadarbībā ar starptautiskām organizācijām.

Latvijā pētījums pieejams Latvijas Tūrisma aģentu asociācijā (ALTA), un to Latvijas Tūrisma forumā prezentēja ALTA prezidente Kitija Gitendorfa.

Pētījumā identificētas četras svarīgas ceļotāju grupas, kuru vajadzības varētu ietekmēt industriju (sk. tabulu).

To ietekmēs arī tādas vispārējās tendences kā iedzīvotāju un ceļotāju skaita pieaugums, globālā migrācija, darījumu, tūrisma un pārvadājumu globalizācija, labklājības līmeņa pieaugums, jaunu lidmašīnu izstrāde, iedzīvotāju novecošanās, jauni naudas

tērēšanas paradumi un atlaižu meklēšana, ķermeņa un veselības kults, nepieciešamība pēc individualitātes, tipveida dzīves modeļi.

Ceļotāji vēlēties vairāk komforta, drošības un personiskas attieksmes, personalizētu, modernizētu ceļojuma nodrošināšanu. Sistēmu integrācija un jaunu, "cilvēciskotu" tehnoloģiju izstrāde būs nepieciešama visos ceļojuma organizācijas līmeņos. Piemēram, pieprasītas būs tehnoloģija, kas spēj problēmu gadījumā pati pārrezervēt ceļojumu, koordinēt rīcību starp aviokompānijām un imigrācijas iestādēm pēc principa *Chip and go!*, kad ar identifikācijas kartē iestrādāta čipa palīdzību vienuviet viss tiktu pārbaudīts. Prognozējams, ka tiks radīti augsti attīstīti pašapkalpošanās kioski, kas spētu pārbaudīt identitāti, pierēģistrēt lidojumam, veikt izmaiņas lidojuma maršrutā, savukārt visa ceļojuma laikā pasažierim būs iespēja ne tikai lietot internetu, bet arī videokonferenču iekārtas.

## Ceļotāju tendences Eiropā

Arvien vairāk tūristu savus ceļojumus (transportu, naktsmītnes u.c.) plāno un organizē paši, izmantojot internetu un apejot starpniekus – tūroperatorus un ceļojumu aģentūras, kuru tirgus daļa ir samazinājusies no 98 procentiem 1997. gadā līdz 60 procentiem 2007. gadā, liecina Eiropas Komisijas dati. Šī straujā IT attīstība tūrisma pakalpojumu jomā liek vairāk domāt par personas datu aizsardzību elektroniskās rezervēšanas sistēmās un to, lai patērētājs saņemtu patiesu, nepārprotamu informāciju, tādēļ EK iesaka sertificēt tās interneta mājaslapas, kuras piedāvā elektronisku rezervēšanu un maksāšanu.

### Citas kopīgas ES valstu tūrisma tendences:

- pieaug ceļotāju un ceļojumu skaits;
- 85% eiropiešu ceļo pašu valstī un pa ES, bet pamazām pieaug tālāku ceļojumu īpatsvars. Procentuāli vairāk ārpus ES ceļo franči, spāņi (uz Āfriku), poļi, arī īri, igauņi (uz Ameriku);
- amerikāņi, pazeminoties ASV dolāra kursam arvien vairāk izvēlas ceļot uz eirozonā neietilpstošām Eiropas valstīm. Rezervācija uz Austrumeiropas valstīm šogad augusi par 55 procentiem;
- pieaug aviosatiksmes izmantošana. Lielākais autobusu ceļotāju īpatsvars ir Polijā un Čehijā;
- pieaug aktivitāšu dažādība ceļojumos (jo īpaši pašu ceļotāju izvēlētu aktivitāšu skaits);
- pieaugošas prasības kvalitātei, neraugoties uz publiskiem izteikumiem, ka visam jābūt lētākam.

## Īrija spiežas pārtikas tūrisma nišā

Izpētot Francijas, Itālijas un Austrālijas sekmes gastronomiskajā tūrismā, to attīstīt ar valsts tūrisma institūciju atbalstu sākusī arī Īrija. Gastronomiskās baudas ar saukli "Īrija, lieliska ēdienu tūrisma vieta" ir viena no tūrisma prioritātēm, kas jau nesusi pieaugušu tūristu skaitu un radījusi darbavietas, Eiropas tūrisma forumā stāstīja Īrijas restorānu asociācijas prezidente Džina Marfija. Uzsvars likts uz veselīgiem produktiem un veselīgu pagatavošanas veidu. Kā veiksmīgi piemēri minēti Galvejas austeru festivāls un Hilsburgas pils austeru festivāls.

### Ceļotāju grupas 2020. gadā

Grupa	Ceļošanas iemesli	Īpašās intereses	Tehnoloģiju vajadzības
<b>Aktīvie seniори</b> (55+)	Īsās brīvdienas atpūtai un priekam; 4–5 ceļojumi gadā.	Veselības uzlabošana, komforts, cena, ceļojuma detaļas, ekonomiskā klase, Eiropas un starpkontinentālie lidojumi, meklē un rezervē internetā vai aģentūrā atkarībā no reģiona.	Dinamiska vizualizācija (virtuāls lidostas apmeklējums), medicīnas centri lidostās.
<b>Globālās ģimenes</b> (imigranti, kas ceļo, lai satiktos ar ģimeni)	Ģimenes un draugu apciemojums brīvdienās.	Jūtīgi pret cenu; ja ceļo ar bērniem, piesaistīti īpašiem datumiem – gada beigās, brīvlaiks, Lieldienas u.c. Var veidot grupas. Tikai ekonomiskā klase, Eiropas un starpkontinentālie lidojumi bieži ar apstāšanos savienojuma punktos. Rezervē internetā vai aģentūrās atkarībā no reģiona.	Internetā bāzēti blogi un forumi par piedāvājumu. Vienkāršota ceļojumu iepirkšana kā plašpatēriņa preces. Piegādātāji varēs ceļojumu dokumentus izplatīt līdzīgi kā mobilo telefonu priekšapmaksas kartes.
<b>Dimamiskie kosmopolīti</b> (biznesa sievietes un vīrieši, 20–40)	Regulāri darījumu braucieni, iknedēļas darba braucieni iekšzemes pārlidojumi vai tuvie Eiropas lidojumi.	Svarīga cena, lidojuma ilgums, tiešie reisi, ērts lidostas novietojums, iespēja strādāt ceļojuma laikā, elastīgums. Īsajos posmos lido premium ekonomiskajā klasē, rezervācijas veic kontaktpersona.	Elastība: ierodoties lidostā, pārreģistrēties un lidot uzreiz. Nepārtraukts komunikāciju nodrošinājums lidostā un lidojuma laikā. Iespēja pasūtīt, piemēram, pārtikas preces, kuras var saņemt ielidošanas punktā.
<b>Globālie vadītāji</b> (augstākā līmeņa vadītāji, kas ceļo no/uz Brazīliju, Krieviju, Indiju, Ķīnu...)	Svarīgas starptautiskas tikšanās, kas var tikt apvienotas ar atpūtas elementiem, līdz ņemot ģimeni vai draugus.	Komforts, relaksācija, iespēja strādāt, statuss. Ceļo biznesa klasē, gari/īsie lidojumi, rezervē caur korporatīvajiem partneriem.	Personalizēti, integrēti īpašie piedāvājumi, piemēram, Bombeja – Parīze ar regulāro reisu un Parīze – Londona ar privāto lidmašīnu, ja ar regulāro nav labs savienojums. Implants un radiofrekvenču identifikatori apģērbā, lai noteiktu VIP un elitāro pasažieru atrašanos bīstamos rajonos.

## Ārvalstu ceļotāji Latvijā: 2007. gada 3. ceturksnis

2007. gada 3. ceturksnī salīdzinājumā ar 2006. gada 3. ceturksni ārvalstu viesu skaits Latvijā palielinājies par 7,2% un sasniedza 1,78 miljonus. 67% Latvijā uzturējušies mazāk nekā 24 stundas. 28% viesu bija ieradusies tranzītā (caurbraucot).

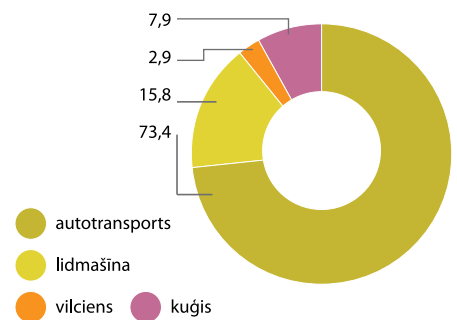
No tiem, kas Latvijā pavadīja vairāk nekā diennakti, uzturējās vidēji 4,3 diennaktis (2006. gadā – 4,5 diennaktis). 15% visu aptaujāto kā

ceļojuma iemeslu minēja draugu, radnieku apmeklēšanu, bet 10% – darījumu kārtošānu.

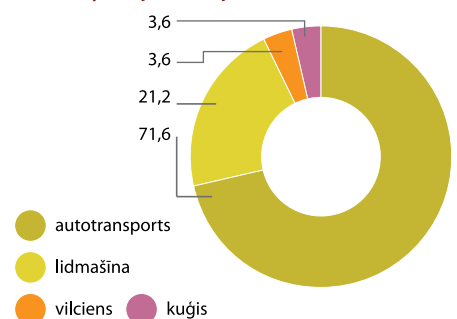
Ārvalstu viesi Latvijā iztērējuši 116,8 miljonus latu jeb par 30% vairāk nekā pērn attiecīgajā periodā. Vidēji dienā tērēti 42 lati, kas ir par 11 latiem vairāk nekā pērn.

No tiem, kuri Latvijā nakšņojuši, 67% apmetušies viesnīcās vai tām pielīdzinātās tūristu mītnēs, 16% – pie radiem, draugiem.

Ārzemju ceļotāju izmantotais transporta veids, šķērsojot Latvijas robežu (%)



Latvijas ceļotāju izmantotais transporta veids, šķērsojot Latvijas robežu (%)



### Ceļojumu raksturojošo rādītāju novērtējums (%)

Indikators	Vērtējums			
	labi	apmierinoši	slikti	grūti atbildēt
Pakalpojumu kvalitāte	64,8	30,5	2,7	2,0
Preču cenas un kvalitātes savstarpējā atbilstība	53,4	38,2	5,4	3,0
Cilvēku atsaucība	62,3	29,7	4,6	3,4
Pilsētu tīrība	66,3	27,5	3,0	3,2
Izklaides iespējas	51,9	25,0	1,7	21,4
Svešvalodu zināšanas	49,7	36,8	7,5	6,0

## Latvijas ceļotāji ārzemēs

2007. gada 3. ceturksnī Latvijas iedzīvotāji, atgriežoties no ārvalstīm, 1,06 miljonus reižu šķērsojuši valsts robežu, tas ir par 4,3% vairāk nekā pērn šajā pašā laika posmā.

Latvijas ceļotāji ārzemēs iztērējuši 145,7 miljonus latu – par 4,1 miljonu jeb 3% vairāk nekā

pērn. Latvijas iedzīvotāji ārzemēs joprojām tērē vairāk (par 28,9 miljoniem latu) nekā ārvalstu ceļotāji Latvijā. Vidēji viens Latvijas ceļotājs ārzemēs tērējis 28 latus dienā. Gadījumos, kad kā galvenais ceļojuma iemesls norādīta iepirkšanās, vidēji dienā tērēti 587 lati.

### Ārzemju ceļojumu novērtējums pa valstīm (%)

Valsts	Vērtējums				
	ļoti labs	labs	apmierinošs	slikti	ļoti slikti
Austrija	38,0	50,6	11,4	0,0	0,0
Baltkrievija	23,8	66,9	9,3	0,0	0,0
Francija	67,4	27,0	5,6	0,0	0,0
Igaunija	18,5	48,4	33,1	0,0	0,0
Krievija	45,5	37,0	15,8	1,7	0,0
Lietuva	33,3	57,0	9,1	0,6	0,0
Polija	41,3	42,3	13,9	2,5	0,0
Somija	51,0	40,8	8,2	0,0	0,0
Ukraina	35,2	33,1	31,7	0,0	0,0
Vācija	46,1	38,2	14,7	1,0	0,0
Zviedrija	53,8	28,0	17,9	0,3	0,0

## Tūrfirmu vairāk, iebraucēju - mazāk

Tūrisma firmu skaits, kas sniedz tūrisma pakalpojumus, pēdējo gadu laikā pastāvīgi audzis, bet no 2006. gada sākuma iezīmējas tendence samazināties Latvijā uzņemto ārvalstu viesu skaitam. Savukārt no Latvijas izbraukušo tūristu skaits kopš 2003. gada pastāvīgi palielinājies. Tūrisma firmu apkalpoto ceļotāju skaits Latvijas robežās pastāvīgi svārstās, liecina Centrālās statistikas pārvaldes dati.

\* Periods: Gads - pusgads

\*\* Tūrfirmu skaits, kas sniedz tūrisma pakalpojumus

\*\*\* Uzņemto viesu skaits

\*\*\*\* Izbraukušie tūristi

\*\*\*\*\* Ceļojuši Latvijas robežās

	*	**	***	****	*****
2007-1	192	98 604	229 652	29 968	*
2006-2	167	113 978	217 000	33 791	*
2006-1	177	155 667	171 453	27 732	*
2005-2	130	105 290	158 824	18 002	*
2005-1	105	52 171	114 090	14 585	*
2004-2	133	90 715	114 367	18 308	*
2004-1	122	42 892	92 041	12 308	*
2003-2	101	70 024	86 562	12 656	*
2003-1	99	38 070	62 853	15 701	*

Avots: CSP



hotel and restaurant projects  
development & management

### Viesnīcu un restorānu projektu attīstība un vadība

Kr. Valdemāra iela 33 – 18a, Rīga, LV 1010  
Tālr.: 67338830, Fakss: 67338831  
E-pasts: sandra@hospitality.lv  
www.hospitality.lv

# Latvijā pirktie ceļojumi nevar būt lētāki

Ārvalstu tūroperatori piedāvāto ceļojumu cenas salīdzinājumā ar Latvijas kompāniju piedāvātajām dažkārt ir pat vairākkārt zemākas. To, vai tās ir adekvātas un vai nepastāv kāda aizliegta vienošanās, pēc savas iniciatīvas pētījis LR Konkurences padome (KP), bet pārskatījumus nav atklājusi. Tūrfirmu speciālisti lēš, ka Latvijas tūroperatori cenas varētu samazināties, ja palielinātos konkurence čārterlidojumu nodrošinātāju un pašu tūroperatori vidū.

Tajā pašā laikā šogad ievērojami pieaudzis sūdzību skaits par ceļojumiem, tiesa, ne tik daudz par pakalpojumu cenu, cik par kvalitāti un solītā nesāņemšanu.

## Sūdzas aizvien vairāk

Pērn Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (PTAC) par tūrisma pakalpojumiem saņēma tikai 17 sūdzību, toties šogad jau 110. Liela daļa gan ir par "Royal Tour" iegādātajiem čārterlidojumiem, kas tika atcelti. Pārbaudē atklāti pārkāpumi kompānijas sastādītajos līgumos, kur bija ietverts punkts, ka operators nepieņem sūdzības par tūrisma braucieniem, kas pārdoti par īpašajām cenām, ja tas saistīts ar pazeminātu pakalpojumu servisu," stāsta PTAC pārstāve Sanita Biksiniece. Bijušas sūdzības arī par citām kompānijām, bet tur nebūšanas esot salīdzinoši niecīgākas: kādam viesnīcā gulta bijusi pārāk cieta, cits samaksājis par viesnīcu ar brokastīm un vakariņām, bet saņēmis tikai brokastis, vēl kāds noslēdzis līgumu par apmešanos piecvaigžņu viesnīcā, bet izmīnāts viesnīcā ar trim zvaigznēm.

Kopumā nevarot sacīt, ka tūrisma pakalpojumu kvalitāte būtu strauji kritusies, drīzāk cilvēki ir kļuvuši zinošāki par savām tiesībām.

S. Biksiniece neslēpj savu personisko pieredzi: jau labu laiku viņa neizmanto Latvijas tūrisma kompāniju pakalpojumus, bet priekšroku dod nesalīdzināmi lētākiem Vācijas un Anglijas operatoriem. "Nesen vēlējos doties nedēļu ilgā ceļojumā uz eksotisku salu. Latvijas operators prasīja 500 latu par braucienu vienai personai, turklāt piedāvāja atpūtu ne tajā salā, kur tieši vēlējos būt, turpretī Vācijas operators tikpat ilgu atpūtu salā piedāvāja par 400 latiem, turklāt šī summa bija par diviem cilvēkiem! Redzot šo cenu starpību, rodas bažas, ka Latvijas kompānijas vienojušās par nesamērīgi augstām cenām, taču tās ir tikai manas personiskās domas, kuru pārbaude nav PTAC kompetencē," tā Sanita Biksiniece.

## Vienošanās nav fiksētas

"KP nav konstatējusi kādu tirgus sadali, ņemot vērā teritoriju vai klientus. Izvērtēts tika sadarbības līgums starp trim Latvijas tūroperatoriem, pamatojoties uz kuru izveidots "EC-Klubs". Tā darbības pamatā ir kopīga kataloga, rezervēšanas sistēmas izveide, grupu komplektācija. Šāda sadarbība starp tūroperatoriem, kuri organizē eksotiskos ceļojumus, tika izveidota, izvērtējot Eiropas un pasaules praksi, piemēram, tūroperators T.U.I. Vācijā izveidojis kopīgu katalogu ar skandināvu firmu "Tjäreborg". Sadarbības līgums noslēgts starp konkurentiem – katrs tūroperators pārdod savu un "EC-Kluba" biedru organizētos eksotiskos ceļojumus. Secinājām, ka katrs tūroperators ir patstāvīgi izvēlējis konkrētu ceļojuma maršrutu, aprēķinājis tā izmaksas un ievietojis šo konkrēto ceļojumu rezervēšanas sistēmā, un aizdomas par aizliegtu vienošanos neapstiprinājās," stāsta KP pārstāvis Māris Gorbunovs. Viņš apstiprina, ka šīs pārbaudes laikā tika vērtēta arī tūrisma operatoru pakalpojumu cenu veidošanās, taču arī te pārkāpumu neesot bijis.

## Cena objektīva

Slēptu vienošanos eksistenci vai nepamatotu cenu veidošanu tūrisma kategoriski noraida tūrisma aģentūru tīkla "Juniversal" viceprezidente Tatjana Ladigina, kas nozarē darbojas jau 17 gadus. Viņa uzsver, ka tūrisma biznesā pastāv konkurence, taču tā neesot nedz īpaši nežēlīgāka, nedz arī maigāka kā citās jomās, turklāt pakalpojuma cenu veido objektīvi faktori, kas neļauj tai būt zemākai kā ārzemju kompānijām. "Tūroperators ir tikai starpnieks. Mūsu cena veidojas no tālāko pakalpojumu sniedzēju – čārteru lidsabiedrību, viesnīcu, tūrisma autobusu iznomātāju un citu piedāvātājiem cenām. Lielās Eiropas kompānijas saviem pārlidojumiem izmanto trīssimtvietīgas lidmašīnas, kurpretī mums pieejamas lidmašīnas ar, lielākais, 170 vietām. Jo lielāka lidmašīna, jo lētākas izmaksas uz vienu cilvēku – tas ir objektīvs apstāklis, ko nevaram apiet. Tāpat lielās kompānijas rezervē daudz vairāk vietu viesnīcās un tāpēc saņem izdevīgāku cenu nekā mazie operatori," skaidro T. Ladigina. Netrūkstot cilvēku, kas cenas dēļ izvēlas savus ceļojumus organizēt paši, taču tas biznesu neapdraud: "Ir mums tādi klienti, kas izmēģinājuši ceļot uz savu roku, ar lielajiem Eiropas operatoriem, taču daudzi pēc viena šāda brauciena atgriežas pie mums. Viņiem ir svarīgs serviss un pakalpojuma drošība, ko mēs uzņemamies pilnā mērā."

## "Novatours" pārdots "Enterprise Investors"

Viens no lielākajiem Baltijas tūrisma operatoriem "Novatours" pārdots Varšavā bāzētajai investīciju kompānijai "Enterprise Investors" - viens no lielākajiem privātkapitāla fondu pārvaldītājiem Centrālajā un Austrumeiropā. Tas iegādājies "Novatours" mātes uzņēmuma "Novaturas Group" kontrolpaketi par 40 miljoniem eiro.

Tiek solīts, ka īpašnieku maiņa ļaus Latvijā pazemināt ceļojumu izmaksas.

"Novaturas" var kļūt par lielisku apvienošanās platformu tūroperatori nozarē Centrālajā Eiropā un Austrumeiropā un mēs aktīvi vēlamies īstenot attīstības plānu kopā ar uzņēmuma vadību," teicis "Enterprise Investors" partneris Sebastians Krols.

"Novaturas" dibinātāji – vadošās Lietuvas ceļojumu aģentūras "Delta-Interservis", "Saitas", "Baltic Clipper", "West Express" un "Baltic Travel Service" atbalsta lēmumu par ieguldītāja piesaistīšanu, lai stiprinātu tirgus līdera lomu.

## "Tez Tour" sola ieguldīt miljonus latu

Tūrisma operators "Tez Tour", kas darbojas arī Latvijā, nākamgad pakalpojumu attīstībā sola ieguldīt miljonus latu. Tā kā klientu skaits strauji palielinās, nākamgad iecerēts piedāvāt vairāk jaunu ceļojumu un pakalpojumu. "Tez Tour" pakalpojumus šā gada pirmajos desmit mēnešos izmantoja 56 000 cilvēku – kas ir par 47% vairāk salīdzinājumā ar periodu pērn.

## "Via Rīga" mainījusi nosaukumu

Nosaukumu, interneta mājaslapas adresi mainījusi tūrisma aģentūra "Via Rīga", kas ir Somijas lielākās darījumu tūrisma grupas "Kaleva Travel Oy" uzņēmums Latvijā. Turpmāk "Vai Rīga" savus pakalpojumus piedāvās ar "Kaleva Travel" zīmolu.

## Jāpalielina konkurence

Savukārt ilggadējais "Novatours" mārketinga direktors Baltijas valstīs Ķestutis Ļutkus uzsver: apzinoties savu nespēju konkurēt ar lielajiem Eiropas tūroperatoriem, vadošās Latvijas tūrisma kompānijas jau tagad ar tiem ir noslēgušas sadarbības līgumus, tādējādi spējot arī saviem klientiem nodrošināt lētākus ceļojumus. Situāciju Latvijā būtiski varētu ietekmēt jaunu čārterlidojumu nodrošinātāju parādīšanās. "Šobrīd Latvijā šādus lidojumus nodrošina tikai divas kompānijas. Protams, nepietiekamās konkurences apstākļos tās savas cenas var turēt diezgan augstas, kas rezultātā ietekmē arī ceļotāju," teic Ķ. Ļutkus un piebilstot, ka arī vēl viena nopietna tūroperatori parādīšanās Latvijā ceļotājiem nāktu tikai par labu.

Zane Auziņa, NRA

## Iesaka zīmolēt Rīgu, Latvijas Institūts gatavos stratēģiju

Pārāk zemā Latvijas popularitāte ārvalstīs neļauj izveidot valsti par pasaulē atzītu zīmolu, tādēļ Latvijas zīmolvēdības stratēģijā jākoncentrējas uz Rīgu, kas ir daudz atpazīstamāka.

To secinājis Latvijas Institūta (LI) nolīgtais britu zīmolvēdības konsultants Saimons Anholts. "Rīga kā jaunā ziemeļu zvaigzne apvienojumā ar dabā iekļāvušos Latviju rada jaunu Skandināvijas valsti un nepārprotami – latvisku Skandināviju," – ainu uzbūris Anholts.

Saskaņā ar Anholta teikto šāds Latvijas tēls esot viens no sliktākajiem pasaulē, "pārliecinoši negatīvs", kas lielā mērā esot padomju vēstures rezultāts. Rīgas zīmols esot "vāji pozitīvs". Veidot pilsētu tēlu esot arī daudz vienkāršāk – pilsētas ir mazākas un vienkāršākas kā valstis, tās nenes tik lielu politisko, sociālo un vēsturisko slodzi, tās vieglāk popularizēt kā tūrisma galamērķi, jo labāk atbilst mūsdienu patērētāju darba un atpūtas ceļojumu modelim. Centieni strauji uzlabot valsts ārējo tēlu drīz atduros pret neatrisinātām problēmām realitātē, Rīga šajā ziņā esot mazāk problemātiska.

Anholts iesaka 17 jomas, kam jāpievērš uzmanība Rīgas zīmolvēšanā: uzticams finanšu centrs, ekoloģijas profils, aktīvas radošās nozares, moderna un kvalitatīva kultūra, kosmopolītiskas un starptautiskas iezīmes, pasaules līmeņa viesnīcas, bāri, klubi un restorāni, pasaules līmeņa iepirkšanās, infrastruktūra, transports, sakari, tiesiskums un kārtība, drošība, pieklājība, zems korupcijas līmenis.

Rīgai ir spēcīgāka vizuālā identitāte kā Latvijai. "Pļavas, bērzu birzis un skujkoku meži, smilšu pludmales un pelēkas debesis var būt gandrīz jebkur Ziemeļu puslodē. Bet Rīga var būt tikai viena vieta pasaulē."

Pārējās Latvijas daļas tēlu nevajadzētu intensīvi veicināt, bet uzskatīt tās par zaļo "enerģijas avotu". Laukus nevajadzētu aizmirst galvenokārt tādēļ, ka tie latviešu, arī rīdzinieku, apziņā ieņem svarīgu vietu. Laukos Anholts iesaka attīstīt zemas intensitātes ekotūrismu.

Rīga par šiem secinājumiem, protams, berzē rokas un pauz gatavību iesaistīties zīmolvēšanā.

Anholta pētījums palīdzēs izstrādāt jauno valsts zīmolvēdības stratēģiju, ko LI plāno iesniegt valdībai līdz 2008. gada martam. Līdz tam speciālisti vēl var paust viedokļus.

Šogad darbam pie zīmolvēdības stratēģijas, LI bija atvēlēti 150 000 latu, kas lielākoties, tērēti Anholta pētījumam, kā arī "Latvijas Faktu" aptaujām.

## Arī Ukraina maldās tēla meklējumos

Līdzīgi kā Latvijā, arī Ukrainā notiek diskusijas par tēla veidošanu – tiek rīkotas vairākas konferences, diskusijas, pieaicināti Eiropas eksperti, viņu vidū arī sabiedrisko attiecību speciālists Kristians Rozenvalds no Latvijas.

Ukrainas Ārlietu ministrija izveidojusi speciālu darba grupu ar dažādu nozaru ekspertiem, lai domātu par to, kā valsts tēla veidošanā izmantot 2012. gadā Ukrainā notiekošo Eiropas čempionātu futbolā, līdzīgi kā to celtās darīt Latvija NATO samita un pasaules hokeja čempionāta laikā Rīgā.

Novembrī, uzstājoties PR konferencē Kijevā, K. Rozenvalds norādīja, ka Ukraina grasās atkārtot tās paša kļūdas, ko savulaik pieļāva Latvija: tā vietā lai spriestu par to, KO reklamēt, tiek spriests par to, KĀ reklamēt. Tas, iespējams, esot tāpēc, ka pārprasta mārketinga būtība – mārketingu nenoziņē tikai reklāmas veidošanu, skrejlapu drukāšanu un piedalīšanos izstādēs, bet tā arī vadības funkcija, kuras galvenais uzdevums ir vispirms identificēt produktu, kuru reklamēt, auditoriju, kurai to varēs pārdot, uzsvēra Rozenvalds.



*Biznesa vadības koledžas Sabiedrisko attiecību un reklāmas studiju programmas direktors Kristians Rozenvalds kā uzaicinātais eksperts ar Ukrainas kolēģiem dalījās valsts tēla veidošanas pieredzē, tai skaitā izvērtējot Latvijas kļūdas un sasniegumus*

## Vairāk dabas un informācijas internetā

Tūrisma attīstībā Latvijā svarīgi nepieļaut tās kļūdas, kādas pieļautas citās Eiropas valstīs, jo īpaši jautājumos, kas saistīti ar neskartās dabas saglabāšanu, uzskata prakticante Ada Kolsmana no Vācijas, kas šovasar praktizējusies Kokneses TIC un iepazinusi virkni tūrisma objektu Latvijā.

Skaistā daba, viņasprāt, ir īpaša vērtība, ko Latvija var piedāvāt ceļotājiem. Ja šobrīd vairums ārzemju tūristu paliek lielākajās viesnīcās galvenokārt Rīgā un dodas vienas dienas ekskursijās uz laukiem, tad tas nav tāpēc, ka viņi tā vēlētos, bet tādēļ, ka viņi ir pieraduši iegūt detalizētu un ticamu informāciju, jo īpaši internetā. Tāda tā lielākoties ir tikai par lielajām viesnīcām un

ceļojumu operatoriem. Citus piedāvājumus ārzemnieki neizskatīs, jo viņš nezvanīs pakalpojuma sniedzējam valodas barjeras dēļ.

Ārvalstu viesus atbaida arī norāde "cena pēc vienošanās" – tas rada iespaidu, ka cenas tiek noteiktas subjektīvi, pēc pakalpojuma sniedzēja garastāvokļa un viņa pieņēmuma par viesu finansiālo stāvokli. Informāciju pa cenām vajadzētu uzrādīt pēc iespējas detalizētāk, iesaka vācu praktikante, kas pēc atgriešanās dzimtenē cer nodibināt savu uzņēmumu un sadarboties ar Zemgales reģionu, pārdodot vācu tūristiem ceļojumus uz Latviju – Zemgales tūrisma konferences informatīvajā izdevumā atstāsta Kokneses TIC direktore Daina Liepiņa.



# Tūrisms

## BEZMAKSAS

Lai saņemtu žurnālu "Tūrisms" bez maksas arī 2008. gadā, jānosūta šāda informācija:

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

e-pasts: turisms@corpmedia.lv, Adrese: Emburgas iela 9, Jelgava, LV-3002

Žurnālu "Tūrisms" piegādā Latvijas Pasts.  
2008.gadā žurnāls "Tūrisms" iznāks jau 6 x gadā:  
februārī, aprīlī, jūnijā, augustā, oktobrī, decembrī.  
Esošie abonenti netiks automatiski pagarināti.

## Ārvalstu viesi uzteic un kritizē

Saglabāt autentisko, veidot agresīvāku marketingu, uzlabot attieksmi pret klientiem – tie ir galvenie 26 valstu tūrisma speciālistu ieteikumi, kas pausti starptautiskajā konferencē, pieredzes apmaiņā "Ilgtspējīgu tūristu galamērķu attīstība".

### Muzejiem jānācās, restorānus novērtē

Pasākuma laikā iegūti dati, kas liecina par Latvijas tūrisma piedāvājuma vērtējumu ārvalstu viesu acīs. Pasākuma dalībnieki kā "slepenie klienti" apmeklēja 17 populārus objektus Rīgā un no klientu apkalpošanas viedokļa izvērtēja tos saskaņā ar Skotijā izmantoto metodiku. Kā izcili tika novērtēti 5,9% objektu, kā labi – 47%, vidēji – 23%, slikti – 11,8%, ļoti slikti – 11,8%. Zemāk vērtēti muzeji un vairāki populārāko Latvijas preču zīmju veikali, visaugstāk – restorāni. Augstākais vērtējums saņemts par objektu ārējo un iekšējo noformējumu, tīrību, kārtību, profesionālo tēlu, personāla apģērbu, ēdināšanas uzņēmumos arī par ēdienu, dzērienu kvalitāti un personāla pozitīvu attieksmi un komunikāciju ar klientiem. Citviet viesi par personāla attieksmi izteikušies kritiski, viszemāk vērtēti arī personāla acu kontakts un smaids, klientam ienākot, draudzīga izturēšanās visa apmeklējuma laikā, sniegtā informācija par citiem pakalpojumiem. Ja pēdējais raksturīgs arī citās valstīs, tad netaisnā attieksme atzīmēta kā Latvijai

raksturīga ne tikai šī ekspresspētījuma, bet arī visas vizītes laikā, turklāt vairākkārt.

### Daudz darāmā

SWOT analizē kā Latvijas un Rīgas tūrisma produktu stiprās puses minētas mazpārveidotā vide, bagāts kultūras mantojums, laba sasniedzamība un infrastruktūra, galvaspilsētas tuvums transporta mezgliem, kompakts pilsētas centrs, radoša pieeja uzņēmējdarbībā, produktu un pakalpojumu autentiskums, kvalitātei adekvātas cenas, nozarē strādājošo profesionalitāte un svešvalodu zināšanas, tīra, droša vide gan Rīgā, gan ārpus tās, kvalitatīvi infomateriāli, valsts atbalsts tūrisma nozarei, sadarbība starp Baltijas valstīm vienota tūrisma reģiona kontekstā. Kā uzlabojamās jomas un iespējas attīstībai minētas atpazīstama pozitīva galvaspilsēta, Rīgas tēla trūkums, Latvijas unikalitātes identifikācija, nesamērīgi lielais Rīgas īpatsvars, vecākās paaudzes cilvēku pozitīvas attieksmes nepietiekamība pret klientiem, adekvāta vēstures un interešu objektu interpretācija, pieejamība cilvēkiem ar īpašām vajadzībām, sezonālitate, attieksmes pret klientiem uzlabošana un būtiski uzlabojumi pakalpojumu kvalitātes jomā, ētikas kodeksa izstrāde pakalpojumu sniedzējiem, aktīvāka mārketinga stratēģija, pamanāma, labi koordinēta tūrisma informācijas sistēma.

**Daina Vinklere,**

LATTŪRINFO valdes priekšsēdētāja

## Atsauksmes par žurnālu "Tūrisms"

**Astrīda Trupovniece,**  
*ALTA izpilddirektore*

Žurnāls ir nepieciešams, tas ir labs, vienīgi tā periodiskums ir tāds, ka tad, kad tas ir iznācis, vairākas ziņas jau zaudējušas aktualitāti. Tāpēc vēl padziļinātāk vajadzētu atspoguļot fundamentālas problēmas, likumdošanas u.tml. jautājumus.

Ar žurnāla palīdzību varētu mēģināt aktivizēt arī nozares pārstāvjus informatīvajā vidē un gribētu, lai arī viņi paši aktīvāk piedalītos satura veidošanā.

**Artis Gustovskis,**  
*Kurzemes TIC direktors*

Žurnāls ir ļoti vajadzīgs, to vērtēju ļoti pozitīvi. Tas ir vienīgais, kas dod kopainu par nozarē notiekošo, tajā ir gan tūrisma profesionāļu, gan arī amatieru viedokļi, tēmas gan pilsētniekiem, gan lauku uzņēmējiem. Man ļoti patīk un es ļoti lūgtu to izdot un atstāt arī turpmāk. Man kā reģionu pārstāvim gribētos vairāk informācijas par reģioniem, bet pēdējā laikā tā ir parādījusies. Vajag būt atspoguļotai kā Rīgai, tā reģioniem, un pēdējais žurnāla numurs bija labs šāda balansa piemērs. Manuprāt, tas sasniedzis ideālu pilnību, ir krāsains, strukturēts, saturiski izvērtēts, profesionāls, atraktīvs. Izlasu to no sākuma līdz beigām, mani interesē ikviens materiāls.

**Zinaīda Melbārde,**  
*Biznesa augstskolas "Turība"*

Starptautiskā tūrisma fakultātes dekāne

Profesionālais tūrisma žurnāls ir ļoti vajadzīgs, tostarp tāpēc, lai apspriestu lietas, kas nav jāzina lielos forumos. Jo konkrētākas lietas jāizrunā, jo specifiskāka saruna, tāpēc arī žurnālā varētu nodalīt tēmas pa asociācijām, piemēram, gidu, ALTA, LVRA. Tad arī vieni nozares pārstāvji vairāk uzzinātu par citiem. Arī sadaļai par izglītību jābūt, jo ir tēmas, par ko runāt. Nopietnai nozarei ir vajadzīgs savs medijs.

**Asnāte Ziemeļe,**  
*asociācijas "Lauku ceļotājs" prezidente*

Gan es, gan manas kolēģes domājam, ka žurnāls ir labs, un tas ir faktiski vienīgais profesionālais žurnāls, kas runā par specifiskām lietām, kas notiek industrijā.

Vairāk varētu būt informācijas par tendencēm atsevišķos sektoros: viesnīcu sektorā, lauku tūrisma, izejošā, ienākošā tūrisma u.c. Interesētu arī materiāli par to, kā strādā starptautiskās tūrisma organizācijas.

Vēl svētīgi būtu par žurnāla iznākšanu tūlīt elektroniski paziņot lasītājiem vai pat to elektroniski nosūtīt. Nemaz nezinaju, ka tas ir pieejams internetā.

## Viedokļi

### Edvīns Buka

*Viesnīcu un restorānu centra direktors*

Baltijas – Ziemeļvalstu kvalitātes sistēma ir labs mārketinga instruments un Eiropā jau labi pazīstams zīmols, kas garantē augstu tūrisma pakalpojumu kvalitāti.

Ziemeļvalstu reģions mums ir tuvākais gan ģeogrāfiski, gan mentāli. Tā kā Pasaules Tūrisma organizācijas klasifikācijā Baltijas valstis joprojām ietvertas vienā reģionā ar bijušajām NVS valstīm, ir svarīgi, lai mūs asociē nevis ar šo reģionu, bet gan ar Ziemeļvalstīm, kur ir augsta kvalitāte.

Ļoti pozitīvi šo sistēmu jau ir novērtējuši tūroperatori, bet viesnīcas to uzskata par mārketinga instrumentu starptautiskā līmenī. Nākotnē ir paredzēts veidot kopēju interneta mājaslapu ar klasificēto Baltijas – Ziemeļvalstu viesnīcu sarakstu.

### Asnāte Ziemeļe

*Asociācijas "Lauku ceļotājs" prezidente*

Ja valsts sagrabinātu naudu un lauku viesu namus sertificētu par velti, es būtu ar abām rokām par, kaut vai tāpēc, ka bez mārketinga tam ir arī izglītojoša funkcija. Bet uzlabot valsts standartu un birokrātisko atbilstības novērtēšanas procedūru veirs neceru. Mūsu "taurenišu" sistēmu izstrādājam divus gadus piecu Eiropas valstu salīdzinājumā, tā ņemta par pamatu Eiropas Lauku tūrisma asociāciju federācijas kvalitātes sistēmai, bet Latvijā par to intereses nav. Ja "LC" lauku mājas sertifikācijā nav pielicis roku, tad neticu, ka tā var būt šodienai un Latvijai atbilstoša.

Sertificēšanai vajadzētu būt TAVA pārziņā un bezmaksas.

### Olga Slaugotne

*Tūrisma kvalitātes institūta valdes priekšsēdētāja*

Mūsu valsts standarts, kura izstrādē esmu piedalījies, pilnībā atbilst Eiropas standartam, kritēriji nav sarežģīti, tie tik bieži nemainās arī Eiropā. Process nav sarežģīts un garš, taču naktsmītnes nealkst sertifikāta, jo var strādāt arī bez tā. Lauku mājas vairāk jāinformē par sertifikācijas priekšrocībām un procesu, arī cenu, kas brīvdienu mājām atkarībā no kategorijas ir tikai 30–60 latu.

Par Baltijas – Ziemeļvalstu sistēmu. Tas ir mārketinga paņēmieni. Prioritāte Latvijā ir Latvijas standartiem. Pateicoties mūsu ienākšanai tirgū, arī VRC kļuvis aktīvāks. Bet no tā ieguvēji būs visi – uzņēmēji, patērētāji, jo par kvalitāti runās un domās arvien vairāk.

## Naktsmītnu kvalitātes sistēma vai haoss?

Lai gan Latvijā pastāv valsts standarts visu tipu tūristu mītnēm, paralēli tam tiek veidotas vairākas citas kvalitātes sistēmas.

Vienlaikus Eiropa cenšas harmonizēt dažādās valstīs pastāvošās kvalitātes sistēmas, tuvināt minimālās prasības, saglabājot reģionālās īpatnības un kvalitātes simbolus. Latvijas valsts standarts nav zemāks par Eiropas vidējo, tajā pašā laikā netrūkst tā kritizētāju. Cits jautājums ir – vai neskaitāmās kvalitātes sistēmas Latvijā un citviet Eiropā skaidrības vietā neviēš klientā vēl lielāku apjukumu?

### Brīvprātīgs process

Tūristu mītnu un informācijas sniedzēju atbilstības novērtēšana Latvijā ir brīvprātīga. Tiesa, arvien izplatītāka kļūst tendence atsevišķos Eiropas un Latvijas dokumentos iestrādāt kādas priekšrocības sertificētajām naktsmītnēm.

1999. gadā radīti valsts standarti viesnīcām, viesu mājām, moteļiem, 2000. gadā – lauku tūrisma mājām, kempingiem un jaunatnes tūrisma mītnēm, 2001. gadā – tūrisma informācijas sniedzējiem. 2003. gadā tie palaboti. Tās iestādes, kuras drīkst veikt sertifikāciju, akreditē Latvijas nacionālais akreditācijas birojs. Sertifikāciju veic 1999. gadā izveidotais un Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas (LVRA) dibinātais Viesnīcu un restorānu centrs (VRC), kuru vada Edvīna Buka, un Olgas Slaugotnes vadītais Tūrisma kvalitātes institūts, kurš sertificēt sāka tikai šā gada jūlijā.

Standartā prasības viesnīcām ir sadalītas piecās kategorijās, kas apzīmētas ar zvaigznēm, viesu mājas un moteļi – četrās kategorijās, kempingi un jaunatnes tūrisma mītnes – trijās kategorijās, kuras apzīmē ar romiešu cipariem, bet tūrisma informācijas sniedzēji tiek iedalīti tūrisma informācijas punktos, centros un birojos.

Jauns Baltijas – Ziemeļvalstu standarts

Aktīvāk sertificējas viesnīcas, bet konstatēti arī gadījumi, kad viesnīcas reklāmās min zvaigžņu skaitu, lai gan sertifikācija, kas tās piešķir, nav izieta.

Paralēli valsts standartam VRC šā gada februārī ieviesis Baltijas – Ziemeļvalstu vienoto klasifikācijas sistēmu. Tas nozīmē, ka minimālo kritēriju skaits 1–5 zvaigžņu viesnīcām ir vienāds Igaunijā, Latvijā, Lietuvā, Dānijā, Zviedrijā, Islandē, un šis standarts tiks ieviests arī Somijas Ālandu salās. Līdz novembra beigām jauno kvalitātes zīmi Latvijā ieguvušas vairāk nekā 50 naktsmītnes.

Tā kā mūsu standarti esot par puspakāpi augstāki, viesnīcām īpašas aktivitātes, lai saņemtu jaunās sistēmas simbolu – "H" zīmi, nav jāveic. Nosacījumi ir divi: viesnīcai jābūt LVRA biedram un sertifikācija jāveic Viesnīcu un restorānu centram.

Sistēmas ietvaros dalībvalstis saglabā savus nacionālos standartus, kā arī, savstarpēji vienojoties, var ieviest pārmaiņas viesnīcu tipoloģijā. Veicot izmaiņas Latvijas viesnīcu valsts standartā, varēs starptautiski klasificēt, piemēram, brokastu (garni) viesnīcas bez restorāna, kā arī cita apakštipa viesnīcas, informē LVRA izpildītore Santa Graikste.

Eiroparlamenta Tūrisma un transporta komitejas deputāts Aldis Kušķis Baltijas – Ziemeļvalstu standarta ieviešanu vērtē kā soli pareizajā virzienā, bet par valsts standartu teic, ka tas "ir burvīgs no birokrātiskā viedokļa ar daudzām pozīcijām".

### Viesu nami nogaidoši

Lauku viesu nami nesteidz novērtēt savu atbilstību valsts standartam. "Lauku ceļotāja" kategorijas – "taurenīši" – ir piešķirti tikai trešdaļai viesu namu un kotedžu. "LC" prezidente Asnāte Ziemeļe domā, ka vairums viesu namu, izņemot lielākos, kuriem ir svarīga atpazīstamība ārvalstīs, ne par kādu sertifikāciju neinteresēsies, jo tā maksā naudu. "LC" veiktās aptaujas rāda: Latvijas patērētājs kvalitātes zīmes nevērtē augstu.

Vienots prasību minimums lauku viesu mājām tiek gatavots Eiropas līmenī, un to ietvaros katra valsts varēs izstrādāt arī pati savu sistēmu. "Vienota emblēma būtu laba lieta, ja tā būtu par brīvu. Pieņem, ka naudu varētu meklēt Eiropas projektos."

"LC" savulaik ieviesis arī vides kvalitātes zīmi "Zaļais sertifikāts", kura piešķiršanu pārņēma Vides ministrija. Tas tiek piešķirts tikai Latvijas lauku viesu mājām. Līdzīgi sertifikāti ir arī citās valstīs. Ministrijas komisija ir piešķirusi 13 sertifikātus. Jautāta, kāpēc jāveido vēl viens ekozīmols, nevis tiek izmantota Eiropas zaļā puķīte, ministrijas speciāliste Inga Belasova teic, ka tai ir stingrāki kritēriji, un mūsu "Zaļais sertifikāts" varētu kalpot kā pirmais solis ceļā uz Eiropas zaļo puķīti.

"Zaļajam sertifikātam" interesenti piesakās paši, un tas ir bezmaksas. Līdzīgu "zaļo" sertifikātu iecerēts izstrādāt arī viesnīcām.

Par kempingu, hosteļu, TIC sertifikāciju – nākamajā numurā.

Baiba Lulle, NRA

# Pilsētu tūrisms Vācijā uz viļņa

Pretēji Eiropas Savienības centieniem pastiprināti balstīt ekotūrisma un lauku tūrisma Vācijas tūrisma birojs (VTB) akcentē strauji augošo pilsētu tūrisma. Par to, kā notiek pilsētu mārketinga un kā strādā to tūrisma informācijas centri (TIC), "Tūrisms" iztaujāja Trīres un Brēmenes TIC speciālistus.

## "Ryanair" ienākšanas efekts

Brēmenes TIC mārketinga speciāliste Maika Lukasa pilsētu tūrisma straujo izaugsmi, kas vērojama arī Brēmenē, skaidro ar to, ka viena gara ceļojuma vietā cilvēki biežāk izvēlas vairākus neilgus ceļojumus un nedēļas nogales braucienus 400 000 viesu, kas nakšņo pie draugiem un paziņām), bet dienas tūristu skaits lēšams uz 42 miljoniem. Šogad šie cipari būšot vismaz par 2,5% lielāki. Ārvalstu tūristu īpatsvars, kas pērn bija 13%, pieaug galvenokārt pateicoties aprīlī ienākušajam "Ryanair". Tas uz pilsētu atvedis īpaši daudz somu, itāļu, kā arī citu valstu tūristus, tostarp arī no Latvijas.

Līdz šim ārvalstu mārketingam Brēmenes TIC tērēja 50 000 eiro, bet 2007. gadā – jau 560 000 eiro, kas piešķirti jauno tirgu apgūšanai, veidojot 1,56 miljonus eiro lielu kopējo mārketinga budžetu.

Ieguldītāis atmaksājas: kopumā tūristi pērn pilsētā atstājuši 1,4 miljardus eiro.

Labā dzelzceļa infrastruktūra nodrošina to, ka 46,5% tūristu iebrauc ar vilcienu. Tā ir priekšrocība nākotnē, jo tiek lēsts, ka augošo degvielas cenu dēļ pēc 10 gadiem lidojumu skaits samazināsies.

## Vairāki partneri

Ārvalstu mārketingā nozīmīgākais partneris ir VTB. Profesionāla padomdevēja un statistikas nodrošinātāja funkcijas veic Vācijas tūrisma savienība. Āzijā daudz tiek strādāts kopā ar "Vācijas pasaku ielu" (tā ir savienība, kurā apvienojušās 45 pilsētas, kas saistītas ar brāļu Grimmu pasaku vietām), Austrijā un Šveicē – ar Vācijas piekrasti savienību. Tā kā 70% visu nakšņojumu attiecas uz darījumu tūristiem, cieša sadarbība ir ar Vācijas kongresu biroju. Savukārt visas Vācijas pilsētas, kurās atrodas UNESCO Pasaules mantojuma sarakstā iekļautie objekti (Brēmenē – rātsnams un Rolanda statuja), apvienojušās apvienībā, kas arī veido kopīgu mārketingu. "UNESCO ir svarīgs mārketinga motīvs, ko aktīvi izmantojam," teic Lukasa.

Šis motīvs nav vienīgais. Brēmenē tiek reklamēta arī kā zinātnes, piedzīvojumu, ūdeņu, rododendru, Hanzas pilsēta u.c.

Jautāta, vai šīs daudzās sejas neapgrūtina zīmolvēdiņu, Lukasa atzīst: "Par to diskutējam jau ilgi, bet pilsētā ar tik daudziem atšķirīgiem atribūtiem ir grūti koncentrēties uz ko vienu. Pašlaik mēģinām akcentēt Brēmenes muzikantus un četras tēmas – vēsturiskā, ūdens, inovācijas un aktivitātes –, kuru ietvaros veidojam piedāvājumu."

Mārketingā dominē klasiskie instrumenti: e-pasti ar jaunumiem, viesnīcu un kompleksajiem piedāvājumiem, pasākumiem, kas tiek nosūtīti vairāk kā 3000 reģistrētajiem klientiem, organizētas žurnālistu vizītes. Informācijas pieprasījums būtiski pieaug pēc reklāmas publicēšanas avīzēs.

Internetā 14 valodās izvietotais piedāvājums klasificēts dažādām mērķauditorijām, ir arī komercpiedāvājumi. Kā izdevušos akciju Lukasa vērtē četru komisku filmu radīšanu, kurās pilsēta un notikumi aplūkoti caur slaveno Brēmenes muzikantu prizmu. Filmiņas caur internetu ātri izplatījās virtuālajā vidē visā pasaulē.

TIC ir 13 nodaļas, tostarp pašu produktu nodaļa. Tās 75 gidī organizē 30 dažādas ekskursijas, piedāvā viesnīcu rezervāciju online režīmā un vairāk nekā 50 tūrisma paketes; darbojas arī kongresu un pasākumu nodaļa, servisa centrs, kas atbild uz vairāk nekā 15 miljoniem interneta informācijas pieprasījumu.

Lai gan lielāko daļu ieņēmumu TIC nopelna pats, kontrolpakete – 51% – pieder valstij, bet 49% – privātuzņēmējiem, gastronomijas uzņēmumiem, veikaliem.

## Trīrē cita subordinācija

Atšķirībā no Brēmenes, kas ir brīvpilsēta Vācijas federālās zemes statusā, Trīre ir viena no Reinzemes-Pfalcas pilsētām, kas tūrisma struktūrā iekļaujas vienā no federālās zemes septiņiem tūrisma reģioniem. Arī Trīres mārketinga speciāliste Patrīcija Elendta teic, ka "Trīre Reinzemes-Pfalcas tūrisma aģentūrā, kas savukārt cieši saistīta ar VTB, ir ļoti labās pozīcijās, jo federālā zeme ir ļoti ieinteresēta pilsētu tūrismā".

Arī Vācijas vecākās pilsētas Trīres TIC lielāko budžeta daļu nopelna pats.

TIC biedri ir tūrisma pakalpojumu sniedzēji pilsētā un reģionā, sākot no vīna darītāvēm līdz kuģniecības kompānijām, kopumā to ir vairāk kā 5000. Pamata biedru nauda ir 30 eiro plus koeficients par atbilstošu gultasvietu vai krēslu skaitu.

Kopējais TIC budžets – vidēji 600 000–800 000 eiro gadā. "Tas nav īpaši daudz, bet esam iemācījušies daudzus projektus realizēt kopā ar mūsu pakalpojumu sniedzējiem, un dažkārt vajag nevis daudz naudas, bet idejas."



Lai gan Brēmenei tūristiem ir daudz ko piedāvāt, tieši pasakas tēli – Brēmenes muzikanti kļuvuši par pilsētas simbolu, ir pārdotākais suvenīrs un Āzijas tūristu galvenais pievilinātājs

## Nākotne pieder individuālajiem ceļojumiem

Trīres TIC ir labs ceļojumu sagatavotāju tēls, turklāt individuālās programmas sastādīšana ir bezmaksas. Internetā novērtēta ir tā dēvētā ķieģelišu sistēma, kad katrs var izveidot savu programmu no atsevišķiem gataviem produktiņiem. Pēc Elendtas domām, tieši šī pamata radīšana individuālo maršrutu veidošanai būs ceļojumu konsultantu nākotne. "Cilvēki vairs negrib būt atkarīgi no stingras grupas programmas, vairs nav šīs klasiskās paketes ar nakšņošanu, ekskursiju pa pilsētu, mazu braucienu ar kuģīti un vīna degustāciju, bet papildus ir jābūt piedzīvojuma faktoram. Niša ir arī augstvērtīgiem produktiem, moderniem kultūras pasākumiem, kas gan nekad nebūs masu produkts. Bet, ja klēpī ieliek gatavu augstvērtīgu kultūras piedāvājumu, interese ir liela."

Nakšņojumu skaits Trīrē pieaug par 2–5% pieaug jau desmit gadus, pērn bija 749 000 nakšņojumu naktsmītnēs ar vismaz deviņām gultasvietām. Pārēji istabu piedāvātāji, kādu Trīrē ir daudz, netiek skaitīti.

70% tūristu ir no Vācijas, un 30% – no citām valstīm. Tas ir salīdzinoši vairāk nekā citviet, un par to ir jāpateicas ievērojamam vēsturiskajam mantojumam (Trīrē vien ir septiņi UNESCO Mantojuma objekti). Visvairāk ārzemju tūristu ierodas no Holandes (vairāk nekā 60 000), Ķīnas (nepilni 40 000), tad seko beļģi, briti, itāļi, amerikāņi, japāņi. No Baltijas valstīm pagaidām tūristu nav daudz, bet pēdējos gados arī viņu skaits, pateicoties VTB aktivitātēm, pieaug.

Liela daļa Vācijas pilsētu iekārotākie tūrisma tirgi ir Skandināvija, Lielbritānija, ASV, Holande.

Baiba Lulle, NRA

## Tūristu gidi – populāri

Jauniešu interesi piesaistījuši studiju programma "Tūristu gids", kas šoruden uzsāka Vidzemes Augstskolā. Tā ir pirmā šāda veida augstākās izglītības programma Baltijā, un tās beidzēji iegūs bakalaura grādu sociālajās zinātnēs. Rudenī studijas sāka 24 studenti, uz katru budžeta vietu pretendēja 4,5 interesenti.

"Gids daudziem ir sapņu profesija – strādāt skaistākajās zemeslodes vietās, izmantot labākās viesnīcas un par to vēl saņemt naudu!" skaidro programmas direktors Andris Klepers. Protams, darbs prasa lielu atbildību, pamatīgas zināšanas un prasmes. Studente Aija Kalniete ir apmierināta, ka nav jāmācās liekas lietas no tūrisma organizācijas un vadības studiju programmas.

Teorētiskās zināšanas papildinās prakse, studiju apmaiņas iespējas ārvalstīs. Studijām piesaistīti vieslektori un nozares profesionāļi no dažādām Eiropas valstīm. A. Klepers sola: absolventi būs konkurētspējīgi, viņi droši varēs strādāt populārākajos Latvijas tūristu ārvalstu galamērķos Eiropā un pasaulē vai arī citos tūrisma sektoros, kur vajadzīgi komunikabli, zinoši darbinieki.

2008. gada janvārī sāksies dokumentu pieņemšana programmas nepilna laika studijām.

## Tūrisma studijas BVK

2007. gada oktobrī Biznesa vadības koledžā atklāta jauna pirmā līmeņa augstākā profesionāla studiju programma "Tūrisms un viesnīcu serviss". Pēc 2,5 gadu ilgām studijām programmas beidzēji iegūs viesnīcu servisa organizatora kvalifikāciju.

Programma izveidota, reaģējot uz darba tirgus pieprasījumu un ņemot vērā nākotnes attīstības perspektīvas, teic BVK direktore Ineta Kristovska. Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas (LVRA) izpilddirektore Santa Graikste gandarīta, ka parādījusies tieši profesionālās augstākās izglītības programma, jo tūrisma jomā lielākoties ir akadēmiskās programmas. Sadarbībā ar LVRA koledžas studentiem tiek nodrošinātas prakses vietas.

## Labākās viesnīcu skolas Šveicē

Labākās viesnīcu menedžmenta skolas atrodas Šveices franču daļā, liecina "Laureate Hospitality Education" pasaulē labāko viesnīcu vadītāju aptauja. Tieši Šveices viesnīcu skolas (*Glion Institute of Higher Education, Les Roches International School of Hotel Management, Ecole Hôtelière de Lausanne*) ieņēma pirmās trīs pirmās vietas.

# Jādomā par kvalitatīvas prakses risinājumiem

Sezonas laikā atrast prakses vietas tūrisma studējošiem nav problēmu, vēl vairāk – nereti praktikanti tiek "izķerti" momentā. Bet ne vienmēr praksē aizvadītais laiks ir kvalitatīvi piepildīts, atzīst studiju programmu vadītāji.

Izstrādājot prakses saturu, augstskolas un koledžas gaida, ka studenti iepazīs arī administratīvā darba pieredzi, izziņās uzņēmuma vadības stilu, finanšu plūsmu, savukārt uzņēmums tikmēr priecājas, ka uz kādu laiku atradis lētāku darbaspēku un nosēdina studentu pie kartupeļu mizošanas. Šī situācija ir nedaudz pārspīlēta, tomēr tā nav tālu no patiesības.

## Praktikants vai lētais darbaspēks?

"Ar prakses vietām problēmu nav. Mūsu sludinājumu dēļi ir pilni ar piedāvājumiem. Cita lieta, ka praktikantu nosūta pie vienas operācijas, piemēram, viesnīcā, un iepazīties ar visu sistēmu viņš tā arī nedabū," stāsta Biznesa augstskolas "Turība" Starptautiskā tūrisma fakultātes dekāne Zinaida Melbārde. Augstskola var izstrādāt ideālu prakses programmu, bet tā netiks īstenota, ja studentu nesagaidīs pretimnākošs prakses vadītājs. "Praktikants savam vadītājam nedrīkst būt kā lieka klapata un lieka atbildība," teic Z. Melbārde.

Realitātē tomēr veidojas savveida apburtais loks. No vienas puses, kā atzīst Vidzemes Augstskolas (ViA) profesionālās bakalaura studiju programmas "Tūrisma organizācija un vadība" direktore Inese Ebele, darba devējs norāda, ka augstskolu un koledžu absolventu zināšanas ir pārāk teorētiskas. Beidzējiem trūkst praktisko iemaņu, bet nereti ir lielā ambīcijas atalgojuma ziņā. No otras puses, nereti uzņēmumam ir grūtības nodrošināt praktikantam kvalitatīvu prakses vietu.

Piemēram, ViA programmas "Tūrisma organizācija un vadība" prakses nolikums paredz, ka studējošais studiju laikā iepazīst un praktiski darbojas visos tūrisma jomas līmeņos, sākot ar viesmīlības praksi, piemēram, kā viesmīlis, tālāk iepazīst darbu rezervēšanas sistēmā, kā arī administratīvo darbu un lēmumu pieņemšanas situācijas.

Z. Melbārde stāsta, ka saistībā ar kvalitatīvas prakses vietas nodrošinājumu labāk sekmējas sadarbībā ar ārzemju partneriem. Savukārt Liepājas Pedagoģijas akadēmijas (LPA) programmas "Tūrisma vadība" direktore Ilze Grospiņa atzīst: arī Eiropas valstu viesnīcā praktikantam var uzticēt tik vien kā istabiņu tīrīšanu.



Praktikantam nereti tiek uzdoti paši vienkāršākie darbi, un viņš pilda lētā darbaspēka lomu, nevis iepazīst visus uzņēmuma vadības un praktisko darbu līmeņus, kā to paredz studiju prakses nolikums

Latvijas studentus Eiropas tūrisma organizācijas praksē ņem labprāt, liecina augstskolu mācībspēku stāstītais. Piemēram, no "Turības" katru gadu praktizēties uz ārzemēm dodas 80–100 studenti. Līgumi tiek slēgti ar Grieķijas, Vācijas, Šveices, Itālijas, Spānijas, ASV un vairāku citu valstu tūrisma firmām.

## Risinājumu versijas

Pēc Z. Melbārdes domām, ne augstskolas, ne prakses vietu nodrošinātājus vainot nevar. Viņa iesaka, piemēram, pie profesionālajām asociācijām izveidot tādu kā mācību centru, kurš kūrētu prakses lietas. I. Grospiņa stāsta, ka, piemēram, Austrijā kādas tūrisma augstskolas paspārnē izveidota viesnīca, kurā visus darbus veic tikai studenti. "Ideja laba, bet diez vai Latvijā kāda augstskola ir tik bagāta, lai uzturētu viesnīcu," spriež LPA pārstāve. Viens no risinājumiem, kā prakses vadītājus motivēt vairāk pievērsties saviem praktikan- tiem, būtu ieinteresēt viņus materiāli. Tomēr arī to nevar atrisināt augstskola viena pati.

I. Ebele atzīst, ka darbu kā augstskolu un koledžu mācībspēkiem, tā prakses vietu piedāvātājiem ievērojami atvieglotu vienota vakanto vietu datu bāze. Dažkārt gadās, ka students dodas praksē uz savai specialitātei neatbilstošu uzņēmumu tikai informācijas trūkuma dēļ, piemēram, uzņēmums pārāk vēlu norādījis savas vakances.

Ilze Pakalna

# Izdevumi

## Izdos Jūrmalas kūrorta ziņas

Jūrmalas dome nākamgad izdos jaunu informatīvo izdevumu "Jūrmalas kūrorta ziņas", kas domāts vietējiem iedzīvotājiem izpratnes veidošanai par unikālajiem ārstnieciskajiem dabas resursiem un veselīga dzīvesveida popularizēšanai. Izdevums informēs arī par SPA un skaistumkopšanas procedūru klāstu, būs arī apraksti par atpūtas iespējām un kūrortpilsētas tūrisma objektiem. Ziņas izdos divreiz gadā – pavasarī un rudenī.

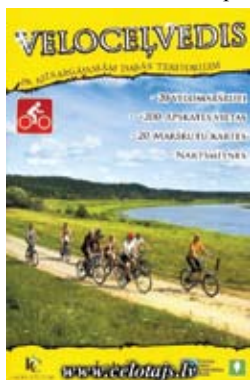
## Konferenču un semināru iespējas Liepājas rajonā

Liepājas reģiona tūrisma informācijas birojs (LRTIB) izdevis bukletu "Konferenču un semināru telpas", kurā apkopota informācija par kvalitatīvākajām telpām semināru un konferenču rīkošanai Liepājā un tās apkārtnē. Bukleta metiens – 10 000, no kuriem 6500 izplatīti ar laikraksta "Dienas bizness" starpniecību.



## Velocelvedis pa aizsargājamām dabas teritorijām

"Lauku ceļotājs" izdevis bukletu "Velocelvedis pa aizsargājamām dabas teritorijām". Tajā piedāvāti maršruti vienas un divu dienu ceļojumiem pa skaistākajām dabas vietām, lasītāji bukletā atradīs arī kartes, objektu aprakstus, ceļa raksturojumu u.c. informāciju.



## Skaistākie kruīzi pa upēm

Apgāds "Jumava" izdevis ceļvedi "Skaistākie kruīzi pa upēm". Grāmatā aplūkoti ceļojumi pa Donavu, Volgu, Nīlu, Mekongu, iecienītākie maršruti Eiropā, Āfrikā un Āzijā. Ir arī informācija par 67 ostas pilsētām ievērojamākām vietām.



## Gatavo jaunu kempingu karti

Latvijas Kempingu asociācija izstrādā jaunu kempingu karti, kas tiks veidota uz "Jānasētas" kartes bāzes, ievietojot papildu informāciju par pašiem kempingiem latviešu, angļu, vācu un krievu valodā. Kartē tiks iekļauta informācija gan tikai par LKA 16 kempingiem, bet, iespējams, līdz gada beigām šis skaits vēl palielināsies. Plānotais metiens – 30 000 eksemplāru, kas tiks izplatīti tūrisma gadatirgos ārzemēs un Latvijā, uz prāmjiem, dažādās Latvijas pārstāvēniecībās ārvalstīs, kempingos, TIC.

## VKKF nauda Karostai

Liepājas reģionālais tūrisma informācijas birojs saņēmis Valsts Kultūrkapitāla fonda finansējumu 1000 latu apmērā projekta "Ceļvedis Karosta kultūrvēsturiskajās vērtībās" īstenošanai. Ceļvedis "Karosta" tiks papildināts ar jaunu un nozīmīgu objektu aprakstiem, teksts tulkots arī angļu valodā. Tas iznāks 2008. gada aprīlī.

## INTERNETĀ

### Jauns vortāls ceļotājiem

Decembrī darbu sācis jauns tūrisma informācijas vortāls par Latviju [www.apcelo.lv](http://www.apcelo.lv) latviešu un angļu valodā gan vietējiem ceļotājiem, gan ārvalstu viesiem. Vortālā ievietota informācija par apskates objektiem, naktsmītnēm, aktīvās atpūtas iespējām, transporta pakalpojumiem, ēdināšanas uzņēmumiem, kultūras pasākumiem un ceļotāju stāstiem. Ir arī aktuālās ziņas, piemēram, par slēpošanas apstākļiem Latvijas kalnos.

Sākotnēji vortālā iekļautas ziņas par 600 apskates objektiem, 500 naktsmītnēm un 1000 ēdināšanas uzņēmumiem.

### SPA portāls

Tūrisma aģentūra "Go Travel" atklājusi Latvijā pirmo SPA tūrisma portālu [www.GoSPA.lv](http://www.GoSPA.lv). Tajā atrodama informācija par SPA piedāvājumu Latvijā, Lietuvā, Igaunijā, dažādos gadalaikos, kā arī pasākumi SPA centros un viesnīcās.

### Bauskas rajona tūrisma asociācijai – mājaslapa

2007. gada beigās interneta mājaslapu [www.bauskata.lv](http://www.bauskata.lv) atvērt sola Bauskas rajona tūrisma asociācija. Tajā varēs iepazīties gan ar asociācijas īstenoto "LEADER+" projektu "Bauskas rajons – vieta, kur satikties", gan citām aktivitātēm, kā arī ar pašu organizāciju.

Bauskas rajona tūrisma asociācijai 2008. gada 21. janvārī apritēs 10 gadi.

### Uzlabo Rīgas tūrisma mājaslapu

Interesentiem atkal ir iespēja izmantot Rīgas domes tūrisma portālu [www.rigatourism.com](http://www.rigatourism.com). Jaunajai interneta mājaslapai ir paaugstināts ielādes ātrums, izveidota jauna satura pārvaldīšanas sistēma, nodrošināta informācijas meklēšanas iespēja un veikti citi uzlabojumi. Informācija tagad ir pieejama latviešu, krievu, angļu, vācu un franču valodā.

## Karjeras ziņas

Par **Latvijas Tūrisma biroja Londonā** vadītāju kļuvusi **Brigita Stroda**, kas pirms tam bija Rīgas kongresu biroja "Inspiration Riga" starptautisko pasākumu organizatore, Latvijas Nacionālās operas direktora vietniece ārlietu un attīstības jautājumos, Latvijas Institūta konsultatīvās padomes locekle.

Par "**Buy Latvia. Buy the Baltics**" projekta vadītāju kļuvusi **Ieva Kirta**, kas līdz šim bija TAVA Kvalitātes vadības un stratēģiskās plānošanas nodaļas vadītāja.

Kopš 2007. gada oktobra viesnīcas "**Baltic Beach Hotel**" mārketinga nodaļu vada **Ilze Krišjāne**. Pirms tam viņa septi-

ņus gadus nostrādājusi viesnīcā "Radisson SAS Rīga" un vairākus gadus izklaides kompleksā "Vegas".

Par "**Radisson SAS Daugava**" viesnīcas jauno izpilddirektoru iecelts holandietis **Marks Lankvelds**. Lankvelds ieguvis bakalaura grādu viesniču biznesa vadībā, bijis viesnīcas "Swimsuit" vadītājs Holandē, Šveicē, Turcijā, vadījis viesnīcas "Swimsuit" atvēršanu Tallinā, strādājis arī citās viesnīcās.

Par nozares portāla **eiropa.lv** redaktori kļuvusi **Inga Balode**. Pirms tam viņa strādājusi par ekonomikas žurnālisti laikrakstos "Neatkarīgā Rīta Avīze", "Dienas Bizness".

## Izstādes Latvijā 2008. gadā

**8-10. februāris** – 15. Starptautiskais tūrisma gadatirgus "**Balttour 2008**" Ķīpsalā.

**27. martā** – 15. Baltijas reģionālā atpūtas, tūrisma un sporta izstāde "**Atpūta un sports 2008**" Ķīpsalā. Tās ietvaros būs aplūkojamas tematiskas izstādes: "Velo 2008"; "Motocikls 2008"; "Baltic Boat Show 2008"; "Makšķerēšana 2008"; "Fitness 2008".

**3. septembrī** – 13. starptautiskā izstāde "**Rīga Food 2008**" Ķīpsalā.

## TAVA uzteic jaunus tūrisma produktus

Lai izceltu veiksmīgākos jaunus tūrisma produktus, kas savus pakalpojumus sākuši piedāvāt aizvadītajā gadā un jau guvuši ievēribu tūrisma profesionāļu vidū, TAVA komisija finanšu direktora Ģirta Mazā vadībā noteica uzvarētāju konkursā "Veiksmīgākais jaunais tūrisma produkts 2007".

Veiksmīgākais jaunais dabas tūrisma produkts – **Pasaku bānītis Tērvetes dabas parkā**

Veiksmīgākais jaunais tūrisma maršruta tūrisma produkts – **"Liepāja – kā pa notīm"**

Labākais jaunais gastronomiskā tūrisma produkts – **"Lodiņu alus"**

Veiksmīgākā jaunā naktsmitne – **"Promenade Hotel" Liepājā**

Veiksmīgākais jaunais speciālo interešu / netradicionālais tūrisma produkts – **Jelgavas ledus skulptūru festivāls**

**Veicināšanas balvas** – atzinības raksts:

Veiksmīgākais jaunais aktīvā tūrisma produkts – **Ventspils piedzīvojumu parks**

Veiksmīgākais izklaides tūrisms – **Peldošā māja ar pirti Stropu ezerā**

Veiksmīgākais tūrisma maršruts – **Zelta roku ceļš Latgalē**

## Apbalvoti labākie

Eiropas reģionālā tūrisma institūts (E.R.T.I.) sadarbībā ar nozares pārstāvjiem noteicis labākos tūrisma darbiniekus un uzņēmumus.

Priekšlikumus nominācijām vispirms iesūtīja tūrisma profesionāļi tad ne mazāk kā trīs lielāko atbalstu ieguvušie kandidāti tika izvirzīti otrajai kārtai. Gala lēmumu pieņēma žūrija (LVRA prezidents Juris Zudovs, ALTA prezidente Kitija Gitendorfa, LATŪRINFO valdes priekšsēdētāja Daina Vinklere, EM Tūrisma nodaļas vadītāja Aira Andriksone, ALTA valdes locekle Irēna Riekstiņa, E-tūrisma asociācijas direktors Edgars Bomiks, E.R.T.I. direktors Aivars Mackevičs, E.R.T.I. direktora vietniece Benita Zaretoka, eiropa.lv redaktore Inga Balode).

Absolūtās klases uzvarētāju noteica E.R.T.I., par **Gada cilvēku tūrisma** atzīstot tūrisma aģentūras "Air Tour" izpilddirektoru **Sergeju Treņinu**.

**Citi uzvarētāji:**

**Uzņēmējs naktsmītņu biznesā:** viesnīcas "Hotel Bergs" izpilddirektore **Iveta Sprūdža;**

**Uzņēmējs tūrisma aģentūru un operatoru biznesā:** ceļojumu aģentūras "Baltic Travel Group" direktors **Vlads Korjagins;**

**Tūrisma informācijas centra vadītājs:** Tukuma TIC vadītāja **Ingrīda Smuškova;**

**Tūrisma žurnālists:** "Subbota" žurnāliste Tatjana Odiņa un "Dienas bizness" žurnāliste **Jūlija Pudenko;**

**Tūrisma interneta mājaslapa:** **www.minhauzens.lv**

## Kurzeme noteikusi labākos

Kurzemes tūrisma asociācija jau piekto gadu noteikusi un asociācijas gada ballē 24. novembrī ar Lielā Jēkaba balvu apbalvojusi labākos Kurzemes tūrisma uzņēmējus. Tos noteikuši iedzīvotāji un viesi, no 1. jūnija balsojot pa pastu un elektroniski. Balsotāji nedrīkstēja izvirzīt sava rajona tūrisma uzņēmēju.

**Gada "Lielais Jēkabs 2007" ieguvēji:**

**Par nozīmīgu ieguldījumu tūrisma attīstībā Kurzemē:** **Artis Gustovskis** – Kuldīgas TIC direktors, bijis viens no Kurzemes tūrisma asociācijas dibinātājiem un valdes priekšsēdētājs, nozarē strādā kopš 1995. gada.

**Tūrisma mājaslapa:** **www.radi.lv**

**Kurzemes naktsmitne: atpūtas bāze "Radi"** Saldus rajonā – visu cauru gadu piedāvā naktsmājas ar brokastīm viesu mājā, telpas viesībām un semināriem, pirti ar kamīnzāli, vasarā arī kotedžas un teltis vietās.

**Labākais atpūtas piedāvājums ģimenei:**

## Gada cilvēks: Sergejs Treņins

"Nekāda īpaša noslēpuma nav – tāpat kā citi cenšamies piedāvāt pēc iespējas labāku produktu par iespējami zemāku cenu," teic E.R.T.I. izvēlētais Gada cilvēks tūrisma, ceļojumu aģentūras "Air Tour" direktors Sergejs Treņins.

Mērķtiecīgs darbs kopsaitē ar valsts ekonomikas izaugsmi ļāvis kompānijai gada laikā līdzās jau esošajam birojam Rīgā atklāt divus dažādas specializācijas birojus: Austrālijas tūrisma centru un "Air Tour – Austrian Airlines". Šogad uzsākta arī sadarbība ar "Thai Airways", un caur "Air Tour" varēs iegādāties biļetes uz visiem Taizemes kompānijas maršrutiem. Taču atklāt vēl vienu kopīgu biroju kompānija nedomā, jo "strādāt ar visiem ir tas pats, kas nestrādāt ne ar vienu".

Lielā uzmanība pievērsta tam, lai konsultanti labi "pazītu drēbi". "Augstskolu absolventi, kas ieguvuši tūrisma izglītību, lielākoties nekam nav derīgi. Mēs paši aktīvi apmācam darbiniekus, liekot viņiem strādāt kā pieredzējušo darbinieku ēnām, sūtam uz "Amadeus", "Austrian Airlines" kursiem, arī izglītojošās tūres uz tūrisma vietām."

Tieši augstā darbinieku profesionalitāte, pēc Treņina domām, nostrādā labāk par tiešo reklāmu. "Daudzi doma, ka tūrisma ir viegla peļņa, ka atliek vien internetā atrast viesnīcas, sastādīt kaut kādu maršrutu un aizsūtīt tur divus cilvēkus. Ja firma balstās uz pēdējā mirkļa dažādu karsto piedāvājumu kombinēšanu, tikko viens reiss kavējas sabrūk visa ķēdīte, un par

**Ventspils piedzīvojumu parks** – ekstrēmas sajūtas virvju trasē, braucot ar skrejriteņiem un kalnu dēļiem, kameršūķšana un šūpošanās kīkinga šūpolēs... Slēpošanas kalns "Lemberga hūte" ar apgaismotām trasēm kameršūķšanai, slēpošanai un snovbordam ar trampļiniem, slaidiem un rieļiem.

**Gada tūrisma debija: "Promenade Hotel"** – pirmā dizaina viesnīca Liepājā, atvērta 2007. gada jūlijā. Saglabāta oriģinālā arhitektūra (ēka celta 1870. gadā kā graudu spīķeris).

**Kurzemes muzejs: Pedvāles brīvdabas mākslas muzejs** – mākslas un dabas mijiedarbība. 2007. gadā radošais darbs veltīts māksliniekai Ojāra Feldberga jubilejai.

**Kurzemes pasākums:** Kuldīgas pilsētas svētki **"Dzīres Kuldīgā"**.

**Kurzemes ēdināšanas uzņēmums:** kafejnīca **"Martinelli"** Talsos – atvērta 2005. gadā. Iespēja pašam veidot savu ēdienkarti.

kompensēšanu neviens neatbild. Tā daudzas viendienītes nomirst." Tieši šīs viendienītes vienlaikus ar IT attīstības tendenci pasaulē likušas "Air Tour" attīstīt savu rezervēšanas sistēmu tiešsaistē (*online*), ļaujot tajā iegādāties gan kompleksus ceļojumus, gan atsevišķas tā sastāvdaļas, turklāt ar firmas garantiju. Tieši atsevišķi iegādātas aviobiļetes veido 60–70% apgrozījuma, jo liela daļa klientu ir tūrisma aģentūras, kas "Air Tour" iegādādātās aviobiļetes iekļauj savu pakalpojumu paketē.

Lai arī Latvijā pēdējos gados ienākošais tūrisms audzis krietni straujāk par izejošo tūrisma, ar to "Air Tour" nodarboties negrasās: "Redzam mums apkārt augsta līmeņa kompānijas, būtu kauns pat mēģināt."

Iespējams, tieši šī attieksme – darīt tikai to, ko var izdarīt patiesi labi, ir panākumu pamatā. No citiem Treņins atbalstu negaida, bet atzīst, ka likumdošanas jomā gan vajadzētu šo to sakārtot, piemēram, aizsargāt arī aģentūru tiesības, citādi esošo prasību dēļ tām būs jānodarbojas nevis ar produktu veidošanu, bet juridiskiem jautājumiem.

Aktuāli ir arī pakalpojumu kvalitātes un cenas jautājumi Latvijā. Āzijas un Klusā okeāna reģions, uz kuriem "Air Tour" direktors pats labprāt ceļo, produkta kvalitātes, attieksmes un cenas ziņā jau labu brīdi aizsteidzies priekšā Eiropai.



foto: Baiba Lulle

Baiba Lulle, NRA



2007. gada 27. novembrī viesnīcā "Europa Royale Riga" TAVA noslēdza vienošanos ar saksofonu kvartetu "Next" par grupas dalību starptautiskās tūrisma izstādēs un darba semināros pasaulē nākamajā tūrisma sezonā

## "Next" meitenes vilinās ārvalstu tūristus uz Latviju

"Mums, tāpat kā visiem, patīk ceļot, uzstāties ārpus Latvijas. Īpaši patīkami, ja muzicēšanu un ceļošanu varam apvienot ar Latvijas reprezentēšanu," teic saksofonu kvarteta "Next" pārstāve, mūziķe Inga Meijere, stāstot, kāpēc grupa piekritusi priekšlikumam muzicēt starptautiskajās tūrisma izstādēs un darba semināros pasaulē, kur piedalās TAVA. Sadarbības līgums tika parakstīts novembrī, un jau novembra beigās notika pirmā iesildīšanās Tallinā, kur Igaunijas tūrisma nozarei prezentēja Latvijas tūrisma aktualitātes ziemas un pavasara sezonā.

Uzstāšanos Tallinā "Next" sāka ar latviešu "otro himnu" "Pūt, vējiņi!" džeza apdarē, kam sekoja mazāk nopietnas dziesmas no latviešu kinofilmām. "Cilvēkiem patika. Bet tas bija nedaudz atšķirīgs pasākums salīdzinājumā ar tiem, kas sekos, kad uzstāties nāksies galvenokārt lielās tūrisma izstādēs," teic I. Meijere.

Saskaņā ar noslēgto vienošanos nākamgad "Next" pievilinās uzmanību Latvijas stendam vairākās izstādēs: "Reiseliv" Oslo, "Matka" Helsinkos, "MAP" Parīzē, "Tur" Gēteborgā, "Intourmarket" Maskavā, "New Yourk Times Travel Show" Ņujorkā, "Travel Fair CMT" Štutgartē un citviet.

Jautāta, vai katrai valstij tiks piemeklēts savs repertuārs, mūziķe stāsta, ka pamats

vairāk vai mazāk paliks nemainīgs, bet katrai vietai meitenes tomēr centīsies piemeklēt kādu attiecīgai valstij raksturīgu, tās iedzīvotājiem sirdij tuvu gabalu, bet uzstāšanos tomēr atklās ar kādu latviešu skaņdarbu. Kopumā "Next" repertuārā ir klasika, 20. un 21. gadsimta akadēmiskā saksofonmūzika, izklaidējoša žanra mūzika, filmu, dažādu tautu mūzika un pēdējā laikā – arī latviešu tautas mūzika mūsdienīgā apdarē.

Ārējo veidolu meitenes īpaši nemainīs un tautastērpos nespēlēs. Tērpi ir mainījušies līdz ar pārmaiņām sastāvā.

Kvartetā spēlē Inga Meijere, Jeļena Kovaļenko, Arnita Akmentiņa un Kristīne Avota.

Aizvadītajā gadā TAVA līdzīgi sadarbojās ar puīšu čellistu grupu "Melo M", ko TAVA direktors Uldis Vītoliņš vērtē kā abpusēji ļoti veiksmīgu: publika bijusi atsaucīga, un Latvijas prezentācijai pievērsta papildu uzmanību. Tā kā vairākas izstādes nākamgad notiek turpat, kur pērn, lai panāktu lielāku efektu un uzsvērtu, ka interesantu muzikālu piedāvājumu "Zemei, kas dzied" netrūkst, pēc vairāku tūrisma aģentūru vadītāju ieteikuma šogad sadarbībai izvēlēta grupa "Next".

Paula Bēziņa



"Tūrisma aģentūra + viesnīca = nākotnes kombinācija" – "Travel Time" un "Best Western Hotel Māra" direktors Ēriks Lagzdiņš vēlas praksē gūt apstiprinājumu šīs formulas pareizībai un 1. oktobrī atklāja abu uzņēmumu kopīgu biroju. Jaunais birojs atvērts gan privātpersonām, kas vēlas rezervēt kādu no 4200 "Best Western" viesnīcām visā pasaulē, gan viesnīcu īpašniekiem, kuriem ir interese pievienoties šai viesnīcu ķēdei, savukārt "Travel Time" nodrošina ceļotgribētājus ar pilnu tūrisma aģentūras servisu. Latvijā pagaidām ir divas šīs ķēdes viesnīcas: "Best Western Hotel Māra" netālu no lidostas "Rīga" un "Best Western Hotel Aparjods" Siguldā.



"Baltic Travel Group" direktors Vlads Korjagins tūrisma gada ballē saņemot balvu kā 2007. gada labākais uzņēmējs tūrisma aģentūru un operatoru biznesā, nespēja valdīt prieku, no kura daļiņa tika arī balvas pasniedzējai – ALTA prezidentei Kitijai Gitendorfai



Latvijas Kempingu asociācija rudenī uzaicināja baltiešu kolēģus pieredzes apmaiņā, apsprieda aktualitātes, tikās ar TAVA pārstāvjiem, izrādīja Siguldas kempingu (attēlā), Ventspils Piejūras kempingu, kempingus "Rožkalni", "SPA Hotel Usma", "Laipas", "Nemo". Asociācijas vadītāja Dace Markvarte (otrā no labās) cer, ka iedibināsies tradīcija un nākamgad varēs doties pie lietuviešiem, kam ir ko pastāstīt, piemēram, par kempingu sertifikāciju



Eiropas reģionālā tūrisma institūts

piedāvā

ikdienas tūrisma ziņas internetā

Eiropa.lv



Travelnews.lv



profesionāļiem



ceļotājiem

**Ja vēlies saņemt īpašus tūrisma piedāvājumus un balvas, tad piesakies Travelnews.lv vēstkopai!**

**Īsi par mums:**

42 000 portāla apmeklētāju mēnesī,  
vairāk kā 9 000 e-pasta vēstkopas abonentu,  
auto ceļojumu portāls BMWauto.lv,  
Travelnews.lt versija lietuviešu valodā  
sadarbība ar vairāk kā 400 Latvijas tūrisma uzņēmumiem.