



PĀRGĀJIENU TŪRISMS

Rokasgrāmata
uznēmējam



Šī rokasgrāmata tapusi Igaunijas - Latvijas programmas no Eiropas Reģionālā attīstības fonda projekta "Pārgājēju maršruts gar Baltijas jūras piekrasti Latvijā un Igaunijā" ietvaros. Projekta mērķis: izveidot pārgājēju tūrisma maršrutu gar Baltijas jūras piekrasti no Latvijas dienvidrietumu robežas līdz Tallinai Igaunijā. Kopējais maršruta garums ir 1200 km, un tas ir garākais pārgājēju maršruts Baltijas valstīs. Maršruts paredzēts kā ilgtspējīgs, dabas, kultūrvidei un vietējai ekonomikai draudzīgs tūrisma produkts.

Projekta realizācijā sadarbojas 8 partneri - Kurzemes plānošanas reģions, Vidzemes tūrisma asociācija, Saulkrastu, Salacgrīvas un Carnikavas novadu pašvaldības, Rietum-igaunijas tūrisma asociācija (Laane-Eesti Turism), Igaunijas Lauku tūrisma organizācija (MTU Eesti Maaturism) un Lauku tūrisma asociācija „Lauku Ceļotājs” kā vadošais projekta partneris.



Lauku Ceļotājs

www.celotajs.lv



KURZEMES
PLĀNOŠANAS
REĢIONS



CARNIKAVAS
NOVADS



VIDZEMES TŪRISMA
ASOCIĀCIJA
ANĒKO 1997



Interreg
Estonia-Latvia
European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

Rokasgrāmata atspoguļo autora viedokli un Igaunijas-Latvijas programmas vadošā iestāde neatbild par tajā ietvertās informācijas iespējamo izmantošanu.

SATURS

Kam šī rokasgrāmata paredzēta?	2
1. Garo distanču pārgājienu maršrutu mērķauditorija	
1.1. Garo distanču gājēji	4
1.2. Nūjotāji	5
1.3. Foto tūristi	6
1.4. Ģimenes ar bērniem	8
1.5. Seniori	9
1.6. Gājēji ar suņiem	10
1.7. Individuālas ceļotājas	11
1.8. Taku skrējēji	11
1.9. Baskāji	12
2. Kājāmgājēju vajadzības	12
2.1. Informācija	13
2.2. Vietējie iedzīvotāji	14
2.3. Siltums un sausums	14
2.4. Ūdens un pārtika	16
2.5. Pāravadājumu pakalpojumi	19
2.6. Iespēja uzlādēt elektroierīces	20
2.7. Drošība	21
2.8. Sabiedriskais transports	22
2.9. Citas vajadzības	23
3. Jauna garās distances kājāmgājēju produkta veidošana	24
3.1. Maršruta veidošanu ietekmējošās tūrisma tendences	24
3.2. Maršruta kvalitāte	25
3.3. Maršruta mārketinga jeb komunikācija	27
3.3.1. Sociālie tīkli	27
3.3.2. Pieredzes stāsti	28
3.3.3. Vietējā sabiedrība	28
3.3.4. Vizuālā identitāte	29
4. Kā veido organizētus kājāmgājēju ceļojumus	29
4.1. Organizētas grupas	30
4.2. Organizētas tūres individuāliem ceļotājiem (<i>self-guided tours</i>)	31
5. Kājāmgājēju tūristu vajadzības - apkopojums	32
Par Jūrtaku	34
Jūrtakas vizuālā identitāte	38
Atbildīga ceļošana piekrastē	39
Izmantoto informācijas avotu saraksts	



KAM ŠĪ ROKASGRĀMATA PAREDZĒTA?

Šī rokasgrāmata ir paredzēta plašam lietotāju klāstam: tūrisma uzņēmējiem, pašvaldībām un tiem tūrisma speciālistiem, nevalstiskajām organizācijām un ikvienam, kas plāno attīstīt uzņēmējdarbību vai citas iniciatīvas kājāmgājēju tūrismā.

Rokasgrāmatas izveide balstīta *Jūrtakas* izveides procesa pieredzē, rokasgrāmatas autoru līdzšinējā profesionālajā pieredzē, kā arī to valstu informācijas avotos, kurās kājāmgājēju tūrismam ir senas tradīcijas.

Jūrtaka ir pārgājienu tūrisma maršruts gar Baltijas jūras piekrasti no Latvijas dienvidrietumu robežas līdz Tallīnai Igaunijā. Tā tika izveidota 2017. - 2018. gadā, procesā iesaistījās daudzi piekrastes uzņēmēji un pašvaldību pārstāvji.

Rokasgrāmatā atrodami ieteikumi, kā esošo un potenciālo kājāmgājēju vajadzībām attīstīt *Jūrtakas* apkārtnē sniegto pakalpojumu klāstu, kā arī nodrošināt šo pakalpojumu kvalitāti un atraktivitāti ilgtermiņā. Uzmanība pievērsta gan iesaistīto pušu sadarbībai kopīgu produktu radīšanā un pakalpojumu sniegšanā, gan individuālai pakalpojumu sniegšanai.

Visbeidzot, rokasgrāmata sniegs informāciju ikvienam interesentam un interesentu grupai, kas vēlas veidot tūrisma produktus un sniegt tūrisma pakalpojumus garo distanču pārgājienu maršrutu tuvumā.

1. GARO DISTANČU PĀRGĀJIENU MARŠRUTU MĒRĶAUDITORIJA

Kāds šodien ir ceļotājs - kājāmgājējs

Pirms gadiem garo distanču pārgājienu veicējs bija pašpietiekams ceļotājs, kurš visu vajadzīgo nesa savā mugursomā un izmantoja tikai pašus nepieciešamākos pakalpojumus. Šobrīd, ņemot vērā gan *Eiropas novecošanu*, gan arvien plašākas sabiedrības daļas pievēršanos veselīgam dzīvesveidam, tostarp arī āra aktivitātēm, iepriekšminētā tendence ir mainījusies. Ir vērojams ļoti liels pieaugums saudzīgo (angl.: *soft adventure*) aktivitāšu cienītāju vidū. Garo distanču pārgājienu veicējs vairs negrib būt pašpietiekams – viņš izvēlas kvalitatīvas, labi marķētas takas, par kurām iepriekš ir iespējams ērti iegūt kvalitatīvu informāciju, kur pieejamas kvalitatīvas naktsmītnes, ēdināšanas un citi pakalpojumi, lai atpūta prom no mājām būtu pilnvērtīga un komfortabla. Tieši tāpat ir pieaudzis pieprasījums pēc pusotras dienas gariem pārgājienu maršrutiem, ko tūrists vēlas veikt, nemainot nakšņošanas vietu katru nakti, lai papildu iešanai varētu izbaudīt arī vietējās kultūras tradīcijas un citus atpūtas piedāvājumus. Šie ir tie ceļotāji, kuri labprāt izmanto arī citus aktīvā tūrisma pakalpojumus, piemēram, velo nomu.

Pēdējos gadu desmitus aktīvā tūrisma inventāra industrijas attīstās arvien

vairāk, piedāvājot tehnoloģiski arvien kvalitatīvāku, ērtāku un nodēriņgāku inventāru, apģērbu, arī ceļošanai paredzētu veselīgu pārtiku un dzērienus. Ražotāji un pakalpojumu sniedzēji kopā tērē daudz līdzekļu savu produktu reklāmai, kas veicina arvien jaunus cilvēkus pievērsties aktīvajam dzīvesveidam. Aktīvā tūrisma inventāra ražotāju veiktie pētījumi liecina, ka arvien lielāks kļūst garo pārgājienu maršrutu veicēju skaits, kuriem ir augstākā izglītība un ieņēmumi, kas pārsniedz valsts vidējos rādītājus. Līdz ar to var secināt, ka ceļotāji, kas dodas pārgājienu, ir zinoša un maksātspējīga mērķauditorija, kas spēj novērtēt labu servisu un par to attiecīgi samaksāt. Kā piemēru var minēt Jaunzēlandē veikto pētījumu, kurš atklāja, ka 9% gājēju izvēlās nakšņot luksusa līmeņa naktsmītnēs.

Šī ir apzinīga un videi draudzīga mērķauditorija, kura neatstāj aiz sevis atkritumus, respektē un interesējas par vietējām tradīcijām un kultūru. Fiziskā aktivitāte nav vienīgā šo ceļotāju motivācija doties pārgājienu. Taku gājēji dodas pārgājienu ar mērķi baudīt dabu, ainavu un kultūru. Nereti šī mērķauditorija dodas ceļā, lai *atrastu sevi* un atbildes uz *lielajiem dzīves jautājumiem*.

Vecums

Attiecībā uz mērķgrupas vecumu, dažādos informācijas avotos sniegtie rādītāji variē, tomēr vidēji vislielākā kājāmgājēju daļa ir vecumā no 35 līdz 50 gadiem, vidējais vecums ir 45 gadi. Vērtējot pēc dzimuma, mērķgrupas statistiskajos rādītājos ir vērojams līdzsvars.

Garās distances maršruti parasti sadalās līdzīgos vienas dienas posmos, un maršruts var būt savienots arī ar citiem vietēja mēroga pārgājienu maršrutiem. Līdz ar to maršruta lietotāji var būt ļoti dažādi.

Cik ilgi iet

Garos distanču gājēji iet pa ceļu vienu, divas nedēļas vai pat ilgāk. Viņu mērķis ir noiet maršrutu visā tā garumā. Viņi atgriežas vienas takas noteiktos posmos, lai turpinātu iesāktos gājienu no sākuma līdz galam. Savukārt, takas īsākos posmus lieto dažādas mērķgrupas gan ģimenes ar bērniem, gan nūjotāji, dabas vērotāji, foto tūristi, konkrētas tērītorijas atpūtnieki un citi.

Rokasgrāmatas turpinājumā tiek sniegts detalizētāks ieskats 8 mērķgrupās, kuras varētu izvēlēties doties pārgājienā gar Baltijas jūras piekrasti Latvijā un Igaunijā, veicot visu maršrutu, dodoties vienas vai vairāku dienā pārgājienā, izmēģinot savus spēkus gājienā gar jūru dažas stundas, vai vairākās reizēs noejot visu piekrasti.

1.1. GARO DISTANČU GĀJĒJI

(angl.: *hikers*)



Salīdzinot ar angļu valodu, kurā ir tādi vārdi kā *hiking* (iešana pārgājienā) un *hiker* (cilvēks, kurš dodas pārgājienā), latviešu valodā nav vārda, kurš sevī ietvertu garo distanču gājēja nozīmi. To var skaidrot tā, ka Latvijā pārgājieniem un ar to saistītajām tradīcijām nav garas vēstures, kāda tā ir daudzās angļu valodā runājošajās valstīs, piemēram, Lielbritānijā.

Ceļotājs, kurš izvēlas doties garas distances pārgājienā, ļoti mērķtiecīgi iet pa maršrutu, lai konkrētā laika periodā noietu visu iecerēto ceļu. Visbiežāk jau pirms pārgājiena viņš ir apņēmējais kilometražu, kas katrā dienā ir jānoiet, lai noteiktā laika posmā būtu noiets viss maršruts. Tā kā šo plānošanu ceļotājs veic iepriekš, visbiežāk viņš iepriekš rezervē arī naktsmītnes, izmantojot internetu. Galvenokārt naktsmītnes tiek mainītas katru nakti, tomēr ir gadījumi, kad atpūtas nolūkā (īpaši veicamā ceļa vidusposmā) vai nepiemērotu laika apstākļu dēļ (pārāk karsts/pārāk auksts/

slapjš) vienā naktsmītnē tiek nolemts palikt divas nakts.

Garas distances, kas *Jūrtakas* kontekstā būtu visa Latvijas vai Igaunijas teritorija vai abas teritorijas kopā, ceļotāji visbiežāk mēro vienatnē, tāpēc naktsmītnēs aktuāls ir piedāvājums vienam cilvēkam – gan nakšņošana, gan ēdināšanas pakalpojumi, iespējams, arī pirts, veļas mazgāšanas pakalpojumi. Attiecībā uz pēdējo jānorāda, ka, mērojot garas distances, mugursoma tiek sapakota ļoti pārdomāti un nekas lieks tajā neatrodas, tāpēc veļas mazgāšanas un sliktos laika apstākļos arī veļas žāvēšanas pakalpojumus šī mērķauditorija ļoti novērtēs.

Tāpat jāpiebilst, ka šie ceļotāji var izvēlēties arī iespēju nakšņot savā teltī, kas nodrošina šai grupai tik svarīgo ne-

atkarību, un izmantot tikai piedāvātās labierīcības, mazgāšanās iespēju, arī ēdināšanu vai virtuvi, pirts pakalpojumus. Ir ieteicams iepriekšminētos pakalpojumus piedāvāt arī atsevišķi un to cenas jau iepriekš iekļaut cenrādī, tādejādi informējot ceļotāju, ka viņam šāda iespēja ir.

Visbeidzot, tā kā galvenokārt visu dienu šie ceļotāji pavada vienatnē un dienas laikā gūst daudz jaunu iespaidu un ideju, ja maršruts nav bijis pārāk nogurdinošs, tad vakaros viņi labprāt komunicē ar citiem sev līdzīgiem ceļotājiem, daloties savos iespaidos. Ir labi, ja naktsmītnē ir kopēja platība (ēdamtelpa, kamīnzāle, terase), kur šie ceļotāji var komunicēt. Tāpat šos vakarus lieliski papildina iespēja iegādāties vakariņas /uzkodas/ dzērienus.

1.2. NŪJOTĀJI

Pasaulē un arī Latvijā ir ļoti daudz nūjotāju klubu un organizāciju. Nūjošana daudziem ir kļuvusi par neatņemamu aktīvā dzīvesveida sastāvdaļu. Nūjotāji atšķiras. Daži ir vairāk sportiski, kas koncentrējas uz ātrumu, noietiem kilometriem un iztērētajām kalorijām, citi ir nūjotāji – baudītāji, kas nesteidzas, apskata un izbauda dabas skatus, apkārtnei, iepazīst vidi un izbauda apkārtējo cilvēku sabiedrību.

Nūjotāji bieži dodas ceļojumos grupās, labprāt piedalās organizētos pasākumos, bet ir arī tādi, kuri dod priekšroku nūjošanai vienatnē.

Šī mērķgrupa nenes visu savu bagāžu uz muguras, tāpēc, dodoties pārgājī-

PAKALPOJUMI, KO VAR PIEDĀVĀT GARO DISTANČU GĀJĒJIEM:

- Naktsmītņu saimnieki var piedāvāt iespēju izmazgāt drēbes vai veļas mašīnas izmantošanu kā papildu pakalpojumu.
- Ir kājāmgājēji, kuri takā dodas ar mazu dienas somu un vēlas bagāžas transfēru uz nākamo naktsmītņi.
- Vairākas dienas nogājis ceļotājs labprāt izvēlas masāžas vai pirts piedāvājumu.



nā ar nakšņošanu, vislabprātāk izvēlas bāzes vietu, no kuras dodas dažādos dienas pārgājienos.

1.3. FOTO TŪRISTI

Mūsdienu pasaule arvien vairāk pievēršas un saprot vizuālus attēlus, un līdz ar foto tehnoloģiju attīstību arvien populārākas kļūst foto tūres.

Fotogrāfiem patīk skaisti, agri rīti. Ejot gar jūru, svarīgi būs arī saulrieti. Tas nozīmē, ka naktsmītnēm vajadzētu rēķināties ar šādiem viesiem, kas vēlas celties un doties tālāk agrāk nekā parasti (vasarā pat plkst. 5.00). Šie ceļotāji ļoti novērtēs rīta kafiju (ja ne saimnieces pasniegtu, tad vismaz iespēju to no rīta pagatavot sev pašiem) un brokastis. Šis un citu mērķauditoriju kontekstā var apdomāt iespēju par brokastu kastītes (*angl.: lunch box* – pusdienu kastīte) pie-

PAKALPOJUMI, KO VAR PIEDĀVĀT NŪJOTĀJIEM:

- Nūjošana dod iespēju vietējiem uzņēmējiem specializēties un piedāvāt gida/instruktora pakalpojumus, kā arī izveidot lokāla mēroga maršrutu kā regulāri pieejamu tūrisma produktu.
- Lokālu maršrutu gājējiem, kas nevēlas izmantot gida pakalpojumus, var piedāvāt nūju nomu komplektā ar maršruta karti un veselīgu uzskodu iegādi ceļam vai pirts pakalpojumus pēc pārgājiena.
- Bagāžas transfērs.



vāšanu, kurā jau vakarā saimniece var sagatavot brokastis un iedot ceļotājam.

Attiecībā uz brokastu kastītes saturu, tajā var ielikt svaigus, nomazgātus augļus (ābolus, banānus, bumbierus) un/vai dārzeņus, piemēram, burkānus, jogurtu (iepriekš noskaidrojot, vai ceļotājam līdzī ir savi ēdamrīki, vai jāiepako ir arī tie), graudaugu batoniņus, sviestmaizi vai pīrādziņu, kā arī 0,5 l tilpuma ūdens pudeli un neliela tilpuma sulu.

Var būt arī tā, ka šie ceļotāji vienā naktsmītnē uzturas vairākas nakts. Tāpat fotogrāfi var agri no rīta doties uz foto sesiju, bet pēc pāris stundām atgriezties un ieturēt brokastis naktsmītnē. Iespējams, ka pēc šīm brokastīm ceļotājs vēlēšies atpūsties, apskatīt un apstrādāt no rīta uzņemtās fotogrāfijas, bet vakarā atkal doties fotografēt.

Profesionāli fotogrāfi meklē savus īpašos kadrus paši, tomēr ir arī tādi foto tūristi un šādu grupu vadītāji, kuriem ļoti noderētu šim mērķim speciāli atzīmēti skatu punkti, kur var ar garantiju nodoties skaistu kadru "ķeršanai".

Organizētās foto tūrēs grupas vadītājs jau ir izpētījis vietas un interesantākos fotografēšanas objektus iepriekš.

Foto tūristus vajadzētu censties pie-



saistīt, jo tādā veidā ir iespēja iegūt gan kvalitatīvas fotogrāfijas, gan lielisku bezmaksas reklāmu.



PAKALPOJUMI, KO VAR PIEDĀVĀT FOTOTŪRISTIEM:

- Produkts – pirmie soļi dabas fotografēšanā. Tas varētu būt dienas pārgājiens kopā ar profesionālu fotogrāfu, kurš sniedz pamatzināšanas un prasmes veiksmīgām dabas fotogrāfijām ar jūras ainavu. Izziņas un jaunu prasmju apgūšanas elements tūrismā ir būtiska sastāvdaļa.
- Tā kā fototūristi nereti ceļo grupās, aktuāli būs arī pusdienu/vakariņu piedāvājumi.
- Bagāžas transfērs, jo, esot ceļā, šiem tūristiem aktuālākais ir fotogrāfiju uzņemšana un konkrētu mirkļu ķeršana, ko smaga mugursoma var apgrūtināt.



1.4. ĢIMENES AR BĒRNIEM

Pārgājieni ir populārs veids, kā ģimenes ar bērniem pavada savu brīvo laiku. Tā ir iespēja kopīgi fiziski izkustēties un piedzīvot pozitīvas emocijas, izzināt dabu, kā arī šāds atpūtas veids ir finansiāli izdevīgs.

Attālumumi, ko iet ģimenes ar bērniem, var būt ļoti atšķirīgi. Ģimenes, kurās vecākiem došanās pārgājienos ir neatņemama dzīvesveida sastāvdaļa, atrod veidus, kā savus bērnus ņemt līdzi garas distances pārgājienos, piemēram, pa ceļam stāstot tiem stāstus, izdomājot dažādus interaktīvus uzdevumus, pat sagatavojot šim mērķim speciālas darba lapas. Tāpat ir ģimenes, kurām pārgājieni ir tikai viens no atpūtas veidiem. Šīs ģimenes izvēlas īsus (līdz 5km) vietējā mēroga maršrūtus ar atgriešanās sākumpunktā.

PAKALPOJUMI, KO VAR PIEDĀVĀT ĢIMENĒM AR BĒRNIEM:

- Ģimenes ar bērniem visdrīzāk izmantos vietējās kafejnīcas pusdienu ieturēšanai un atpūtai. Ieteicamas ir bērnu ēdienkartes un draudzīga, ērta vide. Tāpat var padomāt par tematiskām darba lapām bērniem, kas var paildzināt viņu uzturēšanos ēdināšanas iestādē.
- Šī mērķauditorija novērtēs arī apskates objektus, kuros apmeklētājiem piedāvā līdzarbošanos, piemēram, rokdarbu darbnīcu, kur no jūras izskalotiem priekšmetiem (kociņiem, gliemežvākiem u.tml.) gatavo kuģus un laivas, u.tml.
- Organizēti ģimeņu pārgājieni vai pēdējā laikā populārie "Tēvu un dēlu" pārgājieni, kas orientēti uz jaunu prasmju iegūšanu dabā, izdzīvošanas elementiem un ģimenes saliedēšanu.

Dažos maršruta posmos vai maršruta tuvumā varētu būt ierīkoti elementi, kas ir tieši vērsti uz bērnu auditoriju - saistošas zīmes, izziņoša spēle vai kāds objekts, kur fiziski izpausties (uzkāpt, izlīst u.tml.).

Ģimenes, kas dodas vienas dienas pārgājienos, nereti izvēlās pikniku ar līdzpaņemto pārtiku. Šai mērķgrupai ir aktuālas piknika un atpūtas vietas, kā arī labas tualetes. Tajā pašā laikā, ja atpūtas vietas tuvumā siltā laikā ģimenēm ir iespēja iegādāties saldējumu un aukstus, atspirdzinošus dzērienus, šis pakalpojums visdrīzāk tiks izmantots. Līdzīgi arī aukstā laikā, tikai tad priekšroka tiks dota siltiem dzērieniem.



FATHERS DAY BRUNCH + HIKE
 CHADSEY LAKE BIRCHAVEN GRAMP
 MEET AT TEKANAKA'S PLACE
 (#4-37885 PAISTED RD. ABBOTSFORD)
 MEN & KIDS (4+ YEARS OLD)

JUNE 17
10:30-12:00

THE HIKE IS MEDIUM DIFFICULTY WITH
 GOOD WALKING/HIKING SHOES REQUIRED

BRUNCH: CREEKSIDE CENTRE
 11AM IN THE FIRESIDE ROOM \$5/PERSON

SIGN UP :
WWW.CLCC.A

Tēva dienas brančs un pārgājiens Kanādā

1.5. SENIORI

Salīdzinājumā ar citām šajā rokasgrāmatā aprakstītajām mērķgrupām, seniori biežāk dodas kāda tūroperatora organizētā pārgājienā. Tādā veidā senioriem pašiem nav jāuztraucas par sava ceļojuma plānošanu un loģistiku, viņi jūtas droši, jo ir grupas vadītājs, kas par viņiem rūpējas. Senioru motivācija doties pārgājienos ir izkustēšanās, kas uzlabo veselību, jaunu iespaidu gūšana un socializēšanās.

Ņemot vērā senioru motivāciju, šajās tūrēs tiek sabalansēta gan iešana pa maršrutu, gan citas atpūtas un izziņas iespējas, kā arī organizēta maltīte.

Mērķgrupas kontekstā jāpiemin arī vairāku paaudžu ceļojumi, jo tie aizvien ir populāri. Tas ir veids, kā ģimenes ar bērniem izvēlas pavadīt laiku kopā ar vecvecākiem. Viegli taku pārgājieni šajā nišā ir būtiski, jo ar pikniku, izziņu, ainavu un citiem elementiem tas ir interesenti, patīkami un izdarāmi visiem - gan senioriem, gan maziem bērniem. Šādos



pārgājienos svarīga ir vairāku paaudžu saliedēšanās, jo visiem kopīgi kaut kas ir jāpaveic, kas šajā gadījumā ir kopīga maršruta posma noiešana.



1.6. GĀJĒJI AR SUŅIEM

Pārgājienos nereti piedalās arī ģimenes mīlulis un sabiedrotais - suns.

Suns nokārtojas tad, kad viņam ir šāda vajadzība. Ieteicams nodrošināt urnas suņu izkārnījumiem arī meža posmos, bet īpaši svarīgi - pludmalē un apdzīvotās vietās. Visbiežāk šādi saimnieki ir apzinīgi un ir pieraduši, ka aiz sava suņa ir

PAKALPOJUMI, KO VAR PIEDĀVĀT SENIORU GRUPĀM:

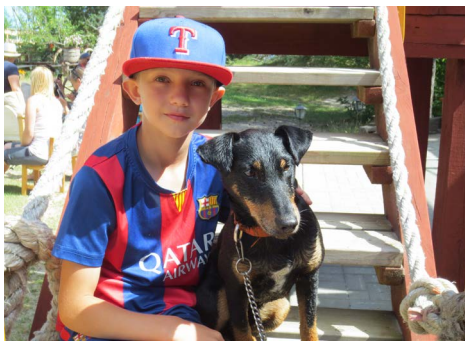
- Senioru pārgājienu pakalpojumos parasti tiek iekļautas vietējā ēdiena, dzēriena degustācijas, kāda ēdiena pagatavošanas demonstrējums, iepazīšanās ar vietējo amatniecību un prasmju demonstrēšana, folkloras tradīcijas, gida vadītas ekskursijas uz kultūrvēstures objektiem, koncertu apmeklējumi u.tml.
- Pirts un SPA pakalpojumi.
- Kopā ar vakariņām tiks novērtētas kādas aktivitātes, piemēram, zāļu sievas stāstījums par apkārtnē augošo zālīšu ārstniecības īpašībām, folkloristu uzstāšanās, kas iepazīstina ar vietējām tradīcijām.

jāsavāc, tāpēc, ja ir iespēja (šajā gadījumā, ja ir nodrošinātas atkritumu urnas), parasti to arī dara.

Tāpat kā cilvēkiem, arī suņiem ir nepieciešams padzerties, tāpēc kafējnīcās vai naktsmītņu vietās jāpiedāvā ūdens trauki suņiem. Ja naktsmītne ir draudzīga dzīvniekiem, tad to noteikti

vajag norādīt arī reklāmas materiālos, kas mājdzīvnieku saimnieku acīs šai naktsmītnei sniegs priekšrocības. Dzīvnieka uzņemšana naktsmītnē var būt par iepriekš noteiktu papildu samaksu.

Eiropas Savienībā mājdzīvnieku ceļošanas kārtību nosaka Regula 998/2003, un uz tiem attiecas arī vietējā likumdošana un kārtība, ko nosaka pašvaldības un/vai aizsargājamās dabas teritorijas.



1.7. INDIVIDUĀLAS CEĻOTĀJAS

Individuālo sieviešu dzimuma ceļotāju skaitam garas distances pārgājienu maršrutos ir tendence pieaugt. Kā viens no iemesliem tiek minētas filmas par sievietēm, kuras vienas pašas dodas garas distances pārgājienu maršrutos, piemēram, filma "Mežone" (*Wild*), pēc kuras demonstrēšanas 2014. gadā individuālo ceļotāju skaits uz Apalaču takas

(*Appalachian Trail*) Amerikas Savienotajās valstīs ir pieaudzis no 48% līdz 60%.

Iemesli, kāpēc sievietes vienas pašas izvēlas doties garās distances pārgājienā, visbiežāk ir saistīti ar atpūtu no stresa pilna un atbildīga ikdienas darba, kas vienlaicīgi sniedz arī finanšu līdzekļus ilgākam atvaļinājumam, kāds ir nepieciešams, lai veiktu garas distances maršrutu. Tāpat iemesli ir arī vēlme pārdomāt savu līdzšinējo dzīvi, garīgie meklējumi, vēlme pēc piedzīvojuma, sevis izaicināšana jeb *iziešana ārpus savas komforta zonas*, pārvarot dažādas grūtības. Tas var būt arī pārgājiens pirms kāda atbildīga dzīves posma – laulībām, bērna piedzimšanas, darba maiņas.

Takas gājējām visbūtiskākā ir drošība. Sievietes biežāk izvēlas nakšņot naktsmītnēs nevis līdzpaņemtās teltīs. Higiēnas prasības ir nedaudz augstākas kā vīriešiem. Tas attiecas arī uz WC nepieciešamību un tīrību takas posmos.



1.8. TAKU SKRĒJĒJI

Šie parasti ir uz sacensību vērsti cilvēki, kuri skrien organizēta pasākuma ietvaros. Tajā pašā laikā, šī mērķauditorija var izvēlēties skriet pa takām arī individuāli, jo tas ir viņu vaļasprieks, kā arī treniņa nolūkos. Šī grupa dodas takā parasti vienu dienu, dažreiz divas. Viņiem nepieciešami apļveida maršruti ar atgriešanos sākumpunktā.

Naktsmītnēm, gatavojot savus reklāmas materiālus, der atcerēties par šo mērķgrupu, pieminot, ka tuvumā ir piemērotas vietas taku skriešanai, jo tas var atvest atpūtniekus, kam taku skriešana ir vaļasprieks un kas to labprāt dara brīvdienās.

Lai piesaistītu šo mērķauditoriju, ir iespēja rīkot organizētus taku skrējienus u.c. tematiskus pasākumus, kas var veicināt apkārtnē esošo naktsmītņu, veikalu un ēdināšanas pakalpojumu izmantošanu.

1.9. BASKĀJI

Jūrtakas pludmales posmi daudzviet ir patīkami, lai ietu basām kājām. Pieļaujams, ka taka piesaistīs mērķgrupu, kas dēvēta par baskājiem. Šīs grupas pārstāvji gan nav izvēlīgi un iet ar basām kājām pa jebkurām takām, arī tām, kuru segums ir gana izaicinošs. Vadoties pēc viņu filozofijas - iešana basām kājām ļauj cilvēkam labāk sajust saikni ar zemi (sazemēšanās), tas ir vingrinājums visam ķerme-

nim un ir veselīgi. Šī grupa ir videi ļoti draudzīga, zaļi domājoša un atbildīga.

Lai arī baskājiem parasti ir līdzīgi arī apavi, lai ietu pa vietām, kur var savainot kājas vai kur ieiešana basām kājām aizliegta, šai mērķgrupai ir ļoti būtiska takas tīrība. Savos blogos baskāji rakstā, ka visbīstamākās lietas ir tās, ko parasti atstāj cilvēki, kuri šo taku paši nelieto iešanai - sasistas stikla lauskas, asi metāla vai plastmasas gabaliņi un tamlīdzīgi. Baskāji neapaus kājas arī kafejnīcās, viesnīcās un veikalos - to vajadzētu uztvert ar sapratni.

Tāpat kā taku gājējiem ar apaviem ir nepieciešamas vietas, kur nomazgāt dubļainos apavus, baskājiem ir nepieciešamība nomazgāt kājas.



2. | KĀJĀMGĀJĒJU VAJADZĪBAS

Garu distanču pārgājienu maršrutu gājējiem ir līdzīgas vajadzības. Turpinājumā tiek apskatītas svarīgākās no tām.

2.1. INFORMĀCIJA

Garu distanču pārgājienu maršrutu gājēji vienmēr pārgājienu gatavošanas iepriekš - gan sagatavojot nepieciešamo inventāru, gan iegūstot informāciju, plānojot pārgājiena gaitu un veicot rezervācijas. Šī iemesla dēļ ir ļoti svarīgi, lai visa informācija par maršrutu un tā tuvumā esošajiem pakalpojumiem būtu ērti atrodamā internetā, vēlams vienuviet, vai ērti un loģiski savienota vairākās mājas lapās.

Kājāmgājējiem ir būtiski zināt pamatinformāciju par maršrutu, kurā viņš plāno doties: loģiskos takas nogriežņus,



Norādes zīme no pamatmaršruta uz kafejnīcu, jūru, apskates objektu

ko veikt vienas dienas laikā, pieeju sabiedriskajam transportam un citiem pakalpojumiem, maršruta grūtības pakāpi, ceļā pavadāmo laiku, segumu un citus aspektus, atkarībā no mērķauditorijas.

Tikpat svarīga kā maršruta pamatinformācija, kas ir pieejama vēl pirms došanās ceļā, ir arī ceļotājam pieejamā informācija, jau pārvietojoties pa maršrutu. Ceļotājs novērtēs komunikācijas iespējas ar vietējiem iedzīvotājiem, kas bieži vien ir tieši naktsmītņu, ēdināšanas un apskates vietu darbinieki un saimnieki. Svarīgas ir zināšanas par vietējo apkaimi, ikdienas dzīvi konkrētajā teritorijā un informācija, kas nav iekļauta ceļvežos. Tāpat ļoti būtiska ir informācijas objektivitāte. Piemēram, ja takas posmos ir sarežģītumi, tad tie nav jāslēpj, bet par tiem ir jābrīdina un, ja iespējams, jāsniedz ieteikumi, kā no tiem izvairīties.

Viens no vispārpieņemtajiem veidiem, kā nodot tūrisma informāciju, ir informācijas stendi, kuri var būt ļoti at-



Piemērs, kā ar infografikas palīdzību piekrastes apmeklētāji tiek informēti par pareizu un nepareizu rīcību, ieraugot krastā roni

šķirīgi gan pēc vizuālā noformējuma, gan satura. Lai informācijas stendu padarītu pievilcīgāku plašākai mērķauditorijai, var izmantot infografikas. Īpaši noderīgas infografikas ir bērnu un svešvalodās runājošai mērķauditorijai. Nepārprotama vizuālā informācija ir iedarbīgāka un noderīgāka nekā jebkurš uzraksts.

2.2. VIETĒJIE IEDZĪVOTĀJI

Komunikācija ar vietējiem iedzīvotājiem, to attieksme un zināšanas ir neatveramas, jo tieši vietējie cilvēki ir tie, kas vislabāk zinās par to, kas notiek tuvējā apkārtnē. Piemēram, vai upes ieteka jūrā ir pārbrienama vai tomēr doties apkārt, vai ceļā var gadīties kāds nepiesiets kaimiņu suns, vai jūrā ir silts ūdens un var peldēties, vai tuvumā ir



kāds interesants apskates objekts, kur var padzert labu kafiju, kāda ir vietējā alus šķirne un kur salabot saplīsušo mugursomas siksnu.

Šādu informāciju ceļotājs visvairāk sagaidīs no tūrisma informācijas centra darbiniekiem, naktsmītņu saimniekiem, veikalu pārdevējiem un ēdināšanas vietu darbiniekiem.

2.3. SILTUMS UN SAUSUMS

Pārgājienu maršruta gājēji lielāko dienas daļu atrodas ārā un ir pilnībā pakļauti dabas apstākļu ietekmei, tāpēc



Dažādas atpūtas vietas ar nojumi Igaunijas piekrastē

maršrutā periodiski būtu jāierīko nojumes, kur stipra lietus/saules gadījumā nedaudz patverties.

Nereti gadās, ka līst un ir auksts vējš visu dienu vai pat vairākas dienas pēc kārtas. Latvijā un Igaunijā arī vasaras



mēdz būt drēgnas. Pat pieņemot, ka ceļotājam ir viskvalitatīvākais pieejamais āra aktivitāšu apģērbs, viņš joprojām priecāsies par brīdi, kad varēs atpūsties siltumā un sausumā, piemēram, kādā no fotogrāfijās esošajām nojumēm. Šādās atpūtas vietās ceļotājs var apskatīt līdzpaņemto vai konkrētā vietā izvietoto informāciju par maršrutu un teritorijā esošajiem pakalpojumiem, apskates objektiem, ieturēt maltīti vai nedaudz apžūt.

Papildu šādām nojumēm pamatmaršrutā, ceļotājs var patverties no laika apstākļiem arī tūrisma informācijas centros, veikalos, kafējnīcās un apskates objektos iekštelpās.

Naktsmītne ir vieta, kur šis ceļotājs atpūšas un sildās visilgāk. Naktsmītne

jābūt arī iespējai izžāvēt drēbes. Jāuzsver, ka aukstā laikā, kas var būt arī vasarā, silta naktsmītne ir ļoti gaidīta un atzinīgi novērtēta. Ja tiek piedāvātas kempinga mājiņas, tām ir jābūt siltām (21^o C), kad ceļotājs tajās ierodas.

Šie tūristi labprāt izmanto arī pirts pakalpojumus.

Dažkārt vasaras vakaros saimnieki, vēloties iepriecināt viesi, pasniedz vakariņas vai brokastis uz terases. Ņemot vērā Baltijas vasaru temperatūras, iepriekš ar viesi vajadzētu saskaņot, kur viņš izvēlas ēst – iekštelpās vai ārā. Var gadīties, ka gaisa temperatūra tomēr ir par zemu, lai visu dienu zem klajas debess pabijis cilvēks vēlētos ne pārāk siltā vasarā vakariņot vai brokastot ārā.



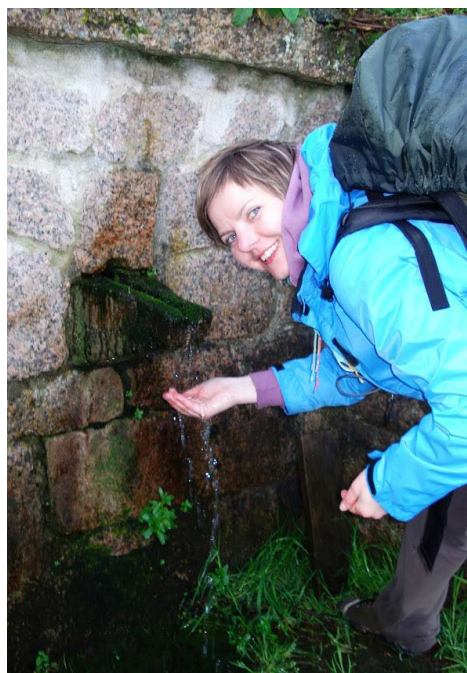
Aicinājums netīrus apavus atstāt naktsmītnes ārpusē

Jāņem vērā, ka kājāmgājējs var ierasties naktsmītnē ar pilnīgi slapjām drēbēm, zābakiem un somām, bet gadījumos, ja iepriekšējā nakts ir pavadīta teltī, arī ar slapju guļammaisu, telti un matracīti. Naktsmītnēi vajadzētu piedāvāt iespējas to izžāvēt, kas nozīmē, piedāvāt telpu, kur pats ceļotājs var izlikt savas mantas. Tāpat jau pie ieejas ceļotājam var piedāvāt novilkt zābakus un uzvilkt čības vai vilnas zeķes. Šis ir abpusēji izdevīgs žests, jo netiks piebrādāta naktsmītnē un viesim nebūs jājūtas par to neērti. Servisa objektos, kas atrodas gar garas distances pārgājienu maršrutiem, pasaulē tiek lietotas arī informatīvas zīmes (skat. attēlu), kuras pie ieejas objektā ceļotāju aicina netīros apavus atstāt ārpusē.

2.4. ŪDENS UN PĀRTIKA

Tāpat, kā veicot jebkuras fiziskās aktivitātes, arī dodoties pārgājienu laikā nepieciešamība lietot daudz šķidrumu. Gājējiem pa ceļam rodas vajadzība

uzpildīt savas ūdens pudeles. To viņi dara vai nu naktsmītnēs, vai nopērkot veikalā jaunu ūdens pudeli un tad pārlejot savējā vai vislabāk, uzpildot pudeli pie šim nolūkam paredzētiem ūdens pumpjiem, avotiem u.c. Ja maršruta tuvumā ir šādas ūdens uzpildes vietas, tad uz tām vajadzētu norādīt, pirms tam padomājot, vai tās ir ērti sasniedzamas.



Garos distanču gājējiem ir raksturīgi ēst pilnvērtīgas brokastis un vakariņas, bet pa dienu iztikt ar uzkodām, piemēram, pilngraudu batoniņiem, riekstiem, žāvētiem augļiem. Veikalos garas distances pārgājienu maršrutu vajadzētu nodrošināt šādu produktu pieejamību. Šī mērķauditorija varētu iegādāties arī viegli līdzi paņemamas un atbilstoši iepakotas vietējās delikateses, piemē-

ram, sklandraušus, žāvētas zivis u.tml. Tomēr, lai tas notiktu, ceļotājs ir jāinformē par šīm precēm, to izcelsmi un unikalitāti. To var darīt gan ar stāstījuma palīdzību, gan, piemēram, speciāli izveidotā plauktā izvietot teritorijai raksturīgu produkciju kopā ar īsu aprakstu par šiem produktiem. Var apdomāt arī iespēju piedāvāt degustāciju.



Kājāmgājējiem tūristiem draudzīgs veikals Igaunijā



Kaltētas zivs iepakojuma piemērs, Igaunija

Ceļotāji, kas maršrutu veic dažas dienas, vai ģimenes ar bērniem dos priekšroku atpūtai, pusdienojot vietējā kafejnīcā vai arī labprāt izvēlēsies naktsmītnes piedāvāto pusdienu kastīti (*lunch box*), lai ieturētos kādā skaistā piknika vietā. Ceļotājiem var būt specifiskas ēdiena prasības. Visbiežāk šie cilvēki dod priekšroku veselīgam uzturam. Ēdiens nevar būt "smags", tam jānodod enerģija. Brokastīs ļoti piemērotas ir putras. Uzsvars tiek likts uz ogļhidrātiem. Vakariņās vairāk vajadzētu būt olbaltumvielām, kas palīdz ķermenim atjaunoties.

IETEICAMĀS LĪDZŅEMAMĀS PUSDIENU KĀRBAS (LUNCH BOX) SATURS PIEAUGUŠAJAM:

- Sviestmaize (pilngraudu maize, sviests, siers, šķiņķis vai salami desa, dārzeņi);
- Vārīta ola;
- Nomazgāti, nomizoti dārzeņi, piemēram, burkāni vai gurķi;
- Nomazgāts auglis (banāns/ābols/bumbieris) vai augļu salāti;
- Šokolādes batoniņš;
- 0,5 l negāzēta ūdens pudele;
- 0.25 l sulas paciņa.

Dažādas pārtikas produktu alerģijas ir iemesls bažām par savu veselību un lab-sajūtu ceļojuma laikā, nogaršojot vietējos ēdienus. Šī iemesla dēļ ir saprotams, ka pārtikas produktu marķēšanas prasības alergēniem attiecas arī uz lauku tūrisma uzņēmējiem, kas piedāvā pārtikas pro-dukthus galapatērētājam vai ēdināšanas pakalpojumus. Ēdienkartēs vai kur citur pirms ēdiena pasniegšanas rakstiski jā-norāda sastāvdaļas, kas izraisa alerģijas:

- Obligāti jānorāda ziņas par jebkuru sastāvdaļu vai pārstrādes palīgvielām, kas izraisa alerģiju vai nepanesamību, un ko lieto pārtikas produktu ražošanas vai sagatavošanas procesā, un ko, to- starp arī izmainītā veidā, satur arī ga- tavais pārtikas produkts.

- Ja nav sastāvdaļu saraksta, tad aler- gēnu norādēs iekļauj vārdu „satur”, kam seko pielikumā (sk. zemāk) uzskaitītās vielas vai produkta nosaukums.

- Alergēnu norādes nav vajadzīgas, ja produkta nosaukums skaidri norāda uz attiecīgo alergēnu (piem., olas, rieksti utt.).

Alergēnie produkti (saīsināts saraksts), saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2011. gada 25. oktobra Regulu Nr. 1169/2011 par pārtikas produktu informācijas sniegšanu patērētājiem 2. pielikumam:

1. Labība, kas satur glutēnu, t. i., kvieši (kā speltas kvieši un kamuts), rudzi, mie-ži, auzas vai to hibrizēti celmi, un tās produkti.

2. Vēžveidīgie un to produkti.

3. Olas un to produkti.

4. Zivis un to produkti.

5. Zemesrieksti un to produkti.

6. Sojas pupas un to produkti.

7. Piens un tā produkti (ietverot laktozi).

8. Rieksti, t. i., mandeles (*Amygdalus- communis L.*), lazdu rieksti (*Corylus- vellana*), valrieksti (*Juglansregia*), Indijas rieksti (*Anacardiumoccidentale*), pekan- rieksti (*Caryillinoiesis (Wangenh.) K. Koch*), Brazīlijas rieksti (*Bertholletiaex- celsa*), pistāciju rieksti (*Pistaciavera*), makadāmijas jeb Kvīnslendas rieksti (*Macadamiaternifolia*) un to produkti.

9. Selerijas un to produkti.

10. Sinepes un to produkti.

11. Sezama sēklas un to produkti.

12. Sēra dioksīds un sulfīti, ja to koncen- trācija pārsniedz 10 mg/kg vai 10 mg/l kopējā SO₂, kas ir jāaprēķina produk- tiem, ko piedāvā kā gatavus patēriņam, vai kuru sākotnējā forma jāatjauno sa- skaņā ar ražotāju instrukcijām.

13. Lupīna un tās produkti.

14. Gliemji un to produkti.

Jāņem vērā, ka dažkārt, lai kājām- gājējs varētu dienas garumā noiet at- tālumam līdz izraudzītajai nākamajai naktsmītnei, viņš var vēlēties sākt iet iespējami agri. Turklāt agrie rīti piedā- vā skaistus saullēktus fotomirkļiem. Naktsmītņu saimniekiem vajadzētu būt elastīgiem attiecībā uz brokastu pa- sniegšanas laiku. Plānojot ēdienkar- ti, ieteicams izmantot vietējās izejvielas. Protams, nevajag pārspīlēt un viesim jāsniedz izvēles iespēja vai jānoskaidro vēlmes iepriekšējā vakarā.

Jāatceras, ka ceļotājus vienmēr iepriecina laba kafija, karstā vasarā saldējums, auksts gāzēts dzēriens vai alus kauss. Izjūtu līmenī ceļotājam tā ir kā labi nopelnīta balva par paveiktajiem kilometriem. Ejot, piemēram, gar jūras krastu, gājējiem ir jāzina, kur iepriekšminēto var iegādāties, jo ne vienmēr ceļotājs var pamanīt, ka aiz kāpām atrodas kafejnīca vai veikals. Pavisam vienkārša tāfele ar uzrakstu ir pilnīgi pietiekama, lai tūrists zinātu, kur viņam jānogriežas. Šāda pārnēsājama tāfele vai kāda cita līdzīga pārvietojama norādes zīme sniegs iespēju to pasargāt no sliktiem laika apstākļiem vai vandālisma.



Informatīvas tāfeles piemērs, lai tūrists zinātu, kur iespējams saņemt pakalpojumu



Ceļotāju nopelnīta balva par mērotājiem kilometriem - kafijas pauze kafejnīcā

2.5. PĀRVADĀJUMU PAKALPOJUMI

Ceļotāju pārvadājumi

Vairāku iemeslu dēļ, piemēram, slikti laika apstākļi, sarežģīts ceļa posms, laika trūkums, nogurums u.tml., ceļotāji var vēlēties izmantot pārvadājuma vai transfēra pakalpojumus, kas nozīmē ceļotāju nogādāšanu no punkta A uz punktu B. Tāpat transfēra pakalpojumi var būt nepieciešami, ja konkrētās dienas maršruta beigu posmā nav naktsmītņu vai atvedot/aizvedot klientus uz/no sabiedriskā transporta pieturas līdz naktsmītnei vai maršruta starta punktam.

Visbiežāk šo pakalpojumu piedāvā naktsmītnes, pēc brokastīm vai citā klienta iepriekš norādītā laikā ceļotājus nogādājot viņu izvēlēta galamērķī par iepriekš noteiktu papildu samaksu. Parasti šis pakalpojums tiek sniegts ar vieglo automobili, tomēr tas ir atkarīgs no klientu skaita un ir uzņēmumi, kas piedāvā arī lielāku grupu transfēru. Sniedzot šo pakalpojumu, ļoti svarīgi ir ievērot laika grafiku, par kuru iepriekš bijusi vienošanās ar klientu, jo nereti, dodoties garas distances pārgājienos, ceļotāju laika plāns ir rūpīgi saplānots un kavēšanās var to negatīvi ietekmēt.

Bagāžas pārvadājumi

Bagāžas pārvadājums jeb transfērs var būt ļoti pieprasīts pakalpojums garo distanču veicējiem, jo ne visi ceļotāji ir gatavi visu savu iedzīvi, kas ir paredzēta nedēļai/vairākām nedēļām un varbūt pat mēnesim, ik dienu nest uz muguras.

Īpaši pieprasīti bagāžas pārvadājumi ir ārvalstu tūroperatoru organizētām tūrēm gan grupām, gan individuāliem tūristiem. Šāda transfēra piedāvājums var būt izšķirošs, lai tūrooperators izvēlētos piedāvājumā iekļaut konkrēto naktsmītni vai pat visu maršrutu.

Nodrošinot bagāžas transfēru, ir svarīgi noskaidrot, vai tūrooperators markē savu klientu bagāžu, norādot klienta vārdu un telefona numuru. Klienta vārds ir svarīgs, lai, atvedot bagāžu, naktsmītnes darbinieks zinātu, kurā istabiņā šī bagāža jānovieto. Pretējā gadījumā bagāža jāuzglabā administrācijā, lai klients pats var atpazīt savu bagāžu. Klienta telefona numurs ir svarīgs gadījumos, kad, piemēram, bagāža ir atvesta un ir iestāties vēls vakars, bet klients nav ieradies. Šādā gadījumā ir labi, ja ir iespēja klientu sazvanīt un noskaidrot, vai viņam viss ir kārtībā un viņš ieradīsies.

Ir svarīgi sekot līdzi norādītajam laikam, ko ir norādījis klients vai tūrisma operators, kurš pakalpojumu ir pasūtījis, cikos bagāžai ir jābūt galamērķī. Visbiežāk tas ir līdzi laikam, kad galamērķī ierodas pats klients, jo viņam var būt svarīgi pārvilkat drēbes u.tml.

Pieņemot transfēra pasūtījumu, jāpalīdz arī naktsmītnes, kurā bagāža jānogādā, kontaktpersonas telefona numurs, jo var gadīties, ka atvedot bagāžu galamērķī, konkrētās naktsmītnes durvis ir ciet vai arī administrācijā neviena nav. Šādos gadījumos, lai nav jāgaida, ir vērtīgi, ja konkrēto pārstāvi var sazvanīt un vienoties par tālāko rīcību.

Tāpat jāņem vērā, ka var gadīties arī situācijas, kurās kopā ar bagāžu jāpārved arī pats ceļotājs. Piemēram, tas var notikt gadījumā, ja ceļotājs ir guvis kādu

savainojumu un konkrētajā dienā pārgājēju turpināt nav spējīgs.

Transfēra cenu abos iepriekš aprakstītajos gadījumos veido veicamais attālumš – gan degviela, gan laiks, kas tiek patērēts, nodrošinot konkrēto pakalpojumu. Ir iespējams noteikt konkrētu cenu par vienu kilometru, ierēķinot arī atpakaļceļu. Tāpat ir iespējams noteikt konkrētu cenu par transfēra pakalpojumu noteiktā rādiusā, piemēram, 20 km, 50 km u.tml.. Būtiskākais, ka par cenu ir jāvienojas pirms pakalpojuma sniegšanas.

2.6. IESPĒJA UZLĀDĒT ELEKTROIERĪCES

Ceļotājiem ļoti svarīga ir iespēja uzlādēt mobilo telefonu un citas navigācijas vai fotografēšanas ierīces. Ejot pārgājienā, ik pa brīdim rodas nepieciešamība un vēlme pieslēgties WI-FI tīklam. Naktsmītne ir tā vieta, kur nepieciešamās elektroierīces parasti uzlādē. Ceļotāji var meklēt brīvu piekļuvi WI-FI tūrisma informācijas centros, kafejnīcās un citur. Vēlams, lai bezmaksas WI-FI pieejamība būtu norādīta labi redzamā vietā. Iespēja izmantot Wi-Fi, īpaši ārzemju ceļotājiem, var kalpot kā iemesls, lai rosinātu konkrētajā vietā uzkavēties ilgāk.

Ir svarīgi, lai visu viesu elektroierīču uzlādēšanai (jāņem vērā, ka vienam viesim var būt nepieciešamība uzlādēt vairākas elektroierīces – mobilo telefonu, GPS ierīci, fotoaparātu, planšeti u.c.) būtu pietiekams kontaktlīgzdu skaits. Iespējams, ka vasaras sezonā var padomāt par pagarinātāju vai sadalītāju

izmantošanu, lai viesi justos apmierināti un varētu turpināt izmantot savas elektroierīces.

Jāpatur prātā, ka ceļotājiem var būt arī nepieciešamība iegādāties baterijas kādai ierīcei, ko viņš dosies meklēt uz vietējo veikalu.

2.7. DROŠĪBA

Ceļotāji, kas pārvietojas ar kājām, salīdzinot ar citām ceļotāju grupām, ir tie, kuri proporcionāli visvairāk dodas pārgājienos vienatnē. Kā norādīts iepriekš, vienas pārgājienos dodas arī sievietes. Tāpēc šai mērķauditorijai ļoti svarīga ir kā fiziskā, tā savas bagāžas drošība.

Ja jāšķērso privātīpašums un nav nekādas norādes par to, kā to izdarīt, ceļotājs nejutās drošs, vai drīkst tur iet un kādas tam būs sekas. Tāpēc ir vēlams zīme ar norādi, ka ceļotāji maršrutā šeit drīkst pārvietoties pa konkrēto taku. Gadījumā, ja nevēlaties, lai viņi šķērso jūsu privātīpašumu, sniedziet norādes, kā maršrutu var turpināt, to apejot.

Lauku teritorijās salīdzinoši bieži šiem



Zīme, kas norāda uz privātīpašumu, kuru atļauts šķērsost ceļotājiem, kas dodas pārgājienos



Informatīva zīme pie skatu torņa Mērsraga novadā, kas norāda uz Wi-Fi pieejamību

ceļotājiem gadās satikties ar nepiesietiem suņiem. Tas var būt ļoti nepatīkami arī tad, ja dzīvnieks nav agresīvs. Saimniekojot pārgājienu maršruta tuvumā, aicinām pārliecināties par to, vai jūsu suns nevar izkļūt no īpašumam apkārt esošās sētas un brīvi pārvietoties apkārtnē, biedējot ceļotājus. Arī gadījumā, ja ceļotājus uzņemam pie sevis un jums ir liels vai mazs suns, aicinām pie ieejas teritorijā izvietot informatīvu zīmi, ka šeit ir suns, lai ceļotāji jau laicīgi būtu informēti.

Tāpat šai mērķgrupai nepatīk iet gar autoceļu malām, un tas arī nav droši. Kājāmgājējiem nepatīk savu ceļu dalīt arī ar velobraucējiem, tomēr, ja tādi posmi ir, par tiem ir jābrīdina iepriekš. Ļoti labi, ja šādā situācijā ceļotājam var piedāvāt alternatīvas – sabiedrisko transportu vai transfēru.

Ejot Latvijas un Igaunijas dabā, jāuzmanās no čūskām, ērcēm, odiem un indīgiem augiem. Ceļotāji ir jābrīdina un jāinformē gan par to, kur var iegādāties pretodu līdzekļus, gan arī kā rīkoties, ja, piemēram, iekož ērce vai čūska. Savukārt, ejot pa pludmali basām kājām, jābrīdina par iespējamību uzkāpt uz izskalota fosfora vai sadurt kājās ar stagaru spurām.

Gadās, ka ceļotājam ar lielu mugursomu, apmeklējot kādu apskates objektu, ir jāatstāj soma garderobē vai pie kases, jo ekspozīcijas telpās ar somām nav atļauts ieiet. Šajā gadījumā ir jāsaprot, ka lielajā mugursomā atrodas visa šī cilvēka iedzīve un viņam ir jājūtas 100% pārliecinātā par atstātās somas drošību. Vislabāk, ja šim nolūkam ir pare-



Brīvi klaiņojošs suns, kas biedē ceļotājus

dzēti speciāli slēdzami skapīši. Tāpat ir jāsaprot, ka šī soma var būt arī netīra. Ceļotājam nevajadzētu likt par to justies slikti, bet ir jāizrāda sapratne.

2.8. SABIEDRISKAIS TRANSPORTS



Šai mērķgrupai būtisks ir sabiedriskais transports izvēlētā maršruta sākumā un beigās, kā arī gadījumos, ja dažādu iemeslu dēļ tiek nolemts pārgājienu pārtraukt tā vidusposmā. Īsāku distanču (vienas vai dažu dienu) gājēji nereti izvēlētā maršruta sākumpunktā ierodas ar auto, bet no maršruta beigām līdz savam auto atgriežas ar sabiedrisko transportu. Informācijas materiālos būtu vēlams norādīt iespējamās auto stāvvietas un iespējamo sasaisti ar sabiedrisko transportu, interneta vietnes adresi un/vai tālruņa numuru, pa kuru zvanot, var noskaidrot transporta kursēšanas laiku.

Ja maršruta sākums atrodas tālu no sabiedriskā transporta, tā ir iespēja naktsmītnes saimniekam piedāvāt klientu atvest no pieturas vai aizvest uz pieturu, kā arī aizbraukt pakaļ uz maršruta galapunktu, tādējādi panākot, ka klients paliek vēl vienu nakti šajā naktsmītnē.

2.9. CITAS VAJADZĪBAS

Vairākas dienas ejot gar jūras krastu, tas var sākt šķist vienmuļš, tāpēc ir jāpadomā, kā to padarīt interesantāku un kā gājēju novirzīt no krasta līnijas, lai mainītu vienveidīgo skatu punktu. Ceļotāju, kurš atbraucis no citas valsts, interesēs apskates objekti (dabas un kultūrvēstures), tā ir iespēja takas pieredzi padarīt saistošāku.

Maršrutā jāizveido atpūtas vietas, kur ceļotājiem ir iespēja izbaudīt klusumu un dabas skaņas (jūru, priežu šalkoņu, putnus). Ieteicams izvēlēties skatu



Skatu vieta

punktus un ierīkot tur soliņus.

Tūristiem vienmēr ceļā var gadīties kāda "ķibe" vai situācija, kam viņš nav sagatavojies. Var gadīties, ka saulē un vējā apdeg seja. Tad nepieciešams saules krēms. Dažkārt ir nepieciešama medicīniskā palīdzība vai aptieka, lai nopirktu medikamentus. Ir labi, ja šādas preces ir pieejamas arī naktsmītnē.

Mērojot garas distances, gadās, ka saplīst inventārs, tad tiek meklētas iespējas to salabot vai dažkārt pat iegādāties no jauna. Par šādām vietām ārpus lielām pilsētām ir ieteicams norādīt arī maršruta informācijas izdevumos. Veikali, kuri piedāvā kājāmgājējiem nodevīgas preces, var padomāt par to, kā šo informāciju nogādāt līdz potenciālajam pircējam.






Vienmuļš skats, lai tā ietu vairākas dienas

3.

JAUNA GARĀS DISTANCES KĀJĀMGĀJĒJU PRODUKTA VEIDOŠANA

Garas distances pārgājienu maršruts veicina arī tā apkārtnē esošo uzņēmumu attīstību un var sekmēt arī jaunu uzņēmumu/pakalpojumu rašanos. Kvalitatīvi izstrādāts maršruts, kuram ir īstenota profesionāla reklāma, kļūst par sava veida teritorijas magnētu, lai varētu attīstīties daudzi lokāla mēroga pakalpojumi un produkti ap to. Lai garas

distances pārgājienu maršrutu vai tā daļu piedāvātu kā komerciālu produktu, ir nepieciešami trīs pamatpakalpojumi:

-  Naktsmītnes;
-  Ēdināšanas pakalpojumi;
-  Cilvēku un bagāžas transfērs.

3.1. MARŠRUTA VEIDOŠANU IETEKMĒJOŠĀS TŪRISMA TENDENCES

Plānojot tūrisma piedāvājumu pārgājiena maršruta apkārtnē, ir ieteicams ņemt vērā aktuālās tūrisma tendences. Pēc Eiropas komisijas datiem apmēram 40 % tūristu, kuri apmeklē Eiropu, motivācija ir kultūra, tāpēc kultūras pie-

dāvājuma nozīme ir svarīga arī plānojot garās distances maršrutus. Jāuzsver, ka veiksmīga tūrisma produkta pamatnoteikums ir līdzsvara ievērošana starp dabas un kultūras piedāvājumu. *Jūrtakas* kontekstā pārgājienu maršruts pārstāv dabas komponenti, savukārt maršruta apkārtnē darbojošās iesaistītās puses ir aicinātas to papildināt ar kultūras (kultūrvēsture, tradīcijas, t.sk. nemateriālās u.c.) piedāvājumu. Īpaši jāizceļ arī kulinārais piedāvājums, kas veido daļu no vietas pieredzējuma un ir lauku tūrisma neatņemama sastāvdaļa, ko vēlēties izbaudīt vairākas no šajā rokasgrāmatā minētajām mērķauditorijām.

Turpinot par aktuālākajām tendencēm, jāmin lielākās naktsmītnu re-



zervēšanas platformas *Booking.com* komandas pētījums, kurā tika atklāts, ka 2 no 5 ceļotājiem interesē labsajūtas (*wellbeing*) tūrisms, un apmēram 48% ceļotāju plāno pavadīt savas brīvdienas, lai pārdomātu savas dzīves izvēles. Šīs mērķauditorijas pārstāvjiem aktuāli varētu būt pirts rituāli, sevis izzināšana caur vietējām tradīcijām, ēdienkarte, kuru veido dabīgas izejvielas un, iespējams, viesiem jāsniedz iespēja arī piedalīties šo ēdienu sagatavošanā.

Ceļotāji, kas dodas pārgājienos, visbiežāk izmanto arī citu aktīvā tūrisma piedāvājumu. Līdz ar to jāveido piedāvājumi, kuros papildu iešanai gar jūru integrētas arī citas āra aktivitātes. Piemēram, velo maršruts, kas iekļauj kādu vietējo saimniecību vai kultūrvēstures objektus, izbraucienus ar laivām kopā ar zvejniekiem, uz Kolkas bāku, Roņu salu vai izbraukumus ar jūras kajakiem.

Kādu maršruta posmu ceļotājus var pārvest pa jūru vai ar auto un šoferi-gidu, īpaši, ja tas ir mazāk ainavisks vai līdzīgs iepriekšējām dienām, vai arī, ja ceļotāji gluži vienkārši ir saguruši.

Būtisks ir izziņas process, tāpēc noderīgs ir drukāts materiāls par apkārtnē esošo floru un faunu. Novērtēti tiks arī maršrutā izvietoti informācijas stendi ar informāciju par tuvākajā apkārtnē mītošajiem dzīvniekiem, sastopamiem augiem. Informācijas stendi var atspoguļot arī Baltijas jūras un Rīgas līča iemītniekus un augu valsti.

Tāpat joprojām aktuāls ir arī pieprasījums pēc personīgas attieksmes, tūrisma produkta autentiskuma.

3.2. MARŠRUTA KVALITĀTE



Informatīva zīme, kas informē, ka velobraucēji, kājāmgājēji un jātnieki ir aicināti apmeklēt kafejnīcu

Kājāmgājējs tūrists ir vislielākajā kontaktā ar vietu, kurā viņš atrodas. Ja viņam kaut kas nepatīk, viņš nevar iekāpt turpat līdzās esošajā automašīnā un aizbraukt prom. Šos ceļotājus var uzskatīt par pasaulei visatvērtākajiem un visneaizsargātākajiem. Tāpēc sajūta, ka *es šeit esmu gaidīts, mani šeit sapratīs* šiem ceļotājiem ir īpaši svarīga. Primāri šo sajūtu rada vizuālā informācija - informācijas stendi, norādes zīmes, uzraksti, atbilstoši informācijas materiāli, tematiskas grāmatas, šiem ceļotājiem paredzēts preču klāsts veikalos, kā arī zinoši un atsaucīgi vietējie cilvēki.

Daudzās valstīs, kur pārgājieni ir populāri, tiek izmantotas uzlīmes "*Hikers' Friendly*" (*draudzīgs/a pārgājienu tūristiem*). Dažviet šīs uzlīmes ir daļa no sertifikācijas programmas un to saņem tikai tie, kas atbilst visiem programmas kritērijiem (katrā vietā programmas un



*Kafejnīca ar nosaukumu "Hikers Rest"
(atpūtas vieta pārgājēju tūristiem)*



minētie kritēriji nedaudz atšķirīgi). Citviet tā ir atbildīgās tūrisma organizācijas izveidota zīme un ir uzņēmēja brīva izvēle šādu uzlīmi lietot vai nē. Dažkārt tā ir pašu uzņēmēju kopīga iniciatīva.

Šāda uzlīme/zīme ir efektīvs veids kā konkrētajai mērķgrupai darīt zināmu, ka viņi šeit ir gaidīti. Šāda veida zīmes ir atpazīstamas visā pasaulē, un, to ie-raugot, ceļotājam uzreiz ir skaidrs, ka te tiks saprastas viņa vajadzības un būs kāds domubiedrs vērtīgai domu apmaiņai.

Dažās vietās tiek izmantotas uzlīmes "Hiker & biker friendly" (pārgājēju tūristiem un velobraucējiem draudzīgs), kas var būt praktiskāks piegājiens, ja tuvumā ir arī velo maršruti.

Lai Jūrtaku realizētu kā veiksmīgu tūrisma produktu, iesaistītajām un ie-

interesētajām grupām ir jāstrādā pēc līdzīgiem viesmīlības kvalitātes principiem. Piemēram, www.hochkoenig.at ļoti precīzi definē, kas tiek sagaidīts no naktsmītņu uzņēmēja, lai saņemtu "Hikers' friendly" kvalitātes zīmi:

- pārgājēju tematika jāiekļauj uzņēmēja reklāmas materiālos;
- redzamā vietā jābūt novietotai pilnvērtīgai informācijai par maršrutu un tajā pieejamiem pakalpojumiem;
- katru dienu redzamā vietā ir jāizliek laika prognoze;
- jāiekārto žāvējamā telpa zābakiem un drēbēm;
- jābūt vietai, kur ir iespēja nomazgāt netīros zābakus;
- jāpiedāvā atpūtas istaba (brokastu telpa, veranda, lasītava u.tml.);
- jābūt gatavībā iznomāt vai noorganizēt nepieciešamo inventāru – dienas somas, bērna nesamo somu, nūjas, lietussplēves u.tml.;
- jābūt iespējai nakšņot tikai vienu nakti un rezervēt istabu "pēdējā brīdī";
- ja tiek iznomāts inventārs, saimniekam jābūt pārliecinošām zināšanām par šo inventāru un kur to izmantot vietējā apkaimē;
- vietējās tūres: informācija un kartes par lokāliem maršrutiem, gida vadītas un tematiskas tūres (piemēram, pie vietējiem mājražotājiem, amatniekiem);
- daudzveidīgas, veselīgas brokastis (ar graudaugu brokastu pārslām, augļiem, pilngraudu maizi u.tml.);
- brokastis iespējamas jau no plkst. 7:00,

un ir iespēja tās dabūt līdzņemšanai;

- pieejama aptieciņa ar saitēm, smēri no-gurušām kājām, plāksteriem;
- pēc nepieciešamības jāsniedz palīdzī-ba rezervēt nākamās naktsmītnes vai citus pakalpojumus, kā arī nokļūt līdz sabiedriskajam transportam;
- veļas mazgāšanas pakalpojums;
- pirtis, masāžas.

Minētie kritēri-ji varētu kalpot kā orien-tie-ris arī uzņēmējiem un/vai tūrisma organizācijām, t.sk. tūrisma informācijas centriem *Jūrtakas* apkārtnē.

3.3. MARŠRUTA MĀRKETINGA JEB KOMUNIKĀCIJA

Lai maršruts veidotos kā pievilcīgs un atpazīstams tūrisma produkts, nepieciešama visu iesaistīto pušu sadarbība un vienota rīcība mārketinga īstenošanā visa maršruta garumā.

Svarīgi, lai uzņēmēji, tūrisma informācijas centri un citas iesaistītās puses savos mārketinga materiālos izmanto maršruta logo un sniedz pamatinformāciju par maršrutu, kā arī norādi, kur iespējams atrast plašāku informāciju

par maršrutu (maršruta mājas lapa, sociālie tīkli utt.).

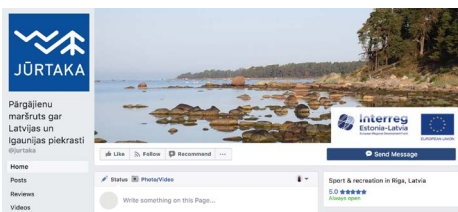
3.3.1. SOCIĀLIE TĪKLI

Šobrīd aktīvāko un lielāko mērķgrupu tūrismā veido paaudze, kas ir aktīva digitālajā vidē. Tāpēc ļoti svarīgs ir maršruta mārketinga internetā, īpaši sociālajos tīklos. Šo paaudzi vairāk uzrunā vizuālā informācija nekā teksts, tāpēc ļoti svarīgas ir fotogrāfijas un video, tāpat tās var būt arī infografikas, animācijas u.tml. Svarīgas ir gan aīnavisku maršruta posmu fotogrāfijas, gan ceļotāju aktivitāšu atspoguļošana, kā arī maršruta uzturēšanas un labiekārtošanas procesa fotogrāfijas, kas potenciālajam apmeklētājam sniedz pārlicību, ka konkrētais maršruts tiek uzturēts kārtībā.

Viens no labākajiem maršruta un jebkura produkta publicitātes veidiem ir pašu lietotāju radītā publicitāte, protams, ja tie ar produktu vai pakalpojumu ir apmierināti. Lai paši ceļotāji veidotu maršruta publicitāti, īpaši ārvalstu ceļotāju kontekstā, jānodrošina pieeja bezmaksas bezvadu internetam, lai, kamēr izjūtas par piedzīvoto vēl ir *dzīvas*, ar tām varētu dalīties sociālajos tīklos.

Tēmtura lietošana (*angl.:hashtag*)

Tēmtura izmantošana ir vienkāršs veids, kas palīdz orientēties plašajos sociālajos tīklos un atrast sev interesējošās ziņas. Piemēram, noderīgi tēmturi, kas jau tiek plaši lietoti pārgājienu kontekstā ir: *#hiking*; *#hikingadventure*;





#outdoor; #sunset.

Jūrtakas ziņu gadījumā lietojamie tēmturi varētu būt divi: *#jūrtaka*; *#balticcoastalhiking*, ko vajadzētu lietot pie visām iesaistīto pušu (uzņēmēju, TIC, pašvaldību u.c.) ziņām saistībā ar maršrutu.

3.3.2. PIEREDZES STĀSTI

Maršruta mārketingā svarīgi ir ceļotāju pieredzes stāsti, jo aktīvās atpūtas cienītāji savas izvēles drīzāk izdara, vadoties no domubiedru ieteikumiem sociālajos tīklos, blogos un forumos, nekā balstoties uz tradicionālajām reklāmām. Svarīgi piesaistīt cilvēkus (bloggerus, viedokļu līderus), kas var izveidot pieredzē balstītu maršruta un konkrēta ar to saistīta pakalpojuma publicitāti.

Jāpatur prātā, ka maršruta kopīgo tēlu veidos katra piedzīvotā nianse, jo ceļotājs jebkurā mirklī informāciju

(negatīvu vai pozitīvu) var ievietot sociālajos tīklos.

3.3.3. VIETĒJĀ SABIEDRĪBA

Svarīga ir vietējo cilvēku informētība un iesaiste maršruta veidošanas un uzturēšanas procesos. Tādā veidā vietējais kļūst gan par maršruta neformālo kārtības uzraugu, gan tā vēstnieku. Piemēram, vietējās sabiedrības (t.sk. uzņēmēju) saliedēšanai var rīkot talkas, iepazīšanas gājienus un citas aktivitātes, kas vienlaicīgi ir arī publicitātes iespēja. Īstenotās aktivitātes jāpublicē sociālajos tīklos (un mājas lapā, ja tāda ir), kur tās var uzrunāt arī potenciālos ceļotājus, jo viņi nereti vēlās būt tapšanas procesa dalībnieki.

Svarīga ir arī vietējo uzņēmēju iesaistīšanās maršruta uzturēšanā ilgtermiņā, jo tas sniedz gan pievienoto vērtību, gan iespējas attīstīt savu uzņēmējdarbības nišu.

Piemēram, "Amatas takas" gadījums. Netālu no takas atrodas lauku viesnīca "Kārļamuiža". Saimnieki, apzinoties takas nozīmību savam biznesam, paši saviem spēkiem uzstādīja norobežojuma barjeras skatu punktā uz Ainavu kraujas un norādes zīmes ar attālumu un tā mērošanai nepieciešamo laiku, kā arī izveidoja savienojšo taku no viesnīcas līdz Amatas takai (pirms 2016. gadā realizētā Gaujas Nacionālā parka infrastruktūras atjaunošanas ES projekta). Vienlaicīgi "Kārļamuiža" ir attīstījusi vietējos nūjošanas mar-

šrutus, ko klienti var veikt gan gida pavadībā, gan orientējoties pēc izstrādātajām kartēm.

3.3.4. VIZUĀLĀ IDENTITĀTE

Ja vietējām ieinteresētajām pusēm izdodas kopīgi izveidot atraktīvu tūrisma piedāvājumu, tad būtu ieteicams vienoties arī par kopīga reklāmas materiāla izveidi, kurš ietvertu arī vizuālo identitāti šī materiāla atpazīstamībai. Lai izstrādātie piedāvājumi aizsniegtu mērķauditoriju, ir būtiski sadarboties un par saviem produktiem un pakalpojumiem informēt vietējos tūrisma informācijas centrus, maršruta mājas



4. | KĀ VEIDO ORGANIZĒTUS KĀJĀMGĀJĒJU CEĻJUMUS

lapas un sociālo kontu uzturētājus, meklēt sadarbības partnerus e-vidē, tūrisma izstādēs un gadatirgos, pieredzes apmaiņas braucienos u.tml.

Organizēti pārgājieni kļūst arvien populārāki kā ceļojuma un atpūtas veids. Šādus pārgājienu rīko gan tūroperatori, gan dažādas ar āra aktivitātēm saistītas organizācijas.

Ceļojumu formāti ļoti atšķiras un ir precīzi mērķēti uz katra uzņēmuma klientiem.

Ir klienti, kas ceļo ļoti ekonomiski – tie lielākoties nakšņo kempingos



Svaigi cepti sklandrausī "Ūšos", Kolkā

līdz-paņemtās teltīs un viņu uzstādījums ir maršruta grūtību pārvarēšana un komandas gars. Tomēr biežāk izmanto ceļojumu paketes, kur līdz ar pārgā-

jiena aktivitāti tiek piedāvāti arī vietas iepazīšanas un izbaudīšanas elementi. Paketē tiek iekļauti gan vietējie apskates objekti, gan vietējo ēdienu, dzērienu degustācijas, gan pirtis un masāžas, kā arī cita veida aktivitātes – izbraucieni ar velosipēdiem, laivām u. tml. Pēc



Vietējo produktu degustācijas piemērs Rojā - šprotes ar degvīnu



Zupas katls starp Kalteni un Mērsragu

distances mērošanas ceļotājiem var būt vēlme pēc ugunscura zupas brīvā dabā, saimnieces ceptām pankūkām ar mājās gatavotu ievārījumu un citiem, īpaši teritorijai raksturīgiem ēdieniem.

4.1. ORGANIZĒTAS GRUPAS

Grupas lielums visbiežāk ir ne vairāk kā 8-16 cilvēki. Tūroperatori meklēs naktsmītnes, kur līdzvērtīgās istabās var izmitināt šāda lieluma grupas, iepriekš tiks pasūtītas pusdienu un vakariņu vietas, iespējams, līdzņemamās pusdienu kārbas (*lunch box*), kā arī citi saistītie pakalpojumi. Nakšņošanas vietā šādām grupām ir nepieciešama telpa grupas vakara sapulcei.

Visbiežāk grupu pavada auto transports, kurš ved grupu ekskursijās un uz vakariņu vietām, pārved mantas no vienas naktsmītnes uz otru. Tas ir arī

PIEMĒRI TEMATISKIEM PIEDĀVĀJUMIEM GRUPĀM:

- zivju kūpināšanas demonstrēšana un degustācija;
- vakariņošanas vietā - zāļu sievas stāsts un augu demonstrācijas vai iepazīstināšana ar latvju zīmēm un rakstiem tautas tērpos;
- sklandraušu darbnīca;
- izbrauciens ar jūras laivām uz Kolkas bāku;
- folkloras tradīcijas;
- pēcpusdienas ekskursija alus brūzī ar degustāciju.

transporta atbalsts, ja kāds grupas dalībnieks nevar vai negrib kādu posmu iet kājām. Grupas vadītājs parasti ir konkrētās tūrisma kompānijas pārstāvis, bet atsevišķos gadījumos tiek izmantoti vietējie gidi. Ja šādus ceļojumus kompānija piedāvā regulāri, tā dažkārt cenšas atrast savu pārstāvi at-

tiecīgajā valstī uz vietas, jo vietējās zināšanas tomēr ir neatsveramas.


Šīm ceļojumu programmām ir būtiski radīt iespējami autentiskāku priekšstatu par galamērķi, aktivitātes sasaistot ar vietējo kultūru, cilvēkiem, dzīvesveidu.

4.2. ORGANIZĒTAS TŪRES INDIVIDUĀLIEM CEĻOTĀJIEM (ANGL.: SELF-GUIDED TOURS)

Tūroperatori individuāliem ceļotājiem piedāvā ceļojumus, kurus tie var veikt bez pavadoņa/gida klātbūtnes (*self-guided tours*). Tas nozīmē, ka klients nopērk gatavu paketi, kur visi nepieciešamie pakalpojumi ir jau iepriekš rezervēti. Tāpat klients saņem gatavu ceļojuma (*Jūrtakas* gadījumā - pārgājiena) aprakstu pa dienām un laikiem, sā-

kot no iebraukšanas galamērķī līdz pat prombraukšanai.

Šobrīd lielākais pieprasījums ir pēc 7-14 dienu garām pārgājienu tūrēm vai 1-2 dienu pārgājieniem, kas ir iestarpināti garākā piedāvājumā, piemēram, auto tūrē, kurā apceļo visas trīs Baltijas valstis.



Rothaarsteig
Valid: from April to October

Rothaarsteig – the peak of exhilara
6 days / 4 sections
Starting point: Brilon
Finishing point: Oberhundem
Distance: 95 km

5 nights / B&B
from € 299,- per person

Select a product →

Package includes:

- 4 nights B&B in a double room
- Packed lunch on each hiking day
- Luggage transfer to each next overnight stay
- Hiking map with detailed tour description
- Spa tax

Rothaarsteig
Serviceteam
57392 Schmalleberg

Tel: +49.1805.154555
[E-Mail](#)
[Back to home](#)

Further information
Overnight stays in accredited Rothaarsteig quality accommodation
Single supplement: € 8 per night

Pakalpojumi, kuri noteikti ir iekļauti šādā paketē, ir naktsmītnes ar brokastīm, bagāžas transfērs, iespējams, arī transfērs uz/no lidostas. Papildu iepriekš minētajiem, varētu būt arī citi pakalpojumi, kā, piemēram, vakariņas, izbrauciens ar laivu uz kādu tūrisma objektu, vietējās saimniecības apmeklējums, degustācijas u.c.

Piemēram, attēlā redzamais piedāvājums, kurš sastāv no 6 dienām, ietver 4 nakts B&B tipa naktsmītnē, līdzņemamās pusdienas, bagāžas transfērus, pārgājienu karti ar detalizētu pārgājienu aprakstu. Tāpat tiek norādīts, ka visas naktsmītnes, kas ir iekļautas piedāvājumā, ir saņēmušas noteiktu kvalitātes zīmi.

Pakalpojumus, ko savos piedāvājumos individuāliem ceļotājiem iekļauj ārvalstu tūroperatori, tiem iesaka Latvijas tūroperatori vai tūrisma aģentūras. Lai konkrētā naktsmītne tūroperatoram šķistu piemērota iekļaušanai piedāvājumā, tai ir jāspēj piedāvāt bagāžas transfēru, savukārt attiecībā uz ēdināšanas vietām un ēdināšanu naktsmītnē – šim pakalpojumam jābūt iepriekš rezervējamam. Tāpat, veidojot šādas ceļojuma paketes, tiek izvēlētas vienāda vai ļoti līdzīga standarta labas kvalitātes naktsmītnes visa ceļojuma gaitā.

Pārgājienu posmi, ko šādās paketēs iekļauj tūroperatori, visbiežāk ir salīdzinoši viegli un tie nav bīstami, piemēram, neved gar brūkošiem stāvkrašiem u.tml.

5.

KĀJĀMGĀJĒJU TŪRISTU VAJADZĪBAS - APKOPOJUMS

Rokasgrāmatas noslēgumā vēlreiz vienkopus atkārtotas pārgājienu ceļotāju vajadzības.

PAMATVAJADZĪBAS:

- Informācija par maršrutu;
- Ēdiena un dzēriena pieejamība (kafejnīcas, veikali, dzeramā ūdens uzpildīšanas vietas, brokastis un vakariņas);

- Naktsmītnes;
- Iespēja nomazgāties;
- Sausas (izžāvētas) drēbes;
- Bezmaksas bezvadu internets;
- Laika prognoze nākamajai dienai.

DETALIZĒTA INFORMĀCIJA PAR KONKRĒTO MARŠRUTU:

- Maršruta kopējais apraksts;
- Maršruta vai posma „odziņa” jeb unikalitāte - īpašais pārdošanas arguments (*unique selling point*).
- Vispārējā informācija par to, kas valstī ir/nav atļauts konkrētā teritorijā maršruta gaitā, par dabas aizsardzības ierobežojumiem (sezonāli dabas liegumi u.c.);
- Maršruta garums, ilgums un grūtības pakāpe;
- Maršruta sākuma un beigu punkti;
- Dabiskie šķēršļi – upju ietekas, stāvi krasti, akmeņaini posmi, mitrāji un pļavas, grūti izejamām vai bīstamām vietām;
- Mākslīgi šķēršļi – ostas, moli, privātīpašumi, rūpnieciski uzņēmumi – tādi, kuriem ir jāiet apkārt (un kā apiet apkārt);
- Potenciālie riski (drošība, kukaiņi, ērces, no jūras izskalots fosfors, indīgi augi, pamestas armijas bāzes un objekti);
- Pieejamie pakalpojumi (naktsmītnes, ēdināšanas vietas, bankomāti, WI-FI, mobilā telefona zona vai tās neesamība);
- Interesanti dabas un kultūrvēstures objekti;

- Sabiedriskā transporta iespējas un maršruta loģistika;
- TIC atrašanās vietas, kontakti;
- Sabiedriskā transporta grafiks, kustības saraksts;
- Informācija par biežāk sastopamajām augu un dzīvnieku sugām;
- Atpūtas, piknika vietas un telts vietas.

CEĻOTĀJU ORIENTĒŠANĀS:

- Norādes zīmes dabā;
- Vienots maršruta marķējums visā tā garumā;
- Informācijas stendi ar kartēm, kuros ir informācija vismaz vienā svešvalodā;
- Kvalitatīvu karšu pieejamība;
- GPX failu pieejamība lejupielādei.

PAKALPOJUMI NAKTSMĪTNĒ:

- Pieejamas brokastis un vakariņas. Pakalpojuma pieejamais laiks ir elastīgs;
- Piedāvā pusdienu kastītes, īpaši maršruta posmos, kur nav ēdināšanas vietu;
- Piedāvā bagāžas un ceļotāju transfēru;
- Pieejama duša/vanna;
- Pieejama telpa vai citas iespējas, lai var izžāvēt slapjās drēbes, teltis, guļammaisus u.c.;
- Pieejama veļas mašīna;
- Bezmaksas WI-FI.

CITI PAKALPOJUMI:

- Citi aktīvās atpūtas piedāvājumi, piemēram, velo maršruti, laivu izbraucieni, SUP dēļu noma u.c.;
- Iespēja izzināt vietējās tradīcijas un degustēt kulināro piedāvājumu;
- Pirts un masāžas pakalpojumi;
- Veselīgas uzkodas ceļam (enerģijas batoniņi, rozīnes, rieksti, augļi u.tml.)

PAR JŪRTAKU



Eiropas Reģionālās Attīstības fonda Igaunijas – Latvijas programmas projekta “Pārgājienu maršruts gar Baltijas jūras piekrasti Latvijā un Igaunijā” mērķis ir izveidot pārgājienu tūrisma maršrutu gar Baltijas jūru no Latvijas dienvidrietumu robežas līdz Tallinai Igaunijā.

Mārketinga teksts par *Jūrtaku* skan: Vairāk nekā 1200 km garā *Jūrtaka* brīžiem ved pa smilšainu liedagu, brīžiem – pa akmeņiem un sīkiem oļiem nokaisītu pludmali. Reizēm līkumo cauri piejūras mežam vai piestāj zvejnieku ciematā. Pilsētā *Jūrtaka* kļūst teju vai neatpazīstama, bet sasniegusi Igauniju, tā pārtop par Ranniku Matkarada un turpina līkumot tālāk cauri kadiķu audzēm un piekrastes pļavām.

No Latvijas – Lietuvas robežas, līdz pat Tallinai ar tevi kopā ir jūra un kaijas, saule un vējš un it visur tevi pavada sajūta, ka šeit tu esi gaidīts.

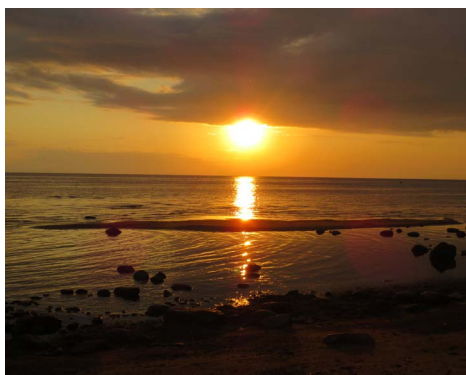
Pievienojies *Jūrtakai*, kur vien vēlies, atvadies, kad vēlies, un atgriezies, kad esi pēc tās noilgojies, jo *Jūrtaka* tevi gaida vienmēr!

Jūrtaka ir garas distances pārgājienu maršruts, kura kopējais garums ir 1202 km (581 km Latvijā un 621 km Igaunijā), kas to padara par garāko pārgājienu maršrutu Baltijas valstīs. Maršruta tiešā tuvumā atrodas vairāk kā 650 dabas un kultūrvēstures apskates objekti, kas var kalpot par papildu vilinājumu ceļotājiem izvēlēties maršrutu kā savu brīvdienu galamērķi, kā arī paildzināt viņu atrašanās laiku un iztērētos līdzekļus konkrētā teritorijā. Tāpat *Jūrtaka* ir daļa no Eiropas garās distances pārgājienu maršruta E9, kas sākas Portugālē un beidzas

Narvā, Igaunijā. Ārzemju ceļotājiem īpaši vilinošs ir fakts, ka maršruts šķērso divu valstu teritorijas.

JŪRTAKA IR PĀRGĀJIENU MARŠRUTS AR LIELISKU TŪRISMA POTENCIĀLU:

- Pasakaini saulrieti;



- Ģimenēm draudzīga - viegla iešana, bērna radošuma izpausmes ar dabas materiāliem, infrastruktūra bērniem, sekla jūra, iespēja brīst un peldēties;
- Daudzveidīgi maršruta posmi - smilšaini, akmeņaini, stāvkrausti, meža takas, piekrastes pļavas, moli;



- Maršruts ir marķēts dabā ar baltzili-baltām krāsām atzīmēm uz dabas objektiem un uzlīmēm ar Jūrtakas logo un pilsētas infrastruktūras elementiem.;

- Laba infrastruktūra - skatu vietas, trepes, laipas, soliņi, skatu torņi, piknika vietas, pludmales kafējnīcas;





- Dabas vērtības - šķērso vairākas aizsargājamās dabas teritorijas, galvenokārt cilvēka neskarta dabas ainava, reti un aizsargājami augi, dabas veltes;
- Starptautisks mērogs.

Maršruts veicina videi un cilvēka veselībai draudzīgas aktivitātes, vienlaikus sniedzot ekonomisko piesaistību vietējiem pakalpojumu sniedzējiem. Tas veido bāzi, uz kuras pamata var veidot jaunus tūrisma piedāvājumus. Tāpat *Jūrtaka* kļūs par pievienoto vērtību jau esošajiem tūrisma objektiem un pakalpojumiem, kas atrodas tās tuvumā.

Maršrutam ir sezonāls raksturs, tomēr salīdzinājumā ar pludmales piedāvājumu vasaras atpūtniekiem, tā aktīvais periods ir garāks. Rezultātā tiek iegūts piekrastes tūrisma sezonas pa-

garinājums. Maršrutu ir ieteicams veikt no aprīļa līdz oktobrim, tomēr ziemā uzņēmēji var apdomāt ieguvumus un riskus, piedāvājot gan slēpošanu, gan pārgājienus ar sniega korpēm.

Lai uzņēmēji labāk saprastu, kādus pakalpojumus piedāvāt potenciālajiem *Jūrtakas* gājējiem, būtu vēlams pašiem iziet tuvākos maršruta posmus uz vienu un otru pusi, kritiski izvērtējot, kā šajos posmos pietrūkst no infrastruktūras viendokļa, vai no pamatmaršruta ir skaidras norādes uz konkrēto pakalpojuma sniegšanas vietu, kā arī, lai gūtu priekšstatu par maršrutu kopumā un, uzņemot klientus, pilnvērtīgāk izprastu viņu pieredzi.

Plašāka informācija par maršrutu: www.coastalhiking.eu

JŪRTAKAS VIZUĀLĀ IDENTITĀTE

Jūrtakai ir izstrādāta grafiskā zīme, pēc kuras to varēs atpazīt gan, ejot pa maršrutu, gan mārketinga materiālos. Tāpat maršruta nosaukums ir izstrādāts 5 valodās: angļu valodā (*Baltic Co-*

as-tal Hiking), igauņu valodā (*Ranniku Matkarada*), vācu valodā (*Baltischer Küsten-Wanderweg*) un krievu valodā (*Тропа Балтийского взморья*).



Maršruta grafisko zīmi kā ZIP arhīvu ras-tra un vektoru formātos var lejuplādēt: <http://www.celotajs.lv/lv/c/prof/brands/#Jurtaka>

Tā kā *Jūrtaka* ir daļa no Eiropas garās distances pārgājienu maršruta E9, tās reklāmas materiālos ir atļauts izmantot arī E9 zīmi.

Tāpat visi pakalpojumu sniedzēji, kuri darbojas *Jūrtakas* teritorijā un vēlas par saviem pakalpojumiem informēt arī potenciālos ceļotājus, ir aicināti savu informāciju sūtīt uz lauku@celotajs.lv. Pēc informācijas saņemšanas tā tiks iz-

vērtēta un ievietota maršruta mājas lapā coastalhiking.eu.

Iepriekšminētajā maršruta mājas lapā lejupielādei ir pieejamas arī vienas dienas maršrutu lapas, kuras ikviens ir aicināts izprintēt un piedāvāt potenciālajiem maršruta veicējiem par simbolisku samaksu vai bez maksas. Tādejādi arī pakalpojumu sniedzēji iesaistīsies informācijas izplatīšanā un *Jūrtakas* atpazīstamības veicināšanā.

Papildu projekta laikā tiks izstrādāti sekojoši mārketinga materiāli:

- Ceļvedis, kurā 1200 *Jūrtakas* kilometri ir sadalīti 20-25km garos vienas dienas maršrutos, kopā veidojot 60 dienas un 3 papildu dienas ir veltītas atpūtai Igaunijas salās;
- Attēlu brošūra, kura sniedz pirmo vispārīgu priekšstatu par *Jūrtaku* un 8 tās posmiem – Dižjūru, Mazjūru, Jūrmalu un Rīgu, Vidzemes piekrasti Latvijā un Pērnavas apriņķi, Matsalu Nacionālo parku, Hāpsalu, kā arī Harju apriņķi un Tallinu.

- Tūroperatoru rokasgrāmata, kurā tiks iekļautas apmēram 15 vienu līdz četrpadsmit dienu garas tūres Latvijā un Igaunijā.

Visbeidzot, publicējot tematisku informāciju sociālajā tīklā *Facebook*, ikviens

ir aicināts atsaukties uz *@Jūrtaka* un izmantot *#Jūrtaka* mirkļa birkas, lai arī *Jūrtakas* komanda, kas administrē tās *Facebook* lapu, var ieraudzīt jūsu ziņas un ar tām dalīties savā sekotāju lokā.

ATBILDĪGAS CEĻOŠANAS PADOMI



Var gadīties, ka ceļotāji nav informēti par noteikumiem, kas jāievēro, ceļojot piekrastes teritorijā, kā arī par videi draudzīgas ceļošanas pamatnoteikumiem. Šī iemesla dēļ pakalpojumu sniedzējiem savā teritorijā redzamā vietā ir ieteicams novietot *Dabas aizsardzības pārvaldes* izstrādātos videi draudzīgas ceļošanas principus, kas lejupielādei ir pieejami šeit:

[www.daba.gov.lv/upload/File/
Publikācijas/BUK_Zala-celosana.pdf](http://www.daba.gov.lv/upload/File/Publikācijas/BUK_Zala-celosana.pdf)

Svarīgākie no tiem:

- Pēc iespējas mazāk izmanto vienreiz iesaiņojamos iepakojumus;
- Pārtikas pārpalikumus, to skaitā arī pāri palikušo ēdienu, aiznes sev līdzī;
- Trauku mazgāšanai pasmel ūdeni kādā lielākā traukā. Izmantoto ūdeni izlej uz zemes, nevis upē vai ezerā. Tā tu izvairīsies no ūdenstilpnes liekas piesārņošanas;
- Ierīko apmetni pastāvošās atpūtas vietās. Saudzē lakstaugus, sūnas, ķērpjus un to augšanas vietas;
- Ja ugunsкура vietu ierīkošana atļauta, apsver vietas izvēli: izmanto jau esošu ugunsкура vietu, bet, ja tādas nav, izroc bedrīti. Laukumu izveido divreiz lielāku nekā pats ugunskurs. Pēc kurināšanas, sakārto ugunsкура vietu un uzgaidi, kamēr atdziest pelni un ogles.

Tāpat turpinājumā sniegsim atbildes uz, mūsaprāt, ceļotāju biežāk uzdotajiem jautājumiem.

Vai es varu pludmalē celt telti?

Vienotas, vispārināmas atbildes uz šo jautājumu Latvijas teritorijā nav. Īpaši aizsargājamās dabas teritorijās, piemēram, nacionālajos parkos, dabas parkos u.tml., teltis var celt tikai īpaši šim nolūkam paredzētās vietās, kas ir ierīkotas kā publiskas atpūtas vietas. Ārpus īpaši aizsargājamām dabas teritorijām teltis ir atļauts celt pludmalē (teritorijā no jūras malas līdz pirmajām kāpām – vietai, kur sākas sauszemes veģetācija), ja vien vietējās pašvaldības saistošie noteikumi to neaizliedz. Šī iemesla dēļ iesakām iepazīties ar vietējās pašvaldības noteikumiem vai šo jautājumu uzdot vietējās pašvaldības apmeklētāju centrā vai tūrisma informācijas centrā, lai spētu atbildēt ceļotājiem.

Būtiski uzsvērt, ka teltis ir aizliegts celt kāpu joslā!

Vai es varu pludmalē kurināt ugunsroku?

Tāpat kā uz iepriekšējo jautājumu, arī uz šo vienota, vispārināma atbilde nepastāv. Īpaši aizsargājamās dabas terito-



rijās ugunsrokus var kurināt tikai īpaši šim nolūkam paredzētās vietās. Ārpus īpaši aizsargājamām dabas teritorijām ugunsrokus ir atļauts kurināt pludmalē (teritorijā no jūras malas līdz pirmajām kāpām – vietai, kur sākas sauszemes veģetācija), ja vien vietējās pašvaldības saistošie noteikumi to neaizliedz. Šī iemesla dēļ iesakām iepazīties ar vietējās pašvaldības noteikumiem vai šo jautājumu uzdot vietējās pašvaldības apmeklētāju centrā vai tūrisma informācijas centrā, lai spētu atbildēt ceļotājiem.

Kāpu joslā ugunsrokus kurināt ir aizliegts. Jānorāda arī uz to, ka paaugstinātas ugunsbīstamības periodā ugunsrokus kurināt ir aizliegts.

Kur pa ceļam es varu izmest atkritumus?

Ceļotāji ir jārosina visus atkritumus, tajā skaitā arī pārtikas pārpalikumus, vest sev līdzī uz mājām.

Vai es varu pārgājienā ņemt līdzī suni?

Ja līdzī ir suns, pieskati to, lai tas netrenkā putnus un zvērus un pavasarī nenodara kaitējumu mazajiem ronēniem, kas atpūšas liedagā.

Pilsētu pludmalēs var būt ierobežojumi gājienam ar suni, piemēram, suns var pārvietoties tikai pie pavadas vai tā atrašanās var būt aizliegta. Precīzus noteikumus katras pašvaldības teritorijā zinās konkrētās pašvaldības pārstāvji, piemēram, tūrisma informācijas centra darbinieki. Droši sazinieties ar viņiem, lai noskaidrotu situāciju jūsu pašvaldībā!

IZMANTOTO INFORMĀCIJAS AVOTU SARAKSTS

Eurostat (2017). *Tourism statistics at regional level.*

legūts no: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Tourism_statistics_at_regional_level

Tourism development international (2016).

Prince Edward Island Strategic Plan for Tourism 2016 – 2021.

Case Studies. Switzerland. Best Practice Case Study - Integrated Information and Communications.

legūts no: <http://peitourismmatters.ca/wp-content/uploads/2016/08/Case-Studies-Switzerland.pdf>

The Active Network, Inc. (2007). *The outdoors market.*

legūts no: www.activenetworkrewards.com/Assets/AMG+2009/Outdoors.pdf

Deutsches Wanderinstitut, & Rainer Brämer (2011). *Hiking: A Megamarket.*

legūts no: www.era-ewv-ferp.com/era/

Hiking is exceptionally popular (2010).

legūts no: www.outdoor-show.com/od-en/press/press-releases.php?obj_id=129&sMode=detail

legūts no: https://ec.europa.eu/growth/sectors/tourism/offer/cultural_en

Global Hiking Gear and Equipment Market 2016-2020

legūts no: www.prnewswire.com/news-releases/global-hiking-gear-and-equipment-market-2016-2020-300343822.html

Burkhard, S., Kow, N. & Fuggle, L. (2016). *Travel Trend Report 2017.*

legūts no: www.trekkssoft.com/en/library/trend-report-2017-thanks

VisitEngland (2016). *Cultural/Walking Routes Case Study.*

legūts no: www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/walking_routes_case_study_15_nov_2016_final.pdf

LR Zemkopības ministrijas Veterinārā un

pārtikas departamenta informācija

legūts no: www.celotajs.lv/cont/prof/news/2015/Doc/Normative_akti_par_alerg%C4%93niem.pdf

www.travelmarketreport.com

Foto: "Lauku ceļotāja", Raimonda Rāta, Jura Smaļinska, Ineses Riekstiņas, Valda un Māra Pilāta fotoarhīvs

Teksta autors:



Lauku Ceļotājs

www.celotajs.lv

“LAUKU CEĻOTĀJS”,
Kalnciema iela 40, Rīga, LV-1046, Latvija
+371 67617600, lauku@celotajs.lv
www.celotajs.lv

 facebook.com/laukucelotajs

 twitter.com/laukucelotajs

