

Vidzemes Augstskola - Va.lv, 15/10/2017

<http://va.lv/lv/jaunakais/zinas/iepazita-irijas-pieredze-regionalo-turisma-strategiju-istenosana>



SĀKUMS / JAUNĀKAIS / ZIŅAS

Iepazīta Īrijas pieredze reģionālo tūrisma stratēģiju īstenošanā

15 / 10 / 2017

Lai iepazītos ar Korkas reģiona (Īrija) labākajiem piemēriem tūrisma galamērķu pārvaldībā, septembrī pārstāvji no Vidzemes plānošanas reģiona (VPR), Vidzemes augstskolas un SIA "Valmiermuižas pils" piedalījās projekta "Uzņēmējdarbības veicināšana tūrisma galamērķos" (Destination SMEs) pieredzes apmaiņas vizītē Korkas reģionā Īrijā. Vizītes laikā iegūtas vērtīgas zināšanas ar iespējamu pielietojumu Vidzemes reģiona attīstībai – īpaši akcentējot reģionālo tūrisma stratēģiju ieviešanu praksē.

Reģionālās tūrisma stratēģijas un zīmolu spēks

Īrijas tradīcijas reģiona līmeņa tūrisma galamērķu konkurētspējas celšanā ir cieši saistītas ar tūrisma stratēģiju īstenošanu, kas tiek atbalstītas ar valsts finansējumu. Nacionālā tūrisma politika ir mērķtiecīgi vērsta uz reģionālo tūrisma galamērķu attīstību, veidojot lielākus tūrisma reģionus, nepieturoties pie administratīvajām robežām. Izveidotās attīstības, zīmolvedības un mārketinga stratēģijas ir saistošas speciāli definētiem tūrisma reģioniem, kas ir lielāki par NUTS līmeņa plānošanas / statistikas reģioniem. Šāda pieeja rada nepieciešamību arī plašākai starpinstitucionālai sadarbībai. Īrijas nacionālā tūrisma organizācija starptautiskajos tirgos virza trīs galamērķu zīmolus: galvaspilsētu Dublinu, valsts rietumu reģionu ar zīmolu "Mežonīgais Atlantijas ceļš" un austrumu reģionu ar zīmolu "Īrijas senie austrumi". Šāda pieeja palīdz koncentrēt resursus un padarīt reģiona galamērķa piedāvājumu starptautiski pamanāmāku. Īstenojot šādu nacionālo pieeju, visa teritorija ir vērsta uz eksporta veicināšanu starptautiskajos tirgos, taču tāpat ir arī vietas, kas ir ar izteiktu vietējā tūrisma dominanci.

Jebkuri citi vietēja vai reģionāla mēroga galamērķu zīmoli kas veidojušies vienas vai vairāku pašvaldību ietvaros un pastāv uz privātās-publiskās partnerības pamatiem, iekļaujas kādā no minētajiem nacionāli virzītajiem zīmoliem (vai pat divos, kā Korkas reģiona gadījumā). Tas raisa pārdomas par Latvijas situāciju, kur katrs novads bieži cenšas pozicionēt sevi kā atsevišķu tūrisma galamērķi, kas rezultātā fragmentē tūrisma piedāvājumu, mazinot informatīvo spēku piesaistīt konkrētai vietai tūristus. Nacionāli izstrādātie reģionu zīmoli "Mežonīgais Atlantijas ceļš" un "Trijas senie austrumi" ir sākotnēji plaši apspriesti ar nozares un reģionu pārstāvjiem, un pastāv skaidri zīmola ieviešanas soļi. Ir izveidoti īpaši instrumenti, lai atbalstītu zīmola ieviešanu vietu vai produktu līmenī, izstrādāta vienota vizuālā identitāte, viegli uztverama un informatīva rokasgrāmata zīmola integrēšanai tūrisma produktu līmenī un citas vadlīnijas interpretācijai – stāstu veidošanai un sasaistei, tostarp gidu darbībā.

Vietējo tūrisma galamērķu pārvaldības formas

No labās prakses piemēriem īpaši izcēlās Korkas ostas salu uzņēmēju iniciatīva ("Cork harbour islands"), kas izveidota pamatā tikai mārketinga nolūkiem. Platformā iesaistījušies aptuveni 25 ar tūrisma saistīti uzņēmēji, kas ģeogrāfiski atrodas vienā reģionā, bet divās administratīvās teritorijās – pilsētā un apkārtējā rajonā. Viņi kopīgi veido mārketinga projektus nacionālajos un starptautiskajos tirgos. Dalības maksa šīm iniciatīvām sadalīta četros līmeņos, atkarībā no uzņēmuma lieluma un variē no 500 līdz 5000 EUR gadā. Viņu īstenotās mārketinga kampaņas ir pastiprinošas nacionālajām vai vietējās pašvaldības īstenotajām tūrisma veicināšanas aktivitātēm. Šīs divus gadus ilgušās iniciatīvas pārvaldei izveidota sabiedrība ar ierobežotu atbildību, un visiem dalībniekiem jāakceptē noteikts uzņēmējdarbības ētikas kodekss.

"Korkas gredzens" ("Ring of Cork") savukārt ir zīmols, kuru virza privātās-publiskās sadarbības galamērķa pārvaldes organizācija, apvienojot Korkas pilsētai apkārt esošā rajona administrāciju un tajā ietilpstošos uzņēmējus. Organizācijas sadarbības tīklā iesaistīti lielākā daļa Korkas tūrisma uzņēmēju, kas regulāri maksā arī dalības maksu. Uzņēmēju līdziesaiste vērtējama kā aktīva – gan publiskajā-privātajā pārvaldē, gan tikai uz biznesa pamatiem veidotajā tīklojumā. Katram ir savas priekšrocības, tiek sekots līdzi, lai mārketinga aktivitātes ir saskaņotas, nav pārkļāšanās.

Gastronomiskais tūrisms

2016. gadā Korkas reģiona pārvalde izveidoja jaunu zīmolu "Izgaršo Korku" ("Taste Cork"). Tā stratēģiskais mērķis ir veicināt Korkā gastronomisko tūrisma, izceļot vietējos ēdienus. Iniciatīva paredz izveidot sadarbības tīklojumu starp ēdināšanas pakalpojumu sniedzējiem un ražotājiem. Vizītes ietvaros partneri uzzināja par ieguvumiem un atbalstu, ko uzņēmēji saņem, iesaistoties šajā tīklojumā. "Izgaršo Korku" pārstāvji atzinīgi novērtēja 2017. gada Eiropas gastronomiskā reģiona titula iegūšanu Rīga-Gauja reģionam un apstiprināja, ka nopietni izvērtē iespēju iekļauties šajā starptautiskajā tīklojumā un pieteikt Korku šim titulam.

Interesantu pieredzi partneri guva, tiekoties ar restorāna "Sage" īpašnieku. Viņš ir viens no Korkas reģiona gastronomiskā tūrisma piedāvājuma veidotājiem. Viņa restorāns izveidojis stingru pozicionējumu, apspēlējot vārda "vietējs" nozīmi – tas seko 12 jūdžu principam, kas nosaka, ka pārtikas produkti, kas tiek izmantoti gatavojot restorāna ēdienus, ir audzēti ne tālāk par 12 jūdzēm no restorāna durvīm. Līdz ar to ir pazīstami visi saimnieki, var droši atbildēt par produktu izcelsmi, tas darbojas kā spēcīgs viesu piesaistītājs.

Vizītes laikā projekta partneri diskutēja par to, kā iepazītos un katram noderīgākos Korkas reģiona labo prakšu piemērus varētu pārņemt citās partnervalstīs, ar mērķi izstrādāt priekšlikumus tūrisma politikas plānošanas dokumentu uzlabošanai un labākai galamērķu pārvaldības īstenošanai.

Projekts "Uzņēmējdarbības veicināšana tūrisma galamērķos" (Destination SMEs) tiek īstenots Eiropas Reģionālā attīstības fonda "Interreg Europe 2014.-2020. gadam" programmas ietvaros. Projekta Destination SMEs galvenais mērķis ir uzlabot tūrisma sektora mazo un vidējo komersantu konkurētspēju, attīstot tūrisma galamērķu pārvaldību. Lai to risinātu, projekta ietvaros tiek identificēti labās prakses piemēri tūrisma galamērķos Eiropā, īstenojot starpreģionu pieredzes un zināšanu apmaiņas pasākumus. Tiek analizēti valsts līmeņa politikas plānošanas dokumenti, kā arī veicināta starpinstitucionālā un starpnozaru sadarbība.

Papildu informācija par projektu atrodama [šeit](#).