



KĀ IZVEIDOT ILGTSPĒJĪGA TŪRISMA GALAMĒRĶI?

Ilgtspējīga tūrisma modelis Piemērs: Slīteres nacionālais parks

Šis Ilgtspējīga tūrisma modelis izstrādāts, dokumentējot ilgtspējīga tūrisma galamērķa veidošanas procesu Slīteres nacionālajā parkā. Tas sastāv no vairākiem dokumentiem - vadlīnijām, kuras tapušas, dokumentējot tūrisma produktu veidošanas, pasākumu rīkošanas, mārketinga materiālu sagatavošanas, apmeklētāju monitoringa un citu darbu pieredzi. Vadlīnijas parāda, kā modelis ieviešams praksē. Ilgtspējīgā tūrisma modeļa mērķis ir nodrošināt pastāvīgu līdzsvaru starp teritorijas ekonomisko attīstību un dabas aizsardzību, iesaistot vietējo sabiedrību.





1. PROJEKTA TERITORIJA - SLĪTERES NACIONĀLAIS PARKS	3
2. KONCEPCIJA	4
2.1. Vietējās sabiedrības iesaistīšana	4
2.2. Vietējo tūrisma resursu apzināšana	4
2.3. Priekšlikumi ilgtspējīgai tūrisma attīstībai – vīzija	5
SNP piemērs - Priekšlikumi ilgtspējīga tūrisma attīstībai SNP	6
3. TŪRISMA PRODUKTI UN INFRASTRUKTŪRA	7
3.1. Tūrisma produktu veidošana	7
SNP piemērs - Jaunu tūrisma produktu izveides process SNP	7
3.3. Maršrutu marķēšana	8
SNP piemērs - Vadlīnijas aktīvā tūrisma maršrutu krāsu marķējumam	8
3.3. Brīvdabas informācijas stendi	9
SNP piemērs - Kā izstrādāt brīvdabas informācijas stendu?	10
3.4. Apmācība pakalpojumu sniedzējiem	11
SNP piemērs - Apmācības SNP uzņēmēju atbalstam	11
3.5. Autentiskās vides un tradicionālās apbūves saglabāšana	12
SNP piemērs - Slīteres nacionālā parka jūras piekrastes tradicionālā apbūve	12
3.6. Vietējās kultūrvides saglabāšana	13
SNP piemērs - Latviešu - lībiešu vārdnīca	13
3.7. Dabas vērtības	14
SNP piemērs - Latvijas Botāniskais ceļvedis	14
4. MĀRKETINGS	15
4.1. Teritorijas tūrisma ceļvedis	15
SNP piemērs - Slīteres nacionālā parka ceļvedis	15
4.2. Teritorijas iekļaušanās plašāka mēroga mārketinga aktivitātēs (valsts, rajona, Baltijas vai plašāk)	16
SNP piemērs - Baltijas nacionālo parku ceļvedis	16
4.3. Dalība tūrisma izstādēs un gadatirgos	17
SNP piemērs - Izstāžu stends	17
4.4. Pasākumi - atvērtās dienas apmeklētājiem	18
SNP piemērs - Vadlīnijas publisko pasākumu organizēšanai	19
5. APMEKLĒTĀJU MONITORINGS	20
SNP piemērs - Slīteres nacionālā parka tūrisma monitoringa metodoloģijas vadlīnijas	21
6. SECINĀJUMI - KĀDĒĻ ŠIS MODELIS IR ILGTSPĒJĪGS?	22



1. PROJEKTA TERITORIJA - SLĪTERES NACIONĀLAIS PARKS

Slīteres nacionālais parks dibināts 1957. gadā kā dabas rezervāts. 2000. gadā tas pārveidots par nacionālo parku. No 1945. – 1993. gadam tā ir slēgta militārā teritorija, pierobežas zona. Sauszemes teritorija: 16 360 ha, jūras akvatorija: 10 130 ha. Atrašanās vieta: Kurzeme, Dundagas novada Kolkas un Dundagas pagasti. Statuss: ĪADT, NATURA2000, ES mēroga putniem nozīmīga vieta.

NOZĪMĪGĀKĀS DABAS VĒRTĪBAS, KĀDĒĻ SLĪTERE IR AIZSARGĀJAMA DABAS TERITORIJA:

- Teritorijas izcelsme un ģeoloģisko notikumu liecinieki – Baltijas ledus ezera, Ancilus ezera un Litorīnas jūras senkrasti, kangaru-vigu ainava;
- Pateicoties Kurzemes pussalas mikroklimatam šeit aug Atlantiskā laika relikti: parastā īve un Baltijas efeja;
- Biotopu daudzveidība – jūras krasts ar plašiem liedagiem, mežainas jūrmalas kāpas, priežu sili un mētrāji, mitrie meži, mazskarti platlapju meži, purvi, pļavas, Baltijas ledus ezera krasta kāple ar sarežģītām gravu sistēmām un smilšakmens atsegumiem;
- Teritorijā sastopami visi Latvijā augošie 25 mežu tipi, izņemot grīni;
- Konstatēti 46% no Latvijā zināmajām vaskulāro augu sugām, 59% no Latvijas sūnaugu un 42% no Latvijas ķērpju sugām;
- Sastopamas augu un dzīvnieku sugas, kas nekur citur Latvijā līdz šim nav atrastas;
- Eiropas nozīmes Baltās-Baltijas jūras putnu migrācijas ceļš pāri Kolkasragam;
- Teritorijā konstatēta 261 putnu suga no Latvijā novērotajām 342 sugām, no tām 135 šeit ir ligzdojušas;

NOZĪMĪGĀKĀS KULTŪRVĒSTURISKĀS VĒRTĪBAS:

- Teritorijā saglabāties vienas no septiņām Pasaules somugru tautām – lībiešu materiālais un nemateriālais kultūras mantojums, kas ir nozīmīga Ziemeļeiropas kultūrvēsturiskā mantojuma sastāvdaļa. No Lībiešu dzīves vides saglabājušies zvejniekciemi ar vēsturisko plānojumu - žogiem, ēkām, Lībiešu tautas namu, kapiem un Mazirbes laivu kapsētu, Lībiešu svētki, valoda, tradīcijas;
- Kultūrvēsturisko objektu daudzveidība – bākas, baznīcas, muižas, bijusī Jūrskola, ciemi, atsevišķas viensētas, bijušās šaursliežu dzelzceļa līnijas paliekas, padomju laiku militārais mantojums;
- Vēsture un nostāsti – sākot ar vikingu laikiem, turpinot ar burinieku gadsimtu līdz mūsdienām.

SITUĀCIJA PIRMS PROJEKTA UZSĀKŠANAS:

- sabiedrībā pieaug interese par kādreiz slēgto militāro teritoriju, neorganizēta apmeklētāju plūsma;
- sabiedrībā priekšstats, ka Slītere ir dabas rezervāts/ierobežota apmeklējuma zonā, tāpēc pārsvarā teritoriju apmeklē caur-braucošie tūristi, kas apmeklē tikai Kolkasragu;
- vāji attīstīta tūrisma infrastruktūra un pakalpojumi, jo pieprasījums ir neliels, ļoti sezonāls;
- konflikti starp nacionālā parka administrāciju, pašvaldību un vietējiem iedzīvotājiem, uzņēmējiem, nenotiek nekāda sadarbība, lai plānotu kopēju teritorijas attīstību;
- paredzama ceļa rekonstrukcija/asfalta seguma uzklāšana, palielinot tūrisma caurbraucošo plūsmu;
- milzīgi un neizmantoti dabas un kultūrvēsturiskie resursi, lai attīstītu ilgtspējīgu tūrisma – dotu ienākumus vietējiem un saglabātu vidi.



2. KONCEPCIJA

2.1. VIETĒJĀS SABIEDRĪBAS IESAISTĪŠANA:

- Pie viena sarunu galda tiek saaicinātas visas ieinteresētās puses: vietējie iedzīvotāji, uzņēmēji, nacionālā parka administrācija, pašvaldība, lai definētu situāciju, saskaņotu intereses un vienotos par mērķiem un rīcību.
- Notiek prezentācija, parādot, kādu labumu teritorijai/vietējai sabiedrībai ilgtspējīga tūrisma attīstība var dot. Tikšanās dalībnieki tiek lūgti izteikt savu viedokli, esošās problēmas, iebildumus, intereses līdzdarboties tūrisma attīstībā. Tiek raisītas diskusijas par attīstības vīziju.
- Lai iesaistītu vietējo sabiedrību, nepieciešamas vairākas tikšanās uz vietas, kuru gaitā pamazām noskaidrojas kopīgie mērķi un intereses, rodas savstarpēja uzticība un vēlēšanās sadarboties.
- Katra tikšanās noslēdzas ar praktiskiem secinājumiem un turpmākajiem uzdevumiem, kam nosaka termiņus un izvērtē pie nākamās tikšanās.
- Izveidojas aktīvāko vietējās sabiedrības pārstāvju grupa, kas uzņemas iniciatīvu un iesaista pārējos.

2.2. VIETĒJO TŪRISMA RESURSU APZINĀŠANA:

- Kad izveidota vietējā iniciatīvas grupa, tiek apzināti visi teritorijas tūrisma resursi (dabas, ekonomiskie un cilvēkresursi), lai secinātu, kādus tūrisma produktus veidot.
- Informācijas vākšanā tiek iesaistīti vietējie iedzīvotāji. Uzsvars tiek likts uz to, kas ir svarīgs un interesants pašiem vietējiem iedzīvotājiem – stāsti, leģendas, notikumi, aizraušanās, veco sadzīves priekšmetu un jūras izskaloto lietu privātkolekcijas, vietējie ēdieni, utt.
- Esošo un potenciālo objektu apsekošana, foto, ar tiem saistītās informācijas vākšana un sakārtošana datu bāzē.
- Pieejamo publikāciju, pētījumu un citas literatūras izmantošana, lai uzzinātu un izceltu teritorijas vērtības.
- Ir svarīgi iesaistīt šai posmā arī tūrisma, kultūrvēstures un citus speciālistus, lai objektīvi un profesionāli novērtētu situāciju.
- Tiek apzinātas arī problēmas un šķēršļi tūrisma attīstībai, piemēram, infrastruktūras trūkums, konkrēti ierobežojumi saimnieciskai darbībai, vietējie konflikti, utt.



2.3. PRIEKŠLIKUMI ILGTSPĒJĪGA TŪRISMA ATTĪSTĪBAI – VĪZIJA

- Tiek intervēti vietējie iedzīvotāji, uzņēmēji, pašvaldība, administrācija u.c. iesaistītās puses individuāli, lai atrastu piedāvājuma virzienus, vēlmi attīstībai.
- Tiek apkopota informācija ārpus teritorijas – citu projektu rezultāti, izstrādātās vīzijas, intervēti iesaistītie cilvēki, lai iegūtu teritorijas lielo attīstības vīziju „no malas”.
- Tiek apkopoti priekšstati no apmeklētājiem (intervijas, aptaujas, atsauksmes, izstādes utt.), precizēti pieprasījumi, lai teritorijas attīstību salāgotu ar klientu pieprasījumu.
- Balstoties uz apkopoto informāciju, tiek izveidots aprakstošs dokuments, kurā visi resursi aplūkoti kopējā kontekstā, cits citu papildinot un tiek piedāvāta vīzija – apraksts, kāda šī teritorija varētu būt, izmantojot esošās iespējas un attīstot to kā tūrisma galamērķi. Vīzija jeb priekšlikumu dokuments piedāvā kopīgu mērķi un kontekstu, kurā katrs spēlētājs saredz gan savu lomu, gan citu spēlētāju lomas un sadarbību šī mērķa sasniegšanai.
- Katrs tūrisma objekts, esošais un potenciālais pakalpojums tiek analizēts atsevišķi, norādot stiprās puses un trūkumus, nepieciešamos uzlabojumus, lai tas būtu pievilcīgs tūristiem. Aplūkota arī infrastruktūra, kurā funkcionē atsevišķie objekti un kas ir svarīga teritorijai kā kopējam galamērķim.
- Atsevišķa sadaļa dokumentā norāda ieteicamos pasākumus, ieviesējus, atbildīgos, partnerus, prioritātes pakāpi, termiņu.
- Priekšlikumu dokuments tiek prezentēts vietējai sabiedrībai, vispirms nosūtot dokumentu izlasīšanai, pēc tam apspriežot kopīgā sanāksmē, gala versijā iestrādājot tajā komentārus un ieteikumus. Šādā veidā tiek panākts, ka tūrisma attīstība netiek uzspiesta un vietējā sabiedrība piekrīt, iesaistās un dod ieguldījumu
- Priekšlikumu galvenā nozīme ir, ka tiek skaidri pateikts, kādi tūrisma produkti jāattīsta, pēc kā ir pieprasījums.



SNP PIEMĒRS

Priekšlikumi ilgtspējīga tūrisma attīstībai Slīteres nacionālajā parkā

http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PolProp/Dokumenti/SNP_turisms_LV.pdf (1,2 Mb, pdf).

Dokuments analizē tūrisma resursus parkā, tūrisma infrastruktūru un nepieciešamos uzlabojumus, esošos tūrisma produktus, tūrisma ietekmi uz dabas vērtībām, apraksta tūrisma attīstības mērķi, vīziju un rīcības.

Priekšlikumi izstrādāti:

- sadarībā ar iedzīvotājiem, tūrisma uzņēmējiem, SNP administrāciju, pašvaldībām, tūrisma informācijas centru un nevalstisko organizāciju pārstāvjiem;
- izveidojot darba grupu un diskutējot ar saistīto LR ministriju un valsts institūciju pārstāvjiem;
- ņemot vērā Dundagas pašvaldības piekrastes infrastruktūras vajadzību definējumu;
- uzklusot ārvalstu ekspertu ieteikumus un secinājumus;
- pārrunās un balstoties uz Egona Bērziņa (Rīgas Tehniskā universitāte) attīstības vīziju Kolkā un tās apkārtnē.

Priekšlikumi turpmāk izmantojami:

- Dabas aizsardzības plāna tūrisma sadaļai (esošajā Slīteres nacionālā parka dabas aizsardzības plānā ir atsauce uz šo dokumentu);
- Piekrastes telpiskās attīstības stratēģijas izstrādei;
- Eiropas un/vai nacionālo projektu finansējuma pamatojumu izstrādei;
- pašvaldības teritorijas attīstības plānojumam;
- kā pamats likumdošanas izmaiņu iniciēšanai tūrisma attīstības un dabas aizsardzības dokumentos;
- investīciju piesaistei un ideju ģenerēšanai teritorijas attīstībai;
- informācijas atjaunošanai SNP tūrisma mārketinga/informācijas materiālos.





3. TŪRISMA PRODUKTI UN INFRASTRUKTŪRA

3.1. TŪRISMA PRODUKTU VEIDOŠANA

Lai piesaistītu apmeklētājus visai teritorijai un veicinātu vietējo pakalpojumu izmantošanu, tiek izveidoti tūrisma maršruti. Maršruti ir tūrisma produkts, no kura gūst labumu vairāki pakalpojumu sniedzēji teritorijā – *naktsmītnes, ēdināšana, gidi, inventāra nomas, transporta, u.c.*

Tiek izveidoti dažādi maršruti – *ar auto, velo, kājām, laivu*, jo katram ceļošanas veidam ir sava mērķauditorija. Izmantojot teritorijas bagātīgo dabu, speciālistu zināšanas un pieredzi, tiek veidotas putnu un dzīvnieku vērošanas tūres. Maršruti tiek veidoti savstarpēji sadarbojoties ieinteresētajām pusēm – *uzņēmējiem, iedzīvotājiem, pašvaldībai, teritorijas administrācijai u.tml.* Darbošanās kopīga mērķa labad, palīdz mazināt savstarpējos konfliktus, ja tādi pastāv. Maršrutu pakalpojumu sniedzēju daļā jāietver pēc iespējas plašāka uzņēmēju daļa, tādejādi veicot tiem mārketingu un iesaistot kopējā teritorijas piedāvājumā.

10 soļi maršrutu veidošanā:

(1) Maršruta ideja; (2) Kartogrāfiskā materiāla un dažādu literatūras avotu studijas; (3) Maršruta empīriskā iezīmēšana kartē; (4) Maršruta testēšana dažādos gadalaikos; (5) “Grozījumu” veikšana; (6) Maršruta tests ar potenciālajiem klientiem; (7) Maršruta lapas sagatavošana; (8) Citu uzņēmēju un interesentu iesaiste; (9) Maršruta marķēšana dabā; (9) Maršruta uzturēšana un informācijas aktualizācija.

SNP PIEMĒRS - Jaunu tūrisma produktu izveides process Slīteres nacionālajā parkā, maršrutu veidošanas pamatprincipi un 10 soļi maršruta sagatavošanā

http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PolProp/Dokumenti/SNP_produkta_sagatavosana.pdf (283 Kb, pdf).

Slīteres nacionālā parka produkti un pakalpojumi sistematizēti 9 maršrutos un tūrēs: *kājāmgājējiem, velobraucējiem, laivotājiem, autobraucējiem un dabas vērotājiem.*

Maršruti iesaista pakalpojumu sniegšanā un sadarbībā vietējos iedzīvotājus. Maršrutu apraksta formātu izstrādāja tūrisma nozares speciālisti. Tie saskaņoti, papildināti un aktualizēti ar vietējo uzņēmēju, vietējo tūrisma speciālistu un iedzīvotāju līdzdalību, kā arī ar Slīteres nacionālā parka administrāciju.

Maršrutu dizaina izveidei izmantota Scribus programma, kuras lietošanai nav nepieciešamas speciālas dizainera iemaņas, tāpēc to izveidē var iesaistīties ikkatrs. Tehniskā rokasgrāmata atrodama: <http://macies.celotajs.lv>, maršrutu sagatave saņemama, pieprasot e-pastā lauku@celotajs.lv

Maršrutu apraksta shēma turpmāk izmantojama, veidojot jaunus maršrutus vai rediģējot esošos.

Maršruta lapu izplatīšana:

- lejuplādējamas no interneta (ievietojamas populārās mājas lapās, kur tās viegli var atrast mērķauditorija);
- tūrisma uzņēmumos (*naktsmītnes, ēdinātāji, citi*), kur saimnieki tās pēc vajadzības izdrukā un dod saviem viesiem, iesakot, kā pavadīt laiku apkārtnē. Uzņēmējiem tie atvieglo komunikāciju ar klientu, kas nereti pieprasa informāciju par pieejamajām aktivitātēm parkā.



3.2. MARŠRUTU MARĶĒŠANA

Maršrutu krāsu marķēšanas mērķis - uzturēt dabā sastādītos maršrutus un nodrošināt, lai tūristi, orientējoties pēc aprakstiem un kartēm, apvidū nedomaldās no maršruta.

Maršruta marķēšanas krāsas un simbola izvēle. Te palīdzēs vietējā un Pasaules pieredzes apzināšana, kā arī mūsu izstrādātās vadlīnijas: http://www.celotajs.lv/cont/proj/PolProp/Dokumenti/Vadlinijas_krasas_markejums_LV.pdf. (863 Kb, pdf).

- Maršruta izveide dabā jāsaskaņo ar konkrētās teritorijas uzturētājiem vai īpašniekiem (pašvaldību, uzņēmējiem, administrāciju u.c.).
- Nepieciešamā inventāra un materiālu sagāde – otas, krāsa.
- Marķēšanas izmaksas ir nelielas, tādēļ marķēšanu iespējams veikt pēc nepieciešamības, vietējās sadarbības ietvaros, negaidot pašvaldības vai citu finansējumu.
- Marķēšana. Marķējot jāievēro noteikti un vienoti maršrutēšanas principi.
- Regulāra maršruta apsekošana un marķējuma atjaunošana, kur nepieciešams.
- Marķēšanas krāsa, veids u.c. pazīmes jāatspoguļo mārketinga materiālos.

Krāsu marķēšanas metodes priekšrocība:

- Tā ir lēta (nav jāizgatavo speciālas norādes;
- Marķēšana tiek veikta uz jau esošiem objektiem dabā – piem., kokiem, akmeņiem, stabiem u.c.),
- Tā ir vienkārša un efektīva.

SNP PIEMĒRS - Vadlīnijas aktīvā tūrisma maršrutu krāsu marķējumam

http://www.celotajs.lv/cont/proj/PolProp/Dokumenti/Vadlinijas_krasas_markejums_LV.pdf
(863 Kb, pdf).

Dokumentā aprakstīta taku krāsu marķējuma pieredze un doti praktiski ieteikumi marķēšanai. Vadlīnijās aprakstītais marķēšanas veids atzīts kā lētākais un efektīvākais.

Dokumenta izstrādes soļi:

- Lai atrastu efektīvāko un lētāko maršrutu taku krāsu marķēšanas veidu, tika apskatīta Eiropas valstu pieredze;
- Veicām vairākus marķēšanas testus dabā, lai atrastu piemērotākos marķējuma simbolus un krāsas;
- Ņemot vērā iepriekš minētos pirmos divus soļus, sagatavojām vadlīnijas;
- Noorganizējām maršrutu marķēšanas brīvdabas mācību semināru, aicinot piedalīties ikvienu interesentu, kura laikā marķējām velo maršrutu „Pa lībiešu ciemiem”. Maršrutu marķēšana tika saskaņota ar SNP administrāciju.





3.3. BRĪVDABAS INFORMĀCIJAS STENDI UN NORĀDES

Stendu izveidošanas mērķis – sniegt informāciju par tūrisma produktiem, veidojot apmeklētājam draudzīgu, zinātniskiem terminiem nepārsātinātu, atraktīvu, bet informatīvi bagātu materiālu, kas vēsta par teritorijas dabas, kultūras un sociālajām vērtībām.

Kopumā stenda konceptā ietilpst karte, objektu fotogrāfijas, teksts, piktogrammas, izcelti virsraksti, finansētāju un teritorijas statusu apliecinājoši logo, uzsverot, ka teritorija ir īpaša vieta no dabas daudzveidības viedokļa. Stendā svarīgi ir iekļaut to informāciju, kas ir aktuāla ceļotājam tieši ceļošanas mirklī, neskatoties uz to, kas izgatavo stendu (pašvaldība, administrācija, privāts u.c.) un ietvert informāciju par iespējami plašāku pakalpojumu sniedzēju loku, ko varētu meklēt tūrists.

Stendu informācijas satura sagatavošanas soļi:

- Konceptuāla – idejiska vienošanās par stendu atrašanās vietām un to saturu.
- Katra stenda informācijas satura rūpīga izstrāde, kā arī nosprausts mērķis, ko ar katru stendu vēlamies pateikt apmeklētājiem.
- Teksta un kartogrāfiskā materiāla sagatavošana, fotogrāfiju atlase.
- Pieejamo pakalpojumu uzskaitē (naktsmītnes, veikali, ēdināšana, TIC, inventāra nomas, u.c.) un atzīmēšana kartē.
- Informācijas rediģēšana un saskaņošana ar iesaistītajām pusēm, tulkošana.
- Informācijas stenda maketēšana.
- Maketa rediģēšana.
- Maketa pēdējās versijas saskaņošana ar teritorijas uzturētāju vai īpašnieku (teritorijas administrāciju, pašvaldību vai privāto īpašnieku u.c.).

Stendu pamatinformāciju sagatavo tūrisma profesionāļi, piesaistot pie specifiskas informācijas sagatavošanas speciālistus, piem., botāniķus, zoologus u.c. Stendu informācija tiek saskaņota, labota arī pēc vietējo iedzīvotāju ieteikumiem.

Stendu informācijas saturā:

- jābūt kvalitatīvai kartogrāfiskai informācijai;
- jāiekļauj informācija par teritoriju, tās objektiem, dabas vērtībām, par pieejamiem pakalpojumiem, kārtību un finansētājiem;
- katrā stendā jāiekļauj unikāla informācija un faktu kombinācija, lai tā nepārklājas ar citos stendos esošo;
- teksts jāpapildina ar uzskatāmām objektu fotogrāfijām;
- stendā jāiekļauj informācija, vislabāk ar piktogrammām, – ko apmeklētājs drīkst un var darīt teritorijā, nevis tikai aizliegumi;
- informācijai jābūt divās valodās – vietējās valsts un angļu/krievu/vācu/spāņu vai citā svešvalodā, atkarībā no tā, kā runā vairums apmeklētāju no ārvalstīm.



SNP PIEMĒRS

Kā izstrādāt brīvdabas informācijas stendu?

Vadlīnijas informācijas saturam.

http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PolProp/Dokumenti/Outdoor_panels_LV.pdf (4,6 Mb, pdf).

Vadlīniju mērķis ir rādīt piemēru, kā sagatavot ceļotājiem draudzīgu, neakadēmisku, atraktīvu, tajā pašā laikā noderīgu un izglītojošu stenda informāciju par teritoriju vai objektu.



Slīteres nacionālajā parkā uzstādīti 5 brīvdabas informācijas stendi. To konstrukcijas gatavas pēc īpaši aizsargājamo teritoriju vienotā stila. Stenda pamatinformāciju sagatavoja „Lauku ceļotāja” speciālisti, saskaņojot stendu saturu un uzstādīšanas vietas ar vietējiem iedzīvotājiem un nacionālā parka administrāciju. Vadlīnijās aprakstīti galvenie plānošanas pasākumi, satura piemēri, stendu noformēšanas standarti, vietu izvēles apsvērumi, utt.

Stendos iekļauta praktiski noderīga informācija apmeklētājiem, kas ļauj izmantot vietējos pakalpojumus.

To atrašanās vietas tika rūpīgi izraudzītas, izpētot jau esošo stendu vietas, kā arī nosakot, kur jauna informācija ir visnepieciešamākā.

Visas stendu vietas saskaņotas ar īpašniekiem, nacionālā parka administrāciju, pašvaldību un diskusijās ar vietējiem iedzīvotājiem, kā rezultātā tika panākta vietējo iedzīvotāju ļoti pozitīva atbilde pret jaunajiem stendiem. Stendu informācijas saturs gatavots, ņemot vērā konkrētā stenda atrašanās vietu un šo vadlīniju teorētisko sadaļu.





3.4. APMĀCĪBA PAKALPOJUMU SNIEDZĒJIEM

- Tiek noteiktas tēmas, kurās vietējiem pakalpojumu sniedzējiem nepieciešama apmācība (*piem., noteiktu pakalpojumu izveidošana un uzlabošana, darbs ar klientu, utt.*);
- Tiek sastādīta programma un piemeklēti lektori – praktiķi attiecīgajā jomā. Parasti ir vērts piesaistīt arī mārketinga speciālistu, kas konkrēto tēmu var parādīt no klientu pieprasījuma puses;
- Tiek precizēts nepieciešamais tehniskais aprīkojums, izdales materiāli;
- Tiek aprēķināts nepieciešamais finansējums, sastādīta tāme;
- Tiek noteikts datums, ņemot vērā vietējos apstākļus, telpu pieejamību, ēdināšanas nepieciešamību un iespējas, kā arī apmeklētājiem izdevīgāko laiku;
- Tiek izziņots seminārs, norādot programmu, laiku un vietu, izmantojot visus pieejamos komunikācijas veidus – *e-pasta ziņas, informāciju vietējā laikrakstā, pašvaldībā, TIC-ā, formālos un neformālos kontaktus*;
- Tiek sagatavotas semināra novērtējuma un turpmāko ieteikumu anketas, ko dalībnieki aizpilda semināra laikā;
- Semināra laikā dalībnieki reģistrējas dalībnieku sarakstā (*iesk. kontakti*);
- Ir vērts sagatavot izdales vai mācību materiālus attiecīgajam kursam, lai dalībnieki varētu padziļināti apgūt zināšanas katrā jomā individuāli.
- Semināra teritorijas daļu ieteicams apvienot ar praktisko (*piem. Dabas produktu veidošanai ieteicams gājijens dabā gida pavadībā*);
- Pēc semināra tiek analizētas apmeklētāju anketas, izvērtēta nepieciešamība pēc nākamajiem semināriem un tēmām.

SNP PIEMĒRS - Semināri SNP uzņēmēju atbalstam

Slīteres NP un citi uzņēmēji - pakalpojumu sniedzēji vairākkārt piedalījās dažādos produktu veidošanas semināros, ko vadīja profesionāli katrā jomā.

Dabas tūrisma produktu veidošanas semināra (11.11.2010) video ierakstu var skatīt te:

<http://video.id.lv/MyWeb/web/lc/>

Kulinārijas produkta veidošanas semināra video ierakstu (1.12.2010) var skatīt te:

<http://video.id.lv/MyWeb/web/lc2/>

Programmas veidošanas piemērus var skatīt te:

http://www.celotajs.lv/cont/prof/train/courses_lv.html

Izdales materiāliem „Lauku ceļotājs” ir izveidojis mācību portālu, kur ir atrodama LC izstrādāta literatūra par dažādiem tūrisma aspektiem: <http://macies.celotajs.lv>.

Piemēram, noderīgas var būt: Videi draudzīgas un ilgtspējīgas dabas vērošanas principu un produktu veidošanas vadlīnijas http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/EEZ/Doc/dabas_vadlinijas_kop-savilkums.pdf

Vai Kulināra mantojuma materiāls lauku tūrisma saimniekiem: http://macies.celotajs.lv/publ/research/kulinarais_mantojums_lauku_turisma.pdf



3.5. AUTENTISKĀS VIDES UN TRADICIONĀLĀS APBŪVES SAGLABĀŠANA

Mērķis ir saglabāt teritorijai raksturīgo kultūrvidi un vēsturisko ainavu. Tradicionālā apbūve ir viena no redzamākajām vietas identitātes izpausmēm. Ja vietējie iedzīvotāji apzinās, ka unikālā vietas identitāte, autentiskums ir viena no vides vērtībām, kādēļ ierodas apmeklētāji, viņi cenšas to saglabāt, būvējot un atjaunojot ēkas, iekārtojot pagalmus atbilstoši vietas īpatnībām. Tiem, kas dzīvojuši noteiktā vietā paaudzēs, ir pārmantota iekšējā sajūta par to, kā jāizskatās ēkām un pagalmiem. Bet ir nepieciešamas zināšanas, praktiski padomi, tādēļ ieteicams izstrādāt vadlīnijas, kurās skaidroti tradicionālās arhitektūras elementi un to pielietojums mūsdienu apstākļos.

- Tiek veikta situācijas izpēte teritorijā, pieaicinot arhitektūras vēstures un/vai kultūras pieminekļu speciālistus;
- Informācija tiek apkopota dokumentā, dodot ieskatu esošās apbūves un plānojuma izveides vēsturē, tiek norādīti pagalmu veidošanas principi, ēku veidi un plānojums, būvniecības stila ietekmējošie faktori, būvju elementi, konstruktīvie un apdares materiāli, ārtelpas arhitektūra, ieteikumi renovācijai, rekonstrukcijai, jaunas apbūves veidošanai;
- Dokuments tiek prezentēts vietējiem iedzīvotājiem un institūcijām, lai panāktu pozitīvu attieksmi pret dokumentu un tas kļūtu „dzīvotspējīgs”. Tiek iestrādāti vietējo komentāri;
- Dokuments tiek prezentēts atbilstošās nacionāla mēroga instancēs, kas atbild par kultūrvēstures mantojuma saglabāšanu, tiek iestrādāti viņu ieteikumi;
- Dokuments tiek prezentēts sabiedrībai un izplatīts visiem interesentiem. Ja to nav iespējams tirāžēt drukātā veidā, to izplata elektroniski.

SNP PIEMĒRS - Slīteres nacionālā parka jūras piekrastes tradicionālā apbūve.

Apraksts, analīze, ieteikumi

Dokumentā apkopota vēsturiskā informācija par apbūvi Ziemeļkurzemes piekrastē un doti ieteikumi būvniecības procesa dalībniekiem, kuri plānos un īstenos piekrastes apbūvi Slīteres nacionālajā parkā un vēlēšies saskaņot tradicionālās un mūsdienu vērtības, kā arī iekļauties apkārtējā vidē un nemazinās nacionālā parka vērtības.

http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PolProp/Dokumenti/SNP_apbuve_vadlinijas.pdf (7.42 Mb, pdf).

Apraksta saturs: Ieskatu piejūras ciemu esošās apbūves un plānojuma izveides vēsturē, pagalmu veidošanas principi, ēku veidi un plānojums, būvniecības stila ietekmējošie faktori, būvju elementi, konstruktīvie un apdares materiāli, ārtelpas arhitektūra, ieteikumi renovācijai, rekonstrukcijai, jaunas apbūves veidošanai. Iniciatīva šāda dokumenta izveidei nāca no vietējiem iedzīvotājiem, kuriem bija nepieciešams praktisks padoms, kā veidojot pagalma apbūves elementus, saglabāt Ziemeļkurzemes zvejniekiem raksturīgos elementus. Vadlīnijas prezentētas Valsts Kultūras pieminekļu aizsardzības inspekcijā, Arhitektu Savienībā un Projekta politiskās uzraudzības grupā, kā arī prezentētas vietējai sabiedrībai. Šādi panākot dokumenta popularitāti, pirmkārt, jau vietējo iedzīvotāju un institūciju vidū, jo tieši vietējā sabiedrība visvairāk var nosargāt savu vidi un kultūru. „Ienācējiem” nākas rēķināties ar vietējo situāciju, lai tiktu pieņemti. Sabiedrībā ir spēks!





3.6. VIETĒJĀS KULTŪRVIDES SAGLABĀŠANA

Mērķis – parādīt vietas vēsturisko identitāti, saistīt ar mūsdienām, ieinteresēt apmeklētājus. Ja teritorijā saglabājusies un joprojām tiek lietota kāda mazpazīstama valoda vai dialekts, kas interesanti no kultūrvēstures viedokļa, ieteicams apkopot ikdienā lietojamus vārdus un izteicienus, kas noderīgi, apmeklējot šo teritoriju.

Vietējos apzīmējumus var izmantot (ar paskaidrojumiem) vidē – ceļa norādēs, standos, ēdienkartēs, viesu namu un citu uzņēmumu nosaukumos, tūrisma ceļvežos, utt. Tas izceļ teritorijas identitāti, ieinteresē apmeklētājus un arī palīdz saglabāt vietējo kultūrvidi.

- Vienošanās ar aktīvākajiem attiecīgās kultūrvides pārstāvjiem par kopīgu darbu pie vārdnīcas, termiņu noteikšana;
- Izdevuma koncepcija – apjoms, saturs, utt.;
- Vārdnīcā iekļaujamo jēdzienu atlase un tulkošana;
- Vārdnīcas prezentēšana vietējai sabiedrībai, aicinājums izmantot to produktu veidošanā, vienošanās par konkrētu pielietojumu (piem., ceļa norādes attiecīgajā valodā) un termiņiem;
- Vārdnīcas izplatīšana vietējiem tūrisma uzņēmumiem un citiem interesentiem.

SNP PIEMĒRS - Latviešu - lībiešu vārdnīca

http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PolProp/Dokumenti/libiesu_vardnica_LV.pdf 927 Kb, pdf)

Slīteres NP teritorija ir viena no mazākās tautas pasaulē – lībiešu - lokalizācijas vietām, tādēļ ir izstrādāta šī mazā, uz ilglaicīga tūrisma attīstību orientētā latviešu – lībiešu valodas skaidrojošā vārdnīca, kas nepieciešama tūrisma materiālu izstrādei, uzturēšanas līdzekļu un teritorijas iedzīvotāju lībiskās identitātes uzturēšanai. Vārdnīca sniedz tulkojumu šodienas sadzīvē lietotajiem latviešu vārdiem – mājvārdiem un vietu nosaukumiem, ēdieniem, svētkiem u.c. Ieteikums veidot vārdnīcu ir vietējo iedzīvotāju iniciatīva.

Lībiskais tulkojums tika izmantots gan uzstādot norādes, gan stendu informācijā, gan tūrisma produktos un maršrutos, gan Slīteres nacionālā parka ceļvedī.





3.7. DABAS VĒRTĪBAS

Mērķis – parādīt un skaidrot vienkāršā valodā dabas vērtības, kas ir mums visapkārt un nav pakļautas īpašai aizsardzībai, tādējādi veidojot apmeklētājos interesi un respektu pret apkārtējo dabu un tur esošo.

- Tiek izveidota izdevuma koncepcija – saturs, apjoms, utt. Tas var būt tikai atsevišķas katras saimniecības pagalmā vai plašākā apkārtņē esošas sugu demonstrējums. Tas var būt A4 lapas apjoma sugu noteicējs vai grāmatas biezuma ceļvedis – galvenais ir ievērot vienkāršības principu, kas ieinteresēs apmeklētāju iepazīt dabu;
- Tiek sastādīts iekļaujamo sugu saraksts (tie var būt augi, putni, dzīvnieki, sēnes utt.). Ir vērts pieaicināt dabas speciālistus, lai izvēlēto sugu saraksti veidotos profesionāli pareizi;
- Tiek sagatavoti fotoattēli un informācija. Princips: piemeklēt interesantus faktus saistībā ar auga izmantošanu vai īpašībām gan mūsdienās, gan agrāk, veidot to vienkāršā valodā, saprotamai neprofesionāliem lietotājiem;
- Izdevumu var tulkot kādā no svešvalodām, kurā runā vairums apmeklētāju no ārvalstīm, bet tas var būt arī tikai vietējiem apmeklētājiem domāts, netulkots. Noteikti ir vērts ietvert latīniskos nosaukumus;
- Izdevums tiek izplatīts vai demonstrēts tur, kur tas pieejams apmeklētājiem (TIC, tūrisma aģentūras, informācijas punkti), kas dodas pastaigās pa vietējo apkārtni;
- To var izmanto arī vietējie gidi, piedāvājot dabas iepazīšanas ekskursijas, ja lapas pavairo katram dalībniekam un katrs var atzīmēt tajās savus novērojumus. Bet tās var izdalīt ekskursijas laikā un pēc tās – savākt atpakaļ, tad tās kalpos tikai atpazīšanai, bet ne novērojumu pierakstam;
- Ir vērts norādīt, kur konkrētās sugas vai sugu grupas var redzēt vai novērot. Iespējams, ka ir vērts izveidot pat maršrutus vai takas.
- Ir vērts veikt savus novērojumus un tos pierakstīt – tā var ieinteresēt apmeklētājus jauniem novērojumiem, kā arī precīzi informēt par katras sugas vērošanas piemērotāko laiku.

SNP PIEMĒRS - Latvijas Botāniskais ceļvedis. Sugu noteicējs

http://www.celotajs.lv/p/botaniskaiscelvedis/view_lv.html

Ceļveža mērķis ir ikvienam palīdzēt saskatīt tās augu un sēņu sugas, kas atrodas mums visapkārt, kā arī sniegt interesantus faktus par tām neprofesionālā valodā, kas saprotama plašai sabiedrībai.

Ceļveža sadaļas:

Sadaļa «Vērts redzēt»: Latvijas interesantākās ar botānisko tēmu saistītas dabas takas, izcilākie dažādu vietējo sugu dižkoki un interesantie koki, koku alejas, botāniskie dārzi, dendroloģiskie parki un cita veida augu kolekcijas, muzeji un interesantas zemnieku saimniecības.

Sadaļa «Augu un sēņu maršruti». Maršruti ir sagatavoti tā, lai tos varētu veikt arī individuāli.

Sadaļa «Sugu noteicējs»: iekļauti gandrīz 400 bieži sastopamu augu un sēņu sugu fotoattēli, kurus papildina kāds interesants fakts.

Sadaļa «Saudzē!»: uzskaitītas un īsi aprakstītas tās aizsargājamās augu sugas, kuras nereti tiek noplūktas, iepītas pušķos vai pārdotas. Tās ir sugas, kas ir aizsargājamās, tādēļ atstājamās tajā vietā, kur ir to īstās «mājas».





4. MĀRKETINGS

4.1. TERITORIJAS TŪRISMA CEĻVEDIS

Mērķis – vienā izdevumā sniegt praktisku un kvalitatīvu informāciju ceļotājiem par visu teritoriju kopumā – dabu, vēsturi, tūrisma pakalpojumiem, teritorijas apceļošanas iespējām, utt.

Ceļveža sagatavošanas galvenie pamatsolji:

1. Iepriekšējās iestrādes

2. Ceļveža struktūras un satura izstrāde

Ceļveža saturu izstrādā tūrisma profesionāļi. Ir vērts atrast 5-10 katras teritorijas galvenās vērtības, pārles, dārgumi (parasti tās ir vietas, pieminekļi - dabas vai kultūras, cilvēki un to radītās vērtības, ar ko teritorija ir zināma, lepojas utt.). Tas kalpo mārketingam lieliski;

3. Regulāri teritorijas apsekojumi. Tiek veikti regulāri teritorijas, tajā esošo objektu apsekojumi, kā arī vākta informācija no vietējiem iedzīvotājiem. Tādējādi ceļveža veidotājiem ir objektīvs un aktuāls priekšstats par teritorijā notiekošo visa gada garumā.

4. Pašvaldības vai citas administrācijas iesaiste, informācijas saskaņošana.

5. Vietējo uzņēmēju, TIC, novadpētnieku u.c. vietējo „spēlētāju” iesaiste.

6. Ceļveža maršrutu sagatavošana. Ceļvedī var iekļaut aktīvā tūrisma maršrutus, kas tiek veidoti, iesaistot vietējos „spēlētājus” (sk. aktīvā tūrisma maršruta veidošanas 10 pamatsoljus)

7. Ceļveža satura sagatavošana.

8. Ceļveža maketa saskaņošana ar iespējami plašāku iesaistīto pusi. Pēc satura sagatavošanas, izstrādātais makets tiek saskaņots ar parka administrāciju vai pašvaldību un tās pārvaldībā esošo tūrisma informācijas centru, kā arī kādu vietējo novadpētnieku un uzņēmēju. Visi konstruktīvie priekšlikumi, labojumi un papildinājumi tiek iestrādāti ceļveža saturā.

9. Lai iegūtu izdevuma popularitāti – to noteikti nepieciešams prezentēt gan vietējai - teritorijas, gan plašākai sabiedrībai. Var izsūtīt ziņu preseī kopā ar izdevumu. Ieteicams izdevumu vai tā satura atsevišķas daļas ievietot elektroniski, tā tas kļūs pieejamāks plašākai sabiedrības daļai.

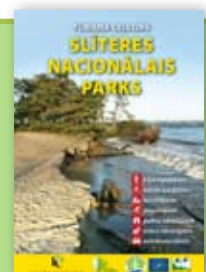
SNP PIEMĒRS - Slīteres nacionālā parka ceļvedis

http://www.celotajs.lv/p/SliteresCelvedis2010/view_lv.html

Pirmais šāda satura un apjoma tūrisma ceļvedis par Latvijas nacionālo parku – Natura 2000 teritoriju. Kā arī pirmais tūrisma ceļvedis, kas balstīts uz vietējo iedzīvotāju stāstiem, iesaistot vairāk kā 30 vietējos cilvēkus, nacionālā parka administrāciju un Dundagas novada domi u.c. Ceļvedis apkopo informāciju par nacionālā parka dabas un kultūrvēstures vērtībām, visiem parkā pieejamajiem tūrisma pakalpojumiem, citu noderīgu informāciju.

Turpmākais pielietojums: Ceļveža struktūra izstrādāta kopā ar tūrisma nozares profesionāļiem kā paraugs, pēc kā iespējams veidot turpmākus regulārus izdevumus, atjaunojot un papildinot informāciju – kas nodrošina vietējās sadarbības turpinājumu un izveidoto tūrisma produktu pieejamību apmeklētājiem (sociālais un ekonomiskais faktors).

Ceļveža sagatavošanas principi un pamatsolji: http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PolProp/Dokumententi/SNP_celveza_gatavosanas_principi.pdf (187 Kb, pdf).





4.2. Iekļaušanās plašāka mēroga mārketinga aktivitātēs

Teritorija kā galamērķis tiek iekļauta plašākā tūrisma piedāvājumā, vairojot mērķauditorijas uzticēšanos piedāvātajiem pakalpojumiem un interesi, aizsniedzot plašāku mērķauditoriju, ko nav pa spēkam un nav adekvāti veikt atsevišķiem pakalpojumu sniedzējiem vai pat visam galamērķim kopumā. Izmantojamās iespējas:

- Tematiskie izdevumi - piemēram, nacionāls, reģionāls vai Eiropas mēroga ceļvedis un tamlīdzīgi izdevumi;
- Iesaistoties nacionālo tūrisma organizāciju piedāvātajās mārketinga kampaņās;
- Izveidojot teritorijas piedāvājumu tā, lai tas atbilstu plašāka mēroga maršrutiem. To var izdarīt, kontaktējoties ar tūrisma aģentūrām savā valstī vai starptautiskiem tūrisma operatoriem, kas pārdod līdzīga rakstura tūrisma paketes vai ceļojumus uz līdzīgiem galamērķiem;
- Aicinot masu mediju pārstāvjus, veidojot tiem iepazīšanas dienu/braucienu.
- Aicinot tūrisma profesionālus – aģentūras, operatorus, naktsmītnes, gidus u.c. uz profesionālo iepazīšanas braucienu (fam trip) – no tiem var daudz mācīties, kā veidot piedāvājumu savā teritorijā;
- Izveidojot un uzturot galamērķa mājas lapu ar aktuālu informāciju par pieejamajiem pakalpojumiem;
- Iesaistoties starptautiskās organizācijās un apvienībās, kas veic mārketingu.

SNP PIEMĒRS - Baltijas nacionālo parku ceļvedis

Baltijas nacionālo parku ceļveža mērķis ir vienā izdevumā iekļaut detalizētu, apmeklētājiem vajadzīgu un praktisku informāciju nacionālo parku apceļošanai.

Ceļvedis pozicionē Baltiju kā vienotu tūrisma galamērķi un iekļauj informāciju gan par parku dabu, vēsturi un kultūru, gan pakalpojumiem un maršrutiem, popularizējot arī Natura2000 teritorijas Baltijas valstīs.

Ceļveža veidošanas gaita:

- apsekoti nacionālie parki, vietējie uzņēmēji, TIC, pieejamie pakalpojumi, iegūts fotomateriāls;
- tikšanās ar nacionālo parku administrācijām;
- sagatavoti dažādi ceļojumu maršruti tūristiem, kas ietver parku apmeklējumus;
- Katram parkam ir atrastas un definētas galvenās vērtības no apmeklētāju viedokļa;
- sagatavots un tulkots teksts;
- teksti nosūtīti visu nacionālo parku administrācijām vai pārstāvjiem saskaņošanai;
- ceļvedis iespiests un nosūtīts noteikts skaits kopiju katram nacionālajam parkam;
- ceļveža izdošana izziņota medijiem un interesentiem, organizēta ceļveža izplatīšana.





4.3. DALĪBA TŪRISMA IZSTĀDĒS UN GADATIRGOS

Piedaloties dažādos tūrisma gadatirgos, veidojas tiešs kontakts ar nākamo teritorijas apceļotāju. Izstādes laikā var saprast ceļotāju vēlmes par teritoriju kā galamērķi, kas palīdz izveidot kvalitatīvu piedāvājumu, kā arī pašiem ir iespēja sagatavot jeb sniegt informāciju ceļotājam par to, kas sagaidīs viņu ceļojumā.

- Tūrisma izstādes izvēle;
- Stenda koncepcijas izveidošana, prezentējot veidolu un konkrētus produktus, aicinot apmeklēt radīto ilgtspējīgā tūrisma galamērķi;
- Dizaina un tehniskās specifikācijas izstrāde. Stends sastāv no pamatkonstrukcijas un maināmiem/atdalāmiem elementiem, kurus var atjaunot pēc nepieciešamības, ar nelielām izmaksām vai izmantot citos popularizācijas pasākumos.
- Stenda koncepcijai jābūt pēc iespējas atvērtai un demokrātiskai, kas uzsver teritorijas pieejamību un viesmīlību
- Vienlaicīgi stendam ir jādemonstrē teritorijas galvenās vērtības – dabu, kultūru, cilvēkus... Stendam ir jāparāda, ka pakalpojums tiešām ir balstīts uz vietējo sabiedrību. Ir jākomunicē vērtības vienkārši, saprotami un īsi, lai apmeklētājs tās uztvertu un ieinteresētos. Vērtībām ir jābūt ietvertām maršrutos vai pakalpojumos tā, lai apmeklētājs tās varētu viegli iepazīt – tā saņemot galveno iespaidu un saglabājot atmiņas par teritoriju.
- Ražotāja/piegādātāja izvēle un stendu pasūtīšana.
- Dalība izstādē.

SNP PIEMĒRS - Izstāžu stends

http://www.gallery.celotajs.lv/index.php?album=Events%2F2011%2F110212_Balttour_Life%2F

Mūsu mērķis, piedaloties tūrisma izstādē „Balttour” ar speciāli izgatavotu izstāžu stendu bija popularizēt SNP kā Natura 2000 teritoriju, kas ir apmeklētājiem atvērta aizsargājama dabas teritorija un piedāvā daudzveidīgas atpūtas iespējas un pakalpojumus. Stendu plānojam atvērta tipa, lai apmeklētāji tajā var brīvi pārvietoties, paņemt izstādītos materiālus, aizpildīt un nodot aptauju anketas, uzdot jautājumus stenda personālam.

Izstāžu stenda svarīgas sastāvdaļas ir saliekamie plakātu stendi, kas izmantojami arī atsevišķi no izstādes stenda konstrukcijas – semināros, lekcijās, konferencēs un citos publiskos pasākumos informācijas izplatīšanai. Plakāti ilustrē konkrētus SNP tūrisma produktus – kājāmgājējiem, velotūristiem, autotūristiem, laivotājiem, dabas vērotājiem, utt., t.i. izvēlēti liela izmēra, attiecīgo produktu raksturojoši fotoattēli, kuros redzami arī ceļotāji. Plakāti ir maināmi pēc vajadzības (nolietojums, jaunu produktu rašanās), jaunu plakātu izmaksas ir salīdzinoši nelielas.

Viena no svarīgām stenda funkcijām mums bija apmeklētāju anketēšana, novērojot attieksmi un priekšstatus par aizsargājamām dabas teritorijām, interesi apmeklēt un izmantot dabas un aktīvā tūrisma produktus.





4.4. PASĀKUMI APMEKLĒTĀJIEM

Mērķis: Prezentēt esošos un jaunus tūrisma produktus, pakalpojumus, vietējos ražojumus un teritoriju kopumā plašai publikai un mediju auditorijai. Pasākumu mērķis ir arī vietējās sabiedrības un institūciju saliedēšanās, ideju ģenerēšana, piedāvājuma noformēšana, kas būs svarīgi visai sezonai – visiem ir kopīgs un labs mērķis, un visiem ir daudz darba tā sasniegšanai – konfliktiem nav laika.

Sākotnēji (ja šāds pasākums plānots ikgadēji) pakalpojumiem, ko sniedz šajā dienā (gidi, ieejas maksas utt.) ir jābūt bez maksas, lai piesaistītu iespējami vairāk apmeklētājus. Tāpēc nevajag plānot dārgus pakalpojumus (piem., vietējo bezmaksas transportu). Ēdināšanai jābūt maksas pakalpojumam, tomēr ar iespējami mazāku uzcenojumu, labāk tādu, kas balstīs uz vietējām izejvielām. Ieteicams, ja budžets atļauj, paredzēt kādu vienkāršu bezmaksas ēdienu, kas skan labi – tā var būt zupa.

Vēlāk, kad apmeklētāji ir pieraduši pie pasākuma regularitātes, var plānot nelielas samaksas, kas sedz pakalpojuma izmaksas, tomēr jāatceras, ka pasākums ir popularizācijas pasākums, tāpēc nevar tikt uzskatīts par peļņas gūšanas laiku un vietu.

Ieteicams uz šo dienu piesaistīt mārketinga organizāciju vai speciālistu, jo, jāatceras, ka konkurence uz pasākumiem ir liela un, lai potenciālie apmeklētāji ieinteresētos par konkrēto pasākumu, īpaši, ja tas nav orientēts uz masu apmeklējumu – ir jābūt zināšanām sabiedrības uzrunāšanai.

Pasākuma mārketingā svarīgi ir saglabāt ziņu par teritorijas unikalitāti, ilglaicību (taču nevajag lietot šo profesionālo terminu marketingā!) – tad apmeklētājs būs sagatavots saprātīgai rīcībai un teritorijas patiesai iepazīšanai.

- Priekšizpētes darbs un lēmuma pieņemšana;
- Jāiepazīstas ar pasākumu organizēšanu saistīto likumdošanu;
- Sadarbības partneru piesaiste;
- Sponsoru un informatīvo atbalstītāju piesaiste;
- Esošo un nepieciešamo resursu apzināšana;
- Pasākuma programmas un scenārija izstrāde;
- Pasākuma budžeta izstrāde;
- Operatīvo darba uzdevumu izstrāde;
- Komunikāciju plāna izstrāde;
- Sociālo tīklu izmantošana publicitātei;
- Vietējo iedzīvotāju un uzņēmēju iesaiste;
- Komunikācija ar masu medijiem;
- Komunikācija ar politiķiem un saistītām institūcijām;
- Komunikācija ar pasākuma dalībniekiem;
- Pasākuma norise;
- Pasākuma izvērtēšana.



SNP PIEMĒRS - Vadlīnijas publisko pasākumu organizēšanai dabas teritorijās

Vadlīnijas: http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PolProp/Dokumenti/SCD_vadlinijas.pdf (22 Mb, pdf).

Pielikumi: (Slīteres ceļotāju dienas (SCD) programma, SCD avīze – divi izlaidumi, rīkotājiem nepieciešamo resursu saraksts, izdevumu tāme, SCD komunikāciju plāns, SCD tirgus dalībnieku saraksts, SCD apmeklētājiem atvērto objektu un pasākumu saraksts, pasākuma komunikācijas materiālu piemēri, preses ziņas).



Skat pielikumus:

http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PolProp/Dokumenti/SCD_vadlinijas_pielikumi.pdf (44 Mb, pdf)

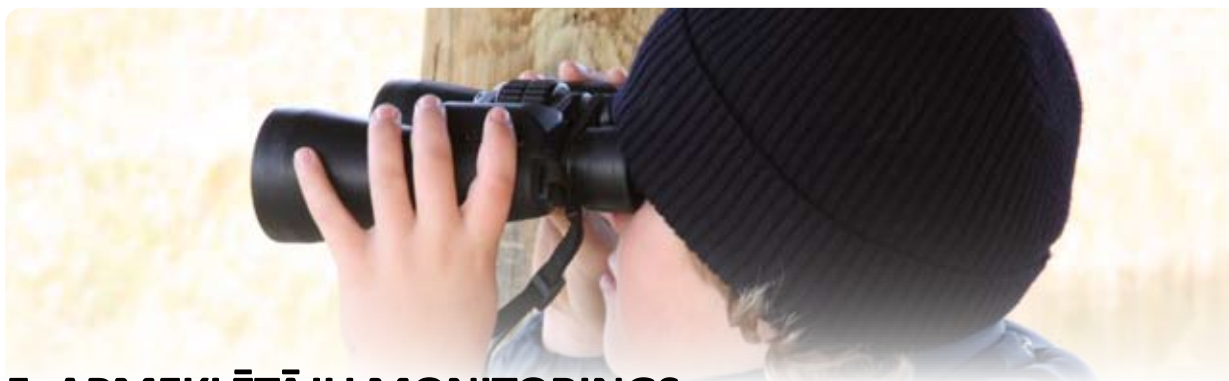
Vadlīnijas izstrādātas ar mērķi apkopot un nodot tālāk Lauku ceļotāja uzkrāto pieredzi un zināšanas pasākumu plānošanā un vadīšanā dabas teritorijās, t.sk. Natura 2000 teritorijās.

Tās balstītas uz publiskās diskusijas - Slīteres ceļotāju dienas organizēšanas piemēra.

Pirmā SCD guva panākumus, piesaistot lielu apmeklētāju skaitu (apt.1000), vienojot vietējo sabiedrību pasākuma organizēšanā, parādot gan apmeklētājiem, gan arī pašiem vietējiem iedzīvotājiem pilnu un daudzveidīgu Slīteres piedāvājuma spektru, ceļot vietējo pašapziņu, pārliecinoties par izstrādāto tūrisma produktu atbilstību apmeklētāju interesēm, dodot ienākumus Slīteres ražojumu tirdziņa dalībniekiem.

Pasākums kļūst regulārs, tā rīkošanas iniciatīvu uzņemas vietējai rīcības grupai, to finansiāli atbalstot pašvaldībai un parka administrācijai.





5. APMEKLĒTĀJU MONITORINGS

Apmeklētāju monitorings nepieciešams, lai novērotu antropogēno slodzi uz dabas objektiem, sekotu apmeklētāju skaita dinamikai, secinātu par visvairāk pieprasītajām/ noslogotajām vietām un pakalpojumiem, pasākumu efektivitāti, nepieciešamību koriģēt apmeklētāju plūsmu, kā arī lai demonstrētu iesaistītajiem spēlētājiem tūrisma nozares sociālo un ekonomisko ietekmi teritorijā.

- Tiek apzinātas un izvēlētas piemērotākās apmeklētāju monitoringa metodes (*piem. anketēšana, intervijas, apmeklētāju skaitīšana – gan ar elektroniskajiem skaitītājiem, gan ar ieejas biļetēm; objektu foto monitorings; parauglaukumu izveide apskates objektā – nomīdījuma konstatēšanai u.c.*);
- Tiek noteikts monitoringa periods un atskaites punkti;
- Tiek veikts monitorings;
- Monitoringa datu analīze;
- Ar monitoringa datiem tiek iepazīstināta vietējā sabiedrība, pasākumos, kur tiek izvērtēta ilgtspējīgā tūrisma galamērķa darbība.
- Monitoringa dati tiek izmantoti turpmāko darbību plānošanā attiecībā par nepieciešamajiem uzlabojumiem, tūrisma produktiem un pakalpojumiem, apmeklētāju plūsmas virzību, infrastruktūras attīstību, sadarbību starp visām ieinteresētajām pusēm.

Anketēšana

- Tiek sastādīti jautājumi un izstrādāta aptaujas datu anketa nepieciešamo datu iegūšanai;
- Atbilstoši anketas specifikai tiek izvēlēts tās izplatīšanas veids: tiek veikta apmeklētāju anketēšana uz vietas– pasākumu laikā, kampaņveidīgi - piesaistot brīvprātīgos, izplatot anketas viesu namos, TIC un citur pēc iespējām, vai arī tiek veikta apmeklētāju anketēšana Internetā – tūrisma galamērķa mājas lapā un/vai saistītās mājas lapās. Aptaujāto motivēšana - balva par aizpildītu anketu
- Rezultātu apkopošana un analīze.

Elektroniskā apmeklētāju uzskaitē

- Tiek izvēlēti objekti un vietas elektronisko skaitītāju uzstādīšanai;
- Atbilstoši vietas īpatnībām tiek izvēlēti elektroniskie skaitītāji (ar infrasarkanu staru, ar radio viļņiem u.c.) apmeklētāju uzskaitē;
- Tiek iegādāti un uzstādīti elektroniskie skaitītāji, apmācīts personāls;
- Regulāra datu nolasīšana un datu analīze.



SNP PIEMĒRS - Slīteres nacionālā parka tūrisma monitoringa metodoloģijas vadlīnijas

http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PolProp/Dokumenti/1.version_monitoring_methodology_LV.pdf (620 Kb, pdf)



Vadlīnijās dota apmeklētāju monitoringa metodoloģija, lai noteiktu tūrisma plūsmas vides, sociālās un ekonomiskās ietekmes dinamikas aspektus tūrisma galamērķī - Slīteres nacionālajā parkā.

Šajā dokumentā aprakstītās metodes tūristu un to darbības izpausmju fiksācijai un novērtēšanai, tūrismā iesaistīto dabas un kultūras objektu ilgtermiņa novērošanai un iegūto rezultātu izvērtēšanai. Raksturotas katras metodes priekšrocības un praktiskais pielietojums.

Pēc sagatavotajām vadlīnijām tiek veikts apmeklētāju monitoringa Slīteres nacionālajā parkā un novērtēta tūrisma ietekme uz vietas ekonomisko, sociālo un dabas vidi. Dati izmantojami secinājumiem un lēmumiem par turpmāko attīstību ilgtermiņā.

Slīteres NP apmeklētāju monitoringa ietvaros tiek veikti:

1. Objektu regulāri apsekojumu un vizuālie novērojumi;
2. Objektu digitālais foto monitorings;
3. Parauglaukumu izveide;
4. Negatīvo ietekmju uzskaitē tūrisma maršrutos;
5. Apmeklētāju elektroniskā un klātienē uzskaitē tūrisma objektos;
6. Apmeklētāju anketēšana;
7. Tūrisma speciālistu un uzņēmēju intervijas;

Balstoties uz monitoringa datiem, tiek pierādīts, ka, palielinoties apmeklētāju skaitam, necieš nozīmīgas dabas vērtības, ja apmeklētāju plūsma tiek virzīta pārdomāti, sagatavojot atbilstošu infrastruktūru, attīstās vietējā ekonomika un tiek saglabāts vides aizsardzības un ekonomiskās attīstības līdzsvars.





6. KĀDĒĻ ŠIS MODELIS IR ILGTSPĒJĪGS?

Modelis ir ilgtspējīgs, jo visas iesaistītās puses tajā atrod savas intereses, ir motivētas iesaistīties, sadarboties un uzturēt modeli darbībā, attīstot vietējo ekonomiku un nodrošinot dabas aizsardzības prasības:

- vietējie iedzīvotāji izprot, ka apmeklētājus piesaista nacionālā parka daba, līdz ar to ir iespējams attīstīt tūrismu un gūt ekonomisku labumu - nacionālais parks ir resurss vietējās ekonomikas attīstībai un tā ir kvalitatīva dzīves vide. Ja apmeklētāju plūsma netiks organizēta, tā pieaugs stihiski, radot neadekvāti lielu un neorganizētu antropogēno slodzi aizsargājamā dabas teritorijā;
- sadarbība starp visām iesaistītajām pusēm ir veiksmīga, jo ir konkrēts, aizsniedzams mērķis, un visas iesaistītās puses redz ieguvumu;
- tiek veikts mārketingvisai teritorijai kopumā, nevis atsevišķiem tūrisma pakalpojumiem vai nacionālajam parkam, Slīteres nacionālais parks ir iekļauts Baltijas nacionālo parku ceļvedī un tiek popularizēts plašākā kontekstā Baltijas valstīs kā vienotā tūrisma galamērķī. Notiek darbs ar tūroperatoriem, izmantojot industrijas pārstāvjus kā ekspertus, lai veidotu pieprasītus un konkurētspējīgus tūrisma pakalpojumus;
- par tradīciju ir kļuvis pasākums „Slīteres ceļotāju diena”, kas ne tikai popularizē SNP kā tūrisma galamērķi, bet arī veicina vietējo izziņu - vietējie iedzīvotāji, iesaistoties tūrisma piedāvājuma veidošanā, maršrutu gatavošanā un informācijas vākšanā SNP ceļvedim, paši uzzina daudz par teritorijas kultūrvēsturi un dabu, nostiprinās sociālas vērtības - vietējā identitāte, piederības sajūta, pašapziņa.

VISAS IESAISTĪTĀS PUSES:

- piekrīt tūrisma attīstībai;
- iesaistās tūrisma pakalpojumu sniegšanā un/vai infrastruktūras izveidē un uzturēšanā;
- regulāri komunicē savā starpā, pieņem kopīgus lēmumus, koordinē darbības;
- ir tiešie ieguvēji no tūrisma attīstības – ekonomiski un sociāli.

Ilgtspējīga tūrisma modeļa pamatprincips – konstruktīva un pastāvīga vietējā sadarbība starp līdzvērtīgiem partneriem.

Ilgtspējīga tūrisma modelis izstrādāts uz Slīteres nacionālā parka piemēra, bet to attiecīgi pielāgojot, tas pielietojams jebkura cita ilgtspējīga tūrisma galamērķa veidošanā.

Dokumentu elektronisko versiju var lejuplādēt:
www.macies.celotajs.lv

Lauku ceļotājs, Kalnciema iela 40,
3.stāvs, Rīga, LV-1046
Tālr. 67617600, Fakss: 67830041,
E-pasts: lauku@celotajs.lv
www.celotajs.lv