

Mārketinga stratēģija izstrādāta projekta
„Kultūras mantojuma vērtību un potenciāla veicināšana Latvijas lauku tūrismā” ietvaros.



Kultūras mantojuma **MĀRKETINGA STRATĒGIJA** lauku tūrismam



Foto: Vienkoču parks

SATURA RĀDĪTĀJS

1. IEVADS	2
2.KĀDS IR KULTŪRAS MANTOJUMA PIEDĀVĀJUMS LATVIJĀ	3
3.MĒRKGRUPAS UN TIRGUS APSKATS	5
3.1.VIETĒJAIS TIRGUS	6
3.2.ĀRVALSTI TIRGI	7
4.KAS IETĒKMĒ PIEDĀVĀJUMA VEIDOŠANU	11
5.PRODUKTU VEIDOŠANA	13
6.PRODUKTU PIEMĒRI	24
7.KULTŪRAS MANTOJUMA PRODUKTU MĀRKETINGŠ	31
7.1.LAUKU TŪRISMA UZNĒMĒJS	31
7.2.VIETĒJĀS ASOCIĀCIJAS UN TIC	32
7.3.LATVIJAS LAUKU TŪRISMA ASOCIĀCIJA "LAUKU CEĻOTĀJS"	32
7.4.TŪRISMA TĪSTĪBAS VALSTS AĢENTŪRA, KULTŪRAS MINISTRIJA	35
8.KULTŪRAS MĀRKETINGA ZĪME "LATVISKAIS MANTOJUMS"	36
9.PIELIKUMI	41
9.1.TERITORIJU POTENCIĀLIE TŪRISMA PRODUKTI - PIEMĒRI	41
9.2.ETNOGRĀFISKO NOVADU POTENCIĀLIE MARŠRUTI - PIEMĒRI	47



1. IEVADS

Tūrisms ir nozīmīga eksportspējīga nozare, kas sniedz ievērojamu pienesumu valsts iekšzemes kopproduktam. Lielāko pievienoto vērtību jeb atdevi no ārvalstu tūristu nopirkto pakalpojumu un preču apjoma dod ēdināšanas pakalpojumu sektors, kam seko izmitināšanas sektors. Pēc CSP datiem 2010. gadā ēdināšanas sektors sasniedzis Ls 64,6 milj., bet izmitināšana – Ls 32,1 milj.

Kultūras mantojums ir spēcīgs resurss, to nepieciešams plaši un konsekventi izmantot tūrisma produktā. Kultūras tūrisma produktam jābūt vienotam, tomēr daudzpusīgam, atpazīstamam tēls, jādefinē produkts, jāvirza tas tirgū. Eiropas Padomes vispārējā konvencija „Kultūras mantojuma vērtība sabiedrībai” piedāvā šādu kultūras mantojuma definīciju: „Kultūras mantojums sastāv no uzkrātu resursu kopuma, kas saņemti mantojumā no pagātnes un kas, neatkarīgi no piederības, individu un sabiedrības uztverē tiek uzskatīti par vērtību, pārliecību, zināšanu, tradīciju atspoguļotājiem un paudējiem. Tas ietver arī vidi, kas izveidojusies cilvēku un vietu mijiedarbībā, laikiem ejot.”

Šis materiāls domāts iesācējiem, kuri vēlas izmantot savu pieredzi un prasmes dažādās, ar tradicionālo latvisko mantojumu saistītās jomās, lai izveidotu komerciālu un kvalitatīvu tūrisma produktu. Materiāls ir plānots kā praktisks palīgs, tas balstīs uz praktiskas pieredzes un piemēriem. Tas ir arī praktiska stratēģija koncepcijas „Go Local” produktu veidošanai. Koncepcija „Go Local” aicina iepazīt vietējo dzīvi lauku apvidos un apvieno tūrisma produktus, kas to piedāvā. „Go Local” tūrisma produkti radušies, reaģējot uz pieprasījumu un interesi iepazīt vietējās, atšķirīgās tradīcijas, dzīvesveidu, dabu. Vācieši, nīderlandieši, beļģi labprāt vēlas iepazīt visus vietējās dzīves aspektus – gan apciemot amatniekus, gan doties dabas vērošanas tūrēs. Saukli „Go Local” daudz izmanto tūrisma mārketingā un klienti to atpazīst.

Turpmākajās nodaļās aplūkoti kultūras mantojuma lauku tūrisma veidi Latvijā, produktu veidošana, tirgus mērķa grupas un mārketinga. Pielikumos doti praktiski izmantojami piemēri.

2. KĀDS IR KULTŪRAS MANTOJUMA PIEDĀVĀJUMS LATVIJĀ?



Produkta veidošanas stratēģijas princips: **kvalitatīvs, profesionāls, pelnošs produkts, kas veidots, racionāli izmantojot pieejamos resursus un pasniedzot tos kultūras mantojuma tūrisma formātā.**

Pēc definīcijas kultūras tūrisms ir tūrisma veids, kura mērķis ir iepazīšanās ar kultūras vidi: kultūrvēsturisko mantojumu, tradīcijām un dzīvesveidu, kā arī aktuālām kultūras un mākslas norisēm (Tūrisma likums).

Mūsu uzdevums ir šo formālo skaidrojumu interpretēt – kādā veidā ierastas un pašsaprotamas lietas, kas pieder pie tradicionālā dzīvesveida laukos, kļūst par kultūrvēsturisko mantojumu un tūrisma produktu. Latvijā savā ziņā produkta veidošanas pamats ir atšķirība starp pilsētas un lauku dzīvesveidu, kamēr pilsētnieku emocionālā saikne ar laukiem nav pārtūkusi, un vēl eksistē nostalgija pēc dabiskā un vienkāršā, arī tieksme apzināties un saglabāt nacionālo identitāti, un lepoties ar to. Veiksmīgam kultūras mantojuma tūrisma produktam jābūt autentiskam. Ar autentiskumu jāsaprot ne tikai piederība kādam vēstures posmam vai vietai, bet arī tas, vai šī produkta piedāvātāji paši piekopt, lieto un pārzina to, ko piedāvā apmeklētājam. Kultūras mantojums kā resurss izmantojams dažādos tūrisma objektos un produktos, piemēram:

- Lauku tūrisma mītne
- Tradicionālā lauku sēta
- Nacionālā/reģionālā virtuve
- Apskates saimniecība
- Sadzīves priekšmetu un darba rīku kolekcijas
- Amatu vai darbu demonstrējums (piem., maizes cepšana)
- Pasākumi, svētku svinēšana
- Lauku pirts un pirts rituāli
- Tematiski Tūrisma maršruti

LAUKU TŪRISMA MĪTNE

Lauku tūrisma mītne izmanto visus vai atsevišķus tradicionāli latviskus elementus ēku arhitektūrā, pagalma iekārtojumā, telpu dizainā, ēdienkartē un ēdiena pasniegšanā vai piedāvātajās aktivitātēs.

TRADICIONĀLA LAUKU SĒTA

Lauku sētas piedāvājums visbiežāk saistīts ar noteiktu vietu un tās tradīcijām. Lauku sētā parasti var redzēt, „kā dzīvoja pirms 100 gadiem” – ēku arhitektūra un iekārtojums, sadzīves priekšmeti un darba rīku kolekcijas, amatniecība un rokdarbi, arī vietējie ēdieni, sadzīves un svētku tradīcijas. Īsti veiksmīgu piedāvājumu var izveidot tikai tad, ja lauku sētas saimnieki paši ir entuziasti un lietpratēji vismaz vienā jomā. Lauku sēta ir pievilcīga apmeklētājiem, ja piedāvājums ir interaktīvs – iesaistot apmeklētājus, piedāvājot izmēģināt dažādas lauku ikdienas nodarbēs.

NACIONĀLĀ/REĢIONĀLĀ VIRTUVE

Ēdienkarti veido tradicionāli par latviskiem uzskatīti ēdieni, vai arī ēdienkartē ir izcelta atsevišķa sadaļa ar latviskajiem ēdieniem. Tiek uzsvērts, ka ēdieni gatavoti no apkārtnē audzētiem vai ražotiem labumiem, meža veltēm, apkārtnes ūdeņu un mežu lomiem un medījumiem. Vēlams, lai leturot vienotu stilu, tradicionāli latviskie materiāli un krāsu gammas dominē arī interjerā un ēdiena pasniegšanas piederumos (mēbeles, galdauti, salvetes, trauki, utt.).

APSKATES SAIMNIECĪBA

Apskates saimniecība var būt gan naturālā saimniecība, gan lielāka vai mazāka ražotne laukos – gan pārtikas produktu audzētāji un ražotāji, gan amatnieki, gan jebkāda veida cita saimniecība, kas rāda ražošanas procesu apmeklētājiem un piedāvā iegādāties ražojumus. Jāpiebilst, ka šīs saimniecības specializējas Latvijai vēsturiski tipiskās nozarēs, ne eksotisko dzīvnieku un augu audzēšanā un apstrādē.

SADZĪVES PRIEKŠMETU UN DARBA RĪKU KOLEKCIJAS

Kolekcijas atvērtas apmeklētājiem kā privāti tematiski muzeji ar saimnieka stāstījumu vai bez tā, tikai ar pieejamu informāciju. Nereti darba rīku un sadzīves priekšmetu kolekcijas ir daļa no lauku sētas vai apskates saimniecības piedāvājuma.

TRADICIONĀLIE LAUKU DARBI

Tās var būt naturālās, bioloģiskās un ekoloģiskās saimniecības, kā arī citas, kurās netiek piedāvātas īpašas programmas, bet viesiem piedāvā iesaistīties saimniecības ikdienas norisēs un darbos (siena vākšana, ogu vākšanas un kartupeļu talkas, dobju ravēšana, malkas skaldīšana, utt.). Dažkārt tradicionālos lauku darbu apmeklētāju piesaistīšanai izmanto seno darba rīku muzeji. Iesaistot apmeklētājus darbos nodemonstrē savu kolekciju.

PASĀKUMI UN SVĒTKI

Tradicionālo svētku svinēšanu rīko lauku sētas, muzeji, atvērtās saimniecības, lauku tūrisma naktsmītnes un citi pasākumu rīkotāji. Visbiežāk tiek svinēti svētki, kas saistās ar gadskārtu ieražām, piemēram,

vasaras un ziemas saulgrieži. Daļa no svētku svinēšanas piedāvājuma ir arī gatavošanās svētkiem pasākuma rīkotāju vadībā, piemēram, vainagu vīšana un ugunscura gatavošana Jāņos, piparkūku cepšana ziemsvētkos. Bet tie var būt arī sadzīves svētki, piemēram, krustabas vai kāzas, kur ievērotas latviskās tradīcijas.

LAUKU PIRTS UN PIRTS RITUĀLI

Pirts pakalpojumi tiek piedāvāti, gan vienkārši izīrējot viesiem izkurinātas pirts telpas, kurās pērties pēc saviem ieskatiem, gan arī piedāvājot profesionāla, sertificēta pirtnieka pakalpojumus un atbilstošus pirts rituālus. Dažkārt papildus tiek piedāvāti dažādi dabiskas ādas kopšanas līdzekļi, zāļu tējas, masāžas.

TEMATISKI TŪRISMA MARŠRUTI

Tūrisma maršruti var būt plānoti gan grupām, gan individuāliem ceļotājiem. Tūrisma saimniecībai iekļaušanās tūrisma maršrutā piesaista papildu apmeklētājus, kas ir labs produkcijas noieta avots, gan tālākā "no mutes mutē" reklāma saimniecībai un produkcijai.

OBJEKTS AR TĀ ĪPAŠO STATUSU

Muiža, kalpu māja, dzirnavas, zvejnieku sēta, pils, utt. – jebkāds objekts ar savu stāstu un vēsturisko nozīmi, kas atvērts apmeklētājiem un ekspozīcijas vai ekskursijas veidā ļauj iepazīt savas vērtības.

3. MĒRĶGRUPAS UN TIRGUS APSKATS



Mērķgrupu noteikšanas stratēģijas princips - izvēlēties mērķauditoriju, kuras vajadzībām atbilst jūsu produkts un veidot atbilstošu piedāvājumu.

Jūsu produktam vajadzētu būt fleksiblām, kas ir pielāgojams atšķirīgām mērķgrupām. Būs tādi klienti, kurus kultūras mantojums interesē tikai pastarpināti un viņi nevēlēsies īpaši detalizētu informāciju, būs cilvēki, kuriem svarīgi, lai stāstītais, redzētais un piedzīvotais būtu "īsts" un autentisks, būs cilvēki, kuriem svarīgi, lai pasākums būtu izklaidējošs, bet autentiskums nesvarīgs, būs tādi, kuri visu grib izmēģināt un iesaistīties un būs arī vērotāji, kuri paši nevēlas darboties. Jāņem vērā, ka bērniem nepieciešama cita veida attieksme un informācijas pasniegšana kā pieaugušajiem. Tāpat jāņem vērā, ka

var būt vecāki cilvēki ar veselības traucējumiem, kuriem, piemēram, grūti nostāvēt uz vietas ilgāku laiku. Vēlams, lai programmas garumu varētu nedaudz variēt atkarībā no klienta laika iespējām un interesēm.

3.1. VIETĒJAIS TIRGUS

Kultūras mantojuma tūrisma lielākā mērķa grupa ir Latvijas iedzīvotāji: skolu grupas, ģimenes ar bērniem, darba kolektīvi, autobusu ekskursijas.

Nozīmīga grupa ir arī ārvalstīs dzīvojošie un strādājošie latvieši, kas izbraukuši no Latvijas salīdzinoši nesen un labprāt pavada Latvijā svētkus, brīvdienas, svin šeit ģimenes svētkus.

Jāņem vērā katras mērķa grupas intereses un vajadzības, pielāgojot piedāvājumu.

SKOLU GRUPAS

Skolu grupas ir samērā droša un regulāra mērķauditorija. Tradicionāli rudenos un pavasaros tiek rīkotas skolu ekskursijas. Skolotāji programmas visbiežāk veido paši, izveido maršrutu, noorganizē transportu, vienojas par apmeklējumu laikiem un cenām ar apmeklējamām vietām. Skolu grupu regularitāti ietekmē likumdošanas prasības saistībā ar skolēnu drošību. Skolu ekskursiju grupām svarīga ir ne tikai interesanta programma, bet arī droša vide.

ĢIMENES AR BĒRNIEM

Bērniem iecienītākais piedāvājums ir mājdzīvnieku apskate un iesaistīšanās dažādās nodarbēs – piparkūku cepšanā, kukaiņu vērošana un citos pasākumos, kur aizraujošā, bērnam saprotamā veidā var uzzināt ko jaunu. Bērnam ir svarīgs ne vien stāsts, bet arī iespēja sajust, aptaustīt, izmēģināt. Vecākiem ir svarīgi, lai bērns būtu interesenti nodarbināts un tas būtu droši.

DARBA KOLEKTĪVI

Korporatīvās grupas jeb darba kolektīvi var iekļaut savos braucienu maršrutos ar kultūras mantojumu saistītas vietas, īpaši, ja piedāvājums ietver lauku labumu degustācijas, ražošanas procesa demonstrējumu vai aktīvu līdzdalību. Programmai jābūt dinamiskai, lai noturētu interesi. Svarīgi iekļauties grupas programā paredzētajā laikā.

ĀRVALSTU LATVIEŠI

Ārvalstu latviešus saista ar svētku tradīciju mantojumu saistītais tūrisma piedāvājums – kāzas, Jāņi un citi svētki. Šī grupa arī brauc izbaudīt Latvijas lauku romantiku, kas saglasbājusies atmiņās no dzimtenes. Svarīgs ir telpu, iekārtojuma, izmantojamo materiālu kvalitāte, dabiski produkti, saimnieku draudzīgā attieksme, apkārtnē un brīvā laika pavadīšanas iespējas.

3.2. ĀRVALSTU TIRGI

Pēc asociācijas „Lauku ceļotājs” veiktajām aptaujām, nemainīgi lielākais ārvalstu tirgus ir Vācijas tūristi. 2012. gadā tūristi tika aptaujāti ar mērķi konkretizēt interesi par kultūras mantojuma tūrisma produktiem. No šīs aptaujas respondentiem par kultūras tūrismu visvairāk interesējas ārvalstu tūristi vecumā virs 60 gadiem, un lielāko interesi rada piedāvājums, kas saistīts ar maizes cepšanu, pirts rituāliem, tautas dejām, dabas velšu vākšanu. Ceļojuma laikā viņi vēlas nogaršot nacionālos ēdienus, apmeklēt nacionālos parkus, komunicēt ar vietējiem cilvēkiem un apmeklēt lokālus pasākumus. Svarīgi faktori ceļojuma laikā ir vietējais ēdiens, vietas skaistums un autentiskums, tīrība, kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšana. Ja kā naktsmītņi izvēlētos tradicionālas lauku mājas, tad tām jābūt ar mūsdienīgu aprīkojumu.

Bez minētās aptaujas "Lauku ceļotājs" vāc klientu atsauksmes, intervē sadarbības partnerus, seko līdzi tirgus tendencēm, analizē un izdara savus secinājumus.

Par ārzemju tūristiem pētījumu veikusi arī Latvijas Tūrisma Attīstības Valsts Aģentūra (TAVA). Tas pieejams šeit: http://www.tava.gov.lv/sites/default/files/Turisms-2012_FINAL_portals.pdf

Tālāk esam apkopojuši vērojumus par piecām valstīm kultūras mantojuma tūrisma kontekstā. Tās ir Vācija, Krievija, Nīderlande, Novēģija un Anglija. No šīm valstīm "Lauku ceļotājs" saņēmis visvairāk tūru pieprasījumu iepriekšējos 2 gados. Kultūras tūrisms vairāk raksturīgs tieši vāciešiem un britiem, bet arī pārējie izmanto kultūras mantojuma tūrisma produktus pastarpināti.

VĀCIJA

Pastiprināta uzmanība aptaujā tika pievērsta Vācijas tūristiem kā lielākajam tirgum

- Vēsturiskās pilsētas un vietas (Latvijas vēsturiskā saistība ar vāciešiem šeit spēlē lielu lomu). Lielākā daļa Latvijas muižu un ēku ir vāciešu radītas – tas vāciešos rada lepnumu, šķiet interesanti, rada sava veida piederības sajūtu.
- Amatniecība: sabiedrībā, kurā gandrīz viss tiek mehāniski saražots, ir interesanti vērot, kādi pirmsākumi bija šiem procesiem. Turklāt, viss, kas ar roku radīts, Vācijā ir īpašs produkts un maksā daudz vairāk, jo tiek novērtēts amatnieka darbs.
- Iepirkšanās: autentisku lietu iegāde, vai tie būtu lini vai dzintars vai citas skaistas un noderīgas lietas.
- Tradicionālie ciemati un Latvijai raksturīgās ainavas.
- Vietējais ēdiens: vācieši ēdienu atzīmē kā vienu no svarīgākajiem faktoriem ceļojuma laikā.
- Sēņu un ogu vākšana (vācietis ir un paliek praktisks dabas cilvēks – bet uzmanību, lielākā daļa vāciešu vairs neatšķir sēnes un ir izveidojies priekšstats, ka sēnes ir indīgas (daudzi arī saindējas un nomirst aiz nezināšanas). Meža avenes, meža zemenes vai mellenes Vācijā ir liels retums – lielākā daļa pazīst tikai mākslīgi audzētās ogas. Dzērvenes vispār ir kaut kas nezināms, bet interesants – reti kurš vācietis ir redzējis, kā tās aug dabā (Vācijā neaug – tiek ievestas no Kanādas). Arī brūklenes ir interesantas – Vācijā tās sastop vienīgi marmelādē, kas ir populāra.
- Bērzu sulas. Vācijā nebūtu iedomājams kaut ko tādu iegūt – koku aizsardzības dēļ. Katrā ziņā, tas ir kaut kas neparasts un vācieši noteikti ir zinātkāri un vēlētos to nogaršot.
- Zāļu tēju vākšana – kādreiz zināma un mūsdienās pilnīgi aizmirsta tradīcija. Vācijā pļavas ir pārsvarā apstrādātas un ir grūti atrast pļavu, kur varētu zāļu tējas vākt. Plus vēl zināšanas, kurš augs kam noderīgs – to noteikti ir jāizskaidro. Veselībai tiek pievērsta arvien lielāka uzmanība.

- Vairāk par 1 nedēļu vai 1 nedēļu (vāciešiem gadā ir 5 nedēļas brīvas – daudzi tās sadala un dodas ceļojumā 2 reizes gadā – un ja brauc, tad vismaz 1 nedēļu vai 10 dienas).
- Piedzīvot: ieskats latviešu sadzīvē, kā, piemēram, zvejnieki iziet jūrā un ķer zivis, kā tiek svinēti svētki, kā tiek gatavoti tradicionālie ēdieni.

KRIEVIJA

Salīdzinoši jauns un augošs tirgus ir Krievija, īpaši Maskava, Pēterburga un citas lielās pilsētas

- Maskaviešus interesē brīvdienas mājas, arī naktsmītnes laukos. Cilvēki vēlas izbēgt no pilsētas, atpūsties dabā, baudīt mieru. Turpretī, brīvdienas laukos neinteresē krievus, kas dzīvo nelielās pilsētās, kur ir gana plašums un lauki – tā ir mērķauditorija pilsētu tūrismam.
- Par Latviju ir interese cilvēkiem, kuri agrāk šeit strādājuši, dienējuši armijā vai bijuši ekskursijā. Viņu motivācija ir atmiņas, vēlēšanās uzzināt, kā Latvijā ir tagad.
- Tiem, kas vasarās regulāri brauc atpūsties pie jūras, ir interese redzēt un darīt kaut ko vairāk, doties nelielās, dažu dienu tūrēs, vienas dienas ekskursijās. Interesē zemnieku saimniecību, amatnieku apmeklējumi, arī pilis, muzeji. Priekšrocība ir tā, ka var sazināties krievu valodā.
- Eko tūrisms un lauku tūrisms šobrīd Krievijā (Maskavā) ir modes tendence. Ar lauku tūrismu saprot dzīvošanu lauku vidē, gandrīz vai zemnieku saimniecībā, kur var dabūt svaigus, uz vietas audzētus produktus – ēst salātus, ogas no dārza, dzert lauku pienu, utt. Tās ir vietas, kur bērniem var parādīt lauku dzīvi – kā izskatās govys, zirgi, truši un citi lauku saimniecības dzīvnieki, kā aug kartupeļi, kā makšķerē vai žāvē zivis, utt.
- Ar ekotūrismu Maskavā saprot to, ko mēs saucam par aktīvo tūrismu (ceļošanu ar velo, laivu, kājām). Zem ekotūrisma nosaukuma saprot arī bioloģisko saimniecību apmeklējumus, degustācijas.
- Nišas tirgus izredzes ir gastronomiskajam tūrismam, piemēram, apmeklējumi pie vīndariem, siera meistariem, bioloģiskajās saimniecībās, alus brūžu apmeklējumi, zivju kūpināšana, utt.
- „Go Local” – vietējās dzīves iepazīšanas ideja sāk iedzīvoties arī Krievijā, taču šeit to vairāk saprot kā etno tūrismu, tas ir, tradicionālos ciemus, amatus, ko var izmēģināt (podnieki, paklāju aušana), maza mēroga folkloras priekšnesumus. Interesanti, ka maizes cepšana kā tūrisma piedāvājums nebūs tik populāra, jo Krievijā joprojām – vairāk vai mazāk mūsdienīgā veidā – maizi cep arī mājās.
- Krieviem ir ļoti būtisks faktors - saimnieka tuvums, sirsnība un iespēja izrunāties, pat kopīgi nobaudīt kādu alkohola glāzīti. Tad viņi jūtas gaidīti, pilnīgi atveras un ir gatavi izmantot visus piedāvātos pakalpojumus.
- Krievi joprojām daudz ceļo ar tūrisma aģentu un operatoru starpniecību. Latvijas lauku tūrisma pakalpojumu cenas maskaviešiem šķiet ļoti pieņemamas, jo Maskava ir ļoti dārga pilsēta.
- Krievi pie mums brauc atvalinājuma tipiski uz 3-4 nedēļām. Brauc ģimene, bieži kopā ar tuvākiem radniekiem vai vairākas draugu ģimenes kopā.

NORVĒGIJA

- Norvēģiem Latvijā interesē aktīvā atpūta, īpaši velotūrisms, jo šeit to spēj visi. Tāpat viņiem interesē SPA piedāvājumi un pirtis. Aktīvā atpūta var tikt kombinēta ar nakšņošanu SPA viesnīcā vai relaksāciju pirtī.

- Norvēģiem patīk dzīvot brīvdienā mājās, ģimenēm ar bērniem - kempingos, bet pāri labprāt izvēlētos labas kvalitātes, romantisku istabu viesu mājā vai viesnīcā.
- Būtisks ir aprīkojums un inventārs: bārbekjū, TV angļu valodā vai DVD, laivas, riteņi, peldvieta, kartes ar pastaigu vai velo maršruti apkārtnē, ģimenēm ar bērniem - spēllaukums. Tāpat būtiski, lai tuvumā būtu veikals, kur nopirkt ēdamo pašu gatavošanai.
- Norvēģi nav lieli piedzīvojumu meklētāji, viņi dod priekšroku drošai videi. Tāpēc svarīgi, lai ar saimnieku varētu sazināties angļu valodā. Vietējo ēdienu viņi nesteigsies nogaršot, ja vien tas nebūs viņiem atpazīstams. (piemēram, maize, atsevišķas zivis utml.)
- Muzeji, dzīvās tradīcijas, amatu prasmes, ko piekopi laukos norvēģus interesē. Arī latviešu dziedāšanas un dejošanas tradīcijas un tautas tērpi ir interesanti.
- Ģimenes ar bērniem labprāt apmeklē vietas, kur var vērot amatu meistarus un līdzdarboties. Pāri vai pieaugušo tūristu grupas īsti nebūtu gatavas līdzdarboties, tikai skatīties.
- Kultūras mantojums norvēģiem vairāk būtu kā pastarpināts elements aktīvajā tūrē.
- Baltija Norvēģijā tiek uzskatīta kā jauns galamērķis un asociējas kā "labā kvalitāte par labu cenu". Norvēģiem ir ļoti būtiski speciālie piedāvājumi, cenu atlaides kā arī pārdevēja labā reputācija un atpazīstamība. Viņi vēl joprojām labprāt pērk gatavas ceļojumu paketes no aģentūram, jo uzskata, ka tādā veidā saņem labāku cenu. Bieži izdara pirkumu reklāmas kampaņas rezultātā.

ANGLIJA

- Lielbritānijā ir sastopami neskaitāmi specializētā tūrisma produkti.. Piemēram, lielākais putnu vērotāju tirgus ir tieši Lielbritānijā. Bet kopā britus ļoti saista Latvijas mežonīgā daba - sevišķi lielie mežu masīvi un purvi, kas viņiem pašiem tikpat kā vairs nav. Viņus arī interesē iespēja ogot un sēņot, vēro dzīvo dabu (putnus, zvērus, kukaiņus). Tās ir lietas, kas mums ir pašsaprotamas, bet pie viņiem tiek atjaunotas un saglabātas no iznīkšanas ar dažādu vides kampaņu palīdzību.
- Lielbritānijā ir ļoti internacionāla sabiedrība, tāpēc cilvēkiem jau izsenis izveidojusies interese par citām tautām un viņu kultūru. Tāpēc britu tūristus noteikti interesē vietējais kultūras mantojums - folkloras tradīcijas, kas viņiem pašiem zudušas, amatu prasmes un iespējas pamēģināt un ko jaunu iemācīties.
- Briti arī ļoti labprāt izmēģinās vietējo ēdienu (gan mazāk žāvētas zivis) un dzērienu. Labprāt apmeklēs vietējo lauku labumu tirdziņu, iegādāsies roku darbus, kas gatavoti no dabiskiem materiāliem.
- Britu ceļotājus interesē vēsturiskā arhitektūra (pilis, muižas, baznīcas, ciemati) kā arī vēsture. Īpaši, kas saistās ar 2. Pasaules karu un Aukstā kara gadiem. Viņi gribētu resdzēt atsevišķus militārās vēstures objektus, kam saistoši sāsti.
- Pasākumos briti būtu vairāk vērotāji kā līdzdalībnieki.
- Britiem patīk brīvdienā mājās, bet arī lauku mājās un nelieli viesu nami ar savu raksturu.
- Pirts piedāvājumi britus uzrunā mazāk kā citu šeit minēto valstu pārstāvjus. Pirts viņiem ir nesavarīga, visbiežāk tā paliks neizmantojama.
- Lielbritānijā ir sen iedibināta un ļoti spēcīgi tiek lobēta taku tīklu izveide un uzturēšana. Britiem ļoti patīk pastaigu/pārgājienu takas. Labprāt izmantos šādu infrastruktūru apkārtnē.
- Naktsmītnēs briti parasti pozitīvi novērtē iesēju uzvarīt kafiju/tēju. Pēcpusdienas tēja ir sena britu tradīcija, kas vēl joprojām ir dzīva un praktizēta. Tā parasti ir melnā tēja. Zāļu tēju droši vien pamēģinātu, bet tā viņiem nav saprotama.

- Briti (īpaši vecākā paaudze) izceļas ar pieklājību un to arī sagaida citur. Nereti pārprot mūsu mentalitāti vai valodas trūkumu kā nelaipnu izturēšanos. Par to jāpiedomā.
- "Go local" ideja Lielbritānijā ir saprotama, jo orientēšanās uz vietējo cilvēku un virzīšanās tuvāk produkta ražotājam, autentiskumam aizsākusies jau daudzus gadus atpakaļ citās nozarēs un nu jau vairākus gadus sastopama arī tūrismā.

NĪDERLANDE

- Nīderlandieši lielākoties asociējas kā pilnīgi pašpietiekami, kas pārvietojas ar karavānām un visu ceļojumam nepieciešamo (arī ēdienu) ved līdzi no mājām. Tomēr arī Nīderlandē ir visdažādākās tūrisma produktu nišas un ne visi ceļo karavānās. "Lauku ceļotāja" klienti galvenokārt ir velotūristi vai tie, kuru ceļo ar mašīnu. Sava ceļojuma laikā viņi vēlas izbaudīt arī kultūras mantojuma produktus.
- Nīderlandieši savu ceļojumu vēlas piepildītu ar dažādām aktivitātēm un daudzpusīgu pieredzi. Piemēram, daba, kultūras mantojums, vēsture tiks apvienoti vienā ceļojumā.
- Nakšņošanai viņi dod priekšroku lauku mājām vai viesu mājām ar savu šarmu. Nīderlandieši ir diezgan taupīgi. Viņiem netiek pārmaksāt. Drīzāk piecietīs komforta līmeni (piemēram, apmierināsies ar kopīgu vannas istabu) nekā izvēlēsies paaugstinātu komfortu.
- Nīderlandieši lapbrāt ēstu vietējos krodziņos vai lauku mājās.
- Viņi, iespējams, pat vairāk kā iepriekš minētie vēlas kustēties uz priekšu, tāpēc nakšņošana vienā vietā parasti ir ne vairāk par vienu nakti.

4. KAS IETEKMĒ PIEDĀVĀJUMA VEIDOŠANU?



ATRAŠANĀS VIETA

Kultūras mantojuma produktus atrašanās vieta ietekmē tāpat kā jebkuru citu uzņēmumu. Priekšrocības, kuras noteikti jāizmanto:

- atrašanās kādas vēsturiskas vietas tuvumā, kas saistās ar tradīcijām, vēsturiskiem notikumiem, leģendām, teikām (piem., Burtnieki, Lielvārde) un ar savu atpazīstamību saista apmeklētājus – atliek izveidot kvalitatīvu pakalpojumu, padarot šo kultūras mantojumu izmantojamu apmeklētājiem.
- atrašanās apvidū, kas slavens ar konkrētām tradīcijām – amatniecība, latviskā virtuve, jūras zivju kūpināšana, utt. Liekot uzsvāru tieši uz vietējo, nevis abstrakti „latvisko”, piedāvājums iegūs unikalitāti kādas nav citur.
- atrašanās vieta pieejamības nozīmē: ceļš, attālums, norādes. Jo attālāk no apdzīvotām vietām un citiem interesantiem objektiem atrodas jūsu piedāvājums, jo spēcīgākam tam jābūt un ļoti precīzi jāuzrunā vēlamā mērķauditorija. Citu interesantu objektu tuvums ļauj jums veiksmīgi iekļauties ceļojumu maršrutos. Atrašanās nomaļus ne vienmēr ir mīnuss. Bet tad ir jāizvērs tāds piedāvājums, lai būtu vērts braukt īpaši pie jums un lai būtu iespējama un interesanta ilgāka uzturēšanās.

Nozīme ir arī ceļa kvalitātei (asfalts vai grants segums, ceļš izbraucams ziemā vai pavasara dubļu laikā), tāpat arī ceļa norādēm un aprakstam ar GPS koordinātēm, sabiedriskajam transportam.

PIEEJAMIE RESURSI

Ieteicams novērtēt, kas pieejams gan jūsu īpašumā, gan apkārtnē. Sākotnēji svarīgākais ir jūsu attieksme – vai vēlaties pēc iespējas racionāli izmantot savu īpašumu un ieguldīt līdzekļus, vai arī vēlaties savu aizraušanos ar kādu amatu, prasmēm vai nodarbēm izvērst tūrisma produktā, nodrošinot sevi ar darbu, kas papildina jūsu dzīvesveidu. Iespējamie resursi:

- jūsu laiks, enerģija, idejas;
- tīpašums (teritorija, ēkas, mežs);
- investējamie naudas līdzekļi;
- vietas vēsture un saglabājušās liecības (foto, sadzīves priekšmeti, vēstules, cilvēku atmiņas, ieraksti baznīcas grāmatās, dokumenti vietējā vai valsts arhīvā);
- apkārtnes ainava un dabas vērtības;
- kaimiņi un viņu nodarbošanās – pārtikas audzēšana un ražošana, piemājas saimniecības ar dabīgiem produktiem, pirts lietu zinātāji, dažādu amatu meistari, utt.

ZINĀŠANAS

Produktu ietekmē jūsu prasmes, zināšanas un priekšstati par:

- latviskajām tradīcijām, amatiem, dzīvesveidu, virtuvi:

Kultūras tūrisma produkts var būt daudzveidīgs, izmantojot jebkuras saistītās zināšanas – vai esat amata meistars, vai interesējaties par vēsturi. Jo plašākas jūsu zināšanas un vairāk sakņotas praksē, jo pārlicinošāku produktu iespējams izveidot.

- piedāvājuma veidošanu:

Svarīgi zināt pamatlīnijas par to, kā savas prasmes un kultūras mantojuma zināšanas piedāvāt klientam pievilcīgā, viegli uztveramā, neuzbāzīgā veidā. Piemēram, ja esat vietējās vēstures zinātājs, tad jāatlasa klientam interesantākie fakti. Jāprot izvērtēt, cik detalizētam un garam jābūt stāstījumam, lai tas nesāktu garlaikot un apgrūtināt klientu. Ja tiek demonstrēts amats - tas ir svarīgi pārdomāt telpas un vietas iekārtojumu. Piemēram, kur novietotas stelles, kāds ir telpas iekārtojums, apgaismojums, temperatūra telpā, kur var izvietoties apmeklētāji. Ir jāizstrādā apmeklējuma scenārijs - stāstījums par aušanu, audumu veidiem, nozīmi, pielietojumu, iespējamā saistība ar mūsdienām, kas tiks dots tuvākai apskatīšanai un aptaustīšanai vai un kā apmeklētāji varēs paši pamēģināt aust.

- saskarsmes psiholoģiju:

Nepieciešama spēja iejusties klientu noskaņojumā, vajadzībās, interesēs un attiecīgi reaģēt.

- mārketingu un pārdošanu:

Nepieciešams apzināt sadarbības iespējas produkta veidošanā (vietējā sadarbība), mārketingā un pārdošanā (asociācijas, valsts aģentūras, sociālie tīkli, utt.), informāciju tehnoloģiju izmantošanā, lai spētu virzīt savu produktu pie potenciālā klienta.

- valodu zināšanas:

Kultūras mantojuma tūrismā svarīgi mācēt vienkāršos vārdos paskaidrot piedāvājumu, tradīcijas, procesus. Tomēr tā kā arvien vairāk ārzemju tūristu sāk apmeklēt laukus, tad angļu valodas zināšanas ir ļoti vēlamas.

SEZONALITĀTE

Kultūras tūrisms ir viens no veidiem, kā pagarināt tūrisma sezonu, jo katram gadalaikam atbilst kādas noteiktas tradīcijas, kas saistītas ar dabas un lauku dzīves ritmu: Miķeļdienas, Mārteņi, Meteņi, Lielā diena u.c. Amata prasmes vairums gadījumos tiek demonstrētas, apgūstamas un iemēģināmas iekštelpās un tāpēc šīs nodarbes iespējamas arī klusajā sezonā. Vietas, kur tiek piedāvāta iespēja pagatavot suvenīru vai dāvanu īpaši populāras pirms svētkiem, kuri saistās ar dāvanu pasniegšanu (Ziemsvētki, Mātes diena utml.) Cilvēki vēlas saviem mīļajiem pasniegt pašu rokām darinātu dāvanu. Tāpat arvien lielāku interesi gūst svētku tradīciju mācīšanās, piemēram, pirms Jāņiem un Ziemsvētkiem. Arī šis mācīšanās process var kļūt par produktu.

5. PRODUKTU VEIDOŠANA



Veidojot savu tūrisma piedāvājumu jeb produktu, ieteicama darbību secība”:

1. Apzinām savus resursus un uz to bāzes veidojam produkta ideju. Lai izveidotos produkta ideja lieti noder pameklēt informāciju, kas izvēlētajā jomā notiek citās valstīs.
2. Kad ir ideja - skatāmies, kas notiek apkārtnē, ko dara citi šajā jomā, kam produkts varētu būt interesants un pie kādiem nosacījumiem. Mēģinām savākt pēc iespējas vairāk atsauksmju par ideju. Nekad neveidojam produktu, ja nezinām un nesaprotam, kādai mērķgrupai tas būs domāts.

Lai noskaidrotu, kas iecerētajā jomā jau ir tirgū un kas tiek pārdots, labi noder interneta meklēšanas iespējas, arī tūrisma gadatirgi. Ir vērts ielūkoties TAVA (Tūrisma Attīstības Valsts aģentūras, „Lauku ceļotāja”, reģionālo tūrisma asociāciju un tūrisma informācijas centru mājas lapās.

3. Kad ideja ir skaidri izkristalizējusies, sākas mārketinga daļa, kurā konkrēti noformulējam produktu, apzināmies mērķgrupas un pielāgojam produktu viņu vajadzībām, nosakām cenu, izvēlamies komunikācijas un pārdošanas kanālus.

Vislabākā reklāma lauku tūrismā ir "no mutes mute", bet šis process sākas tieši no saimnieka, pašam aktīvi stāstot par savu produktu citiem cilvēkiem, tūrisma biznesiem, organizācijām, kas varētu būt ieinteresēti šajā produktā, vietējiem TICiem, žurnālistiem, iespējams izveidojot savu

mājas lapu, aktīvu profilu kādā no sociālajiem mēdijiem (piem. Facebook un Twitter), blogu, ja padodas un ir gan laiks, gan vēlēšanās regulāri rakstīt.

4. Laižam produktu tirgū, testējam, analizējam un uzlabojam.

Kad produkts palaists tirgū, tad jāiedrošina klienti atstāt atsauksmes, jāanalizē, kas darbojas, kas ne. Tādā veidā kļūs saprotams, kas jāmaina vai jāuzlabo. Labojumi var būt saistīti gan ar pašu produktu, gan tā komunikācijas veidu, kanāliem, gan cenu un citiem aspektiem.

5. Svarīgi atcerēties, ka produkts jāveido un jāattīsta skatoties no klienta puses, ne īpašnieka puses un interesēm. Tūristi ir savās brīvdienās, kurās viņi pirmkārt grib atpūsties no ikdienas. Programmai jābūt izklaidējošai.

6. Piedāvājuma pakāpeniska uzlabošana, paplašināšana un dažādošana palīdz uzturēt interesi ilgākā laika posmā. Statiskam nemainīgam produktam dzīves cikls ir krietni īsāks.

TURPINĀJUMĀ IETEIKUMI KONKRĒTIEM TRADICIONĀLĀ MANTOJUMA PRODUKTU VEIDIEM:

LAUKU TŪRISMA MĪTNE

Lauku tūrisma mītne var arī nepiedāvāt kultūras mantojuma programmas, bet izmantot latviskus elementus:

- eksponē konkrētās mājvietas vēsturi, izmantojot visu pieejamo informāciju, arī stāstus, foto, plānus, ja tādi pieejami, lai to pielietotu mājas atjaunošanā un iekārtošanā,
- vietējai apkārtnē raksturīgās būvniecības tradīcijas, piem., ēku formas, dekoratīvie elementi, būvniecības materiāli, krāsu gamma,
- ēkas atjaunošanas tehniskie risinājumi nodrošina mūsdienās nepieciešamo komfortu, taču ēkas vēsturiskais stils ir saglabāts, prasmīgi pielietojot mūsdienīgus materiālus,
- iekštelņu iekārtojumā (mēbeles, tekstils, dekoratīvie elementi) ņem vērā vietējās tradīcijas, izmanto vietējo meistarību darbus.

TRADICIONĀLA LAUKU SĒTA

Lauku sētas iekārtojums parasti eksponē tradicionālās ēkas ar to funkcijām – dzīvojamās ēkas, kūti, klētis, rijas, utt., arī pagalmu ar puķu dobēm, sakņu un augļu dārziem. Sētas izkārtojumā ņem vērā tradicionālo ēku izvietojumu, stāda raksturīgos augus, kokus, interjerā izmanto pēc iespējas dabiskākus materiālus. Lauku sēta parasti iepazīstina arī ar tradicionālo lauku dzīvesveidu un darbiem dažādos gadalaikos.

NACIONĀLĀ / REĢIONĀLĀ VIRTUVE

Ir iespējami vairāki veidi un koncepcijas, kā ēšanas un ēdiena gatavošanas tradīcijas pārvērst tūrisma produktā:

- saimniecības īpašā specializācija – kāds noteikts produkts, piemēram, pašcepta maize, kūpinātas zivis, mājas siers, miestīņš, mājas vīns. Piedāvājums: stāsts, degustācija, procesa vērošana vai piedalīšanās, gatavās produkcijas iegāde.

- svaigi produkti no pašu saimniecības. Saimniece dobēs audzē salātus, kūti vistas, siltumnīcā tomātus un to visu ceļ galdā viesiem, ļaujot arī pašiem raut burkānus no dobes un našķēties ērkšķogu krūmos, pārstrādā šos produktus (piemēram, konservē) un gatavo savas mājas tipiskos ēdienus, kas mantoti no paaudzes paaudzē. Šis piedāvājums iederēsies kultūras mantojumā, jo piemājas saimniecība ar visu, kas tajā pašu rokām izaudzēts un gatavots, tradicionāli pieder pie latviskā dzīvesveida. Ir unikāli ēdieni, kas dabūjami tikai reizi gadā, piemēram, jaunpiena sacepums, ko gatavo no pirmo dienu piena, kad govij tikko piedzimis teliņš. Ar latvisko dzīvesveidu saistās arī tradīcija sestdienu rītos cept maizi – agrāk laukos rudzu maize lielajā maizes krāsnī tika cepta visai nedēļai, vēlāk, līdz pat mūsdienām, daudzās ģimenēs bija ierasts, ka sestdienu rītos tiek cepta svaiga plātsmaize vai pīrādziņi.
- Latvijā kļūst arvien populārāks piedāvājums, kad klienti brauc iepirkt dārzeņus vai ogas tieši no saimniecības. Ogas vai augļus var arī nopirkt pavisam svaigus - paši salasot. Atsevišķās saimniecībās tiek rīkotas publiskās talkas kur apmeklētāji gan palīdz saimniekam novākt ražu, gan savāk savām vajadzībām. Arī šeit var uzsvērt latvisko –piemēram, Latvijā selekcionētas un iecienītas šķirnes. Tāpat arī talkas ir sena kultūras mantojuma iezīme.
- mūsdienīga virtuve no Latvijas produktiem. Tradicionāli par latviskiem uzskatītie produkti (graudaugi, pākšaugi, cūkgaļa, jēra gaļa, dzērvenes, kartupeļi, āboli, piena produkti u.c.) tiek gatavoti mūsdienu virtuves tradīcijās. Stila ziņā šāds piedāvājums labi pietāvēs atjaunotās muižās, pils restorānos, SPA viesnīcās, kur no kvalitatīviem, svaigiem, ekoloģiskiem „latviskiem” produktiem var gatavot izsmalcinātus ēdienus gardēžiem. Bet to var izmantot arī citos tūrisma uzņēmumos un restorānos, ja vien ir prasmīgs pavārs, kas saprot klientūras prasības.

SADZĪVES PRIEKŠMETU UN DARBA RĪKU KOLEKCIJAS

Kolekcijas atvērtas apmeklētājiem kā privāti tematiski muzeji ar saimnieka stāstījumu vai pieejamu informāciju.

Kolekcijām svarīga ir laba ekspozīcija un interesants stāstījums. Savāktie priekšmeti jāizvieto pārredzami, labā apgaismojumā, vēlams pielikt paskaidrojošus uzrakstus vairākās valodās. Kolekcijas var atvērt apskatei arī bez saimnieka stāstījuma – tādā gadījumā svarīga ir paskaidrojoša informācija, un tai jābūt īsai, kodolīgai, viegli uztveramai. Bieži vien kolekcijas priekšmetiem ir savs interesants stāsts par to, kā katrs no tiem kolekcijā nokļuvis. Nepieciešams noteikt darba laiku, kas var būt gan katru dienu konkrētā laikā, gan, piemēram, vienu konkrētu dienu nedēļā. Taču, ja tas nav iespējams, saimniekam jābūt vienmēr sazvanāmam un precīzi jāievēro klientu pieteiktie apmeklējuma laiki.

Svarīgi ir nepārblīvēt telpu ar ļoti daudziem, bieži vien vienādiem priekšmetiem. Labāk mazāk, pārredzamāk, ērti uzkopjami, un katra lieta ar savu stāstu. Vajadzētu rūpīgi izvērtēt, kas patiešām ir interesanti priekšmeti, ko atstāt, un no kā atbrīvoties.

AMATU VAI DARBU DEMONSTRĒJUMS

lemaņas, arodi, prasmes, piemēram, karošu grebšana, podnieku, audēju amati, utt. Visbiežāk amatu prasmes tiek demonstrētas apmeklētāju grupām, retāk individuāliem apmeklētājiem, piedāvājot interesentiem arī izmēģināt darba procesu. Demonstrējumi notiek amatnieku darbnīcās, kur apmeklētāji var arī iegādāties amata meistarību darbus. Ir jāņem vērā telpas vai demonstrācijas vietas plašums – cik cilvēku var ērti izvietoties, lai redzētu procesu. Ja process ir ilgstošs vai sastāv no vairākām daļām, ir

jāizlemj, kura daļa tiks demonstrēta vai ko apmeklētāji dara starp procesa daļām, piemēram, kamēr rūgst vai cepas maize. Tāpat kā iepriekš, arī šeit ir svarīgs gan izskats, gan izturēšanās – pārlicinoša, ar humoru, gan arī visu procesā izmantojamo piederumu kvalitāte un labs izskats:

- telpa (iekārtojums, mēbeles, apgaismojums, temperatūra)
- aprīkojums (labā kārtībā, estētiska izskata)
- izejmateriāli (kvalitatīvi, pietiekamā daudzumā)
- saimnieka izskats un izturēšanās
- demonstrācijas ilgums

TRADICIONĀLIE LAUKU DARBI

Tās var būt naturālās, bioloģiskās un ekoloģiskās saimniecības, kā arī citas, kurās netiek piedāvātas īpašas programmas, bet viesiem piedāvā iesaistīties saimniecības ikdienas norisēs un darbos. Maksas pakalpojumi ir nakšņošana, ēdināšana, pirts, kā arī citi, ar ko saistītas izmaksas. Iesaistīšanās darbos tiek piedāvāta brīvprātīgi, kā laika pavadīšanas veids. Piedāvājumam jābūt skaidri aprakstītam – kādi darbi katrā laikā saimniecībā notiek. Nepieciešams sagādāt viesiem arī piemērotus darbarīkus atbilstoši piedāvājumam.

Bet saimniecība var iedibināt kā tradīciju kādu publisku pasākumu, kas notiek ikgadu, kura laikā apmeklētāji tiek iesaistīti tradicionālajos darbos.

PASĀKUMI UN SVĒTKI

Tradīciju svētku svinēšanu rīko lauku sētas, muzeji, atvērtās saimniecības, lauku tūrisma naktsmītnes un citi pasākumu rīkotāji. Visbiežāk tiek svinēti svētki, kas saistās ar gadskārtu ieražām, piemēram, vasaras un ziemas saulgrieži. Ja esat latvisko tradīciju pārzinātāji un vēlaties ar tradīcijām iepazīstināt vidusmēra tūristu, ir jāpārdomā arī par visu darbību jēgas un nepieciešamības skaidrojumu (kas gan nenozīmē, ka pasākums jāizvērs līdzīgs mācību stundai). Bieži tūristi labāk vēlas noskatīties, nekā paši piedalīties. Iesaistīšanai svētku norisēs jābūt neuzbāzīgai. Daļa no pašiem svētkiem ir sagatavošanās, kurā arī var iesaistīt viesus, piemēram, Jāņos: ugunsкура vietas sakārtošana, došanās pēc meijām, galdu klāšana. Jebkuram pasākumam svarīga ir laba plānošana:

- scenārijs – darbību secība
- priekšdarbi
- dalībnieku skaitam atbilstoša infrastruktūra
- brīvdabas pasākumiem - laika apstākļi un rezerves variants slihta laika gadījumā

LAUKU PIRTS UN PIRTS RITUĀLI

Pirts tiek piedāvāta kā veselīga dzīvesveida prakse. Darbojas pirtnieku skolas, kurās var apgūt pirts zinības - gan pāršanos un pāršanu, gan pirts būvniecības specifiku, jo ir daudz tradīciju un nosacījumu, kam ir savs zināms pamatojums. Pirts un pāršanās kā komerciāls piedāvājums atbilst gan kultūras mantojuma, gan veselības tūrisma piedāvājuma statusam. Piedāvājuma elementi:

- pirts ēka un aprīkojums (materiāli un konstrukcijas, drošība)
- pirts process jeb rituāls – pirtnieka darbs

- izmantojamie materiāli – zāļu uzlējumi, ķermeņa kopšanas līdzekļi, pirts slotas
- skaidrojums par procedūrām, to pamatojums

TEMATISKI TŪRISMA MARŠRUTI

Tūrisma maršruti var būt plānoti gan grupām gan individuāliem ceļotājiem. Tūrisma saimniecībai iekļaušanās tūrisma maršrutā piesaista papildu apmeklētājus un ir lielisks veids produkcijas realizācijai. Lai iekļautu piedāvājumu maršrutā, ir nepieciešama konkrēta informācija par cenām un iekļautajiem pakalpojumiem, apmeklējuma ilgumu, ekskursijas valodām, kā arī precīzs pakalpojuma apraksts.

Tūrisma uzņēmēji (tūrisma mītnes, apskates saimniecības utl.) var veidot arī savus lokālos tematiskos maršrutus pēc klāstera principa.

GANDRĪZ VISIEM NO ŠEIT NOSAUKTAJIEM PRODUKTIEM SVARĪGI IR ŠĀDI ASPEKTI:

- **apmeklējuma scenārijs** – saimniekam jāzina, ko viņš stāstīs un rādīs, kādā secībā, cik ilgi notiks iepazīšanās ar saimniecību. Jo asprātīgāks stāstījums, iepinot jokus, interesantus atgadījumus un faktus, jo vairāk tas patiks apmeklētājiem.
- **saimnieka/ekskursijas vadītāja izskats**. Lai arī ikdienas darbos laukos nereti mēdz lietot vecu, novalkātu apģērbu, tādā sagaidīt viesus nav ieteicams. Pat ja vēlaties demonstrēt darba procesu, darba apģērbam jābūt estētiskam, pašam saimniekiem vai ekskursijas vadītājam - kopts izskats (matī, nagī, zobī).
- ja nevēlaties, lai ekskursijas traucē pamatdarbam, nosakiet **konkrētus apmeklējuma laikus**
- noteikta ilguma ekskursijai jānosaka **konkrēta cena**
- ja piedāvāsi degustācijas, ir nepieciešama **telpa, galdi, soli, trauki**. Traukiem jābūt piemērotiem jūsu uzņēmuma kopējam stilam - ja pasniedzat latviskos ēdienus, labāk iederēsies piem. linu galdauti un māla trauki. Degustāciju telpai jābūt labi apgaismotai, siltai. Vasarā tas var notikt ārā, bet jāpadomā par nojumi, jo laika apstākļi mēdz būt dažādi.
- pārdodamajai produkcijai nepieciešams **kvalitatīvs iesaiņojums**, uz kura ir saimniecības nosaukums un kontakti.
- **interaktīva programma** – piedāvājums izmēģināt dažādas darbības, paņemt līdzī pašā izgatavoto lietu.
- Saimniecībās, kur piedāvā ēdināšanu, ieteicams padomāt arī par bērniem **piemērotiem ēdieniem un dzērieniem un to pasniegšanu** (trauki, noformējums). Pasākumos un apskates saimniecībās ir ērti, ja vecāki var bērniem iegādāties uz vietas ko ēdamu un dzeramu.
- nepieciešama **infrastruktūra un norādes** (tualetes, autobusam piemērota stāvvietā, piknika vieta)
- **drošība dzīvnieku apskatē**. Piemēram, potenciāli bīstami dzīvnieki iežogojumā, pirms apskates bērniem jāizstāsta, kā ar dzīvniekiem apieties, lai tos neizbiedētu un nesaniknotu. Jāatceras, ka pilsētas bērniem šī varbūt būs pirmā saskare ar dzīvniekiem un viņi var neapzināties, ko dzīvnieks var nodarīt ar zobiem, nagiem, knābi.
- **drošība apkārtnē un telpās**. Potenciāli bīstamām vietām - dīķiem, lauksaimnieciskās darbības zonām, tehnikai, jābūt ar brīdinājuma uzrakstiem, kurās vietās viesiem nav atļauts uzturēties.
- **drošība interaktīvās programmas laikā**. Piemēram, ja kopā ar bērniem paredzēts cept piparkūkas, jānodrošinās, lai mazie nesagriež vai neapdedzina pirkstus pie krāsns, utt.

VIETĒJĀS VALODAS UN DIALEKTU IZMANTOŠANA TŪRISMA PRODUKTOS

Valoda ir spilgts piemērs, kas iezīmē nepārprotamas kādas kultūrvēsturiskas teritorijas robežas un vieno tās iedzīvotāju kopumu. Vietējo dialektu ļoti ieteicams izmantot vietējās identitātes uzsvēršanai mārketingā. Labskanīgi vai amizanti skanoši vārdi – tie ir „pārdošanas” vārdi, kas paliek atmiņā un raisa interesi par vietu, kur tos runā ikdienā. Ja kāds nezina, kas ir „pancaks ar cīmusu” vai „šmakovka”, tad varbūt šis ir iemesls doties ekspedīcijā uz Latgali to noskaidrot.

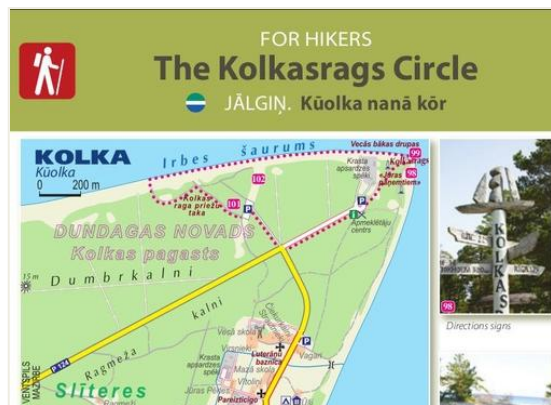


Pancaks ar cīmusu



Šmakovka

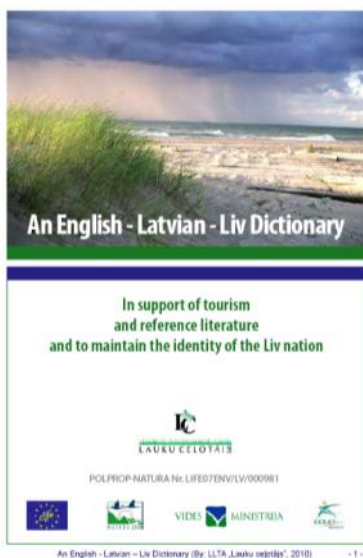
Labs piemērs ir lībiešu valodas izmantojums Slīteres nacionālajā parkā, kur Kolkā uzstādītas vietējās norādes ar uzrakstiem lībiešu valodā, tā izmantota informācijas stendos, plakātos, maršrutu aprakstos.



Kājnieku maršruta apraksta lapa



Ceļa norāde uz jūru



Tūrisma materiālu izstrādei, uzziņas līdzekļu un teritorijas iedzīvotāju lībiskās identitātes uzturēšanai ir izstrādāta mazā Latviešu - Lībiešu vārdnīca. Vārdnīcas mērķis ir sniegt tulkojumu šodienas sadzīvē lietotajiem latviešu vārdiem – mājvārdiem un vietu nosaukumiem, ēdieniem, svētkiem u.c., lai tos varētu izmantot tūrisma materiālos, teritorijas marketingā, lībiskās identitātes akcentēšanā. Vārdnīca pieejama elektroniski:

http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/PopProp/Dokumenti/libiesu_vardnica_LV.pdf

LATVISKIE SUVENĪRI KĀ KULTŪRAS MANTOJUMS – KRITĒRIJI

Latvijā visbiežāk ar suvenīriem tiek izprasti īpaši veidoti priekšmeti ar valsts vai pilsētas simboliku, kā arī amatnieku izstrādājumi, kas radīti Latvijā. Tie nopērkami tūrisma informācijas centros, suvenīru veikalos un gadatirgos. No esošajiem suvenīru veidiem, kas ir pieejami Latvijas naktsmītnēs, var minēt: pildspalvas, vannas istabas piederumi: ziepes, zobu pastas mazos iepakojumos, informatīvas brošūras vai pastkartes ar naktsmītnes kontaktiem un simboliku. Tomēr arī minētie priekšmeti ir vairāk izplatīti viesnīcās vai lielos viesu namu kompleksos un pieejami bez maksas kā servisa sastāvdaļa. Savukārt mazās saimniecībās nereti tā ir pašu saimnieku gatavotā produkcija - zāļu tējas, medus, ievārijums u.c.

Suvenīru priekšrocības: Suvenīrs kalpo kā emocionāla atmiņa ar vietu vai objektu, kuru ir apmeklējis viesis un vēlas kādu piemiņu no vietas paņemt līdzi vai uzdāvināt kādam sev tuvam cilvēkam. Suvenīru galvenā priekšrocība ir tā spēja ilgtermiņā nest vietas vai objekta identitāti, papildinot cilvēka emocionālo stāstījumu ar vizuālu, aptaustāmu vai citādi praktisku informāciju. Ja suvenīrs ir veiksmīgi izstrādāts, tas var nest vietas vai objekta reklāmu gan ilgtermiņā daudzu gadu garumā gan arī kvantitatīvi sasniedzot jaunus potenciālus klientus.

KRITĒRIJI VEIKSMĪGA SUVENĪRA IZSTRĀDEI:

- **Funkcionāls, ērti lietojams un kvalitatīvs.** Suvenīrs, kas ir praktiski izmantojams un atbalsta kādu cilvēka reālu vajadzību, kalpo ilgāk un tiek biežāk izmantots un rādīts saviem paziņām un draugiem. Parāli funkcionalitātei, jāpārdomā arī tā lietojamība. Piemēram, kabatas nazis, kas ir skaists un teorētiski funkcionāls, bet tā atvēršanai jāpielieto liels spēks un izveicība, nebūs praktisks un ātri vien tiks aizmests. Lai suvenīrs būtu ilgtermiņā funkcionāls, tam jābūt arī pietiekami kvalitatīvam, lai tas labi kalpotu zināmu laika periodu .

! Nekvalitatīvs vai neērti lietojams suvenīrs var kalpot kā antireklāma.

- **Suvenīram ir savs stāsts, pamatojums.** Ja suvenīra izstrāde ir saistīta ar kādu stāstu, leģendu, ticējumu vai vietas nosaukumu, suvenīrs palīdzēs šo stāstu aiznest “tautās”. Lai stāsts būtu spēcīgs, tam ir jābūt kaut kādā mērā patiesam, ticamam un aizraujošam. Tas var būt stāsts ar misticisma pieskaņu, stāsts, kas atspoguļo dzimtas vai vietas vēsturi un vērtības vai vienkārši stāsts, kas saistās ar vietas nosaukumu. Galvenais, ka suvenīrs kādā veidā: vizuāli vai funkcionāli atspoguļo stāstu.
- **Nes noteiktu latvisko, reģionālo vai lokālo identitāti.** Ikviens vieta vai objekts, kas atrodas Latvijā nes ne tikai lokālo identitāti, bet arī reģionālo un latvisko identitāti. Tas nenozīmē izmantot visur valsts simboliku vai karoga krāsas. Būtiski ir nebūt pretrunā ar vērtībām, kas identificējas ar latvisko, valstisko vai reģionālo. Piemēram suvenīra izveidē izmantot materiālus, kas iegūstami tepat Latvijā, kas tradicionāli izmantoti reģionā un tos veidot sadarbībā ar vietējiem amatniekiem. Ja suvenīrā iespējams izmantot krāsas vai zīmes, izmantot latviskos rakstus vai krāsas, kas asociējas ar Latviju vai noteiktu reģionu. Ja tiek izmantotas dzīvnieku, augu vai citas simbolikas, tad izvēlēties tās, kas dzīvo un aug Latvijā vai īpaši izplatītas reģionāli vai lokāli.
- **Mūsdienīgs un inovatīvs.** Lai suvenīrs uzrunātu mūsdienīgu cilvēku, tam ir idejiski un dizaina ziņā jābūt gaumīgam, kā arī funkcionāli adekvātam mūsdienu cilvēka vajadzībām un prasībām. Suvenīrs var būt izgatavots no tradicionāla materiāla vai tradicionālā dizaina, bet funkcionalitātei tomēr ieteicams būt mūsdienīgai. Lai cik interesants būtu dizains vai ideja, tomēr vairākums apmeklētāju tomēr funkcionālu vajadzību vadīti izvēlēsies kurpes nevis pastalas un sērkociņus, nevis divus akmeņus. Ja spēsiet būt inovatīvi un pārsteigt apmeklētāju ar suvenīra ideju, piedāvājot ko tādu, kas līdz šim nebūs bijis redzēts, apmeklētājs noteikti būs lepns par iegādāto suvenīru un vēlēsies parādīt to maksimāli daudziem cilvēkiem.
- **Atbilstošs laukiem un atpūtai pie dabas.** Gan funkcionāli, gan asociatīvi lauku tūrisma suvenīram ir būtiski reklamēt Latvijas laukus un dabu. To var panākt gan ar ideju, gan materiālu, gan dizainu, gan garšām, gan smaržām. Ieteicams izmantot dabīgos materiālus, raupjas formas, izvēlēties funkcionāli tāds suvenīrus, kas nepieciešami cilvēkam laukos vai ceļojumā un atpūtai pie dabas.
- **Zemas izmaksas ražošanā.** Gan tūrisma mītnes saimnieka gan apmeklētāja interesēs, lai suvenīrs būtu ekonomisks. Tas var būt dārgāks, kā masveida līdzīgas funkcijas priekšmets, tomēr tam nevajadzētu sasniegt mākslas priekšmeta vērtību. Suvenīru pārdošanu nevajadzētu uztvert kā biznesu, bet kā papildus servisa un reklāmas pasākumu.
- **Saistīts ar lauku tūrisma saimniecību: nosaukumu, interjeru vai piedāvājumu.** Tūrisma mītnes suvenīrs ir neliela daļa no kopumā saimniecībā piedāvātā, tamdēļ būtiski, ka tas papildina interjera dizainu, piedāvājuma kompleksu, nosaukumu, utt. Ja saimniecība specializējas uz aktīvo atpūtu, tad ieteicams izvēlēties suvenīrus atbilstoši aktīvās atpūtas cienītāju vajadzībām. Ja saimniecība piedāvā plašu pakalpojumu pirts vai SPA pakalpojumus, tad suvenīrus ieteicams veidot labsajūtai un skaistumam.

Idejas suvenīriem: Alus vai vīna pudeļu korķu attaisāmie, glāžu un krūžu paliktņi ar vietējo pastaigu taku karti, daudzfunkcionāli kabatas naži, termos, krūzes, t-krekli, pirts cepures un citi piederumi, tējas izlase no vietējām ɓlavām, virtuves koka piederumi: koka dēļi, karotes, lāpstiņas, u.c., kabatas lukturīši, palielināmie stikli, mušu pletnes, atslēgas piekari, mugursomas vai tarbas, tauriņu ɓeramie tīkli, ogošanas un sēņošanas grozi, lietusmēteļi, paštaisītas ziepes, šrubji ar vietējo augu izmantošanu, mājas ražotā lauku labumu produkcija: vīns, siers, medus, ievārījums, u.c., rotaslietas, tekstilija izstrādājumi no dabīgiem materiāliem, latviskos rakstos adītas zeķes, cimdi, ausaines, šalles, u.c.,



Suvenīru piemēri no Norvēģijas – siera naži



Suvenīru piemēri no Norvēģijas – Vīna pudeļu korķi



Suvenīru piemēri no Somijas – sveču lukturi



Suvenīru piemēri no Igaunijas – cepure ēdiena temperatūras uzturēšanai



Suvenīru piemēri no Igaunijas – āra termometrs



Suvenīru piemēri no Igaunijas – gumijas apavi



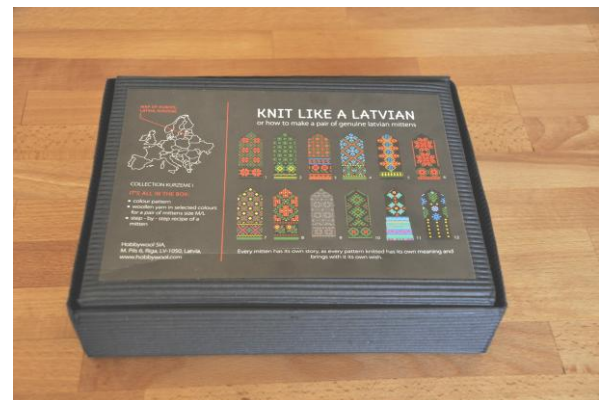
Suvenīru piemēri no Latvijas – glāžu palikņi un grāmatzīmes



Suvenīru piemēri no Latvijas – Šūnu medus rāmītī



Suvenīru piemēri no Latvijas – Mini vienkoču kurpes, atslēgu piekariņš (Foto: Vienkoču parks)



Suvenīru piemēri no Latvijas – Latvisku cimdu rakstu adīšanas piederumu komplekts no Hobbywool

VEIDOJOT PRODUKTU, IETEICAMS APMEKLĒT CITUS LĪDZĪGUS PIEMĒRUS UN TOS ANALIZĒT, PĀRŅEMT LABĀKO PIEREDZI UN MĀCĪTIES NO KĻŪDĀM.

Kopumā kultūras mantojuma produktiem šobrīd ir šādas stiprās puses un iespējas:

- spēcīgas, labi saglabājušās materiālā un nemateriālā mantojuma tradīcijas, zināšanas un prasmes, kas joprojām tiek lietotas mūsdienās
- saglabājusies tradicionālā lauku vide ar viensētām, nelielām saimniecībām, dabas platībām (meži, purvi)
- aktīvas organizācijas, kuras dažādos veidos popularizē kultūrvēsturisko mantojumu,
- sabiedrības interese par latvisko, vēlme saglabāt nacionālo identitāti, uzzināt un mācīties tradicionālās prakses, amatus, rituālus, utt.
- Kultūras tūrisma popularitāte Eiropā un pasaulē, pieprasījums pēc iepazīšanās ar nacionālo kultūru, autentiska produkta
- Liels vēl neizmantots potenciāls produkta veidošanai
- Valsts atbalsts un sadarbība (Kultūras ministrija, TAVA)

Vājās puses, kas jāņem vērā un jānovērš, veidojot jaunus kultūras tūrisma produktus:

- potenciālajiem produkta veidotājiem trūkst izpratnes un zināšanu par produkta veidošanu un mārketingu vai arī vēlēšanās veidot komerciālus produktus
- trūkst svešvalodu zināšanu
- trūkst produkta apraksta un mārketinga svešvalodās
- bieži produkts ir nepilnīgs – nav vienmērīga kvalitāte visos produkta aspektos
- trūkst produkta atpazīstamības, precīzas informācijas, produkts ir neparedzams
- bieži produkts ir orientēts uz tā „īpašnieku”, nevis klientu
- bieži nav definēts pats pakalpojums, pieejamība un cena
- trūkst mārketinga organizācijas kultūras mantojuma produktiem
- bieži tradīciju kopēji darbojas kā salīdzinoši noslēgta kopiena, trūkst sabiedrisko attiecību un popularizēšanas
- bieži uzņēmumam nav savas mājas lapas ar konkrētu informāciju par piedāvājumu, cenām, darba laikiem, pasākumiem, foto galerijām no pasākumiem. Tā vietā informācija ir atrodama vairākās interneta vietnēs, kur pārkopēts viens un tas pats pamata teksts, taču piedāvājuma apraksts ir virspusējs un katra interneta vietne min atšķirīgu klāstu. Galvenā problēma – informācija netiek laicīgi atjaunota un papildināta.

6. PRODUKTU PIEMĒRI

6.1. MEKES KROGS, LIEPUPES PAGASTS, SALACGRĪVAS NOVADS



Kultūras mantojuma joma: latviski ēdieni, latviska ainava.

<http://www.celotajs.lv/lv/e/meke>

<http://www.meke.lv/>

Kopš 2011. gada 21. jūnija Tallinas un Rīgas šosejas piecdesmit pirmajā kilometrā atvērts MEKES KROGS. Krogi mēdz atrasties ceļmalas krogus mājās, pilīs, rijās un dzirnavās - šis krogs ierīkots 104 gadus vecā kūtī. Blakus krodziņam atrodas lepnais, 1907. gadā no Tūjas sarkanajiem ķieģeļiem celtais pagastnams.

6.2. SAIMNIECĪBA „ŪŠI”, DUNDAGAS NOVADS, KOLKA.



Kultūras mantojuma joma: Ziemeļkurzemnieku ēdieni.

<http://www.celotajs.lv/lv/e/usi>

<http://www.celotajs.lv/lv/e/talsuusi>

„Ūši” pozicionē sevi gan kā naktsmītņi, gan kā apskates saimniecību, kur rāda kulināro mantojumu – sklandraušu cepšanu. Attiecīgi tiek izmantoti dažādi mārketinga teksti:

- „Ūši” – naktsmītne.

Kolkasraga tuvums, jūras un priežu smaržas piesātināts gaiss, savdabīga vietas identitāte ir Kolkas raksturiezīmes, kuras uzsūkušas sevī arī ŪŠU sēta. Viesiem atsevišķs dzīvoklītis ar dušu un WC lauku mājā. Saimniece demonstrē Ziemeļkurzemes tradicionālā saldēdiena – sklandraušu gatavošanas procesu un piedāvā ekskursiju kājāmgājējiem „Pastaiga industriālās Kolkas vēsturē” ar teatralizētiem elementiem un Latvijas labāko šprotu degustāciju.

- „Ūši” – apskates saimniecība.

Viena no senākajām Kolkas māju vietām, kur izveidots Slīteres nacionālā parka teritorijā lielākais kempings. Ūšu saimniece Dženeta Marinska demonstrē Ziemeļkurzemes tradicionālā ēdiena – sklandraušu gatavošanas procesu un piedāvā maršrutu „Pastaiga industriālās Kolkas vēsturē” ar teatralizētiem elementiem un Latvijas labāko šprotu degustāciju. Tūristu grupām iepriekš jāpiesakās.

6.3. TRADĪCIJU NAMS "ZVANĪTĀJI". RUCAVAS NOVADS, RUCAVA.



Kultūras mantojuma joma: latvisko tradīciju kopšana, lejaskurzemnieku ēdieni.

<http://www.celotajs.lv/lv/e/zvanitaji>

"Zvanītāji" ir 19. gs. beigās celta, etnogrāfiski iekārtota māja Rucavā. Tajā saimnieko Rucavas tradīciju klubs. Mājā ir liela saimes istaba ar mūrīti un maizes krāsni, dabīga koka grīda, manteļskurstenis. Te apskatāmi sadzīves priekšmeti – stelles, saimes galds, gultas, skapis, šūpulis, dažādi saimniecībā izmantoti priekšmeti un rīki, Rucavai raksturīgais tautastērps, zeķes, cimdu raksti.

Piedāvājums apmeklētājiem:

- vasaras sezonā etnogrāfiskā māja atvērta apmeklētājiem
- programmas "Vakarēšana" un "Rucavas goda mielasts" ar Lejaskurzemnieku ēdieniem. Grupām no 5 – 50 cilvēkiem iespējams nogaršot kartupeļus ar balto sviestu, skābputru, lauku krāsni ceptu rudzu maizi un saldskābmaizi ar medu, kartupeļu kukulīšus ar svaigā krējuma un žāvēta speķīša jeb balto mērcīti, piena kartupeļu klimpu zupu, rupjmaizes kārtojumu vai maizes zupu.
- pasākumi - vakarēšanas, dziedāšanas un spēlēšanas, danči
- amatu nedēļas nometnes (aušana, knipelēšana, kokles, stabules, ģitāras spēle, danči)

- kāzu programma "Ceļa maize". Tiek izspēlētas Rucavas kāzu tradīcijas, jo Rucavā tās ir bijušas ļoti daudz un īpašas. Jaunajam pārim un viņa viesiem būs jāizloka kājas pie Mugurdanča. Jaunajam vīram jācep sava maizīte un jaunā sieva to noziež ar medu. Ģimenes pavarda iededzināšana. Visu kāzu programmu caurvij dažādas rituāldziesmas.

6.4. VALMIERMUIŽAS ALUS DARĪTAVA, VALMIERAS PAGASTS, BURTNIEKU NOVADS



Kultūras mantojuma joma: latviskā alus kultūra

http://www.celotajs.lv/lv/e/valmiermuizas_alus
<http://www.valmiermuiza.lv/lv>

Turpinot senās Valmiermuižas viesmīlības tradīcijas, jaunā brūža saimnieki aicina ciemos uz muižas apkārtni un alus darītavu! Šeit viesiem tiek stāstīts un rādīts, kā Valmiermuižas bagātā vēsture ir ietekmējusi alus tapšanu un kā no dabīgām izejvielām nesteidzīgi tiek darīts dzīvais alus. Viesiem ir iespēja uzzināt, kā vislabāk alu baudīt, lai sajustu tā īsto smeķi, un kādas ir gardākās uzkodas pie alus. Ciemošanās ir iespējama katru dienu, to iepriekš saskaņojot. Ekskursijas un degustācijas ilgums ir aptuveni 1,5h.

6.5. Z/S „ADZELVIEŠI”. BURTNIEKU NOVADS, BURTNIEKU PAGASTS.



Kultūras mantojuma joma: kaņepju sviesta ražošana.

www.adzelviesi.lv

<http://www.celotajs.lv/lv/e/adzelviesi>

„Adzelviešu” laukos audzē kaņepes, no kuru sēklām ražo kaņepju sviestu un aizdara rupjo malumu. Pie klēts (101 gads) eksponēti seni kaņepju šķiedras apstrādes instrumenti. Te var degustēt un iegādāties gardu produkciju, kā arī doties īsā un aizraujošā pagātnes ceļojumā par kaņepju audzēšanas vēsturi. Sējas kaņepe ir sens Latvijas kultūraugs, ko audzē jau > 1000 gadu.

6.6. VIENKOČU PARKS. LĪGATNES NOVADS, LĪGATNES PAGASTS.



Kultūras mantojuma joma: kokamatniecība.

www.vienkoci.lv

<http://www.celotajs.lv/lv/e/vienkoci>

Vienkoču parkā var aplūkot tā veidotāja darinātos vienkoču priekšmetus, apskatīt Nurmižu pils u.c. ēku maketus, Smilšu māju, kā arī piedalīties tematiskos pasākumos. Vīrieši var darināt bērzu sulas renītes, bet sievas - no dabiskiem materiāliem taisīt rotaslietas. Vienkoču priekšmetus senie cilvēki izgatavoja jau mezolītā, bet vienkoču laivas (parkā - vairākas) plašāk sāka izmantot kopš 9. gs.

6.7. LUDZAS AMATNIEKU CENTRS. LUDZA, TĀLAVIJAS IELA 27A.



Kultūras mantojuma joma: Latgales amatniecība

www.ludzasamatnieki.lv

<http://www.celotajs.lv/lv/entity/list/active/true/name/Ludzas/objectType/CountrysideBounty>

Apskatāmi un iegādājami > 40 Latgales amatnieku darbi. Te tiek piedāvāts senlatgaļu tērpā ģērbta gida stāstījums suprādķu istabā par seno baltu cilšu dzīvi, amatniecības rašanos un attīstības vēsturi, senajiem ētikas un darba likumiem, tradīcijām, arī arodu demonstrējumi un seno amatu iemaņu apgūšana. Grupas var ieturēt pusdienas ar latgaļu ēdienu, maizes un dzērienu gatavošanas prasmju skolu Latgaļu kukņā.

6.8. SALACAS 1. NĒĢU TACIS. SALACGRĪVA, MELDRU IELA 18.



Kultūras mantojuma joma: Nēģu zvejas amats.

Salaca (un Svētupe) ir nominētas kā vienīgās vietas pasaulē, kur joprojām nēģus rūpnieciskā mērogā zvejo, izmantojot > 150 gadu senu metodi – taci (pāri upei uzcelta laipa ar murdiem, kopā – 3 tači). Vietējā zvejnieka pavadībā var izstaigāt taci, apskatīt zvejas procesu un nobaudīt uz vietas ceptus nēģus.

6.9. LAUKU MĀJA „DZIRNUPES”, VIĻĶENES PAGASTS, LIMBAŽU NOVADS.



Kultūras mantojuma joma: lauku mājas, naturālā saimniecība, tradicionālais lauku dzīvesveids.

http://www.celotajs.lv/lv/e/dzirnupes_saimnieciba?19

„Dzirnupes” izmanto iespēju sevi pozicionēt gan kā naktsmītņi, gan kā „Lauku Labumu” naturālu saimniecību, kas atvērta apmeklētājiem. Mārketinga apraksts abos gadījumos atšķiras:

- „Dzirnupes” – naktsmītne

Tradicionāla Vidzemes lauku sēta 15 km attālumā no Limbažiem, kur viesiem ir iespēja nakšņot romantiskā klētiņā. 1924. gadā celtā labības klēts pārtapusi par klētiņu viesu uzņemšanai. "Dzirnupes" ir piemērota atpūtai divatā vai atpūtai ar bērniem. Klēts ēkā atrodas arī pirts. Teritorijā atrodas dīķis un upīte, kas piemēroti peldēm, makšķerēšanai vai romantiskam izbraucienam ar laivu, lapene, smēdes namiņš, kur saimnieks iemācīs izkalt naglu, volejbola laukums, šūpoles, mazdārziņš ar vietējiem lauku labumiem un ziedošas pļavas. Aplūkojami arī dzīvnieciņi, kurus ļauns apskatīt, pabarot un pat samīļot.

- „Dzirnupes” – naturāla saimniecība

Naturālā saimniecība, kuras apmeklētāji var piedalīties lauku darbos – vākt sienu, skābēt kāpostus, ravēt, slaukt kazu, ganīt zosis vai ķert zivis un pēc saimnieku receptes sagatavot tās žāvētavā. Pirts ar lauku zāļu inhalācijām un ārstniecības tējām. Viesus uzņem autentiskā klētī.

6.10. Z/S „VAIDELOTES”. BAUSKAS NOVADS, JAUNCODE, VAIDELOTES.



Kultūras mantojuma joma: Gadskārtu pasākumu tradīciju kopšana, Latviski ēdieni.

www.celotajs.lv/e/vaidelotes

Saimniecība popularizē latvisko dzīvesziņu, piekopj senus rituālus, cienā ar kulinārā mantojuma ēdieniem - putru, virteņiem, pīrāgiem, plātsmaizēm, kas gatavoti no pašu audzētiem graudiem un rupja maluma miltiem. Tēju, garšvielu un lauku labumu iegāde.

6.11. LAUKU MĀJA "DONAS". BLOMES PAGASTS, SMILTENES NOVADS.



Kultūras mantojuma joma: maizes cepšanas tradīcijas.

http://www.celotajs.lv/lv/entity/list/active/true/objectType/CountrysideBounty/region/LV_N_SMILTENES

Maizes cepšana notiek pēc sentēvu tradīcijām: sākumā mīkla rūgst abrā, tad tiek plaucēta, mīcīta, uz kļavu lapām veidoti kukuliši un tad tos liek ar malku kurināmā krāsnī. Katrs pats var uztaisīt savu maizīti un notiesāt to ar pienu un medu, vai arī paņemt līdzi. Piedāvā arī citus latviskus lauku labumus, piemēram, 17 sieru veidus!

6.12. VIESU NAMS „LANTUS”, BĒRZAINES PAGASTS, KOCĒNU NOVADS



Kultūras mantojuma joma: par latvisku vidi

<http://www.celotajs.lv/lv/e/lantus>

<http://www.laukumaja.lv/lv/>

Atjaunota Vidzemes lauku sēta komfortu mīlošiem viesiem. Vairākas kamīnzāles, pirts, baseins, džakuzi, ēdināšana, sporta laukums, dīķis, mežs, koka baļļa ar malkas krāsni zem kļajas debess.

7. KULTŪRAS MANTOJUMA PRODUKTU MĀRĶETINGS



Maza uzņēmuma mārketinga stratēģijas mērķis ir sasniegt iespējami precīzu mērķauditoriju ar iespējami maziem līdzekļiem. Ierobežota budžeta un laika dēļ, dažkārt arī nepietiekamu zināšanu dēļ mazam uzņēmumam ir sava mārketinga specifika. Jānošķir pasākumi un izmaksas, ko uzņēmuma saimniekam ir izdevīgi veikt pašam, un jāapzinās iespējas, kur var izmantot dažādu organizāciju un valsts sniegto atbalstu.

7.1. LAUKU TŪRISMA UZŅĒMĒJS:

Piedāvājuma un pakalpojumu kvalitāte ir tradicionāli viens no izmaksu ziņā efektīvākajiem veidiem, jo atsauksmes (gan labas, gan sliktas) iedarbina plašu reklāmas tīklu, tāpēc svarīgi, lai tās būtu pozitīvas. Klienti izvēlas ne tikai pēc draugu un paziņu ieteikumiem, bet arī pēc atsauksmēm sociālajos tīklos un ceļojumu portālos, kas sasniedz ļoti plašu auditoriju.

Sava mājas lapa ir vēlama kā precīzas informācijas nesējs par pakalpojumiem, cenām, atrašanās vietu, tomēr tā nav obligāta. Priekšnoteikums – informācijai tajā vienmēr jābūt aktuālai un patiesai. Mājas lapas, kurās informācija netiek regulāri atjaunota (piemēram, ievietojot jaunumus) ir grūti atrodamas interneta meklētājos. Vienkāršākais veids kā tikt pie mājas lapas ir gatavās bloga lapu programmas. Piemēram - Wordpress, Weebly. Par pamatīgākas mājas lapu veidošanu un pozicionēšanu jau vairāk var uzzināt vietnē www.macies.celotajs.lv pieejamajos materiālos „Kā izveidot savu mājas lapu” un „IT lauku tūrisma mārketingā un uzņēmējdarbībā”.

Uzņēmuma profils sociālajos tīklos (piemēram - Facebook) būtu absolūti nepieciešams, ja neveidojat savu mājas lapu un pat, ja netgrasāt aktīvi komunicēt sociālajos tīklos. Šajā profilā iekļaujama pamatinformācija - ko piedāvājat, kontakti, adrese, darba laiki. Tas tāpēc, lai Jūs varētu atrast interneta meklētājos.

Suvenīri arī var kalpot kā mārketinga informācijas nesēji, ja tie ir praktiski noderīgi un lietojami ceļojumā vai ikdienā. Par suvenīriem vairāk informācijas turpmāk tekstā.

Sociālie tīkli ir labs līdzeklis komunikācijai ar sabiedrību, paziņām, pastāvīgajiem un potenciālajiem klientiem, fotoattēlos un īsu ierakstu formā pavēstot par jaunumiem, notikumiem un pasākumiem saimniecībā.

7.2. VIETĒJĀS ASOCIĀCIJAS UN TIC:

Pirmkārt, ir „stratēģiski svarīgi” iepazīties ar cilvēkiem, kas jūsu novadā, pagastā, utt., nodarbojas ar tūrisma attīstību gan pašvaldības tūrisma informācijas centrā (TIC), gan arī kā tūrisma uzņēmēju apvienība, asociācija, iniciatīvas grupa vai cits formējums. Tādējādi nokļūsi vietējā tūrisma aprītē un iesaistīsies kopējā tūrisma piedāvājumā, ar kā palīdzību varēsi piesaistīt vairāk klientus. Svarīgi ne tikai nosūtīt savu informāciju pēc pieprasījuma, bet arī uzturēt koleģiālas attiecības ar citiem tūrisma uzņēmējiem, TIC un vietējo asociāciju darbiniekiem, nodrošināt sev uzticama partnera reputāciju. Esiet informēti par to, ko dara TIC un vietējā tūrisma asociācija, jūsu kaimiņi – konkurenti vai sadarbības partneri, un apsveriet, kā jūsu uzņēmumu saistīt ar novada, pagasta kopējo piedāvājumu, kā veidot kopīgus tūrisma produktus. Vietējiem TIC ir tieša saskare ar klientiem, tādēļ no tiem varat iegūt informāciju par pieprasījuma tendencēm un izmaiņām, lai attiecīgi varētu pilnveidot savu piedāvājumu.

Informācija interneta vietnēs. Regulāri sniedziet informāciju par savu uzņēmumu ieviešanai novadu, pagastu mājas lapu tūrisma sadaļā. Neaizmirstiet informēt, ja jūsu piedāvājumā radušās izmaiņas, kas interesantas vai svarīgas klientiem.

Maršruti. Kur iespējams, iekļaujiet savu piedāvājumu TIC un asociāciju veidotajos novada maršrutos individuāliem ceļotājiem, grupām, auto un velo ceļotājiem.

Pasākumi. Piedalieties jūsu novada tūrisma pasākumos un iesaistieties to rīkošanā.

7.3. LATVIJAS LAUKU TŪRISMA ASOCIĀCIJA „LAUKU CEĻOTĀJS”

Asociācijas uzdevums ir gan mārketinga, gan produkta veidošana, kas iekļauj arī dažādus apmācību pasākumus – seminārus, pieredzes apmaiņas un mācību materiālus lauku tūrisma uzņēmējiem. Asociācijas kopsapulces divreiz gadā un citi pasākumi ir savstarpējas iepazīšanās un praktiskas pieredzes apmaiņas iespēja starp lauku tūrisma saimniekiem. Asociācijas valdē ievēlēti aktīvākie saimnieki, kam ir iniciatīva un idejas lauku tūrisma produkta un asociācijas darbības attīstībai. No 2012. gada par Asociācijas biedriem var kļūt ne tikai naktsmītnes, bet arī citi tūrisma pakalpojumu sniedzēji laukos, tajā skaitā arī apskates saimniecības, amatnieki, tradīciju pasākumu rīkotāji un citi. Vairāk par Asociācijas darbību un ieguvumiem, iestājoties Asociācijā, var lasīt www.prof.celotajs.lv.

Asociācijas „Lauku ceļotājs” iniciatīva ir mārketinga zīme „Latviskais mantojums” lauku tūrisma produktiem, kas klientiem ļauj iepazīt tradicionāli latviskas vērtības. Nacionāla mēroga asociācijas aktivitātes šajā virzienā ir iedrošinājums produkta veidotājiem, kam nevajadzētu kavēties izmantot situāciju, lai pilnveidotu un uzspodrinātu savu piedāvājumu, padarītu to pozitīvā nozīmē komerciālu un ievirzītu plašāka mēroga tūrisma aprītē.

Publikācijas – izdotas vairākas publikācijas, kas popularizē kultūras mantojuma tūrisma produktus.

KULTŪRAS MANTOJUMA KARTE „VĒRTS REDZĒT”

„Lauku ceļotājs” ir izdevis Latvijas, Igaunijas kultūras mantojuma karti "Vērts redzēt" - karte ar 150 izcilām vietām Latvijā un Igaunijā, kur paaudzēm pārmantotas tradīcijas iederas mūsdienu dzīvē – vai tās būtu vecmāmiņas



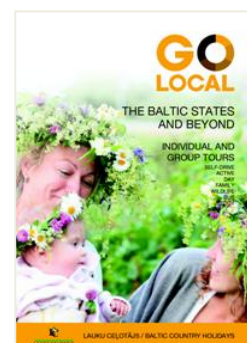
kartupeļu pankūkas, kas ceptas, neskaitot kalorijas, vai dzidrs mājas brūvējums ar mūsdienu realitātes prasīto akcīzes marķu un lepnu saimnieka – ražotāja birku, vai tradicionālais jumis jaunbūves korē. Karte ir aicinājums apmeklēt amatniekus un amatnieku centrus, vietējo un tradicionālo ēdienu un dzērienu gatavotājus, nelielus lauku pārtikas produktu ražotājus, zvejniekus, tradicionālo gadskārtu (piemēram – saulgriežu) svinību vietas, sētas, kur var piedalīties lauku darbos, bet bērni – iepazīt mājdzīvniekus, bioloģiskās un veselības saimniecības, krodziņus, muzejus un kolekcijas, pilsētu vēsturiskos centrus, etnogrāfiskus ciemus un teritorijas, ar vēsturi saistītus tematiskos pasākumus un notikumu rekonstrukcijas, sakrālas vietas un celtnes, atsevišķas pils un muižas, tradicionālu suvenīru iegādes vietas, takas un maršrutus. Karte tapusi Lauku ceļotāja un Igaunijas lauku tūrisma asociācijas (Ēesti maaturism) sadarbībā. Valodas: latviešu, krievu, angļu, vācu, igauņu un somu. Kartes pdf versija:

http://www.celotajs.lv/cont/publ/CulturalHeritageMap2013/pdf/CulturalHeritageMap2013_lv.pdf

CEĻOJUMU BROŠŪRA „GO LOCAL”

Ceļojumu brošūra izdota angļu, krievu un vācu valodās. Ceļojumu maršruti domāti gan individuāliem ceļotājiem, gan grupām, ceļošanai ar auto, kājām, velo. Tie domāti tūristiem, kuri vēlas nesteidzīgi iepazīt Latviju, Lietuvu, Igauniju, apmeklējot gan lielākas un mazākas pilsētas, gan ciemus, gan dabas teritorijas. Maršruti iekļauj apmeklējumus lauku saimniecībās, pie vietējiem ražotājiem, amatniekiem, dodot ceļotājam ieskatu mūsdienu Latvijas lauku dzīvē un kultūrvēsturiskajā vidē.

http://www.celotajs.lv/en/p/ebook/GoLocal_2013#/Chapter_1



CEĻOJUMU MARŠRUTU LAPAS

„Lauku ceļotājs” piedāvā astoņus „etno” maršrutus jebšu ekspedīcijas. Tiem, kas ceļo individuāli, maršrutu apraksti sniegs visu vajadzīgo informāciju – par apskatāmajām vietām, attālumiem, pat par ceļa segumu, maršruta alternatīvām, un arī naktsmītņņu, gidu un ēdināšanas vietu kontaktinformāciju. Tie, kas ceļo grupās, var katrā novadā piedalīties īpašā programmā, kur nobaudīs tradicionālos ēdienus, dzirdēs dziesmas, iemēģinās tradīcijas: piemēram, Lībiešu krastā aicinām izbaudīt „Mielastu zvejnieka sētā”, Suitu novadā – „Spēlmaņu krogu” ar vasaras kamīnu un suitu ēdieniem, Lejaskurzemē – Rucavas „Zvanītājos” piedāvā pavadīt vakaru tā, kā to darīja simts gadus atpakaļ, Zemgalē – izpētīt zemgaļu koka pili Tērvetē, Sēlijā – Dvietes palienes dabas parku (pirmo Latvijas cilvēku dzīves vidi), Daugavas krastos – atjaunoto Krāslavas pils kompleksu, Krāslavas katoļu baznīcu, bet Piebalgas pusē – Druvienas veco skolu ar lielisko gida stāstījumu.



VIETĒJĀS UN ĀRVALSTU IZSTĀDES

Publicētie materiāli tiek izplatīti tūrisma izstādēs Latvijā un ārvalstīs (Vācijā, Nīderlandē, Maskavā). Izstādēs tiek veidota sadarbība arī ar tūroperatoriem,



kuri veido piedāvājumu Baltijas valstu apceļošanai vai ir specializējušies kādā noteiktā nišā (piem., dabas tūrisms, „Go Local” tūres vai tml.)

http://galerija.celotajs.lv/lv/f/Events/2013/13_03_07_ITB2013

INTERNETA MĀRKETINGS – SOCIĀLIE MĒDIJI

„Lauku ceļotājs” aktīvi lieto sociālos mēdijus Facebook (Lauku ceļotājs) un Twitter (Laukucelotājs), ievietojot jaunumus no Asociācijas biedriem, interesantas ziņas saistībā ar lauku tūrismu Latvijā un citās valstīs, dabas, kultūras un vides novērojumus, ziņas par Asociācijas jaunajiem biedriem, par Asociācijas aktivitātēm. Asociācijas biedri, kuriem pašiem nav laika vai vēlēšanās ar to nodarboties, var sūtīt savas ziņas Asociācijas birojam e-pastā, un tās tiek ievietotas abos sociālajos tīklos, kā arī www.celotajs.lv jaunumu sadaļā.



SABIEDRISKĀS ATTIECĪBAS

Tiek rīkoti mēdiju braucieni, pēc kuriem presē ir publikācijas par apmeklētajām vietām, intervijas ar saimniekiem. Regulāri vismaz 4 reizes gadā tiek izsūtītas preses ziņas, pievēršot mēdiju uzmanību lauku tūrisma norisēm un aktualitātēm. E-avīzes ar informāciju par piedāvājumu tiek izsūtītas 2 reizes gadā noteiktai mērķauditorijai – lauku tūrisma interesentiem, mēdijiem, tūroperatoriem. Tiek sniegtas un organizētas intervijas, rīkoti atklātie pasākumi mēdijiem.



VIDEO KLIPI

Popularizējot kultūras mantojuma piedāvājumu, tiek veidoti video klipi ievietošanai sociālajos mēdijos, mājas lapās, izmantošanai semināros, dažādos pasākumos. Klipi nereklamē konkrētu produktu, bet raksturo tradicionālas Latvijas vērtības, rada tēlu, kuru tūrisma uzņēmēji tālāk izvērs konkrētā tūrisma produktā. Video klipu tēmas: tradicionālā ainava, lauku darbi un mazie ražotāji, latviskās zīme/raksti, gadskārtu svētki, pirts rituāls, ziema un tradīcijas, latviskās kāzas, latviskā virtuve: ēdieni, dzērieni, rudens krāsas un dabas veltes, pavasaris, dabas un dārza veltes.

Video piemēri skatāmi šeit:

„Ziema Latvijas laukos”

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=P4niPZ9SVCw#t=0s

„Pirts Latvijas laukos”

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=8z6VuYOw5lk

„Rudens Latvijas laukos”

http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=c9s63VwOf98#t=0s

7.4. TŪRISMA ATTĪSTĪBAS VALSTS AĢENTŪRA, KULTŪRAS MINISTRIJA

Tūrisma Attīstības Valsts Aģentūra veido Latvijas kopējo tūrisma piedāvājuma tēlu, kas piesaista tūristus un tūroperatoru kompānijas valstij, popularizē dažādus tūrisma veidus, galamērķus, pēta pieprasījumu. Mazo tūrisma uzņēmēju stratēģija ir izmantot valsts mārketinga kampaņu radīto publicitāti un veidot kvalitatīvu piedāvājumu atbilstoši pieprasījumam.

Kultūras ministrija ir atbildīga par nacionālās identitātes, kultūras mantojuma saglabāšanu un popularizēšanu. Tā ir konceptuāli atbalstījusi „Latviskā mantojuma” zīmes izveidi un piešķiršanu tiem lauku tūrisma uzņēmējiem, kuri caur savu tūrisma piedāvājumu popularizē tradicionāli latviskās vērtības. Līdz ar to valstiskā līmenī tiek atzīts, ka lauku tūrisma uzņēmējs, kurš veido kultūras mantojuma tūrisma piedāvājumu, piedalās valsts nacionālās identitātes veicināšanā. Ministrijas pārstāvji piedalās komisijā, kas izskata zīmes pretendentu pieteikumus, apseko uz vietas un lemj par zīmes piešķiršanu.

8. KULTŪRAS MĀRKETINGA ZĪME „LATVISKAIS MANTOJUMS”

Lai veicinātu kultūras mantojuma saglabāšanu un palīdzētu kultūras mantojuma lietpratējiem iesaistīties un gūt labumu arī no tūrisma, veidojot kultūras mantojuma tūrisma produktus, „Lauku ceļotājs” piedāvāja iniciatīvu izveidot īpašu mārketinga zīmi „Latviskais mantojums”. Zīmes piešķiršanas kritēriji veidoti kopā ar dažādu jomu tradicionālās kultūras ekspertiem. Šo zīmi atzinusi arī Kultūras ministrija.



ZĪMES UZDEVUMS

Zīme „Latviskais mantojums” tūrisma ietver saimnieku zināšanas, prasmes, vietas, dažādas materiālas un nemateriālas izpausmes, kas raksturīgas latviešu kultūrai un tiek lietotas ikdienas sadzīvē vai svētkos. Zīmes uzdevums ir popularizēt un saglabāt kultūras mantojumu, to aktīvi lietojot un padarot saprotamu mūsdienu cilvēkam. Tradīcijas, pārmantojamība paaudzēs un mūsdienīgs pielietojums tūrisma pakalpojumā ir svarīgi „Latviskā mantojuma” zīmes kritēriji.

KAS VAR SAŅEMT ZĪMI

Zīme „Latviskais mantojums” tiek piešķirta pakalpojumu sniedzējiem Latvijas laukos un tā apliecina, ka tūrisma pakalpojums balstīts uz latviešu kultūrai raksturīgām materiālām un nemateriālām vērtībām. Zīmi „Latviskais mantojums” var iegūt pakalpojumu sniedzēji: naktsmītnes, lauku saimniecības, amatnieki, ēdināšanas pakalpojumu sniedzēji, latvisko tradīciju pasākumu rīkotāji un vadītāji, muzeji, kolekcijas, prasmju un arodu zinātāji (maizes cepēji, audēji, bitenieki, keramiķi, kalēji, pirtnieki, jumtu licēji, teicēji, dziesminieki, u.c.).

KAS PIEŠĶIR ZĪMI

Zīmi „Latviskais mantojums” piešķir speciāli šim mērķim izveidota komisija. Tajā ir pastāvīgais sastāvs un mainīgais sastāvs. Pastāvīgajā komisijas sastāvā ir kultūras un tūrisma speciālisti ar pieredzi kultūras mantojuma un tūrisma jautājumos. Pēc nepieciešamības tiek pieaicināts papildus komisijas mainīgais sastāvs, un tie ir speciālisti dažādās jomās, piemēram, arhitekti, pavāri, folkloristi, latvisko tradīciju zinātāji, kāda konkrēta amata pratēji, u.c. Komisija pieņem lēmumus par katru konkrēto gadījumu diskusiju rezultātā, balstoties uz komisijas dalībnieku profesionālajām zināšanām, pieredzi un orientējoties pēc „Latviskā mantojuma” kritērijiem un skaidrojumiem. Komisija tiekas ne retāk kā reizi gadā. Komisijas sastāvu un tās darbības nolikumu apstiprina LLTA „Lauku ceļotājs”, konsultējoties ar

Kultūras ministriju un Kultūras ekspertiem. Kandidātu apsekošanu un prezentāciju, komisijas sēžu sagatavošanu veic LLTA „Lauku ceļotājs” (komisijas sekretariāts).

ZĪMES PIEŠĶIRŠANAS KOMISIJAS UZDEVUMI:

- organizēt un veicināt zīmes „Latviskais mantojums” ieviešanu un attīstību Latvijā;
- vismaz reizi gadā izvērtēt zīmes pretendentu pieteikumus, balstoties uz apsekojumu rezultātiem;
- sekmēt latviskās identitātes popularizēšanu, veicinot latviskās kultūras uzturēšanu līdz ar lauku attīstību un ekonomisko aktivitāti laukos;
- sekot Eiropas un Pasaules iniciatīvām nacionālā un Eiropas kultūras mantojuma jomā, veicinot sadarbību ar starptautiskām organizācijām;
- informēt sabiedrību par Komisijas lēmumiem;
- veicināt finansējuma piesaisti zīmes „Latviskais mantojums” ieviešanai un attīstībai Latvijā un starptautiskās sadarbības nodrošināšanai kultūras mantojuma jomā.

ZĪMES „LATVISKAIS MANTOJUMS” PIEŠĶIRŠANAS KĀRTĪBA:

- zīmi piešķir pēc komisijas ierosinājuma vai pakalpojumu sniedzēja pieteikuma.
- komisijas sekretariāts apkopo pieteikumus un organizē pretendentu apsekošanu (sagatavo dokumentāciju un apsekošanas grafiku, piesaista nepieciešamos ekspertus apsekošanai, utt.).
- komisijas sekretariāts sagatavo dokumentāciju par pretendentiem izskatīšanai Komisijas sēdē.
- komisija izskata pretendentu dokumentāciju un pieņem lēmumu par zīmes „Latviskais mantojums” piešķiršanu.
- komisija organizē/deleģē kultūras mantojuma zīmes un sertifikāta izgatavošanu un nosūta apstiprinātajiem pretendentiem. Pretendenti saņem arī zīmes elektronisko versiju izmantošanai savos reklāmas un mārketinga materiālos.

ZĪMES DARBĪBA UN PĀRSKATĪŠANAS KĀRTĪBA:

- zīme „Latviskais mantojums” tiek piešķirta uz nenoteiktu laiku
- gadījumos, kad tiek saņemtas negatīvas klientu atsauksmes par zīmes „Latviskais mantojums” saņēmēju, komisijas sekretariāts veic apsekošanu un informē komisiju par apsekošanas rezultātiem
- ja mainās pakalpojums vai tā īpašnieks/sniedzējs, komisija pārskata „Latviskā mantojuma” zīmes piešķiršanu.
- ja kādā no augstāk minēto gadījumu rezultātā, komisija konstatē, ka ir būtiski mainījies zīmes saņēmēja piedāvājums un apdraudēta kvalitāte un atbilstība zīmes „Latviskais mantojums” kritērijiem, komisija ir tiesīga anulēt piešķirto zīmi.

KULTŪRAS ZĪMES „LATVISKAIS MANTOJUMS” KRITĒRIJI

1. Latviskais mantojums tiek izmantots tūrisma pakalpojumā vismaz vienā no šīm jomām:
 - Ēku arhitektūra un ainava, telpu interjers
 - Ēdieni
 - Svētki, pasākumi, rituāli
 - Tradicionālie amati, prasmes un dzīvesveids

2. Latviskā mantojuma tūrisma pakalpojumam ir skaidrs nosaukums, koncepcija un pakalpojuma apraksts, komerciāla ievirze.
3. „Latviskais mantojums” ir pieejams apmeklētājiem un tiek piedāvāts interaktīvā veidā.
4. Latviskā mantojuma tūrisma produktā izmantotie elementi ir autentiski – saimnieki labi zina to ģeogrāfisko un vēsturisko izcelsmi, sākotnējo nozīmi, pielietojumu.
5. Saimniecībā redzamais latviskais mantojums tiek skaidrots un popularizēts informācijas materiālos (piem., informācijas lapa, informācijas stends mājā, paskaidrojumi ēdienu kartē, utt.) un ar saimnieku stāstījumu.
6. Tradicionālais stils tiek ieturēts konsekventi, nepieļaujot dažādu stilu un vēsturisko laika posmu sajaukumu, neadekvātus elementus.
7. Latviskais kultūras mantojums tiek kopts, saglabāts un uzturēts labā kvalitātē. Tiek ievērotas valsts noteiktās drošības prasības, kas attiecas uz lauku tūrisma pakalpojumiem; ir atbilstoša infrastruktūra apmeklētāju uzņemšanai (piem., auto stāvlaukums, tualetes apmeklētājiem, latviskā mantojuma apskates vieta, atbilstoši trauki ēdienu degustācijām, ja tādas piedāvā, utt.)
8. Saimnieki un personāls, uzņemot viesus, iespēju robežās apgērbā izmanto latviskajam mantojumam atbilstošus tradicionālus tērpa elementus/atšķirības zīmes, kas atbilst kopējam saimniecības tēlam.
9. Ir vērojama dažādu paaudžu saikne kultūras mantojuma saglabāšanā un pārmantošanā (piem., vecāsmātes ēdienu receptes, ko izmanto mazmeitas, utt.).
10. Saimniecībai ir sadarbība ar apkārtnē esošajiem latviskā mantojuma nesējiem (muzeji, kultūrvēstures pieminekļi, izstāžu, ekspozīciju rīkotāji, u.c.), lai apmeklētājiem varētu piedāvāt plašāku informācijas apjomu par novadā esošo kultūrvēsturisko mantojumu.
11. Saimniecībai vēlams nodrošināt apmeklētājiem iespēju iegādāties savus vai tuvākajā apkārtnē ražotus tradicionālus kultūras mantojuma suvenīrus vai pašu ražoto produkciju, kas noformēta suvenīru veidā.
12. Saimnieki ir iesaistījušies kādā apvienībā vai organizācijā, kas apvieno attiecīgo amatu, prasmju, vai arodu zinātājus, piedalās pasākumos, apmācībā, lai papildinātu zināšanas un tālāk attīstītu savu „Latviskā mantojuma” piedāvājumu.

PASKAIDROJUMI UN IETEIKUMI ZĪMES „LATVISKĀ MANTOJUMA” KRITĒRIJEM

1. Ēku arhitektūra un ainava, telpu interjers

- visas saimniecības ēkas būvētas un saimniecības pagalms (ēku komplekss, dārzs, stādījumi) veidots vienotā (konsekventā) stilā, kas atbilst noteiktam vēsturiskam posmam un ir raksturīgs konkrētam novadam vai vietai;
- ja ēka ir remontēta/rekonstruēta, ir saglabāta būvju arhitektoniskā vērtība, izmantoti tikai iepriekš minētajam stilam atbilstoši materiāli (ekoloģiski būvmateriāli), formas un krāsas, darbs veikts kvalitatīvi, saglabājot objekta kultūrvēsturisko vērtību un kultūras mantojuma elementus (logi, durvis, grīdas, sienas, dekorācijas, u.c.). Netiek pieļauta stila vienkāršošana, piem. sākotnējo koka logu, durvju aizstāšana ar plastikāta logiem vai metāla durvīm;
- vienots telpu iekārtojums (mēbeles, sadzīves un interjera priekšmeti), atbilstošs ēku un pagalma arhitektūrai, noteiktam vēsturiskam posmam un raksturīgs konkrētam novadam vai vietai;
- ēkas apkārtnē (sētā vai saimniekam piederošajā teritorijā) ir tradicionāla, latviska ainava, kas apvieno kultūras un vides intereses;
- viesiem pieejamā vietā ir izvietota informācija (stends vai cits informatīvs materiāls) par ēku un pagalma arhitektūru, telpu iekārtojumu, kas paskaidro kultūras mantojuma aspektu;
- saimnieki zina stāstīt par ēku un pagalma arhitektūras vēsturisko mantojumu, iekštelpu iekārto – izcelsmi, pielietojumu, funkcijām, utt., objektam ir sava vēsturiskā „lēģenda”.

2. Ēdieni (ēdienu gatavošana un pasniegšana – kulinārais piedzīvojums)

- akcentējot vietējo kultūrvēsturisko mantojumu, piedāvātie latviešu ēdieni un dzērieni ir raksturīgi konkrētam novadam vai vietai un ir uzskatāmi par tradicionāliem latviešu nacionālās virtuves ēdieniem/dzērieniem;
- ēdieni tiek gatavoti no vietējas izcelsmes (pagastā, novadā audzētiem vai ražotiem) pārtikas produktiem un ir atbilstoši sezonai;
- saimnieki sniedz informāciju par produktu piegādātājiem – zemnieku, zvejnieku saimniecībām, ražotājiem. Ja attiecīgie produkti nav gatavoti/ražoti uz vietas saimniecībā, saimnieki var pastāstīt par to, kā produkti tiek ražoti un no kurienes tie ir nākuši;
- apmeklētājiem ir pieejams paskaidrojošs apraksts ēdienkartē vai cita veida informācija par ēdieniem, kas tiek piedāvāti, piem., to izcelsmi, sastāvu, īpašiem gatavošanas veidiem;
- saimniece var pastāstīt par „Latviskā mantojuma” ēdieniem, iepazīstināt ar īpašo ēdienu receptēm, iemācīt pagatavot kādu ēdienu (saimniecībā vēlams sagatavot īsus aprakstus par nozīmīgākajiem gadskārtu ieražu ēdieniem un to pagatavošanu);
- saimniecība piedāvā degustācijas vai demonstrē kā ēdiens tika gatavots senajos laikos (piem., maizes cepšana senajā krāsni).
- ēdiens tiek pasniegts atbilstošos traukos (piem., māla šķīvji, bļodas), ir atbilstošs galda noformējums (piem., masīvkoka galds un krēsli, linu galdauts).
- ēdieni ir kvalitatīvi pagatavoti un saimniecībai ir nepieciešamās atļaujas ēdiena gatavošanai un pārdošanai.

3. Svētki / pasākumi / rituāli

- saimniecība piedāvā seno tradīciju, svētku, godu / pasākumu programmas, tradicionālos rituālus, kā arī paši tās organizē un iesaista viesus ;
- par pasākumiem ir iepriekš pieejams konkrēts programmas apraksts (pasākuma temats, nosaukums, mērķis, dalībnieki, ilgums, vieta, metodes, veids, kā tiek iesaistīti apmeklētāji, u.c. info);
- saimnieks /pasākuma vadītājs ir kompetents un var pastāstīt par latviešu tradicionālajiem svētkiem (piem. Meteņi, Jāni, Miķeļi, Ziemassvētki), godiem (piem., kāzas, kristības) un rituāliem (piem., pirts), to norisi un jēgu;
- pasākumiem ir atbilstoši iekārtota un noformēta telpa vai vieta ārpus telpām (piem., ugunsкура vieta, šūpoles, meijas utt.);
- saimnieki /pasākuma vadītāji iespēju robežās ir tērpušies atbilstoši pasākuma tematikai;
- pasākuma sastāvdaļas/elementi ir autentiski, nav aizguvumu no citām kultūru tradīcijām. Latviskā mantojuma tradīcija var tik pasniegta arī mūsdienīgā adaptējumā vai saīsinātā versijā (piem., kāzas).
- pasākuma aktivitātēs (dziedāšana, dejošana, rotaļas, rituāli gājieni) apmeklētāji tiek iesaistīti kā pilnvērtīgi dalībnieki, nevis tikai skatītāji;
- ja pasākumā tiek pasniegti ēdieni, tiem ir jābūt piederīgiem attiecīgo svētku ēdieniem/dzērieniem (nav pieļaujami , piem., čipsi, koka-kola, u. tml.). Nav vēlama plastmasas trauku lietošana;
- ja pasākumā tiek atskaņota mūzika (ieraksti, tautas mūzikas instrumentu spēle, etnogrāfiskā vai tradicionālā dziedāšana), tai ir jābūt iederīgai un atbilstošai pasākumam .

4. Tradicionālie amati, prasmes un dzīvesveids

- saimniecībā, amatu darbnīcā apmeklētāji var iepazīties un viņiem tiek rādīti un skaidroti amati un arodi – darba tradīcijas, process, amata vēsture, nozīme un rezultāts;
- saimnieki iespēju robežās ir tērpušies atbilstoši konkrētajam latviskajam arodam;
- saimniecība piedāvā apgūt amatu prasmes, līdzdarboties amata veikšanā, pašu rokām izgatavot kādu lietu (piem., māla podu vai koka karoti) , iepazīties ar amata darbarīkiem, amata vēsturi. Apmeklētājiem tiek piedāvātas „radošās darbnīcas”, atvērtas meistardarbnīcas, individuālas nodarbības, paraugstundas, paraugdemonstrējumi;
- ir iepriekš pieejams apraksts par piedāvājumu: kas tiks iemācīts, kādā veidā tas notiks, cik bieži pieejams, utt.;
- saimniecībā tūrisma uzņēmumā tiek rīkoti tematiski pasākumi, kuros ir iespēja mācīties tradicionālos amatus;
- ir amata rezultātu ekspozīcija /stends, varbūt ir apskatāmi arī seni priekšmeti, suvenīri, mājsaimniecībā noderīgas lietas, to pielietojuma apraksts vai saimnieka stāstījums;
- apmeklētājiem ir iespēja mācīties tradicionālos lauku saimniecības darbus un piedalīties tajos (piem., maizes cepšana, miltu malšana, siena vākšana, kartupeļu talka, malkas skaldīšana utt.).

Mārketinga zīme „Latviskais Mantojums” pirmajām 12 saimniecībām tika svinīgi pasniegta 2013. gada 10. maijā.



9. PIELIKUMI

9.1. TERITORIJU POTENCIĀLIE TŪRISMA PRODUKTI - PIEMĒRI

ABAVAS SENLEJA – TŪRISMA ATTĪSTĪBAS VĪZIJA

Abavas senleja ir vienots tūrisma galamērķis, kas veido skaidru priekšstatu tūristu iztēlē – dabas bagātības un dzīva kultūrvēsture, un kas pamatots ar precīzu pakalpojumu klāstu. Abavas ielejas attīstības centrs – NVO, kurā apvienojas visi teritorijas uzņēmēji, lokālās NVO, vietējie iedzīvotāji, pašvaldības un citi teritorijas attīstībā iesaistītie, lai kopīgi strādātu pie teritorijas attīstības, mārketinga un dabas aizsardzības.

- Abavas upe – ūdenstūristu iecienītākā upe Kurzemē, tīra, dabiska un līkumota, ar labu infrastruktūru (piestātnes, apmetnes, pakalpojumi). Vietējie iedzīvotāji, kas apsaimnieko arī upes krastus, piedāvā dažādus pakalpojumus (ēdināšana, naktsmītnes, pirts, malka, pārtikas produkti utt.). Sezonas laikā laivu īres operatori, citu pakalpojumu sniedzēji upē rīko sakopšanas talku, panākot upes tīrību un atsedzot skatus uz ievērojamiem objektiem - atsegumiem, ūdenskritumiem, kultūrainavām. Upei ierīkotas zīmes/norādes, kas palīdz orientēties ūdens tūristam – tās norāda gan uz infrastruktūras objektiem (apmetnēm, naktsmītnēm, veikaliem, kafejnīcām), un arī upes tuvumā esošajiem apskates objektiem (dabas takām, apskates saimniecībām, ievērojamiem akmeņiem un atsegumiem). Sabilē, Kandavā, Rendā un citviet upes krastā ierīkotas drošas laivu piestātnes, kas rada iespēju laivu atstāt drošā vietā, kamēr paši dodas apskatīt vecpilsētu vai ieturēt maltīti pilsētas krodziņā.
- Čigānu kultūra ir neatņemama Abavas senlejas identitāte. Ekskursija pa čigānu apmetni, iegādājoties čigānu suvenīrus, ko paši gatavo, iespējams pasūtīt vietējo gidu, kas stāsta par čigānu tabora ideju, tautas vēsturi un saistību ar šo reģionu. Kā īpaša atrakcija ir nākotnes zīlēšana, čigānu kāzu tradīcijas, čigānu zirgi, amuleti, gredzeni, reliģija un īsti čigānu baroni. Tūristu grupām iespēja organizēt čigānu dziesmu un deju priekšnesumu, baudīt uz ugunsкура gatavotu čigānu zupu. Vietējās Kandavas un Sabiles pilsētiņu ēstuvēs un tradicionālajos krogos ir pasūtāmi čigānu ēdieni. Ar to šīs pilsētiņas ir slavenas un tūristi dodas nobaudīt ko atšķirīgu, dabisku un uzzināt kultūru, kas ir noslēpumaini pievilcīga.
- Sabiles Vīna kalns ir ne tikai leģendāra vieta ikgadējiem vīndaru svētkiem, kad sabrauc vīndari no visas Latvijas, arī citām apkārtnes valstīm, bet arī vieta, kur ikdienā degustēt dažādus Latvijā (un īpaši tuvākajā apkārtnē) ražotus vīnus - raudzētus no visdažādākajām ogām, augiem un meža veltēm. Īpaša atrakcija ir Sabilē audzētā, ekskluzīvā vīna degustācija. Pats jaunās ražas vīna pirmās pudeles atvēršanas pasākums tiek izsludināts visā valstī. Tur var iegādāties arī Sabiles vīna kalna vīnogu stādus. No vīna ražošanas blakus produktiem tiek ražoti citi produkti (kosmētikas līdzekļi, stiprie dzērieni u.c.). Abavas ielejas piederības logo rotā katru produktu un suvenīru (korķa vilķi, glāzes, kausus u.c.).
- Ainaviskās skatu vietas un pastaigu takas – Abavas senlejas gleznainā ieleja tiek eksponēta gan dabas, gan kultūras skatu rakursos (Kandavas un Sabiles pilskalns, Greiļu kalns, Buses pilskalns,

skatu vieta pie Ķempjiem, Drubazām u.c.). “Kurzemes Šveice” ir eksponēta visā savā krāšņumā. Viena skatu vieta tiek savienota ar nākamo ar taku tīklu. Gleznainākajās vietās ierīkoti skatu torņi, platformas ar info stendiem, atpūtas soliņiem. Senie pilskalni „apspēlēti” ar leģendām un vēsturisko maketu, skati uz mazpilsētām papildināti ar agrāko laiku sadzīves aprakstiem un senajiem foto stendos. Tās ir galvenās pieturas vietas Abavas ielejas slavenajos pārgājienu maršrutos, kas papildināti ar vēsturiskiem trosu ceļiem un braslu šķērsošanas vietām. Abavas senlejas pastaigu takas iesniedzas Imulas un Amulas ielejās, ļaujot iepazīt Buses pilskalnu, Pūces dzirnavas un skaistākās Imulas un Amulas ieleju vietas. Tiem, kam nepatīk staigāt – var pārlidot teritoriju ar paraplānu, lai baudītu dabas un mazpilsētu saskaņīgās ainavas no augšas. Ziemā taku maršrutos ierīkotas distanču slēpošanas trases.

- Sabile, Kandava un Renda ir šarmantas un rosīgas mazpilsētas ar saglabātu vēsturisko auru - koka apbūve, bruģētas un līkumotas ieliņas nes gan kuršu senvēsturi, gan Hercoga Jēkaba laikus. Atraktīvas vēstures izziņas ekspozīcijas, “dzīvie” muzeji, amatnieku darbnīcas, alus un vīna darītavas, “kuršu” un “Hercoga Jēkaba” krogi, viduslaiku tirgi, kaļķu cepļi, dzirnavas. Īpaši izceltas unikālas vietas: Kandavā - senākais akmens mūra tilts Latvijā, Sabilē - senākais baznīcas zvans. Tematiskas pastaigas zinošu gidu pavadībā vai individuālo tūristu ērtībām sagatavoti mazi ceļveži ar iezīmētu kultūrvēsturisko maršrutu.
- Pedvāle - nozīmīgs kultūras centrs, kas ik gadu apmeklētājus saista ar jauniem mākslas darbiem, radošiem plenēriem, izstādēm un performancēm. Vieta, kurā jebkuram apmeklētājam tiek dota iespēja vērot mākslas un dabas mijiedarbību - “Radošums un akmens viedums”. Ir iespēja katram arī pašam izmēģināt roku mākslinieku darbnīcās.
- Abavas senlejas dabas bagātība – daudzveidīgas pļavas, kadiķu audzes, skujkoku, ozolu, nogāžu un gravu meži, kaļķaini zāļu purvi, smilšakmens un dolomīta atsegumi, strauti, avoti un avoksnāji, ko iespējams iepazīt, izstaigājot dabas takas individuāli vai vietējo gidu pavadībā dodoties izzinošos pārgājienos, apmeklējot apskates saimniecības, kas demonstrē tradicionālās apsaimniekošanas metodes un māku “sadzīvot ar dabu”.

DVIETES PALIENES DABAS PARKS - TŪRISMA ATTĪSTĪBAS VĪZIJA

Dvietes paliene ir izcils dabas un ainavu tūrisma galamērķis Sēlijā. Sēlija pazīstama kā Latvijas piektais vēsturiskais novads līdzās Latgalei, Vidzemei, Zemgalei un Kurzemei, kurā valda pieci gadalaiki – vasara, rudens, ziema, pavasaris un palienes palu laiks – *atbūda (tulkojumā - pali vai palu teritorija)*. Visu apvidu, neatkarīgi no pagastu un citām administratīvajām robežām, klāj kājnieku, velo, laivu, slēpotāju un auto tūrisma maršrutu tīkls ar vienotu, kvalitatīvu marķējumu un informāciju vairākās valodās pie ievēribas cienīgiem objektiem. Visos informācijas punktos pieejamas kartes ar maršrutu aprakstiem un GPS koordinātām, naktsmītņu un ēdināšanas vietu kontaktinformāciju – neatkarīgiem ceļotājiem ir ērti un droši pavadīt nedēļas nogali vai ilgāku laiku, jo maršruta plānošana ir viegla un vienkārša, pateicoties kvalitatīvai, viegli pieejamai un aktuālai informācijai. Pieejama velo un laivu noma, gidu pakalpojumi dažādās valodās. Viesu mājās, ēdnīcās, restorānos pasūtāmi ēdieni no „Sēļu ēdienkartes”. Sabiedriskā organizācija apvieno Dvietes palienes uzņēmējus kopīgai rīcībai, iniciē jaunus produktus, svētkus, festivālus un citus pasākumus atpazīstamībai un apmeklētāju piesaistei.

- Dvietes pali – kā tūrisma produkts ir šīs teritorijas simbols, kas sākas ziemas beigās un turpinās līdz pat vasaras sākumam (ilgst pat 2-3 mēnešus). Sākoties paliem, tiek izsludināta 5. gadalaika

iestāšanās - Atbūda – ar plašu publicitāti reģionālajos un nacionālajos mēdijos. Operatīvi tiek nodrošināti visi vajadzīgie pakalpojumi tūristiem – drošas auto stāvvietas, laivu noma, ģērbtuves, izbraukuma kafejnīcas, laivu gidi, kas pārzina vietējo apkārtni un izvadā laivotājus pa pārplūdušajiem ceļiem, starp kokiem un pa applūdušajām pļavām. Laivošana Dvietes palos pieejama ne tikai ekstrēmu piedzīvojumu meklētājiem, bet pat ģimenēm ar bērniem. Ekstrēmistiem tiek rīkotas laivu orientēšanās sacensības palienē. Tikai palu laikos atbraucot ir skaidrs, kāpēc te tik daudz ciemu ir „salas” – Putnu sala, Sīļu sala, Pupiņu sala, Būku sala – māju puduri izskatās kā salas. Īpaši tradicionāls piedāvājums ir plostu laišana palu kulminācijas laikā, kad ar kārti var pārstumties pāri pļavai – tas arī ērtākais transporta līdzeklis no sētas uz sētu.

- Putnu, zvēru, kukaiņu un augu vērošana – katrs no šiem produktiem ir rūpīgi izstrādāts, sākotnēji iesaistot profesionālus biologus, ornitologus, entomologus – izzinot bagātīgo dabas teritoriju. Saimnieki un gidi pietiekami daudz zina par dabu, prot aizrautīgi, pārliecinoši, ar humoru stāstīt, runā vairākās valodās. Klientiem ir iespēja noīrēt aprīkojumu – lietusmēteļus, binokļus, utt. Dabas vērošanas produktiem ir arī kvalitatīvi papildu pakalpojumi – piemēram, nakšņošanas, pārgērbšanās un atpūtas telpas pirms un pēc gājiena dabā, putnu un zvēru balsu ierakstu noklausīšanās, pēdu foto un to nospiedumu atlējumu apskate pirms to vērošanas, utt., silta tēja/kafija ar kādu cienastu no vietējiem produktiem vai iespēja pasūtīt ēdienus līdzī. Sibīrijas skalbe, augs, kas izplatās ar palu ūdeņiem un „atzīmē” ik gadu palu ūdeņu līmeni - ir Dvietes augu simbols. Ķikuta riesta dziesma ir šīs puses dabas skaņas simbols, griezes siluets ir visa dabas parka simbols. Bebri te tiek cienīti, jo tie tiek izmantoti: dziedzeri izkaltēti lietoti uzlējumā pret slimībām, āda, zobi kā amuleti, gaļa un aste – marinēta un žāvēta ir gardākās uzkodas pie alus. Nepārskatāmi zosu bari migrējot te atpūšas, kā dēļ putnu vērotājiem iecienīta vieta.
- Sēlijas kulinārais mantojums – ir apzinātas Sēlijai raksturīgo ēdienu receptes, kas apkopotas iespiedmateriālā un iegādājamas kā viens no šejienes suvenīriem. Katrā no ēdināšanas vietām pieejams vismaz viens no izdevumā iekļautajiem ēdieniem vai dzērieniem: Batviņi – jauno sarkano biešu zupa ar visām jaunajām lapiņām, gavēņa ēdiens - skābētu auzu pārslu ķīselis, sirņiki – biezpiena plāceņi, škvarkas – biezputra ar saceptu speķīti (circenis), un veselības stiprināšanai piedāvā bebru dziedzeru uzlējumu. Ēdienkartēs sēļu ēdieni atzīmēti ar īpašu sēļu simbolu. Apmeklējamas arī lauku saimniecības, kurās var iegādāties vietējos produktus sezonas laikā.
- Sēļu sēta – interaktīvs muzejs, kas eksponē Sēļu tradīcijas – precības, amatnieku zinības, senās spēles u.c. Te var arī nogaršot visus tradicionālos ēdienus. Sēļu sētas speciālisti nodod savas zināšanas vietējiem uzņēmējiem, lai popularizētu sēļu kultūru un nestu augstu atšķirīgo. Tradīcijas ir arī kopā sanākšanu iemesli: Skladankas – zaļumballes, jaunā alus mucās pārliešanas „degustācija” – alus pārkāšas, Abādas – cūku bēres, kad kaimiņus saaicina uz kāpostiem, ganu pirmā diena, kad govīs izlaiž ganībās pēc ziemas.
- Sēļu arhitektūras tradīcijas tiek pārņemtas arī jaunajās būvēs - sētas ir vaļējas, brīvas, taisnā leņķī ar skaidu jumtiem, bez žogiem, jo tos tāpat aiznestu ledi. Kokgriezumi logu aplodēs ir bagātīgi un krāsaini, dubultslēģi. Akmeņu arkas veidotas pagalmā. Mājas ir ar 2 ieejām – viesu ieeja un pagalma ieeja, verandas ar vitrāžām, saimniecības ēkas stabos attēloti tuvējo muižu elementi.
- Arheoloģija kā tūrisma produkts ir iecienīts. Plaši zināms, ka Sēlijā ir atrastas pirmās akmens laikmeta apmetnes Latvijā. Tūristi var iejusties un izbaudīt dzīvi akmens laikmetā – gan virtuāli,

gan reāli – izbaudot, kā iekurt uguni ar kramu, kā pagatavot maltīti un kā gulēt zvērādās, klausoties dzīvnieku balsīs apkārtnē, rotāties ar senajām rotām, lietot senos darba rīkus.

- Dvietes informācijas punkts – interaktīvs apmeklētāju centrs, kur apmeklētāji var izplānot savu maršrutu, izvēlēties un pasūtīt gidu ekskursijas un citus pakalpojumus, iegūt kontaktinformāciju. Šeit apmeklētājiem iespējams noskatīties video materiālus, iegādāties suvenīrus, darbojas kafējnīca ar ēdieniem no vietējiem produktiem. Apmeklētāji var noskatīties video materiālus, iegādāties suvenīrus - simbolus no šīs puses – miniatūrus palu plošus, bebru un griezes figūriņas, Sibīrijas skalbi – atklātnītēs, izšuvumos, uz alus kausiem, degvīna glāzītes ar bebra veidolu virsū. Informācijas punkts ir vietējās sabiedriskās organizācijas tikšanās vieta.

ZBR JŪRAS PIEKRASTE - TŪRISMA ATTĪSTĪBAS VĪZIJA

Jūras līča piekraste ir izcila vērtība gan tiem, kas tur dzīvo, gan tiem, kas to apmeklē. Lieliskā dabas ainava, zvejniekciemi ar piekrastei raksturīgu, gaumīgu arhitektūru veido harmonisku, prieka pilnu un aizrautīgu noskaņu. Visu jūras krastu vieno kopīga un dzīva „stīga” - tā pieejama velobraucējiem, kājāmgājējiem, sportistiem. Līcis un krasts ar ostām un steķiem sniedz baudu kaitotājiem, sērfotājiem, kuģotājiem, laivotājiem, tāpēc krastā stāvētājiem skats uz jūru ir dinamiski krāsains. Iedzīvotāji un piekrastes apmeklētāji apzinās izcilās dabas vērtības un ciena tās – gan augus, gan putnus, gan iežus un ZBR akmeņainās jūrmalas krasta simbolu – akmeņus.

- Ūdens dzīvo! – jūras krasts ir bagāts ar daudzo upju grīvām – Salacas, Vitrupes, Svētupes un citu upju grīvas tiek izmantotas kā zvejas laivu ostas un patvērums nelabvēlīgā laikā. Katrā upes grīvā ir kāds infrastruktūras objekts, piemēram, bāka (arī mākslīgi veidotas), kas ļauj piekrastes apceļotājiem (laivotājiem vai staigātājiem) orientēties, atpazīt atrašanās vietu un noskaidrot attālumus līdz apdzīvotām vietām, sabiedriskajam transportam, utt. Infrastruktūras objekti var nodrošināt arī atpūtas telpas (piem., kafējnīca vai apmeklētāju centrs), sakaru iespējas (telefons, internets). Upes bagātas zivīm un arī laivotājiem. Jūrā peld jūras kajaki. Tiem, kas bauda jūru no krasta, acīm paveras brīnišķīgi skati – jūra dzīvo! – laivas, kaitotāji, kuģīši. Kaitotājiem iekārtotas labas un drošas stāvvietas krastā. No Rīgas uz Saulkrastiem un tālāk uz Salacgrīvu un Ainažiem kursē kuģītis „Neibāde”, iedzīvinot ostas un steķus Saulkrastos, Tūjā, pie Vitrupes, Kuivižos...
- Vecais ainaviskais ceļš gar jūru - akmeņi, klintis, rāgi un nelielie līči jūras krastam dod vislabākās iespējas skatu baudītājiem, ceļojot gar līča krastu. Viss krasta posms ir savienots ar veloceļu – pa veco ceļu gar jūras krastu, bet kur tas nav iespējams – izbūvējot īsus veloceliņus blakus lielajam ceļam. Piekrastes ceļu izmanto arī maratonisti sacensībām. Viss piekrastes posms ir iedzīvināts. Ir infrastruktūra, lai cilvēks justos labi un gaidīts.
- Pasākumu vieta - Salacgrīvas Zvejnieku svētkiem, pasākumiem tiek papildu izbūvēta skatuve uz ūdens kā peldoša sala, kas dod iedzīvotājiem un viesiem iespējas pulcēties.
- Zvejnieki un zivis. Nēgu tači, jūrā iešana līdz zvejniekiem, svaigas, ceptas, žāvētas zivis vai zivju zupa ir kā piekrastes simbols. Zvejnieki ir daudz, tie sadarbojas savā starpā un savu lomu piedāvā arī viesiem.
- Piekrastes arhitektūra ieturēta raksturīgā piekrastes stilā, kas dod kopīgu noskaņu un ļauj viesiem un pašiem ciemu iedzīvotājiem justies labi, ērti piekļūt jūrai, baudīt skaistos skatus.

Zvejnieku ciematu omulība ir vienkāršībā (saskaņotas, dabā atrodamas krāsas, zema apbūve, divslīpi jumti, viensētām raksturīgs ēku izvietojums, celtniecībā izmantoti apkārtnē iegūstamie materiāli. Arī žogi ir vienota izskata un neaizsedz viesiem skatu uz jūru).

- Putni. Randu pļavas un citi bagātīgie mitrāji nodrošina putnu vērotāju - gan pašmāju, gan ārzemju viesu interesi. Izbūvēti putnu vērotāju torņi, informācijas stendi un noteicēji, takas ar saistošu, viegli uztveramu informāciju, kas ļauj putnu dzīvi iepazīt arī tiem apmeklētājiem, kam nav dziļas intereses par ornitoloģiju.

RĀZNAS NACIONĀLĀ PARKA VĪZIJA

Rāznas NP ir vienots tūrisma galamērķis ar īpašām, tikai šai vietai raksturīgām vērtībām – daba, Rāznas ezers un Mākoņkalns, Latgales amatnieku darbnīcas, sādžu ainava, Vecticībnieki, Latgaliešu valoda un tradīcijas, Latgales īpašā kulinārija. Teritorijā ierīkots parka apmeklētāju centrs, kur var iegūt informāciju par parka dabu, notiekošajiem pasākumiem, pieejamiem pakalpojumiem utt. Apmeklētāju centrā darbojas neliela kafejnīca, suvenīru tirgotava, ekspozīciju telpa un semināru zāle. Te iespējams arī rezervēt naktsmītnes, kuģīša ekskursijas pa Rāznas ezeru, nopirkt kartes, RNP informācijas materiālus un plakātus. Apmeklētāju centrs reizi gadā aicina kopā parka darbiniekus, iedzīvotājus, uzņēmējus, lai nolemtu par darāmo nākamā gadā. Centrs balstās uz valsts, privātā un pašvaldības kapitāla ieguldījumu, to apsaimnieko NVO. Centrs piesaista turpmākus projektus parka attīstībai. Tas rūpējas arī par galvenajiem mārketinga pasākumiem, klientu piesaisti, parka mājas lapu parkam un pasākumu koordināciju. Daļa ienākumu, kas tiek saņemti parka teritorijā, tiek atgriezti parka labiekārtošanai un uzturēšanai. Visi parka ieinteresētās puses (iedzīvotāji, uzņēmēji, pašvaldība, parka administrācija, NVO utt.) tiek aicinātas reizi gadā, lai apspriestu iepriekšējo pieredzi un kopīgi skatītu parka attīstību. Rāznas NP ir Latgales sirds un lepnums un nes īpašo Latgales identitāti.

- Rāznas ezers . Vasarā pie Rāznas ezera tiek piedāvātas visdažādākās atpūtas iespējas, laiku pavadot smilšainajās ezera pludmalēs peldoties, sauļojoties, slidinoties pa ūdens kalniņiem, vizinoties ar laivu, katamarāniem. Saistoša ir nesteidzīga ekskursija ar kuterīti pa Rāznas ezera līčiem, gar ezera salām vai izbraukums ar jahtu pa gludo ezera spoguli. Neiztrūkstoša ir makšķernieku klātbūtne Rāznas ezerā gan vasarā, gan ziemā, kad ezers aizsalis. Rīkojot ziemā zemledus makšķerēšanas sacensības, tūrisma uzņēmēji piedāvā pietiekami daudz apmešanās iespējas. Pietiekami aukstās ziemās pa Rāznas ezera ledu var mēģināt savus spēkus skijoringā aiz zirga. Rīkšotāju sacensību rīkošana. Netāļajā Pārtovas ezerā var vizināties ar ūdensmotociklu, ūdensslēpēm, pieejams veiksboards.
- Latgales amatnieki – Pudnieku skuola, podnieku dienas ir slavenas ārpus Latvijas robežām. Atraktīvā tūristu iesaistīšana amatnieku suvenīru veidošanā gan dažu stundu garumā, gan vairāku dienu apmācībā, veido Latgales mākslas un amatnieku noņemšanas-skolas kā populāras akcijas katru vasaru. Amatnieku darbnīcas vairākas reizes gadā sanāk ar saviem darbiem un prasmēm uz amatnieku tirgiem.
- Mākoņkalns – ierīkota izcila skatu vieta, kas nes vienlaikus arī izziņu par seno Latgaļu pili. Senākā Latgales Viduslaiku pils, saukta par Padebešu kalna, Voleknbergas vai Makoņkalna pili, kopā ar vēl saglabājušos, iekonservēto vairogmūra daļu un kādreizējiem koka nocietinājumiem atainota skicē – informācijas standā. Iekšpusē pie mūra ir izveidota skatu platforma, kas ļauj apmeklētājiem pakāpties mūra augstumā, vienlaicīgi aizsargā pašu mūri. Kalna augšējā daļa ir

attīrīta no krūmiem tā, ka paveras brīnišķīgs skats uz Rāznes ezeru un Latgales ainavu, tāpat kā paveras skats arī uz pašu kalnu no tālienes. Atjaunota tās senajā veidolā ir pils aka, ko šobrīd iezīmē vien konusveida padziļinājums. Pils kādreizējie vaļņi un grāvji ir attīrīti ap pils plakumu un priekšpili, dodot iespēju vizuāli uztvert fortifikācijas veidojumus kopumā no kalna virsotnes. Informācijas plāksnes vēsta arī par vairogmūri, akas vietu, tālo ainavu apskates vietām, norādes uz vaļņu un grāvju vietām. (pēc arhitekta Pētera Blūma „Mākoņkalna pilsdrupu saglabāšanas un attīstības koncepta”).

- Latgaliešu valoda un tradīcijas. Latgaliešu valoda ir plaši izplatīta un cilvēki, kas to runā un saprot, ar to lepojas. Tūristiem tiek ieteiktas mazās latgaliešu valodas vārdnīcas, lai spētu uztvert smalko latgaļu humoru. Senās tradīcijas atdzimst jaunā kvalitātē – večerinkas un zaļumballes atgūst iepriekšējo veidolu netālaļā Piedrujā un citur. Latgales kāzas tiek organizētas plašā apkārtnē, kur skan tādi mūzikas instrumenti - pašskaņi: eglīte, ērkulis, trideksnis, kāzu āmurs jeb čagana. Neiztikt arī bez trokšņu taisīšanas priekšmetiem: beņķis, ko čīkstina ar slotas kātu, gan koka karotes, gan veļas beržamais dēlis, gan govju zvans, gan robainā veļas rullējamā vāle. Andrupenes folkloras kopa "Sovvaļņiki" " un Dagdas novada folkloras kopa "Olūteņi" apmāca citus muzikantus, lai Latgaļu svinības iet plašumā.
- Baznīcas un reliģija. Visā krāšņumā sastopama - katoļu, vecticībnieki, pareizticīgie, luterāņi. Latgalieši ir lepnī ar plašo reliģiju spektru sadzīvošanu. Baznīcu zvani – katrs ar savu vēsturi tiek eksponēts arī apmeklētājiem. Īpaši raksturīgas un izceltas ir vecās un labi saglabājušās Latgales veco baznīcu durvis. Vecticībnieku lūgšanas nami nes īpašo Latgales kultūras mantojumu – tas ir atvērts, un, respektējot to, iespējams pabūt pavisam tuvu. Baznīcas, kā viena no Latgales identitātēm, tiek atvērtas arī tūristu apskatei, tādejādi saņemot arī ienākumus no tūrisma. Krucifiksi, vecās kapsētas tiek parādītas kā liela Latgales vērtība, skaidrojot neparasti plašo nacionālo piederību, kas kādreiz bijusi Latgales teritorijā un atstājusi savu ietekmi tās kultūrā un mantojumā.
- Latgales tradicionālā apbūve un ciemu (sādžu) ainava. Tiek augstu vērtēta un saglabāta Latgales identitāte – raksturīgās ciemu koka apbūves – guļbūves ar fasādes dēļu apdari, ar bagātīgu dekoratīvo apdari, raksturīgu logu aizvīrtņu krāsojumu, melnās dūmu pirtis, raksturojot Latgales un vecticībnieku kultūru (19.gs. b./ 20.gs. s.) kā talantīgu un pašlepnu. Sādžas (Lipuška, Kaunata, Zosna, Veczosna) glabā vietas noskaņas – sirsnību, poētiskumu, dabiskumu – koka apdare, verandas, vietējās dārzu tradīcijas, kapsētas ar vēsturiskajiem krustiem, māju krucifiksi. Īpaši maršruti ved pa izcilākajām Latgales tradicionālās apbūves vietām, stāstot par dažādo kultūru un vēstures laikmetu ietekmi arhitektūrā.
- Latgales zirgi - Latgales rikšotāji. Vēsturiski izkoptā šķirne ir atjaunota un pilnā mērā iemieso latgaliešu temperamentu – vēlmi sacensties ar kaimiņu, kam labāks un ātrāks zirgs. Rikšotāju sacīkstes starp zirgu īpašniekiem notiek kā agrāk gan uz speciāliem lauku ceļiem, gan ziemā uz ezeru ledus. Zirgi izmantoti protams arī tūrisma piedāvājumā un apceļot Rāznes NP var Latgales rikšotāju mugurā. Protams, arī Latgales kāziniekus vizina zirgu pajūgos – ratos un kamanās.
- Latgaliešu ēdieni un viesmīlība. Kļockas, guļbiņņiki, asuškas, krupniks, golupci – tie ir populāri un pieejami latgaliešu ēdienkartēs kopā ar mazu skaidrojumu – no kā tas gatavots. Šmakovka tiek likta galdā katrā sādžā, citādu izejvielu gatavota (maizes, graudu, kartupeļu u.c.) – un katra augstā kvalitātē un lieliskā garšā. Izturīgākajiem viesiem tiek piedāvāta īpašā Šmakovkas tūre.

Latgales tradicionālie ēdieni un izslavētā viesmīlība ir baudāma ne vairs tikai Andrupenes lauku sētas muzejā, bet tā kļuvusi kā apmācību vieta citām Latgales saimniecēm, rīkojot kulinārās dienas un degustācijas, apmācību kāzu pasākumiem "Vedības Andrupenē" nereti piesaista Dagdas vai Andrupenes folkloras kopas un lauku muzikantus.

9.2. ETNOGRĀFISKO NOVADU POTENCIĀLIE MARŠRUTI - PIEMĒRI

Latvijā ir vairāki etnogrāfiskie novadi, kuros joprojām redzamas spilgtas atšķirības un noteiktas tradīcijas. Tas jāuzsver kultūras mantojuma produktos. „Lauku ceļotājs” sagatavojis maršrutus etnogrāfisko novadu apceļošanai. Šeit kā piemēri doti maršrutu ievada apraksti.

MARŠRUTS „LĪBIEŠI UN VENTIŅI”

Maršruta gaita: Ventspils – Mazirbe – Kolka – Ģipka – Dundaga – Ventspils.

Šī Ziemeļkurzemes daļa ir pazīstama ar daudziem nosaukumiem: „dzelzs priekšgars”, „slēgtais krasts”, „Lībiešu krasts”. Te atrodas izdaudzinātie Slīteres sili, lībiešu zvejniekiemi un Kolkasrags. Te cilvēki runā ventiņu dialektā un var sastapt arī pašus lībiešus. Kas ir lībieši? – vietējie saka tā¹: „Lībieš dzīvo jūrs piekraste abpus Kolks rāg un šodien mājas gan vairs neruna sava dzimta valoda, bet gan tai paša tāmnik dialekta (sava izloksne) kā ventiņ. Tas dialekts ir rades tieša lībieš rūns ietekme. Lībieš ir strādīg, godīg un apdāvināt cilvēk, bet viegl aizkaitinam ar. Tie stingr turas pie savem uzskatem un mājām.

Jūrā iešana līdz zvejniekiem, svaigas, ceptas, žāvētas zivis vai zivju zupa – to nobaudiet piekrastes ciemos. Zvejnieki ir īsti un nav vis tūristu gidi, tāpēc baudījums ir tik smeķīgs! Daba te, Kurzemē ir krāšņa - baudiet vētras laiku piekrastē, dodieties dzīvnieku vērošanā kopā ar dabas gidu, kur sastapsiet aļņus, varbūt pat pieredzēsiet vilku gaudošanu, dzirdēsiet putnu balsis, redzēsiet lecošās zivis rudeņos un pavasaros. Līvōd rānda kutsūb! Līvu krasts aicina!

<http://www.celotajs.lv/cont/tour/tours/Etno/Libiesi.pdf>

MARŠRUTS „SUITI”

Maršruta gaita: Kuldīga – Ēdole – Alsunga – Jūrkalne – Pāvilosta – Aizpute – Apriķi – Kuldīga.

„Tā nav nekāda suitu sieva, ja to nevar redzēt vai dzirdēt jau pa gabalu”! Tā suitu sievas saka pašas par sevi, jo tik spilgti tautastērpī Latvijā ir tikai suitiem. Kā jau kārtīgiem kurzemniekiem, arī šeit cieņā ir sklandurauši, bet suitu sievu unikālais dziedājums (burbons) ir jāklusās autentiskajā vidē - Suitu novadā. Suiti ir etnogrāfisks fenomens, jo katoļticīgos suitus no visām pusēm ieskauj Kurzemes luteriskie apvidi. Suitu kultūra ir veidojusies daudzu citu kultūru – latviešu, lībiešu, vācu un poļu mijiedarbībā. Suitu rija, Spēlmaņu krogs un Sv. Miķeļa katoļu baznīca ir tikai dažas no vietām, ko vērts redzēt ceļojuma maršrutā.

<http://www.celotajs.lv/cont/tour/tours/Etno/Suiti.pdf>

¹ Citāts no Dženetas Marinskas

MARŠRUTS „LEJASKURZEME”

Maršruta gaita: Liepāja – Pape – Priekule – Durbe – Grobiņa – Liepāja.

Te var nogaršot *menci* un ķiļķenus, bet jūras krastā var vērot vienus no skaistākajiem saulrietiem, kur saule „nogrimst” jūrā. Papes Ķoņu ciemā atrodama Latvijas piekrastes ainava tāda, kāda tā bijusi gadsimtu atpakaļ. Krāšņie Nīcas, Bārtas un Rucavas tautas tērpi, kurzemieņu mielasts ar skābputru, pīrāgiem, Rucavas sievas apdziedās ikvienu šeit iebraukušo. Lejaskurzemes centrs ir *vēju pilsēta* Liepāja – ar Rožu laukumu kā centrālo tikšanās vietu, mūzikas festivāliem, tramvaja sliedēm uz ielu bruģa, tiltu arkām pāri pilsētas kanālam, Karostas cietumu un nocietinājumu fortiem.

<http://www.celotajs.lv/cont/tour/tours/Etno/Lejaskurzeme.pdf>

MARŠRUTS „ZEMGALE”

Maršruta gaita: Jelgava – Dobeles – Tērvete – Eleja – Bauska – Skaistkalne – Iecava – Jelgava.

Zemgale nav tikai plašs līdzenums – Latvijas maizes klēts. Arī šeit ir savi „kalni” un „lejas”, straujupes un „staburagi”. Bez izcilām Eiropas mēroga pilīm un muižām te ir var baudīt arī īpašu zemgaļu ēdienkarti un pasākumus: lielos virtuļus, rupjo miltu pīrāgus un plātsmaizes, piedalīties saulgriežu svinībās, Sējas un Pļaujas svētkos. Te var izziņāt senos zemgaļu pilskalnus, piedalīties zemgaļu svētkos un līdzdarboties novadam raksturīgo rotu pagatavošanas procesā. Mazākos apmeklētājus gaida „Zaķīšu pirtiņa” Viļa Plūdoņa „Lejeniekos”, Meža ķēniņš ar Lutausi Tērvetē, bet Jelgavas Sv. Trīsvienības baznīcas tornis pārsteigs ar jaunākām tehnoloģijām.

<http://www.celotajs.lv/cont/tour/tours/Etno/Zemgale.pdf>

MARŠRUTS „SĒLIJA”

Maršruta gaita: Jēkabpils – Viesīte – Sauka – Nereta – Aknīste – Ilūkste – Dviete – Bebrene – Zasa – Jēkabpils.

Ainavisks novads ar retām un nelielām viensētām. Dvietes pusē cilvēki dzīvo uz „salām”: Putnu sala, Sīļu sala, Pupiņu sala, Būku sala –... Sala Sēlijā... Kā tad tā? Tas kļūst skaidrs, atbraucot pavasarī, kad pārplūst Dvietes pļavas un virs ūdens paliek lielāki sauszemes gabali ar viensētām – māju puduri tad izskatās kā salas – šo palu laiku te sauc par piekto gadalaiku – *atbūda*. Sēlijas vēsture iepazīstama muzejos (Sēļu sēta Jēkabpilī, Viesītes muzejs) un autentiskajās saimniecībās (piem. Gulbju viensētā ar melno pirti). Īpaša ir novada ēdienkarte: Sēlijas cepelīni, *batviņi* – jauno sarkano biešu zupa ar visām jaunajām lapiņām, gavēņa ēdiens - skābētu auzu pārslu ķīseli, *sirņiki* – biezpiena plāceņi, *škvarkas* – biežputra ar saceptu speķīti (circenis), un veselības stiprināšanai noteikti nobaudiet bebru dziedzeru uzlējumu Bebrene.

Pauls Stradiņš, Mārtiņš Buclers, Jānis Jaunsudrabiņš un Stenders nāk no Sēlijas – vareni vīri no varena novada!

<http://www.celotajs.lv/cont/tour/tours/Etno/Selija.pdf>

MARŠRUTS „PIEBALGA”

Maršruta gaita: Madona – Vecpiebalga – Taurene – Drusti – Jaunpiebalga – Velēna – Druviena – Cesvaine – Madona.

Skalbes muzejs Saulrietos, brāļi Kaudzītes - Kalna Kaibēnos, Ķencis un Pāvuls no „Mērnieku laikiem”, Poruka „Pērļu zvejnieki” ar bagātnieka Buņģa lādi, Emīls Dārziņš – šie meistari un viņu radītie darbi tapuši Piebalgā, to aizraujošie muzeji ir šeit. Teiksmainie ezeri Alauksts un Inesis, Vecpiebalgas ūdensrozes – tie ir tādi kā Latvijas simboli, un arī tie - no šejienes, no skaistās Piebalgas. Nelielais novads izvietojies ainaviskā apvidū – Vidzemes augstienē, arī tāpēc tik skaists. Un ūdensrozes te patiešām zied!

<http://www.celotajs.lv/cont/tour/tours/Etno/Piebalga.pdf>

MARŠRUTS „LATGALE”

Maršruta gaita: Rēzekne – Ludza – Ņukši – Rāznas nacionālais parks – Dagda – Aglona – Preiļi – Varakļāni – Viļāni – Rēzekne.

Ceļojot pa Latgali, joprojām var baudīt patiesi autentisku un „nesabojātu” vidi. Te Latgalei raksturīgas noslēgtas sētas, kas izskatās pēc maziem „cietokšņiem” - guļbūves ar fasādes dēļu apdari, ar bagātīgu dekoratīvo rotājumu, raksturīgu logu aizvirtņu krāsojumu, verandas, vietējās dārzu tradīcijas, melnās dūmu pirtis. Latgaļu sādžas glabā vietas noskaņas – sirsniību, poētismu, dabiskumu. Te patiešām runā latgaliski. Arī ēdieni te aicinaši: kļockas, guļbišņiki, asuškas, krupniks, golupci un bez šaubām – šmakovka – Latgaļu šņabītis, kas taisīts no maizes, graudiem vai kartupeļiem. Andrupenes lauku sēta tos visus māk pagatavot. Latgalē ir izcili amatnieki, „Pūdņiku skūla”. Latgalē blakus pastāv daudzas reliģijas - katoļi, vecticībnieki, pareizticīgie, luterāņi. Baznīcu zvani, Latgales veco baznīcu durvis, krucifiksi vecajās kapsētās un ceļmalās skaidro neparasti plašo nacionālo piederību, kas kādreiz bijusi Latgales teritorijā. Latgales zirgi pilnā mērā iemieso latgaliešu temperamentu – vēlmi sacensties ar kaimiņu, kam labāks un ātrāks zirgs. Mākoņkalns, Lielais Liepu kalns, Rāznas ezers ir šodienas Latgales simboli. Vai gribat pabūt īstās latgaļu kāzās? Latgalieši ir pa īstam sirsniņi un viesmīļi cilvēki!

<http://www.celotajs.lv/cont/tour/tours/Etno/Latgale.pdf>

MARŠRUTS „DAUGAVA”

Maršruta gaita: Rīga – Ogre – Lielvārde – Aizkraukle – Koknese – Pļaviņas – Jēkabpils – Līvāni – Daugavpils – Krāslava.

Daugava ir senais ūdensceļš, latviešu *Likteņupe*. Pa Daugavas ieleju ieceļoja pirmie augi, tad dzīvnieki un cilvēks. Pēdējais aiz sevis atstāja daudzus pilskalnus, baznīcas, pilis, muižas un tradīcijas. Daugava tek cauri gandrīz visiem Latvijas vēsturiskajiem novadiem (izņemot Kurzemi), tādēļ tās krastos ir vērojamas ne tikai skaistās ielejas ainavas, bet arī ļoti atšķirīga kultūrvide. Krāslavas katoļu baznīca, Slutišķu vecticībnieku sādža, Daugavpils cietoksnis, Kokneses pilsdrupas, izbraukums ar Vikingu laivu, Skrīveru dendrārijs un Daugavas muzejs ir tikai daži no Latvijas mēroga „vērts redzēt” objektiem.

<http://www.celotajs.lv/cont/tour/tours/Etno/Daugava.pdf>