CAITO projekts piesaista Japāņu tūristus lauku tūrisma iespējām Latvijā un reģiona valstīs



Par to, kādas prasības ir japāņu tūristiem, par digitālās vides izmantošanu uzņēmējdarbības attīstīšanai, kā arī par glītu un funkcionālu iepakojumu suvenīriem, uzzināja **CAITO projekta** rīkotā semināra viesi – lauku tūrisma attīstītāji, kas veido savu produktu un apzina iespējas piesaistīt vairāk tūristus.

Seminārs notika **2019.gada 28.martā Turkalnes muižas klētī.** 120 semināra dalībnieku vidū bija lauku uzņēmēji, kas piedāvā dažāda veida naktsmītnes un tematiskās aktivitātes, kā maizes cepšana un alus degustēšana, pirts rituāli un latvisko rotaļu mācīšanās, bišu vaska sveču darināšana, tāpat arī pārstāvji no tematiskajiem un izklaides parkiem un dabas takām, un pašvaldību pārstāvji, kas atbalsta lauku uzņēmējus.

Seminārā Antra Spinga, lauku tūrisma eksperte, pastāstīja par gūtajām atziņām, kas ir apkopotas Helsinku Universitātes RURALIA institūta veiktajā pētījumā par to, kādas ir japāņu prasības, lai ceļojums tiktu vērtēts pozitīvi un viesi justos ērti un droši.

> **Pētījums rāda, ka japāņu tūristi augstu vērtē punktualitāti un vadīšanos strikti pēc plāna.**

Gan individuālajiem tūristiem, gan tiem, kas ceļo grupās, būtiska ir personiska un laipna attieksme – sagaidīšanā, telpu izrādīšanā, personāla pieejamībā jautājumu gadījumā, skaidru telpu un iekārtu lietošanas pamācību un noteikumu nodrošināšanā. Ēdiena izvēlē japāņi dod priekšroku dārzeņiem un zivīm, retāk gaļas izstrādājumiem, jo īpaši, ja runa ir par vecāka gada gājuma cilvēkiem. Japāņiem vislabāk būtu servēt individuālas, glīti noformētas porcijas, nepiedāvājot bufeti vai izvēli starp vairākiem ēdieniem.

Japānas tūristi labprāt iesaistās dažādās lauku aktivitātēs un meistarklasēs, tomēr tām jābūt drošām un viegli paveicamām. Vislabāk būtu nodrošināt līdzvērtīgu piedāvājumu ikvienam viesu grupas biedram, piemēram, līdzīga izmēra un iekārtojuma istabas. Absolūti nepieļaujami ir vadīt autotransportu un vienlaicīgi runāt pa mobilo telefonu vai jebkādā veidā pārkāpt ceļu satiksmes noteikumus.

> **“Kāpēc strādāt ar japāņiem, ja šķietami tas prasa lielāku piepūli un izdevumus maziem lauku uzņēmējiem, lai nodrošinātu prasīto kvalitāti,” šāds jautājums radās klātesošajiem lauku tūrisma pārstāvjiem.**

“Japāņu tūristi ir augstākā mācību stunda. Ja produkts tiks izveidots atbilstoši viņu kvalitātes prasībām, tas derēs arī jebkuram citam tūrisma tirgum un citiem viesiem no Vācijas, Krievijas, un citām valstīm,” norādīja Asnāte Ziemele. “Pasaules attīstās un vairs nestrādā princips: “Brauciet tik’ šurp! Visu sarunāsim uz vietas!” Cilvēki plāno savas aktivitātes, budžetu un laiku.”

Par digitālās vides izmantošanas paņēmieniem uzņēmējdarbības attīstīšanai semināra viesiem pastāstīja **Ina Gudele, Latvijas interneta asociācijas vadītāja, Latvijas interneta un elektroniskās komercijas eksperte un augstskolas RISEBA digitālā mārketinga lektore.**

> **Katram lauku tūrisma pārstāvim vajadzētu būt aktīvam vismaz divos sociālo tīklu portālos. Tūrisma nozarei piemēroti ir *Facebook* un *Instagram*.**

Tos var izmantot, lai veidotu un pastāstītu savu stāstu, ilustrējot to ar foto, piemēram, “Mūsu Muris jūs jau gaida!” vai “Ir uzziedējusi pirmā sniegpulkstenīte!” I.Gudele atzīmēja, ka digitālajai vide ir lielas priekšrocības – tas ir populārākais un lētākais reklāmas veids, ar kura palīdzību var paveikt daudz ar minimāliem līdzekļiem. Tāpat arī viesu namu un kempingu īpašniekiem tika ieteikts lietot vismaz trīs izplatītākos naktsmītņu rezervēšanas portālus – *booking.com*, *agoda.com* un *airbnb.com.*

Japānas tradīcijā ir dāvanu pasniegšana, tomēr suvenīri un dāvanas patīk visu valstu tūristiem. Lai dalītos ar **mūsdienu tendencēm praktiska un funkcionāla produktu un suvenīru iepakojuma veidošanā**, tika aicināta **Iveta Krauja, Latvijas Iepakojuma asociācijas valdes priekšsēdētāja.** I.Krauja iepazīstināja ar dažādiem iepakojuma materiāliem, formām un veidiem, kā arī norādīja, cik svarīgs ir pareizs marķējums. Iepakojumam ir jābūt funkcionālam, lai viesi suvenīru var drošā veidā pārvadāt savā koferī, piemēram, medus burciņu. Marķējumam ir liela nozīme, lai cilvēks, kas ir saņēmis dāvanu, zina tās pielietojumu.

Semināra nobeigumā viesiem bija iespēja aspkatīt **atpūtas kompleksu "Turbas"**.

> **Projektu CAITO kopš 2016.gada vidus īsteno seši partneri no Latvijas, Igaunijas un Somijas.**

Latvijas partneri – Lauku tūrisma asociācija "Lauku ceļotājs" kopā ar Latvijas Lauksaimniecības universitāti ir apvienojušies ar Latvijas un Igaunijas lauku tūrisma asociācijām un Dienvidsomijas reģionālo tūrisma biroju, kā arī vairākām Igaunijas un Somijas universitātēm un tūrisma valsts mārketinga birojiem, lai piedāvātu Baltijas jūras reģiona valstis kā vienotu un pievilcīgu ceļojuma galamērķi, uzsvaru liekot uz lauku tūrismu.

> **"Izrādās, ka japāņiem nav tāda termina, kas apzīmētu lauku tūrismu. Līdz ar to projektā tika veidots zīmols "Go Rural", uzsvaru liekot uz skaidrošanu un aktivitāšu aprakstīšanu," pastāstīja projekta vadītāja Asnāte Ziemele.**

Projekta partneri ir aktīvi darbojušies, piedaloties tūrisma izstādēs un forumos Japānā un izpētot Japānas tūrisma tirgus prasības, lai izveidotu un piedāvātu tām atbilstošas kvalitātes produktu un izdotu lauku tūrisma produktu rokasgrāmatu. **"Go Rural"** ir izdota 2017. un 2018.gadā, savukārt 2019.gadā ir plānots izdot papildinātu rokasgrāmatas versiju. Projekts noslēgsies 2020.gada 31.martā.

Papildus informācija par projektu:

- https://www.celotajs.lv/lv/project/1/news
- http://caitoproject.eu/
- http://database.centralbaltic.eu/project/54
- https://www.facebook.com/Project-CAITO-153311461815435/

Projekts "CAITO – Meta-klasteris Japānas tūrisma tirgus piesaistei" tiek īstenots Interreg Centrālā Baltijas jūras reģiona programmā un līdzfinansēts no Eiropas Reģionālā attīstības fonda līdzekļiem.

