

Ziņa preseī

### **Eiropas lauku tūrisms pielāgojas ekonomikas krīzes apstākļiem**

Lai noskaidrotu ekonomikas krīzes ietekmi un turpmākās attīstības tendences lauku tūrisma nozarē, Eiropas lauku tūrisma federācija EUROGITÉS ([www.eurogites.org](http://www.eurogites.org)) 2009. gada septembrī aptaujāja lauku tūrisma organizācijas 17 Eiropas valstīs (Anglija, Beļģija, Bulgārija, Horvātija, Čehija, Dānija, Francija, Gruzija, Grieķija, Ungārija, Latvija, Luksemburga, Nīderlande, Portugāle, Rumānija, Spānija).

Interesantākās tendences aptaujātajās valstīs ir šādas:

- Francija: valsts dienvidos un tradicionālajos tūrisma galamērķos krīzes ietekme vēl nav jūtama, taču citviet valstī paredzams rezervāciju kritums.
- Beļģija: cilvēki neatsakās no tradicionālā atvaļinājuma siltajās zemēs vai slēpošanas brīvdienām, taču retāk dodas īsos izbraukumos nedēļas nogalēs vai skolu brīvlaikos.
- Anglija: valūtas kursa svārstību dēļ ārzemju ceļojumi kļūst dārgāki, tādēļ pieaug vietējais tūrisms. Kaut gan palielinās uzturēšanās laiks, tūristu skaits tomēr nepieaug. Lauku tūrisma saimnieki piedāvā akcijas, atlaides, lai piesaistītu vairāk viesus, taču nereti kļūda ir tā, ka šis piedāvājums ir spēcīgā klientiem nepiemērotā laikā.
- Austrija un Šveice: krīzes ietekme pagaidām nav jūtama; galvenais tirgus ir tūristi no Vācijas, kam pavadīt brīvdienas Austrijā un Šveicē ir tradīcija.
- Rumānija: krīzes ietekmi jūt lielās viesu mājas, kas specializējušās, piem., semināru apkalpošanā. Lauku tūrisma organizācija rīko dažādus pasākumus tūristiem – kulināros festivālus, tradicionālos svētkus.
- Spānija: noslogojums lauku tūrisma naktsmītnēs samazinās, ir spēcīga konkurence, kurā izdzīvo labākie lauku tūrisma uzņēmumi.

#### Galvenie secinājumi:

- Krīzes ietekme vairāk vai mazāk jūtama visās aptaujātajās valstīs, taču lauku tūrisma nozarē vidējais noslogojuma kritums ir mazāks (-4%), nekā tūrisma industrijā kopumā (-7%).
- Cilvēki joprojām neatsakās no ceļošanas, taču pārsvarā izmanto pamatpakalpojumus – naktsmītnes un ēdināšanu. Ieguvēji ir tie lauku tūrisma uzņēmēji, kas šos pamatpakalpojumus piedāvā labā kvalitātē, par konkurētspējīgu cenu. Tie, kas noteikuši salīdzinoši augstas cenas, zaudē ievērojamu tirgus daļu.
- Īsos brīvdienu ceļojumos dodas arvien mazāk. Atvaļinājuma ceļojumus rezervē neilgu laiku iepriekš, gaidot akcijas, īpašos piedāvājumus, cenu atlaides.
- Samazinās lauku tūrisma uzņēmumu ienesīgums, jo klientu piesaistīšanai nepieciešams nodrošināt akcijas cenas, atlaides.
- Ceļojuma ilgums samazinās vidēji par 6%, samazinās arī ceļojumam atvēlētās naudas summas uz vienu personu. Kopumā cilvēki mazāk dodas īsos brīvdienu izbraukumos, taču atsevišķās valstīs (piem., Horvātijā), pieaug tieši šī tendence.
- Visās aptaujātajās valstīs lauku tūrismā samazinājies ārvalstu viesu skaits, nozīmīgāks kļūst vietējais tirgus, pieaugot vidēji par 3%.
- Veiksmīgāki patreizējos krīzes apstākļos ir tie lauku tūrisma uzņēmēji, kuri specializējušies noteiktā jomā un izveidojuši kvalitatīvus, profesionālus pakalpojumus, kas atšķiras no standartizēta masu tūrisma piedāvājuma.
- Labāk klājas tiem uzņēmējiem, kuri laicīgi reaģēja uz gaidāmo krīzi, ieguldot laiku un līdzekļus mārketingā un piedāvājuma kvalitātē, paaugstinot savu konkurētspēju.

#### Latvijas tendences:

Specializācija, pakalpojumu kvalitāte, vietējā tirgus pirktspējai atbilstošs cenu līmenis un precīzs, efektīvs mārketingš šobrīd ir pamatā veiksmīgai, stabilai lauku tūrisma uzņēmuma darbībai.



## LAUKU CEĻOTĀJS

Dažādos lauku tūrisma uzņēmumos situācija atšķiras. Lielajos viesu namos, kas specializējās korporatīvo pasākumu, svinību, semināru apkalpošanā, noslogojums samazinās līdz pat 30%. Nelieliem uzņēmumiem, kam izveidojusies sava stabila klientūra, sezonas laikā noslogojums bija pietiekams. Atsevišķiem uzņēmējiem, kas veiksmīgi specializējušies, piemēram, aktīvās atpūtas piedāvājumā, vasaras sezonā bija vērojams pat noslogojuma pieaugums par 15% attiecībā pret iepriekšējo sezonu.

Mainās lauku tūrisma pakalpojumu cenas. Lauku mājās, kur pamata piedāvājums ir nakšņošana un brokastis, cenas kritušās par 15-20%. Brīvdienu kotedžās – vidēji par 15%. Viesu namos cenas samazinātas vidēji par 30%. Saimnieki nenosaka arī atšķirīgas sezonas un nesezonas cenas.

Lauku tūrisma uzņēmēji izrāda vairāk iniciatīvas arī infrastruktūras uzlabošanā – pastaigu takas, velomaršruti, atpūtas vietas tiek ierīkoti un uzturēti vai nu par saviem līdzekļiem, vai projektu ietvaros, negaidot, ka par to rūpēsies valsts. Konkurence labvēlīgi ietekmē arī pakalpojumu kvalitāti. Kopējai lauku tūrisma daudzveidībai labs ieguldījums ir arī mazie ražotāji un pakalpojumu sniedzēji laukos, kuri aktīvāk sadarbojas ar lauku tūrisma mītņu saimniekiem.

### Projekts lauku tūrisma kvalitātei

EUROGITES dalībnieki regulāri diskutē par lauku tūrisma pakalpojumu kvalitāti Eiropas valstīs, cenšoties panākt vienotus kvalitātes kritērijus un atpazīstamību, lai lauku tūrisma pakalpojumus katrā valstī izmantotu ne tikai vietējie viesi, bet arī ārvalstu tūristi. Lai salīdzinātu Latvijas lauku tūrisma piedāvājumu ar citām Eiropas valstīm un palīdzētu Latvijas lauku tūrisma uzņēmējiem uzturēt piedāvājuma kvalitāti konkurētspējīgā līmenī, LLTA „Lauku ceļotājs”, sadarbībā ar Eiropas lauku tūrisma federāciju EUROGITES un partneriem no Spānijas, Grieķijas, Bulgārijas un Slovēnijas, uzsācis EK Leonardo da Vinci programmas atbalstītu projektu „Kvalitātes nodrošināšana Eiropas lauku tūrismā”. Lauku tūrisms ir pievilcīgs ar to, ka tas tradicionāli ir unikāls, no citiem atšķirīgs, personisks pakalpojums pretstatā standartizētam masu tūrisma piedāvājumam. Taču, lai iedrošinātu un motivētu tūristus izmantot lauku tūrisma pakalpojumus, ceļojot uz jaunām, vēl neiepazītām valstīm, ir nepieciešami noteikti, atpazīstami kvalitātes kritēriji, kas garantēti visās lauku tūrisma mītnēs Eiropā. Šie kritēriji attiecas gan uz telpām un labierīcībām, gan arī apkārtni, aktivitātēm un izklaidēm un saimnieku prasmēm klientu apkalpošanā. Projekta ietvaros šie EUROGITES apstiprinātie kritēriji tiks iestrādāti Interneta vidē lietojamā mācību līdzeklī ar plašāku skaidrojumu katram kritērijam un fotoattēliem – pozitīviem un negatīviem piemēriem no dažādu valstu lauku tūrisma mītnēm. Tas tiks izplatīts EUROGITES dalībniekiem – Eurogites lauku tūrisma organizācijām, kuras to izmantos lauku tūrisma saimnieku apmācībā. Vairāk informācijas par projektu: [http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/Leonardo2008/Leonardo2008\\_lv.html](http://www.celotajs.lv/cont/prof/proj/Leonardo2008/Leonardo2008_lv.html)

Informāciju sagatavoja:

A. Damberga  
LLTA Lauku ceļotājs  
26450046  
26410014

