

Tūrisms

Cena Ls 0,99

Astrologi
tūrismam prognozē
pārbaudījuma gadus

**“Stenders” piedāvā
SPA katrā viesu mājā**

Vecrīgas krogos
tūristus krāpj mazāk

Tūristus kārdina
ar ātrumlaivām un
ūdensslēpēm

**Pa Lielupi vakariņot
un aplūkot pilis**

NUMURA TĒMA

Ūdenstūrisma potenciāls Latvijā



Aicinām sava biznesa nākotnei izvēlēties Valdo biroju kompleksu



Lielisks ģeogrāfiskais izvietojums

Valdo biroju komplekss atrodas Rīgā, Bauskas ielā 58a (Ziepniekkalns), Salu tilta tuvumā un apmēram 7 minūšu brauciena attālumā no Rīgas pilsētas centra. Mūsdienās būtiska nozīme ir biroja atrašanās vietai, ērtai piebraukšanai un automašīnu novietošanas iespējai, attālumam līdz stratēģiski svarīgiem infrastruktūras objektiem, piemēram, tādiem kā lidosta, pilsētas centrs utt. Valdo biroju komplekss apvieno visus šos nozīmīgos aspektus!

Orīgināla arhitektūra

Kompleksu veido divas deviņstāvu ēkas ar desmit stāvu savienojošo daļu, no kurām paveras brīnišķīgs skats uz Rīgu. Telpas ir plānotas tā, lai tajās būtu dienas apgaismojums. Biroju kompleksā ir trīs mūsdienīgi ātrgaitas lifti, regulējama ventilācija, apkure un gaisa kondicionēšana, kā arī citas ērtības.

Valdo biroju komplekss ir mūsdienīgs un komfortabls,
atbilst jaunākajām tehniskajām prasībām.
Tam ir ērti piekļūt!

Žurnāls tūrisma profesionāļiem

Tūrisms

Masu informācijas līdzekļa

reģistrācijas numurs:

0007031166

Dibinātājs:

Tūrisma attīstības valsts aģentūra

Reģistrācijas Nr. 90000431840

Direktors: Armands Slokenbergs**Adrese:** Brīvības ielā 55, LV-1519, Rīga, Latvija**E-pasts:** tda@latviatourism.lv**tālr.:** +371 67229945**fakss:** +371 67358128**mājaslapa:** 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:** Kristians Rozenvalds, Ilze Pūpoliņa,

Inta Rozenvalde, Ilze Miķelsone, Baiba Lulle,

Oskars Grīslis, Gaļina Stubailova un Aigars Ieviņš

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

Žurnāls "Tūrisms" – novēloti, bet savlaicīgi

Gada sākumā turpināju pārdomāt, cik bieži un vai vispār būtu izdodams žurnāls "Tūrisms". Daudzi mani mudināja žurnālu izdot tikai elektroniskā formātā, tādējādi it kā sekojot līdzi jaunajām tendencēm, jo tagad jau visi un visu izlasot tikai internetā.

Taču mani uzrunāja pasaules vadošo žurnālu izdevēju apkopotā informācija par aizvadītā gada un šā gada pirmo mēnešu pārdošanas datiem. Izrādās, ka, neskatoties uz krīzi visā pasaulē, pārdoto žurnālu skaits tomēr ir būtiski palielinājies.

Jā, protams, gan krīzes, gan arī interneta attīstības dēļ ir mainījušies informācijas iegūšanas paradumi visā pasaulē – jaunumus, kurus iepriekš cilvēki uzzināja no avīzēm, tagad izlasa internetā, turklāt neko nemaksājot un daudz ātrāk. Taču to sajūtu, kas cilvēkam rodas, lasot žurnālu, internetā vēl nav iemācījušies iedot. Žurnāls domāts vairāk nesteidzīgai baudīšanai – atpūtas krēslā, divānā, gultā, arī kafejnīcā, transportā, birojā kopā ar kafiju, ja pagadijies brīvs brītiņš. Un, ja jau citi to var, kāpēc lai šai pieredzei nesekotu arī žurnāls "Tūrisms"?

Žurnālā numura tēma

Iepriekš žurnāls "Tūrisms" bija vairāk piesaistīts konkrētam laika periodam, taču tagad vēlos vairāk pievērsties kādas tēmas padziļinātai aplūkošanai. Šajā numurā daudz rakstīts par ūdenstūrisma potenciālu, jo nesteidzīgas un lēni, ar garšu izbaudāmas Latvijas kontekstā tam varētu būt ievērojama loma.

Jau tagad zinām, ka nākamais numurs, kuru plānojam jūlija sākumā, tiks veltīts velotūrisma potenciālam. Jau šo numuru gatavojot, mums tika atsūtīti vairāki raksti par šo tēmu, tādējādi apliecinot tās aktualitāti.

Nozares līdzdarbošanās žurnāla saturā

Joprojām varu atkārtot to pašu, ko sacīju pirms gada – šis ir ne tikai žurnāls tūrisma profesionāļiem, bet arī pašu profesionāļu veidots izdevums, un, manuprāt, visi no tā ir tikai ieguvēji. Tādējādi žurnāls ir kā diskusiju telpa, kur izpausties profesionālajām organizācijām, iniciatīvām un arī pētniekiem.

Pateicos par radošo sadarbību TAVA, ALTA, Lattūrinfo, "Lauku ceļotājs", Latvijas Piļu un muižu asociācijai, Pavāru klubam, kā arī Ekonomikas ministrijai, Jūrmalas pašvaldībai un Eiropas Komisijas pārstāvniecībai Latvijā. Paldies Vidzemes Augstskolai! Cerams, ka nākamā numuru veidošanā aktīvāk līdzdarbosies arī citas augstskolas.

Reklāma – mūsu ienākumu avots

Žurnālu reklāmas pārdošanas jomā pasaules tendences ir pozitīvas, un tas ir loģiski, ņemot vērā to, ka pieaug pārdoto žurnālu skaits. Arī žurnālam "Tūrisms" nebūtu pamata sūdzēties, jo ir ļoti skaidri definēta tā auditorija, turklāt tas ir vienīgais drukātais izdevums tūrisma nozares profesionāļiem. Mums tikai jāpilnveido savas pārdošanas iemaņas, lai šos labvēlīgos apstākļus vēl prasmīgāk izmantotu. Darīsim visu, lai pārliecinātu tos Latvijas un ārvalstu klientus, kuri vēlas uzrunāt Latvijas tūrisma nozares profesionāļus.

Žurnāls pastkastītēs, kioskos un internetā

Gan šo, gan arī nākamā žurnāla numuru 2000 Latvijas tūrisma profesionāļu saņems bez maksas, taču 2010. gada rudenī bezmaksas abonētu skaits tiks pārskatīts. Līdzšinējā prakse izmaksā pārāk dārgi. Vēlamies, lai abonenti sedz vismaz pašizmaksu par žurnāla drukšanu un pasta pakalpojumiem.

Ļoti centisimies piestrādāt pie tā, lai žurnāls būtu plašāk nopērkams preses izplatīšanas vietās. Tāpat arī ceram uz lielo organizāciju atsaucību, kuras varētu žurnālu iegādāties vairumā savu darbinieku vai klientu vajadzībām.

Taču noteikti arī 2010. gadā žurnāla PDF versiju varēs bez maksas lejuplādēt internetā – www.TurPro.lv.

2010. gada 17. maijā

Kristians Rozenvalds,
Žurnāla "Tūrisms" izdevējs



KORPORATĪVO MEDIJU CENTRS

CorpMedia

- Avīzes un žurnāli darbiniekiem
- Avīzes un žurnāli klientiem
- Nozaru avīzes un žurnāli
- Novadu un pilsētu laikraksti

Varam uzņemt pilnu ciklu vai arī tikai kādu no procesiem:

- stratēģijas izstrādāšana
- rakstu sagatavošana
- satura plānošana
- zīmējumi, grafikas, foto
- projekta vadība
- rakstu literārā rediģēšana
- dizaina izstrādāšana
- izdevuma maketēšana
- konsultācijas
- rakstu un/vai maketa korektūra

Piesaistot apakšuzņēmējus, varam nodrošināt arī:

- drukāšanu
- izplatīšanu



Tūristu iecienītais kuģītis uz Jūrmalu

No 1. maija visas vasaras garumā tūristus priecēs izbraucieni ar upju kuģīti no Jūrmalas uz Rīgu un atpakaļ. Ja pilnais maršruts kādam šķiet pārāk ilgs un dārgs, pastāv iespēja doties ar kuģīti arī stundu ilgā braucienā pa Lielupi.

Dzīva pasažieru kuģīšu satiksme pa Lielupi – no Rīgas uz Jūrmalu, Jelgavu un vēl tālāk – notika jau pirms pusgadsimta un vēl senāk. Jūrmalas pilsētas muzeja arhīvā par Rīgas kuģniecību atrodamas ziņas, ka 1948. gadā kuģniecības tvaikoņi apkalpoja 11 pasažieru līnijas. Noslogotākās ir saistītas ar Jelgavu. Maršrutā Jelgava – Majori pārvadāja 52 600 pasažieru gadā, bet maršrutā Jelgava – Rīga 37 700 pasažieru. Daudz brauca arī uz Sloku. Savukārt 1959. gadā upju transports starp Rīgu un Rīgas Jūrmalu kursēja sešas reizes dienā.

Pēc Jūrmalas pilsētas muzeja arhīvā pieejamiem materiāliem, 1960. gadā pa Lielupi no Rīgas uz atpūtas vietām Ķemeru un Slokā esot kursējis pirmais motorizētais pasažieru kuģis “Raķete”. Tas nav bijis parasts kuģis, bet gan motorkuģis ar zemūdens spārniem. Braucamais bijis ļoti moderns – tas konstruēts tikai pirms trim gadiem (1957. g.), būvēts Krievijā, kur pārbaudes braucienā pa Volgas upi tas 413 km garu distanci veicis septiņarpus stundās – četras reizes ātrāk nekā parasts motorkuģis. Kuģim, braucot pilnā ātrumā (60–65 km/h), t.i., “paceļoties uz spārniem”, tā iegrimē samazinājās uz pusi. Ja ātrums bija 18–20 km/h, “Raķete” brauca kā parasts kuģis, taču, ātrumam pieaugot līdz 30 km/h, kuģa priekšgals sāka atrauties no ūdens, tad tas peldēja visslīpāk, un šādā stāvoklī spārniem bija vislielākā ūdens pretestība. Pie 40 km/h kuģa korpus

Kuģīšu kustības grafiks Rīga – Majori – Rīga

KURSEŠANAS GRAFIKS	MARŠRUTS	CENAS, Ls	
		Pieaugušie	Bērni (6–12 g.)
11:00 – 13:30	Rīga – Majori	10,- (5,-) turp 15,- (8,-) turp-atpakaļ	5,- (2,50)
14:00 – 15:00	Pa Lielupi	3,- (2,-)	1,- (-)
15:30 – 16:30	Pa Lielupi	3,- (2,-)	1,- (-)
17:00 – 19:30	Majori – Rīga	5,- (2,50)	3,- (2,-)

Iekavās atzīmētās īpašās cenas attiecas uz ikvienu akcijas “Dižā Baltijas apceļošana” dalībnieku, kurš laikposmā no 1. maija līdz 1. oktobrim var uzrādīt karti, kas apstiprina dalību akcijā (sk. www.greatbaltic.lv).

Rīgā kuģīša piestātne atrodas blakus Vecpilsētai, iepretim Rīgas pilij, 50 metrus no Lielā Kristapa skulptūras virzienā uz Akmens tilta pusi.

Informācija par kuģīša kursēšanas grafiku vai iespējamām izmaiņām grafikā iegūstama mājaslapā www.jurmala.lv.

pilnīgi atrāvās no ūdens. 72 km/h – tāds bija “Raķetes” sasniegtais maksimālais ātrums. Pasažieri bija iecienījuši “Raķeti” tās ātruma un ērtību dēļ.

Bez “Raķetes” pasažierus pa Lielupi vizināja arī tiem laikiem komfortabls upju motorkuģis “Moskvič”, kas saulainās dienās devās izbraukumos pa Lielupi abos virzienos – vai nu uz Rīgu, Ķīšezeru, Buļļuciemu vai arī uz Sloku un Babītes ezeru.

90. gados upju kuģīšu satiksme starp Jūrmalu un Rīgu tika pārtraukta. Pirmie to atsāka upju kuģīša “Jūrmala” īpašnieki. Viņi divus gadus veica maršruta pārvadājumus.

Šobrīd jau trešo sezonu darbojas SIA “Jūras kuģis”, pārvadājumos izmantojot upju kuģīti “New Way”. Tas ir sadarbības projekts ar Jūrmalas pilsētas domi, kura nodrošina upju kuģīti ar Majoru piestātni. Kuģītis ir populārs gan vietējo iedzīvotāju, gan ārvalstu viesu vidū, to apliecina arī statistika: otrajā sezonā individuālo braucieni un korporatīvo pasākumu uz kuģīša ir bijis daudz vairāk nekā iepriekš. Lai piesaistītu jaunus apmeklētājus, šogad kuģītis ir iekļauts akcijā “Dižā Baltijas apceļošana”, tā dalībniekiem maršrutā Vecrīga – Jūrmala – Vecrīga biļetes tiek pārdotas ar 50 procentu atlaidi. ■

Ūdenstūrisma tradīcijas Jelgavā

Andris Tomašūns,
Zemgales tūrisma attīstības biedrības
valdes priekšsēdētājs

Jelgavā jau kopš seniem laikiem liela loma bija Lielupei – gan kā satiksmes ceļam, gan kā zvejošanas vietai, gan arī kā atpūtas vietai.

Par tūristiem Jelgavā sāka domāt pagājušā gadsimta sākumā, kad tika izdotas daudzas pastkartes un pat pirmās grāmatas par pilsētas vēsturi un ievērojamākajām vietām. Toreiz par vērtībām uzskatīja pilsētas vēsturisko apbūvi, pieminekļus, kas bija dabā esošas liecības par Jelgavas slaveno vēsturi.

Sākumā ceļotājus uz Jelgavu atveda karītes, kuģi, vēlāk dzelzceļa vilcieni. Atpūtai aktīvi tika izmantota Lielupe un citas ap Jelgavu esošās upītes, dažādie biedrību nami un tajos notiekošie pasākumi.

Ieskatīsimies senajās fotogrāfijās, bet ne jau tālab, lai nostalgiski patīksminātos, cik viss bijis savādāk vai skaistāk, bet gan, lai rastu atbildes uz jautājumiem, ko darīt šodien. Ko turpināt no mūsu senču aizsāktā, ko darīt atbilstoši mūsdienu vajadzībām un iespējām? ■



Jelgava aicina:

JELGAVA ir liela vīru audzētāja un Zemgales un Kurzemes slavas laiku lieciniece.

JELGAVĀ atrodas hercogu laiku slavenā pils (Viestura piemēģas pils) un citas senlaiku celtnes, kas arhitektoniskā stila skaidrība valdzina katru mākslas draugu.

JELGAVAS pili var apskatīt hercogu kapliču ar ļoti greznajiem vaidnieku atdusas tīrītiem.

JELGAVĀ ir pirmā Latvijas būvniecības skola.

JELGAVA ar savu jūtas jachtu ostu un rāmajiem Lielupes ūdeņiem ir ideāla vieta ūdensporta cienītājiem.

JELGAVĀ – Viestura piemēģas pili, atrodas Latvijas Lauksaimniecības Kameras ēdeklis.

JELGAVAS senatnes pieminekļi, klušā dārze, ērtās satiksmes iespējas, modernam cilvēkam piemēroti dārze un atpūtas apstākļi ir garantija, ka šeit Jūs savu atpūtas laiku pavadīsiet ar laipnību.

Jelgavas pilsētas valde.

Interesants ir reklāmas sludinājums, ko Jelgavas valde publicē žurnālā "Atpūta". Šodien šī reklāma mums parāda, kādas tad ir bijušas tā laika vērtības, ko pilsēta mēģina "pārdot" Jelgavas apmeklētājiem



Starp Jelgavu, Jūrmalu un Rīgu kursēja lielle pasažieru kuģi. Tie bija nozīmīgi satiksmes līdzekļi daudziem, kas dzīvoja gar Lielupi



Atpūtai kalpoja laivas, ar kurām varēja gan paši pavizināties, gan ciemiņus izvazināt



Ūdenssports ir pazīstams jau gandrīz 150 gadus, arī Jelgavā darbojas akadēmiskās airēšanas klubi



Latvijas Republikas laikā vietējie ļaudis bija atraduši veidu, kā laivas pielāgot braukšanai arī nelabvēlīgākos laika apstākļos



Pats nozīmīgākais projekts pirms padomju okupācijas sākuma bija ielānotā Jelgavas ostas izbūve. Izbagarēja Lielupi, un Jelgavā pa upi varēja iebraukt pat kara kuģi. Pie Jelgavas pils tika izveidota arī jahtu piestātne

Vai Jelgava kļūs par ūdenstūristu galamērķi

Galina Stubailova,
Jelgavnieki.lv

Lai arī Lielupes tuvums ir liels faktors ūdenstūristu piesaistīšanai Jelgavā, pilsēta to izmanto vāji. Taču vietējie uzņēmēji nesēž dīkā un šosezon plāno attīstīt jaunus pakalpojumus, lai Jelgava kļūtu par Rīgas, Jūrmalas vai Bauskas ūdenstūristu galamērķi.

Plāno izmantot ūdens tuvumu

Pie moteļa "Akva", kas atrodas Lielupes krastā Jelgavā, tiks atjaunota laivu un jahtu piestātne. Tā gan vairāk būs domāta vietējiem, taču motelis un tā kafējnīca cer arī uz Lielupes ūdenstūristiem. "Interesenti var piestāt pie mums ar savu ūdenstransportu. Videokameru un apsarga uzraudzībā laiva visu diennakti tiks pieskatīta," stāsta moteļa mārketinga speciālists Vladimirs Aksjonovs. "Pēc brauciena pa upi klientiem būs iespēja izmantot saunu un dušu, kā arī paēst uz terases ar skatu uz ūdeņiem. Vajadzības gadījumā klientiem būs iespēja izmantot naktsmītnes gan motelī, gan arī tam līdzās esošajā kempingā. Līdzīgi kā citus gadus, pie moteļa "Akva" būs plašas sportošanas iespējas – varēs spēlēt pludmales volejbolu, futbolu, basketbolu.

"Zemnieku cienasts" nereklamējas

Kādu gabaliņu augšup pa Lielupi pavisam netālu no moteļa "Akva" atrodas viesu nams "Līči" un kafējnīca "Zemnieku cienasts". Šo uzņēmumu īpašnieks Modris Jansons stāsta, ka vasarā ūdenstūristi, piemēram, pat no Jūrmalas, ir bieži

viesi. "Mums arī ir piestātne, taču sevi kā ūdens tuvumā atrodošos kafējnīcu īpaši nereklamējam, jo informāciju cilvēki nodod no mutes mutē," skaidro M. Jansons. Arī viņš uzskata, ka Lielupe ir milzīgs neizmantots potenciāls.

Tāpēc viesu nams "Līči" šogad plāno ieviest jaunu pakalpojumu, kas varētu interesēt arī tūristus no citām pilsētām. "Piedāvāsim izbraucienus ar simts gadus veco kuģīti, kas varētu pārvadāt 6–8 pasažierus no viesu nama līdz Jelgavai un atpakaļ. Pašu kuģīti pašlaik restaurējam. Tā kā atrodamiem izdevīgā vietā, pie mums var piebraukt arī ar auto, tad atstāt to stāvvietā un izmest līkumu ar kuģīti," aizrautīgi stāsta M. Jansons.

Arī "Līči" piedāvā nakšņošanas, ēdināšanas pakalpojumus, kā arī iekārtotu bērnu laukumu, autostāvvietu.

Būs kur braukt ar dārgo laivu

Moteļa "Akva" mārketinga speciālists Vladimirs Aksjonovs zina stāstīt, ka Rīgā un Jūrmalā ir daudz kuteru un jahtu, taču to īpašniekiem nav diez cik plašu iespēju šos dārgos pirkumus pienācīgi izmantot. Ja reiz cilvēki ir ieguldījuši līdzekļus vērtīgos pirkumos, viņi arī vēlas šīs lietas pēc iespējas biežāk un arī racionālāk izmantot. Cik gan ilgi var vizināties šurpu turpu? Gribas kaut kur mērķtiecīgi aizbraukt, taču šādu piedāvājumu ir gaužām maz – tik vien kā divi Ķīpsalas restorāni un pāris apstāšanās vietas Jūrmalā, taču tas ir pārāk tuvu, tamdēļ neasociējas ar ūdens ceļojumu.

"No Jelgavas pils līdz Jūrmalas jahtklubam pie Lielupes dzelzceļa tilta ir 62 km, bet līdz Rīgas



2010. gada pavasara plūdus Lielupes un Vircavas ūdeņi sabiedēja "Zemnieku cienastu" un "Akvu". Nu pienācis laiks aktīvāk izmantot ūdens tuvumu

Foto: Gunārs Tīmermanis

pasažieru ostai – 86 km. Šādu attālumu ar ātru laivu var veikt pāris stundu laikā. Taču tā nav vienkārša vizināšanās, bet jau mērķtiecīga virzīšanās. Jelgavā var ieturēt maltīti, var arī apmeklēt kādu pasākumu," stāsta Vladimirs Aksjonovs, atgādinot kādu faktu – pirms diviem gadiem uz "Prāta vētras" Jelgavas koncertu bija sabraucis ļoti daudz kuteru no Jūrmalas un Rīgas.

Kā Jelgavas priekšrocību Vladimirs Aksjonovs min arī pārnakšņošanas iespējas, kas ceļojumu var padarīt vēl interesantāku. Vienlaikus viss šī ūdensceļa posms ir salīdzinoši tuvu Rīgai, kas palielina gan drošības izjūtu, gan arī iespēju līdzbraucējiem ērti pārtraukt ceļojumu vai arī pievienoties tam.

Upe savieno pils

Tūrisma attīstības valsts aģentūras direktors Armands Slokenbergs dzīvo pie Jelgavas un, saprotams, labi pazīst apkārtni. Viņš arī uzskata, ka Zemgalē vieni no svarīgākajiem resursiem ir pils un upes. "Piemēram, tūrisma maršruts pa Lielupi var savienot Rundāles, Mežotnes un Jelgavas pilsis, piedāvājot papildu iespējas arī Kalnciemā un Jūrmalā," iespējamo attīstības vīziju, piesaistot ūdenstūristus un "kuģotājus", ieskicē A. Slokenbergs, piebilstot, ka Jelgavas novadā ir vismaz divas kafējnīcas – "Akva" un "Zemnieku cienasts" –, kuras līdz šim nebija pienācīgi izmantojušas upes potenciālu, jo ne pie vienas, ne pie otras līdz šim nebija iekārtotas ērtas piestātnes tūristu kuģīšiem vai laivām. Tāpat ūdenstūristiem svarīga ir iespēja uzpildīt degvielu. "Atpūtas vietu un piestātņu izveidē uzņēmējus varētu atbalstīt arī pašvaldība, jo šāda sadarbība noteikti radītu daudzveidīgāku ūdens atpūtas iespēju piedāvājumu," tā TAVA direktors šā gada 26. februārī pēc tikšanās ar Zemgales plānošanas reģiona pārstāvjiem.

Ūdenstūristus jāizvilina krastā

"Uzņēmēju iniciatīva ir vērtējama pozitīvi. Tomēr līdz pilnībai mums vēl tālu – tūrisma uzņēmēju starpā nav ciešas sadarbības. Lai Zemgale un arī Jelgava kļūtu par ūdenstūristu galamērķi, pakalpojumu sniedzējiem un tūrisma objektu īpašniekiem būtu jāsanāk kopā pie viena galda un jāizstrādā kopīgi piedāvājumi, kas sevī ietvertu pilnu servisu un bonusu sistēmu, kas pievilinātu atpūtniekus tieši mūsu maršrutiem. Lai ūdenstūrists baudītu ne tikai atpūtu uz upes, bet iepazītu tās tuvumā esošos apskates objektus un, atgriezies no ceļojuma, būtu gandarīts par pieredzēto un piedzīvoto, lai dalītos ar pozitīviem iespaidiem draugu un radu lokā," iespēju Jelgavai kļūt par ūdenstūristu galamērķi komentē Zemgales plānošanas reģiona tūrisma un lauku attīstības speciāliste Dace Strautkalne. ■

PIEDĀVĀJAM DIENNAKTS APSARGĀJAMO LAIVU UN JAHTU PIESTĀTNI LIELUPES KRASTĀ

PAR 7 LATIEM MĒNESĒ

Motelis **akva**
tālr. 63023444

Kafējnīca
sauna

Ozolnieki vilina ūdensslēpotājus un kaitbordistus

Aigars Ieviņš,
Jelgavnieki.lv

Ozolnieku ezerā netālu no Jelgavas trošu sistēmas apsaimniekotāji piedāvā nodarboties ar ūdensslēpošanu un kaitbordu. Trasi jau iecienījuši ūdens prieku baudītāji no visas Latvijas. Iebraucēji turpat var atrast naktsmītni, gan arī paēst kādā no ciemata krogiem.

Trases pārvaldnieks Jānis Rudzutaks stāsta, ka Ozolnieku ūdensslēpošanas trase ir pirmā šāda tipa sistēma Baltijas valstīs un arī pasaules mērogā šādu objektu nav nemaz daudz – ne vairāk kā 150. Maksimālais ātrums trasē ir vairāk nekā 50 km/h, taču ikdienā tā darbojas ar ātrumu 30–33 km/h. Ozolnieku trase tika pabeigta 2003. gada rudenī.

Ūdensslēpošana ar trošu sistēmu ir laba alternatīva gan kalnu slēpošanai, gan tradicionālai ūdensslēpošanai, kad slēpotāju velk motorlaiva, taču tā ir daudzārt lētāka, tādēļ Jānis Rudzutaks ir pārliecināts, ka arī šajā sezonā interesentu skaits augs: “Mūsu lielākais drauds ir laika apstākļi, tiem ir pakārtots viss – jo labāka vasara, jo vairāk klientu.”

Trases saimnieks novērojis, ka ar katru gadu izklaides vietu aizvien vairāk apmeklē Jelgavas un Ozolnieku iedzīvotāji: “Pirmajos gados vairums slēpotāju bija no Rīgas vai apkārtnes, taču trasi sāk apmeklēt arī vietējie.”

“Darbdienās izklaidēties uz Ozolniekiem pārsvarā brauca vakaros – brīžiem trasi apmeklēja vairāk nekā 15 interesentu stundā. Reizēm gadījās, ka biļetes tika izpirktas līdz pat darba laika beigām un tāpēc pēc darba atbraukušajiem nācās doties mājās, jo trases iespējas tomēr ir ierobežotas,” Jānis Rudzutaks ir apmierināts ar aizvadīto sezonu. Viņš arī piebilst, ka 2009. gada vasarā trasi apmeklēja ap 100 slēpotāju dienā.

Ūdens prieku baudītājus noteikti ielīksmos ziņa, ka šajā sezonā ūdensslēpošanas cenas paliks iepriekšējā līmenī – 5 līdz 10 latu par stundu atkarībā no apmeklējuma laika.

Visai bieži Ozolnieku ezerā redzami reģiona skolu vecāko klašu audzēkņi, tomēr jāatgādina, ka trasē ir noteikts vecuma ierobežojums – 14 gadu.

Ozolnieku ezers ir ļoti populārs kaitbordistu aprindās – viņi, neatrazdami vēju jūrā vai ezeros, brauc uz šejieni trenēties no visas Latvijas.

“Septiņu gadu laikā esam kļuvuši pietiekami atpazīstami, un informācija par aktivitātēm Ozolnieku ezerā tiek nodota “no mutes mutē”. Braucējus ar reklāmām īpaši nepiesaistām un tuvākajā laikā to arī neplānojam darīt – tas prasa liekus izdevumus, un efekts ne vienmēr ir kārotais,” stāsta Jānis Rudzutaks. Un vēl kāda ziņa – korporatīvajiem klientiem SIA “Ritums” piedāvā izīrēt visu trasi.

“Ir skaids viens – ja slēpot atbrauc no attālākām vietām un paliek šeit ilgāku laiku, labums ir gan kafejnīcām, gan netālu esošajām naktsmītnēm. Trase ir sezonāls izklaides veids, siltajā sezonā uzņēmējs dod darbu arī vietējiem iedzīvotājiem,” pašvaldības viedokli par iespēju piesaistīt tūristus no visas Latvijas pauž Ozolnieku novada domes preses sekretāre Anna Veidemane.

Savukārt domes priekšsēdētāja vietnieks, Latvijas Lauksaimniecības universitātes zirgkopības centra “Mušķi” vadītājs Guntis Rozītis atklāj, ka atbraukušie tūristi labprāt piedalās citos pasākumos, tostarp arī izjādēs, kuras gan iepriekš jāpiesaka. “Ozolnieki ir īstā vieta aktīvās atpūtas cienītājiem. Tur var arī pārnakšņot un izmantot ēdināšanas uzņēmumu piedāvājumu,” rezumē G. Rozītis. ■

OZO
LEDUS HALLE

Sporta tūrisma centrs

Sporta nometnes. Sporta pasākumi. Korporatīvie pasākumi



Ledus
laukums



Sporta
centra
viesnīca



Aktīva brīvā laika pavadīšana

Relaksējošas
pastaigas
Veselības takā

Velosipēdu
noma

Stadions,
futbola,
basketbola
un volejbola
laukumi



Luksusa
klases sporta
hostelis

Pirts
komplekss,
konferenču zāle



Svaru zāle,
vingrošanas zāle,
sporta zāle



Veselīgas
maltītes –
bārs “Meka”

Sadarbība tūrisma produktu attīstīšanai un galamērķa konkurētspējas paaugstināšanai

Andris Klepers,

Vidzemes Augstskolas
Tūrisma un viesmīlības vadības fakultāte
andris.klepers@va.lv



Tūrisms pamatoti tiek uzverts kā viena no reģionālās attīstības iespējām. Latvijas iekšējo ūdeņu tīkls, ko var iesaistīt ūdenstūrisma piedāvājuma veidošanā, pamatā ir izvietots ārpus lielajiem apdzīvotajiem centriem. Līdz ar to tas ir pateicīgs tieši perifērijas iniciatīvu attīstīšanai. Kā liecina Latvijas Lauku tūrisma asociācijas veiktās aptaujas, apmēram 70 % Latvijas iedzīvotāju vēlas atpūsties vietās, kuras atrodas tiešā ūdens tuvumā. Tajā pašā laikā ūdenstūrisms ir noteiktas nišas pakalpojums ar precīzi definējamām mērķauditorijām.

Upēm un ezeriem ir noteikti kritēriji, lai tos iesaistītu tūrisma piedāvājuma veidošanā. Tūrisma vieglāk īstenot vietās ar izteiksmīgu ainavu un bagātīgu kultūras mantojumu. Taču bez vietas pievilcības tikpat būtiska ir sociālā vide – tūrisma attīstībā iesaistīto pušu vēlme savstarpēji sadarboties, uzņēmēju vēlme ģenerēt jaunas idejas produktu izveidē un uzņemties risku, šīs idejas īstenojot.

Sadarbība konkurences apstākļos (tas attiecas arī uz sadarbību starp tuvumā esošiem uzņēmējiem) kopēju mērķu sasniegšanai ir ne tikai galamērķa konkurētspējas paaugstināšanas priekšnoteikums, bet arī iespēja palielināt pārdošanas apjomu kopīgi veidotam piedāvājumam. Ūdenstūrisms šādu “ķēdes produktu” pakalpojumu veidošanā nav izņēmums. Uz savstarpēju uzticēšanos un labu komunikāciju balstītas kopīgas iniciatīvas var veicināt tā saucamo klāstera efektu, kas arvien vairāk kļūst par konkurētspējīga tūrisma galamērķa pamatu.

Viens no labākajiem salīdzināšanas piemēriem šādai sadarbībai ūdenstūrismā ir Saimas ezers ar Linnašāri un Kolovesi nacionālajiem parkiem Somijā. Deviņi dažādu pakalpojumu sniedzēji ir apvienojušies cieši saistītā tīklā *Saimaa Holiday*. Galvenā darbība koncentrēta divās zonās, katra savā ezera krastā,



Saimaa Holiday (Somija) klāstera darbības izpausmes – norāde uz pārdošanas centru, kurā tiek piedāvātas visas konkrēto uzņēmēju ar ūdenstūrisma saistītās aktivitātes

un divās dažādās pašvaldībās. Jau deviņus gadus uzņēmēji darbojas oficiāli reģistrētas asociācijas statusā. Galvenā sadarbība norit uzņēmējdarbības plānošanā, mārketingā un kopīgā dažādu saistītu produktu tirgošanā. Kanoē laivu braucieni, brīvdienu māju ciemats, restorāns, ekipējuma noma, veikaliņš un ekskursiju programmas tiek piedāvātas vienā pārdošanas punktā. Lai arī aktivitātes pieder dažādiem uzņēmējiem, tūristiem nav būtiski, kāda ir konkrētā biznesa struktūra un kuram kas pieder. Klients izvēlas pakalpojumus, savu interešu vadīts, un pēc kopīgiem tirgvedības centieniem pieprasījums pieaudzis daudzkārt. Par šāda uzņēmējdarbības modeļa dzīvotspēju, izaugsmi un centieniem mazināt sezonālātes ietekmi izdevās personiski pārliecināties šā gada maijā.

Kopš 2008. gada augusta Latvijas reģionos veiktajos tūrisma pētījumos tikusi mērīta tūrisma uzņēmēju gatavība iesaistīties klāstera norisēs. Klātienē intervijās vai anketēšanas veidā vairākos uzņēmēju apmācības semināros kopumā tika aptaujāti 227 tūrisma uzņēmēji (vidējais vecums 43 gadi, līdzīga dzimumstruktūra, atšķirīgs izglītības līmenis

un reģionālā piederība). Lai arī tie nav speciāli atlasīti uzņēmēji ar potenciālu iesaistīties ūdenstūrisma piedāvājuma veidošanā, tomēr kopīgās tendences labi raksturo esošo situāciju.

Viens no priekšnoteikumiem ir gatavība sadarbībai. Tas vēl neliecina par uzņēmēja pašiniciatīvu, taču gatavība iesaistīties kopīgu projektu realizēšanā jau signalizē par labvēlīgu vidi klāstera aktivizēšanai. Izteiktāka norobežošanās no sadarbības vērojama tikai 18 % atbilžu, bet vidējais rādītājs virs 8 ballēm liecina par uzņēmēju gatavību turpmākām kopīgām iniciatīvām, izprotot zināšanu, resursu un finanšu līdzekļu mērķtiecīgas vienošanas spēka nozīmi.

Līdz ar ekonomisko recesiju valstī gatavība riskēt ir mazinājusies, un šobrīd vidējais rādītājs tikai nedaudz pārsniedz 7 balles, taču vienlaikus šis rādītājs izteikti polarizējās, novērtējot riska iespējas gan kā ļoti labvēlīgas tieši konkrētajā situācijā, gan arī norobežojošas no jebkāda riska nākotnē.

Jaunu produktu ieviešana un inovācijas ir būtisks elements sadarbības satura piešķiršanai. Vēlme ieviest dažādus jauninājumus ir attīstības potenciāla rādītājs. Kopumā šo rādītāju (vidēji 8,7 balles) var novērtēt ar visaugstāko potenciālu, kam gatavi lauku tūrisma uzņēmēji.

Nākotnes potenciāls klāstera darbību veicināšanai un galamērķu konkurētspējas paaugstināšanai kopumā ir labvēlīgs. Jau tuvākajā laikā šim potenciālam vajadzētu realizēties konkrētu jaunu tūrisma produktu iniciatīvu īstenošanā, tostarp arī ūdenstūrismā. Vai tas tā notiks, rādīs laiks! ■

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

Secinājumi par makšķerēšanu kā tūrisma produktu Latvijā

Ilgonis Trofimovs,
Vidzemes Augstskolas
Tūrisma un viesmīlības vadības fakultātes
Tūrisma organizācijas un vadības studiju
programmas students

1. Makšķerēšanas tūrismam Latvijā ir perspektīvas.

2. Trūkst kvalitatīvu pētījumu par Latvijas makšķernieku skaitu, to lomu zivju resursu izmantošanā pēdējos gados. Tāpat nav datu par Latvijā ienākošo ceļotāju skaitu, kurus interesē makšķerēšana.

3. Makšķerēšanai tūrisma kontekstā var būt raksturīgas vairākas pazīmes, kas to ļauj izveidot kā tūrisma produktu. Šīs pazīmes ir: mērķtiecīgas aktivitātes, informācijas, infrastruktūras, dabas un citu elementu kombinācija.

4. Makšķerēšanas tūrisma jēdziens Latvijā tiek dažādi interpretēts. Tas ir cieši saistīts ar dabu, lauku tūrismu, kā arī komercmakšķerēšanu, un par to liecina Latvijas uzņēmumu piemēri.

5. Kā viena no esošajām lauku tūrisma piedāvājuma problēmām Latvijā tiek minēts pieredzes un zināšanu trūkums jaunu produktu un piedāvājuma veidošanā, tāpēc kvalitatīva makšķerēšanas tūrisma produkta attīstība tam varētu būt risinājums.

6. Veidojot tūrisma produktu, jāapzinās visu iesaistīto pušu loma, pieredze un kompetence, visbeidzot sekmīgi jāapvieno visi pieejamie resursi ar pašu investīcijām. Produktu realizē ar pārdomātiem marketinga paņēmieniem, to pastāvīgi papildinot ar inovācijām.

7. Makšķerēšanas tūrisma produktu raksturo četri galvenie specifiskie elementi: ūdenstilpe, zivju resursi, infrastruktūra un servisa pakalpojumi.

8. Makšķerēšanas tūrisma produkta saturs un kvalitāte var variēt atkarībā no vietas, pieejamajiem resursiem, kā arī lielā mērā no produkta veidotāja kreativitātes.

9. Jaunu makšķerēšanas tūrisma produktu izveide vai arī jau esošo papildināšana un uzlabošana var būt ceļš uz tūrisma nozares dažādošanu Latvijā.

Secinājumi izdarīti, balstoties uz pētījumu, kas veikts gada projekta ietvaros.

Ūdenstūrisms Latvijā: quo vadis?

Andris Pārups,
www.laivunoma.lv līdzīpašnieks

Ūdenstūrisms Latvijā ir vaļasprieks, kuru izbaudījis teju ikviens, kam patīk ūdens un atpūta brīvā dabā. Latvijā ūdenstūrismam ir senas tradīcijas, tiesa, agrāk (pirms neatkarības atgūšanas) par ūdenstūrismu kā industriju gan nevarēja runāt, jo visa šīs jomas attīstība turējās uz entuziastu pleciem.

Ūdenstūrisma industrija šobrīd pārdzīvo sarežģītus laikus. Lai arī ekonomikas lejupslīde veicināja iedzīvotāju interesi par vietējā tūrisma piedāvājumu, un vairākiem uzņēmumiem tas ļāva palielināt apgrozījumu, tomēr ūdenstūrisma ienākumi nav proporcionāli pieauguši, jo pēdējo gadu laikā ūdenstūrisma industrijā strādājošo uzņēmumu skaits ir krietni pieaudzis. No patērētāja viedokļa raugoties, industrijas piedāvājuma paplašināšanas pati par sevi nav slihta lieta, jo ļauj firmu savstarpējās sāncensības ietvaros izteikt patērētājam labāku piedāvājumu viņa naudai.

Runājot par nozari Latvijā, piemēram, veicot meklēšanu “Google” interneta meklētājā ar atslēgas vārdiem “laivu noma”, iespējams atrast informāciju par vismaz 20 uzņēmumiem, kuri nodarbojas ar laivu iznomāšanu un piegādi. Pirms pieciem gadiem Latvijā varēja nopietni runāt vien par trīs līdz pieciem šādu pakalpojumu sniedzējiem.

Latvijā ūdenstūrisma nozares attīstības pamatā ir vairāki faktori. Pirmkārt, stabils un līdz šim pieaugošais iekšējais pieprasījums (ārvalstu tūristi veido marginālu pieprasījumu); otrkārt, salīdzinoši nelielas investīcijas uzņēmuma izveidei (piemēram, vienas Latvijā ražotas laivas izmaksas ir aptuveni 300–400 latu); treškārt, finansējuma pieejamība (piemēram, Eiropas Savienības struktūrfondu finansējums, banku finansēšanas programmas mazās un vidējās uzņēmējdarbības attīstībai, teiksim, Latvijas Hipotēku un zemes bankas “Altum” programma), kā arī salīdzinoši neliels uzņēmējdarbības risks, jo pieprasījums ir stabils un sākotnējās investīcijas – nelielas.

Protams, uzņēmējdarbības infrastruktūras esamība automātiski nav *carte blanche* ūdenstūrisma biznesā un nenozīmē samaksātu uzņēmuma ienākuma nodokli no gūtās peļņas.

Ūdenstūrisma bizness tāpat kā ikviens cits bizness ir primāri atkarīgs no tā, kā uzņēmums komunicē ar patērētājiem un – tas ir pat svarīgāk – kā marketinga komunikācija nav tikai skaista izkārtnē, bet tiek praktizēta arī ikdienā, laivu saņemot un nododot. Bieži vien no laivotājiem ir dzirdēti pārmēti par ūdenstūrisma industrijas operatoru nevērtīgo, pat rupjo attieksmi pret klientu, lai arī savā komunikācijā caur elektroniskajiem plašsaziņas līdzekļiem šādi uzņēmumi pozicionē sevi kā laipnus un atsaucīgus.

Ūdenstūrisma industrija neeksistē atrauti no kopējās tūrisma industrijas – jomas, kas ir īpaši jūtīga attiecībā uz sniegtā pakalpojuma kvalitāti. Saprātīgs patērētājs kļūdas nepiedod. Šeit ūdenstūrisma ekspertu viedoklis ir gana skarbs – izdzīvos prasmīgākie, un biznesa veiksmes formula ir atrodama nevis uzņēmuma aktīvu sarakstā (jo vairāk laivu, jo labāk), bet tajā, kādu produktu uzņēmums spēs piedāvāt klientiem. Uzvarētāji būs tie, kuri līdzās inventāra nomai piedāvās “*all inclusive*” – laivošanas ceļojumu paketes interesantos maršrutos ar transportu, nakšņošanu, ēdināšanu, uzņēmumu komandas veidošanas aktivitātēm.

Paredzams, ka, visticamāk, būs novērojama arī industrijas uzņēmumu konsolidācija, kur uzņēmumi apvienosies fiziski vai arī noslēgs īpašus sadarbības līgumus ar pašreizējiem konkurentiem, lai apgūtu lielāku tirgus daļu. Tādas īsumā varētu būt atbildes uz virsrakstā ietvertu jautājumu “kurp ej?”. ■

Uzziņa

Par uzņēmumu “Laivu noma”

- Darbojas kopš 2005. gada
- Interneta mājaslapa www.laivunoma.lv
- Piedāvā laivu nomu un laivu braucieni organizēšanu visā Latvijā. Inventārs – divvietīgas un trīsvietīgas piepūšamās laivas, kanoe laivas un daudzvietīgi piepūšamie plosti.



Ūdens motosporta potenciāls

Aktīva atpūta uz vai pie ūdens nenozīmē tikai dīku laiskošanos pludmalē, vizināšanos ar jahtu vai rāmu tupēšanu ezera krastā, makšķerējot zivis. Aktīvi atpūsties var arī, visas vasaras sezonas garumā apmeklējot dažādus ūdenssporta pasākumus. Viens no interesantākajiem noteikti ir ūdens motosporta sacīkstes – tajās apmeklētāji var izbaudīt gan atpūtu pie ūdens, gan arī iepazīties ar modernu tehniku un izjust ātrumu.

Ūdens motosporta sacīkstēs netrūkst ne adrenalīna, ne ātruma, ne riska, bieži vien sportistiem balansējot uz “visu vai neko” robežas. Jāņem vērā, ka F2 klases laivas ezeru ūdeņus vago ar pamatīgu ātrumu – apmēram 200 km/h. Nereti, pilotiem izpildot “nāves cilpu” vai līdzīgus akrobātiskus elementus, skatītājiem tiek sagādāti neaizmirstami skati, visistākais šovs. Skatītāji novērtē arī to, ka asās izjūtas var apvienot ar “tusiņu” draugu, paziņu, līdzjutēju un pašu dalībnieku lokā.

Cilvēki novērtē arī to, ka ūdens motosporta pasākumi ir domāti visai ģimenei: lielie un mazie var izbaudīt sacīkšu atmosfēru, tikties ar komandām un pilotiem, apskatīt apkārtnes interesantākās vietas un iepazīt vietējo kultūrvēsturisko mantojumu. Laiks tiek pavadīts pilnvērtīgi, kopā ar ģimeni, gūstot pozitīvas emocijas, jaunus iespaidus un zināšanas.

“Uz katru ūdens motosporta pasākumu Latvijā sabrauc vismaz 100 dalībnieku, kuriem līdzī dodas draugu pulks un līdzjutēju armija. Paralēli sacensībām notiek arī dažādi skatītājiem domāti pasākumi, piemēram, Alūksnē jau par tradīciju ir kļuvuši koncerti un nakts balle,” stāsta Latvijas Ūdens motosporta federācijas (LŪMSF) valdes priekšsēdētājs Modris Kalnciems.

“Mazsvarīgs nav pilsētu un novadu ekono-

miskais ieguvums – gan dalībnieki, gan viesi tērē līdzekļus naktsmītnēm, izklaidei, pārtikai, degvielai utt. Ir aplēses, ka, piemēram, “Kurzes rallija” organizatori, rīkojot sacensības Liepājā, ir nodrošinājuši vietējiem uzņēmējiem aptuveni 300 000–400 000 latu lielu apgrozījumu,” turpina Kalnciems.

“Citās valstīs ir jūtama lielāka konkurence par to, kura pilsēta vai ūdens tuvumā esošais kūrorts iegūs tiesības organizēt kādu no valsts čempionāta posmiem, nemaz nerunājot par iespēju organizēt Eiropas vai pasaules mēroga sacensības. Savukārt Latvijā ir tā, ka ne viena vien pilsēta daudz runā par interesi piesaistīt tūristus, bet neizmanto iespēju sarīkot kādu plašāka mēroga sporta vai kultūras pasākumu, lai pie sevi pievilinātu atbraucējus,” secina Modris Kalnciems.

“Domāju, ka ūdens motosporta sacensības, līdzīgi kā jebkuri plaša mēroga mači, varētu ļoti ietekmēt tādas vietas, kuru tūrisma potenciāls nav plaši zināms, kā arī tādas vietas, kurām vajadzīgs papildu stimuls, lai turpotos. Cilvēks negrib tāpat vien doties uz kādu mazpazīstamu vietu, taču kāds sporta notikums var kalpot kā mudinājums,” uzskata Modris Kalnciems un piebilst, ka Latvijā diemžēl ir tā, ka tās pilsētas, par kurām tāpat jau ir interese, rīko tik daudz pasākumu, ka tie jau sāk cits citam traucēt, bet



pilsētas, kurām būtu jāriko īpaši pasākumi, lai piesaistītu sev uzmanību, to nez kāpēc nedara.

Kā veiksmīgu Latvijas piemēru Modris Kalnciems min ikgadējās ūdens motosporta sacensības un saistībā ar tām rīkotos pasākumus Alūksnē. Turp sabrauc simtiem viesu no visas Latvijas, kuri labprāt apskata arī Tempļa kalnu, Saules tiltu, Alūksnes muižas parku, Ernsta Glika ozolus, Alūksnes luterāņu baznīcu, Bībeles muzeju, Alūksnes Jauno pili, Livonijas ordeņa laika pilsdrupas. “Alūksnē notiekošie ūdens motosporta svētki ir lielisks mudinājums daudziem cilvēkiem paviesoties šajā pusē, un tad viņi paliek kādā viesu namā pa nakti, pusdienu kādā no krogiem, iepērkas veikalā,” zina stāstīt Modris Kalnciems.

LŪMSF valdes priekšsēdētājs akcentē ne ti-



Ātruma laivas traucas ar pamatīgu ātrumu – apmēram 200 km/h. Skatītāji novērtē arī to, ka asās izjūtas var apvienot ar “tusiņu” draugu, paziņu, līdzjutēju un pašu dalībnieku lokā



Ikgadējās ūdens motosporta sacensības un saistībā ar tām rīkoti pasākumi Alūksnē ir uzskatāmi par ļoti veiksmīgu piemēru, jo ir lielisks mudinājums daudziem cilvēkiem paviesoties šajā pusē



Uz katru ūdens motosporta pasākumu Latvijā sabrauc vismaz 100 dalībnieku, kuriem līdzī dodas draugu pulks un līdzjutēju armija. Paralēli sacensībām notiek arī dažādi skatītājiem domāti pasākumi



kai sabraukūšo viesu atstāto naudu, bet arī viņam tuvā sporta veida publicitāti. Lai gan Latvijā ūdens motosports nav tik populārs kā citās valstīs, taču arī pie mums tas saņem pietiekami lielu mediju atsaucību, tāpēc par gaidāmajām un arī jau notikušajām sacensībām ziņo gan radio, gan arī TV sporta ziņas, tāpat ir raksti arī internetā un presē. “Šāda iespēja dažkārt ir vienīgā, kas ļauj garantēti iekļūt medijos ar pozitīvu ziņu, jo citkārt, lai iegūtu valsts mēroga publicitāti, ir jāizdara kaut kas ļoti īpašs,” zina teikt Modris Kalnciems.

Sportiskā ziņā labi noorganizētas sacensības notiek Latvijas lielajās pilsētās, taču tur šie sporta pasākumi konkurē ar citiem notikumiem, tamdēļ tās mēdz būt salīdzinoši pieticīgas un mazāk tiek domāts par skatītāju pulcēšanu, kā arī viņiem domātām atpūtas un izklaides iespējām.

Piemēram Jelgavas centrā notiek ļoti labi organizētas sacensības, kuras atbilst visām prasībām, taču ir grūti iedomāties, ka Latvijas čempionāta posms varētu būt saistošāks par smilšu skulptūru festivālu vai piena un medus svētkiem, kuri jau ir paspējuši pievilināt tos cilvēkus, kuri no Rīgas un citām vietām meklējuši iegānu, lai apmeklētu Jelgavu.

“Šo iemeslu dēļ mēs ierosinājām Jelgavas posma organizatoriem pārcelt sacensības nedaudz tālāk no Jelgavas centra, piemēram, iepretim motelim “Akva” vai netālu no tūristu iecienītā “Zemnieku cienasta”. Tur atrodas Jelgavas pilsētas Depo mikrorajons, bet iepretim atrodas Jelgavas vasarnīcu rajons Sieramuiža, netālu arī Kārniņi, tuvu dzelzeļa stacija. Apkārtne dzīvojošajiem tie būtu pirmreizēji svētki, viņi tad pulcētos paši, pulcētu arī draugus un paziņas. Citiem, tostarp gan jelgavniekiem,

gan arī no citurienes sabraukūšajiem, būtu interesanti apmeklēt iepriekš neredzētas vietas. Tas būtu kā biznesa potenciāls arī āra kafējnīcām, ielu tirdzniecībai u. tml. Svētki jārīko tur, kur par tiem priecāsies un kur visām norisēm būs lielāka jēga,” spriež Modris Kalnciems.

“Tas pats attiecas arī uz citiem sporta un kultūras pasākumiem – daudzviet tomēr neprot veidot svētkus. Pietrūkst gan ēdināšanas, gan izklaides, gan komersantu piedāvājuma. Bieži ir tā, ka pats galvenais pasākums ir sarīkots augstā līmenī, bet organizatori nav pratuši no šā pasākuma izspiest visu, ko tas varētu dot. Ir iztērēta nauda par tehniku, par aprīkojumu, par drošību,

bet tiek taupīts uz reklāmu, uz kādas izklaides rēķina, un reizēm tie ir iemesli, kamdēļ cilvēki tomēr neatbrauc,” tā Modris Kalnciems.

“Lai sarīkotu svētkus, nebūt nav pašiem jābūt aktīviem sacensību dalībniekiem. Svarīgi, lai organizatoriem ir pieredze šādu pasākumu rīkošanā,” stāsta Modris Kalnciems, piebilstot, ka, piemēram, viena Latvijas čempionāta posma organizēšanai ir jāreķinās ar tēriņiem aptuveni divu tūkstošu latu apmērā, taču, prasmīgi piesaistot sponsorus, šos līdzekļus var atpelnīt.

Plašāka informācija pieejama Latvijas ūdens motosporta federācijas interneta mājaslapā www.lumsf.lv. ■

PRESES RELĪZES

Preses reližu iniciēšana

(100 €/h)

Jums noteikti ir ko pavēstīt. Nekautrējieties! Ziņu telpā dažkārt ir mazāki, nezināmāki, nekvalitatīvāki pakalpojumi un to sniedzēji...

Preses reližu rakstīšana

(70 €/h)

Uzticiet to mums! Lai katrs dara to, ko prot labāk! Mums ir jau 20 gadu pieredze preses reližu rakstīšanā Latvijā.

Preses reližu rediģēšana

(70 €/h)

Jūs gribat rakstīt paši, bet tomēr mājās šaubas par to, ko esat sarakstījuši? Neesat pārliecināti, ka tas kādu interesē? Mēs pielabosim un aktualizēsime!

Preses reližu nosūtīšana

(35 €/h)

To taču prot ikviens! Ne tā? Vai jūsu datu bāzē ir vairāk nekā 1000 žurnālistu e-pasta adreses? Vai jums ir īpaša e-pastu izsūtīšanas programma? Kā jūs plānojat nosūtīt žurnālistiem bildes oriģinālā izmērā? Uzticiet to mums! Tas nemaksā tik dārgi un noteikti atmaksājas.

Preses reližu arhivēšana

(35 €/h)

Ja jums nav pašiem savas interneta lapas vai arī jūsu interneta lapā nav sadaļas <Jaunumi>, uzticiet savas preses relīzes arhivēšanu mums, un tā mājās blakus citām preses relīzēm, un, iespējams, kāds vēl vairāk interesēsies arī par jūsu.



publicity@publicity.lv

tāl. 26624466

Iespēja izveidot savu SPA

Laikā, kad ekonomiskā situācija nosaka to, ka tūristi, izraugoties ceļojuma galamērķus, vēlas saņemt pēc iespējas vairāk pievienotās vērtības par salīdzinoši zemāku cenu, SPA niša ir veids, kā mazo viesnīcu un viesu māju īpašniekiem uzrunāt jaunu auditoriju.

Evija Janke,
Stenders SPA projektu vadītāja

Daļai sabiedrības vairs nav pa kabatai baudīt atvaļinājumu ārpus savas valsts robežām, un te paveras jauna niša lauku tūrisma industrijai – ir lieliska iespēja uzrunāt vietējo auditoriju, piedāvājot pavadīt brīvdienas kādā lauku SPA.

Lai pārvērstu viesu māju vai brīvdienu namu par vietu, kur baudīt SPA, nav nepieciešamas lielas investīcijas – pozicionējiet sevi kā vietu, kur klientiem ir iespēja ne tikai pārnakšņot un ieiet pirtī, bet gan kā vietu, kur sevi un savus mīļos palutināt, izmēģinot lietas, kas ikdienā nav pieejamas.

Četrzvaigžņu un pieczvaigžņu viesnīcu mērķauditorija pie šī servīsa jau ir pieradusi – tur SPA kļuvis par normu. Viesnīcas, kurām telpas neatļauj izveidot savu SPA, arī atrod veidu, kā neatteikt klientiem šo lielisko iespēju. Piemēram, “Hotel Alberts” saviem klientiem piedāvā veikt pierakstu uz turpat netālu esošo “Taka Spa” un “Park Spa”. Veiksmīgi vērtējams “Park Spa” klientu piesaistes modelis – salons sevi pozicionē kā vietu, kur izbaudīt Latvijas zīmola “Stenders” produktus –, tādējādi “Park Spa”, uzsākot darbību, atrada brīvu nišu tūristu piesaistē.

Kopš no pagājušā gada “Stenders” ir uzsācis sadarbību ar Latvijas un ārvalstu viesnīcām, SPA kompleksiem, masāžas saloniem un rehabilitācijas centriem, piedāvājot tiem augstvērtīgus produktus ķermeņa procedūrām. Šis piedāvājums atšķiras no mazumtirdzniecības klāsta – ir iespējams iegādāties bāzes produktus (masāžas eļļas, ēteriskās eļļas un sviestus



Šāds romantisks SPA piedāvājums iespējams ikvienā viesu namā: kāju pelde rožu ziedlapiņās, pēc tās – dārzā pie ziedoša ceriņu krūma rožu pilings ķermenim Viņam un Viņai. Noslēgumā piena vanna jumta istabiņā, ar iespēju baudīt Lielo Greizo Ratu burvību.

tūrā veidā), kā arī eļļas aromterapijas un šokolādes procedūrām, kuru receptes izstrādātas, sadarbojoties ar SPA profesionāļiem. Gan šeit minētos produktus, gan produktus no “Stenders” veikalu klāsta profesionāļiem iespējams iegādāties lielākos tilpumos.

Izstrādājot veiksmīgus SPA piedāvājumus vietējai publikai, iespējams ievērojami palielināt atpūtas vietas noslodzi un iegūt pastāvīgos klientus, nodrošinot prognozējamu apgrozījumu un peļņu ilgtermiņā. Klientiem tas ļautu ietaupīt līdzekļus, kurus līdz šim bija tērējuši aviobiļetēm, kā arī pavadīt mazāk laika ceļā, atvēlot vairāk laika kvalitatīvai atpūtai. Nav mazsvarīgs arī fakts, ka gan vietējiem, gan arī ārvalstu klientiem šādi paveras iespēja izbaidīt vietējo kolorītu.

Latvijas viesu mājām ir ļoti daudz iespēju, lai pozicionētu sevi kā vietu, kur baudīt SPA, tikai jāseko līdzi pasaules tendencēm. Jāspēj tās saskaņot, kvalitatīvi īstent un veiksmīgi darīt to zināmu potenciālajiem klientiem. Šodien ar jēdzienu “spa” (tas ir akronīms, kas tulkojumā no latīņu valodas nozīmē ‘veselība caur ūdeni’) bieži vien tiek apzīmēts viss, kam ir kaut neliela saistība ar ūdeni un labsajūtu. Tā, piemēram, ja kosmētikas kabinetā atrodas duša, pastāv liela iespējamība, ka piedāvājumā atradīsiet arī kādu SPA procedūru. Cilvēki ir izslāpuši pēc relaksācijas, sevis palutināšanas, ķermeņa procedūrām, un, iegādājoties produktus, uz kuriem atrodami šie trīs maģiskie burti, viņi kaut daļēji piepilda savas vēlmes jau šo produktu iegādes procesā vien. ■

EDEN konkurss

“Tūrisms un ūdens resursi”

Jau ceturto gadu Tūrisma attīstības valsts aģentūra (TAVA) sadarbībā ar Ekonomikas ministriju īsteno Eiropas Komisijas (EK) projektu “Eiropas izcilākie tūristu galamērķi” (*European Destinations of Excellence – EDEN*). Šogad EDEN konkursa tēma ir “Tūrisms un ūdens resursi”.

“Latvijai kā valstij, kas atrodas pie jūras un ir bagāta ar iekšējiem ūdeņiem, kuru izmantošana tūrismā pēdējos gados attīstīta dažādām gaumēm un mērķauditorijām, šī ir ļoti pateicīga tēma. Turklāt tematikā iekļaujas viss, kas saistīts ar ūdeni, arī minerālavotu izmantošana, SPA, kur mums arī ir plašs piedāvājums. Tādēļ ceru, ka netrūks kvalitatīvu pieteikumu un žūrijas komisijai būs, no kā izvēlēties,” prognozē “EDEN Latvija” projekta vadītājs Armands Muižnieks.

2007. gadā konkursā pieteicās astoņi pretendenti, 2008. gadā to bija jau 13, bet 2009. gadā – 10.

Pieteikumi dalībai EDEN projektā jāiesniedz līdz 2010. gada 30. maijam, bet uzvarētāju TAVA izveidota un ar EK saskaņota vērtēšanas komisija noteiks jūnija vidū. Vispirms tiks vērtēta projekta atbilstība formālajām prasībām, pēc tam tiks detalizētāk analizēti specifiskie kritēriji. Komisija apmeklēs katru konkursa dalībnieku un pārliecināsies par pieteikumā minēto tūrisma iespēju atbilstību.

Konkursā var piedalīties pašvaldības, to aģentūras, struktūrvienības, valsts aģentūras, piesakot tūrisma galamērķus, kuros pēdējo trīs gadu laikā veiktas tūrisma veicinošas aktivitātes. Tām jābūt ilgtspējīgām un inovatīvām, kā arī jākalpo par paraugu citiem tūristu galamērķiem. Tas, ka projektus iesniedz pašvaldības vai to struktūras, nenozīmē, ka piedāvājumā nevar būt privāto uzņēmēju tūrisma pakalpojumi, bet tiem jābūt iekļautiem tūrisma vietas ilgtermiņa attīstības plānos, atbilstošos tūrisma plānošanas dokumentos reģionālā vai pašvaldību līmenī.

Latvijas konkursa uzvarētājs iegūs tiesības izmantot EDEN projekta zīmolu tūrisma galamērķa atpazīstamības veicināšanai. Tas tiks popularizēts Latvijas medijos, tūristu informatīvajos materiālos, tiks uzņemta 10 minūšu gara videofilma par tūrisma galamērķa attīstību un tūrisma iespējām tajā. Filma un cita veida informācija par uzvarētāju tiks prezentēta projekta noslēguma konferencē Latvijā un Eiropas Tūrisma forumā (ETF) Briselē. Minētā foruma ietvaros tiks veidota arī visu valstu EDEN uzvarētāju izstāde.

2007. gadā par pirmo EDEN uzvarētāju Latvijā kļuva Kuldīgas pilsēta (tēma “Tūrisms lauku teritorijās”), 2008. gadā – Latgales podnieki (“Tūrisms un kultūrvēsturiskais mantojums”), bet 2009. gadā – Tērvetes dabas parks (“Tūrisms aizsargājamās dabas teritorijās”).

Uzziņa

Ar detalizētu konkursa nolikumu var iepazīties TAVA mājaslapā www.tava.gov.lv. Pieteikumi sūtāmi: TAVA, Brīvības ielā 55, Rīga, LV-1519. Papildu informāciju par konkursu var saņemt pie projekta vadītāja Armanda Muižnieka (tāl. 67229945, e-pasts: armands.muiznieks@latviatourism.lv).

Visas minētās pašvaldības savos reklāmas un tūristu informācijas materiālos, interneta vietnēs izmanto EDEN zīmolu kā savveida kvalitātes zīmi, bet par šī fakta lomu un konkrētu atdevi tūristu pieplūduma veidā pašvaldībām ir grūti spriest. Nav šaubu, ka noderīgi ir ETF laikā iegūtie kontakti, piemēram, Tērvetes dabas parks veido sadarbību ar vienu no EDEN galamērķiem Čehijā, savukārt Kuldīgas TIC vadītājs ar citu valstu EDEN uzvarētājiem Īrijā apsprieduši sadarbības un zīmola efektīvākas izmantošanas iespējas, diskutējuši par to, kā izveidot un pamatot indikatorus ilgtspējīgas tūrisma attīstības mērīšanai.

A. Muižnieks uzskata, ka EDEN zīmols ir savveida kvalitātes zīme, kas noteiktā auditorijā nostrādā. Konkurss arī paver labu iespēju vairot tūrisma vietas starptautisko atpazīstamību, neieguldot pašu līdzekļus mārketingā, – gan reklāmas materiālu, filmas izgatavošana, gan mediju informēšana un dalība ETF tiek finansēta no EK līdzekļiem. Tas, cik lielā mērā uzvarētāji šo iespēju izmanto, atkarīgs no viņiem pašiem.

“EDEN Latvija” organizētāji šogad plāno atbalstīt ne tikai uzvarētāju, bet kopumā piecus labākos projektus, par kuriem uzņems filmiņas, kuras projektu autori varēs tirāžēt un izmantot sava piedāvājuma popularizēšanai. Atšķirībā no EDEN uzvarētāja oficiālās filmas šīs būs orientētas galvenokārt uz iekšējo tirgu.

EDEN projekta mērķis ir pievērst uzmanību Eiropas topošajiem un potenciālajiem tūristu galamērķiem, to vērtībām, daudzveidībai un veicināt tūrisma objektu attīstību saskaņā ar ilgtspējīgas attīstības principiem. EDEN ir EK iniciatīva, lai veicinātu perspektīvu tūrisma vietu atpazīstamību un ilgtspējīga tūrisma attīstību Eiropā, popularizētu labākos tūrisma attīstības paraugus un veicinātu tūrisma galamērķu sadarbību. ■

Viedokļi

Kā uzvara EDEN konkursā ietekmējusi Latvijas tūrisma galamērķus

Ārzemnieki ir pamanījuši

Ligita Lebeda,

Rēzeknes pilsētas un novada TIC vadītāja

Kā EDEN galamērķi pozicionējam Latgales kultūrvēsturiskā muzeja podnieku darbnīcu, TIC kopdarbu. To, ka esam kļuvuši par EDEN galamērķi, uzsveram gan sarunās ar tūrisma speciālistiem, gan tūristiem. Šo atpazīstamības zīmi izvietojam uz mūsu reklāmas un informatīvajiem tūrisma materiāliem. EDEN rīkotāju izveidoto reklāmas filmiņu esam daudzkārt pārskatījuši, dodam to līdzī uz ārvalstīm studentiem, māksliniekiem, pašvaldību pārstāvjiem.

Vairāki ārzemnieki, kas viesojušies Rēzeknes TIC, ir pieminējuši EDEN zīmolu, interesējušies par ceļja apskati. Tiesa, tas nav noticis masveidā, bet jūtām, ka informācija ir aizgājusi.

Reklāma, atpazīstamība, sadarbība

Ilona Lūduma,

Tērvetes TIC vadītāja

Uzvara EDEN devusi papildu reklāmu un atpazīstamību. Par to, vai Eiropa mūs ir ievērojusi, pārliecināsimies vasarā, kad sāksies ārvalstu ceļotāju laiks. Tiesa, jau pirms uzvaras EDEN konkursā ārzemnieki Tērvetē iegriezās ne tikai caurbraucot. Arī kopējā tūristu plūsmā Tērvetes dabas parkā ir palielinājusies, tiesa, nezinām gan, cik liela loma tajā ir uzvarai EDEN konkursā un EDEN zīmolam.

Otrs vērtīgais ieguvums ir nodibinātie kontakti ar EDEN galamērķiem citās Eiropas valstīs. Redzam iespējas sadarboties vides izglītības programmu īstenošanā. Šobrīd Tērvetes dabas parks vides izglītības projektu realizē sadarbībā ar Lietuvu un Norvēģiju, bet jūnijā viesosimies Čehijā, Bohēmijas Šveices dabas parkā, ar kura pārstāvjiem iepazīsimies EDEN balvas pasniegšanas pasākumā Briselē.

Zīmolam vēl jānostiprinās

Artis Gustovskis,

Kuldīgas TIC direktors

Uzvara EDEN ietekmē tikai pozitīvi – kā ikviena goda un prestiža lieta. Kuldīga izmanto EDEN zīmolu tūristu informācijas materiālos, interneta mājaslapā, projekta ietvaros uzņemtā reklāmas filmiņa atrodama *Youtube*. Tiesa, EDEN kā jebkuram jaunam zīmolam vēl jāieiet apritē un “tautās”, lielākā daļa tūristu to joprojām neatpazīst.

Vēl divus gadus pēc uzvaras konkursā esmu piedalījies EDEN balvas ieguvēju sanāksmē, kurā apspriedām turpmāko sadarbību un arī pašas EDEN programmas tālāku virzību. Apmānāsimies arī idejām, kā veicināt EDEN galamērķu starptautisku atpazīstamību.



“Nesteidzīga atpūta Latvijā” gūst atbalstu

Jaunā Latvijas tūrisma tēla platforma “Nesteidzīga atpūta Latvijā” gūst aizvien lielāku atbalstu un izpratni tūrisma nozares profesionāļu vidū. Īpaši priecīgi par jaunā tēla koncepciju ir Latvijas reģionu tūrisma speciālisti un uzņēmēji, kuri tā kontekstā saredz savu vietu un iespējas.

Līdzšinējais tēls “Zeme, kas dzied”, pēc TAVA direktora Armanda Slokenberga domām, “bija simpātisks mums pašiem, bet nebija labi komerciāli pārdodams kā tūrisma pakalpojums, tāpēc tas īsti neiesakņojās”. Arī asociācijas “Lauku ceļotājs” prezidente Asnāte Ziemele teic, ka līdzšinējo tēlu viņa neizjuta kā daļu no asociācijas aktivitātēm, jo jēlkādus dziesmotus pasākumus bija grūti saistīt ar piedāvāto pakalpojumu, savukārt jauno tēlu ir ļoti viegli saistīt ar lauku labumiem un latviskajām vērtībām.

Gan A. Slokenbergs, gan citi tūrisma nozares speciālisti šo tēlu atzīst par labu sākumu, glītu iepakojumu, kas tuvākajā laikā jāpiepilda ar saturu. Runājot par iepakojumu, ārzemju tūristiem tiek piedāvāts vienots logo ar trīs galvenajās Latvijas tūristu svešvalodās definētiem saukļiem: “Best enjoyed slowly”, “Отдохни без суеты”, “Nimm dir die Zeit”.

Pievienotās vērtības produkti

Jaunais tūrisma tēls iezīmē nākotnes virzienu, kādā tiks veidoti un popularizēti Latvijas tūrisma produkti, izmantojot esošos tūrisma resursus un radot tiem pievienoto vērtību. Latvijai tiks pozicionēta kā vieta, kur tūrists var mazināt savas dzīves tempu un izbaudīt nesteidzīgu, niānsētu, emocijām bagātu atpūtu, rast harmoniju, atklāt patiesas vērtības. Koncepcija balstīta uz atziņu, ka Latvijā nekad nebūs masu tūrisma zeme, kā arī uz pēdējo gadu pārmaiņām Latvijā un citu valstu iedzīvotāju vērtību skalā, no tradicionālā, masveida patēriņa virzoties uz individuālu pieprasījumu, dzīves satura meklējumiem. Latvijas tūrisma produktu attīstība tiks balstīta uz piecām pamatvērtībām – kvalitāti, ilgtspējību, individualizāciju, augstu pievienoto vērtību, tūristu iesaisti un pieredzes gūšanu.

Ar šāda ceļošanas stila un tam atbilstošu

produktu piedāvāšanu TAVA cer palielināt tūristu uzturēšanās ilgumu Latvijā, veicināt tūrisma nozares īpatsvara pieaugumu IKP, vietējā tūrisma attīstību un reģionālo tūrisma produktu eksporta izaugsmi. Ceļotājs tiek mudināts uzturēties Latvijā ilgāk, baudīt lietas nesteidzoties. “Ar šo zīmolu piedāvājam mainīt dzīves tempu, parādām, ka ir daudz labu lietu, kuras nevar baudīt steigā, ka daudzas nesteidzīgi baudītas lietas ir tās kvalitatīvākās. Labu mākslu, labu ēdienu, mūziku nemaz nevar steigā “izgaršot”. Tas nesteidzīgums, apcerē, iedziļināšanās – tas ir produkts, ko mēs piedāvājam,” skaidro TAVA šefs.

Tēlā iekļaujas ne tikai tūrisms Latvijas mazpilsētās, bet arī lielajās pilsētās, Rīgā. Arī Rīgas tūrisma koordinācijas un informācijas centra vadītāja Sandra Inkēna atzīst, ka Rīgai ir daudz, ko tā var piedāvāt esošā koncepta ietvaros, bet ir arī daudz darba, lai attīstītu jaunus, radošus produktus. Viņa arī norāda, ka Rīgas un Latvijas mārketēšana nav savstarpēji pretrunīgas lietas, tās drīzāk viena otru papildina.

A. Slokenbergs piebilst, ka šīs koncepcijas attīstīšana neizslēdz arī citu, steidzīgāku tūristu uzrunāšanu, uz ko vairāk orientēta, piemēram, “Dižā Baltijas apceļošana”.

Ne noliedz riskus

Varbūtējā sabiedrības neizpratne par tēla vizuālo noformējumu A. Slokenbergu neuztrauc: “Tēls veicina atpazīstamību, tam jāpiesaista uzmanība, jābūt atšķirīgam. Šis zīmols atšķiras no daudzu citu valstu tūrisma tēliem, piesaista uzmanību”. TAVA šefs nenoliedz, ka zīmola izvēlē ir riska elementi. “Resursi, uz kuriem varam būtēt savu tūrisma piedāvājumu, pamatā ir daba, kultūras daudzveidība, un to varam pasniegt atšķirīgi. Jā, tas ir risks, bet nav arī jēgas konkurēt ar valstīm, kas visu visiem piedāvā vēl vairāk un labāk. Esam uzdrošinājušies pateikt, ka būsīm savādāki. Risks ir jebkura veiksmīga zīmola sastāvdaļa,” teic A. Slokenbergs, kurš pats ir arī reklāmas speciālists.

Jautāts, vai auditorija, kuru uzrunā šāda koncepcija, nav pārāk maza, A. Slokenbergs argu-

mentē, ka tā toties ir kvalitatīva, un Latvija vēlas attīstīties nevis lēta, bet gan kvalitatīva tūrisma piedāvājuma virzienā, piedāvāt tīru dabu, labu pārtiku, kvalitatīvus kultūras produktus, ar laiku, iespējams, kļūstot par ekotūrisma lielvalsti. Turklāt šo mērķauditoriju labprāt akceptē arī vietējie iedzīvotāji, tādējādi radot pozitīvu attieksmi pret tūristiem, kuras līdz šim Latvijā trūcis.

Izpratne aug

Jaunā tēla ideju TAVA vadība skaidrojusi tūrisma speciālistiem un uzņēmējiem reģionos, nozares asociācijām. “Izprotot zīmola ietvertu filozofiju, zīmola praktisko lietojumu un sasaisti ar mārketinga stratēģiju, viņi katrs sevi ierauga kā vienu no elementiem logotipā, labāk izprot mārketinga būtību, kā arī to, ka būs jāiegulda kolektīvs darbs pakalpojumu attīstīšanā. Pašlaik ir ļoti maz tūrisma aģentūru, kuras patiešām veido un pārdod Latvijas tūrisma produktus; pats produkts, kas būtu orientēts uz tūristu grupām, ir vāji attīstīts. Būs jāatrod mehānismi, kā šādus produktus stimulēt, kā veicināt uzņēmēju, aģentūru, tūrisma informācijas centru sadarbību. Kopā ar ekspertiem sēdīsimies pie galda un domāsim,” stāsta A. Slokenbergs. Līdzīgi domā arī Jelgavas tūrisma speciāliste Tabita Šķerberga un asociācijas “Lauku ceļotājs” prezidente Asnāte Ziemele.

Jaunais tūrisma tēls veidots, “pamatojoties uz lietu secību, kādā var kaut ko būtēt, attīstīt. Šodien mums nav naudas reklāmai ārzemēs, bet tas neliedz pilnveidot tēlu, sakārtojot produktu atbilstoši tēla koncepcijai, lai tad, kad nauda būs, varam aktīvi virzīt tēlu un pakalpojumus ārējos tirgos”. A. Slokenbergs piebilst, ka jau tagad virkne TAVA aktivitāšu tiek veiktas, iekļaujoties šā tēla koncepcijā. Visaktīvāk jaunais tēls tiks popularizēts augsti prioritārajos tūrisma tirgos.

Tēla izstrādes procesā piedalījās TAVA Konsultatīvā padome, tā izstrādei tika piesaistīta reklāmas aģentūra “ADELL Saatchi & Saatchi”. Koncepcijas izstrāde, logo un saukļa attīstība, komunikācijas platformas, vizuālās identitātes grāmatas izstrādāšana un Latvijas tūrisma portāla dizaina skīču varianti izmaksāja 10 846 latus. ■

Viedokļi

Labi saskan ar LC produktiem

Asnāte Ziemeļe,

asociācijas "Lauku Ceļotājs" prezidente

Lauku tūrisma pārstāvjiem jaunais tēls ļoti labi der, jo saskan ar mūsu produktu, lauku labumiem, īsteni latvisko, mierīgo. Vēl gan jāskatās, kā tas tiks piepildīts, kādi būs informatīvie materiāli, suvenīri u.tml. Tāpat jāattīsta arī paši produkti – tādu, kas būtu iepakoti ārzemju tūristam un mudinātu viņu izdot vairāk naudas, tāpat tādu, kas būtu viegli pozicionējami un pārdodami ārvalstu tirgū, mums joprojām ir samērā maz. Pie tā vēl krietni jāstrādā, un to mēs arī darām. Lielākais klupšanas akmens pašlaik ir sadarbības trūkums starp vairākām pusēm – uzņēmējiem, pašvaldībām, dienestiem, iedzīvotājiem. Bet ir arī pozitīvi piemēri – kā Slīteres nacionālajā parkā: ja vietējie cilvēki, institūcijas, uzņēmēji strādā kopā, tad galarezultāts ir apbrīnojams.

Es gan īsti nezinu, vai eksistē tāds mērķtirgus un cik liels tas ir, uz ko tēls vērst, bet ne jau vienmēr šim tirgum jābūt skaidri iezīmētam. Bet aprīšu neskaidriība nenozīmē to, ka valstij nevajag mēģināt doties nospraustajā virzienā, jo bieži tūristi, lemjot, kur braukt, izvēlas sapni, un "Nesteidzīga atpūta Latvijā" daudziem varētu būt šāds sapnis.

Kvalitatīvā tūrisma niša

Sandra Inkēna,

Rīgas tūrisma koordinācijas un informācijas centra vadītāja

Jaunais tūrisma tēls izvēlēts veiksmīgs, jo ir orientēts uz kvalitatīvu un ilgtspējīgu tūrisma, kur svarīga ir individuālas pieredzes gūšana, citas pasaules izziņāšana. Došanās kvalitatīvā tūrisma nišas virzienā ir pareiza, jo mēs nekad nebūsim masu tūrisma zeme.

Sauklis aicina uzturēties Latvijā ilgāk, tas ir videi draudzīgs un nesteidzīgs. Tūrists var iepazīt valsts kultūru un dzīvesveidu, gūstot savu pieredzi, kā arī atklāt "neiemītas takas" – citu ceļotāju neiepazītus objektus. Tēls paver arī daudz iespēju, lai radītu jaunus tūrisma produktus un paplašinātu esošo produktu piedāvājumu. Rezultāti zīmolam varētu būt jūtami 2011. vai pat 2012. gadā, bet jebkurā gadījumā tas būs ilgtermiņa projekts.

Devīze un logo ir pietiekami interesanti.

Jākooperējas produktu veidošanā

Tabita Šķerberga,

Jelgavas tūrisma informācijas speciāliste

Jauno tēlu vērtēju ļoti pozitīvi. Jau vairākus gadus runājam par to, ka ārvalstīs tūristiem jāpārdod ne tikai Rīga, bet arī reģioni, un jaunais tēls ir labs līdzeklis, kā vairāk uzmanības pievērst arī reģioniem. Pozitīvi vērtēju arī ideju tēla attīstības ietvaros pētit tūristu vēlmes, nevis mēģināt iestāstīt, ka labs ir tas, kas mums ir, nevis tas, ko viņš vēlas.

Vēl gan jāiegulda daudz darba, lai piepildītu un radītu tēlam atbilstošus produktus. Tēla koncepcijā redzu iekļaujamos arī dažus Zemgales tūrisma produktus, bet vairāk pašiem jāstrādā pie atsevišķu uzņēmēju, pašvaldības tūrisma produktu apvienošanas, jo ar esošo, individuālo piedāvājumu tūristus ir grūti noturēt ilgāk par pāris stundām. Līdz šim uzņēmēji darbojas ļoti izolēti, bet, lai paplašinātu piedāvājumu klāstu un noturētu tūristu, vajag kooperēties.

Jaunā tēla idejas – Latvijas kā mierīgas, dabu un cita veida kvalitatīvu piedāvājumu sološas tūrisma vietas uztvere – gan prasīs laiku, bet tā tas ir ar visiem jauniem zīmolliem.

Armands Slokenbergs: "Tūrisma rādītāju kritums ir likumsakarīgs"

Latvijas tūrisma tirgus pēdējos gados piedzīvoja daudz straujāku izaugsmi, nekā tas notika citviet Eiropā, tāpēc nav korekti vērtēt rādītāju kritumu tikai viena gada ietvaros. Tik straujas izaugsmes laikā produkts, tirgus un pakalpojums varbūt arī nav attīstījies tik kvalitatīvs, stabils un ilgtspējīgs, tāpēc lieli kritumi zināmā mērā pat ir likumsakarīgi. Protams, tūrisma, jo īpaši darījumu tūrisma, kas ir ļoti jūtīgs pret cenu, negatīvi ietekmēja arī PVN paaugstināšana," komentējot Eurostat, Eiropas Ceļojumu komisijas un Pasaules Tūrisma organizācijas datus par Latvijas un citu valstu tūrisma raksturojošiem rādītājiem 2009. gadā, teic TAVA direktors Armands Slokenbergs.

Kā liecina minētie dati, pērn nakšņojumu skaits viesnīcās ES valstīs kopumā samazinājās par 5,1 %, turpretī Latvijā – par 23,3 %, ārvalstu tūristu nakšņojumu skaits ES vidēji kritās par 9,1 %, bet Latvijā – par 16,5 %. Kritums tika novērots visās valstīs, izņemot Zviedriju. Dramatisks kritums Latvijai ir tieši vietējo tūristu nakšņojumu skaita ziņā – šis rādītājs sarucis par 37,6 %, savukārt vidēji Eiropā tas krities tikai par 1,6 %, bet astoņās valstīs uzrādīts pat pozitīvs pieaugums.

2009. gada pirmajos trīs ceturkšņos pasaulē ienākumi no starptautiskā tūrisma samazinājās par 9–10 %, ienākošais tūrisms – par 7 %, savukārt Eiropas valstīs tas samazinājās vidēji par 8 %, bet lielākais kritums atkal konstatēts Latvijā – 17,8 %.

"Latvija ievērojami balstījās uz vietējo tūrisma, kas krīzes laikā uz Eiropas fona samazinājās dramatiski, kurpretī eiropieši pārsvarā izvēlējās veikt īsākus ceļojumus vai ceļot pa savu valsti. Nelielo, specializēto pakalpojumu sniedzēji lauku tūrismā varbūt arī tik sāpīgi krīzi neizjuta, taču to nevar teikt par vietējo darījumu tūrisma, kas veidoja statistikas pamatmasu," analizē A. Slokenbergs.

Pēc TAVA direktora domām, nozarei šobrīd nepieciešams pārprofilēties, pārorientēt pakalpojumus, atrast citu formātu; domāt, kā līdzšinējos semināru, konferenču, sporta spēļu pasākumus pārveidot, piemēram, par interesantiem kultūras un izklaides pasākumiem, kurus viņi var organizēt nevis vienam pasūtītājam, bet interešu grupām. Jau TAVA projektā "Redzi.Runā.lv" bija vērojama tendence, ka, piemēram, brīvdienās tiek organizētas korporatīviem pasākumiem līdzīgas aktivitātes, kur dalībnieki un finansējums tiek salāsīti individuāli. TAVA direktors ir pārliecināts, ka veiksmīgākie uzņēmēji krīzes laikā atradīs citu veidu, kā izmantot esošos resursus, bet arī TAVA veiks aktivitātes, lai palīdzētu attīstīt korporatīvo tūrisma kā eksporta produktu.

"Bet par laikiem, kā bija, kad tūristi strauzmēm plūda un varēja tikai celt cenu, ir jāaiz-



Nozarei šobrīd nepieciešams domāt, kā līdzšinējos semināru, konferenču, sporta spēļu pasākumus pārveidot, piemēram, par interesantiem kultūras un izklaides pasākumiem, kurus viņi var organizēt nevis vienam pasūtītājam, bet interešu grupām

mirst. Mēs vairs neesam jauna vieta, uz kuriem interesanti atbraukt, apskatīties, turklāt pēdējos gados vairs nebijām arī lēta vieta. Kopš 2007.–2008. gada vietējais tūrisms izmaksu ziņā pat nebija konkurētspējīgs ar izejošā tūrisma piedāvājumu. Līdz ar krīzi viesnīcu cenas pazeminājušās par 20–30 %," norāda A. Slokenbergs. Viņaprāt, gaidāmo izaugsmes posmu svarīgi izmantot nevis kā agrāk – ceļot cenas, bet paaugstinot pakalpojuma kvalitāti. "Ceru, ka samazinātā PVN likme tūristu izmitināšanas pakalpojumiem ļaus uzņēmējiem investēt produkta attīstībā, kvalitātē. Ja nevaram investēt, ieejam ļoti bezcerīgā laukā, proti, cenas konkurences laukā. Tie, kas varbūt neadekvāti investēja, kuru pakalpojums ir neatbilstošs vai kuri nevar paprasīt cenu tāpēc, ka viņu pakalpojums nav kvalitatīvs, aizies bojā. Uz tā rēķina vidējais pakalpojuma līmenis celsies, jo vājākie būs pazuduši," prognozē A. Slokenbergs.

Ja vērtējam procesus Igaunijā, tur cenas un kvalitātes attiecība ir tūristam pievilcīgāka, arī tūrisma kritumi ir mazāki – apkalpoto personu skaits tūrisma mītnēs, nakšņojumu pērn tur bija uz pusi vairāk nekā Latvijā. "Igaunija arī krīzes laikā investēja ārējā mārketingā, un šādos apstākļos arī kritumi ir mazāki, tirgus un produkta stabilitāks, svārstības prognozējamākas. Vienlaikus lielu tūristu skaitu igauņiem dod intensīvā prāmju satiksme ar kaimiņvalstīm, kas atved daudzus vienas dienas alus tūristus, kuri nedod lielus ieņēmumus nozarei. Šādā tūrisma segmentā strādājot, arī kritums var būt mazāks," spriež A. Slokenbergs.

Mīkstināt tūrisma nozares cietau piezēmēšanos TAVA centīsies, īstenojot Latvijas tūrisma mārketinga stratēģiju 2010.–2015. gadam. ■

Praktiskāka un skaidrāka stratēģija

Tūrisma konsultatīvā padome kopā ar TAVA izstrādājusi un apstiprinājusi jaunu Latvijas tūrisma mārketinga stratēģiju 2010.–2015. gadam.

Stratēģija veidota, ņemot vērā pēdējā laika tendences tūrisma tirgū pasaulē. “Iepriekšējā mārketinga stratēģija un no tās izrietošās aktivitātes bija orientētas uz nemitīgi augošu tūrisma tirgu un arī Latvijā strauji kāpjošiem ienākošā tūrisma rādītājiem. Krīzes periods piespieda mūs reālāk paskatīties uz to, ko mēs varam tūristiem piedāvāt,” jaunās stratēģijas specifiku raksturo TAVA Stratēģiskās plānošanas vadītāja Inese Širava. Lai to saprastu, stratēģijā pamatīgi izanalizēta esošā situācija, Latvijas tūrisma raksturojošie rādītāji, tostarp salīdzinājumi ar citām valstīm, izvērtētas mūsu stiprās un vājās puses. “Secinājām, ka nevaram konkurēt ar tūrisma lielvalstīm, bet varam to darīt noteiktā auditorijā, labāk iepakojot un pasniedzot esošo tūrisma produktu, akcentējot tādus produktus, kas saņem ar cilvēku dzīvesstila izmaiņām, vēlmi aizmirst ikdienas stresu un negācijas, parūpēties par savu veselību” stāsta I. Širava.

Tūrisma kūrētāji iecerējuši mērķtiecīgāk pievērsties augsti prioritārajiem tūrisma tirgiem, kā arī kvalitatīvā tūrisma piedāvājuma eksporta veicināšanai, rēķinoties gan ar ceļotāju pieaugošajām prasībām un interesi par individuāliem, specifiskiem tūrisma piedāvājumiem, gan Latvijas vēlmi arī tūrisma jomā pārdot pakalpojumus ar iespējami augstāku pievienoto vērtību.

“Šī nav revolucionāra, bet evolucionāra, praktiski izmantojama un nozarei saprotama stratēģija, kas ļaus attīstīt tirgū konkurētspējīgus produktus, un tie mērķtiecīgāk nekā līdz šim tiks virzīti konkrētos tirgos, panākot maksimālu atdevi ienākošajā tūrisma,” raksturo TAVA direktors Armands Slokenbergs.

Stratēģijā noteikti galvenie ekonomiskie mērķi: līdz 2015. gadam palielināt to ārvalstu tūristu īpatsvaru, kas Latvijā uzturas trīs un vairāk diennaktis, palielināt tūrisma pakalpojumu eksportu ik gadu par 5–10 %, sasniegt tūrisma raksturīgo nozaru īpatsvara pieaugumu iekšzemes kopproduktā, kāds vērojams Centrāleiropas un Austrumeiropas valstīs (vidēji 5 %), nodrošināt straujāku vietējā tūrisma pakalpojumu pieaugumu.

A. Slokenbergs uzskata, ka Latvija līdz šim nav uzrunājusi konkrētas mērķauditorijas ar konkrētu, specifisku izveidotu produktu, bet tas ir mārketinga pamatu pamats. Tādēļ, stratēģijā analizējot līdzšinējo tūrisma tēlu vai, pareizāk, reāli funkcionējoša tēla trūkumu, nolemts izstrādāt jaunu tēla platformu. Šāda platforma tūrisma produktu un pakalpojumu attīstīšanai jau ir radīta (“Nestaidzīga atpūta Latvijā”), un turpmāk tā tiks papildīta ar reāliem tūrisma produktiem, kā teikts stratēģijā, ņemot vērā

Latvijas tūrisma nozares SVID analīze

Iekšējie faktori	
Stiprās puses	Vājās puses
<ul style="list-style-type: none"> Daudzveidīgs un bagāts kultūrvēsturiskais (materiālais un nemateriālais) mantojums, pilsētu apbūve, nacionālā virtuve, dažādu reliģiju klātbūtne, seno amatu prasmes, laikmetīgas kultūras izpausmes Pievilcīgi dabas resursi – ainavu un bioloģiskā daudzveidība, gara jūras piekraste ar smilšainu pludmali, neskarta daba Lauku un ekotūrisma resursi Attīstīta starptautiskā lidosta, plašs lidojumu maršrutu tīkls Augsts cilvēkresursu un profesionālās izglītības potenciāls Augsts potenciāls attīstīt tūrisma produktus ar augstu pievienoto vērtību un inovatīvus tūrisma produktus Pievilcīgs un atpazīstams Rīgas tūrisma tēls Piemērota vide specializēt, uz dabas resursiem bāzētu produktu radīšanai, papildinot Rīgas tūrisma piedāvājumu Atpazīstams Jūrmalas tēls (lielākais Baltijas kūrorts) Augsts potenciāls veselības tūrisma produktu attīstībai, balstoties uz dabas ārstnieciskajiem resursiem Rehabilitācijas un SPA centru pakalpojumu piedāvājums 	<ul style="list-style-type: none"> Koordinācijas un sadarbības trūkums nozarē Nepilnīgi izmantots tūrisma resursu (kultūrvēsturiskā mantojuma, neskartās dabas, cilvēku) potenciāls Tūristu vēlmēm neatbilstošas kvalitātes tūrisma piedāvājums un infrastruktūra atsevišķos reģionos, t.sk. tūrisma resursu koncentrācijas vietās Zems uzņēmējdarbības līmenis, zema darba produktivitāte, daudziem tūrisma nozarē strādājošiem nav profesionālās izglītības Valodu barjera, īpaši Latvijas reģionos Maz starptautisko tūrisma zīmolu (piem., viesnīcu ķēdes) Vāji attīstīts vietējais tūrisms Nepietiekami izmantota sadarbība starp privāto, valsts un pašvaldību sektoru, sabiedriskajām organizācijām Zems vietējo un ārvalstu investīciju apjoms un īpatsvars tūrisma nozarē Nepietiekama inovāciju izmantošana tūrisma nozarē Augstas tūrisma produktu un pakalpojumu cenas
Ārējie faktori	
Iespējas	Draudi
<ul style="list-style-type: none"> Latvijas izdevīgais ģeogrāfiskais stāvoklis, tai skaitā atrašanās Baltijas valstu centrā Mērens klimats Iekļaušanās Šengenas zonā Latvijas kā ES un NATO dalībvalsts statuss dod ceļotājiem papildu drošības garantijas Globālās demogrāfiskās izmaiņas un izmaiņas ceļojumu motivācijā rada jaunas tūrisma tirgus nišas Āzijas izejošā tūrisma tirgus potenciāla palielināšanās Iespēja piesaistīt tūrisma nozares projektiem ES fondu finansējumu Latvijā nav masu tūrisma Aktīva pārrobežu sadarbība Globālās sasīšanās ietekmē pievilcīgāka klimata veidošanās tūristiem ziemā un vasarā 	<ul style="list-style-type: none"> Latvijas kā tūrisma galamērķa zema konkurētspēja ES un globālā mērogā Citu valstu (īpaši Igaunijas un Lietuvas) līdzīgs tūrisma piedāvājums un aktīvāks mārketinga Izteikta tūrisma sezonālitate, kas rada tūrisma komercdarbības apgrozījuma svārstības Latvijas ekonomikas zemais attīstības līmenis salīdzinājumā ar citām ES dalībvalstīm Latvijas nepievienošana eiro zonai Lēna reģionālā un globālā ekonomikas izaugsme, pastāv ekonomikas un arī tūrisma pieprasījuma recesijas risks, terorisma un slimību draudi NVS tirgus neprognozējamība

“izmaiņas Latvijas un citu valstu iedzīvotāju vērtību skalā, no tradicionālā patēriņa virzoties uz jauna dzīves satura meklējumiem un izmantojot lielākās Latvijas vērtības – dabu, kultūru un cilvēkus”.

Mērķtiecīgums izpaudīsies, aktīvāk darboties stratēģijā definētajos augsti prioritārajos mērķtirgos: Lietuvā, Igaunijā, Krievijā, Somijā, Zviedrijā, Vācijā. Katram no tiem TAVA veidos savu stratēģiju, rēķinoties ar katras valsts specifiku.

I. Širava atzīst, ka arī līdz šim bija definēti galvenie mērķtirgi, bet ne vienmēr tas tika konsekventi ievērots, un virkne aktivitāšu notika arī citos tirgos. “Veidojot šo stratēģiju, nolēmām, ka visus piecus gadus augsti prioritāros tirgus nemainīsim un tajos arī mērķtiecīgi strādāsim. Nozarei līdz ar to būs lielāka skaidrība, kur valsts koncentrēs savas mārketinga aktivitātes, kur varēs sadarboties un kuru tirgu iekarošanā vairāk būs jācīnās pašiem uzņēmējiem. Uz mārketingu prioritārajos tirgos centīsimies virzīt arī ERAF līdzekļus. Prioritāro un sekundāro tirgu ranžējumu un aktivitātes tajos varam pārskatīt, mainoties kādiem faktoriem, piemēram, atveroties jaunam avioreisam vai prāmju satiksmei uz kādu no ienākošo tūrisma stimulējošām vietām,” skaidro I. Širava.

Stratēģijā iestrādāti arī priekšlikumi vietējā tūrisma tirgus attīstībai, sadarbībai ar vietējo

tūrisma produktu radītājiem, definēti stratēģisko tūrisma produktu kritēriji, būtība, minēta virkne piemēru, kā arī analizētas iespējas šo produktu iespējami efektīvākai virzīšanai tirgū. “Produktiem, ko virzīsim tirgū, vai tiem, kas vēlēšies, lai tos palīdzam virzīt, būs jāatbilst stratēģijā minētajām pamatvērtībām un kritērijiem: kvalitāte un augsta pievienotā vērtība,” stāsta I. Širava un piebilst, ka Latvijai jāveido vairāk šādu produktu.

Valsts finansējums ārējam mārketingam šogad ir 500 000 latu. “Tas ir tik liels, lai mēs varētu stratēģiski noteikt turpmākos virzienus, uzturēt pamataktivitātes, piemēram, darbu ar žurnālistiem, attīstīt portālu, kas jau vairākus gadus nav bijis veiksmīgs, infrastruktūras lietas, kas saistītas ar pakalpojumu kvalitātes uzlabošanu, viesmīlību; lai sagatavotu informatīvos materiālus, kas nepieciešami tūristiem informācijas centros un arī izstādēs; arī dalībai ierobežotā skaitā starptautisko izstāžu. Bet ar to nevaram Latvijas tūrisma piedāvājumu aktīvi virzīt ārējos tirgos – ārējais mārketinga, reklāmas kampaņas, mārketinga aktivitātes arī citos pārdošanas kanālos – aģentūrām, tūroperatoriem; interneta portāls... – tam visam būtu nepieciešami nopietnāki līdzekļi,” vērtē TAVA direktors.

Jaunā Latvijas tūrisma mārketinga stratēģija pieejama TAVA mājaslapā http://tava.gov.lv/tava/index.php?kd_id=2717. ■

TAVA pārtop par stratēģisko pārraugu

Līdz ar TAVA budžeta samazināšanu un jaunā TAVA direktora stāšanos amatā reorganizēta aģentūras struktūra. Izmaiņas izdarītas, precizējot veicamās funkcijas, lielāku uzsvāri liekot uz nozares stratēģisku vadību, dažādo spēlētāju sadarbību un interešu koordināciju.

Tā kā TAVA darbībām, tāpat kā tūrismam kopumā, ir sezonāls raksturs, tad nedz finanšu, nedz pilnvērtīgas cilvēku kvalifikācijas izmantošanas aspektā nav izdevīgi visu gadu algot tik daudz darbinieku, cik nepieciešams aktīvākajos darbības mēnešos. Savukārt, ja šajos aktīvās darbības mēnešos cenšamies iztikt ar pastāvīgi nodarbinātajiem cilvēkresursiem, cieš darba kvalitāte, jo darbinieki tiek pārslogoti, skaidro TAVA direktors Armands Slokenbergs. Tādēļ virkne darbu, kurus aģentūra veica līdz šim, tiek uzticēta algotiem sava aroda speciālistiem, vairāk tiek pirkti ārpa-

pojumi. Piemēram, IT jomā aģentūru apkalpos Baltijas datu centra operators "DEAC", savukārt grāmatvedība, kadru daļa nodotas Ekonomikas ministrijai, apkārtrakstu ārvalstu tūrisma speciālistiem četrās valodās gatavo ziņu aģentūra LETA. "Tas mums izmaksā apmēram tik, cik būtu nepieciešams viena cilvēka algošanai, tajā pašā laikā viens cilvēks šādu produktu nevarētu sagatavot," skaidro A. Slokenbergs.

Līdzīgi arī ikgadējās starptautiskās tūrisma speciālistu kontaktbiržas, semināra "Baltic Connecting" (Buy the Baltics) organizēšana tiks uzticēta konkursā uzvarējušai aģentūrai, un tas būs lētāk un efektīvāk, – tā TAVA direktors. "Līdz šim TAVA atgādāja specializētu reklāmas aģentūru, kas pati centās darīt visu. Tagad tā koncentrēsies uz vadības un stratēģiskās plānošanas funkciju, bet virkni tehnisku un specifiskas prasmes prasīšu dar-

bu uzticēsim citiem, paši pārraugot to izpildes kvalitāti," teic A. Slokenbergs. Piemēram, TAVA algo divus mājaslapas redaktorus, kas pārzina tūrisma mārketinga stratēģiju, tēlu, zina un plāno, kas tajā vajadzīgs, bet paša satura rakstīšana konkursa kārtībā uzticēta izdevniecībai "Rīgas Viļņi".

Pēc reorganizācijas aģentūrā palikuši strādāt tikai 12 cilvēki, pamatā tie ir stratēģisko virzienu noteicēji, aktivitāšu plānotāji un realizācijas vadītāji konkrētos projektos.

Daudz vairāk aktivitāšu tiek plānots un īstenots sadarbībā ar dažādām tūrisma asociācijām. "Tā kā mūsu intereses saskan, atliek tikai iniciēt un koordinēt šo sadarbību, kas starp vairākiem nozares spēlētājiem vienlaikus līdz šim piekļūboja. Tūrisms ir sadarbības pakalpojums, un mēs cenšamies ieviest šādu darba modeli arī kontaktos ar nozari," tā A. Slokenbergs. ■

Tūrisma mārketingam cenšas piesaistīt ERAF līdzekļus

Latvijas tūrisma tēla attīstīšanai un popularizēšanai, valsts tūrisma mārketingam ārējos tirgos TAVA cenšas papildu valsts finansējumam piesaistīt arī Eiropas Reģionālās attīstības fonda (ERAF) līdzekļus.

"Tie nepieciešami, lai pilnvērtīgāk īstenotu jaunajā Latvijas tūrisma mārketinga stratēģijā 2010.–2015. gadam noteiktos uzdevumus ārējos tirgos: dalībai starptautiskajās tūrisma izstādēs, reklāmas kampaņās, dažādām aktivitātēm ārvalstu pārdošanas kanālos, tūrisma informācijas un reklāmas materiāliem un citām mārketinga aktivitātēm. Tiesa, TAVA budžeta iespējas gan ierobežo ERAF līdzekļu piesaistes apmērus, jo projektiem nepieciešams 40 % pašu līdzfinansējums. Nevaram atļauties lielā-

ko daļu mūsu budžeta investēt šajās programmās, tāpēc sarunās ar Ekonomikas ministriju un Finanšu ministriju centsimies tās pārliecināt par papildu līdzekļu nepieciešamību šim mērķim. Skaidrosim, kā grasāmies izmantot šos līdzekļus un kādu atdevi tie varētu dot ekonomikai. Esam pārliecināti, ka šo naudu spēsim izmantot kvalitatīvi un efektīvi," stāsta TAVA direktors Armands Slokenbergs.

TAVA direktors arī bilst, ka Igaunijā attiecīgā valsts aģentūra tūrisma mārketingam piesaista ERAF miljonus jau no 2004. gada, un tas arī ir bijis jūtams Igaunijas tūrisma kampaņās ārvalstīs. Lietuvieši ERAF līdzekļus sākuši piesaistīt šogad, bet Latvija cer to izdarīt no nākamā gada. "Pozitīva scenārija un politiska atbalsta

gadījumā lēmums par līdzekļu piesaisti varētu tikt pieņemts šā gada septembrī. Rēķinoties ar apmēram pusgadu ilgu līdzekļu apguves programmu tehnisku sagatavošanu, tos varētu sākt apgūt 2011. gada otrajā ceturksnī. Bez TAVA līdzfinansējuma varētu būt pieejami apmēram 1,5 miljoni latu turpmākajos trīs gados," lēš A. Slokenbergs.

Viņš atklāj, ka TAVA plāno koncentrēties uz ERAF līdzekļu apguvi un dalību tikai lielākajos Eiropas projektos, kā, piemēram, "Eiropas izcilākie tūrisma galamērķi" (EDEN), bet atteikties no tādiem mazefektīviem projektiem, kuri no aģentūras prasa lielus cilvēkresursus un neatbilst mārketinga stratēģijā noteiktajām prioritātēm. ■



Ilona Kalniņa kļūst par TAVA jauno mārketinga vadītāju

Maijā darbu TAVA sāksusi jauna mārketinga vadītāja Ilona Kalniņa.

"Šogad viens no maniem svarīgākajiem uzdevumiem ir augsti prioritāro tirgu stratēģijas izveidošana," teic I. Kalniņa. Par augsti prioritārajiem tirgiem noteiktas šādas valstis: Lietuva, Igaunija, Vācija, Krievija, Somija, Zviedrija. Tā kā katrai valstij kā tūrisma mērķtirgum ir sava specifika, katrai tiks izstrādāta arī īpaša stratēģija, kas tiks balstīta uz aptaujas datiem par katras valsts tūristu vēlmēm

un esošā tūrisma produkta vērtējuma aptauju. To TAVA veiks vasarā sadarbībā ar visām tām Latvijas augstskolām, kurās ir tūrisma izglītības programmas.

I. Kalniņa no mārketinga aspekta vētīs arī virkni TAVA projektu, piemēram, "Baltic Connecting" un jaunā tūrisma tēla virzīšanu, tā logotipa lietošanu, izstrādās partnerības programmu ar sadarbībā iesaistītajiem, slēgs sadarbības līgumus ar nevalstiskajiem partneriem. ■

Igaunijas un Lietuvas medijiem rādīs reģionu savdabību

Lai aktivizētu tūristu plūsmu no kaimiņvalstīm vēl šajā sezonā, Tūrisma attīstības valsts aģentūra (TAVA) jūnijā organizēs četras Lietuvas un Igaunijas žurnālistu tūres pa Latvijas reģioniem.

Vizītes organizētas sadarbībā ar reģionālajām tūrisma asociācijām un veidotas tā, lai ko jaunu uzzinātu, izbaudītu, ieraudzītu pat tie kaimiņvalstu tūristi, kas Latvijā bijuši ne reizi vien.

Jāņem vērā, ka Lietuva un Igaunija ir augsti prioritārie tūrisma tirgi. Tieši ar šīm valstīm allaž saistīties lielākais ceļotāju īpatsvars Latvijā. “Igaunijas un Lietuvas tūristi vislabāk varētu pārzināt Rīgu un pārējos Latvijas “Top 10” tūrisma objektus, un esam pārliecināti, ka interesi radītu arī citas, mazāk zināmas vietas Latvijā, par kurām jāinformē, lai kaimiņvalstu ceļotāji nezaudē par mums interesi,” īpašo pievēršanos Baltijas valstu žurnālistiem pamato TAVA tūrisma mārketinga speciāliste Ramona Kačanova.

Divās žurnālistu tūrēs tiks iekļauti Kurze-

mes un Zemgales tūrisma objekti, vēl divās – Vidzemes un Latgales objekti.

Atlasot žurnālistiem rādāmos objektus, TAVA un reģionālās asociācijas centušās iekļauties arī jaunā Latvijas tūrisma tēla koncepcijā “Nesteidzīga atpūta Latvijā”. “Tēla iedzīvināšana šajās vizītēs nesagādā īpašas problēmas, jo tēls labi saskan ar jau esošo piedāvājumu reģionos, kā arī ar to auditoriju, ko vēlamies pastarpināti uzrunāt caur Lietuvas un Igaunijas medijiem – cilvēkus, kas ieinteresēti ģimenes tūrisma piedāvājumā, aktīvajā un dabas tūrismā,” teic Ramona Kačanova.

Jaunā tēla koncepcija paredz tādu produktu attīstīšanu, kam ir papildu pievienotā vērtība. Tādēļ arī žurnālistu vizīšu ietvaros tiks piedāvāta ne tikai atpūta pie dabas, objektu pasīva apskate, bet arī pašu iesaistīšanās dažādās aktivitātēs.

Bez tradicionāli populārājam tūrisma vietām Tērvetē, Siguldā, Liepājā, Kuldīgā, Ventspilī, apmeklēt varēs virkni nelielu, bet atraktīvu un unikālu objektu, kas lielākoties būtu interesanti

visai ģimenei, piemēram, Latgales zoodārzu Daugavpilī un mini zoo “Dobuļi” ar dažādu minidzīvnieku kolekciju, atpūtas kompleksu “Vilnis” Stropu ezera krastā ar peldošo pirti, Baltijā vienīgo maizes muzeju Aglonā, kinopilsētiņu “Cinevilla” ar vienīgo plašo kino dekorāciju vietu brīvā dabā, “Lāču” maizes ceptuvi, dažādus aktīvās atpūtas, atrakciju un izzinošas ievirzes parkus, SPA. Koknesē būs iespējams pavizināties pa Daugavu ar teiksmaino vikingu liellaivu “Lāčplēsis”, Pāvilostā – apgūt sērfošanas pamatus, Bauskā – “Senās dzīves skolu”, iemācoties galma dejas, knipelēšanu un citas 15.–17. gadsimtā tik populārās prasmes, savukārt Zebrus ezerā makšķerēšanas cienītāji, iespējams, varēs tikt pie zandarta.

Šīm žurnālistu vizītēm TAVA budžetā atvēlēts finansējums līdz 7000 latiem, kas ir mazāk nekā būtu jāmaksā par reklāmu medijos, kas turklāt nebūtu tik efektīva kā žurnālistu raksti pēc vizītes. Vienā vizītē TAVA cer iesaistīt ap 10 drukāto mediju pārstāvjus, prognozē Ramona Kačanova. ■

Medijus uzrunās caur kultūru, dabu, tradīcijām

Atzīstot žurnālistu vizītes Latvijā par efektīvu informācijas un reklāmas kanālu ārvalstīs, TAVA turpinās tās organizēt visa gada garumā, uzaicinot mediju pārstāvjus pamatā no augsti prioritārajiem tirgiem. Bez Lietuvas un Igaunijas šādi tirgi ir arī Krievija, Zviedrija, Vācija, Somija.

No šīm valstīm Latvijā ierodas visvairāk ceļotāju, arī mūsu tūristu mītnēs šo valstu ceļotāji uzturas visvairāk. Tās ir valstis, kam ir izdevīgs Latvijas ģeogrāfiskais stāvoklis un ar kurām Latvijai ir ērta avio, jūras un auto transporta satiksme. Saskaņā ar Latvijas tūrisma mārketinga koncepciju 2005.–2010. gadam “Latvijas ienākošā tūrisma mērķtirgi ir tās valstis, kurām ir vislielākais potenciāls palielināt atdevi no mārketinga investīcijām, kā arī dot ieguldījumu Latvijas tūrisma nozares ekonomisko mērķu sasniegšanā”.

“Pamatā mērķtiecīgi aicināsim šo sešu valstu žurnālistus, bet, ja radīsies interese arī kādiem kvalitatīviem medijiem no citām valstīm, neatteiksim arī viņiem,” informē TAVA tūrisma mārketinga speciāliste Ramona Kačanova.

Esošā finansējuma ietvaros plānotas vismaz

četras tematiskās žurnālistu vizītes. Vasarā mediju galvenais piesaistes notikums būs Rīgas Operas festivāls, kas jau kļuvis par augsti novērtētu un atzītu Eiropā, kā arī Cēsu mākslas festivāls, kas kopš tā iedibināšanas 2007. gadā piesaista arvien vairāk mākslas cienītāju. Rudenī žurnālistiem vairāk tiks rādīts Latvijas dabas skaistums rudenīgajās krāsās, ziemā akcentēts tiks dekorētās Ziemassvētku eglītes rašanās stāsts Rīgā un svētku baudīšanas tradīcijas. Tāpat TAVA atbalsta individuālos žurnālistu pieprasījumus.

Katrā vizītē TAVA centīsies iekļaut arī vismaz viena reģiona tūrisma piedāvājumu, kas saskanēs ar jaunā tūrisma tēla “Nesteidzīga atpūta Latvijā” konceptu. Ņemot vērā to, ka mediju vizītēs un arī citās mārketinga aktivitātēs TAVA jau sāk iedzīvināt šo tēlu, arī uzņēmēji tiek aicināti pastiprināti domāt un veidot tūrisma produktus šā koncepta ietvaros. Tas cita starpā palīdzētu palielināt



ārvalstu tūristu uzturēšanās ilgumu Latvijā, nakšņojumu skaitu, kas pērn Latvijā krities par 23,3 procentiem – vairāk nekā citviet Eiropā.

Žurnālistu vizītes ir viens no TAVA mārketinga instrumentiem ienākošā tūrisma rādītāju uzlabošanai paralēli tirgus pētījumiem un konkrēto tirgu stratēģijas izstrādei, reklāmām, darba semināriem tūrisma profesionāļiem, tūr-operatoru vizītēm, dalībai starptautiskās izstādēs, portāla attīstīšanai un citiem.

Sīkāka informācija: ramona.kacanova@latviatourism.lv. ■

“Buy Latvia. Buy the Baltics” attīstīsies

Tūrisma attīstības valsts aģentūra (TAVA) arī šogad organizēs starptautisko tūrisma profesionāļu kontaktbiržu, semināru, Latvijas un Baltijas tūrisma produktu prezentācijas. Pasākums, ko līdz šim tūrisma nozares profesionāļi pazina ar nosaukumu “Buy Latvia. Buy the Baltics”, šogad iegūs jaunu nosaukumu “Baltic Connecting (Buy the Baltics)”. Mainīts arī norises laiks – tradicionāli pasākums notika februārī, tūrisma izstādes “Balttour” laikā, savukārt šogad tas ieplānots septembrī.

“Baltic Connecting (Buy the Baltics)” mērķis ir informēt ārvalstu tūrisma operatorus par tūrisma iespējām Latvijā un Baltijā, iepazīstināt tos klātienē ar mūsu piedāvājumu, kā arī radīt iespēju ārvalstu tūrisma profesionāļiem tikties ar potenciālajiem Baltijas un citu valstu sadarbības partneriem, nodibināt ar viņiem personiskus kontaktus, pārdot savus pakalpojumus.

Pirmā šāda kontaktbirža un seminārs “Buy. Latvia. Buy the Baltics” notika 2007. gadā, un profesionāļu vidū radīja lielu interesi. Tajā piedalījās simts Latvijas un ap 200 ārzemju tūrisma nozares pārstāvju no vairāk nekā 20 valstīm. Liela atsaucība bija arī 2008. un 2009. gadā, kad lielāka uzmanība tika pievērsta visu Baltijas valstu tūrisma piedāvājumiem. Šogad TAVA spērusi vēl vienu soli uz priekšu, paplašinot potenciālo tūrisma produktu pārdevēju loku.

“Nosaukums mainīts līdz ar pasākuma koncepcijas attīstīšanu: tā nebūs tikai Latvijas tūrisma produktu pārdošanas vieta ar nelielu

Lietuvas un Igaunijas līdzdalību, bet vieta, kur var satikties Rietumi, Austrumi, Ziemeļi un Dienvidi, savu tūrisma produktu pārdevēji ne tikai no Baltijas, bet arī no citām valstīm.

Vienlaikus visiem dalībniekiem tiks parādīts Latvijas piedāvājums,” informē TAVA Baltijas tūrisma tirgus speciāliste Maija Poča.

Projekts veidots sadarbībā ar jau tradicionālo partneri – nacionālo aviokompāniju “airBaltic”, kura caur Latviju tranzītā ved arvien vairāk tūristu. “airBaltic” uz pasākumu specifiski aicinās arī tūrisma nozares uzņēmējus un speciālistus no saviem tranzītkoridoru punktiem, lai viņi Rīgā satiktos. Šogad pasākumā ir aicināts un piekritis iesaistīties arī “Tallink”.

Dalībniekiem tiks piedāvāta kultūras programma un tūrisma produktu prezentācijas gan Latvijas reģionos, gan Rīgā, gan Lietuvas un Igaunijas galvaspilsētās un reģionos. Latvija centīsies parādīt plaša spektra produktu klāstu, kas iekļaujas jaunā Latvijas tūrisma tēla “Nesteidzīga atpūta Latvijā” koncepcijā. Vienlaikus nopietnāk tiks piedāvāts Baltijas produkts. “Par šādām pārmaiņām esam vienojušies ar nozari. Turklāt esam gatavi pieļaut, ka pasākuma norise turpmākajos gados pārmaiņus var notikt arī Lietuvā un Igaunijā, tādējādi pārvēršot to par pilnvērtīgu Baltijas pasākumu. Tas ir ļoti svarīgi, jo Baltijas zīmols daudzviet ir spēcīgāks par katras atsevišķas valsts zīmolu, un tas rada papildu motivāciju tūroperatoriem,” teic TAVA direktors Armands Slokenbergs.

Pasākuma norises laiks mainīts, uzskatot, ka septembrī Latvija tūristiem ir vizuāli pievilcīgāka nekā februārī, turklāt šis ziemas mēnesis ir piesātināts ar daudzām tūrisma izstādēm, savukārt vasarā visas tūrisma aģentūras ir aizņemtas ar ikdienas darbiem.

Iecerēts, ka šogad pasākumā varētu piedalīties apmēram 200 dalībnieku – tūrisma produktu pircēji un pārdevēji no vairākām valstīm. Lai nodrošinātu pasākuma augstu līmeni un atdevi, dalībniekiem noteikta dotēta dalības maksa, kas interesentus disciplinē un atlasa patiesi ieinteresētos tūrisma nozares spēlētājus. Atdevi no pasākuma tā rīkotāji cer sagaidīt nākamajā aktīvajā tūrisma sezonā, ņemot vērā, ka dalībnieki būs tūroperatoru un viņi laicīgi varēs iekļaut un tirgot Latvijas un Baltijas piedāvājumu savās paketēs.

Jauninājumi ieviesti arī pasākuma organizācijā. TAVA jaunās struktūras ietvars ir orientēts uz procesu kvalitatīvāku plānošanu un procesu vadību, tādēļ visu tehnisko pasākuma organizāciju TAVA uzticēs tai profesionāļu kompānijai, kura uzvarēs konkursā. Konkurss par tiesībām organizēt “Baltic Connecting (Buy the Baltics)” TAVA izsludinās 17. maijā, nosakot pieteikšanās laiku 15 dienas.

Nolīgātā kompānija veiks pasākuma dalībnieku atlasu pēc TAVA noteiktiem kritērijiem, īpašu uzmanību pievēršot dalībniekiem no Latvijas augsti prioritārajiem tūrisma tirgiem. Tāpat tā veiks visu organizatorisko darbu, tostarp organizēs tūrisma objektu inspekcijas vizītes. ■

Jau ceturtā “Dižā Baltijas apceļošana”

Arī šogad no 1. maija līdz 30. septembrim Latvijā, Lietuvā un Igaunijā noritēs akcija “Dižā Baltijas apceļošana 2010”.

“Dižā Baltijas apceļošana” vērsta uz vietējo un kaimiņvalstu tūrisma tirgu ar mērķi aktīviem ceļotājiem, kas jau iepazinuši populārākos tūrisma objektus Baltijas valstīs, piedāvāt arvien jaunus ceļošanas mudinājumus, kā arī veicināt jaunu, masu tūrisma alternatīvu produktu popularitāti.

Akcijas ietvaros ceļotāju apskatei un izbaudīšanai katra valsts piedāvā 10 ļoti atšķirīgus objektus.

Sākotnēji Latvijas ceļojumu maratonā un pirmajā Baltijas ceļojumu maratonā, kas bija “Dižās Baltijas apceļošanas” priekšteči, lielākoties tika iekļauti plaši pazīstami tūrisma objekti, turpretī tagad tiek piedāvāti daudzi jauni, ar aktīvo atpūtu vai izziņu saistīti objekti, par kuriem nav dzirdējuši ne tikai kaimiņvalsts, bet arī daudzi pašu valsts iedzīvotāji. “Objektus katru gadu mainām un cenšamies piedāvāt mazāk pazīstamus tādēļ, ka jau ir izveidojies pastāvīgo klientu loks, kas akcijā piedalās ik gadu. Arī kaimiņvalstu ceļotāji nereti jau ir pabijuši populārākajos objektos, un viņiem vajadzīgi jauni izaicinājumi vai arī viņi plāno doties uz kādu zināmu vietu, bet pa ceļam vēlas

apskatīt ko jaunu,” objektu izvēli pamato TAVA Baltijas tūrisma tirgus speciāliste Maija Poča.

Piemēram, Latvija piedāvā apskatīt Vienkoču parku pie Līgatnes, Livonijas apmetni “Godesverdera”, Irbenes radiolokatoru, Kristus Karaļa kalnu – unikālu privātu skulptūru kompleksu kopā ar dekoratīvo augu dārziem, Sergeja Eizenšteina komunikāciju centru Ķeipenē – pasaulē vienīgo publiski pieejamo izcilajam kinorežisoram veltīto ekspozīciju, kas iekārtota dzelzceļa stacijas uzgaidāmajā telpā. Igaunijā unikāli, bet mazāk zināmi objekti ir, piemēram, Kesmu kapteiņu ciems Lahemā nacionālā parka teritorijā, no laukakmeņiem celtais Olustveres muižas 19. gs. degvīna brūzis, kurā šobrīd atrodas keramikas un stikla darbnīca; Ingatsi taka Somā nacionālajā parkā, vienīgās darba kārtībā esošās Holandes vējdzirnavas Seidlā. Lietuvā ceļotājus priecēs “ONE piedzīvojumu parks” Druskininkos, jauns, pērn izveidots Vaska figūru muzejs, Akmens skulptūru parks “Vilnoja” – unikāls mūsdienu mākslas brīvdabas muzejs Sudervē (netālu no Viļņas) un citi objekti.

Līdz šim piedalīties ceļojumu spēlē tā dalībniekus motivēja iespēja iepazīt jaunas vietas, par kuru vērtību vai unikālītāti nav jāšaubās, jo akcijas organizatori par to iepriekš jau ir pārliecinājušies. Daudzus savukārt aizrauj spēles efekts –

katrā vietā jāatrod konkrēts objekts, pie kura jānofotografējas. Akcijas dalībnieki ikvienā objektā visās trīs valstīs saņem arī biļešu, kā arī pakalpojumu atlaides, bet, akcijai noslēdzoties, aktīvākie ceļotāji varēs saņemt gan nacionāla mēroga balvas, gan galveno balvu – “airBaltic” biļeti uz kādu no jaunajiem aviokompānijas lidojumu galamērķiem, stāsta A. Poča.

Projekts “Dižā Baltijas apceļošana” ir unikāls ar to, ka tajā cieši sadarbojas triju valstu tūrisma organizācijas: TAVA, Igaunijas Tūrisma padome un Lietuvas Ekonomikas ministrijas Tūrisma departaments. Ideja pieder Latvijas tūrisma kūrētājiem, un kaimiņvalstu atsaucība sākotnēji nebija liela. Vēl pērn Igaunija (atšķirtībā no Lietuvas) kampaņā neizrādīja īpašu aktivitāti. Šogad Igaunijā atrodas kampaņas vadības centrs, tādējādi, iespējams, ka šī būs līdz šim dižākā Baltijas apceļošana. Ar projektu un tūrisma objektiem detalizētāk iepazīstinās arī žurnālistus, kuriem tiks organizētas preses tūres.

Pilna informācija par “Dižo Baltijas apceļošanu” atrodama speciāli izveidotā mājaslapā www.greatbaltic.eu un bukletos, kas pieejami visos tūrisma informācijas centros. Tur pieejamas arī speciālās akcijas dalībnieku “pases”, kuras šogad var izdrukāt paši ceļotāji. ■



Uzlabojas tūristu drošība

Kopš 2009. gada rudens situācija tūristu drošības jomā ir ievērojami uzlabojusies, taču joprojām tiek veikta regulāra kontrole. Lielākā problēma bija Vecrīgas izklaides vietās konstatētie krāpniecības gadījumi, izmantojot ārvalstu tūristu kredītkartes, no kurām tika noņemtas apjomīgas summas (vidēji 1500 EUR apmērā). Kā tika konstatēts Latvijas Tūrisma konsultatīvās padomes Ekspertu komisijas darba laikā, šajos procesos bija iesaistīta ārvalsts organizētās noziedzības grupa. Stāvokļa uzlabošanā liela loma bija regulāri veiktiem reidiem (ekonomikas un pašvaldības policija, Patērētāju tiesību aizsardzības centrs u. c.), kā arī EM veiktajiem grozījumiem MK noteikumos Nr. 662 "Akcīzes preču aprites kārtība", kas stājās spēkā jau 2009. gada 3. oktobrī un kuros bija paredzētas daudz plašākas Valsts ieņēmumu dienesta Licencēšanas komisijas pilnvaras. Šie grozījumi arī ļauj daudz stingrāk kontrolēt uzņēmumus, kuri tirgo akcizētās pre-

ces (tika paplašināts gadījumu skaits, kad VID Licencēšanas komisija ir tiesīga neizsniegt vai nepārreģistrēt un anulēt alkoholisko dzērienu tirdzniecības speciālo atļauju (licenci) vai tajā norādīto darbības vietas ierakstu, ja novēroti klientu (patērētāju) krāpšanas gadījumi).

...

Pašlaik valsts sekretāru sanāksmē izskatīšanai ir iesniegti grozījumi MK noteikumos, kas paredz, ka no 2010. gada 1. septembra (vienošānās, kas panākta starpministriju sanāksmē) visos taksometros būs jānodrošina kases aparātu čeku izsniegšana. Tādējādi pretenziju gadījumā tiks atvieglota sūdzību izskatīšana un, protams, uzlabota arī kontrole. Pašlaik pasažieri var saņemt ar roku rakstītas kvītis, kurās bieži vien tiek ierakstīta neprecīza vai nepilnīga informācija.

...

TAVA nodrošina palīdzības tālruņa līnijas (1188) tūristiem uzturēšanu un attīstīšanu:

ārvalstu tūristiem ir iespēja iegūt informatīvu atbalstu 24 stundas diennaktī (krievu, angļu un vācu valodā) – palīdzību ārkārtas situācijās, transporta izziņas, palīdzību orientēties kartē, sūdzību un ieteikumu pieņemšanu, informāciju par tūrisma un atpūtas iespējām, tiešos savienojumus ar citiem tālruniem, biļešu rezervēšanu, uzziņu dienestu, SMS un WAP informācijas nosūtīšanu, atbildēšanu uz e-pastiem u. tml. 2010. gada trijos mēnešos tika saņemti 2325 zvani (reģistrēti tie zvani, kuri ienāk no ārvalstu tālrunu numuriem). Galvenās ienākošo zvanu tēmas – informācija par tūrisma iespējām, viesnīcām, tūrisma objektiem, palīdzība orientēties kartē, jautājumi par transportu un nokļūšanu, tulkošanas palīdzība, informācija par pasākumiem. Paredzams, ka, veicot plašākus tālruņa mārketinga pasākumus, izmantojot TAVA sadarbības partnerus un sākoties aktīvajai tūrisma sezonai, zvanu skaits palielināsies. ■

Jauna kārtība cenu norādīšanai dzērienu kartēs

Daudzas sūdzības par tūristu apkrāpšanas gadījumiem Rīgas izklaides vietās, tostarp nepamatoti lielām summām par ēdināšanas pakalpojumiem un alkoholiskajiem dzērieniem, 2008.–2009. gadā ir ievērojami bojājušas Rīgas tūrisma tēlu. Lai mazinātu patērētāju, jo īpaši ārvalstu tūristu, apkrāpšanas gadījumus iegādājoties alkoholiskos dzērienus patēriņam uz vietas un sekmētu tūristu vairākkārtēju atgriešanos Latvijā, tūrisma nozares uzņēmēji šā gada sākumā rosināja daudz detalizētāk noteikt prasības informācijai, kādā norādāma izklaides vietu alkoholisko dzērienu piedāvājuma.

2010. gada 1. maijā stājušies spēkā grozījumi Ministru kabineta 1999. gada 18. maija noteikumos Nr. 178 "Kārtība, kādā norādāmas preču un pakalpojumu cenas". Atbalstot nozares priekšlikumus, šie grozījumi noteic, ka turpmāk patērētājiem būs pieejama skaidra un pilnīga informācija par piedāvāto alkoholisko dzērienu cenu.

Grozījumi precizē kārtību, kādā norādāmas cenas patēriņam uz vietas piedāvājumiem alkoholiskajiem dzērieniem, paredzot, ka cenu par alkoholiskā dzēriena piedāvāto tilpumu norāda viena veida mērvienībās – mililitros vai centilitros, un cenai jābūt ļoti saskatāmāi (burtu un ciparu augstums nedrīkst būt mazāks par 3 mm).

Turpmāk MK noteikumos būs

ietverts arī papildu regulējums t.s. dārgajiem alkoholiskajiem dzērieniem, kuru cena par piedāvāto tilpumu pārsniedz 50 latus – to cenas ir jānorāda atsevišķā informatīvā materiālā patērētājiem redzamā un pieejamā vietā. Vienlaikus dārgajiem alkoholiskajiem dzērieniem tiek noteikts arī piedāvātā tilpuma ierobežojums – stiprijiem alkoholiskajiem dzērieniem (alkohola saturs pārsniedz 25 %) maksimālais piedāvātais tilpums nedrīkst pārsniegt 50 ml,

savukārt vieglajiem alkoholiskajiem dzērieniem (alkohola saturs nepārsniedz 25 %) – 200 ml, kas gan neattiecas uz alkoholiskajiem dzērieniem iepakojumā.

Grozījumus MK noteikumos izstrādāja Ekonomikas ministrijas 2009. gada 19. augustā izveidotā Latvijas Tūrisma konsultatīvās padomes Ekspertu komisija tūristu drošības jautājumos, kuras sastāvā ir pārstāvji no Ārlietu ministrijas, Iekšlietu ministrijas, Valsts policijas, Rīgas domes, Akcīzes preču pārvaldes, Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas, Patērētāju tiesību aizsardzības centra un Ekonomikas ministrijas.

Šobrīd Ekspertu komisijā piedalās arī jaunizveidotās Rīgas pašvaldības Tūrisma policijas priekšnieks, kurš atzina, ka, ņemot vērā finansiālos līdzekļus, Tūrisma policija darbojas mazākā kapacitātē, bet gan viņa vadītais dienests, gan arī Valsts policija aktīvi gatavojas jaunajai tūrisma sezonai. ■



Grozījumi LR MK noteikumos precizē kārtību, kādā norādāmas cenas patēriņam uz vietas piedāvājumiem alkoholiskajiem dzērieniem. Turpmāk noteikumos būs ietverts arī papildu regulējums t.s. dārgajiem alkoholiskajiem dzērieniem, kuru cena par piedāvāto tilpumu pārsniedz 50 latus

Tūrisma aģentu un tūrisma operatoru reģistrācija

2010. gada 14. jūnijā stāties spēkā Ministru kabineta noteikumi Nr. 353 "Noteikumi par tūrisma operatora, tūrisma aģenta un klienta tiesībām un pienākumiem, kompleksa tūrisma pakalpojuma sagatavošanas un īstenošanas kārtību, klientam sniedzamo informāciju un naudas drošības garantijas iemaksas kārtību", kas Ministru kabinetā tika apstiprināti 2010. gada 13. aprīlī.

Atšķirībā no šobrīd spēkā esošā regulējuma jaunajos MK noteikumos skaidrāk definēti tūrisma aģenta un tūrisma operatora pienākumi un atbildība, noteikta kārtība par reģistrēšanas datu bāzē, kā arī klientu iemaksātās naudas drošības garantijas nodrošināšana.

Noteikumi paredz, ka tūrisma aģentiem un tūrisma operatoriem, sākot ar 2010. gada 14. jūniju, būs jāreģistrējas Ekonomikas ministrijas izveidotajā tūrisma aģentu un tūrisma operatoru datu bāzē; reģistrācija būs bezmaksas. Jaunā reģistrēšanās kārtība izstrādāta ar mērķi nodrošināt efektīvāku kontroli saistībā ar klientu iemaksātās naudas drošības garantiju, kā arī uzturēt informāciju par tirgū strādājošiem tūrisma aģentiem un operatoriem.

Komersantiem reģistrējoties būs jāiesniedz informācija par komersantu, tā darbību (atbilstoši pieteikuma anketai), kā arī klientu iemaksātās naudas drošības garantijām – izsniedzēju, apmēru un termiņiem. Noteikumi paredz, ka garantiju izsniegs tikai tādām tūrisma operatoram, kurš ir reģistrējies datu bāzē. Tie tūrisma aģenti un tūrisma operatori, kuri līdz šo noteikumu spēkā stāšanās dienai būs jau uzsākuši komercdarbību, datu bāzē varēs reģistrēties triju mēnešu laikā pēc šo noteikumu spēkā stāšanās. Šie komersanti var vienlaikus iesniegt gan pieteikuma formu, gan informāciju par garantiju.

Reģistrācija būs vienreizēja, bet ar noteikumu, ka iesniegtās informācijas izmaiņu gadījumā, tostarp par klientu iemaksātās naudas drošības garantijām, komersantam par to iesnieguma formā būs jāinformē Ekonomikas ministrija.

Arī turpmāk tūrisma operatoriem ir nepieciešama klientu iemaksātās naudas drošības garantija, kas gadījumā, ja tūrisma operators nespēj pilnībā vai daļēji izpildīt līgumsaistības pret klientu līdz savas maksātspējas procesa pasludināšanai vai savas maksātspējas gadījumā, nodrošina saistību neizpildes vai daļējas neizpildes rezultātā radušos zaudējumu kompensāciju klientam, kā arī tūrista atgriešanu valstī, no kuras sācies ceļojums, ja līgumā nav noteikts citādi. Ņemot vērā pašreizējo ekonomisko situāciju, kā arī grūti prognozējamo pakalpojumu patēriņu, jaunajā regulējumā tiek paredzēts, ka garantijai jābūt pietiekamai, lai nodrošinātu augstāk minēto saistību izpildi, bet ne mazāka kā 20 000 latu.

MK noteikumi ir sagatavoti atbilstoši grozījumiem Tūrisma likumā, kas stājās spēkā 2010. gada 1. martā un kurā ir precizētas definīcijas, konkrēti noteikta atbildības (tostarp klientu iemaksātās naudas drošības garantijas) nepieciešamība, kā arī reģistrēšanās tūrisma aģentu un tūrisma operatoru datu bāzē.

Stājoties spēkā MK noteikumiem Nr. 353, spēku zaudēs MK 2007. gada 23. janvāra noteikumi Nr. 67 "Noteikumi par kompleksa tūrisma pakalpojuma sagatavošanas un īstenošanas kārtību, klientiem sniedzamo informāciju un kompleksā tūrisma pakalpojuma sniedzēja un klienta tiesībām un pienākumiem" (*Latvijas Vēstnesis*, 2007, 16. nr.; 2008, 95. nr.; 2009, 53. nr.).

Informācija: Gita Pāvule, tālr.: 67013272, e-pasts: Gita.Pavule@em.gov.lv ■

Vai vēlaties uzņemt tūristu grupas no Ķīnas?

Ekonomikas ministrija reizi pusgadā sagatavo un iesniedz Ķīnas Tautas Republikas Nacionālajai tūrisma administrācijai atjaunotu sarakstu ar Latvijas ienākošā tūrisma komersantiem, kuri vēlas uzņemt tūristu grupas no Ķīnas. Ekonomikas ministrija aicina pieteikties komersantus, kuri vēlētos tikt iekļauti šajā sarakstā.

Atbilstoši Ķīnas izejošā tūrisma politikai un 2004. gada 12. februārī parakstītajam Saprašanās memorandam starp Ķīnas Tautas Republikas Nacionālo tūrisma administrāciju (NTA) un Eiropas Kopienas visas ES dalībvalstis tiek lūgtas nosūtīt Ķīnas NTA sarakstu ar ienākošā tūrisma aģentūrām un tūrisma operatoriem, kuri darbojas saskaņā ar attiecīgās valsts normatīvajiem aktiem. Saraksts tiek atjaunots un papildināts reizi pusgadā, un Ķīnas tūrisma aģentūras to izmanto, meklējot sadarbības partnerus ES dalībvalstīs.

Interesenti, kuri vēlas tikt iekļauti šajā sarakstā un kuri ir izpildījuši Latvijas Republikas normatīvajos aktos paredzētās saistības, tostarp veikuši naudas drošības garantijas iemaksu saskaņā ar Ministru kabineta 2007. gada 23. janvāra noteikumiem Nr. 67 "Noteikumi par kompleksa tūrisma pakalpojuma sagatavošanas un īstenošanas kārtību, klientam sniedzamo informāciju un kompleksā tūrisma pakalpojuma sniedzēja un klienta tiesībām un pienākumiem", tiek aicināti par to paziņot Ekonomikas ministrijas Uzņēmējdarbības konkurētspējas departamenta Tūrisma nodaļai līdz š. g. 7. jūnijam, nosūtot informāciju uz e-pastu: Ilze.Jankava@em.gov.lv.

PVN 10 % likme viesu izmitināšanas pakalpojumiem

2010. gada 1. maijā stājās spēkā Saeimā apstiprinātie grozījumi likumā "Par pievienotās vērtības nodokli", kas paredz piemērot samazināto 10 % PVN likmi viesu izmitināšanas pakalpojumiem tūristu mītnēs.

Kā zināms, līdz 2008. gada nogalei viesu izmitināšanas pakalpojumiem tūristu mītnēs Latvijā tika piemērota 5 % PVN likme, bet no 2009. gada 1. janvāra šī likme tika paaugstināta līdz 21 %. Ekonomikas ministrija aktīvi iestājas par PVN likmes samazināšanu viesu izmitināšanas sektoram, norādot uz standarta PVN likmes piemērošanas negatīvo ietekmi, kas kavē visas tūrisma nozares attīstību.

Ar samazināto PVN likmi Latvija nonāk līdzvērtīgā konkurences pozīcijā ar vairākām citām Eiropas Savienības valstīm, kur PVN likme ir krietni zemāka (piemēram, Igaunijā,

kas ir tuvākais Latvijas konkurents tūrisma, tā ir 9 %). Pēc Latvijas Viesnīcu un restorānu asociācijas (LVRA) sniegtās informācijas, jau 2009. gadā viesu izmitināšanas pakalpojumu cenas bija pazeminātas vairāk nekā par 35 %. Pēc LVRA aprēķiniem, PVN likmes samazinājums par 11 procentpunktiem dos cenu samazinājumu papildus par 6–8 %, kā arī ļaus 2011. gadā palielināt tūrisma nozarē tieši nodarbināto skaitu par 2000 darbinieku.

2010. gada 24. martā LR ekonomikas ministrs A. Kampars parakstīja vienošanos ar tūrisma nozares nevalstiskajām organizācijām par turpmāko sadarbību samazinātās PVN likmes piemērošanas gadījumā. Šīs vienošanās ietvaros nozares pārstāvji 20 mēnešu laikā pēc grozījumu spēkā stāšanās ir apņēmušies veikt vairākus pasākumus.

1. Nodrošināt vismaz 2000 jaunu darba vietu rašanos izmitināšanas sektorā. Vadoties pēc Centrālās statistikas pārvaldes datiem par vidējo darba algu viesnīcu sektorā, tas radīs papildu ieņēmumus valsts budžetā no sociālā nodokļa vismaz 2,9 miljonu latu un pašvaldību budžetā no iedzīvotāju ienākumu nodokļa vismaz 1,76 miljonu latu apmērā.

2. Nodrošināt cenu samazinājumu viesu izmitināšanas pakalpojumiem 5–10 % apmērā, kas sekmētu Latvijas kā tūrisma galamērķa konkurētspējas palielināšanos Baltijas valstīs un Eiropas Savienībā.

Pēc samazinātās PVN likmes stāšanās spēkā tūrisma nozares nevalstisko organizāciju pārstāvjiem Latvijas Republikas Ekonomikas ministrijai reizi četros mēnešos jāsniedz pārskats par minētās vienošanās izpildes gaitu. ■

Pavāru klubs aicina uz profesionāļu konkursiem septembrī

Sadarbībā ar Starptautisko izstāžu rīkotājsabiedrību BT1 un kompāniju "Gemoss" šogad jau sesto reizi izstādes "Riga Food 2010" laikā, kas notiks no 8. līdz 10. septembrim, Pavāru klubs rīkos Latvijā vienīgos profesionālās meistarības konkursus "Latvijas gada pavārs". Savukārt labāko konditoru jaunradi iepazīsim konkursā "Baltijas gada konditors".

Pagājušā gada rudenī veiksmīgi norisinājās Pavāru kluba rīkotais otrais starptautiska mēroga konkurss "Riga Open Culinary Cup 2009", un šogad, turpinot iesākto, notiks jau trešais konkurss "Riga Open Culinary Cup 2010". Veicinot pašmāju pavārmākslas attīstību un pulcējot Rīgā pavārmākslas cienītājus, speciālistus un meistarus no dažādām pasaules valstīm, starptautiskais konkurss ir kļuvis par būtisku Latvijas, un pirmām kārtām tās galvaspilsētas, pieteikumu gastronomijas tūrisma aprītē.

Starptautiska pavāru konkursa norise mūsu valstī vistiešākā veidā palīdz attīstīt restorānu kultūru. Konkurss sniedz iespēju pašmāju pavāriem klātienē vērot dažādu valstu profesionāļu sniegumu un sekot līdz pavārmākslas attīstības tendencēm pasaulē. Tas paver izdevību arī pašiem piedalīties konkursā, lai celtu savu profesionālo meistarību.

Katru gadu konkursu vērtēšanai tiek pieaicināti atzīti un pieredzes bagāti pavāri profesionāļi, tā 2009. gadā žūrijā strādāja deviņu valstu šefpavāri un, pateicoties Rīgas domes atbalstam, žūrijā konkursa dalībnieku sniegumu vērtēja arī tādi šefpavāri, kuri strādā vienas un divu *Michelin* zvaigžņu restorānos.

Pērnajā gadā starptautiskajā konkursā "Riga Open Culinary Cup" piedalījās dalībnieki no septiņām valstīm: Latvijas, Lietuvas, Igaunijas, Krievijas, Itālijas, Polijas un Zviedrijas. Arī šogad Latviju konkursā pārstāvēs pagājušā gada konkursa "Latvijas gada pavārs" uzvarētāja Terēze Kondrate no viesnīcas "MaMa" restorāna (Jūrmala).

Ar informāciju par konkursiem un to norisi var iepazīties Pavāru kluba mājaslapā www.chef.lv. ■

Rīgas starptautiskais tūrisma filmu festivāls – vienīgais Baltijā



Šogad balvas tika piešķirtas filmām:

- Gorongosa National Park "Africa's Lost Eden" (James Byrne, National Geographic Television);
 - Styria – the Green Heart of Austria (Art Media Film – TV Production);
 - balvu ieguva arī animācijas īsfilma "Rīga Ziemsvētku noskaņā", ko veidojusi "Style Masters Studio".
- Filmas pamatā ir leģenda par Ziemsvētku eglīti Rīgā.

Tūrisma filmu festivāli ir divu industriju – kino un tūrisma – krustpunkts. Tas ir pasākums gan šo jomu profesionāļiem, gan arī interesentiem un potenciāliem tūristiem. Tūrisma speciālistiem tā ir jauna mārketinga niša – kā pievilcīgā, vizuālā, viegli uztveramā veidā prezentēt kādu noteiktu tūrisma produktu, pilsētu vai valsti. Kino profesionāļi gūst pieredzi, saskata tendences, novērtē kolēģu veikumu tūrisma īsfilmu un klipu veidošanā.

Pirmais tūrisma filmu festivāls notika Itālijā 1962. gadā. Kopš tā laika šādi festivāli regulāri notikuši Karlovi Varos, Berlīnē, *Barcelos* (Portugālē), Splitā, Plockā, Vīnē, *Leccē* (Itālijā), Losandželosā, Ņujorkā, tagad arī Rīgā. Tūrisma filmu festivālu kustību koordinē Starptautiskā Tūrisma filmu festivālu komiteja (CIFFT), kas atrodas Vīnē.

Pirmo reizi tūrisma filmu festivāls Rīgā notika 2008. gadā – starptautiskā tūrisma gada tīrgus "Balttour-2008" ietvaros.

3. starptautiskajā tūrisma filmu festivālā "Tourfilm – Rīga 2010", kurš notika 2010. gada aprīlī piedalījās 97 tūrisma īsfilmas no 35 pasaules valstīm: Austrijas, Brazīli-

jas, Čehijas, Dānijas, Francijas, Grieķijas, Indijas, Itālijas, Kenijas, Krievijas, Latvijas, Mozambikas, Peru, Polijas, Portugāles, Serbijas, Somijas, Ukrainas, Turcijas, Vācijas u.c.

Filmas vērtēja žūrija, kuras sastāvā bija labi zināmi kino profesionāļi – A. Cilinska, B. Šmite, D. Āboliņa, D. Andžāne, G. Frolova, U. Kocers, kā arī tūrisma speciālisti. Tika piešķirta galvenā balva pašai labākajai filmai, kā arī balvas dažādās nominācijās.

Labākās filmas tika demonstrētas plašākai publikai kinoteātrī "Rīga", kur skatītāji divu stundu laikā varēja pabūt gan Āfrikā – Gorongosas nacionālajā parkā, gan Indijā, gan aplūkot Skandināvijas dabas krāšņumus, pavērot, kā Varšava gatavojas kļūt par Eiropas galvaspilsētu 2016. gadā, gan, visbeidzot, uz pasaules brīnumu fona ar vietējo filmu studiju starpniecību ieraudzīt Latvijas skaistumu plāvās, jūrā, baznīcu torņos un cilvēku sejās.

Festivālu kā mazbudžeta projektu organizēja Rīgas tūrisma koordinācijas un informācijas centrs (S. Inkēna, A. Gērica, R. Leikuma, www.tourfilmriga.lv). ■

LIVE RĪGA portāls atklāj tūrisma piedāvājuma daudzveidību



Maijā darbu sācis jaunais LIVE RĪGA portāls www.liveriga.com – apjomīga un augsti funkcionāla informācijas krātuve par Rīgas tūrisma piedāvājumu. Portāls ir noderīgs gan pilsētas viesiem, gan pašiem rīdziniekiem.

LIVE RĪGA portāls būtiski atšķiras no mājaslapas www.liveriga.com, kas tika atklāta pagājušā gada novembrī, uzsākot LIVE RĪGA ziemas kampaņu. Portālā informācijas apjoms un funkcionālās iespējas ir daudz lielākas, tāpēc izstrādāta jauna pieeja informācijas strukturēšanai.

“LIVE RĪGA portāls nodrošina jauna līmeņa komunikāciju par Rīgu. Galvenie tā raksturlielumi ir funkcionalitāte, interaktivitāte un informācijas daudzveidība. Portāla mērķis ir kļūt par vadošo informācijas avotu par Rīgu,” stāsta Sabīne Markus, Rīgas tūrisma attīstības biroja (RTAB) tiešsaistes mārketinga projektu vadītāja.

LIVE RĪGA portālā informācija ir publicēta četrās valodās (latviešu, angļu, krievu, vācu) galvenajās informācijas sadaļās.

- **LOOK RĪGA:** informācija par aktualitātēm Rīgā, dažādām kultūras vietām (muzejiem, kultūras centriem, galerijām, izstāžu zālēm, baznīcām, dārziem un parkiem), tūristiem noderīga informācija par sadzīviskiem jautājumiem



(sabiedriskais transports, taksometri, auto un velosipēdu noma, informatīvie tālruņi), kā arī konferenču, kongresu un korporatīvo pasākumu rīkošanas iespējām un ceļojumu aģentūrām.

- **FEEL RĪGA:** apjomīga datu bāze par aktuāliem kultūras, mākslas, izklaides un sporta pasākumiem un citiem notikumiem. Informācija par restorāniem, kafejnīcām, bāriem un klubiem. Iecienītāko iepirkšanās vietu – zīmolu veikalu, tirdzniecības centru, universālveikalu un tirgu saraksts.

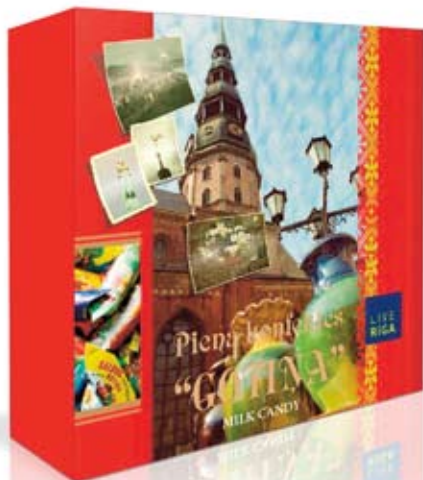
- **STAY RĪGA:** informācija par naktsmītnēm ar iespēju uzreiz noskaidrot numuru pieejamību, cenas un veikt rezervāciju, kā arī noderīga informācija par Rīgu kā dzīvesvietu gan īsākam laika posmam (darbs, studijas), gan ilgtermiņā.

- **WORK RĪGA:** noderīga informācija par biznesa vidi, eksporta veicināšanas aktivitātēm, investīciju iespējām, biržu NASDAQ OMX Riga un LIVE RĪGA partneru programmas ietvaros veidoto sadarbību.

Portālā izveidotas vairākas lietotājam draudzīgas un funkcionālas iespējas, piemēram, viesnīcu un transporta biļešu rezervācija, ceļojuma un brīvā laika plānotājs, lietotāja profils, kurā iespējams apkopot sev interesējošos pasākumus, norises vietas un laikus, tādējādi atvieglojot brīvā laika pavadīšanas plānošanu. Portālā izveidots informācijas meklētājs – ātri atrodamas ziņas par norisēm Rīgā dažādās kategorijās. Visas būtiskākās pasākumu norises vietas (restorāni, muzeji, klubi u.c.) tiks atzīmētas portālā pieejamā kartē.

Kopumā portālā ir vairāk nekā 600 informatīvo vienību. Tās ietver galvenokārt ziņas par pasākumiem un norisēm Rīgā, apskates objektiem, izklaides vietām un nakšņošanas iespējām. Ik nedēļu portālā tiks ievietotas vidēji 40 jaunas informatīvās vienības. ■

“Gotiņa” popularizēs Rīgu



Saldus pārtikas kombināts ir pirmais LIVE RĪGA partneris, kurš izvietojis Rīgas popularizēšanas zīmolu uz sava produkta – konfekšu “Gotiņa” iepakojuma kastēm. Kopumā tiks izgatavotas 5000 konfekšu kastes ar LIVE RĪGA zīmolu. Maijs izsludināts par iecienītā kāruma jubilejas mēnesi – šogad “Gotiņām” aprit jau 50 gadi.

Kultūras vasaras ceļvedis par norisēm Rīgā

Lai popularizētu Rīgu kā interesantu un kvalitatīvu kultūras norišu galvaspilsētu, Rīgas tūrisma attīstības birojs (RTAB) sadarbībā ar LR Kultūras ministriju izveidojis LIVE RĪGA Kultūras vasaras ceļvedi 2010. gadam. LIVE RĪGA Kultūras vasara ir pirmais kultūrtūrisma produkts, kas starptautiskā līmenī popularizē Rīgu kā kultūras un mākslas norišu galvaspilsētu un stiprina Rīgas kā Eiropas kultūras galvaspilsētas 2014. gadā reputāciju.

“Rīgā un tās apkārtnē šogad notiek virkne ļoti interesantu kultūras un izklaides pasākumu. Kopā ar Kultūras ministriju vēlamies tūristiem

atklāt jaunu skatu uz Rīgu – tā ir Ziemeļvalstu galvaspilsēta sevis bagātināšanai, redzesloka paplašināšanai un interesantai laika pavadīšanai. Kultūras vasaras norišu ceļvedis palīdzēs plānot laika pavadīšanu Rīgā atbilstoši katra ceļotāja individuālajām interesēm,” saka Inita Pelse, RTAB kultūras projektu vadītāja.

LIVE RĪGA Kultūras vasaras ceļveža sākotnējā tirāža ir 60 000 eksemplāru. Tas ir pieejams viesnīcās, tūrisma informācijas centros, lidostā “Rīga”, kā arī citviet pie LIVE RĪGA partneriem. Ceļvedis izdots angļu un krievu valodā. ■

LIVE RĪGA sadarbības līgumi

Rīgas tūrisma attīstības birojs (RTAB) parakstījis divus svarīgus līgumus par sadarbību tūrisma veicināšanas jomā.

Līgums ar Jūrmalas domi paredz virkni sadarbības virzienu, kas abām pilsētām paver plašas iespējas kopīga tūrisma piedāvājuma veidošanā un popularizēšanā ārvalstīs.

Līgums ar Tūrisma attīstības valsts aģentūru (TAVA) paredz koordinēt RTAB un TAVA

īstenotās mārketinga aktivitātes (starptautiskas izstādes, informatīvie materiāli, informācijas izvietošana internetā, mediju vizīšu organizēšana). Līguma ietvaros paredzēts sadarboties tūrisma produktu radīšanā un Rīgas kā Eiropas Kultūras galvaspilsētas 2014. gadā popularizēšanā.

Abi noslēgtie sadarbības līgumi neparedz jebkāda veida finanšu saistības nevienai no pusēm. ■

Kurzemes muižnieku portreti Durbes pilī

Līdz 2010. gada 28. novembrim Durbes pilī skatāma izstāde "Kurzemes muižniecība 19. gadsimta portretā". Izstādītās gleznas nākušas no Latvijas Nacionālā vēstures muzeja, Ārzemju mākslas muzeja, Latvijas Nacionālā mākslas muzeja, Rīgas vēstures un kuģniecības muzeja, Rundāles pils muzeja un Latvijas Nacionālās bibliotēkas krājumiem, Darbi tapuši laikā no 1801. līdz 1899. gadam. Ar vairākiem efektīgiem portretiem izstādē pārstāvētas tādas pazīstamas aristokrātu dzimtas kā firsti Liveni, grāfi Pāleni, grāfi Mēdemi un citas. Apskatāmi arī vairāku citu Kurzemes muižniecības dzimtu – Hānu, Firkšu, Ostenu-Sakenu, Rennu u.c. – portreti. Izstādes autors ir mākslas maģistrs Dainis Bruģis, kurš pazīstams arī kā Latvijas muižu arhitektūras un interjeru pētnieks, vairāku šiem jautājumiem veltītu grāmatu autors.

Tiesu dienas Turaidā

13. un 14. martā Turaidas muzejrezervātā risinājās Tiesu dienas Turaidā. Viesiem bija iespēja izbaudīt īpašas sajūtas Turaidas pils cietumā un Turaidas pils galvenajā tornī – bergfrīdā – uzzināt, ko nozīmē viduslaikiem raksturīgie sodi. Bija arī tikšanās ar mūsdienu tiesu varas pārstāvjiem – Turaidas muzejrezervāta atbalsta biedrības biedriem zvērinātiem advokātiem Ilzi Krastiņu un Arni Ozolnieku, kuri runāja par mūsdienu tiesu varu un atbildību. Savukārt vēstures doktors Guntis Zemītis stāstīja par tiesām Vidzemē 12.–17. gadsimtā. Vēstures gaitā tiesu vara visai bieži vadījies pēc savām politiskajām simpātijām, ko apliecina arī populārais teiciens "Quod licet lovi, non licet bovi" – kas atļauts Jupiteram, nav atļauts vērsim. Daļa cilvēku vienmēr bijuši privileģētāki, un daudzi vēlas tādi būt arī šodien.

Īsumā

Oleru muižā interesentiem tika piedāvāts nodarbību cikls mākslas vēsturē. Janvāra tēma – "Viduslaiki. Vēl viens ceļš uz ideālu. Ikonogrāfijas pamati." Nodarbības vadīja mākslas zinātniece Baiba Eglīte.

Cilvēkus arvien vairāk interesē kvalitatīvas lekcijas par nozīmīgām tēmām. 19. janvārī **Durbes pilī** pilnu zāli pulcēja Rundāles "pilskunga" Imanta Lancmaņa lekcija "Durbes pils un arhitekts J. G. Ā. Berlics".

Maija pirmajās dienās gan **Jelgavas pils parkā**, gan **Jaunmoku pilī** notika stādu parāde. Uz šiem pasākumiem sanāca un sabrauca dāruzu kopēji no visas Latvijas. Jelgavā interesentus kopā pulcina lauksaimniecības universitāte, bet Jaunmokās – valsts mežu saimnieki.

30. aprīlī **Vecgulbenes muižā** garās svētku brīvdienas ievadīja kokteiļvakars "Reibinošais pavasaris", bet 3. maijā notika Dailies teātra 90 gadu jubilejas ieskaņas koncerts un 8. studijas 10 gadu jubilejas pasākums ar plašu programmu un balli noslēgumā.

15. maijā – tradicionālā **Muzeju nakts**, kuras laikā apmeklētājiem durvis vēra visi muzeji, kas ierīkoti Latvijas pilīs un muižās.

Iveta Sprūdža – jaunā LPMA prezidente

Durbes pilī 2010. gada 23. martā notika Latvijas Piļu un muižu asociācijas (LPMA) ikgadējā biedru sapulce. Biedri vērtēja padarīto un lēma par turpmāko darbu. Par LPMA prezidenti sapulce ievēlēja Ivetu Sprūdžu (viesnīcas "Hotel Bergs" un Rūmenes muižas direktore). Sapulces noslēgumā asociācijas biedrus uzrunāja TAVA direktors Armands Slokenbergs. Viņš informēja par aģentūras aktualitātēm un, protams, par jaunizveidoto Latvijas tēla konceptu "Nestēdzīga atpūta Latvijā", kurā noteikti liela nozīme ir Latvijas pilīm un muižām.

LPMA jaunā prezidente Iveta Sprūdža turpmāk pārstāvēs asociāciju Ekonomikas ministrijas Tūrisma konsultatīvās padomes sēdēs. I. Sprūdža jau ir piedalījies TAVA organizētā tikšanās reizē, kurā tika spriests par tūrisma gadatirgus organizēšanu 2011. gadā, un tādējādi izrādījusi asociācijas biedru ieinteresētību piedalīties un pārstāvēt Latvijas pilīs un muižās starptautiskās tūrisma izstādēs.

Runājot par neatliekamajiem darbiem, jaunā LPMA prezidente teic, ka jāiepazīst tuvāk asociācijas biedri un valde. "Vispirms esmu ieplānojuši apmeklēt asociācijas biedrus Latvijas novados, noskaidrot, kas ir tas būtiskākais, ko LPMA biedri sagaida no asociācijas darbības, un kāds ir asociācijā ietilpstošo piļu un muižu pašreizējais stāvoklis. Tad arī valdē



lemsim par veicamo darbu prioritātēm tuvākā un tālākā nākotnē, nenoliedzami respektējot lielākās daļas LPMA biedru ieteikumus un komentārus. Jau šobrīd skaidrs, ka viens no svarīgākajiem mērķiem ir veicināt Latvijas piļu un muižu starptautisku atpazīstamību," stāsta Iveta Sprūdža. ■

Par godu Latvijas Piļu un muižu asociācijas 10 gadu jubilejai visa gada garumā notiek četru gadalaiku fotokonkursi.

1. konkurss "Skaistākā ziemas pils" noslēdzās "Balttour 2010" laikā. Galveno balvu – ielūgumu uz akcijas "Apeļosim Latvijas pilis!" noslēguma sarīkojumu Mālpils muižā 4. decembrī – saņēma Egils Rēdmanis par Rūmenes muižas fotogrāfiju kolekciju.

Skatītāju balvu, ko sagatavoja un pasniedza "La Sadolin", saņēma Kaspars Kurcens par Cēsu pils fotogrāfiju. Fotogrāfijas var apskatīt mājaslapas www.pilis.lv sadaļā Foto galerijas.

2. konkurss "Pavasara pils. Agrs pavasaris – pavasara ziedonis" turpinās līdz 31. maijam. 6. jūnijā, akcijas "Apeļosim Latvijas pilis!" pirmajā dienā Cirstu muižā notiks uzvarētāja apbalvošana. Nākamie konkursi notiks attiecīgi par vasaras un rudens tematiku. Konkursu uzvarētājiem balva tradicionālā – ielūgums uz balli pilī, proti, ielūgums uz akcijas noslēguma sarīkojumu Mālpils pilī 4. decembrī.

Fotokonkursi "Skaistākā pils"



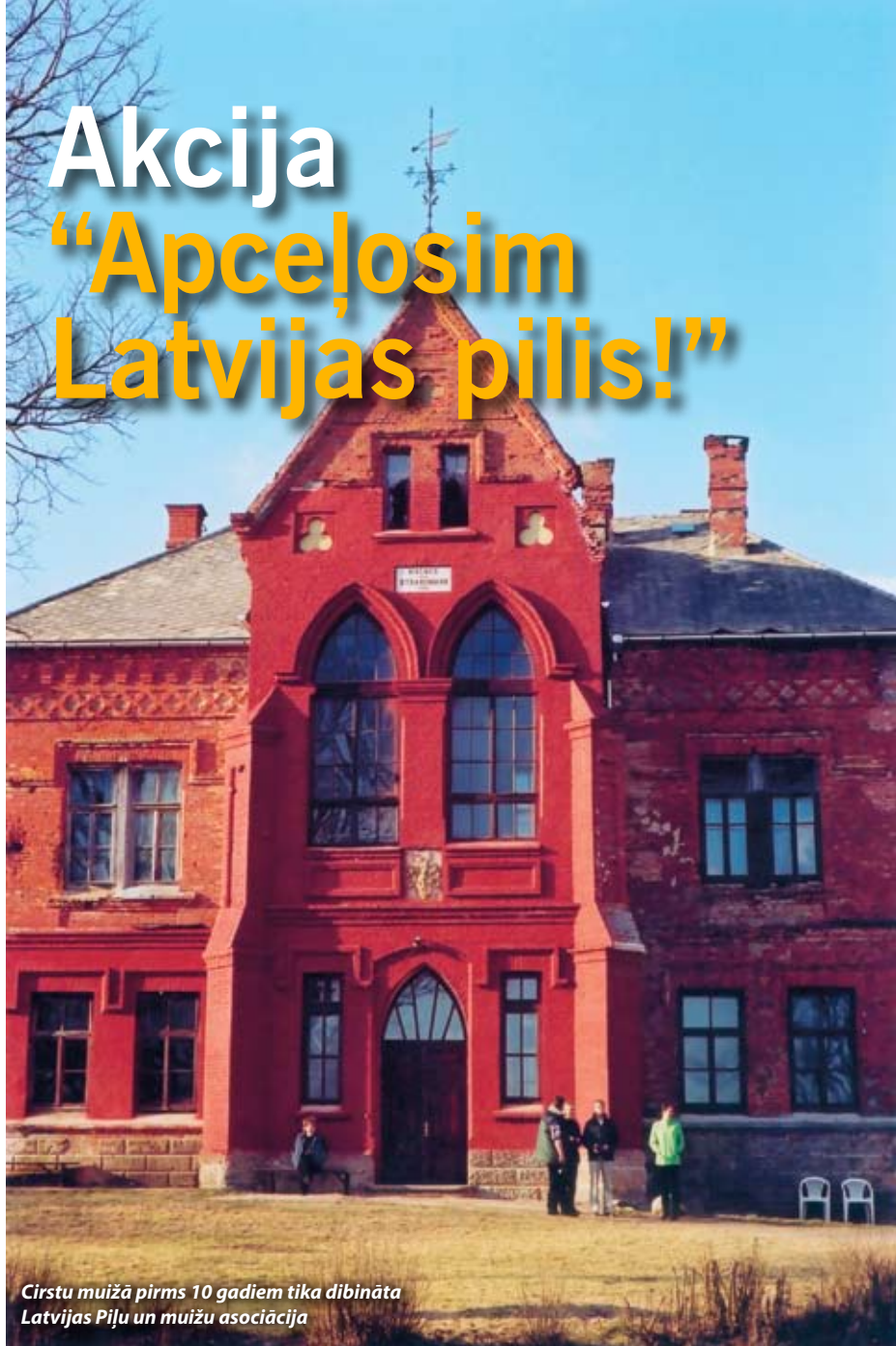
6. jūnijā Cirstu muižā notiks Latvijas Piļu un muižu asociācijas (LPMA) 10. gadu jubilejai veltīta biedru sapulce un akcijas “Apceļosim Latvijas pilis!” atklāšana ar muižu tirdziņiem, kopīgu Piebalgas jēra zupu, koncertu un Lielīšanos. Izsolē varēs iegādāties daudzu muižu vērtīgus priekšmetus. Izsolē iegūtos līdzekļus kā mīlestības lāses kopā liekot, tiks izveidots asociācijas karogs, kura iesvētīšana notiks 4. decembrī Mālpils muižā. Katra LPMA ietilpstošā muiža varēs iegādāties sev asociācijas karogu, lai ar to dotu zīmi augstiem viesiem un ceļa gājējiem, ka šī muiža ir no labākajām – ka tā ir Latvijas Piļu un muižu asociācijas biedre. Noslēgumā paredzēts ugunskurs ar muižu saskandināšanos. Aktivitātes vadīs asociācijas pirmais prezidents Kaspars Sīmanis.

Šogad akcijā “Apceļosim Latvijas pilis!” piedalās 52 muižas. Tā ir jau septīta akcija asociācijas vēsturē. Kopā visās akcijās piedalījušās gandrīz 100 pilis un muižas (ja gribam būt precīzi – 98). No tām 41 muiža piedalījusies tikai vienā akcijā, bet visās septiņās akcijās piedalījusies Durbes pils, Gārsenes muiža, Jaunmoku pils, Jaunpils pils un Turaidas muzejrezervāts. Šā gada akcijā pirmo reizi piedalās desmit 10 pilis un muižas: Alsungas pils, kā arī Annas, Balvu, Biksēres, Kazdangas, Kukšu, Laidu, Mālpils, Preiļu un Smuku muiža.

Akcijas laikā paredzētas arī jaunas aktivitātes, piemēram, muižu nedēļas. Asociācija piedāvā akcijas 17 nedēļās 40 muižu nedēļas. Muižas nedēļas laikā konkrētā muižā katru dienu notiks īpašas aktivitātes – semināri, koncerti, atrakcijas, radošās darbnīcas un daudz citu interesantu nodarbju. Dažviet kaimiņu muižas savas nedēļas plānos vienā laikā, lai ceļotāji paspētu paviesoties gan vienā, gan otrā.

Nemainīgs ir palicis akcijas kodols – apceļot muižas un krāt savos bukletos zīmodziņus (uzlīmes) par apmeklējumu. 120 ceļotāju, kas atsūtījis no akcijas bukletiem izņemamās anketas ar atzīmēm par muižu apceļošanu, saņems ielūgumus uz sarīkojumu Mālpils muižā 4. decembrī. Ielūgumus var iegūt dažādos veidos: uzvarot fotokonkursā, laimējot anketu izlozē, kā arī apceļojot mazliet vairāk objektu salīdzinājumā ar citiem. Akcijas bukleti nopērkami visos objektos – akcijas dalībniekos, kā arī asociācijas birojā Rīgā, Lāčplēša ielā 24. Informāciju meklēt mājaslapas www.pilis.lv sadaļā Akcija un Svētki pilī.

Akcija “Apceļosim Latvijas pilis!”



Cirstu muižā pirms 10 gadiem tika dibināta Latvijas Piļu un muižu asociācija

Četrās akcijās trīs reizes par viesmīlīgāko muižu nosaukta Apriķu muiža. Viesmīlīgāko trijniekā nosauktas arī Gārsenes muiža (divreiz 2. vieta), Jaunpils pils, Jērcēnmuiža, Kārļamuiža, Lizuma muiža, Mārcienas muiža, Pilkalnes muiža, Popes muiža un Zvārtavas pils.

Labākā stāstnieka titulu 2007. gadā necerēti izcīnīja Jērcēnu bibliotekāre Ilvija Ķimse, kas apsteidza pieredzējušo Ainu Cērmani (Apri-

ķu muiža), Anitu Krūmiņu (Popes muiža) un Sandru Jankovsku (Jaunlaicenes muiža), kuras akcijas dalībnieki daudzus gadus bija atzinuši par labākajām.

3. oktobris ir pēdējā diena, kad iekrāt zīmodziņus, 7. oktobris – pēdējā diena, lai nodotu anketu. Ielūgumi uz balli tiks izsūtīti līdz 10. novembrim, bet 4. decembrī visi ielūgtie tiks laipni gaidīti Mālpils muižas kungu namā uz akcijas noslēguma sarīkojumu. ■

Latvijas pilis Google kartē un internetā

Pateicoties VKKF atbalstam un sadarbībai ar SIA “Lursoft”, portālā www.pilis.lv ir ieviestas kartes, kurām par pamatu ņemtas Google kartes. Objektu ir pievienoti kartē atbilstoši Valsts zemes dienesta Adrešu reģistra adresēm ar koordināšu fiksāciju. Turpmāk, mainoties administratīvi teritoriālajiem iedalījumiem, izmaiņas tiks ievietotas automātiski. Šobrīd

portālā var aplūkot arī fotogrāfijas no www.panoramio.com, un tās lieliski palīdz izzināt apkārtni.

Jāatzīmē gan, ka ne visas pašvaldības un valsts institūcijas ir veikušas pienācīgu darbu, lai adreses būtu reģistrētas. Kamēr adrešu fiksācija nebūs sakārtota, GPS un Tom-tom sistēmu lietotāji izjutīs zināmas problēmas.

Latvijas Piļu un muižu asociācija izveidojusi lapu arī portālā draugiem.lv, tajā piļu fani var ne tikai pulcēties, bet arī dalīties iespaidos par dalību akcijā un viesošanās dažādās pilīs un muižās. Adrese: www.draugiem.lv/pilis. Turpat draugos iespējams satikties arī domubiedru grupā – Latvijas piļu un muižu fanu klubā. ■

Īsumā

Jaunumi Bauskas TIC

Bauskas TIC aktīvi darbojas arī tviterī, sk. <http://twitter.com/TurismsBauska> (latviešu valodā) un *VisitBauska* (angļu valodā). Jau ceturto reizi 4. maijā Bauskā notika Tūrisma sezonas atklāšanas svētki.

Ķekavā spriež par tūrisma attīstību

Lai veicinātu uzņēmēju iesaistīšanos tūrisma attīstībā Ķekavas novadā, 22. aprīlī Ķekavas TIC veiksmīgi norisinājās pirmais tūrisma attīstības seminārs. Pasākumu apmeklēja Ķekavas uzņēmēji, pašvaldības pārstāvji, tūrisma speciālisti no Salaspils, Baldones un Vecumniekiem. Gatavojoties jaunajai tūrisma sezonai, ir izstrādāti maršruti un ekskursijas, tiks ierīkoti informatīvie stendi, ir izveidoti un pasūtīti bukleti, atvērts velosipēdu nomas punkts. Plašā klāstā tiek piedāvāti arī suvenīri un kartes.

Jūrmalniekiem jaunas telpas

Jūrmalas Kūrorta un tūrisma informācijas centrs pārcēlies uz jaunām telpām Jomas ielā 50, Majoros. Pārējās koordinātes paliek iepriekšējās – e-pasts: jurmalaainfo@bkc.lv, mājaslapa: www.jurmala-info.lv.

Tāpat kā līdz šim tiek sniegta informācija viesiem par atpūtas un kūrortārtniecības iespējām Jūrmalā, rezervētas viesnīcas un nodrošināta izmitināšana privātajā sektorā.

Jaunumi Nīcā

Nīcas novadā sāk strādāt jauns tūrisma koordinators – Diāna Ansule. Jūlija vidū Nīcā paredzēts atvērt jaunu TIB ar daudz plašākām telpām. Jaunajās telpās atradīsies arī senlietu krātuvīte.

Kuldīga velodienu gaidās

Kuldīgas tūrisma attīstības centrā notiek intensīva gatavošanās Latvijā lielākajam nekomerciālajam velobraucēju saietam – braucienam "Velodienu Kuldīgā" ar devīzi "Kuldīga. Holande. Eiropa. Domā zaļi!", kurš notiks 22. maijā. Pasākuma mērķis ir veicināt veselīgu dzīvesveidu un velobraucēšanu kā alternatīvu pārvietošanās veidu Latvijā.

Strukturālie pārkārtojumi Kandavā

No 1. jūnija Kandavas TIC būs jaunizveidotās Kandavas novada Kultūras pārvaldes struktūrvienība. Tiks mainīts arī centra nosaukums: turpmāk apmeklētājus laipni sagaidīs Kandavas novada Kultūras pārvaldes Tūrisma informācijas centrs, kurā turpinās strādāt abas līdzšinējās speciālistes.

Tūrisma maršruts "Tra-la-la"

Liepājas reģiona TIB ir izveidojis jaunu ekskursiju maršrutu kājāmgājējiem "Tra la la" – nenopietna, pārsteigumu pilna pastaiga pa maršrutu "Liepāja – kā pa notīm!"

Šī ir jautra, atraktīva un pārsteigumiem pilna pastaiga pa pilsētas centru, un ekskursija tiek piedāvāta lielākām vai mazākām grupām – darba kolektīviem, ģimenēm vai draugu pulciņam. Maršruts ir izstrādāts tā, lai pastaiga būtu interesanta gan lieliem, gan maziem. Ekskursiju var pieteikt Liepājas tūrisma informācijas birojā vai pa tālruni 634 80808.

Tūrisma informācijas centru
iesūtītās ziņas apkopoja
Gunta Zaķīte,
LATTŪRINFO valdes
priekšsēdētāja



TIC informatīvajās dienās pārrunā vienoto uzskaites sistēmu

Latvijas tūrisma informācijas centri (TIC) sadarbībā ar Tūrisma attīstības valsts aģentūru (TAVA) ir atjaunojuši praksi rīkot informatīvās dienas. Pirmā tikšanās reize 2010. gadā bija martā. Viens no jautājumiem, kuru apsprieda, bija vienotas uzskaites sistēmas izveide.

TAVA ir izteikusi priekšlikumu izveidot TIC apmeklētāju un informācijas pieprasījumu uzskaiti interneta vidē. Vienotā sistēma ļautu labāk redzēt kopainu, veikt datu analīzi pēc dažādiem parametriem. Veik-

smīgai sistēmas izveidei un aprobācijai tika noteikts izmēģinājuma periods, kura laikā pasākumā var iesaistīties ikviens ieinteresētais informācijas centrs. Nākamajā TIC tikšanās reizē 26. maijā spriedīs par jautājumiem, kas radušies testa laikā. Iniciatīvas mērķis ir izveidot tādu uzskaites sistēmu, kurā datus par ikvienu apkalpoto cilvēku un informācijas pieprasījumu ievadītu katrs Latvijas TIC, tāpat arī katrs TIC un TAVA varētu izmantot iegūtos kopējos datus savā darbā. ■

Valkā un Valgā domā par pilsētu atraktivitātes uzlabošanu

Šobrīd Valkas tūrisma informācijas birojā (TIB) strādā viens cilvēks. Lai nodrošinātu pilnvērtīgu darbu, tiek risināts jautājums par otra darbinieka pieņemšanu vasaras sezonā.

Valkas TIB organizē jau VIII Lielo labdarības robežtirgu – tas norisinājās 8. maijā Valkā, Lugažu laukumā (informācija mājaslapā

<http://valka.lv/viii-lielais-labdaribas-robez-tirgus/>).

Tiek turpināts darbs pie Igaunijas – Latvijas programmas projekta "Increasing the Attractiveness of Valga–Valka" ("Valgas un Valkas pilsētu atraktivitātes uzlabošana") koordinējot Valgas/Valkas reprezentatīvo videoklipu izveidi un jaunu tūrisma materiālu sagatavošanu. ■

Jaunumi Siguldas TIC mājaslapā

Viena no Siguldas novada TIC darbības formām ir mājaslapas www.tourism.sigulda.lv administrēšana. Šā gada sākumā mājaslapa tika papildināta ar informāciju par Siguldas tūrisma piedāvājumu lietuviešu un igauņu valodā. Gandrīz katru dienu sadaļā "Jaunumi" tiek ievietotas ziņas latviešu valodā, kuras informē gan par gaidāmajiem pasākumiem, gan tūrisma nozares jaunākajiem piedāvājumiem Siguldā. Regulāri tiek aktualizēta informācija

krievu, angļu un vācu valodā. Salīdzinot mājaslapas apmeklējumus pēdējo trīs gadu laikā, var redzēt, ka apmeklējumu skaits gadu no gada pārliecinoši pieaug.

Sākot ar maiju, Siguldas novada TIC katru nedēļu gatavos informatīvu izdevumu par aktuālajiem pasākumiem un tūrisma iespējām Siguldas novadā. Izdevums tiks izsūtīts plašam interesentu lokam pa e-pastu kā arī ievietots mājaslapā. ■

Saulkrastnieku piedāvājums tūristiem

Saulkrastu TIC Saulkrastu novada viesiem piedāvās Latvijas – Igaunijas pārrobežu sadarbības programmas 2007.–2013. gadam projekta "Zilā karoga prasību nodrošināšana Baltijas jūras reģionā" jeb "Beach Hopping" ietvaros izdoto tūrisma ceļvedi "Atpūta Rīgas jūras līča piekrastē". Tūrisma ceļvedis izdots, sadarbojoties Saulkrastu, Jūrmalas, Carnikavas, Liepupes un Salacgrīvas, kā arī Hēdemēstes un Audru pašvaldībām, ar mērķi popularizēt drošu atpūtu piekrastē. Ceļvedis ir pieejams četrās valodās –

angļu, krievu, igauņu un latviešu, lejupielāde iespējama mājaslapā www.saulkrasti.lv.

Sagatavošanā informatīvais materiāls "Vasaras piedāvājums Saulkrastu novadā", Saulkrastu domes ziņu tematiskais pielikums "Tūrisms", interesentiem būs pieejami arī informatīvie stendi un plakāti.

13. un 15. jūnijā sadarbībā ar Vidzemes tūrisma asociāciju Saulkrastu novadā viesosies Liepupes mediju pārstāvji, kuri tiks iepazīstināti ar Saulkrastu novada tūrisma piedāvājumu. ■



Lejaskurzemes novadu dienas

Laika posmā no 2010. gada 14. jūnija līdz 10. septembrim Liepājā, Rožu laukumā tiks organizētas Lejaskurzemes novadu tradicionālās kultūras dienas. Tādējādi tiks iedibināta jauna tradīcija, kuras mērķis būs popularizēt pilsētniekiem mazo novadu tradicionālās kultūras burvību un savdabību, lai radītu interesi pilsētniekiem pēc tam apmeklēt arī pašus novadus.

Vienojošais elements visiem prezentācijas pasākumiem būs fotoizstāde par katra novada skaistākajām vietām. Attēli tiks izvietoti Liepājas reģiona tūrisma informācijas biroja skat-

Uzziņa

Kopā paredzēti septiņi pasākumi:

- 19. jūnijā** – Rucavas novada diena
- 26. jūnijā** – Pāvilostas novada diena
- 3. jūlijā** – Durbes novada diena
- 17. jūlijā** – Nīcas novada diena
- 31. jūlijā** – Aizputes novada diena
- 7. augustā** – Priekules novada diena
- 21. augustā** – Skrundas novada diena

logos, līdz ar to ekspozīcija būs aplūkojama cauru diennakti. ■

Vasaras piedāvājums Liepājā

Liepājas reģiona tūrisma informācijas birojs (LRTIB) pagājušā gada vasarā piedāvāja organizētas ekskursijas pa Latviju un Lietuvu. Tā kā interese par iespēju piedalīties šajās ekskursijās bija negaidīti liela, tās tiks rīkotas arī šogad.

Lai ikviens savlaicīgi varētu plānot, ko vēlas apskatīt vasaras nedēļas nogalēs, LRTIB ir

izdevis vasaras ekskursiju plānu. Pirmā ekskursija ir paredzēta 23. maijā, un tās dalībnieki varēs iepazīt Kurzemes militāro mantojumu zinošā gida Jura Raķa vadībā.

Drukāto informāciju par vasarā paredzētajām ekskursijām ikviens var saņemt Liepājas reģiona tūrisma informācijas birojā, Rožu laukumā 5/6. ■

Fotokonkurss Liepājā

Arī šogad Liepājas reģiona tūrisma informācijas birojs (LRTIB) aicina ikvienu piedalīties fotokonkursā, iesniedzot fotoattēlus, kas atspoguļo Liepājas pilsētvidi un tās iedzīvotāju svētkos un ikdienā.

Konkursa mērķis – veikt atraktīvu un mākslinieciski kvalitatīvu Liepājas fotoattēlu atlasu Lie-

pājas tūrisma brošūru, karšu, kalendāru un citu izdevumu sagatavošanai, kā arī piedāvāt godalgotos fotoattēlus apskatei plašākai publikai.

Fotoattēliem jāraksturo Liepājas pilsētvide, kultūrvēsturiskie objekti, tūrisma, aktīvās atpūtas un sporta pasākumi, kā arī pilsētas iedzīvotāji un viesi ikdienā un svētkos. ■

Likvidē Aglonas novada TIC



Jānis Rutka,

Aglonas novada tūrisma informācijas centra vadītājs

Aglonas novada domes deputāti ar balsu vairākumu nolēmuši no šā gada 6. maija likvidēt Aglonas novada tūrisma informācijas centru, kurš ir darbojies teju 10 gadus.

Šobrīd vēlos teikt lielu paldies par ilgstošu sadarbību visiem Aglonas, Latgales un arī Latvijas tūrisma nozares pārstāvjiem, kolēģiem (vairumā gadījumu tās gan ir kolēģes), uzņēmējiem – ikvienam, kurš kaut kādā veidā ir bijis saistīts ar tūrisma, Latgali, Aglonu.

Īpašs paldies Ekonomikas ministrijas Tūrisma nodaļas speciālistiem (arī tiem, kas diemžēl tur vairs nestrādā – cien. Airai Andriksonei), TAVAs kolēģiem, ALTAi, visām tūrisma asociācijām un TICiem, tūrisma portāliem *eiropa.lv*, *travelnews.lv* (un visai viņu radošajai komandai Aivara un Benitas vadībā) – visiem, kurus, iespējams, šeit arī nenosaukšu, taču bez kuriem mans darbs reizēm nebūtu bijis iespējams.

Paldies ikvienam, kurš šajos gados ir bijis Aglonā un kā darījumu vai ceļojumu tūrists ir iegriezies TIC, vai zvanījis, rakstījis mums.

Droši vien esam ar ļoti daudziem no Jums tikušies personiski: ar vieniem ekskursijās – pa Aglonu (bazilika, Maizes muzejs), uz Čortoku, uz Ciriša ezera Upursalu braucienā ar plostu. Ar citiem tikai pa telefonu vai e-pastu, taču ceru, ka mūsu tikšanās bija Jums nodevīga un vērtīga un Jūs saņēmt gan informāciju, gan materiālus par interesējošu vietu vai objektu.

Mana saistība ar Aglonas TIC nav bijusi pārāk ilga – 2009. gada oktobrī palika seši gadi, tomēr tas ir pietiekams laika posms, lai atstātu zīmes kāda cilvēka dzīvē. Tas noteikti ir bijis nozīmīgs posms manā dzīvē, jo esmu iepazinis bezgala daudz jauku, labu, pašai izdzīvu cilvēku, kuri spēj strādāt tik drastiskos apstākļos, ka to var darīt vai nu hobija vai pārliecības dēļ. Tā tiešām ir – Jūs, cienījamie kolēģi un kolēģes, to zināt tikpat labi kā es.

Patiesi gandarījums ir par to, ka, spītējot visām grūtībām, negācijām no kritiķu un skauģu puses, mēs vienmēr esam spējuši godam pārstāvēt savu novadu, reģionu un arī valsti kā tūrisma profesionāļi. Esmu patiesi lepns, ka man bijis tas gods darboties kopā ar Jums šajā interesantajā un grūtajā sfērā. ■

Izmaiņas TIC darba laikos

Bauskas TIC:

maijā un septembrī darbdienās 9.00–17.00, sestdienās 10.30–14.30
jūnijā, jūlijā, augustā darbdienās 9.00–18.00, brīvdienās 10.30–14.30

Ķekavas TIC:

vasaras sezonā darbdienās 9.00–17.00, sestdienās 9.00–14.00

Valkas TIC:

jūnijā–septembrī darbdienās 9.00–18.00, brīvdienās 10.00–14.00

Siguldas novada TIC:

vasaras sezonā katru dienu 9.00–19.00

Saulkrastu TIC:

kopš 5. maija darbdienās 9.00–18.00, brīvdienās 10.00–15.00

Kuldīgas tūrisma attīstības centrs:

vasaras sezonā darbdienās 9.00–17.00, sestdienās 10.00–16.00, svētdienās 10.00–14.00

Pāvilostas novada TIC:

cauru gadu darbdienās 7.30–21.00, brīvdienās 7.30–9.00 un 12.30–19.30

Cēsu TIC turpina darbu, aptverot visu bijušo rajonu. Vasaras sezonā TIC strādā katru dienu no 10.00 līdz 18.00

Bijušajā Cēsu rajonā darbojas vēl vairāki tūrisma informācijas punkti.

Līgatnes TIC

www.visitligatne.lv, e-pasts: info@visitligatne.lv

Adrese: Sprīņu ielā 2, Līgatnē, Līgatnes novads, LV-4110

Tālr.: 64153169, 64153121

Darba laiks: 10.00–18.00 katru dienu (no 10. maija)

Vecpiebalgas TIC

www.vecpiebalga.lv

e-pasts: info.vecpiebalga@inbox.lv

Adrese: "Nēķens", Taurenē, Vecpiebalgas novads
Tālr. 26110724

Darba laiks: 10.00–17.00,

brīvdienas – pirmdienā, otrdienā

Pārgaujas TIC

www.pargaujasnovads.lv, www.pargauja.lv

Adrese: Braslas ielā 2, Straupē, Pārgaujas novads

Tālr. 64132214

Jēkabpils pilsētas pašvaldības TIC:

darbdienās 11.00 – 18.00,

sestdienās – 9.00–14.00.

Tūrisma centrā strādā vadītāja un darbinieks uz pusslodzi.

Kopš 2010. gada pašu jaunāko informāciju par tūrisma Jēkabpils apkārtnes novados var iegūt katra novada mājaslapā, kā arī pie novadu speciālistiem.

Jēkabpils novads: gunta.dimitrijeva@gmail.com

Aknistes novads: akniste@jekabpils-rp.lv,

29490656

Krustpils novads: olgerts.stalidzans@krustpils.lv,

20288057

Salas novads: vika.vanaga64@inbox.lv,

29156210

Viesītes novads: viesitesmuzejs@inbox.lv,

65245549, 29116334

Saukas dabas parks Viesītes novadā:

www.saukasdabasparks.lv, 29428226

Rīgā izveido gidu reģistru

Sandra Inkēna,
Rīgas tūrisma koordinācijas un
informācijas centrs

Šaskaņā ar pēdējiem grozījumiem Tūrisma likumā vietējai pašvaldībai ir tiesības noteikt kārtību, kādā gids apliecina savu profesionālo kvalifikāciju, kā arī tos tūrisma objektus un apskates vietas, par

kurām informāciju drīkst sniegt gids ar atbilstošu kvalifikāciju. Izvērtējot esošo situāciju, Investīciju un uzņēmējdarbības veicināšanas padomes sēdē tika nolemts veidot Rīgas gidu reģistru, lai nodrošinātu kvalitatīvu gidu pakalpojumus Rīgā un sekmētu gidu darbību.

Pašvaldības publisko pakalpojumu "Gidu reģistrs", sākoties tūrisma sezonai, sniegs Rīgas tūrisma koordinācijas un informācijas

centrs (RTKIC). Ikvienam gidam būs iespēja reģistrēties, sniedzot ziņas par sevi un savām vadītajām ekskursijām Rīgā, apliecinot savu kvalifikāciju.

Informācija par gidiem, kuri būs iekļauti Rīgas gidu reģistrā, būs pieejama ikvienam tūristam pašvaldības portālā www.rigatourism.com, kā arī RTKIC tūrisma informācijas sniegšanās vietās Rīgā. ■

Gidu izglītošanas nozīme tūrismā

Juris A. Martinsons,
Latvijas Profesionālo gidu asociācijas
prezidents

Tūrisma nozare un tās attīstības perspektīvas ir cieši saistītas ar daudzām ekonomikas sfērām. Viesnīcu, aviācijas, transporta (tostarp pilsētas sabiedriskais transports, taksometri), restorānu un citu nozaru pakalpojumi visciešākā mērā ir saistīti ar tūrisma nozares veiksmi. Ja tām ir pieņemamas ekonomiskās darbības programmas, tad no tā iegūst arī tūrisms.

Tas dos iespēju ne tikai tūrisma aģentiem un operatoriem aprēķināt saprātīgas pakalpojumu izmaksas, bet visiem, kuri darbojas tūrisma jomā, pielikt savu plecu un tapt tīkamiem ārzemju tūristiem Latvijā.

Nebūt ne mazsvarīgs sadarbībā ir profesionālu gidu piensums. Tūrists ir jāaizrauj, jāieintrīgē. Ir lieliski, ja tūrists atceras redzēto un gida stāstīto, bet ir vienkārši brīnišķīgi, ja viņš spēj saglabāt atmiņā gida tēlu un viņa apbrīnojamā spēja aizraut rada tūristā vēlmi šeit atgriezties vēl un vēl.

Gidam ne tikai teicami jāpārvalda tūristu izvēlētie maršruti, bet viņam jābūt arī erudītam, atraktīvam un mūsdienīgam, ar dziļu profes-

Uzziņa

Daļa no asociācijas 2009. gada tematiskā spektra

Janvāris: "Latvijas Nacionālā mākslas muzeja vēsture, mākslas un muzeja darbības virzieni" (nodarbibu muzejā).

21. februāris: Starptautiskā Tūristu gidu diena. Jau devīto gadu asociācijas biedri šajā dienā vada bezmaksas ekskursijas (arī svešvalodās) pa Vecrīgu, Rīgas centru un citiem maršrutiem Rīgā, popularizējot mūsu galvaspilsētu. Interesentu skaits sasniedza vairākus simtus.

Marts: "Viduslaiku pilsētu rašanās fenomēns".

17. aprīlis: FEG (European Federation of Tourist Guide Association; Eiropas valstu Tūristu gidu asociāciju federācija) pārstāves Glorianne Mizzi un Christine Muscat iepazīstina ar aktuālākajām FEG norisēm ("Hotel Elizabete"). LPGA ir Eiropas valstu tūristu gidu asociāciju federācijas (FEG) locekle.

18. aprīlis: FEG seminārs Rīgā "Ekskursijas vadīšanas māksla cilvēkiem ar īpašām vajadzībām". Lektors: FEG pārstāves Glorianne Mizzi un Christine Muscat (Malta) ("Hotel Elizabete" Konferenču zālē).

Oktobris: Rīgas rajona vēsturisko vietu iepazīšana un Ķekavas novadpētniecības muzeja apmeklējums.

Novembris: "Koka arhitektūra Jūrmalā".

Decembris: "Rīgas centrāltirgus – Spiķeri", LPGA Ziemassvētku pasākums kafejnīcā "KIM".

jas izpratni un plašām zināšanām ekonomikā, politikā, vēsturē un jebkurā citā jomā, kas var interesēt tūristus. Gidam jāzina svešvalodas un jābūt ļoti izglītotam.

TAVA, "LIVE RIGA" apsvēicamās aktivitātes tūrisma jomā, kam mēs ar entuziasmu pievienojamies, ir būtisks ieguldījums mūsu kopējā darbā. Plašāk popularizējot profesionālo tūristu

gidu pakalpojumus, pamatoti ceram, ka kopējā darbā tūrisma nozare atplauks un dos savu pieņemamo valsts ekonomikas atveseļošanā.

Arī Latvijas Profesionālo gidu asociācija (LPGA) ienes savu artavu, lai tūristu gidi būtu maksimāli pietuvināti šim profesionālā gida ideālam. Kā to sasniegt? Mūsaprāt, ļoti vienkārši. Izglītojot gidus. ■

Gidi atbalsta Latgales bērņus

Latvijas Profesionālo gidu asociācija ir atbalstījusi Radošās jauniešu apvienības "TREPES" iniciatīvu, un asociācijas profesionālie gidi ir novadījuši bērņiem bezmaksas ekskursijas pa Vecrīgu un arī Rīgas apskates ekskursijas.

Radošā jauniešu apvienība "TREPES" sadarbībā ar atbalstītājiem ir uzsākusi labdarības ziedojumu piesaisti projektam "Braucam Rīgu lūkoties!". Projekta mērķis – atvest uz Rīgu Latgales bērņus, kuri nekad nav bijuši valsts galvaspilsētā. "TREPES" vēlas dāvat šo iespēju tieši maznodrošināto ģimeņu bērņiem.



Tūristu gidu dienā bezmaksas ekskursijas

21. februāri, Starptautiskajā Tūristu gidu dienā, 15 Latvijas profesionālie gidi vadīja bezmaksas ekskursijas "Vecrīga ziemas skaistumā". Dzestrajā dienā Rīgas Rātslaukumā pulcējās vairāk nekā 300 ieinteresētu ridzinieku un arī pilsētas viesu. Ekskursijas tika vadītas četrās valodās

Gidi vēlas sadarboties ar pašvaldībām

Vijtauts Brūvelis,
Latvijas Tūristu gidu asociācijas prezidents

Laikam jau gidi ir vienīgie tūrisma nozarē strādājošie, kuru darbība no likumdevēju puses ir bijusi pilnīgi ignorēta, vai arī ir pieņemti un tad atkal atcelti dažādi likumdošanas akti, kuri skar gidu profesionālo darbību Latvijā.

Tādējādi darba tirgū tieši Latvijas gidi ir bijuši vislielākie zaudētāji, jo mūsu valstī strādāt par gidu var praktiski ikviens persona. Tāpēc nav brīnums, ja Rīgas ielās redzam tūristu grupas no Igaunijas, Somijas, Krievijas, Lietuvas, Polijas un citām valstīm, kuras pavada grupām līdz atbraukušie gidi, bet vietējiem profesionāļiem atliek "bezdarbnieka" loma.

Problēma arī ir vietējo gidu sagatavotība, jo nepastāv vienoti kritēriji, pēc kuriem vērtēt gida profesionalitāti. Situācija īpaši saasinājās pēc tam, kad 2009. gadā tika atcelti MK noteikumi Nr. 943, kuri paredzēja gidu sertifikāciju.

Zināmu skaidrību gidu darbībai nākotnē dod grozījumi Tūrisma likumā, kuri stājās spēkā 2010. gada 13. janvārī. Ir atjaunots tā 15.1. pants – Tūristu gids kā tūrisma pakalpojuma sniedzējs.

Likuma 2. punktā ir teikts: vietējai pašvaldībai ir tiesības savas administratīvās teritorijas publiskajā ārtelpā noteikt tos tūrisma objektus, kā arī tās tūrisma maršrutos iekļautās apskates vietas (vēsturiskie centri, kultūrvēsturiskie objekti, kultūras pieminekļi, ievērojamu personu darbības vietas u.tml.) par kurām vispusīgu informāciju var sniegt tāds tūristu gids, kurš ir apliecinājis savu profesionālo kvalifikāciju.

Savukārt 3. punktā teikts: vietējai pašvaldībai ir tiesības izdot savus saistošos noteikumus, kuros reglamentēta kārtība, kādā tūristu gids apliecina savu profesionālo kvalifikāciju, kā arī noteikti tie tūrisma objekti un apskates vietas, par kurām informāciju drīkst sniegt tūristu gids ar atbilstošu profesionālo kvalifikāciju.

Tādējādi likums paredz, ka pilsētu un novadu pašvaldības var ieviest kārtību gidu darbībā, ko līdz šim nav izdevies izdarīt valsts mērogā. Tālākais ir atkarīgs no tā, cik ieinteresēta ir pašvaldība, lai tās teritorijā atrodošies tūrisma objekti tiktu apmeklēti un par tiem stāstītu patiešām sagatavoti gidi. Nevēlama būtu situācija, ja katrs novads (Latvijā to ir 108) vai pilsētas (9) savā administratīvajā teritorijā pieņemtu ļoti atšķirīgus gidu vērtēšanas kritērijus. Šobrīd laba kārtība gidu sagatavošanā ir Cēsis.

Latvijas Tūrisma gidu asociācija labprāt uzņemtos iniciatīvu, lai, sadarbojoties ar pašvaldībām, kopīgi izstrādātu tos darbības principus, kuri sekmētu gan vietējo gidu kvalifikācijas celšanu, gan viņu profesionālo sagatavotību, īpaši ekskursiju vadīšanas metodikā tūrisma objektos.



GOLFS... UN NE TIKAI

Vecākais golfa klubs Latvijā: pusceļā starp Rīgu un Jūrmalu

Golf | Club
VIESTURI

Eiropas lauku tūrisma konference Rīgā

Mainoties Eiropas ekonomikai, lauku tūrisma nozari skar pārmaiņas. Krīze jūtama ne tikai Latvijā, arī Eiropas valstīs tā prasa jaunu attieksmi, idejas un kvalitāti. Kādas tendences lauku tūrisma vērojamas Eiropas valstīs un kādus secinājumus var attiecināt uz Latvijas situāciju?

Lai paskatītos uz Latvijas lauku tūrisma piedāvājumu plašākā kontekstā, iegūtu labāko no citu Eiropas valstu pieredzes, aizgūtu idejas, "Lauku ceļotājs" šogad rīko starptautisku lauku tūrisma konferenci "Lauku tūrisms: pārmaiņas kvalitātei un konkurēt-

spējai". 9. jūnijā Rīgā ieradīsies nozares profesionāļi no visas Eiropas, lai dalītos pieredzē un izvērtētu notiekošo, stāstītu par jauniem risinājumiem lauku tūrisma piedāvājuma veidošanā, tirgus pieprasījuma pārmaiņām. Konferenču mērķis ir apzināt principus, kas pašreizējos ekonomikas krīzes apstākļos ir pamatā veiksmīgai lauku tūrisma uzņēmējdarbībai.

Konferencē plānotas trīs diskusiju sesijas. Katru sesiju ievadīs tēmas izklāsts, kam sekos dažādu valstu piemēri un diskusija par to, kā attiecīgā problēma tiek risināta katrā valstī.

Šādā formātā konference sniegs vairāk informācijas un praktiskus risinājumus dalībniekiem – tā dos iespēju izteikties daudziem un uzdot savus jautājumus.

Pateicība

Konference tiek organizēta sadarbībā ar Eiropas lauku tūrisma federāciju *Eurogites*.

Konference var notikt, pateicoties atbalstam no EK *Leonardo da Vinci* un *LIFE+* programmām, kā arī EEZ un Norvēģijas finanšu instrumentu granta palīdzībai no Īslandes, Lihtenšteinas un Norvēģijas. ■

Konferences diskusiju tēmas

Lauku tūrisms Eiropā – pašreizējā situācija un attīstības virzieni

Prezentācijas sniegs salīdzinošu pārskatu pa valstīm, atspoguļojot krīzes ietekmi uz ceļošanas paradumiem, lauku tūrisma nozares reakciju uz pārmaiņām tirgū, lauku tūrisma organizāciju un uzņēmēju aktivitātēm. Diskusiju dalībnieki runās par to, kāds lauku tūrisms šobrīd ir pieprasīts.

Tēmu ievadīs *Eurogites* prezidents *Klaus Ehrlich* ar pārskatu "Lauku tūrisms Eiropā 1980–2010 – paradigmas maiņa?" Valstu prezentācijas par lauku tūrisma tendencēm sniegs un diskusijās piedalīsies Eiropas spēcīgākās un vecākās lauku tūrisma organizācijas *Gites de France* pārstāvis *Philippe Hellio* (Francija), arī jaunu, komerciālu lauku tūrisma apvienību vadītāji un pārstāvji *Peggy Balitsari* (*Guest Inn*, Grieķija) un *François Derbaix* (*Top Rural*, Spānija).

Inovācijas lauku tūrisma – ārpus tradicionālās koncepcijas

Sesijas dalībnieki runās par lauku tūrisma iespējām un nepieciešamību paplašināt tradicionālos piedāvājuma veidus, pakalpojumus un formas; kā pielāgoties tirgus prasībām, vienlaikus saglabājot lauku tūrisma produkta atpazīstamību. Diskusijā tiks apspriestas dažādas radošas pieejas un paņēmieni piedāvājuma veidošanā un mārketingā.

Ievadrunu "Inovācija lauku tūrisma piedāvājumā un mārketingā" teiks *Hans Embacher* (*Urlaub auf dem Lande*, Austrija). Valstu piemēri un diskusija: *Andy Woodward* (*Farmstay UK*, Anglija), *Kiril Kaloyanov* (Bulgārijas alternatīvā tūrisma asociācija) un *Asnāte Ziemele* (Lauku ceļotājs, Latvija).

Reģionālie un specializētie lauku tūrisma produkti – vērtību ķēde

Sesijā tiks pārrunāta labākā pieredze reģionālo un specializēto tūrisma produktu veidošanā, iesaistot vietējo sabiedrību – lauku uzņēmējus, pašvaldību, aizsargājamo dabas teritoriju administrāciju utt.

Tēmas ievadā – Latvijas pieredze: "Dabas tūrisma piedāvājuma veidošana, motivējot un iesaistot vietējo sabiedrību. Slīteres nacionālā parka pieredze" (*Juris Smajinskis*, Lauku ceļotājs, projekts *POLPROP-NATURA* (LIFE07 ENV/LV/000981)). Valstu piemēri un diskusija: *Vesna Čuček* (Slovēnijas Lauksaimniecības un mežsaimniecības kameras Lauksaimniecības un mežsaimniecības institūts), pa vienu pārstāvim no Lietuvas lauku tūrisma asociācijas un Vācijas lauku tūrisma organizācijas.

Valsts mēroga vadlīnijas

Uzsākot projekta "POLPROP-NATURA" aktivitātes, "Lauku ceļotājs" sagatavojis vairākus dokumentus, kurus ierosina ieviest valsts mērogā kā brīvprātīgas vadlīnijas tūrisma organizēšanai.

Vadlīnijas **aktīvā tūrisma maršrutu krāsu marķējumam** izstrādātas, lai veicinātu vienotu Latvijas aktīvā tūrisma maršrutu marķēšanas sistēmas ieviešanu un videi draudzīga, ilgtspējīga tūrisma attīstību, kā arī samazinātu līdzekļu apjomu, kas līdz šim ir bijis ieguldīts maršrutu marķēšanas procesā.

Dabas teritoriju tūrisma monitoringa metodoloģijas vadlīnijas sagatavotas, lai noteiktu tūrisma plūsmas vides, sociālās un ekonomiskās ietekmes dinamiku aizsargājamā dabas teritorijā. Šo vadlīniju izstrādes mērķis: ieviest tādas metodes, lai apmeklētāju monitoringu var veikt ikviens – tā veiktāšanai nav vajadzīgas specifiskas zināšanas.

Priekšlikumi **ilgtspējīga tūrisma attīstībai Slīteres nacionālajā parkā** (SNP) skata šo teritoriju kā vienotu tūrisma galamērķi – aizsargājamo dabas teritoriju. Priekšlikumi iezīmē teritorijas vīziju un attīstāmos tūrisma produktus, mārketinga aktivitātes un sadarbības instrumentus.

Vadlīnijas **brīvdabas informācijas stendu saturam** – veidot izziņas materiālu, nedublējot ĪADT vienotā stila vadlīnijas, bet detalizēti aprakstot stendā iekļaujamo informāciju.

Pārgājienu karte Latvijā

Jaunajā kartē iekļauti 23 pārgājienu maršruti, kuru kopējais garums pārsniedz 500 kilometru. Maršruti pārsvarā ved pa dabas vai cilvēka veidotiem "koridoriem" – pa maziem meža ceļiem, gar jūras malu un upju krastiem, kas kalpo kā labs orientieris. Iepazīstoties ar karti, ikviens interesents varēs atrast sev un savai ģimenei piemērotas staigāšanas takas. Karte aptver gan tādas teritorijas, kuras izsenis bijušas tūristu iecienītas, gan arī mazāk populāras, bet vienlīdz interesantas vietas. Kartē atrodama informācija arī par 283 tūristu mītnēm.

Informācija sniegta latviešu un angļu valodā.

Izdevums ir bezmaksas. Karte pieejama asociācijas "Lauku ceļotājs" birojā, bet grāmatnīcās karti iespējams iegādāties komplektā ar katalogu "Atpūta laukos 2009–2010". Karte tiek nosūtīta arī pa pastu, taču pasūtītājam jāsedz pasta izdevumi.

Izdevums finansēts ar EEZ un Norvēģijas finanšu instrumentu granta palīdzību no Īs-



landes, Lihtenšteinas un Norvēģijas projekta "Ilgtspējīga dabas izmantošana un apsaimniekošana "Natura 2000" teritorijās – populāros un potenciālos tūrisma galamērķos" ietvaros, kas īstenots kopā ar Latvijas Dabas fondu. ■

Ceļotāju diena Slīterē

Atklājot jaunus tūrisma maršrutus, prezentējot Slīteres nacionālā parka (SNP) ceļvedi un brīvdabas standus, rosinot publiskas diskusijas par līdzsvarota tūrisma attīstību nacionālajos parkos un citās "Natura 2000" teritorijās Latvijā, asociācija "Lauku ceļotājs" un Dundagas novada dome aicina ceļotājus 2010. gada 12. jūnijā pavadīt piedzīvojumiem bagātu dienu Slīteres nacionālajā parkā. Pasākuma centrālā norises vieta – Dundagas novada Kolkā, kempingā "Ūši".

Pasākums tiek organizēts EK "Life" programmas finansētā projekta "Vides politikas un pārvaldības priekšlikumu izstrāde, demonstrējot tūrisma attīstības ieguvumus vides, sociālajā un ekonomikas jomā Slīteres nacionālajā parkā (LIFE07 ENV/LV/000981)" ietvaros. Projektā izstrādāti gan ieteikumi līdzsvarotai tūrisma attīstībai un dabas aizsardzības politikas dokumentiem, gan veikti praktiski darbi Slīteres nacionālajā parkā, lai pārliecinātos, vai ieteikumi darbojas arī praksē.

Slīteres ceļotāju dienas ietvaros tiek piedāvāti kopumā 14 dažādi maršruti atbilstoši ceļotāja interesēm un izvēlētajam ceļošanas veidam, kā arī izvēlētos maršrutus dalībnieki var veikt paši, ņemot talkā jauno Slīteres tūrisma ceļvedi. Var arī pievienoties ceļotāju grupām un veikt maršrutu kopā ar vietējo gidu, kas ļaus iepazīt un atrast to, kas SNP ir unikāls.

Daži maršruti ir sagatavoti speciāli šai dienai ("Meklējot garāko koka dzelzceļa tiltu", "Daba degumā – mežs un purvs 20 gadus pēc degšanas", "Iepazīsim ziemeļu lietusmežus", "Jūrā ar zvejnieka laivu"), citi būs pieejami arī citās dienās. Tikai šajā dienā visi gidī ir bez maksas, turklāt tie ir labākie maršrutu pazinēji.

Ceļotāju dienā būs atvērti dažādi Dundagas novada kultūras, dabas un izziņas objekti: Slīteres bāka, Slīteres dabas takas, Lībiešu tautas nams Mazirbē, Meža dzīvnieku ragu muzejs, mobilā pirts un daudzi citi. Daži objekti ceļotājiem būs pieejami tikai šajā dienā, tāpat šajā dienā liela daļa atvērto objektu būs bez maksas vai ar ievērojamām atlaidēm.



Ceļotāju dienā būs atvērti dažādi Dundagas novada kultūras, dabas un izziņas objekti: Slīteres bāka, Slīteres dabas takas, Lībiešu tautas nams Mazirbē, Meža dzīvnieku ragu muzejs, mobilā pirts un daudzi citi

Viens no pasākuma mērķiem ir popularizēt vietējo iedzīvotāju – lībiešu – kultūru, tradīcijas un virtuvi, tāpēc pasākuma laikā būs iespējams gan dzirdēt lībiešu valodu, gan nobaudīt gardāko zivju zupu Kurzemē, gan iepirkties tirgū "Ražots Slīterē", kur vietējie amatnieki, saimnieces un mākslinieki piedāvās iegādāties kādu suvenīru par atmiņu no šīs dienas. Tirgū būs sklandraušī, bukstiņputra, žāvētas un ceptas nupat zvejas zivis, iecienītais Užavas alus, lībiešu rotas un citi amatnieku izstrādājumi.

Pasākuma noslēgumā – Dundagas novada pašdarbības ansambļu koncerts: gan senas lībiešu tautas dziesmas, aranžētas mūsdienīgā skanējumā ar džeza un etnomūzikas intonācijām talantīgo lībiešu jauniešu izpildījumā, gan lustīgas un trakulīgas zvejnieku sievu dziesmas, kuras draiski dziedās dzīvespriecīgas un optimistiskas dāmas labākajos gados. ■

Īsumā

Slītere aicina

Sadarbojoties iedzīvotājiem, tūrisma uzņēmējiem, Slīteres nacionālā parka (SNP) administrācijas, pašvaldības un tūrisma informācijas centram, ir sagatavoti deviņi jauni tūrisma maršruti un produkti: kājāmgājējiem, velobraucējiem, autobraucējiem, laivotājiem un dabas, respektīvi, putnu un zvēru, vērotājiem. Visiem izdevumiem ir vienkāršs dizains, tajos ir laba karte un fotomateriāli. Tūristiem aplūkojamās un lejuplādējamās vietējo uzņēmēju, administrācijas, TIC interneta lapas parāda, cik vienkārši veidojami, izplatāmi un uzturami ir teritorijā esošie tūrisma produkti. 19. maijā "Lauku ceļotājs" rīko mediju braucieniņu pa SNP.

Paplašināta dabas sadaļa internetā

Paplašināta asociācijas "Lauku ceļotājs" mājaslapas www.celotajs.lv dabas sadaļa – ietverti ainaviski smilšakmens atsegumi, jūras piekrastes posmi, kas varētu būt interesanti isākiem vai garākiem pārgājieniem; purvi, kuros izveidotas dabas takas, un citas apmeklētājiem saistošas vietas. Minētajā sadaļā iekļautas arī jaunākajā kartē "Skatu vietas Latvijā" esošās skatu vietas un torņi. Jaunā sadaļa izveidota, lai popularizētu jaunas vietas un iespējas Latvijas apceļošanai kājāmejojot, ar velosipēdiem vai automašīnu. Tajā sev piemērotu informāciju atradīs gan ģimene ar bērniem, kas plāno nedēļas nogales braucieni, gan ceļotāji ar plašākām zināšanām par dabu. Plānots, ka sadaļa arvien tiks papildināta, lai sniegtu cilvēkiem pēc iespējas plašāku priekšstatu par dabas tūrisma iespējām Latvijā. Dabas sadaļa iespējams apskatīt "Vērts redzēt" izvēlnē projekta "Ilgtspējīga dabas resursu izmantošana un apsaimniekošana "Natura 2000" teritorijās – populāros un potenciālos tūrisma galamērķos" ietvaros.

Jauni maršruti Ķemeross

Lauku ceļotājs sadarbībā ar Ķemeru nacionālā parka (ĶNP) administrāciju ES "Interreg IVB" projekta "Nacionālie parki un ieguvumi" ietvaros ir izstrādājis septiņus aktīvā tūrisma produktus: kājāmgājējiem, velobraucējiem, laivotājiem, autobraucējiem un dabas vērotājiem. Izstrādātie ceļojumu maršruti piedāvā iepazīt parka dabas un kultūrvēsturisko daudzveidību. Katrs tūrisma produkts ietver maršruta aprakstu ar karti, informāciju par ĶNP, tūrisma pakalpojumiem un interesantākajiem apskates objektiem. Maršruti sagatavoti, lai parka apmeklētājiem būtu iespēja un interese pavadīt parkā ilgāku laiku, izmantojot arī vietējo uzņēmēju sniegtos ēdināšanas, velosipēdu nomas, gidu un citus pakalpojumus. Tūrisma produktu apraksti ar kartē atzīmētu maršruta gaitu pieejami asociācijas "Lauku ceļotājs" mājaslapā www.celotajs.lv latviešu, angļu, krievu un vācu valodā. Maršrutu apraksti būs pieejami arī ĶNP administrācijas, vietējo uzņēmēju un tūrisma speciālistu mājaslapās.

Par visiem profesionālajiem jaunumiem iespējams sekot mājaslapā www.prof.celotajs.lv.

inbox  **travel**

- Plašākais ceļojumu klāsts internetā
- Vieglākā ceļojumu meklēšana
- Jau 9 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

Jaunā ALTA valde pārvēl prezidenti

Astrīda Trupovnice,
Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas
izpilddirektore

Latvijas Tūrisma aģentu asociācijas (ALTA) jaunievēlētā valde 23. aprīlī sanāca uz pirmo sēdi un no valdes locekļu vidus ievēlēja valdes priekšsēdētāju (asociācijas prezidentu). Saņemot visu valdes locekļu atbalstu, šo amatu arī turpmākos trīs gadus atkārtoti ieņems Kitija Gitendorfa ("Amadeus Latvija" direktore). Par viņas vietniekiem ievēlēja Irēnu Riekstiņu ("Kaleva Travel" direktore) un Konstantīnu Paļgovu ("Tez Tour" direktors). Valdē darbosies arī Inga Kavaca ("Vanilla Travel"), Iveta Kravale ("Meeting Tour Travel & SPA Consultants"), Aldis Kušķis (theTraveler.eu), Hardijs Madzulis ("Relaks Tūre").

Žurnālam "Tūrisms" Kitija Gitendorfa puda vēlēšanas turpināt iesākto darbu, jo darāmā ir ļoti daudz. Turklāt uzsāktie procesi ir laikietilpīgi – lai sajustu acīmredzamas pārmaiņas, tie var aizņemt pat vairākus gadus. "Es saredzu iespējas turpināt uzlabot biznesa vidi, uzlabot sabiedrības izpratni par tūrisma aģentūrām un operatoriem," stāsta Kitija Gitendorfa un piebilst, ka plāno aktīvi iesaistīties nozares problēmu aktualizēšanā. "Tūrisma industrijai kopumā ir jāmainās, ir jāapzinās savs potenciāls un pievienotā vērtība," uzskata ALTA biedru atkārtotu uzticību saņēmusī asociācijas prezidente K. Gitendorfa, vienlaikus uzsverot, ka tūrisma industrijai jāklūst spēcīgākiem savu interešu lobistiem.

Latvijas Tūrisma aģentu asociācija ir profesionāla sabiedriska organizācija (biedrība), kas izveidota 1991. gadā, apvienojoties tūrisma aģentiem un tūroperatoriem, lai kopīgā darbā uz līdztiesības pamatiem, likumu un ALTA statūtu ietvaros izveidotu kopīgu



Foto: Travelnews.lv

Kitija Gitendorfa pauž vēlēšanas turpināt iesākto darbu, jo darāmā ir ļoti daudz. Viņa uzsver, ka tūrisma industrijai kopumā ir jāmainās, ir jāapzinās savs potenciāls un pievienotā vērtība, kā arī jāklūst spēcīgākiem savu interešu lobistiem, tāpēc viņa plāno aktīvi iesaistīties nozares problēmu aktualizēšanā

vadības institūciju, kas koordinētu tūrisma aģentu un tūroperatoru darbību, aizstāvētu to intereses un pārstāvētu Latvijas tūrisma biznesa pasaulē. ■

Uzziņa

ALTA galvenie uzdevumi

- sekmēt starptautiskā un vietējā tūrisma attīstību Latvijā;
- izstrādāt Latvijas valsts interesēm un tās iedzīvotājiem atbilstošu tūrisma biznesa darbības ētikas principus un sekot to ievērošanai;
- aizsargāt savas profesionālās un finansiālās intereses valsts saimnieciskajā darbībā;
- piedalīties tādu likumdošanas aktu izstrādāšanā, kuri skar tūrisma;
- veicināt sadarbību ar vietējiem, ārvalstu un starptautiskām tūrisma apvienībām un asociācijām;
- reklamēt ārvalstīs tūrisma iespējas Latvijā un veicināt tūrisma reklāmu Latvijā.

Vai ALTA ir nepieciešama?

Mīnusi:

- Jāmaksā dalības nauda – šobrīd 21 lats mēnesī vai 250 latu gadā
- Laiku pa laikam jāpiedalās kādā ALTAs organizētā pasākumā
- Dalība ALTĀ no pircēja viedokļa netiek vērtēta

Plusi:

- Satiekam kolēģus un konkurentus
- Ir ātra informācijas apmaiņa ALTAs biedru ietvaros
- Sabiedriskajā telpā tiek uzzināts un pausts ALTAs viedoklis
- Valsts institūcijas ņem vērā asociācijas pārstāvja viedokli
- Dalība ALTĀ no ārzemju partneru viedokļa tiek novērtēta

Iespējas:

- Tūrisma profesionāļu viedokļa paušana sabiedriskajā telpā
- Kopējs nozares viedoklis Ekonomikas ministrijā, TAVA, citās sabiedriskās organizācijās
- No profesionālā viedokļa vērtēt izmaiņas likumdošanā
- Piedalīties citu sabiedrisku vai valstisku organizāciju darbā
- Dalībnieku vārdā runāt ar lielākajiem tirgus piegādātājiem



www.taxi.lv

AR ATLAIŽU KARTI - ZEMĀKAS CENAS!

Nolīgšana - 1.50 LVL

Maksa par 1 km - 0.50 LVL

Gaidīšanas stunda - 6.- LVL

0.60
0.40
5.-

pasūti savu taxi karti pa tālruni : 67001010



Palīdzība vulkāna krīzes skartajiem

Eiropas Patērētāju centru tīkls (ECC-Net), ko atbalsta Eiropas Komisija un kas darbojas visās dalībvalstīs (arī Īslandē un Norvēģijā), 4. maijā publicēja praktisku dokumentu paketi, kas sagatavota, lai tiem patērētājiem, kurus skāra nesenie lidojumu ierobežojumi, palīdzētu izmantot ES tiesību aktos garantētās patērētāju tiesības. Šajā dokumentu paketē ir iekļauta standarta sūdzību vēstule, visu aviosabiedrību kontaktinformācija un citi praktiski padomi.

Vulkānisko pelnu izraisītās krīzes pirmajā nedēļā tīkla izskatīto lietu skaits pieauga septiņas reizes. Jau no pirmās dienas ECC-Net strādā ārkārtas režīmā, un tā dalībnieki cieši sadarbojas, lai sniegtu koordinētu palīdzību patērētājiem Eiropas Savienībā.

ES veselības un patērētāju politikas komisārs Džons Dalli teica: “Pat ārkārtas apstākļos ES patērētāji drīkst izmantot savas tiesības. Principā, runājot par palīdzības sniegšanu tiem uzņēmumiem, kuri cieta zaudējumus vulkānisko pelnu izraisītās krīzes dēļ, jāņem vērā tas, kā šie uzņēmumi ievēroja pasažieru tiesības.”

Komisārs arī piebilda: “Vēl šodien tūkstošiem patērētāju, kurus skāra lidojumu ierobežojumi, pamatoti pieprasa, lai viņu tiesības patiešām tiktu ievērotas. Es vēlos viņiem teikt: “Nevilcinieties pieprasīt to, kas jums pienākas. Ja aviosabiedrība vai ceļojuma organizētājs aizvien neņem vērā jūsu tiesības, vērsieties tuvākajā Eiropas patērētāju centrā.”” ■

Sāk piemērot ES vīzu kodeksu

No 5. aprīļa sākts piemērot ES vīzu kodeksu. Tajā ir apvienoti visi tiesību akti, kuri reglamentē lēmumus par vīzām. Ar minēto kodeksu tiek palielināta pārredzamība, uzlabota tiesiskā noteiktība un nodrošināta vienlīdzīga attieksme pret pieteikuma iesniedzējiem, saskaņojot noteikumus un praksi Šengenas valstīs (22 dalībvalstis un 3 asociētās valstis), kurās piemēro kopējo vīzu politiku. Tāpat šis kodekss paredz, ka valstīm jāsniedz pamatojums par vīzas pieteikuma noraidīšanu, kā arī jādod iespēja pārsūdzēt negatīvus lēmumus.

Ir vienkāršota vienotā ES vīzas pieteikuma veidlapa. Atsevišķu aizpildāmo lauciņu saturs ir precizēts, lai to būtu vieglāk saprast gan

pieteikuma iesniedzējiem, gan konsulārajiem darbiniekiem.

Tīks atcelta maksa par vīzu arī citām personu kategorijām papildus jau esošajām, un bērniem vecumā no 6–12 gadiem par vīzu būs jāmaksā tikai 35 eiro (parastā maksa aizvien būs 60 eiro). Joprojām 35 eiro par vīzu būs jāmaksā to trešo valstu valstspiederīgajiem, ar kurām Eiropas Savienība ir noslēgusi vīzu režīma atvieglošanas nolīgumus.

Lai nodrošinātu vienlīdzīgu attieksmi pret vīzas pieteikuma iesniedzējiem, ir izstrādāta Rokasgrāmata par vīzu pieteikumu izskatīšanu, kas būs pieejama visiem dalībvalstu konsulārajiem darbiniekiem. ■

Atviegļina mobilo tālrunu lietošanu Eiropas ūdeņos peldošos kuģos

Eiropas Komisija ir pieņēmusi jaunus noteikumus, kas kuģu pasažieriem un komandas locekļiem Eiropas teritoriālajos ūdeņos atviegļina mobilās sarunas un īsziņu nosūtīšanu un saņemšanu, atrodoties ārpus sauszemes mobilo tālrunu tīkliem. Jaunie noteikumi harmonizē tehniskos un juridiskos nosacījumus sakaru pakalpojumiem kuģos un paver ceļu tādiem novatoriskiem lietojumiem kā kuģos glabājamo konteineru attāla uzraudzība. Tie rada jaunu juridisko noteiktību un saimnieciskas iespējas pakalpojumu sniedzējiem, kuri vēlas piedāvāt vienlaidu mobilo savienojamību pāri robežām.

“Nupat pieņemto Komisijas noteikumu rezultātā desmitiem miljonu cilvēku, kas ceļo ar kuģi vai strādā uz kuģa, varēs bez traucējumiem lietot savus mobilos tālrunus jebkurā vietā Eiropas teritoriālajos ūdeņos,” teica ES digitālās programmas komisāre Nēli Kruša.

Jaunie noteikumi aizstās divdesmit septiņu dalībvalstu atšķirīgos noteikumus par mobilo tālrunu pārklājumu pasažieru laineros, kravas kuģos un prāmjos Eiropas teritoriālajos ūdeņos. Noteikumi rada juridisko noteiktību telesakaru operatoriem, kuri vēlas saviem klientiem piedāvāt mobilos pakalpojumus uz jūras. ■

Solāriji Latvijā spēcīgāki par ekvatora sauli

Latvijas iedzīvotāji bieži pakļauj sevi ultravioletajam starojumam (UVS), kas ir spēcīgāks par pusdienlaika sauli ekvatora rajonā, un tas var nodarīt nopietnu kaitējumu veselībai, liecina Eiropas Komisijas finansēta pētījuma rezultāti. Pētījumā konstatēts, ka katras septītās “saules mašīnas” radītais UVS pārsniedz normu – 0,3 W/m². Latvijā UVS stiprums tika mērīts 11 solāriju iekārtām, un visos gadījumos tas vairākas reizes pārsniedza normu.

Pētījuma ietvaros tirgus uzraudzības organizācijas 10 dalībvalstīs no 2008. gada septembra līdz 2009. gada septembrim pārbaudīja vairāk nekā 500 solāriju iekārtu, konstatējot trīs galvenās problēmas: katra septītā iekārta radīja pārāk spēcīgu UVS, patērētāji netika iepazīstināti ar UVS radītajiem riskiem,

turklāt nepilngadīgiem sauloties gribētājiem šāda iespēja netika liegta; tāpat uz iekārtām nebija atrodama informācija par UVS kaitīgo ietekmi.

Kopš 2010. gada 1. janvāra, kad stājās spēkā regula 765/2008/EC, dalībvalstu pienākums ir rūpēties, lai solāriji atbilstu noteiktajām drošības prasībām.

Veicot pētījumu Latvijā, Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (PTAC) pērn arī noskaidroja, ka 93 % pārbaudīto solāriju pakalpojumu sniegšanas uzņēmumu nav pārlicinājušies par ierīces radīto starojuma līmeni. Vairākās citās ES dalībvalstīs pārāk spēcīgs starojums tika konstatēts tikai 10–20 % pārbaudīto solāriju.

“Mani satrauc fakts, ka liela daļa solāriju pakalpojumu sniedzēju neievēro noteiktās

drošības prasības. Tas ir nopietns drauds veselībai, jo saslimstība ar ādas vēzi divkārtos ir ik pa 15–20 gadiem. Uzraudzības iestādēm dalībvalstīs jā rūpējas par šo ierīču drošību. Es apsveicu nozares gatavību sadarboties noteikumiem atbilstošu solāriju darbības un līdz ar to arī drošu produktu veicināšanā,” pētījuma rezultātus komentēja ES veselības un patērētāju politikas komisārs Džons Dalli.

Pavisam pētījums tika veikts desmit ES dalībvalstīs – Latvijā, Beļģijā, Kiprā, Čehijā, Vācijā, Dānijā, Somijā, Ungārijā, Nīderlandē un Polijā. Pētījuma otrajā fāzē bez Latvijas piedalīties vēl 11 valstis, un tās ietvaros tiks veikti vēl vairāki mērījumi, papildus skaidrojot patērētājiem ar solāriju lietošanu saistītos riskus un informējot par drošu saulēšanu. ■

Rotaļas pie pulvera mucas

Kristaps Baņķis,
sertificēts astrologs

Vulkāna sakustēšanās Īslandē bija pirmais akmentiņš arī tūrisma nozares dārzīnā. Astrologi jau visai sen diskutē par būtisku planetāro konstelāciju izpausmju veidiem, ar ko turpmāk pasaulei būtu jārēķinās. Astrologi ir vienoti jautājumā par to, ka turpmāko 20 gadu laikā cikliski piedzīvosim daudz vairāk ģeoloģisko aktivitāšu – plūdus, zemestrīces, vulkānu izvirdumus u. tml.

Arī konsultējoties ar klientiem, var “nolasīt” vispārējās sabiedrības tendences. Pamodīsies ne tikai vulkāni, būtiski mainīsies arī cilvēku ceļošanas ieradumi. Pieaugs patstāvīgi ceļojošu cilvēku masas, lielu nozīmi piešķirot tiem nozares pārstāvjiem, kuri spēs piedāvāt interesantu, kompleksu un specializētu palīdzību ceļotājam. Turklāt arvien izteiktāks kļūst aroda un hobiju tūrisms – līdzeklis, lai nevis vienkārši atpūstos, bet gan saturīgi pavadītu laiku ar personiski nozīmīgu un augstu lietderības koeficientu. Uzplauks savdabīgs darba tūrisms. Vai jūs ko tādu spējāt piedāvāt?

Tajā pašā laikā grupu tūrisms noteikti neiznīks, tomēr daudz vairāk būs jārēķinās ar individuālo lomu kolektīvā pasākumā.

Tāpat kā jebkurai citai darbības jomai arī tūrisma nozarei jārēķinās, ka arvien vairāk būs jāpielāgojas dažādām globālām un lokālām pārmaiņām. Patiesībā tūrisma industrija sēž uz

pārmaiņu pulvera mucas, taču nekas ļauns nenotiks, ja vien nozare spēs piedāvāt klientiem iespēju ar to nervus kutinoši paspēlēties. Te nu būtu vietā piebilst, ka arvien lielāku nozīmi iegūs apdrošināšana. Tas var būt vienlaikus kā trumpis, tā mīnuss – visu nosaka tas, no kuras puses skatās. Pieņemot, ka ceļojumu plānošana kļūs riskantāka, katrai iesaistītajai pusei pašai jādomā, ko tā iegūst un ko zaudē.

Turpmāko pāris gadu laikā ieteicams padomāt par speciāliem piedāvājumiem pāriem (veselīgu attiecību kūres, laulības glābšanas laiviņas, ekonomiskās ģimenes pakas u. tml.). Cilvēki gribēs ceļot kopā ar bērniem, nevis izrauties no laulību “slazda”.

Galvenie atslēgvārdi tūrisma nozarei tuvākajā desmitgadē būs šādi: risks – inovatīva pielāgošanās – specializēšanās – indivīda personību atklājoši pasākumi (faktiski ceļojums savā iekšējā pasaulē ārpus ierastajām (valsts) robežām).

Vēl viena prognoze: tuvākajā desmitgadē attīstīsies lauku tūrisms pašu mājās un svešās zemēs. Cilvēki būs tendēti uz izteiktākiem vēlmju pretpoliem: ģimeniska saliedētība – izteikts individuālisms; neprātīgs risks – nomierinošs apercīgums u. tml.

Manuprāt, ļoti daudzas sīkas tūrisma firmas papūtēs, ja nespēs piedāvāt visnotaļ specializētu profilu. Ar skaļu blīkšķi izputēs arī kāds starptautiski plaši pazīstams uzņēmums... Kopējā tendence – gribēti negribēta apvienošāns. ■

Valstis un reģioni, kuri būs interesanti
(alfabētiskā secībā)

Argentīna, Austrālija, Austrija, Brazīlija, Bulgārija, Dānija, Ēģipte, Francija, Itālija, Izraēla, Japāna, Jaunzēlande, Kaukāza reģions, Koreja, Lielbritānija, Moldova, Mongolija, Nīderlande, Sibīrijas reģions Krievijā, Slovākija, Šveice, Taizeme, Tibeta, Turcija, Turkmēnistāna, Vācija.

Īpaši akcentējama Ķīnas lielā nozīme turpmākajā pasaules vēsturē un tās neapgūstamība no tūrisma viedokļa.

Ko tūristu labā spēj astrologs?

Ikdienas konsultācijās nākas sadarboties ar daudziem klientiem Latvijā un ārpus Latvijas, kuri risina (ie)ceļošanas jautājumus. Ar kartogrāfijas, specifiskas tehniskas metodes, palīdzību var noteikt, kuras valstis ir vispiemērotākās konkrētām indivīda vēlmēm. Tā, piemēram, kādai personai tūrisms var derēt Turcija, darbam – Austrija, bet, lai iepazītos, jādodas uz Ķīnu. Līdzīgas iespēju zemes var atrast, arī ņemot talkā precīzus tūrisma firmas sniegtos datus.

Daudzi saskaņā ar astrologu izvēlas sagaidīt dzimšanas dienu kādā citā valstī, tādējādi mainot pat visa nākamā dzīves gada notikumus sev harmoniskākā virzienā.

Sīkāk sk. mājaslapu

www.astrologi.lv



Tūrisms

Lai nodrošinātu žurnāla “Tūrisms” darbību arī turpmāk, SIA “CorpMedia” meklē žurnāla “Tūrisms” **direktoru, redaktoru, žurnālistu un komercdirektoru** (vienā personā).

Vajadzīgs viens cilvēks, kurš atbildīgs par visu, tai skaitā:

- rakstu tēmu iniciēšanu;
- rakstu pasūtīšanu;
- žurnāla pašreklāmu,
- žurnāla izplatīšanu,
- reklāmas aģentu piesaistīšanu un motivēšanu,
- sadarbības organizēšanu ar profesionālajām un nozares organizācijām.

SIA “CorpMedia” nav īpašu prasību pret pretendentu, izņemot viņa varēšanu un gatavību veikt aprakstītos pienākumus.

<http://www.turpro.lv>
e-pasts: cv@corpmedia.lv
Tel. +371 26624466

Tallink Latvija

AS Tallink Grupp ir vadošā starptautisko jūras pārvadājumu kompānija Baltijas jūras Ziemeļu reģionā. TALLINK īpašumā ir 19 kuģi, kas veic regulāru satiksmi maršrutos starp Latviju, Zviedriju, Igauniju, Somiju un Vāciju. Nodrošinot augstas kvalitātes kruīza ceļojumus un pasažieru pārvadājumus, TALLINK ir arī stabils jūras kravas satiksmes dalībnieks Baltijas jūrā. Prāmji kursē ar Tallink un Silja Line zīmolu. Finanšu gadā, laikā no 2008. gada 1. septembra līdz 2009. gada 31. augustam, esam apkalpojuši vairāk nekā 8 miljonus pasažieru, pārvadājuši 252 tūkstošus kravas vienību un 863 tūkstošus pasažieru transportlīdzekļu. Kompānija pārvalda arī viesnīcu ķēdi Tallink Hotels. AS Tallink Grupp nodarboina vairāk nekā 6 900 darbinieku. 2006. gada aprīlī TALLINK atklāja pasažieru prāmja līniju Rīga – Stokholma. Šobrīd līnijā kursē prāmji M/S Romantika un M/S Festival.

AS Tallink Latvija aicina pievienoties komandai

PĀRDOŠANAS SPECIĀLISTU/-i

Darba pienākumi:

- grupu ceļojumu, konferenču un B2B produktu izstrāde un virzīšana tirgū;
- korporatīvo klientu piesaiste;
- rezultātu un tirgus analīze;
- sadarbība ar partneriem un klientiem;
- piedāvājumu un informatīvo materiālu tekstu izstrāde;
- radošu ideju ģenerēšana.

CV un motivācijas vēstuli sūtīt līdz 30.05.2010. ar norādi uz amatu.

AS Tallink Latvija

Rīgas pasažieru osta, Eksporta iela 3A, Rīga. Tālrunis: 6 7099705; fakss: 6 7099701; e-pasts: cv@tallink.lv.
Atbildi garantējam pretendentiem, kuri pēc iesūtīto dokumentu atlases iekļūs 2. kārtā.



CEĻOJUMU KONSULTANTUS/-es (zvanu centrā)

Darba pienākumi:

- klientu konsultēšana un pārdošana pa tālruni;
- biļešu rezervēšana.



TIEKAMIES

ORIGO

TIRDZNICĪBAS CENTRS

3. stāvā

2. stāvā

1. stāvā

P EuroPark



220 VEIKALU PAŠĀ RĪGAS SIRDĪ



INTRIGĒJOŠS TŪRISMA PRODUKTS ZEMGALĒ

RĪGAS MOTORMUZEJA FILIĀLE BAUSKĀ

**Bauskas filiāles
specializācija –
lauksaimniecības un
kravas tehnika.**

Unikālākie muzeja eksemplāri:

- vēsturiskie traktori *Ford Fordson* un *Lanz Bulldog*,
- 20. gadsimta auto klasika kā arī paaugstinātas caurgājāmības viegļie automobiļi *Pobeda M-72* un *Mosvič 410 H*.
- RAF mikroautobuss, kurš tika uzbūvēts par godu Maskavas olimpiskajām spēlēm ar konkrētu uzdevumu – pārvadāt olimpisko lāpu.



Bauskas filiāle atrodas Bauskas novada Codes pagastā,
„Sarkanmuiža 1”, (pirms Bauskas pagrieziena uz Mežotni).
Ekspozīcija atvērta - no maija līdz oktobrim.
Darba laiks - 10:00-17:00 (katru dienu, izņemot pirmdiena)
Ekskursiju pieteikšana pa mobilo tālruni 29484384
e-pasts info@motormuzejs.lv

Vairāk informācijas:
www.motormuzejs.lv,
tāl. 67097170