

Tūrisms

Cena Ls 0,99

Tūristi apčurā Brīvības pieminekli,
lai uzvarētu derībās

Vai Latvijas vēstniecības
neieredz tūristus?

Slēpotāji savilks jostas,
bet no kalniem neatteiksies

Kas izmanto Latvijas
dārgākos viesnīcu numurus?

Ar BMW var nobraukt
1000 km neuzpildoties

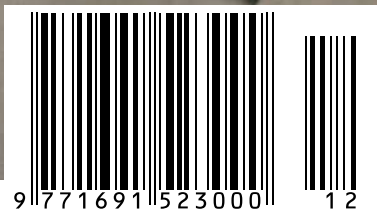
Kad Rīgā būs
bezmaksas velosipēdi?

Tūrisma Gruzijā ietekmē
karš un atkritumi

Gada cilvēks tūrismā '2008

Aldis Kušķis:

**"Tūrisma Latvijā nenovērtē
ne valsts, ne iedzīvotāji"**



9 1771691 523000

12



GALACTICO™
BIEDRS



ORIGO **namm!**
ēdināšanas programma

**Jūsu vēlmēm -
mūsu restorāni un kafejnīcas!**

ORIGO
TIRDZNICĪBAS CENTRS

Restorāni: Gan Bei, Double Coffee, Il Patio, Madžari, Vikbolds

Ātrās apkalpošanas restorāni: XL Pelmeņi, Kebabs Fix, Oranžs, Hesburger, Giross, Lage, Tikai karotes, Kļavas lapa

Kafejnīcas: Lage, Dialogs, Sala, Divi turki, Saldais avots, Sala, Lat Belli, Sweet Point

Bāri: Pie vecā kapteiņa, Joint, Sahāra, Neo

Saldumi: Gardumiņš, Emīla Gustava šokolāde, Laima, Bonbongas

Pārtika un citas tirdzniecības vietas: Leduspuķe, Divi turki, Cells, Narvesen, Rimi

Pievienojies veiksmīgajiem!

Žurnāla "Tūrisms" kārtējais ceļš pie lasītāja šoreiz sanāca ilgāks.

Iespaidojoties no visur klātesošajām vaimanām par krīzi, arī mēs pieļāvām, ka reklāmas devēju atsaucība vairs ne tuvu nebūs tāda, kā iepriekš bija plānots. Nedaudz baidījāmies arī par to, vai krīzes pārņemtiem nozares pārstāvjiem būs laiks un interese šajā laikā žurnālu lasīt.

Taču izrādās, ka krīze ir pozitīvi mainījusi reklāmas tirgu un vēl jo intensīvāk mudina cilvēkus meklēt sev aktuālo informāciju. Reklāmas tirgū, iespējams, tagad ir grūtāk tiem medijiem, kas orientējas uz plašām imidža jeb tēlveides kampaņām, uz lielajiem budžetiem. Nauda, kas viegli bija nākusi, viegli tika arī tērēta. Un šis laiks, iespējams, ir beidzies.

Savukārt "Tūrisms" orientējas uz ļoti konkrētu un apzinātu auditoriju. Mēs necentīsimies izpatikt visiem. Mūsu uzdevums nav dzīties pēc vēl lielāka metiena. Mums ir svarīgi, lai Latvijas tūrisma nozares ļaudis žurnālu uzskatītu par savējo. Mums svarīgi, lai ikviens reklāmas devējs sajustu, ka nav efektīvāka saziņas veida, kā uzrunāt Latvijas tūrisma nozares profesionāļus.

Un vēl par lasītāju interesi. Nesen Latvijas novados notika reģionālās tūrisma konferences. Vēl nekad tās neesot bijušas tik kupli apmeklētas. Līdz šim nozares cilvēki bija diezgan pašpietiekami, kopā sanākuši, nebija tik ieinteresēti, par kolēģiem arī neinteresējas. Tagad situācija ir mainījusies, cilvēki ir izslāpuši pēc informācijas. Vieni grib zināt, vai citiem arī iet tikpat slikti, savukārt citus interesē pozitīvie piemēri un pozitīvā pieredze.

Šajā žurnāla numurā centāmieš par krīzi daudz nerunāt. Dažviet gan nācās to pieminēt, taču par savu mērķi uzskatām parādīt un akcentēt pozitīvo. Paši sevi gribam uzskatīt par veiksmīgajiem un aicinām citus domāt par sevi tāpat. Vienmēr. Viss taču sākas ar attieksmi. Galvā.



Kristians Rozenvalds, žurnāla "Tūrisms" redaktors "CorpMedia" direktors



Kā abonēt žurnālu "Tūrisms" 2009.gadā?

Iespējamā abonēšanas cena, piegādes nosacījumi un žurnāla iznākšanas laiki un biežums 2009. gadā tiks publicēti www.turpro.lv 2009. gada 15. janvārī. Lūdzam uz pasts@turpro.lv nosūtīt pieprasījuma vēstuli, tajā norādot pilnu informāciju par sevi, saistību ar tūrisma nozari, kā arī, protams, pilnu "Latvijas pastam" aktuālo informāciju.

Aicinām uzņēmumus iegādāties žurnālu vairumā

Iegādājoties vairāk nekā 30 žurnāla eksemplārus, viena numura cena Ls 0,50, t.sk. PVN. Žurnāla eksemplārus pievedīs kurjers, kopā ar pavadzīmi – rēķinu.

Šobrīd žurnālu "Tūrisms" vairumā jau iegādājas, tādējādi par saviem darbiniekiem un sadarbības partneru informētību rūpējas: "Reval Hotel", "airBaltic", Jūrmalas TIC, Vidzemes Augstskola, Biznesa augstskola "Turība" un Biznesa vadības koledža.

Interesentiem lūdzu rakstīt: pasts@turpro.lv

Žurnāls tūrisma profesionāļiem

Tūrisms

Masu informācijas līdzekļa reģistrācijas numurs: 0007031166

Dibinātājs: Tūrisma attīstības valsts aģentūra
 Reģistrācijas nr. 90000431840
Direktors: Uldis Vītolinš
Adrese: Pils laukumā 4, Rīgā, LV-1050
E-pasts: tda@latviatourism.lv;
tālr.: +371 67229945, **fakss:** +371 67358128

Izdevējs: SIA "CorpMedia"
 Reģistrācijas nr. 43603029624
Direktors: Kristians Rozenvalds
Adrese: Emburgas ielā 9, Jelgavā, LV-3002
E-pasts: corpmedia@corpmedia.lv;
tālr./fakss: +371 630 23900

Druka: Poligrāfijas grupa "Mūkusalā"
 Metieni: 4000 eks.

Redakcija:
Adrese: Emburgas ielā 9, Jelgavā, LV-3002
E-pasts: redakcija@TurPro.lv;
tālr./fakss: +371 630 23900

Redaktors: v.i. Kristians Rozenvalds
Autoru kolektīvs: Kristians Rozenvalds, Baiba Lulle, Ludmila Glazunova, Ilze Pūpoliņa, Evita Krēšliņa, Gaļina Stubailova, Marita Kruskopa, Inga Kromane, Inga Vonoga, Sanita Liepiņa, Sandis Fatjanovs, Agrita Lūse, Armands Muiznieks, Guntis Dembovskis, Inta Rozenvalde, Santa Biezā, Inguna Dukure, Arnis Bērziņš, Sintija Kukurāne, Eļina Zandersone, Rūdolfs Krese, Evija Puķe, Linda Gedīņa, Jeļena Korralo
Literārā redaktore un korektore:
 Inta Rozenvalde
Makets: Jānis Grīnhofs, Daina Mežotne

Rakstiet mums !!!
 Sūtiet uz redakcija@TurPro.lv aktuālo informāciju, jaunumus, komentārus, viedokļus, anonsus u.c. !

Izmantota informācija un foto no:



Žurnāla abonēšana un izplatīšana: pasts@TurPro.lv

Žurnāls "Tūrisms" bez maksas:
 Bez maksas žurnālu var saņemt Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas, ALTA, "Lauku ceļotājs", kā arī reģionālo tūrisma asociāciju biedri. Žurnāls būs bez maksas pieejams arī reģionālajos TIC, kā arī TAVA birojā.

Bez maksas lejuplādēt žurnāla PDF:
www.TurPro.lv,
www.travelnews.lv

Reklāmas ievietošana: reklama@TurPro.lv

Šī numura reklāmas klienti:
 "Origo", "Latviešu radio", "Rīgas Miesnieks", "Inre", "Volkswagen", "Adam auto", "Stenders IT", "Rožmalas", Madonas rajona padome, Inbox.lv

Pacelt tūrisma valsts prioritāšu sarakstā

Intervija ar Eiropas Parlamenta deputātu, Eiropas Parlamenta Transporta un tūrisma komitejas locekli Aldi Kušķi ("Jaunais laiks") par Latvijas un Eiropas iespējām sekmēt tūrisma nozares attīstību.



Baiba Lulle, NRA

“Tūrisms”: Kāpēc Eiropas Tautas partija/ Eiropas Demokrātu grupa (ETP/ED) sponsorēja Latvijas Tūrisma forumu?

Aldis Kušķis: Kopā ar ETP/ED Tūrisma forumu atbalstām jau otro gadu, jo es kā Transporta un tūrisma komitejas deputāts cieši sadarbojos ar tūrisma industriju, un forums apvieno visus – valsts, pašvaldības pakļautības iestādes, privātās kompānijas, transporta industriju. Forumā analizē nozares attīstību, un mani interesē, ko industrija par to domā.

Forums gan nav vienīgais pasākums tūrisma jomā, ko ETP/ED ir atbalstījusi. Var minēt, piemēram, akciju “Dižā Baltijas apceļošana”, kuru, ja kolēģi mani atbalstīs, varētu no vietējā tirgus pasākuma pārvērst par produktu kas vērst uz āru, uz visu Eiropu.

Iepriekš esat teicis, ka Latvijā nepietiekami apzinās tūrisma nozīmi. Vai ar Tūrisma foruma palīdzību šo izpratni var vairot?

A.K.: Jā, uzskatu, ka Latvijā tūrisms ir totāli nenovērtēts, valsts institūcijas tam nepievērš vajadzīgo uzmanību un nesniedz pietiekamu finansiālu atbalstu. Un viens no Tū-

risma foruma mērķiem ir ne tikai atskaitīšanās par izdarīto, bet arī to ideju kopā likšana, kas varētu sekmēt tūrisma pacelšanu augstākā līmenī valsts prioritāšu sarakstā. Tas, ka augstākā valsts amatpersona, kas Latvijā atbild par tūrisma, ir Ekonomikas ministrijas valsts sekretāra vietnieks, ir izteikti par zemu.

Neizskatās, ka tūrisms būtu prioritāte arī iedzīvotāju galvās. To liecina viņu attieksme pret tūristiem. Bet neviens no šiem darbiem nav izdarāms ar vienu forumu, projektiņu vai kampaņu, vai deklarēšanu par prioritāti.

Vai aizvadītais forums deva pienesumu šai misijai?

A.K.: Nedēļu pēc PVN likmes celšanas mēs Tūrisma forumā uzzinājām, ka tās nav vienīgas pārmaiņas nozarei. Vēl tiek plānots arī reorganizēt / likvidēt TAVA. Uzzinājām arī to, ka premjers I. Godmanis jau kopš “bērnības” neko labu par tūrisma nozari nav domājis un kopā ar saviem padomniekiem neuzskata ienākošo tūrisma par eksporta nozari. Es atvainojos, bet industrijai tika smagi un vairākkārtīgi iespets zem jostas vietas.

Valsts sniegtā standarta atbilde parasti ir šāda: valsts galvenais uzdevums ir pozi-

cionēt valsti, veidot tās tēlu, bet pārējais – pašas nozares, komersantu ziņā. Vai redzat citu valstu pieredzē kādus instrumentus tūrisma veicināšanai, kurus varbūt varētu izmantot arī Latvija?

A.K.: Universālu zāļu nav, ir samērā tradicionāls atbalsta komplekts, kurā ietilpst infrastruktūra, ceļi, ceļu norādes, valsts tēla izstrādāšana un reklamēšana. Bet Latvijai jau tā tēla vēl aizvien nav! Svarīga ir arī attieksme pret tūrisma industrijas vienkāršām vajadzībām, vai tas būtu attiecībā pret nodokļiem vai kādu regulu piemērošanu. Esmu pārliecināts, ka attiecībā pret Šengenu Iekšlietu ministrijas ierēdņi nostājušies āža pozā un pārspīlē visas iespējamās Šengenas prasības. Mēs visi esam vēsturiski traumēti, un, visticamāk, mums nekad nebūs tik atvieglotu prasību pret tūristiem, piemēram, no Krievijas, kā tas ir Somijai, bet šīm prasībām jābūt vismaz vienādām ar Igaunijas un Lietuvas nostāju.

Kā šajā kontekstā vērtējat iecerī palielināt PVN viesnīcu pakalpojumiem no 5 procentiem uz 21?

A.K.: Manuprāt, tā ir nožēlojama ekonomisko patiesību neizpratne. Tāpat tā nav ne

finansista un arī ne grāmatveža cienīga rīcība, mēģinot to savu bilanci kaut kā savilkt. Valdība rīkojas kā sadists inkasators, kuru absolūti neinteresē kas notiks rīt.

Vai par sava veida valsts atbalsta mazināšanu var uzskatīt arī lēmumu apvienot TAVA un LIAA? Kādas redzat šā soļa sekas?

A.K.: TAVA ir vienīgais legālais veids, kā valstij atbalstīt un subsidēt eksportu – ienākošo tūrisma. Nav TAVAs, nav šī atbalsta. Bet, ja šāda apvienošana notiks, tad jāstrādā jau vien būs ar to, kas nu tur izveidosies. Šobrīd kopīgi jācinās, lai nekādas reorganizācijas ne-notiktu pa kluso, zem deķa. Ekonomikas ministrs forumā solīja, ka ņems vērā industrijas asociāciju viedokli. Strādāsim kopā. Kamēr vēl ir Ekonomikas ministrija...

Viena no tendencēm Eiropā ir valstu atteikšanās piedalīties lielajās, dārgajās izstādēs, kas orientētas uz starpniekiem, tā vietā vairāk strādājot ar gala patērētāju. Vai krīzes budžeta apstākļos nav bažas, ka, atsakoties no šīm valsts reprezentācijām tūrisma izstādēs, forums, atbalsts varētu vēl vairāk sarukt, jo strādāšanu ar gala patērētāju uzskatīs par tūri privātu komerciālu nepieciešamību?

A.K.: Mārketingā parasti neizmanto tikai vienu paņēmieni, pastāv instrumentu sajaukums. Tāpēc nevar paziņot, ka jāslēdz visi ārvalstu biroji, jo nav jāstrādā ar starpniekiem. Uzskatu, ka labas iestrādes nevajag nogriezt, lai gan, protams, jāseko tendencēm. Katra no dažādajām tūristu mērķgrupām jāuzrunā atšķirīgi. Turklāt kvalitatīvs internets nav lētāks kā citi mediji. Šaubos, vai varam uztaisīt mājaslapu, kas specifiski uzrunātu japāņu tūristus, jo diez vai mums ir šāda kompetence. Tās pasūtīšana Japānā savukārt būtu ļoti dārga.

Bet galvenā problēma ir tā, ka ienākošā tūrisma mārketingam piešķirto līdzekļu apjoms ir krietni par mazu, un šobrīd drīzāk jārunā nevis par to, kā to pārdalīt, bet gan par to, ka tās 100 valsts atbalsta vienības ir nožē-

lojama summa, jo rentabilitāte varbūt sākas no 300, un bez tā vispār nav jēgas kaut ko darīt.

Vai ir kādi reklāmas efektivitātes mērījumi, ar kādu budžetu te vispār būtu jāsāk?

A.K.: Nē, nav. Turklāt nav jau pabeigta konceptuāli pirmā lieta – definēts valsts tēls, par to vēl kašķējas. Nav arī precīza sadalījuma pa funkcijām, ar ko katra organizācija – LIAA, Latvijas Institūts, TAVA – valsts mārketinga jomā nodarbojas. Ja notiks reorganizācija, tad uz šo jautājumu jāskatās visu institūciju griezumā, nepieļaujot nekādu dublēšanu. Viena Latvijas tūmekļa lapa, viens tēls, viens budžets, vienota darbība.

Industrija šobrīd strādā fanātiski, bet neredzu, ka tā strādātu valsts, pašvaldības. Nevaru nosaukt nevienas pilsētas mēru, kas būtu tūrisma fanātiķis, lai gan ir atsevišķas pašval-

dības, piemēram, Kuldīga, kur pamazām sāk apzināties tūrisma lomu tautsaimniecībā.

Jūs sakāt, ka ir 100 vienības, bet vajadzētu 300. Kādas ir iespējas tās trūkstošās 200 dabūt caur kādiem nebūt Eiropas atbalsta mehānismiem? Kāda vispār Eiropai ir interese stiprināt katras valsts tūrisma tēlu, veicināt tūrisma?

A.K.: Nav Eiropai tādas intereses. Pirmām kārtām tāpēc, ka tūrisms nav ES tiešā kompetence. Tūrisma nedz pastiprināti atbalsta – kā, piemēram, lauksaimniecību, nedz pastiprināti regulē. ES nevar pateikt, piemēram, ka hoteli obligāti jāievieš piecu zvaigžņu sistēma. Cerēt, ka Latvijas tēla popularizēšanai varētu iegūt daudz naudas no ES, būtu naivi. Kaut ko pārrobežu projektiem, kādiem interaktīviem, IT projektiem var pieļaut, bet ne tādu apjomu, kāds būtu vajadzīgs valsts kā tūrisma vietas popularizēšanai. Tam ir trīs pamata resursi – valsts, pašvaldības, industrija.

Lai gan tūrisms nav ES tiešās regulācijas joma, nevar teikt, ka Eiropas tūrisma politika neietekmētu katras valsts tūrisma tirgu. Regulas par CO₂ izmešiem avioindustrijā ietekmē aviokompāniju konkurētspēju. Tāpat ir virkne patērētāju tiesību regulu, kas jāievēro tūrisma pakalpojumu sniedzējiem, ir vides aizsardzības prasības, ar kurām nevar nerēķināties tūrisma biznesā, utt. Cik lielā mērā ES politika ir industriju attīstoša un cik lielā mērā – kā pati industrija nereti uzskata – bremsējoša?

A.K.: Eiropas Savienība tūrisma jomu regulē, piemēram, caur mazās un vidējās uzņēmējdarbības likumdošanas aktiem, patērētāju tiesību aizsardzību. Regulas, kas attiecas uz aviokompānijām vai vides lietām, es vērtētu kā tādas, kas liedz iespēju izspiest papildu naudu tuvākajā nedēļā, bet dod iespēju nopelnīt ilgtermiņā. Es neteiktu, ka likumdošana ir principiāli bremsējoša, – tā bremsē tos, kuri grib ieķert tagad un tūlīt, bet nav bremsējoša savā mērķī. Tā var būt arī bremsējoša, ja tiek burts burtā, vārds vārdā, punkts punktā īstenota, kā tas ir Latvijā. Redzam, cik salīdzinoši viegli, ceļojot pa Eiropu, ir ceļa malā iegādāties pārtiku no vietējiem zemniekiem, un kādi ierobežojumi pastāv Latvijā. Nevienā ES valstī nekas netiek pildīts punkts punktā.

Paši Eiropas prasības pārspilējam?

A.K.: Jā, Latvijas birokrātija pārspilē Eiropas normu piemērošanu. Pirmajā gadā, kad sāku strādāt EP, aptaujāju nevalstiskās organizācijas, nozaru asociācijas, lūdzot norādīt ES likumdošanā esošus prasību pārspilējumus. Mēs dabūjām vienu ES aktu, kas tika uzska-

titis par pārspilētu, un 50 prasību piemērošanas pārspilējumus.

Ar likumdošanu viss ir kārtībā, nav kārtībā ar tās piemērošanu.

Vai piekrītat viedoklim, ka Eiropa nesalīdzināmi vairāk domā par patērētāju, ceļotāju tiesībām, interesēm, bet daudz mazāk par nozares attīstību?

A.K.: ES ir kļuvusi par pasaules spēcīgāko patērētāju tiesību aizstāvības organizāciju, savukārt dalībvalstis vai pašvaldības var izvēlēties, kā šīs prasības piemērot, un lielākoties redz industrijas intereses. Latvijā šis līdzsvars dabā nepastāv.

Tūrfirmas sūdzas, ka daudz vairāk laika par ceļojumu plānošanu un organizēšanu tām aizņem juridisko lietu kārtošana, līgumu slēgšana u.tml.

A.K.: Tas ir normāli, ka ar tūristu par pakalpojuma saņemšanu tiek slēgti līgumi, jo tūrisma produkts nav alus veikalā. Tas ir sarežģīts pakalpojums, kur daudz kas var notikt, vienalga – tūrisma kompānijas vai kā cita dēļ, un tas viss ir jāparedz un jāatrunā.

Manuprāt, ja visi nozares spēlētāji godīgi izpildītu esošās prasības, papildus nekas nebūtu jāregulē. Bet diemžēl, vismaz Latvijā, godīga biznesa prakse, jo īpaši avioindustrijā, nedarbojas. Iegādājoties avio bileti internetā, joprojām pastāv, piemēram, uzspiestais pakalpojums – maksas pakalpojumu automātiska atļaušana. Pamanīju, ka “airBaltic” uz mirkli bija noņēmis atļaušanu, bet, pamanījuši ieņēmumu kritumu, laikam jau atgriezās pie vecās negodīgās prakses. Nožēlojami! Tas nav attaisnojums, bet “airBaltic” nav vienīgais, kas tā dara. Pasaule pilna ar kompānijām, kuras elegantāk vai parupjāk “apčakarē” savus klientus.

Vai nebūtu Eiropas līmenī jānedefinē, kas ir lētas aviokompānijas, lai cilvēki zina, ar ko rēķināties?

A.K.: Tas nav definēšanas jautājums. Cilvēkam galvenais ir – zināt, kādus pakalpojumus viņš par savu naudu saņems, vai viņš uz lidmašīnu aizies pa lietu un sniegu savām kājām, vai dosies pa tuneli, pa taisno, vai arī uz šo reisu aizbrauks ar autobusu (uz Mārupes pļavām 15 minūšu attālumā). Eiropas likumdošanas tendence tuvākajos gados būs virzīta uz pakalpojuma un cenas caurspīdību.

Krīzes iespaidā jau bankrotējuši pasaulē pazīstami tūrisma nozares uzņēmumi, lai gan no ceļojumu organizētāju puses dzird viedokļus, ka atpūta jau pieder pie cilvēka pamatvajadzībām, no kurām masveidā neatteiksies. Kā prognozējat nozares attīstību Eiropā? Kādi jauni riski varētu parādīties, jaunas tendences, cīņu lauki?

A.K.: Segmentācija, specializācija, serviss. Lielie izdzīvos, kļūstot mazāki. Mazie izdzīvos, kļūstot gudrāki. Viesnīcu biznesā paliks labākie un lētākie. Vienmēr esmu domājis, ka tūrisma var tā dabiski – jo labāk tu strādā, jo vairāk tu pelni. □

Ar likumdošanu viss ir kārtībā, nav kārtībā ar tās piemērošanu

Manuprāt, ja visi nozares spēlētāji godīgi izpildītu esošās prasības, papildus nekas nebūtu jāregulē

Žurnāls "Tūrisms" apkopo nozares konstruktīvos priekšlikumus

Kristians Rozenvalds,
Žurnāla "Tūrisms" redaktors

Negaidīti un ļoti īsā laika sprīdi ir pieņemti vairāki tūrisma nozari būtiski ietekmējoši lēmumi. Ir paaugstināta PVN likme, ir divas reizes samazinājies budžeta finansējums tūrisma nozarei, ir paziņots par Tūrisma attīstības valsts aģentūras un Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras, kā arī vēl vairāku Ekonomikas ministrijas pārraudzībā esošo aģentūru apvienošanu. Turklāt Latvijas tūrisma nozari ietekmē arī valsts tautsaimniecībā notiekošais, un arī visā pasaulē tūrisms pārdzīvo krīzi.

Tūrisma nozare ir nostādīta neapskaužamā situācijā. Kā intervijā žurnālam "Tūrisms" rezumē Eiropas Parlamenta deputāts Aldis Kušķis, tūrisma nozare ir dabūjusi sitienu zem jostas vietas.

Apzinot situāciju, žurnāls "Tūrisms" ir apkopojis vairākus nozares pārstāvju priekšlikumus.

PVN likmes pārskatīšana

Tūrisma nozares pārstāvju sarunās ar valdības pārstāvjiem, jo īpaši ar ekonomikas ministru Kasparu Gerhardu, ir jūtams, ka valdības pārstāvji atzīst, ka rīkojošies pārsteidzīgi. Ir noprotams, ka PVN likmes paaugstināšanas ieceres autori ir nevis Latvijas valdības pārstāvji, bet gan starptautiskie eksperti, kuru motivācija joprojām nav zināma. Ir saprotams arī tas, ka krīzes brīdī, kāds bija pirms lēmuma pieņemšanas par miljardos mērāmo valsts aizņēmumu, ir grūti pieņemt līdz galam pārdomātus, vispusīgi izsvērtus lēmumus, turklāt, iespējams, Latvijas pārstāvjiem nemaz nebija izvēles iespēju.

Tūrisma nozare šajā brīdī ir bijusi vienota un izdarījusi visu iespējamo, lai tiktu sadzirdēta. Ir skaidrs, ka PVN likmes celšana maziņa Latvijas uzņēmumu konkurētspēju, kā arī var veicināt iespējamus uzņēmumu bankrotus. Šķiet, ka to apzinās arī valdība. Esmu pārliecināts, ka plašā kampaņa ir atgādinājusi arī to, cik lielā mērā pārejās Latvijas tautsaimniecības nozares ir saistītas ar tūrisma, un otrādi.

Tāpēc atliek cerēt un vienlaikus arī pieprasīt, lai valdība un parlaments pie pirmās iespējas pārskatītu pieņemto lēmumu par PVN. Skaidrs, ka tas nevar notikt tūlīt, taču arī katra novilcinātā diena var pēcāk daudz dārgāk atmaksāties.

ES nauda esošās infrastruktūras saglabāšanai

Viens no galvenajiem uzdevumiem šobrīd ir saglabāt esošo infrastruktūru un tūrisma

produktus. Visa ES struktūrfondos tūrismaam paredzētā nauda ir jāpārdislocē vienīgi uz esošo produktu mārketingu, nevis jaunu produktu plānošanu un attīstību.

Ir jāturpina investīcijas valsts tūrisma tēla popularizēšanā, tostarp rīkojot kampaņas mērķa tirgos. Šobrīd nepieciešamība veidot vispārēju Latvijas tēlu ir aktuālāka nekā jebkad iepriekš.

Ļoti aktuāls ir atbalsts konkrētu pasākumu organizēšanai (kongresi, konferences, darba semināri, festivāli), kuru mērķis ir piesaistīt ārvalstu tūristus.

Ir jāturpina atbalstīt Latvijas reklamēšana privātām ārvalstu kompānijām. Ir ļoti daudzas veiksmīgas iestrādes sadarbībā ar vadošajiem tūrisma operatoriem Eiropā, ASV un Japānā, un, šo darbu neturpinot, līdzšinējais veikums būs jāieraksta zaudējumus.

Šengenas vīzas

Žurnālā "Tūrisms" ir pārpublicēts portālā "Delfi" ievietotais TAVA direktora Ulda Vītoļņa komentārs, kurā Latvija ir raksturota kā valsts, kura no Šengenas iespējām ir izmanotojusi vismazāk. Valstī joprojām nav noteikta vienota izpratne par tūrisma nozīmi, tāpēc nav brīnums, ka ir vairākas institūcijas, kuras pat lepojas ar to, ka ir potenciālajiem tūristiem nelabvēlīgas.

Latvijā ir iespējams likumdošanas un valsts uzņemto saistību ietvaros liberalizēt Šengenas vīzu izsniegšanas kārtību, kā to jau ir izdarījušas citas valstis, tostarp Lietuva un Igaunija.

Ir iespējams vienkāršot ielūgumu sistēmu. Var pārskatīt esošo garantiju sistēmu, tādējādi atvieglot tūrisma firmu darbību.

Ir jānodrošina vēstniecību konsulāro nodaļu darbības uzlabošana. Tām būtu jāpublisko vienota tūrisma firmu akreditācijas kārtība vēstniecību interneta mājaslapās, kā arī tām būtu jāpalielina akreditēto firmu skaits.

Ārlietu ministrijā būtu lietderīgi ieviest karsto tālrūni, lai tūrisma kompānijām būtu iespēja risināt operatīvus jautājumus.

Ne tikai Latvijas tūrisma nozarei, bet arī tautsaimniecībai kopumā ir ļoti nepieciešams ieviest vīzu izsniegšanas sistēmā apakškategoriju – biznesa tūrisms, kas novērstu ārkārtīgi sarežģīto vīzu kārtības procedūru attiecībā uz dažādām konferencēm un kongresiem.

Uzņēmējdarbības vides uzlabošana

Ir virkne uzlabojumu tūrisma uzņēmējdarbības vidē, kurus var veikt bez lieliem papildu tēriņiem, taču tam ir nepieciešama stingra griba.

Žurnāls "Tūrisms" jau iepriekšējos numuros ir rakstījis par to, cik neefektīva un darbību bremzējoša ir esošā ārvalstu viesu deklarēša-

nās sistēma. Kā zināms, ir vairākas viesu mājas Latvijā, kuras tieši šīs birokrātiskās sistēmas dēļ atsakās apkalpot ārvalstniekus, tādējādi vēl vairāk iedragājot Latvijas tūrisma tēlu.

Medijos un sabiedrībā tiek plaši diskutēts par taksometru vadītāju krāpšanos un citiem līdzīgiem pārkāpumiem pret tūristiem, taču nav izstrādāta normatīvo aktu bāze, lai nodrošinātu stingrāku regulēšanu un kontroli, tādējādi pēc iespējas vairāk pasargājot Latvijas viesus.

Iepriecina, ka turpinās iepriekš iesāktās iestrādes vienotas kvalitātes sistēmas ieviešanai tūrisma. Ir ļoti svarīgi, lai tās tiktu turpinātas, lai, aizbildinoties ar krīzi, kvalitāte netiktu upurēta.

Latvijai tūrisma ministriju

Jau minētajā žurnāla intervijā Eiropas Parlamenta deputāts Aldis Kušķis norāda, ka valstī, kas cer ar tūrisma pelnīt naudu, valsts sekretāra vietnieka mandāts ir daudz par mazu, lai ietekmētu nozares attīstību. Tā vietā, lai celtu mandātu un līdz ar to arī kapacitāti, Latvijā tiek ierosināts likvidēt jau esošo.

Tūrisma attīstības valsts aģentūrai ir jāturpina strādāt. Cits jautājums – vai ir nodrošināta koordinācija kopīgo mērķu sasniegšanai, turklāt – vai politiski šos mērķus maz ir noteikuši.

TAVA līdz šim ir izstrādājusi un ģenerējusi pati savus ES struktūrfondu projektus, taču, esot kopā ar LIAA, šāda iespēja izpaliktu, jo LIAA vienlaikus ir uzraugošā institūcija.

Pastāv arī risks, ka TAVAI, apvienojoties ar LIAA, visa nozare tiks pakļauta vispārējām eksporta atbalsta shēmām, un daudzas lietas vairs netiks atļautas. Līdz šim, kā zināms, TAVA veica daudzas vispārējas mērķīga aktivitātes, kuras faktiski var pielīdzināt eksporta subsidēšanai.

Tāpat pastāv risks, ka, apvienojot TAVAs un LIAAs budžetus, mazināsies kopējā atbalsta intensitāte tūrismaam.

Latviju var piemeklēt Igaunijas liktenis, kur tika veikta attiecīga apvienošana, kā rezultātā, neskatoties uz tūrismaam atvēlēto finansējumu, valsts konkurētspēja pēdējos gados tūrisma ir samazinājusies sakarā ar kapacitātes trūkumu apvienotajā institūcijā.

Koordinācijas nodrošināšana

Arī līdz šim bija jādomā par koordināciju, taču "treknajos" gados efektivitāte ne vienmēr bija prioritāte. Latvijā ir tik daudz organizāciju, kuras nodarbojas ar valsts tēla veidošanu (Latvijas Institūts, Inspiration Rīga, lielākās pašvaldības, LIAA, nozaru organizācijas, kā arī vēstniecības u.tml.). Runa ir ne tikai par saskaņotu rīcību, bet arī budžetu līdzekļu koordinētu, efektīvu un arī efektīgu izmantošanu. □

5. Tūrisma forums pārmaiņu laikā



"Salīdzinājumā ar citiem forumiem, šis pēdējais atšķirās ar to, ka netika apkopoti gada laikā padarītie darbi, jo dalībnieki vēlējās izbrīvēt pēc iespējas vairāk laika diskusijai," teica Latvijas Tūrisma foruma idejas autors, TAVA direktors Uldis Vītolīņš

Tūrisma attīstības valsts aģentūra jau piekto reizi noslēdz gadu, rīkojot Latvijas Tūrisma forumu. Forumā organizēšanā aktīvi līdzdarbojās arī Ekonomikas ministrija. Jāatzīmē, ka jau otro gadu forums tiek organizēts sadarbībā ar Eiropas Parlamenta lielāko un ietekmīgāko politisko grupu (Eiropas Tautas Partija / Eiropas Demokrāti), kuru forumā pārstāvēja Eiropas Parlamenta deputāts Aldis Kušķis. Latvijas Tūrisma forums kā ikgadējs pasākums jau kļuvis par nozīmīgāko pasākumu visiem tūrisma nozares pārstāvjiem, un tajā tiek apkopots aizvadītajā gadā tūrisma jomā paveiktais un noteikti mērķi nākamajam gadam.

Valstī notiekošie procesi iespaidoja arī 5. Latvijas Tūrisma foruma programmu. Iepriekš programma tika plānota citāda, taču sakarā ar to, ka pēdējā laikā nozares pārstāvji jūta apdraudējumu tūrisma un viesmīlības nozares attīstībai, programmā tika iekļauta žurnālista Jāņa Dombura moderētā diskusija, uz kuru tika uzaicināti dažādi nozarē iesaistītie cilvēki, kā arī politiķi un valsts tūrisma un ekonomiskās politikas noteicēji.

Diskusijas foruma gaitā bija ļoti spraigas, arī asas un emocionālas. "Salīdzinājumā ar citiem forumiem, šis pēdējais atšķirās ar to,

ka netika apkopoti gada laikā padarītie darbi, jo dalībnieki vēlējās izbrīvēt pēc iespējas vairāk laika diskusijai," teica Latvijas Tūrisma foruma idejas autors, TAVA direktors Uldis Vītolīņš.

Uz Latvijas Tūrisma forumu bija pieteikušies 500 dalībnieki, kas ir ļoti labs rādītājs," rezumē U. Vītolīņš un piebilst, ka foruma mērķauditorija ir gan valsts sektors (ministrijas, aģentūras, tūrisma organizācijas), gan arī privātais sektors (tūrisma operatori, ceļojumu aģenti, viesnīcas un transporta kompānijas), plašsaziņas līdzekļi (ekonomikas mediji, drukātie un elektroniskie mediji) un citi (mācībbspēki un studenti, pētnieki, konsultanti, kā arī eksperti un citi ar tūrisma saistīti cilvēki).

Pēc diskusijām notika arī svinīgā apbalvošanas ceremonija, kuras ietvaros tika godināts 2008. gada veiksmīgākais tūrisma produkts, "Dižās Baltijas apceļošanas" uzvarētāji, kā arī sadarbībā ar portālu www.travelnews.lv tika cildināti konkursa "Gada cilvēks tūrisma" uzvarētāji dažādās kategorijās. Pēc apbalvošanas ceremonijas notika Tūrisma Gada balle, taču atšķirībā no citiem gadiem šoreiz tā visiem interesentiem bija par maksu. □

"Gada cilvēks tūrisma 2008"

BalticTravelnews.com jau sesto gadu pēc kārtas sadarbībā ar Tūrisma attīstības valsts aģentūru ir noteicis labākos no labākajiem tūrisma industrijā, piešķirot titulu "Gada cilvēks tūrisma 2008" septiņās kategorijās.

Latvijas tūrisma profesionāļu vidū tā ir galvenā balva, ko iegūst izcilas personības un uzņēmēji tūrisma nozarē. Aptaui tiek organizēta divās atlasēs kārtās. Vispirms tūrisma profesionāļi, asociācijas un citi interesenti iesūta priekšlikumus katrā attiecīgajā kategorijā. Otrajā atlasē kārtā komisija, kurā ietilpst deviņi atzīti tūrisma eksperti, nosaka uzvarētājus.

"Gada cilvēks tūrisma 2008" absolūtā klasē

• Aldis Kušķis (Eiropas Savienības parlaments)

- Irēna Riekstiņa (Kaleva Travel)
- Vlads Koriagins (Baltic Travel Group)
- Iveta Sprūdža (Hotel Bergs)
- Aigars Rostovskis (Biznesa augstskola Turība)
- Raitis Sijāts (Vidzemes Tūrisma asociācija)

"Gada cilvēks tūrisma 2008" naktsmītņu biznesā

• Kristiana Ancāne (SIA Livland Hotels)

- Gints Dzirnīeks (Reval Hotel Rīdzene)
- Jānis Jenzis (Viesnīcu eksperts)

"Gada cilvēks tūrisma 2008" tūrisma aģentūru un operatoru biznesā

• Irēna Riekstiņa (Kaleva Travel)

- Larisa Kuzņecova (Maks)
- Inga Kavaca (Vanilla Travel)

"Gada cilvēks tūrisma 2008" tūrisma informācijas centra vadītājs

• Gunta Ušpele (Jūrmalas TIC)

- Ilze Liepa (Valmieras TIC)
- Gunta Zaķīte (Siguldas TIC)
- Inese Roze (Talsu TIC)

"Gada cilvēks tūrisma 2008" tūrisma žurnālists

• Aiva Kanepone (žurnāls "Ieva")

- Līga Rušeniece (Iaikraksts "NRA")
- Gaida Matisone (Iaikraksts "Telegraf")

"Gada cilvēks tūrisma 2008" restorānu biznesā

• Jānis Olups-Blumanskis (restorāns "Benjamiņš")

- Sandra Sirmace (restorāns "Kaļķu vārti")
- Pēteris Ozols (restorāns "Bergs")
- Eduards Jakuševskis (restorāns "Viva la Figaro")

Tūrisma mājaslapa 2008

• www.revalhotels.com

- www.celojumubode.lv
- www.karostascietums.lv

Brīvības pieminekļa apčurāšanu joprojām nav izdevies apturēt

Evita Krēsliņa

Pēdējā laikā masu medijos aizvien biežāk gadās lasīt par gadījumiem, kad kāds ārzemju tūrists pieķerts kārtojam dabiskās vajadzības pie Brīvības pieminekļa. Žurnāls "Tūrisms" dodas skaidrot, kāds iemesls ir šādai rīcībai – tuaļu trūkums, ārzemnieku uzvedības kultūra? Bet varbūt mēs par to uzzinām tāpēc, ka labi strādā policija?

Brīvības pieminekļis ir drošība

Brīvības pieminekļis ir viens no latviešiem būtiskākajiem valsts nozīmes kultūras un mākslas pieminekļiem. Valsts Policijas Rīgas reģiona pārvaldes Rīgas Centra iecirkņa Kārtības policijas nodaļas priekšnieks Ēriks Treļš stāsta, ka ik mēnesi tiek reģistrēti vismaz divi gadījumi, kad kāds tūrists pie pieminekļa mēģina nokārtot dabiskās vajadzības. Šos pārkāpumus var vērtēt dažādi, tāpēc arī piemērotais sods katrā konkrētajā gadījumā var atšķirties. Viss atkarīgs no tā, cik lielā mērā ir pārkāpta sabiedriskā kārtība. "Ja ārzemnieks ielīdīs krūmos tā, lai neviens viņu neredzētu, un nokārtos tur dabiskās vajadzības, bet viņu aizturēs policijas patruļdienests, tas būs vērtējams kā Rīgas Domes saistošo noteikumu nr. 80 pārkāpums. Tas nozīmē, ka šāda viņa rīcība nav nodarījusi kaitējumu sabiedriskajai kārtībai. Ja viņš kārto dabiskās vajadzības Brīvības pieminekļa laukumā vai pie paša pieminekļa nakts laikā un tam nav aculiecinieku, tas ir vērtējams kā sīkais huligānisms – 167. pants Administratīvo pārkāpumu kodeksā. Ja tas ir pārkāpums vairāku cilvēku klātbūtnē, kad cilvēks veic demonstratīvas darbības, tas jau ir Krimināllikuma pārkāpums. Līdz ar to katru gadījumu jāvērtē atsevišķi," par iespējamo sodu stāsta Ē. Treļš. Viņš arī atceras konkrētu gadījumu, kas tika nodots izskatīšanai tiesā, un tā pamatoti piemēroja administratīvo arestu uz piecām diennaktīm, ko vainīgais tūrists arī izcieta.

Ē. Treļš nenoliedz iespēju, ka tūristi ir naski arī citu sabiedriskās kārtības pārkāpumu veikšanā. Taču tas, kas notiek pie Brīvības pieminekļa, nekad nepaliek nepamanīts. Tas arī varētu būt viens no iemesliem, kāpēc tik daudz

dzirdam par dabisko vajadzību nokārtošanas gadījumiem tieši šajā vietā. "Pie Brīvības pieminekļa ir gan patruļdienesta postenis, gan Pašvaldības policijas postenis, gan videonovērošana. Es varu apgalvot, ka neviens, kas nokārto dabiskās vajadzības Brīvības pieminekļa apkaimē, netiks cauri sveikā. Mēs noķersim visus un visus sodīsim," uzsver Ē. Treļš.

Tūristiem jābūtu uzmanīgi

Policijas pārstāvis uzskata, ka nepieciešams veikt preventīvos pasākumus, lai mazinātu dabisko vajadzību kārtošanas gadījumu skaitu. Tā varētu būt ārvalstnieku informēšana. "Ir vairākas institūcijas, kas gatavoja brošūras un informēja cilvēkus, kas ieceļo Latvijā, par šādiem gadījumiem, kā arī par vispārpieņemtām uzvedības normām un mūsu likumdošanas aspektiem, kuriem būtu vajadzīgs pievērst uzmanību. Arī tūrisma firmām, kas nodrošina braucienus uz mūsu valsti, vajadzētu painformēt tūristus par mūsu noteikumiem. Es uzskatu: to, ka Brīvības pieminekļis ir valsts apsargājama objekts, vajadzētu vēl kaut kādā



Karikatūra: Dzinātais Meiniss

veidā īpaši uzsvērt. Es to neuzskatītu par lielu naudas izšķērdēšanu, ja pieminekļa tuvumā parādītos zīmes, kas informētu, ka pieminekļis ir valsts aizsargājama objekts," Ē. Treļš piedāvā vairākus risinājumus.

Joprojām trūkst tuaļu

Protams, būtu jādodomā ne tikai par brīdinājumiem, bet arī par publisko tuaļu skaita palielināšanu. Brīvības piemineklim tuvākās tualetes atrodas Līvu laukumā, par to izmantošanu ir jāmaksā. Likumsargs saka – kad pieķertus tūristus izprašā, tie, protams, apgalvo, ka viņi tikai gribējuši nokārtot dabiskās vajadzības, taču nav bijis kur. Un tas arī ir fakts – Brīvības pieminekļa tuvumā tuaļu nav.

Uz tuaļu trūkumu kā vienu no galvenajām problēmām norāda arī tūrisma nozares pārstāvji. "To varētu uzskatīt par problēmu, jo Rīgā patiesi nav daudz publisko tuaļu. No otras puses, dabisko vajadzību kārtošana publiskā vietā ir atsevišķu indivīdu neadekvāta uzvedība pēc pārmērīgas atpūtas Rīgas krogos," saka Tūrisma attīstības valsts aģentūras Sabiedrisko attiecību vadītāja Marita Neimane. Viņasprāt, šāda problēma pastāv tāpēc, ka atsevišķām personām trūkst izpratnes par kultūralu uzvedību, viņiem nav sapratnes, ka, uzturoties Latvijā, tāpat kā jebkurā citā valstī, ir jāizturas ar cieņu pret valstij nozīmīgiem simboliem. To apstiprina arī Ivonna Ķezbere, tūrisma aģentūras "Spāre" valdes locekle (šī aģentūra, cita starpā, nodarbojas ar ienākošā tūrisma organizēšanu). Viņas pieredze liecina, ka Rīgā sabiedriskās kārtības noteikumus parasti pārkāpj angļu tūristi, kuri pie mums ierodas ar "Ryanair" lidmašīnu reisiem: "Sabojāti numuri, piečurāti puķu podi un citas izdarības – ar šādu nekultūralu uzvedību no angļu tūristu puses mēs saskaramies praksē. Problēmas būtība sakņojas viņu pašu zemajā kultūras un izglītības līmenī. Latvijā pie tā tik daudz nav vainīga," uzskata I. Ķezbere. Viņa risinājumu saskata sodos: "Liels naudassods vai administratīvais arests!"

Čurāšanas motīvs – derības

Laikrakstā "Telegraf" savulaik tika publicēta versija, ka pirms čurāšanas pie Brīvības pieminekļa tiekot slēgtas derības, un uzvarētājs iegūstot krietni lielāku laimestu, nekā pēc tam spiests samaksāt soda naudā. Ja tā ir patiesība, tad diezin vai ar naudas sodu vien būs līdzēts. Šādu informāciju

apstiprināja arī Rīgas policijas pārstāvis Edgars Dudko. "Mums ir tāda informācija, ka daļa tūristu slēdz derības par čurāšanu Rīgā, taču nevaru pateikt, par kādām summām tās tiek slēgtas," saka E. Dudko.

Saistībā ar M. Neimanes minēto tūristu kāri pēc pārmērīgas uzdzīves Rīgas klubos arī Ē. Treļš apstiprina, ka tas ir veicinošs faktors – visos konstatētajos gadījumos, kad tūristi kārtoja dabiskās vajadzības pie pieminekļa, viņi bijuši alkohola reibumā. Policijas amatpersona apgalvo, ka tūristi to nenoliedz un min kā vienu no iemesliem, kāpēc viņi tieši šajā vietā ir nokārtojušies.

Interesanti zināt, kas notiek pie citu lielpilsētu centrālajiem pieminekļiem? □

Vidējais ārvalstu tūrists Latvijā

Gaļina Stubailova

Kāds ir vidējais ārzemju tūrists Latvijā? Ko viņš šeit dara? Kas viņam patīk un kas nepatīk? Ārzemju tūristu "portretu" Latvijā var izveidot pēc LR Centrālās statistikas pārvaldes (CSP) datiem par robežu šķērsojošajām personām un pēc dažādām tūristu aptaujām. Taču valstī nav izveidota vienota pieeja vidējā statistiskā tūrista noteikšanai. Arī ekspertu domas par to, vai šāds apkopojums vispār ir nepieciešams, dalās.

CSP Transporta un tūrisma statistikas daļas vadītāja Edite Miezīte stāsta, ka arī pēc pievienošanās Šengenas līguma dalībvalstīm, kad iebraucēju dokumenti vairs netiek pārbaudīti, ir izstrādāta metodika informācijas apkopošanai par ārvalstu ceļotājiem Latvijā un Latvijas iedzīvotāju ceļojumiem uz ārvalstīm. Dati tiks apkopoti par gadu un būs publicēti izdevumā "Tūrisms Latvijā 2008".

Tikai sausa statistika

CSP dati par robežu šķērsojošajām personām 2007. gadā liecina, ka Latvijas robežu šķērsojuši 5 235 000 ārzemnieku. Protams, visvairāk ierodas no kaimiņvalstīm – 36% no Lietuvas, bet 23% no Igaunijas. Nākamie ir iebraucēji no Krievijas – 7%, Polijas – 6%, Vācijas un Zviedrijas – 5%.

Minētais datu apkopojums liecina, ka 74% tūristu ieradusies ar autotransportu, 17% izmantojuši gaisa satiksmi, 6% – jūras transportu, bet dzelzceļu – tikai 3 procenti.

CSP dati liecina, ka 68,4% ir tā sauktie tranzīta tūristi, kas nenakšņo Latvijā, taču, ja tas tiek darīts, katrs tūrists mūsu valstī pavada vidēji 1,4 diennaktis. Visilgāk uzturas krievi un briti, visīsāko laiku – igauņi, lietuvieši un poļi. Katrs iztērē ap 47,3 latiem, lielākā daļa šīs naudas tērēta

par apmešanās vietas apmaksu un uzturu.

Ar pakalpojumu kvalitāti ļoti apmierināti ir 68,7%, bet vislielāko neapmierinātību tūristi pauž par izklaides iespējām – 24,7%. Vairāk nekā 60% ārzemju tūristu ar "ļoti labi" novērtējuši vietējo cilvēku atsaucību un pilsētu tīrību. Puse tūristu uzskata, ka Latvijas iedzīvotāji ļoti labi pārzina svešvalodas.

Dati ir "izplūduši"

"Baltic Travel Group" prezidents Vladislavs Korjagins atzīst, ka pēc pievienošanās Šengenas zonai statistika par iebraukušajiem tūristiem ir diezgan "izplūdusi" un kopainu izveidot nav iespējams. "Mēs apkopojam informāciju, vadoties pēc viesnīcu sniegtajām ziņām. Atkarībā no tā, kuras valstis pārstāv viesnīcās dzīvojošie, izvērsām arī savas mārketinga aktivitātes. Mūs neinteresē tie, kas brauc grupās ar noteiktu nakšņošanas vietu un izklaides programmu; savus pakalpojumus piedāvājam individuāli ceļojošiem," stāsta V. Korjagins.

Katra valsts pētāma konkrēti

Tūrisma nozarē strādājošie savas kampaņas organizē, ņemot vērā ikvienas valsts pārstāvju īpatnības un vēlmes, necenšoties izstrādāt vienotu stratēģiju tūristu piesaistīšanai.

Ekonomikas ministrijas, proti, par tūrisma attīstības un politikas izstrādi atbildīgās institūcijas pārstāve Evita Urpena stāsta, ka arī ministrijā nav izveidots modelis, pēc kura noteikt vidējo statistisko tūristu. "Informāciju apkopo CSP, un to izmanto gan valsts iestā-

des, gan privātzņēmumi. Uzskatu, ka šāda "vidējā tūrista" noteikšana nav nepieciešama, jo katras valsts pārstāvji uz Latviju brauc ar saviem mērķiem un mentalitāti, tūrisma firmu aktivitātes arī vērstas uz dažādām mērķa grupām. Latviju popularizē arī ārvalstīs esošās valsts pārstāvniecības," uzskata E. Urpena un piebilst, ka darboties konkrētas valsts virzienā noteikti ir vieglāk un izdevīgāk.

Vidējais ārzemju tūrists speciālista skatījumā

"Baltic Travel Group" prezidents Vladislavs Korjagins, aicināts "uzzīmēt" vidējā ārvalstu tūrista portretu, bilst, ka ir iespējams ieskicēt tikai atsevišķu valstu tūristu raksturojošas iezīmes. Piemēram, Japānas tūristi Latvijā ir precēts pāris vecumā pēc 70 gadiem, kas jau apceļojuši visu pasauli un nolēmuši apskatīt arī Baltijas valstis. Savukārt Krievijas pārstāvji ir vecāki par 40 gadiem, kas jaunībā Baltijas jūras krastā dzīvojuši pionieru nometnē un tagad Jūrmalā gremdējas atmiņās. "Skandināvi un vācieši ceļo divatā, savukārt vienatnē labprātāk brauc turku, itāliešu un britu vīrieši," tā V. Korjagins.

Jāsecina, ka "Baltic Travel Group" prezidenta vērojumi lielā mērā sakrīt ar statistikas datiem. Tā CSP informē, ka lielākā daļa tūristu ir vīrieši, pārsvarā vecumā no 22 līdz 44 gadiem. Sievietes dominē tikai vecumgrupā no 65 gadiem. Interesanti, vai 2008. gada datu apkopojums ienesīs kādus jaunus vaibstus vidējā ārzemju tūrista portretā? □

"Vidējā tūrista" noteikšana nav nepieciešama, jo katras valsts pārstāvji uz Latviju brauc ar saviem mērķiem un mentalitāti

Piedāvājums tūrisma nozarei!



Ietaupiet līdz 40% no IT izdevumiem!

- Portālu un forumu izvietošana
- Klientu vadības sistēmu uzturēšana
- Attalināta datu apmaiņa un glabāšana
- Grāmatvedības programmu darbības nodrošināšana
- E-pastu sistēmu uzturēšana

Jūs saņemsiet vispiemērotāko IT risinājumu!

6707 2100 office@deac.lv www.deac.lv



Akceptē noteikumus par tūristu gida sertificēšanu un pakalpojumu sniegšanu

Ministru kabineta 2008. gada 20. novembra sēdē tika akceptēti MK noteikumi “Tūristu gida sertificēšanas un pakalpojumu sniegšanas kārtība”.

Līdz šim Latvijā nebija normatīvo aktu, kas noteiktu tūristu gida sertificēšanas un pakalpojumu sniegšanas kārtību, līdz ar to nav arī oficiālu prasību attiecībā uz izglītību un pieredzi, kas nepieciešama tūristu gida pakalpojumu sniedzējam. Tas nozīmē, ka Latvijā strādājošo tūristu gidu zināšanas un prasmes ir ļoti dažādas un nepilnīgas, pakalpojumu kvalitāte ir nepietiekama, un kopumā tas negatīvi ietekmē Latvijas tūrisma tēlu.

Lai nodrošinātu augsta līmeņa tūristu gida pakalpojumu sniegšanu vietējiem un ārzemju tūristiem, tūrisma nozares uzņēmēji rosināja Latvijā ieviest tūristu gida profesionālās darbības reglamentēšanu, kā rezultātā tiktu uzlabota pakalpojumu konkurētspēja, aizsargātas patērētāju intereses un veicināta vienota Latvijas tēla veidošana.

“Noteikumi par tūristu gida sertificēšanas un pakalpojumu sniegšanas kārtību” nosaka vispārīgās prasības izglītībai un profesionālās kvalifikācijas atzīšanai, prasības kvalifikācijas kategorijas iegūšanai, sertificēšanas, sertifikāta reģistrēšanas un sertifikāta anulēšanas kārtību, pakalpojuma sniegšanas kārtību, kā arī darbības uzraudzību un kontroli.

MK noteikumi paredz divas gidu profesionālās kvalifikācijas kategorijas:

1. kategorijas gids varēs darboties visā LR teritorijā (tostarp speciālajos tūrisma objektos). Nepieciešamā izglītība – 2. līmeņa profesionālā augstākā tūristu gida izglītība vai akadēmiskā/profesionālā augstākā izglītība un īsā profesionālā augstākā izglītība tūristu gidiem;

2. kategorijas gids varēs darboties vienā vai vairākos plānošanas reģionos. Nepieciešamā izglītība – 2.līmeņa profesionālā augstākā izglītība un tūristu gidu profesionālās pilnveides apguve licencētā izglītības programmā.

MK noteikumos noteiktās prasības un kārtība būs obligāta ikvienai fiziskai personai, kura Latvijas Republikā vēlas uzsākt darbu tūristu gida profesijā vai darboties tajā patstāvīgi kā pašnodarbināta persona vai darbinieks. Tūristu gids kā sertificēta persona varēs sniegt pakalpojumu gan kā individuālo pakalpojumu sniedzējs, reģistrējoties kā iedzīvotāju ienākumu nodokļa maksātājs, gan kā komersanta darbinieks. Tūrisma gida sertifikāts tiks izsniegts uz pieciem gadiem, pēc tam tā derīguma termiņu būs iespējams pagarināt vēl uz pieciem gadiem.

ES, EEZ valstu tūristu gids pakalpojumu Latvijā (izņemot speciālajos tūrisma objektos) var sniegt bez sertifikāta, ja pakalpojumu sniegšana ir īslaicīga, bet nepieciešams iesniegt paziņojumu par īslaicīgu pakalpojumu veikšanu.

Lai nodrošinātu augstu tūristu gidu pakalpojumu sniegšanas līmeni starptautiskas un nacionālas nozīmes īpaša statusa tūrisma

objektos, MK noteikumos ir noteikti vairāki šādi objekti, kuros tūristu gida pakalpojumus drīkstēs sniegt tikai 1. kategorijas tūristu gidi. Īpašo tūrisma objektu saraksts tika izstrādāts, ņemot vērā Eiropas Kopienas Tiesas izstrādāto atkāpi no brīvās pakalpojumu aprites principa – ES dalībvalstīm ir tiesības gidam, kurš ar tūristu grupu apmeklē valstiski nozīmīgus kultūrvēsturiskus pieminekļus vai muzejus, izvirzīt noteiktas prasības attiecībā uz profesionālo kvalifikāciju. Sarakstā ir ietverti tie tūrisma objekti, kam piemīt nacionālās mākslas, kultūrvēstures un dabas vērtības, kas ir būtiska valsts tēla sastāvdaļa.

Īpašie tūrisma objekti Latvijā ir šādi: Latvijas Dabas muzejs, Latvijas Nacionālais mākslas muzejs, Latvijas Nacionālais vēstures muzejs, Rīgas vēstures un kuģniecības muzejs, Rundāles pils muzejs, Turaidas muzejrezervāts, Latvijas Kara muzejs un Latvijas Okupācijas muzejs, kā arī Rīgas vēsturiskais centrs.

MK noteikumi stāsies spēkā 2009. gada 1. jūlijā. Lai nerastos jūtams tūristu gida pakalpojumu sniedzēju trūkums un tiktu nodrošināta iespēja personām iegūt speciālo izglītību, paredzēts pārejas periods, kas ilgs līdz 2016. gada 1. janvārim.

Tūristu gida sertificēšanu, atkārtotu sertificēšanu un sertifikāta anulēšanas izskatīšanu veiks valsts aģentūrā “Latvijas Nacionālās akreditācijas birojs” akreditēta atbilstības novērtēšanas institūcija. □

EM rosina izvērtēt ielūgumu sistēmu vīzu saņemšanai

Ekonomikas ministrija (EM) uzskata, ka pašreizējā ekonomiskajā situācijā, kad sarūk tūristu skaits, tiek samazināts budžets tūrisma politikas īstenošanai, palielināts PVN tūristu mītnu pakalpojumiem, ir nepieciešams pēc iespējas aktīvāk un efektīvāk atbalstīt tūrisma nozares attīstību, tostarp piemērojot tūrisma attīstību veicinošu vīzu režīmu un robežšķērsošanas kārtību. Proti, atvieglot vai atcelt ielūgumu sistēmu vīzu saņemšanai.

Šobrīd spēkā esošajos likumdošanas aktos par Šengenas prasību ieviešanu ir noteikti daudz stingrāki nosacījumi nekā citās Baltijas valstīs, Somijā un pārējās Eiropas Savienības dalībvalstīs. Piemēram, Somijas vēstniecība Krievijas Federācijā ir izsniegusi rekordlielu vīzu skaitu, piesaistījusi krievu lielāku ceļotāju skaitu – 10 reizes lielāku nekā Latvija. Tāpat EM min, ka izsniegto vīzu skaits no Baltkrievijas, Krievijas un Ukrainas kopš Latvijas pievienošanās Šengenas zonai, ir samazinājies gandrīz divas reizes, kā arī būtiski samazinājies LR vēstniecībās akreditēto tūrisma firmu skaits minētajās valstīs.

EM norāda, ka Latvijai atšķirībā no daudzām citām Šengenas zonas valstīm joprojām eksistē ielūgumu sistēma. Piemēram, Igaunijā ielūgumi nav nepieciešami, Igaunijas gadījumā vīzas tiek izsniegtas arī gadījumos, ja ceļotājs ir iegādājies biļeti uz kādu kultūras pasākumu. Salīdzinājumā ar pārējām Baltijas valstīm Latvija daudz stingrāk nosaka arī tūristam nepieciešamās garantijas. Ņemot vērā to, ka kultūras tūrisms ir viens no prioritāri atbalstāmajiem tūrisma veidiem Latvijā, kā arī nepieciešamību atbalstīt nacionālo aviopārvadātāju, nepieciešams nepārprotami noteikt, ka viesnīcas rezervācija, visa veida transporta biļetes uz Latviju un no tās (t.sk. aviobiļetes), tūrisma firmu ceļazīmes (bez ielūgumiem), iegādātā ieejas biļete uz pasākumu (piemēram, koncertu) Latvijā u.c. – kalpo par pietiekamu pamatojumu vīzas saņemšanai bez ielūguma (uzrādāt oriģinālus, un iesniedzot kopijas konsularajā daļā), līdzīgi tam, kā tas darbojās Igaunijas un Lietuvas vīzu noteikumos.

Lietuvas un Igaunijas konsularajos dienestos

par pamatojuma dokumentu vīzas saņemšanai akceptē pat uzaicinošās puses tūrisma kompānijas garantijas vēstuli vai viesnīcas rezervācijas apstiprinājumu, turpretī Latvijas puse pieprasa, lai iespējamā viesnīca būtu jau apmaksāta un tas nozīmē tikai to, ka klientam ir jāriskē ar savu naudu, jo pastāv taču iespējas, ka vīza var tikt atteikta. Minēto sarežģītumu dēļ daudzas tūrisma kompānijas saviem klientiem iesaka izvēlēties Latvijas vietā kādu citu valsti.

Ekonomikas ministrija rosina Valsts kanceleju izvērtēt vairākus aspektus. Arī to, ka vairākās Šengenas zonas valstīs nav ielūguma sistēmas. Taču arī tad, ja Latviju salīdzina pat ar tām valstīm, kurās šī ielūgumu sistēma pastāv, mūsu gadījumā ielūguma apstiprināšana ir maksas pakalpojums. Lietuvā tas notiek bez maksas, līdz ar to tūrisma kompānijām ir izdevīgāk cilvēkus sūtīt uz Lietuvu. Tas padara vīzu noformēšanas procedūru ne tikai darba un laika ziņā ietilpīgāku, bet arī dārgāku, tādēļ būtu jāizvērtē iespēja atteikties no maksas par ielūguma noformēšanu. □

Ekonomikas ministrs aicina respektēt iepriekš noslēgtos līgumus

Ekonomikas ministrs Kaspars Gerhards rosina piemērot 5% PVN likmi tiem viesnīcu sniegtajiem pakalpojumiem, par kuriem līgums noslēgts līdz 2008. gada 31. decembrim. Šādu priekšlikumu EM iesniegusi izskatīšanai Ministru kabineta sēdē.

Kā zināms, Saeima 2008. gada 12. decembrī apstiprināja grozījumus likumā "Par pievienotās vērtības nodokli", paredzot, ka, sākot ar 2009. gada 1. janvāri, PVN likme viesnīcu sniegtajiem pakalpojumiem būs 21 procenti.

Nemot vērā tūrisma nozares darbības specifiku, vairums viesnīcu līgumus par pakalpojumu sniegšanu nākamajā gadā slēdz jau iepriekšējā sezonā, proti, līgumus ar sadarbības partneriem – korporatīvajiem klientiem, tūrisma aģentūrām Latvijā un ārvalstīs – par viesnīcu pakalpojumu sniegšanu 2009. gadā viesnīcas ir noslēgušas jau tagad, ierēķinot 5% PVN likmi. Ja šie darījumi tiks aplikti ar 21% likmi, kā to paredz izmaiņas likumdošanā, PVN starpība būs jāsedz viesnīcu īpašniekiem.

Jāpiebilst, ka konkurējošajās Baltijas valstīs saglabās pazemināto PVN likmi: Lietuva piemēros pārejas noteikumus – PVN likmi 5% (līdz 2009. gada beigām) 19% likmes vietā, Igaunija PVN likmi pacels tikai līdz 9 procentiem. Ja netiks piemēroti pārejas noteikumi, Latvijā būs otrā augstākā PVN likme Eiropā (pēc Dānijas, kur tā ir 25%). 50% katra ārvalstu tūrista izde-



Foto: Kristiāns Rozenvalds

vumu veido izmaksas par viesnīcām un restorāniem, līdz ar to šobrīd būtiski ir saglabāt viesu izmitināšanās pakalpojumu konkurētspēju.

Minēto iemeslu dēļ Ekonomikas ministrija rosina šiem pakalpojumiem piemērot pašreiz spēkā esošo 5% PVN likmi, lai mazinātu PVN likmes kāpuma ietekmi uz tūrisma un ar to saistītām nozarēm (piemēram, transporta, restorānu biznesa, tirdzniecības un citām).

EM un Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas pārstāvji 2008. gada 19. decembrī tikās ar Finanšu ministrijas pārstāvjiem, lai pārrunātu šo jautājumu un rosinātu tādas izmaiņas likumā "Par pievienotās vērtības nodokli", kas veicinātu Latvijas tūrisma un ar to saistīto pakalpojumu nozaru konkurētspēju. Ekonomi-

kas ministrija vēlreiz uzsvēra tūrisma sektora kā pakalpojumu eksporta nozīmi tautsaimniecības attīstībā – pēc Latvijas Bankas Maksājumu bilances datiem, tūrisma pakalpojumu eksporta īpatsvars kopējā Latvijas preču un pakalpojumu eksportā 2007. gadā bija 5,6%, Latvijas pakalpojumu eksportā – 18,3% (absolūtos skaitļos – 342,8 miljoni latu).

Vienlaikus jāatzīmē, ka 5. Latvijas Tūrisma forumā K. Gerhards rosināja arī pārskatīt tūrisma nozares attīstību veicinošās ES struktūrfondu programmas un aicināja tūrisma nozares speciālistus un uzņēmējus vienoties par šo līdzekļu novirzīšanu šobrīd aktuālākajām vajadzībām. Pašreiz ir apturēta divu tūrisma nozares ES struktūrfondu programmu īstenošana gandrīz 14 milj. latu apmērā, lai dotu iespēju nozarei izvērtēt esošo situāciju un vienoties par šo līdzekļu izlietojumu aktuālākajām vajadzībām.

Tāpat ministrs aicinājis tūrisma nozares speciālistus paust vienotu nostāju par TAVA un LIAA ārvalstu ekonomisko pārstāvniecību tālāko darbu un tā optimizāciju un norādīja, ka pašreizējie viedokļi ir izteikti pretrunīgi.

Tuvākajā laikā plānots uzsākt diskusiju ar pašvaldībām par TAVA reģionālo biroju Latvijā un pašvaldību tūrisma informācijas centru iespējamo apvienošanu, lai efektīvāk izmantotu pieejamos resursus un optimizētu tūrisma biroju darbu Latvijā. □

Latvijas Tūrisma konsultatīvās padomes sēde

21. novembrī Ekonomikas ministrijā notika Latvijas Tūrisma konsultatīvās padomes (LTKP) sēde, kuru vadīja LTKP priekšsēdētāja Vita Jermoloviča.

Atklājot sēdi, Vita Jermoloviča uzsvēra, ka visām ieinteresētajām pusēm – gan EM, gan tūrisma nevalstiskajām organizācijām – ir jā-

apvieno spēki, lai stiprinātu tūrisma nozari pašreizējā ekonomiskajā situācijā. EM valsts sekretāra vietniece Zaiga Liepiņa piebilda, ka vēlamā rezultāta sasniegšanai ir nepieciešams izvirzīt konkrētus, sasniedzamus mērķus.

EM Ārējo ekonomisko attiecību un tirdzniecības politikas departamenta direktora vietniece Marina Paņkova iepazīstināja klātesošos ar izmaiņām Tūrisma attīstības pamatnostādņu 2009.–2015. gadam projektā, kas tika veiktas, pamatojoties uz citu ministriju un tūrisma nozares pārstāvju sniegtajiem atzinumiem, un aicināja LTKP aktīvi iesaistīties Pamatnostādņu pilnveidē.

Tūrisma attīstības valsts aģentūras (TAVA) Kvalitātes vadības un stratēģiskās plānošanas nodaļas vadītāja Inese Širava iepazīstināja klātesošos ar tūrisma pakalpojumu kvalitātes zīmes "Q-Latvia" ieviešanas projektu. I. Širava norādīja, ka aizvien biežāk tiek saņemtas tūristu sūdzības par saņemto pakalpojumu neatbilstošu kvalitāti. Tādēļ TAVA ir uzsākusi darbu pie kvalitātes sistēmas ieviešanas, lai panāktu vispārējā kvalitātes līmeņa celšanos dažādos tūrisma pakalpojumu ķēdes posmos, jo kopējo iesaistīto par ceļojumu un Latviju kā tūrisma galamērķi veido visu šo faktoru kopsumma. □

Latvija un Krievija parakstīs starpvaldību vienošanos par sadarbību tūrisma jomā

10. novembrī EM valsts sekretārs Anrijs Matiss piedalījās Ekonomiskās sadarbības darba grupas sanāsmē, kas norisinājās Latvijas un Krievijas starpvaldību komisijas sēdes priekšvakarā Maskavā. Darba grupas ietvaros tika pārrunāti jautājumi par dažādām ekonomiskās sadarbības paplašināšanas iespējām, tostarp tūrisma, enerģētikas un inovāciju jomā.

Tikšanās laikā puses ar gandarījumu atzina, ka Latvijas un Krievijas ekonomiskā sadarbība kļūst arvien ciešāka un strauji pieaug abu valstu ārējās tirdzniecības darījumu skaits.

Darba grupas ietvaros puses pārrunāja sadarbības jautājumus tūrisma nozarē un secināja, ka tā ir viena no visstraujāk augošajām abu valstu sadarbības jomām. Paredzēts, ka tuvākajā laikā Latvija un Krievija parakstīs starpvaldību vienošanos par sadarbību tūrisma sfērā.

LR Ekonomikas ministrijas Sabiedrisko attiecību nodaļas sagatavoto informāciju apkopoja Kristiāns Rozenvalds

Uzziņa

Latvijas Tūrisma konsultatīvā padome ir koleģiāla, konsultatīva un koordinējoša valsts institūcija, kura veicina tūrisma valsts politikas izstrādāšanā un īstenošanā iesaistīto valsts pārvaldes institūciju (tostarp pašvaldību un plānošanas reģionu) un privātpersonu (arī biedrību un nodibinājumu) sadarbību. LTKP lēmumiem ir ieteikuma raksturs. Galvenās LTKP funkcijas ir saskaņot tūrisma valsts politikas izstrādāšanā un īstenošanā iesaistīto valsts pārvaldes institūciju un privātpersonu intereses un darbību, veicināt tūrisma nozares integrāciju valsts sociāli ekonomiskās attīstības procesā, atbalstīt Latvijas tūrisma iespēju un pakalpojumu popularizēšanu un reklāmas pasākumus Latvijā un ārvalstīs un koordinēt tūrisma valsts politikas dokumentu īstenošanu.

Simtiem tūkstošu latu neiegūtās peļņas jeb zaudēto izdevību gads?

Uldis Vitoliņš,
Tūrisma attīstības valsts aģentūras direktors

17. decembris 2008 00:21
Delfi.lv versijas

Ir pagājis gads, kopš Latvija pievienojās Šengenas zonai. Gadu atpakaļ ne tikai Latvija, bet arī Igaunija, Lietuva un arī Somija (jauno Šengenas valstu kontekstā) popularizēja NVS valstu tirgos jaunās iespējas.

Tagad, kad ir zināmi pirmie rezultāti par tūrisma plūsmu no Krievijas 2008. gada pirmajos sešos mēnešos, var izdarīt secinājumu, ka visveiksmīgāk jauno situāciju Krievijas tirgū izmantoja Igaunija, kur nakšņojumu skaits palielinājās par 28,1%, seko Somija, kur nakšņojumu skaits palielinājās par 21,3%, tad Lietuva ar 11,3%, bet Latvijas gadījumā nakšņojumu skaits samazinājās par 15,5% (no visām ES valstīm šis ir otrs sliktākais rādītājs). Redzot šos skaitļus, rodas vēlēšanās uzdot jautājumu – ko tad Latvija nav darījusi tā, kā vajadzētu? Un šeit gribas atcerēties pavisam nesen Latvijas masu medijos parādījušos LR Ārlietu ministrijas preses paziņojumu par to, ka kopš pievienošanās Šengenas zonai, vīzu atteikumu skaits ir būtiski pieaudzis. Izlasot šo ziņu, kādam, iespējams, gribas saukt *urrā!* un jūsmot par to, cik labi mēs esam sevi pasargājuši. Bet no Latvijas biznesa viedokļa tas nozīmē neiegūtu peļņu vairāku simtu tūkstošu latu apmērā.

Kas tad stāv aiz šiem vīzu atteikumiem? Daudziem, kuri nezina iekšējo virtuvi, var

šķist, ka pārsvarā runa ir par valstij un Šengenas zonai nevēlamām personām, kuras ir tendētas uz kādām kriminālām darbībām vai arī ir potenciālie migranti. Diemžēl praksē minētā cilvēku grupa tik liela nemaz nav, bet vīzu atteikumus bieži saņem cilvēki, kuri ir “maldinājuši” vēstniecības konsulāro nodaļu, piemēram, iesnieguši vīzas pieprasījumā pārāk vecas fotogrāfijas, neatceras konkrētu iepriekšējā Latvijas apmeklējuma datumu u.tml. Atteikts tiek arī biznesa cilvēkiem, kuri dodas uz Latviju atpūsties, pie reizes satiekies ar saviem darījuma partneriem un ir iegādājušies tūrisma ceļazīmi tūrisma kompānijā, nevis izmantojuši partnera ielūgumu. Šāda rīcība tiek uzskatīta par maldināšanu, un par to pārsvarā tiek sodīts ar vīzas atteikumu.

Lasot šo Ārlietu ministrijas preses paziņojumu, prātā nāk veca anekdote: armēņu radio jautā, kas ir bīstamāks – krievu komunisti vai latviešu komunisti? Atbilde skan: protams, latviešu komunisti, jo viņš komunistisko ideoloģiju cenšas ieviest ar vācu pedantiskumu. Tāpat ir ar mums. Šengenas noteikumi ir rakstīti visām valstīm vienādi, bet mūsu gadījumā mēs interpretējam šos noteikumus pēc iespējas stingrāk. Savukārt Somija to dara

pēc iespējas liberālāk, un rezultātā krievu tūristu skaits šajā valstī ir gandrīz desmit reiz lielāks, nekā tas ir Latvijā. Lieki piebilst, ka daudzi krievi izmanto Somijas Šengenas vīzu, lai dotos tālāk uz citām Eiropas valstīm. Somi gan ļoti rūpīgi seko Šengenas prasībām – vai nu sākt ceļojumu no Somijas, vai arī Somijā liek uzturēties visilgāk no paredzētā ceļojuma, un šīs politikas rezultātā iegūst ne tikai tūrisma uzņēmumi, bet arī transporta uzņēmumi, citiem vārdiem – visa Somijas ekonomika.

Cīnoties par Krievijas klientiem, Somijas galvenais trumpis ir nevis reklāmas kampaņas, bet vēstniecību mērķtiecīgais darbs un galvenokārt attieksme, kas ir orientēta uz klientu

Latvijai, konkurējot ar Somiju, nelīdz bezmaksas reklāmas kampaņas, ko dod dažādi Krievijas iniciēti kultūras pasākumi vasarā Jūrmalā, jo galvenais trumpis Somijai ir nevis reklāmas kampaņas, bet vēstniecību mērķtiecīgais darbs un galvenokārt attieksme, kas ir orientēta uz klientu.

Turpretī Latvijas vēstniecības un konsulāti citu Šengenas valstu konsulātu un vēstniecību vidū daudzās NVS valstīs tiek minēti kā vieni no visnedraudzīgākajiem attiecībā pret tūrisma kompānijām (piemēram, Maskavā, aptaujājot 35 vadošās tūrisma kompānijas, Latvijas vēstniecība nedraudzīguma ziņā ieņēma ceturto vietu, bet mūsu konkurenti somi tika atzīti par visdraudzīgākajiem), līdz ar to šīs “slavas” dēļ dau-



2007. gada nogalē tika organizēts Latvijas tūrisma aģitācijas brauciens uz Minsku (attēlā), kā arī Kijevu, Odesu, Maskavu, Pēterburgu, Kaļiņingradu, Baku, Taškentu, lai informētu par ieguvumiem, ko dod Latvijas pievienošanās Šengenas. Diemžēl Latvijai nav izdevies šīs iespējas izmantot

dzas nopietnas tūrisma kompānijas nevēlas strādāt ar Latviju.

Var jautāt, kā tad izpaužas šī atšķirīgā pieeja jeb īpašā attieksme? Šeit var minēt vairākus piemērus.

- Latvijai atšķirībā no daudzām citām Šengenas valstīm joprojām eksistē ielūgumu sistēma. Jāatzīmē, ka mūsu kaimiņiem igauņiem tādi nav nepieciešami, un Igaunijas gadījumā vīzas tiek izsniegtas, pat pamatojoties uz to, ka cilvēks ir nopircis biļeti uz koncertu.

- Salīdzinājumā pat ar tām valstīm, kurām ir šī ielūgumu sistēma, Latvijas gadījumā ielūguma apstiprināšana ir maksas pakalpojums. Lietuvā tas ir bez maksas, līdz ar to tūrisma kompānijām ir izdevīgāk cilvēkus sūtīt uz Lietuvu.

- Vīzu pieprasījuma un izsniegšanas laiks dažās Latvijas vēstniecībās vai konsulātos ir lielāks, nekā tas ir Lietuvas un Igaunijas vēstniecībās. Piemēram, Latvijas vēstniecība Baltkrievijā izsniedz vīzas divu nedēļu laikā, savukārt Lietuvai un Igaunijai vēstniecības to dara 10–11 dienu laikā, bet vasaras periodā sakarā ar lielo slodzi Latvijas vēstniecībā Baltkrievijā tūrisma firmām ir jāpierakstās iepriekš uz dokumentu iesniegšanu, kas noved pie tā, ka dokumentu izskatīšanas laiks vēl vairāk palielinās.

- Salīdzinājumā ar pārējām Baltijas valstīm Latvija daudz stingrāk traktē tūrista garantijas. Lietuva un Igaunija apmierinās ar uzaiņināšanos puses tūrisma kompānijas garantijas vēstuli vai vienkārši ar viesnīcas rezervēšanu, turpretī Latvijas puse pieprasa, lai iespējamā viesnīca būtu jau apmaksāta, un tas nozīmē, ka klientam nākas riskēt ar savu naudu, jo pastāv taču iespējas, ka vīza var tikt atteikta. Tādēļ daudzas tūrisma kompānijas saviem klientiem iesaka izvēlēties Latvijas vietā kādu citu valsti. Te kā piemēru var minēt Baltkrieviju, kur šogad izsniegto vīzu skaits tūristiem ir samazinājies gandrīz uz pusi, savukārt, kā liecina Latvijas statistika, baltkrievu tūristu skaits gada pirmajos 9 mēnešos ir palielinājies par 9 procentiem, un tas nozīmē tikai to, ka tūrisma firmas cenšas izmantot citus oficiālos kanālus, lai baltkrievu tūristus atvestu uz Latviju, un šajā gadījumā kā starpnieki vairs netiek izmantotas Latvijas firmas, bet gan Lietuvas vai Igaunijas firmas.

- Tūrisma kompāniju akreditācijas kārtība Latvijas vēstniecībās nav saprotama ne tikai NVS valstu kompānijām, bet arī Latvijas partneriem, jo noteikumi nav publiski pieejami vēstniecību mājaslapās (izņēmums – Sanktpēterburgas ģenerālkonsulāta mājaslapa), savukārt Igaunijas un Lietuvas vēstniecību mājaslapās šī informācija ir pieejama, un līdz ar to

nav skaidrs, pēc kādiem kritērijiem konsulārā amatpersona piešķir vai noņem akreditāciju. Līdz ar to rodas situācija, kāda tā bija Ukrainas vēstniecībā: līdz brīdim, kad notika pievienošanās Šengenas zonai, akreditētas bija aptuveni 70 kompānijas, bet pēc iestāšanās to skaits tika samazināts četras reizes. Lieki piebilst, ka Igaunijas un Lietuvas gadījumā akreditētais tūrisma kompāniju skaits būtiski nemainījās. Latvijas puses argumentācija bija tāda, ka attiecīgās tūristu kompānijas nav bijušas godprātīgas, tās ir apkalpojušas pārāk mazu tūristu skaitu utt. No biznesa viedokļa tas, protams, nav pareizi, jo Latvijai ir vajadzīgs katrs tūrists. Šāda rīcība kārtējo reizi liecina pirmām kārtām par atteiksmi.

- Salīdzinājumā ar Lietuvas vēstniecību Latvija ir daudz nedraudzīgāka pret biznesmeņiem. Piemēram, Lietuvas vēstniecībā par ikdienas normu tiek izmantota prakse: ja vēstniecībā vērsas biznesmeņi, izsakot vēlmi doties uz Lietuvu, lai uzsāktu biznesa kontaktus, vēstniekam ir tiesības uzaicināt attiecīgo personu uz Lietuvu. Latvijas gadījumā šim biznesmenim ir jāmeklē kāds, kas viņu uzlūgs, un, ņemot vērā formālās procedūras, kas uzņemošai pusei ir jāveic, ļoti bieži tas nemaz nav tik vienkārši. Kā piemēru nedraudzīgai attieksmei pret biznesa vidi var minēt arī gadījumu, kad viena no Latvijas bankām bija uzaicinājusi uz Līgo svētkiem vairākus nopietnus darījuma partnerus no kādas Vidusāzijas valsts. Liels bija Latvijas partneru izbrīns, ka visiem ielūgtajiem vīza tika atteikta, kā iemeslu minot, ka Līgo laikā pēc biznesa ielūguma uz Latviju braukt nedrīkst, jo tad nekāda veida biznesa neesot iespējams.

– Latvijas konsulāti ir vieni no retajiem, kuri neatzīst tā saukto biznesa tūrismu. Kā zināms, viens no visienesīgākajiem tūrisma veidiem ir konferences, kongresi un darba kolektīvu saliedējošie pasākumi. Ierasts, ka šādus pasākumus organizē tūrisma kompānijas,

bet Latvijas gadījumā biznesa tūrisms netiek atsevišķi nodalīts ar visām no tā izrietošajām sekām.

Šobrīd, kad tūrisms ir kļuvis par vienu no vadošajām tautsaimniecības nozarēm un tā daļa iekšzemes kopproduktā veido jau 7,5 procentus (tiešā un netiešā veidā), situācija tūrisma jomā ir tik kritiska, ka jācinās par katru tūristu. Mēs nevaram pieļaut zaudējumus un tā saucamo neiegūto peļņu simtiem tūkstošu latu apjomā. Faktiski ar šo mēs stiprinām mūsu kaimiņu, kā arī Somijas pozīcijas tūrisma NVS valstu tirgos, jo katra mūsu neizdarība vai arī īpašā attieksme stiprinās šo valstu pozīcijas mums tik svarīgajos tirgos. □

**Krievijas tirgū
visveiksmīgāk
pievienošanās Šengenas
zonai izmantoja Igaunija,
kur nakšņojumu skaits
palielinājās par 28,1%,
Lietuvā par 11,3%,
bet Latvijas gadījumā
nakšņojumu skaits
samazinājās par 15,5%**

delfi.lv/komentāri

Sviests AC, 17.12.2008 06:47

Vāks – šitais ir vāks, pat prātā nebija ienācis, ka Latvija šitiek drausmīgi izskatās citu acīs! Izskatās, ka Godmanis mierīgi varēja celt viesnīcu pakalpojumiem PVN vēl vairāk, lai tie kas nu tiek iekšā mūsu valstī, tad ar maksā par to! [..]

ddd., 17.12.2008 08:31

Vienalga, kādi tūristi šeit atstāj naudu. Kāda tur starpība – krievi, vai angļi? Ja ievēro likumus, tad lai dzīvo. Ne jau uz palikšanu viņi šeit brauc. Daudzas valstis ar zobiem un nagiem cinās par tūristu piesaisti, bet šeit nevienam tas īpaši neinteresē. Mēs jau tāpat bagāti un lepnī, vai ne? Un mums nospļauties uz MILJONUS nesošu nozari. [..]

Kur tikai paklausies, 17.12.2008 08:33

[..] Nu patiešām visi likumi domāti, lai LATVIJU GREMDĒTU, NEVIS CELTU. Un tās lasītāju domas, ka vispār krievus nevajag laist iekšā (arī kā tūristus) izklausās pēc paranoīķu mugiem.

zzzz, 17.12.2008 10:23

Nevajag nemaz somiju. Salīdzināt kaut vai mūsu jūrmalu ar Leišu Palangu un Kļāpēdu. Tūristam piedāvāto pakalpojumu spektra ziņā tā ir nakts pret dienu. [..]

tiveta, 17.12.2008 11:41

[..] par procentiem, protams, var strīdēties, bet skaidrs, ka mūsu vēstniecības nekādi neveicina tūrisma. Latvijas ierēdņiem noteikti ir sakāpis galvā: gribas būt vislielākiem eiropiešiem. Tiešām māsas no ASV, kas gandrīz katrā redz potenciālu nelegālo migrantu vai prostitūtu.

matilde, 17.12.2008 10:49

Raksta autoram tūrisms asociējas ar vīzas saņemšanu. Latvija tūrisma nozare nav attīstīta. Neko šai attīstībai nav līdzējis arī Vitoliņa kungs. Nav Jūrmalā kūrortviesnīcu, kur tūrists būtu "nodarbināts" ar pieteikumu izklaidi un atpūtu. Nav tūristam vajadzīga transporta – mīcās kopā ar vietējiem īsiņā elektriskajā vilcienā. Kārtējo reizi raksta autors savu nevarēšanu cenšas novelt uz citiem! Kungs, sakārtojiet un izveidojiet tūrisma nozari, gan arī tūrists parādīsies.

XAU, 17.12.2008 11:21

Protams, ka tūrisms nav tikai vīzas saņemšana, bet vīzas saņemšanas procedūra ir ļoti būtiska. Un svarīgs ir katrs sīkums, tāpēc katram vajadzētu sākt ar sava lauciņa sakārtošanu, un arī pamatoti aizrādīt pārējiem, un šis manuprāt ir ļoti pamatots aizrādījums

n-dy, 17.12.2008 14:46

[..] nu tik traki ar Vitoliņu un TAVA nav, kaut ko viņi dara? Manuprāt, smagāks variants ir LI (Latvijas Institūts). [..] Vitoliņš uz šī fona rulle!

mulķis, 17.12.2008 19:12

Atceros kādi kādreiz bija Jūrmalas pilsētā Ķemeri un kādi tie ir šodien. Žēl noskatīties, jo mums, bāleļņiem, kaut kas ar to galvu nav kārtībā.

Nu nu, 17.12.2008 19:20

Stāsts jau nav par to, ka aizvainot vai mest akmeņi AM virzienā, bet gan aicinājums beidzot saprast, ka Latvija ir globālajā tirgū, kur ir vīzu problēma konkurence par katru valūtas vienību. Mūsu nespēja izdzīvot globālā un birokrātija valstī ir novedusi krīzē tūlīt aiz Islandes. Tas ir aicinājums strādāt kopā un ieklausīties viens otrā [..]

Gints, 17.12.2008 20:34

parasti komentārus nerakstu, bet nevarēju aturēties. Šeit rakstītais ir pilnīga taisnība jo galvenā problēma biznesā ar Krieviju ir vīzu problēma lai pircēji varētu atbraukt nopirkt vai apskatīt preci. Visi, kuri ir rakstījuši ielūgumus no firmas un dzirdējuši ņirgāšanos par cilvēkiem Latvijas vēstniecībā Maskavā ar to izģērbšanu, rindu ar 110 cilvēkiem, mobilā telefona atņemšanu, utt., plus tas maksā 100 EUR ja gribās ātrāk ir vienkārši fašisms.

Tūrisma pakalpojumu kvalitātes sistēmas "Q-Latvia" apraksts

Iepriekšējā žurnāla "Tūrisms" numurā informējām par Tūrisma attīstības valsts aģentūras plāniem ieviest Latvijas tūrisma pakalpojumu kvalitātes sistēmu "Q-Latvia" un iepazīstinājām ar kvalitātes sistēmas pamatprincipiem. Šajos mēnešos TAVA ir turpinājusi darbu un veikusi nākamās iestrādes "Q-Latvia" ieviešanā – Latvijas apstākļiem ir adaptēta "Q-Latvia" ieviešanas rokasgrāmata, izstrādāts "Q-Latvia" logo un izveidota "Q-Latvia" piešķiršanas shēma, ar kuru iepazīstināsim šajā reizē.



Inese Širava,
Tūrisma attīstības valsts aģentūras
Kvalitātes vadības un stratēģiskās plānošanas
nodaļas vadītāja

Kvalitātes sistēmu "Q-Latvia" nodrošinās divas institūcijas

Plānots, ka "Q-Latvia" piešķiršanas procesu nodrošinās divas institūcijas – "Q-Latvia" padome un "Q-Latvia" komisija.

Lai nodrošinātu industrijas un nevalstiskā sektora pārstāvju iesaistīšanu kvalitātes sistēmas nodrošināšanā, "Q-Latvia" padomē tiks iekļauti nozares nevalstisko organizāciju, LR Ekonomikas ministrijas un TAVA pārstāvji. "Q-Latvia" padomes pamatuzdevums būs apstiprināt un uzraudzīt "Q-Latvia" piešķiršanas kritērijus un kārtību, kā arī pieņemt lēmumus, kas saistīti ar "Q-Latvia" sertifikāta piešķiršanu, atteikšanu, darbības pagarināšanu vai anulēšanu.

"Q-Latvia" komisijas darbu nodrošinās TAVA un tās galvenie uzdevumi būs pretendentu dokumentācijas izvērtēšana, apmācību organizēšana un konsultāciju nodrošināšana,

pārbaužu veikšana uzņēmumos, kā arī "Q-Latvia" padomes sēžu sagatavošana, informatīvo un mārketinga pasākumu organizēšana. "Q-Latvia" komisijas sastāvu un nolikumu apstiprinās "Q-Latvia" padome.

Pieteikšanās dalībai kvalitātes sistēmā "Q-Latvia"

Iesaistīšanās kvalitātes sistēmā "Q-Latvia" uzņēmumiem būs brīvprātīga. "Q-Latvia" sistēmā varēs iesaistīties jebkurš tūrisma vai ar tūrisma nozari saistīts pakalpojumu sniedzējs, kas darbojas Latvijas teritorijā. Lai pretendētu dalībai "Q-Latvia", uzņēmumam būs jāiesniedz iesniegums "Q-Latvia" komisijai. Komisija iesniegumu izskatīs un, ja tas atbilst noteiktajām prasībām, slēgs līgumu ar uzņēmumu par iesaistīšanos kvalitātes sistēmā "Q-Latvia".

Slēdzot līgumu, uzņēmums deleģēs arī vienu uzņēmuma pārstāvi – "Q-Latvia" kvalitātes speciālistu, kurš būs atbildīgs par sistēmas ieviešanu uzņēmumā, apmeklēs apmācību kursus un izstrādās dokumentāciju atbilstoši sistēmas prasībām.

Lai atbalstītu mikrouzņēmumus un veicinātu to sniegto pakalpojumu kvalitātes līmeņa paaugstināšanu, tiem tiks dota iespēja "Q-Latvia" ieviešanas procesā sadarboties savā starpā. Tas nozīmē, ka divi vai trīs mikrouzņēmumi varēs deleģēt vienu "Q-Latvia" kvalitātes sistēmas speciālistu un savā starpā sadarboties kvalitātes sistēmas ieviešanā, apmainīties ar idejām un pieredzi.

"Q-Latvia" kvalitātes speciālistu apmācība

Slēdzot līgumu par iesaistīšanos "Q-Latvia" sistēmā, uzņēmums deleģēs vienu pārstāvi – "Q-Latvia" kvalitātes speciālistu. "Q-Latvia" kvalitātes speciālistiem tiks organizētas apmācības, kurās viņi apgūs kvalitātes vadības pamatprincipus un tiks konsultēti, kā izmantot jaunas metodes un viņu rīcībā esošus instrumentus, lai veicinātu un attīstītu kvalitātes sistēmas "Q-Latvia" ieviešanu savos uzņēmumos. Kvalitātes speciālisti uzreiz pēc apmācībām būs atbildīgi par kvalitātes uzlabojumu ieviešanu savā uzņēmumā. Apmācītie darbinieki varēs izmantot īpaši šai kvalitātes sistēmai izstrādātu un Latvijas apstākļiem adaptētu "Q-Latvia"

Kvalitātes rokasgrāmatu, kā arī konsultēties ar "Q-Latvia" komisiju.

Gadījumā, ja deleģētais kvalitātes speciālists jau iepriekš būs ieguvis apliecību par dalību "Q-Latvia" kvalitātes speciālistu apmācībās vai arī viņa kvalifikācija būs pietiekama kvalitātes sistēmas "Q-Latvia" patstāvīgai ieviešanai, tad viņam apmācības apmeklēt nebūs nepieciešams.

Pašnovērtējuma ziņojuma sagatavošana un ārējā kontrole

Pēc "Q-Latvia" kvalitātes speciālistu apmācības uzņēmums uzsāks darbu "Q-Latvia" dokumentācijas sagatavošanā. Kvalitātes sistēmas ieviešanā un sertifikāta piešķiršanā būtiska nozīme būs uzņēmuma pašnovērtējuma ziņojumam, kas ietvers informāciju par noteiktām darbībām kvalitātes sistēmas uzlabošanā un nodrošināšanā. Svarīgi uzsvert, ka šī kvalitātes sistēma paredz: kvalitāte vispirms ir paša uzņēmuma iekšējā atbildība un tikai pēc tam tā tiek kontrolēta no ārpuses. Uzņēmuma sagatavotie dokumenti tiks pārbaudīti un novērtēti. Dokumentu novērtēšanu un uzņēmuma konsultēšanu dokumentu sagatavošanas posmā veiks "Q-Latvia" komisija.

Pašnovērtējuma ziņojumā uzņēmums ietvers sešas nodaļas: pakalpojumu ķēdes analīzi, kvalitātes raksturojumu, viesu aptauju, viesu sūdzību vadību, darbinieku aptauju un rīcības plānu. Detalizēta informācija par pašnovērtējuma ziņojumu un ārējo pakalpojumu kontrolētāju jeb Nezināmo viesi, tika sniegta jau iepriekšējā žurnāla "Tūrisms" numurā.

Kvalitātes sistēmas "Q-Latvia" sertifikāta piešķiršana

Pamatojoties uz uzņēmuma iesniegtajiem dokumentiem un Nezināmā viesu vērtējumu, "Q-Latvia" komisija gatavos dokumentāciju "Q-Latvia" padomei, kas, tālāk izvērtējot informāciju, pieņems lēmumu par "Q-Latvia" sertifikāta piešķiršanu. Pozitīva lēmuma gadījumā "Q-Latvia" komisija iekļaus uzņēmumu "Q-Latvia" mārketinga aktivitātēs, kā arī nodrošinās uzņēmumu ar "Q-Latvia" atpazīšanas zīmēm un citiem materiāliem.

"Q-Latvia" sertifikāta anulēšana

Ja tiks pārkāptas līgumā noteiktās vienošanās un nosacījumi, uzņēmums izbeigs

Uzziņa

"Q-Latvia" ieviešanas uzdevumi:

- Tūrisma pakalpojumu sniedzēju darbībā pievērst īpašu uzmanību viesmīlībai un klientiem, viņu vēlmēm un novērtējumam.
- Veicināt tūrisma pakalpojumu sniedzēju mārketinga aktivitātes, piedāvājot klientiem kvalitatīvus pakalpojumus, kurus ar "Q-Latvia" palīdzību rekomendē arī nacionālā tūrisma organizācija.
- Iesaistīt kvalitātes sistēmas "Q-Latvia" nodrošināšanā tūrisma pakalpojumu sniedzējus, nozares nevalstisko sektoru, pašvaldības un valsts sektora organizācijas.
- Īpaši veicināt tūrisma nozares vidējo, mazo un mikrouzņēmumu konkurētspēju, piedāvājot kvalitatīvus pakalpojumus.
- Nodrošināt sūdzību skaita samazināšanos, veicināt pozitīvu tūristu atsauksmju skaita palielināšanos, atkārtotus apmeklējumus, uzlabotu sadarbību starp nozares uzņēmumiem un pozitīvu Latvijas kā tūrisma galamērķa tēlu.
- Veicināt uzņēmumu izpratni par pakalpojumu kvalitātes līmeņa nozīmīgumu un metodēm tā paaugstināšanai.

savu darbību vai mainīs darbības jomu, ja tiks saņemtas pamatotas klientu sūdzības un "Q-Latvia" komisija pārbauda laikā uzņēmumā konstatēs pārkāpumus, tiks lemts par "Q-Latvia" sertifikāta anulēšanu. Lēmumu par "Q-Latvia" sertifikāta anulēšanu pieņems "Q-Latvia padome".

Kvalitātes sistēmas "Q-Latvia" sertifikāta darbības laiks

"Q-Latvia" sertifikāts uzņēmumam tiks piešķirts uz neierobežotu laiku. Kontroles procesus nodrošinās nepieciešamība katru gadu iesniegt atjaunotu uzņēmuma rīcības plānu, kā arī iepriekšējā gadā veikto aktivitāšu analīze "Q-Latvia" nodrošināšanai, ko vērtēs "Q-Latvia" komisija. Katru gadu pārbaudes veiks arī Nezināmais viesis.

Maksa par pakalpojumu

Lai veicinātu pēc iespējas plašāku tūrisma pakalpojumu sniedzēju iesaistīšanos un vispārējā tūrisma pakalpojumu līmeņa paaugstināšanos Latvijā, pakalpojumu sniedzējiem maksās par saņemtajām apmācībām un konsultācijām atbilstoši to apjomam.

Kvalitātes sistēmas "Q-Latvia" mārketinga pasākumi

Lai popularizētu kvalitātes sistēmu "Q-Latvia", TAVA paredz dažādus mārketinga pasākumus gan uzņēmumiem, gan vietējiem ar ārvalstu tūristiem. Uzņēmumi, kuri saņems "Q-Latvia" sertifikātu, tiks īpaši reklamēti un rekomendēti TAVA informatīvajos materiālos, īpaši izveidotā "Q-Latvia" brošūrā, tūrisma portālā www.latvia-tourism.lv, vietējo un starptautisko izstāžu stendos, nozares profesionāļu pasākumos, kā arī izmantojot sadarbības partneru iespējas (tūrisma informācijas centros, tūristu ceļvežos, plašsaziņas līdzekļos, tūristu koncentrācijas vietās – lidostās, ostās, tūrisma objektos). Līdz ar to kvalitātes sistēmas "Q-Latvia" ieviešana ne tikai uzlabos uzņēmuma sniegumu, bet pirmām kārtām nodrošinās iespēju plašāk reklamēt kvalitatīvus pakalpojumus, savukārt TAVA iegūs iespēju rekomendēt potenciālajiem Latvijas apmeklētājiem uzņēmumus, kas ieviesuši šo kvalitātes sistēmu.

Kvalitātes sistēmas "Q-Latvia" saistība ar citām kvalitātes novērtēšanas sistēmām

Kvalitātes sistēmas "Q-Latvia" sertifikātu uzņēmums varēs iegūt gan kā papildu apstiprinājumu jau esošām kvalitātes sistēmām, gan kā vienīgo kvalitātes sistēmas ieviešanas apliecinājumu. Kvalitātes sistēma "Q-Latvia" ir tieši tūrisma pakalpojumu sniedzējiem piemērota sistēma, kas balstās uz vispārzināmiem kvalitātes vadības sistēmu principiem, tomēr tā nedublē, piemēram, Latvijas Valsts standartu prasības un arī neatbrīvo uzņēmumus no tiem saistošo obligāto likumdošanas normu pildīšanas. □

Noskaidroti 2008. gada veiksmīgākie jaunie tūrisma produkti

Marīta Neimane,
Tūrisma attīstības valsts aģentūras
Sabiedrisko attiecību vadītāja

TAVA jau ceturto gadu organizē konkursu "Veiksmīgākais jaunais tūrisma produkts". Konkursa mērķis ir noskaidrot, apbalvot un popularizēt veiksmīgākos jaunus tūrisma produktus, kas savus pakalpojumus sākuši piedāvāt 2008. gada laikā un guvuši ievēribu tūrisma profesionāļu vidū.

Lai piedalītos konkursā, pretendentiem bija

jāaizpilda un līdz 2008. gada 3. novembrim jāiesniedz konkursa pieteikuma anketa.

TAVA saņēma 64 dažādus un interesantus pieteikumus konkursam "Veiksmīgākais jaunais tūrisma produkts". Mājaslapā www.tava.gov.lv bija iespēja balsot par visiem pretendentiem, kas pieteikušies konkursā.

Uzvarētājiem TAVA nodrošinās bezmaksas reklāmu mārketinga aktivitātēs, kas saistītas ar tūrisma sfēru, tādejādi nodrošinot labu jaunā produkta atpazīstamību un veidojot jaunā produkta tēlu. □

"Veiksmīgākais jaunais tūrisma produkts"

Pēc karstām diskusijām un pārrunām vērtēšanas komisijas lokā un balsojuma rezultātu apkopošanas tika nolemts:



• Veiksmīgākais jaunais aktīvā tūrisma produkts – **Siguldas piedzīvojumu parks**



• Veiksmīgākais jaunais gastronomiskā tūrisma produkts – **restorāns "Hospitalis"**



• Veiksmīgākais jaunais darījumu tūrisma produkts – **hotelis "Vecgulbenes muiža"**.



• Veiksmīgākais jaunais speciālo interešu / ne-tradicionāls tūrisma produkts – **Piensaimniecības muzejs**



• Veiksmīgākais jaunais izklaides tūrisma produkts – **vēsturiskais kuģis "Libava"**



• Veiksmīgākā jaunā naktsmitne – **viesnīca "Reval Hotel Elizabete"**

Tūrisma pakalpojumu sniedzējiem ir iespēja reģistrēties elektroniski

Marīta Neimane,
Tūrisma attīstības valsts aģentūras
Sabiedrisko attiecību vadītāja

Tūrisma attīstības valsts aģentūra (TAVA) sadarbībā ar Īpašu uzdevumu ministra elektroniskās pārvaldes lietās sekretariātu, sākot ar 2008. gada decembri, piedāvā uzņēmējiem, kas nodarbojas ar tūrisma pakalpojumu sniegšanu, iespēju reģistrēties tūrisma pakalpojumu sniedzēju datubāzē elektroniski. Līdz šim uzņēmēji varēja iesniegt iesniegumu reģistrācijai, tikai personiski ierodoties TAVA birojā Rīgā vai iesniegumu nosūtīt pa e-pastu un parakstot to ar drošu elektronisko parakstu.

Tagad tūrisma pakalpojumu sniedzēju datubāzē var reģistrēties uzreiz tiešsaistē, tādejādi gan ietaupot savu laiku, gan nodrošinot informācijas precīzu atspoguļošanu. Līdz ar

e-pakalpojuma ieviešanu tiks ietaupīti TAVA resursi, atslodot darbiniekus no informācijas atkārtotas pārrakstīšanas.

Pakalpojums bez maksas ir pieejams portālā www.latvija.lv sadaļā "E-pakalpojumi". Lai veiktu reģistrāciju, nepieciešams drošs e-paraksts vai arī "Swedbank" vai SEB bankas internetbankas autentifikācijas līdzeklis.

Reģistrācija tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāzē ir priekšnoteikums, lai fiziska vai juridiska persona varētu nodarboties ar tūrisma pakalpojumu sniegšanu. Tūrisma pakalpojumu sniedzējam ir jāreģistrējas tūrisma pakalpojumu sniedzēju datubāzē mēneša laikā pēc tūrisma pakalpojumu sniegšanas uzsākšanas atbilstīgi Ministru kabineta 2006. gada 19. decembra noteikumiem Nr. 1017 "Noteikumi par tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāzi". □

Uzsāk reģistrāciju “Buy Latvia. Buy the Baltics. 2009”

Marita Neimane,
Tūrisma attīstības valsts aģentūras
Sabiedrisko attiecību vadītāja

Lai popularizētu Latvijas un Baltijas tūrisma, kā arī informētu ārvalstu tūrisma profesionāļus par tūrisma iespējām Baltijas valstīs, no 2009. gada 2. līdz 6. februārim Rīgā jau trešo reizi risināsies Tūrisma attīstības valsts aģentūras (TAVA) organizētais lielākais tūrisma profesionāļiem veltītais pasākums Latvijā “Buy Latvia. Buy the Baltics. 2009”.

Pasākuma mērķis ir informēt ārvalstu tūrisma operatorus par tūrisma iespējām Latvijā, iepazīstināt tos klātienē ar Latvijas un Baltijas piedāvājumu, kā arī radīt iespēju ārvalstu tūrisma profesionāļiem tikties ar potenciālajiem Baltijas sadarbības partneriem.

Pasākumā “Buy Latvia. Buy the Baltics. 2009” vienkopus ieradīsies tūrisma profesionāļi no visas pasaules, trijās dienās iepazīstot Latvijas tūrisma piedāvājumu un tīkoties ar Latvijas tūrisma nozares pārstāvjiem. Pasākuma galvenā daļa ir darba seminārs, kas norisināsies viesnīcā “Reval Hotel Latvija” konferenču telpās. Seminārā piedalīsies dažādi ārzemju tūrisma nozares pārstāvji, kuriem tiks piedāvāta gan kultūras programma, gan tūrisma produktu prezentācijas kopā ar iespēju veidot kontaktus ar potenciālajiem sadarbības partneriem Baltijā.

Viens no pasākuma lielākajiem sponsoriem – lidsabiedrība “airBaltic” – pasākuma dalībniekiem piedāvās zemākas cenas lidojumiem uz Latviju un no Latvijas, kā arī dalībniekiem



Iepriecina fakts, ka jau ir saņemti pieteikumi no vairāk nekā 90 firmām ārpus Baltijas. Tas liecina, ka interese par pasākumu ir liela un ka Baltijas tūrisma operatoriem būs lieliska iespēja satikt jaunus sadarbības partnerus

būs iespēja par velti apmeklēt vienu no lielākajām starptautiskajām tūrisma izstādēm “Balttour 2009”, kas norisināsies no 2009. gada 6. februāra līdz 8. februārim.

Turpinās pieteikšanās uz starptautiska mēroga pasākumu tūrisma nozares pārstāvjiem “Buy Latvia. Buy the Baltics. 2009”, kurš norisināsies 2009. gada 5. februārī Rīgā, “Reval Hotel Latvija” konferenču telpās.

Iepriecina fakts, ka jau ir saņemti pieteikumi no vairāk nekā 90 firmām ārpus Baltijas. Tas liecina, ka interese par pasākumu ir liela un ka Baltijas tūrisma operatoriem būs



lieliska iespēja satikt jaunus sadarbības partnerus.

Vislielākais dalībnieku skaits ir no Krievijas, Francijas, Vācijas un Baltkrievijas. Būs arī pārstāvji no Apvienotajiem Arābu Emirātiem, Izraēlas, Uzbekistānas un ASV.

Atgādinām, ka 2008. gadā starptautiskais pasākums “Buy Latvia. Buy the Baltics. 2008” izpelnījās lielu interesi no vairāk nekā 178 ārvalstu tūrisma kompānijām no 22 pasaules valstīm.

Reģistrācija notiek mājaslapā www.buylatvia.com.

Papildu informāciju iespējams iegūt pa e-pastu: buylatvia@latviatourism.lv. □

2009. gadā ielānotā dalība tūrisma izstādēs

Izstāde	Laiks	Vieta	Cena – puse laika	Cena – pilns laiks	Cena asociācijai
REISELIV	(08.01.2009 – 11.01.2009)	Oslo, Norvēģija	350	700	200
MATKA	(15.01.2009 – 18.01.2009)	Helsinki, Somija	350	700	200
TOUREST	(13.02.2009 – 15.02.2009)	Tallina, Igaunija	350	700	200
VIVATTUR	(27.02.2009 – 01.03.2009)	Viļņa, Lietuva	350	700	200
ITB	(11.03.2009 – 15.03.2009)	Berlīne, Vācija	700	1400	1400
JATA	(18.09.2009 – 20.09.2009)	Tokija, Japāna	350	700	200
WTM	(09.11.2009 – 12.11.2009)	Londona, Lielbritānija	350	700	200

2009. gadā ielānotie darba semināri

Vieta	Plānotais norises laiks	Plānotā cena
Somija, Helsinki	2. pusgads	Vidēji 100 LVL
Zviedrija, Gēteborga	2. pusgads	Vidēji 100 LVL
Spānija, Madride	2. pusgads	Vidēji 100 LVL
Francija, Parīze	2. pusgads	Vidēji 100 LVL
Baltkrievija, Minska	aprīlis, izstādes ietvaros	Vidēji 100 LVL
Krievija, Maskava	marts, izstādes ietvaros	Vidēji 100 LVL
Krievija, Sanktpēterburga	2. pusgads	Vidēji 100 LVL
Austrija, Vīne	1. vai 2. pusgads	Vidēji 100 LVL
Ukraina, Kijeva	1. pusgads	Vidēji 100 LVL
Lielbritānija, Londona	1. vai 2. pusgads	Vidēji 100 LVL
Itālija, Milāna	2. pusgads	Vidēji 100 LVL

“Dižā Baltijas apceļošana”

Ar sirsniņu un mīļu ceremoniju 5. Latvijas Tūrisma foruma ietvaros ir veiksmīgi noslēgusies trīs Baltijas valstu tūrisma valstiskā sektora un nevalstisko organizāciju veidotā Baltijas valstu tūrisma produktu popularizēšanas akcija “Dižā Baltijas apceļošana 2008”, kas risinājās no 1. jūlija līdz pat 1. novembrim Latvijā, Lietuvā un Igaunijā. Šīs akcijas laikā ikviens Baltijas valstu iedzīvotājs tika aicināts katrā valstī apmeklēt 12 tūrisma objektus.



Maija Poča,
Tūrisma attīstības valsts aģentūras
Tūrisma informācijas departamenta direktore

2007. gadā Latvijas, Lietuvas un Igaunijas tūrisma organizācijas vienojās par līdz šim nebijušas akcijas rīkošanu, popularizējot Baltijas valstu tūrisma produktus visās trīs valstīs. Akcijai bija labi panākumi, tā tika atzīnīti novērtēta gan dalībnieku vidū, gan masu informācijas līdzekļos.

Organizatoriskā ziņā projekts ir bijis pietiekami sarežģīts, taču tajā pašā laikā tas pilnībā ir pierādījis savu nozīmīgo lomu Baltijas valstu iekšējā tūrisma tirgus aktivizēšanā, veicinot apceļošanas un izziņas procesu un iepazīstot gan savas valstis, gan kaimiņvalstu vērtīgākās tūrisma vietas un objektus.

2008. gadā, piesaistot reklāmas profesionāļus, tika sperts liels un nozīmīgs solis pretī labākai akcijas atpazīstamības veicināšanai, kvalitatīvām publikācijām un īpaši šim projektam paredzētas mājaslapas www.greatbaltic.eu izveidei.

Projekta popularizēšanas nolūkos tika sarīkota preses konference un reklāmas kampaņa visās trīs valstīs. Kā galvenais informatīvais avots “Dižās Baltijas apceļošanas” laikā tika izmantota akcijas mājaslapa, kurā ikviens interesents varēja iepazīties ar projekta mērķiem, noteikumiem, norises vietām un detalizētu informāciju par konkrēto objektu, kā arī lejupielādēt fotogrāfijas no apskatītajām vietām. Vislielākais akcijas dalībnieku skaits bija no Lietuvas (14 848), kurai samērā cieši sekoja Latvija (12 263). Visbīklāk akcijā iesaistījās igauņi (5394).

Projekts ir ieinteresējis arī ārvalstu ceļotājus, mājaslapu apmeklēja interesenti no 63 valstīm. Tāpēc turpmāk tiks pilnīgota informācija arī krievu un angļu valodā.

Lai novērtētu šī projekta atraktivitāti un rosinātu cilvēku interesi arī turpmāk, TAVA veica kvalitātes pētījumu, lai izprastu nākamā gada projekta virzību. Šogad akcija bija kļuvusi pamanāmāka, krāsaināka, aizraujošāka, bagātīgāka bija kļuvis arī vilinošais dāvanu grozs, kas kopumā ir ļoti liels ikviena akcijas atbalstītāja nopelns.

Apkopojot rezultātus, aptauja ir veikta gan Latvijā, gan Lietuvā. TAVA kopā ar Lietuvas un Igaunijas pārstāvjiem ir uzsākusi projekta

pilnveidošanu nākamajam gadam.

2009. gadā akcija sāksies 1. maijā un noslēgsies 30. septembrī. Akcija ir paredzēta vasaras sezonai – tā, lai tajā varētu iesaistīties vairāk dalībnieku.

2009. gadā projektā “Dižā Baltijas apceļošana” katrā Baltijas valstīs būs pārstāvēta ar desmit tūrisma objektiem.

2007. gadā, viesojoties objektos, bija jākrāj īpaši zīmodziņi savā dalības pasītē. 2008. gadā dalībniekam bija jāatrod kāds īpašs priekšmets katrā no objektiem un pie tā jānofotografējas. 2009. gadā plānots turpināt 2008. gadā aizsāktoto fotografēšanu. Akcijas brošūrā un mājaslapā tiks publicēts fotografējamo vietu saraksts. Turpat tiks publicēta arī kārtībā, kādā “pierādījumi” ir jāielādē vai jānosūta

TAVA aicina tūrisma nozares pārstāvjus pieteikt projektam savus tūrisma objektus. Svarīgs nosacījums dalībai ir iespēja šīs akcijas ietvaros sniegt ceļotājiem vismaz 50% atlaidi, kā arī objekta pieejamība visas akcijas laikā vismaz piecas dienas nedēļā.

Sīkāku informāciju par kritērijiem un atlases nosacījumiem var saņemt pa tālr. 67229945 vai e-pastu: maija.poca@latvia-tourism.lv. □

Uzziņa

2008. gada Baltijas mēroga akcijas uzvarētājs ir Janks Mindaugs no Lietuvas. Viņš balvā ieguva lidojumu ar “Estonian Air” uz viņa izvēlēto galamērķi un divas nakts viesnīcā divām personām.

Apkopojot rezultātus tika noskaidrots, ka visuzcītīgākā apceļotāja Latvijā šogad ir Žanete Ceļmalniece, viņa arī ieguva Latvijas galveno balvu, kuru sarūpēja “airBaltic” – Žanete tika pie lidojuma divām personām turp un atpakaļ uz kādu jauno aviokompānijas galamērķi (Tampere, Amsterdam, Hannover). Aktīvi ceļotāji bijuši arī Jānis Brilovskis, Ainārs Pužulis, Sindija Millere, Zigismunds Andržejevsks, Ilze Baumanē, Teodors Cērpīņš, Dace Stalaža, Laine Rozenšteina, Aivars Keišs, Aleksejs Bakanovs, Jānis Eglītis, Ligita Valaine, Ruta Jakāne, Ieva Hadkevica, Ilze Gredzena.

Latvijas ceļotājiem balvas bija sarūpējuši “Reval Hotels”, “Kaleva Travel”, “Mārcienas muiža”, “SSC Ferries”, “Baltic Travel Group”, “TAS”, viesnīca “Konventa sēta”, Liepājas dome un Jūrmalas dome.

Žurnālistu vizītes

Tūrisma attīstības valsts aģentūra ik gadu rīko ārvalstu žurnālistu vizītes Latvijā ar mērķi popularizēt mūsu valsti kā pievilcīgu ceļojumu galamērķi.

Dāņu interesē Ziemassvētku tirdziņi

25.–26. novembrī sadarbībā ar lidsabiedrību “airBaltic” tika organizēta Dānijas žurnālistu vizīte. Žurnālistus interesēja brīvā laika pavadīšanas iespējas Latvijā ziemas periodā, akcentējot Ziemassvētku tirdziņu piedāvājumu.

Latviju iekļaus ceļojumu grāmatā “1000 Places to See Before You Die”

ASV žurnāliste, rakstniece un televīzijas producete Patrīcija Šulca kopā ar savu asistenti Elizabeti Ragagli oktobrī bija ieradusies Latvijā, lai sagatavotu materiālu par Latviju, kas tiks iekļauts ceļojumu grāmatā “1000 Places to See Before You Die”.

“1000 Places To See Before You Die”, kas tika izdota 2003.gadā, tika pārdota trijos miljonos eksemplāru visā pasaulē, tā ir tulkota divdesmit piecās valodās, ieskaitot lietuviešu.

Pēc “Forbes” datiem, Patrīcija Šulca ir uzskatāma par vienu no ietekmīgākajām un pazīstamākajām sievietēm tūrisma biznesā. Viņas rakstus publicē pasaules ietekmīgākie izdevumi, viņa uzstājas TV un radio, žurnāliste ir arī populāra lektore Hārvarda Universitātē.

Baltkrievus vilina Rīgas šarms

No 2. līdz 4. decembrim sadarbībā ar Latvijas vēstniecību Baltkrievijā tika organizēta Baltkrievijas mediju pārstāvju vizīte. Žurnālistus īpaši interesēja izklaides un atpūtas iespējas gadu mijā, kad pilsētā darbojas tirdziņi, pilsēta ir svētku rotās.

Baltkrievija, būdama mūsu kaimiņvalsts, ir Latvijai ļoti nozīmīgs tūrisma tirgus, tādēļ jo īpaši svarīgi ir informēt potenciālos biznesa un atpūtas tūristus par ceļojuma iespējām uz Latviju.

Itāļus interesē istā ziema

No 9. līdz 11. decembrim sadarbībā ar “airBaltic” tika organizēta Itālijas žurnālistu vizīte. Itālijas žurnālistus interesēja ziemas periodam aktuālās atpūtas iespējas gan ģimenēm, gan individuālajiem ceļotājiem, gan biznesa tūristiem.

Francūs interesē mode

No 17. līdz 20. decembrim Rīgā viesojās Francijas žurnāla “Marie Claire” žurnāliste. Vizīte tika organizēta sadarbībā ar “airBaltic”. Žurnāliste interesējās par Latvijas modi un Rīgai raksturīgajām tradicionālās un modernās mākslas galerijām.

Atgādinām, ka 2005. gadā vairākās Francijas pilsētās tika rīkots festivāls “Pārsteidzošā Latvija”. Pēc festivāla kļuva skaidrs, ka Francijas ceļotāju interese par iespējām doties uz Latviju un Baltijas valstīm ir strauji augusi.

Taps velociņš Dubulti – Vaivari

Ilze Borovska,
Jūrmalas pilsētas domes Tūrisma un ārējo
sakaru nodaļas galvenā speciāliste

Jūrmalas pilsētas dome iesniegusi pieteikumu ERAF līdzfinansējumam velociņa Dubulti – Vaivari izbūvei.

Jūrmalas pilsētas dome 2008. gada 6. oktobrī iesniedza projektu atklātā projektu pieteikumu konkursā darbības programmas “Infrastruktūra un pakalpojumi” papildinājuma 3.4.2.1.1. apakšaktivitātē “Nacionālas nozīmes velotūrisma produkta attīstība” par Jūrmalas velociņa Dubulti – Vaivari izveidi.

Projekta ietvaros ir ieplānota 7,5 km gara velociņa izbūve Jūrmalā (Dubulti – Vaivari), tādējādi paplašinot kvalitatīvas un drošas aktīvās atpūtas iespējas kūrortpilsētā, veicinot velotūrismu, kā arī piesaistot jaunus tūristus. Velociņa izbūves gaitā ir plānots izvietot plašu norāžu klāstu pie nobrauktuvēm uz jūru, pie dzelzceļa stacijām, tūrisma objektiem, kā arī ir plānots izveidot sešas jaunas velonovietnes. Jaunveidojamā velociņa maršrutā atrodas vairāk nekā desmit tūrisma mītņu un sabiedrisko ēdināšanas vietu, sešas dzelzceļa stacijas un viena autobusa pietura. Velociņa maršrutā ir sešas autostāvvietas, četras labiekārtotas atpūtas vietas un pieci tūrisma objekti.

Kopējās projekta izmaksas ir 1 541 659,43 latī, no tiem Jūrmalas pilsētas domes līdzfinansējums būtu 662 065,57 (42,94%) latī.

Atbilstoši Jūrmalas pilsētas tūrisma attīstības stratēģijai 2007.–2018. gadam kūrortpilsētas nākotne ir orientēta uz četriem tūrisma veidiem:

- aktīvā tūrisma attīstības veicināšana;
- veselības tūrisma attīstība;
- kultūras tūrisma attīstība;
- konferenču tūrisma attīstība.

Tieši velotūrisms ar kvalitatīviem un drošiem velociņiem, kas ietver gan kultūrvēsturisku, gan dabas objektu apskates iespējas, sevī iekļauj trīs no četriem prioritārajiem tūrisma veidiem – gan veselības, gan kultūras, gan aktīvo tūrismu. Velotūrisms ir viens no aktīvās atpūtas veidiem, kas vēsturiski Jūrmalā jau ir bijis attīstīts, taču pēcpadomju laikos tas tika atstāts novārtā, velociņi bija sliktā tehniskā stāvoklī, jo tie nebija rekonstruēti kopš to būvniecības. Pozitīvas iezīmes ir saskatāmas pēdējos gados, kad rekonstruēti un no jauna izbūvēti velociņi, kas gandrīz pilnībā caurvij visu Jūrmalas pilsētu. Pašlaik Jūrmalas viesi un pilsētas iedzīvotāji, izmantojot velociņus, ar velosipēdu var nokļūt no Rīgas līdz pat Majoriem (Jūrmalas pilsētas domei), no Vaivariem līdz pat Kauguriem, kā arī izmantot esošos velociņus visas Jūrmalas pludmales garumā. □

Pēta apmierinātību kūrortpilsētā

Ilza Borovska,
Jūrmalas pilsētas domes Tūrisma un ārējo
sakaru nodaļas galvenā speciāliste

Pēc Jūrmalas pilsētas domes pasūtījuma SIA “B&V projekti” no 2008. gada 14. augusta līdz 14. septembrim pilsētā veica pētījumu par vietējo iedzīvotāju un tūristu apmierinātību ar tūrisma pakalpojumiem Jūrmalas kūrortpilsētā. Aptauja tika veikta 4 valodās (latviešu, krievu, angļu, vācu), un tās mērķis bija noskaidrot respondentu viedokli par pilsētu, Jūrmalas pozitīvās un negatīvās iezīmes pilsētas tēlā, tūrisma objektos, sniegtajos pakalpojumos un infrastruktūrā kopumā, kā arī kopējo viedokli par apkalpošanas kvalitātes līmeni un viedokli par pieejamām iespējām pilsētā rudens, ziemas un pavasara mēnešos.

Aptauja tika veikta tajās Jūrmalas pilsētas vietās, kur liela apmeklētāju/tūristu intensitāte: Jomas ielā, Majoru stacijā, Līvu akvaparkā, pludmalē, lielākajās viesnīcās u.c. Aptaujā piedalījās 1004 nejaunā izlasē izraudzīti respondenti vecumā no 14 gadiem, bet visatsaucīgākās bija divas vecumgrupas: 35–44 gadus vecie (27,9%) un 25–34 gadus vecie (24,5%). No kopējā aptaujāto skaita lielākā daļa (58,7%) bija ārvalstu tūristi no Krievijas, Vācijas, Lietuvas un Igaunijas, savukārt 28,4 procentus veidoja viesi no citām Latvijas pilsētām, bet 12,9% bija vietējie Jūrmalas iedzīvotāji.

Pēc apkopotajiem datiem un atbildēm uz jautājumiem noskaidrojām, ka Jūrmalas viesu galvenais apmeklējuma iemesls ir tieši atpūta un izklaide (78,1%). Lielākā daļa Jūrmalā ierodas ar pasažieru vilcienu un personisko auto.

No aptaujātajiem respondentiem naktsmītņu pakalpojumus bija izmantojusi piektā daļa. Vairums no tiem bija izvēlējušies kūrortviesnīcu un viesnīcu piedāvājumu. Par ēdināšanas iespējām Jūrmalā vairāk nekā puse izteikusies pozitīvi, un tomēr šī ir joma, kurā vietējie vēlē-

tos redzēt uzlabojumus. Tiek atzīts, ka Jūrmalā ir plaša ēdināšanas pakalpojumu tīkls, dažādas nacionālas virtuves, vienīgi lielākā daļa šo iestāžu tomēr koncentrējušās Majoros.

Pilsētas iedzīvotāju viesmīlība un attieksme ir novērtēta ļoti pozitīvi, izņemot atsevišķus gadījumus, kad tūrists nav saņēmis nepieciešamo informāciju vai citādi nav spējis saprasties. Drošības līmenis kopumā tiek vērtēts kā pietiekams, tikai ceturtā daļa jūrmalnieku situāciju vērtē negatīvi. Savukārt kopumā 93,3% aptaujāto Jūrmalas tūrisma infrastruktūru novērtē pozitīvi.

Kā pozitīvās iezīmes Jūrmalā tiek uzrādītas tās, kas saistītas ar kūrortu un tā tradīcijām, – atpūta pludmalē, veselības uzlabošana un saņemta vide. Apmierinātības līmenis ar cenām un servisa un apkalpošanas kvalitāti Jūrmalas uzņēmumos ir novērtēts kā augsts.

Aktuālākā tēma joprojām ir sezonālitate, kas tieši ietekmē tūrisma sfēru. Respondenti tūristi gan atzīst, ka apmeklēj Jūrmalu nolūkā izmantot SPA pakalpojumus, uzlabot veselību u.c., daudzi min Līvu akvaparka piedāvājumu. Tomēr apstiprinās, ka pavasarī, rudenī un ziemā piedāvājumā dominē pasākumi iekštelpās, arī to klāsts varētu būt vēl plašāks un daudzveidīgāks.

Jūrmalas pilsēta joprojām turpina attīstīties un ir gatava ik gadu uzņemt jaunus viesus, piedāvājot tiem aktīvās atpūtas un SPA tūrisma iespējas, veselības un SPA tūrismu, kultūras un konferenču tūrismu u.c.

Pētījums sniedz iespēju labāk izziņāt trūkumus un nepilnības, lai laicīgi tās novērstu; gādāt, lai pilsētas un uzņēmēju sniegtais serviss būtu augstā kvalitātē, taču, galvenais, lai tas būtu atbilstošs sezonai un pieprasījumam. Arī nākamā gadā ir plānots šāda veida pētījums citos sezonas mēnešos, akcentējot rudens un ziemas mēnešus.

Plašāk ar pētījumu un apkopotajiem datiem iespējams iepazīties mājaslapā www.jurmala.lv, sadaļā tūristiem un viesiem / statistika. □

Jūrmalas pilsētas kūrorta koncepcija

Māra Pētersone,
Jūrmalas pilsētas domes Tūrisma un ārējo
sakaru nodaļas galvenā speciāliste

Jūrmalas pilsētas dome ir sākusi darbu pie Jūrmalas pilsētas kūrorta koncepcijas 2009.–2018. gadam. Tā tiks izstrādāta sadarbībā ar konsultantu biroju SIA “DEA Baltika”.

Jūrmalas pilsētas kūrorta koncepcija 2009.–2018. gadam (turpmāk tekstā JPCK) tiks veidota kā papildinošs dokuments Jūrmalas pilsētas tūrisma attīstības stratēģijai 2007.–2018. gadam, kur par vienu no stratēģiskajiem pilsētas attīstības uzdevumiem izvirzīta modernas kūrortpilsētas attīstība.

JPCK tiks specifiskāk analizēta Jūrmalas pilsētas pašreizējā attīstība kūrorta jomā, kā arī izstrādātas nākotnes aktivitātes kūrorta attīstībā. JPCK tiks iekļauts:

- pilsētas kūrorta nozares pašreizējā stāvokļa novērtējums;
- SVID analīze;
- pilsētas kūrorta attīstības iespējas;
- īstermiņa un ilgtermiņa mērķi, kā arī uzdevumi šo mērķu sasniegšanai;
- nākotnes aktivitāšu ieteikumi kūrorta attīstībā.

Koncepcija tiks izstrādāta līdz 2009. gada jūnijam sadarbībā ar Jūrmalas pilsētas kūrorta un tūrisma nozarē iesaistītajiem uzņēmējiem un speciālistiem, pilsētas konsultatīvajām padomēm un iedzīvotājiem. Lai pietiekami detalizēti un visaptveroši tiktu izstrādāta JPCK, tika izsludināts konkurss ar mērķi dokumenta izstrādē iesaistīt kompetentus un pieredzējušus speciālistus. Izsludinātajā konkursā uzvarēja SIA “DEA Baltika”, kas piedalījās arī Jūrmalas pilsētas tūrisma attīstības stratēģijas izstrādē. □

Tūristu skaits Jūrmalā pieaudzis par 4%

Māra Pētersone,
Jūrmalas pilsētas domes Tūrisma un ārējo sakaru nodaļas galvenā speciāliste

Saskaņā ar pēdējiem LR Centrālās statistikas pārvaldes datiem tūristu skaits Jūrmalā laika posmā no 2008. gada janvāra līdz septembrim sasniedza 109 821 viesi – tas ir par 4763 tūristiem jeb 4% vairāk nekā šajā pašā posmā 2007. gadā. Tomēr, ņemot vērā, ka statistika joprojām tiek apkopota tikai par 2/3 visu Jūrmalas naktsmītņu, varam secināt, ka reālais viesu kopskaits ir krietni lielāks. Šajā laika periodā 72% viesu ir bijuši ārvalstu atpūtnieki un attiecīgi 28% – Latvijas iedzīvotāji. Kopsummā statistikas dati ir apkopoti no 42 naktsmītnēm ar kopējo vietu skaitu – 3490. Vislielākais noslogojums šajā laika periodā bija sanatorijās (46% mēnesī), savukārt vidējais kūrortviesnīcu noslogojums ir ievērojami palielinājies un sasniedzis vidēji 38%, bet viesnīcu noslogojums – vidēji 29% mēnesī.

Tūristu sadalījums pa valstīm 2008. gada janvārī – septembrī

1. Latvija	28 %	(27 518 cilv.)
2. Krievija	17 %	(17 436 cilv.)
3. Igaunija	14 %	(14 239 cilv.)
4. Lietuva	14 %	(14 069 cilv.)
5. Somija	7 %	(6701 cilv.)
6. Vācija	6 %	(5557 cilv.)
7. Norvēģija	5 %	(4504 cilv.)
8. Zviedrija	4 %	(4000 cilv.)
9. Baltkrievija	4 %	(3720 cilv.)
10. Polija	2 %	(1952 cilv.)

Analizējot datus valstu griezumā, varam secināt, ka kopsummā tūristu skaits šajā perioda laikā ir stabilizējies ar tendenci pieaugt. Pirmo trīs ceturksņu laikā visvairāk salīdzinājumā ar 2007. gada 9 mēnešiem ir pieaudzis tūristu skaits no Krievijas – par 3587 viesiem jeb 21%, kas izskaidrojams ar to, ka vasaras mēnešos bija plašs pasākumu klāsts: “Jaunais vilnis”, dažādi humora šovi, kas izraisīja lielu interesi tieši viesos no Krievijas. Vairojas viesu skaits arī no citām kaimiņvalstīm – Lietuvas atpūtnieku skaits ir pieaudzis par 9% (par 1327 viesiem vairāk nekā 2007. gadā šajā pašā periodā), bet Igaunijas atpūtnieku skaits – par 4% (569 viesi vairāk), kas izskaidrojams ar to, ka kaimiņvalstis ir saglabājuši uzticību Jūrmalas viesnīcu SPA piedāvājumam, jo šie tūristi ir apmierināti ar augsto kvalitāti Jūrmalas viesnīcās, kā arī ar to cenu piedāvājumu un dažādām akcijām.

Tūristu vidējais uzturēšanās ilgums Jūrmalas kūrortpilsētā ir 3 dienas. Salīdzinājumā ar iepriekšējiem periodiem tas ir stabils un nemainīgs rādītājs. Visilgāk pilsētā uzturējušies viesi no Baltkrievijas – vidēji 15 dienas.

Aplūkojot statistiskos datus, varam teikt, ka esam gandarīti: tūristu skaits kaut nedaudz, bet turpina pieaugt samērā līdzīgi pirmajos deviņos 2008. gada mēnešos. Tas liecina par sezonālītes izlīdzināšanos un tūristu pastiprinātu interesi par Jūrmalas kūrortpilsētu arī aukstajos gada mēnešos. Kopsummā visaktīvākie mēneši, kā jau katru gadu ierasts, ir jūlijs un augusts. □

Kuģītis “New Way” aizvadījis pirmo sezonu un gatavojas jaunajai

Inga Salmiņa,
Jūrmalas pilsētas domes Tūrisma un ārējo sakaru nodaļas galvenā speciāliste

Sezonu veiksmīgi noslēdzis upes kuģītis “New Way”, kurš kursēja maršrutā Rīga – Jūrmala – Rīga un pa Lielupi. Vienā reisā tas spēj uzņemt gandrīz simt pasažieru. Kuģītis kursēja visas vasaras garumā katru dienu. No piestātnes Daugavmalā, netālu no Lielā Kristapa Rīgā, tas devās divarpus stundu garā gleznainā braucienā līdz Jūrmalas pilsētas centram Majoros, bet vakaros devās atpakaļ uz galvaspilsētu.

Sezona sākās maija vidū un noslēdzās 30. septembrī. Lielākā atsaucība bija no dažādu ārvalstu tūristu puses – vidēji ap 85–90% visu braucēju. Sezonas augstākais punkts bija jūlija un augusta mēneši. Īpaši augsts pieprasījums bija braucieniem no Rīgas uz Jūrmalu. Kuģītim bija arī daudz rezervāciju atsevišķu pasākumu rīkošanai – te tika svinētas kāzas, rīkoti korporatīvie pasākumi un dzimšanas dienas ballītes.



2009. gadā nav plānots paaugstināt biļešu cenas (2008. gadā tā bija 5–10 latu), turklāt tiek domāts arī par atlaidēm ģimeņu un grupu biļetēm, lai pēc iespējas vairāk Latvijas ģimeņu un draugu kompāniju no Rīgas uz Jūrmalu un atpakaļ izvēlētos doties ar kuģīti.

Kuģītis laipni gaida grupu un biznesa rezervācijas, turklāt to iespējams noīrēt arī individuāliem pasākumiem, kuri tiks iekļauti grafikā.

Kuģītis atsāks savus reisos 2009. gada 1. maijā, un tas kursēs līdz 30. septembrim. No Rīgas tas izbrauks 11:00 no rīta; 14:00 un 15:30 tas vizinās interesentus pa Lielupi, bet 17:00 dosies atpakaļ uz Rīgu. □

Jaunumi

Jūrmalas pilsētā jauns SPA

2008. gada rudenī Jūrmalā tika atklāts jauns SPA un skaistumkopšanas salons “Amorette SPA”. Salons piedāvā izbaudīt SPA procedūru dažādību, ļaujoties gan pieredzējušu meistaruru rokām, gan dabas un kosmētisko līdzekļu iedarbībai, kā arī rūpīgi izvēlētai un īpaši apmeklētājiem radītai fizisko vingrinājumu programmai.

“Amorette SPA” piedāvā profesionālu kosmetologu un procedūru meistaruru ieteikumus un speciālās programmas individuāli klientiem. Centrs piedāvā plašu SPA un skaistumkopšanas procedūru klāstu, pirts un baseina kompleksu, kur rudens mēnešos ikvienam, kas izmanto procedūras, baseins un pirts tiek piedāvātas par brīvu. Viesiem, kuri vēlas atpūties ilgāk, “Amorette SPA” piedāvā iespēju palikt salona otrajā stāvā viesu numurā.

Adrese: Bulduru prospektā 30, Bulduros,
www.amorettespa.lv

Jauna boutique viesnīca



2009. gada sākuma, savas durvis vērs jauna boutique viesnīca “Amber SPA”. Tā piedāvās 21 numuriņu ar vienistabas, divtābu un trīsistabu apartamentiem. Katram viesim tiks garantēta individuāla pieeja un patīkamas emocijas. Viesnīcas viesiem būs pieejami “Amber SPA” pakalpojumi, autentiskas krievu pirts, baseins ar jumta terasi, restorāns un bārs. Viesiem tiks piedāvāta individuālu treniņu studija un grupu nodarbības. Tāpat viesi varēs nodoties boulinga spēlei, jogai, pilates, tai čī, kalanĕtikai un deļām.

Viesnīcas restorāns “My Life” apliecina vēlmi radīt viesmīlīgu un sirsniņu vidi un jau pirms tam ieviestu tradīciju – holistisku skatījumu uz nākotni. Restorāna ēdienkarte pārsteigs ikvienu ar īpaši izvēlētiem, tradicionāliem ēdieniem mājas gaumē, kas tiks piedāvāti līdztekus ēdieniem, kas gatavoti mūsdienu tradīcijās. Savukārt Gourmet bārs piedāvā rūpīgi izvēlētu vīnu klāstu, kā arī plašu citu dzērienu izvēli.

Viesnīcas SPA centrs un skaistumkopšanas salons – unikāla vieta, kur ikvienam tiek piedāvātas īpašas individuālas “holistiskā dzīvesstila” programmas. Sekojot pēdējiem veselības pētījumiem, SPA centra mērķis ir sasniegt labāku veselību, panākot līdzsvaru, kombinējot uzturu, nodarbības un relaksāciju. Programmas izstrādātas, cieši sadarbojoties ar nozares speciālistiem, ārstiem un sporta terapeitiem.

Adrese: Bulduri, Meža prospektā 49,
www.grateka.lv

Informāciju apkopoja Gunta Ušpele

Madoniešiem rūp īpaši aizsargājamo dabas teritoriju izmantošana

2008. gada 9. decembrī Madonas rajona Vestienas pagastā viesnīcā “Ķirsona muiža” notika 3. Madonas rajona tūrisma konference. Tā vienkopus pulcēja rajona tūrisma nozares uzņēmējus, iestāžu un organizāciju tūrisma speciālistus, pašvaldības un preses pārstāvjus. Tūrisma konferenci jau tradicionāli organizēja Madonas rajona padomes Vidzemes reģionālais informācijas centrs (VRIC) un finansēja Madonas rajona padome.

Konferences dalībnieki daudz diskutēja saistībā ar grozījumiem Ministru kabineta 2003. gada 22. jūlija noteikumos Nr. 415 “Īpaši aizsargājamo dabas teritoriju vispārējie aizsardzības un izmantošanas noteikumi”.

“Mums šī diskusija ir ļoti aktuāla, jo Madonas rajona pamata resurss tūrisma attīstībai ir īpaši aizsargājamās dabas teritorijas, tostarp Gaiziņkalna dabas parks, Vestienas aizsargājamo ainavu apvidus, Lubāna mitrājs,” informē Madonas rajona padomes VRIC galvenā speciāliste, tūrisma darba organizatore Sanita Soma, kura vadīja konferenci. □



Tūrisma konferenci vadīja Sanita Soma. Konferences darba aktīvi piedalījās arī SIA “Lido” prezidents Gunārs Ķirsons. Viņš konferencē uzstājās ar runu un vēlāk visiem klātesošajiem piedāvāja iespēju doties nelielā ekskursijā, lai iepazītos ar jaunās viesnīcas “Ķirsona muiža” piedāvājumu

“Rāmkalnos” atklāj publisko observatoriju

Travelnews

Atpūtas parkā “Rāmkalni” darbu uzsākusī modernākā publiskā observatorija Baltijā. Tā būs pieejama ikvienam interesentam, observatorijā varēs apskatīt ne tikai zvaigžņotās debesis, bet arī modernu astronomisko novērojumu tehniku, tādu, kāda sastopama arī profesionālajās observatorijās.

Ziemā no observatorijas tiek solīts burvīgs skats uz silto bistro kalna pakājē, kā arī varēs aptaustīt meteorītus. Acis varēs sildīt ar Marsa un Mēness gabaliņiem, jo roku sildīšanai tie ir pārāk niecīgi. Observatorijā varēs “uzmest aci” Mēness krāteriem, kādai burvīgai zvaigžņu kopai vai miglājam.

Vasarā tiek plānotas arī izklaides iespējas, ko papildinās ar astronomiju saistītas interaktīvas un izglītojošas spēles.

Observatorijas celtniecība tika uzsākta 2008. gada pavasarī, sadarbojoties SIA “StarSpace”, SIA “Planetarium” un SIA “Rāmkalni”.

Apvienoto Nāciju Organizācijas 62. Ģenerālajā asamblejā 2009. gads tika pasludināts par Starptautisko astronomijas gadu (SAG). Jāatzīmē, ka SIA “StarSpace” ir oficiālais SAG 2009 sadarbības partneris un piedalīsies tā ietvaros organizētajos pasākumos – zvaigžņotās debess demonstrēšanā, kā arī astronomijas un ar to saistīto zinātņu popularizēšanā.

Latvijā veido pirmo pirts muzeju

www.DELFI.lv

Sējas novadā tiek veidots un attīstīts pirmais pirts muzejs Latvijā. Muzeja mērķis ir popularizēt pirts kultūru, parādīt, cik daudzveidīga un interesanta ir latviešu pirts, – portālu “Delfi” informēja muzeja veidotāji.

Projekta idejas autors Teodors Karlsons uzskata, ka pirts lietas ir nepamatoti atstātas novārtā un jāiegulda darbs, lai atjaunotu pirts nozīmīgumu.

Pirts muzejs atrodas Sējas novadā pie Murjāņu – Saulkrastu ceļa. Ar tā attīstību un izveidi nodarbojas pirts mīļotāju grupa ar muzeja idejas autoru Teodoru Karlsonu priekšgalā.

T. Karlsons ir pirts cienītājs jau kopš agras bērnības, arī šobrīd viņa dzīve un nodarbošanās



Lai popularizētu latviešu pirts kultūru, Latvijā izveidota arī biedrība “Latvijas pirts”, kura šogad viesu mājā “Saulgoži” rīkoja vasaras nometni “Pirts meistarklase”

ir cieši saistīta ar pirtīm. Uzskatot, ka Latvijā ar pirti saistītās tradīcijas un rituāli ir atstāti novārtā, T. Karlsons kopā ar domubiedriem sāka darboties un atrada piemērotu vietu pirts muzeja vajadzībām un uzsāka teritorijas sakopšanu.

“Paveiktas daudzas nozīmīgas lietas – liels darbs ieguldīts teritorijas sakārtošanā. Ir savests kārtībā ceļš, stāvvietas, izrakts dīķis, noplanēta teritorija, ierīkota elektrības padeve,” stāsta T. Karlsons.

“Jau pašlaik pirts muzejā ir apskatāma labi saglabājusies un lietošanas kārtībā esoša 20. gadsimta sākuma pirts, kuru pavisam drīz plānojam piedāvāt apmeklētājiem pirts tradīciju izbaudīšanai. Uzbūvēta vēl viena pirtiņa, tā gan pagaidām nedarbojas, bet plānots, ka ar laiku arī tā būs kurināma un izmantojama,” turpina T. Karlsons. Viņš arī atklāj, ka domu par pirts lietu muzeju smēlies Somijā, kur šādu muzeju ir redzējis.

Ir nodibināts arī Fonds pirts muzejam, jo nepieciešami finanšu līdzekļi muzeja ierīkošanai, eksponātu iegādei un vēlāk arī tā attīstībai. Fonds piesaistīs organizāciju un privātpersonu ziedojumus gan naudas līdzekļu veidā, gan citās izpausmēs.

Lai pilnveidotu pirts muzeja objektu klāstu, organizatori aicina atsaukties pirtsmiļus, kuriem ir saglabājušies kādi interesanti vēsturiski fakti par pirtīm, pirts risinājumi, pirts piederumi un tamlīdzīgas lietas. Tālr.: 29459358. □

Slēpošana Vidzemē neapsiks

Marita Krūskopa

Vadošās slēpošanas bāzes Ziemeļvidzemē – Žagarkalns, Ozolkalns un Baiļi – jauno slēpošanas sezonu ir uzsākušas ar optimismu, jo jau šobrīd šā gada ziema solās būt labāka par iepriekšējo, vismaz laika apstākļu ziņā. Visi kā viens uzsver, ka lielāks risks par ekonomisko ir tieši laika apstākļi. Kalnu īpašnieki prognozē, ka ekonomiskās nestabilitātes apstākļos tie, kas slēpo, drīzāk atteiksies no kaut kā cita, bet ne no kalniem.

Cilvēki turpinās slēpot

Jautāti par ekonomisko krīzi, kalnu īpašnieki ir pārliecināti, ka cilvēki savus veselīgos paradumus un hobijus nemainīs un turpinās kalnus apmeklēt, īpaši tie, kam pašiem ir savs inventārs. Žagarkalna īpašnieks Juris Žagars skaidro, ka patlaban klājas ļoti labi, ziema ir sākusies, tirgus kritums nav jūtams; viss ir tāpat kā iepriekš – proporcionāli laika apstākļiem un ar sniegu noklātajām nogāzēm: “Nejūtām, ka ekonomiskā krīze kaut kādā mērā būtu ietekmējusi cilvēku paradumu slēpot. Arī pasaulē ir pierādījies, ka cilvēki var mazāk maksāt hipotekāros kredītus, jo viņiem neviens to nedod, viņi nepērk īpašumus, bet tērē atpūtai.”

Savu optimismu slēpošanas centra īpašnieks skaidro ar piemēru no Ziemeļvalstu kolēģiem — somi savu banku krīzi pieredzējuši 1989./1990. gada ziemā.

Ozolkalna vadītājs Ģirts Kaļķis skaidro, ka ir pētījumi, kas savukārt liek secināt, ka šādā situācijā cilvēki mazāk brauks uz ārzemēm slēpot, jo vienkāršāk un lētāk būs izvēlēties kādu no Latvijas kalniem, brauks tikai uz vienu vai divām dienām nevis uz nedēļu.

“Īpaši starp pilsētniekiem ne maz ir tādu, kas izbrauc uz kalniem ne tik daudz slēpošanas dēļ, bet lai nokļūtu dabā, prom no mājām,” zina teikt slēpošanas trases “Baiļi” īpašnieks Valdis Vanags.

Izdzīvošanas režīmā

Kalnu īpašnieki uzsver, ka tie, kas ir izdzīvojuši, tiek pamatīgi “atmesti atpakaļ” attīstībā, vismaz divus gadus atpakaļ. Arī V. Vanags ir piesardzīgāks, izdarot priekšlaicīgas prognozes, jo krīze kalnu slēpošanas uzņēmumus skārusi jau iepriekšējās divas sezonas, toreiz gan tas bija laika apstākļu dēļ. “Mēs šo divu gadu laikā esam bijuši spiesti daudz ko pārdomāt. Daži kalni, kā zināms, ir pat “atkrituši”. Bijām spiesti iekļauties situācijā, skatīties, kā izdzīvot,” stāsta V. Vanags.

Bāzēm viens no izdzīvošanas veidiem šobrīd ir laika grafika samazināšana, piemēram, vēl pērn trase darbdienās bija atvērta no desmitiem, turpretī šosezon – no diviem vai par trijiem pēcpusdienā. Agrāk trases tiek atvērtas tikai tad, ja ir pieteikušas grupas. “Līdz šim

mēs varējām atļauties strādāt pusi dienas ar lieliem mīnusiem, lai vakarā it kā atpelnītu, tagad mēs to nevaram atļauties,” skaidro Juris Žagars un piebilst: neraugoties uz to, ka elektroenerģijas cenas ir cēlušās, uz kalna cenas nav celtas.

Tāpat bāzēs nedaudz ir samazināts darbinieku skaits, ir veikta darbinieku darba optimizācija, piemēram, mehāniķis apvieno savus tiešos pienākumus ar dežūrām pie pacelēja, tādejādi cilvēkiem tiek dotas lielākas iespējas nopelnīt vairāk.

Nākotnes iecere – skolēni trasēs

Domājot par stratēģiskiem uzdevumiem nākotnes attīstībā, kā arī nākamās slēpotāju paaudzes audzināšanā, kalnu īpašnieki kopā ar Slēpošanas trašu asociāciju ir izvirzījuši mērķi izveidot ciešu sadarbību ar sava reģiona skolām. Bāzes piedāvā slēpošanas trases izmantot par pašizmaksu nodarbībām rīta stundās līdz brīdim, kad tās tiek atvērtas komercdarbībai.

V. Vanags ar rūgtumu secina, ka skolas, gaidīdamas dabisko sniegu un kalnu bāzes neuztverot kā pietiekami nopietnu partneri, diemžēl ir atmetušas slēpošanu kā “mirušu lietu”. “Skolas varētu organizēt sporta pasākumus, nodarbības un daudz visādu lietu, lai bērni atrastos svaigā gaisā. Ieguvēji būtu visi, bet galvenokārt bērni,” uzskata V. Vanags.

ES fondi – vilinoši un nepaņemami

Slēpošanas bāzes ir arī vieni no pretendentiem Eiropas fondu naudas apguvē. 15. decembrī ir noslēgusies pirmā projektu pieteikumu kārtā (2007.–2013. g.) programmai “Tūrisma aktivitāšu veicināšana”. Kopā valstī iesniegti 53 pieteikumi, desmit no tiem – Vidzemē. Nelielā aktivitātē liecina par tūrisma cilvēku valdošo skepsi un piesardzību, turklāt kārtējā saskaršanās ar birokrātiskajiem šķēršļiem ir mazinājusi arī kalnu īpašnieku aktivitāti iesniegt savus projektus.

G. Kaļķis secina, ka nosacījumi ir ļoti absurdi: “Patiesībā noteikumi un kritēriji vairāk ir radīti viesnīcām un viesu mājām, kuras jau ir, lai gan sākotnējā ideja bija atbalstīt tieši tādus kā mēs, kas spēj piedāvāt biznesu ārpus telpām, bez apmetnes. Sapratām, ka šiem kritērijiem mēs neatbilstam, tāpēc nav vērts nemaz laiku tērēt,” tā G. Kaļķis.

Līdzīgās domās ir V. Vanags: “Bija jāizdomā kaut kādas pasakas, ka tas pacelējs vasarā būs domāts kaut kādiem riteņiem, un tās nebija vienīgās mulķības, kas bija jāizgudro, lai to visu vispār varētu dabūt cauri,” smejas V. Vanags.

Savukārt J. Žagars pamato, ka viss kalnu biznes balstās uz mākslīgu sniegu – jo jaudīgākas sistēmas, jo efektīvāk var darboties uzņēmums, tāpēc Žagarkalns projektu ir iesniegjis, turklāt iepriekšējā vasaras sezona bijusi veiksmīga, kas ļauj tagad investēt. □

“Ozolkalna” jaunumi

www.DELFI.lv

Atklājot trešo slēpošanas sezonu, slēpošanas un atpūtas parks “Ozolkalns” apmeklētāju ērtībai ir veicis dažus uzlabojumus. Vispirms ir sagatavots kvalitatīvs sniega segums “Zaķu” trasei. Labvēlīgajos ziemas apstākļos tuvākajā laikā tiks nopūstas arī pārējās trases: “Lapsu”, “Lāču”, “Sesku” kalns un bērniem domātais “Zīļuku” kalns. Vairākas trases tiek apgaismotas, kas ļaus apmeklētājiem tās izmantot arī tumšajā diennaktī laikā.

Šajā sezonā kalns darbosies arī pirmdienās. Ir ierīkotas web kameras, lai “Ozolkalna” mājaslapā ikviens varētu novērtēt kalna noslogotību

“Ozolkalnā” darbojas krēslu pacelēji, divi T-Bar pacelēji un mazais iesācēju pacelējs, kuri nodrošina slēpošanu uz kalna, nestāvot garajās rindās.

Pirmo reizi tiek piedāvāta slēpošanas apmācība “Zīļuku skolā”, kura strādā gan ar maziem, gan lieliem slēpotgribētājiem. Vecāku ērtībai kafējnīcas otrajā stāvā ir iekārtota mājīga bērnu istaba. Pieejami arī kvadracikli, ir iespējams braucienis ar pusprofesionālām kalnu kamanām. □

Cēsis – ziemas centrs Latvijā?

Marita Krūskopa

Laika apstākļi, konkurence un ekonomiskā situācija ir faktori, kas veicinājuši Cēsu vadošo slēpošanas uzņēmumu apvienošanās. Pēc kopīgas iniciatīvas apvienojoties Ozolkalnam un Žagarkalnam, šosezon darbu uzsāks lielākā slēpošanas bāze ne tikai Latvijā, bet visā Baltijā, piedāvājot vairāk nekā desmit trases, kā arī profesionālo kamanīņu nobraucienus, divus snobboarda parkus, gaisa spilvenu snobboardistiem u.c.

Katrs kalns darbosies ar saviem piedāvājumiem, taču lielākais ieguvējs būs klients, jo saņems plašāku produktu klāstu par izdevīgāku cenu.

Jau šosezon tiek plānots palaist “Ski-Bus” – bezmaksas autobusu, kas savienos abas trases. Autobusiņš kursēs sestdienās un svētdienas ar intervālu 10 minūtes, viena brauciena ilgums – aptuveni 3 minūtes. Klienti varēs iegādāties kopīgu slēpošanas karti un slēpot kā vienā, tā otrā kalnā. Nākotnē plānots bāzes savienot ar pacelēju, kas visies cauri mežam, tāpat iecerēts tuvāko pāris gadu laikā ieviest vēl kādu interesantu transportu, ar ko nokļūt no vienas trases uz otru.

Tūrisms – Latgales nākotne

“Tūrisms joprojām ir viena no galvenajām valsts tautsaimniecības nozarēm Latvijā,” uzskata Rēzeknes Augstskolas Ekonomikas un vadības katedras vadītāja profesore Irēna Silineviča, norādot, ka arī latgalieši tic tūrisma nozares attīstībai.

Inga Kromane

Šaubu par to, ka tūrisms ir Latgales nākotne, pašiem latgaliešiem nav. Attīstība notiek kā informācijas, izklaides un ceļojumu organizēšanas, tā arī daudzu citu tūrisma pakalpojumu jomā. Patlaban lielākā problēma esot tūristu iespējas nokļūt Latgalē. Četrus stundus brauciens no Rīgas ir ne tikai dārgs, bet arī nogurdinošs. Tūrisma uzņēmēji apzinās, ka riskē zaudēt savus klientus, daļa tos nemaz arī neiegūst nesakārtotās tūrisma infrastruktūras dēļ. Tāpēc, piemēram, Daugavpils nopietni strādā pie lidostas projekta īstenošanas. Krāslavas rajonā tiek domāts par to, kā izvietot norādes uz tūrisma objektiem un sakārtot ceļus. Rēzeknes rajona pašvaldības izstrādā velomaršrutu, domā par izziņas tūrisma veicināšanu.

Vilina ar vēl neizzināto un neizpētīto

Apzinoties reģiona priekšrocības, tūrisma uzņēmumu skaits Latgalē pēdējos gados ir strauji audzis. Rēzeknes Augstskolas profesore Irēna Silineviča uzsver, ka Latvija salīdzinājumā, piemēram, ar Āzijas valstīm ir dārga zeme, tāpēc uz Latgali naudu tērēt masveidā brauc nevis bagātie ārzemnieki, bet gan viesi no citiem Latvijas novadiem.

Rēzeknes rajona viesu mājas “Azarkrosti” saimniece Janīna Svikša norādīja, ka aizvadītajā vasarā atpūsties pašiem nav sanācis, jo bijis ļoti liels tūristu pieplūdums. Turklāt atšķirībā no citiem gadiem, kad viesu mājā ciemojušies galvenokārt atpūtnieki no Rēzeknes rajona, tagad nācies uzņemt tūristus no citiem Latvijas novadiem. “Manuprāt ir mainījusies Latvijas tūristu apziņa un domāšana. Viņi tiecas pēc neizzinātā. Un kur gan citur, ja ne Latgalē, ir neapprakstāmi

skaista, nesapostīta daba ar daudziem ezeriem, leģendām apvītiem pilskalniem, baznīcām un muižām,” uzskata J. Svikša.

Zirgu sētas “Untumi” saimniece un Rēzeknes novada TIC vadītāja Līgita Lebeda norāda, ka aizvadītajā vasarā tūristi vairāk apmeklējuši tos uzņēmumus, kas specializējas dažādu atrakciju piedāvājumā. Kaut arī tūristi labprātāk izvēlas nakšņošanu savā teltī, pieprasīti ir pakalpojumi, kas saistīti ar aktīvu atpūtu, piemēram, pavisināšanās ar ūdens motociklu. Tāpat arī nav mazinājies pieprasījums pēc izjādēm ar zirgiem.

Latgales plānošanas reģiona priekšsēdētāja vietniece, Krāslavas rajona padomes priekšsēdētājs Andris Badūns atgādina, ka Krāslavas rajonu dēvē par “ezeraināko” reģionu Latvijā. “Mūsu bagātība – aptuveni 300 ezeru. Kurš gan nevēlētos apskatīt Eiropā noslēpumaināko Čortoka ezeru vai Latvijas dziļāko ezeru Dridzi? Krāslavas rajonā savu Latvijas tecējumu sāk mūsu tautas likteņupe Daugava. Ja Krāslavas tūrisma uzņēmēji neticētu, ka tūrisma nozarei ir perspektīva, vai tad viņi strādātu šajā jomā, nepārtraukti uzlabojot un dažādojot savu pakalpojumu klāstu, meklējot jaunus veidus, kā piesaistīt tūristus savam reģionam,” uzsver A. Badūns.

Dažādi – un tāpēc interesanti

Vēsturiski ir izveidojies tā, ka Latgales sabiedrību veido daudzas tautības un etniskās grupas, kas šeit dzīvo jau gadsimtiem ilgi. Pēc Latvijas reģionu attīstības portāla *latreg.lv* datiem, Latgales iedzīvotāju struktūra šobrīd ir šāda: 41% latviešu, 43% krievu, 6% baltkrievu, 6% poļu, 2% ukraiņu, kā arī lietuvieši, igauņi, čigāni, ebreji un citu tautību iedzīvotāji. Tādējādi Latgale ir novads ar ļoti bagātu un

daudzveidīgu kultūru, kādas nav nevienam citam Latvijas reģionam. Apzinoties šo priekšrocību, A. Badūns uzsver savdabīgās slāvu kultūras nenovērtējamo ieguldījumu tūrisma jomas attīstībai novadā. Ar to tiek domātas gan vec ticībnieku sakrālās celtnes, gan slāvu tautu kulinārais mantojums.

Līdzīgi ir arī Daugavpilī, kur pašvaldība atbalsta 12 dažādas kultūras biedrības. “Piemēram, Krievu kultūras biedrības namā tūrists var apskatīt īpaši sagatavotu mākslas ekspozīciju, noklausīties koncertu un restorānā nobaudīt krievu tradicionālos ēdienus,” informē Daugavpils domes Pilsētas attīstības departamenta vadītāja Inga Goldberga.

Laužot stereotipu par Daugavpili

Latgales reģions ir gan Eiropas Savienības ārējā robeža, gan Krievijas un Baltkrievijas tilts ar Eiropas Savienību. Kā atzīmē Daugavpils domes Pilsētas attīstības departamenta vadītāja Inga Goldberga, šis fakts daļēji bremzē tūrisma attīstību pierobežā, jo bieži vien nākas atdurties pret Krievijas un Baltkrievijas “sienu”. Tomēr, ik dienu laužot stereotipu par mūsu pilsētas izteikti rūpniecisko ievirzi, Daugavpils īsteno vairākus lielus projektus, kur tiek ieguldīti arī Eiropas Savienības līdzekļi. Kā piemērs jāmin Daugavpils cietokšņa izbūve, kur Eiropas naudas tiek ieguldītas infrastruktūras sakārtošanā; valsts piedalās ar policijas ēkas izveidošanu, un pašvaldība ir tā, kas idejas īsteno. Daugavpils veiksmīgi strādā arī pie pārrobežu projekta ar Lietuvas pilsētu Zarasiem. Daugavpils tūristi izmanto Zarasu lauku tūrisma piedāvājumu, Lietuvas tūristi tiek aicināti apmeklēt Daugavpils pilsētas muzejus, sporta centrus, baseinu u.c. □

Ziemas prieki Latgalē

Inga Vonoga

Tūrisma attīstības valsts aģentūras Latgales reģionālā biroja vadītāja

Latgale spēj piesaistīt tūristus ne tikai gada zaļajā, bet arī baltajā sezonā. Ziemas prieku cienītājiem Latgalē tiek piedāvāti visdažādākie atpūtas veidi: slēpošana un snovošana, slidošana, zemledus makšķerēšana, medības, braukšana ar sniega motociklu un kvadraciklu u.c.

Šobrīd Latgalē ir 14 slēpošanas vietu, astoņi slidošanas piedāvājumi, to skaitā Daugavpils Ledus hallē.

Ar visblīvāko piedāvājumu var lepoties Ludzas rajons. Zilo ezeru zeme, ko ziemas

sezona varētu dēvēt arī par Balto ezeru zemi, vilina zemledus makšķerniekus uz 26 zemledus makšķerēšanas vietām. Noskaidrots, ka katrs desmitais Rīgas makšķernieks pēc lielā loma dodas uz Latgali, jo te ir lielākās asaru, brekšu, līdaku un vēdzeļu copes vietas.

Pakalni, lejas un līdzenumi ziemā kļūst par resursu, kas ļauj piedāvāt aizraujošo vizināšanos zirga kamanās, un Latgalē ir 15 dažādi piedāvājumi, kas aicināt aicinā doties izbraucienā ar zirga kamanām gar Krievijas un Baltkrievijas pierobežu.

Šoziem Latgalē jau darbojas divi slēpošanas kalni: “Egļukalns” Daugavpils rajonā un “Sauleskalns” Krāslavas rajonā. Savukārt da-

bas parkā “Balkānu kalni” Balvu rajonā tiek piedāvāta distanču slēpošana pa kalniem un lejām. Ir paplašināta “Balkānu trase”, kur var izbaudīt ne tikai slēpošanas priekus, bet arī piedalīties ikgadējās reģionāla mēroga slēpošanas sacensībās.

Bet, ja Latgales viesis tiešām grib justies kā pasaku varonis, tad jādodas uz brīvdienu māju “Zemeņu krastiņi”, kas piedāvā zemeņu meklēšanu zem sniega un ledus karuseli uz ezera.

Ja tieši ziemas periodā uznāk ilgas pēc izklaides senču tradīciju garā, tad etnogrāfiskais muzejs “Andrupenes lauku sēta” piedāvā vizināšanos ar ragaviņām un bļodām no muzeja kalna, karstas zāļu tējas baudīšanu. Interesentiem gan iepriekš jāpiesakās. □

“Auglības koks” jaunlaulātajiem



Pie Latgales mākslas un amatniecības centra (LMAC) ir realizēts projekts “Auglības koks” – viens no Nīderlandes fonda KNHM un Līvānu novada domes finansētajiem mazo grantu programmas 2008. gada konkursa “Līvānu novada iedzīvotāji veido savu vidi” projektiem.

Projekta galarezultātu var raksturot kā mazo arhitektūras formu, kas darināta no nerūsējoša tērauda. Objekts spēs piesaistīt ne tikai kāzinieku un jaunlaulāto, bet arī ikvienu tūrista, LMAC apmeklētāja vai vienkārša garāmgājēja skatienu un uzmanību. “Auglības koks” ir veidots ar mērķi saglabāt tradīcijas un rituālus, kas ir gandrīz katru kāzu neatņemama sastāvdaļa. Viens no šiem rituāliem ir piekaramo atslēgu pieslēgšana pie tiltu margām. Taču ne vienmēr šīs tradīcijas realizēšana ir ērta un estētiski pievilcīga, tāpēc radās doma par to, ka uz senās barona Līvena muižas zemes saknes laistu ābele – auglības un svētuma simbols. Jaunlaulātie kārtu ābeles zaros augļus – piekaramās atslēgas; tas notiktu pie LMAC, jo tā ir viena no iecienītākajām kāzinieku iegriešanās vietām. Tādējādi jaunais pāris savā kāzu dienā kaut neilgu, bet neaizmirstamu brīdi pavadītu piemērotā vidē. □

Izveidota ceļojoša izstāde par Daugavpils cietoksni

Daugavpils novadpētniecības un mākslas muzejā tapusi ceļojoša izstāde, kas veltīta Daugavpils cietokšņa celtniecības noslēguma 130. gadadienai.

Izstādes autore ir muzeja darbiniece Gaļina Verjovočņikova. Šajā izstādē ir skatāmi unikāli materiāli, kas atrasti Maskavas un Sanktpēterburgas arhīvos. Izstādes veidošanā tika izmantoti materiāli no Daugavpils novadpētniecības un mākslas muzeja, Krievijas Valsts kara vēstures arhīva (Maskava) un Artilērijas,

sakaru un inženieru karaspēka kara vēstures muzeja (Sanktpēterburga), kā arī fotomākslinieku A. Borisovas, J. Berdņikova, V. Gibovskas, A. Kivrina, M. Gizatullina, S. Grahoļska, A. Jeļisejeva fotogrāfijas.

Daugavpils novadpētniecības un mākslas muzejs izstādes izveidei saņēmis 2000 latu finansējumu no Valsts Kultūrkapitāla fonda. Jebkurai organizācijai ir iespēja pasūtīt šo izstādi un iepazīties ar cietokšņa vēsturi. □

Akcija “Zalta rūku ceļš Latgalī”

Jau otro gadu pēc kārtas no 2008. gada 15. maija līdz 15. oktobrim norisinājās Latgales apceļošanas akcija “Zalta rūku ceļš Latgalī”, kuru rīkoja Ludzas amatnieku centrs sadarbībā ar Latgales mākslas un amatniecības centru Līvānos. Akcija “Zalta rūku ceļš” aizsākās jau 2007. gadā ar Latgales reģiona attīstības aģentūras Latgales kultūras programmas un Valsts Kultūrkapitāla fonda atbalstu projektam “Apceļo Latgalī caur amatu darbnīcām”.

Akcijas laikā Latvijā un ārzemju tūristiem tika dota iespēja iepazīt Latgalī caur amatu prasmi un tradīcijām, darbojoties gandrīz 50 dažādās amatnieku darbnīcās.

Akcijas dalībnieki, izmantojot speciāli sa-

stādītu karti, ceļojumu uzsāka Līvānos, Latgales mākslas un amatniecības centrā, un, virzoties uz Ludzas amatnieku centru, tika aicināti apceļot vēl vismaz piecas amatnieku darbnīcas, rezultātā iegūstot sertifikātu, kas apliecināja darbošanās prieku un kāda amata iemaņu apguvi.

Šogad interese par akciju un Latgales amatniekiem bija salīdzinoši lielāka nekā iepriekšējā gadā, un kopumā ceļotgribētāju bija vairāk nekā 500. Savukārt vismaz piecās darbnīcās viesojās gandrīz 100 ceļotāju. Noslēguma pasākumā tiks apbalvoti čaklākie ceļotāji un izteikta pateicība arī amatu darbnīcu vadītājiem. □

Projekti

LATLIT TRAFFIC

Vairākas Latvijas un Lietuvas Austrumu reģionu pašvaldības līdzdarbosies kopīgā projektā “Harmoniska pārrobežu sadarbība satiksmes drošībā Latvijas – Lietuvas p robežas reģionos” (saisinātais nosaukums – LATLIT TRAFFIC).

Projekta ietvaros paredzēta 27 ceļu un ielu rekonstrukcija 16 apdzīvotās vietās. Tehniskās dokumentācijas izstrāde 22 ceļu un ielu posmiem 13 apdzīvotās vietās.

Ieplānotas arī 42 vietējās un divas starptautiskās satiksmes drošības kampaņas, bukleta – ceļu kartes izdošana 2000 eksemplāros, vismaz 140 raksti presē, divas preses konferences, 14 masu mediju pārstāvju vizītes.

Tiks pasūtīnāti arī satiksmes drošības materiāli: 4000 atstarotāji, 200 atslēgu piekarīņi, 500 uzlīmes, 400 somas, 700 T-krēkli, 100 lietusargi, divas videokameras un sešas videokameru mulāžas.

“Bella Dvina”

Apstiprināts INTERREG IIIA Dienvidu prioritātes (pārrobežu sadarbība starp Latviju, Lietuvu un Baltkrieviju) projekts “Bella Dvina – robežas šķērsošana, kultūru iepazīšana, Daugavas upes apkārtnes iepazīšana”. Projekta ietvaros paredzēts izveidot kopēju pārrobežu tūrisma maršrutu Daugavas upes posmā starp Polocku un Daugavpili, kā arī veicināt reģionālo tūrisma pakalpojumu sniedzēju darbības attīstību un uzlabot tūrisma informācijas centru tehnisko nodrošinājumu Baltkrievijas pusē.

Latgalē turpina veidot publiskos interneta punktus

Latgalē sācies publiski pieejamo interneta punktu izveides otrais posms, kurā plānots izveidot 62 jaunus publiskos interneta punktus un aprīkot tos ar nepieciešamo datortehniku. Projekta turpinājumā paredzēts veikt dažādus uzlabojumus arī jau esošajos 150 publiskajos interneta pieejas punktos, – informē biedrības “Latgales reģiona attīstības aģentūra” direktors Māris Bozovičs.

Projekta realizācija tika sākta 2007. gada 3. aprīlī un ilga līdz 2008. gada 31. oktobrim.

Projekta kopējās izmaksas ir 753 000 latu, tajā skaitā ERAF finansējums – 67,5%, valsts un pašvaldību līdzfinansējums – attiecīgi 22,5 un 10 procenti.

Plānos atpūtas iespējas Daugavas krastā

Projekta “Uz ūdens balstītā kopējā tūrisma piedāvājuma radīšana Latgalē un Utenas apgabalā” ietvaros (vadošais projekta partneris ir Latgales plānošanas reģions), Krāslavā tiks veikts pētījums par tūrisma un atpūtas iespējām Daugavas labajā krastā, lai plānotu aktivitātes tālākiem projektiem – pastaigu takām, atpūtas vietām u.tml., informē Krāslavas novada domes Attīstības nodaļas vadītāja Ināra Dzalbe.

Informāciju apkopoja
Inga Vonoga,
Tūrisma attīstības valsts aģentūras
Latgales reģionālā biroja vadītāja

'Petraflora Pedvalensis' – jaunais Latvijas simbols

Sanita Liepiņa

Tēlniekam Ojāram Feldbergam ir raksturīga uzņēmība, oriģinālas idejas un kvalitatīvs galarezultāts. Pēc viņa izlolotās Pedvāles apmeklējuma viesi, it īpaši ārvalstnieki, mājās brauc apmierināti un gandarīti.

Akmens lauka iekopšana, tā laistīšana un miglošana, sevis ierakšana bedrē savā dzimšanas dienā kopā ar īpašu akmeni no Negevas tuksneša Izraēlā, 90 akmeņu guldīšana zemē par godu Latvijas jubilejai... Tās ir tikai dažas no mākslinieka šī gada radošās sezonas performancēm.

Cilvēkus piesaista stāsti, uzskata Talsu rajona Tūrisma informācijas centra direktore Inese Roze, un tāds esot arī Pedvāles Brīvdabas mākslas muzeja veiksmes pamats. Tēlniekam Ojāram Feldbergam aiz katra darba ir kāds sižets. Turklāt akmens stādīšana nav vienkārši akmens iebāšana zemē. Tiek iestādīta arī vēlēšanās vai novēlējums. Pēc tam akmeni jāturpina kopt. To var darīt dažādi – aizejot pie tā, bet, ja tas nav iespējams, vismaz par to jādomā. Jo biežāk akmeni atcerēsies, jo tas labāk augs un ātrāk nogatavosies. Nevar zināt, kad tas būs – pēc gada, trim, četriem vai pieciem, atklāj tēlnieks. Un tas cilvēkus gluži kā magnēts pievelk uz šo Latvijas nostūri. Īpaši rituālā akmens lauku jau papildinājuši muzeja apmeklētāji, jaunlaulātie, mākslinieki, dzejnieki, diplomāti un žurnālisti no Japānas, Zviedrijas, Ķīnas, Lietuvas, Krievijas, Igaunijas, Somijas, Francijas, Holandes un daudzām citām pasaules valstīm.

Par Latvijas tēlu nedomā

Tūristus piesaista redzētie reklāmas klipi, raksti par Pedvāli, redzēto stāsti un Feldberga oriģinālās performances. Ar akmeņiem kofērī mākslinieks devies arī ārpus Latvijas veikt savu savdabīgo eksperimentu. Pērn īpaši izveidoto šķirni 'Petraflora Pedvalensis' viņš iedēstīja Norvēģijā, Opeidas pilsētā aiz Polārā loka, kur savulaik dzīvoja ievērojamais norvēģu rakstnieks Knuts Hamsuns. Savukārt šogad decembra sākumā tēlnieks iestādīja akmeni Briselē. "Nākamgad es braucu uz Somiju. Tur man iecerēts nopietnāks pasākums," plānos daļas mākslinieks. "Gribētos iestādīt akmeni arī Antarktīdas ledū, Sahāras tuksnešī un Izraēlā."

Veicot savu eksperimentu ārzemēs, mākslinieks nedomājot par Latvijas tēla nešanu pasaulē un tūristu piesaistīšanu. Viņaprāt, tā ir tikai tāda modes lieta – saistīt visu ar valsts



Dzejas dienās Pedvālē japāņu haiku dzejnieks Banja Natsuiši izvēlas stādīšanai akmens sēklu

tēla popularizēšanu. "Es vienkārši veicu savu misiju, kādu Dievs man ir novēlējis, – stādīt šos akmeņus."

Piesaista tūristus Pedvālei

Tomēr aptaujātie eksperti uzskata, ka Ojārs Feldbergs, šaubu nav, veiksmīgi popularizē Latvijas tēlu. "Jebkura viņa oriģinālā un, es pat uzdrīkstēšos teikt, trakā ideja, interesantie gājieni ir atzīstams un veiksmīgs reklāmas paņēmieni, kas piesaista apmeklētājus," uzskata Tūrisma attīstības valsts aģentūras Kurzemes reģiona biroja vadītājs Artis Gustovskis. Tam piekrist arī Talsu rajona TIC direktore I. Roze. "Pedvāle ir atpazīstama visā Eiropā un pasaulē ar saimnieka Ojāra Felberga un viņa meitas Lauras milzīgo uzņēmību. Arī ar to, kā viņš savas idejas viņš popularizē tūrisma tirgū. Pedvāle jau ir kvalitātes zīme," viņa saka. Ārzemniekiem Pedvāle ļoti patīkot. Ir cilvēki, kas nāk uz TIC un par Pedvāli vēl neko nezina, bet ir arī tādi, kas nāk ar konkrētu mērķi – atrast šo brīvdabas mākslas muzeju.



"Pašreiz apturu vairākus projektus, kas ir saistīti ar starptautisku simpoziju organizēšanu, arī jau uzsāktu sadarbību ar ārzemju mākslinieku jaunu vides objektu, skulptūru veidošanai. Sajutu, ka tas nebūs iespējams gadus divus vai pat trīs," stāsta Ojārs Feldbergs

"Pedvāle ir īstā vieta cilvēkiem, kas ir mākslas baudītāji un dabas mīļotāji," uzskata A. Gustovskis. Viņš novērojis, ka Pedvāle īpaši patīkot holandiešiem, jo Nīderlandē meži aizņem tikai 12 procentus teritorijas, bet Latvijā – vairāk nekā 60 procentus. "Viņiem tas šķiet kā sapnis, ka var būt tik apjomīgi lauki un lejas, kur var pastaigāties. Turklāt holandieši ir kultūras baudītāji, un šeit ir labs savienojums – fantastiskā Abavas ieleja un oriģinālās modernās mākslas brīvdabas skulptūras."

Skeptiski tikai latvieši

Nevienam no aptaujātajiem nav gadījies sastapt ārzemju tūristu, kurš justos vilies pēc Pedvāles apmeklējuma. "Atšķirībā no latviešiem, kuri, izdzirduši par kādu populāru vietu pasaulē, tūdaļ dodas turp, ārzemnieki nešauj uz dullo," stāsta A. Gustovskis. "Viņi rūpīgi izvēlas, kur dosies, ko apskatīs, kur tērēs naudu un kā tur nokļūs (jo Latvijā diemžēl daudzviet nav iespējams nokļūt ar sabiedrisko transportu). Dodoties uz Pedvāli, viņi jau zina, ko tur sagaidīs, tāpēc pēc apmeklējuma ir ļoti apmierināti. Citādi ir ar latviešiem, viņi nereti nenovērtē dabas un mākslas bagātības. Piemēram, skolēni izskrien cauri, un viņiem no šīs vietas ne silts, ne auksts."

"Pamatā Pedvāle nav mērķis tūristiem," atzīst pats mākslinieks. "Tas ir mans dzīvesveids – taisīt mākslu. Tūrists ir sekundārs. Turklāt man labāk patīk vārds "apmeklētājs", jo viņi ierodas kā uz muzeju, vērot ekspozīciju. Kad tiek iecerēti objekti, par apmeklētāju domāts netiek. Protams, ar viņu ir jārēķinās, jādomā par to, kā viņš uzvedīsies šajā vidē. Gadu garumā esmu pārliecinājies, ka daļa apmeklētāju nesaprot, ka tie ir mākslas darbi, un cenšas izmantot pa savam prātam – kāpt tiem virsū, mest atkritumus un tos lauzt." □

Ventspilij jauns suvenīrs

Ziemassvētku laikā Ventspils tikusi pie jauna suvenīra – īpaša spēļu kāršu komplekta.

Ventspils kārtis atšķiras no parastajām rekām suvenīrkārtīm, kurām savdabīga ir tikai kārtis mugurpuses daļa, bet bilžu daļa ir tāda pati kā tūkstošiem citu spēļu kāršu komplektiem. “Mūsu veidotajām Ventspils spēļu suvenīrkārtīm katras kārtis priekšpuse atšķiras no visām citām kavas kārtīm,” informē izdevuma “Ventspils kārtis” projekta vadītāja Jana Bergmane. Uz kārtīm attēloti pilsētas skati un ievērojamākie tūrisma objekti. Viena kava sastāv no 54 kārtīm, vienas titulkārtis ar aprakstu angļu valodā. Tāpat komplektā atrodama arī viena



tukša kārtis ar uzrakstu angļu valodā “Greetings from Ventspils” – tā domāta tiem tūristiem, kas vēlas to izmantot kā miniatūru apsveikuma kartiņu ar sveicieniem no Ventspils.

Latvijā pilsētu suvenīrkārtis līdz šim ir izdots tikai par Rīgu un Kuldīgu. □

“Suiti” cer uz UNESCO

UNESCO sekretariāts Parīzē ar līdzfinansējumu 6000 dolāru apmērā palīdzēs etniskās kultūras centram “Suiti”. Šis atbalsts nodrošinās suitu kultūrtelpas prezentācijas filmas montāžu.

Kopš 2007. gada “Suiti” strādā pie tā, lai iekļūtu UNESCO Nemateriālās kultūras mantojuma sarakstā. Pašlaik norit darbs gan pie nominācijas dokumenta sagatavošanas, gan pie filmas, kuras veidošana uzticēta SIA

“Labvakar”. Pieteikuma gatavošanu ir plānots pabeigt 2009. gada marta sākumā, kad tam ir jābūt iesniegtam UNESCO sekretariātā.

Suitu kultūrtelpa, kuras robežās kompaktā teritorijā gandrīz četrus simtus garumā katoļu baznīcas ietelmē, mijiedarbojoties kuršu, lībiešu, poļu, lietuviešu, vācu un latgaliešu kultūrām, ir izveidojusies unikāla kultūrvide un identitāte, pēc biedrības domām, varēs godam pārstāvēt Latviju starptautiskā līmenī. □

Apbalvoti labākie kurzemnieki

Novembra beigās tika noskaidroti Kurzemes tūrisma asociācijas gada balvas “Lielais Jēkabs 2008” saņēmēji.

Par labāko naktsmītni atzīta atpūtas bāze “Kaplūži” Saldus rajonā, kas gada laikā uzplaukusi un izaugusi par skaistu kompleksu ar vairākām pirtīm, svinību zāli un plašu atpūtas piedāvājumu.

Atpūtas un sporta komplekss “Dzintarkrasts” kļuvis par labāko divās nominācijās – “Labākais ēdināšanas uzņēmums” un “Labākā tūrisma mājaslapa”.

Šogad labākais atpūtas piedāvājums ģimenēm bijis “Saldumu tūre Saldū – bišu dravā “Kāres””; labākais muzejs – Ventspils muzeja filiāle “Amatū māja”; labākais pasākums – pludmales festivāls “Tele 2 Baltic Beach Party”

2008. gada tūrisma debija Kurzemē ir Latvijas Piensaimniecības muzejs, kas oficiāli

atklāts 24. oktobrī Kuldīgas rajona Rudbāržu pagastā.

Par nozīmīgu ieguldījumu tūrisma attīstībā balvu saņēma Aiga Petkēvica. Pirmais viņas nozīmīgākais darbs bija Tukuma rajona Tūrisma informācijas centra izveidošana 1994. gada vasaras nogalē (otrais TIC Latvijā) un pirmā kopīgā Kurzemes tūrisma piedāvājuma veidošana – Ceļojums pa 57. paralēli. A. Petkēvica aktīvi piedalījies arī Kurzemes tūrisma asociācijas dibināšanā un tās kopīgo projektu ideju iniciēšanā un realizācijā. Tagad strādā SIA “NK Konsultāciju birojs”, kura uzmanības lokā ir tūrisma projektu idejas, dažādu tūrisma teritoriju izpēte un plānošana, konsultāciju un apmācību organizēšana tūrisma uzņēmējiem visā Latvijā. Joprojām uzticīga Kurzemes tūrisma un tūrisma strādājošajiem, neliedz padomus un dalās ar idejām. □

Jaunās virzienu norādes Kuldīgā tik drīz vēl nebūs

Kuldīgas dome izstrādājusi projektu par jaunām virzienu norādēm iebraucējiem. Taču pašvaldības budžets, kas tagad samazināts par vienu miljonu, liek projektā realizēšanu atlikt vismaz uz pusgadu. Projekts paredzēja, ka galveno objektu sarakstā iekļaujamas ievērojamākās tūrisma vietas, sporta būves, policija, pasts, kā arī reģionālo iestāžu ēkas. Līdzīgs projekts

Tukumā izmaksājis ap 10 tūkstošiem latu, bet Kuldīgā provizoriskās izmaksas lēstas 50 000 latu apmērā. Domes priekšsēde Inga Bērziņa skaidro, ka tas saistīts ar īpašiem noteikumiem vecpilsētai. Tur paredzētas unikālas metālisks norādes ar kalumiem. Pārējā pilsētas daļā norādes būs vienkāršākas. Arī gājējiem un braucējiem norādes būs atšķirīgas. □

Liepājā

Liepājā iespējams veikt online naktsmītnes rezervāciju

Kopš oktobra sākuma Liepājas viesiem ir iespēja veikt naktsmītnes rezervāciju tiešsaistē (online) Liepājas mājas lapā www.liepaja.lv, kur Tūrisma sadaļā ievietota visā pasaulē pazīstamā www.tobook.com rezervācijas sistēma, kas dod iespēju jau laikus katram pašam izvēlēties un rezervēt sev piemērotāko naktsmītni, lai, ierodoties Liepājā, būtu vairāk laika apskatīt un iepazīt pilsētas skaistākās vietas.

Liepājas lidostā darbs turpinās



“Lidostā darbs nav apstājies. Tikai retāk apkalpojam lidmašīnas,” – tā situāciju Liepājas lidostā, kur kopš 18. oktobra vairs nenolaizas lidmašīnas “air Baltic” lidmašīnas, laikrakstam “Kurzemes Vārds” komentēja lidostas direktors Aldis Mūrnieks. Kopš 1. oktobra vairs nenotiek avioreisi no Liepājas uz Rīgu, bet kopš 18. oktobra nenotiek lidojumi arī uz Hamburgu un Kopenhāgenu. Aviokompānija “air Baltic” gan norāda, ka pārtraukums būs tikai ziemas sezonā, kad pasažieru skaits ir mazāks.

Liepājas lidostā ap 80% no kopējā lidojuma skaita nodrošināja “air Baltic” lidmašīnas. Taču A. Mūrnieks par nākotnes izredzēm ir optimistiski noskaņots. Pirmkārt, Krievijas aviokompānija “Atlant-Sojuz” arī ziemā trīs reizes nedēļā nodrošinās regulāro aviosatiksmi maršrutā Liepāja – Maskava, un pasažieru noslogojums tajā ir ap 50 procentiem.

“Darba apjoms samazinās tikai tiem lidostas darbiniekiem, kuri tieši iesaistīti lidmašīnu un pasažieru apkalpošanā. Taču pārējiem darba apjoms nemazinās, jo mums ir jāuztur starptautiskās lidostas sertifikāta prasības. Ja snigs sniegs, skrejceļš ir jātīra, vienalga, vai dienā tur nolaidīsies viena vai piecas lidmašīnas,” intervijā laikrakstam norādīja A. Mūrnieks. Viņš piebilst, ka Liepājas lidosta apkalpo arī privātās mazās lidmašīnas un čarterreisu.

Liepājai savs stends

2009. gada februāra beigās Liepāja plāno startēt starptautiskajā tūrisma izstādē “Vivattur 2009” Viļņā. Atšķirībā no iepriekšējiem gadiem šoreiz pašvaldībai būs savs stends. Šobrīd jau notiek gatavošanās un koncepcijas plānošana. Kopā ar Tūrisma informācijas centru uz Lietuvu dosies vairāk nekā 10 Liepājas uzņēmēji.

Apkopoja Sanita Liepiņa

Noskaidroti Zemgales populārākie objekti

Dace Strautkalne,
Zemgales plānošanas reģiona
tūrisma un lauku attīstības speciāliste

Zemgales plānošanas reģions sadarbībā ar tūrisma informācijas centriem veicis aptauju, lai noskaidrotu iecienītāko Zemgales reģiona tūrisma objektu. Minētā aptauja risinājās no 2008. gada maija līdz septembrim. Aptauja notika galvenokārt tūrisma informācijas centros, kur ikviens apmeklētājs varēja saņemt un aizpildīt anketu. Tāpat ikvienam interesentam bija iespēja aptaujas anketu aizpildīt internetā, un tā rīkojās nedaudz mazāk kā puse aptaujas dalībnieku.

Pozitīvi vērtējams fakts, ka no visiem aptaujātajiem tikai 6% norāda, ka pēdējā gada laikā nav apmeklējuši nevienu Zemgales reģiona tūrisma objektu, savukārt pārējie 94% nesen ir viesojušies kādā no objektiem, kas palielina aptaujas rezultātu ticamību un aktualitāti.

Respondentiem tik lūgts nosaukt vismaz trīs Zemgales tūrisma objektus, kuri pēc apmeklējuma iepatikušies vislabāk. Pēc aptaujāto viedokļa apkopošanas tika izveidots Zemgales iecienītāko tūrisma objektu TOP 10.

Jāatzīst, ka pirmo vietu ieguvēji ir ne tikai visā valstī populāri un labi pazīstami objekti, bet tos labi zina arī ārvalstu tūristi.

Zemgales iecienītāko tūrisma objektu TOP 10 iekļuvuši četrpadsmit objekti, jo vairākiem objektiem iegūto punktu skaits bija vienāds.

Ļoti pozitīvi vērtējams tas, ka iecienītāko tūrisma objektu TOP 10 nokļuvuši arī tādi

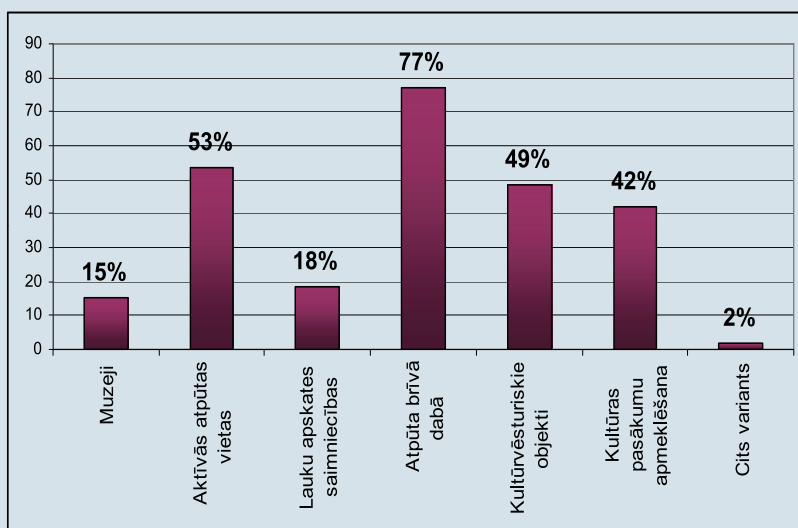
nelieli objekti kā z/s “Līči” un z/s “Dobuļi” vai mašīnu muzejs “Miķelis”, jo tradicionāli tūrisma firmas piedāvā pārsvarā maršrūtus, kuros iekļauti tādi objekti kā pilis un muižas.

Vēl starp biežāk minētajiem iecienītiem tūrisma objektiem, kas neiekļuva TOP 10, bet noteikti ir atzīmēšanas vērti, A. Brigades muzejs “Sprīdīši”, K. Ulmaņa muzejs “Pikšas”, Vecauces pils, muzejs “Kalna ziedi”, atpūtas vieta “Labirinti”, Viesītes mazais bānītis, ūdens atpūtas un relaksācijas centrs “Citrus”, strausu audzētava “Jāņasētas”, maizes ceptuve “Liepkalni” Klintainē. □

TOP 10

1. vieta – Tērvetes dabas parks
2. vieta – Rundāles pils muzejs
3. vieta – Jelgavas pils
4. vieta – P. Upīša ceriņu dārzs / Bauskas pils
5. vieta – Kokneses pilsdrupas
6. vieta – Pokaiņu mežs
7. vieta – Mežotnes pils
8. vieta – Krustpils pils
9. vieta – Sēļu sēta / z/s “Līči” / Dobeles pilsdrupas
10. vieta – z/s “Dobuļi” / Mašīnu muzejs “Miķelis”

Kāda veida tūrisma objekti visvairāk Jūs interesē?



Dobeles rajonā valda optimisms

Anita Banzīņa,
Dobeles rajona padomes
tūrisma organizatore

2008. gada 3. decembrī Dobeles rajona padomē notikusi tūrisma konference beidzās ar tās dalībnieku optimistisku apņemšanos – lai arī ekonomiskā lejupslīde draud ar ceļotāju apskatumu, ir jānoturas virs ūdens un jāstrādā!

Ikgadējā konference, kurā allaž izvērtē gada laikā paveikto un spriež par attīstības tendencēm jaunajā tūrisma sezonā, šogad kļuva par nozīmīgu notikumu rajona pašvaldību vadītājiem, tūrisma uzņēmējiem, tūrisma informācijas sniedzējiem un gidiem. Ekonomiskais fons pašlaik nav labvēlīgs arī tūrismam, tomēr, kā tika atzīts konferencē, aizvadītā sezona ir bijusi veiksmīga. To savos pārskatos par tūrisma attīstību rajonā un Zemgalē atzina Dobeles rajona padomes tūrisma organizatore Anita Banzīņa un Zemgales plānošanas reģiona tūrisma un lauku attīstības speciāliste Dace Strautkalne.

Ceļotāju skaits rajona populārākajos tūrisma objektos ir turpinājis pieaugt arī šogad. AS “Latvijas valsts meži” apsaimniekotajā Tērvetes dabas parkā apmeklētāju skaits sasniedzis 67 tūkstošus – tas ir par 4 tūkstošiem vairāk nekā pērn. Ir attaisnojusies parka saimnieku stratēģija – ne gadu bez jaunumiem! Šogad parkā līdz galam ir izveidota koka skulptūrām un informatīvajiem stendiem bagātā Meža mātes taka, kurā bērni var izzināt meža dzīvi. Vides radošās darbnīcas kopā ar pasaku tēliem Rūķu mežā ir kļuvušas jau tik pieprasītas, ka vairākām skolēnu grupām jāgaida “rindā” līdz Lieldienām.

Rajonā šogad ir arī citi jauni piedāvājumi. Apskates saimniecībām ir pievienojies vīnogu dārzs Kroņaucē, augļu koku audzētava “Pērkonis” Dobelē, vasarā viesus sāka uzņemt viesu māja “Zem apgāztā mēness” un krodzinīgā atpūtas kompleksā “Eglieni”.

Apmeklētāju skaits pieaudzis Pēteru Upīša muzejā un dārzā Dobelē, sasniedzot 16 tūkstošus, tāpat Kārļa Ulmaņa muzejā “Pik-

šas”, Dobeles novadpētniecības muzejā. Kā piesaistīt savam objektam vairāk apmeklētāju, pieredzē dalījās un vērtīgus ieteikumus sniedza atpūtas kompleksa “Niedras” izpilddirektore Anita Ozoliņa, AS “Latvijas valsts meži” parku iecirkņa vadītājs Normunds Namnieks un Pēteru Upīša muzeja vadītāja Inese Šinta. Konferencē laikā bija apskatāms un nobaudāms arī P. Upīša dārza gastronomiskais piedāvājums – garšīgie ziemas āboli.

Konferencē dalībnieki tika informēti arī par aktualitātēm jaunajā tūrisma sezonā. Kā vienmēr, jaunumus piedāvās Tērvetes dabas parks, kur jau pavasarī sāks darboties jaunais apmeklētāju un vides izglītības centrs; vairāki ar tūrisma saistīti projekti tiks realizēti Dobelē – veloceliņu izbūve, Dobeles amatu mājas izveide un Dobeles pils kapelas atjaunošana. Cilvēkus no visas Latvijas piesaista daudzveidīgie kultūras pasākumi, kuru arī nākošajā tūrisma sezonā netrūks nedz Dobelē, nedz Tērvetē, nedz arī Aucē un citviet. □

Gunta Ušpele – Gada cilvēks tūrismā 2008



BalticTravelnews.com jau sesto gadu pēc kārtas sadarbībā ar Tūrisma attīstības valsts aģentūru ir noteicis labākos no labākajiem tūrisma industrijā, piešķirot titulu “Gada cilvēks tūris-

mā ‘2008”. 18. decembrī Lielajā ģildē notika Tūrisma Gada balle, kurā tika apbalvoti titula uzvarētāji, tostarp arī nominācijā “Tūrisma informācijas centra vadītājs”. Godpilno titulu ieguva Gunta Ušpele no Jūrmalas TIC. Uz prestižo balvu pretendēja arī Ilze Liepa (Valmieras TIC), Gunta Zaķīte (Siguldas TIC) un Inese Roze (Talsu TIC).

P.S. “Tūrisma” redakcija apsveic Guntu Ušpeli. Priecājāmie arī par līdzšinējo sadarbību, veidojot žurnālā “Tūrisms” publikācijās par Jūrmalu un kūrortiem Latvijā.

P.P.S. Un, protams, apsveicam Guntu ar dēliņa Rūdolfa piedzimšanu 21. oktobrī! □

Latvijas tūrisma
informācijas
organizāciju asociācija
LATTŪRINFO



Pārvēlēta LATTŪRINFO valde

Novembra beigās notikušajā asociācijas pilnsapulcē tika izvērtēts pēdējo divu gadu darbs, kurā būtiskākie virzieni bijuši vairāku ES projektu realizācija un starptautiskā sadarbība. Tika pārvēlēta asociācijas valde. Jaunajā valdē darbosies A. Henriņa (Ogres TIC), L. Kondrāte (Ludzas TIC), D. Liepiņa (Kokneses TIC), A. Priedīte (Rīgas TKIC), I. Smuškova (Tukuma TIC), D. Vinklere (Biznesa augstskola Turība). Ilggadējo valdes priekšsēdētāju Dainu Vinkleri šajā amatā nomainījusi Siguldas novada TIC vadītāja Gunta Zaķīte.

Asociācijas valdi un priekšsēdētāju ievēl uz diviem gadiem. Valdē ir septiņi pārstāvji no asociācijas biedru vidus. No jaunievēlētās valdes ievēl arī jauno priekšsēdētāju.

Jaunajai valdei tika izteikta virkne novēlējumu – lai nepazūd entuziasms un brīvprātīgums, kas ir galvenais balsts asociācijas darbībai. Visi asociācijas biedri izteica lielu pateicību līdzšinējai valdes priekšsēdētājai Dainai Vinklerei par ieguldījumu asociācijas attīstībā. □

Ogres TIC – autoostā

Ogres TIC pārcēlies uz pilsētas centram tuvāku un izdevīgāku vietu – Ogres autoostu.

Latvijas Valsts standartā, kas attiecas uz tūrisma nozari, noteikts, ka tūrisma informācijas centriem jāatrodas pilsētas centrā, tiešā tūrisma plūsmas un satiksmes mezglu tuvumā.

Centra direktore Aivita Henriņa uzskata, ka tagad, atrodoties autoostas telpās, palielināsies apmeklētāju skaits. Vidējā statistika ir šāda – divi apmeklētāji dienā, bet jāpiebilst,

ka tūrisma nozarē ir tā sauktais klusais periods – ziemas mēneši, kuros apmeklētāju nav pat vairākas dienas.

A. Henriņa arī informē, ka pēdējos divos gados novērota apmeklētāju skaita samazināšanās, jo cilvēki vairāk sāk izmantot internetu. Ogres tūrisma informācijas centrs saņem ļoti daudz elektronisko vēstuļu un telefona zvanu, tāpēc kopējais centra izsniegtais informācijas daudzums tikai palielinās. □

ROŽMALAS

ATPŪTAS VIETA

KAS PIE MUMS IR UN KO PIE MUMS DARĪT?

	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>Divas semināru zāles</p> <p>Plašs restorāns</p> <p>Sauna un burbuļvanna</p> <p>Balja pirts dārzā</p> <p>Viesnīca ar komfortabliem numuriņiem</p> <p>Vējdzirnavas un klinģeru cepšana</p> <p>Septiņi sporta laukumi</p> </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <p>Deviņas piepūšamās atrakcijas</p> <p>Liela skatuve un deju placis</p> <p>Bērnu rotaļu laukumi</p> <p>Pļava telšu vietām</p> <p>Virtuve ar lielisku šefpavāru</p> <p>Atsaucīgi darbinieki</p> </td> </tr> </table>	<p>Divas semināru zāles</p> <p>Plašs restorāns</p> <p>Sauna un burbuļvanna</p> <p>Balja pirts dārzā</p> <p>Viesnīca ar komfortabliem numuriņiem</p> <p>Vējdzirnavas un klinģeru cepšana</p> <p>Septiņi sporta laukumi</p>	<p>Deviņas piepūšamās atrakcijas</p> <p>Liela skatuve un deju placis</p> <p>Bērnu rotaļu laukumi</p> <p>Pļava telšu vietām</p> <p>Virtuve ar lielisku šefpavāru</p> <p>Atsaucīgi darbinieki</p>
<p>Divas semināru zāles</p> <p>Plašs restorāns</p> <p>Sauna un burbuļvanna</p> <p>Balja pirts dārzā</p> <p>Viesnīca ar komfortabliem numuriņiem</p> <p>Vējdzirnavas un klinģeru cepšana</p> <p>Septiņi sporta laukumi</p>	<p>Deviņas piepūšamās atrakcijas</p> <p>Liela skatuve un deju placis</p> <p>Bērnu rotaļu laukumi</p> <p>Pļava telšu vietām</p> <p>Virtuve ar lielisku šefpavāru</p> <p>Atsaucīgi darbinieki</p>		

Informācija:
 Ceraukstes pag. Bauskas raj. LV3908
 Tel.: 67791178, mob.: 22017557
 e-pasts: baiba@rozmalas.lv
 www.rozmalas.lv

airBaltic

“airBaltic” šogad pārvadā par 29% vairāk pasažieru nekā pērn

Šā gada 11 mēnešos “airBaltic” pārvadājuši 2 396 762 pasažierus. Tas ir par 29% vairāk nekā pērn attiecīgajā periodā.

2008. gada novembrī lidsabiedrība pārvadājuši 189 547 pasažierus, un tas ir par 13% vairāk nekā pagājušā gada novembrī.

Vietu piepildījums “airBaltic” lidmašīnās 2008. gada novembrī bija 58%, bet gada 11 mēnešos – 62 procenti.

“airBaltic” lidojumu 15 minūšu punktualitātes rādītājs 2008. gada novembrī bija 85,4%. Tas norāda, ka novembrī no 100 aviokompānijas reisiem 85 ir izlidojuši plānotajā laikā vai arī aizkavēšanās nav bijusi ilgāka par 15 minūtēm.

“airBaltic” vadība izpirks SAS daļu

“airBaltic” vadība nolēmusi iegādāties skandināvu SAS piederošās uzņēmuma akcijas. Iepriekš Latvijas valdība atteicās no SAS piedāvājuma pirkt 47,2% lidsabiedrībai piederošo “airBaltic” akciju par 47 miljoniem latu. Valdība savu lēmumu pamatoja gan ar to, ka valstij patlaban piederošie apmēram 52 procenti uzņēmuma akciju jau nodrošina pilnīgu kontroli, gan to, ka šobrīd valdībai ir citas svarīgākas lietas, kam nepieciešami līdzekļi.

Aģentūra LETA ziņo: darījums paredz, ka līdz 2009. gada 31. janvārim SAS par savām akcijām skaidrā naudā saņems 14 miljonus latu.

Laikraksts, “Diena” norādījis, ka par “airBaltic” 47,2% daļu īpašnieku, iespējams, kļūs lidsabiedrības prezidenta Bertolda Flika jaunbūvētais uzņēmums “Baltijas aviācijas sistēmas”. Jaunreģistrētajā uzņēmumā Fliks patlaban ir vienīgais īpašnieks un amatpersona.

“airBaltic” jaunie maršruti

15. decembrī uzsākti tiešie lidojumi no Rīgas uz Hannoveri Vācijā. “airBaltic” tos veiks piecas reizes nedēļā ar “Fokker 50” tipa lidmašīnu.

2009. gada vasaras sezonā, kas sāksies 30. martā, “airBaltic” papildinās savu maršrutu tiklu no Rīgas ar trim jauniem galamērķiem – katru dienu tiks veikti lidojumi uz Līdšepingu Zviedrijā un Palangu Lietuvā, bet trīs reizes nedēļā uz Trumsi Norvēģijā.

“airBaltic” sadarbība ar “Emirates”

Kopš 2008. gada decembra ir stājies spēkā “airBaltic” un Apvienoto Arābu Emirātu aviokompānijas “Emirates” sadarbības līgums. “airBaltic” pasažieri var izmantot šīs sadarbības priekšrocības un caur Dubaju doties Āzijas lidostām.

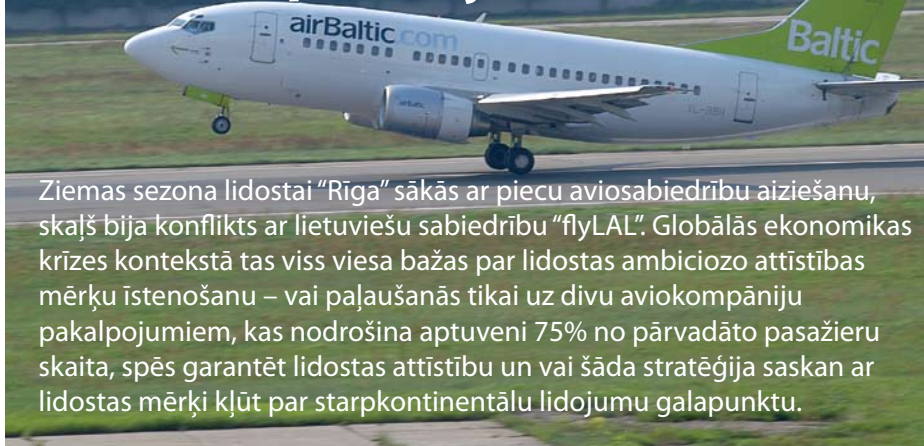
“airBaltic” pasažieriem arī pieejamas biļetes uz “Emirates” lidojumiem par īpašām cenām. Sadarbībā ar “Emirates” ar savienotajiem reisiem varēs ērti nokļūt Dubajā arī dienās, kad no Rīgas nav tiešo lidojumu.

Tallinā atklāj “airBaltic” biroju

10. decembrī Tallinā atklāts Latvijas nacionālās lidsabiedrības “airBaltic” jaunais birojs. Biroja atklāšanā piedalījās “airBaltic” prezidents Bertolds Fliks un Latvijas vēstnieks Igaunijā Kārlis Eihēnbaums.

“airBaltic” aktīvā klātbūtne Igaunijā veicinās sakarus tūrisma, ekonomiskās sadarbības un kultūras jomā.

Lidostas “Rīga” attīstības perspektīvas ekonomiskās krīzes apstākļos



Ziemas sezona lidostai “Rīga” sākās ar piecu aviosabiedrību aiziešanu, skaļš bija konflikts ar lietuviešu sabiedrību “flyLAL”. Globālās ekonomikas krīzes kontekstā tas viss viesa bažas par lidostas ambiciozo attīstības mērķu īstenošanu – vai paļaušanās tikai uz divu aviokompāniju pakalpojumiem, kas nodrošina aptuveni 75% no pārvadāto pasažieru skaita, spēs garantēt lidostas attīstību un vai šāda stratēģija saskan ar lidostas mērķi kļūt par starpkontinentālu lidojumu galapunktu.

Sandis Fatjanovs

Lidostas rādītāji – joprojām pārliecinoši

Starptautiskā lidosta “Rīga” 2008. gada 11 mēnešos ir apkalpojusi 3 415 440 pasažierus – salīdzinājumā ar attiecīgo periodu pērn tas ir par 17,1% vairāk, norāda lidostas preses sekretārs Mārtiņš Langrāts. Arī mēnešu rādītāji pagaidām neliecina par pasažieru plūsmas samazināšanos – salīdzinājumā ar iepriekšējā gada attiecīgo mēnesi novembrī apkalpoto pasažieru skaits ir pieaudzis par 8,3%, kurpreņi Viļņas un Tallinas lidostās vērojams kritums.

Lai gan vairākas lidsabiedrības ziemas periodā ir pārtraukušas lidojumus no lidostas “Rīga”, kopējais tiešo galamērķu skaits ir palielinājies par desmit, sasniedzot 61.

Būtiski palielinājies arī tranzīta pasažieru skaits un to īpatsvars, sasniedzot 14,4% no kopējā lidostā apkalpoto pasažieru skaita.

Lidostas viceprezidents Jānis Baļķens uz-

skata, ka lidostas izaugsmes pamatā ir tieši tranzīta pasažieru apkalpošana, un tas būs virziens, kurā lidosta turpinās savu izaugsmi. To apliecina arī statistika – šogad ievērojami pieaudzis apkalpoto pasažieru skaits Tallinas un Viļņas maršrutos. Šī gada 11 mēnešos starp Rīgu un Viļņu ir pārvadāts 2,5 reizes vairāk pasažieru nekā pērn, bet starp Rīgu un Tallinu – 1,5 reizes vairāk. Baļķens uzskata, ka arvien vairāk Igaunijas un Lietuvas iedzīvotāju savu izvēli tālākiem lidojumiem izdara par labu lidostai “Rīga”.

Ziemas sezonā no lidostas “Rīga” aviosatiksmi nodrošinās 12 lidsabiedrības – “airBaltic”, “SmartLynx” (bijušais “Latcher”), “Lufthansa”, “Finnair”, “Ryanair”, “KLM”, “LOT”, “Czech Airlines”, “Norwegian Air Shuttle”, “Turkish Airlines”, “Aeroflot” un “Uzbekistan Airways”.

Tomēr jāatzīmē, ka pasažieru skaits starp aviokompānijām Rīgā nav sadalīts vienmērīgi. Divas lielākās aviokompānijas 11 mēnešos pārvadājušas aptuveni ¼ no kopējā pasažieru skaita, savukārt ārpus piecnieka palikušo aviosabiedrību tirgus daļa bija labi ja 1% katram pārvadātājam. No otras puses, tā kā pārvadāto pasažieru skaits ir neliels, šīm aviosabiedrībām nākas segt neproporcionāli lielu pasažieru izlidošanas nodevu. Apzināti vai neapzināti lidostā radīti apstākļi, kas ir labvēlīgi diviem lielākajiem aviopārvadātājiem, kas ar savu “zemo cenu” politiku un lielo pasažieru plūsmu spējušas izspiest no tirgus gan aviācijas nozares milžus, gan reģionālos konkurentus.

“flyLAL” aiziet ar skandālu, citi Rīgu pamet klusi

26. oktobrī lidosta “Rīga” pieņēma lēmumu aizturēt “flyLAL” reisu no Rīgas un Viļņu. Tika apgalvots, ka lietuvieši izvairās apmaksāt rēķinus par lidostas sniegtajiem pakalpo-



jumiem. Savukārt "flyLAL" savas lidmašīnas aizturēšanu Rīgas lidostā uzskata par atbilstīgu, bet sakarā ar uzsākto tiesvedību pret Latvijas aviokompāniju "airBaltic" un lidostu "Rīga". Zīmīgi, ka aizturētais reiss bija pēdējais aviokompānijas plānotais reiss no Rīgas vasaras sezonā, un jau iepriekš "flyLAL" bija paziņojusi, ka lidojumus no Rīgas vairs neplāno veikt sakarā ar lidostas "Rīga" negodīgi piešķirtajām atlaidēm Latvijas nacionālajai lidsabiedrībai "airBaltic".

"flyLAL" ģenerāldirektors Vītauts Kaikaris uzskata, ka gan lidosta "Rīga", gan "airBaltic" tirgū konkurēja necivilizēti, mēģinot iedragāt "flyLAL" biznesu.

Skaidrs ir viens – tuvākajā laikā "flyLAL" atgriešanās Rīgas lidostā ir maz ticama. To apliecina arī V. Kaikaris, norādot, ka negodīgas konkurences apstākļos "flyLAL" nav ekonomiski izdevīgi apkalpot Latvijas pasažierus. Viņš pieļauj, ka "flyLAL" varētu atgriezties Latvijā tad, kad "airBaltic" un "flyLAL" konkurences pozīcijas būs līdzīgas.

Pārējās četras lidsabiedrības Rīgas lidostu atstāja klusi, nesniedzot nekādas oficiālas paziņojumus. 24. oktobrī lidojumus no Rīgas lidostas pārtrauca Vācijas zemo cenu aviokompānija "Germanwings", bet 26. oktobrī no Rīgas aizgāja arī Austrijas aviokompānija "Austrian Airlines". 31. oktobrī Īrijas zemo cenu aviokompānija "Aer Lingus" veica pēdējo lidojumu no Rīgas uz Dublinu. Savukārt Lielbritānijas zemo cenu lidsabiedrība "easyJet", kas apkalpoja reisu Rīga – Berlīne, savus lidojumus pārtrauca 2. novembrī.

Lidostas valdes priekšsēdētājs Krišjānis Peters šos lēmumus saista ar krīzi aviācijas nozarē. Viņš norādīja, ka iepriekšējos gados aviokompānijas ziemas sezonā samazināja lidojumu biežumu, nevis pārtrauca lidojumus pilnībā, tomēr iepriekš aviācijā neesot bijusi tik sarežģīta situācija. Lidosta uzskata, ka pasažieri no tā necietīs, jo alternatīvas piedāvājas citas lidostas strādājošas lidsabiedrības.

Tomēr lietas būtība ir tāda, ka aviokompānijām nākas nodarboties ar cīņu par vienu un to pašu pasažieru plūsmu pārdalīšanu, jo maršruti lielā mērā pārklājas. Ņemot vērā lidostas piekopto nodevu atlaizņu sistēmu, ieguvējas ir tā sauktās lētās aviokompānijas, kas ar savu cenu politiku un pārvaldāto pasažieru lielo skaitu ir izkonkurējušas no tirgus "tradicionālās" lidsabiedrības. Bažas rada jautājums – ja Rīgā paliek tikai "airBaltic" un "Ryanair", kas saņem ievērojamas atlaides, no kādiem ieņēmumiem tiks nodrošināta lidostas funkcionēšana.

Jaunie maršruti

Lidostas vadība norāda, ka ieņēmumi pieaugs gan no telpu īres, gan jaunu maršrutu atklāšanas un līdz ar to arī no pasažieru plūsmas palielināšanās. 27. oktobrī Īrijas zemo cenu aviokompānija "Ryanair" sākusi lidojumus no Briseles uz Rīgu. Aviokompānija prognozē, ka gada laikā šajā maršrutā tiks apkalpoti vismaz 20 000 pasažieru. Savukārt "airBaltic" 24. oktobrī uzsāka tiešos lidojumus no Rīgas

uz Apvienoto Arābu Emirātu pilsētu Dubaju, bet no 26. oktobra – uz Amsterdamu.

Cerot uz pārmaiņām lidojumu vasaras sarakstā, lidostas "Rīga" vadība sākusi sarunas ar Āzijas aviokompānijām "China Southern", "Hanain Airlines", "SinoTrans" un Japānas tūrisma aģentūru "JTB". Tiek cerēts, ka šīs aviokompānijas nākamgad varētu bagātināt Rīgas lidostas piedāvājumu ar tiešajiem reisiem uz Japānu un Ķīnu.

Pārmaiņas nākamā gada vasaras sarakstā varētu ieviest arī tās lidsabiedrības, kas, sākoties ziemas sezonai, no lidostas aizgāja. K. Peters puda pārliecību, ka "Germanwings" un "easyJet" atgriezīsies. Tāpat no savulaik aizgājušajām kompānijām tiek runāts ar armēņu "Armavia" – gan par reisu uz Erevānu atjaunošanu, gan par jauniem maršrutiem.

Modernizācija turpināsies

17. oktobrī lidostā "Rīga" tika atklāts modernizētais un pagarinātais skrejceļš, kas lidostai sniegs iespējas bez jebkādiem ierobežojumiem apkalpot starpkontinentālos lidojumus un uzņemt lielos gaisa kuģus. Rekonstruētā lidostas skrejceļa garums sasniedz 3200 m, tas ir par 650 m garāks nekā iepriekš. Šiem darbiem ir izlietots vairāk nekā 15 miljoni latu, un ieguldījuma atmaksāšanās ir lielā mērā atkarīga no tā, vai Rīga patiešām iekļausies starpkontinentālajos maršrutos.

Lidostas valdes loceklis Ervīns Butkēvičs, iepazīstinot ar lidostas attīstības projektu, norādīja, ka lidosta pēc šī projekta realizēšanas cer kļūt par lielāko lidostu Baltijā, kas apkalpotu 20 miljonus pasažieru gadā. Pēc 5. un 6. attīstības kārtas realizēšanas lidostas platība pieaugs četras reizes un tā spēs apkalpot 12 miljonus pasažieru gadā. Lidostas skiču projekts jau ir apstiprināts, nākamais darbs ir tehniskā projekta izstrāde. Tehniskā projekta izstrādē tiks piesaistīts arī sadarbības partneris, kurš šobrīd tiek izraudzīts konkursa kārtībā. Šajā projektā plānots investēt 250 miljonus latu. Patlaban uz sadarbības partnera lomu pretendē piecas kompānijas.

Lidostas vadība norāda, ka pasaules finanšu krīze nav apturējusi lidostas nodomu atrast partneri kopuzņēmuma dibināšanai. Partnera uzdevums būtu finansēt faktiski jaunas lidostas celtniecību.

Viens no pieciem pretendentiem – Turcijas lidostu operatora "TAV Airports Holding" prezidents Mustafa Sani Seners – noraidījis bažas, ka globālā ekonomiskā krīze varētu bremsēt lidostas modernizācijas plānus. Krīzes apstākļos ir bankrotējušas vairākas aviokompānijas, tomēr pārvaldāto pasažieru skaits neesot mazinājies. Cilvēki turpinās lidot, un šādā situācijā Rīgas lidostai ir milzīgs potenciāls kļūt par Eiropas ziemeļu vārtiem, uzskata Seners.

Paralēli lielajiem attīstības plāniem lidosta iecerējusi jau nākamā gada vasarā nodot ekspluatācijā pagaidu termināli, kas apkalpos tikai zemo cenu un čarterreisu aviokompānijas. Šis projekts atrodas būvniecības mēģinājumu fāzē. □

Pasaulē

Aviokompānijām prognozē 2,5 miljardu dolāru zaudējumu

Globālā ekonomiskā krīze pamatīgi skar aviokompānijas, un sagaidāms, ka 2009.gadā situācija būs vēl skarbāka. Vismaz Starptautiskās gaisa satiksmes asociācijas (IATA) ekspertu prognozē aviācijas nozarei 2009. gadā zaudējumus vismaz 2,5 miljardu dolāru (apmēram 1,3 miljardu latu) apmērā.

Tajā pašā laikā šis paziņojums norāda tikai to, ka draudošās nepatīkamas nozarē nebūs graujošas, jo pavisam nesen IATA ekspertu prognozes bija daudz dramatiskākas – vēl tikai oktobrī 2009. gada zaudējumi tika lēsti 5,2 miljardu dolāru (2,84 miljardi latu) apmērā. Prognozes uzlabojums ir saistīts ar straujo degvielas cenu samazinājumu pasaules tirgū.

Un tomēr situācija būs draudīga. IATA ģenerāldirektors Džovanni Bisinjanī norādījis, ka hroniskā nozāres krīze turpināsies, un aviokompānijām draud slīkākā peļņas vide pēdējo 50 gadu laikā. Pēc speciālistu prognozēm, nākamgad visvairāk cietīs Āzijas un Klusā okeāna reģiona aviokompānijas, kuru zaudējumi 2009. gadā varētu sasniegt pat 1,1 miljardu dolāru (603 miljoni latu). Smagi klāsies arī Eiropas aviokompānijas, kuras, kā liecina prognozes, cietīs vismaz miljardu dolāru (548 miljoni latu) lielus zaudējumus. Salīdzinoši vieglāk klāsies ASV lidsabiedrības, kuras, ja ticam ekspertu prognozēm, varētu izsprukt sveikā pat bez zaudējumiem.

Kā galvenais iemesls, kādēļ aviācijas nozare pārdzīvos grūtus laikus, asociācija min to, ka strauji pieaugot degvielas cenām, daudzas aviokompānijas noslēdza līgumus par fiksētu iepirkuma cenu. Taču pēdējo mēnešu laikā naftas cenas ir ievērojami samazinājušās, kompānijām ar noslēgtiem fiksētu cenu līgumiem nesot zaudējumus.

Tomēr ASV lidsabiedrības fiksētu cenu līgumus nenoslēdza, tādējādi tās vispārējās lejupslīdes apstākļos pamanījušās pat gūt aptuveni 300 miljonu dolāru (164,4 miljonu latu) peļņu.

Aviokompānijas samazina degvielas piemaksas

Sakarā ar degvielas cenas samazināšanos vairākas Eiropas aviokompānijas, tostarp "Lufthansa", "British Airways" un "Austrian Airlines" ir samazinājušas degvielas piemaksas. Piemēram, "Lufthansa" Eiropas lidojumiem samazinājusi piemaksu 3–24 eiro apmērā, bet tālajiem reisiem – 5–92 eiro apmērā. Bet "British Airways" degvielas piemaksu samazinājusi par 13 sterliņu mārciņām. Par degvielas piemaksas samazināšanu paziņojusi arī ASV kompānija "Virgin Atlantic".

"WindJet" ienāks Baltijas tirgū

Spriežot pēc Itālijas budžeta aviokompānijas "WindJet" mājaslapā www.volawindjet.it publicētās informācijas, šī aviokompānija 2009. gadā plāno uzsākt lidojumus no Rīgas uz trīn Itālijas pilsētām – Palermo, Katāniju un Forli. Kompānija sola lidojumus periodā no jūnija līdz oktobrim. Dodoties uz Sicīliju, jāreķinās ar pārsešanos Forli lidostā. Cena lidojumam uz Sicīliju vienā virzienā varētu sasniegt 140 eiro, iekļaujot nodokļus.

Akopoja Ludmila Glazunova

Lidostu modernizācijas ietekme uz tūrisma attīstību

Iecerētā lidostas "Rīga" infrastruktūras apjomīgā attīstība sabiedrībā un speciālistu lokā netiek vērtēta viennozīmīgi – ir piekritēji un ir arī noliedzēji. Pasaules pieredze gan liecina par loģiskās ķēdes dzīvotspēju – moderna, ar augstu caurlaides kapacitāti apveltīta lidosta sekmē biznesa, tūrisma un pilsētas attīstību, pieaug atpazīstamība pasaulē, uzlabojas reģiona ekonomiskā situācija.

Agrita Lūse

Globālās ekonomikas attīstības tempi liek uzņēmumiem arvien intensīvāk meklēt ātrus un ērtus sakaru risinājumus, un lidostas ir tā saimnieciski aktīvā zona, kur šīs prasības iespējams visērtāk realizēt. Ja lidosta atrodas ģeopolitiski svarīgā vietā, spēja piesaistīt biznesa vidi vēl vairāk palielinās. Latvijas un Rīgas ģeogrāfiskais stāvoklis ir konkurētspējīga priekšrocība arī tūrisma nozares izaugsmei, kas nozīmē ātru un iedarbīgu palīdzību nikuļojošai ekonomikai. Taču tā nes līdzi arī dažādas blaknes, par ko norūpējušies sabiedrības procesu pētnieki un estēti. Ar lētajiem reisiem pārsātinātās megalidostas uz galamērķi atved arī nevēlamus sociālos slāņus, kuriem ir šaurs, no kultūras un biznesa attīstības tāls interešu loks; lielu daļu no nevisai tīkamajiem viesiem veido sekstūristi.

Koncepcijas maiņa lidostas "Rīga" attīstībai

Pēc lidostas "Rīga" infrastruktūras attīstības projekta realizācijas terminālu caurlaidība būtu 20 miljoni pasažieru gadā. Šobrīd ir izsludināts konkurss par lidostas "Rīga" infrastruktūras attīstības projekta realizāciju, tam jau ir kvalificējušies astoņi starptautiski megalidostas projekta realizācijai. Konkursa uzvarētāju publiskos 2009. gada sākumā.

"Rīga pēc 20 miljoniem"

Ja iecere tiks īstenota, Rīga kļūs par otru lielāko lidostu Ziemeļeiropā aiz Kopenhāģenas, apsteidzot Helsinku un Gardermoenas lidostu Oslo. Taču Latvijas arhitekti, plānotāji, starptautiski atzīti speciālisti diskusijas "Rīga pēc 20 miljoniem" ietvaros pauda arī ne pārāk glaimojošu viedokli par 20. gadsimta 90. gadu sākumā izstrādātās koncepcijas maiņu – ekskluzīvie dizaina vārti uz Latviju tapšot par lielu masu pārpumpēšanas, izklaides un tranzīta lidostu un lētu lidojumu galapunktu.

"Pieaugot pasažieru plūsmām un lidmašīnu ietilpībai, tiks meklēti jauni galamērķi. Ja Rīga nepasteigsies, potenciālo tūristu no Eiropas un Āzijas tikpat labi var iegūt Tallina vai Viņa.



Turcijas galvaspilsētas Ankaras "Esenboğa", proti, modernizētā, vai, precīzāk, jaunuzbūvētā lidosta vēl nav sasniegusi iespējamās kapacitātes griestus: šobrīd tā apkalpo tikai 5 miljonus pasažieru gadā, lai gan paredzēta 10 miljoniem pasažieru gadā. Ņemot vērā augšupejošo pieauguma likni, pilnu noslodzi tā prognozē sasniegt tuvāko pāris gadu laikā

Lai lidostā Rīgā apgrozītos 20 miljoni pasažieru – tas ir piecas reizes vairāk nekā šobrīd, un tā kļūtu par Ziemeļu vārtiem Eiropā –, lidostu kapacitātei simtprocentīgi jānodrošina precīza pasažieru plūsma, lidojumu precizitāte un citi ļoti būtiski ar lidostu pārvaldīšanu saistīti aspekti. Labs sākums ir jaunais pagarinātais skrejceļš, kas piesaistīs starpkontinentālos reisu," uzskata viens no 8 Rīgas lidostas apsaimniekošanas pretendentiem, "TAV Airports Holding" prezidents Mustafa Sani Seners.

Turcijas pieredze

Oktobra sākumā "TAV Airports" aicināja Latvijas mediju pārstāvjus klātienē aplūkot modernizētās lidostas Stambulā un Ankarā, kā arī iepazīstināja ar citiem realizētajiem projektiem tuvējā reģionā, kas uzskatāmi demonstrēja pasažieru skaita dubultošanu ļoti īsā laika periodā pēc lidostu modernizācijas ar uzlabotiem pārvaldes risinājumiem. "TAV" ir lielākais Turcijas lidostu operators, tas nodrošina integrētus lidostu pakalpojumus, proti, lidostu projektu finansēšanu, būvniecību un pārvaldību – lidostu apkalpošanu, beznodokļu veikalu darbību, ēdināšanu, informācijas apstrādi un

drošību. Konkrēti "TAV" kontā ir četru lielu Turcijas lidostu – Stambulas "Ataturk", Ankaras "Esenboğa", Izmiras "Adnan Menderes" un Antaljas "Gazipaşa" finansēšana, būvniecība un pārvaldīšana; ārzemēs "TAV" pārvalda Tbilisi un Batumi lidostas Gruzijā un Enfidhas un Monastiras lidostas Tunisijā.

Morāli un fiziski novecojuši Stambulas lidosta 1999. gadā apkalpoja nieka 5 miljonus pasažieru, taču pēc apjomīgas rekonstrukcijas, kas tika paveikta triecientempā – viena gada laikā, – pasažieru skaits palielinājās ģeometriskā progresijā, 2007. gadā pārsniedzot 23 miljonus. Katru dienu Ataturka vārdā nosauktajā Stambulas lidostā ielido un izlido ap 600–700 reisu, tūrisma sezonā reisu skaits palielinās pat līdz deviņiem simtiem. Lidosta faktiski ir kļuvusi par Stambulas vizītkarti un organisku logu uz Eiropu. Cijojoties "TAV" celtajā un apsaimniekotajā lidostā un ar interesi aplūkojot publisko zonu, bet ar sakāpinātu interesi to, kas slēpts publikai, uzmanību saistīja pilnībā automatizētās bagāžas apstrādes līnijas, racionāli un loģiski izstrādātie ienākšo un izejošo pasažieru plūsmas maršruti, VIP telpas, plašie beznodokļu veikali. □



ES rūp visu pasažieru tiesības

Eiropas Komisijas pārstāvniecības Latvijā
Preses un informācijas nodaļa

Eiropas Komisija pieņēmusi priekšlikumus diviem tiesību aktiem, kas nosaka autobusu un jūras transporta pakalpojumus izmantojošo pasažieru tiesības gan iekšzemes, gan starptautiskajos maršrutos. Šīs tiesības attiecas galvenokārt uz šādiem aspektiem: minimālā informācija, kas pasažieriem jādara zināma pirms brauciena un brauciena laikā; palīdzība un kompensācijas pārtraukta brauciena gadījumā; pasākumi, kas īstenojami kavēšanās gadījumā; īpaša palīdzība personām ar ierobežotām pārvietošanās spējām. Līdzīgi kā tas ir gaisa un dzelzceļa transporta nozarē, arī šajās jomās ir paredzēts izveidot neatkarīgas valsts iestādes strīdu izšķiršanai.

“ES nevar pieļaut, ka pasažieru tiesību līmenis atšķiras atkarībā no viņu izmantotā transporta veida. Pieņemot šīs divas jaunās regulas, regulējums attieksies uz visiem transporta veidiem. Tādējādi visi pasažieri varēs izvēlēties sev tīkamāko transportu, jo zinās, ka viņu tiesības ir vienlīdz ievērotas visos transporta veidos,” tā Antonio Tajani, Eiropas Komisijas priekšsēdētāja vietnieks un atbildīgais transporta politikas jautājumos

Personu ar ierobežotām pārvietošanās spējām tiesības

Invalīdi un personas ar ierobežotām pārvietošanās spējām bieži vien nevar ceļot ar

autobusu un kuģi, jo šie pakalpojumi viņiem nav pieejami un nav iespējas saņemt nepieciešamo palīdzību.

Abos priekšlikumos šīs problēmas risinātas, aizliedzot jebkādu diskrimināciju invaliditātes vai ierobežotu pārvietošanās spēju dēļ, veicot ceļojuma rezervāciju, iekāpjot autotransporta līdzeklī vai uzkāpjot uz kuģa. Palīdzība ir jāsniedz bez maksas ar nosacījumu, ka pasažieris par šādas palīdzības nepieciešamību iepriekš ir ziņojis un ka viņš ierodas termināli vai ostā iepriekš noteiktā laikā pirms paredzētā izbraukšanas laika. Uzņēmumu personālam un autobusu termināļu vai ostu darbiniekiem jābūt attiecīgām zināšanām par to, kā sniedzama palīdzība personām ar invaliditāti.

Kompensācijas un palīdzība pasažieriem pārtraukta brauciena gadījumā

Braucieni pārtraukšanas vai atcelšanas gadījumā pārvadājumu uzņēmumiem ir pienākums pasažierus pienācīgi informēt, sniegt viņiem piemērotu palīdzību un piedāvāt adekvātus alternatīvos pakalpojumus. Uzņēmumiem, kas šīs prasības neizpilda, nāksies izmaksāt pasažieriem kompensāciju, kas tiek aprēķināta, pamatojoties uz biļetes cenu.

Atbildība pasažieru nāves vai ievainojumu gadījumā

Pasažieriem pienāksies vienāda līmeņa kompensācijas, un viņus aizsargās saskaņoti

noteikumi, kas paredz pārvadājumu uzņēmumu atbildību. Saskaņā ar atsevišķiem nosacījumiem nelaiemes gadījumā šie uzņēmumi nedrīkstēs apstrīdēt tos zaudējumu atlīdzināšanas pieprasījumus, kas nepārsniedz konkrētu summu. Nelaiemes gadījumā cietušajiem pasažieriem būs tiesības uz avansa maksājumu, lai pārvarētu ekonomiskās grūtības, kuras varētu rasties viņiem vai viņu ģimenes locekļiem nāves vai ievainojumu rezultātā.

Sūdzību izskatīšana un pārsūdzības līdzekļi

Pretēji cerētajam, tirgus atvēršana nav sekmejis kvalitātes standartu paaugstināšanos un pakalpojumu uzlabošanu, cita starpā arī attiecībā uz to, kā tiek ievērotas pasažieru tiesības, kā notiek dažādu strīdu izšķiršanas līdzekļu līdzspastāvēšana un kādi līdzekļi pasažieriem pieejami, lai vērstos ar pārsūdzību pret uzņēmumiem. Tā kā nav kopēju procedūru, pasažieri atrodas zināmā izolācijā, jo viņiem jātiec galā ar procedūram un termiņiem, kas atšķiras.

ES valstīm būs jāizveido izpildiestādes, kas atbildēs par šo regulu īstenošanu attiecīgās valsts teritorijā. Ja autobusa vai kuģa pasažieris uzskata, ka no iepriekš minētajām tiesībām kāda nav ievērota, viņš var konkrēto problēmu darīt zināmu attiecīgajam uzņēmumam. Ja pasažieris nav apmierināts ar uzņēmuma sniegto atbildi, viņš var vērsties pie attiecīgās valsts izraudzītās izpildiestādes. □

Pieaug prāmju pasažieru skaits

Baiba Muceniece,
AS “Tallink Latvija”, Tirdzniecības un
mārketinga vadītāja

AS “Tallink Grupp” informē, ka 2008. gada novembrī maršrutā starp Latviju un Zviedriju tika apkalpoti 28 005 pasažieri. Tas ir par 39,3% vairāk salīdzinājumā ar 2007. gada novembri. Maršrutā starp Rīgu un Stokholmu tika pārvadāti 4017 pasažieru transporta līdzekļi un 1578 kravas vienības, šajās grupās pieaugums ir attiecīgi 43,3 un 36,6 procenti.

Jauna prāmju līnija no Liepājas uz Lībeku

Ludmila Glazunova

2008. gada novembrī starp Liepāju un Vācijas ostu Travemündi, atklāta prāmju līnija “Ave Line”. Šobrīd to apkalpo tikai prāmis “Ave Liepaja”, taču jau 2009. gadā tam pievienosies arī “Ave Luebeck”. Abi ir mūsdienīgi un komfortabli RO-PAX tipa kuģi, kas paredzēti pasažieru un kravu pārvadājumiem.

“Ave Line” vadība uzskata, ka šo prāmi izmantos ceļotāji, lai vienkārši dotos uz Eiropas valstīm.

Atgādinām, ka no 2008. gada 2. augusta līnijā Rīga – Stokholma prāmja “Vana Tallinn” vietā kursē jaunāks un lielāks prāmis – “Festival”, kas kopā ar prāmi “Regina Baltica” nodrošina ikdienas satiksmi starp šīm Baltijas jūras ostas pilsētām.

Vērā ņemamu izaugsmi uzrāda arī prāmju satiksme starp Igauniju un Somiju, kur novembrī pārvadājumu rezultāti ir šādi: 279 915 pasažieri un 38 575 pārvadātie transporta līdzekļi; salīdzinājumā ar pagājušā gada novembri pieaugums ir attiecīgi 30,9 un 59,7 procenti. □

Uz prāmja “Ave Liepaja” ir 400 pasažieru vietas, kas izvietotas gan mājīgās kajītēs, gan guļamkrēslos; ir arī vieta 160 kravas automašīnām. Iepriekš šis kuģis apkalpoja klientus maršrutā Barselona – Palma Maljorka, bet vēl pirms tam nodrošināja satiksmi starp Liverpūles un Dublīnas ostām.

Tā kā “Ave Line” brauciena ilgums ir apmēram 20–22 stundas, kompānija rūpējas, lai pasažieriem uz prāmja būtu ko darīt. Klientiem tiek piedāvātas arī izklaides un atpūtas iespējas – restorāns, bārs, videozāle utt. □



MĒS ZINĀM,
KA TAKSISTI MĒDZ
KRĀPTIES.

TAKSISTI ZINA,
KA VIŅU BRAUCIENUS
KONTROLĒ GPS

VAI JŪS TO ZINĀJĀT?

RIGA TAXI

☎8000 10 10

WWW.TAXI.LV

Īpašais piedāvājums uzņēmējiem!

Transporter Kombi un Kasten par īpaši izdevīgām cenām. Īstā iespēja likt finanšu direktoram atplaukt smaidā.



Transporter Kasten

Vācu kvalitāte, tirgū vadošā atpakaļpirkuma vērtība un tehniskā uzticamība ir tikai pāris iemesli, lai izvēlētos Transporter Kasten kravas furgonu. Vadītājs par komforta trūkumu nesūdzēsies – Transporter lepojas ne tikai ar regulējamu stūri, bet arī ļoti ergonomisku vadītāja vietu. Turklāt papildu iepriecinājums finanšu direktoram būs pieticīgās automašīnas uzturēšanas izmaksas – „Long Life” garantē lielus intervālus starp regulārajām apkopēm (pirmā apkope būs jāveic tikai pie aptuveni 30 000 km nobraukuma).

Aktuālajā piedāvājumā: Transporter Kasten ar 2,5 TDI dīzeļdzinēju (130 Zs), ar garenbāzi 3400 mm un diviem aprīkojuma līmeņiem. Pilna masa 2,8t, kravnesība līdz 895 kg, kravas nodalījuma tilpums – 6,7m³.



1. Aprīkojuma līmenis

Visām automašīnām papildus bāzes aprīkojumam*

- Atgāzu sistēmas kvēpu filtrs
- Pilna izmēra rezerves ritenis
- Divvietīgs blakussēdētāja sēdekļis
- Pretaizdzīšanas signalizācija ar pasažieru salona aizsardzības un pretaižvilksšanas funkcijām
- Pastāvīgās dienas gaismas
- Radio sagatave ar 2 skaļruņu instalāciju
- Centrālā atslēga ar ieslēgšanās funkciju un tālvadības pulti
- Pilna izmēra starpsiens bez loga

Cena: 26 872 EUR
Akcijas cena: 22 525 EUR
ATLAIDE: 4 348 EUR

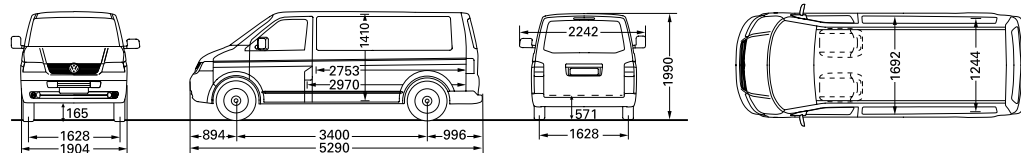
2. Aprīkojuma līmenis

Papildus bāzes aprīkojumam un 1. aprīkojuma līmenim

- Aizmugurējās divviru durvis bez logiem
- Kondicionētājs ar mehānisko regulāciju

Cena: 28 181 EUR
Akcijas cena: 23 686 EUR
ATLAIDE: 4 495 EUR

* Ar pilno bāzes aprīkojumu var iepazīties www.volkswagen.lv
 Akcija spēkā, kamēr automašīnas atrodas noliktavā.





Transporter Kombi

Vēlaties pasažieru automašīnu ar deviņām sēdvietām? Turklāt tādu, lai visi deviņi pasažieri justos ērti un viņiem būtu iespējams ievietot savus koferus un somas automašīnas plašajā bagāžas nodalījumā? Tad Jūsu izvēle ir Transporter Kombi. Automašīnas drošības aprīkojums atbilst visaugstākajiem standartiem, turklāt izslavētā vācu kvalitāte, allaž augstā tālākpārdošanas vērtība, tehniskā uzticamība un vadītāja komforts neliks jums vilties. Arī Transporter Kombi pirmā tehniskā apkope nepienāks ātri – pateicoties „Long Life”, tā būs jāveic pēc aptuveni 30 000 km nobraukuma.

Aktuālajā piedāvājumā: Transporter Kombi ar 2,5 TDI (130 Zs) dīzeļdzinēju, ar garenbāzi 3400 mm un trīs aprīkojuma līmeņiem. Kombi ar garo garenbāzi 3400 mm piedāvā deviņas sēdvietas.



1. Aprīkojuma līmenis

Visām automašīnām papildus bāzes aprīkojumam*

- Radio sagatave ar 2 skaļruņu instalāciju
- Centrālā atslēga ar ieslēgšanās funkciju un tālvadības pulti
- Atgāzu sistēmas kvēpu filtrs
- Pilna izmēra rezerves ritenis
- Pasažieru salona plānojums I (gumijas grīda, pasažieru salona apsilde un pakāpienu izgaismojums)
- Divvietīgs blakussēdētāja sēdekļis
- Pasažieru salona 1. sēdvietu rindā – divvietīgs sēdekļis + vienvietīgs labajā pusē
- Pasažieru salona 2. sēdvietu rindā – trīsvietīgs sēdekļis
- Pilna masa 3000 kg
- Apsildāms aizmugurējais logs ar stikla apskalošanu un mazgāšanu
- Pretaizdzīšanas signalizācija ar pasažieru salona aizsardzības un pretaižvēlšanas funkcijām
- Pastāvīgās dienas gaismas

Pārdošanas cena: 30 789 EUR

Akcijas cena: 26 048 EUR**

ATLAIDE: 4 741 EUR

2. Aprīkojuma līmenis

Papildus bāzes aprīkojumam un 1. aprīkojuma līmenim

- Aizmugurējās divviru durvis
- Kondicionētājs ar mehānisko regulāciju

Pārdošanas cena: 32 470 EUR

Akcijas cena: 27 541 EUR**

ATLAIDE: 4 929 EUR

3. Aprīkojuma līmenis

Papildus bāzes aprīkojumam un 1. un 2. aprīkojuma līmenim

- Elektropakete I (Elektriski regulējami, apsildāmi ārējie spoguļi, elektriski vadāmi stiklu pacelāji)

Pārdošanas cena: 32 945 EUR

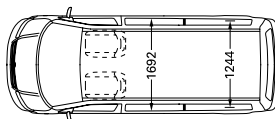
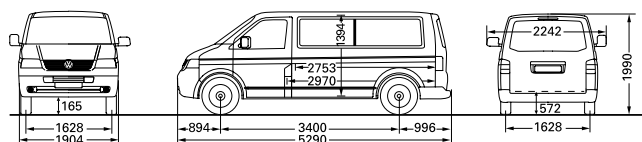
Akcijas cena: 27 963 EUR**

ATLAIDE: 4 982 EUR

* Ar pilno bāzes aprīkojumu var iepazīties www.volkswagen.lv

**Transporter Kombi par atsevišķu samaksu tiek piedāvāts arī metālisks krāsojums.

Akcija spēkā, kamēr automašīnas atrodas noliktavā.



Komerctransports

Sakarā ar PVN paaugstināšanu gaidāms naktsmītņu bankrota vilnis

2008. gada 19. decembrī viesnīcā "Avalon Hotel" Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācija (LVRA) organizēja preses konferenci, lai atkārtoti pievērstu valdības pārstāvju uzmanību un informētu sabiedrību par iespējamām sekām, kas radīsies, ja viesnīcu pakalpojumiem piemēros PVN standartlikmi 21% apmērā.

Preses konferencē piedalījās un savu redzējumu par plānoto izmaiņu sekām sniedza LVRA prezidents J. Zudovs, Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas prezidente K. Giten-dorfa, LVRA izpilddirektore S. Graikste un asociācijas "Lauku ceļotājs" valdes loceklis M. Šternmanis.

Uzrunājot medijus, ziņotāji uzsvēra, ka viesnīcu un tūrisma nozare dod nozīmīgu pienesumu pakalpojumu eksportam (tūrisma daļa pakalpojumu eksporta bilancē 2007. gadā bija 18,1%; ārzemju tūristi valstī atstāja 343 miljonus latu), bet izmaiņām likumā "Par pievienotās vērtības nodokli" varētu būt šādas sekas:

1) neatgriezeniski zaudēta konkurētspēja starp Baltijas un citām tuvējām Eiropas valstīm (piemēram, Igaunijā PVN likme ir 9%, bet Lietuvā līgumumi, kas noslēgti līdz 2008. gada 31. decembrim, tiks piemērota iepriekšējā likme 5% apmērā);

2) tiek ignorēts tiesiskās palāvības princips;

nozares specifika – līgumi ar tūrisma operatoriem, tūrisma aģentūrām, kā arī par lielu pasākumu organizēšanu tiek slēgti vairākus gadus uz priekšu;

3) viesnīcu nozare ir cieši saistīta ar citām nozarēm, un līdz ar viesnīcu bankrotu tiks būtiski ietekmēts ekonomiskais stāvoklis gan ražotājiem (piemēram, pārtika), gan citiem pakalpojumu sniedzējiem (taksometri, suvenīru veikali, restorāni, kafejnīcas, muzeji, lidosta u.c.), kuru galvenais ienākumu avots ir ārvalstu tūristi;

4) palielināsies bezdarbnieku skaits, samazināsies PVN un iedzīvotāju ienākuma nodokļa (IIN) ieņēmumi, pazemināsies sniegto pakalpojumu kvalitāte, jo viesmīlības nozare ir viena no darbietilpīgajām nozarēm.

Vienlaikus, preses konferences dalībnieki aprādīja, ka sabiedrībā valda maldīgs priekšstats par naktsmītņu biznesu. Daudzi domā, ka:

– viesnīcas ir ātras peļņas avots (patiesībā, kā liecina starptautiskā prakse, tās dod atdevi vien ilgtermiņā);

– naktsmītnes apmeklē tikai ārzemnieki, tās nav paredzētas vietējiem iedzīvotājiem (saskaņā ar LR Centrālās statistikas pārval-

des datiem 2007. gadā vietējie iedzīvotāji bija 40% visu klientu, bet reģionos un viesu māju/lauku māju segmentā vietējo klientu īpatsvars ir vēl daudz lielāks);

– Latvijā naktsmītnes ir salīdzinoši dārgākas nekā citur Eiropā un pasaulē. (2007. gadā tika atvērtas vairāk nekā 20 viesnīcas, 2008. gadā – vismaz desmit. Pēdējos gados naktsmītņu vidū ir izveidojusies sīva konkurence. Ievērojot to, arī viesnīcu pārdošanas cena ir ievērojami samazinājusies. Ņemot vērā ekonomisko situāciju, cenu nevar paaugstināt ne augstākās kategorijas viesnīcas, ne samazināt tūristu klases viesnīcas un lauku tūrisma mītnes. Latvijas viesnīcu cenas ir kļuvušas zemākas nekā Skandināvijā, un tās ir pielīdzināmas cenām, kādas ir Vācijā, Itālijā un citos iecienītos ceļojuma galamērķos. Liela daļa naktsmītņu cenu nosaka atkarībā no noslogojuma, bet, rezervējot caur tūrisma aģentūru vai rezervēšanas sistēmu, cena allaž būs zemāka nekā t.s. letes cena).

Šobrīd Eiropas Savienībā 22 valstīs viesnīcu pakalpojumiem un 12 valstīs restorānu pakalpojumiem tiek piemērota samazināta PVN likme. Kā pozitīvu piemēru ekonomiskās krīzes laikā var minēt Lielbritāniju, kas pat ir samazinājusi PVN likmi viesnīcu pakalpojumiem no 17,5% uz 15 procentiem. □

Piešķir LVRA stipendijas

2008. gada 31. oktobrī izglītības un zinātnes ministre Tatjana Koķe, Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas (LVRA) izpilddirektore Santa Graikste, tūrisma aģentūras "Baltijas Ceļojuma grupa" direktors Vlads Korjaginš un Vitolu fonda valdes priekšsēdētāja Vita Diķe pasniedza ikgadējās stipendijas tūrisma un viesmīlības nozarē studējošajiem jauniešiem un pasniedzējiem, kā arī informēja par iniciatīvām izglītībā.

Šogad stipendijas saņēms divi studenti – no Vidzemes Augstskolas un Biznesa augstskolas Turība, kā arī divi pedagogi – Latvijas Lauksaimniecības universitātes docētājas.

LVRA ir vienīgā sabiedriskā organizācija Latvijā, kas piešķir stipendijas viesmīlības nozares studentiem un pedagogiem, kā arī iesaistās izglītības procesā, nodrošinot prakses vietas topošajiem speciālistiem un līdzdarbojoties dažādu ar izglītību saistītu projektu īstenošanā. Turpinot līdzdarboties jaunu speciālistu sagatavošanā un izglītības pilnveidē, šogad par LVRA stipendiju projekta sadarbības partneri kļuvusi tūrisma aģentūra "Baltijas Ceļojuma grupa" un Vitolu fonds.

Jauniešiem stipendijas paredzētas gan mācību materiālu iegādei, gan dzīvošanai. Savukārt pedagogiem tās domātas kvalifikācijas paaugstināšanai, semināru un/vai kursu apmeklēšanai kā Latvijā, tā ārvalstīs.

LVRA 15. gadadienā saņem un pasniedz dāvanas

Atzīmējot LVRA 15 gadu jubileju, Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācija 2008. gada 11. decembrī Melngalvju namā rīkoja pieņemšanu.

LVRA jubilejas pasākumu apmeklēja vairāk nekā 200 viesu, to vidū bija asociācijas biedri – viesnīcu, viesu māju un restorānu īpašnieki un vadītāji, pārstāvji no LR Ekonomikas ministrijas, Tūrisma attīstības valsts aģentūras, Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas, sadarbības partneri – 2008. gadā organizēto pasākumu sponsori un atbalstītāji, kā arī par tūrisma rakstošo preses izdevumu žurnālisti.

Jauko vakaru ar koncertu ievadīja salonansamblis "Optimisti", bet vēlāk deju virpulī aicināja grupa "Modo2".

Jubilejas pasākuma laikā Atzinības raksti tika pasniegti bijušajiem LVRA prezidentiem – Aivaram Kalniņam, Vitai Jermolovičai un Jānim Jenzim par ieguldījumu LVRA un viesmīlības industrijas attīstībā, kā arī uzņēmumiem – a/s "airBaltic Corporation", a/s "Aldaris", SIA "Baltijas Ceļojumu grupa", "Baltic Hotels&Restaurant Systems, SIA

"Global Coffee", a/s "Premia FFL", Tūrisma attīstības valsts aģentūrai, SIA "Venden", kas visbiežāk atbalstījuši LVRA organizētās aktivitātes.

Savukārt, kolēģi – Latvijas Tūrisma aģentu asociācija – pasniedza Atzinības rakstu nominācijās "Tūrisma aģentūrām draudzīgākā viesnīca" ("Reval Hotel Latvija") un "Tūrisma aģentūrām draudzīgākais restorāns" ("Lido atpūtas centrs").

Turpinot tradīciju, pasākuma laikā notika labdarības loterija, kurai dāvanu kartes un balvas bija sarūpējuši 18 uzņēmumi. Savāktie līdzekļi – 147 latti – tika ziedoti Latvijas Evaņģēliski luteriskās baznīcas Diakonijas centra zupas virtuvei.

Par spīti tam, ka pasākuma gaišo noskaņu aizēnoja gaidāmais valdības lēmums paaugstināt PVN likmi no 5% uz 21% un līdz ar to arī neziņa par sava uzņēmuma nākotni, dalībnieki iesaistījās gan vakara gaitā organizētajās aktivitātēs, gan savā starpā pārrunāja, kā rīkoties un organizēt darbu, lai sarežģītajā situācijā izdzīvotu. □

Viesnīcu klientu skaita pieaugums bijis lēns

2008. gada trešajā ceturksnī viesnīcās un citās kolektīvajās tūristu mītnēs apkalpoti 592 400 cilvēki, salīdzinājumā ar 2007. gada trešo ceturksni klientu skaits pieaudzis par 9% – tādi ir Centrālās statistikas pārvaldes dati. No apkalpotajiem 36% bija Latvijas iedzīvotāji, bet 64% – ārzemju viesi.

Visvairāk Latvijas iedzīvotāju bija apmetušies Rīgā – 22%, Rīgas rajonā – 11% un Ventspilī – 9 procenti. No kopējā apkalpoto ārzemju viesu skaita 66% tika uzņemti Rīgas viesnīcās un citās kolektīvajās tūristu mītnēs. Jūrmalas viesnīcās un citās kolektīvajās tūristu mītnēs nakšņojuši 12% visu ārzemju viesu.

2008. gada trešajā ceturksnī tika apsekotas 496 darbojošās viesnīcas un citas kolektīvas tūristu mītnes. Pagājušajā gadā attiecīgajā ce-

turksnī tika apsekotas 400 viesnīcas un citas kolektīvas tūristu mītnes. Apsekoto viesnīcu skaits šā gada trešā ceturksņa beigās bija 208, kas ir par 39 iestādēm vairāk nekā iepriekšējā gada attiecīgajā periodā. Rīgā tika apsekotas 120 kolektīvas tūristu mītnes, no tām 86 viesnīcas; Jūrmalā – 42 kolektīvas tūristu mītnes, no kurām 18 bija viesnīcas.

Trešā ceturksņa beigās tūristu mītnēs bija pieejami 13 700 numuri un 30 500 gultas vietas, iepriekšējā gada trešā ceturksņa beigās attiecīgie rādītāji bija 11 700 un 26 600. 2008. gada trešajā ceturksnī salīdzinājumā ar pagājušā gada attiecīgo periodu numuru un gultas vietu noslogojums Latvijas un Rīgas izmitināšanas uzņēmumos ir samazinājies, atšķirīga situācija bijusi vienīgi jūlijā. □

Viesnīcu un restorānu nozarē viszemākās algas

Lai gan par ekonomisko krīzi Latvijā pastiprināti satraucas jau kopš rudens sākuma, statistikas dati rāda, ka 2008. gada trešajā ceturksnī vienas stundas darbaspēka izmaksas valstī salīdzinājumā ar otro ceturksni ir pieaugušas par 4,5 procentiem. Algu pieaugums restorānos un

viesnīcās minēts kā viens no straujākajiem šajā laika posmā – 23,7 procenti. Tomēr, par spīti šim rādītājam, oficiālā statistika liecina, ka tieši šajā nozarē 2008. gada trešajā ceturksnī bijušas viszemākās darbaspēka izmaksas par vienas stundas darbu – vidēji 2,44 lati stundā. □

Noskaidros 50 labākos restorānus Latvijā

Normunds Norenbergs,
"Kurš uzsauks?"

Žurnāls un vortāls "Kurš uzsauks?" (www.kursuzsauks.lv) sadarbībā ar Pavāru klubu un vairāk nekā 100 restorānu un viesmīlības nozares ekspertiem veido Latvijas labāko restorānu Top 50.

Latvijas labāko restorānu Top 50 tiek veidots, balstoties uz profesionāļu un nozares ekspertu vērtējumiem. Šefpavāri, konditori, restorānu vadītāji, vīnziņi, bārmeņi, viesmīļi un žurnālisti individuāli nosaka katrs savu labāko restorānu topu un katru restorānu pēc noteiktiem kritērijiem vērtē 10 ballu sistēmā.

Vienlaikus ar Latvijas labākajiem restorāniem tiks noteiktas arī dažādas nominācijas, piemēram, Labākais restorāns ārpus Rīgas, Labākais restorāns Rīgā, labākie restorāni reģionos, pavāru izvēle Nr. 1, Labākais lietišķais restorāns, Ģimenēm draudzīgākais restorāns u.c.

Latvijas labāko restorānu Top 50 rezultāti tiks paziņoti novembra pirmajā nedēļā un tops pilnībā tiks atspoguļots žurnāla "Kurš uzsauks?" speciālizlaidumā. □

Rīgā un 70 km apkārtnē!

JAUNUMS!

**LATVIEŠU
RADIO
96.8**

NEATKARĪGĀS LATVIJAS HITI

Klausies internetā visā Latvijā
www.latviesuradio.lv



A/s "Rīgas Miesnieks" piegādā precī arī viesnīcām, viesu namiem, restorāniem un kafejnīcām visā Latvijā



Sīkāka informācija pa bezmaksas tālruni 80005100
www.miesnieks.lv
miesnieks@miesnieks.lv

Veselības tūrisms ekonomikas stabilizēšanai

Tūrisma attīstības valsts aģentūras padomniekam Armandam Muižniekam bija saruna ar Starptautiskās Klimatoloģijas un medicīniskās hidroloģijas asociācijas prezidentu profesoru Zeki Karagulle, ārstu no Turcijas, kurš oktobra vidū apmeklēja Palangu un Jūrmalu. Z. Karagulle ir Eiropā atzīta veselības kūrortu autoritāte, viņš uzskata, ka dzīvot ilgi un veselīgi, dzīvot bez zālēm – tā ir tīri cilvēcīga vēlme, un šāda dzīve ir iespējama, ievērojot veselīgu dzīves veidu – kustoties, veselīgi ēdot, nododoties ūdens procedūrām, atpūšoties. Un tūrismam ir nozīmīga loma sabiedrības veselības uzlabošanā.

A.M.: Balneoloģija un klimatoloģija mūsdienu cilvēkam, iespējams, asociējas ar kaut ko vecmodīgu vai aizvēsturisku. Bet kāda ir situācija mūsdienās? Kāds ir Jūsu viedoklis šajā jautājumā?

Z.K.: Balneoloģija un klimatoloģija ir tik senas, cik sena ir cilvēce. Tās ir senas tradīcijas, bet joprojām sekmīgi izmantojamas, tādēļ arī tās pastāv vēl šobaltdien. Mūsdienu pasaulē un mūsdienu zinātnē tām ir būtiska nozīme. No vienas puses, tās saistās ar brīvdienų ceļojumiem uz vietām, kur ir atbilstoši resursi un ir atbilstoša infrastruktūra. No otras puses, tās ir saistītas ar medicīnas zinātni. Atsevišķās zemēs tās ir atzītas medicīnas disciplīnas. Un šajās zemēs valsts vai apdrošināšanas kompānijas atmaksā ārstēšanas izdevumus. Piemēram, Vācijā, ja jūs ārstējaties, jūs saņemat atpakaļ zināmu izdevumu daļu.

Abu disciplīnu terapijas var tikt veiksmīgi izmantotas profilaksei, ārstēšanai un rehabilitācijai. Dažu Eiropas valstu zinātniskās iestādes veic nopietnu pētniecības darbu šajā jomā, un dažas no šīm iestādēm to dara jau vairāk nekā 100 gadu.

Arī Stambulas Universitātes Medicīnas fakultātes Medicīniskās ekoloģijas un hidroklimatoloģijas katedra, kurā es strādāju, pastāv jau vairāk nekā 75 gadus, un mēs pētām dabas dziedniecisko resursu izmantošanu veselības aprūpē. Tā ir tradīcija, sena tradīcija, bet vienlaikus arī moderna zinātnes nozare.

Kā balneoloģijas un klimatoloģijas pakalpojumi varētu ietekmēt veselības tūrisma attīstību un, iespējams, uzlabot valsts ekonomisko situāciju?

Z.K.: Ir vairāki aspekti, kāpēc veselības tūrisms ieņem aizvien nozīmīgāku lomu. Cilvēki ceļo vairāk, dzīvo ilgāk un vairāk rūpējas par savu veselību. Ir skaidrs, ka ceļojumam jābūt piepildītam, un bez atpūtas, rekreācijas tiek pieprasītas un izmantotas dažādas veselību uzlabojošas terapijas. Pati dzīve to diktē. Vēlme vairāk sasniegt un dzīvot ilgāk, demogrāfiskās pārmaiņas, dzīves stila pārmaiņas – tas viss veicina veselības tūrisma nozīmīgumu mūsdienās. Cilvēka veselībai kalpo ne tikai ārsti un zāles, bet arī citi pasākumi un aktivitātes. Aizvien vairāk un vairāk tiek atzīta veselības saikne ar tūrismu, un nākotnē šīs



Profesors Zeki Karagulle: Eiropā veselības tūrisms ir megatendence, veselības kūrorti ieņem nozīmīgu vietu. To apgrozījums pārsniedz divus miljardus eiro gadā, šos pakalpojumus izmanto simtiem tūkstoši tūristu

saiknes nozīme tikai pieaugs.

Pēdējās nedēļas laikā Jūs esat apmeklējis gan Lietuvas, gan Latvijas piejūras kūrortus – Palangu un Jūrmalu. Kā Jūs vērtējat Baltijas jūras reģionu kā veselības tūrisma galamērķi?

Z.K.: Es nepārzinu vietējo specifiku un šo to esmu redzējis tikai “caur logu”. Jums ir bijusi šī piejūras kūrortu tradīcija, ir resursi un infrastruktūra. Laiks ir pagājis, ir iestājies tāds kā klusuma periods, un kādam liekas, ka nekā tāda vairs nav. Tas nav pareizi. Eiropā un pasaulē veselības tūrisms ir megatendence, piemēram, Eiropas perspektīvā veselības kūrorti ieņem nozīmīgu vietu. To apgrozījums pārsniedz divus miljardus eiro gadā, to pakalpojumus izmanto simtiem tūkstoši tūristu. Es neesmu padomdevējs, bet, iespējams, skandināvu tūrisma tirgū jūs esat visnotaļ atraktīva vieta brīvdienām. Viņiem patīk arī braukt uz Turciju un citām siltām zemēm, bet jūs esat tuvāk. Skandināvijas valstīs nav atbilstošas, daudzveidīgas veselības tūrisma infrastruktūras, nav šādas tradīcijas un nav arī intereses kaut ko jaunu uzsākt. Bet jums tas viss ir. Nevajag aizmirst arī vietējo tūrismu, kurā iesaistās vietējie iedzīvotāji, un reģionālo tūrismu. Es nezinu, kā lietuvieši apmeklē Latviju, bet tas varētu būt būtiski. Es zinu, ka daudzi grieķu tūristi dodas uz Bulgāriju un Turciju, jo tur viegli nokļūt un tur ir savādāk nekā savā zemē. Kaimiņvalstīm ir liela nozīme tūrisma attīstībā. □

Talassoterapija – iespēja tūrisma produktu attīstībai

Armands Muižnieks, semināra ziņotājs no Latvijas, Tūrisma attīstības valsts aģentūras padomnieks

2008. gada oktobrī Lietuvas kūrortpilsētā Palangā notika Eiropas Kūrortu asociācijas (ESPA) un Lietuvas Kūrortu asociācijas organizēts seminārs “Talassoterapija – jauns tūrisma produkts Baltijas valstīs”. Seminārā uzstājās Eiropā atzīti veselības kūrortu speciālisti – Eiropas Kūrortu asociācijas prezidente Dr. Sigruna Langa, Starptautiskās Klimatoloģijas un medicīniskās hidroloģijas asociācijas prezidents Dr. Zeki Karagulle, SPA kūrortu kvalitātes speciālists Dr. Kurts fon Storks u.c.

Baltijas jūras reģiona kā veselības tūrisma galamērķa attīstības iespējas ir neapšaubāmi saistītas ar reģionālo sastopamo dabas resursu izmantošanu, un viens no veidiem ir talassoterapijas virziena attīstīšana piejūras kūrortos.

Globālās sasīšanas procesi, kā arī tehnoloģiju (solāriji, baseini ar jūras ūdeni) attīstība, tradīciju maiņa un citi faktori nodrošina Baltijas reģionam iespējas veiksmīgi konkurēt ar Vidusjūras piejūras kūrortiem. Tradicionālās brīvdienų vietas, kur saule, jūra un smiltis darbojas kā atpūtnieku magnēts, vienmēr būs aktuālas, tomēr ar mūsdienīgiem risinājumiem ir iespējams mūsu platuma grādos pagarināt vasaras tūrisma sezonu vai akcentēt veselību, kā prioritāti, kam cilvēki pievērsīs aizvien lielāku uzmanību. □



Semināra “Talassoterapija – jauns tūrisma produkts Baltijas valstīs” dalībnieki

Uzziņa

Medicīniskā hidroloģija (balneoloģija) un klimatoloģija ir medicīnas disciplīnas, kas pēta minerālūdeņu un klimatisko faktoru ietekmi uz cilvēku organismu, kā arī izstrādā metodes šo resursu izmantošanai ārstēšanā un profilaksē. Zināmā mērā šīs disciplīnas saucas ar Latvijā nepelnīti piemirsto t.s. kurortoloģiju un kūrortmedicīnu.

Talassoterapijas (no grieķu val. *thalassa* ‘jūra’) pirmsākumi meklējami jau Senajā Grieķijā, bet savus ziedu laikus tā piedzīvoja 18.–19. gadsimtā Anglijā un Francijā. 20. gadsimtā talassoterapija kā klimatterapijas sastāvdaļa nav bijusi sveša arī Latvijā. Terapijas būtība ir jūras ūdens, piejūras gaisa, jūrā atrodamo produktu – dūņu, smilšu, dubļu, sāļu, aļģu u.c. izmantošana veselības uzlabošanai kā profilakses nolūkos, tā rehabilitācijai.

Tallina cer uz kruīzu pasažieru skaita rekordu

Par spīti ļoti īsai tūrisma sezonai, Baltijas jūra ir viens no visieciņākajiem kruīza maršrutiem pasaulē tūlīt pēc Karību un Vidusjūras kruīzu piedāvājumiem. Starp Baltijas jūras ostām Tallina ar saviem gleznainajiem vecpilsētas skatiem un vienkāršo pieejamību tiek uzskatīta par visveiksmīgāko, un pasažieru skaita ziņā tā apsteidz pat Helsinku un Stokholmas ostas.

2008. gada vasaras sezonā Tallinas osta sasniedza jaunu rekordu – ostā vienlaikus bija pietauvojušies septiņi kruīza kuģi, kuri atveda uz Igaunijas galvaspilsētu aptuveni 7500 tūristu. Piemēram, ar laineri “Queen Victoria” vien Tallinā ieradās 2000 cilvēku. Pasažieru plūsma caur Igaunijas galvaspilsētas ostu ir ievērojami palielinājusies – kopš 2008. gada sākuma ostā ienācis vairāk kā 300 kruīza kuģu.

Neskatot Ziemassvētku pieplūdumu, Tallinā gadā laikā apciemoja 375 000 kruīzu pasažieri, kas atstājuši aptuveni 90 miljonu EEK (5,75 milj. eiro), un, tā kā kruīza biļetes tiek izpirktas jau gadu iepriekš, tiek prognozēts, ka nākamā gada sezonā šis skaitlis pieaugs līdz 425 000 pasažieru. Tas nozīmē, ka sezonas laikā būs dienas, kad Tallinas osta vienlaikus uzņems līdz pat astoņiem kruīza kuģiem dienā.

Apkopojot robežsardzei pieejamo statistiku, var secināt, ka katrs piektais kruīza tū-



Ar laineri “Queen Victoria” vien Tallinā ieradās 2000 cilvēku

rists ir amerikānis, bet gandrīz tikpat daudz viesu iebrauc no Apvienotās Karalistes, Vācijas un Spānijas.

Kopumā ņemot, 2008. gada pirmajos deviņos mēnešos Tallinas osta apkalpojusi rekordlielu pasažieru skaitu – 5,7 miljonus. Salīdzinājumā ar attiecīgo periodu iepriekšējā gadā pieaugums ir 0,6 miljoni pasažieru jeb 13 procenti. Šajā pašā periodā maršrutā Tallina – Helsinki kopējais pasažieru skaits bija 4,7 miljoni, bet pieaugums – 0,5 miljoni; maršrutā Tallina – Stokholma – attiecīgi 0,6 miljoni un 0,08 miljoni. □

Tūrisma firmas parādā klientiem

Igaunijas Patērētāju tiesību aizsardzības pārvalde pagājušajā mēnesī saņēmusi vairāk nekā 200 sūdzību no bankrotējušu tūrisma firmu klientiem. Firms palikušas klientiem parādā aptuveni 4,5 miljonus EEK (ap 0,3 milj. eiro).

Patērētāju tiesību aizsardzības pārvaldes direktore Helle Arunīta tūrisma ziņu portālam “Baltic Stand By” skaidro, ka ļoti bieži ir gadījumi, kad bankrotējušai tūrisma firmai īpa-

šumā nav nekādu aktīvu, un tas laupa klientiem jebkādas cerības naudu atgūt.

Pagājušā gada rudenī un ziemā Igaunijā tā noticis jau ar četrām tūrisma firmām – “Happy Travel”, “EurVotour”, “Line Cross” un “Aaria Reisid”. Pēdējās firmas bankrota gadījumā zaudējumus cietuši apmēram 100 klientu, firmai nav pat līdzekļu, lai segtu tiesu izdevumus, stāsta H. Arunīta. □

“Degvīna tūristu” pieplūdums

Somijas valdības lēmums palielināt alkohola akcizes nodokli varētu palielināt t.s. degvīna tūristu pieplūdumu Igaunijā.

Igauni nav optimistiski noskaņoti, jo puslitrš degvīna Somijā maksā trīs reizes vairāk

nekā Igaunijā. Vai neizveidosies situācija, kas līdzināsies 2004. gada notikumiem, kad bija vērojams prāvs somu tūristu pieplūdums, kuri ieradās Igaunijā tikai tādēļ, lai iegādātos alkoholu. □

“Copterline” pārtrauc lidojumus

Somu kompānija “Copterline”, kas nodrošināja helikoptera lidojumus starp Tallinu un Helsinkiem, ir nolēmusi uz laiku tos pārtraukt.

Kā skaidro “Copterline Estonia” direktors Tīnis Leps Somijas ziņu portālam [\[tikauudised.net\]\(http://tikauudised.net\), šāds solis tiek sperts sakarā ar pašreizējo ekonomisko situāciju: tiek lēsts, ka nākamais gads varētu būt vēl grūtāks. Taču, par spīti pašreizējām grūtībām, T. Leps cer, ka nākotnē lidojumus varēs atkal atjaunot. □](http://www.logis-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Lietuva

Viļņā būs pieejamas pilsētas kartes

Viļņā visai drīz būs pieejams jauns pakalpojums – pilsētas karte (*city card*). Tā dos iespēju izmantot sabiedrisko transportu, apmeklēt muzejus, galerijas, kā arī piešķirs īpašas atlaides restorānos, kafējnicās un suveniru veikaliņos.

Līdzīga tipa pilsētas kartes darbojas gandrīz visās Eiropas galvaspilsētās un tūristu apmeklētākajās vietās. Karte tiks ieviesta 2009. gada maijā. Tā kā Viļņa 2009. gadā ir noteikta par Eiropas kultūras galvaspilsētu, karte būs krietns atbalsts visiem daudzajiem tūristiem, kas ieradīsies Lietuvas galvaspilsētā.

Viļņu apmeklē aizvien vairāk

Statistikas dati liecina, ka 2008. gada pirmajos trijos ceturkšņos Viļņas hoteljus izmantojuši 488 799 viesi. Tas ir par 10% vairāk nekā tajā pašā laika periodā 2007. gadā.

Hoteljus visvairāk izmantojuši tūristi no kaimiņvalstīm: no Krievijas (56%), Polijas (12%) un Latvijas (6%). Daudz vairāk bijis tūristu no Francijas (21%), Igaunijas (20%), Somijas (19%), Vācijas (13%), Apvienotās Karalistes (10%) un Itālijas (7%).

Lielais naktsmitņu pieprasījums galvaspilsētā ļauj veidoties jauniem hoteljiem. Jau 2008. gada sākumā Lietuvas galvaspilsētā tika atvērti trīs jauni hotelji. Martā tika atklāts pat četrzvaigžņu hotelis “Villa Valakampiai”, jūnijā – trīszvaigžņu hotelis “Algirdas”, bet augustā līdzās katedrālei atvēra trīszvaigžņu hoteli “Hotel Tiltō”.

Viļņa starp 10 iekārotajām pilsētām

TravelDK.com ziņo, ka pasaules ceļvežu līderis “DK Eyewitness Travel” nosaucis to 10 pilsētu topu, uz kurām, viņuprāt, 2009. gadā vislabprātāk dosies tūristi. Līdzās Buenosairesai, Gdaņskai, Sietlai, Bristolēi, Kopenhāgenai, Vīnei, Keiptaunai, Vašingtonai un Fēsai (Fes), minēta arī Viļņa.

Viļņa 2009. gadā būs Eiropas kultūras galvaspilsēta. 120 mākslas un kultūras projektu ietvaros tiek plānots realizēt vairāk nekā 900 dažādu pasākumu. Lielākie no tiem būs tradicionālais grāmatu tirdziņš februārī, ielu muzikantu diena maijā, kultūras nakts vasaras vidū, bet novembrī – gaismu festivāls, kurā ar zinātnes, dabas un mākslas spēku palīdzību tiks parādīta daudzveidīgā gaismu un krāsu pasaule.

Lietuva vienkāršos vīzu režīmu

Lietuva gatavojas vienkāršot vīzu režīmu ar kaimiņvalstīm un veicināt kontaktus starp Lietuvas un Kaļiņingradas apgabala iedzīvotājiem. Lietuvas jaunās valdības programmā jau ir paredzēta iespēja Kaļiņingradas apgabala iedzīvotājiem noteikt bezvīzu režīmu. Pirmais solis bezvīzu režīma virzienā varētu būt bezmaksas vīzu izsniegšana Kaļiņingradas apgabalā dzīvojošiem Krievijas Federācijas pilsoņiem, kuri apmeklē Lietuvu, un Lietuvas Republikas pilsoņiem, kuri apmeklē Kaļiņingradas apgabalu.

Apkopoja Sintija Kukurāne un Antra Linarte

Labākais valsts zīmols 2008

Antra Linarte

Ierasti par zīmoliem runājot, tie tiek asociēti ar ikdienā lietotām precēm: apģērbu, automobiļiem, dizaina priekšmetiem u.tml. Taču pasaules vadošā zīmolvēdības konsultāciju firma "FutureBrand" jau ceturto gadu pēc kārtas pēta valstis kā zīmolus un veido valstu – zīmolu rangus sarakstus jeb indeksus. Jau trešo gadu pēc kārtas pirmo vietu pasaules valstu – zīmolu TOP desmitniekā ieņem Austrālija. Zīmīgi, ka ļoti strauju tūristu pieaugumu piedzīvo Āfrika, Āzija un Tuvie Austrumi, palielinās specializēto ceļojumu pieprasījums – šādi un vēl daudzi citi secinājumi izteikti zīmolu indeksācijas pētījumā par labāko valsts zīmolu "Country Brand Index 2008" (CBI).

Starptautiskā zīmolvēdības konsultāciju kompānija "BrandFuture" minēto rādītāju veido sadarbībā ar starptautisku sabiedrisko attiecību firmu "Weber Shandwick's Global Travel & Lifestyle Practice", apkopojot viedokļus, ko izteikuši aptuveni 2700 biznesa un atpūtas ceļotāji no ASV, Lielbritānijas, Ķīnas, Austrālijas, Japānas, Brazīlijas, AAE, Vācijas un Krievijas.

Indeksācija tika veikta, pamatojoties uz tādu pamatrādītāju novērtējumu, kuri ir ļoti svarīgi ceļojumu laikā. Pētījumā izsvērtas aktuālās tendences, kādas raksturīgas vienai no visstraujāk augošajām nozarēm pasaulē – ceļojumu un tūrisma sektoram: iepriekšējā gadā nozares apgrozījums, visā pasaulē kopā ņemot, pārsniedza 5,9 triljonus ASV dolāru, nodrošinot vairāk nekā 238 miljonus darbavietu.

Kā jau atzīmēts, trešo gadu pēc kārtas CBI pētījuma "TOP 10" pirmajā vietā ir Austrālija.

Kanāda, kas pirms diviem gadiem nebija pat labāko valstu zīmolu desmitniekā, bet pagājušajā gadā palika sestā, šogad pakāpusies līdz otrajai vietai, trešo vietu atstājot ASV.

Taču pasaulē viss ir mainīgs, un pētījuma veidotāji paredz, ka nākamo piecu gadu laikā valstu zīmolu saraksta augšgalā varētu parādīties Ķīna, Horvātija un Apvienotie Arābu Emirāti. Šogad pirmo reizi starp populārākajām atsevišķās kategorijās tika nosauktas arī tādas valstis kā Vjetnama, Indija un Kuba.

Šogad CBI ir vērsis uzmanību ne tikai uz to, kas skar ceļotājus, bet arī uz jautājumiem, kas ir svarīgi tūrisma profesionāļiem. Aptaujā iekļauta informācija gan par dažādu paaudžu kopīgajiem ceļojumiem, medicīnas tūrisma, gan luksusa ceļojumiem. Pētījums apskata arī specializēto jeb nišu tūrisma un vispārējus nozares uzlabojumus. Rezultātā ir tapis valstu saraksts 30 dažādās kategorijās – daudzas no tām ir šim

pētījumam tradicionālas, bet vairākas ieviestas tikai šogad (politiskā brīvība, dzīves līmenis, vēlēšanās apciemot vēlreiz u.c.).

Šobrīd pasaulē populārs ir specializētais (nišu) tūrisms, kur noteikta loma ir dažādiem individuāliem, personiskiem faktoriem, specifiskām interesēm (piemēram, ceļojumi uz dažādu valstu operatīviem, dažādiem festivāliem un skatēm; sievietes aizvien biežāk izvēlas ceļot vienas u.tml.). Savukārt Amerikas, Kanādas un Japānas vecvecāki ir

iecinātāji ceļojumos kopā ar mazbērniem. Cieņā ir ekstrēmais tūrisms – izaicinājums apceļot ļoti bīstamas vietas, sākot no vēlmes ieraudzīt polārlāci līdz pat ekspedīcijām mūžamežā.

Interesants ir fakts, ka aizvien vairāk tūristu vēlas apceļot nabadzīgās valstis, lai izbaudītu to autentisko vidi. Tūristi dodas eksotiskās

Labākais valsts zīmols 2008

Valsts	Kategorija
ASV	Biznesam vislabvēlīgākā
Kanāda	Jaunas iespējas biznesā
Japāna	Sakārtotākā biznesa vide
Japāna	Konferences
Nīderlande	Politiskā brīvība
Jaunzēlande	Vieta, kur atgriezties
Austrālija	Bizness un atpūta
Japāna	Tehnoloģiskā attīstība
Zviedrija	Videi draudzīgākā
Ķīna	Visiespaidīgākā pagājušajā gadā
Itālija	Māksla un kultūra
Maldivija	Pludmale
Kanāda	Ģimene
Ēģipte	Vēsture
AAE	Kūrorti
Jaunzēlande	Dabas skaistums
Japāna	Naktsdzīve
Itālija	Izsmalcinātākā ēdienkarte
Austrālija	Aktivitātes dabā un sports
Norvēģija	Drošība
ASV	Iepirkšanās
Taizeme	Cenas un kvalitātes atbilstība
Austrālija	Vēlme apmesties uz dzīvi
Nīderlande	Visērtākā ceļošanai
Japāna	Kvalitatīvākie produkti
Jaunzēlande	Autentiskākā
Maldivija	Atpūta un relaksācija
Jaunzēlande	Visdraudzīgākie iedzīvotāji
Ķīna	Uzlecošā zvaigzne
Zviedrija	Augstākā dzīves kvalitāte

<http://www.countrybrandindex.com>

ekspedīcijās, apceļojot ļoti nabadzīgas un pat dabai un cilvēkam ne tik draudzīgas vietas.

Mūsdienās arvien populārāki kļūst svētceļojumi un sakrālais tūrisms. Tiek organizētas specializētas tūres konkrētu konfesiju pārstāvjiem, piemēram, pareizticīgiem. Vatikāns pat ir izveidojis pasaulē pirmo avioliņiju, kas nodrošina lidojumus katoļu svētceļniekiem.

Vēl viena raksturīga iezīme, kas parādās mūsdienu tirgū, ir tendence ceļojumus iegādāties spontāni, pērkot tos pēdējā brīža izpārdošanās. □

Country Brand Index 2008 Top 10

1. Austrālija
2. Kanāda
3. ASV
4. Itālija
5. Šveice
6. Francija
7. Jaunzēlande
8. Lielbritānija
9. Japāna
10. Zviedrija

www.tobebest.com

www.kalorijas.lv

Apkarojam problēmas sakni –
ēšanas paradumus

orator.tobebest.com

Unikāla svešvalodu apguves
programma

diet.tobebest.com

Mainām priekšstatu par to, cik
diēta var būt viegla un patīkama

Personības izaugsmes akadēmija piedāvā

Vai latvieši brauks uz tālajiem kalniem?

Slēpošanas sezona šobrīd rit pilnā plaukumā, tādēļ vēl pārāgrī nosaukt konkrētus ciparus, kas raksturotu to slēpotāju dinamiku, kuri ziemas priekus dodas baudīt uz ārvalstīm, izmantojot pašmāju tūrisma aģentūru pakalpojumus. Tomēr jau tagad ir skaidrs, ka šādu slēpotāju skaits ir samazinājies, bet pieaudzis to cilvēku skaits, kas paši vēlas plānot savu ceļojumu un rast ekonomiskākus risinājumus, nekā to spēj piedāvāt tūrfirmas. Pie šādas atziņas nonākuši visu aptaujāto tūrisma firmu pārstāvji.

Ludmila Glazunova

Gaida pēdējā brīža cenas

Tūrisma aģentūra "Gorbants" slēpošanas tūrisma biznesā darbojas jau daudzus gadus, īpaši koncentrējoties uz piedāvājumiem Alpos. Arī šogad interese par slēpošanu Austrijā, Francijā, Šveicē un Itālijā nav īpaši samazinājusies. Lai gan ceļojuma cena ir palielinājusies, cilvēki esot izprotoši un gatavi piemaksāt par servisu, teic "Gorbants" valdes locekle Aija Gorbante.

Tomēr ir vērojamas dažas jaunas tendences. Pirmkārt, cilvēki vairs nav gatavi ceļot uz Īzingu, kas iepriekšējos gads bija izplatīta parādība. Otrkārt, daudzi ir kļuvuši apdomīgāki un jau laikus sāk rezervēt ceļojumu. Treškārt, palielinājies arī to cilvēku skaits, kas gaida pēdējā brīža piedāvājumus. Īpaši izteikti šī parādība bija novērojama pirms Ziemassvētkiem un Jaunā gada, kad slēpotāji gaidīja "last minute" cenas. Taču tas ir aplam, uzskata A. Gorbante. Proti, neba tikai latvieši dodas slēpot, kalni vilina cilvēkus no visas Eiropas – pat ja kāda viesnīca istaba paliks brīva, tā netiks iztirtota Latvijā par zemāku cenu, bet gan piedāvāta citās valstīs. Par spīti globālajai ekonomiskajai krīzei, svētku laikā Alpos slēpotāju blīvums bijis tik liels, ka, tēlaini runājot, nav bijis, kur adatai nokrist.

Alpi – joprojām aktuālākie

Par spīti ekonomiskajai situācijai, slēpotāji izvēlas jau ierastos Alpus, kas tomēr ir visai dārgs prieks. Arī "Impro" slēpotāju grupu ceļojumu kuratore Dinija Vērmāne norāda, ka cilvēki vēl joprojām visvairāk izvēlas slēpošanu Alpos. Tikai tad, kad šajos kalnos sezona iet jau uz beigām, aktuālāki kļūst slēpošanas piedāvājumi Somijā.

"Impro" ir novērojies, ka šogad cilvēki kļuvuši taupīgāki. Vēl pērn aktīvākie slēpošanas fani uz kādu kalnu kūrortu ir devušies divas un pat trīs reizes sezonā, turpretī šogad cilvēki kļuvuši daudz apdomīgāki un, iespējams, aiz-

brauc tikai vienu reizi. Bet tādā gadījumā tik un tā netiek izvēlēts lētākais kūrorts – svarīgāki ir kalni, nevis finansiālais aspekts.

Palielinājies individuālo ceļotāju skaits

Gan A. Gorbante, gan D. Vērmāne uzsver, ka šogad ceļotāji ir kļuvuši izglītotāki un drošāki. Proti, aizvien palielinās individuālo ceļotāju skaits. Slēpotāji paši ir iemācījušies nopirkt aviobiļetes, internetā rezervēt viesnīcas un paši arī izvēlas ceļojuma maršrutu atbilstoši interesēm un finansiālajām iespējām. Būtiska priekšrocība šiem ceļojumiem ir ne tikai finansiālais aspekts, bet arī neatkarība, jo nelielai cilvēku grupai ir vienkāršāk rast kompromisu starp vēlmēm un reālajām iespējām.

Dažkārt gan individuālie ceļotāji vērsas pie tūrisma firmām pēc palīdzības, piemēram, aviobiļetes jau ir nopirkta vai arī atiecīgajā laikā posmā ielānāta brīvdienas, bet vēlāmajā reģionā nav iespējams atrast viesnīcu. Reizēm nepieciešama palīdzība maršruta plānošanā vai arī kāds vērtīgs padoms. Tā kā tūrisma firmas nav izziņu birojs vai labdarības organizācijas, tad, saprotams, par šiem pakalpojumiem tiek prasīta maksa. Tieši šī faktora dēļ nav iespējams precīzi noteikt, vai slēpotgribētāju skaits ir procentuāli samazinājies, vai arī tas palicis iepriekšējo gadu līmenī.

Individuāli taupa laiku

Individuālo slēpotāju braucienu galamērķi būtiski neatšķiras no grupu braucienu maršrutiem – tāpat visizplatītākā ir slēpošana Itālijas Alpos, Livinjo. Individuāli retāk izvēlas Francijas un Šveices kūrortus, jo tie ir dārgi. Tāpat vēl joprojām populārs ir tā dēvētais lētais gals – Tatri, kas vienmēr bijuši izplatīts galamērķis slēpotājiem – budžetniekiem, kas par savu vaļasprieku nevēlas maksāt vairāk kā pāris simtu latu un slēpot dodas ar savu auto vai mikroautobusu. Galvenās priekšrocības – salīdzinoši nelielais attālums no mājām, kas

samazina transporta izdevumus, un pievilcīgas cenas mītnēm un ēdināšanai. Ja Tatus vienmēr varēja dēvēt par individuālo slēpotāju galamērķi numur viens, tad tagad šīs pozīcijas vēl vairāk nostiprinās.

Izplatīti galamērķi individuālajiem slēpotājiem ir arī trases Zviedrijā un Somijā, taču šie reģioni nav tik populāri kā Alpu un Tatu kūrorti. Arī Norvēģija nav ļoti izplatīts slēpotāju galamērķis, jo nedēļu ilga uzturēšanās šajā Skandināvijas valstī noteikti izmaksā dārgāk nekā Alpos. Pirms militārā konflikta populāra bija arī Gruzija, taču šobrīd interese par šo reģionu ir būtiski samazinājusies.

Atkritis līdzskrējēji

"Ekonomiskās krīzes dēļ šogad slēpošana nav atlikta, bet izvēlējamies aizbraukt nevis uz divām nedēļām, bet tikai uz vienu. Brauksim paši ar savu mašīnu un šoreiz dosimies uz Dolomītiem, nevis Livinjo," teic ilgdēja slēpotāja un Livinjo kūrorta piekritēja žurnāliste Elita Veidemane. Tas liecina par tendenci, ka cilvēki taupa ne tikai naudu, bet arī laiku. Elita ir aprēķinājusi, ka finansiālā ziņā brauciens ar auto nesānāk ekonomiskāks, taču dod brīvību atšķirībā no grupu braucieniem. E. Veidemane zina stāstīt, ka daudzi kaislīgi slēpotāji, kas ik gadu devušies slēpot vismaz trīs reizes sezonā, šobrīd ir kļuvuši pieticīgāki un izvēlas vienu vai divus braucienus, taču vispār atteikties no slēpošanas priekiem nedomā. "Viena brauciena atlikšana jau ir pamatīga naudas taupīšana – individuālam ceļotājam viens brauciens uz kalniem izmaksā apmēram 1000 latu," spriež E. Veidemane, piebilstot, ka nākamajā sezonā slēpotāju skaits, visticamāk, varētu samazināties vēl vairāk. Bet šajā sezonā, iespējams, individuālo slēpotāju skaits pat palielināsies, taču tiks taupīts uz ēšanu dārgos restorānos, tiks pārdomāti papildu tērpiņi, kā arī slēpošanai izvēlēts īsāks laika posms. Samazināsies vien to cilvēku skaits, kas slēpot brauca nevis prieka pēc, bet gan sekojot modei. □

Eiropas Komisiju neapmierina brīvās pārvietošanās ierobežojumi dalībvalstīs

Eiropas Komisija secinājusi, ka Direktīvas 2004/38/EK par ES pilsoņu un viņu ģimenes locekļu tiesībām brīvi pārvietoties un uzturēties dalībvalstu teritorijā iekļaušana valstu tiesību aktos kopumā noris diezgan neapmierinoši.

Personu brīva pārvietošanās ir viena no iekšējā tirgus pamatbrīvībām, kas sniedz labumu ES pilsoņiem, dalībvalstīm un Eiropas ekonomikas konkurētspējai. Trūkumi, īstenojot ES tiesību aktus šajā jomā, varētu radīt situāciju, kad tiek pārkāpti principi, kas veido pašus Eiropas Savienības pamatus. Šā iemesla dēļ Komisija pastiprinās savus centienus, lai nodrošinātu, ka ES pilsoņi un viņu ģimenes locekļi efektīvi un pilnvērtīgi bauda tiesības,

kas viņiem pienākas saskaņā ar šo direktīvu.

Kāda ir situācija divarpus gadus pēc direktīvas pieņemšanas? Neviena dalībvalsts direktīvu nav iekļāvusi savos tiesību aktos rezultātīvi un pareizi visā tās kopumā. Nevienas dalībvalsts pantiem nav pārņemts efektīvi un pareizi visās dalībvalstīs.

Direktīvas iekļaušana valstu tiesību aktos kopumā ir diezgan neapmierinoša. Tikai Kipra, Grieķija, Somija, Portugāle, Malta, Luksemburga un Spānija ir pareizi pieņēmušas vairāk nekā 85% direktīvas noteikumu.

Savukārt Austrija, Dānija, Igaunija, Slovēnija un Slovēnija ir pareizi pieņēmušas mazāk nekā 60% direktīvas noteikumu.

Problēmas saistībā ar ES pilsoņu pamattiesību pastāvīgu pārkāpšanu galvenokārt attiecas uz:

- ģimenes locekļu no trešām valstīm ieceļošanas un uzturēšanās tiesībām (problēmas ar ieceļošanas vīzām vai robežas šķērsošanu, tādi ar uzturēšanās tiesībām saistīti nosacījumi, kas nav paredzēti direktīvā, un novēlota uzturēšanās atļauju izdošana) un

- prasībām, saskaņā ar kurām ES pilsoņiem kopā ar pieteikumu uzturēšanās atļaujas saņemšanai jāiesniedz papildu dokumenti, kas nav paredzēti direktīvā.

Dalībvalstis ir atbildīgas par to, ka tiek garantētas ES pilsoņu tiesības un viņi tiek informēti par savām tiesībām. □

Eiropas Savienības skolēni svešvalodas mācās no mazotnes

Eiropas Komisija nākusi klajā ar jaunu “Eurydice” pētījumu par valodu apguvi Eiropas skolās. Tas sniedz plašu pārskatu par valodu mācībām 31 valstī, kas iesaistījušās mūžizglītības programmā, dažādos vispārējās izglītības posmos. Pētījums, kurā izmantoti aptuveni 40 rādītāji, liecina, ka valodu mācību nozīme vispārējā izglītībā pieaug un svešvalodas arvien vairāk apgūst agrīnā vecumā.

Eiropas izglītības, apmācības, kultūras un jaunatnes lietu komisārs Jāns Figeļs teica: “Lai gan ir jūtami uzlabojumi, vēl ir gana darāmā, lai nodrošinātu visiem skolēniem divu svešvalodu apguves iespēju – šādu mērķi da-

lībvalstis sev noteica 2002. gadā.

Pētījuma gaitā tika secināts, ka visas valstis vēl nav nodrošinājušas vismaz divu svešvalodu apguvi no agrīna vecuma, bet pētījums liecina, ka lielākajā daļā valstu šāda iespēja jau pastāv vispārējā vidējā izglītībā.

Angļu valoda ir obligāta pirmā svešvaloda 13 Eiropas valstīs. Pat tad, ja ir izvēles iespēja, skolēni un vecāki biežāk priekšroku dod angļu valodai, kas pašlaik ir visvairāk mācītā valoda izglītības sākumposmā. Angļu valodu obligātajā izglītībā mācās 90% Eiropas skolēnu. Ja māca otru svešvalodu, parasti izvēlas franču vai vācu valodu. □

Jauna direktīva par daļlaika lietojuma tiesībām

Eiropas Parlaments apstiprinājis jaunus noteikumus, kas visā ES stiprinās patērētāju aizsardzību brīvdienu mītnu jautājumā – pārkot un tālākpārdodot daļlaika lietojuma tiesības vai līdzīgus brīvdienu produktus uz kruīza kuģiem, tūrisma kuģiem vai treileros, kā arī “brīvdienu atlaižu klubus”. Jaunās direktīvas mērķis ir vēl vairāk stiprināt patērētāju uzticēšanos daļlaika lietojuma tiesību nozarei, kuras vērtība pārsniedz 10,5 miljardus eiro, un tā nodrošina vairāk nekā 40 000 darbavietu visā Eiropas Savienībā. Direktīvas mērķis ir arī izbeigt negodīgu tirgotāju darbību, kas rada problēmas patērētājiem un grauj likumīgo uzņēmēju reputāciju.

Līdz šim ES noteikumi par daļlaika lietojuma tiesībām nodrošināja patērētājiem pamattiesības attiecībā uz informāciju, tiesības atteikties un pārdomāt, kā arī aizliegumu pieprasīt drošības iemaksu no patērētāja.

Jauni noteikumi paplašinās 1994. gada ES direktīvas par tiesībām uz laiku izmantot nekustamo īpašumu darbības jomu, lai tā aptvertu jaunus produktus, kas parādījušies tirgū — piemēram, brīvdienu atlaižu klubus

un “daļlaika lietojuma tiesībām līdzīgu” atpūtu uz kruīzu kuģiem, tūrisma kuģiem un treileros. Aizsardzība turpmāk attieksies arī uz citām svarīgām jomām, piemēram, daļlaika lietojuma tiesību tālākpārdošanu un maiņas klubiem. Jaunie noteikumi nodrošinās, ka patērētāji tiek vienlīdz labi aizsargāti visā ES, un radīs vienlīdzīgas konkurences apstākļus daļlaika lietojuma tiesību un dažu citu ar brīvdienām saistītu produktu tirgū.

Daļlaika lietojuma tiesības ir tiesības pavadīt laika posmu (piemēram, vienu vai vairākas nedēļas) brīvdienā īpašumā norādītos datumos trīs vai vairāk gadu laikposmā. Šādas brīvdienas mītnes ir ļoti populāras daudzās ES valstīs. Piemēram, Apvienotajā Karalistē, Zviedrijā, Vācijā, Itālijā un Spānijā ir ļoti liels skaits patērētāju, kas pērk daļlaika lietojuma tiesības brīvdienas mītnēm. Spānijā, Portugālē, Vācijā, Itālijā un Francijā ir nozīmīga vietējā mēroga daļlaika lietojuma tiesību nozare. Tādās valstīs kā Čehijā, Ungārijā un Polijā palielinās to patērētāju skaits, kas pērk daļlaika lietojuma tiesības brīvdienām. □

Darbspēka brīva pārvietošanās pozitīvi ietekmē ekonomiku

Eiropas Komisija savā ziņojumā apstiprinājusi, ka darbspēka mobilitāte no valstīm, kas pievienojušās Eiropas Savienībai 2004. un 2007. gadā, ir pozitīvi ietekmējusi dalībvalstu ekonomiku un nav izraisījusi nopietnus traucējumus viņu pašu darba tirgos.

Vienlaikus ir maz pierādījumu, ka darbinieki no jaunajām dalībvalstīm būtu ievērojami aizstājuši vietējos darbiniekus vai izraisījuši viņu algas nopietnu samazinājumu, pat tajās valstīs ne, kurās ieceļošana bijusi visizteiktākā, lai gan tur atsevišķās jomās bijušas īslaicīgas problēmas, kas saistītas ar pielāgošanos.

Ņemot vērā pašreizējās norises ekonomikā, šķiet, ka iespējamais darbspēka pieprasījuma kritums varētu samazināt darbspēka plūsmas Eiropas Savienībā. Ekonomikas izaugsmes palēnināšanās pēdējā laikā dažās valstīs jau radījusi situāciju, ka jaundibināto uzņēmumu kļūvis ievērojami mazāk un paralēli pastiprinās reemigrācija.

“Tiesības strādāt citā valstī ir ES iedzīvotāju pamatbrīvība. Mobilais darbspēks dodas turp, kur ir darbs, un tas nāk par labu ekonomikai,” sacīja nodarbinātības, sociālo lietu un iespēju vienlīdzības komisārs Vladimirs Špidla. “Ņemot vērā ziņojumā ietvertos pierādījumus, aicinu dalībvalstis apsvērt, vai brīvās pārvietošanās pagaidu ierobežojumi vēl aizvien ir vajadzīgi. Ja tagad atceltu ierobežojumus, tam būtu ne vien ekonomiska nozīme, bet varētu arī labāk risināt tādas problēmas kā nedeklarēts darbs un fiktīva pašnodarbinātība,” piebilda komisārs. □

Eiropas Tūrisma forumā – balva Rēzeknes rajonam

No.17. līdz 19. septembrim Francijas pilsētā Bordo risinājās 7. Eiropas Tūrisma forums, kura ietvaros tika apbalvoti konkursa "EDEN 2008" uzvarētāji – izcilākie 2008. gada Eiropas tūrisma galamērķi. Šī gada konkursa tēma bija "Tūrisms un nemateriālais mantojums".

No Latvijas balvu saņēma Rēzeknes rajons, kurš konkursā startēja ar projektu "Latgales podnieki – māla pavēlnieki". Pirms tam Rēzeknes rajona projekts uzvarēja "EDEN Latvija" konkursā, ko rīkoja Eiropas Komisija, LR Ekonomikas ministrija un Tūrisma attīstības valsts aģentūra (TAVA).

Rēzekniešu un arī visas Latgales un Latvijas vārdā balvu no Eiropas Komisijas viceprezidenta Gintera Ferhoigena saņēma TAVA Latgales reģionālā biroja vadītāja Inga Vonoga. Ceremonijā piedalījās arī LR Ekonomikas ministrijas valsts sekretāra vietniece Zaiga Liepiņa un TAVA direktors Uldis Vitoliņš.

Eiropas Tūrisma forumā piedalījās arī Eiropas Parlamenta deputāts un Eiropas Parlamenta Transporta un tūrisma komitejas (EP TRAN) loceklis Aldis Kušķis. Apsveicot Rēzeknes puses ļaudis ar uzvaru, kas apliecina Latgales tūrisma izcilību, viņš atzīmēja, ka Eiropas Komisijai būtu jāveic dažādas papildu aktivitātes, kā arī jāpalielina savs budžets šādu EDEN konkursā augsti novērtēto galamērķu reklamēšanai. "Eiropa nav tikai Parīze un Londona, finansējums jāvirza uz jaunajām dalībvalstīm," – tāda ir A. Kušķa pozīcija.

Eiropas Komisija sola plašāk popularizēt minētos galamērķus, lai vairāk uzsvērtu reģionu savdabību, to tradīcijas, ierāžas, garīgo mantojumu, virtuvi un tautas daiļamatniecību. Visu izvirzīto galamērķu pārstāvji tika aicināti 7. oktobrī piedalīties Eiropas Tūrisma dienā, kas notika Briselē, Eiropas Reģionu un pilsētu nedēļas ietvaros.

EDEN projekta mērķis ir pievērst uzmanību Eiropas topošajiem jeb potenciālajiem tūristu galamērķiem, to vērtībām, daudzveidībai, kā arī popularizēt tās vietas, kurās tūrisma attīstība noris saskaņā ar ilgtspējīgas attīstības principiem.

"Rēzeknes rajonam šī bija iespēja prezentēt sevi Eiropas sabiedrībai un popularizēt podniecības tradīcijas, kuru iepazīšana var tikt attīstīta kā kultūras tūrisma veids un kas spēj piesaistīt gan vietējos, gan ārvalstu tūristus," atzīmēja Armands Muižnieks, "EDEN Latvija" projekta vadītājs.

Atgādinām, ka Latvija EDEN konkursā piedalās otro reizi. Arī pērn Latvijas projekts, kuru prezentēja Kuldīgas pilsēta, ierindojās Eiropas labāko desmitniekā. □

Armands Muižnieks,
"EDEN Latvija" projekta vadītājs

Tūristu galamērķa pareizai attīstībai ir liela nozīme reģionālā tūrisma izaugsmē un tā nodrošina iespēju virzīt tūristu plūsmu uz reģioniem. To apzinoties, Eiropas Komisijas Rūpniecības un uzņēmējdarbības ģenerāldirektorāts sadarbībā ar nacionālajām tūrisma organizācijām 2007. gadā uzsāka īstenot projektu "Eiropas izcilākie tūristu galamērķi" (European Destinations of Excellence, EDEN).

2008. gada decembrī, lai popularizētu projekta rezultātus un izcilākos ES valstu tūristu galamērķus, tika atklāta mājaslapa www.edenineurope.eu, kuras popularizēšana, vienlaikus informējot par labākajiem piemēriem, ir viens no EK Tūrisma nodaļas un labāko tūristu galamērķu 2009. gada uzdevumiem.

Ne vienmēr tūristu galamērķi, kuri atrodas ekonomiski aktīvās pilsētās vai reģionos, attīstās ilgtspējīgi. Ne vienmēr ieguldītie finanšu un citi resursi sniedz gaidīto rezultātu, proti, ilgtspējīgas attīstības rezultātu. Lai nodrošinātu ilgtspējīgu attīstību, ekonomiskais aspekts ir tikai viena no komponentēm, tikpat svarīgi ir arī sociālie un ekoloģiskie aspekti.

Tūristu galamērķa attīstībai nepietiek tikai ar tūrisma resursiem. Ir jābūt atbilstoši plānošanas dokumentiem, jābūt nozarē iesaistīto uzņēmumu un organizāciju, pašvaldības un iedzīvotāju sadarbībai un izpratnei. Tūrisma nozarē strādājošiem ir jābūt izglītotiem un profesionāliem savā jomā.

Ilgtspējīga tūrisma attīstība balstās uz vietējo resursu un faktoru izmantošanu. Attīstība tiek virzīta tā, lai mazinātu tūrisma sezonālītātes negatīvās sekas utt.

EDEN sniedz iespēju tiem tūristu galamērķiem, kuri savā attīstībā ievēro iepriekš minēto, bet kuriem pietrūkst resursu, lai šo vietu popularizētu un reklamētu.

LR Ekonomikas ministrija un Tūrisma attīstības valsts aģentūra, pievienojoties EK aicinājumam, nākotnē pievērsīs lielāku uzmanību visu EDEN projektā pieteikto tūristu galamērķu popularizēšanai.

Lai veicinātu reģionāla tūrisma daudzveidību, katru gadu EDEN konkursam būs sava devīze (tēma). 2007. gadā EDEN tēma bija "Potenciālie lauku tūrisma galamērķi", un tajā Latviju pārstāvēja Kuldīga, kas spēja ierindoties labāko desmitniekā. Savukārt pašu mājās Kuldīga tika atzīta par labāko starp 11 citām Latvijas tūrisma vietām. Toreizējais Kuldīgas mērs Edgars Zalāns Eiropas Tūrisma forumā Portugālē EDEN uzvarētāju apbalvošanas ceremonijā teica ļoti emocionālu runu, kas daudziem foruma dalībniekiem palika atmiņā, un, kā pēc tam izteicās ne viens vien, viņi agrāk

vai vēlāk meklēšot iespēju apmeklēt šo brīnišķīgo Latvijas pilsētu.

Savukārt projekts "Latgales podnieki – māla pavēlnieki" tika atzīts par atbilstošāko 2008. gada tēmai "Tūrisms un nemateriālais mantojums". Amatniecības tradīcijas ir neatņemams tūristu galamērķa resurss, kas vienu piesaistē var tikt izmantots cauru gadu. Neviens nominācija, neviens zīmols, neviena balva negarantē rezultātus, ja paši pašvaldības, tūristu objekta vai tūrisma vietas iedzīvotāji par tiem nerunās un tos neizmanto. Šeit nu īsti vietā ir latviešu sakāmvārds "Katrs pats ir savas laimes kalējs".

2009. gada februārī tiks izsludināts jauns "EDEN Latvija" projekta konkurss. Šoreiz tā tēma būs "Tūrisms un aizsargājamās dabas teritorijas". □

Eiropas izcilākie tūristu galamērķi

2007. gads. "Potenciālie lauku tūrisma galamērķi"

- Pilahtāles ieleja (Pielachtal; Austrija)
- Durbuī (Durbuy; Beļģija)
- Sveti Martina pie Mūras (Sveti Martin na Muri; Horvātija)
- Trodosa (Troodos; Kipra)
- Florina (Grieķija)
- Ērsēgas novads (Őrség; Ungārija)
- Klonakīti apgabals (Clonakilty District; Īrija)
- Specchia (Itālija)
- Kuldīga (Latvija)
- Nadura (Nadur; Malta)

2008. gads. "Tūrisms un nemateriālais mantojums"

- Štirijas vulkāniskais apgabals (Steirisches Vulkanland; Austrija)
- Ata (Ath; Beļģija)
- Belogradčika (Belogradchik; Bulgārija)
- Durdevaka (Đurđevac; Horvātija)
- Agrosa (Agros; Kipra)
- Vilande (Viljandi; Igaunija)
- Kuhmo-Suomussalmi jeb Pirmatnējā taiga (Wild Taiga; Somija)
- Juras vīna ceļš (Route des vins du Jura; Francija)
- Grevena (Grieķija)
- Hortobágy (Hortobágy; Ungārija)
- Karlingforda un Kūli pussala (Carlingford and the Cooley Peninsula; Īrija)
- Korinaldo (Corinaldo; Itālija)
- Rēzeknes rajons (Latvija)
- Platelji (Platelai; Lietuva)
- Ehternaha (Echternach; Luksemburga)
- Kercema (Kercem; Malta)
- Horezu ieleja (Horezu Depression; Rumānija)
- Soča ieleja (Soča Valley; Slovēnija)
- Sierra de las Nieves (Spānija)
- Edirne (Turcija)

Komerctransports tūrismā

Guntis Dembovskis

Tūrisma nozares ciešā saistība ar dažāda veida kravas un pasažieru pārvadājumiem rada nepieciešamību pēc universāla un praktiska auto. Tūrisma nozarei izmantojamā transporta klāsts ir ļoti plašs, bet pamatā to var iedalīt trijās grupās.

Kompaktie kravas furgoni

Šīs klases auto tautā ir plašāk pazīstami ar nosaukumu "bulku vāģi", un tie būtu iekļaujami komerctransporta segmentā. Šie automobiļi ir paredzēti galvenokārt dažādu kravu pārvadāšanai, tomēr ir pieejamas arī pasažieru versijas ar viegli transformējamu salonu. Galvenās priekšrocības – paaugstināta ietilpība un kravnesība. Šāda tipa auto būs īstais palīgs, ja bieži nākas pārvadāt neliela izmēra kravas un šad tad arī pa kādam pasažierim. Pasažieru versijās tas nesniedzās līdz busiņa vai mikroautobusa komfortam, tomēr piedāvā lielākas iespējas tieši kravas pārvadājumu ziņā. Šajā segmentā sevi lieliski pierādījuši francūži: *Peugeot Partner*, *Citroën Berlingo*, *Citroën Nemo*, *Renault Kangoo*, itāļi: *Fiat Fiorino* un



VW Caddy Maxi



Renault Kangoo

Fiat Doblo, kā arī *Ford Transit Connect*, *Opel Combo* un *Škoda Praktik*. VW Caddy piedāvā lielisku komfortu savienojumā ar elegantu dizainu. Pagarinātajā *Maxi* versijā (+47 cm) tas šobrīd ir vienīgais šāda tipa auto šajā segmentā, jo spēj piedāvāt divas aiz mugurējās sēdekļu rindas un vēl gana vietas arī kravai. Būtībā tas atrodas pa vidu starp kravas furgonu un busiņu un tādējādi vērtējams kā lielisks risinājums gan pasažieru, gan kravu pārvadāšanai.

Miniveni

Šādi auto ir ideāli piemēroti tieši mazajiem lauku tūrisma uzņēmumiem: ikdienā to var izmantot kā komfortablu ģimenes auto personiskajām vajadzībām, bet nepieciešamības gadījumā iegūt arī plašāku kravu telpu lai atvestu produktus. Dažiem modeļiem var izmantot arī



Pateicoties unikālajai Flex7 sēdekļu sistēmai, Opel Zafira nepieciešamības gadījumā iegūst vairāk vietas kravai vai divas papildu sēdvietas pasažieriem

aizmugurējos papildu sēdekļus, tādējādi iegūstot septiņvietīgu auto. Tas ļauj divu auto vietā iztikt ar vienu – tiesa, ar nelielām neērtībām.

Parasti šādi auto ir aprīkoti ar viegli transformējamu salonu, kas ļauj to ātri un ērti pielāgot arī kravu pārvadāšanai. Tādējādi šis auto ir lielisks sabiedrotais, lai aizvizinātu viesus līdz lidostai vai vecpilsētai, taču vajadzības gadījumā tas pārtop arī par pārsteidzoši ietilpīgu kravas furgonu.

Lielisks piemērs ir *Opel Zafira*. Pateicoties unikālajai Flex7 sēdekļu sistēmai, nepieciešamības gadījumā iespējams iegūt vai nu vairāk vietas kravai vai divas papildu sēdvietas pasažieriem. Šis auto gan nebūs paredzēts biežai kravu pārvadāšanai, jo regulāra piekraušana un izkraušana var krietni vien apbružāt salona apdari, par ko īsta komerctransporta gadījumā nebūtu jāsatraucas. Tomēr neliela viesu nama vajadzībām tas kalpos lieliski.



Opel Zafira

Pasažieriem ļoti draudzīgs ir arī *VW Sharan*, kuru iespējams aprīkot pat ar septiņām sēdvietām. Priekšējos sēdekļus iespējams apgriezt ap savu asi par 180 grādiem, bet izņemot otrās rindas sēdekļus, iegūt 2,03 metrus garu kravu telpu.

Ir arī lielāki miniveni ar plašāku salonu, taču tie būs mazāk ekonomiski, kaut arī to izmēri nav pārāk lieli, lai to manevrētpēja šaurajās pilsētās ielās būtu ierobežota.

Šajā grupā lielisks piedāvājums ir *Mercedes Vito*, *Mercedes Viano*, *Fiat Scudo*, *Peugeot Expert*, *Citroën Jumpy*, *Hyundai H1*, *Toyota Hiace*, *Renault Crafter*, kā arī *VW Transporter*, *VW Caravelle* un *VW Multivan*.



Fiat Scudo

Mikroautobusi

Šī būs īstā izvēle uzņēmumiem, kuru darbības sfēra ir pasažieru transports vai nelieli tūrisma izbraucieni. Šādas klases mikroautobusus iespējams aprīkot pat ar 20 sēdvietām. Zīmīgākais šīs klases pārstāvis noteikti būs *Mercedes-Benz Sprinter*.



Mercedes-Benz Sprinter

Tomēr šāda tipa mikroautobusiem ir arī kāds mīnuss. To saloni nav paredzēti biežai un ātrai transformēšanai, jo sēdekļi ir grūti izņemami. Tādēļ laikus nāksies padomāt par to, kādam nolūkam šis auto ir domāts un cik vietas būs nepieciešamas, – varbūt atstāt pēdējo krēslu rindu tukšu, lai nepieciešamības gadījumā būtu kur novietot, piemēram, bagāžu. □



Atklājiet Opel Insignia

Auto, kas ir soli priekšā laikam



www.adamauto.lv

Rīga
Krasta iela 66
Tālr.: 6 707 8000
Fakss: 6 707 8010
riga@adamauto.lv

Liepāja
Brīvības 146b
Tālr.: 6 348 3930
Fakss: 6 348 3929
liepaja@adamauto.lv

Ventspils
Zvaigžņu iela 15
Tālr.: 6 360 7755
Fakss: 6 360 7754
ventspils@adamauto.lv

Adam Auto

UZTICAMS SERVISS

Izlasīt pilsētu

Kad domājam par pilsētām, prātā nāk to ielas, laukumi, ēkas. Orientēties pilsētā palīdz ielu nosaukumu un namu numuru plāksnītes. Parasti tās saistām ar adresi. Taču ir pilsētas, kuru tēvi spējuši paskatīties tālāk un pārvērtuši šīs plāksnītes par lielisku un informatīvu, allaž pieejamu uzziņu avotu ne tikai tūristiem, bet arī pašmāju ļaudīm.

Inta Rozenvalde

Ielas nosaukuma plāksne vai kaut kas vairāk

Patiešām, vai katrs rīdzinieks zina, kāpēc iela, kurā viņš dzīvo, saucas Biežiņa, Melngaiļa, Sadovņikova, Glika, Hāmaņa, Tomsona, Olava vārdā? Vai Jersikas, Beverīnas, Tālavas vārdā? Vai arī Tālivalža un Rūsiņa, tāpat Vesetas, Susējas, Lenču un Skrudalienas vārdā?

Parīzes iedzīvotājiem un viesiem šāds jautājums neradīsies. Ikvienam, kam gadās nokļūt, piemēram, *Jane Evrard* laukumā, kas atrodas pilsētas 16. iecirknī, tieši no ielas nosaukuma plāksnītes uzzinās, ka laukums nodēvēts par godu pirmajai sievietei – orķestra diriģentei. Vēl plašāka informācija par cilvēkiem, kuru vārdā nosauktas pilsētas ielas, pieejama hamburgiešiem un viņu viesiem – piemēram, par Viliju Brantu ielas nosaukuma plāksne vēsta

gan to, kad viņš dzīvojis, gan to, ka bijis Rietumvācijas kanclers, ārlietu ministrs, Nobela miera prēmijas laureāts un Berlīnes birģermeistars. Gandrīz katrā Holandes pilsētā ir iela, kas nosaukta Franklina Rūzvelta vārdā. Ģentes iedzīvotāji nevaicās, kas viņš tāds bijis, – par to informē ielas nosaukuma plāksne: ASV prezidents, dzīvojis no 1882. līdz 1945. gadam.

Ielu nosaukuma plāksnes ir tikai viena no iespējām, kā tūristiem "izlasīt" un daudzpusīgi iepazīt pilsētu, iztiekot bez ceļvežu un citas tūristiem domātās iespiedprodukcijas palīdzības. Ceļveži, dažnedažādi bukleti, kartes u. tml., protams, ir ļoti noderīgs uzziņu avots, un lielākā daļa tūristu nevar pat iedomāties, ka ceļojumā varētu bez tiem iztikt. Savukārt otrai daļai šie palīgi diez ko vis nepatīk, viņiem šķiet, ka ceļvežu sausā un pagērošā (*have to see*) informācija, kas viszinīgi norāda, ko tad visiem un noteikti noteikti būtu jāapmeklē, kas mudina lēkšiem vien apskriet

ievērojamos galamērķus, uz kuriem tādā pašā tempā pa tām pašām vietām traucas daudzas grupas un individuālie tūristi. Zūd personiskais pārdzīvojums, intimitāte, ir grūti vietu izbaudīt. Turklāt neatstāj sajūta, ka ārpus šiem obligāti apmekļjamiem objektiem paliek kaut kas tikpat svarīgs, personisks, uzrunājošs, bet nesadzirdēts.

Sekojojot vārdes pēdīnām, notīm un sarkanai līnijai

Šai tūristu daļai talkā nāk vides informācija, kuras daudzās lielajās (un arī ne tik lielās) pasaules pilsētās un tūristu galamērķos ir krietni vairāk nekā Rīgā. Ielu nosaukuma plāksnītes jau tika minētas. Pilsētu izlasīt palīdz arī piemiņas (memoriālās) plāksnes pie ēku sienām, dažādi informatīvie stendi vai plāksnes, arī uzraksti un simbolika uz ēku fasādēm, piemiņekļi un klātesošā informācija par tiem. Lai atrastu informatīvās zīmes, visbiežāk jāskatās



1. Dublina. Ielas segumā iestrādāta memoriālā plāksne
2. Parīze. Ielas nosaukuma plāksne
3. Hamburga. Pie nozīmīgajiem pilsētas objektiem izvietotās unificētās informatīvās plāksnes ar intensīvi ekspluatēto pilsētas simbolu – ūdensnesēju
4. Hamelna. Informatīvās sistēmas elements vecpilsētas ielā



5. Kvakenbrika. Tūrists, sekojot ietves segumā iestrādātajām vārdes pēdiņām, bez grūtībām iepazīsies ar pilsētiņas ievēribas cienīgajiem objektiem

6. Parīze. Ēkas sienā iestrādātais uzraksts informē par būves autoriem un uzcelšanas gadu

7. Ģente. Rūzvelta ielas nosaukuma plāksne

8. Hamburga. Vilija Branta ielas nosaukuma plāksnes fragments



uz augšu, taču nereti informācija atrodama arī uz trotuāra, ielas seguma plāksnēm, dažkārt tā iekalta bruģī. Polijā Ščecinas centru palīdz izstaigāt un iepazīt 7 km garais Sarkanais ceļš – sarkana pārtraukta līnija uz trotuāra, kas ved garām 42 pilsētas nozīmīgākajiem apskates objektiem, pie katra no tiem novietota plāksne ar atbilstošu numuru un izmērošu informāciju poļu, vācu un angļu valodā. Vācijas pilsētas līdzīgus maršrutus iezīmē dažādi: ir redzētas akmens mozaikā veidotas vārdes pēdiņas un pie nozīmīgajiem objektiem pati vardīte (Kvakenbrika); arī bērnu pēdas nospiedumi ar visu autogrāfu; citviet tā ir vienkārša punktēta līnija. Latvijā pozitīvi un oriģināli izceļas Liepāja ar savu maršrutu “Kā pa notīm”, par kuru ne vienu reizi vien rakstīts arī “Tūrisma”.

Informācija virs galvas un zem kājām

Parīzē un Briselē ēku fasādēs bieži var lasīt iestrādātu arhitekta un būvinženiera vārdu. Dublinā daudz informācijas var iegūt no metāla plāksnēm, kas iestrādātas ielu segumā: tā prāva bronzas plāksne uz trotuāra vēstī, ka 1916. gadā šajā vietā britu karavīri nāvīgi ievainojuši 15 gadus veco Šonu Hiliju, citviet, pie Puspēnija tilta, uz bronzas plāksnes bruģī lasām, ka te savu precī andeļējis savulaik populārais ielu tirgotājs Hektors Grejs. Hamburgā labi pamanāmas (melni burti uz gaiša fona sarkanā ietvarā) ir norādes kas vēsta par

notikumiem, kas risinājušies kādā ēkā vai tās tuvākā apkaimē. Maincā tādu pašu funkciju veic lielas stikla plāksnes. Parīzē pie visiem ievēribas cienīgiem objektiem izvietoti vienāda šablona vairogveida stendi, kuros atrodama samērā detalizēta informācija (žel gan, ka tā pieejama vienīgi franču valodā).

Tomēr visinteresantākā un arī visoriģinālākā tūristiem domātā vides informācija, kuru nācies redzēt, ir t. s. Vēzeres renesanses pilsētā Hamelnā (Vācija), kuru pasaulē slavenu padarījis brašais stabulētājs, kurš atbrīvojis pilsētu no žurkām. Pilsētas vēsturiskajā centrā abos ielu galos izvietoti stendi ar ielas shēmu, kurā iezīmēti un numurēti svarīgākie šīs ielas objekti. Pie konkrētā objekta izvietota shēma ar šī objekta atrašanās vietu ielas plānā un detalizēts objekta apraksts. Ikviens tūrists bez ceļveža un gida palīdzības jebkurā diennakts laikā var iziet šo maršrutu un brīvā dabā patstāvīgi iepazīties ar informāciju par pilsētas nozīmīgākajiem objektiem. Tūristiem ļoti draudzīga vide!

Vai Rīga paliks “mēma”?

Rīga salīdzinājumā ar daudzām šeit pieminētajām pilsētām ir “mēma”, ja runājam par vides informācijas pieejamību. Pat viselementārākās norādes, proti, virzienu rādītāji ir parādījušies pavisam nesen. Mazrunīgās ir ielu nosaukumu plāksnes. Tiesa, pie namu

fasādēm ir samērā daudz piemiņas plāksņu, daudzas no tām ir interesantas mākslinieciskā ziņā. Vēra ņemama ir to tematiskā daudzveidība: plāksnes informē par cilvēkiem, kas šajās ēkās piedzimuši, dzīvojuši, strādājuši, tās cēlušī. Reizēm pietrūkst stingrās organizējošās noteiktības, kas raksturīgas Lielbritānijas t. s. zilajām plāksnēm, taču, ja šo nosacījumu izpildītu, droši vien ciestu mākslinieciskā puse, ar ko mēs pamatoti lepojamies. Galvenais trūkums ir cits – šādu plāksņu tomēr ir krietni par maz. Nepastāvot noformējuma vienotībai, nav arī skaidri plāksņu parādīšanās principi: kas tās iniciē? Kāda struktūra, kas pastāv pie Rīgas domes vai Kultūras ministrijas? Privātpersonas? Uzņēmumi? Kas šīs iniciatīvas realizē un finansē? Ciktāl stiepijas TAVA un citu ar tūrisma saistīto struktūru atbildība un iniciatīva šajā jomā? Kurš vispār ir atbildīgs par to, lai Rīgas mākslinieciskā, arhitektoniskā, vēsturiskā, cilvēciski nozīmīgā vide kļūtu tūristiem (un arī pašiem pilsētniekiem) informatīvi tuvāka, “runīgāka”, vidē izlasāmāka? Lai cilvēki vairāk informācijas iegūtu pie pašiem objektiem, nevis būtu pilnībā atkarīgi no drukātiem tekstiem.

Skaidrs, ka šobrīd rokas ir sasējusī ekonomiskā krīze. Bet prāts jau nav ierobežots. Kas liedz šobrīd kalt plānus, ģenerēt idejas, lai tad, kad laiki būs nedaudz labāki, ar pilnu sparu mesties pie to īstenošanas. □

Dārgākie Latvijas viesnīcu numuri

Lai arī jaunas viesnīcas parādās diezgan regulāri, prestižākie numuri gadu no gada paliek gandrīz vieni un tie paši.

Santa Biezā

“Jaunais vilnis” izceļ “Baltic Beach Hotel”

Aptaujājot Latvijas viesnīcas, “Tūrisms” noskaidroja: dārgākais ir Jūrmalas “Baltic Beach Hotel” prezidenta numurs. Tā cena festivāla “Jaunais vilnis” laikā sasniedza pat 1200 latus par diennakti, lai gan vasaras sezonā pamatcena ir 870 lati. Par spīti augstajai cenai, numurs esot pietiekami noslogots. Pēc viesnīcas reklāmas un mārketinga speciālistes Kristīnes Aizpures vārdiem, prezidenta numuru diezgan bieži izmanto arī vietējie iedzīvotāji dažādu svinību rīkošanai, pat valsts prezidents šeit esot rīkojis pieņemšanas. Numurs ir izmantots arī dažādu televīzijas pārraižu un reklāmu filmēšanai. Tur nakšņojušas daudzas dažāda ranga zvaigznes un mākslinieki, tostarp festivāla “Jaunais vilnis” goda viesņa Alla Pugačova, viens no festivāla organizatoriem Igors Kru-tojs, kā arī liela daļa Krievijas estrādes māksliniekiem, kuri uzstājušies Dzintaru koncertzālē. Lielā mērā tas saistīts gan ar viesnīcas labo servisu, gan ar praktiski neesošo luksusa numuru konkurenci Jūrmalā. Atgādinām, ka šī gada jūlijā laikrakstā “Dienas bizness” tika publicēta informācija, ka festivāla “Jaunais vilnis” rīkotāji vēlas Jūrmalā būvēt jaunu viesnīcu, jo šobrīd esošās nevar nodrošināt pietiekamu skaitu luksusa numuru, tomēr sīkāka informācija par to, vai tāda patiešām taps, nav pieejama.

Jaunpienācējs – “Royal Square”

Cenas ziņā otrajā vietā ierindojies jaunpienācējs – februārī atklātās viesnīcas “Royal Square Hotel & Suites” prezidenta numurs diennaktī izmaksās 848 latus.

Šī viesnīca šobrīd ir viens no retajiem stila hoteliem Latvijā, kas bez lieliska servisa piedāvā arī īpaši veidotu telpu vizuālo noformējumu, kurā iekļautas arī pasaulslavenā dizainera Roberto Kavalli mēbeles, persiešu paklāji, kā arī daļā numuru ir pieejams kamīns. Viesnīcas luksusa numuru izmanto gan vietējie iedzīvotāji – viesu, darījumu partneru izmitināšanai, gan ārzemju ciemiņi. Interesanti, ka viesnīcu ir iecienījuši viesi no Skandināvijas valstīm, it īpaši no Norvēģijas, jo viņiem cenas joprojām šķiet zemas šāda līmeņa servisam.

Veterāniem klientu netrūkst

Nedaudz mazāka cena ir “Radisson SAS Daugava” prezidenta numuram – 689 lati par diennakti. Šajā numurā regulāri tiek izmitināti dažādu valstu vadītāji un augstas amatpersonas. Šeit savas viertes laikā Latvijā nakšņoja arī ASV prezidents Džordžs Bušs. “Radisson SAS Daugava” ir viena no pirmajām piec-zvaigžņu viesnīcām Rīgā, tā ir daļa starptautiska viesnīcu tīkla, kura sniegtais serviss ir iegū-



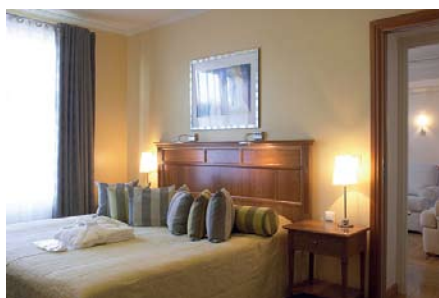
Radisson SAS Daugava



Baltic Beach Hotel



Viesnīca “Rīga” 1935. gadā



Reval Hotel Rīdzene



Viesnīca “Rīga”

vis klientu uzticību. Lielā numuru skaita dēļ tā ir piemērota lielāku viesu grupu izmitināšanai.

Par vienu no prestižākajām viesnīcām tiek uzskatīta arī “Reval Hotel Rīdzene”, tās prezidenta numura cena ir no 650 latiem par diennakti. Viesnīcas mārketinga menedžere Aiga Smilgzieda stāsta, ka prezidenta numura viesu saraksts ir konfidenciāla informācija, tomēr atklāj, ka numuru reizēm mēdz lietot arī vietējie, piemēram, jaunlaulātie, un ka tā noslodzē sezonālitate nav jūtama. Spriežot pēc presē publicētās informācijas, prezidenta numurā savulaik ticis izmitināts Krievijas patriarhs Aleksijs II, Maskavas mērs Jurijs Lužkovs u.c.

Nākotnes prognozes

Aptaujātie viesnīcu pārstāvji par luksusa numuru noslogotību nesūdzējās, lai arī precīzus ciparus nenosauca. Par strauju luksusa numuru pieprasījuma kritumu runāt nevar – to pieprasījums ir salīdzinoši konstants un cilvēku loks, kas to izmanto, ir šaurs. Nedaudz to varētu ietekmēt vietējo iedzīvotāju un uzņēmēju maksātspējas kritums, kas sev un saaviem ārzemju viesiem varētu sākt izvēlēties lētākus variantus. Jāatzīmē arī tas, ka saskaņā ar LR Centrālās statistikas pārvaldes datiem 2007. gadā 40% viesnīcu klientu bija vietējie iedzīvotāji. □



Dikļu pils ekskluzivitāte laukos

Inguna Dukure

Dikļu pilī šis ir pārmaiņu laiks. Un ne tikai tāpēc, ka valstī ir krīze un jāmeklē jauni risinājumi, bet arī tāpēc, ka pēdējos gados ir uzsākta mērķtiecīga pils darbības paplašināšana un pārstrukturēšana.

Attīstības progresu apliecina skaitļi – 2007. gadā apgrozījums ir pieaudzis par 42% salīdzinājumā ar 2006. gadu; tika plānots, ka 2008. un 2009. gadā apgrozījumam vajadzētu pieaugt par 20%, un nu jau droši var teikt, ka šī gada prognozes apstiprināsies, bet pašreizējos ekonomiskās krīzes apstākļos plānot nākamā gada attīstību nav iespējams.

Individuāls piedāvājums plašai sabiedrībai

Viens no Dikļu pils darbības veiksmes pamatakmējiem ir saskaņota pils īpašnieka, vadītāja un personāla darbība – par to ir pārlicināts gan pils īpašnieks Egons Mednis, gan pils direktore Ineta Litte.

Līdztekus jau ierastajiem pakalpojumiem – kāzu, banketu, semināru rīkošana – mērķtiecīgi tiek strādāts pie pakalpojumu klāsta paplašināšanas, īpaši akcentējot piedāvājumu individuālajiem klientiem. Dikļu pils SPA programmas, organizētas atpūtas piedāvājumi nedēļas nogalēs – tā tiek meklēti gan viesnīcas noslogotības, gan tūrisma plūsmas sezonālītātes risinājumi.

Problēma, ar ko bieži saskaras viesu namu un viesnīcu saimnieki, ir nelielā kapacitātē, kas būtiski samazina konkurētspēju lielu pasākumu organizēšanā. Muižas klēts renovācijas rezultātā Dikļu pils viesnīcas ietilpība ir palielināta par 16 vietām (no 64 uz 80). Tas ļauj vienlaikus uzņemt un nodrošināt ar standartiem atbilstošām naktsmītnēm lielāku viesu skaitu. Ieguvums projekta rezultātā ir arī daudzfunkcionāla zāle (līdz pat 150 vietām) papildus jau esošajai pils zālei.

Kā uzsvēr pils direktore, par peļņu ir jādomā, taču nedrīkst aizmirst par pasākumiem, kas veido uzņēmuma publisko tēlu, tāpēc tiek domāts par piedāvājumu arī plašam apmeklētāju lokam. Tā, piemēram, ir izveidojusies

veiksmīga sadarbība ar Valmieras teātri, un, kā var prognozēt pēc pirmās izrādes, tā varētu gūt plašu sabiedrības atsaucību. Ziemassvētku laikā tiek organizēti pasākumi bērniem.

Uz jautājumu par šo pasākumu rentabilitāti, atbilde ir skaidra un nepārprotama: “Protams, tie nenes peļņu, bet mums ir svarīgi darīt zināmu sabiedrībai, ka mūsu pils nav paredzēta kādam īpaši izredzētam sabiedrības slānim, bet tā ir atvērta katram interesentam, kurš ir gatavs maksāt par pakalpojumu tik, cik tas maksā. Un nav svarīgi, vai runa ir par tasi kafijas pils restorānā, par izstādes apmeklējumu jaunatvērtajā zālē vai par pakalpojumu, kas ir ietverts mūsu regulārajā piedāvājumā.”

Lauku vides skarbums

Jārēķinās, ka veiksmīgu uzņēmējdarbību laukos mēdz ietekmēt arī no uzņēmēja neatkarīgi faktori. Tā 2008. gada pēdējos divos mēnešos Dikļu pilī ir jau bijuši trīs elektrības padeves pārtraukumi, katrs 5–8 stundu garumā. Diemžēl līgumā ar “Latvenergo” ir paredzēts, ka elektrības padeves traucējumi līdz 24 stundām ir pieļaujami, tādēļ tiek apsvērta ģeneratora iegāde ārkārtas gadījumiem. Problēmas rada arī ceļu stāvoklis, it īpaši ziemā. Fakts, ka tie ceļi, kas ved uz Dikļu pili, nav maģistrālie vai pirmās nozīmes ceļi, dažkārt nozīmē to, ka tie ir aizpūtināti un netiek tīrīti vairāku dienu garumā.

Tomēr, tieši lauku vide ir viens no atbilstošākajiem produktiem nervozās ikdienas nogurdinātajiem klientiem, tāpēc Dikļos tiek domāts par tūrisma maršrutu paplašināšanu. Ir izveidots arī jauns produkts, kas tiks prezentēts izstādē “Baltour 2009” – vienas un vairāku dienu maršruti pa Latvijas pilīm un muižām. Iniciatore šim pasākumam ir Dikļu pils, savukārt astoņas Latvijas pils un muižas atbalsta šo projektu, apliecinot, ka sadarbība biznesā var būt efektīvāka par konkurenci.

Dikļu pils restorāns – nākamā gada attīstības prioritāte

Viens no Dikļu pils pamatelementiem ir restorāns, un tā attīstība ir izvirzīta par nākamā gada prioritāti. Atbilstoši Dikļu pils uzstādītajiem kvalitātes standartiem, apkalpošanai un ēdieni

klāstam restorānā jābūt tāda līmenī, kāds tas tiek pozicionēts pili kopumā – izsmalcinātam, atbilstoši pils jēdziena izpratnei, un vienlaikus tam jābūt saprotamam. Restorāna nevainojamo kvalitāti apliecina arī nule iegūtais vērtējums “Kas uzsauks” organizētajā 50 labāko restorānu topā, kurā iegūta 24. vieta Latvijā jeb 2. vieta ārpus Rīgas esošo restorānu konkurencē.

“Tomēr,” kā atzīst direktore, “medaļai ir arī otra puse – diemžēl, cilvēki vairāk ir pieraduši pie ātrās apkalpošanas restorānu kultūras un ēdienu klāsta, tāpēc jūtas pat apmulsuši, kad tiek piedāvāti izsmalcināti ēdieni un standartam atbilstoša apkalpošana. Veidojas paradoksāla situācija – restorāna piedāvājums ir tik augstas raudzes produkts, ka ne katrs apmeklētājs spēj to novērtēt. Esam nonākuši pie atziņas: ja vēlamies gūt panākumus šajā jomā, cilvēki ir jāizglīto, lai izsmalcinātais kļūtu arī saprotams.”

Šobrīd jau tiek piedāvāta īpaša programma gardēžiem, tā paplašinot to viesu skaitu, kam patīk gastronomiskais tūrisms.

Ekonomiskās krīzes atbals

Vaicāti par valdības lēmumiem un ekonomiskās krīzes atbalsi Dikļu pilī, tās saimnieki ir nerunīgi, vien atgādina, ka daudzviet pasaulē valdība piešķir nodokļu atvieglojumus organizācijām un privātpersonām, ja to apsaimniekošanā ir kāds no valsts nozīmes arhitektūras pieminekļiem. Latvijā nodokļu atlaides netika dotas ne rekonstrukcijas, ne renovācijas, ne apsaimniekošanas laikā. Ir noticis gluži pretējais – būs jāmācās dzīvot un strādāt atbilstoši valdības jaunajiem lēmumiem.

“Varam tikai cerēt uz sadarbības partneru sapratni, bet fakts, ka attīstība apstāsies, ir nenoliedzams. Tiek apsvērta iespēja viesnīcu uz vairākiem mēnešiem slēgt. Tas nozīmē, ka darbinieki dosies vai nu bezalgas atvaļinājumā vai papildinās bezdarbnieku rindas. Rezultātā valsts maksās viņiem bezdarbnieka pabalstu, kas laikam ir izdevīgāk, nekā ļaut normāli attīstīties uzņēmējdarbībai,” tā situāciju komentē Dikļu pils direktore Ineta Litte un piebilst: “Sūrošanās rezultātu nedos, tāpēc jārikojas – meklēsim jaunus tirgus, strādāsim pie jauniem produktiem un pakalpojumiem.” □

Muzejs un privātkolekcija: kopīgais un atšķirīgais

Sintija Kukurāne

Muzeju pirmsākumi Latvijā meklējami 18. gadsimta otrajā pusē. Kopš tā laika muzeju veidols un funkcijas ir ievērojami mainījušās. Visvairāk pārmaiņu tika piedzīvots 20. gadsimta 90. gadu sākumā, kad valstī tika pārtraukta totalitārās ideoloģiskās ievirzes muzeju darbība – sabiedriskie ieguva privātmuzeja statusu un muzejus sāka veidot teju katrā pilsētā, pagastā un dažādās iestādēs, sāka veidoties arī privātkolekcijas. Tomēr šodien ne viss, ko bieži vien saucam par muzeju, sava statusa ziņā patiešām ir muzejs. Proti, Muzeja likumā muzejs ir

definēts kā sabiedrībai pieejama izglītojoša un pētniecības institūcija, kuras uzdevums ir atbilstoši muzeja darbības specifikai vākt, glabāt un popularizēt sabiedrībā dažādas kultūras vērtības, kā arī sekmēt sabiedrības izglītošanu. Latvijā ir vairāk nekā 200 iestādes, kuras ieguvušas akreditāciju. Muzejs un privātkolekcija atšķiras galvenokārt ar to, ka muzeju finansē pašvaldība, kuras pārziņā tas atrodas, bet privātkolekciju finansē pats tās dibinātājs.

Kāda nozīme ir muzeja vai privātkolekcijas akreditācijai? Muzeja akreditācija nenoliedzami ir laikietilpīgs process, kura gaitā ir jāveic muzeja krājuma uzskaitē, telpas jāaprīko ar drošības sistēmu un jāgarantē krājuma glabāšana, muzejam jābūt pieejamam sabiedrībai, jābūt izstrādātai attīstības stratēģijai, ir arī vēl daudzas citas prasības. Bet kādas ir akreditēta muzeja priekšrocības? Ja muzejs tiek akreditēts, tātad tiek publiski atzīts, ka tas atbilst visām prasībām, kā arī muzejam ir tiesības saņemt valsts finansējumu īpašu projektu vai programmu realizēšanai.

Tomēr ceļojot, piemēram, pa Latgali, var praksē pārlicināties, ka akreditēto muzeju nemaz tik daudz nav. Latvijas muzeju katalogā Latgalē norādīti tikai 18 muzeji, bet privātkolekciju ir vismaz trīs reizes vairāk. Protams, atšķiras arī kolekciju aplūkošanas kultūra. Muzejī praktiski neko nedrīkst aiztikt, turpretī pastāv liela iespēja, ka privātkolekcijās redzēto varēs arī aptausīt. Tagad milzīgu popularitāti ieguvušas muzejpedagoģiskās programmas, kas skolēniem ļauj iepazīt muzejus



Lielākā daļa privātkolekcionāru savas kolekcijas rāda plašakai sabiedrībai, tāpēc tūristiem, izstrādājot sava brauciena maršrutu, lieti noder ielūkoties attiecīgā reģiona interneta mājaslapās, jo privātkolekcijas Latvijas muzeju katalogā nav iekļautas

no cita skatpunkta; tieši tā rīkojas arī privātkolekcionāri, kas savus eksponātus apvij ar leģendām un stāstiem par to, no kurienes tie nākuši vai kā tapuši.

Kā privātkolekciju īpašnieki piesaista tūristus?

Viens krāj pulksteņus, cits gludekļus, vēl cits greb karotes un tad izdomā, ka to visu varētu parādīt arī citiem un turklāt vēl nopelnīt. Lielākoties privātkolekcijās pie katra eksponāta nav redzama zīmīte ar aprakstu, kā tas ir pierasts muzejos, nav arī eksponātu uzskaites vai arhivācijas. Kā saka privātkolekciju īpašnieki – katru lietu ir zināma un, vadot ekskursiju, tiek izstāstīts tūristiem interesējošais – apraksti ir gida galvā. Varētu teikt, ka privātkolekcionārus varētu iedalīt trīs grupās:

- 1) kolekcionāri fanātiķi, kuri krāj sava hobija (priekša) pēc un pelna no tūristu ziedojumiem (biļežem);
- 2) kolekcionāri amatnieki, kuri paši veido kolekciju, tūrists apskatās un noteikti arī kaut ko nopērk;
- 3) kolekcionāri – bioloģisko saimniecību īpašnieki, izstrādā dabas takas un pārdod savu saražoto produkciju.

Viens no kolekcionāriem fanātiķiem ir Andrejs Stablinieks Balvu rajona Lazdukalna pagasta Saipetniekos. Viņam pieder senlietu privātkolekcija ar vairāk nekā 6000 eksponātiem. Tos kolekcionārs vācis jau sešus gadus. Viņš saka, ka labākā reklāma esot cilvēki, vieni atbrauca, iepatīkās un tad brauc vēl. Tāpēc

pagaidām par akreditāciju kolekcijai nedomā. Šovasar senlietu privātkolekciju aplūkojuši apmēram 3500 cilvēku. Viņš ir viens no tiem privātkolekcionāriem, kuram kolekcija ir reģistrēta kā zemnieku saimniecības sastāvdaļa, tādēļ, samaksājuši par ieeju, tūristi var saņemt arī biļeti, bet lielākoties, kā visās līdzīgās vietās, ieejas maksa ir ziedojums, kam, protams, īpaša dokumentācija nav nepieciešama. Iegūtos līdzekļus Saipetnieku saimnieks izmanto jaunu eksponātu ieguvei, teritorijas labiekārtošanai un apzaļumošanai, veidojot japāņu dārziem līdzīgas ainavas, ko labprāt iecienījuši kāzinieki.

Savukārt kolekcionārs amatnieks ir Arvīds Sietkovskis Daugavpils rajona Šēderes pagastā. Viņam pieder kokgriezumu kolekcija, kur īpašas ir karotes, kas darinātas no 70 koku un krūmu sugām. Tūristi viņu sameklē paši, jo viņa roku darbs ir teju Ginesa rekorda vērtā 1,86 m garā karote, kas jau kļuvusi par visai populāru apskates objektu. Par kolekcijas akreditāciju neesot ne runas, jo daudzi eksponāti ir tādi, kurus nemaz ar uguni nav jāmeklē. Tieši tāds arī esot kolekcijas mērķis – parādīt cilvēkiem to, ko var izveidot no koka.

Mazliet specifiskāki, bet tomēr pamanāmi ir arī kolekcionāri – bioloģisko saimniecību īpašnieki, jo viņi tūristiem piedāvā vairākus tūrisma produktus vienlaikus. Piemēram, Aglonas pagasta bioloģiskajā saimniecībā “Mežinieku mājas” izveidots horoskopu dārzs, kur katrai horoskopa zīmei iestādīts koks – šķiet, ka šo dārzu arī var uzskatīt par savveida kolekciju. Šī trešā kolekcionāru grupa piesaista tūristus, piedaloties dažādos zemnieku pasākumos, kā arī konkursos, piemēram, ar izstrādātajām mājās sietā siera receptēm.

Jāatzīmē, ka gandrīz visu privātkolekciju īpašnieki savā īpašumā ir ieguvuši informatīvos standus par kolekcijām, ko projekta ietvaros finansēja Eiropas Savienība. Tā arī ir savveida reklāma tūristu piesaistei. Lielākā daļa privātkolekcionāru savas kolekcijas rāda plašakai sabiedrībai, tāpēc tūristiem, izstrādājot sava brauciena maršrutu, lieti noder ielūkoties attiecīgā reģiona interneta mājaslapās, jo privātkolekcijas Latvijas muzeju katalogā nav iekļautas. □

Putnu vērošana – tūrisma produkts

Arnis Bērziņš

Putnu vērošana ir populāra brīvdabas aktivitāte, kuras piekritēju skaits daudzviet pasaulē strauji pieaug. Tam pamatā ir samērā plaša putnu izplatība un daudzveidība, kā arī pašu vērotāju labdabīgā attieksme pret sev līdzīgiem, jaunu interešu kopību veidošanās iespējas. Sava loma noteikti ir arī apstāklim, ka pēdējos gadu desmitos ir izdoti kvalitatīvi un bagātīgi ilustrēti putnu noteicēji, kas padara šo nodarbi viegli pieejamu arī iesācējam. Aizvien lielāku popularitāti gūst interneta mājaslapas, kur norādītas vietas, kurās vērojams kāds neparasts putns.

Latvijā putnus var novērot daudzviet, tomēr to sugu dažādība un īpatņu skaits dažādās vietās mēdz būt ļoti atšķirīgi. Turklāt vairums sugu sastopams galvenokārt specifiskos biotopos. Interneta ievietotajās mājaslapās ir aprakstītas vai pagaidām tikai nosauktas patlaban zināmās un populārākās Latvijas putnu novērošanas vietas.

Vīriešu mednieka instinkts

Holandiešu ornitologs Nikolāss Tinbergens (1907–1988), slavenais dzīvnieku uzvedības pētnieks un Nobela prēmijas laureāts (1973), uzskatīja putnu vērošanu par vīriešu mednieka instinkta izpausmi. Kādā socioloģijas studentu veiktajā pētījumā par putnu novērošanas motivāciju Ņujorkas putnu draugu vidū atklājās, ka vīriešiem svarīgi ir dalīties ar zināšanām, savukārt sievietēm tas šķiet intelektuāli un izaicinoši.

Lai organizētu putnu vērošanu nav nepieciešams īpaši daudz: gids, kas pazīst putnus, vieta, kur tos novērot, un piemērots ekipējums (binoklis, teleskops, noteicējs).

Putnu vērotāji ir aktīvāki

Kāds Kanādā veikts pētījums liecina, ka putnu vērotāji vidēji ir rosīgāki arī daudzās citās brīvdabas aktivitātēs nekā citi tūristi. Piemēram, aptaujājot nacionālo parku apmeklētājus, konstatēts, ka putnu vērotāji nacionālos parkus apmeklē divas reizes biežāk nekā citi tūristi. Putnu vērotāji vidēji ir vecāki nekā pārējie tūristi, viņi arī ir gatavi parkā atstāt par trešdaļu vairāk naudas.

ASV putnu vērošana ir atzīta par brīvdabas aktivitāti, kuras popularitāte pieaug visstrau-

jāk – 1995. gadā tur bija 54 miljoni putnu draugu, bet 2000. gadā – jau 71 miljons. Tas nozīmē, ka putnu draugu skaits ir pieaudzis par 24 procentiem. Arī putnu novērojumiem veltīto dienu skaits ir iespaidīgs, un tas pastāvīgi palielinās. Ir dati, ka 1995. gadā putnu novērotāji savam vaļaspriekam veltījuši 4,8 miljardus dienu, savukārt 2006. gadā 81 miljons cilvēku putnus vēroja 8,2 miljardus dienu. Protams, elementāri matemātiskie aprēķini rāda, ka viens cilvēks savam hobijsam veltījis gandrīz 100 dienu gadā. Ja arī šie dati ir ticami, tomēr skaidrs, ka ne jau visa diena veltīta tikai un vienīgi šim mērķim.

Lai kādu uzskatītu par putnu vērotāju ir jāaiziet vismaz jūdži tālu no mājām ar pamatdomu vērot putnus vai arī jānosaka putni mājas apkārtnē. Tie cilvēki, kam izdevies novērot kādu putnu, golfa spēles laikā pastaigājoties pa mauriņu vai piknika laikā pludmalē, šajā sarakstā netiek ietverti. Protams, arī braucieni uz zooloģisko dārzu vai putnu audzētavu neskaitās!

Veiksmīgs tūrisma produkts

USAID (ASV Starptautiskās attīstības programma) izstrādātās Putnu vērošanas tūrisma programmas izvērsšanās veiksmīgs piemērs ir Gajāna Dienvidamerikā. Programmas īstenošanas rezultātā šobrīd vismaz 30 starptautiski tūrooperatori pārdod, organizē un īsteno putnu vērotāju ceļojumus uz Gajānu. Vieni no pirmajiem, kas programmas ietvaros uzsāka sadarbību ar Gajānu, bija “Eagle-Eye Tours” no Kanādas. Minētās firmas līdzīpašnieks un gids Ričards Knaptons šos braucienus atzīst par ļoti veiksmīgiem. Programmas ietvaros ir izveidojušās ciešas partnerattiecības ar vadošajām putnu novērošanas, dabas aizsardzības, tūrisma, sponsoru un nevalstiskajām organizācijām visā pasaulē. Programmas līdzekļi ir izlietoti gidu apmācībai un tik nepieciešamā, bet samērā dārgā putnu vērošanas ekipējuma iegādei. Tāpat programma ir veiksmīgi piesaistījusi nozīmīgu mediju uzmanību, lai veidotu Gajānai nepieciešamo publicitāti starptautiskos izdevumos.

Aptver visu pasauli

Aktīvākie ceļotāji putnu vērotāji ir ASV, Apvienotajā Karalistē, Vācijā, Nīderlandē, Francijā, kā arī Austrālijā. Biežāk apmeklētie putnu vērotāju galamērķi (popularitātes secībā) ir Panama, Belize, Venecuēla un Brazīlija, Antarktīka, Kenija, Namībija un Botsvāna, Austrālija un Papua Jaungvineja, Ziemeļindija un Butāna, Peru un Ekvadora, kā arī ASV.

Putnu sugu skaita ziņā Latvijai daudzas no minētajām vietām nepārspēt, izņemot varbūt (izņemot varbūt Antarktiku). Labu stimulu varētu dot pārdomāti, speciālistu sagatavoti raksti starptautiskajos putnu vērotāju izdevumos. Jāsāk tepat ar tuvāko valstu apzināšanu. Nav noslēpums, ka, piemēram, zviedri, daņi un nīderlandieši ir sajūsmā par mūsu stārķiem, īpaši to kolonijām. No viņiem nereti nākas dzirdēt izbrīna pilnus jautājumus par tūrisma infrastruktūras objektu trūkumu šajās vietās.

Misija dabas aizsardzībā

Putnu vērotāji, būdami ļoti liela ekotūristu daļa, var kļūt par nozīmīgu virzītājspēku uz sabiedrības ieinteresētību balstītā dabas aizsardzības kustībā, kas akcentē ekosistēmas un vietējās sabiedrības kopēju labklājību. Putnu vērotāji caurmērā ir ļoti izglītoti, materiāli

nodrošināti un ieinteresēti. Tas padara viņus par ideāliem dabas aizsardzības donoriem vietējās sabiedrības līmenī kā materiālā, tā intelektuālā ziņā. Līdz šim veiktajos pētīju-

Putnu vērošana ir vīriešu mednieka instinkta izpausme

mos ir noskaidrots, ka putnu vērošanas tūrisma ir liels potenciāls uzlabot finansiālo un vides labklājību vietējās pašvaldībās, rosināt vietējos iedzīvotājus aizdomāties par bioloģiskās daudzveidības vērtību un rosināt vietējas un valsts līmeņa iniciatīvas veiksmīgai dabisko teritoriju aizsardzībai un saglabāšanai. Tomēr vienlaikus ir nepieciešams rūpīgi sekot šī vaļasprieka ietekmei uz vidi, piemēram, ir nepieciešams samazināt ar putnu vērošanu saistītos dabisko norišu traucējumus. Tāpat ir jādomā par to, lai vietās, kur šis tūrisma veids ir attīstīts un dod ienākumus, noteikta līdzekļu daļa nonāktu vietējo rīcībā. □

Tūrisms Gruzijā: kara sekas un tūrisma industrija

2008. gada augustā Gruzijā risinājās karadarbība, kas smagi ietekmēja valsts dzīvi, ieskaitot arī vēl tikai attīstības sākumstadijā esošo tūrisma industriju. "Gruzija ir mainījusies," – sarunā apgalvoja Boržomi-Karagauli Nacionālā parka apmeklētāju servisa vadītāja Natia Muladze. "Valstī tūrisma nebūs turpmākos četrus gadus." Kādas problēmas Gruzijā radījis karš un kā savas iespējas vērtē tūrisma aģentūras?

Elīna Zandersone,
"GLEN Latvija" projekta dalībniece,
brīvprātīgā Boržomi-Karagauli
Nacionālajā parkā

Aptaujājot vairākas tūrisma firmas, kas nodarbojas ar ienākošā tūrisma organizēšanu Gruzijā, noskaidrojās, ka par spīti straujam tūristu skaita kritumam un kara postījumiem, firmu pārstāvji ir saglabājuši optimismu. Tas ir ļoti svarīgi, jo situācija nozarē ir vairāk nekā bēdīga. Kā atzina Manana Purtseladze, "Marvelous Tours to Georgia" galvenā menedžere, sākoties karam, visas tūristu grupas atcēla savus ceļojumus uz Gruziju.

"Georgian Naturalist Traveler" direktors Georgs Melikišvili atzīmē, ka pirmais darbs, kas jāveic valdībai, – ir jāsakārto politiskā situācija. Viņaprāt, tad arī tūristi sāks lēnām atgriezties Gruzijā. Protams, tas ir loģiski, tomēr valstij, domājot par tūrisma attīstību, šobrīd jādomā arī par infrastruktūras atjaunošanu un uzlabošanu, jo galvenie ceļi ir stipri cietuši. Tūristu plūsmas atjaunošanai nepietiks ar stabilu politisko situāciju vien, jo tūristam nepieciešams arī nokļūt līdz savam galamērķim, un Gruzijā tieši tas pašlaik ir apgrūtināts.

Interesanti, ka lielākās problēmas tūrisma industrijā Gruzijas tūrisma firmu pārstāvji saskata nevis apstākļi, ka nesen beidzies karš, bet gan tajā, ka tūrisma industrija arī pirms kara nav darbojusies sekmīgi: infrastruktūras problēmas, Gruzijas neatpazīstamība pasaulē un jaukšana ar ASV Džordžijas štatu (angļu valodā abus vārdus raksta un izrunā vienādi), trūkst laba līmeņa naktsmītņu, izklaides iespēju trūkums un, galvenais, cilvēki (īpaši lauku apvidos) nav lietas kursā par elementārām servisa normām. Lielu daļu no tūristiem pieejamajām naktsmītnēm veido privātās mājas, kuras vietējie iedzīvotāji iznomā par salīdzinoši lētu samaksu. Tiesa gan, kā šovasar pārliecinājās raksta autore, cenas krasi atšķiras, ja cilvēks runā krieviski un ir no Baltijas, vai runā vāciski un ir no Rietumeiropas.

Smaga tūrisma nozares problēma Gruzijā ir arī svešvalodu nezināšana, īpaši runājot par gidiem. Natia Muladze no Boržomi-Karagauli Nacionālā parka stāsta: "Mūsu parkam ir lielas problēmas ar gidu servisu. Ir grūti atrast jauniešus, kuri labi zinātu angļu vai vācu valodu. Ja tādi mūsu nelielajā pilsētā ir, tad uzreiz pēc vidusskolas viņi dodas studēt uz



Viena no būtiskākajām problēmām, kas ietekmē tūristiem pieejamo infrastruktūru Gruzijā, ir nesakārtotā atkritumu apsaimniekošana. Attēls: daudzu Boržomi iedzīvotāju upmalā izgāztie atkritumi

Tbilisi. Gidi pie mums strādā lielākoties tikai vienu sezonu, tāpēc katru gadu atkal jāmeklē jauni un jāorganizē mācības. Var jau saprast arī viņus, jo atalgojums par divu dienu darbu kalnos ir diezgan niecīgs."

Jāatzīmē, ka Boržomi parks ir viens no vecākajiem reģionā, pasaules nozīmes aizsargājama teritorija, tas ir visvairāk apmeklējams parks Gruzijā – pagājušajā sezonā (2007. gadā) to apmeklēja vairāk nekā 3000 tūristu, lielākoties no Vācijas, Izraēlas, Baltijas, Polijas un Turcijas.

Gruzijas dabas daudzveidība un senā kultūrvēsture nodrošina tūrisma industrijai plašas attīstības iespējas. Vasarā var atpūsties Melnās jūras piekrastē vai kāpt Kaukāza kalnos, ziemeļos – slēpot Bakuriani vai Gudauri. Likumsakarīgi, ka tieši dabas tūrisma gruziņi uzskata par tūrisma industrijas prioritāti, akcentējot ekotūrisma. Tomēr, mēnesi strādājot Boržomi-Karagauli Nacionālajā parkā, raksta autore pārliecinājās, ka gruziņu izpratnē dabas tūrisms jeb ekotūrisms ir visai izplūdis jēdziens. Nereti nākas saskarties ar šajā jomā iesaistīto vietējo ļaužu nezināšanu par šī tūrisma veida pamatprincipiem, nemaz nerunājot par to ievērošanu.

Neraugoties uz negatīvo, jāpiekrīt, ka Gruzijai dabas tūrisma jomā tiešām ir ko piedāvāt, bet tūrisma organizētāji aizvien uzsver, ka sliktās tūrisma infrastruktūras dēļ cilvēki bieži vien pat neuzzina par objektiem, kurus būtu vērts apmeklēt.

Otrs tūrisma veids, kuru gruziņi vēlas attīstīt, ir kultūras tūrisms. Gruzijā t.s. zelta laikmets ir 13. gadsimts, kad valsts teritorija krietni pārsniedza pašreizējos tās izmērus un

uzplauka kultūra. Gruzija bija viena no pirmajām valstīm pasaulē, kas pasludināja kristietību par valsts reliģiju. Šis notikums kļuva par iemeslu daudzu baznīcu un arī klosteru celtniecībai. Tieši savas ilgās kultūrvēstures dēļ Gruzija ir interesants galamērķis tūristiem.

Trešais tūrisma veids, kuru kā potenciāli veiksmīgu atzīst tūrisma firmu pārstāvji, ir gastronomiskais tūrisms. Nevienan arī Latvijā nav noslēpums, ka gruziņu virtuvē galvenais ir gaļa un vīns. Ēdienu daudzveidība ir iespaidīga. Arī vīna darīšana un ar to saistītās tradīcijas, īpaši ražas novākšanas svētki Kahetijas reģionā, varētu kļūt par potenciāli ienesīgu atrakciju tūristiem. Gruzīni ir gatavi to pārvērst par precīzi piedāvāt arī citiem.

Aptaujājot tūrisma profesionāļus un pašai mēnesi uzturoties Gruzijā, raksta autorei ir radies savs priekšstats par tūrisma industriju šajā valstī. Par maz ir atkārtot, ka tūrisma industrija Gruzijā nav sakārtota. Karš, protams, ir to smagi ietekmējis, tomēr ar tām bagātībām, kas ir Gruzijai, tūristu skaits pieaugums būtu tikai laika jautājums. Tomēr tūrisma attīstība Gruzijā jāskata arī plašākā kontekstā

Valstu atpazīstamībā un to reklāmā tūrisma tirgos liela nozīme ir reģionālajam faktoram, reģionālai kopībai. Gruzijai tas ir diezgan sarežģīti, jo politiskās attiecības ar kaimiņiem un arī pašu kaimiņu starpā ir komplikētas, īpaši starp Armēniju un Azerbaidžānu jautājumā par Kalnu Karabahu. Šķiet, ka tuvākajā laikā attiecību ziņā nav arī gaidāms straujš uzlabojums. Klibo tūrisma politika un tās plānošana – neviens no Gruzijas tūrisma firmu pārstāvjiem nevarēja nosaukt konkrētus soļus tūrisma politikas plānošanā, ko valdībai vajadzētu spert. Lieki nekonkretizējot, lielākoties vispārīgos vārdos tika minēta infrastruktūras sakārtošana un mazā biznesa atbalstīšana. Tomēr ar to vien ir krietni par maz. Ir jāveido izvērstā tūrisma nozares politika ilgtermiņam un īstermiņam, jārada materiālā bāze, jāstrādā ar cilvēkiem, jāveido reklāma. Lai tiem, kas zina, kas ir Gruzija, tā neasociētos tikai ar nule notikušo karadarbību, bet pārējie nedomātu, ka runa ir par ASV štatu. □



Biedrība "GLEN Latvija" ik gadu organizē attīstības sadarbības projektus, tostarp Gruzijā tūrisma infrastruktūras uzlabošanas jomā. Papildu informācija: www.glen.lv

Taizemes nemieru sekas

2008. gada novembra beigās protestanti, pieprasot Taizemes ministru prezidenta atkāpšanos, ieņēma *Suvarnabhumi* lidostu, kas ir lielākā Bangkokā, kā arī apturēja reisus otrā galvaspilsētas lidostā *Don Muang*. Blokāde kopumā skāra aptuveni 100 000 tūristu, kas nespēja atstāt šo valsti, kā arī tūrisma pakalpojumu sniedzējus, kam ceļotāji jānogādā mājās. Tiek prognozētas lietas problēmas ekonomikā. Ja tūristu skaits saruks uz pusi, bez darba paliks aptuveni viens miljons taizemiešu.



Rūdolfs Krese

Zaudējumi tūrisma industrijā

Astoņas dienas bija paralizēts darbs divās galvenajās Bangkokas lidostās, un katrā no tām Taizeme zaudēja aptuveni septiņus miljonus dolāru, – paziņoja Taizemes Tūrisma padomes prezidents Kongkrits Hiranjakits. Raksturojot radušos situāciju, viņš atzīmēja, ka tūrisma industrijai tas ir milzīgs zaudējums, jo jau vairāk nekā 20 pasaules valstis ir brīdinājušas savus iedzīvotājus atteikties no ceļojuma uz Taizemi. Taizemes tūrisma industrija izjutīs negatīvās sekas vēl vismaz sešus mēnešus. Ceļotāju skaitam samazinoties, valstī ienāks krietni mazāk naudas – līdz šim tūristi ik dienu iztērēja vidēji 61 latu.

Bezbaillgie latvieši

LR Ārlietu ministrijas interneta mājaslapā tiek ieteikts jebkurai personai, kura dodas uz Taizemi, pirms ceļojuma iegādāties dzīvības un veselības apdrošināšanas polisi, kas paredz arī personas repatriāciju slimības vai nāves gadījumā, kā arī reģistrēties konsulārajā reģistrā. Tāpat tiek ieteikts pirms došanās uz Bangkoku, sazināties ar aviosabiedrību vai tūrisma firmu, lai noskaidrotu par iespējamām izmaiņām ceļojuma maršrutā. Ārlietu ministrija arī apstiprina, ka gan *Suvarnabhumi* starptautiskā lidosta, gan arī *Don Muang* lidosta ir atjaunojusi darbību, taču nav izslēgts, ka šo lidostu darbībā varētu būt arī pārtraukumi.

Savukārt “Novatours” aģente ziņo, ka ceļotāji regulāri jautā par notikumu gaitu Taizemē. Par spīti sarežģītajai situācijai, janvāra

ceļojumu paketes jau ir izpirktas, tuvākie ceļojuma laiki ir pieejami tikai 2009. gada februārī un martā. Ceļojumu aģentūra “Impro” ir atcēlusī Jaunā gada sagaidīšanas tūri Taizemē un piedāvā ceļot februārī. Atceļšanas iemesli netika izpausti. Tūrisma firmas “Jēkaba aģentūra” direktors Uldis Alksnis aģentūrai BNS pavēstīja, ka iedzīvotāji ļoti aktīvi pieteikušies ceļojumiem uz Taizemi, kas bija paredzēti 21. un 26. decembrī. Kopumā pieteikušies 60 cilvēki. Decembra vidū telefonsarunā izvaicājot šīs aģentūras pārstāvi par iespējām pavadīt gada nogali Bangkokā, tika saņemta atbilde, ka vēl ir iespēja pieteikties grupā.

Globālās sekas

Taizemes Tūrisma pārvaldes (*TAT*) dati liecina, ka Taizemi 2007. gadā apmeklēja 14,8 miljoni tūristu. *TAT* medijiem paziņoja, ka tagad ārvalstu tūristu skaits būs par 50% mazāks nekā iepriekš prognozētie 15 miljoni gadā. Tas būs smags trieciens Taizemes ekonomikā, kura ir atkarīga galvenokārt no tūrisma un eksporta. Tūrisma daļa Taizemes iekšzemes kopproduktā ir 6 procenti. Ja piepildīsies prognoze, ka tūristu skaits nākamgad samazināsies uz pusi, bez darba var palikt viens miljons cilvēku.

Jāatzīmē, ka liela nozīme tūrisma plūsmas izmaiņās ir ceļotāju mentalitātei. Visvairāk pieteikto rezervāciju atsacījuši vācieši. Savukārt Austrumeiropas ceļotāji, gaidot ievērojamas cenu atlaides ceļojumiem uz Taizemi un tādējādi gūstot iespēju iekonomēt naudu, izrāda pastiprinātu interesi pavadīt brīvdienas šajā Dienvidaustrumāzijas pērlē. □

Išumā

Igaunija un Krievija krietni somu neželastībā

Somu laikraksts “Ilta-Sanomat” publicējis aptauju, kurā somu ceļotāji pauž savu viedokli par citu valstu neviesmīlību un nepievilcību.

Par visnepopulārāko valsti somi uzskata Krieviju un raksturo to kā valsti, kurā valda noziedzība, nabadzība, netīrība, birokrātija un slikts serviss. Otrā vietā šajā neapskaužamajā reitingā ieņem Igaunija: somu tūristi uzskata, ka šī zeme, tās iedzīvotāji un apkalpošana izceļas ar negodīgumu. Trešo vietu negatīvajā vērtējumā ieņēmusi Turcija, kas somu tūristiem nepatīk dēļ pastāvīgās krāpšanas un arī tāpēc, ka turienes vīrieši “piesienas” sievietēm ārvalstniecēm. Bulgāriju respondenti raksturo kā valsti, kurā nav servisa, toties ir attīstīta noziedzība un prostitūcija.

Aptaujā kopumā minētas 76 valstis. Balsojums sadalās šādi: uz Krieviju vairs nekad nebrauks 8,4% somu, uz Igauniju – 8%, uz Turciju – 5,3%, uz Bulgāriju – 4,8% un uz Kanāriju salām – 2,8%. Latvijā vilušies tikai 0,5% aptaujāto.

Kopenhāgenā bezmaksas internets

Jau 2009. gada vasarā Kopenhāgenā tiks uzstādīts vairāk kā tūkstoš bezmaksas interneta pieejas punktu. Šāda “karstā” punkta signāls būs uztverams 150 m rādiusā.

Kopumā plānots izveidot sešus tūkstošus bezmaksas interneta pieejas punktus. Bezvadu internets būs pieejams autobusu pieturvietās un dzelzceļa stacijās.

Prognozē bezdarbnieku skaita pieaugumu tūrisma

ANO Starptautiskā nodarbinātības organizācija prognozē strauju bezdarba līmeņa kāpumu tūrisma nozarē.

Organizācija lēš, ka sakarā ar pasaules ekonomisko krīzi vispārējais bezdarba līmenis, 2009. gadā pieaugs, atstājot bez darba līdz pat 20 miljoniem cilvēku visā pasaulē.

Kā riska nozares tiek minētas celtniecība, nekustamie īpašumi, autobūve un tūrisms.

Likvidēs lidostu monopolu

Lai mazinātu britu lidostu operatora “BAA” dominējošo stāvokli tirgū, Lielbritānijas Konkurences komisija uzdevusi pārdot trīs no septiņām lidostām, kuras pieder “BAA”, proti, Londonas Stanstedas un Getvikas lidostas, kā arī Edinburgas lidostu Skotijā. Portugāļu brokerkompanija “BPI” Getvikas lidostas vērtību noteikusi 1,93 miljardu eiro apmērā, Stanstedas lidostu – 1,36 miljardu eiro apmērā, bet Edinburgas lidostas vērtību – 1,38 miljardu eiro apmērā.

“BAA” gan paziņojusi, ka nepiekrīt Konkurences padomes lēmumam par Edinburgas un Stanstedas pārdošanu. Bet par gatavību pārdot Getvikas lidostu kompānija paziņoja jau oktobrī. Par tās iegādi interesi šobrīd izrādījuši Vācijas uzņēmumi “Fraport” un “Hochtief”, kā arī britu uzņēmumi “Manchester Airports Group” un “Virgin Atlantic”. Arī par Edinburgas un Stanstedas lidostu iegādi tiek prognozēta liela interese.

Ziņas apkopojā Antra Linarte

Piedāvājums Latvijas tūrisma tirgū: Rumānija

Ko mēs zinām par Rumāniju? Vēl pērn masu medijos plaši tika skandēta ziņa, ka Rumānija 2007. gada 1. janvārī vienlaikus ar Bulgāriju ir iestājusies Eiropas Savienībā. Dažus šī ziņa satrauca, jo tika prognozēts, ka rumāņu viesstrādnieki plūdis Latvijas virzienā; dažus šis fakts nomierināja, jo nu Eiropas Savienībā bija kāda valsts, kas trūcīgāka par Latviju. Tomēr, iespējams, neievērots ir palicis fakts, ka pagājušajā gadā, kad Latvija lepojās ar trešo vietu tūristu skaita pieauguma ziņā, otrajā vietā šajā pašā kategorijā bija tieši Rumānija. Arī šī gada pirmajos

mēnešos rādītāji Rumānijā bija iepriecinoši – kā ziņojis Rumānijas Nacionālais statistikas institūts, šogad tūristu skaits ir palielinājies par 35% salīdzinājumā ar šo pašu periodu 2007. gadā; tas nozīmē, ka gada pirmajos piecos mēnešos valsti bija apmeklējuši jau 3,16 miljoni ceļotāju. Nepārsteidz fakts, ka lielākā daļa – 95,9% – tūristu šajā valstī viesojušies no Eiropas, tostarp 61,4% – no Eiropas Savienības. Lai arī Rumāniju apmeklē galvenokārt tūristi no Ungārijas, Bulgārijas, Itālijas un Vācijas, pēdējais skaitlis ir attiecināms arī uz tūristiem no Latvijas.

Inguna Dukure

Par Rumānijas kā tūrisma valsts vietu Latvijas tūrisma tirgū stāsta ceļojumu speciālists un gids **Andris Geidāns**, kurš savulaik pilnveidoja un testēja pirmos maršrutus uz Rumāniju: “Kā jebkurā biznesā, arī tūrisma noteicošā motivācija ir peļņa. Tāpēc, lai piesaistītu klientu un papildinātu piedāvājumu, tiek strādāts pie jaunu produktu attīstības, un viens no tādiem ir arī Rumānija. Šis projekts piedāvā iespēju apceļot vēl neiepazīto Eiropu. Tiesa, šis virziens prasa vairāk darba – potenciālais klients ir jāinformē, jāiedrošina un tikai pēc tam, atbilstoši ieguldītajam darbam un līdzekļiem, iespējams, izdosies piesaistīt cilvēkus, kas vēlēšies doties uz šo reģionu. Jāņem vērā, ka nav nemaz tik vienkārši Rumāniju pārdot kā standarta tūrisma produktu, jo tādā gadījumā var nākties saskarties ar Rumānijas koptēla negatīvajām pusēm. Savukārt, mērķtiecīgi akcentējot kultūrvēsturiskās vērtības, dabas krāšņumu, nodrošinot ceļotājam iespēju iepazīt šo zemi tuvplānā, rezultāts ir tīkams.”

Vērā ņemamu pieredzi šo ceļojumu organizēšanā ir uzkrājusi tūrisma firma “Impro ceļojumi”. Kā pastāstīja firmas Mārketinga daļas vadītāja Zinaīda Tarasova, pirmie “Impro” ceļojumi uz Rumāniju tika organizēti jau 2002. gadā, un kopš tā laika tūristu plūsmas intensitā-

te augusi ar katru gadu – 2007. gadā uz Rumāniju devušās jau 11 grupas sešos katalogā piedāvātajos maršrutos, tomēr pēdējā gada laikā ir vērojama ceļotāju skaita samazināšanās, kas izskaidrojama ar cenām un klientu pirkspēju. “Lai kā mēs gribētu piedāvāt lētu un labu produktu, diemžēl visas izmaksas sadārdzinās, un tas attiecas ne tikai uz Rumānijas maršruti vien. Tomēr, ņemot vērā klientu interesi, turpināsim piedāvāt saviem ceļotājiem jau esošos maršrutus un izstrādāt arī jaunus. Tieši rūpīgi izstrādāti maršruti un atbildība par piedāvājuma kvalitāti, tostarp par profesionālu gidu un Rumānijas sadarbības partneru darbu, ir mūsu ceļš uz veiksmīgu šī ceļojumu virziena realizēšanu,” stāsta Z. Tarasova.

Latvijā ceļojumus uz Rumāniju piedāvā arī “Relaks Tūre”, kas saviem klientiem ceļojumus uz Rumāniju sāka piedāvāt 2005. gadā. Pirmajos trijos gados izdevās sakomplektēt vienu vai divas grupas, savukārt 2008. gadā interesentu skaits bija tik neliels, ka netika nokomplektēta neviena grupa. Firmas “Relaks Tūre” Mārketinga daļas vadītāja Evita Grāvīte, komentējot situāciju, apstiprina jau iepriekš teikto – lai gan piedāvājums ir savdabīgs un ceļotājiem saistošs, nokomplektēt grupas ceļojumiem uz Rumāniju nav vienkārši.

“Nevaram piedāvāt konkurētspējīgu cenu. Stingri turamies pie firmā pieņemtajiem ceļo-

juma kritērijiem: visas nakšņošanas viesnīcās, komforts, nesteidzīgs ceļojuma temps. Noteikti izmantojam vietējā gida pakalpojumus, jo jāreķinās ar valodas barjeru un nepilnīgo tūrisma informāciju,” stāsta Evita Grāvīte, piebilstot: arī “Relaks Tūre” speciālisti ir pārliecināti, ka Rumānijai ir nākotnes potenciāls Latvijas tūrisma tirgū – “jābūt tikai pacietīgiem”.

Rumāņu sadarbības partneri gaida ceļotājus no Latvijas

Lai nodrošinātu kvalitāti ceļojumos uz valstīm, kurās tūrisms vēl tikai attīstās, kā tas ir Rumānijā, ļoti svarīgs aspekts ir sadarbība ar vietējām tūrisma firmām.

Par sadarbību ar “Relaks Tūre” un pieredzi darbā ar ceļotājiem no Latvijas stāsta Rumānijas tūrisma kompānijas “Explore Travel” mārketinga direktore Adina Nutu: “Līdz šim esam uzņēmuši piecas tūristu grupas no Latvijas, trīs no tām bija “Relaks Tūre” organizētas, divas ceļu pie mums bija atradušas pašas. Skaitļos šis apjoms nav liels – 40 ceļotāji 2005. gadā, 80 ceļotāji 2006. gadā, 40 ceļotāji 2007. gadā. Mēs uzskatām, ka galvenais iemesls, kāpēc tūristu plūsma no Latvijas uz Rumāniju attīstās lēni, ir fakts, ka katastrofāli pietrūkst abpusējas informācijas. Latvieši ir aizspriedumu pilni, domājot par Rumāniju, tieši tāpat reti kurš Rumānijas iedzīvotājs, arī tūrisma strādājo-



Sibiu – 2007. gada Eiropas kultūras galvaspilsēta



Grāfa Drakulas vārds uzrunā arī Latvijas ceļotājus



Segeșvara – viena no tūristu apmeklētākajām viduslaiku pilsētām



Nakšņošanai – tautiskas vides un komforta apvienojums



Slēpošanas kūrorts Poiana Brasov



Maršrutu daudzveidība

šie, kaut ko zina par Latviju un latviešiem.”

Tūrisma firmai “Impro ceļojumi” ir izveidojusies veiksmīga sadarbība ar Rumānijas puses partneri “Transilvania Tours” un šī uzņēmuma vadītāju Kristianu Szarku (*Szarka*). Sadarbība ar Latviju aizsākusies pirms sešiem gadiem, kad uzņemti pirmie 76 ceļotāji. Izzinot ceļotāju vēlnes, veidoti jauni maršruti, piesaistot aizvien vairāk interesentus no Latvijas. Ar katru gadu ceļotāju skaits palielinājies: 2005. gadā to bijis jau 244, 2006. gadā – 378, 2007. gadā – 442, bet 2008. gadā – jau 459; cilvēki ceļojuši gan grupās, gan individuāli.

Komentējot iespējas turpmāk vēl palielināt ceļotāju skaitu, K. Szarka atzīst: “Protams, Latvijā, tāpat kā daudzās citās valstīs, priekšstats par Rumāniju bieži vien ir aizspriedumains un zināšanas nepilnīgas, tāpēc daudz jāstrādā pie informācijas apmaiņas, lai šos dažkārt nepareizos priekšstatus mainītu un piesaistītu aizvien jaunus ceļotājus. Prieccē fakts, ka aizvien biežāk sastopu tūristus no Latvijas, kas dodas uz Rumāniju atkārtoti.”

Maršrutu dažādošanas iespējas

Rūpīgi izpētot abu firmu piedāvājumu, ir jāsecina, ka tie aptver galvenokārt Rumānijas ziemeļu daļu. Jau no pašiem pirmsākumiem “Impro” saviem ceļotājiem piedāvāja Transilvānijas novadu, un vēl joprojām turpina papildināt uz šo novadu izstrādāto maršrutu

klāstu. Latvijas līmenī “Impro” ir izvirzījis Rumānijas apceļošanas līderpozīcijās, to apliecina statistika – firmas apkalpoto ceļotāju skaita pieaugums uz šo valsti.

“Arī vairākas citas firmas ir lūkojušās šajā virzienā, tomēr uzskatu, ka “Impro” piedāvājums nosedz tik plašu spektru un tik augstā kvalitātē, ka citi par šo tirgus daļu, iespējams, ir zaudējuši interesi – pozīcijas ir pārāk stipras. Tas nozīmē, ka ar to grupu apjomu, kas devušās uz Rumāniju un vēl tikai dosies, pietiek vienam uzņēmumam, ja pieņemam, ka šādu ceļojumu piekritēju skaits Latvijā ir salīdzinoši neliels,” tāds ir A. Geidāna viedoklis.

To, ka Rumānijā ir plašas jaunu maršrutu veidošanas iespējas, savukārt uzsver A. Nutu: “Svarīgi, lai Latvijas tūrisma tirgū būtu plašs maršrutu izvēles klāsts, jo šobrīd varam teikt, ka Latvijā ceļotājam tiek piedāvāti tikai tādi Rumānijas maršruti, kas galvenokārt ved uz Transilvāniju, uz Moldāviju, uz Ukrainas robežu, kas, nenoliedzami, ir unikāli, kultūrvēsturiski bagāti novadi, kuru pievilcību vairo Karpatu kalnu krāšņums.” Rumānijas tūrisma firmu speciālisti ir pārliecināti, ka Latvijas tirgū interesanti varētu būt arī produkti, kas piedāvā valsts dienvidu daļas novadus – Melnās jūras piekrasti, Donavas deltu, Dobrudžas reģionu, kas jau izsenis bijuši īpaši pievilcīgi objekti pārējo tūrisma piedāvājumu klāstā.

Ceļš uz patieso Rumāniju

Pasaules Ceļojumu un tūrisma padome (*WTTTC*) 2006. gada pētījumā, prognozējot tūrisma attīstību Rumānijā turpmākajos desmit gados, izvirzījusi prioritāros attīstības virzienus līdztekus jau zināmajiem produktiem – Melnās jūras un slēpošanas kūrortiem; tiek paredzēts attīstīt kalnu tūrisma, atbalsīt kultūrvēsturiskā mantojuma izziņošanas maršrutus.

Runājot par nākotni un Rumānijas vietu Latvijas tūrisma tirgū, jāatzīst katastrofāls informācijas trūkums, turklāt abpusējs. Varbūt arī Latvijai ir vērts aizdomāties par to, cik un ko par mums zina citās valstīs, kaut vai tepat netālu – Eiropā. Fakts, ka Rumānijas tēls ir pagātnes rēgu apvīts, ir nenoliedzams: komunistiskais režīms, nevērtība, nabadzība, noziedzība – šīs asociācijas noteikti neveicina Rumānijas konkurētspēju tūrisma tirgū. Labākajā gadījumā laudis ir šo to dzirdējuši par baidīgo grāfu Drakulu.

Var piekrist “Explore Travel” mārketinga direktores Adinas Nutu teiktajam: “Lieliski būtu, ja Rumānija atvērtu tūrisma biroju Latvijā, līdzīgi kā tas ir Francijā, Lielbritānijā un citur Eiropā. Kamēr šāda biroja nav, jāmeklē citas formas, kā informēt Latvijas ceļotāju par tūrisma tirgus vērtībām Rumānijā.” Evita Grāvīte rumāņu kolēģes teikto papildina: “Tāpēc atliek vien mutvārdu reklāma no cilvēkiem, kas šo zemi apceļojuši un var to ieteikt citiem.” □

Pilsētas velosipēds – ātri un lēti

Evija Puķe

Daudzās Eiropas pilsētās – Parīzē, Lionā, Marseļā, Tulūzā, Nantē, Luksemburgā, Briselē, Seviljā u.c. – iedzīvotājiem un tūristiem iespējams izmantot pilsētas velosipēdus. Šo pakalpojumu sadarbībā ar pilsētas municipalitāti nodrošina "JCDecaux", otra lielākā vides reklāmas kompānija pasaulē, kas vairāk pazīstama ar reklāmām sabiedriskā transporta pieturās. 2002. gadā kompānija ieviesa pirmos 900 pašapkalpošanās velosipēdus Vīnē. Galvenais iemesls – jauns veids, kā izvietot vides reklāmu. Cilvēki pārvietojoties ne tikai par velti popularizēt reklāmu, bet maksā arī par servisa izmantošanu. Kad 2007. gada vasarā Parīzē kļuva par šādu velosipēdu, izrādījās, ka nepilnu trīs nedēļu laikā iedzīvotāji un tūristi izmantojuši velosipēdus miljons reižu. Tūrisma sezonas laikā vairāk nekā puse Parīzes velotransporta lietotāju ir tieši tūristi. Pateicoties šādai "JCDecaux" ieviestai sistēmai, Parīzes tradicionālajos nomas punktos pieprasījums pēc divriteņiem samazinājās par 25 procentiem.

Pilsētas divriteņi šādu atsaucību ieguvuši galvenokārt tāpēc, ka tos ērti un vienkārši iespējams izīrēt pašapkalpošanās stacijās 24 stundas diennaktī. Šie pilsētas velosipēdi gan nenodrošina papildu tūrisma plūsmu, jo ārzemnieki par tiem uzzina lielākoties tad, kad viņi jau ir ieradusies pilsētā.

Daļa iedzīvotāju šādu videi draudzīgu pārvietošanās iespēju izmanto sabiedriskā transporta vai automašīnas vietā, lai dotos uz darbu. Piemēram, Lionā, kas nebūt nav lielākā Eiropas pilsēta, jāvelta vairāk nekā stunda, lai automašīnu varētu novietot autostāvvietā. Pat pazemes autostāvvietās, vairākus stāvus zem zemes, atrast brīvu vietu ir visai problemātiski. Tāpēc Eiropas velosipēdētājs vairs nav pārsteigums redzēt tās iedzīvotājus uzvalkos, dodoties ar velosipēdiem uz kādu lietišķu tikšanās vai pusdienas pārtraukumā izmantojot iespēju ātri un vienkārši nokļūt līdz iecienītajam restorānam.

Pa Parīzi bez metro

Pašapkalpošanās velosipēdu var paņemt vienā stacijā, bet novietot citā – pašapkalpošanās stacijas izvietotas visā pilsēta aptuveni 300 m attālumā cita no citas. Maksājot skaidru naudu vai norēķinoties ar bankas karti, ir iespējams iegādāties dienas (1 eiro), nedēļas (5 eiro) vai gada abonementu (20 eiro), kas šajā laikā posmā nodrošina piecu velosipēdu servisu. Pirmā pusstunda vienmēr ir par brīvu. Otrā pusstunda maksā 1 eiro, bet trešā pusstunda 2–4 eiro (cena katrā pilsētā nedaudz atšķiras). Tūristiem ieteicams iegādāties die-



Foto Evija Puķe

Velosipēdas ir draudzīgas ne tikai videi, bet arī tūristiem. Izmantojot pašapkalpošanās velosipēdu servisu, iespējams ērti apskatīt pilsētas centru un doties arī ārpus tā. Turklāt, braucot ar velosipēdu, pilsētu iespējams apskatīt labāk, nekā pārvietojoties ar metro



nas karti, ar kuru, piemēram, pusstundas laikā var aizbraukt no Parīzes centra līdz *La Défense* rajonam, nolikt velosipēdu stacijā, apskatīt moderno arhitektūru, bet pēc tam atceļā atkal izmantot velosipēdu servisu.

Katrās pilsētas tūrisma informācijas centra darbinieki palīdzēs tūristam izveidot savām interesēm atbilstošu velomaršrutu. Parīzē pieejams arī speciāls buklets "Paris à vélo et à pied" (7,61 eiro), kas izveidots sadarbībā ar tūrisma ceļvežu izdevējiem "Lonely Planet" un "Petit Voyage". Bukletā iespējams iegūt informācija par labākajiem pilsētas maršrutiem, kurus iespējams izbraukt tieši ar jaunievietajiem pašapkalpošanās velosipēdiem.

Pašlaik lielākajās Francijas pilsētās – Parīzē, Tulūzā, Marseļā u.c. – velosipēdu stacijas izvietotas visu populārāko apskates objektu tuvumā. Kopumā vairāk nekā 20 tūkstošiem velosipēdu. Katra stacija aprīkota ne tikai ar kvalitatīviem un moderniem velosipēdiem, bet arī ar interaktīvu automātu, kas sniedz informāciju par staciju izvietojumu un iepazīstina ar lietošanas instrukciju. Ieliekot automātā iegādāto karti, uz ekrāna tiek piedāvāta iespēja izvēlēties vienu no pieejamajiem velosipēdiem.

Protams, neiztiek arī bez ķibelēm – te velosipēdam pārtrūkst ķēde, te pārplīst riepa, tāpēc "JCDecaux" ir padomājuši arī par komandu, kas velosipēdus nogādā tehniskās apkopes punktos. Otra problēma – dienas beigās populārākajās stacijās velosipēdi vairs

nav pieejami. Piemēram, Lionā lielākā daļa riteņbraucēju velosipēdus izmanto, lai nobrauktu no Furvjēra kalna, taču reti kurš vēlas uzbraukt stāvajā kalnā. Šo problēmu atrisina īpaša darbinieku komanda, kas, lai izlīdzinātu velosipēdu skaitu katrā vietā, tos pārvieto no vienas stacijas uz citu.

Rīga – bez velosipēdiem?

"JCDecaux" jau vairākus gadus vides reklāmas jomā darbojas arī Latvijā. Pagaidām pilsētas velosipēdu sistēmu Rīgas ielās vēl nemana, tomēr, iespējams, kādreiz nākotnē šāds pašapkalpošanās serviss tiks ieviests arī pie mums. Dite Dimante, "JCDecaux" pārstāvniecības Latvijā mārketinga vadītāja: "Uzņēmumam ir doma šādus velosipēdus ieviest arī Rīgā, taču tas nav tuvākā gada, pat ne divu gadu jautājums. Pilsētas velosipēdu sistēmas ieviešana varētu tikt īstenota ne ātrāk kā piecu gadu laikā. Atšķirībā no citām Eiropas valstīm, kur šāda sistēma jau darbojas, uzņēmums uzskata, ka Rīgas sabiedrība vēl nav tai gatava. Pie mums diemžēl varētu būt mēģinājumi noskrūvēt velosipēdiem detaļas. Taču ir otra, vēl lielāka problēma – pati Rīgas pilsēta nav velosipēdiem draudzīga; mums nav pietiekami daudz atsevišķu joslu, kas paredzētas riteņbraucējiem. Pa ielu braukt ir bīstami, bet brauciens pa trotuāri var apdraudēt gājējus."

"JCDecaux" pārstāvniecības atrodas arī Lietuvā un Igaunijā, taču arī ne Viļņā, ne Tallinā pilsētas velosipēdi nav ieviesti. □

Ziemassvētku tūrisms Berlīnē

Ziemassvētku tirdziņi, kas sevī apvieno gan kultūru un tradīciju, gan visnotaļ merkantilu mērķi – iepirkšanos, jo īpaši liek uzplaukt Vācijai, kas ar saviem vairāk nekā 2500 tirdziņiem ir uzskatāma par Ziemassvētku tirdziņu lielvalsti.

Linda Gediņa

Ziemassvētku tirgi senāk

Ziemassvētku tirdziņu tradīcijas iesniedzas tālā pagātnē. Savos pirmsākumos Ziemassvētku tirgi bija vieni no regulārajiem sezonālajiem tirgiem gada ritumā. Tie ilga vienu vai divas dienas un saucās Ziemas jeb Svētā Nikolaja tirgi. Ziemassvētku tirdziņu sortimenta pamatvienības arī mūsdienās joprojām ir tās pašas preces, tikai zaudējušas savu primāri praktisko nozīmību un ieguvušas simboliskas vērtības statusu. Un tā vēl aizvien tiek tirgotas sveces, trauki, rotaļlietas, saldumi un rotājumi eglītes izpušķošanai. Tirdziņš vienmēr ir arī tautas svētku un izpriecu vieta.

Sevi piesaka Berlīne

Kaut arī tradicionāli par tirdziņu lielpilsētām tiek uzskatītas Nirberga, Drēzdene vai Ķelne, tomēr pēdējos gados decembrī aizvien nozīmīgāku vietu starp tūrisma galamērķiem sāk ieņemt Vācijas galvaspilsēta Berlīne. Pēdējā laikā ik gadu decembrī tūrisms tur pieaug par aptuveni 10 procentiem.

Berlīnē netiek veidota ne lielākā pasaules svece – kā Šlicā, ne arī lielākā Ziemassvētku egle – kā Dortmundē. Decembra sākumā tiek uzsākta rūpīgi izplānota tūrisma programma, kas ietver ne tikai tirdziņus, bet arī teātra un mākslas norises, papildinot un akcentējot jau tā ārkārtīgi plašo Berlīnes kultūras piedāvājuma spektru ar tikai Ziemassvētku mēnesim raksturīgiem akcentiem.

Ziemassvētku tirdziņu tradīcija Berlīnē uzplaukusi pēc Vācijas apvienošanās. Tagad Berlīne pārspēj citas pilsētas ar savu tirdziņu skaitu un daudzveidību. Berlīnē darbojas vairāk nekā 60 Ziemassvētku tirdziņu, pilsētas centrā tie atrodami gandrīz katrā kvartālā. Tie ir lieli un strādā 12 stundas diennaktī.

Uzsver Berlīnei specifisko

Berlīnes pārdošanas plāns ne tikai tiecas izcelt metropoles specifisko raksturu – multikulturālismu, urbānismu, uzskatu dažādību un brīvību, bet arī nostiprināt pilsētas tūrisma industrijas nākotni. Tūrisma plānošanā tiek izmantoti aktuāli termini, kas atbilst vēlamajam pilsētas tēlam, piemēram, "Berlīne kustas", "Berlīne aizkustina", "Berlīne stāsta". Paraleli tiek diskutēti tūrisma attīstības jautājumi, tie tiek saistīti ar dažādu sociālo problēmu risināšanu, piemēram, ar jautājumiem par demogrāfisko situāciju un sociālā riska grupu stāvokli. Lai raksturotu ziemas sezonu Berlīnē, tiek izraudzīti atslēgvārdi "apburošs", "mirdzošs", "izsmalcināts". Izgreznotas ielas, plašas iepirkšanās iespējas, izsmalcināta virtuve un izslavētā nakts dzīve veido Berlīnei raksturīgo noskaņu.



Lai gan Nirberga (attēlā) tiek uzskatīta par tirdziņu lielpilsētu, līdzīgi kā Drēzdene vai Ķelne, tomēr pēdējos gados decembrī aizvien nozīmīgāku vietu starp tūrisma galamērķiem sāk ieņemt Vācijas galvaspilsēta Berlīne

Stingras prasības

Kaut arī katram tirdziņam ir savs raksturs un atšķirīga mārketinga koncepcija, tiem visiem jāatbilst kvalitātes kontroles nosacījumiem, – tikai tad īpašnieki un organizatori drīkst noīrēt platību un sākt organizēt tirgotavas. Piemēram, koka stendi jākrāso ar tādu pašu krāsu kā bērniem domātās koka rotaļlietas – tas tādēļ, lai nekaitētu pārdodamās pārtikas kvalitātei; atkarībā no tirdziņa atrašanās vietas tiek regulēts arī preču sortiments. Ir ekskluzīvie rajoni, kur tirdziņa aristokrātiskumu veido stingra produkcijas atlases kritēriji – roku darbs, tālas zemes, veterinārā dienesta prasību ievērošana, preces, kas nav pieejamas veikalos. Ja vieta ir ekskluzīva, arī karstvīna, desiņu un frī kartupeļu piedāvājums būs ierobežots, reducēts līdz niecīgiem 12 procentiem.

Plaša kultūras programma

Berlīnes tirdziņi tiek apvienoti ar plašu kultūras programmu. Jozefa Nīkes tradicionālā stilā ieturētais tirdziņš pie Operas ir iekļauts Eiropas 500 Top Events sarakstā. Šajā Ziemassvētku tirdziņā darbojas 230 tirdzniecības vietas. Gatavošanās tirdziņam sākas līdz ar vasaras beigām, kad ar sludinājumu palīdzību tiek meklēti pārdevēji. Decembrī tiek organizēti uzvedumi, izstādes un mākslas norises, kas būtu saistītas ar Ziemassvētku tematiku un konceptuāli sasauktos ar Nīkes tirdziņa laucinieciski tradicionālo raksturu.

Daudz ārzemju tūristu

Ziemassvētku tirdziņi Berlīnē ir speciāli izvēlēts ceļojuma galamērķis ne tikai ārzemju tūristiem, bet arī pašiem vāciešiem no citiem valsts reģioniem. Pēc Berlīnes tūrisma mārke-

tinga pārstāvju rīcībā esošās informācijas, 60 procenti Ziemassvētku tirdziņu apmeklētāju ir amerikāņi, japāņi un ķīnieši, otro vietu ieņem spāņi un itāļi, viņiem seko dāņi, zviedri un briti. Taču tieši paši vācieši visvairāk ir iecienījuši Berlīnes Ziemassvētku tirdziņus kā vietu, ko izvēlēties par savu decembra ceļojumu galamērķi un kur iegādāties Ziemassvētku dāvanas.

Tirdziņos, kur galvenais ir atrakcijas, priekšnesumi un kafējnīcas, vairāk manāmi ārzemnieki, dzirdama angļu valoda, sastopami cilvēki ar fotoaparātiem. Apjautātie pārdevēji un tirdziņa apmeklētāji atzīst, ka pamatā tiek meklētas kādas noteiktas, veikalos nenopērkamas preces, dažkārt pircēji speciāli mērojuši visnotaļ tālu ceļu, lai iegādātos kādu noteiktu produktu, kas citur nav iegūstams. Ziemassvētku tirdziņu sortimentu veido medus no Somijas, koka rotaļlietas no Vācijas, koka amatniecības un mākslas priekšmeti no Āfrikas, saldumi no Itālijas, stikla izstrādājumi un lelles. Amerikāņu tūriste stāsta, ka viņa iegādājusies lelli ar melnu ādas krāsu un dabiska izskata zīdaiņa seju, jo nekad neko tādu neatrastu nevienā Amerikas veikalā.

Arī Latvijas iedzīvotāji dodas Ziemassvētku iepirkšanās tūrēs. Berlīne ir viens no iecienītākajiem galamērķiem ne tikai tās atmosfēras, plašā sortimenta un draudzīgo cenu dēļ, bet arī plašās un laikmetīgās kultūras programmas dēļ, kuras mērķis ir uzmundrināt un iepriecināt. Un arī Vācijas ekonomikai Ziemassvētku tirdziņi nāk tikai par labu. Tirdziņos apgrozījums ir iespaidīgs, un valstij tas ir būtisks nodokļu ieguves avots. Vācijai Ziemassvētki nodokļu veidā ienes pat līdz 25 miljoniem eiro papildu ienākumu. Nav slikti! □

Beznodokļu tirdzniecība Latvijā

Jekaterina Sediha,
SIA "Global Refund Latvia"
klientu apkalpošanas menedžere

Pēdējos gados Latvijā parādās slavenie zīmolu veikali, kas piesaista arvien lielāku tūristu uzmanību. Jūtama kļūst tendence, ka tūristi no dažādām pasaules valstīm rūpīgi plāno nedēļas nogali Latvijas galvaspilsētā, lai veiktu iepirkšanos. Protams, tas ir nopietns signāls tūrisma aģentūrām jauna produkta radīšanai, kā arī jauniem pakalpojumiem, piemēram, iepirkšanās tūru organizēšanai uz Rīgu. Viens no pakalpojumiem, ko Latvijā var izmantot tūrists, ir beznodokļu tirdzniecība jeb *Tax Free Shopping*.

Latvijā beznodokļu tirdzniecības pakalpojumu sniedz kompānija "Global Refund". Šī kompānija ir pasaules līderis pievienotās vērtības nodokļa (PVN) atmaksas pakalpojuma sniegšanas jomā ar pasaulē plaši pazīstamo logo "Tax Free Shopping". Uzņēmuma darbība šobrīd aptver jau 38 valstis, un "Tax Free Shopping" sistēmā ir iesaistījušies vairāk nekā 240 000 veikalu visā pasaulē. Latvijā "Tax Free Shopping" pakalpojums ir pieejams vairāk nekā 700 veikalos, pamatā tie atrodas Rīgā.

Tūristiem no trešajām valstīm (valstīm, kuras neietilpst Eiropas Savienības sastāvā) tiek piedāvāts saņemt atpakaļ PVN, ko tie maksā, iepērkoties Latvijā. Atgūt naudu ir viegli, un tūristi šo pakalpojumu izmanto arvien biežāk, ko apliecina arī atmaksāto *Tax Free* čeku skaita pieaugums: 2007. gadā – par 60%, 2008. gadā – par 40 procentiem.

"Global Refund" statistika liecina, ka visvairāk iecerotāju no trešajām valstīm, kuri iepērkas Latvijā, ir no Krievijas – 52% (sk. 1. tabulu). Galvenokārt tie ir biznesa cilvēki, kuri iepērkas apģērbus un juvelierizstrādājumu veikalos. Vasaras sezonā no Krievijas ieeļo vairāk vidusslāņa pārstāvju, viņu pirkumu klāstā nereti ir lina un dzintara izstrādājumi.



"Global Refund" statistika liecina arī par to, ka krievu tūristi ir tendēti iepirkties Latvijā. 2008. gada janvārī vidējā pirkuma summa bija 281 lats, bet augustā – jau 421 lats (sk. 2. tabulu).

Otro vietu (11%) ieņem Norvēģijas tūristi (1. tabula). Viņi izvēlās vidusslāni labi

pazīstamos apģērba zīmolus, piemēram, "Zara" un "Mango", daudz tiek pirkti sporta apģērbi.

Trešā lielākā grupa ir Baltkrievijas iedzīvotāji (8%; sk. 1. tabulu). Viņus visvairāk saista universālveikals "Stockmann".

Universālveikals "Stockmann" ir viens no trešo valsts iebraucēju iecienītākām vietām, kur ir iespējams izdevīgi iepirkties. Šeit vienmēr var noformēt *Tax Free* čeku, kuru pēc tam var apmainīt pret naudu.

Ceturrtā lielākā grupa ir Ukrainas iedzīvotāji (7%; sk. 1. tabulu). Šīs grupas ļaudis Latvijā labprāt pērk juvelierizstrādājumus, pulksteņus un kažokādas.

Pārējās tūristu grupas – no Izraēlas, ASV, Ķīnas, Kanādas, Šveices, Austrālijas, Azerbaidžānas – Latvijā aktīvi pērk apģērbus un dzintara juvelierizstrādājumus.

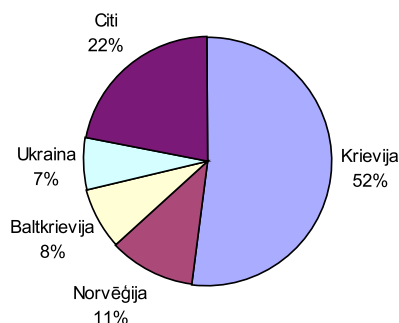
2008. gada pirmajos astoņos mēnešos, izmantojot beznodokļu tirdzniecības pakalpojumu, tika veikti pirkumi par vairāk nekā 1,5 miljoniem latu.

"Global Refund" aktīvi sadarbojas ar tirdzniecības centru "Galerija Centrs". Jāatzīmē, ka šis tirdzniecības komplekss šobrīd ieņem līderpozīcijas ārzemju tūristu piesaistē. Pirmkārt, izdevīga ir "Galerijas Centrs" atrašanās vieta, bet, otrkārt, šis centrs tūristiem aktīvi piedāvā izmantot "Tax Free Shopping" pakalpojumu.

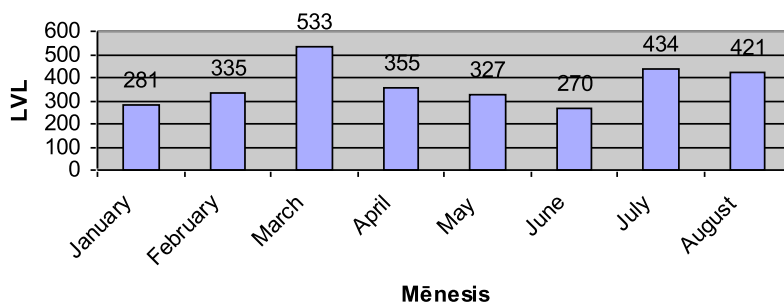
"Global Refund" rūpējas par to, lai tūristi no trešajām valstīm būtu informēti par savām iepirkšanās iespējām Latvijā, tāpēc katru gadu tiek izdots jauns "Iepirkšanās ceļvedis". Ceļojumu un tūrisma aģentūras tiek aicinātas saņemt šo bezmaksas izdevumu tālākai izplatīšanai tūristu vidū.

"Global Refund" vēlas aicināt ceļojumu un tūrisma aģentūras aktīvāk informēt iebraucējus par beznodokļu tirdzniecības pakalpojumu, jo tas ļauj tūristiem ietaupīt līdzekļus. "Tax Free Shopping" noteikti ir viens no patīkamākajiem pakalpojumiem, ko saņem tūrists, atrodoties Latvijā. □

Tax Free Shopping pakalpojuma ņēmēju sadalījums pa valstīm (2007.gads)



Krievijas iecerotāju vidējais pirkums 2008.gada pirmajos astoņos mēnešos



“Latvijas Koncerti” kļūst par tūristu piesaistītāju

Rinta Bružēvica,
“Latvijas Koncerti” sabiedrisko attiecību vadītāja

“Latvijas Koncerti” ir lielākā koncertu aģentūra mūsu valstī. Tā piedāvā augstas kvalitātes akadēmiskās mūzikas koncertus, pārstāvot Latvijas profesionālo mūziķu radošās intereses, kā arī aicinot sniegt koncertus pasaules atzinību guvušus ārvalstu māksliniekus un kolektīvus. Aģentūras mērķis ir sniegt iespēju rīdziniekiem un Rīgas viesiem iespēju baudīt kvalitatīvu mūziku augsta līmeņa profesionāļu izpildījumā. Katru gadu Rīgā tiek rīkoti apmēram 120 koncerti, bet visā Latvijā ik gadu notiek apmēram 400 “Latvijas Koncertu” rīkoto pasākumu.

Koncertu vietas

Lielākā daļa koncertu notiek Vecrīgā, tādējādi pilsētas viesiem tiek dota iespēja iepazīties ar kultūrvēsturiskām celtnēm un vienlaikus izbaudīt mūzikas valdzinājumu senatnīgajās koncertzālēs: Mazajā ģildē – kādreizējā amatnieku apvienības namā, kur izcili skan kameransambļu un kamerorķestru koncerti; Lielajā ģildē, kas pēc pagājušajā gadā veiktajiem restaurācijas darbiem ir atjaunojusi savu interjeru. Interesanta koncertu vieta ir viens no vecākajiem Eiropas muzejiem – Rīgas vēstures un kuģniecības muzejs, kur koncerti notiek klasicisma stilā celtajā Kolonnu zālē. Labākā vieta Rīgā vokāli instrumentālu lieldarbu atskaņošanai ir Jāņa baznīca. Tāpat arī tiek piedāvāti koncerti Rīgas Domā, Pēteru baznīcā, Latvijas Nacionālajā operā, Melngalvju namā, LU Lielajā aulā, Rīgas Latviešu biedrības namā un citu Latvijas pilsētu baznīcās un koncertu vietās.

Piedāvājums tūristiem

“Latvijas Koncertu” mērķis ir sadarboties ar visiem tūrisma uzņēmumiem, kas apkalpo Latvijā iebraucošos tūristus un viesus. Tūrisma informācijas birojos un viesnīcās ir pieejama informācija angļu valodā: “Latvijas Koncertu” kalendārs, kā arī apraksti par festivāliem un atsevišķiem koncertiem, lai pilsētas viesi varētu uzzināt par koncertu piedāvājumiem.

“Latvijas Koncerti” sadarbībā ar “Biļešu paradīzes” kasēm ir izstrādājusi jaunu piedāvājumu – tūristiem tiek dota iespēja iegādāties koncertu biļetes visu diennakti viesnīcā, kurā viņi ir apmetušies. Šāds pakalpojums var būt pieejams jebkurai Rīgas viesnīcai, noslēdzot sadarbības līgumu ar “Latvijas Koncertiem”. Koncerta biļete ir e-biļetes formātā un to var iegādāties ar pēcapmaksu, tādējādi šis pakalpojums tiek pieskaitīts klienta viesnīcas rēķinam.

Ārzemēs “Latvijas Koncerti” reklamējas ar tūrisma kompāniju starpniecību. Ir uzsākta sadarbība ar lielākajām Lietuvas un Igaunijas tūrisma firmām.

Lielākie festivāli un pasākumi

Iecienītākais “Latvijas Koncertu” organizētais pasākums ir festivāls “Eiropas Ziemassvētki”, kad ik gadu skaitajā Adventes, Ziemassvētku un Jaungada laikā klausītājiem tiek piedāvāta iespēja izbaudīt svētku noskaņu, klausoties gan tradicionālās Ziemassvētku

skaņās, piemēram, Baha, Mocarta, Haidna, Vivaldi mūziku, gan arī mūsdienu komponistu skaņdarbus un arī priecīgos džeza ritmus.

Lielu atsaucību ir guvis ik pāris gados notiekošais saksofonmūzikas festivāls “Saxophonia”, kas ir plašākais šāda veida pasākums Eiropā. Šajos koncertos klausītāji var iepazīt Latvijas galvaspilsētas iecienītākos džeza klubus. Savukārt Senās mūzikas festivāls paver durvis uz senajiem Rīgas pagalmiem, baznīcām un Latvijas krāšņumu – Rundāles pili.

Vasaras mēnešos “Latvijas Koncerti” piedāvā džeza, klasiskās mūzikas, baroka komponistu mūzikas un ērģelmūzikas koncertus, kā arī ļoti laikmetīgus projektus. Pēdējā laikā klausītāju lielu atzinību ir guvuši elektroakustiskās mūzikas un mākslu sintēzes projekti, kas tiek realizēti Rīgas Mākslas telpā – plašā pagrabā, kas ierīkots zem pilsētas Rātslaukuma un kam piemīt viegli noslēpumaina fasciņejoša laikmetīguma gaisotne, kuru labprāt bauda kā rīdzinieki, tā Rīgas viesi. □



Ārzemēs “Latvijas Koncerti” reklamējas ar tūrisma kompāniju starpniecību. 2008. gada rudenī koncertaģentūra piedalījās Londonas izstādē “World Tourism Market” Tūrisma attīstības valsts aģentūras Latvijas stendā kopā ar lielākajiem ienākošā tūrisma tūroperatoriem un Viesnīcu un restorānu asociācijas biedriem

Zilie vāki kļuvuši par stabilu vērtību

Vairākas Latvijas pilsētas un rajoni, sadarbojoties ar apgādu "Jumava", izdevuši fotoceļvežus.

Lai gan visai bieži tūristi to vietā izvēlas bezmaksas bukletus, pašvaldības neuzskata, ka nauda būtu izsviesta vējā, jo tūristi tām nemaz neesot bijusi galvenā ceļveža mērķauditorija.

Sanita Liepiņa

Atpazīst zilos vākus

Ceļvežos atrodama informācija par pilsētu vēsturi, nozīmīgākajām vietām, baznīcām, kā arī pasākumiem. Visa informācija ir latviešu un angļu valodā. Ceļveži veidoti gan pašmāju, gan ārvalstu tūristiem, taču pārsvarā šīs grāmatas kalpo kā reprezentācijas materiāls pašām pašvaldībām. Tos kā suvenīrus un dāvanas iegādājas vietējie cilvēki un uzņēmumi, sagaidot ārzemju viesus vai paši dodoties ārpus Latvijas robežām. Aptaujātās pašvaldības atzīst, ka tieši ar tādu mērķi arī ir veidojušas ceļvežus.

"Pilsētām, sadarbojoties ar apgādu, ir izdevīgāk izdot fotoceļvedi, jo apgāds iegulda daļu naudas, piedāvā profesionālu komandu, augstu kvalitāti un plašu produkta izplatīšanas tīklu," informē apgāda "Jumava" prezidents Juris Visockis. "Šo izdevumu sērija veidota, balstoties uz pārbauktu starptautisku pieredzi, un tiek atpazīta pēc profesionālām pazīmēm, līdz ar to pašvaldības iegūst starptautisku auditoriju. Tāpat grāmatas tiek tirgotas visā Latvijā, līdz ar to pilsētu publicitāte tiek veicināta arī cituviet. Šo varētu nosaukt par publiskās un privātās partnerības projektu."

Fotoceļvežus šobrīd izdevušas 18 Latvijas pilsētas un divi rajoni. Rīga to izdevusi ne tikai par pilsētu, bet arī par Rīgas jūgendstilu. Pilsētas galvenokārt piekrīt "Jumavas" piedāvājumam, jo novērtē apgāda pieredzi, uzskata, ka ceļvedis tirgū jau kļuvis atpazīstams ar saviem zilajiem vākiem un ir stabila vērtība, kā arī tādēļ, ka līdz šim līdzīgu grāmatu tām nav bijis.

Savulaik Mazsalacas pašvaldība izjutusi šāda ceļveža trūkumu, īpaši jau, kad bija nepieciešama dāvana, dodoties uz ārvalstīm vai sagaidot viesus pašu mājās. "Mazsalacai bija tikai A4 formātā nodrukāts un salocīts buklets," atceras bijusī Mazsalacas Tūrisma informācijas centra vadītāja Ilze Mitēne, kura pati bija arī fotoceļveža teksta autore.

Ir pilsētas, kas ceļvedi izvēlas izdot īpašu svētku laikā, piemēram, Mazsalacai tas bija veltījums pilsētas 80 gadu jubilejā, bet Gulbe-



"Bukletu paņem, pašķirsta un izmet ārā, savukārt grāmata ir paliekoša vērtība"

nei dubultsvētkos – pilsētas 80. un bānīša 105. dzimšanas dienā.

Bukletu pašķirsta un izmet

Izdodot ceļvedi, pašvaldībai jāreķinās ar apmēram 3000 latu ieguldījumu, kas ir trešā daļa no nepieciešamās summas. Pārējo sedz apgāds. "Metiens ir atkarīgs no tā, cik liela ir interese attīstīt pilsētu. Ir veidoti ceļveži līdz 5000 eksemplāru lielā metienā, bet vidēji 800 eksemplāru aiziet pašvaldībai, 800 – "Jumavai". Apgāda daļa gan parasti ir tik liela, cik liels ir tirgus pieprasījums pēc šī produkta. Pašvaldības, kā, piemēram, no darīja Valmiera, savus eksemplārus ne tikai izmanto dāvanām, bet arī, uzliekot savu cenu, pārdod un tā atgūst ieguldītos līdzekļus," stāsta J. Visockis.

Talsu rajona TIC direktore Inese Roze novērojusi, ka ir ārzemnieki, kas pērk šo grāmatu, jo tā ir Latvijā atpazīstama sērija un cilvēki zina, ka tur atrodama visplašākā informācija par pilsētu. Taču ne tikai Talsos, bet arī citos informācijas centros tūristi priekšroku dod lētākiem vai bezmaksas materiāliem. Mazsalacas ceļveža autore domā, ka iemesls tam ir cena, jo grāmata maksā ap četriem latiem. "Tas ir padārgi. Ja tūrists iegriežas vienā no daudzām Latvijas pilsētām un pēc tam dodas uz nākamo, protams, katrā viņš nepirks pa fotoceļvedim." Pašreizējā Mazsalacas TIC

vadītāja Līga Muižniece, kura savā amatā ir pāris mēnešu, neatceras, ka šajā laikā kāds tūrists pie viņiem būtu iegādājies ceļvedi.

Apgāda prezidents uzskata, ka ceļveži ir ilgtspējīgs projekts. Tie tiek veidoti visā pasaulē un ir aktuāli vēl joprojām. "Bukletu paņem, pašķirsta un izmet ārā, savukārt grāmata ir paliekoša vērtība. Bieži vien cilvēkam ir interese par kaut ko konkrētu, nevis par visu pilsētu vai rajonu kopumā, un bukleti piedāvā iespēju iegūt bezmaksas informāciju. Ja rodas padziļināta interese par kādu vietu vai objektu, tad arī cilvēks pērk fotoceļvedi. Tie ir pieprasīti."

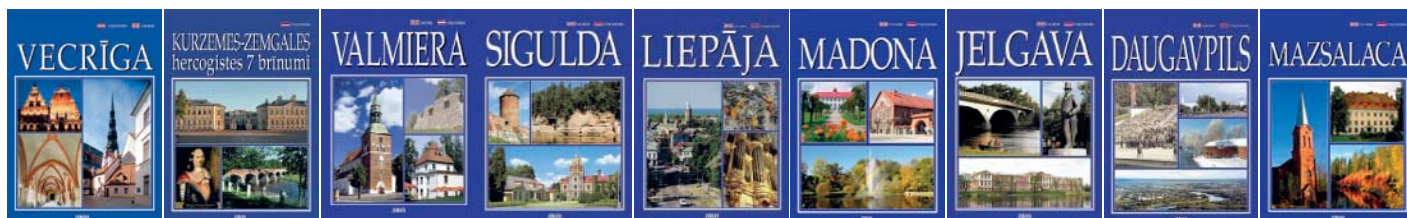
Ceļvedi veidos pašu spēkiem

Ir pilsētas, kas atsaka "Jumavas" piedāvājumam. Apgāda prezidents min trīs iemeslus – tās jau pašas nesēn ir izdevušas grāmatas par savu pilsētu, tām trūkst līdzekļu vai arī tūrisms nav šo pilsētu prioritāte.

Tiem, kas vēl šaubās, vai piekrist "Jumavas" piedāvājumam, Talsu rajona TIC direktore I. Roze iesaka šo iespēju izmantot. "Jo vairāk ir informācijas par pilsētu, jo labāk. Gribu uzsvērt, ka ir tādas stabilas vērtības, kā, piemēram, "Jāņa sētas" izdotās kartes. Tās ir iekarojušas tirgu, un konkurentu šajā ziņā nav. Tāpat arī "Jumava" ir iekarojusi tirgu, un fotoceļvedis jau ir kā zīmols."

Šobrīd apgādam norit sarunas ar Lielvārdi, Balviem, Valku, Kuldīgu un Alūksni par fotoceļvežu izdošanu. Gulbene bija plānojusi laist klajā jau otro izdevumu, šoreiz to papildinot ar tekstu krievu valodā, taču ekonomiskās krīzes apstākļos pašvaldība samazinājusi budžetu, tādēļ no šīs ieceres būs jāatsakās.

Savukārt Saldus pilsēta nolēmusi ar "Jumavu" fotoceļvežu izdošanā vairs nesadarboties, jo viņus neapmierina daži apgāda nosacījumi. "Piemēram, lielāko darba daļu mēs izdarījām paši, bet atlīdzība par to bija neliela," stāsta Saldus TIC vadītāja Ieva Ančevska. "Tāpat arī dome savā īpašumā iegūst tikai nelielu skaitu grāmatu, pēc tam tās jāpērk pašiem." Pēc gadiem diviem, trim, kad tas būs nepieciešams, nākamo ceļvedi pilsēta veidos pašu spēkiem. □



Travelnews.lv aicina braukt taupīgi

Aivars Mackevičs,
E.R.T.I. direktors

Tūrisma ziņu portāls Travelnews.lv organizēja akciju "1000 km Baltijas ceļojums ar 50 litriem", kuras mērķis ir pierādīt, ka ar saprātīgu braukšanas stilu var ievērojami ietaupīt degvielu. Ietaupīto naudu ceļotājs var investēt papildu pakalpojumos, piemēram, restorāna vai masāžas apmeklējumam. Travelnews.lv pirmais organizētais maršruts ir 1000 km garš, un tas savieno piecas pilsētas Latvijā un Lietuvā: Rīga – Liepāja – Klaipēda – Kauņa – Daugavpils – Rīga.

Ikdienas braucienos ar pilnu degvielas tvertni dienesta automašīna BMW 120d vidēji nobrauc 600–700 km, bet šoreiz – 1000 km. Tas ir degvielas ietaupījums par 30–40% jeb 15 latu naudas izteiksmē. No ekoloģiskā viedokļa tas ir apsveicams fakts, jo tiek samazināts auto izmešu daudzums un taupīta enerģija.

Izanalizējot degvielas patēriņa dinamiku, akcijas galvenie atzinumi ir pārsteidzoši, jo bieži vien ikdienā tam netiek pievērsta pienācīga uzmanība.

- Rudenīgā laikā automašīna ar dīzeļdzinēju pa īstam iesilst tikai pēc 20–30 km nobrauciena, un degvielas patēriņš būtiski samazinās. Tas nozīmē, ka liela daļa autobraucēju, kas pārvietojas Rīgas apkārtnē nelielos attālumos un ar aukstu dzinēju, patērē daudz vairāk degvielas nekā tas ir norādīts automašīnas tehniskajos rādītājos.

- Degvielas patēriņu ievērojami ietekmē ceļa seguma kvalitāte, jo uz Lietuvas lielceļiem degvielas patēriņš bija zemāks nekā Latvijā. Arī Latvijā uz jaunajiem ceļiem



Travelnews.lv pirmais organizētais maršruts: Rīga – Liepāja – Klaipēda – Kauņa – Daugavpils – Rīga

bija iespējams uzrādīt zemu degvielas patēriņa rādītājus. Uz laba ceļa seguma automašīna ripo, bet uz sliktā tā kratās un bremzējas.

- Liela nozīme degvielas taupībā ir automašīnas tehniskajam stāvoklim, autovadītāja prasēm un braukšanas stilam, laika apstākļiem, automašīnas papildu aprīkojuma izmantošanai, satiksmes intensitātei, izvēlētajam maršrutam, bagāžas masai un citiem faktoriem.

Automašīnas BMW 120d (2006) rūpnīcas tehniskajos parametros ir norādīts, ka degvielas patēriņš pilsētā ir 8,7 litri uz 100 km, ārpus pilsētas – 5,5 litri, bet jauktais patēriņš – 6,6 litri uz 100 km. Travelnews.lv akcijas laikā nobrauca 1000 km ar pilsētas satiksmi četrās lielpilsētās, trim auksta motora startiem un vidējo degvielas patēriņu mazāku par 5 litriem. Tas ir lielisks rādītājs, lai pierādītu, ka ar saprātīgu braukšanas stilu var ievērojami mazināt degvielas patēriņu.

Travelnews.lv jau tuvākajā laikā piedāvās jaunu 1000 km maršrutu Igaunijas virzienā un pēc tam arī Latvijas ietvaros. Tāpēc aicinām Latvijas auto dīlerus pieteikt savas automašīnas 1000 km testiem! □

Brošūras

Karte četrās valodās

Klajā nācis Liepājas pilsētas un rajona tūrisma kartes atjaunotais izdevums lietuviešu, krievu, vācu un angļu valodā. Kartē atzīmētas nozīmīgākās tūrisma apskates vietas un sniegta informācija par nakšņošanas iespējām. Būtisks jaunievedums ir atzīmētie velotūrisma maršruti, kas izveidoti, izmantojot esošo autoceļu tīklu un ved gar ievērojamām tūrisma apskates vietām. Ir uzsākts darbs pie izstrādāto velomaršrutu marķēšanas, tiek plānots, ka līdz 2009. gada tūrisma sezonas sākumam maršruti būs marķēti dabā.



Izdota brošūru "Dabā ar izpratni"

22. decembrī Vides ministrijā notika brošūras "Dabā ar izpratni" prezentācija. Izdevumu veidojusi Latvijas tūrisma informācijas organizāciju asociācija LATTŪRINFO sadarbībā ar Latvijas īpaši aizsargājamo dabas teritoriju administrācijām un Latvijas vides aizsardzības fonda atbalstu. Brošūrā apkopota informācija par videi draudzīga izziņas tūrisma piedāvājumu, vides izglītības programmām un pasākumiem Latvijas īpaši aizsargājamās dabas teritorijās. Projekta realizācija jāvusi nostiprināt darbības specifikas izpratni un sadarbību starp pašvaldību tūrisma informācijas centriem un projektā iesaistītajām dabas aizsardzības institūcijām tūrisma attīstības jomā.

Ceļvedis par Āraišu muzejparku

Izdots ceļvedis "Āraišu arheoloģiskais muzejparks". Tā autors ir Jānis Apals, kura vārds un mūža darbs saistās ar Āraišu ezerā un tā apkaimē veikto pētniecību un praktisko arheoloģiju, bet pirmām kārtām ar šodien plaši zināmo Āraišu ezerpils rekonstrukciju.

Āraišu ezerpils komplekss ir viens no iecienītākajiem tūrisma objektiem Latvijā gan pašmāju, gan ārzemju tūristu vidū (ap 35 000 apmeklētāju sezonā). Kopš 2008. gada Āraišu arheoloģiskais muzejparks ir valsts aģentūras "Latvijas Nacionālais vēstures muzejs" struktūrvienība.

Ceļvedī ietverts Āraišu arheoloģiskā muzejparka objektu raksturojums un to izpētes vēsture, Āraišu ezerpils celtniecības procesa rekonstruētais apraksts, tās kādreizējo iemītnieku ikdienas dzīves un darbības apraksts. Tekstu papildina bagātīgi ilustratīvais materiāls – vairāk nekā 60 attēli: zīmējumi, kuros atainota arheoloģiskās izpētes un rekonstrukcijas procesa gaita un muzejparka objekti, kā arī fotogrāfijas un kartes.

Lapu apkopojā Ilze Pūpoliņa

Jaunami internetā

www.latturinfo.lv

Sadarbībā ar Tūrisma attīstības valsts aģentūru izveidota LATTŪRINFO mājaslapa www.latturinfo.lv, kurā tiks atspoguļota gan asociācijas darbība un aktualitātes, gan tūrisma informācijas sistēmas attīstība Latvijā kopumā. Mājaslapa tiks pilnveidota, un tajā aicināts piedalīties ikviens tūrisma informācijas jomas interesents.

www.gospa.lv

Tūrisma aģentūra "Go Travel" ir izveidojusi pirmo specializēto SPA tūrisma portālu www.gospa.lv, kur apkopota detalizēta informācija par labākajām SPA viesnīcām un to sniegtajiem pakalpojumiem Latvijā, kā arī pieejama informācija par šādiem pakalpojumiem citās Baltijas valstīs.

Tūrisma aģentūras direktore Astra Kalniņa medijiem teikusi: "Portāls gospa.lv ir ērts risinājums tiem klientiem, kuri vēlas taupīt laiku

un atrast jaunas idejas brīvdienām. Izmantojot portālu, vairs nav jāapmeklē atsevišķas mājaslapas, lai salīdzinātu vai rezervētu piemērotāko SPA programmu.

traveltalisman.lv

Padomāt par brīvdienām aicina jauns ceļojumu un atpūtas portāls, kas piedāvā idejas brīvdienām gan tepat Latvijā, gan ārvalstīs. Iepriekš portāls bija pazīstams ar nosaukumu iCelo.lv.

"Mūsu uzņēmuma attīstības stratēģija paredz nākotnē izveidot starptautisku portālu tīklu, kurā uz Latvijas portāla traveltalisman.lv bāzes darbosies līdzīgi portāli arī citās valstīs," informē portāla direktors, SIA "EBO projekti" vadītājs Edgars Bomiks.

Viena no galvenajām portāla vērtībām ir piedāvātā iespēja ikvienam lietotājam piedalīties portāla satura veidošanā – publicēt šeit savus ceļojumu stāstus un fotogrāfijas.

Katram mirklim piemērotas studijas



Gluži kā universāls, ērti izmantojams instruments studijas Biznesa vadības koledžā pielāgojas Tavam dzīves ritmam un nepieciešamībām, sniedzot atbalstu Tavai profesionālajai izaugsmei un ļaujot sasniegt arvien vairāk:

- ⌘ progresīva, visā pasaulē plaši izmantota studiju forma – **tālmācība**;
- ⌘ studiju maksā iekļauta īpaši izstrādāta profesionālās literatūras bibliotēka, kuru savā īpašumā iegūst ikviens students;
- ⌘ studijas **latviešu un krievu** valodā;
- ⌘ iespēja studēt, arī strādājot vai dzīvojot ārzemēs;
- ⌘ īpaša studiju atbalsta sistēma **Īrijā un Lielbritānijā** strādājošajiem;
- ⌘ studiju ilgums – **2,5 gadi**;
- ⌘ uzņemšana – **2 reizes gadā**.



BIZNESA VADĪBAS KOLEDŽA



TAVAS IZAUGSMES BRĪVĪBA

Studiju programma

Specialitāte

Komerddarbība	Mārketinga un tirdzniecības speciālists
Iestāžu darba organizācija un vadība	Biroja administrators
Personāla psiholoģija un cilvēkresursu vadība	Personāla speciālists
Sabiedriskās attiecības un reklāma	Sabiedrisko attiecību speciālists
Tiesību zinātnes	Jurista palīgs
Tūrisma un viesnīcu serviss	Viesnīcu servisa organizators
Grāmatvedība un finanšu plānošana	Finanšu speciālists

Valstiski atzīts augstākās izglītības diploms

Salaspils iela 14, Rīga, LV-1057 | Tālrunis: 67803261 | www.bvk.lv | bvk@bvk.lv

Studijas krīzes apstākļos

Jeļena Korallo

Ekonomiskā krīze ir atstājusi savu nospiedumu it visās biznesa nozarēs, arī tūrismā. Tādējādi pelnīt un attīstīties kļūst arvien grūtāk. Vai un kā topošie profesionāļi, tagadējie studenti ir gatavi strādāt un virzīties uz priekšu sarežģītajos apstākļos – par to stāsta tūrisma biznesa un izglītības pārstāvji.

Biznesa augstskolas “Turība” Tūrisma fakultātes dekāne Agita Doniņa uzsver, ka fakultāte vienmēr seko līdzi pārmaiņām nozarē un aktualizē studiju kursu programmas atbilstoši situācijai. Arī šobrīd pasniedzēji savos lekcijuursos iekļāvuši aktuālākās tēmas, skaidro situāciju un analizē iespējamās sekas nozarē. Tāpat pasniedzēji mudina studentus saviem bakalaura un maģistra darbiem izvēlēties tēmas, kurās tiek analizētas iespējamās izmaiņas nozarē, nodokļu politikas pārmaiņu ietekme uz nozari un uzņēmējdarbību tūrismā u.tml. Īpaši rekomendē tēmas, kurās tiek analizētas izmaksu optimizācijas iespējas, meklēti risinājumi efektīvākai komercdarbībai un pārvaldībai. Studiju kursu īstenošanā ir iesaistīti nozares profesionāļi, kas dalās savā pieredzē un problēmu izpratnē ar studentiem. Tāpat kā līdz šim, arī turpmāk mācību iestāde aicinās Latvijas un ārvalstu nozares ekspertus nolasīt publiskas lekcijas, lai kopīgi ar studentiem diskutētu par aktualitātēm tūrisma nozarē.

Savukārt Vidzemes Augstskolas Tūrisma un viesmīlības fakultātes dekāns Jānis Kalnačs stāsta, ka viņi nekādas pārmaiņas pagaidām nav veikuši, jo esošā programma ir pilnvērtīga un atbilst tūrisma tirgus prasībām, kas rosina domāt, ka studenti iegūst pietiekamas zināšanas un prasmes, lai strādātu jebkuros apstākļos.

Eiropas reģionālā tūrisma institūta direktors Aivars Mackevičs uzsver, ka augstākajā izglītībā tūrisma jomā mums viss ir kārtībā arī krīzes laikā, tomēr, ja salīdzinām ar Eiropas līmeni, var secināt, ka vēl krietni jāpiestrādā.

Studentiem viens no svarīgākajiem aspektiem karjeras ceļā ir prakse, jo darba devējs ir ieinteresēts, lai jaunajam darbiniekam būtu ne tikai teorētiskās zināšanas, bet arī pieredze. Gan “Turības”, gan Vidzemes Augstskolas mācībspēki apgalvo, ka arī krīzes laikā grūtību ar prakses vietām nav, un šobrīd nav pazīmju, ka šāda problēma varētu rasties. Gan Latvijas, gan ārvalstu tūrisma uzņēmumi labprāt ņem studentus praksē. Arī šobrīd tiek pārskatītas pašreizējās prakses vietas un meklētas jaunas, gan paplašinot ģeogrāfisko diapazonu, gan arī meklējot jaunas iespējas nozares ietvaros, ļaujot studentiem izvēlēties viņiem tuvāko – lielu kūrorta viesnīcu vai nelielu ģimenes viesnīcu, ceļojumu aģentūru vai tūrisma plānošanas un pārvaldes institūcijas u.tml.

Pašreizējā ekonomiskajā situācijā vecāko kursu studentu pieņemšana praksē un viņu iegūto zināšanu un prasmju izmantošana var palīdzēt uzņēmējiem rast jaunas pieejas un risinājumus komercdarbībā un efektīvākā darbaspēka izmantošanā. Vairākas aptaujātās Latvijas tūrisma aģentūras apstiprina, ka jau agrāk ņēmušas un arī krīzes laikā plāno ņemt praksē tūrisma studentus. Tomēr, piemēram, “Airisa un Co” aģentūras avio menedžere Ināra Ulpēna atzīmē, ka vakanču tālākai sadarbībai gan nav.

Analizējot augstskolu piedāvātās programmas, apmācības sistēmu, prakses iespējas, var secināt, ka to ietvaros tiek gatavoti konkurētspējīgi profesionāļi, kuri spēs strādāt un attīstīt tūrisma biznesu Latvijā arī krīzes situācijā. □

Online Expo — tūrisma izstāde internetā

Evita Krēsliņa

Ir noslēgusies pirmā starptautiskā tūrisma izstāde "Online Expo", kas no 27. oktobra līdz 5. novembrim kalpoja kā tikšanās vieta tūrisma nozares profesionāļiem, nozarē strādājošiem uzņēmējiem, kā arī tiem, kas vienkārši interesējās par tūrisma nozares piedāvājumu. Kopumā pirmo tūrisma izstādi internetā apskatīja 259 362 apmeklētāji no visām izstādes dalībvalstīm, tostarp arī 39 394 Latvijas iedzīvotāji.

"Online Expo" bija pirmā tūrisma izstāde internetā, kas tika organizēta Latvijā. Izstādes mērķauditorija bija gan profesionāli, gan arī tūrisma pakalpojumu patērētāji. Ikviens interesents, iegājis izstādes mājaslapā, varēja aplūkot visu dalībnieku stendus. Dalībnieki bija tūrisma nozarē strādājošie uzņēmumi, kuri piekrita piedalīties projektā, samaksājot dalības naudu. Lai apmeklētāji varētu iespējami ātri atrast interesējošo informāciju, uzņēmumi tika sagrupēti vairākās kategorijās pēc to darbības veida (restorāni, viesnīcas un naktsmītnes u.tml.). Pēc tam, kad apmeklētājs bija pierēģistrējies, viņš varēja izmantot visas piedāvātās iespējas, piemēram, sazināties ar izstādes dalībniekiem čatā.

Izstādē piedalījās arī Lietuvas, Igaunijas un Somijas tūrisma nozares pārstāvji. Tas nozīmē, ka izstādes dalībniekiem, kopskaitā 392, bija lieliska iespēja pastāstīt par sevi arī citu valstu pārstāvjiem. No Latvijas izstādē piedalījās 93 uzņēmumi.

Jāpielāgojas interneta videi

"Online Expo" Latvijas biroja ģenerāldirektors Pauls Upenieks stāsta, ka interneta vide rada jaunus apstākļus, kuriem jāmainās pielāgojoties: "Izstāde internetā ir ne tikai mārketinga līdzeklis, jo ikviens interesents var apskatīt produktu, bet tā ir vieta, kur tirgot, kaulēt, piedāvāt un ieinteresēt par savu produktu. Galvenā priekšrocība gala patērētā-

jam ir iespēja iegūt informāciju. Tie uzņēmēji, kuri nopietni piestrādāja un tiešām sagatavojās – deva īpašos piedāvājumus, izstrādāja loterijas, taisīja izsoles – tiem visiem bija atdeve, un viņi noteikti kaut ko ieguva."

Virtuālās izstādes stendu katrs dalībnieks veidoja pats, izmantojot dažādas tehniskās iespējas, kas tika iekļautas stenda sagatavē interneta lapā. "Vienīgais, ko šobrīd nevar izdarīt internetā atšķirībā no reālajām izstādēm, – nevar paspiest roku. Var izskaidroties sarakstes ceļā, izdrukāt nepieciešamo informāciju, ielikt video par produktu, taisīt izsoles un akcijas, izlozes. Tūrisma cilvēki jau tagad daudz ko dara virtuāli – paši rezervē braucienus, virtuāli vienojas ar tūrisma aģentūrām. Tagad to var darīt vienuviet," tā P. Upenieks.

Plašās interneta priekšrocības

"Ideja par šāda veida pasākumu radās diviem krievu kungiem, kas jau kādu laiku dzīvo Igaunijā. Ko nozīmē braukt uz izstādi citā valstī? Lielas halles, tūkstošiem eksponentu, tiek patērēts ļoti daudz laika, visu izstaigāt ir fiziski nogurdinoši. Aizbraukt uz citu valsti, lai iegūtu informāciju, – tas ir arī ļoti dārgi... Un šie kungi nodomāja – cik labi, ja tas viss notiktu internetā! Ja gribi, ej uz izstādi kaut 20 reizu dienā. Ja ieej un saproti – nekā nav, neko arī neesi zaudējis, jo vari vienkārši iziet," stāsta P. Upenieks.

"Ja izstāde notiek Rīgā, rīdziniekiem to apmeklēt nav sarežģīt, arī laika patēriņš ir nosacīts. Bet, piemēram, cilvēkam no Daugavpils vai Liepājas tas ir daudz sarežģītāk – ceļš, ēšana, gandrīz visa diena pazaudēta, arī izmaksas ir lielas. Taču arī šis cilvēks var būt potenciālais klients," nepieciešamību radīt pieeju visiem interesentiem uzsver P. Upenieks.

Nākamā virtuālā izstāde notiks 2009. gada 19.–28. oktobrī. Tikšanās vieta tā pati – www.onlineexpo.lv □

Viedokļi

Gita Memmēna

Saulkrastu TIC vadītāja

Man *online* izstāde ir kas jauns, tāpēc biedēja fakts, ka stends jāgatavo pašiem. Organizētāji iedeva pieejas paroles un atlika tikai strādāt. Neskaidrību gadījumā sazinājos ar "Online Expo" pārstāvi, bet galveno problēmu tā arī neizdevās atrisināt – neizdevās pievienot lejupielādes failus, kuri bija vērtīgākā stenda sastāvdaļa. Tajos bija informācija par apskates objektiem, naktsmītnēm, ēdināšanu, aktīvo atpūtu u.tml.

Lielo interesi par Saulkrastiem šajā izstādē skaidroju arī ar informācijas publicēšanu vietējos medijos, kas mudināja saulkraстіšus apskatīt savas pilsētas stendu. Bet pieļāju domu, ka cilvēki vienkārši meklē jaunas atpūtas iespējas, un tāpēc bija interese par to, ko Saulkrasti piedāvā.

"Online Expo" izstāde bija laba mācību stunda. Tagad, skatoties uz izveidoto stendu, veidotu to citādāku, bet priecājos, ka nenobijāties no novitātes. Ir tā nedaudz jocīgi, un pietrūkst dzīvās saskarsmes, bet tiem, kuriem laiks ir nauda, un jaunajai paaudzei, kas savu dzīvi bez interneta vairs nevar iedomāties, *online* izstāde paver jaunus apvārsņus.

Kaspars Apse

Ceļojumu biroja "Averoja" valdes priekšsēdētājs

Plānojam, ka interese būs daudz lielāka. Pagaidām šī izstāde nevar mēroties spēkiem ar "Balttour" izstādi. "Balttour" izstādes laikā mūsu stendu trijās dienās apmeklēja vairāk nekā 3000 klientu. Interneta izstādē 10 dienu laikā – 568 klienti. Ja apmeklētā vortālā ievietojam baneri, tad dienas laikā mājaslapas apmeklējums vidēji palielinās par 1200–1600 klikšķiem.

Apmeklētāju ieinteresēšanai šoreiz neliudzēja pat jaunie ceļojumu galamērķi – ASV un Kanāda – un vilinošās aviobiļešu cenas, kas tika piedāvātas stenda apmeklētājiem.

Veiksmīgākam rezultātam būtu nepieciešams izstādes lapu padarīt atraktīvāku, Nepieciešams meklētājs, lai klients varētu izvēlēties ceļojuma virzienu, kā arī lai klientam būtu iespēja tērēt ar izstādes dalībniekiem, neregistrējoties izstādes portālā.

Jānis Rutka

Latgales reģiona tūrisma asociācijas valdes priekšsēdētājs

Teikšu godīgi, sākotnēji neliku nekādas lielas cerības uz izdošanos, jo kaut kas isti negāja uz priekšu ar materiālu izvietojumu, foto saitēm un citām lietām. Nu kā jau izstādē! Iespējams, sistēma ir jauna, vēl tikai tiek aprobēta, tāpēc šādas problēmiņas gadījās. Jāsaka liels paldies visai organizētāju komandai par operatīvāti, sapratni un atsaucību.

Katru vakaru, sekojot stenda rezultātiem *online* administratīvajā sadaļā, brīžiem jutos pārsteigts, jo nelikās, ka varētu būt tādi apmeklējuma rezultāti. Istenībā – kolosāli!

Galvenais mērķis ir sasniegts – labi prezentēts savs reģions, gūta laba pieredze un izpratne par e-iespējām. Manuprāt, šis prasmes būs nepieciešamas turpmākajos gados, jo pašreizējā valdības krīze liek domāt – tūrisms nebija, nav un nebūs prioritāte. Mums pašiem vien būs jāspēj domāt un darīt savai nozarei, uzņēmējiem un sev.

inbox  **travel**

- Plašākais ceļojumu klāsts Internetā
- Vieglākā ceļojumu meklēšana
- 8 tūkstoši ceļotgribētāju nedēļā

Vieta Jūsu reklāmai!!!

F.Sadovņikova iela 39 - 7.stāvs, Rīga, LV-1003, Latvija
Tālr.: 67359508, fakss: 67359504
e-pasts: sales@co.inbox.lv
travel.inbox.lv

Karjeras ziņas

Elita Milgrāve vairs nav bāra īpašniece

Rudeni durvis slēdzis mūzikas izdevniecības "Mikrofona ieraksti" direktores Elitas Milgrāves "MicRec Bārs". Uzņēmums nav spējis izturēt ekonomisko krīzi: liels slogs bija augstā īres maksa, jo irēt telpas K. Barona un Merķeļa ielas stūrī nav lēts prieks. Lai gan bārs bija apmeklēts, cilvēki tomēr tērēja aizvien mazāk naudas. E. Milgrāve norādījusi, ka karaokes pasākumos visi galdiņi bijuši rezervēti, bet liela daļa klientu visu vakaru aizvadījuši pie viena alus kausa.

Bertolds Fliks nodibina jaunu uzņēmumu

"Air Baltic Corporation" ("airBaltic") prezidents un izpilddirektors Bertolds Fliks ir kļuvis arī par uzņēmēju. 2008. gada beigās viņš nodibinājis jaunu uzņēmumu SIA "Baltijas aviācijas sistēmas" ar 2000 latu lielu pamatkapitālu. Fliks ir vienīgais jaunā uzņēmuma īpašnieks. Viņš ir arī valdes priekšsēdētājs. "airBaltic" ir atturējies no komentāriem par jaunā uzņēmuma dibināšanas iemesliem, taču jau pēc nosaukuma ir skaidrs, ka arī tā darbības virziens ir aviācija.



Daina Marcinkēviča atstāj "Latvia Tours" valdi

Tūrisma kompānijas SIA "Latvia Tours" valdē ir notikušas izmaiņas – to atstājusi Daina Marcinkēviča. Darbu kompānijas valdē turpina Aigars Smiltāns (valdes priekšsēdētājs), Tatjana Verjē, Deivids Džeimss Verjē un Gundega Zeltiņa. Uzņēmuma kapitāldaļas pieder Tatjanai Verjē. 2007. gadā "Latvia Tours" apgrozījums sasniedzis 18 439 445 latus (2006. gadā – 16 221 184 lati). 2007. gadā uzņēmuma peļņa bija 256 821 lats, savukārt 2006. gadā – 141 011 lati.

Pārmaiņas viesnīcā "Reval Hotel Rīdzene" un "Reval Hotel Latvija" valdē

Viesnīcu "Reval Hotel Rīdzene" un "Reval Hotel Latvija" valdes locekļa amatu atstājis Juris Zudovs. Viņš plāno doties uz Sanktpēterburgu (Krievijā), lai tur piedalītos jaunās "Reval Hotels" tikla viesnīcas izveidē un personāla atlasē. Plānots, ka jaunā viesnīca durvis vērs 2009. gada vasarā. Zudova vietā par "Rīdzenes" un "Latvijas" valdes locekli kļuvis Gints Dzirnīeks, kurš viesnīcu biznesā darbojas jau astoņus gadus. Iepriekš viņš strādājis "Reval Hotel Elizabete" – bijis Viesu uzņemšanas nodaļas vadītājs, kā arī Pārdošanas un mārketinga nodaļas vadītāja vietnieks.



Sagatavoja Ludmila Glazunova

Rundāles pils restorāna saimniece – Sieviete uzņēmēja'2008

Rundāles pils restorāna saimniece Sanita Millere Parīzē saņēma Eiropas sieviešu uzņēmējdarbības padomes (Conseil Européen Femmes Entreprises et Commerce – CEFEC) balvu – Sieviete uzņēmēja '2008. Katru gadu CEFEC apbalvo sievietes uzņēmējas no visas Francijas, bet kopš 1988. gada īpaša Eiropas balva (European Trophy) par īpašiem nopelniem uzņēmējdarbībā tiek piešķirta sievietēm uzņēmējām no visas Eiropas Savienības. S. Millere, kas 2008. gadā kļuva par 20. Eiropas balvas laureāti, ir pirmā sieviete uzņēmēja no Latvijas, kuras darbība ir saņēmusi šo augsto novērtējumu.

"Eiropas balva man ir patīkams pārsteigums un vienlaikus liels gandarījums. Īpašs prieks par to, ka manu darbu tik augstu novērtējusi Francija, nozīmīgākā uzņēmuma sadarbības partnere. Zīmīgi, ka balvu atvedīšu mājās tieši šoruden, kad ir Latvijas valsts lielā jubileja. Par to paldies pienākas visiem Rundāles pils darbiniekiem – pateicoties viņiem, viens no Latvijas izcilākajiem arhitektūras pieminekļiem ir ne tikai saglabāts kā vēsturisks objekts, bet tas kļuvis arī par izsmalcinātības un labas gaumes zīmolu. Paldies arī sieviešu uzņēmēju kustībai "Zonta International", kas pieteica mani šai balvai," tā laureāte. □

"Impro" sarīko svētkus sev un tūristiem

Ludmila Glazunova

2008. gada nogalē izstāžu hallē "Ķīpsala" notika ikgadējais "Impro" ceļotāju salidojums jeb balle, kas vienkopus pulcina gan tūristus, gan firmas darbiniekus, kā arī Latvijā populārus mūziķus, kuri nodrošina jautrību līdz pat rīta gaismai.

Lai gan šobrīd visapkārt dzird runājam par krīzi, pasākumā tā itin nemaz nebija jūtama, gluži otrādi – šoreiz atmosfēra bija daudz jaukāka un draudzīgāka nekā iepriekšējos gadus. "Par šo īpašu gaisotni pabrīnījās uzaicinātie ārzemju partneri, kas teica, ka neko tādu neesot piedzīvojuši," pastāstīja Zinaīda Tarasova, kas šo "Impro" organizē jau daudzus gadus.

Šoreiz Ķīpsalas hallē pulcējās ap 4200 ballētāju – mazliet vairāk nekā 2007. gadā. Kā

norādīja Zinaīda, aptuveni šāds apmeklētāju skaits raksturīgs visus pedējos gadus. Tiesa, pati pirmā balle pirms vairāk nekā desmit gadiem pulcēja vien 200 interesentu. "Sākumā jau tas nebija plānots kā liels mārketinga pasākums. Tas vienkārši tā notika," atzīst Z. Tarasova un piebilst, ka jau otrajā ballē dalībnieku skaits sasniedzis 500, bet ik pēc gada tas audzis teju vai aritmētiskā progresijā.

Šogad "Impro" parūpējās par īpašiem viesiem – no Transilvānijas bija atceļojuši čigānu deju grupa "Neaizmirsti mani", pasākumā piedalījās arī ukraiņu folkgrupa "Svjato Vatra". Taču vislielāko sajūsmu ballētājos izraisīja ilggadējie "Impro" sadarbības partneri "Labvēlīgais tips" – kad muzicēja viņi, tad vienaldzīgs nepalika neviens, un lielākā daļa salidojuma dalībnieku cēlās kājās un metās dejā. □



"Impro" gadskārtējais salidojums 2008. gada nogalē pulcēja 4200 cilvēku, un gaisotne pasākumā bija ļoti jauka – vismaz ballētāju sejās nekādu ekonomiskās krīzes ēnu nemanīja



"Labvēlīgā tipa" puīši ir kopā ar "Impro" ne tikai salidojumos jeb ballēs, bet arī citos pasākumos. Normunds Jakušonoks 2008. gadā pulcēja hokeja fanus Halifaksā, pasaules hokeja čempionātā



Karstasinīgie čigāni bija ieradusies no pašas Transilvānijas



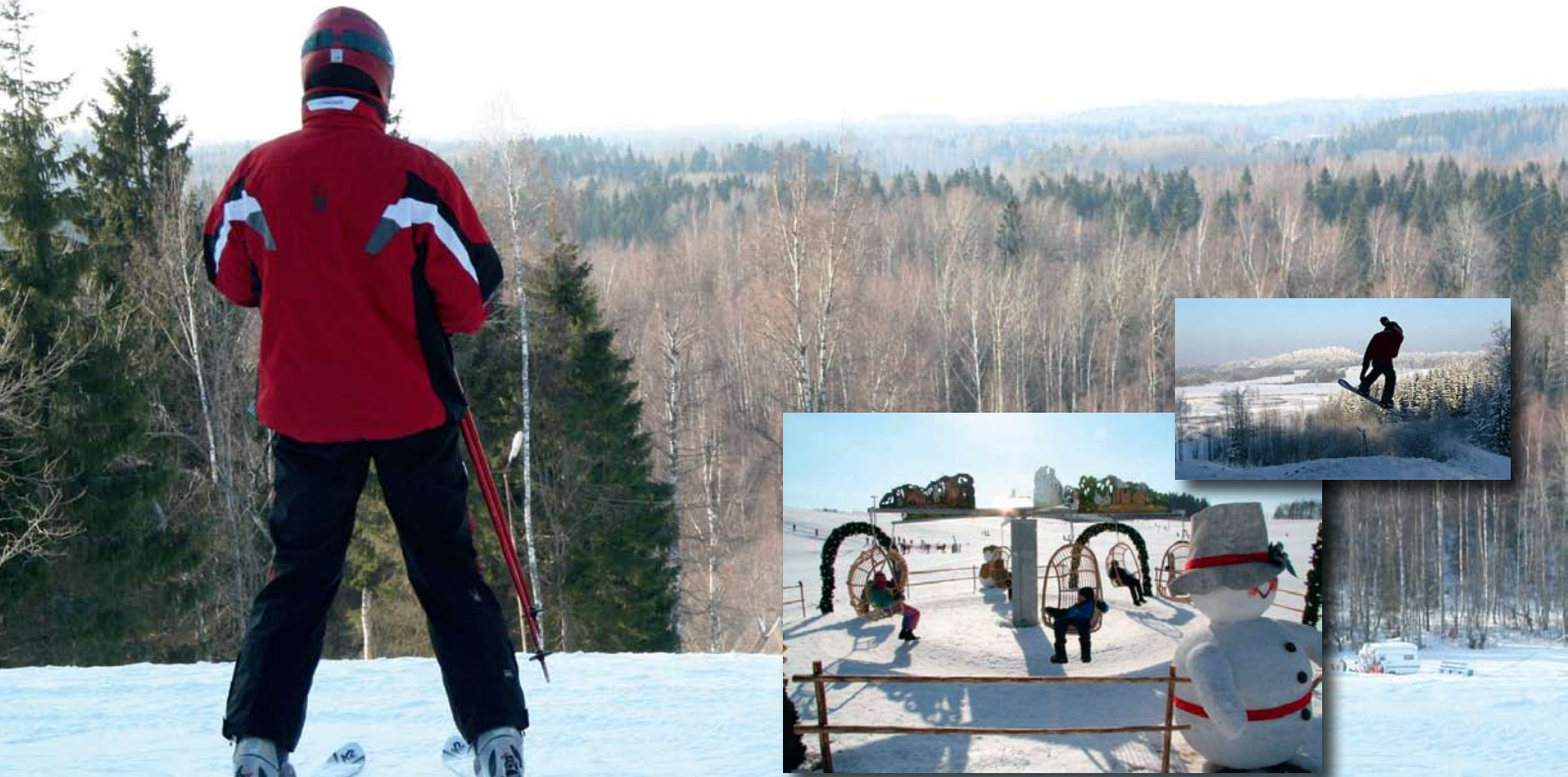
Gada balle ir svētki ne tikai ceļotājiem, bet arī pašiem "Impro" darbiniekiem



ĪPAŠS PIEDĀVĀJUMS VIESNĪCĀM, RESTORĀNIEM, VIESU NAMIEM

kvalitatīvi trauki un galda piederumi
praktiskas dizaina lietas katrai saimniecei
audumi ar apdruku aizkariem, žalūzijām, galdautiem

INRE
scandinavian design



Madonas rajona piedāvājums ziemas aktīvās atpūtas cienītājiem

Madonas rajons ir lieliska vieta, kur kopā ar ģimeni vai draugu kompāniju baudīt īstu ziemas atpūtu.

Sev piemērotu nodarbi atradīs ikviens, jo 2009. gada ziemas sezonā Madonas rajonā atpūtniekus gaida:



- 6 kalni ar slaloma slēpošanas un snowborda trasēm,
- 7 distanču slēpošanas trases,
- biatlona trase,
- kameru šļūkšanas un ragaviņu trases,
- 57 naktsmītnes,
- SPA kūrorts,
- 35 pirtiņas,
- 20 kafējnīcas un krodziņi,
- amatnieku un mākslinieku darbnīcas,
- netradicionālas zemnieku saimniecības.

Lai iegūtu plašāku informāciju par ziemas sezonas piedāvājumu un noskaidrotu vai laika apstākļi ir piemēroti ziemas prieku baudīšanai, ieskatieties portālā www.madona.lv.



*Brauciet pie mums
un iemīliet ziemu!*

www.madona.lv