

LAUKU CEĻOTĀJS**Starptautiskā lauku tūrisma konference**

2010. gada 9. jūnijā viesnīcā „Islande” Rīgā, Kļipsalas iela 20

Apkopojums

Starptautiskajā lauku tūrisma konferencē 9. jūnijā Rīgā piedalījās ~200 dalībnieki, tai skaitā 36 dalībnieki no ārvalstu organizācijām, pārstāvējot Vāciju, Spāniju, Angliju, Franciju, Beļģiju, Nīderlandi, Itāliju, Ungāriju, Bulgāriju, Grieķiju, Slovēniju, Igauniju, Lietuvu, Baltkrieviju, un citas valstis.

Konferenci atklāja Armands Slokenbergs, Latvijas Tūrisma attīstības valsts aģentūras direktors, iepazīstinot konferences dalībniekus ar Latvijas tūrisma mārketinga stratēģiju 2010-2015 gadam. Tās galvenie mērķi ir veidot produktu atbilstoši jaunizveidotajam sauklim „Best enjoyed slowly” jeb latviskajā versijā „Nestaidzīga atpūta Latvijā”, uzlabojot pakalpojumu kvalitāti, valstij sadarbojoties ar privāto sektoru mārketingā, pagarinot tūrisma sezonu un attīstot jaunus produktus. Kā atzina Slokenbergs, Latvijai ir daudz labu „sastāvdaļu”, un tās pareizi jāsaliek kopā, lai izveidotu „garšīgu ēdienu” – kvalitatīvu lauku tūrisma produktu.

1.sesija: Lauku tūrisms Eiropā - pašreizējā situācija un attīstības virzieni

Sesijā tika sniegts pārskats par lauku tūrisma piedāvājumu un pieprasījuma izmaiņām pašreizējās ekonomiskās situācijas kontekstā Eiropā. Prezentācijas sniedza salīdzinošu pārskatu pa valstīm, atspoguļojot krīzes ietekmi uz ceļošanas paradumiem, lauku tūrisma nozares reakciju uz pārmaiņām tirgū, lauku tūrisma organizāciju un uzņēmēju aktivitātēm.

Klaus Ehrlich, Eurogites, „Lauku tūrisms Eiropā 1980 - 2010 - paradigmas maiņa?”

Klauss Ērlihs (*Klaus Ehrlich*), **Eiropas lauku tūrisma federācijas Eurogites** vadītājs sniedza pārskatu par lauku tūrisma attīstību kopš pirms 50 gadiem Eiropā sāka darboties pirmās lauku tūrisma mītnes. Šobrīd Eiropā darbojas ap 400 000 lauku tūrisma uzņēmumu, no kuriem 20% ir tradicionālas lauku saimniecības, 20% piedāvā naktsmītni ar brokastīm un aptuveni 80% ir brīvdienas mājas ar virtuvi viesiem. Lauku tūrisms nodrošina 15% no visām gultas vietām Eiropas tūrisma mītnēs. Šobrīd raksturīgākās iezīmes – lauku tūrisma mērķa tirgus vairs nav tik viendabīgs kā agrāk. Vērojama interešu specializācija. Lauku tūrisma piedāvājums tiek balstīts ne tikai uz naktsmītnes un papildu pakalpojumu kvalitāti, bet uz lauku vidi kopumā, lielu uzsvaru liekot uz dabas vērtībām un veselīgu dzīvesveidu. Lauku tūrisma produktam jābūt profesionālākam. Kvalitatīvs pakalpojums + pievienotā vērtība (bezmaksas atpūtas iespējas papildus pamatpakalpojumam) + ātri atrodamā, precīza informācija un viegla rezervēšana ir tas, kas nepieciešams, lai lauku tūrisma piedāvājums būtu tirgum interesants.

Peggy Balitsari, Grieķija. „Guest Inn- grieķu lauku tūrisma asociācija”

lauku tūrisms attīstās kā alternatīva šajā valstī tik populārajam masu tūrismam. Grieķijas lauku tūrisma piedāvājumā uzsvars uz skaistām, tūristiem mazpazīstamām vietām, autentisku kultūru un nacionālo virtuvi.

Francois Derbaix, Spānija. „Toprural – pieredze Spānijā un Eiropā”

Interneta portāls www.toprural.com ir piemērs sadarbībai ar lauku tūrisma asociācijām. Šobrīd portālā ir ap 70 000 lauku tūrisma mītņu 14 Eiropas valstīs – tās visas ir piederīgas asociācijām, kas garantē piedāvājuma kvalitāti. Portāls pievilcīgs klientiem ar tieši ar plašu izvēli un dažādu informāciju, kas pieejama vienuviet. Sadarbībā Asociāciju stiprās puses ir ciešā saistība ar lauku tūrisma uzņēmējiem, produkta pārzināšana, nepieciešamā sadarbība ar vietējām pašvaldībām, lauku tūrisma uzņēmēju apmācība. Komerčiālo Interneta portālu priekšrocības: pārzina klientu vajadzības, profesionāli pārzina Interneta mārketingu un tehnoloģiju iespējas tajā, nodrošina lielu skaitu Interneta lapas apmeklētāju, kas veic rezervācijas caur portālu vai arī, izmantojot portāla informāciju, sazinās ar saimniekiem.

2.sesija: Inovācijas lauku tūrismā - ārpus tradicionālās koncepcijas

Sesija par inovācijām lauku tūrismā, par jaunajiem, inovatīvajiem ceļiem lauku tūrismā, par nepieciešamību paplašināt tradicionālos piedāvājumu veidus, pakalpojumus un formas, pielāgojoties tirgus prasībām, vienlaicīgi saglabājot lauku tūrisma produkta atpazīstamību. Diskusijā tika apspriestas dažādas pieejas un paņēmieni piedāvājuma veidošanās un mārketingā.



LAUKU CEĻOTĀJS

Hans Embacher, Austrija. “Inovācijas lauku tūrisma piedāvājumā un mārketingā”

lauku tūrisms šai valstī lielā mērā saistās ar atpūtu tradicionālās lauku saimniecībās un uzsvars tiek likts uz lauku – fermas – piedāvājuma kvalitāti. Ir nepieciešamas inovācijas, lai lauku tūrisma piedāvājums neklūtu garlaicīgs, taču vajadzīga arī kopīga stratēģija, lai inovācijām būtu vienots virziens. Veiksmīgi piemēri: zirgu izjādes saimniecība, kas pēc remonta un atjaunošanas darbojas vesterna stilā; lauku viesu māja, kur autostāvvietas vietā ierīkots dārzs, nebaidoties stāvvietu pārcelt 500m no mājas. Populārs ir piedāvājums bērniem, kur uz brīvdienu laiku bērns ir atbildīgs par „savu” mājdzīvnieku – teliņu, jēriņu – kopj to, baro, un pēc brīvdienām saņem no saimnieka „sertifikātu”. Cilvēkiem patīk jau iepriekš redzēt Internetā to, ko citi piedzīvo lauku brīvdienās – piemēram, piedalās kartupeļu talkās. Kāds saimnieks ielicis Youtube portālā video, kur var skatīties, kā govij dzimst teliņš.

Andy Woodward, Lielbritānija. “Inovācijas lauku tūrismā”

pieaug ceļotāju skaits savas valsts iekšienē. Populāras kļūst netradicionālas naktsmītnes – no siena ķīpām celti namiņi, jurtas, vigvami. Mārketingā veiksmīgas ir akcijas kopā ar populāriem veselīgas pārtikas produktiem – nopērkot lielveikalā jogurtu ar lauku tūrisma organizācijas logo, var laimēt atpūtu laukos.

Kiril Kaloyanov, Bulgārija. “Lauku tūrisma produkts Bulgārijā”

lauku tūrisma organizācija palīdz saimniekiem veidot produktu, interpretējot vietējos resursus tādās formās, kas ir pievilcīgas ārvalstu klientiem. Organizācija atzīst, ka ir svarīgi saglabāt kultūras atšķirību, jo tieši ziņkārība ved cilvēkus uz jaunām vietām. Vienlaicīgi ir jāpasniedz bagātīgs kultūras mantojums – gan materiālais, gan nemateriālais – mūsdienu globalizētās pasaules cilvēkam saprotamā veidā.

Asnāte Ziemeļe, Latvija. “Inovātie lauku tūrisma produkti Latvijā”

Idejas par inovāciju veicināšanu tūrisma piedāvājumos radās projekta “Ilgtspējīga dabas resursu izmantošana un apsaimniekošana Natura 2000 teritorijās – populāros un potenciālos tūrisma galamērķos” ietvaros, kur tiek izstrādāti tūrisma attīstības plāni 4 teritorijām, tādējādi iekustinot vietējos uzņēmējus veidot dažādus produktus. Krīze ir iemācījusi domāt par jauniem, interesantiem piedāvājumiem, kas varbūt nav tik inovatīvi Eiropas mērogā, taču ir jaunums Latvijai. Kā labos piemērus var minēt - kamaņu suņu izbraucieni Forsteros, atrakciju kuģis Dantes muižā, vīnu degustācija, laivošana palu laikā, botānikas takas ar atraktīviem gidiem aizsargājamās dabas teritorijās, tematiski vēsturiskie pasākumi, atvērtas amatnieku saimniecības, SPA zāļu kūres, militārais mantojums, entuziastu uzturēti slēpošanas maršruti, saimnieku pašu markētas pārgājienu takas un velomaršruti māju apkārtnē – saraksts ir garš un daudzveidīgs. Tāpat “Lauku Ceļotājs” ir izstrādājis jaunus produktus, piemēram, laivošana plūdu laikā Dvietē. Lai sasniegtu pēc iespējas lielāku auditoriju, www.celotajs.lv tik izveidots speciāla sadaļa, kurā katru dienu tika ievietota vietējā iedzīvotāja sūtītas ziņas par palu līmeni. Rezultātā tika uzņemts arī video materiāls par laivošanu palos un ievietots portālā youtube.com. Tāpat nepieciešams veidot produktus konkrētai vietai, piem. Dvietes dabas parkā esošajā Bebreņē tiek gatavots bebru dziedzeru uzlējums.

Veidojot jauno piedāvājumu, jāatrod pareizais līdzsvars starp inovāciju un pieprasījumu. Svarīgākais, ka klienti maksā par pamatpakalpojumu – naktsmītni un ēdināšanu, taču izvēlas brīvdienām tās vietas, kur ir iespējas kaut ko redzēt un darīt par brīvu. Lai gan pamatienākums joprojām var būt no naktsmītnes, ir pienācis laiks, kad grūti izvilināt pilsētnieku uz laukiem tikai ar kvalitatīvu nakšņošanas piedāvājumu. Ja ir tikai naktsmītne, ja nekā blakus nav, tad grūti dabūt laukā pilsētnieku no mājām. Svarīgi, ka papildu piedāvājums ir bezmaksas. Svarīgi, ka naktsmītnes kļūst par daļu no vietējā tūrisma piedāvājuma. Lai izveidotu kādu vietu par saistošu tūrisma galamērķi, ir nepieciešama konsekventa un saskaņota darbība, iesaistot visus – no vietējo nostāstu un leģendu zinātājiem, līdz vietējām pašvaldībām, kā Latvijā tas ir Slīteres nacionālā parka gadījumā, kur „Lauku ceļotāja” un Slīteriešu kopīgi rīkotā Slīteres ceļotāju diena lieliski demonstrē visu nacionālā parka patreizējā tūrisma piedāvājuma daudzveidību – var vērot zvērus un putnus, iet līdz zvejniekiem jūrā, kopā ar gidiem doties meklēt garāko dzelzceļa tiltu, izbraukt ar velo un iziet kājāmgājēju maršrutus, vai mācīties cept sklandrausus vai sazināties lībiešu valodā.

3.sesija: Reģionālie un specializētie lauku tūrisma produkti – vērtību ķēde

Diskusijas tēma: kā iniciēt produktus, kas nepieciešami tūrismā, iesaistot vietējos iedzīvotājus. Sesijā tika pārrunāta labākā pieredze reģionālo un specializēto tūrisma produktu veidošanā, iesaistot vietējo sabiedrību - lauku uzņēmējus, pašvaldības, aizsargājamo teritoriju administrācijas, utt.



LAUKU CEĻOTĀJS

Latvija

Lauku ceļotāja vides un tūrisma speciālists Juris Smajinskis.

Prezentācija „Tūrisma piedāvājuma veidošana, motivējot un iesaistot vietējo sabiedrību.

Slīteres nacionālā parka pieredze” EK LIFE+ programmas projekta „Vides politikas un pārvaldības priekšlikumu izstrāde, demonstrējot tūrisma attīstības ieguvumus vides, sociālajā un ekonomikas jomā Slīteres nacionālajā parkā – Natura 2000 teritorijā”.

- Lauku ceļotājs pasākumus Slīteres nacionālā parkā veic projekta „POLPROP-NATURA” ietvaros. Lietas, kuras darām Slīterē – iesakām pārņemt valstī, sagatavojam priekšlikumus politikas dokumentiem.
- Pirms Slīterē tika izveidots nacionālais parks, tā bija slēgtā teritorija dubultīgi: rezervāts un militārā zona. Tas bija statuss, kas veidojis vietējo cilvēku attieksmi pret klientu.
- Vietējās iniciatīvas veicināšana – unikāla teritorija, kurā par piedzīvoto var apkopot stāstus, iesaistot vietējos iedzīvotājus. Stāsti ir to vērti, lai piem., veidotu datu bāzi.
- Tūrisma maršrutu veidošana – konstruktīvs darbs – ilgstošs saziņas process, kuras laikā vietējā sabiedrība iesaistījās un aktīvi piedalījās. Pie konstruktīvā darba mazinās konflikts starp parka administrāciju un vietējo sabiedrību.
- Informācijas stendi – iespēja radīt kaut ko materiālu un paliekošu. Pie informācijas sagatavošanas iesaistīti visi, kas vēlējas. Stendos atspoguļota praktiskā informācija – ko var darīt, kur gulēt; informācija papildināta ar labu kartogrāfisko materiālu. Piktogrammas vairāk pozitīvas. Secinājumus, novērojumus, kas iegūti sagatavojot stendus, ieteiksim ĪADT vienotam stilam papildinājumam. Sagatavojām arī norādes uz jūru.
- Maršrutu krāsu marķēšana uz kokiem. Piedāvājam vienkāršot sistēmu. Šādam marķēšanas veidam nevajag īpašus saskaņojumus.
- Pirmo reizi Latvijā veicam apmeklētāju elektronisko monitoringu. Nu jau teju gadu skaitām.
- Slīteres nacionālā parka ceļvedis – divu gadu darbs, iesaistām vietējos iedzīvotājus caur intervijām, stāstiem, kas balstās uz vietējo atmiņām. Kvalitatīva informācija, nav *copy/paste*. Ir arī netradicionālas lietas – lībieši. Nav ilgtspējība bez valodas, tādēļ atsevišķi vārdi tulkoti lībiešu valodā.
- Publiskā diskusija - Slīteres ceļotāju diena – 12. jūnijā. Vietējo cilvēku iniciēta. Atbalsts no vietējās pašvaldības - Dundagas novada domes. Iespēja ceļotājiem testēt jaunus tūrisma maršrutus, saņemot jauno tūrisma ceļvedi, paužot viedokli par novēroto Slīterē.

Slovēnija.

Slovēnijas Lauksaimniecības un Mežsaimniecības Kameronas Lauksaimniecības un Mežsaimniecības institūta Lauksaimniecības departamenta vadītāja Vesna Čuček

Prezentācija „Lauku tūrisma produkti, kas balstīti uz kulināro mantojumu”

- Lauku tūrisma produktu veidošanās, kas balstīti uz kulināro mantojumu, iesaistītas ne tikai naktsmītnes, bet arī citi lauksaimniecības produktu ražotāji.
- Sagatavojuši CD ar kvalitatīvām, profesionālām fotogrāfijām. Ieviešot ~ 300 raksti medijos bija par kulināro mantojumu. Publicēja arī ēdienu receptes.
- Slovēnijā izstrādātā gastronomiskā stratēģija – katalogs, tas pieejams LC mājas lapā. Ir 23 gastronomijas reģioni. 170 tipiski, tradicionālie ēdieni – ar slovēņu nosaukumiem, ko nevar iztulkot.
- Organizē praktiskās apmācības projekta ietvaros. Piem., prezentācijas, kā pasniegt ēdienu. Viesiem ir ļoti svarīga pasniegšanas kultūra. Kvalitāte arī svarīga. Jādomā par to, kādos traukos tiek pasniegts. Tā var pārdot arī traukus. Nepieciešams arī dalība festivālos. Lietainā dienā var nodarbināt viesus ar kāda saldā gatavošanu.





LAUKU CEĻOTĀJS

Lietuva.

Lietuvas lauku tūrisma asociācijas vadītājs Linas Žabaliūnas

Prezentācija „Amatnieku piedāvājums – jaunums Lietuvas lauku tūrismā”

- Lietuvas lauku tūrisma asociācijai ir 13 gadu pieredze. Sāka ar 17 mītnēm, tagad vairāk kā 300 mītnes. Daļa no mītnēm darbojas tikai vasarā. Asociācijā stājas, lai informācija par vietu būtu Internetā. Asociācijas lielāko darba laiku aizņem lobēšana.
- Mājas lapa strukturēta 3 daļās: 1) fermas ; 2) amatnieki; 3) vietas, ko apskatīt.
- Likums par tautas mantojumu deva impulsu attīstīties amatniekiem un lauksaimniekiem. Likuma juridiskais ietvars – definīcijas, principi, darbības lauks utt.
- Lietuvā 19 amatniecības veidi. Populārākie – rokdarbi, koka amatniecība.
- Amatnieku sētas – iespējas redzēt, kā šis produkts tiek gatavots. Amatnieku sētām – četras dažādas formas: 1) skatīties; 2) apmācība; 3) pagaršošana, izmēģināšana; 4) pārdošana

Vācija

Landerlaub Meklenburg – Vorpommern. Cornelia Hass

Prezentācija „Reģionālie un specializētie lauku tūrisma produkti Meklenburgā-Vorpommernā”

- Meklenburga-Vorpommerna atrodas Ziemeļvācijā. Lielākā pilsēta Rostoka. Tūrisms starp lauksaimniecību un mežsaimniecību ieņem nozīmīgu lomu reģiona ekonomikā.
- Lauku tūrisma asociācija dibināta 1991.gadā. Šobrīd tajā ir 230 biedri, kas kopā piedāvā 4100 gultas vietas.
- Reģionālie specializētie projekti. Fermu atpūta ir tikai maza daļa no lauku tūrisma. Mums populāras ir zirgu izjādes, atpūta muižās. Katru gadu izdot katalogu „Lauku tūrisms Meklenburgā-Vorpommernā”
- 2008. gadā izdots katalogs „Zirgu izjādes Meklenburgā-Vorpommernā”. Zirgu izjādes ir jauns produkts. Lai izdotos, nepieciešama sadarbība kopienas līmenī. Jābūt zīmēm, norādēm.
- Trešais – sastādījām karti ar reģionālām ar lauksaimniecības fermām un vietām, kur iespējams baudīt kafiju. Kartes otrā pusē kontaktinformācija un Interneta vietne.
- Izveidoja jaunu on-line rezervēšanas sistēmu TRIIDO – naktsmītnēm un aktivitātēm. Pamatojums: kas ir lauku tūrisma stiprās puses? – ceļotājs var gulēt jebkurā vietā, kāpēc cilvēkiem jābrauc uz mūsu reģionu. Tas nozīmē cilvēki brauc pēc pieredzes, ko nav iespējams iegūt citur.
- Izveidotā rezervācijas sistēma apvieno apmešanās vietas un aktivitātes un iespēju tās rezervēt reālā laikā. Ceļotājs var rezervēt paketi kādu vien vēlas. Rezervācijas sistēma rada reģionāli specializētus tūrisma produktus, nodrošina praktisko komunikāciju, uzlabo pakalpojuma vērtību ar mārketingu un profesionālu pārdošanu.
- Kāds labums tūrisma pakalpojuma sniedzējiem atrasties rezervēšanas sistēmā? – profesionāli tiek reklamēti gan naktsmītnes, gan aktivitātes. Vienreiz reģistrējoties tās tiek piedāvātās dažādās paketēs un tūrisma operatoriem.
- Kāds ieguvums viesiem? – viegli noskaidrot un izdarīt izvēli. Lietotājam draudzīga. Neaktuālais piedāvājums netiek rādīts.

