

Tūrisms

Cena Ls 0,99

Aivars Aksenoks: Rīgas Motormuzejs būs tūristu galamērķis

Centrāltirgus kā
tūrisma objekts

Kāpēc dienvidu
tūristiem nedod
baltmaizi?

Latvijas tūrisma
vērtīgākie zīmoli

Numura intervija ar
ekonomikas ministru
ARTI KAMPARU



DATU CENTRS "RĪGA"

ULTRA DROŠS
MODERNS

**NĀC UN
PĀRLIECINIES!**

PIESAKIES EKSKURSIJAI

T. 6707 2100



office@deac.lv

www.deac.lv

**LIELĀKAIS
DATU CENTRU
OPERATORS
BALTIJĀ**



STATŅU NOMA - SERVERU NOMA/IZVIETOŠANA - DATU GLABĀŠANA - VIRTUALIZĀCIJA

Žurnāls tūrisma profesionāļiem

Tūrisms

Masu informācijas līdzekļa
reģistrācijas numurs:
0007031166

Dibinātājs:

Tūrisma attīstības valsts aģentūra
Reģistrācijas Nr. 90000431840

Direktors: Armands Slokenbergs
Adrese: Brīvības iela 55, LV-1519, Rīga, Latvija

E-pasts: tda@latviatourism.lv

tālr.: +371 67229945

fakss: +371 67358128

E-pasts: tda@latviatourism.lv

Mājas lapa: www.tava.gov.lv, www.latviatourism.lv

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

tālr.: +371 26624466

http://www.corpmedia.lv

Druka:

Poligrāfijas grupa "Mūkusalā"

Metiens:

2500 eks.

Redakcija:

Adrese: Emburgas ielā 9, Jelgavā, LV-3002

E-pasts: redakcija@TurPro.lv

tālr./fakss: +371 630 23900

tālr.: +371 26624466

Redaktors: v.i. Kristians Rozenvalds

Žurnālisti: Baiba Lulle, Zane Auziņa,

Kristians Rozenvalds, Ilze Pūpoliņa

Literārā redaktore: Inta Rozenvalde

Korektore: Inta Rozenvalde

Makets: Daina Mežotne

Vāka foto: Kristians Rozenvalds

Abonēšana un izplatīšana:

pasts@TurPro.lv

Reklāmas ievietošana:

reklama@TurPro.lv

Žurnāla PDF var lejuplādēt:

www.TurPro.lv

Mērķis – atsākt darbību

Šis šogad ir tikai otrais žurnāla "Tūrisms" numurs. Iesākot gadu, bijām plānojuši žurnāla iznākšanas biežumu pat palielināt salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu, taču žurnāla iznākšana tika apturēta jūlijā, kad LR Ekonomikas ministrija ierosināja Latvijas tūrisma profesionāļiem domātā žurnāla "Tūrisms" iznākšanu atlikt līdz brīdim, kad tiks pilnībā pabeigta TAVA reorganizācija un tiks veiktas visas iecerētas aktivitātes – pieņemtas tūrisma politikas pamatnostādnes, rīcības plāns, izveidota TAVA Konsultatīvā padome, kā arī apstiprināts TAVA jaunais direktors.

Kad neskaido jautājumu samilza tik daudz, nebija jēgas izdot it kā informatīvu materiālu, kurā jautājumu ir vairāk nekā atbilžu. Savukārt šībrīža apstākļos jo īpaši ir nepieciešams veicināt tūrisma nozares profesionāļu komunikāciju. Arī jaunais TAVA direktors Armands Slokenbergs uzskata, ka laikā, kad norit intensīvs plānošanas darbs, šāda medija nozīme ir īpaši svarīga.

Tagad gan neko par turpmāko vēl nesolišu, taču darišu visu, kas būs manos spēkos, lai vienīgā Latvijas tūrisma nozares žurnāla iznākšana vairs netiktu pārtraukta. Ir pamats cerēt, ka žurnāls turpmāk iznāks biežāk, taču tā dēļ nāksies arī šo to upurēt.

Jau šajā numurā, kā to var redzēt, esam ekonomējuši uz oriģinālrakstu rēķina, lai gan iepriekš tieši ar to "Tūrisms" varēja pamatoti lepoties pat starptautiskā līmenī. Taču, kā izrādās, žurnāls var būt interesants arī tad, ja raksta ne tikai labi algoti žurnālisti, un to apliecina sadarbība ar Latvijas augstskolām, kā arī aktīvākajiem nozares pārstāvjiem.

Paldies par radošo sadarbību jāsaka arī Latvijas profesionālajām organizācijām, tostarp ALTA, LVRA, Lattūrinfor, asociācijai "Lauku ceļotājs", Latvijas Kempingu asociācijai, Latvijas Piļu un muižu asociācijai, kā arī Ārlietu un Ekonomikas ministrijām un Jūrmalas pašvaldībai. Šādas sadarbības rezultātā, manuprāt, ieguvēji ir gan lasītāji, gan arī minētās organizācijas.

Iepriekš žurnāls nebija tik ļoti piesaistīts konkrētam laikam. Tagad tas reprezentē gan žurnālu ar aprakstiem un intervijām, gan akadēmiskus pētījumus, gan informatīvu biļetenu. Pārrunas ar nozares pārstāvjiem liecina, ka šobrīd ir pieprasījums pēc visām šīm jomām vienlaicīgi. Tad jau sanāk, ka krīzes mudināts, žurnāls būs pat ieguvējs!

Plānojam samazināt arī metienu, taču tas nenozīmē, ka sārks žurnāla auditorija. Jau šobrīd žurnāla PDF versiju internetā lejuplādē vairāk reižu nekā tipogrāfijas eksemplāru skaits. Palielinot šo proporciju, žurnāla izmaksas samazināsies, taču reklāmas devēju ieguldītās naudas efektivitāte pat palielināsies. Atkal pozitīvi.

Lai gan daudzviet skaļi runā par krīzi reklāmas jomā, žurnālam "Tūrisms" nav pamata par to sūdzēties. Mums ir ļoti skaidri definēta auditorija, turklāt tas ir vienīgais drukātais izdevums tūrisma nozares profesionāļiem, tādēļ vērojams pat klientu intereses pieaugums.

Priekšā gan ir pārbaudījums, kāds gada beigās gaida ikvienu mediju, – mums būs jācinās par lasītāju uzticību. Jau tagad zinām, ka vairs nevarēsim atļauties tādu bezmaksas abonēšanu, kā tas ir šogad. Būsim spiesti noteikt maksu, kas kompensē druku un piegādi lasītāja pastkastītē. Taču atkal pozitīvais – šādi noskaidrosim tos lasītājus, kuri patiesi vēlas mūs redzēt drukātā formātā. Internetā žurnāls arī turpmāk būs pieejams bez maksas.

Kristians Rozenvalds,
Žurnāla "Tūrisms" izdevējs



Artis Kampars: Latvijai tūrisma nozare ir svarīga

Kristians Rozenvalds
Žurnāla "Tūrisms" izdevējs

Šī ir pirmā valdība, kuras deklarācijā iekļauts tūrisms. Vai tūrisma nozare valstī ir prioritāra? Ja ir, tad kāpēc un kādā veidā?

Mēs šo nozari iekļāvām valdības deklarācijā pēc ļoti garām un saturīgām diskusijām, ļoti padziļinātas izpētes un analīzes, un tas nozīmē, ka tūrisma nozare mums ir svarīga. Taču es nebūšu tas, kas aizrautīgi stāstīs, ka Latvijai ir tāds pats tūrisma potenciāls kā Spānijai vai Grieķijai – šīm senajām tūrisma zemēm. Es teikšu, ka Latvijai ir liels potenciāls tūrisma. Taču lai to īstenotu un piepildītu ar saturu, ar reāliem tūristiem, kas pie mums ierodas un aizbrauc apmierināti, ir vēl daudz darāmā.

Tūrisma jomā ir daudz tādu darbības virzību, kuri mums jādefinē kopā ar nozari un jāpalīdz tos attīstīt. Tieši šādā perspektīvā es redzu, ka Latvijas tūrisma potenciāls ir būtiski palielināms. Valsts iesaistīšanās un nozares definēšana par prioritāru ir tieši atslēgas virziens šai attīstībai.

Kāpēc tūrisma nozare ir jāattīsta?

Daudzas valstis dzīvo no tūrisma. Teiksim, Karību jūras salas dzīvo tikai no tūrisma, Spānijā tūrisma īpatsvars ekonomikā ir milzīgi liels, tāpat arī Grieķijā. Es nedomāju, ka mēs varētu sasniegt tādu līmeni. Tomēr atcerēsimies: mēs atrodamies Rietumu un Austrumu krustcelēs, mūsu zemei ir ļoti bagāts vēsturiskais un kultūras mantojums. Tūrisma tas ir svarīgi.

Visticamākais, grūti būs konkurēt jaunai nozarei, piemēram, konferenču tūrismam. Protams, šī nozare ir interesanta, tomēr nepieciešamās investīcijas un riska līmenis tajā ir būtiski augstāks nekā tajos virzienos, kas ir dabīgi izveidojušies vēstures gaitā vai ir ģeogrāfisko apstākļu, mūsu neskartās dabas nosacīti.

Es redzu Latvijas ekonomikas ilgtermiņa attīstību tieši globālajā konkurētspējā jebkurā nozarē, kas vērsta nevis uz iekšējo tirgu, kas Latvijā ir un, objektīvi, arī tuvākajā laikā būs ļoti neliels.

Ja mēs šeit atradīsim virzienu, kas cilvēkiem ārzemēs liksies simpātisks un saistošs, un, to attīstot, palielināsim tūristu skaitu, tad Latvi-

jā būs eksporta piensums. Nemēģinot skaitīt, cik daudz naudas katrs tūrists atstāj pie mums to vai citu nodokļu veidā, tādai nelielai valstij kā Latvija tie ir ļoti svarīgi ieņēmumi.

Nodrošināt iespēju profesionāļiem

A. Šlesers mēdza sevi personificēt gan ar dzelzceļu, gan lidostu u.c. Kā ir ar jums?

Manā gadījumā ir savādāk. Tas viss nav mans, tas ir Latvijas valsts. Mans pienākums ir valsts interesēs, valsts ekonomikas un konkurētspējas intereses nodrošināt struktūru, visus nepieciešamos resursus, tostarp cilvēkresursus, lai šī nozare varētu pilnvērtīgi attīstīties. Es nekad nedomāju, ka viens cilvēks vai šaura grupa ir spējīgi kaut ko pacelt. Ir cilvēki, kas strādā šajā nozarē, un viņiem jāvar to izdarīt. Mans pienākums ir nodrošināt viņiem iespēju to darīt, tā ir mana misija un uzdevums.

Cik nozīmīgs ir tūrisms jums personīgi, jūsu dienaskārtībā; cik daudz laika un enerģijas tas prasa?

Šī pusgada laikā, kopš esmu ministra amatā, tūrisma aktualitātes ir bijušas ļoti nozīmīgas. Pirmkārt, radikāla Tūrisma attīstības valsts aģentūras (TAVA) reorganizācija. Šobrīd notiek darbs pie aģentūras darbības stratēģijas izstrādes, jo līdz šim tās darbs ir bijis diezgan haotisks un ne vienmēr efektīvs un kvalitatīvs. Jaunais aģentūras vadītājs Armands Slokenbergs, kurš iecelts amatā konkursa kārtībā, ļoti tika atbalstīts no marketinga un reklāmas cilvēku puses.

Mūsu uzdevums ir ar aģentūras starpniecību stāstīt par to, kāpēc Latvija ir pievilcīga zeme un kāpēc būtu vērts uz šejieni atbraukt. Tie ir svarīgi uzdevumi, tāpēc mana līdzdalība tūrisma jomas valstiskās daļas strukturālā sakārtošanā ir bijusi diezgan liela. Esam definējuši, kas aģentūrai būtu jā dara, kas ir tās mērķi, kā pieejamos finanšu līdzekļus izmantot tā, lai iespējami lielāku labumu gūtu gan tūrisma nozare, gan arī valsts kopumā.

Pietrūkst nacionālās intereses

Vai, jūsuprāt, Latvijas valsts pārvaldes sistēma veicina tūrisma attīstību un tūrisma Latvijā?

Es neesmu ļoti liels esošās valsts pārvaldes sistēmas atbalstītājs. Ne tik daudz struktū-

ras ziņā, kā tieši domājot par dažiem citiem aspektiem. Es redzu, ka mums ir izveidojies tāds kā individuālo spēlētāju laukums, kurā reti kad spēlētāji grupējas komandās, apvienojas kopēju interešu vārdā. Šie spēlētāji visos pārvaldes līmeņos mēģina spēlēt kā solisti, solisti individuālisti. Protams, nav jau tā, ka galīgi nekas nenotiek, pašvaldībās ir atbalsts un izpratne, bet par veicināšanu gan laikam ir pārāgri runāt.

Kas līdz šim ministrijā nebija izdarīts pareizi? Runa, saprotams, nav tikai par tūrisma sektoru.

Gan Ekonomikas ministrijā, gan vispār valsts pārvaldē daudz kas tika būvēts, balstoties nevis uz nacionālām interesēm, bet bieži vien uz vienas konjunktūras interesēm. Dažādu politisko ieguvumu īstermiņa vai ilgtermiņa jautājumu, jā, arī personisku kontaktu, draudzības vārdā veidota sistēmu labad. Išā laikā to salauzt vai mainīt nav iespējams. Turklāt šāda ievirze ir ļoti raksturīga ne tikai Latvijā, vispār jau tas ir cilvēku dabā – darboties saskaņā ar savām vajadzībām.

Mērķis – Latvijas pozicionēšana

Vai saistībā ar tūrisma nozari jums šobrīd ir kāds mērķis, ko jūs gribētu sasniegt?

Kopā ar savu komandu es vēlos vispirms objektīvi izvērtēt, kas varētu būt tās lietas, kuras mēs, latvieši, un Latvija kā valsts varam piedāvāt cilvēkiem plašajā pasaulē. Uzsveru – objektīvi, nevis pašapmierināti tīksminoties par Latvijas izcilo potenciālu, kas pasauli varētu interesēt.

Tātad pirmais darbs būtu – novērtēt un saprast, kas un kādas ir Latvijas priekšrocības?

Tieši tā! Un tā ir stratēģija – pateikt un saprast. Nācija, kas dzied, – tas, protams, ir labi, bet modernajā pasaulē nācija, kas dzied, visdrīzāk ir Holivuda ar šovu "American Idol" vai kāda britu popgrupa, kas izdod albumu, kuru pārka klausās visā pasaulē. Tūristi, kas vēlas reizi četros gados atbraukt uz Dziesmusvētkiem, visticamāk, nebūs tas galvenais virziens, lai cik lepmi mēs būtu par šo lielisko kultūras notikumu.

Vienu brīdi Latvija bija tāda kā britu jau-



Latvijai ir liels potenciāls tūrismā. Taču, lai to īstenotu un piepildītu ar saturu, ar reāliem tūristiem, kas pie mums ierodas un aizbrauc apmierināti, ir vēl daudz darāmā

niešu izklaides vieta. Patīk vai nepatīk, bet tas bija dabiski vairāku iemeslu dēļ – lētas aviobiļetes, lētāks alus, izklaides iespējas, un viņi nekautrējās tās izmantot. Varam jau nostāties nacionālromantiskā pozīcijā – mēs to kategoriski nevēlamies pieļaut, tas ir degradējoši! Bet vienā brīdī tā bija objektīva realitāte, un Latvija tur bija konkurētspējīga. Tomēr augstākā prioritāte ir – mums jāizpēta, kādās jomās vēl Latvija ir spējīga konkurēt objektīvi, nevis vēlamo uzdotot par esošo.

Un cik tālu esam tikuši?

Šobrīd esam izveidojuši TAVA Konsultatīvo padomi, kurā ietilpst ļoti spējīgi prāti – tajā ir vadošie reklāmas speciālisti, piemēram, Ēriks Stendzenieks, ir bijušais Eiropas Parlamenta deputāts Aldis Kušķis – viņam ir liela pieredze tieši tūrisma jomā. Tāpat padomē iekļauti tūrisma nozares pārstāvji, kuri reprezentē visas

vadošās asociācijas, viņiem ir pieredze tūrisma jautājumos un viņi zina, ko vēlas.

Patlaban Konsultatīvā padome izstrādā stratēģiju, kurā būs iekļauti nozares atslēgas punkti, tas, ko mēs tieši vēlamies sasniegt un tuvākajos gados piedāvāt ārvalstu tūristiem. Kad būsīm to sapratuši, nākamais solis būs – meklēt atbildes uz jautājumu "kā to darīt?". Atbilde nebūs viegli rodama, jo reklāmas mārketinga jomā pasaulē cirkulē milzīga naudas, ir milzīgs potenciāls un milzīga konkurence. Jebkurā gadījumā primārais ir uzzināt un izprast – "ko?", un pēc tam jau būs jārisina jautājums – "kā?".

Tātad uzstādījums saistībā ar TAVA šobrīd ir – nevis uzsākt daudzas jaunas kampaņas, bet sagatavot pozicionējumu Latvijas tūrismam?

Jā. Es gribētu redzēt objektīvu pozicionējumu, nevis mūsu kārtējo slīgšanu pašapmie-

CV

Artis Kampars

Dzimis: 1967. gada 3. maijā

Izglītība:

2000. g. – RTU Tālmācības studiju centrs, angļu valodas kurss "Modern English for Baltic Adults"
1999. g. – NĪMA (Nekustamā īpašuma makleru asociācija), kurss "Nekustamais īpašums, apsaimniekošana, likumdošana, tirgus īpatnības"
1997. g. – "Uzņēmuma vadība un modernais menedžments", lektors Džons van Eikens
1985.–1992. g. – RTU Mehānikas un mašīnbūves fakultāte, specialitāte "Automobiļi un automobiļu saimniecība", iegūts inženiera mehāniķa diploms
1974.–1985. g. – Tukuma 2. vidusskola

Darba pieredze:

Kopš 2009. g. 12. marta –
LR ekonomikas ministrs
2006. XI – 2009. III – 9. Saeimas deputāts, ievēlēts no partijas "Jaunais laiks" Zemgales vēlēšanu apgabalā; Valsts pārvaldes un pašvaldību lietu un Saimnieciskās komisijas loceklis
2002. XI – 2006. X – 8. Saeimas deputāts, ievēlēts no partijas "Jaunais laiks" Zemgales vēlēšanu apgabalā; Juridiskās un Saimnieciskās komisijas loceklis, vēlāk Budžeta un finanšu (nodokļu) un Nacionālās drošības komisijas loceklis
2002. XI – 2006. IX – Saeimas frakcijas "Jaunais laiks" priekšsēdētāja biedrs
1993. IV – 2002. X – SIA "Ronis" direktors
1985.–1987. g. – Dienests padomju armijā
1981.–1984. g. (vasarās) – "Tukuma rūpkombināts", ābolu un maizes kastu montāža
1979.–1981. g. (vasarās) – Tukuma KUK, palīgs apzaļumošanā

Politiskā pieredze: Jaunais laiks

rinātībā. Es vēlos redzējumu, ar kuru nozare var strādāt un pelnīt naudu. Šim darbam mēs nevaram uzlikt kvalitatīvu kontroles sistēmu, kas pateiks: redziet, šis ir tas rezultāts. Tas ir radošs process. Rezultāts būs redzams pēc trim, četriem gadiem.

Vai ir noteikts, kad šim pozicionējumam jābūt gatavam?

Nākamā gada pirmajā pusē. Šeit nav runa par mēnesi vai diviem. Šobrīd ir notikušas divas Konsultatīvās padomes sēdes, kurās jaunais vadītājs aktīvi strādā. Manuprāt, šeit ir svarīga kvalitāte, nevis temps un ātrums, jo pozicionēt Latviju kā tūristu galamērķi prasa ļoti rūpīgu darbu.

Būtiski pieaugs TAVA loma

Kāds būtu jūsu vērtējums par līdzšinējo TAVA darbību?

Es nevaru neko konkrēti teikt par iepriekšējo direktoru Uldi Vītoliņu, jo nepaspēju ar viņu sastrādāties. Viņš pats nāca ar atlūgumu. Kad pārņēmām aģentūru (tas bija laikā, kad mums vajadzēja diezgan strauji pieņemt lēmumus saistībā ar budžetu), saskārāmies ar šokējošajiem skaitļiem, ka pusi budžeta veido administratīvie izdevumi. Visticamāk, arī Vītoliņa kungam šeit būtu sava daļas atbildības jāuzņemas.

TAVA kā atbildīga institūcija drīzāk dzīvoja tādā savā iekšējā vajadzību pasaulē un mēģināja uz āru pieslieties tūrisma vajadzībām. Diemžēl tas ir diezgan cieši iesēdies arī citās valsts institūcijās: vadītāji sargā savu krēslu, nākotnes pozīciju gan darba vietas ziņā, gan konjunktūras ziņā. Mēs redzam, ka ļoti daudz kas šajos gados ir nepareizi būvēts – ne tikai mūsu ministrijā, ne tikai TAVA.

Kā jau minēju, kad es sāku pildīt ministra pienākumus, mēs diemžēl konstatējām, ka no miljona latu lielā TAVA budžeta puse tikusi tērēta administratīvajiem izdevumiem, bet pārējā nauda – tūrisma projektiem. Mēneša laikā mums izdevās šo proporciju radikāli mainīt. Konkrētā situācijā mēs nevis pārlikām naudu no vienas pozīcijas uz otru, bet gan, mazinot budžetu, neskārāmies klāt tai budžeta daļai, kas attiecas uz tūrisma mārketinga projektiem. Aktivitātēm atstājām līdzšinējo summu, bet samazinājām administratīvos izdevumus.

Nevaru nepieminēt arī neveiksmīgos un, manuprāt, ļoti dīvaini organizētos dažādu reklāmas materiālu izgatavošanas mēģinājumus, kas diemžēl ieguva negatīvu publicitāti Latvijas presē.

Bet vai nav tā, ka iepriekš problēmas bija arī subordinācijā. TAVA ministrijas vietā pati izstrādāja savas darbības koncepciju un pati to arī realizēja, turklāt vienlaicīgi ministrija izmantoja TAVA kā savu sekretariātu...

Komentējot to, vai ministrijai ir bijušas šādas īstermiņa pozīcijas dažādos jautājumos, teikšu: visticamāk, ka jā. Tagad, šaubu nav, pats svarīgākais ir – radīt darbojošos struktūru, kur katrs zina, kas viņam jā dara, ko no viņa gaida, kādi ir viņa mērķi un uzdevumi. Šobrīd izskatās, ka šāda struktūra veidojas. Jaunais

vadītājs darbojas tikai divus mēnešus, tāpēc no viņa arī nevar vēl prasīt gatavu struktūru.

Jūs teicāt, ka TAVA uzdevums ir izstrādāt pozicionējumu, taču, ja šo darbu veiks TAVA štata darbinieki, tad šī administrācijas izdevumu proporcija attiecībā pret mārketinga aktivitātēm, kas jums iepriekš likās tik šausminoša, var kļūt vēl lielāka.

Minēšu vienu piemēru, kas gan nav no šīs nozares, bet ļoti raksturīgs. Finanšu ministrijai ir 700 000 latu liels budžets nodokļu politikas izstrādei. Pēdējos piecus gadus mēs redzam, ka Finanšu ministrija ir nodarbojusies ar fiskālās politikas izstrādi, nevis ar nodokļu politikas stratēģijas un ekonomiskās virzības izstrādi. Savu-

Ja palielināsim tūristu skaitu, tad Latvijā būs eksporta pienesums. Tādai nelielai valsti kā Latvija tie ir ļoti svarīgi ieņēmumi

kārt mēs divu mēnešu laikā, neizmēģinot nevienu latu, esam izstrādājuši divas nozīmīgas nodokļu paketes, kuras atzīmīgi novērtējuši pat uzņēmēji. Skaidrs, ka finanšu resursi ir nepieciešami, taču, ja nav darba organizācijas kapacitātes, tad vienalga, cik naudas dod, vadība nesaprot, ko no viņiem prasa, un rezultāta diemžēl nebūs.

Tieši šobrīd jaunais TAVA vadītājs reorganizē aģentūras iekšējo struktūru, lai tā varētu radīt jaunus idejas, un minētājā nolūkā iesaista šajā darbā kompetentus cilvēkus, kas vēlas piedalīties un ir gatavi savu laiku ziedot, nesāņemot par to atlīdzību. Es to augstu novērtēju.

Atgriezīsimies pie jau piesauktās subordinācijas. Kāds uzdevums būs veicams ministrijai?

Ministrijai uzdevums ir – kopā ar Latvijas Tūrisma konsultatīvo padomi nodarboties ar politikas un likumdošanas jautājumiem, tās uzdevums ir nodrošināt normatīvos aktus, izstrādāt tos un saskaņot ar citām valsts pārvaldes institūcijām. TAVA un tās Konsultatīvā padome nodarbojas ar tūrisma mārketinga jautājumiem. Runājot par ministriju, sāksim ar normatīvajiem aktiem, kuri atbilstoši Valsts pārvaldes iekārtas likumam jā saskaņo ar citām ministrijām. Patīk mums tas vai nepatīk, tā ir diezgan smagnēja procedūra, kas jāveic, lai idejas, kuras izstrādā TAVA, Konsultatīvā padome vai jebkurš cits tūrisma guru, ko mēs te aicinātu, sāk darboties. Tas ir ministrijas uzdevums.

Tāpat ministrs dod uzdevumu TAVA, savukārt TAVA izstrādā stratēģiju, un ministrijas darbinieki ir tie, kas adaptē TAVA stratēģiju un nepieciešamo iestrādā likumprojektos un lēmumu projektos?

Jā, precīzi. Man nav ilūziju, ka cilvēki, kuri te strādā, tagad vienas dienas laikā pēkšņi ir mainījušies savā domāšanā. Bet viņi ir sapratuši, virziens ir pareizs. Skaidrs, ka būs detaļās jā mēģina to tehnisko procesu pieslīpēt un padarīt vienkāršāku.

Tāpat reorganizācijas ceļā TAVA ir ieguvusi vēl lielākas pilnvaras par tām, kādas tai bija līdz šim?

Neapšaubāmi. Lielākas un skaidrāk definētas.

Bet vai šī kārtība būs noturīga? Vai, nākot citam ministram, tā varētu tikt mainīta?

Ministri spēj dažādos veidos ietekmēt šos procesus, piemēram, cilvēku darba kvalitāti novērtējot ar konkrētu vadītāju atrašanos vai neatrašanos amatā utt. Tas, ka tik bieži mainās valdības un ministriju vadība, manuprāt, ir viena no fundamentālajām Latvijas problēmām. Tāpēc arī nozares cieš. Šī konjunktūra pārāk bieži mainās, tā ir pārāk nestabila.

Bet sakārtotus pamatus taču ir grūti izjaukt...

Tie pamati diemžēl kārtojas ļoti lēni un smagnēji...

Tūrisma nozares organizētība

Vai tūrisma nozare Latvijā ir labi organizēta?

Es teiktu, ka salīdzinājumā ar citām nozarēm, jā. Mums ir nozares, kuras ir vēl labāk organizētas, piemēram, mežrūpniecība, tur ir izveidota lieliska sistēma. Cilvēki, kuri laika gaitā sastrādājušies, ir vieglāk organizējami. Bet tūrisms atrodas pirmajā piecīnīkā. Ir pilnīgi skaidras interešu organizācijas. Atsevišķi nozares dalībnieki – viesnīcas, restorāni, lauku tūrisms un pārējie – spēj vairāk vai mazāk saprasties, un, cik man ir bijusi pieredze, spēj arī vienoties par kopēju lēmumu. Tas ir svarīgi.

Atšķirībā no citām nozarēm, kur ir jūtama pat zināma agresivitāte (dodiet man! pārējie, kas tie tādi?!), tūrisma nozarē tā nav. Un es nesmu jutis tādu spiedienu – tikai es, tikai man, un citi mani neinteresē. Nopietni, šajā ziņā es varu pat tūrisma nozari paslavēt! Varbūt man kaut kādā veidā ir izdevies viņus pārliecināt, ka šeit nav nekādu interešu, kuras es gribētu pārstāvēt, kas varbūt līdz šim ir bijusi problēma.

Bet vai valstij ir jēga uzklaut labi organizētu, bet tomēr pabēru viedokli? Turklāt, būsim godīgi, nozare nespēj noteikt valstiskos mērķus un vīziju. Tāpēc varbūt vajag nākt kādam no malas, kas pasaka, kādi tad būs Latvijas tūrisma ilgtermiņa mērķi?

Es ļoti bieži un regulāri tiekos ar daudzām dažādu nozaru asociācijām, tostarp asociāciju apvienībām, un jāteic, ka atsevišķas nozares par savu vienīgo mērķi uzskata naudas izsišanu no valsts tādā negatīvā, padomju laika izpratnē. Tūrisma nozarē es šādu ten-



Kristians Rozenvalds: Tātad reorganizācijas ceļā TAVA ir ieguvusi vēl lielākas pilnvaras.
Artis Kampars: Neapšaubāmi. Lielākas un skaidrāk definētas.

denci neesmu novērojis. Tieši otrādi, tūrisma nozare ļoti labi uztvēra manu vēlmi noteikt kopējo stratēģiju, apzinoties to, ka katrs atsevišķi viņi to nespēj. Restorāniem un viesnīcām nav jālobē, piemēram, izejošā tūrisma aģentūras. Skaidrs, ka viņi mēģina lobēt savas intereses, kas ir normāli un pareizi. Mūsu uzdevums ir apsēdināt viņus visus pie viena galda, pieaicināt klāt cilvēkus, kas domā un redz plašāk. Un tad kopā no tā visa, katrai atsevišķai nozarei ieliekot savu redzējumu, izveidot kopēju vīziju.

Mums bija arī smagas – un pilnīgi piekrītu, ka pamatotas – debātes par PVN – 10% vai 21%. Diemžēl jāteic, ka šeit no nozaru pārstāvjiem neieguvu to, ko vēlējos, proti, argumentāciju, lai es varētu iet uz Ministru kabinetu, uz Finanšu ministriju ar pamatotiem skaitļiem par to, kādas ir prognozes, ja mēs paaugstinām vai pazeminām PVN likmi.

Jūs sakāt – ir vajadzīgi cilvēki, kas redzētu plašāk. Tātad jūs atzīstat, ka šobrīd nozares pārstāvju vidū tādu nav.

Tam es negribētu piekrist. Nu nav vajadzīgs, teiksim, Lauku viesnīcu apvienībai redzēt kaut kādu pasaules tūrisma kopējo karti. Manuprāt, viņu pienākums ir skaidri saprast savas vajadzības un šīs savas vajadzības un tādā korektā veidā novadīt līdz nozares kopējam galdam, līdz ministram vai TAVA vadītājam. Neprasīsim taču katram Rāznas ezera krastā saimniekojošam viesnīcniekam izprast globālo redzējumu par tūrisma industriju! Ja mēs viņam teiksim: paklau, tev vajadzētu teorētiski iekļauties tādā pasākumā ķēdē, kur pie tevis ar privātām lidmašīnām lidos arābu šeihi, piemēram, lai vienu dienu pavadītu Latgales ezera krastā, tad viņš, to paklausoties, visticamāk, priekšlikumu pieņems – o, paldies par jaunu ideju!

Latvijas produkts – *Europa Wild*

Kas ir tas potenciālais tūrists Latvijā? Kāda ir jūsu vīzija?

Par daudzām lietām lika aizdomāties lielā japāņu tūristu delegācija šajā vasarā. Ziniet, japāņu tūristi ir visiekārojamākie pasaulē,

visa pasaule cīnās par šo bagāto nāciju, kur ir daudz pensionāru, kuriem principā nav cita ko darīt, kā tikai apskatīt pasaules valstis, izbaudīt sava darba augļus, vecumdienās atpūties. Viņi teica, ka ir bijuši daudzviet, apmeklējumi metropoles, kur viņi, protams, brauks pirmām kārtām. Un tā viņi ir bijuši Romā un Parīzē, Londonā un Spānijas pludmalē. Viņiem patīk Eiropa, bet viņi grib meklēt arī kaut ko savādāku, kaut ko citu, un, manuprāt, Latvijai tieši te ir potenciāls – Latvijai ir šis “kaut kas cits”. Pie mums ir iespējas baudīt nekartu dabu, satīties ar interesantiem cilvēkiem. Mums ir savdabīga pludmale, kas ir pievilcīga tieši ar savu neskartumu un pirmatnīgumu. Tāpat interesanta ir Rīga – vēsturiskā Hanzas pilsēta. Tās potenciāls noteikti ir reāli izmantojams.

Es šeit runāju vairāk kā cilvēks, kurš kaut kur ir bijis, kaut ko ir redzējis un var ar kaut ko salīdzināt. Manuprāt, Latvijas klients var būt gan eiropietis, kapitālisma augļus baudošo nāciju pārstāvis, gan korejietis, gan japānis – ikviens, kuram pilsētas, lielpilsētas duna ir apnikusi, kurš vēlas mieru, klusumu. Tāds, kurš spēj novērtēt vietu, kur ir nesamaitāta daba, kur ne viss ir perfekti, taču ir iespējams izbaidīt vienatni, jūru, putnus...

...*Europe wild*?

Europe wild... Jā, laikam precīzi. Tādējādi tas tūrists varbūt pat ir amerikānis vai kanā-

Jaunais TAVA vadītājs apzināti tika virzīts tieši no mārketinga un reklāmas cilvēku puses

dietis... Ir nopietni jāpastrādā pie tā, lai viņi saprastu, par ko vispār ir runa. Bet tas nav neiespējami. Tas ir izdarāms, ja visu sasummē kopā. Tādi piemēri jau ir. Vasarā mēs redzam, ka vācieši un holandieši braukā t.s. mobilajos vagoniņos. Ja mēs uztaisītu viņiem – piemēram, velotūristiem – saprotamu maršrutu gar jūras krastu, kur visi brauc pa kāpu, mēģinātu nodrošināt šiem cilvēkiem vismaz minimālo aprīkojumu, piemēram, stāvvietu ar dušu un tualeti, tad viss arī notiktu.

Krīze – viesmīlības laiks

Vai Latvijas sabiedrība patiesi grib te redzēt tūristus? Man jau liekas, ka latvieši tikai formāli uzsver tūrisma nozīmību, bet sirdī vēlas, lai tūristu nebūtu ne paša mājas tuvumā, ne paša kvartālā, bet vienmēr citur, tālāk...

Es piekrītu, ka latviešu nacionālās īpašības izpaužas tā: visi piekrīt, ka valstī nepieciešama ražošana, tajā pašā laikā, kad konkrēti Ikšķiles pagastā investors vēlas celt ražotni, tauta viņu aizdzien prom.

Viesmīlības trūkums izpaužas arī detaļās – izkārtņu svešvalodās nav, norāžu nav, pat ceļa zīmju nav.

Runājot par detaļām... Piemēram, norādes, ir tāda... tiešām administratīva lieta.

Kā var mainīt viesmīlības paradumus?

Viens faktors ir latviešu mentalitāte. Tīri no personiskās pieredzes sakot, Latgalē cilvēki ir viesmīlīgāki, Kurzemē viņi ir tādi pavēsi, diezgan intraverti. Mentalitāte nemainās īsā laikā, administratīvi to mainīt nav iespējams. Tajā pašā laikā es tomēr ticu ekonomiskām svirām. Ja cilvēks ir paēdis, ja viņam visa ir gana, viņš var imitēt kaut kādu darbību, bet tas nav īsti, jo tas viņa labklājību nevaro. Manuprāt, šai ziņā – un ne tikai tūrisma – krīzes laiks ir ļoti piemērots pārmaiņām. Kad daļa cilvēku diemžēl vairs nevarēs turpināt darbu labi apmaksātos valsts pārvaldes amatos, viņiem būs iespēja izvēlēties, ar ko nodarboties turpmāk. Tūrisms ir tas virziens, kurā, manuprāt, šim mazajam mikrobiznesam būs salīdzinoši vieglāk startēt. Un tā, ja cilvēkiem fiziski trūks iztikas līdzekļu, viņi sāks meklēt virzienus, kur tos dabūt, un konstatēs, ka tos var gūt ar viesmīlību, klientu piesaisti, konkurējot ar kaimiņu, kurš visu dara tāpat. Bet, kas attiecas uz administratīvām lietām... Jūs minējāt labu piemēru par zīmēm. Mēs bijām Tadžikistānā – tur ir fantastisks tūrisma potenciāls, bet viņiem gandrīz nav ceļu un nav nekādu ceļa zīmju. Mums ir vismaz kaut kādas. Ir jāmācās no Rietumu pieredzes. Te, lūk, atkal viens no TAVA uzdevumiem – noskaidrot, kādi tad ir šie administratīvie šķēršļi, kurus nepieciešams novērst.

Varbūt uz krīzes rēķina varam vismaz iegūt kvalitatīvāku servisu?

Pasaulē ir ļoti daudz piemēru, kas liecina: īstenībā tikai caur spēm cilvēki var iegūt jaunu kvalitāti. Diemžēl, lai cik tas būtu skarbi, cilvēki tādā labā, pārticīgā veidā dzīvojot, nekad nekļūst atvērta jaunām iespējām, jaunām idejām, jauniem izaicinājumiem. ■

Centrāltirgus sola tūristiem patīkamas pārmaiņas

Rīgas Centrāltirgus pēc tā rekonstrukcijas varētu kļūt par nozīmīgu tūristu piesaistes objektu. Arī tūrisma nozares pārstāvji gaidāmās izmaiņas vērtē cerīgi. Tirgus var izteiksmīgi raksturot pilsētu un valsti. Tieši tādēļ daudzviet tirgus ir viens no interesantākajiem tūrisma objektiem. Jau tagad Rīgas Centrāltirgus, kā rāda dažādas aptaujas, kļuvis par otro tūristu iecienītāko vietu aiz Vecrīgas, taču tas nav galvenais objekts, kura dēļ viņi izvēlas Rīgas apmeklējumu. Turklāt tūristi te neuzkavējas ilgi, netērē daudz naudas, tāpat ne vienmēr emocijas pēc tirgus apmeklējuma ir tās pozitīvākās, ņemot vērā kabatzagļu aktivitātes šajā rajonā.

Zane Auziņa

Tirgus pārveides ieceres sola patīkamas pārmaiņas gan tūristiem, gan citiem tirgus apmeklētājiem un, protams, tajā strādājošajiem. Taču tiek solīts, ka jauninājumi nepazudinās to unikālo, dēļ kā cilvēki dodas uz tirgu.

Rīgas dome uzdevusi a/s “Rīgas Centrāltirgus” administrācijai, piesaistot ekspertus, izstrādāt tirgus attīstības koncepciju. Tai jābūt gatavai līdz šā gada beigām. Koncepcijas izstrādes darba grupas vadība uzticēta tirgus valdes priekšsēdētājam Dainim Liepiņam. Viņš sola, ka nākamo divu gadu laikā tiks īstenotas vērienīgas pārmaiņas. Tiekot arī meklēti risinājumi, kā tirgu vērst pievilcīgāku tūristiem. “Jau šodien Rīgas Centrāltirgus ir tūristam interesants, un mūsu uzdevums ir panākt, lai iespaids, ko tas atstāj, būtu pozitīvāks, Turklāt svarīgi ir gādāt arī par to, lai tūrists šeit nāk ne tikai skatīties, bet arī iepirkties,” atzīst D. Liepiņš.

Latvijas preču paviljons

Kā vienu no pirmajiem darbiem D. Liepiņš min Latvijas preču paviljona izbūvi. To iecerēts veidot pašreizējā augļu un dārzeņu paviljonā. “Esam iecerējuši, ka šeit tūrists varēs atrast visu, kas raksturo mūsu valsti. Te būs arī īstā vieta, kur tirgoties ar suvenīriem – dzintaru, adītām zeķēm, lina izstrādājumiem. Visu, ko arī šodien tirgotāji piedāvā tūristam, taču dara

to haotiski dažādās tirdzniecībai ne īpaši labi piemērotās vietās – tostarp Vecrīgā uz ielas.”

Līdzīgi iepriekš izteicās arī Rīgas vicemērs Ainārs Šlesers, postulējot, ka Centrāltirgū jābūt “pārsvārā latviešu zemnieku ražotai produkcijai”, nevis “nezināmas izcelsmes krāmiem”. “Tā būs vieta, kur pilsētnieki un tūristi varēs labi iepirkties un atpūsties. Centrāltirgus kļūs par vienu no svarīgākajiem tūrisma objektiem galvaspilsētā,” solīja A. Šlesers.

Tirgū būs promenāde

Uzlabojot tirgus tēlu un ceļot prestižu, jau nākamajā gadā paredzēts īstenot arī mārketinga un reklāmas kampaņas. Tā nebūs tukša žvandināšana, jo vienlaikus noritēs reāli tirgus sakārtošanas un arī vizuālā tēla uzlabošanas darbi.

Būtiskākās pārmaiņas sagaida rūpniecības preču tirgu. Tur iecerēts atbrīvoties no metāla kioskiem, kas esot morāli un fiziski novecojuši. Turklāt tirgū iecerēts izbūvēt promenādi, kas savienotu Gogoļa un Maskavas ielu, bet perspektīvā, iespējams, turpinātos līdz pat Krasta ielai. “Promenādē uzsvars būtu uz ziedu tirgotājiem, viņu sektors jebkurā gadalaikā izskatās krāšņi un uzrunājoši. Te būtu īstā vieta arī nelielām kafējnicām, perspektīvā varbūt pat mums izdotos piesaistīt investorus, kas vēlētos šeit atvērt nelielas viesnīcas. Iespējams, iedzīvotājiem būtu interese iegādāties dzīvokļus ēku augšējās stāvos. Vēlamies būt rosīga un interesanta

vide. Tiesa, būtiski ir uzlabot drošību tirgū, kas ir viens no smagākajiem un aktuālākajiem jauninājumiem,” stāsta D. Liepiņš. Turpinot iepazīstināt ar ideju par promenādi, tirgus direktors ir pārliecināts, ka tādējādi varētu attīstīt arī Daugavas izmantošanu tūrismā: “Ja mēs izveidotu savu promenādi līdz Krasta ielai, būtu visas iespējas Daugavā izbūvēt pievilcīgu Rīgas kanāla motorlaivu un kuģīšu piestātņi. Tūrists varētu vispirms pakuģot pa Daugavu, bet tad piestāt piestātņē un, pastaigājoties pa promenādi, gan iepirkties, gan arī paēst.” Rīgas kanālā trīs koka kuģīši pārvadā apmēram 300 pasažierus dienā. Arī viņi varētu būt potenciālie Centrāltirgus apmeklētāji. Piestātnes ierīkošana neprasa milzu līdzekļus. Ideju ir daudz, un es ticu, ka mums izdosies,” D. Liepiņš neslēpj optimismu.

Meklē sadarbību ar staciju un autoostu

Svarīgi ir arī tas, ka Centrāltirgus neattīstīsies kā vienuļa sala, bet kompleksi – kopā ar blakus esošo Centrālo dzelzceļa staciju un autoostu, kuras vērienīgos rekonstrukcijas plānus Ainārs Šlesers pieteica jau pirms pašvaldību vēlēšanām, būdams satiksmes ministrs. Arī Centrāltirgus attīstības koncepcijas veidotājiem uzdots tirgus attīstību skatīt integrēti ar abiem šiem transporta mezgliem. Kompleksa ietvaros tiks risināts arī piebraukšanas un auto stāvvietu jautājums. Šobrīd rasti pieci varianti, kur novietot auto stāvvietu, tostarp ir arī variants par apakšzemes stāvvietas izbūvi.



Rīgas vicemērs Ainārs Šlesers uzskata, ka Centrāltirgus kļūs par vienu no svarīgākajiem tūrisma objektiem galvaspilsētā. Viņš arī domā, ka Centrāltirgū jābūt pārsvārā latviešu zemnieku ražotai produkcijai, nevis “nezināmas izcelsmes krāmiem”. Tā būs vieta, kur pilsētnieki un tūristi varēs labi iepirkties un atpūsties



Jaunais Rīgas Centrālātirgus valdes priekšsēdētājs Dainis Liepiņš zina teikt, ka jau šodien Centrālātirgus ir tūristam interesants, un uzdevums ir panākt, lai iespīd, ko tas atstāj, būtu pozitīvāks. Turklāt svarīgi ir gādāt par to, lai tūrists nāk ne tikai skatīties, bet arī iepirkties

Būtisks solis kompleksas teritorijas attīstības virzienā jau sperts ar Spīķeru koncertzāles (250 sēdvietu) atklāšanu oktobrī. A. Šlesers jau vienojies ar SIA "Lido" īpašnieku Gunāru Ķirsonu par to, ka tirgus teritorijā tiks izvietots "Lido" ēdināšanas komplekss. Šobrīd tas ir kļuvis par spēcīgu tūristu magnētu un tiek uzskatīts par neatņemamu Latvijas vizītkartes sastāvdaļu.

Kā sadzīvot ar tūristiem

Dainis Liepiņš zina teikt, ka vēl jādromā par to, kā tūristiem un tirgotājiem veiksmīgi sadzīvot, jo šobrīd tiešas mijiedarbības nav. "Tūristu grupas tirgū iegriežas aizvien biežāk, taču tirgotāji sūdzas, ka tas viņiem tikai traucē. Tūristi neko nepērk, tikai sastājas ap leti, fotografējas, tādējādi neļaujot iepirkties ierastajiem apmeklētājiem," tirgotāju viedokli

atstāsta Dainis Liepiņš. Iespējams, ka, tūristu plūsmai pieaugot, tirgotāji tiem piemēros arī savu piedāvājumu, tādējādi nopelnot. Dainis Liepiņš arī uzskata, ka tirgotāji līdz šim nav īpaši gatavi kļūt par tādiem kā gidem un ar savu autentisko stāstījumu nopelnīt papildu līdzekļus.

Dzelzs jākaļ, kamēr karsta

Dažādos ārvalstu medijos, aprakstot Rīgu kā tūrisma galamērķi, Rīgas Centrālātirgus nereti minēts kā savdabīgs, apmeklējuma vērts objekts. Tas iekļauts jau vairākos tūrisma informācijas, tūrfirmu portālos, bukletos, maršrutos. Pēdējais no tiem – "Rīgas gardēža ceļvedis" – tapis, sadarbojoties Rīgas domei un Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijai, lai veicinātu Rīgas viesmīlības uzņēmumu atpazīstamību un popularitāti Latvijā un ārpus tās. Centrālātirgus tajā iekļauts kā viena no interesantākajām Rīgas apmeklējuma vietām, kur savu produkciju iepērk labākie Rīgas restorāni, bāri un kafējnīcas.

"1930. gadā darbu sāka slavenie Rīgas Centrālātirgus paviljoni, un tolaik tas bija lielākais un modernākais tirgus pasaulē. Tirgus tolaik vilināja daudzus interesentus. Esmu pārliecināts, ka, pareizi izvēloties attīstības koncepciju, mums atkal izdosies kļūt interesantiem. Savukārt tūrisma nozarei būs vēl viens objekts, ar ko droši varēs pievilināt tūristus. Un viņiem varēs piedāvāt ne tikai stāstus par to, kā gaisakuģu – cepelīnu angāri, kurus ķeizariskās Vācijas armija atstāja Kurzemē, tikuši izmantoti paviljonu būvē, bet daudz, daudz vairāk," pārliecināts ir D. Liepiņš.

Tūristam tirgus patīk

Cerīgi izvēlētos attīstības virzienus vērtē arī tūrisma nozares pārstāvji. Tā tūrisma kompānijas

"Kaleva Travel" mārketinga un pārdošanas direktors Pauls Gusts atzīst, ka tirgus visā pasaulē ir tūristam interesants objekts, kas neparastā, netradicionālā veidā pasaka ļoti daudz par konkrēto valsti. Turklāt ir valstis, kur tirgus pat ir galvenais tūristu intereses objekts. "Piemēram, braucot uz Turciju, lielais Stambulas tirgus ir teju vai apskates objekts numur viens. Tādi pat piemēri ir gan Eiropā, gan arī Amerikas Savienotajās Valstīs, tādēļ neredzu iemeslus, lai par tūristu piesaistes objektu nekļūtu arī Rīgas Centrālātirgus. Tas jau tagad ir interesants objekts. Ja izdosies īstenot ieceri par Latvijas preču paviljonu, kas, manuprāt, ir ļoti saprātīga un interesanta ideja, kā arī izveidot promenādi, tirgus var tiešām kļūt interesants. Svarīgi gan būtu atrisināt drošības jautājumus. Pagaidām tie ir ļoti zemā līmenī. Manuprāt, būtiska uzmanība jāpievērš arī satiksmei. Šobrīd dzelzceļa stacijas un autoostas tuvums tirgū rada zināmu haosu, taču tā noteikti ir atrisināma problēma."

Jāuzlabo drošība

Savukārt tūrisma firmas "Latvia Tours" pārstāve Laura Koroļova uzskata, ka, pirmkārt, tirgum vajadzētu atrisināt drošības jautājumu. "Ir daudz iebraucošo tūristu, kas interesējas par Centrālātirgum un izsaka vēlēšanos to redzēt. Diemžēl katru no viņiem mums ir jāpabrīdina par iespējamiem riskiem. Mums ir jāpārdomājas par saviem klientiem, tādēļ, lai cik ļoti negribētos teikt neko sliktu, esam spiesti viņus lūgt būt uzmanīgiem ar savām mantām – somām un naudas makiem. Tiesa, jāatzīst, ka cilvēki, kam patīk apmeklēt tirgu, pie šādiem brīdinājumiem lielākoties ir pieraduši – visā pasaulē situācija tirgos ir līdzīga." L. Koroļova ir pārliecināta – ja Centrālātirgus mainītos, turklāt uzlabotos ne vien vizuālais tēls, bet arī vide, tad tūrisma firmas daudz aktīvāk mudinātu savus klientus doties uz turieni. ■

Motormuzejs kļūs par tūristu magnētu

Kopš oktobra Rīgas Motormuzeja direktors ir bijušais Rīgas mērs Aivars Aksenoks. Viņš ir pārliecināts, ka pāris gadu laikā, sakārtojot ēkas ekspluatācijas jautājumus, dažādojot pakalpojumus un izveidojot jaunas ekspozīcijas, muzejs kļūs par spēcīgu tūristu magnētu Baltijas jūras reģionā.



Zane Auziņa

“Rīgas Motormuzejs ar savu ekspozīciju ir unikāls ne tikai Latvijā, bet visā Baltijā. Diemžēl dažādu apstākļu dēļ savulaik labi sāktā ideja nav spējusi nest tos augļus, ko tā varēja dot,” tikai dažas nedēļas pēc stāšanās muzeja direktora amatā informē Aivars Aksenoks. “Izglītojošās, pētnieciskās un kultūrvēsturiskās funkcijas vietā muzeja telpas tika izmantotas fitnesa klubam, autoservisam un citām muzejam neraksturīgām funkcijām. Pašlaik es kā cilvēks, kas nav darbojies muzeju sfērā, apzinu unikālākos eksponātus, lai kopā ar speciālistiem tos citu pēc cita rādītu apmeklētājiem,” turpina Aivars Aksenoks.

Jāieinteresē ģimenes un bērni

Par pamata mērķi Aivars Aksenoks ir izvirzījis uzdevumu panākt, lai 1989. gadā izveidotais muzejs ne tikai iegūtu jaunu seju, spētu pelnīt un pats sevi uzturēt, bet kļūtu par populāru atpūtas vietu pašmāju cilvēkiem un viesiem.

“Protams, mēs lepojāmies ar savu automobiļu kolekciju – tā ir unikāla bagātība, kas atved uz šejieni ne vienu vien interesentu. Ir cilvēki, kas šurp brauc no ārzemēm tikai tāpēc vien, lai redzētu tā saucamo Kremļa garāžu – automašīnas, ar kurām savulaik patiešām brauca Padomju Savienības pirmās personas. Taču šāda ekspozīcija ir interesanta salīdzinoši

šauram lokam,” uzskata Aivars Aksenoks.

“«Muzejam ir jāpaplašina savi pakalpojumi, tam ir jāklūst par vietu, kur cilvēks var pavadīt visu dienu. Savā darbībā mēs izmantosim pārbaudītu metodi – kļūsim interesanti vispirms bērniem, tad viņi uz muzeju atvedīs arī vecākus. Jau tuvākajā nākotnē mēs kļūsim interaktīvi un atteiksimies no ierastā statistiska,» pārliecināts ir jaunais muzeja vadītājs.

Kā labu piemēru Aivars Aksenoks min datorizēto stimulatoru “MINI”, kas ir viena no ekspozīcijas automašīnām. “Tajā apmeklētājs var iesēties īsta autovadītāja ādā. Mašīna ir ļoti populāra bērnu vidū, un tā uzskatāmi apliecina, ka šādiem atraktīviem stendiem ir jābūt vairāk.

“Mēs, protams, esam Rīgas Motormuzejs, un par tādu mums arī jāpaliek. Taču interaktīvā veidā mums jāklūst par to vietu, kurā caur motoru un auto būves attīstības prizmu apmeklētājs izzina arī mūsu valsts vēsturi. Mēs gribam kļūt par unikālu vietu, kas uz Rīgu un Latviju vilina tūristus. Šobrīd redzu, ka mums ir ļoti labs materiāls, to prasmīgi izmantojot un pasniedzot, mēs varam kļūt par tūristu magnētu visam Baltijas reģionam. Es ticu, ka mums tas izdosies.”

Ir, kur izvērsties

“Risināsim arī transporta problēmas,” sola Aivars Aksenoks. “Motormuzejs ir salīdzinoši viegli pieejams autobraucējiem, tomēr ir jādomā par to, lai tas būtu pieejams arī sabiedriskā transporta lietotājiem. Pie muzeja ir pietura, taču šajos divos maršrutos kursē tikai mazie autobusi, tāpēc tos nevar izmantot lielākas interesentu grupas, arī skolēnu klase,” norāda Aivars Aksenoks.

“Patlaban mums ir plašākas telpas, līdz ar to ir arī reāla iespēja paplašināt ekspozīciju un pakalpojumu klāstu. Domājam kā par interaktīvo pasākumu, tā konferenču, diskusiju,



Aivars Aksenoks: “Kad biju Rīgas mērs, man bija pienākums rīkoties ļoti plašos mērogos. Tagad man ir iespēja izdarīt kaut ko ļoti konkrētu un taustāmu”

prezentāciju un citu līdzīgu pasākumu organizēšanu. Īpašu uzmanību pievēršim informatīvajām funkcijām, lai jauniešos radītu interesi par tehniskajām zinātnēm un zināšanām, kuru mūsu valstī tik ļoti pietrūkst.

Vērtējot iespējas mainīties un attīstīties, Aivars Aksenoks uzskata, ka muzejam ir jāattīsta sadarbība ar Biķernieku sporta trasi, kas atrodas līdzās muzejam. Brauciens ar seno spēkratu var kļūt par interesantu papildpakalpojumu. “Protams, ar mūsu eksponātiem neviens nedrīkstēs sacensties, taču ir iespēja izgatavot oriģinālu kopijas, un ar šādiem automobiļiem būtu iespējams apmeklētājiem piedāvāt arī retro sacensības,” sadarbības iespējas ieskicē A. Aksenoks.

Muzejs apmeklētāju piesaistīšanai var izmantot arī tādu interaktīvu metodi kā muzejā veikto restaurācijas procesu publiskošana. “Kāpēc gan mēs nevarētu ļaut apmeklētājiem ieskatīties restauratora ikdienā? Diez vai daudzi apzinās, kādi grausti savulaik ir bijuši šie skaistie, spīdīgie automobiļi. Ja varētu izveidot vienu sekciju, kur apmeklētāji redz restaurācijas gaitu, ja paši varētu pārbaudīt savu varēšanu kādas detaļas restaurēšanā, esmu pārliecināts, ka cilvēku emocijas, viņiem atstājot muzeju, būtu spēcīgākas. Un cilvēki vēlētos šeit atgriezties atkal un atkal,” domā Aivars Aksenoks. ■

Fakti

- Rīgas Motormuzejs dibināts 1989. gadā.
- Kopš 2008. gada 30. decembra Rīgas Motormuzeju ir pārņēmusi Ceļu satiksmes drošības direkcija (CSDD).
- Muzeja kopējā platība ir 16 856 kvadrātmetri, no tiem muzejam atvēlēta mazāk nekā puse – 2478 kvadrātmetri.
- Rīgas Motormuzeja krājumos ir 200 spēkratu un vairāk nekā 17 000 citu ar autobūves vēsturi saistītu eksponātu. Krājumu bilances vērtība – 4,2 miljoni latu.
- 2008. gadā muzeju apmeklēja 61 000 cilvēku, no tiem – 14 741 skolēns, 11 289 ārzemnieki.
- Unikālākie eksponāti: Kremļa auto kolekcija, 20.–30. gados Latvijā būvētie auto, padomju laika spēkrati u.c.



Ir cilvēki, kas šurp brauc no ārzemēm tikai tāpēc vien, lai redzētu tā saucamo Kremļa garāžu – automašīnas, ar kurām savulaik patiešām brauca Padomju Savienības pirmās personas, – arī slavēno L. Brežņeva "Rolls-Royce" (augšā)

Motormuzeju vajag padarīt interaktīvu

Pauls Timrots, autožurnālists

Es visus savus bērnus esmu vedis uz Rīgas Motormuzeju.

Piekrītu, ka to var pilnveidot, turklāt nav nekas unikāls jāizgudro – šāda veida muzeji pasaulē jau darbojas, tālākais, kur esmu bijis, – Jaunzēlandē. Esmu secinājis, ka tie izskatās ļoti līdzīgi un arī līdzīgi funkcionē: stāv vecas mašīnas, katrai kaut kāda lapa klāt ar leģendu, lasi, skaties.

Muzeju var padarīt interaktīvu ar diezgan maziem resursiem, jābūt vienkārši idejām. Var kaut ko pašpikot, piemēram, no Mīnhenes Tehnikas muzeja vai kāda cita motormuzeja. Man, piemēram, ļoti patīktu, ja tur būtu kāds pagrozāms verķis, kas parāda, kā strādā mašīnas reaktors, cik dažādi ir amortizatori, atsperes, lāgas; kā sadalās motora divas un četras taktis. To visu var parādīt ar elementāriem rīkiem. Vienīgi tamlīdzīgas lietas, kas muzeju padara interesantu, to pārvērš no automobiļu muzeja vairāk par tehnikas, inženierlietu muzeju. Bet tas, protams, būtu interesanti un ekspozīciju atdzīvinoši, papildinoši, jo, ieraugot tikai kasti, vienkāršs apmeklētājs nesaprot, kā tā mašīna vispār strādā.

Tas būtu saistoši ne tikai bērniem, bet dažāda vecuma interesentiem. Vecākā paaudze te ieraudzīs moskviču un atcerēsies savu pirmo mašīnu, jaunie brīnīsies, cik tas vecs un kā opis ar to braucis.

Padomju funkcionāru mašīnām varbūt varētu pielikt klāt attiecīgu lelli, kā tas jau ir, tādējādi vēl vairāk atdzīvinošot ekspozīciju. Turklāt padomju laiku mašīnas te nav vienīgās, kas ir apskates vērtas. Skaidrs, ka otra tik liela muzeja ar tādu ekspozīciju Baltijā nav. Mēs varētu piesaistīt tūristus gan no Igaunijas, gan Lietuvas, gan citām Ziemeļeiropas valstīm. Somijā ir mašīnu muzejs, bet diez vai stipri lielāks.

Bikernieku trases atrašanās muzeja tuvumā ir pluss, lai gan man nav priekšstats, kā to īsti izmantot, ņemot vērā, ka muzejs un vizināšanās atrakcijas nav viens un tas pats.

Ne mazāk jādomā par to, kā noorganizēt transportu no Rīgas centra. Kreiz brīnos, muzeja tuvumā ieraudzījis tūristus ar fotoaparātiem, – viņi taču ir nākuši to gabalu no trolejbusa vai kāda autobusa, kas te iet šķībi un greizi. Pat jābrīnās, kā viņi to muzeju atraduši. Lai ar sabiedrisko transportu te nonāktu, pusi dienas jāzaudē. Tas ir varoņdarbs – atkulties līdz muzejam! ■

Viedokļi

Vai Rīgas Motormuzejs var kļūt par spēcīgu tūristu magnētu visam Baltijas reģionam?

Baiba Muceniece,
AS "Tallink Latvija" tirdzniecības un
mārketinga direktore

Mums ir ļoti svarīgi veicināt tūrisma plūsmu abos virzienos, tamdēļ mēs esam ļoti ieinteresēti, lai Rīgā būtu pēc iespējas vairāk tādu objektu, kas piesaistītu tūristus no Skandināvijas.

Jebkura vieta, jebkurš muzejs var kļūt par tūristu piesaistes objektu – arī Rīgas Motormuzejs, taču ir jāsaprot, kas ir tā auditorija, kurai konkrētais muzejs ir interesants, un uz to jāorientējas.

Es iepriekš neesmu padziļināti interesējusies par Motormuzeju, kurp dodas daudzās ģimenes ar bērniem no visas Latvijas. Īpaši populārs tas ir vienas dienas kruīza braucienā. Tātad viens muzejs ir kļuvis par visa brauciena galamērķi, un no tā iegūst gan prāmju kompānija, gan tūrisma firmas, gan arī daudzi citi atpūtas objekti Zviedrijā. Taču jāatzīmē, ka šajā muzejā ir padomāts par to, lai visa ģimene tur varētu ilgstoši uzturēties un atpūsties. Tur ir gan dažādi priekšnesumi, gan arī kafējnīcas. A. Lindgrēnas muzejs Stokholmā ir kā paraugs tūristu galamērķim, un iespējams, ka par šādu izglītojošu un izklaidējam bagātu ģimenes un bērnu atpūtas vietu var kļūt arī Rīgas Motormuzejs.

Muzejam ir jāmeklē sadarbības partneris, ar kuru izstrādāt kopīgu pakalpojumu paketi. Neizslēdzu iespēju, ka arī "Tallink" varētu būt viens no sadarbības partneriem.

Kā piemēru varu minēt A. Lindgrēnas muzeju Stokholmā, kurp dodas daudzas ģimenes ar bērniem no visas Latvijas. Īpaši populārs tas ir vienas dienas kruīza braucienā. Tātad viens muzejs ir kļuvis par visa brauciena galamērķi, un no tā iegūst gan prāmju kompānija, gan tūrisma firmas, gan arī daudzi citi atpūtas objekti Zviedrijā. Taču jāatzīmē, ka šajā muzejā ir padomāts par to, lai visa ģimene tur varētu ilgstoši uzturēties un atpūsties. Tur ir gan dažādi priekšnesumi, gan arī kafējnīcas. A. Lindgrēnas muzejs Stokholmā ir kā paraugs tūristu galamērķim, un iespējams, ka par šādu izglītojošu un izklaidējam bagātu ģimenes un bērnu atpūtas vietu var kļūt arī Rīgas Motormuzejs.

Pauls Gusts,
"Kaleva Travel" mārketinga un
pārdošanas direktors

Pasaulē netrūkst piemēru tam, ka viens labi izstrādāts un pareizi piedāvāts objekts kļūst par galveno tūristu intereses objektu. Piemēram, tāds ir zinātnes centrs "Heureka" Helsinku pievārtē Somijā. Tas ir interesants tūrisma brauciena galamērķis, kas garantē saistošu, neparastu atpūtu visas dienas garumā.

Arī Rīgas Motormuzejam ir visas iespējas kļūt par unikālu vietu, kurp varētu braukt gan pašmāju, gan ārvalstu tūristi. Es gan ieteiktu muzejam rūpīgāk padomāt par savu pakalpojumu dažādošanu. Protams, ir cilvēki, kam patīk vienkārši atbraukt uz muzeju, lai paskatītos uz seniem automobiļiem. Taču apmeklētājam ir daudz lielāka interese, ja viņi var būt nevis pasīvi vērotāji, bet aktīvi dalībnieki. Ar interaktīviem pakalpojumiem muzeja popularitāte būtiski augtu gan Latvijā, gan ārpus tās robežām. Ja cilvēks varētu mēģināt pats saremontēt motoru, ja varētu mēģināt kaut no diviem zobratiem uzbūvēt kaut ko, kas strādā, ja varētu redzēt, kā automobilis tiek restaurēts, ja pats varētu pārbaudīt savas restauratora prasmes kaut uz vienas nelielas detaļas bāzes, – muzeja popularitāte strauji augtu. Tas varētu kļūt par interesantu objektu, kur tūrisma firmas aicinātu doties klientus. Ieguvēji būtu visi – gan muzejs, gan apmeklētāji, gan tūrisma firmas un galu galā – valsts kopumā.

TAVA direktora amatā mārketinga un reklāmas speciālists

Pēc ekonomikas ministra Arta Kampara ierosinājuma Ministru kabinets par Tūrisma attīstības valsts aģentūras vadītāju ir apstiprinājis Armandu Slokenbergu. Viņš direktora pienākumus sāka pildīt 2009. gada 24. augustā.

Armandam Slokenbergam ir 12 gadu pieredze mārketiņgā un reklāmā, viņš tika izraudzīts konkursā no 34 pretendentiem.

Jaunais direktors ir koncentrējies darbam un tikai pēc 99 nostrādātajām dienām plāno informēt gan par iecerētajiem un apstiprinātajiem darbiem, gan arī par paveikto.

TAVA sabiedrisko attiecību speciāliste ir vērsusies pie medijiem ar lūgumu ļaut jaunajai aģentūras vadībai koncentrēties uz visnotaļ lielo darba apjomu, kas šajā periodā jāpaveic, lai pēc laika varētu sniegt rezultatīvas ziņas par izdarīto.

Šobrīd notiek TAVA organizācijas jaunās struktūras izveide, kā arī tiek aktīvi strādāts pie jau iesāktajiem darbiem un projektiem. Tāpat TAVA piedalās jauno projektu izstrādē un īstenošanā.

TAVA direktors Armands Slokenbergs aktīvi strādā sapulcēs kopā ar tūrisma nozares un Ekonomikas ministrijas pārstāvjiem, no-



tiek darbs pie jaunā budžeta izveides, tiek risināti plānošanas jautājumi, strādāts pie darbiem, kas saistīti ar TAVA aktivitātēm. Tiek izstrādāta jaunā tūrisma stratēģija, tiek

CV

Armands Slokenbergs

Dzimis: 1969. gada 15. martā

Izglītība:

1994–1996 – Rīgas Ekonomikas augstskola, bakalaura grāds uzņēmējdarbībā
1990–1995 – Latvijas Lauksaimniecības universitāte, diploms pedagoģijā
1986–1987 – Murjāņu sporta internātskola
1975–1986 – Jelgavas 1. vidusskola

Darba pieredze:

Kopš 2009.24.VIII – Tūrisma attīstības valsts aģentūra, direktors
2003–2009 – SIA "Mediaedge: cia Baltic", valdes loceklis
2001–2009 – "Media House Baltic", reģionālais direktors
1997–2002 – SIA "Media House", direktors
1996 – VBSIA "Latvijas Televīzija", reklāmas nodaļas vadītājs

strādāts pie tūrisma tēla izveides, jaunu tūrisma brošūru plānošanas, notiek gatavošanās starptautiskajam tūrisma gadatirgum Londonā "WTM 2010". ■

Mazāks birojs jaunās telpās

Tūrisma attīstības valsts aģentūru vienlaicīgi ir skārušas vairākas pārmaiņas – jauns direktors, jaunas biroja telpas, kā arī ievērojama štatu samazināšana.

TAVA lietu pārvaldnieks Ģirts Mazais informē, ka kopš vasaras TAVA birojs vairs neatrodas Vecrīgā, Pils ielā, bet gan Ekonomikas ministrijas telpās. "Tas mums ir devis iespēju ekonomēt, taču ne mazāk svarīgi ir tas, ka būtiski uzlabojusies ikdienā tik ļoti nepieciešamā komunikācija ar ministriju," ieguvumus uzskaita Ģirts Mazais.

Samazinātajam aģentūras personālam jaunās telpas ir ļoti piemērotas, turklāt ne tikai darbam birojā, bet arī sapulču un diskusiju organizēšanai.

"Gada sākumā TAVA bija 33 darbinieki, šobrīd tikai 14. Nedaudz samazinājies arī darba apjoms, jo TAVA darbiniekiem vairs nav jānodarbojas ar tūrisma pakalpojumu sniedzēju reģistrāciju. Ir samazināts un reorganizēts aģentūras pasākumu plāns, vairākas iniciatīvas uzticētas tūrisma nozares pārstāvjiem," stāsta Ģirts Mazais.

Lietu pārvaldnieks arī precizē, ka līdz ar reorganizāciju mainījusies arī līdzšinējā vadības struktūra – tā vairs nav hierarhiska, bet visi darbinieki strādā uz projektu vadības struktūras principiem, attiecīgi ir mainījušies arī darbinieku pienākumi un kompetence. Katrs darbinieks ir tieši atbildīgs par konkrētā projekta gaitu, nevis pastarpināti – caur savu vadītāju.

Izveidota TAVA Konsultatīvā padome

Lai nodrošinātu valsts pārvaldes institūciju un privātpersonu iesaisti tūrisma politikas īstenošanā, Latvijas kā tūrisma galamērķa veidošanā un popularizēšanā, pieņemtu rekomendējošus lēmumus šajā jomā, – ir izveidota Tūrisma attīstības valsts aģentūras Konsultatīvā padome.

Šīs idejas iniciators bija tā brīža Eiropas Parlamenta deputāts Aldis Kušķis, kurš līdz ar jaunā ekonomikas ministra Arta Kampara stāšanos amatā kļuva arī par ministra ārštata padomnieku tūrisma politikas jautājumos. "Ekonomikas ministrijas paspārnē arī iepriekš darbojās Tūrisma padome, taču tā lēma par politiskiem un likumdošanas jautājumiem. Manuprāt, ļoti bija nepieciešama tieši tāda struktūra, kas varētu industrijas interesēs operatīvi lemt par realizāciju. Par šo ideju spriedām un vienojāmies kopā ar ALTA un LVRA. Ideja bija radīt padomi pēc

klasiskas shēmas, kāda darbojas citās valstīs – nacionālā tūrisma valde, kas pārstāv industriju," notikumus atceras Aldis Kušķis.

"Uz jauno padomi aicinājām deleģēt labākos kadrus, un nevis tāpēc, lai tie šauri pārstāvētu katrs savu jomu, bet gan tāpēc, lai kopīgi uzlabotu darbu nacionālajā tūrisma organizācijā," precizē Aldis Kušķis.

Aldis Kušķis ir gandarīts, ka jau padomes veidošanās laikā bija redzama industrijas spēja vienoties. Kā vienīgo negatīvo piemēru Aldis Kušķis min gidus, kuri tā arī neatrada kopsaucēju ar kolēģiem, turpretī reģionālās asociācijas ne tikai vienojās par savu pārstāvi, bet pat izveidoja jaunu apvienību.

Savus pārstāvjus padomei deleģēja arī ministrs – tie bija Aldis Kušķis un reklāmas speciālists Ēriku Stendzenieks. ■

Tūrisma attīstības valsts aģentūras Konsultatīvā padome

Padomes priekšsēdētājs – ekonomikas ministrs Artis Kampars

Padomes priekšsēdētāja vietnieks – ekonomikas ministra ārštata padomnieks tūrisma politikas jautājumos Aldis Kušķis

Padomes locekļi

Rīgas domes Ārlietu pārvaldes direktore Baiba Buka-Vaivade

Latvijas Tūrisma aģentūru asociācijas prezidente Kitija Gitendorfa

Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas prezidents Jānis Naglis

Latvijas Institūta direktors Ojārs Kalniņš

Kurzemes reģiona Tūrisma asociācijas valdes priekšsēdētāja Monta Krafte

Ekonomikas ministrijas valsts sekretāra vietnieks Andris Liepiņš

Reklāmas aģentūras "Zoom" radošais direktors Ēriks Stendzenieks

Latvijas Sabiedrisko attiecību kompāniju asociācijas valdes loceklis Ojārs Stūre

Tūrisma pakalpojumu sniedzēju reģistrācija

Ilgvars Putāns

TAVA projektu vadīšanas speciālists

No 1. jūlija komersantiem vairs nav jāreģistrējas Tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāzē.

Likums paredz, ka MK nosaka tikai tūrisma aģentūru un tūrisma operatoru reģistrēšanās kārtību tūrisma aģentūru un tūrisma operatoru datu bāzē. Ekonomikas ministrija šobrīd ir izveidojusi darba grupu, kas izstrādā jaunu reģistrācijas kārtību, saskaņā ar kuru reģistrēšana turpmāk tiks uzticēta ALTA.

Bet pagaidām nekā nav mainījies komplekso tūrisma pakalpojumu sniedzējiem, jo atbilstoši 2007. gada 23. janvāra MK noteikumu Nr. 67 "Noteikumi par komplekso tūrisma pakalpojumu sagatavošanas un īstenošanas kārtību, klientam sniedzamo informāciju un kompleksā tūrisma pakalpojuma sniedzēja un klienta tiesībām un pienākumiem" 18. punk-

tam komplekso tūrisma pakalpojumu sniedzējiem divas reizes gadā (līdz 20. janvārim un 20. jūlijam) Patērētāju tiesību aizsardzības centrā (PTAC) ir jāiesniedz pārskats par pakalpojumu pārdošanu iepriekšējā pusgadā, kā arī apliecināta līguma kopija, kas noslēgts ar klienta iemaksātās naudas drošības garantijas devēju.

Īpaši lūdzam pievērst uzmanību iesniedzamajai veidlapai (pieejama MK Noteikumu pielikumā), kura ar 2008. gada 17. jūnija MK Noteikumu grozījumiem ir mainīta, un prasībai iesniegt apliecinātu kopiju līgumam, kas noslēgts ar klienta iemaksātās naudas drošības garantijas devēju (apliecinājumam nav obligāti jābūt notariāli apstiprinātam).

Papildus informējam, ka saskaņā ar Tūrisma likuma 1. panta 6. punktu kompleksa tūrisma pakalpojuma sniedzējs ir "komersants, kas veic gan tūrisma operatora, gan tūrisma aģen-

tūras funkcijas". Attiecīgi Tūrisma likuma 1. panta 14. punkts noteic, ka tūrisma aģentūra ir komersants, kas pilda starpnieka funkcijas starp klientiem un tūrisma operatoriem vai citiem pakalpojumu sniedzējiem. Savukārt tūrisma operators, kā teikts iepriekš minētā panta 19. punktā, ir komersants, kas izstrādā un pārdod kompleksus tūrisma pakalpojumus. Tūrisma likuma 16. panta pirmā daļa paredz, ka "komersantiem, kuri pārdod kompleksus tūrisma pakalpojumus, obligāti nepieciešama klienta iemaksātās naudas drošības garantija". Līdz ar to komersantam pašam jānodrošina klienta iemaksātās naudas drošības garantija attiecībā uz tiem gadījumiem, kad komersants pats izstrādā un pārdod kompleksus pakalpojumus. Gadījumos, kad komersants darbojas kā starpnieks kompleksu tūrisma pakalpojumu pārdošanā, drošības garantija jānodrošina attiecīgajam tūroperatoram. ■

Decembrī Tūrisma forums

Arī šogad decembrī TAVA pulcēs Latvijas tūrisma nozares pārstāvjus uz Latvijas Tūrisma forumu. Līdz žurnāla iznākšanas brīdim vēl nebija precizēts datums, taču tas būs 10. vai 17. decembris – atkarībā no tobrīd pieejamām telpām, kurās var sapulcēt ap 500 cilvēkiem.

Par Latvijas Tūrisma foruma darba kārtību un formu vēl lems jaunizveidotā TAVA Konsultatīvā padome, taču šobrīd jau zināms, ka netiek plānota ikgadējā balle. Arī nozares pārstāvji vairāk uzsver oficiālās daļas, nevis balles nepieciešamību.

TAVA Konsultatīvās padomes priekšsēdētāja vietnieks un ekonomikas ministra Arta Kampara ārštata padomnieks Aldis Kušķis uzsver: Tūrisma forums ir industrijas gada notikums, kurš vēl jo svarīgāks ir grūtajos laikos,

kad viedokļu apmaiņa un kopējās vīzijas izveide ir īpaši svarīga.

"Šogad Tūrisma forumam, manuprāt, būtu jābūt kā vietai, kur noslīpēt jauno tūrisma industrijas attīstības stratēģiju, taču es forumu vairāk redzu kā uz konkrētu rezultātu vērstu darba grupu, nevis diskusiju klubu," uzskata Aldis Kušķis.

ALTA prezidente Kitija Gitendorfa norāda, ka Tūrisma forumam noteikti ir jābūt kā atskaites punktam par to, kur mēs šobrīd esam, kurp dodamies, kurp virzāmies nākotnē, uz ko koncentrējamies. Pašlaik arī TAVA ir jauna vadība, aģentūra ir pilnībā pārstrukturēta, un visai industrijai kopumā ir ļoti svarīgi saprast tās uzstādījumus nākamajam gadam vai gadiem. Forums var būt arī viens no industrijas sadarbības mehānismiem, lai meklētu nozares lobijus. ■

Arī turmāk TAVA gatavos publikācijas

TAVA tūrisma informācijas projektu vadītājs Enārs Plinta informē, ka vēl līdz šā gada beigām TAVA plāno izdot deviņas publikācijas, tajā skaitā arī jauno Latvijas maršrutu brošūru un jauno Rīgas un apkārtnes karti. Pārējās publikācijas būs atjaunoti un aktualizēti izdevumi, par pamatu ņemot to, kas bija izdots jau agrāk: TOP 10 tūrisma objekti, Baltijas tūrisma karte, Baltijas kempingu karte, Kurzemes, Latgales, Vidzemes un Zemgales tūrisma kartes.

Kā jaunumu Enārs Plinta min to, ka turpmāk TAVA interneta mājaslapā tiks publicētas brošūru un citu publikāciju PDF versijas, lai iespējamie sadarbības partneri tās varētu paši izdrukāt vajadzīgajā daudzumā un laikā. Būtiski, ka PDF versijas būs vēl vairāk valodās, nekā tipogrāfijās nodrukātās. Un būs arī lasīšanai interneta vidē piemērotas publikāciju versijas, turklāt nākotnē tiek plānoti arī video.

Analizējot izmaksu sadalījumu pēc publikāciju mērķa, redzam, ka 70% tiks tērēti informatīviem materiāliem tūristiem ārzemēs un tikai 30% informatīviem materiāliem tūristiem Latvijā (pārsvārā kartes). Analizējot izmaksu sadalījumu pa valodām, paveras šāda aina: 47% finansējuma tiks publikācijām angļu valodā, 31% – vācu, 13% – krievu, 3% – lietuviešu, 2% – igauņu un tikai 4% – latviešu valodā.

Kā galvenos izplatīšanas kanālus tūristiem ārzemēs Enārs Plinta min tūrisma izstādes, Baltijas tūrisma biroju Berlīnē, tūrisma aģentus un operatorus, LIAA un vēstniecības, kā arī transporta kompānijas vai to pārstāvniecības. Informatīvos materiālus tūristiem Latvijā plānots izplatīt Latvijas reģionālajās tūrisma asociācijās un tūrisma informācijas centros, Rīgas tūrisma informācijas centrā, naktsmitnēs, kā arī pie tūrisma aģentiem un operatoriem.

Tūristus piesaistīs ar Ziemassvētkiem

TAVA organizētais Latvijas stends starptautiskajā tūrisma gadatirgū Londonā "WTM" šogad būs savādāks nekā iepriekš, un, iespējams, daudz savādāks nekā citām valstīm. TAVA aicinās tūristus pavadīt Ziemassvētkus Latvijā, kā arī kopā svinēt eglītes rotāšanas tradīcijas Latvijā 500. gadadienu.



Vēršas pret negodīgiem Vēcīgas krogu īpašniekiem

Ir stājušies spēkā Ekonomikas ministrijas izstrādātie ir LTKP Ekspertu komisijā iepriekš izdiskutētie grozījumi Ministru kabineta 2005. gada 30. augusta noteikumos Nr. 662 "Akcīzes preču aprites kārtība", kuru galvenais mērķis ir novērst ārvalstu tūristu, kā arī Latvijas iedzīvotāju apkrāpšanas gadījumus izklaides vietās.

"Negodīgiem Vēcīgas krogu īpašniekiem sāksies grūta dzīve, jo tiks pastiprinātas sankcijas pret šādiem darboņiem. Jaunā kārtība pēc būtības nozīmē vienu – gadījumā, ja kādā krogā Vēcīgā sistemātiski tiks apkrāpti tūristi un to piefiksēs policija, tad minētais krogs zaudēs alkohola tirdzniecības licenci un turpmāk tajā pašā vietā jaunu krogu atvērt nevarēs. Es ceru, ka ar šo stingro vēršanos pret negodīgiem darboņiem mēs būsim atrisinājuši līdz šim smagāko tūristu krāpšanas problēmu, par kuru sašutuma bija vairākas ārvalstu vēstniecības, un Vēcīgas izklaides vietu reputācija uzlabosies," pauž ekonomikas ministrs Artis Kampars (JL).

Valdības pieņemtie grozījumi precizē gadījumus, kad Valsts ieņēmumu dienesta Licencēšanas komisijai ir tiesības neizsniegt vai nepārreģistrēt un anulēt alkoholisko dzērienu tirdzniecības speciālo atļauju (licenci) vai tajā norādīto darbības vietas ierakstu.

Lai ierobežotu negodīgu uzņēmēju iespējas nodarboties ar uzņēmējdarbību konkrētā adresē, taču tajā pašā laikā neierobežotu ēkas īpašnieka tiesības nodot, izīrēt vai izmantot telpas uzņēmējdarbības veikšanai, Licencēšanas komisijai tiek piešķirtas tiesības anulēt speciālajā atļaujā (licencē) norādīto darbības vietas ierakstu. Tas nozīmē, ka šajā vietā, konstatējot būtiskus un sistemātiskus pārkāpumus, vairs nevarēs turpināt darboties bārs vai cita izklaides vieta, kurā pārdod alkoholu.

Tāpat tiek noteikts, ka turpmāk arī būtiski patērētāju tiesību pārkāpumi, kas izdarīti komercdarbībā ar akcīzes precēm, varēs kļūt par iemeslu speciālās atļaujas (licences) vai tajā norādītā darbības vietas ieraksta anulēšanai.

Nemot vērā, ka šobrīd izklaides vietās sastopama krāpšanās ar kredītkartēm, piemēram, vairākkārtēja kredītkaršu izmantošana bez klienta piekrišanas, noteikumu grozījumi ļaus par pamatu speciālās atļaujas (licences) vai tajā norādīto darbības vietu ieraksta anulēšanai uzskatīt gadījumus, kad atkārtoti konstatēti pārkāpumi kases aparātu, kases sistēmu un specializēto ierīču vai iekārtu lietošanā.

Ekspertu komisija rūpējas par tūristu drošību

Ekonomikas ministrija (EM) 2009. gada 19. augustā ir izveidojusi LTKP Ekspertu komisiju, kas risina ar tūristu drošību saistītos jautājumus. Viens no komisijas izveides mērķiem bija nepieciešamība radīt mehānismu, kurā visas iesaistītās puses vienkopos risinātu ar tūristu drošību un tūrisma pakalpojumu kvalitāti saistītos jautājumus un nodrošinātu tiešu operatīvās informācijas apmaiņu. Apspriežamo jautājumu loks ir plašs – apkrāpšanas gadījumi bāros, krogos un citās izklaides vietās, taksometru pakalpojumu kvalitāte, patērētāju tiesību jautājumi u.c.

Komisijas sastāvā tika iekļauti pārstāvji no Ārlietu ministrijas, Rīgas domes, Rīgas Pašvaldības policijas, Patērētāju tiesību aizsardzības centra, Valsts policijas, Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas, Valsts ieņēmumu dienesta Akcīzes preču pārvaldes. Attālināti šīs komisijas darbam sekos līdzi Tieslietu ministrija, kura ir norādījusi uz ierobežotajiem resursiem. Par Ekspertu komisijas darbu EM regulāri sniedz pārskatu Valsts prezidenta kancelejai.

Dažādās izstrādes stadijās ir vairākas iniciatīvas tūristu drošības un tūrisma pakalpojumu kvalitātes jautājumu risinājumi. ■

Papildina Uzņēmējdarbības vides uzlabošanas pasākumu plānu

Ministru kabinets izskatīja grozījumus Uzņēmējdarbības vides uzlabošanas pasākumu plānā 2009. gadam. Plānā minēti arī vairāki tūrisma nozarei aktuāli iepļānotie darbi.

Jāvienkāršo grāmatvedības kārtēšanas procedūra mazajiem uzņēmumiem.

Jāsamazina izmaksas, kas saistītas ar uzņēmumu izveidi, tostarp jāsamazina pamatkapitāla prasības, jāsamazina izdevumi, kas saistīti ar publikāciju "Latvijas Vēstnesī", kā arī ar paraksta apliecināšanu, reģistrējoties Komercreģistrā.

Jāvienkāršo prasības kases čeku un citu ataišinojošo izdevumu noformēšanā.

Jāatbrīvo uzticami komersanti no galvoju-
miem pirmsmuitošanas darbībām un preču uzglabāšanai muitas noliktavās.

Lai vienkāršotu meža zemes transformācijas procesu, tiks pārskatītas tiesību aktos iekļautās normas, kas paredz lauksaimniecības zemju transformācijas procesus un vienkāršot zemju lietošanas veida maiņas un izmaiņu reģistrācijas procedūras.

Informējot valdību, Ekonomikas ministrijas Uzņēmējdarbības konkurētspējas departamenta direktors Edmunds Beļskis starp svarīgākajiem paveiktajiem pasākumiem minēja arī vienkāršotu ārzemnieku deklarāciju uzglabāšanas kārtību – svītrots iepriekš noteiktais 24



Ekonomikas ministrijas Uzņēmējdarbības konkurētspējas departamenta direktors Edmunds Beļskis norāda uz vairākiem tūrisma nozarei aktuāliem uzņēmējdarbības vides uzlabojumiem

stundu termiņš aizpildīto deklarāciju iesniegšanai Valsts policijas teritoriālajā struktūrvienībā vai elektroniskai iesniegšanai Valsts policijas interneta mājaslapā. Vēl ar šī gada 22. augustu stājušies spēkā vienkāršotās tehniskās prasības kases aparātiem un kases sistēmām ar elektroniskajām kontrollentēm. Būvju projektēšanai turpmāk vairs nebūs nepieciešami Sabiedrības veselības aģentūras izsniegtie tehniskie noteikumi. Līdz ar šīs aģentūras reorganizāciju pilnībā tiek atceltas funkcijas, kas saistītas ar būvju higiēnisko novērtēšanu, tostarp tehnisko uzdevumu izsniegšana. ■

Izstrādā grozījumus par taksometru pārvadājumiem

EM ir izstrādājusi grozījumus Latvijas Administratīvo pārkāpumu kodeksā, kas 2009. gada 1. oktobrī tika atbalstīti Saeimas I. lasījumā. Ar grozījumiem tiek izslēgti APK 158.1 pants, kas paredz naudas sodu par vienotās braukšanas maksas (tarifa) patvaļīgu pārsniegšanu. Šie grozījumi bija nepieciešami, jo minētais vienotais tarifs vairs netiek piemērots, kā arī noteikums, ka pārkāpumus izskata tikai rajonu (pilsētu) tiesa tiesneši, nedod pilnvērtīgas tiesības pašvaldībām uzlikt administratīvos sodus par pašvaldī-

bas noteiktā maksimālā tarifa pārsniegšanu.

Finanšu ministrija ir izstrādājusi grozījumus Ministru kabineta noteikumos Nr. 282 "Nodokļu un citu maksājumu reģistrēšanas elektronisko ierīču un iekārtu lietošanas kārtība", kas ietver nosacījumu, ka apkalpojošie dienesti var ieprogrammēt tikai pašvaldībā apstiprinātos tarifus (84.1 Uztādot specializēto ierīci – taksometra skaitītāju – transportlīdzeklī un veicot tās turpmāko apkalpošanu, apkalpojošā dienesta atbildīgā persona nodrošina, lai taksometra

skaitītājā tiktu ieprogrammēti tikai tādi tarifi par pasažieru un bagāžas pārvadājumiem ar vieglo taksometru, kādi apstiprināti attiecīgajā pašvaldībā, izsniedzot nodokļu maksātājam speciālo atļauju (licenci) pasažieru pārvadājumiem ar vieglo taksometru. Taksometra skaitītājā ieprogrammētos tarifus apkalpojošā dienesta atbildīgā persona ieraksta taksometra skaitītāja tehniskajā pasē, ierakstu apliecinot ar parakstu un norādot datumu.). Grozījumi tika pieņemti un stājās spēkā 2009. gada 10. septembrī. ■

Krievijā rosina tūristu interesi par rudens un ziemas sezonu Latvijā

■ **Latvijas vēstniecībā Krievijā** 21. septembrī notika darba seminārs, lai sniegtu informāciju par atpūtas iespējām jaunajā sezonā Latvijas reģionos, par Ziemassvētku sagaidīšanu Rīgā, Jaunā gada sagaidīšanas iespējām Jūrmalā, kā arī loģistikas aktualitātēm. Pirmo reizi Krievijas tirgū tūrisma produktus prezentēja Cēsu pašvaldība. Tāpat apmeklētājus informēja par jaunumiem Latvijas tūrisma nozarē, par aktualitātēm tūristu ieceļošanas nosacījumos un atvieglojumiem tūrisma vīzu saņemšanai.

Darba seminārā Latvijas lielāko tūrisma kompāniju un viesnīcu pārstāvji tikās ar vairāk nekā 90 esošajiem un potenciālajiem sadarbības partneriem Krievijā. Pasākumu apmeklēja arī tūrisma specializēto mediju pārstāvji.

■ **Latvijas ģenerālkonsulāts Sanktpēterburgā** sadarbībā ar Latgales reģiona attīstības aģentūru, Latgales pilsētu pašvaldībām un Latgales novada tūrisma nozares uzņēmējiem no 5. līdz 8. oktobrim organizēja informatīvu reklāmas braucieni Sanktpēterburgas pilsētas un Ļeņingradas apgabala tūrisma nozares pārstāvjiem un par tūrisma rakstošiem žurnālistiem. Pirmo reizi šādā braucienā piedalījās arī tūrisma kompāniju pārstāvji no Karēlijas Republikas.

■ **Latvijas ģenerālkonsulāts Sanktpēterburgā** 21. oktobrī organizēja ikgadējo rudens tūrisma semināru un kontaktu biržu “Kūrorti un veselības tūrisms Jūrmalā un Latvijā”. Pasākumā tradicionāli ir aicinātas piedalīties vairāk nekā 90 ģenerālkonsulātā akreditētās tūrisma kompānijas, kā arī par tūrisma nozari rakstošie Krievijas Ziemeļrietumu reģiona žurnālisti. Savu dalību seminārā bija pieteikuši 15 Latvijas tūrisma nozares pārstāvji, kas informēja sanākušos par tūrisma un atviesošanās iespējām Latvijā.

Jūrmalas pilsētas dome, “Baltic Beach Hotel”, sanatorija “Jantarnij Bereg”, tūrisma kompānija “Meeting tour” un asociācija “Latvijas pirtis” sagatavoja īpašas prezentācijas par specializēto kūrortu un atviesošanās tematiku. Seminārā piedalījās arī transporta kompāniju “airBaltic”, “Latvijas dzelzceļš” un “Ecolines” pārstāvji.

Semināra laikā ģenerālkonsulātā Sanktpēterburgā pirmo reizi Krievijā Rīgas domes pārstāvji prezentēja īpaši Krievijas tirgum izstrādāto projektu “Рижские каникулы”, kura mērķis – piesaistīt Rīgai ievērojamu skaitu Krievijas tūristu jau šī gada Ziemassvētku un Jaungada brīvdienās, kā arī turpmāk. ■

Ārvalstu vēstnieku vizīte Siguldā un Cēsīs

16. oktobrī LR Ārlietu ministrija sadarbībā ar Siguldas novada domi un Cēsu novada domi organizēja Latvijā akreditēto ārvalstu vēstnieku un viņu dzīvesbiedru vizīti Siguldā un Cēsīs.

Siguldas novadā ārvalstu vēstnieki apmeklēja vēja tuneli “Aerodium” un Turaidas muzejrezervātu, kā arī Siguldas Jaunajā pilī tikās ar Siguldas novada domes priekšsēdētāju Uģi Mitrevicu.

Cēsīs ārvalstu vēstnieki tikās ar Cēsu novada domes priekšsēdētāju Gintu Šķenderu un viņa vietnieku Jāni Rozenbergu. Vēstnieki apmeklēja Nacionālo bruņoto spēku Instruktoru skolu, uzņēmuma “Staļi” ražotni, Cēsu 2. pamatskolu, Andra Eglīša izstādi “Es gribu būt tur”, apskatīja Cēsu vecpilsētu un viduslaiku pili.

Vizītē piedalījās 23 Latvijā akreditētie rezidējošie ārvalstu vēstnieki.

Šādas vizītes ārvalstu vēstniekiem un viņu dzīvesbiedriem ir tradicionālas, tās tiek rīkotas ar mērķi veicināt Latvijas un ārvalstu sadarbību tūrisma, izglītības, uzņēmējdarbības un kultūras jomā. ■



Ārvalstu vēstnieki Turaidas muzejrezervātā

Turcijā prezentē Latvijas tūrisma

1. oktobrī Latvijas vēstniecība Turcijā sadarbībā ar Latvijas tūrisma aģentūru “TAS Baltics” un “Turkish Airlines” organizēja prezentāciju Turcijas tūrisma aģentūrām. Prezentācijā piedalījās 17 Turcijas tūrisma aģentūru pārstāvji, kā arī Latvijas Republikas goda ģenerālkonsuls Stambulā Ahmets Arbatli un Latvijas Re-

publikas goda konsule Antaljā Asli Ulukapi.

Turcijas tūrisma aģentūru pārstāvji tika iepazīstināti ar interesantākajiem tūrisma objektiem un ceļošanas maršrutiem Latvijā. Pasākuma mērķis – veicināt Latvijas tūrisma iespēju pilnīgāku izmantošanu no potenciālo Turcijas tūristu puses. ■

Īsumā

Itālijā prezentē Latviju kā brīvdienu galamērķi

Latvijas vēstniece Itālijā Astra Kurme pēc Romas jahtu kluba prezidenta Klaudio Gorelli ielūguma pirms vasaras brīvdienu sākšanās iepazīstināja kluba biedrus ar tūrisma iespējām Latvijā. Šis kluba rīkotais pasākums bija veltīts brīvdienu tematikai. Vēstniece prezentācijā izmantoja Latvijas Tūrisma attīstības valsts aģentūras un Latvijas Institūta sagatavotos informatīvos materiālus par Latvijū.

Baltijas jūras reģiona Tūrisma forumā

No 9. līdz 11. augustam Banzinā (Bansin), Vācijā, noritēja otrais Baltijas jūras reģiona valstu Tūrisma forums, kura ietvaros speciālisti no astoņām valstīm meklēja sadarbības iespējas reģiona pievilcības veicināšanai. Iecere ir izveidot Baltijas jūras tēlu, kas spētu konkurēt ar Vidusjūras tēlu, izmantojot un popularizējot savu nenoliedzamo pievilcību. Reģiona valstu sadarbība ļaus taupīt līdzekļus un būt efektīvākiem, reklamējot tūrisma produktus tālos tirgos – Ziemeļamerikā un Dienvidamerikā, Āzijā un Austrālijā. Atsevišķu valstu finanšu līdzekļi parasti ir nepietiekami, lai šajos tirgos reklamētu sevi, it īpaši, ņemot vērā, ka bieži vien Baltijas jūra šajos tirgos nav zināma.

Ķīnā lekcijas par Latviju “Dzintarzeme – Latvija”

12. oktobrī Ķīnas Ārlietu universitātē, 13. oktobrī Starptautisko attiecību universitātē un 14. oktobrī Ķīnas Lauksaimniecības universitātē – tās visas atrodas Pekinā – notika multimediju lekcijas par Latviju publiskās diplomātijas projekta “Dzintarzeme – Latvija” ietvaros. Pasākumu vadīja pazīstamā žurnāliste Rita Džao (Zhao), stāstot par 2008. gada septembrī žurnālistu vizītes laikā Latvijā gūtajiem iespaidiem, prezentējot fotogrāfijas un interaktīvi iesaistot studentus lekcijas norisē. Klātesošos uzrunāja arī diplomāti no Latvijas vēstniecības Pekinā. Projekta ietvaros gada laikā astoņās vadošajās Pekinas universitātēs tiek rīkotas interaktīvas lekcijas un ceļojošā fotogrāfiju izstāde: Ritas Džao krāsaino attēlu kolekcija “Dzintarzeme – Latvija”, kā arī pazīstamā Latvijas fotogrāfa Andreja Grantu un viņa studentu melnbaltajā tehnikā darinātais kopdarbs “Projekts ZZZ”, kas 2007. gada septembrī veiksmīgi piedalījās Starptautiskajā Pinjao fotogrāfijas festivālā Ķīnā. Projekts īstenots, pateicoties Latvijas vēstniecības Ķīnā iniciatīvai un Latvijas Ārlietu ministrijas atbalstam sadarbībā ar Ritu Džao un Andreju Grantu.

Atgādinājums tūristiem, kuri ar personīgo auto ceļo uz Slovēniju

Ņemot vērā pieaugošo Latvijas iedzīvotāju interesi par Slovēniju un Horvātiju, Latvijas vēstniecība Slovēnijā atgādina, ka ārvalstu pilsoņiem, kuri ceļo ar personīgo transporta līdzekli, braucieniem cauri Slovēnijai ir nepieciešams iegādāties vinjeti braukšanai pa šīs valsts autoceļiem. Vinjete ir uz transporta līdzekļa priekšējā stikla iekšpuses ievietojama neliela ielīme ar sensoru. Vinjete apliecina, ka ir samaksāts Slovēnijas ceļu nodoklis.

Latvijas tūrisma produkta atbilstība Dienvideiropas mērķa tirgus prasībām

Arta Beriņa

Biznesa augstskolas "Turība"
Starptautiskā tūrisma
fakultātes maģistrante



“**I**zskatās, ka itāļi par Baltiju ir aizmirsuši,” skaidro Itālijas tūrisma profesionāļi, izvaicāti, kāpēc Itālijas iedzīvotāju interese par Baltijas valstīm 2009. gada vasaras sezonā bijusi tik zema. Dienvideiropieši jau izsenis ir meklējuši vēsākus brīvdienu ceļojumu galamērķus, lai paglābtos no karstuma, kas vasaras mēnešos valda viņu zemēs. Tā nu viņi bija iecienījuši ceļojumus uz Skandināvijas valstīm, taču līdzko plašsaziņas līdzekļos parādījās informācija par jaunajām Eiropas Savienības (ES) dalībvalstīm Baltijas jūras otrā krastā, steidza tās apmeklēt.

Pēc “Eurostat” datiem, laika posmā no 2003. līdz 2008. gadam Latvijas viesnīcās un tūristu mītnēs nakšņojošo tūristu skaits no Spānijas palielinājās 3,3 reizes, bet no Itālijas un Francijas – 2,8 reizes. 2009. gada dati, saprotams, vēl nav apkopoti, tādēļ šos rezultātus grūti prognozēt, taču rezervējumu skaits no Itālijas, Spānijas un Francijas jau šobrīd uzrāda lejupeļības tendenci.

Vai Latvija atgūs savu 2004.–2005. gadu popularitāti Eiropā un vai spēs piesaistīt arvien pieaugošu tūristu skaitu no minētajām trim Dienvideiropas zemēm? Jāatzīmē, ka tās ieņem stabilas pozīcijas ES valstu pirmajā desmitniekā gan pēc iedzīvotāju ceļojumu skaita uz ārzemēm, gan pēc tēriņiem ārzemēs? Vai Latvijas tūrisma produkta piedāvājums atbilst minēto valstu pieprasījumam? Vai, atgriezušies mājās, viņi saviem draugiem ieteiks ceļojumu uz Latviju? Ar mērķi rast atbildes uz šiem jautājumiem Biznesa augstskolas Turība profesionālās maģistra studiju programmas “Tūrisma stratēģiskā vadība” maģistra darba izstrādes ietvaros tika veikts

pētījums “Dienvideiropas tūristi kā augošs mērķa tirgus Latvijā un piedāvājuma atbilstība pieprasījumam”.

Itālijas, Spānijas un Francijas tūristi pētījumā tika analizēti kā vienots mērķa tirgus – vairāk pēc kultūrvēsturiskā un lingvistiskā, nevis ģeogrāfiskā faktora, jo tieši katras tautas vai tautu grupas kultūrvēsturiskā mantojuma, tradīciju, mentalitātes ietekmē pieprasījums pēc tūrisma produkta var veidoties atšķirīgs no ziemeļu vai dienvidu kaimiņiem.

Jūra, lauki un vēsture

Analizējot Itālijas, Spānijas un Francijas statistikas institūtu un tūrisma direktorātu sagatavotos pētījumus par šo valstu iedzīvotāju interesēm, plānojot brīvdienu ceļojumu, noskaidrojās šāda aina. Itāļi visbiežāk izvēlas atpūtu pie jūras, francūži – atpūtu laukos, pie ezera, dabā, savukārt spāņi visvairāk interesējas par pilsētu tūrisma – vēstures un arhitektūras pieminekļu apskati. Latvijā pieejamais tūrisma produktu klāsts spētu apmierināt Dienvideiropas tūristu vēlmis, taču apmierinājumu ar ceļojumu lielā mērā nosaka apmierinātība ar pakalpojumu kvalitāti, nevis tūrisma produkta pieejamību.

Latvijā līdz šim veiktajos pētījumos vairāk analizēta tūristu motivācija doties uz Latviju, informācijas ieguves avoti, tūristu tēriņi Latvijā, kā arī apmeklētie tūrisma objekti. Mazāka uzmanība veltīta tūristu apmierinājumam ar katru atsevišķo tūrisma pakalpojumu, kas, ceļojuma gaitā summējoties, veido tūrista kopējo apmierinājumu ar braucienu un līdz ar to arī atzinīgu (vai kritisku) mutvārdu reklāmu, kas ir viens no noteicošajiem faktoriem lēmuma pieņemšanā par brīvdienu ceļojuma galamērķi.

Dienvidnieki novērtē Latvijas gidus

Lai analizētu tūristu apmierinātību ar atsevišķiem nozares pakalpojumiem Latvijā, tostarp

viesnīcu, transporta, ēdināšanas pakalpojumiem, apskatītajiem tūristu piesaistes objektiem, izklaides iespējām u.c., tika organizēta aptauja un intervijas ar Latvijas gidu, kuri būtu piepulcināmi tūrisma ekspertu saimei. Aptaujāto gidu vidū ir profesionāļi ar 5–8 gadu darba stāžu, vidēji viņi pavadā 40–80 vai vairāk dienu gadā, strādājot ar itāļu, franču un spāņu tūristiem. Lai novērstu subjektīvā faktora ietekmi, iegūtie dati tika salīdzināti ar vērtējumiem, kurus tūristi un grupu vadītāji, aizpildot kvalitātes kontroles anketas ienākošā tūrisma uzņēmumā “Via Hansa Tours”, devuši atsevišķiem tūrisma pakalpojumiem Latvijā.

Apkopojot gidu, ārzemju grupu vadītāju un tūristu viedokli, konstatēts: visaugstāko vērtējumu atsevišķu tūrisma pakalpojumu vidū saņēmusi paši tūrisma nozares eksperti – Latvijas gidu. Viņu darba kvalitāti gan no Dienvideiropas valstīm iebraukušo grupu vadītāji, gan tūristi vērtējuši ar “labi” un “teicami”. Gids ir valsts seja, un pēc viņa profesionālajām un cilvēciskajām īpašībām Dienvideiropas tūristi spriež par valsts iedzīvotājiem kopumā, turklāt valodas barjeras dēļ gids nereti ir vienīgais Latvijas pārstāvis, ar kuru ciemiņiem ir iespēja sarunāties.

Izvēlas četrzvaigžņu viesnīcas

Arī Latvijas viesnīcas ar vidējo vērtējumu “apmierinoši–labi” kopumā atbilst Dienvideiropas tūristu prasībām. Uzturoties Latvijā, tūristi no Itālijas un Spānijas dod priekšroku četrzvaigžņu viesnīcām, kam jāatrodas pilsētas centrā. Viesnīcai jābūt jaunai, un modernu aprīkojumu, istabās obligāti jābūt gaisa kondicionētājam. Grupu tūristiem ir svarīgi, lai viesnīca spēj nodrošināt pietiekamu skaitu vienāda standarta istabu, jo sabiedriskie dienvideiropieši mēdz vakaros apciemot līdzbraucējus un salīdzināt istabas. Francijas tūristi savukārt vēlas uzturēties viesnīcās ar “šarmu”, tādās, kas nav pārlietu lielas vai pārlietu modernas.

Sātīgas brokastis, bufetes vakariņas

Pastāv stereotips, ka dienvideiropieši dodot priekšroku nelielām brokastīm. Latvijas pieredze ir pretēja: ceļojot pa Latviju, itālieši, franči un spāņi vēlas ieturēt apjomīgas brokastis, tādēļ viesnīcu brokastu bufetēm jābūt bagātīgām, iekļaujot ēdienkartē gan sieru, dārzeņus un omleti, gan saldus konditorejas izstrādājumus. Pēdējie Latvijas viesnīcu brokastu pie-

GRĀMATVEDĪBAS PAKALPOJUMI TŪRISMA NOZAREI!

Uzņēmums ar 10 gadu pieredzi piedāvā
augstas kvalitātes un pilna cikla
grāmatvedības pakalpojumus.

Ar mums strādāt ir droši –
mūsu atbildība ir apdrošināta Ls 100 000 apmērā.



Kontakti:

bkn@bkn.lv
www.bkn.lv

Tel. +371 67397558
Mob. tel. +371 29252369
Mob. tel. +371 29263088



Tūristi no Itālijas un Spānijas patērē vairāk baltmaizi nekā citu zemju tūristi, taču Latvijas restorānos maize tiek normēta, par maizes papildināšanu nereti tiek prasīta papildu samaksa

dāvājuma ir nepietiekamā skaitā. Jāņem vērā dienvideiropiešu virtuves atšķirīgās tradīcijas gan produktu izvēles ziņā, gan ēdiena pagatavošanas ziņā. Turklāt viesi no Dienvideiropas ir apmierinātāki, ja viesnīca arī vakariņas piedāvā bufetes stilā.

Pilnīgs komunikācijas trūkums

Transporta pakalpojumiem Latvijā piešķirts divējāds respondentu vērtējums. Tūristu autobusu pakalpojumi tika vērtēti ar atzīmi "labi", piebilstot, ka tūristu autobusu šoferiem būtu nepieciešamas svešvalodu zināšanas. Franču grupas vadītājs anketā atzīmējis: "Šoferis – ļoti labs, pat teicams, bet – pilnīgs komunikācijas trūkums. Viņam vajadzētu vadīt smagās mašīnas, nevis pārvadāt cilvēkus." Savukārt taksometru pakalpojumi biežo tūristu krāpšanas gadījumu dēļ vērtēti kā "neapmierinoši".

Arī draudzīgs smaids ir labas apkalpošanas sastāvdaļa, un arī smaida, pēc Dienvideiropas tūristu domām, Latvijā ir pārāk maz. Itāļu grupas gide min šādu faktu: "Mani klienti pat piedāvāja 100 eiro tam, kurš varētu sasmēdināt viesmīli."

Šobrīd Latvijas tūrisma produkts tikai daļēji atbilst Dienvideiropas mērķa tirgus pieprasījumam. Uzlabojumi nepieciešami visās ar tūristu apkalpošanu saistītajās sfērās. Spāņu grupas gide uzsver: "Tūristu apmierinātība pieaug tad, kad Latvija vienreiz beigs domāt tikai par naudas pelnīšanu. Labs serviss nav tikai samākslots smaids, tā ir attieksme pret tūristiem. Lai arī reti kurš spānis zina angļu valodu, viņi nav muļķi un skaidri saprot, ja viņus mēģina apmānīt. Tas nepaliek nepamanīts!" Lai

dienvideiropieši izvēlētos ceļot uz Latviju un varbūt pēc laika vēlreiz šeit atgrieztos, nepieciešams gan daudz, gan maz – jo laba apkalpošana sākas ar kompetenci un smaidu.

Savtīgie ēdinātāji

Gan pēc Latvijas gidu, gan Dienvideiropas valstu viesu atzinuma, viszemāk vērtētais tūrisma pakalpojums Latvijā ir tūristu ēdināšana. Runa ir gan par tūristu grupu ēdināšanu, gan restorānu pakalpojumiem, kas tiek sniegti individuālajiem tūristiem.

Situācija nav vienkārša. Dienvideiropas valstu tūroperatori un arī vietējie Latvijas operatori pastāvīgi tiecas pēc arvien zemākas cenas, lai uzvarētu konkurencē cīņā. Savukārt restorāni šajā Baltijas tūrisma sezonā vēlas gūt iespējami lielāku peļņu. Klāt vēl nāk dienvideiropiešu īpašā attieksme pret ēdienu kā vienu no svarīgākajiem dzīves priekiem un arī augstās prasības pret ēdiena kvalitāti. Visu šo faktoru pārklāšanās ir iemesls tam, ka Dienvideiropas tūristu izteiktais ēdināšanas vērtējums biežāk ir zems nekā augsts. Tas arī ir pamatā biežajam tūristu sūdzībām. Cenu karš tūrisma operatoru starpā beigu beigās iznīcina tieši to, ko meklē tūrists – kvalitatīvu un autentisku vietējo produktu.

Tiecoties pēc ātras peļņas, Latvijas restorāni reizēm mēdz tūristu grupām pasniegt kompleksās maltītes, kas neatbilst vietējā tūroperatora pasūtītajam ēdināšanas plānam, jo atsevišķi dārgāki produkti ēdiena pagatavošanas procesā tiek aizstāti ar lētākiem produktiem, un ēdiens tūristiem tiek pasniegts nesamērīgi mazās porcijās. Pēc nedēļu gara ceļojuma pa Baltijas valstīm ar pilnu pansionu

restorānos un viesnīcās tūristiem varētu izveidoties priekšstats, ka Latvijā pats iecienītākais nacionālais ēdiens ir svaigu kāpostu salāti. Tie tūristu grupu maltītēs sastopami vai ik dienu, slēpjoties zem segvārda "svaigu dārzeņu salāti", vai arī tiek pasniegti ēdienkartē paredzētās zupas vietā, aizbildinoties ar restorāna kļūdu.

Latvijas gastronomiskās īpatnības

Latvijas restorāniem sadarbībā ar tūroperatoriem vajadzētu labāk izziņāt dienvideiropiešu ēšanas tradīcijas. Viņi nelabprāt ēd Latvijā tik iecienīto gaļu ar panējumu (tas tiek noņemts no gaļas un atstāts uz šķīvja) vai baltās mērces. Spāņu operatora anketā minēts: "Esmu pārliecināts, ka Latvijas, Lietuvas un Igaunijas nacionālajās virtuvēs ir arī kas vairāk – ne tikai caļa un cūkas gaļa." Tūristi nav gatavi pusdienās ēst auksto zupu vai rupjmaizes kārtojumu. Franču gide raksta: "Tūristi gribētu pagaršot vietējās virtuves ēdienus, bet kā nelielas piedevas." Tiek atzīmēts arī fakts, ka Rīgas centrā nav restorānu, kur regulāri notiek latviešu folkloras priekšnesumi.

Latvijas restorānos Dienvideiropas grupām nereti nav pieejamas lietas, kas tūristiem no šīm valstīm liekas pašsaprotamas. Viņu mītnes zemēs tūristiem ēdināšanas iestādēs vienmēr ir pieejama olīveļļa un etiķis. Tūristi no Itālijas un Spānijas patērē vairāk baltmaizi nekā citu zemju tūristi, taču Latvijas restorānos maize tiek normēta, par maizes papildināšanu nereti tiek prasīta papildu samaksa. Arī ūdeni dienvidnieki patērē vairāk nekā vienu glāzi ēdienreizē, tāpēc tas nedrīkstētu būt ierobežotā daudzumā. ■

Latvijas tūrisma zīmolu atpazīstamība

Lija Ukermarka

Vidzemes Augstskolas
Tūrisma un viesmīlības vadības fakultātes
profesionālās bakalaura studiju programmas absolvente



Zīmols pastāv jau kopš tā brīža, kad parādījās pirmās preces un attīstījās tirdzniecība, taču to loma sabiedrībā ir pieaugusi neapveramā ātrumā. Mūsdienās plaši

izplatīts uzskats, ka zīmoli valda pār pasauli, jo sabiedrības psiholoģiskā piesaiste zīmolam ir neapverama un iracionāla, un tam ir būtiska ietekme uz patērētāju lēmumiem. Patērētāji

sākuši ļoti labi apzināties un pārzināt zīmolus, viņi meklē zīmolus un identificē sevi ar tiem. Zīmoli ataino mums apkārt esošo indivīdu personības – ar zīmolu palīdzību indivīds vēsta apkārtējiem par sevi. Tādējādi zīmoli tiek veidoti apzināti, palīdzot patērētājam atvieglot pirkšanas lēmumu par labu konkrētajam zīmolam, uzņēmumam tas nodrošina papildu peļņas iespējas.

1. tabula
Atpazīstamākie Latvijas tūrisma zīmoli

1.	72,0%	aviokompānija "airBaltic"
2.	67,2%	sabiedriskās ēdināšanas uzņēmums "Lido"
3.	65,1%	viesnīcu ķēde „Reval Hotels"
4.	54,0%	tūrisma operators "Impro Ceļojumi"
5.	44,6%	ātrās ēdināšanas restorāns "McDonalds"
6.	41,4%	tūrisma operators "Novatours"
7.	39,5%	transporta uzņēmums "Latvijas dzelzceļš"
8.	39,0%	kinoteātris "Forum Cinemas"
9.	37,1%	viesnīca "Radisson SAS Daugava Hotel"
10.	31,1%	tūrisma operators "Tez Tour"
11.	28,9%	prāmju kompānija "Tallink"
12.	25,5%	Gaujas Nacionālais parks
13.	23,9%	picērija "Čili Pica"
14.	20,5%	tūrisma aģentūra "Kolumbs"
15.	18,6%	Latvijas Nacionālā opera
16.	18,1%	vēja tunelis "Aerodium"
17.	17,6%	Daiļes teātris
18.	17,1%	restorāns "Vincents"
19.	15,9%	tūrisma aģentūra "Latvia Tours"

2. tabula
Atpazīstamākie Latvijā darbojošies zīmoli naktsmītņu (viesnīcas, viesu nami, brīvdienu un lauku mājas, kempingi, jauniešu mītnes) jomā

1.	65,1%	"Reval Hotels"
2.	37,1%	"Radisson SAS Daugava Hotel"
3.	14,9%	"Baltic Beach Hotel"
4.	13,5%	"Kolonna Hotels"
5.	12,3%	"Hotel de Rome"
6.	7,5%	"Maritim Park Hotel Rīga"
7.	7,0%	"SPA Hotel Mārcienas muiža"
8.	6,5%	"Best Western Hotels"
9.	6,0%	"SPA Hotel Jūrmala"
10.	6,0%	"Dikļu pils viesnīca"
11.	5,5%	"Naktsmājas" (Valmiera)
12.	5,1%	"Islande Hotel"
13.	4,6%	"Biriņu pils viesnīca"
14.	4,6%	"Rīga"
15.	4,1%	"Hotel Bergs"
16.	4,1%	Ventspils Piejūras kempings
17.	3,6%	"Promenade Hotel" (Liepāja)
18.	3,6%	"Gütenbergs"
19.	2,9%	"Konventa sēta"
20.	2,9%	"Europa Royale Rīga"

3. tabula
Atpazīstamākie Latvijā darbojošies zīmoli ēdināšanas (restorāni, kafējnīcas, ātrās ēdināšanas restorāni) jomā

1.	67,2%	"Lido"
2.	44,6%	"McDonald's"
3.	23,9%	"Čili Pica"
4.	17,1%	"Vincents"
5.	15,4%	"Double Coffee"
6.	14,0%	"Hesburger"
7.	10,1%	"Gan Bei"
8.	8,0%	"Otto Schwartz"
9.	7,5%	"Emīla Gustava šokolāde"
10.	7,5%	"Vairāk saules"
11.	7,0%	"Pica LuLū"
12.	6,0%	"Kaļķu vārti"
13.	5,5%	"Pelmeņi"
14.	5,1%	"Kabuki"
15.	4,6%	"Rossini"
16.	4,1%	"Sala"
17.	3,6%	"Latvijas 1. rokkafejnīca"
18.	2,4%	zupu restorāns "Tikai karotes"
19.	2,4%	muzikālais restorāns "Filings"

4. tabula
Atpazīstamākie Latvijā darbojošies transporta (lidsabiedrības, dzelzceļš, taksometru un autonomas kompānijas, autobusu pasažieru pārvadājumu un prāmju kompānijas) jomā

1.	72,0%	"airBaltic"
2.	39,5%	"Latvijas dzelzceļš"
3.	28,9%	"Tallink"
4.	15,9%	"Ryanair"
5.	14,0%	"Eurolines"
6.	12,5%	"Ecolines"
7.	11,6%	"Rīgas satiksme"
8.	10,6%	"Smile Taxi"
9.	10,1%	"VTU"
10.	9,4%	"Nordeka"
11.	8,9%	"Rīga Taxi"
12.	8,9%	"Lady Taxi"
13.	6,0%	"Alviksa"
14.	5,5%	"easyJet"
15.	5,5%	"CATA"
16.	5,1%	"Car 4 rent"
17.	4,6%	"Lufthansa"
18.	4,1%	"Czech Airlines"
19.	4,1%	"SAS"
20.	4,1%	"Hertz"

5. tabula
Atpazīstamākie Latvijā darbojošies zīmoli tūrisma aģentūru un tūroperoru jomā

1.	54,0%	"Impro Ceļojumi"
2.	41,4%	"Novatours"
3.	31,1%	"Tez Tour"
4.	20,5%	"Kolumbs"
5.	15,9%	"Latvia Tours"
6.	12,5%	"Relaks tūre"
7.	10,6%	"Jēkaba aģentūra"
8.	9,4%	"Vanilla Travel"
9.	8,9%	"Domina Travel Latvia"
10.	8,4%	"Skaisto skatu aģentūra"
11.	5,1%	"Airisa un Co"
12.	4,6%	"Dabas draugi"
13.	4,1%	"Begonija"
14.	4,1%	"Averoja"
15.	3,6%	"JTL"
16.	3,6%	"Alida Tūrs"
17.	3,6%	"Kaleva Travel"
18.	2,9%	"Juniversal"
19.	2,9%	"TBS"
20.	2,9%	"Express Travel"

6. tabula
Atpazīstamākie Latvijā darbojošies zīmoli izklaides, atpūtas un izziņas (atrakciju parki, muzeji, teātri, kinoteātri, koncertzāles, klubi, dabas parki un takas) jomā

1.	39,0%	"Forum Cinemas"
2.	30,1%	"Līvu akvaparks"
3.	25,5%	Gaujas Nacionālais parks
4.	18,6%	Latvijas Nacionālā opera
5.	18,1%	"Aerodium"
6.	17,6%	Daiļes teātris
7.	14,9%	klubs "Essential"
8.	14,5%	Turaidas muzejrezervāts
9.	14,0%	Latvijas Nacionālais teātris
10.	12,5%	Latvijas Etnogrāfiskais brīvdabas muzejs
11.	10,6%	kinopilsēta "Cinevilla"
12.	10,1%	Līgatnes dabas takas
13.	9,4%	izklaides komplekss "Go Planet"
14.	8,4%	Valmieras Drāmas teātris
15.	8,0%	Ķemeru Nacionālais parks
16.	7,5%	pie dzīvotāju parks "Mežakakšs"
17.	7,0%	Rīgas Zooloģiskais dārzs
18.	7,0%	Tērvetes dabas parks
19.	7,0%	Dzintaru koncertzāle
20.	6,5%	klubs "La Rocca"

Pētījuma metodika

Pētījuma "Latvijas tūrisma zīmolu atpazīstamība" mērķis – noskaidrot, kā patērētāji novērtē un attiecas pret atpazīstamākajiem Latvijas tūrisma zīmoliem.

Lai sasniegtu šo mērķi, pētījums tika veikts divās daļās. Pirmajā daļā ar aptaujas palīdzību (415 respondenti) tika apzināti atpazīstamākie Latvijas tūrisma zīmoli dažādās kategorijās (1.–6. tabula) un noskaidrota to ietekme uz tūrisma pakalpojumu izvēli. Otrā daļa tika izstrādāta, balstoties uz pirmās aptaujas rezultātiem. Tās ietvaros tika veikta aptauja, lai noskaidrotu, kā patērētāji (327 respondenti) vērtē pazīstamākos Latvijas tūrisma zīmolus.

Atpazīstamāko Latvijas tūrisma zīmolu vērtējums tika balstīts uz psiholoģiskajiem jeb uz uzvedību orientētajiem zīmola novērtēšanas modeļiem – Kellera zīmola objektivitātes novērtēšanas modeli, Janga un Rubikama zīmola vērtības novērtēšanas modeli un Akera zīmola objektivitātes modeli. Zīmola vērtība tika noteikta, balstoties uz septiņiem vērtēšanas kritērijiem (7. tabula):

- zīmola atcerēšanās pakāpe,
- zīmola atpazīšana,
- lojalitāte,
- zīmola atribūti (vizuālais tēls),
- zīmola sniegtie ieguvumi (kvalitāte, cena, garantija),
- zīmola attieksme,
- zīmola attīstības perspektīva.

Zīmola atcerēšanās pakāpe

Aptaujas dati rāda, ka augstākā atcerēšanās pakāpe Latvijas tūrisma zīmolu vidū ir avio-kompānijai "airBaltic" (72% respondentu minēja tieši šo zīmolu), otrajā vietā ierindojas sabiedriskās ēdināšanas uzņēmums "Lido" (67%), bet trešo vietu ieņem viesnīcu ķēde "Reval Hotels" (65%).

Zīmola atpazīšana

Lai novērtētu Latvijas tūrisma zīmolu atpazīšanas pakāpi, aptaujas dalībniekiem tika prezentēti Latvijas tūrisma zīmolu vizuālie attēli jeb logotipi. Respondentiem tika lūgts novērtēt, kurus no redzamajiem uzņēmumiem vai to preču zīmēm viņi uzskata par zīmoliem. Pēc šī kritērija visaugstāko vērtējumu ieguva ātrās ēdināšanas restorāns "McDonald's", kura vizuālo attēlu atpazīna un par zīmolu uzskatīja 91% aptaujas dalībnieku. Otrajā vietā – "airBaltic" (84%), bet trešo vietu ieņēma "Lido", kura vizuālo attēlu atpazīna 74% respondentu.

Lojalitāte

Aptaujas dati rāda, ka augstākā patērētāju lojalitāte ir pret pasažieru pārvadājumu uzņēmumu "Latvijas dzelzceļš". Šī zīmola pakalpojumus vairākkārt izmantojuši 85% aptaujas

7. tabula
Desmit vērtīgākie Latvijas tūrisma zīmoli

	Zīmola atcerēšanās pakāpe	Zīmola atpazīšana	Lojalitāte	Zīmola atribūti	Zīmola sniegtie ieguvumi	Zīmola attieksme	Zīmola attīstības perspektīva	KOPĀ (punktu skaits)
"airBaltic"	2990	2750	726	2113	5870	5955	6040	26 443
"Lido"	2790	2420	1021	1687	5012	5572	5232	23 735
"Reval Hotels"	2700	1810	515	1459	6609	5317	5776	24 186
"Impro Ceļojumi"	2240	2170	623	1904	5237	5271	4608	22 053
"McDonald's"	1850	2970	1075	2171	2729	3796	3759	18 348
"Novatours"	1720	1510	344	1248	3646	3583	3649	15 701
"Latvijas dzelzceļš"	1640	1160	1125	794	2006	2622	1873	11 220
"Forum Cinemas"	1620	1160	992	890	3764	4317	4849	17 594
"Radisson SAS Daugava"	1540	1950	386	1278	5877	4605	4998	20 635
"Tez Tour"	1290	1570	349	1171	3394	3259	3509	14 541

dalībnieku. Nākamie augstākie rādītāji ir uzņēmumiem "McDonald's" (pakalpojumus regulāri izmanto 71% aptaujāto) un "Lido" (pakalpojumus vairākkārt ir izmantojuši 62% aptaujāto).

Zīmola atribūti (vizuālais tēls)

Atpazīstamāko Latvijas tūrisma zīmolu vidū par pievilcīgāko vizuālo tēlu jeb logotipu aptaujas dalībnieki uzskata uzņēmuma "McDonald's" logotipu, otrajā vietā ierindojas "airBaltic", bet trešajā – tūrisma operators "Impro Ceļojumi".

Zīmola sniegtie ieguvumi (kvalitāte, cena, garantija)

Patērētāju ieguvumi no atpazīstamāko zīmolu lietošanas tika vērtēti trīs kategorijās: kvalitāte, cenas atbilstība, kā arī garantija un drošība. Par **kvalitātes** līderi aptaujas dalībnieki uzskata "airBaltic", tai seko "Reval Hotels" un "Lido". Labākā **cenas atbilstība** sniegto pakalpojumu kvalitātei piešķirta "Reval Hotels", viesnīcai "Radisson SAS Daugava Hotel" un "airBaltic". Savukārt **augstāko drošību un garantiju** patērētājiem spēj nodrošināt "Reval Hotels", "airBaltic" un "Lido".

Zīmola attieksme pret patērētājiem

Atpazīstamāko Latvijas tūrisma zīmolu attieksme pret patērētājiem tika vērtēta trīs kategorijās: draudzīgums un atvērtība; uzticamība un godīgums; atbildība. Par **draudzīgāko un atvērtāko** Latvijas tūrisma zīmolu patērētāji uzskata ēdināšanas uzņēmumus "Lido" un "McDonald's" un tūrisma operatoru "Impro Ceļojumi". **Uzticamība un godīgums** aptaujas dalībniekiem saistās ar "Reval Hotels", "airBaltic" un "Lido". Par **atbildīgāko** Latvijas tūrisma zīmolu tiek uzskatīta "airBaltic", "Reval Hotels" un "Radisson SAS Daugava Hotel".

Zīmola attīstības perspektīva

Tūrisma zīmolu attīstības perspektīva tika vērtēta 3 kategorijās: unikalitāte un novitāte; mūsdienīgums, modernums; mērķtiecība, ambiciozitāte, spēja uzdrīkstēties. Par **unikālāko un inovatīvāko** Latvijas tūrisma zīmolu tiek uzskatīts "Lido", "Reval Hotels" un "Radisson SAS Daugava Hotel". Savukārt par **mūsdienīgāko un modernāko** aptaujas dalībnieki atzina "airBaltic", kinoteātri "Forum Cinemas" un "Reval Hotels". **Mērķtiecība, ambiciozitāte un spēja uzdrīkstēties** tiek uzskatītas kā raksturīgas "airBaltic", "Reval Hotels", "Lido". ■



Jūsu reklāma var kļūt mobila!
Iespējas ir neirobežotas!

www.smsreklama.lv
info@smsreklama.lv
tālr.: 67 135 135
Muitas iela 1, Rīga, LV-1010, Latvija

“Kaleva Travel” aptauja: pieprasījums pēc slēpošanas ceļojumiem sarucis par 1/3

Uzsākot rudens – ziemas sezonu, tūrisma aģentūra “Kaleva Travel” savā mājaslapas vidē veica aptauju par ceļojumu plāniem jaunajai sezonai. Savu viedokli pauda vairāk nekā 800 respondentu. Veiktā aptauja liecina, ka gandrīz puse (46%) plāno doties kādā ceļojumā, bet 11% ceļojumus jau ir rezervējuši.

“Kaleva Travel” direktore Irēna Riekstiņa zina teikt, ka visvairāk ceļot iecerējuši tieši skolēnu un valsts brīvdienās oktobrī – novembrī un gadu mijā. Priekšroku ceļotāji (38%) dod atpūtai saulainajās zemēs – Ēģiptē, Kanāriju salās, kur var nokļūt ar tiešajiem čarterreisiem no Rīgas. Par komfortablu 7 dienu atpūtu cilvēki ir gatavi maksāt līdz 600 latiem no personas. Īsos un nedārgos ceļojumos (līdz 250 latiem; piemēram uz Lapzemi pie Ziemassvētku vecīša vai uz vairākām dienām Berlīnē vai Romā) arī labprāt dotos trešdaļa aptaujāto.

Aptaujas rezultāti parādīja, ka joprojām pastiprinās tendence gaidīt pēdējā brīža piedāvājumus – tikai 24% aptaujāto ir atzinuši, ka savus ceļojumus rezervēs savlaicīgi, t.i., trīs mēnešus iepriekš, bet gandrīz 40% gaidīs un pašausies uz *last minute* piedāvājumiem.

Vairums aptaujāto ziemas atpūtu Latvijā neuzskata par ceļojumu, ar to, iespējams, skaidrojama vietējā tūrisma aktivitāte ziemas periodā.

Slēpotāju skaits sarūk

“Tālredzīgākie ceļotāji ziemas atpūtu īpaši pieprasītajos Ziemassvētku un Lieldienu periodos rezervējuši jau augusta beigās, izmanto-



“Kaleva Travel” direktore Irēna Riekstiņa lepojas ar savas kompānijas veiktajām aptaujām, jo prognozes un realitāte sakrīt visai precīzi

jot savlaicīgās rezervēšanas atlaides un izvēles iespējas. Līdz oktobra beigām darbojas dažādi iepriekšpārdošanas piedāvājumi, piemēram, maksā par sešām dienām, bet dzīvo septiņas dienas, atlaides ~10%,” komentē “Kaleva Travel” mārketinga direktors Pauls Gusts.

Interesanti, ka šobrīd visai zema ir interese par slēpošanas ceļojumiem – tikai 15%. Iespējams, tas saistīts ar šī gada saulaino septembri. “Salīdzinājuma ar iepriekšējo gadu pieprasījums pēc slēpošanas ceļojumiem ir sarucis par apmēram trešdaļu. Paredzam, ka situācija uzlabosies, jo ļoti izteikta ir tendence gaidīt “pēdējā brīža” cenas un rezervāciju izdarīt īsu brīdi pirms izbraukšanas,” uzskata “Kaleva Travel” direktore Irēna Riekstiņa.

Slēpotāju jaunās tendences

Slēpošanas braucieniem šogad parādījušās jaunas ekonomiskās tendences – populārākas ir atsevišķu ceļojumu komponentu – viesnīcas, lidojuma vai automašīnas – rezervācijas.

Tā kā pilnie ceļojumu komplekti (lidojums, transfērs, dzīvošana) šogad ir salīdzinoši dārgi, “Kaleva Travel” piedāvā rezervēt atsevišķus ceļojuma komponentus, piemēram, tikai viesnīcu, vai viesnīcu un autoīri. Īpaši populāri ir piedāvājumi, kas tapuši sadarbībā ar vācu un austriešu tūroperatoriem, – tie ļauj variēt

ceļojuma ilgumu, iebraukšanas/izbraukšanas dienu, piedāvā iespējas savlaicīgi iegādāties papildu pakalpojumus, un, protams, ļoti svarīga ir pārbaudīta kvalitāte.

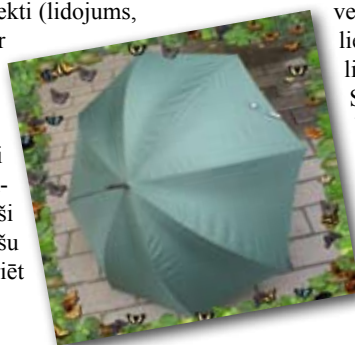
“Piedāvājot rezervēt atpūtu pa “daļām”, cenšamies nodrošināt ceļotgribētājiem iespēju pašiem veidot braucienu atbilstoši budžeta iespējām,” atzīmē Pauls Gusts.

Aptaujas dati – precīzi

Uzsākot vasaras tūrisma sezonu, “Kaleva Travel” veica līdzīgu aptauju. Izrādījās, ka prognozes un realitāte sakrīt visai precīzi – uz siltajām zemēm plānoja doties 23% aptaujāto, ceļojumā devās 22%. Apceļot Latviju un Baltijas valstis plānoja 70% aptaujāto, ieceri īstenoja 76%. Tie, kas bija ieplānojuši tālāku ceļojumu, priekšroku deva Turcijas un Grieķijas kūrortiem.

Veicināšanas balvas – lietussargi

Lai rosinātu piedalīties aptaujā, tika solītas veicināšanas balvas – desmit lieli zaļie “Kaleva Travel” lietussargi. Tos ieguva Inga Skalberga, Ilmārs Krivads, Velta Kestere, Marika Cukure, Žanete Krumina, Santa Kalniņa, Sandra Valgere, Everita Mieze, Venita Zalamane un Alla Liepa. ■



Uzziņa

Par “Kaleva Travel”:

“Kaleva Travel” ir Somijas lielākās darījumu tūrisma grupas “Kaleva Travel Oy” uzņēmums Latvijā. “Kaleva Travel Oy” grupai ir vairāk nekā 70 gadu pieredze darījumā un atpūtas tūrisma nozarē. Grupai pieder 15 biroji Somijā un seši biroji citās valstīs, arī Lietuvā, Igaunijā un Rumānijā, apvienojot vairāk nekā 500 tūrisma industrijas profesionāļus. Ceļojumu birojs “Kaleva Travel” Latvijā darbojas jau 15 gadus, tas piedāvā kvalitatīvus un ekonomiski izdevīgus ceļojumu pakalpojumus uzņēmumiem un privātpersonām. Birojā nodarbināti 23 profesionāļi, tas apkalpo vairāk kā 150 korporatīvo klientu.

Eiropas lauku tūrisms pielāgojas krīzes ekonomikas apstākļiem

Antra Damberga

“Lauku ceļotājs” projektu speciāliste

Lai noskaidrotu ekonomiskās krīzes ietekmi un turpmākās attīstības tendences lauku tūrisma nozarē, Eiropas lauku tūrisma federācija “EUROGITES” (www.eurogites.org) 2009. gada septembrī aptaujāja lauku tūrisma organizācijas 17 Eiropas valstīs (Anglija, Beļģija, Bulgārija, Horvātija, Čehija, Dānija, Francija, Gruzija, Grieķija, Ungārija, Latvija, Luksemburga, Nīderlande, Portugāle, Rumānija, Slovēnija, Spānija).

Interesantākās tendences

Aptaujas rezultātā tikai noskaidrotas interesantākās tendences.

Francija: valsts dienvidos un tradicionālajos tūrisma galamērķos krīzes ietekme vēl nav jūtama, taču citviet valstī paredzama rezervāciju samazināšanās.

Beļģija: cilvēki neatsakās no tradicionālā atvaļinājuma siltajās zemēs vai slēpošanas brīvdienām, taču retāk dodas īsos izbraukumos nedēļas nogalē vai skolu brīvlaikā.

Anglija: valūtas kursa svārstību dēļ ārzemju ceļojumi kļūst dārgāki, tādēļ pieaug vietējais tūrisms. Uzturēšanās laiks gan palielinās, tomēr tūristu skaits nepieaug. Lauku tūrisma saimnieki piedāvā akcijas, atlaides, lai piesaistītu vairāk viesu, taču nereti kļūda ir tā, ka šis piedāvājums ir spēkā klientiem nepiemērotā laikā.

Austrija un Šveice: krīzes ietekme pagaidām nav jūtama; galvenais tirgus – tūristi no Vācijas, kam pavadīt brīvdienas Austrijā un Šveicē ir tradīcija.

Rumānija: krīzes ietekmi jūt lielās viesu mājas, kas specializējušās, piemēram, semināru apkalpošanā. Lauku tūrisma organizācija rīko dažādus pasākumus tūristiem – kulinārijas festivālus, tradicionālos svētkus.

Spānija: noslogojums lauku tūrisma naktsmītnēs samazinās, ir spēcīga konkurence, kurā izdzīvo labākie lauku tūrisma uzņēmumi.

Galvenie secinājumi

Krīzes ietekme vairāk vai mazāk jūtama visās aptaujātajās valstīs, taču lauku tūrisma nozarē vidējais noslogojuma kritums ir mazāks (–4%), nekā tūrisma industrijā kopumā (–7%).

Cilvēki joprojām neatsakās no ceļošanas, taču pārsvarā izmanto pamatpakalpojumus – naktsmītnes un ēdināšanu. Ieguvēji ir tie lauku tūrisma uzņēmēji, kas šos pamatpakalpojumus piedāvā labā kvalitātē un par konkurētspējīgu cenu. Tie, kas noteikuši salīdzinoši augstas cenas, zaudē ievērojamu tirgus daļu.

Īsos brīvdienas ceļojumos cilvēki dodas arvien retāk, tomēr atsevišķās valstīs (piemē-

ram, Horvātijā), raksturīga pretēja tendence. Atvaļinājuma ceļojumus rezervē neilgu laiku iepriekš, gaidot akcijas, īpašos piedāvājumus, cenu atlaides.

Samazinās lauku tūrisma uzņēmumu ienesīgums, jo klientu piesaistīšanai nepieciešams nodrošināt akcijas cenas, atlaides.

Ceļojuma ilgums samazinās vidēji par 6%, samazinās arī ceļojumam atvēlētās naudas summas, rēķinot uz vienu personu.

Visās aptaujātajās valstīs lauku tūrismā samazinājies ārvalstu viesu skaits, nozīmīgāks kļūst vietējais tirgus.

Veiksmīgāki pašreizējos krīzes apstākļos ir tie lauku tūrisma uzņēmēji, kuri specializējušies noteiktā jomā un izveidojuši kvalitatīvus, profesionālus pakalpojumus, kas atšķiras no standartizēta masu tūrisma piedāvājuma.

Labāk klājas tiem uzņēmējiem, kuri laicīgi reaģēja uz gaidāmo krīzi, ieguldot laiku un līdzekļus mārketingā un piedāvājuma kvalitātē, paaugstinot savu konkurētspēju.

Latvijas tendences

Specializācija, pakalpojumu kvalitāte, vietējā tirgus pirkspējai atbilstošs cenu līmenis un precīzs, efektīvs mārketingšobrīd ir pamatā veiksmīgai, stabīlai lauku tūrisma uzņēmuma darbībai.

Dažādos lauku tūrisma uzņēmumos situācija atšķiras. Lielaļos viesu namos, kas specializējušies korporatīvo pasākumu, svinību, semināru apkalpošanā, noslogojums samazinās līdz pat 30%. Nelieliem uzņēmumiem, kam izveidojusies sava stabīla klientūra, sezonas laikā noslogojums bija pietiekams. Atsevišķiem uzņēmējiem, kas veiksmīgi specializējušies, piemēram, aktīvās atpūtas piedāvājumā, vasaras sezonā bija vērojams pat noslogojuma pieaugums par 15% salīdzinājumā ar iepriekšējo sezonu.

Mainās lauku tūrisma pakalpojumu cenas. Lauku mājās, kur pamata piedāvājums ir nakšņošana un brokastis, cenas kritušās par 15–20%, brīvdienas kotedžās – vidēji par 15%. Viesu namos cenas samazinātas vidēji par 30%. Saimnieki

nenosaka arī atšķirīgas sezonas un nesezonas cenas.

Lauku tūrisma uzņēmēji izrāda vairāk iniciatīvas arī infrastruktūras uzlabošanā – pastaigu takas, velomaršruti, atpūtas vietas tiek ierīkotas un uzturētas vai nu par saviem līdzekļiem, vai projektu ietvaros, negaidot, ka par to rūpēsies valsts. Konkurence labvēlīgi ietekmē arī pakalpojumu kvalitāti. Kopējai lauku tūrisma daudzveidībai labs ieguldījums ir arī mazie ražotāji un pakalpojumu sniedzēji laukos, – tagad viņi aktīvāk sadarbojas ar lauku tūrisma mītnu saimniekiem. ■



GOLFS... UN NE TIKAI

Vecākais golfa klubs Latvijā: pusceļā starp Rīgu un Jūrmalu



Viesturi 1, Jaunnārupē, Mārupes pagasts, LV-2166, Latvija
Tālrunis rezervācijai: +371 2 644 4390
Mob. tālrunis: +371 2 921 9699
Fakss: +371 6 793 4955
e-pasts: sandra@golfsviesturi.lv
www.golfsviesturi.lv

“PartyBuss” – ballīšu autobuss

Daina Balode

SIA “Svinību aģentūra BALLE”
biroja vadītāja

Daudzu nozaru pārstāvju prātus šobrīd nodarbina jautājums – ko mainīt, kā pārsteigt patērētāju, ko piedāvāt tādu, kā nav citiem? Tūrisma nozarē viena no atbildēm uz šo jautājumu varētu būt ballīšu autobusi jeb “PartyBuss”, kas Latvijā parādījušies pavisam nesen. Tas ir piemērs, kā nozares pārstāvji mēģina pielāgoties jaunajiem apstākļiem valstī, pārskatot, uzlabojot un paplašinot savu piedāvājumu klāstu.

Ja kādreiz ballīšu autobusi tika piedāvāti un izmantoti galvenokārt kāzās, dzimšanas dienās, vecpuišu un vecmeitu ballēs, izlaidumos un citos līdzīgos pasākumos, tad šobrīd situācija ir mainījusies. Latvijā vairāki “PartyBuss” piedāvā arī viesnīcu transfēru pakalpojumus, ekskursijas un pat vietu nelielu semināru norisei.

“Mums ir noslēgti veiksmīgi sadarbības līgumi ar vairākām Rīgas viesnīcām. No-



Šāda tipa autobusi ļauj tātlos, nogurdinošos pārbraucienus pārvērst jautrā laika pavadīšanā, tādējādi īsinot ceļā pavadīto laiku. Arī sēdēšanas ziņā šie autobusi ir manāmi ērtāki un ļauj pasažieriem vieglāk komunicēt savā starpā

drošinām galvenokārt transfēra pakalpojumus, bet esam organizējuši arī vairākas interesantas, aktīvas ekskursijas ar dažādiem uzdevumiem. Viesi, protams, ir patīkami pārsteigti un ļoti apmierināti,” komentē uzņēmuma “Svinību aģentūra BALLE” valdes loceklis un autobusa/limuzīna “BLACK CURRANT action” īpašnieks Raimonds Luka-Indāns.

Izmantojot “PartyBuss” tūrisma nozarē, ir iespējams apvienot tūrisma un izklaidi. Šāda tipa autobusi ļauj tātlos, nogurdinošos pārbraucienus pārvērst jautrā laika pavadīšanā, tādējādi īsinot ceļā pavadīto laiku. Arī sēdēšanas ziņā šie autobusi ir manāmi ērtāki un ļauj pasažieriem vieglāk komunicēt savā starpā. Nemaz nerunājot par plašo skatu, kāds paveras pa šī autobusa logu. Viesnīcām, kuras izmanto autobusu/limuzīnu transfēru, ir iespēja pārsteigt savus viesus jau ierašanās brīdī, apliecinot viesnīcas īpašo attieksmi pret tās jaunajiem klientiem.

Pēc Raimonda Lukasa-Indāna domām, ballīšu autobusi varētu ienest jaunas vēsmas tūrisma nozarē, piedāvājot patērētājam tik patīkamo “divi vienā” produktu – par vienu un to pašu samaksu tiek piedāvāta gan neaizmirstama ballīte, gan izglītojoša ekskursija. “Šobrīd tā ir ļoti perspektīva joma, to ir vērts pilnveidot un uzlabot, bet, pats galvenais, tas tiešām strādā!” – par ballīšu autobusi tūrisma nozarē saka Raimonds.

To, ka ballīšu autobusi ir viens no labākajiem veidiem, kā sagaidīt un izvināt ekskursijas ārvalstu kolēģus, apstiprina arī uzņēmējs,



SIA “Monsanto” Baltijas valsts pārstāvis Modris Krauklis. “Sākumā jau nezinājām, kā tas būs, bet autobuss/limuzīns, ko noīrējām, lai sagaidītu skandināvu sadarbības partnerus, atmaksājās par simts procentiem. Kolēģiem brauciens no lidostas uz viesu namu bija patīkams un neaizmirstams pārsteigums – pa ceļam viņi atpūtās, savā starpā izrunājās un galā nokļuva apmierināti un relaksējušies!” – savu pieredzi atstāta Modris.

Šobrīd Latvijā ir pieejami pieci dažādi ballīšu autobusi. Tie aprīkoti ar dažnedažādām ekstrām – no mīkstajiem spilveniem un ūdens pīpes līdz elegantiem, limuzīna salona cieniņiem līdz divāniem un bāru. Taču it visi piedāvā braucienus relaksējošā, izklaidējošā atmosfērā, pielāgojoties katra klienta vēlmēm un vajadzībām.

Jau pats brauciens autobusā/limuzīnā neatkarīgi no gala mērķa ir piedzīvojums. Izmantojot ballīšu autobusu, jebkuru ekskursiju vai viesnīcas transfēru iespējams padarīt daudz patīkamāku un neaizmirstamāku. ■



Autobusa/limuzīna “BLACK CURRANT action” īpašnieks ir uzņēmuma “Svinību aģentūra BALLE” valdes loceklis Raimonds Luka-Indāns

Kūrorta attīstības koncepcija

Ir izstrādāta Jūrmalas kūrorta attīstības koncepcijas 1. redakcija. Tas ir papildinošs dokuments Jūrmalas pilsētas tūrisma attīstības stratēģijai 2007.–2018. gadam, kurā jau ir izstrādāta Kūrorta attīstības programma 2008.–2012. gadam. Jaunajā dokumentā sīkāk analizēta tieši kūrortu joma un veselības tūrisms, kā arī izstrādāti nākotnē veicamie pasākumi izglītībā, infrastruktūrā, mārketingā un

citās jomās, lai Jūrmala attīstītos par konkurētspējīgu kūrortu Baltijas jūras reģionā. Jūrmalas kūrorta attīstības koncepcijas 1. redakcija tiks izskatīta pašvaldības komitejās, uzņēmēju un iedzīvotāju konsultatīvajās padomēs un virzīta sabiedriskajai apspriešanai. Iecerēts šo pašvaldības plānošanas dokumentu apstiprināt Jūrmalas pilsētas domes sēdē 2009. gada decembrī. ■

Infrastrukturā projekti

Turpinās LIAA izsludināto projektu – Ķemeru parka ar parka arhitektūru rekonstrukcija un renovācija” un “Veloceliņa Dubulti – Vaivari attīstība” īstenošana. Projektus līdzfinansē Eiropas Reģionālās attīstības fonds. Pirmā projekta ietvaros Ķemeru kūrorta parka teritorijā (9,3 ha) ir iepļānots rekonstruēt un renovēt tiltiņus, paviljonu – rotundu, kas atrodas uz “Mīlestības saliņas”, renovēt ūdenstorni un ierīkot tajā skatu torni, bērnu rotaļu laukumu, rekonstruēt sabiedrisko tualeti u.c. Savukārt projekta “Veloceliņa Dubulti – Vaivari attīstība” ietvaros tiks veikta 7,5 kilometrus gara veloceliņa izbūve Jūrmalā. Plānots arī izvietot norādes pie nobrauktuvēm uz jūru, pie dzelzceļa stacijām, tūrisma objektiem, kā arī izveidot jaunas apjuntas velonovietnes.

Lai kūrortpilsēta būtu vieglāk pieejama viesiem un ārvalstu tūristiem ar autotransportu, tiks izvietotas vairāk kā 100 tūrisma informatīvās norādes autotransportam visā Jūrmalas pilsētā. Galvenokārt norādes būs uz svarīgākajiem pilsētas apskates objektiem un naktsmītnēm, tās tiks izvietotas ne tikai uz galvenajiem pilsētas ceļiem, bet arī uz mazāk nozīmīgiem



Rotundu, kas atrodas uz “Mīlestības saliņas”, iepļānots rekonstruēt, līdzīga pārmaiņas sagaida vēl daudzus citus objektus Ķemeros

ceļiem, lai pilsētas viesiem būtu vieglāk atrast interesējošo objektu.

Ķemeru nacionālajā parkā (ĶNP) pie Kaņiera ezera ir atklāts jauns putnu vērošanas tornis. Jaunais skatu tornis ir SIA “CEMEX” dāvinājums ĶNP. Kaņiera ezers ir viena no izcilākajām ūdensputnu vērošanas vietām Latvijā, un šāda objekta ierīkošana veicinās arvien lielāku dabas mīļotāju skaitu šajā parkā. ■

Jūrmalai jauna mājaslapa

Jūrmalas pilsētas dome aktīvi strādā pie informācijas izplatīšanas interneta vidē. 2009. gada vasarā tika uzsākts darbs pie pilsētas jaunās mājaslapas izstrādes. Jau no oktobra vidus tā būs pieejama visiem interneta lietotājiem. Jauno mājaslapu izstrādāja “RIDemo”. Mājaslapas interneta adrese paliek nemainīga: www.jurmala.lv.

Informācija būs pieejama deviņās valodās – latviešu, angļu, krievu, vācu, somu, lietuviešu, igauņu, zviedru un franču. Jaunā mājaslapa būs vizuāli pievilcīgāka, tajā izmantoti modernās tehnoloģijas elementi, tai būs plašākas informācijas iespējas. Turpmāk mājaslapā ar pilsētas domi varēs kontaktēties ātrāk un vieglāk. ■

“Latvijas kūrortpilsētu asociācija” internetā

Šī gada 29. septembrī tika publicēta jauna biedrības “Latvijas kūrortpilsētu asociācijas” mājaslapa www.latvijaskurorti.lv, angļu versijā www.latvianresorts.lv. Biedrības galvenais mērķis ir veicināt kūrortu attīstību un atdzimšanu Latvijas Republikā. Šajā kontekstā viens no būtiskākajiem mārketinga elementiem būs jaunizveidotā biedrības mājaslapa. Tās galvenais mērķis – informēt sabiedrību par biedrības aktivitātēm un notikumiem kūrortu nozarē Latvijā, tādēļ galvenais uzsvars mājaslapā tiek likts uz aktualitātēm un jaunumiem kūrortu nozarē, bet tāpat ir pieejama informācija par biedrības sēdēm, visām valdes kūrortpilsētām, biedrības mērķiem un kontaktiem, kā arī informācija par dalību projektos un organizācijās.

Biedrība ir sākusi savu otro darbības gadu. Šobrīd tās sastāvā jau ir pieci biedri: Jūrmalas pilsēta, Siguldas novads, Saulkrastu novads, Salacgrīvas novads un Ogres novads.

Tiek aktīvi strādāts pie Kūrortu likumdošanas izveides un tās iestrādes LR Tūrisma likumā, kā arī pie tūrisma nozares un veselības tūrisma iekļaušanas LR Ekonomikas ministrijas izstrādātajā ziņojumā “Par priekšlikumiem ekonomikas atveseļošanai vidēja termiņa periodā”. Nākamā gada biedrības aktivitātes būs saistītas arī ar dalību dažādos projektos, lai popularizētu Latvijas kūrortus un gūtu ieskatu citu valstu kūrortu attīstības pieredzi Eiropā, kā arī piedalītos tūrisma izstādēs. ■

Jaunas tūristu mītnes Jūrmalā

Jūrmalā uzsākušas darbu vairākas jaunas tūristu mītnes.



Dzintaru pludmalē pie pašas jūras jūnijā tika atvērta jauna viesnīca “Lighthouse”. Tā ir vienīgā viesnīca, kas atrodas pašā Jūrmalas pludmalē.

Viesnīca piedāvā 11 dažādus apartamenta tipa numurus ar vienreizēju skatu uz jūru, kā arī restorāna un konferenču pakalpojumus. Apartamentos viesi paši var gatavot ēdienu. Katrs numurs ir veidots ar savu tematiku un atspoguļo kādu konkrētu reģionu vai valsti – Africa, Thailand, France, Indonesia, Spain, Italy, Russia, Vidzeme, Latgale, Kurzeme un Zemgale. Viesnīcas viesu uzņemšanas telpa ir apvienota ar restorānu, bet saulainā laikā ēdienus var baudīt arī uz balkonu terasēm. Numuru cenas: no 420 eiro līdz pat 1350 eiro par nakti. Adrese: Jūrmala, Dzintari, Gulbenes iela 1 (www.lhj.lv).



10. maijā Dzintaros, 100 m no jūras durvis vēra jauna jaunatnes tūristu mītne jeb hostelis “Riga Beach hostel”. Tā ir vienīgā šāda tipa mītne visā kūrortpilsētā. Izmitināšanas cenas: sākot no **5 latiem** (www.rigabeachhostel.lv).

Vaivaros jūras tuvumā priežu meža ieskautajā kempinga “Nemo” teritorijā pirmo sezonu strādā jauna, astoņvietīga **viesu māja**. Izmitināšanas cenas: sākot no **50 latiem** (www.nemo.lv).

Jūnijā Bulduros, 200 m no pludmales un jūras ir atvērta neliela gaumīga viesnīca “Amber SPA Boutique hotel”. Izmitināšanas cenas: sākot no 56 latiem. (www.hotelamberspa.lv).

5. starptautiskā viesnīcu un restorānu industrijas konference

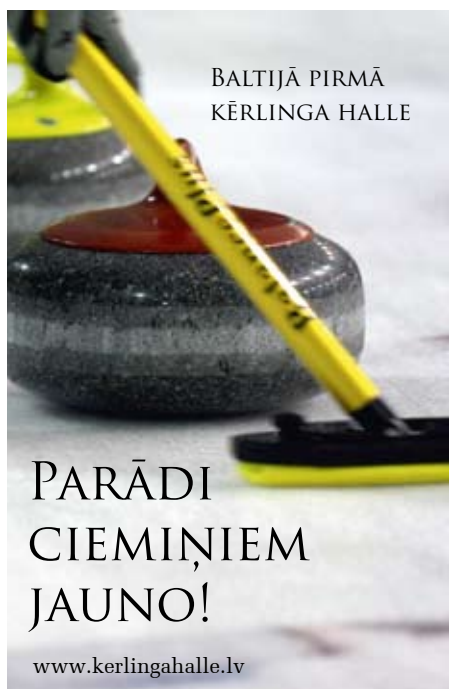
2009. gada 22. oktobrī, viesnīcā "Reval Hotel Rīdzene" notika 5. starptautiskā viesnīcu un restorānu industrijas konference "Ekonomiskās situācijas ietekme uz viesnīcu un restorānu industriju – krīze vai iespējas".

Konferenci organizē LVRA sadarbībā ar TAVA un nacionālo aviokompāniju "airBaltic".

Konferences mērķis – veicināt Latvijas viesnīcu un restorānu biznesa attīstību, tā konkurētspēju reģionā, iepazīstinot viesnīcu un restorānu īpašniekus un vadītājus ar aktuālākajām tendencēm viesnīcu un restorānu industrijā, vispusīgi apskatot viesnīcas un restorāna darba organizāciju un akcentējot jautājumu, kā pārvarēt ekonomiskās lejupslīdes periodu un izmantot šo situāciju, lai pilnveidotu viesnīcu un restorānu darbību.

Konferences lektori bija pieredzes bagāti viesnīcu un restorānu nozares pārstāvji, Latvijas un Eiropas līmenī nozares intereses pārstāvošo institūciju līderi. Viņi noturēja priekšlasījumus par vairākām tēmām:

- situācija viesnīcu un restorānu industrijā Eiropā,
- pozitīvie piemēri nozares atbalstam,
- tūrisma un viesmīlības pakalpojumu kvalitāte kā veiksmīgas tūristu piesaistes priekšnosacījums,
- par vienotas viesnīcu klasifikācijas sistēmu attīstības gaitu Ziemeļeiropā un Centrālajā Eiropā,
- kā pozicionēt savu kompāniju un pakalpojumus interneta sociālajā vidē,
- kā veidot atšķirīgu viesnīcu un restorānu produktu, kas palīdz specializēties un piesaistīt klientus,
- kā izmantot ēdienkartē nacionālos produktus un ar to pelnīt,
- krīze – katastrofa vai pārmaiņu laiks,
- jauni mārketinga risinājumi u.c.



BALTIJĀ PIRMĀ
KĒRLINGA HALLE

PARĀDI
CIEMIŅIEM
JAUNO!

www.kerlingahalle.lv

Ievieš kvalitātes zīmi "Drošs, kvalitatīvs un draudzīgs klientam"

Pēdējos mēnešus vietējos un starptautiskajos medijos ir vairākkārt publicēta informācija par Rīgas naktsklubos aprīptiem ārvalstu tūristiem. Tā ir negatīvi ietekmējusi, gan Rīgas, gan Latvijas tēlu kopumā.

Lai popularizētu savus biedrus, kā arī vēloties klientiem skaidri norādīt, kuri uzņēmumi – naktsmītnes, restorāni un



sadarbības partneri – ir droši un sniedz kvalitatīvu servisu, Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācija ir izstrādājusi kvalitātes zīmi "Drošs, kvalitatīvs un draudzīgs klientam" (*Reliable, high-quality and customer-friendly*).

Šī kvalitātes zīme tiks popularizēta interneta resursos un arī drukātajos medijos. Tās ieviešanu atbalsta arī nacionālā aviokompānija "airBaltic". ■

Viesnīcu un restorānu centram – 10 gadi

Viesnīcu un restorānu centrs (VRC), kuru 1999. gada vasarā dibināja Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācija (LVRA), šī gada 5. augustā atskatījās uz paveikto desmit gadu darbības laikā. Kādi tad ir nozīmīgākie sasniegumi šajā laika periodā?

Latvijā izveidota tūristu mītnu brīvprātīga atbilstības novērtēšanas un klasifikācijas sistēma.

2004. gadā Latvijas Nacionālajā akreditācijas birojā (LATAK) saņemta Akreditācijas apliecība. Tā apliecina, ka VRC pilnībā atbilst Eiropas standartā EN 45011 izvirzītajām sertificēšanas institūciju prasībām produktu un pakalpojumu sertificēšanas jomā. Sertifikācijas shēma, kas noteikta VRC kvalitātes rokasgrāmatā, balstās uz dokumentu pārbaudi un inspicēšanu ar uzraudzību, ko veic VRC direktors ciešā sadarbībā ar VRC ārštata darbiniekiem – kompetentiem ekspertiem tūristu mītnu un viesmīlības industrijas jomā.

Ir veikta tūristu mītnu atbilstības novērtēšana saskaņā ar Tūrisma pakalpojumu standartizācijas tehniskajā komitejā STK-29 izstrādātajiem Latvijas Valsts standartiem viesnīcām, viesu mājām, moteļiem, kempingiem un hosteļiem. Standarti izstrādāti un koriģēti ar aktīvu LVRA un VRC līdzdalību.

Sagatavots un nodots aprobācijai jaunais viesnīcu standarts, kas paredz iespēju tūristu mītnē sertificēties kā viesnīcai un iegūt zvaigznes, sākot no četriem numuriem, tādējādi paplašinot sertificējamo mītnu iespējas un veidus.

Veikta aktīva starptautiska sadarbība viesnīcu atbilstības novērtēšanas harmonizācijas jomā Baltijas jūras reģionā.

Kopš 2006. gada beigām, kad LVRA pievienojās vienotajai Ziemeļvalstu un Baltijas

valstu klasifikācijas sistēmai, tā ir pilnvarojusi VRC izsniegt starptautiski atpazīstamās plāksnītes ar zilu fonu un sarkanu burtu "H" ("Hotel") centrā tā sertificētajām viesnīcām – LVRA biedriem.

Kopumā patlaban derīgs VRC piešķirts Atbilstības sertifikāts ir 157 tūristu mītnēm – 117 viesnīcām, 25 viesu mājām, 4 moteļiem, 10 hosteļiem un 1 kempingam. Ziemeļvalstu un Baltijas vienotās klasifikācijas sistēmas zīmes izsniegtas 90 viesnīcām.

VRC šodienas devīze "Atbilstība – atpazīstamība – kvalitāte – konkurētspēja" pilnībā saskan ar šā brīža ekonomisko situāciju, kad viesnīcas īpaši cenšas uzsvērt sava piedāvājuma drošumu un kvalitāti, kā arī aktīvi to reklamēt. Savukārt, realizējot devīzē minēto, arī VRC ir veicis savu uzraudzības pakalpojumu maksas samazināšanu par 10–40% atkarībā no viesnīcas istabu skaita.

Zvaigznes, ko VRC piešķir tūristu mītnē, ir labākā reklāma un kvalitātes zīme ikvienam klientam, kurš vēlas apmesties kādā no tūristu mītnēm.

Sertificēto tūristu mītnu klasifikācijas kategorija kopā ar citu informāciju par tām tiek publicēta LVRA, Tūrisma attīstības valsts aģentūras (TAVA), citu profesionālo un reģionālo tūrisma asociāciju oficiālajos katalogos, datu bāzēs un interneta portālos, aicinot Latvijas un visas Baltijas apceļotājus atpūsties un atbilstoši savām vēlmēm daudzveidīgi un komfortabli pavadīt laiku kvalitatīvās Latvijas naktsmītnēs, kuru kvalitāti garantē VRC ciešā sadarbībā ar LVRA.

Informāciju par VRC sertificētajām tūristu mītnēm atrodama LVRA mājaslapā www.hotel.lv ■

Jauns tūrisma produkts “Rīgas gardēža ceļvedis”

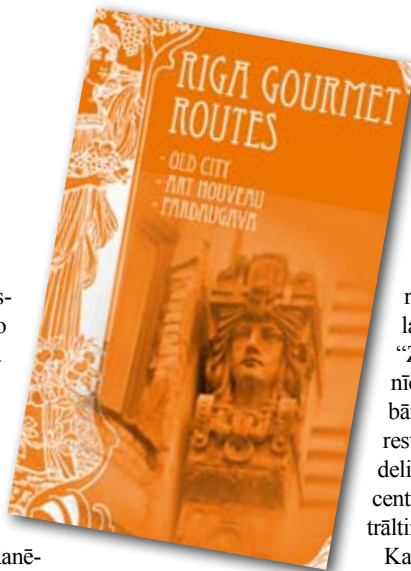
Lai veicinātu Rīgas restorānu un kafējnicu atpazīstamību, popularitāti un kvalitāti pilsētas, Latvijas un starptautiskajā arēnā, Rīgas dome sadarbībā ar LVRA ir izstrādājusi jaunu tūrisma produktu – “Rīgas gardēža ceļvedī”. Projekta organizatori cer, ka tas veicinās minēto vietu atpazīstamību, kā arī konkrētās kafējnicas vai restorāna apmeklētību tā saucamajā klusajā sezonā.

Ēdināšanas pakalpojumus droši var uzskatīt par daļu no pilsētas kultūras identitātes, tiem ir nozīmīga loma pilsētas dzīves kvalitātes nodrošināšanā, tie ietekmē iedzīvotāju veselību un ir “instruments”, ko pilsēta var izmantot starptautiskās publicitātes veidošanā.

Projekta “Rīgas gardēža ceļvedis” ietvaros

būs iespēja iepazīties ar Rīgas restorānu un veikaliņu daudzveidīgo piedāvājumu, tostarp ar modernā un mūsdienīgā veidā prezentētu nacionālo virtuvi. Tiks piedāvāti 3 maršruti: Vecrīga, Jūgendstils un Pārdaugava,

Projekta dalībnieki ir 14 uzņēmumi: kafējnicas: “Emīla Gustava šokolāde”, “Amelie”, “Kanēja konditoreja” un 11 restorāni: “Kaļķu vārti”, “Lido Alus sēta”, “B-bārs”, “Ķiploku krogs”, “Taverna pie senā dzintara ceļa”, Kapteiņa Enriko pulkstenis”, viesnīcas “Hotel Bergs” restorāns, galerija “Garāža”, restorāns “Gastronome” viesnīcā “Reval Hotel Latvija”, “Fabrikas resto-



rāns”, viesnīcas “Islande Hotel” restorāns “Ziemeļblāzma”, viesnīcas “Albert Hotel” bārs “Star lounge”, restorāns “Gastronome” delikatešu un interjera centrā mc2, Rīgas Centrtirgus.

Kartes varēs saņemt gan Rīgas Tūrisma un koordinācijas centrā, gan lielākajās Rīgas viesnīcās, tā ir pieejama arī internetā. Tā vienlaikus kalpo arī kā atlaižu karte, kas dod iespēju kartes uzrādītājiem ieturēt maltīti restorānā ar 10% atlaidi vai saņemt bez maksas glāzi vīna. ■

Mācības pārtikas ražošanas un mārketinga jomā

LVRA sadarbībā ar Eiropas Savienības Eiropas Lauksaimniecības fonda lauku attīstībai un Lauku atbalsta dienestu pasākuma “Arodapmācības un informācijas pasākumi” aktivitātes “Arodapmācības” ietvaros realizēja projektu “Sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumu darbinieku apmācība pārtikas ražošanas un mārketinga jomā”.

Projekta mērķis – nodrošināt pieejamu arodapmācību, kas veido izpratni par zinātnes un jaunas prakses atziņu izmantošanu pārtikas ražošanas nozarē, veicināt nodarbināto personu zināšanu, prasmju un kompetenču līmeni produktu kvalitātes un pievienotās vērtības paaugstināšanas un savstarpējās atbilstības prasību ievērošanas jomā.

Projekta ietvaros 2009. gada jūlijā un augustā tika organizēti mācību semināri par vairākām tēmām: “Minimālās higiēnas prasības pārtikas uzņēmumā”, “Pārtikas preču marķējums”, “Pārtikas produktu kvalitāte un nekaitīgums”, “Mārketings – produkta virzība tirgū”.

Projekta ietvaros tiek apmācīti 200 sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumu darbinieki. ■

Nodrošini pret elektrības pārrāvumiem – ražo elektrību pats!

Energolukss®

Droša enerģija

Atvērta tipa benzīna ģenerators ar rokas starteri, nodrošina sadzīves elektroiekārtu, ar kopējo jaudu līdz 6 kW, darbību. Ģeneratoru var aprīkot ar transportēšanas riteņiem vieglākai pārvietošanai.



CENA: 845.75 Ls
(cena ar iekļautu PVN 21%)

HX 6000 priekšrocības:
Viegli pārvietojams
aprīkots ar kvalitatīvu HONDA® GX 390 dzinēju ar darba resursu aptuveni 2500 darba stundas

ALIZE troksni slāpējošā korpusā, ar elektrisko starteri. Ģenerators var nodrošināt sadzīves elektroiekārtu, ar kopējo jaudu līdz 6 kW, darbību.



CENA: 2380.00 Ls
(cena ar iekļautu PVN 21%)

ALIZE 6000E priekšrocības:
Iekārta aprīkota ar kvalitatīvu HONDA® GX 390 dzinēju ar darba resursu aptuveni 2500 darba stundas.
Lielā degvielas bāka (24 l.) garantē 9,6 st. darbību ar vienu uzpildi.
„Qualigen” serifikāts apstiprina tā augstos kvalitātes standartus un atbilstību EU normām.

SIA „Energolukss”
www.energolukss.lv
Tāl. 67542223

Stacionārais dīzeļģenerators **XP-T15HK** ir paredzēts izmantošanai brīvā dabā. Tā jauda ir pietiekama, lai nodrošinātu neliela dzīvojamā ēku kompleksa elektroiekārtu, ar kopējo jaudu līdz 12kW, darbību.



CENA: 4688 Ls
(cena ar iekļautu PVN 21%)

XP-T15HK priekšrocības:
Iekārta aprīkota ar kvalitatīvu Mitsubishi dīzeļdzinēju ar darba resursu aptuveni 10 000 darba stundas.
Lielā degvielas bāka (50 l.) garantē 14 st. darbību ar vienu uzpildi.

Ģeneratori – garantētai elektroapgādei jebkuros laika apstākļos!

TIC realizētie projekti

Vasaras sezonā tūrisma informācijas centri ir sagatavojuši jaunus produktus un piedāvājumus sava novada tūrisma iespēju popularizēšanai.

Kuldīgā – krāsojamā grāmata

Kuldīgas TIC sadarbībā ar Kuldīgas mākslas skolas audzēkņiem un pasniedzēju Inu Ozolu ir sagatavojuši un izdevuši jaunu Kuldīgas krāsojamo grāmatu ģimeņu tūristiem.

Grāmatā ievietotos melnbaltos attēlus, kurus atainotas 16 ievērojamākās Kuldīgas tūristu vietas, ieskicējuši paši mazie kuldīdznieki ar domu, ka ģimenes un mazie Kuldīgas viesi var papildināt zīmējumus ar krāsām, ļaujot viņu savai fantāzijai.

Lai izraudzītos labākos zīmējumus, tika rīkots konkurss. Tā rezultātā grāmatā apkopoti 16 paši interesantākie zīmējumi. Pirmā vāka zīmējuma autors ir Kuldīgas TIC direktors Artis Gustovskis. Šo jauko suvenīru var iegādāties Kuldīgas TIC, kafējnīcā "Pīlādītis" un citās tirdzniecības vietās.

Krāsojamā grāmata ir jaunākais šā gada Kuldīgas suvenīrs. Kuldīgas TIC sadarbībā ar suvenīru izgatavotājiem katru gadu izdod īpašus un oriģinālus suvenīrus, kādu nav nekur citur. Pērn tādas bija Kuldīgas spēļu kārtis, šobrīd tādas ir izdevušas tikai vēl divas Latvijas pilsētas – Rīga un Ventspils.

Limbažiem – specializēts ceļvedis

Limbažu TIC pieejams jauns ceļvedis pa apkārtnes dabas takām, pirtīm, bioloģiskajām saimniecībām. Materiālā iespējams uzzināt, kur meklēt saimniecības, kas ir kā radītas ģimenēm ar bērniem, uzzināt, kad un kādi augi jāvāc pirtsloņiem, kā un kad slotas jāsiens, kā jāzāvē un jālieto, kad un kā vācamai ārstniecības augi veselīgām un garšīgām zāļu tējām. Uzzināsiet arī, kur meklējama "zaļā aptieka", pirtis, kur viesiem piedāvā nopērties tradicionālajā latviešu gaumē, izmantojot senās tautas dziedniecības metodes; tāpat atradīsiet dabas takas, saimniecības, kur apskatīt trušus, doties izjādēs ar zirgiem. Maksājumiem noderēs informācija par maksājamajām vietām un laivu nomu.

Informatīvā materiāla PDF versiju var lejupielādēt www.visitlimbazi.lv sadaļā "Informatīvie materiāli".

Rīga pēta savus tūristus

Rīgas Tūrisma koordinācijas un informācijas centrs 2009.gada vasaras sezonā veica pētījumu Tūrisma informācijas centrā (TIC) Rātslaukumā 6, lai noskaidrotu tos psiholoģiskos aspektus, kas nosaka TIC ienākušo tūristu vēlmēs, motivāciju un vajadzības Rīgas apmeklējuma laikā. Tika aptaujāti 694 respondenti. Secināts: kā galveno iemeslu vizītei Rīgā tūristi min pilsētas apskati un kultūrvēsturisko vietu/objektu apmeklēšanu.

Limbažu un Vīlandes sadarbība

Limbažos uzsāka Norvēģijas valdības divpusējā finanšu instrumenta programmas "Pārrobežu sadarbība" projekta "Limbažu un Vīlandes kopēja sadarbība ilgspējīgas vides un tūrisma attīstībā Hanzas savienības ietvaros" realizācija, kas paredz uzlabot un veidot Limbažu Lielezera piedāvājumu tūrismam. Projekta ietvaros notiks ezera apkārtnes labiekārtošana – pludmales rekonstrukcija, tiks uzcelta apkalpes māja, izveidots nomas punkts, iegādāti dažādi peldlīdzekļi (ūdensvelosipēdi, motorlaivas, laivas) un veiktas dažādas aktivitātes tūrisma mērķēšanā.

Liepājā – velomaršrutu ceļvedis un atstarojošās vestes

Lai uzlabotu velotūrisma situāciju Liepājā un Liepājas rajonā, Liepājas reģiona Tūrisma informācijas birojs (LRTIB) sadarbībā ar novada tūrisma informācijas centriem ir izdevis velomaršrutu ceļvedi. Bez tam, rūpējoties par Liepājas viesu – velotūristu – drošību, ir sagādātas gaisma atstarojošās vestes, kas tiek iznomātas kopā ar velosipēdiem gan Liepājas tūrisma informācijas birojā, gan arī velosipēdu nomas punktos un Liepājas rajona tūrisma informācijas centros. Par drošības vestes nomu atsevišķi nav jāmaksā.

Velomaršrutu ceļvedi aprakstīti 13 velomaršruti gan pilsētā, gan Liepājas apkārtnē. Informācija ir pieejama latviešu, angļu un vācu valodā. Jaunais tūrisma izdevums ir piemērots arī moderno tehnoloģiju cienītājiem – apskates objektiem ir dotas GPS koordinātes. Velomaršrutu ceļvedis sniedz informāciju par maršruta kopējo garumu, ceļu stāvokli attiecīgajā posmā, interesantākajiem tūrisma objektiem, kas apskatāmi pa ceļam, gan arī praktisku informāciju, kas var noderēt ikvienam ceļotājam – ēdināšanas iestādes un naktsmītnes, tūrisma informācijas centri, aktīvās atpūtas piedāvājumi, veikali, bankomāti, interneta pieejas punkti u.c. Katrs maršruts ir iezīmēts kartē, daļai apskates objektu ir pievienoti ilustratīvi materiāli. Visi velotūrisma maršruti ir marķēti arī dabā.

Jūlijā un augustā sestdienas bija vēltas jauno velomaršrutu prezentācijām, uz šiem pasākumiem

Tūrisma informācijas centru iesūtītās ziņas apkopojā **Gunta Zaķīte**, LATTŪRINFO valdes priekšsēdētāja



miem aicinot visus interesentus. Atsaucība bija liela gan no pilsētas un rajona iedzīvotāju puses, gan no pilsētas un rajona viesiem, kas labprāt piedalījās šajos vienas dienas velobraucienos.

Liepājā – vienas dienas ekskursijas

Liepājas reģiona Tūrisma informācijas birojs (LRTIB) organizē vienas dienas ekskursijas pa Liepājas apkārtni, Latviju un Lietuvu.

Tā kā šobrīd daudzi vairs nevar atļauties garākus ceļojumus ārpus Latvijas, LRTIB visas vasaras garumā organizē ekskursijas pa Liepājas apkārtni un Kurzemi. Liepājniekiem un pilsētas viesiem vienpadsmit reizes bija iespēja doties vienas dienas ceļojumos. Pārsvārā ekskursijas notikušas uz Liepājas apkārtnes tūrisma objektiem, tādējādi atbalstot arī vietējos tūrisma uzņēmējus. Tālākie braucieni bija uz Bausku un Rundāles pili, kā arī Palangu un Klaipeņu.

Liepājnieki par šovasar piedāvātajām ekskursijām izrādījuši lielu interesi, tādēļ ir plānots tās rīkot arī nākamajā sezonā.

Saulkrasti – ceļā uz Zilo karogu

Saulkrasti sadarbībā ar Jūrmalas, Carnikavas, Liepupes un Salacgrīvas pašvaldību, kā arī Igaunijas pilsētu Hāademeeste un Audru pašvaldībām īsteno projektu "Zilā karoga prasību nodrošināšana Baltijas jūras reģionā" Latvijas – Igaunijas pārrobežu sadarbības programmas 2007.–2013. gadam ietvaros. Projekta mērķis ir pietuvināt Saulkrastus peldvietas Zilā karoga iegūšanai. Saulkrastu dome no Vides izglītības fonda jau saņēmusi atzinumu, ka Saulkrastiem piešķirts Nacionālās peldvietas sertifikāts, kas ir solis ceļā uz Zilo karogu.

Projekta īstenošanai ir vairāki ieguvumi – tiks rekonstruēta publiskās tualetes ēka Bīriņu ielas galā, tajā iekārtots pludmales un tūrisma informācijas centru, būs pieejamas arī labiekārtotas tualetes un dušas. Tiks izstrādāti informatīvie materiāli un organizēti izglītojoši pasākumi par drošību pludmalē, kā arī izgatavos tūrisma materiālus, kas tiks izplatīti gan tūrisma informācijas centrā, gan starptautiskās tūrisma izstādēs Latvijā un ārvalstīs. ■

tera baznīcu, 50% – Melngalvju namu.

Secināts, ka augstāki popularitātes rādītāji ir savdabīgiem objektiem un objektiem ar savdabīgu nosaukumu ("okupācijas muzejs", "kaķu nams"), kā arī objektiem, kas saistīti ar plaši pazīstamiem kultūrvēsturiskiem jēdzieniem ("gotiskais stils arhitektūrā", "jūgendstils").



Jauni TIC un jauni pienākumi

Izveidojoties jaunajiem novadiem, vairāki tūrisma informācijas centri ir mainījuši savus nosaukumus vai juridisko statusu.

■ **Ludzā** nodibināts un ar 1. septembri darbu uzsācis Ludzas novada tūrisma informācijas centrs. Tā ir Ludzas novada pašvaldības iestāde. Finansējums centram piešķirts līdz gada beigām. Šobrīd jaunais TIC ir iepriekšējās tūrisma informāciju sniedzošās organizācijas darba pārņēmēja. Jaunais Ludzas novada TIC darbosies līdzšinējās telpās – Ludzā, Baznīcas ielā 42, LV 5701, arī kontakttelefoni paliek iepriekšējie.

■ Pēc teritoriālās reformas **Limbažu** TIC ir vienīgais tūrisma informācijas centrs Limbažu novada teritorijā. Jūnija sākumā TIC pārcēlās uz jaunām telpām Torņa ielā 3, kur savulaik atradās ugunsdzēsēju depo. Pēc pārcelšanās centrā ir vērojams apmeklētāju skaita pieaugums, kas noteikti skaidrojams ar daudz pamanāmāku atrašanās vietu. Pieaudzis arī ārvalstu tūristu skaits, viņu vidū pirmajā vietā joprojām ir tūristi no Vācijas, tiem seko tūristi no Igaunijas.

■ 18. septembrī **Līvānos**, Domes ielā 1b atklāts Līvānu aktīvā tūrisma centrs, kurā atradīsies arī TIC. Būvniecības darbi realizēti Latvijas – Lietuvas pārrobežu sadarbības programmas projekta “WATER JOY” ietvaros.

■ Turpmāk **Gulbenes** pašvaldību un tūrisma informācijas centrs sauksies Gulbenes novada tūrisma informācijas centrs. Centrs arī turpmāk darbosies līdzšinējās telpās. telpās.

■ Ar 1. novembri **Siguldas** novada TIC atradīsies jaunās telpās – Siguldas novada domes Pakalpojumu centrā Raiņa ielā 3 (blakus autoostai).



Ķekavā ir atvērts jauns tūrisma informācijas centrs. Karīnu Saveļjevu sveic Bauskas TIC vadītāja Inese Turkupole-Zilpуре.

Vēstules

Mēs žēlojamies, ka lietuviešiem tūrisma jomā viss ir daudz labāk. Tomēr informācijas sniegšanā viņi ir tālu atpalikuši, vismaz salīdzinājumā ar Nicas novadu, un to atzīst arī paši lietuvieši. Lai sniegtu informāciju, mēs paši izbraukājam visus piedāvājumus. Jaunajā Baltijas apceļošanas tūrē ir iekļauts Japāņu dārzs Kretingas pusē. Pirmo dienu centāmiem to atrast, ļoti neveiksmīgi. Kur tik vietējie iedzīvotāji mūs nesūtīja. Savācam visu internetā pieejamo informāciju un nākamajā dienā mums izdevās šo objektu atrast. Saimniece plāta rokas, ka ar informāciju patiešām ir galīgi švaki. Prieks, ka lietuvieši mūs slavē par informācijas pieejamību. Nupat izlikti jauni stendi ar vispārīgu informāciju Pūsēnkalnā, Kalnišķos pie zirgiem. Arī jebkurš vietējais sniegs elementāras ziņas par apskates objektiem.

Imants Pāvels

Liepājas tūristu kluba informācijas punkts Jūrmalcīemā

Rēzeknē TIC pagaidām strādā kā iepriekš – sešas dienas nedēļā, un darba laiks sakārtots tā, ka apmeklētājiem iespējams centru apmeklēt vakaros līdz 18.00 un 19.00, bet sestdienās līdz 16.00. Kāpēc pagaidām? Tad nedaudz jāatgriežas vēsturē – Rēzeknes pilsētā TIC sāka darboties tikai 2007. gada jūnijā, kad iepriekšējā sasaukuma pilsētas dome (mērs Juris Guntis Vjakse) pieņēma pozitīvu lēmumu par TIC izveidi Rēzeknes pilsētā un noslēdza sadarbības līgumu ar Rēzeknes rajona padomi par TIC darbības nodrošināšanu, kopīgi to finansējot. No 2000. gada līdz 2007. gada jūnijam Rēzeknes pusē TIC atradās lauku teritorijā, tūrisma uzņēmumā “Untumi” un tika uzturēts no zemieku saimniecības “Untumi” un Rēzeknes rajona padomes līdzekļiem. Šogad, mainoties Rēzeknes domes sastāvam (mērs Aleksandrs Bartaševičs) un ņemot vērā ekonomisko stāvokli valstī, Rēzeknes dome apsvērusi iespēju no 2010. gada janvāra nepagarināt sadarbības līguma termiņu TIC darbības finansiālai nodrošināšanai. Ja Rēzeknes pilsētas dome izlems turpmāk nepiedalīties TIC darbības nodrošināšanā un finansēšanā, tad droši vien no jaunā gada centra darba laikā būs izmaiņas.

Visu Latgales tūrisma informācijas centru darbinieki aktīvi darbojas Latgales plānošanas reģiona iesniegtā apstiprinātā projekta “Uz ūdens resursiem balstītā kopējā tūrisma piedāvājuma radīšana Latgalē un Utenas apgabalā (akronīms – WATER JOY) realizēšanā. Šī projekta mērķis – veicināt Latgales un Utenas reģionu ekonomisko attīstību, attīstīt tūrisma nozari, pozicionējot abus reģionus kā vienotu tūrisma galamērķi un nodrošinot ilgtspējīgu ūdens resursu izmantošanu. Paredzēts izstrādāt 10 jaunu tūrisma pārrobežu projektus/maršrutus, kā arī izdot mārketinga materiālus par jauno piedāvājumu. Tiek domāts arī par to, lai labi sagatavotos “Balttour” un “Vivattur” 2010 tūrisma izstādēm.

Ligita Harčevska

*Rēzeknes pilsētas un rajona TIC vadītāja
Tel. 64-605005, mob. tel. 26337449, e-pasts: tic@rezekne.lv*

Īsumā

Kolkā pērk šprotes un klausās kokļu mūziku

Kolkasraga apmeklētāju (tūrisma informācijas) centrs aizvadīto sezonas vērtē kopumā pozitīvi. Lai gan vietējo ceļotāju skaits samazinājies aptuveni par 30%, ārzemju ceļotāju bijis tikpat daudz kā pagājušajā gadā.

Suveniru apgrozījums ir pieaudzis. Viens no esošākajiem ir Kolkā ražotās kvalitatīvās šprotes, kā arī vietējās mākslinieces apgleznotie trauki.

Jauna un abpusēji izdevīga pieredze bija Kolkas mūzikas skolas koklētāju muzikālais priekšnesums par ziedojumiem. Ceļotāji, ejot uz Kolkasragu, varēja baudīt skaistu kokļu mūziku, labi veicās CD “Kolkasraga vēju dziesmas” tirdzniecība.

Jūrmalcīemā ekotūrisms

Liepājas tūristu informācijas punkts Jūrmalcīemā atzīst, ka aizvadīta ļoti veiksmīga sezona.

Turpinās darbs pie ekotūrisma attīstības Jūrmalcīemā un Nicas novadā. Šā gada 12. jūlijā notika velomaršruta Liepāja – Bernāti – Jūrmalcīems prezentācija. No velotūristiem, kuri veikuši šo maršrutu, saņemtas ļoti labas atsauksmes. Braucēju ērtībām velomaršruts ir marķēts. Turpinās darbs pie velomaršruta pagarināšanas Papes virzienā – tur ceļš visies cauri Papes dabas parkam. Lai šo ieceri pilnībā realizētu, vēl nepieciešamas sarunas ar dabas parka administrāciju un speciālistiem, lai nonāktu pie rezultāta, ar kuru apmierinātas būtu abas puses.

Sūdzas par AKKA/LAA maksājumiem

Asociācija ir saņēmusi Ekonomikas ministrijas atbildi uz prasību skaidrot AKKA/LAA darbības, piemērojot lauku tūrisma mītnēm publiskas telpas statusu un pieprasot autoratlīdzības maksājumu par to, ka mītnē atrodas TV, CD atskaņotājs vai radio. EM nostāja ir šāda: attiecībā uz lauku viesu mājām Autortiesību likuma 63. panta piektā daļa interpretējama kopsakarā ar Latvijas būvnormatīvā LBN 208-08 "Publiskās ēkas un būves" noteikto, ka publiska ēka vai būve ir tāda ēka vai būve, kurā vairāk nekā 50% ēkas vai būves kopējās platības ir publiskas telpas; publiska telpa ir sabiedrībai pieejama nedzīvojamā telpa, kurā īslaicīgi var uzturēties un saņemt dažādus pakalpojumus apmeklētāji (piemēram, skatītāji, pacienti, klienti, pircēji, pasažieri). Ekonomikas ministrijas vēstulē paskaidrots, ka AKKA/LAA darbību ir izvērtējusi EM pakļautībā esošā Konkurences padome un konstatējusi Konkurences likuma pārkāpumu, piemērojot netaisnīgus autoratlīdzības tarifus. EM aicinās Kultūras ministriju un Tieslietu ministriju pārskatīt Autortiesību likuma 63. panta 5. daļas piemērošanas nosacījumus attiecībā uz lauku tūrisma mītnēm. Lūdzam arī turpmāk ziņot "Lauku ceļotājam" par konfliktsituācijām ar AKKA/LAA.

Īsumā

Akcija t/c "Spice"

No 25. septembra līdz 25. oktobrim "Lauku ceļotājs" rīkoja akciju tirdzniecības centrā "Spice", aicinot iedzīvotājus apceļot Latviju arī nesezonā. LC biedri šai akcijai bija sagatavojuši dažādus piedāvājumus, kurus iegādājoties būs iespēja ietaupīt vai saņemt papildu pakalpojumus bez maksas. Akcija tika rīkota kopā ar tūrisma aģentūru "Kolumbs". Par LC akcijām sk. asociācijas mājaslapā www.celotajs.lv.

Tikšanās ar atbildīgajām amatpersonām

Asociācijas prezidente Asnāte Ziemele ir tikusies ar ekonomikas ministru Arti Kamparu, lai izteiktu savus priekšlikumus mazās uzņēmējdarbības atvieglojumiem. A. Ziemelei bijusi tikšanās arī ar TAVA jauno vadītāju Armandu Slokenbergu, lai pārrunātu sadarbības iespējas, galvenos Latvijas tūrisma produktus un priekšlikumus, kā veicināt vietējo iedzīvotāju ceļošanu, tostarp arī nesezonā. Paredzamas kopīgas mārketinga akcijas. Asociācija tikusies arī ar zemkopības ministru un ministrijas speciālistiem, lai vienotos par kritēriju pārskatīšanu Eiropas fondu atbalstam trešajā asī – tūrisma aktivitāšu veicināšana. Asociācija ierosināja paplašināt atbalsta saņēmēju loku (ne tikai naktsmītņu īpašnieki, bet arī citu tūrisma pakalpojumu sniedzēji), paaugstināt atbalsta intensitāti (40–50% apmērā) un pievienot jaunas aktivitātes atbalsta saņemšanai. Tūrisma aktivitāšu fondus plānots atkal atvērt 2009. gada beigās vai 2010. gada sākumā. Par jaunumiem asociācija savus biedrus informēs e-ziņās.

"Lauku ceļotājs" pilnsapulcē

Asociācijas "Lauku ceļotājs" (LC) biedru pilnsapulce notika šā gada 15. septembrī Vecgulbenes muižā, Gulbenē. Tika pārrunāti daudzi jautājumi: apkopot 2009. gada sezonas rezultāti un izdarīti secinājumi, iztirzātas šobrīd aktuālās problēmas, kas sasaucas ar ekonomisko situāciju, spriests par jauniem un potenciāliem tūrisma produktiem, kas balstītos uz ilgtspējības principa.

Pilnsapulces laikā notika valdes pārvēlšanas. Asociācijas valdes un revīzijas komisijā ievēlēti 10 dalībnieki – Asnāte Ziemele ("Puķkalniņi", Ogres raj.), Nelda Sniedze

("Sniedzes", Ogres raj.), Uldis Dvinskis ("Brūveri", Rīgas raj.), Linda Ratkeviča ("Zaķi", Ogres raj.), Kārlis Zirdziņš ("Ezerklabi", Cēsu raj.), Māris Šternmanis ("Lantus", Valmieras raj.), Zane Garsele ("Ezerpriedes", Valmieras raj.), Rita Tērauda ("Pie Rāznas", Rēzeknes raj.), Roberts Riekstiņš ("Laumas", Talsu raj.) un Elita Martinsone ("Upeslejas", Cēsu raj.).

Pilnsapulces laikā LC vides un tūrisma eksperts Juris Smaļinskis prezentēja asociācijas vadīto projektu gaitu, sasniegtos rezultātus, kā arī informēja par nākotnes plāniem. ■

Karte "Skatu vietas Latvijā"

Izdota jauna ceļojumu karte latviešu un angļu valodā "Skatu vietas Latvijā". Tajā iekļautas vietas ar Latvijas pievilcīgākajiem dabasskatiem – skatu torņi, ainaviskas upju ielejas, baznīcu un piļu torņi u.c.

Karte izdota projekta "Ilgtspējīga dabas resursu izmantošana un apsaimniekošana "Natura 2000" teritorijās – populāros un potenciālos tūrisma galamērķos" ietvaros. Šo projektu finansē ar EEZ un Norvēģijas finanšu instrumentu granta palīdzību no Islandes, Lihtenšteinas un Norvēģijas. Projektu realizē "Lauku ceļotājs" sadarbībā ar Latvijas Dabas fondu.

Kartes prezentācija no-

tika 29. septembrī Vides ministrijas lielajā zālē vienlaikus ar diskusiju "Latvijas ainava tūrisma. Veidojam? Aizsargājam? Izmantojam?" par īpaši aizsargājamo / "Natura 2000" dabas teritoriju iesaistīšanu tūrisma piedāvājumā.

Karte pieejama asociācijas birojā un kā bezmaksas pielikums kopā ar naktsmītņu katalogu "Atpūta laukos 2009–2010".

Šajā un arī nākamajos asociācijas izdotajos mārketinga izdevumos, kā jau ierasts, iekļauti arī LC biedri. ■



Mediju brauciens uz Zemgali un Kurzemi

2009. gada 9. septembrī tika organizēts mediju brauciens uz Zemgali, lai iepazītu tūrienes "Natura 2000" dabas teritorijas un cilvēkus, kas tur strādā un dzīvo.

Brauciena programmā tika iekļauts Doles salas dabas parks, viesu māja "Vecupe", kempings un atrakciju parks "Labirinti", Vaidelotes bioloģiskā saimniecība, Bauskas dabas parks, kalēju darbnīca un Bauskas alus darītava.

Savukārt 2009. gada 27. maijā "Lauku ceļotājs" rīkoja mediju braucienu pa īpaši aizsargājamām dabas teritorijām "Natura 2000" Kurzemē, Abavas upes ielejas dabas parkā. Šajā braucienā tika iekļauta Čužu purva laipu taka – aktīvs gājieni ar ērtiem apaviem; Greiļu kalns – viena no labākajām skatu vietām uz Abavas upes ielejas ainavu; Drubazu botānikas taka (ap 1 km); Sables Vīna kalns; brauciens ar laivām pa Abavu no

Māras kambariem līdz Rendas Avotiem.

"Lauku ceļotājs" sadarbībā ar tūrisma uzņēmējiem, pašvaldībām un citiem tūrisma iesaistītajiem izstrādā dabas parka "Abavas senleja" tūrisma attīstības plānu Latvijas Dabas fonda projekta "Ilgtspējīga dabas resursu izmantošana un apsaimniekošana "Natura 2000" teritorijās – populāros un potenciālos tūrisma galamērķos" ietvaros.

Nākamā gada maijā "Lauku ceļotājs" aicinās žurnālistus uz Slīteri vērtēt projekta "Vides politikas un pārvaldības priekšlikumu izstrāde, balstoties uz tūrisma attīstības ieguvumiem vides, sociālajā un ekonomikas jomā, demonstrējot tos ar Slīteres nacionālā parka – "Natura 2000" teritorijas piemēru" radītos rezultātus – tūrisma maršrūtus, informācijas standus un Nacionālā parka ceļvedi. ■

“Lauku ceļotājs” iesaistās projektos

Vides politikas priekšlikumu izstrāde, demonstrējot tūrisma attīstības ieguvumus Slīteres nacionālajā parkā

Projekts finansēts ar Eiropas Komisijas “Life” programmas finansiālu atbalstu.

Projekta mērķis – izstrādāt ieteikumus tūrisma attīstības un dabas aizsardzības politikas dokumentiem, balstoties uz Slīteres nacionālā parka bāzes.

Projekta ietvaros ir izstrādāti pieci jauni tūrisma produkti – kājāmgājēju, velo, auto un laivu maršruti, kā arī vietas putnu un dzīvnieku vērošanai. Šie produkti tūristiem dos iespēju iepazīt nacionālā parka dabas un kultūrvēsturiskos resursus. Šie produkti tiek testēti, iesaistot vietējos iedzīvotājus.

Vienlaikus tiek izstrādāts arī Slīteres na-

cionālā parka tūrisma attīstības plāns, kurā paredzēta nākotnē nepieciešamā infrastruktūra, produkti un aktivitātes Slīteres nacionālā parka teritorijā.

Vasaras sākumā parkā uzsākts apmeklētāju monitorings, lai noteiktu tūrisma plūsmas dinamiku un ietekmi. Tiek veikta arī tūristu anketēšana (www.aptaujas.celotajs.lv).

Projekta gaitā ir izstrādātas vadlīnijas brīvības dabas informatīvo stendu informācijas sagatavošanai. Pēc šīm vadlīnijām Slīteres nacionālajam parkam tiek gatavoti un tajā tiks uzstādīti pieci jauni stendi. Projekta gaitai sekojiet mājaslapā: www.polprop.celotajs.lv

Ilgspējīga dabas resursu izmantošana un apsaimniekošana “Natura 2000” teritorijās – populāros un potenciālos tūrisma galamērķos

Projekts finansēts ar EEZ un Norvēģijas finanšu instrumentu granta palīdzību no Islandes, Lihtenšteinas un Norvēģijas. Projektu realizē “Lauku ceļotājs” sadarbībā ar Latvijas dabas fondu.

Projekta ietvaros tiek strādāts pie četriem projekta laikā sagatavojamiem tūrisma attīstības plāniem. Rāznas nacionālā parka un Abavas senlejas dabas parka plāni būs gatavi 2009. gada beigās. Vasaras sākumā uzsākts darbs pie Ziemeļvidzemes biosfēras rezervāta piekrastes un Dvietes palienes dabas parka tūrisma attīstības plāniem – jūnija sākumā abās teritorijās notika ievadsemināri, un 2010. gada beigās katram būs iespēja iepazīties ar rezultātu – abiem šo teritoriju plāniem.

Projektā izdota jauna ceļojumu karte “Skatu vietas Latvijā”. 2010.gadā tiks izdota “Dabas taku karte” un “Velokarte”.

Kvalitātes nodrošināšana Eiropas lauku tūrismā

Projektu finansē EK “Leonardo da Vinci” programma.

Šis sadarbības projekts ir uzsākts kopā ar Grieķijas, Slovēnijas, Bulgārijas un Andalūzijas (Spānija) lauku tūrisma asociācijām, piedaloties Eiropas lauku tūrisma federācijai “EUROGITES”.

Projekta ietvaros tiks sagatavots internetā lietojams mācību līdzeklis lauku tūrisma uzņēmējiem, kas īpaši noderīgs iesācējiem, plānojot un iekārtojot lauku tūrisma mītni. Tajā būs ietvertas pašas būtiskākās prasības lauku tūrisma kvalitātei, kas kopīgas visās Eiropas

valstīs. Mācību līdzeklis tiks aplūkoti kvalitātes kritēriji, sniegts to skaidrojums un ilustrācijas – attēli, kas raksturo attiecīgo kvalitātes prasības kā pozitīvā, tā negatīvā rakursā. Fotoattēlus iesūtījuši projekta partneri – tas ir interesants ieskaits par to, cik daudzveidīgs un atšķirīgs ir lauku tūrisma piedāvājums dažādās valstīs. Kvalitātes kritēriji ir noteikti praktiskā ceļā – salīdzinot Eiropas valstu lauku tūrisma piedāvājumu, ņemot vērā klientu atsauksmes un prasības. Arī LC ir uzsācis aptauju interneta vidē – anketa pieejama 12 valodās. Sk. www.aptaujas.celotajs.lv

“Baltijas Zaļā josta” – militārais mantojums Kurzemes piekrastē

Projektu finansē ES Interreg IV B programma.

Projekts uzsākts sadarbībā ar nacionālo parku administrācijām, vides aizsardzības, izglītības un tūrisma organizācijām Baltijas jūras reģiona valstīs – Vācijā, Polijā, Lietuvā, Latvijā, Igaunijā, un tas uzskatāms par noslēdzošo posmu Eiropas Zaļās jostas tīklā.

Projekta ietvaros ir apsekota Baltijas jūras piekraste Latvijā un tur saglabājušies padomju laika militārie objekti un teritorijas, kā arī īpaši aizsargājamās dabas teritorijas, kas veidotas bijušās slēgtās zonas ietvaros. Militārie noslēpumi vienmēr un visos laikos tikuši rūpīgi glabāti un slēpti. Nav jābrīnās, ka pat šobrīd par to, kas bijis Latvijā līdz pat 1994. gadam, kad Krievijas armija atstāja Baltiju, zināms visai maz. Tikai tagad uzzinām, ka

bijušajā Latvijas PSR atradās vairāk nekā 1000 karaspēka daļu, kuras bija izvietotas apmēram 600 objektos, turklāt kopējā militāro bāzu kopplatība aizņēma vairāk nekā 10% Latvijas teritorijas.

Turpmākā projekta gaitā paredzēts informāciju par militārajiem objektiem ievietot internetiem pieejamā veidā mājaslapas www.celotajs.lv sadaļā “Vērts redzēt”.

LC plāno izdot karti, kurā tiks iekļauti bijušie militārie objekti Kurzemes piekrastē, kā arī atsevišķi interesanti objekti visā Latvijā.

Ja arī jums ir savs stāsts, kas saistās ar kādu no bijušajiem militārajiem objektiem Baltijas jūras piekrastē, būsim pateicīgi, ja dalīsieties savā pieredzē ar “Lauku ceļotāju”. (antra@celotajs.lv)

“Nacionālie parki & ieguvumi” – jauni tūrisma produkti Ķemeru nacionālajā parkā

Projektu finansē ES Interreg IV B programma.

Projekts apvieno valstis ap Baltijas jūru. Latvijā tas tiek realizēts, sadarbojoties LC un Ķemeru nacionālā parka (ĶNP) administrācijai.

Ir tapuši četri jaunu tūrisma maršrutu apraksti, kas projekta ieviešanas gaitā tiks iekļauti topošajā ĶNP tūrisma ceļvedī un būs pieejami mājaslapā www.celotajs.lv

Projektā plānots izdot arī visu Latvijas nacionālo parku ceļvedi.

LKA aicina nozari aktivizēties

Mēs esam sapratuši, ka tikai kopā risinot problēmas un kopīgi paužot vienotu nostāju dažādos jautājumos, var panākt mums labvēlīgāku lēmumu pieņemšanu. Tas ir ne tikai efektīvāk, drošāk un pārliecinošāk, bet arī ekonomiskāk!

Latvijas Kempingu asociācija (LKA) apvieno 15 aktīvākos kempingu īpašniekus, un viņi ir visnotaļ apmierināti ar kopdarbību. Šobrīd iestāšanās maksa ir 50 lati, bet biedru nauda – 20 lati mēnesī. Pašreizējos apstākļos tā nav maza nauda, taču tā visa tiek tērēta kopējiem mārketinga pasākumiem, kas katram atsevišķi izmaksātu krietni dārgāk. Pievienojieties mums! Jo vairāk mūsu būs, jo pilnvērtīgāk varēsim aizstāvēt kopējās intereses, jo vairāk klientu varēsim piesaistīt!

Nebūsim pasīvi! Kopā strādājot, mēs esam panākuši, ka mūsu viedokli uzklausa un ar mums rēķinās. Mums regulāri sūta ar nozari saistītu normatīvo aktu projektu viedokļa izteikšanai, aicina piedalīties dažādās valstiskās darba grupās, esam iestājušies Starptautiskajā Kempingu asociācijā EFCO. Mums ir izveidojusies laba sadarbība gan ar TAVA, gan vietējo TIC pārstāvjiem, gan asociāciju “Lauku ceļotājs”, Latvijas Viesnīcu un restorānu asociāciju (LVRA). Tāpat tiek organizētas regulāras tikšanās ar Lietuvas Kempingu asociāciju, ar Igaunijas kempingu pārstāvjiem. Katru gadu piedalāmies dažādās starptautiskās tūrisma izstādēs Latvijā, Vācijā, Somijā, Holandē, Polijā un citviet. Šajās izstādēs meklējam jaunus kontaktus ar dažādām tūrisma firmām un individuāliem ceļotājiem.

Ir izveidojusies laba sadarbība ar Holandes, Vācijas un Dānijas kempingu nozares organizācijām. Mūsu biedri bez maksas tiek reklamēti starptautiskos kempingu katalogos. Šogad dāņu kolēģi bija mums, Igaunijas un Lietuvas kolēģiem noorganizējuši četru dienu mācību braucie-

nu uz Dāniju, kura laikā mēs varējām iepazīties ar Dānijas kempingu standartu, kvalitātes prasībām, kā arī apskatīt vairākus kempingus. Mums pašiem bija jāsedz tikai ceļa izdevumi uz Dāniju un atpakaļ. Šādi pieredzes braucieni ir ļoti vajadzīgi, jo tie palīdz saprast ārvalstu tūristu prasības un vēlmes.

Rudens sezonai iestājoties, sākam apkopot šīs vasaras rezultātus un gatavoties jaunajai, 2010. gada sezonai.

LKA plāni nākamajam gadam

- Izdot jaunu LKA kempingu karti ar LKA biedriem (šis būs jau 4. buklets, kuru plānojam izdot vismaz 30 000 eksemplāru metienā).
- Piedalīties starptautiskajās tūrisma izstādēs Nīderlandē, Somijā, Zviedrijā un Vācijā (ar TAVA palīdzību), kā arī Lietuvā un Igaunijā, (kooperējoties ar Lietuvas un Igaunijas kempingu asociācijām). Mūsu pieredze rāda, ka tieši no šīm valstīm ir vislielākais tūristu skaits, kas izvēlas atpūsties kempingos. Katru gadu šajās izstādēs izplatām LKA kopējo kempingu karti (vismaz 25 000 eksemplāru), kā arī LKA biedru bukletus un informācijas lapas.
- Turpināt regulāras visu biedru tikšanās (vismaz 5 reizes gadā), lai kopīgi risinātu dažādus problēmjautājumus, kā arī apspriestu cenu politiku.
- Sniegt konsultācijas ikvienam, kuru interesē kempingu darbība, pārstāvēt kempingu intereses valsts un starptautiskā līmenī, turpināt aktīvu sadarbību ar vietējiem un starptautiskiem tūrisma nozares pārstāvjiem, kā arī Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kameru, Darba devēju konfederāciju.
- Piesaistot ES struktūrfondu līdzekļus, izstrādāt un ieviest jaunu kempingu standartu.

LKA biedri izvērtē sezonu – kempings “Apaļkalns”

Kempingam “Apaļkalns” šī bija tikai otrā sezona. Tā tuvojas noslēgumam, un nu var sākt to izvērtēt un uz karstām pēdām domāt, ko uzlabot nākamgad.

Samērojot rezultātus ar ieguldījumu reklāmas un atpazīstamības jomā, būtu gribējies sasniegt labākus rādītājus nekā pirmajā sezonā, bet, zinot situāciju valstī, droši vien ir jāpriecējas, ka izdevies noturēties iepriekšējās sezonas līmenī.

Tā kā kempings specializējas tieši uz klusās atpūtas cienītājiem, tad mazāk izjūt lielo pasākumu trūkumu. Tādā pašā virziena strādāsim arī nākamajā sezonā.

Šogad jūtami mazāk ceļo Latvijas tūristi. Tomēr ārzemnieki ar kemperiem un teltīm vēl aizvien meklē klusas vietas.

Nākamajā sezonā plānots pabeigt vēl vienu sanitāro mezglu ēku, kur būs pieejama veļas mazgāšana, dušas un labierīcības cilvēkiem ar speciālām vajadzībām. Kopā ar apkārtējiem tūrisma produkta piedāvātājiem izveidota tuvākās apkārtnes karte ar skaistākajām vietām un iespējām. Tā visi kopā centīsimies ceļotājus ilgāku laiku noturēt Cēsu pusē.

Secinājums: ja lielo pasākumu organizētāji droši vien spēcīgi izjūt krīzi, tad mazie klusās atpūtas kempingi vēl var noturēties, tikai tam nepieciešams krietni vairāk izdomas, finanšu un sadarbības.

Juris Leimanis



Kempingam “Apaļkalns” izdevies noturēties iepriekšējās sezonas līmenī

Vieno tūrisma firmas

Astrīda Trupovnice

ALTA izpilddirektore

www.alta.net.lv, alta@alta.net.lv

Latvijas Tūrisma aģentu asociācija (ALTA) dibināta 1991. gadā. Nacionālās tūrisma aģentu asociācijas rašanās bija iespējama līdz ar Latvijas valstiskās neatkarības atjaunošanu. ALTA ir veidojusies un attīstījusies reizē ar visas Latvijas tūrisma nozari. No domubiedru grupas tā izaugusi par valsti, Baltijā un plašākā pasaulē pazīstamu asociāciju, kas uz brīvprātības pamatiem apvieno ievērojamu daļu Latvijas tūrisma aģentu un operatoru.

Asociācijas misija – kopīgā darbībā uz brīvprātības un līdztiesības pamatiem likumu un Biedrības statūtu ietvaros, izveidot kopīgu vadības institūciju, kas koordinē tūrisma aģentu un tūrisma operatoru darbību, aizstāv un pārstāv to intereses.

Asociācijas galvenie mērķi:

- pārstāvēt un aizstāvēt savu biedru profesionālās un finansiālās intereses;
- piedalīties likumdošanas aktu izstrādāšanā;
- aizsargāt savas profesionālās un finansiālās intereses valsts saimnieciskajā darbībā;
- veicināt sadarbību ar vietējām, ārvalstu un starptautiskajām tūrisma apvienībām un asociācijām;
- piedalīties starptautiskos projektos, kas veicina tūrisma nozares attīstību;
- piedāvāt saviem biedriem konsultatīvos pakalpojumus jautājumos, kas saistīti ar tūrisma biznesa attīstību,
- organizēt profesionālās kvalifikācijas paaugstināšanu Biedrības biedriem;
- izstrādāt Latvijas valsts interesēm atbilstošu tūrisma biznesa darbības ētikas principus un sekot to ievērošanai.

Šajos gados asociācijas biedru rindās darbojušies vairāk kā 100 tūrisma aģentu un sadarbības organizāciju (avio un apdrošināšanas kompānijas, autonomas, radniecīgās asociācijas). Laiks rit, mainās biznesa vide un arī ALTA biedru sastāvs – dažs savu biznesu slēdz

vai aiziet no Latvijas, daži apvienojas, dažam par apgrūtinājumu kļūst ievērot asociācijas Statūtus un Ētikas kodeksu.

Šodien ALTA apvieno 46 tūrisma aģentūras un operatorus, 11 asociētos biedrus un 6 sadarbības partnerus.

ALTA veicina savstarpēju uzticību un labvēlīgu biznesa gaisotni savu biedru attiecībās. Asociācijas biedru devīze ikdienas darbā ir – “Godīga konkurence un godprātīga attieksme pret klientu!” Piederība nozares asociācijai ir katra tās atsevišķa biedra profesionalitātes apliecinājums klientam un vairumam partneru ārvalstīs.

ALTA daudz uzmanības velta gan aģentūru personāla informēšanai par norisēm nozarē un viņu apmācībai, gan arī klientu un sabiedrības kopumā izglītošanai, lai tie saprastu tūrisma pakalpojumu būtību, apzinātos savas tiesības un pienākumus, ar atbildību izvēlētos savu tūrisma aģentu.

ALTA kopš pirmajiem darbības gadiem aktīvi piedalās starptautisko tūrisma organizāciju darbā. Sākotnēji nozīmīgākā mums bija dalība Starptautiskajā tūrisma aģentu asociāciju federācijā (UFTAA), bet kopš pievienošanās ES – Eiropas Savienības Tūrisma aģentu un operatoru asociāciju grupā (ECTAA).

Šobrīd dalība ECTAA sniedz ne tikai pieeju visai likumdošanai tūrisma jomā Eiropā, bet arī iespējas paust Latvijas viedokli par svarīgiem jautājumiem. Paralēli sadarbībai ECTAA ietvaros īpaši cieša lietišķa sadarbība izveidojusies starp trīs Baltijas valstu un Skandināvijas nacionālajām tūrisma asociācijām.

Jau šodien notiek aktīva gatavošanās kārtējai, nu jau 17. starptautiskajai tūrisma izstādei “Balttour”2010”, kas notiks 2010. gada 5.–7. februārī. Iestrādes ļauj domāt, ka arī šī izstāde būs iespaidīgākais notikums Baltijas valstīs tūrisma jomā, tā apliecinās mūsu nozares dzīvotspēju. Ikviens jau tagad tiek aicināts pieteikties, tā saņemot maksimāli izdevīgus dalības noteikumus.

Nozares kolēģus šajā ne vieglajā ekonomiskajā situācijā aicinām apvienot spēkus, saglabāt godīgas konkurences principus un godprātīgu attieksmi pret klientiem. ■

Kāpēc ALTA atbalsta “Live Riga” kampaņu

Kitija Gitendorfa
ALTA prezidente



Lai arī medijos izskanējušas dažādas aizdomas jaunā Rīgas zīmolešanas projekta kontekstā, izvērtējuši mūsu iespējas, sapratām: skatot to no pozīcijām “varbūt tur būs kaut kas sliktš”, tālu netiksim. Tādēļ arī ALTA nolēma atbalstīt Rīgas zīmolešanas projektu “Live Riga”. Nepieciešamība pēc šāda veida mārketinga pasākumiem bija jau sen. Valsts, tāpat arī Rīgas popularizēšana praktiski nenotika, bet apstākļos, kad tūristu skaits kritums ir tik liels, tā turpināt vairs nevaram atļauties. Ne noliedzami, ar veiksmīgu mārketinga kampaņu Rīgai, valstij var piesaistīt papildu tūristus.

Turklāt jau izstrādātā “Live Riga” koncepcija mūs apmierina, tā ir moderna, stilīga, atraktīva, industrijai pieņemama.

ALTA biedri ir gatavi iesaistīties projektu īstenošanā, jo redz iespējas uz tā bāzes veidot kampaņas dažādām tūristu mērķgrupām: atpūtai, biznesam, konferencēm, koncertiem, sportam. Tas atslogos arī pašu tūrisma aģentūru mārketinga tēriņus – liekot izdevumus kopā, apvienojot spēkus, varam izdarīt daudz vairāk.

Nevaru likt galvu ķīlā un sacīt, ka tas, ko mēs redzēsīm pēc gada vai pusgada, būs ļoti skaists. Bet šodien mēs tam ticam, tāpēc arī esam tur klāt, iesaistāties, izsakām savu viedokli, kas tiek ņemts vērā, un tas ir svarīgi.

Tas, ka zīmola koncepcijas izstrādes konkurss netika rīkots atklāti, caur Rīgas domi, bet gan caur “airBaltic”, mūsu skatījumā nav nekas sliktš, tieši otrādi. Ja to darītu Rīgas dome, tad atbilstoši procedūram, kādas tai būtu jāveic, projektu varētu sākt, ātrākais, 2010. gada janvārī, un mēs būtu zaudējuši laiku. Tātad visu šo tukšo sezonu – oktobri, novembri, decembri – ienākošā tūrisma industrija varētu norakstīt. Tagad jau oktobra beigās ārvalstīs tiek plānota pirmā preses konference, kam sekos citas aktivitātes izvēlētos mērķtirgos, liekot kopā galvenos produktus, lai tūristi atbrauktu jau šā gada nogalē.

ALTA ir viens no četriem jaunizveidotā Rīgas tūrisma attīstības biroja dibinātājiem ar 10% uzņēmuma daļu. Valdē gan neesam, bet vismaz pašreiz visiem procesiem stāvam blakus. Līdzko redzēsīm, ka lietas aiziet greizi, ka piepildās kādas no bažām, būsīm pirmie, kas par to runās.

No Rīgas domes puses valdē ir Vita Jermoloviča. Visā nozarē viņu ļoti labi pazīst, un mums ir izveidojies ļoti labs dialogs. To esam raduši arī ar biroja darbiniekiem, kuri jau tikušies ar nozari. Kopīgi esam mēģinājuši akcentēt, kas pēdējā ceturksnī būtu pats svarīgākais, esam apsprieduši, kādas varētu būt sadarbības formas ar uzņēmējiem, kā mārketēt konkrētus pasākumus, kas Rīgā notiks jau ap Ziemassvētkiem; kādām jau iepilnātām tūrfirmu mārketinga aktivitātēm birojs varētu piesaistīties, lai atdevē būtu lielāka.

ALTA, dibinot biroju, ieguldījusi 2000 latu. Tālākais ieguldījums būs atkarīgs no ALTA biedriem, aktivitātēm, kādās birojs un ALTA vēlēšies piedalīties.

Ļoti ceram, ka sadarbība būs veiksmīga un ieguvēji būs visi.

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

Tāl. 67359508, fakss: 67359504

e-pasts: sales@co.inbox.lv

travel.inbox.lv



Īsumā

Pārdod pilis un muižas

Jūlija avīzēs varēja lasīt, ka Ēdoles pils īpašnieki Kaspars Višķins un Ivo Zonne nolēmuši pārdot divus īpašumus – Ēdoles pili un Lāņu muižu. Ēdoles pils tiek pārdota par 2,5 miljoniem latu, bet Lāņu muiža – par 2,1 miljonu latu. Savulaik īpašumi iegādāti par attiecīgi 1,15 un 1,1 miljonu latu.

Novērtē Mālpils un Drubes muižas

Mālpils muiža konkursā "Gada labākā būve 2008" ieguvusi otro vietu nominācijā "Restaurācija" (projektētāji – SIA "Citadeles projekts" un SIA "LDU izpētes un projektēšanas birojs "Kroks"). Latvijas Arhitektu savienības 2008. gada Lielās balvas pasniegšanas ceremonijā **Durbes pils** saņēma atzinību par nesavtīgu darbu ēkas atjaunošanā un vēsturiskās gaisotnes uzturēšanā.

Jauniešu naktsmājas Dundagas pilī

Dundagas pilī iekārtota jauniešu mītne. Pilskundze Baiba Dūda kopā ar dundadziekiem ir parūpējies par to, lai daudzām leģendām apvītajā Dundagas pilī tagad būtu iespējams atrast arī naktsmājas. Tās aprīkotas kā barona un viņa piecu bērnu telpas. Barona apartamenti iekārtoti viesiem – komforta cienītājiem.

Zaubē – Annas muiža

Pēc piecus gadus ilgušiem renovācijas darbiem Zaubes pagastā durvis vērusi dizaina viesnīca – Annas muiža. Viesnīcā būs pieejams spa, baseins, *slow food* filozofijas restorāns, plašas divstāvu viesnīcas istabiņas un telpas pasākumiem.

Slēgtas pilis ierīkotās skolas

Slēgtas vairākas skolas, kas līdz šim atradās bijušajās muižās: Zentenes pamatskola, Veclaienes pamatskola, Brantu pamatskola, Birzūļu pamatskola (Mēru muižā), Lielauces pamatskola, Embūtes pamatskola (Bakūzes muižā), Lūznavas pamatskola. Kazdangas arodvidusskola tika slēgta jau agrāk.

Atklāta Rūmenes muiža

Augusta otrajā pusē atklāts Bergu dzimtas mantinieka Justa Nikolaja Karlsona projekts – Rūmenes muiža. Pēc Teodora Zeilera projekta 1876. gadā neogotikas stilā celtā un rekonstruētā Rūmenes muiža tagad pārtapusi par viesnīcas "Hotel Bergs" lauku rezidenci. Latvijā vēl tikai attīstās koncepts, kas pasaulē ir jau labi pazīstams, proti, pilsētas centra viesnīcas klientiem ir iespēja atpūsties arī viesnīcas lauku rezidencē. Tādējādi muižas koncepts atbilst *resort* (kūrortviesnīcas) un *executive retreat* kategorijai.

Atjauno pilis Lizumā un Inešos

Inešu pagasta padome ar ES fondu atbalstu veic tautas nama rekonstrukciju. Tautas nams atrodas **Vecpiebalgas muižas pilī**. Projekta kopējās izmaksas – 130 tūkstoši latu. Tas jāīsteno gada laikā. Ēkā tiks rekonstruētas centrālās kāpnēs, tautas nama lielā un mazā zāle, kā arī skatuve un gaitenī. Lizuma vidusskolas attīstības biedrība no Kultūrkapitāla fonda saņēmusi 1500 latu finansējumu **Lizuma muižas pils** Zilās zāles restaurācijas projekta izstrādei.

Nāciet mūsu pulkā! Iestāsimies par kultūras mantojuma saglabāšanu!

Latvijas Piļu un muižu asociācijas (LPMA) valde aicina nākt savā pulkā un kļūt par biedriem tos speciālistus, kuri ar savām zināšanām var un grib iesaistīties kultūras mantojuma saglabāšanas darbā. Tāpat tiek aicināti interesenti, kas var un grib iesaistīties informācijas sagatavošanā un izplatīšanā; jaunieši, studenti, kas pēta vēsturi, gatavo kursadārus, diplomdarbus par kultūras mantojuma tēmām un dara to ar īpašu interesi un vēlmi iesaistīties šajā sabiedrībai tik nozīmīgajā darbā. LPMA gaida arī cilvēkus, kuru interese ir kultūras mantojuma saglabāšana, bet specialitāte it kā pavisam cita: juristi, žurnālisti, kultūras darbinieki.

Asociācijas biedrus uzņem LPMA valdes

sēdē. Biedri maksā biedru naudu (20 lati gadā), piedalās biedru sapulcēs un semināros.

Izveidojoties individuālo biedru grupai, valde aicinās savus biedrus dot iespēju bez maksas apmeklēt LPMA biedru muzejus, izstādes un ekspozīcijas, piešķirt atlaides citiem pakalpojumiem.

Pieteikumus var sūtīt elektroniski: pilis@pilis.lv brīvā formā. Pieteikumā jābūt norādītiem personas datiem, adresei un motivācijai. Konsultācijas pa tālr. 26524193.

Augusta valdes sēdē uzņemti pirmie divi šādi biedri, kas iesaistīsies Latvijas Piļu un muižu asociācijas 10 gadu jubilejas (2010. gadā) sagatavošanas darbos, palīdzot projektu organizēšanā un vadīšanā. ■

Lūdz ziedojumus grāmatai

Sakarā ar topošo grāmatu par Latvijas pilīm un muižām, kas tiks izdota 2010. gadā, ir ļoti nepieciešams sabiedrības un uzņēmēju atbalsts un palīdzība. Latvijas Piļu un muižu asociācija ir sabiedriskā labuma organizācija, kam var ziedot līdzekļus, saņemot ienākuma

nodokļa atlaides.

Asociācijas kots: Latvijas Piļu un muižu asociācija, Reģ. nr. 40008053237, Lāčplēša ielā 24, Rīgā, LV-1011; SEB bankas Rīdzenes filiāle, UNLALV2X, norēķinu kots nr. LV88UNLA0050002396525. ■

Latvijas muižnieku turnīrs Durbes pilī



17. augustā Tukumā Durbes pilī notika Latvijas muižnieku turnīrs, uz kuru pulcējās trīspadsmit komandas, kas pārstāvēja vienpadsmit muižas un pilis, proti, kopā sabrauca cilvēki, kas pilis un bijušās muižas apsaimeņo šodien. Šāds turnīrs kādā no Latvijas muižām notiek ik gadu. Lai turnīrs neizvērstos par stiprā dzimuma spēka un spēju izrādīšanu, šogad rīkotāji pasākumam deva moto "Ar prātu vairāk padara nekā ar spēku". Tādējādi sportiskās disciplīnas mijās ar atraktīvām spēju un varēšanas pārbaudēm. Tā nu mājinieku, Apriķu, Arendoles, Rūmenes, Tāšu, Ungurmuižas, Varakļānu, Vērgales, Vilces, Bīriņu un Cesvaines (abām pēdējām pa divām) komandu starpā valdīja olimpiska gaisotne. Dalībnieki ne tikai rādīja savu attapību, orientējoties parkā un pils

interjerā, bet arī iepazīna pils un parka vēsturi un teritorijā esošos objektus.

Vislielākā jautrība valdīja veiklības stafetē, bet par azartiskāko spēli izvērtās "Kungu spēle", ko turnīra dalībnieki spēlēja vēl ilgi pēc sacensību noslēguma. Dažas muižnieku disciplīnas prasīja spēku un izturību, citas – attapību, vēl citas – vērtību, piemēram, dalībniekiem bija pareizi jāsaļiek pils interjera priekšmetu fotogrāfijas un pēc tam šie priekšmeti jāatrod kādā no telpām.

Savukārt spriedzes pilnās orientēšanās sacensības, kas notika pils parkā, prasīja daudz fiziskā spēka. Katrai komandai bija jāatrod astoņi objekti. Kopvērtējumā Muižnieku turnīra kausu ieguva Vilces muižas komanda, 2. vietā ierindojās rūmenieši, bet 3. vietā – Cesvaines pils jauniešu komanda. ■



Draugiem.lv aicina apciemot Latvijas pils

Apciemosim Latvijas pils! – šogad Latvijas Piļu un muižu asociācija, sadarbojoties ar portāla draugiem.lv sadaļu “Brain”, aicināja visus interesentus virtuāli izzināt muižu stāstus, apciemojot 15 pils un muižas.

Ikviens varēja virtuāli apciemot Latvijas pils un muižas, pārbaudīt savas zināšanas vēsturē. Dalībniekiem bija jāizspēlē 19 spēles, katrā no tām atbildot uz 16 āķīgiem jautājumiem, un jāsaliek 15 piļu puzzles, lai varētu cīnīties par spēles uzvarētāja titulu un iespēju kopā viesoties Turaidas muzejrezervātā.

Kopā tika izspēlētas 110 000 spēles. Vislielākā piekrišana bija spēlēm “Bīriņu pils” (15 567 spēlētāji) un “Spoku stāsti” (12 519). Visieciņtākās puzzles – “Mārcienas muiža” (22 504), “Bīriņu pils” (20 716) un “Turaidas muzejrezervāts” (18 338).

Latgales virzienā doties aicināja Krāslavas pils komplekss, Zemgales virzienā – Gārsenes un

Blankenfeldes muižas. Kurzemi pārstāvēja Durbes pils Tukumā, Jaunmoku pils un Jaunpils pils. Visviesmīlīgākā bija Vidzeme – ceļot un zināšanas pārbaudīt aicināja Cesvaines pils, Jērcēnmuiža, Jaunlaicenes muiža, Doles muiža – Daugavas muzejs, Turaidas muzejrezervāts, arī naktsmāju un atpūtas piedāvātājas Bīriņu pils, Mālpils muiža, Dikļu pils, SPA kūrorts “Mārcienas muiža”.

Tiem, kas piedalījās spēlē “Spoku stāsti”, nācās atsvaidzināt atmiņā, kurā pilī dzirdēts par Balto dāmu, kurā – par Zaļo un Melno dāmu. Vai kungi arī mēdz spokoties? Savulaik muižās dzimuši, dzīvojuši vai ciemojušies dažādi Latvijā un pasaulē slaveni vīri (arī pa kādai slavenai sievai). Par dažiem no viņiem tika jautāts spēlē “Personības”. Spēlē “Arhitektūra”, protams, jautājumi par arhitektūru un arhitektiem, bet noskaidrot to, kas bijušajās viduslaiku pilīs un vēlāko laiku muižās notiek šodien, palīdzēja spēle “Mūsdienu”.

Jaunas muzeju ekspozīcijas

Jēkabpils vēstures muzejā izbūvēs un aprīkos atklātā krājuma telpas **Krustpils pils** B korpusā, kā arī atjaunos muzejpedagoģisko programmu nodarbību telpu, kurā tiks veikta uz sienām konstatētā mākslīgā marmora restaurācija. Krustpils pilī atjaunota arī Mazgāšanās telpa.

Cēsu vēstures un mākslas muzejs iekārtojis restaurācijas darbnīcu un maijā skatītājiem varēja parādīt pirmos piecus restaurētos priekšmetus.

Balvu pašvaldība, kapitāli pārbūvējot vairākus nekā 200 gadu vecu muižas klēti, veido Ziemeļlatgales Nemateriālā kultūras mantojuma centru. Mūsdienīgi iekārtotās ekspozīcijas ļaus apmeklētājiem gan vizuāli, gan audiāli uztvert

unikālās Ziemeļlatgales vēstures, folkloras, etnogrāfijas un netradicionālās kultūras vērtības. Uz jaunajām telpām jau pamazām pārvieto arī Balvu novada muzeju, savukārt tālākai centra izveidei paredzēts piesaistīt gan ES kultūras mantojumam atvēlēto programmu finansējumu, gan iesaistīties kādā no pārrobežu projektiem.

Turaidā atklāta jauna digitālā programma “Turaidas fogti un Rīgas arhibīskapijas vasaļu dzimtas. 13.–16. gs.”. Digitālā programma papildinās Turaidas pils Rietumu korpusa 2. stāva ekspozīciju “Turaida Rīgas arhibīskapijas sastāvā no 13. līdz 16. gadsimtam”. Programmā ikviens var atrast bagātīgu informāciju par Turaidas pārvaldnieku dzimtām un viņu ģerboņiem.

Arheologu atradumi

Būvējot Ventspīlī skolēnu jaunrades namu, celtnieki nejauši uzgājuši Livonijas laika ordeņa pilsētu. Nekur Latvijā viduslaiku kultūrlānis nav saglabājies tik neskarts. Vēsturniekiem tagad ir cerības iegūt svarīgas ziņas par 13.–15. gadsimtu un arī 16. gadsimta pirmo pusi.

Jūlija beigās Siguldas Krusta kalnā noslēdzās arheoloģiskās izpētes sezona, kuru organizēja Turaidas muzejrezervāts. Arheoloģisko izrakumu trešajā sezonā izpētīts 30 kvadrātmetru liels laukums kalna dienvidu daļā. Šī

gada atradumi – bezripas keramikas lauskas – apstiprina jau iepriekšējās izrakumu sezonās iegūto informāciju: Krusta kalns ir vecākā zināmā apdzīvotā vieta Siguldā.

Doles muižā – Daugavas muzejā nonākuši veseli pieci lielgabali, kas atrasti Salaspīlī jaunā stadiona un ceļa celtniecības laikā. Pirmais no tiem – 17. gadsimta lielgabals – tika atrasts 6. jūnijā un ir jau apskatāms muzejā. Pārējie četri lielgabali tagad vēl jāattīra, jānoskaidro precīzs vecums un citas iespējamās ziņas.

Īsumā

Cesvaines pils apmeklētāja karte

Cesvaines pili iespējams iegādāties Cesvaines pils apmeklētāja karti, kas izveidota ar mērķi padarīt šo pili pieejamu ne tikai tūristiem, bet arī vietējiem iedzīvotājiem – lai cesvainieši te vienmēr justos gaidīti un laipni aicināti, lai varētu bez maksas kaut katru dienu kāpt tornī, vērot savas pils atjaunošanas darbus, iet uz muzeju, nokāpt pagrabos vai vienkārši pasēdēt uz pils terases un izbaudīt rīta saules starus.

Izdots albums “Rundāles pils”

Respektablajā, ilustratīvi un informatīvi bagātīgajā apgāda “Jumava” izdotajā albumā apkopots mākslas vēsturnieka un Rundāles pils muzeja direktora Imanta Lancmaņa pētījums par pils vēsturi un ilggadējā pils fotogrāfa Inta Lūša 250 fotogrāfijas ar plašiem paskaidrojumiem piecās valodās.

Mūsdienu aristokrāti Latvijā

LNT raidījuma “Bez tabu” vasaras rubrikā “Mūsdienu aristokrāti Latvijā” ik piektdienu tika rādīts sižets par kādu privātu muižu. Tagad astoņus sižetus – tostarp par Oleru muižu, Cirstu muižu, Zvārtavas pili, Arendoles muižu u.c. – var noskatīties internetā (www.tv3.lv/beztabu).

Par Dikļu skaistumu – jūras plašumos

Maijā Dikļu pils piedalījās “Tallink” organizētajās Skaistuma dienās, kur trijos reisos maršrutā Rīga – Stokholma – Rīga rādīja, stāstīja, iepazīstināja un ļāva arī nedaudz izbaudīt pils piedāvātos labumus. www.diklupalacehotel.com

Kamermūzika Balvu pilī

22. un 23. augustā Balvu muižas koncertzālē notika jau 10. Balvu kamermūzikas festivāls “Pāri visai Latvijai”. Liepājas simfoniskais orķestris pauda īpašu prieku par uzstāšanos Balvos, kas nu jau desmit gadus neatlaidīgi kopj kamermūzikas tradīciju, regulāros koncertos un ilggadējā Balvu kamermūzikas festivālā pieradinot publiku pie vislabākā, ko sniedz Rietumu mūzikas kultūra.

Cēsīm atzinība no “Let’s Go”

Cēsu pašvaldības aģentūra “Vidzemes vēstures un tūrisma centrs” jūlijā ieguvusi atzinību no starptautiskā tūristu ceļveža izdevēja “Let’s Go”. Cēsu pils komplekss kā interesants tūristu galamērķis saņēmis pateicības vēstuli un uzlīmi, kas apliecina kvalitatīvu un laipnu apkalpošanu kompleksā. Šogad Cēsu pils kompleksā viesojušies vairāki nekā 20 000 apmeklētāji, tostarp arī “Let’s Go” korespondenti.

Porcelāna apgleznošana Zvārtavā

No 28. maija līdz 9. jūnijam Zvārtavas pili risinājis Starptautiskais porcelāna apgleznošanas simpozījs “Kopā 2007”. Tajā piedalījās mākslinieki un porcelāna apgleznošanas meistari no visas pasaules. Zvārtavas pils lepojas ar iepriekšējo deviņu simpoziju darbības laikā tapušo unikālo porcelāna kolekciju. (www.zvartavaspils.lv)

Noskaidroti labākie pavāri

Izstādes “Rīga Food 2009” laikā biedrība “Pavāru klubs” jau piekto gadu rīkoja vienīgos profesionālos pavāru konkursus Latvijā.

9. septembrī, pirmajā izstādes “Rīga Food 2009” dienā, starptautiskā žūrija lēma par konkursa “Latvijas 2009. gada konditors” uzvarētāju atzīt SIA “Ogres prestižs” konditori Māriku Bērziņu. Otrā vieta – SIA “Landrika-L” meistarei Evai Vormai, bet trešā vieta – restorāna “Kaļķu vārti” topošajai konditorei Alinai Konovalovai. Konkursu rīkoja SIA “Gemoss” sadarbībā ar Pavāru klubu un Starptautisko izstāžu rīkotājsabiedrību BT 1.



Gada pavāra goda tituls tika piešķirts Terēzei Kondratei (viesnīcas “MaMa” restorāns, Jūrmala). Otrajā vietā ierindojās Reinis Stalbovs (“Hotel Bergs” restorāns, Rīga), bet trešajā vietā – Viesturs Lasmanis (restorāns “Kaļķu vārti”, Rīga)

“Rīga Open Culinary Cup” galvenās balvas izcīņa risinājās 10. septembrī. Čempionātā piedalījās pavāri no septiņām valstīm: Igaunijas, Itālijas, Krievijas, Latvijas, Lietuvas, Polijas un Zviedrijas. Starptautiskā žūrija, izvērtējot konkursantu darbus pēc vairākiem pamatkritērijiem (ēdiena noformējums, garša un produktu saderība, kā arī tehniskā meistarība un darba organizēšana), par uzvarētāju atzina Dmitriju Rozu. tādējādi konkursa galvenā balva – Pavāru kluba sarūpētais čeks par 1000 eiro – tika aizvesta uz Igauniju. Konkursa ģenerālsponsors kompānija “Reaton Ltd.” uzvarētājam pasniedza arī speciālbalmu, proti, šim konkursam īpaši gatavotu “Zelta pavārnīcu”.

Trešā diena izstādē “Rīga Food 2009” Pavāru klubam aizritēja, rīkojot sacensības par goda titulu “Latvijas 2009. gada pavārs”. Šajā konkursā, kas atzīmē nu jau piekto gadskārtu, varēja piedalīties ikviens Latvijas pavārs, kam netrūkst radošās dzirksts un uzņēmības apliecināt sevi profesionālajā meistarībā. Sacensību finālistu vidējais vecums bija 24,5 gadi, bet vidējais darba stāžs – 5,5 gadi.

Konkursu vērtēja žūrija, kuras sastāvā bija šefpavāri no Francijas, Itālijas, Lielbritānijas, Lietuvas, Polijas un Somijas, tostarp – ar vie-



“Pavāru klubs” pateicas BT1, kā arī konkursa ģenerālsponsoriem: SIA “Electrolux Latvia Ltd.,” “Reaton Ltd.,” “Gemoss” un “Nesse-Baltija,” kā arī Rīgas domei

nu vai pat divām Mišelēna zvaigznēm atzīmēto restorānu vadītāji. Pēc viņu vērtējuma, goda tituls tika piešķirts Terēzei Kondratei (viesnīcas “MaMa” restorāns, Jūrmala). Līdz ar šo uzvaru Terēzes īpašumā uz gadu pārgāja arī ģenerālsponsora ceļojošā balva “Reaton Zelta pavārnīca”. Otrajā vietā ierindojās Reinis Stalbovs (“Hotel Bergs” restorāns, Rīga), bet trešajā vietā – Viesturs Lasmanis (restorāns “Kaļķu vārti”, Rīga). ■

Noskaidrots Latvijas labākais galda klājums

Izstādē “Rīga Food 2009” līdzās daudzajiem profesionāļu konkursiem notika arī galda servēšanas konkurss, kurā Latvijas restorāni, kafējnīcas, viesnīcas, mācību iestādes un piegādātāji prezentēja sevi, servējot un dekorējot galdus, uzburot patīkamu vidi maltītes baudīšanai. Konkursu rīkoja Starptautisko izstāžu rīkotājsabiedrība BT 1 un LVRA.

“Izvēloties restorānu, kafējnīcu vai vies-

nīcu, cilvēki visbiežāk vadās no personīgām simpātijām, saņemtā servisa kvalitātes un estētiskā baudījuma. Tas arī palīdz pieņemt lēmumu, vai gribēsies šeit atgriezties. Tieši tādēļ LVRA izlēma jau otro gadu rīkot galda servēšanas konkursu, kur galvenie vērtētāji būs apmeklētāji,” saka Santa Graikste, LVRA izpildītājdirektore.

Konkursam kopā bija pieteikti 11 galda

klājumi no viesnīcām “Baltic Beach Hotel”, “Martim Park Hotel Rīga”, “Hotel Rēderi”, uzņēmumiem “Aviro”, “Arkolat”, “BBC PLUS”, kā arī no profesionālajām mācību iestādēm – Rīgas Tūrisma un tirdzniecības skolas, Mālpils profesionālās vidusskolas un Skrundas arodvidusskolas u.c. Konkursantu veikumu vērtēja 519 izstādes apmeklētāji, balsojot par sev tīkamāko un simpātiskāko galda klājumu.

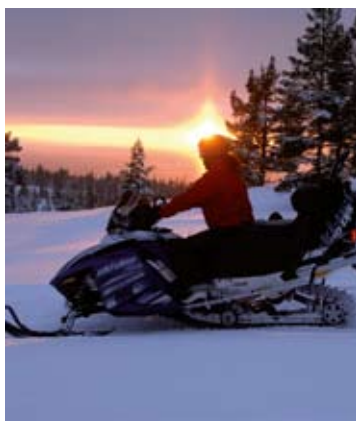
Latvijas 2009. gada galda servēšanas konkursā 1. vietu ar 355 balsīm ieguva Rīgas Tūrisma un tirdzniecības skolas galda klājums, 2. vietu (90 balsis) – Mālpils profesionālās vidusskolas, bet 3. vietu (74 balsis) – Rīgas Pārtikas ražotāju vidusskolas veikums. Veicināšanas balvu saņēma “Hotel Rēderi”, bet LVRA specbalvu – SIA “BBC PLUS”. ■

Viss vīna un alus pagatavošanai mājas apstākļos

Vīna un alus pagatavošanas kursi

www.mansdarzs.com

Welcome to Idre Fjäll - A winter paradise for Children.



Winter dreams

Idre Fjäll is a winter paradise right in the middle of Sweden and one of the country's most reliable destinations for snow. Our ski resort is at the top of Gränjesvålen, surrounded by mighty mountain peaks and views for miles and miles over forest and lakes. For over 40 years the resort has focused on what it does best - snow and skiing. A large number of our guests first stood on skis here or have made a perfect run down one of our slopes. With plenty of accommodation and 41 slopes facing every point of the compass, Idre Fjäll is one of Sweden's largest ski resorts.

Mountain activities

Idre Fjäll offers many exciting winter activities. Skiing is naturally the biggest, with everything from alpine end telemark to snowboard and jibbing. Idre Fjäll is also the perfect place if you like cross-country skiing.

We arrange guided tours across varied terrain, but many of our guests like to go off by themselves. Around the mountain there is 65 km of prepared track, with 13 km lit for night-time exercise. There are also signposted tracks across the bare mountain.



Find out more at
idrefjall.se/english

To find out more about skiing, accommodation and other activities at Idre Fjäll, go to our website idrefjall.se/english. You can book your holiday online and find some special offers. Welcome!

Idre Fjäll

Book on idrefjall.se/english or telephone +46 (0)253-410 00

Tallink Grupa – Jūsu partneris Baltijas jūrā



No Rīgas uz Stokholmu katru dienu!



M/S Romantika



M/S Festival

Tallink biļešu kases Rīgā:

- t/c Origo, A tunelis, Stacijas laukumā 2
- Rīgas pasažieru ostā, Eksporta ielā 3a

 **TALLINK**
Tagad vēl vairāk iespēju!

Informācija, noteikumi un rezervēšana:

tāl. 670 997 00; booking@tallink.lv
www.tallink.lv