



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

LATVIJAS LAUKU TŪRISMA ASOCIĀCIJAS "LAUKU CEĻOTĀJS"

KOPSAPULCE

25.03.2015., viesu nams "Brūveri", Sigulda

KOPSAPULCES NORISES PROTOKOLS

Saturs

1. Asociācijas biedri.....	1
2. Asociācijas gada bilance.....	2
3. Asociācijas jaunumi.....	2
3.1. Projekti.....	2
3.2. Aktuālā likumdošana:.....	3
4. Mārketings.....	4
4.1. Tūrisma izdevumi 2014. gadā:.....	4
4.2. Klientu un profesionāļu aptaujas.....	5
4.3. Pasākumi: semināri, publiskas diskusijas, preses pasākumi.....	5
4.4. Lauku tūrisma zīmoli:.....	6
4.5. „Lauku ceļotāja” dalība izstādēs:.....	6
4.6. Mārketinga akcijas lauku tūrisma popularizēšanai:.....	6
4.7. Mācību materiāli:.....	6
4.8. Kvalitātes zīmes:.....	6
4.9. Atskats uz dalību izstādē Zaļā Nedēļa Berlīnē:.....	7
5. Mājas lapas www.celotajs.lv izmaiņas, saimnieku līdzdalība un iespējas.....	7
6. Kopsapulces dalībnieku diskusijas:.....	8
7. Atbalsts lauku tūrisma uzņēmējdarbībai.....	8
8. Lauku attīstības programma 2014.-2020. gadam.....	10
9. SenGor projekts – lauku tūrisma products senioriem nesezonā.....	13
10. ProWell – lauku labsajūtas tūrisms.....	14
11. Uzņēmēju pieredze.....	15
12. Latvijas Humusvielu asociācijas piedāvājums.....	16
13. Līgatnes vīna darītavas piedāvājums.....	16

1. Asociācijas biedri.

Asnāte Ziemeļe iepazīstina dalībniekus ar kopsapulces darba kārtību, asociācijas valdi un revīzijas komisiju, jaunuzņemtajiem un izslēgtajiem asociācijas biedriem. Kopsapulce apstiprina 13 jaunu biedru uzņemšanu un 1 biedra izslēgšanu.

Asociācijas jaunie biedri:

1. Brīvdienu māja "Uisurenēs", Gulbenes nov.
2. Savvaļas dzīvnieku dārzs "Saulītes", Ķeguma nov.
3. Akmenkaļa darbnīca "Ezeriņi", Stalbes nov.
4. Brīvdienu māja "Dievausēni", Amatas nov.
5. Aknīstes novada TIC, Aknīstes nov.



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

6. Kempings "Grantinīcamp", Jelgavas nov.
7. Kempings "Jaunais Dinamietis", Rēzeknes nov.
8. Mākslinieku un amatnieku biedrība "Reālā aptieka", Rūjienas nov.
9. Z/S "Baltās anemones", Bauskas nov.
10. Viesnīca "Rožmalas", Bauskas nov.
11. Biedrība "Vesels pilsētā un laukos", Pārgaujas nov.
12. Viesu māja "Mežvidi", Kuldīgas nov.
13. Lauku māja "Spārni", Saldus nov.

No Asociācijas izslēdz brīvdienu māju "Ķurmragi", Salacgrīvas nov.

Asociācijā ir 325 biedri. Ar valdes lēmumu no 2015. gada Asociācijas biedru maksa ir 45,- EUR gadā. Asociācijas pilntiesīgie biedri ir uzņēmēji. Asociētie biedri – TIC, individuāli interesenti un citi. Asociētie biedri nevar tikt ievēlēti valdē un nevar balsot.

2. Asociācijas gada bilance

A.Ziemele prezentē bilanci.

"Lauku ceļotājs" ir biedrs LOSP, lai pārstāvētu lauku tūrisma intereses lauksaimniecības politikā. Asociācija ir biedrs arī EuroGites – Eiropas lauku tūrisma organizācijā, kas lobē lauku tūrisma nozari Briselē, piemēram, nodokļu piemērošanas jomā.

Valde un revīzijas komisija bilanci ir apstiprinājusi. Kopsapulce apstiprina bilanci.

3. Asociācijas jaunumi

3.1. Projekti

2014. gadā uzsāktie ES projekti:

1. Erasmus+ programmā:

- Fair Tourism (korporatīvā sociālā atbildība tūrismā – vadlīnijas un mācību programma)
- Up-skills (kvalifikāciju un nākotnes prasmju caurskatāmība viesnīcu un tūrisma nozarē)

2. CIP programmā:

- SenGor – Seniors Go Rural (lauku tūrisma produkti senioriem nesezonā)

SenGor projekts ir iegūts ļoti lielā konkurencē, kur konkursā tika apstiprināti 4 no iesniegtajiem gandrīz 80 projektiem. Projektu konkurence ir liela visās programmās, tādēļ esam iesnieguši iespējami daudz projektus un ceram, ka vismaz neliela daļa no tiem tiks apstiprināti.

2014. gadā iesniegtie projekti:

1. ES Central Baltic programma: Wellbeing (labsajūtu tūrisma produkti), Cluster tourism (sadarbība starp sektoriem tūrisma projektu veidošanai), Vilku projekts (dabas tūrisms).
2. Interreg BJR programmā: EMOS – elektriskais transports lauku teritorijās, Kulinārais ceļš
3. ERASMUS+ programmā: Cooplicate – apmācības kurss lauku saimniecībās (Tiešā pārdošana); EMSAT – tālmācības attīstība tūrismā projekts; Turku projekts
4. Pārrobežu Interreg (Est-Lat programmā): Kulinārais Livonijas ceļš
5. Baltijas jūras padome: Baltijas jūras valstu Kulinārais ceļš



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

3.2. Aktuālā likumdošana:

Alkohola aprites likums.

Grozījumi Alkoholisko dzērienu aprites likumā <http://likumi.lv/doc.php?id=88009> (spēkā ar 10.03.2015):

- Alkohola tirgotājiem, tirgojot alkoholiskos dzērienus, nebūs jāveic obligātā video novērošana.
- Mazajiem Latvijas alkoholisko dzērienu ražotājiem ir atcelts aizliegums tirgot alkoholu telpās, kas mazākas par 20 m², tas nozīmē, ka Latvijas mazo ražotāju alkoholiskos dzērienus varēs pārdot arī, piemēram, mazos suvenīru veikaliņos.

Esam panākuši, ka mazajiem uzņēmējiem nav jāveic video novērošana alkohola tirdzniecības vietās. Noteikumi par video novērošanu tika pieņemti pēkšņi, nekonsultējoties ar nozari, un mazajiem uzņēmējiem tie bija ļoti sāpīgi. Noteikumu stāšanās spēkā pamanīja Zane Jēgere (Asociācijas valde un kempings "Ezerpriedes"), un aicināja rīkoties, lai tos izmainītu. Īpaši svarīgi ir ievērot mazo lauku tūrisma uzņēmēju un alkohola mājražotāju intereses, kuri piedāvā arī degustācijas. Notika vairākas sēdes saeimas komisijās, kur tika pieaicināti arī policijas pārstāvji, lai uzzinātu, kā tiek savākts un pārbaudīts video materiāls, un vai ir izdevies šādā veidā atklāt kādu likumpārkāpēju (formālais noteikumu iemesls – kontrolēt, vai alkoholiskie dzērieni netiek pārdoti nepilngadīgām personām). Policijai konkrētas atbildes uz jautājumiem nebija. Diskusijas saeimas komisijā bija lietišķas, un galvenokārt bija divi jautājumi:

- 1) vai ir stingri definēts, kas ir "lielie" alkohola tirgotāji (kam jāveic videonovērošana) un kas – "mazie" (kuriem novērošana jāveic nebūtu);
- 2) vai pret noteikumu atcelšanu neiebildīs tie uzņēmēji, kas jau investējuši līdzekļus un iegādājušies video kameras.

Saņemot argumentus, ka mazo un lielo alkohola tirgotāju definīcijas ir precīzi noteiktas normatīvajos aktos un labāk ir kļūdas atzīt, nekā tās turpināt, komisija piekrita grozīt noteikumus.

Ir atcelti arī telpas platības ierobežojumi mazajiem ražotājiem alkohola tirdzniecībai. Saskaņā ar mainītajiem noteikumiem, mazās telpās drīkst tirgot Latvijā ražotu vīnu. No tā izriet, ka piemēram, TICos drīkst pārdot Latvijā ražoto aroniju vīnu, bet Francijā ražoto – nē. Ierobežojums attiecas arī uz Rīgas Balzāma tirdzniecību.

Iespējas mājražotājiem tirgot savu produkciju caur trešo pusi.

Ir iesniegts izmaiņu pieprasījums prasībām mazumtirdzniecības uzņēmumiem, kas veic papildus, vietēja mēroga un ierobežotas darbības ar dzīvnieku izcelsmes pārtiku. Atbildi gaidām līdz 21.04.15.

Mājražotāji drīkst tirgot savu produkciju caur trešo pusi – tātad, arī veikaliem. Sākumā pieprasījām, lai caur trešo pusi ļauj tirgot 35% no visas produkcijas, taču tas netika pieļauts. Jāgaida apstiprinājums iesniegumam par 30%. Itālijā un Īrijā ir atļauts caur trešo pusi tirgot 25%.

Ceļa zīmju uzstādīšana

Pēc atpūtas kompleksa "Leiputrija" precedenta, par ko ziņojām arī portālā macies.celotajs.lv, tagad visi lauku tūrisma uzņēmēji var saskaņot ceļa zīmes arī uz Latvijas maģistrālēm, vēršoties pie VAS Latvijas Valsts ceļi satiksmes organizācijas uzraudzības daļas vadītāja Guntara Brāja.

Savā pieredzē dalās etnografiskais viesu nams "Gungas" - pagājušajā gadā uzlikta brūnā norāde, taču saimniece uzskata, ka atpazīstamākas ir zilās ceļa zīmes, ar gultas piktoqrammu. Tika uzstādītas trīs zīmes, kas kopā ar uzstādīšanu izmaksāja 386,- EUR. Brūnā ceļa zīme uzstādīta, balstoties uz TAVA



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

atzinumu un Vidzemes tūrisma asociācijas apstiprinājumu, ka viesu nams patiešām darbojas kā tūrisma uzņēmums. Sadarbība ar a/s Latvijas Valsts Ceļi ir laba.

Pirts muzejs dalās pieredzē, ka brūnās ceļa norādes atļauj uzstādīt, ja tas ir vienīgais ceļš, kas ved uz tūrisma objektu un ja attālums no maģistrāles nepārsniedz 5km.

Asnāte Ziemeļe aicina visus klātesošos reģistrēties portālā <http://macies.celotajs.lv>, lai saņemtu ziņas par visām diskusijām un jaunumiem, problēmu risinājumiem, ko regulāri publicējam.

LC pārstāvniecība

Asociācijas valdes priekšsēdētāja Asnāte Ziemeļe pārstāv lauku tūrisma intereses kā:

- Eiropas lauku tūrisma organizācijas «Eurogites» viceprezidente
- Lauksaimniecības Organizāciju Sadarbības padomes netradicionālās lauksaimniecības organizāciju grupas vadītāja
- TAVA Tūrisma Konsultatīvās Padomes locekle
- Eiropas Lauku tūrisma federācija «EuroGites» ir izvirzījusi A. Ziemeļi dalībai Eiropas lauksaimniecības un lauku attīstības uzraudzības komitejā. A. Ziemeļes uzdevums komitejā būs uzņēmēju interešu aizstāvība lauku reģionos, t.sk., arī lauku tūrisma uzņēmēju interešu aizstāvība.

4. Mārketinga

Elīna Sofija Kalēja iepazīstina ar "Lauku ceļotāja" mārketinga aktivitātēm 2014. gadā.

Lauku tūrisma mārketinga aktivitātēm ir saņemts sekojoši projektu atbalsti:

- "Mārketinga kampaņa lauku tūrisma popularizēšanai un lauku tūrisma produktu izveide visos Latvijas reģionos" (2013 - 2014), (13-04-L31300-000006)
- Saskaņā ar Latvijas Republikas Zemkopības ministrijas un SIA „Latvijas Lauku konsultāciju un izglītības centrs” 2014. gada 31. janvārī noslēgto līgumu Nr. 2014/14, aktivitāte „Nozares ekspertu ziņojumi”. Atbalsta Zemkopības ministrija un Lauku atbalsta dienests.
- "Zaļā Sertifikāta" pretendenta pārbaude ir veikta ar Latvijas Vides aizsardzības fonda atbalstu. Dalība Berlīnes Zaļajā Nedēļā (Gruene Woche) notikusi ar Zemkopības ministrijas un Lauku atbalsta dienesta atbalstu EFLA fondu ietvaros, kā LOSP dalīborganizācijai.

4.1. Tūrisma izdevumi 2014. gadā:

Visi iespiedmateriāli apskatāmi te kā e-gramatas:

http://www.celotajs.lv/cont/cntr/publications_lv.html

- 3 rokasgrāmatas uzņēmējiem ir pieejamas gan elektroniskā formātā, gan kā grāmatiņas: "Gadskārtu un godu pasākumu organizēšana", "Latviešu virtuve", "Latviska arhitektūra, interjers un ainava",
- "Lauku labumu" katalogs ar 283 saimniecībām (latviešu un krievu valodās),
- 6 reģionālie maršruti, lai cilvēkiem būtu ideja, kā apceļot Lauku Labumu saimniecības. Maršruti ir lejuplādējami www.tures.celotajs.lv,
- tradicionālo ēdienu karte „Latvijas garšas” angļu, vācu, krievu valodās. Karte bija ļoti populāra, visas kopijas jau izplatītas, tā vairs nav pieejama. Kartē ietverta ne tikai informācija par ēdieniem, bet arī, kā ceļot uz Baltijas valstīm,
- ceļojumu katalogs "Go Rural" angļu, vācu, krievu valodās. Saturs:
 - Brīvdienas laukos (Nakšņošana lauku saimniecībās, Zaļās brīvdienas),
 - Tūres (Individuālās tūres, Tūres ģimenēm ar bērniem, Tūres ar auto)
 - Grupu tūres (Kulinārās tūres, Ēdienu gatavošanas meistarklases)
 - Bērnu vasaras nometnes un skolu ekskursijas



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

- Lauku tūrisma un lauksaimniecības mācību tūres,
- Kulinārā karte – praktiska, ar 178 krodziņiem un citām ēdināšanas vietām, kur var baudīt latviskos ēdienus, 10 maršruti. Latviešu un krievu valodās. Sadarbībā ar Valdi un Sandru Ošiņiem (www.garsigalatvija.lv) tapa kartes pielikums – brošūra, kas iepazīstina ar 30 latviešu ēdieniem,
- Pastkartes – jauna ideja. Izdevām 26 pastkartes, uz kurām ir Latvijai raksturīgas lietas, piemēram, sēnes, bērzu sulas, žāvētas zivis utt. Caur tām popularizējam lauku tūrisma un lauku ēdienu,
- Baltijas velokarte. 9 velomaršruti, 240 apskates objekti, ieteikumi ar vietējām ēdināšanas vietām. Angļu un vācu valodās. Karti ļoti pieprasa vācieši.
- brošūra “Zaļās Brīvdienas” – 77 ekosertificētas lauku tūrisma saimniecības Latvijā,
- Mārketinga projekta rezultātu apkopojums,
- Lauku ceļotāja e-avīzes 3 izdevumi.

4.2. Klientu un profesionāļu aptaujas

- Ikgadējā saimnieku aptauja par sezonu – nemainīgi jautājumi, kas dod iespēju salīdzinājumam ar iepriekšējiem gadiem,
- Tūristu aptauja “Drošība tūrismā” - kas klientiem asociējas ar drošību lauku tūrisma mītnēs,
- Klientu aptauja “Baudi laukus” mārketinga projektā - kas cilvēkiem asociējas ar laukiem, kādi ēdieni garšo, ko grib darīt brīvdienās laukos. Aptauja parāda pieprasījuma tendences.
- Lauku tūrisma uzņēmēju aptauja “Baudi Laukus” – vai un kāpēc ražojošām saimniecībām ir interesanti darboties tūrismā.

Visu aptauju rezultāti ir skatāmi www.prof.celotajs.lv sadaļā mārketings/statistika.

4.3. Pasākumi: semināri, publiskas diskusijas, preses pasākumi

Diskusijas Zemkopības Ministrijā par Lauku Labumiem (27.02.2014.) un Kulināro Ceļu (27.11.2014.), kur aicinājām kopā uzņēmējus, politikas veidotājus, nevalstiskās organizācijas. Tajās risinām praktiskus jautājumus, uzklusām saimnieku problēmas uzņēmējdarbībā, tās apkopojam un nododam politikas veidotājiem. Diskusijā par Lauku Labumiem piedalījās 189 dalībnieki un Zemkopības ministrs J. Dūklavs. Kulinārā ceļa diskusijā piedalījās 180 dalībnieki. Diskusijas zālē “Lauku Labumu” saimnieki izstādīja savus ražojumus. Visiem diskusiju pasākumiem ir turpinājums – tajos apkopotie jautājumi tiek iesniegti atbildīgajām iestādēm, un noteiktajā laikā tiek saņemtas atbildes, par kurām informējam uzņēmējus. Dažos gadījumos politikas veidotāji spēja atrisināt jautājumus jau diskusijas laikā, sniedzot padomus vai precizējot informāciju. Bieži gadās kļūdas likuma nezināšanas vai pārpratumu dēļ. Arī saimnieki, publiski daloties savā pieredzē, iedod problēmas risinājumu citiem uzņēmējiem.

Visi ir aicināti piedalīties šajos diskusiju pasākumos, lai politikas veidotāji redzētu lauku tūrisma nozares kopīgo darbu. Diskusijas laikā veicām ražotāju aptauju, lai uzzinātu viedokli par iesaistīšanos tūrismā. Lielākā daļa atzīst, ka caur tūrisma tiek reklamēta produkcija, un tas dod papildu ienākumus.

Preses konference – diskusija notika 27.09.2014. To rīkojām, lai piesaistītu plašākas sabiedrības uzmanību lauku tūrismam caur medijiem. Pasākumā medijiem bija iespēja intervēt saimniekus un baudīt viņu saražoto produkciju. Rīkojām arī braucienu pa Lauku Labumu saimniecībām. Preses konferencē piedalījās “Lauku ceļotājs” valde – lauku tūrisma uzņēmēji, šefpavārs Ēriks Dreibants, TAVA pārstāvis, PVD pārstāvis, ZM pārstāvis, LAD, LOŠP pārstāvis, LLKC pārstāvis. Pateicoties



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

sadarbībai ar medijiem, 2014. gadā esam panākuši ~ 300 publikācijas, radio / TV intervijas par lauku tūrismu.

Lauku tūrisma 2014. gada pārskata seminārs 11.09.2014. Galvenās tēmas: Mārketinga projekta atskaite, Kulinārais ceļš, kopsapulcē ievēlēja jauna Asociācijas valde.

4.4. Lauku tūrisma zīmoli:

- Mārketinga projekta ietvaros esam radījuši zīmolu „Baudi laukus” 4 valodās ar mērķi popularizēt lauku tūrismu 4 valodās.

- Radījām zīmolu „Latviešu virtuve”. Šim zīmolam nav īpašu kritēriju, un to ir aicināts izmantot ikviens ēdinātājs, kas piedāvā latviešu virtuves ēdienus un dzērienus. To var lejuplādēt no “Lauku ceļotāja” mājas lapas, lai savās ēdienkartēs atzīmētu latviskos ēdienus. Drīkst šo logo izmantot arī ēdināšanas uzņēmumu izkārtnēs.

4.5. „Lauku ceļotāja” dalība izstādēs:

Šogad mārketinga aktivitātes koncentrējam Vācijas tirgū. Ārvalstīs piedalāmies kopējā Latvijas stendā.

- 2014. gada 7.-9. februāris – Balttour, Rīga
- ITB Berlin, Reisen Hamburg, Zaļā nedēļa, MITT 2014,
- Vakantiebeurs 2014, Tourest 2014, Agrobalt 2014.
- “Zaļā nedēļa”, Berlīne,
- Reisen Hamburg

4.6. Mārketinga akcijas lauku tūrisma popularizēšanai:

Atvērtās dienas laukos notika pavasarī (16.-18.05.14.) un rudenī (20.-21.09.14.). Secinājām, ka trīs dienu pasākums ir par garu, tādēļ rudenī saīsinājām pasākumu uz divām dienām. Šogad akciju plānojam uz divām dienām jūnija vidū. Apmeklētāju aktivitāte bija ļoti dažāda – dažas saimniecības nesagaidīja nevienu apmeklētāju, taču maksimālais apmeklētāju skaits vienā saimniecībā bija 220. Vidēji vienā saimniecībā pabija 22 apmeklētāji. Šogad akciju rīkojam 13.-14. jūnijā, saimnieki aicināti pieteikt savu dalību līdz 20. aprīlim, aizpildot reģistrācijas anketu.

4.7. Mācību materiāli:

Portālā <http://macies.celotajs.lv> 2014. gadā ievietoti jauni mācību materiāli:

- Kas ir "Lauku Labumu" saimniecība
- Kā atvērt "Lauku labumu" saimniecību viesiem
- Rekomendācijas mazo uzņēmēju reģistrācijai un integrācijai interneta biznesu reģistros
- Rokasgrāmata „Drošība Lauku Tūrismā”

4.8. Kvalitātes zīmes:

- 2015. gada 8. Janvārī Vides ministrijā 24 uzņēmējiem piešķīra Zaļo sertifikātu. Kopumā šobrīd ir 70 saimniecības ar Zaļo sertifikātu. Jauni pretendenti aicināti pieteikties līdz šī gada 15. maijam.

Jautājums no zāles – kādu labumu tas dod uzņēmējam? Asnāte Ziemeles komentē, ka tas ir papildu mārketings, Elīna Kalēja atzīst, ka sertifikāta prasības palīdz sakārtot saimniecību, saimniekot ekonomiskāk un racionālāk. “Mauriņu” saimniece dalās pieredzē, ka “Zaļais Sertifikāts” ļoti patīk ārvalstu klientiem. “Klajumu” saimniece piebilst, ka šis sertifikāts palīdz piesaistīt noteiktu mērķa grupu.



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

- "Latviskais mantojums" – zīmols saimniecībām, kur tur godā, kopj un rāda tūristiem latvisko mantojumu. Visi saimnieki, kas uzskata, ka atbilst šim zīmolam un vēlas to iegūt, ir aicināti pieteikties līdz šī gada 1. jūnijam.

4.9. Atskats uz dalību izstādē Zaļā Nedēļa Berlīnē:

Šogad Latvija bija izstādes partnervalsts un organizēja izstādes atklāšanu. Berlīnē visur bija redzams vārds Latvija, un atklāšanai tika pievērsta liela uzmanība. "Lauku ceļotājs" piedalījās Latvijas kopīgajā stendā, blokā "Ēdināšana un tūrisms". Stenda darbs bija labi organizēts, atmosfēra stendā ļoti patīkama. Izstādi apmeklēja Vācijas kanclere Angela Merkele, Latvijas prezidents Andris Bērziņš, Jānis Dūklavs u.c. ~ 70 citu valstu ministri, amatpersonas. Latviju pārstāvēja 106 uzņēmumi, zemnieku saimniecības un organizācijas. 17. janvārī notika Baltijas jūras valstu produktu degustācija. Latviju pārstāvēja Rīgas šprotes, medījumu desiņas, rupjmaize ar medu, dzērvenes pūdercukurā, dabīgās sulas un alus.

Ļoti veiksmīgi izstādē "nostrādāja" pastkartes, jo kopējā stendā piedalījās arī "Latvijas pasta", par godu izstādei laižot klajā īpašu pastmarku – ar Latvijas zilo govī. "Lauku ceļotāja" kolekcijā bija arī pastkarte ar zilo govī, un daudzi izstādes apmeklētāji izmantoja iespēju no izstādes nosūtīt šādu paskarti. Kopā tika izsūtītas 5500 mūsu pastkartes, cilvēki labprāt fotografējās pie Latvijas pasta īpašās pastkastēs.

Liela popularitāti baudīja Kurmīšu zāļu tējas. Tika pārdoti apm. 60-80 l šīs tējas. Visus produktus ļoti veiksmīgi varēja pārdot, piedāvājot tos nogaršot.

5. Mājas lapas www.celotajs.lv izmaiņas, saimnieku līdzdalība un iespējas.

Asnāte Ziemeļe iepazīstina ar „Lauku ceļotāja” vizuālo identitāti un mājas lapas uzlabojumiem.

Vizuālā identitāte. Galvenās izmaiņas ir jauna vizuālā identitāte, ko izveidojām mārketinga projektā. Asociācijas biedri ir aicināti lejuplādēt jauno logo un izmantot to savās mājas lapās un citos mārketinga materiālos. Jaunie logo lejuplādējami rastra un vektoru formātā:

<http://www.celotajs.lv/lv/c/prof/brands>

Lai pareizi lietotu jauno vizuālo identitāti, ir izstrādāta Zīmola grāmata un rekomendācijas. Ir izstrādāts arī vienkāršāks m.celotajs.lv dizains mobilai lapas versijai. Asociācijas valde, tiekoties sēdē, atzinīgi novērtēja jauno dizainu kā mūsdienīgu un lietotājam draudzīgu.

Jaunumi funkcionalitātē.

- Integrācija ar sociālajiem tīkliem (visu informāciju var "šārēt" un "laikot"), un RSS (šo labprāt izmanto žurnālisti)
- Lauku labumu sadaļa pievienota datu bāzei
- Ceļojumu maršrutu uzlabojumi (GPS koordinātes, saistītie objekti)
- Objekta jaunumu sadaļa un akcijas. Objektu profilos saglabājas visa informācija par akcijām, piemēram, Atvērtās dienas laukos, un pasākumiem, kurus saimniecība rīkojusi, tādā veidā klientiem ir ieskaits par iespējām, īpašajiem piedāvājumiem
- Kartes uzlabojumi (filtrēšana kartē)
- Saimnieku pieeja sistēmai tiešsaistē (informācijas jauninājumi, akciju ievietošana)

Ir sagatavots materiāls par to, kā popularizēt savu saimniecību interneta medijos, sociālajos tīklos. Materiāls ietver detalizētas instrukcijas. Grāmatiņa ir lejuplādējama no <http://macies.celotajs.lv> .

Saimnieki diskutē par funkcionalitāti un pieslēgšanās iespējām, ierosina uzlabojumus reģistrācijai, ko jāpapildina IT risinājumā.



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

6. Kopsapulces dalībnieku diskusijas:

Diskusijas par autortiesību maksājumiem AKKA un LAIPA. Pagājušajā gadā LAIPA uzsāka pārrunas ar "Lauku ceļotāju" par autortiesību iekasēšanu no lauku tūrisma uzņēmējiem. Līdz šim laikam konkrēta iznākuma šīm pārrunām nav, jo katrai pusei ir savi argumenti. LAIPA joprojām domā, kādas likmes piemērot viesu mājām. MK noteikumos, nosakot maksājumu likmes, nav minētas lauku tūrisma mītnes, bet ir atsauce uz viesnīcām ar noteiktu kategoriju. LAIPA uzskata, ka lauku tūrisma mītnēm jāpiemēro kāda no viesnīcu kategoriju likmēm, taču nav konsekventi skaidra metodoloģija, kā to darīt. Ir grūti pateikt, kāds būtu iznākums, ja strīdus gadījumi tiktu izskatīti tiesā, tādēļ šobrīd saimniekiem iesakām nelikt publiskajās telpās TV un skaņu aparāturu. Slēdzot līgumus ar klientiem par pasākumu rīkošanu, norādiet, ka pasākumu rīkotāji ierodas ar savu aparāturu. Problēma pamatā ir tā, ka autortiesību likums attiecas uz lauku tūrisma mītnēm, taču ne AKKAi, ne LAIPAI nav precīzu MK noteikumu, ko piemērot lauku tūrisma mītnēm.

Saimnieku pieredze: Lantus saimnieki ir maksājuši prasītos 25 latus uz pasākumu. Pasākumos dažkārt notiek LAIPA pārbaudes.

Jautājums: kāda maksa tiek attiecināta uz Smart TV? Vai tas uzskatāms kā TV un/vai dators?

Atbilde: Jebkurā gadījumā, ja tas ir publiskā lietošanā, maksa tiek iekasēta kā par vienu vienību. Maksu prasa arī tad, ja aparātūra netiek izmantota.

Jautājums: vai brīvdienu māja arī tiek uzskatīta par publisku telpu?

Atbilde: jā, tā tiek interpretēta kā publiska telpa, jo tiek izīrēta publiski, gūstot peļņu.

Kempings "Sniedzes" jautā: pirms 3-4 gadiem Šlesers pasludināja, ka tūrisms Latvijā ir prioritāte, pēc tam pats nogāja pagrīdē, un ir sajūta, ka arī tūrisms tagad ir pagrīdē. Vai lauku tūrisma nozari valstī uztver kā prioritāti, vai arī nozarei viss ir atkal jāpierāda no jauna?

Asnāte Ziemele atbild: tūrisma valsts neuzskata par prioritāti. Ekonomikas ministrijā nav atsevišķas nodaļas vai departamenta, kas atbildētu par tūrisma. Lai gan tūrisma nozare pieaug visā pasaulē, un ar to nevar nerēķināties, tomēr tūrisms kā uzņēmējdarbība nav un nebūs valsts prioritāte.

Jautājums: Kāds ir tūrisma īpatsvars IKP? Tas ir pietiekami liels, lai cīnītos par nozares interesēm.

Asnāte Ziemele: lauku tūrisms ir sevi pierādījis un tiek ņemts vērā Ministrijās un Saeimas komisijās. Svarīgi ir risināt lietas, kas traucē uzņēmējdarbībai. Kādas ir šobrīd galvenās problēmas?

Kempings "Sniedzes" min gadījumu, kad VID uzlika 150,- Ls sodu par to, ka pavadzīmes bija parakstījis saimnieka sievastēvs, kurš nav uzņēmuma darbinieks. Tiek pieminēts gadījums kempingā Marina, kur cenu lapā minēta maksa par klienta mājdzīvnieka uzņemšanu, bet precedents, kad no klienta šāda maksa netika ņemta, tiek uzskatīts kā nedeklarēti ienākumi. Šajā gadījumā "Lauku ceļotājs" sazinājās ar VID centrālo biroju un tika atzīts, ka naudas sods nav jāpiemēro. Saimnieks ir tiesīgs pēc saviem ieskatiem neiekasēt naudu par klienta mājdzīvnieka uzturēšanos vai dot atļauju.

Kopsapulces dalībnieki apspriedās, vai ir nepieciešams rīkot atsevišķu semināru ar VID pārstāvju piedalīšanos. Tika secināts, ka tas nav nepieciešams, jo seminārā runātais VID nav saistošs un ar to nevar pamatot domstarpības ar VID konkrētās situācijās.

Secinājums – par konfliktsituācijām ar VID saimnieki tiek iedrošināti rakstīt "Lauku ceļotājam", un Asociācija jautājumus tālāk uzdod VIDam anonīmi, nenorādot konkrētu saimnieku un pieprasot no VID rakstisku atbildi.

7. Atbalsts lauku tūrisma uzņēmējdarbībai

Atziņas no LAD par 2007. - 2013. gada programmēšanas perioda iepriekšējā perioda plusiem un



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

mīnusiem tūrisma uzņēmēju projektos un to realizācijā.

Kopā iesniegti 561 projekts, 24 atsaukti, 185 noraidīti. Apstiprināti 352 projekti, no tiem 27 vēl tiek īstenoti, 230 ir realizēti, 95 lauzti. Īstenotas 11 kārtas. Apgūtais publiskais finansējums: EUR 7 031 379. Rezervētais publiskais finansējums: EUR 1 706 115.

Pasākuma ietvaros realizēja 6 aktivitātes. Krīzes laikā projektu bija mazāk, no 2011. gada atsākās uzplūdi. Visvairāk projektu tika iesniegti 2013. gadā, bet kvalitātes ziņā daudz vāju projektu – arī visvairāk noraidīto projektu ir šajā gadā. Kopumā bija daudz rekonstrukcijas un pamatlīdzekļu, virtuves iegādes projektu.

Realizētie tūrisma projekti - interesantākās tūrisma pakalpojumu aktivitātes:

- Atraksiju takas – Minhauzena taka, pasaku, baiļu taka, baskāju taka, veloceliņu, atrakciju kuģa izveide; Tūristu pārvadāšana ar vikingu laivu; Izbraucieni ar suņu pajūgiem; Trošu ceļi jeb “meža kaķi”; Loku šaušana; Gaisa balons; Sporta laukumi - tenisa korti, disku golfs, golfa laukumi, mini golfs u.c.

Kas bija pamatā veiksmīgai projektu realizācijai:

- Saplānotas finanses, reāli izpildāmi plāni – atbilstoši finanšu iespējām, tā lai nepietrūkst naudas;
- Izvērtēta nepieciešamība pēc konkrētās investīcijas – tā, lai no jaunās investīcijas nerodas zaudējumi;
- Ievēroti projektā plānotie termiņi dokumentu iesniegšanai un projekta realizācijai;
- Būtiskas izmaiņas savlaicīgi saskaņotas ar LAD, t.sk. projektā plānotie termiņi;
- Sagatavotā būvniecības un iepirkuma dokumentācija atbilst normatīvo aktu prasībām;
- Projekts tiek realizēts savlaicīgi, ir izdarīti visi plānotie darbi, realizācijas gaitā radušās izmaiņas saskaņotas ar atbildīgajām institūcijām (būvniecības gadījumā ar tehniskā projekta autoru/būvvaldi) un ar LAD.

Biežāk pieļautās kļūdas

- Pārvērtētas savas iespējas - plānots apgūt lielas investīcijas, kuras netiek realizētas, jo nepietiek vai nav finansējuma. Maksimālā summa bija 375 000 EUR, bet pierede rāda, ka finansēšanas shēma ar savu priekšapmaksu ir problēma;
- Nav sakārtota būvniecības un iepirkuma dokumentācija;
- Sadārdzinātas cenas – uz materiāliem, apjomiem, mehāniskiem, darba algu. Dažkārt būvnieki cenas sadārdzina pat uz pusi. Šādos gadījumos projekta vērtētāji vai nu samazina atbalsta summu vai projektu noraida;
- Netiek ievēroti termiņi (nav pierādījumu par projekta uzsākšanu);
- Netiek iesniegti dokumenti, atskaites;
- Netiek saskaņotas realizācijas laikā veiktās izmaiņas ar LAD, kas var ietekmēt projekta mērķi;
- Nepadarīti darbi, par kuriem tiem iesniegts maksājuma pieprasījums;
- Netiek sasniegti plānotie ieņēmumu apjomi, darba vietas, netiek sniegti plānotie tūrisma pakalpojumi; pārāk optimistiski plānotas naudas plūsmas, ko nevar izdarīt realitātē.

Jaunā perioda (2014-2020) būtiskākās atšķirības no iepriekšējā programmēšanas perioda

- Obligāta projektā definēto mērķu sasniegšana un to noturēšana visu uzraudzības projekta periodu (nesasniegšanas gadījumos tiks piemērotas sankcijas) – jānodrošina paredzētie ieņēmumi un darba vietas paredzētajā uzraudzības periodā, 5 gadus pēc projekta beigām;
- Saistīto uzņēmumu atbalsta summēšana
- Atbalsta pretendents un tā dalībnieka saistītie uzņēmumi nevar būt ofšori



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

- Atbalsta pretendents nevar būt kāda no grūtībās nonākušā uzņēmuma pazīmēm
- Dokumentu iesniegšanas termiņu neievērošanas gadījumā - sankcijas

Sankcijas ir precīzi noteiktas MK noteikumu Nr. 598 6. Pielikumā.

Jautājums pēc prezentācijas: vai var iepirkt ārpus ES ražotas preces?

Atbilde: Jā, ja tām ir CE marķējums.

Jautājums: Vai nākamajā plānošanas periodā būs atbalsts uzņēmumiem Pierīgas pašvaldību teritorijās?

Atbilde: Izmaiņas ir gaidāmas, par tām Zemkopības ministrijas prezentācijā.

Jautājums: Vai plānotā apjoma sasniegšanas prasība attiecas arī uz naudas plūsmas apjomu?

Atbilde: Jā, sasniedz plānotais neto apgrozījums. Ja to nesaņem, tad iestājas sankcijas.

Jautājums: Vai nākošajā periodā saglabās kritēriju par 20 gultas vietām naktsmītņē?

Atbilde: Par to nākamajā prezentācijā.

8. Lauku attīstības programma 2014.-2020. gadam

Lauku Attīstības Programma ir apstiprināta 13.02.2015, taču jau ir iesniegti grozījumi.

- LAP pasākumu īstenošanas vieta:

Lauku teritorija

- visa Latvijas teritorija, izņemot republikas pilsētas un novadu teritoriālās vienības - pilsētas ar iedzīvotāju skaitu virs 5 000. Atbildot uz iepriekš uzdoto jautājumu – arī Pierīgas pašvaldību teritorijās esošie uzņēmumu var saņemt atbalstu.

- LEADER pieejas īstenošanas teritorija - visa Latvijas lauku teritorija un pilsētas, kurās iedzīvotāju skaits ir no 5 000 līdz 15 000 (papildus noteikts, ka pašvaldības nevar īstenot projektus pilsētās, kas ir 21 reģionālās attīstības centrs)
- Lauku tūrisma aktivitāšu īstenošanas vieta ir lauku teritorija un LEADER pieejas īstenošanas teritorija, ja atbalstu saņem saskaņā ar VRG vietējās attīstības stratēģiju.

MK noteikumus atbalstam sāks virzīt apstiprināšanai tikai gada beigās.

Tūrismam jaunajā programmēšanas periodā nebūs atsevišķa sadaļa. Tas ietverts zem LAP Pasākuma "Lauku saimniecību un uzņēmējdarbības attīstība" apakšpasākumā "Atbalsts ieguldījumiem ar lauksaimniecību nesaistītu darbību radīšanā un attīstīšanā". MK noteikumos būs atsevišķa sadaļa, īpaši atlases kritēriji tūrisma projektiem.

LAP apstiprināšanas gaitā EK uzdeva jautājumu – kādēļ tiek izcelts lauku tūrisms. LAD argumentē, ka tas ir vienīgais veids, kā uzturēt laukos dzīvību. EK ierēdņi ir pārsteigti, ka laukos vēl kaut kas notiek. LAD nevar solīt, cik daudz naudas izdosies izcīnīt lauku tūrismam.

Atbalstu varēs saņemt jau esošie lauku tūrisma uzņēmēji:

- Lauksaimnieki
- Juridiskas personas, saimnieciskās darbības veicēji, kas atbilst mazā vai mikrouzņēmuma definīcijai.



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

Konsultējoties ar nozari un LAD, tika secināts, ka ir pārāk rūgta pieredze ar krāpniekiem. Tādēļ atbalsts netiek paredzēts jauniem uzņēmējiem, un arī tiek ieviestas sankcijas. Ja netiek sasniegts projektā plānotais vai kaut kas netiek izpildīts, nauda tiek prasīta atpakaļ. Krīze netiek uzskatīta par force majeure, kas attaisnotu plānoto rādītāju nesasniegšanu. Sasniedzamo rādītāju izpildes prasību nosaka Eiropas regula.

Attiecināmās izmaksas: Būvniecība vai pārbūve; Pamatlīdzekļu iegāde; Vispārējās izmaksas.

Maksimālais atbalsta apjoms: 200 000 EUR

Spēkā ir de minimis prasība – atbalsta apjoms programmēšanas periodā vienam saņēmējam nedrīkst pārsniegt 200 000,- EUR.

Atbalsta intensitāte:

- Būvniecībai, pārbūvei - 40 %
- pamatlīdzekļu iegādei - 25%

Atbalsta intensitāte tiks noteikta atkarībā no investīciju veida, atbalsta pretendenta ekonomiskā lieluma un ieguldījuma mērķa.

Jautājums: Vai PVN būs attiecināms?

Atbilde: PVN nebūs attiecināms.

Asnāte Ziemeļeola sola nosūtīt šo prezentāciju visiem kopsapulces dalībniekiem.

Tiek plānots atbalstīt sekojošas darbības esošās tūrisma pakalpojuma sniegšanas vietās:

- mītnu pārbūve un aprīkošana un jaunu mītnu būvniecība
- mītnu ēdināšanas bloku būvniecība vai pārbūve un aprīkošana (Nepieciešams reģistrēties PVD 3 mēnešu laikā kopš projekta pabeigšanas)
- kempingu un jaunatnes tūrisma mītnu koplietošanas virtuvju, ēdamtelpu, tualetu un dušas telpu būvniecība, pārbūve un aprīkošana
- pirts vai saunas, baseina, masāžas vannas, karstā kubla būvniecība, pārbūve, iegāde vai uzstādīšana.

Plānots atbalstīt arī tūrisma pakalpojumu dažādošanu, kas ietver:

- peldvietu labiekārtošanu
- aktīvo atpūtas taku un tiltiņu izveidi vai labiekārtošanu
- dabas atpūtas parku izveidi, labiekārtošanu vai pārbūvi
- rotaļlaukumu, atrakciju, zirgu izjāžu laukumu (izņemot būves), velociņu, distanču slēpošanas trašu izveidi vai labiekārtošanu
- infrastruktūras pielāgošanu personām ar funkcionāliem traucējumiem (vides pieejamības nodrošināšana)
- pamatlīdzekļu un inventāra iegādi tūrisma pakalpojumu sniegšanai un radošo darbnīcu izveidei
- sporta laukumu un sporta un atpūtas būvju celtniecību, kas ietilpst esošā tūrisma mītnē.

LEADER apakšpasākums

“Darbību īstenošana saskaņā ar sabiedrības virzītu vietējās attīstības stratēģiju”

Atbalsta saņēmēji: gan esoši, gan topoši tūrisma pakalpojumu sniedzēji:



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

- Juridiska persona (tai skaitā lauksaimnieks)
- Fiziska persona, kas uzsāk/turpina saimniecisko darbību

Attiecināmās izmaksas: būvniecības vai pārbūves; pamatlīdzekļu iegādes; vispārējās izmaksas

Maksimālais atbalsta apjoms: līdz 50 000 EUR, uzņēmējdarbības infrastruktūras projektiem līdz 100 000 EUR

Atbalsta saņemšanas nosacījumi:

- Kopējais saimnieciskās darbības apgrozījums nepārsniedz 70 000 EUR
- Projekta mērķis iekļauts un ir saskaņā ar VRG stratēģiju
- Kopprojekta gadījumā, personas, ka sadarbojas atrodas vienas VRG teritorijā

Atbalsta intensitāte: līdz 70%; Ja tiek īstenots kopprojekts, tad – 80%

Daudzas vietējās rīcības grupas vairs nevar pastāvēt esošajā lielumā, jo ir noņemts 5000 iedzīvotāju sliekšnis. Tām grupām, kas krīt ārā no 10 000 iedzīvotāju skaita, ir jāapvienojas. VRG ir jāprecizē teritorijas. Kad ministrija būs apstiprinājusi teritorijas, VRG varēs sākt veidot stratēģijas. Atbalsts būs saņemams tikai tam, kas ierakstīts stratēģijā.

LAP pasākums “Pamatpakalpojumi un ciematu atjaunošana”

Pašvaldībām būs iespējams saņemt atbalstu grants ceļu atjaunošanai ar nosacījumu, ka ceļa galā ir vismaz divi uzņēmēji. Katrai pašvaldībai ir kvotas, kas tika noteiktas pēc pašvaldības grants ceļu garuma. Paredzēts, ka jebkuru ceļa garumu nodos publiskai apspriešanai.

Jautājums: vai tiks saglabāts 20 gultas vietu ierobežojums lauku tūrisma uzņēmējiem atbalsta saņemšanai?

Atbilde: tas būs zināms, kad būs apstiprināti MK noteikumi. Pagaidām ierobežojums tiek saglabāts. Priekšlikumus uzņēmēji tiek aicināti sūtīt “Lauku ceļotājam”, lai tos varētu apspriest un ņemt vērā, pirms tiek apstiprināti MK noteikumi.

Jautājums: Kas nosaka atbalsta intensitāti biedrībām?

Atbilde: Atbalsta intensitāte biedrībām ir 70-80%, to pieļauj regula. Taču vietējās rīcības grupas drīkst samazināt atbalsta intensitāti.

Jautājums: Ja uzņēmums maina juridisko formu, vai tas skaitās jauns uzņēmums un nevar pretendēt uz atbalstu?

Atbilde: Jāskatās kontekstā, bet šķiet, ka uz atbalstu var pretendēt.

Jautājums: Kāds ir kritērijs, vai uzņēmums tiek uzskatīts kā jauns vai esošs?

Atbilde: Pirms MK noteikumu apstiprināšanas grūti pateikt precīzi. Iepriekš kā esošs uzņēmums skaitījās tāds, kurš darbojies gadu pirms projekta iesniegšanas.

Asnāte Ziemeles skaidro, ka “Lauku ceļotāja” sadarbībai ar ministriju priekšlikumu iesniegšanai notiek caur valdi. Valde kopīgi iziet cauri kritērijiem, iesaka izmaiņas un iesniedz ministrijai. Visiem priekšlikumiem ir vajadzīgs pamatojums Latvijas kontekstā.

Gultas vietu skaita ierobežojums neattiecas uz Leader projektiem. Dalībnieki diskutē, ka viesu nama darbība ar mazāk kā 20 gultas vietām ir neekonomiska, taču jāņem vērā iespēja viesu namu reāli



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

noslogot.

Jautājums par soda naudām: visi zina, ka uzņēmums attīstās cikliski, un var plānot zināmus kāpumus un kritumus. Taču krīze bija negaidīti liels kritiens ar samazinājumu par 50% un vairāk, kas skāra nevis atsevišķus uzņēmējus, bet tūrisma saimniecības visā valstī. Soda naudas piemērošana būtu vēl papildus trieciens jau tā krīzē cietušajiem uzņēmumiem.

Atbilde: Plānojiet reālistisku un pat mazāku naudas plūsmu. Krīze netiek uzskatīta par attaisnojumu. LAD ir tiesīgs pagarināt uzraudzības periodu. Viens no kritērijiem projekta izpildei būs arī sociālā nodokļa nomaksa.

Pusdienu pārtraukums

9. SenGor projekts – lauku tūrisma products senioriem nesezonā.

Antra Damberga iepazīstina ar SenGor projekta mērķiem, plānotajiem darbiem un rezultātiem. Seniori ir augoša mērķauditorija lauku tūrismā, kas apzinās savu vecumu un vēlas baudīt dzīvi, daudz ceļo un tērē naudu patīkamām lietām. SenGor projekta uzdevums tādēļ ir Izveidot, izmēģināt un popularizēt lauku tūrisma piedāvājumu senioriem nesezonā. Lai izveidotu mērķauditorijas prasībām atbilstošu produktu, projektā iesaistījušās 2 senioru organizācijas (Nīderlande un Itālija) un 5 tūrisma organizācijas (Latvija, Lietuva, Norvēģija, Beļģija un EuroGites – Eiropas lauku tūrisma organizācija). Esam uzrunājuši senioru mērķauditoriju, vecumā virs 55 gadiem, veicot aptaujas par interesēm lauku tūrismā. Projekta mērķauditorija ir individuāli ceļotāji aktīvā pensijas vecumā. Aptauju rezultātus izmantosim produkta veidošanā.

“Lauku ceļotājs” un Eurogites veica aptauju internetā (angļu, vācu, latviešu valodās). Izvēloties brīvdienu ceļojumu, atbildētājiem ir svarīga dabas vide un relaksācija, iespēja uzzināt ko jaunu. Vēlamā naktsmītne – lauku māja, viesu māja ar brokastīm vai brīvdienu māja ar virtuvi. Vēlamais ceļošanas veids – ar savu auto, ar velosipēdu vai kājām. Tīkamākās nodarbes: apmeklēt vēsturiskas vietas, uzzināt/iemācīties kaut ko jaunu, apmeklēt noteiktu pasākumu (izstādi/tirgu), nogaršot vietējos produktus, apmeklēt vietējos restorānus. Vairāk kā puse ceļojumā dodas kopā ar partneri, taču citi ceļo kopā ar draugiem, vienatnē vai ar mazbērniem (līdz 18 gadu vecumam). Informāciju par ceļojumiem visbiežāk meklē internetā, ceļojumu brošūrās, pēc draugu un radu ieteikumiem.

Nīderlandes senioru organizācija aptaujāja savus biedrus par ceļošanas paradumiem un prioritātēm. Kopsavilkumā var secināt sekojošo: Ceļojumam tērē 500-750€ , Ceļojuma ilgums 7-10+ dienas, Transports: savs transporta līdzeklis vai savs transports, pēc tam avio un tūristu autobuss, Naktsmītne: viesnīca, apartamenti, naktsmītne ar brokastīm, Izklaides: vietējie produkti, prasmju darbnīcas, kultūrvēsturiskas vietas, pasākumi, vietējie produkti; ceļo kopā ar partneri.

Projektu uzsākot, pētījām arī Eiropas valstu dažādu tūrisma kompāniju un aģentūru piedāvājumu senioriem. Šim piedāvājuma raksturīgas kopīgas iezīmes: draudzīgas cenas un atlaides, omulīga atmosfēra, sadzīves ērtības, labsajūta, drošība, dzīves baudīšana – ēdiens, dzēriens, patīkama sabiedrība, jauni iespaidi.

Balstoties uz šīm pieredzēm un rezultātiem, plānojam veidot senioru lauku tūrisma nesezonas produktu Latvijā. Esam kā vadlīniju noteikuši kritērijus šim produktam (kopsapulces dalībnieki produkta kritērijus ir saņēmuši savās dalībnieku mapēs. Kritēriji tiks publicēti arī www.celotajs.lv). Turpmākajā projekta darbā saimnieki tiks aicināti pārdomāt, vai vēlas veidot piedāvājumu senioriem, un vai tas atbilst šiem kritērijiem. No ieinteresētajiem un atbilstošajiem izvēlēsimies 10 “pilotus”, kas projekta laikā uzņems klientus – seniorus un pēc tam dalīsies pieredzē. Produktu veidosim kā pilnu ceļojuma piedāvājumu, sadarbojoties arī ar viesnīcām Rīgā, aviokompānijām, utt. Izveidosim arī



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

senioru piedāvājuma sadaļu www.celotajs.lv, kur ievietosim visus, kas vēlas un atbilst piedāvājuma kritērijiem. Senioru tūrisma lapa tiks veidota arī EuroGites organizācijai, tiks drukāta brošūra izplatīšanai ārvalstu senioru organizācijām, un tiks izveidota senioru atlaižu karte, ko saņems seniori, kas pieteiksies izmēģināt šo produktu jau šogad septembrī – novembrī.

Saimnieki ir aicināti iepazīties ar senioru lauku tūrisma produkta kritērijiem, izvērtēt savu atbilstību un interesi, un tad sekot līdz „Lauku ceļotāja” drīzumā plānotajam uzaicinājumam iesaistīties senioru programmā.

10. ProWell – lauku labsajūtas tūrisms

Eva Staltmane iepazīstina ar Prowell projektu, kurā veidojam labsajūtas tūrisma produktus.

Mūsdienu dzīves ritms ir radījis pieprasījumu pēc labsajūtas projekta. Ziemeļeiropā pastāv veiksmīgi, konkurētspējīgi produkti, no kuriem mācoties, vēlamies šādu piedāvājumu radīt Latvijā. Projekta kopīgais mērķis ir radīt vienotu atpazīstamu Ziemeļvalstu lauku labsajūtas tūrisma produktu, kas ir atraktīvs un spējīgs konkurēt Eiropas tirgū. Brends - Nordic Wellbeing. Projekta partneri ir no Somijas, Dānijas, Norvēģijas, Lietuvas un Latvijas.

Labsajūtu veido līdzsvars starp darbu un atpūtu, stresa menedžments, veselīgs dzīvesveids. Saskaņā ar aptaujām, Nordic Wellbeing produktam ir šādi aspekti: profesionālais, intelektuālais, garīgais, sociālais, fiziskais, emocionālais un vides aspekts. Kvalitatīvu produktu nodrošina resursi un iezīmes, kas sastopami un ir spēkā arī Latvijā:

- Tūrisma destinācijas vide:

- meži, ezeri, avoti, jūras krasts, sniegs, gadalaiki,
- demokrātija, dažādu kultūru līdzpastāvēšana, lokalitāte, augsts izglītības līmenis, drošība,
- augsts tehnoloģiju standarts (vai var pilnā mērā attiecināt uz Latvijas situāciju?),
- kultūrvēsture,
- saikne ar dabu, svaigs gaiss.

- Pakalpojumu infrastruktūra:

- Salīdzinoši laba infrastruktūra (?), informācijas pieejamība, transporta pakalpojumi (autobusi, mašīnu īre, vilciens, lidmašīnas, prāmji), augstas kvalitātes naktsmītnes, kotedžas/villas, cilvēku resursi: labas kvalitātes pakalpojums, zināšanas, motivācija, dabas aktivitātes un dažādu sezonu aktivitātes, gan neatkarīgas, gan ar gidu, labsajūtas pakalpojumi (pirtis, jūra, mežs), vietējais ēdiens.

Tūrista destinācijas pieredzējums - iegūt labsajūtu caur dabas un kultūras baudījumu:

- Koncentrēšanās uz sevi
- Izmantojot kompleksu: sajūtas, redze, oža, garša, dzirde
- izbaudot tīru, brīvi pieejamu, sasniedzamu un drošu dabu
- Sajūtot vietas unikalitāti, atšķirīgo no citām tūrisma destinācijām
- Pašattīstība un pašapziņa nomierinošā vietā
- Nesteidzīga atpūta

Kādas labsajūtas tūrisma produkta sastāvdaļas ir redzamas Latvijas laukos? Tās ir tradicionālās pirtis ar pirts rituāliem; Spa piedāvājums, kuros tiek izmantotas arī vietējās izejvielas; miers, klusums, vientulība, daba; Aktivitātes (nūjošana, riteņbraukšana, izbraukumi laivā, peldēšanās jūrā, ezerā, pastaigas mežā, joga etc.); Garda, veselīga un vietējas izcelsmes pārtika; Tautas medicīna (zāļu tēju gudrības); Vietējie ražojumi (eko kosmētika, pirts aksesuāri, tējas, fito produkti, roku izstrādājumi (siltas mīkstašas šalles, vilnas zeķes utt.

Kas var traucēt labsajūtai? Dažkārt tās ir estētiskas lietas, kāds sīkums, kas neieder kopējā ainā, piemēram, plastmasas ūdens spaiņa izmantošana pirts rituālā, kur tiek uzsvērts dabisko materiālu



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

izmantojums.

Latvijas piemēri, kas atbilst Nordic Wellbeing konceptam: „Gravas”, Piena muiža “Berghof”, „Ezerklabi”.

11. Uzņēmēju pieredze

Jonathan SPA

Iepazīstina Krista Mierkalne, “Jonathan Spa Hotel”. Uzņēmums atrodas Amatciemā, domāts gan ciema iedzīvotājiem, gan viesiem. 8 numuri viesnīcas ēkā, 3 apartamentos. Restorāns ar baltkrievu šefpavāru piedāvā Eiropas un latviešu virtuvi. Ēdienkartē arī miežu putra, šefpavāra gatavotas desas, rupjmaizes kārtrojums. Bārs pie SPA zonas. Pie bāra kinozāle un semināru telpa sporta un kultūra pasākumiem, piemēram, hokeja čempionāta laikā bija iespēja kopā skatīties spēles. Piedāvājumā ir baseins, pirts, āliņģis, dažādas masāžas, pirts rituāls. Sadarbība ar apkārtnes uzņēmējiem, piemēram, tiek piedāvāts Valmiermuižas alus. Iekārtojumā daudz uzmanības veltīts estētiskām detaļām un ērtībām, kas vidi un uzturēšanos dara patīkamāku, piemēram, viesiem tiek piedāvātas čības, SPA halāti. Pastaigām sliktā laikā – gumijas zābaki.

Piekūnu klejpojumu takas

Saimniece Danuta Kiopa, pirts “Piekūni”. Uzņem līdz 9 cilvēkiem, piedāvājums ir atrašanās dabā, izbaudot vienatni, gadalaikus, vietējos produktus. Pirts rituāls vienai personai. Pirts skola – pastaigās dabā viesi paši plūc augus pirtsslotām un pirts produktiem pēc savas izvēles un sajūtām- intuitīvi. Pēc tam saņem skaidrojumu savai izvēlei. No savāktajiem augiem gatavo arī ķermeņa kopšanas līdzekļus pirtij – skrubjus, maskas. Pastaiga iespējama gida pavadībā, saņemot individuālu stāstu un uzmanību. Vieta nodrošina privātumu un netraucētu atpūtu, jo tuvākie kaimiņi ir 1km attālumā. Piedāvā arī astrologa pakalpojumu.

Dikļu pils

Agneta Kīta, “Dikļu pils” pārstāve. Labsajūtu tūrisms ir ne tikai SPA un pirts. Vairāki pētījumi apliecina, ka vairums tūristu kā SPA apvieno ar biznesa braucienu vai draugu apciemojumu, arī kultūras un vēstures vietu apmeklējumiem. Tikai labsajūtu SPA procedūras vien varbūt nav tik saistošs piedāvājums. Dikļu pils piedāvājums ietver arī restorānu, dažādas aktivitātes pilī un apkārtnē. Viesiem piedāvā apskatīt tuvākās vietas – Valmiermuižas alus darītavu, avotus, drāmas teātri. Svarīgais labsajūtas tūrismā ir piesaistīt uzmanību, un to varam, ja piedāvājam kaut ko atšķirīgu, interesantu, aktuālu. Piemēram, klasiskais SPA ir daudzās vietās, bet cilvēkiem patīk izmēģināt ko jaunu, tāpēc pilī SPA procedūras tiek saistītas ar sezonu – pavasarī tiek izmantotas kļavu un bērzu sulas, bērzu pumpuri, plaucētās lapiņas. Vasarā – augļi, dārzeņi, rudenī, piemēram, ķirbji, ziemā – karstvīna SPA kūre.

Kad viesis ieradīs, ļoti svarīgas ir nianse – kā sagaidām, uzrunājam. Cenšamies pazīt pastāvīgos viesus. Pievēršam uzmanību, lai viņus atcerētos, piemēram, restorānā viesmīlis klientam jautā – vai vēlaties pasūtīt top pašu ko pagājušo reizi?

SPA procedūrām ir svarīgs telpas noformējums. Ja koncepcijā ir viss dabiskais un latviskais, tad nevajag izmantot, piemēram, ķīniešu svečturus, utt. Svarīga ir atmosfēra, meistara izskats – tīrs apģērbs, kopts, izgludināts, arī smaids, atvērtība komunikācijai. Svarīga ir skaidra nostādne – izskaidrot klientam process – kas ar viņu notiks procedūras laikā un pēc tam.

Brūveri – Velnalas pirts piedāvājums

Uldis Dvinskis, Brūveru saimnieks stāsta par pirts piedāvājuma pieredzi un klientiem. Ir pensionāri, kas nāk uz pirti un vairs nepērk zāles, jo ir iestāties domāšanas pagrieziena punkts attiecībā uz dzīvesveidu. Arī labsajūtas tūrisms ir perspektīva lieta. Pilsētas dzīvesveida nogurdinātais cilvēks ir



Lauku Ceļotājs

Baltic Country Holidays

Velnaļas pirts labākais klients. Speciālisti Velnaļas pirti atzīst par ļoti labu. Saimnieki piedāvā pirti gājējiem ekoloģiskās tējas dažādos maisījumos – imunitātei, sviedrēšanai, pret vīrusiem. Latvija ir izcila ar to, ka mums ir pirtnieki, kuri prot pirti strādāt, atveseļot cilvēku. Velnaļas pirts pērējs Igors strādā ar enerģiju – jūt, kas cilvēkam vajadzīgs. Saistībā ar tūrismu ir daudz priekšrocību, piemēram, izejot ārā no mājām, uzreiz var nokļūt dabā, nepavadot vairākas stundas pārbraucienā. Tūrisma piedāvājumā viss ir kopā cieši saistīts – pirts, daba un citi piedāvājumi. Ja atradīsim veidu, kā caur šiem produktiem veidot ķēdes vai sadarboties – pašiem veidot klāsterus, kur katrs uzņēmējs iedod labāko, tad klients būs izbaudījis izcilu buķeti. Un tas arī veido labsajūtu.

12. Latvijas Humusvielu asociācijas piedāvājums

Latvijas Humusvielu biedri ražo dažādus humusvielu mēslojumus. Prezentācija iepazīstina ar dažādiem mēslojumiem, to iedarbību un izmaksām. Prezentācija tiks publicēta "Lauku ceļotāja" mājas lapā.

13. Līgatnes vīna darītavas piedāvājums

Īss ievads no Līgatnes vīna darītavas. Saimnieks Ainārs stāsta par vīna biznesa uzsākšanu un vīna darīšanas iespējām un grūtībām. Līgatnes vīna darītava izplata vīnus gan caur lielveikaliem un savu interneta veikal, gan arī caur tūrisma programmu – vīna degustācijām Līgatnes alām. Visi klātesošie tiek aicināti degustēt Līgatnes vīnus.