Vidzemes Augstskolas
10. Studentu pētniecisko
darbu konferences zinātnisko

RAKSTU KRĀJUMS

2016

Vidzemes Augstskola
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

VIDZEMES AUGSTSKOLAS 10. STUDENTU PĒTNIECISKO DARBU KONFERENCES ZINĀTNISKO RAKSTU KRĀJUMS

Vidzemes Augstskolas 10. Studentu pētniecisko darbu konferences zinātnisko rakstu krājums. Valmiera: Vidzemes Augstskola, 2016, 149 lpp.

ORGANIZATORISKĀ KOMITEJA:

Dr.oec. **Maira Leščevica**
Mg.sc.comp. **Mairita Zaķe**
Dr.sc.comm. **Jānis Buholcs**
Dr.sc.pol. **Visvaldis Valtenbergs**
Tehniskā redaktore – Mg.sc.soc. **Agnese Lapetrova**
Latviešu un angļu valodas tekstu literārā redaktore – Dr.art. **Ieva Gintere**

RECENZENTI:

Dr.sc.pol. **Feliciāna Rajevska**
Dr.oec. **Maira Leščevica**
Dr.sc.ing. **Arnis Cīrulis**
PhD **Linda Veliverronena**
Mg.geogr. **Iveta Druva – Druvaskalne**
Mg.geogr. **Ilgvars Ābols**
Mg.sc.soc. **Ilze Grīnfelde**
Mg.sc.soc. **Liene Ločmele**
Mg.paed. **Vija Melbārde**
Mg.oec. **Aigars Andersons**
Mg.sc.comp. **Gatis Blūms**
Mg.math.ing., Mg.iur. **Ojārs Bāliņš**

Vāka dizaina un teksta maketa autors: **Jānis Jēkabsons**

Krājumā apkopoti 2016. gada novembrī Vidzemes Augstskolas organizētās 10. Studentu pētniecisko darbu konferences zinātniskie raksti.

ISBN 978-9984-633-36-7

Izdevējs: **Vidzemes Augstskola**

SATURS

PRIEKŠVĀRDS **1**

TŪRISMA PRODUKTS UN TEHNOLOĢIJU IZMANTOŠANA **2**

I Bērnu ekoloģiskās nometnes "Prieka pēda" izveide Jūrmalā
Ramona Mantromoviča 3

II Latvijas kā tūrisma galamērķa atspoguļojums pasaulē atpazīstamos tūrisma informācijas resursos globālajā tīmeklī
Sintija Kursīte 12

KULTŪRAS TŪRISMS, TŪRISMA VĒSTURE UN CEĻOJUMA MARŠRUTI **21**

I Aizputes novada valsts nozīmes kultūras pieminekļu iesaistes tūrismā izvērtējums
Sindija Apine 22

II Kvalitatīva komerciālā produkta veidošanas vadlīnijas Latvijas muzejiem
Armands Jēgers 30

III Alūksnes novada valsts akreditēto muzeju darbības analīze
Zane Krūmiņa 40

IV Tūrisma attīstība Ogres pilsētā no valsts neatkarības atjaunošanas līdz iestāšanās ES
Laura Mārtinsone 48

V Zirgu pajūga maršruta izveide Valmierā sadarbībā ar Valmiermuižas stalli
Madara Skrinda 57

VI Tūrisma maršruta "Robežas stāsti" izstrāde pa Latgales – Vidzemes robežai apkārtesošajiem novadiem
Katrīna Valaine 66

BIZNESA VADĪBA **73**

I Biznesa vadības un ekonomikas studiju programmu izvērtējums Vidzemes reģionā
Anete Veica 74

II Kurjerpasta pakalpojumu salīdzinošā analīze Latvijā un Vācijā
Marina Veldre 81

III Risku novērtējums valsts tiešās pārvaldes iestādēs Latvijā
Signe Koritko 90

IV SIA "Staļi" konkurētspējas novērtējums un ieteikumi
Sindija Seipule 97

V SIA "N. Bomja maiznīca "Lielezers"" saimnieciskās darbības analīze
Linda Luste 104

INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS INFORMĀCIJAS SABIEDRĪBAI 111

I Vidzemes Olimpiskā centra mobilā lietotne "VOC Trases"
Dāvis Ābols 112

II Mobilā lietotne studiju kursa Datu pārraides tīkli apguvei
Liene Struņķe 119

III Android vietne Medību kolektīva organizēšanai/vadībai
Kristaps Pelcbergs 127

IV Patvēruma meklētāju rāmējums Latvijas sabiedriskajos medijos: "Latvijas Radio" raidījumu satura analīze no 2011. līdz 2015.gadam
Tatjana Mažāne 133

V Personu ar mācīšanās traucējumiem vecumā līdz 15 gadiem tiesību uz kvalitatīvu izglītību izmantojums Ziemeļlatgales reģionā
Ieva Lauskiniece 141

PRIEKŠVĀRDS

Mūsu valstī eksistenciāli svarīgi ir celt tautsaimniecības produktivitāti, kā arī uzturēt mūsu nācijas augstu intelektuālu kapacitāti arī visās jomās, kas tiešā veidā nav saistītas ar komercializāciju.

Mums gan reģionālā, gan nacionālā līmenī nepieciešams vairot to cilvēku skaitu, kas izmēģina spēkus zinātnes lauciņā.

Mūsu konference ir lieliska platforma, kas ļauj mūsu arī un citu augstskolu studentiem un absolventiem pamēģināt savus spēkus zinātnes lauciņā.

Vislielākie ieguvēji ir paši dalībnieki, kas uzdrīkstas savu veikumu prezentēt visiem interesentiem.

Šādas prasmes noderēs jebkuram arī nākotnē, arī gadījumā, ja dzīves gājums netiks saistīts ar zinātni.

Dr.hist. **Gatis Krūmiņš**
Vidzemes Augstskolas rektors

TŪRISMA PRODUKTS UN TEHNOLOĢIJU IZMANTOŠANA

BĒRNU EKOLOĢISKĀS NOMETNES "PRIEKA PĒDA" IZVEIDE JŪRMALĀ

ECOLOGICAL CHILDREN'S CAMP "PRIEKA PĒDA" IN JURMALA

Autors: **RAMONA MANTROMOVIČA**
Vidzemes Augstskola, studiju programma
"Tūristu gids – ceļojumu un pasākumu organizators"

Kontaktinformācija: ramona.mantromovica@va.lv, mob. tel. +371 29361766

Darba zinātniskais vadītājs: **Ilgvars Ābols**, Mg.geogr.

KOPSAVILKUMS

Pētījuma autore uzskata, ka temats ir aktuāls, jo pēdējos gados ir novērojams liels pieprasījums pēc bērnu vasaras nometnēm. Nometne apvieno divas būtiskas vērtības – zināšanas un atpūtu. Ļoti nozīmīgs un aktuāls temats, par kuru arvien vajadzētu izglītot bērnus, ir ekoloģija un vide, un nometne ir lielisks veids, kā bērniem sniegt iespēju to izzināt aizraujošā veidā.

Pētījumā apskatīti ekoloģiska pasākuma pamatprincipi, lai atbilstoši tiem varētu organizēt bērnu vasaras nometni. Ir svarīgi ņemt vērā – ja tiek organizēts pasākums, kas izglīto par vidi un ekoloģiju, arī pašam pasākumam jābūt rīkotam, balstoties uz ekoloģiska pasākuma pamatprincipiem. Vēl tika apskatīti nometnes organizēšanas pamatprincipi, kas sevī ietver bērnu nometņu veidu, vērtību, misijas un attīstības principu, kā arī nometnes organizēšanas posmu izpēti.

Tāpat pētījumu autore aprakstījusi nepieciešamo nometņu dokumentāciju un likumus, kas sevī ietver dažādas atļaujas, licences un atzinumus, ko nepieciešams iegūt, lai organizētu bērnu nometni.

Rakstā analizēts bērnu vasaras nometņu piedāvājums Jūrmalā no 2013. līdz 2015. gadam.

Pētījuma autore ir izveidojusi vasaras nometnes "Prieka pēda" plānošanas posmu, iekļaujot vērtības un misiju, nometnes nosaukuma, mērķauditorijas, nometnes norises vietas un laika izvēles pamatojumu, darbinieku komandu, nometnes programmas un satura, kā arī mārketinga un reklāmas kampaņu izveidi, nometnes prognozējamā rezultāta izveidi un finanšu pārskatu. Ir izveidotas anketas vecākiem un dalībniekiem, kā arī izveidota nometnes afiša.

SUMMARY

The author of the study believes that the subject is topical because in recent years there has been a very high demand for children's summer camps. The camp brings together two important values – knowledge and rest. Two very important and topical issues in which children increasingly need to be educated are ecology and environment. Summer camp is a great opportunity for children to explore these things in an exciting way.

Basic principles of ecological event were analysed so that according to them children's summer camp could be organized. If one organizes an event that educates about environment and ecology, it is important that it is built on fundamental principles of an ecological event. Basic principles of camp organization were also studied, including research of types of children's camps, values, mission and development principles, as well as camp organization stages.

The author has also described the required camp documentation and laws which include a variety of permits, licenses and opinions that need to be acquired in order to organize a children's camp.

In the research, offer of children's summer camps in Jurmala from 2013 to 2015 were analysed.

The author of the study has done the planning for summer camp "Prieka pēda"; it includes defining camp's values, mission and target audience, giving name to the event, deciding on the venue and time, team, programme and content, as well as development of marketing and advertising campaign, forecasting of results and financial reports. The author of the study has created a questionnaire for parents and participants, as well as a poster for children's camp.

ATSLĒGAS VĀRDI

Vasaras nometnes bērniem, sākumskola, ekoloģija, vides izglītība.

IEVADS

Nometnes – tās ir durvis uz kā jauna un nebijuša atklāšanu. Tā ir iespēja iegūt jaunus draugus, apzināties izpalīdzības, sadarbības, uzticēšanās un apņēmības vērtības. Nometnes laikā dalībniekam ir iespēja pilnveidot jau esošās prasmes un iemaņas vai apgūt jaunas lietas. Bērnu nometnēs dalībnieki nokļūst citā vidē un paskatās uz pasauli ar citām acīm, ieraugot vēl neieraudzīto. Teorētisko zināšanu apguvi mūsdienās raksturo augsta mācību grūtības pakāpe, ātrs mācību temps, mācīšanās procesa apzināta mērķtiecība un sistemātiskums, kā arī visu audzēkņu attīstības sekmēšana. Tieši nometne ir vispiemērotākā vieta, kur var izpildīt visus šos nosacījumus, jo nometnē starp pedagogiem un audzēkņiem ir ciešāka saskarsme (Brūders, Kalniņš, Zelča, 2011). Pētījuma autore vēlas uzsvērt, ka ļoti nozīmīgs un aktuāls temats, par kuru arvien vajadzētu izglītot bērnus, ir ekoloģija un vide. Vides aizsardzība ir kļuvusi par nozīmīgu problēmu, kas jārisina visai sabiedrībai un bez kuras nav iedomājama sabiedrības attīstība. Nometne ir veids, kā bērniem sniegt iespēju aizraujošā veidā izzināt vides un ekoloģijas jautājumus, jo tieši ar izglītojošo nometņu palīdzību bērni iegūst divas nozīmīgas vērtības vienlaikus – patīkami pavadītu brīvo laiku un jaunas, vērtīgas zināšanas.

Attīstoties nometņu kustībai, izveidojās nometnes galvenie mērķi un uzdevumi: attīstīt bērnu un jauniešu pašcieņu, vadības prasmes un ticību saviem spēkiem. Nometne ir iespēja bērnam izbaudīt aktivitātes, kas nav iekļautas skolas programmā. Arvien vairāk vecāki nometni sāk uztvert kā veiksmīgu kapitālieguldījumu savu bērnu nākotnē un personības attīstības izveidē (Brūders, Kalniņš, Zelča, 2011). Lai bērnu nometnes būtu kvalitatīvākas, ir izveidoti dažādi likumi, nolikumi un sertifikāti, taču tieši nometņu organizētāji un vadītāji ir tie, kuri ir atbildīgi par nometņu realizācijas procesu un programmu, tādā veidā radot bērnu attieksmi un patiku pret konkrēto nometni.

Pētījuma autore ir izvēlējusies šo tematu – bērnu ekoloģiskās nometnes izveide Jūrmalā, jo uzskata, ka nometnēm ir liela nozīme bērnu attīstības veicināšanā. Tā ir ne tikai lieliska izklaide, bet arī sekmīgs veids, kā bērniem iemācīt ko jaunu. Pētījuma autore, izveidojot nometnes projektu, vēlas, lai bērni dažādu interesantu aktivitāšu veidā iegūst zināšanas par apkārtējo vidi un ekoloģisku dzīvesveidu. Jūrmalā tiek organizētas dažādas sporta un

atpūtas nometnes, taču pētījuma autore vēlas likt uzsvaru tieši uz izglītojošu nometni par ekoloģijas tematu, kas būtu arī novitāte bērnu vasaras nometņu piedāvājumam Jūrmalā. Tādejādi pētījuma mērķis ir izveidot ekoloģisko bērnu nometni "Prieka pēda", sadarbībā ar Jūrmalas bērnu un jauniešu interešu izglītības centru, lai veicinātu bērnu apziņu par vidi un jaunu zināšanu apguvi. Lai šo mērķi sasniegtu, pētījuma autore izvirza pētāmo jautājumu – kā izveidot bērnu nometni Jūrmalā, veicinot zināšanu apguvi par ekoloģisku dzīvesveidu?

METODES

1. Bērnu nometnes organizēšanas un videi draudzīgu pasākumu organizēšanas rokasgrāmatu izpēte un analīze, lai iepazītos ar ekoloģiska pasākuma organizēšanas un bērnu nometnes izveides pamatprincipiem.

2. Interneta resursu izpēte, lai gūtu inovatīvas un radošas idejas bērnu nometnes projektam.

3. Likumdošanas, normatīvu, aktu un nepieciešamo atļauju izpēte, lai iegūtu nepieciešamo dokumentāciju bērnu nometnes organizēšanai.

4. 2013. – 2015. gadu Jūrmalas bērnu nometņu arhīvu izpēte un analizēšana.

5. Kvalitatīvo datu iegūšana – interviju veidošana ar speciālistu, kas atbild par Jūrmalas pašvaldības nometnēm, lai gūtu pieredzes stāstus un ieteikumus pēc iespējas sekmīgākai bērnu nometnes izveidei.

6. Kvantitatīvo datu iegūšana – aptaujas veidošana par vecāku attieksmi pret bērnu vasaras nometnēm, lai pēc iespējās precīzāk spētu izprast vecāku ekspektācijas.

REZULTĀTI

Plānojot nometnes sagatavošanās posmu, pētījuma autore apmeklējusi kursus un ieguvusi nometņu vadītāja apliecību. Veidojot nometnes sagatavošanās posmu, pētījuma autore formulējusi un pamatojusi nometnes nosaukumu, mērķauditoriju, norises vietu, nometnes norises laika izvēli, nometnes komandas izveidi, izveidojusi nometnes programmu, paredzējusi riska faktorus, izveidojusi informācijas kampaņas plānu un afišu, nometnes finanšu pārskatu, prognozējamo rezultātu, anketas vecākiem un dalībniekiem. Pētījuma autore, pētot bērnu nometņu pieprasījumu Jūrmalā, ieguvusi statistikas datus no Jūrmalas pilsētas domes Izglītības pārvaldes par notikušajām Jūrmalas pašvaldības dienas nometnēm laika periodā no 2013. līdz 2015. gadam.

Tika secināts, ka Jūrmalas pašvaldības nometņu skaitam nav vērojamas būtiskas tendences mazināties vai pieaugt. Jūrmalas pašvaldības nometņu skaita pieaugumu vai kritumu ietekmē trīs galvenie aspekti – remontdarbi izglītības iestādēs, izglītības iestāžu administrācijas ieinteresētība, pedagogu vēlme darboties (Ļaudams, 2016).

Tātad principā, ja izglītības iestādēs nenotiek remontdarbi, nometņu skaits ir atkarīgs no izglītības iestāžu un pedagogu ieinteresētības. Šeit svarīgi būtu atzīmēt faktu, ka bieži vien ne visi bērni, kas vēlas piedalīties nometnēs, paspēj uz tām pieteikties. "Kārtība paredz,

ka nometnes organizētājiem, reģistrējot nometni, ir jānorāda konkrēts nometņu dalībnieku skaits. Kad šo dalībnieku skaitu nokomplektē, jaunus interesentus vairs uzņemt nevar" (Ļaudams, 2016). Vairāki bērni, vēloties pieteikties nometnēs, to vairs nespēj izdarīt, jo konkrēto vietu skaits jau ir aizņemts. Tātad, kā pētījuma autore secina, vasaras nometņu pieprasījums Jūrmalā ir lielāks par piedāvājumu. Ja Jūrmalas pašvaldība organizētu vairāk nometņu, interesenti, kas vēlētos pieteikties, noteikti būtu, taču, lai organizētu jaunas nometnes, ir nepieciešama lielāka izglītības iestāžu ieinteresētība un iniciatīva.

Palielinoties dalībnieku skaitam, palielinās arī grupu skaits, taču, dalībnieku skaitam samazinoties, samazinās arī dalībnieku grupu skaits. 2014. gads dalībnieku skaita, un tādējādi grupu ziņā ir bijis visražīgākais. Dalībnieku skaits grupās ir atkarīgs no nometnes organizatoru ieskatiem. Daži izvēlas veidot vairākas nometnes, tajās izdalot vairākas, dažādas bērnu grupas, savukārt citi nometnes organizatori un vadītāji rīko vienu nometni, kurā apvieno dažādu vecuma grupu bērnus.

Visbiežāk tiek rīkotas dienas nometnes, kas ilgst desmit dienas vai divas nedēļas. Desmit dienu nometnes pagājušajā gadā organizētas 12 reizes, kas ir gandrīz puse no visām 2015. gadā notikušajām nometnēm kopā. Savukārt otrajā vietā pēc biežuma ierindojas piecu dienu garas nometnes – no pirmdienas līdz piektdienai. Arī pētījuma autores veidotā nometne "Prieka pēda" būs piecu dienu gara. Šāda izvēle tika izdarīta, jo tā būs autores pirmā pieredze nometnes organizēšanā. Ir jāsāk ar minimālo dienas skaitu, lai aptvertu un paredzētu visus nepieciešamos uzdevumus un pienākumus kvalitatīvas nometnes radīšanā.

Pētījuma autorei, organizējot bērnu vasaras nometni "Prieka pēda" sadarbībā ar Jūrmalas bērnu un jauniešu interešu izglītības centru, piešķirts finansējums no Jūrmalas pašvaldības. Pētījuma autore jeb nometnes vadītāja, iekļaujoties šai summā, ir sastādījusi tāmi ar nepieciešamajiem materiāliem un izmaksām bērnu vasaras nometnei "Prieka pēda".

Pētījuma autorei nometnes projekta veidošana bija pirmā pieredze, taču mērķis tika sasniegts. Sadarbībā ar Jūrmalas bērnu un jauniešu interešu izglītības centru, pētījuma autore izveidoja ekoloģiskās nometnes "Prieka pēda" projektu, kas tika realizēts no 2016. gada 27. jūnija līdz 1. jūlijam.

ANALĪZE

Analizējot iegūtos anketas datus par vecāku attieksmi pret vasaras bērnu nometnēm, var secināt, ka bērnu vecāki jeb respondenti uzskata, ka bērni visvairāk no nometnes sagaida jautrību un izklaidi, savukārt viņu vecākiem visnozīmīgākais šķiet, lai bērni iegūtu jaunas zināšanas. Pētījuma autore, organizējot bērnu vasaras nometni "Prieka pēda", jautrību un jaunas zināšanas ir izvirzījusi par galvenajām vērtībām.

Nosaukums '"Prieka pēda" radīts, balstoties uz terminu "ekoloģiskā pēda". Ekoloģiskās pēdas nospiedums mēra slogu, kādu noteikta sabiedrība uzspiež dabai. Tas uzrāda zemes platību, kāda nepieciešama, lai uzturētu sabiedrības pašreizējo resursu patēriņa un atkritumu likvidēšanas līmeni. Ekoloģiskās pēdas nospiedums nestāsta, cik viss ir slikti.

Tas vēstī par Zemes spēju uzturēt cilvēces eksistenci tālākā nākotnē (Rīss, Vakerneidžels, 2000). Tātad šis jēdziens vēsta par ilgtspējību, par to – ko un kā mēs varam darīt, lai vide nekļūtu ekoloģiski pārslogota. Šis ir arī viens no nometnes "Prieka pēda" mērķiem – rādīt labu piemēru jeb priekšstatu, kā dzīvot ekoloģisku un videi draudzīgu dzīvesveidu, tādā veidā veidojot ilgtspējīgu attīstību. Lai mazinātu negatīvo ietekmi uz vidi, ir jāatzīst, ka atbildība par vidi jāuzņemas ne tikai rūpniecības sektoram, bet arī sabiedrībai. Tas arī ticis vēstīts vasaras nometnē, lai vienkāršā un uztveramā veidā paskaidrotu bērniem ekoloģiskās pēdas nozīmi.

Bērnu vasaras nometne "Prieka pēda" norisinājās no 2016. gada 26. jūnijam līdz 1. jūlijam jeb piecas dienas laikā no 9.00 līdz 17.00. Šāds norises laiks izvēlēts, jo tas ir laiks, kad mērķauditorijai jeb 1.-4. klašu skolēniem ir vasaras brīvlaiks. Tāpat ir nozīmīgi izvērtēt, vai plānotajā norises laikā nenotiek kādi citi ievērojami pasākumi, tādēļ pētījuma autore jeb nometnes vadītāja ir izvēlējusies nometni rīkot pēc Līgo svētkiem, taču pirms Jūrmalas pilsētas ievērojamajiem un iecienītajiem Jomas ielas svētkiem, kas norisināsies 9. jūlijā.

Nometne norisinās Jūrmalas bērnu un jauniešu interešu izglītības centrā. Tā kā nometne "Prieka pēda" ir dienas nometne (norisinās piecas dienas 9.00 – 17.00), tad telpas nakšņošanai nav nepieciešamas. Jūrmalas bērnu un jauniešu interešu izglītības centrs var nodrošināt telpas 20 bērniem, kurās ir iespējams rīkot dažādās nodarbības. Tāpat šī vieta piedāvā izmantot arī savu āra teritoriju, kurā ietilpst sporta laukums un zāliena platība ar dažām nojumēm, ko pētījuma autore jeb nometnes vadītāja varēs izmantot dažādām aktivitātēm. Svarīgs faktors nometnes norises vietas izvēlei ir arī tās pieejamība. Jūrmalas bērnu un jauniešu interešu izglītības centrs atrodas blakus Asaru dzelzceļa stacijai. Netālu ir autobusa pieturas, caur kurām ik pēc dažām minūtēm kursē Jūrmalas pilsētas autobusi. Pie ēkas atrodas arī autostāvvieta. Nometnes laikā paredzētas arī izbraukuma ekskursijas, tādēļ ir svarīgi, lai sabiedriskā transporta pieturas nebūtu pārāk tālu no nometnes norises vietas. Jūrmalas bērnu un jauniešu interešu izglītības centram ir piešķirts VUGD un VI atzinums, kā arī ir sadarbība ar Vaivaru pamatskolu, kurā nometnes dalībniekiem tiks nodrošinātas pusdienas katru dienu 12.00. Pētījuma autore uzskata, ka izvēlētā nometnes norises vieta atbilst nometnes ideoloģijai, jo Jūrmalas bērnu un jauniešu interešu izglītības centrs jau izsenis atbalstījis un sekojis līdzi ekoloģiskam dzīvesveidam. Lai plānotu nometnes aktivitātes, pētījuma autore ir veikusi nometnes norises vietas apsekojumu.

Pētījuma autore ņēmusi vērā, ka nometnes laikā un programmā ir ieteicamas vismaz divas kulminācijas sižeta attīstībā. Pirmo lielāko notikumu vēlams plānot nometnes pirmajā pusē, bet otro – nometnes noslēgumā (Brūders, Kalniņš, Zelča, 2011). Arī pētījuma autore vasaras nometnē "Prieka pēda" iekļāvusi divas kulminācijas jeb izglītojošas ekskursijas.

Viscaur nometnes programmai ir nepieciešams saglabāt un palielināt dalībnieku emocionālo spriedzi, kā arī kāpināt interesi par notikumu norisi. Nav vēlams pieļaut straujus emocionālos kritumus un notikumu gaitas pārrāvumus, kas parasti nometnēs izpaužas kā bez noteiktas nodarbošanās pavadīts laiks (Brūders, Kalniņš, Zelča, 2011). Tādā veidā tiek panākta nepatika un nevēlēšanās piedalīties turpmākajos notikumos. Tādēļ, lai vasaras nometne "Prieka pēda" būtu organizēta un plāns būtu saprotams, pētījuma autore veidojusi

detalizētu programmas plānojumu, iekļaujot aktivitātes, kas apmierinātu mērķauditoriju un būtu saistītas ar nometnes galveno mērķi. Tiek veidoti katras dienas mērķi un uzdevumi.

Nometnes pamatideju, plānu un programmu izstrādā viens cilvēks jeb pētījuma autore. Veidojot nometni, uz katriem desmit cilvēkiem – nometnes dalībniekiem – ir nepieciešams viens pieaugušais jeb nometnes vadītājs. Tā kā pētījuma autores veidotajā nometnē "Prieka pēda" būs 20 dalībnieki, ir nepieciešami divi nometnes vadītāji. Viens no tiem būs pati pētījuma autore jeb nometnes organizētāja un vadītāja, taču otrs – pētījuma autores brīvi izraudzīts palīgs.

Nepiemērotu laikapstākļu gadījumā programma tiks mainīta vietām, piemēram, ja dienā, kad paredzētas āra aktivitātes, būs ilgstošs lietus, notiks radošās darbnīcas iekštelpās. Aktivitātes ir plānotas tā, ka tās jebkurā brīdī var samainīt, protams, neskaitot sarunātās ekskursijas, kurās dalībnieki dosies neatkarīgi no laikapstākļiem. Nometnes organizatore un vadītāja jau pirms nometnes laicīgi brīdinās vecākus par iespējamām programmas izmaiņām laikapstākļu dēļ, kā arī aicinās ikvienu uz nometni ņemt līdzi lietus mēteli. Ja radīsies tehniskas dabas problēmas, tad nometnes vadītāja kopā ar Jūrmalas jauniešu interešu izglītības centra darbiniekiem izvērtēs to nopietnību, kopā meklējot risinājumu. Ja problēmas būs īslaicīgas, tā var būt iepriekš minētā programmas mainīšana. Savukārt, ja radīsies nopietni draudi un bojājumi, kas izteikti ietekmēs nometnes sekmīgu norisi, pasākums tiks atcelts. Dalībnieku saslimšanas gadījumā pētījuma autore lūgs bērnu vecākus informēt par viņu neierašanos uz nometni, taču nometnes vadītājas nopietnas saslimšanas gadījumā tiks informēts Jūrmalas bērnu un jauniešu interešu izglītības centrs, lai nodotu programmas plānu darbiniekam, kas var turpināt vadīt nometni. Ja radīsies kāds transporta iespējamais risks, piemēram, tehniski bojājumi, nometnes vadītāja ar bērniem izmantos citu Jūrmalas transportu (piemēram, vilcienu), sedzot izmaksas no neplānoto izmaksu budžeta.

Tiks izveidoti trīs reklāmas materiāli jeb plakāti par gaidāmo nometni, kas būs drukāti eko drukā jeb uz augstas kvalitātes videi draudzīga papīra. Tos pētījuma autore jeb nometnes vadītāja plāno pasūtīt uzņēmumā SIA "Digitālā Pele". Lai informētu Jūrmalas pilsētas iedzīvotājus par gaidāmo ekoloģisko vasaras nometni, tā tiks reklamēta arī sociālajos un ziņu portālos.

SECINĀJUMI

1) Piedaloties izglītojošā nometnē, bērni var iegūt divas nozīmīgas vērtības vienlaikus – patīkami, kvalitatīvi pavadītu brīvo laiku un jaunas, vērtīgas zināšanas.

2) Ļoti nozīmīgs un aktuāls temats, par kuru arvien vajadzētu izglītot bērnus, ir ekoloģija un vide. Vides aizsardzība ir kļuvusi par nozīmīgu problēmu, kas jārisina visai sabiedrībai un bez kuras nav iedomājama sabiedrības attīstība.

3) Vides izglītojošam pasākumam nav pievienotās vērtības, ja arī paša pasākuma organizēšanas un realizēšanas procesā netiek ņemti vērā ekoloģiska pasākuma pamatprincipi.

4) Pētījuma autores veidotā nometne "Prieka pēda" pēc kvalifikācijas ir slēgta, izglītojoša dienas nometne.

5) Pētot un analizējot Jūrmalas pilsētas domes Izglītības pārvaldes datus, pētījuma autore secina, ka Jūrmalā bērnu vasaras nometņu pieprasījums ir lielāks par piedāvājumu.

6) Analizējot iegūtos anketas datus, var secināt, ka bērnu vecāki uzskata, ka bērni visvairāk no nometnes sagaida jautrību un izklaidi, savukārt viņu vecākiem visnozīmīgākais šķiet, lai bērni iegūtu jaunas zināšanas.

7) Galvenais nometnes "Prieka pēda" mērķis – ar dažādu aktivitāšu, spēļu un izzinošu ekskursiju palīdzību rādīt piemēru un priekšstatu, kā dzīvot ekoloģisku, videi draudzīgu dzīvesveidu.

8) Nometnes nosaukums "Prieka pēda" radīts, balstoties uz terminu "ekoloģiskā pēda". Šis jēdziens saistīts ar ilgtspējību jeb to, ko un kā mēs varam darīt, lai vide nekļūtu ekoloģiski pārslogota. Nosaukums "Prieka pēda" sevī slēpj ne tikai nometnes galveno mērķi un konceptu, bet arī piesaista bērnus, radot asociācijas ar prieku un jautrību.

9) Pētījuma autores veidotā vasaras nometne tika realizēta no 2016. gada 27. jūnija līdz 1. jūlijam sadarbībā ar Jūrmalas bērnu un jauniešu interešu izglītības centru.

10) Organizējot ekoloģisko nometni "Prieka pēda", pētījuma autore ir guvusi pozitīvu pieredzi, tādēļ nākamgad plāno realizēt diennakts izglītojošo nometni.

PRIEKŠLIKUMI

1) Tā kā Jūrmalā bērnu vasaras nometnēm pieprasījums ir lielāks par piedāvājumu, Jūrmalas pašvaldība varētu veidot konkursu, kurā piedaloties un nosūtot motivācijas vēstuli, būtu iespējams iegūt atlaides vai bezmaksas vietu nometņu vadītāju kursos. Tas, iespējams, palielinātu nometņu vadītāju un organizētāju skaitu, kas atbilstoši varētu radīt balansu starp vasaras nometņu pieprasījumu un piedāvājumu.

2) Lai nometnes plānošanas un realizēšanas procesā būtu iespējams ieguldīt vairāk, nometnes organizatoriem un vadītājiem būtu nepieciešams meklēt un piesaistīt sponsorus, kas varētu nometni atbalstīt gan materiālu, gan naudas izteiksmē.

3) Nometnes organizatoriem un vadītājiem būtu nepieciešams savlaicīgi izstrādāt nepieciešamo resursu sarakstu, lai apzinātos, ko var sagādāt un iekrāt pats, tādā veidā ietaupot nometnes izdevumus.

4) Nometnes organizatoriem un vadītājiem programmu vajadzētu veidot nevis, lai aizpildītu laiku, bet, lai visas nedēļas garumā veidotos sakarīgs stāstījums. Tādā veidā gan nometnes darbiniekiem, gan dalībniekiem būtu vieglāk iedziļināties uzdevumos, izprast nometnes konceptu un mērķus.

5) Nometnes organizatoriem un vadītājiem, veidojot nometni, nevajadzētu aizmirst un izlaist

nometnes noslēguma posmu, kas diemžēl nereti ir novērojams. Nometnes noslēguma posms ir ļoti būtisks, jo tieši tajā ir iespējams visu apkopot un izvērtēt, lai saprastu, kas izdevies un ko varēja mainīt, lai nākamreiz nometne izdotos vēl labāka.

AVOTU SARAKSTS

Brūders, A., Kalniņš, G., Zelča, I. (2011). Bērnu nometņu vadītāja rokasgrāmata. Rīga: Valsts izglītības satura centrs.

Ļaudams, V. (2016). Jūrmalas pilsētas domes Izglītības pārvaldes attīstības nodaļas vadītājs, intervija 2. martā.

Rīss, V., Vakerneidžels, M. (2000). Mūsu ekoloģiskās pēdas nospiedums. Rīga: Norden.

Valsts izglītības satura centra mājaslapa. Pieejams: http://nometnes.gov.lv/camps/view/id/53 (aplūk. 05.01.2016.).

LATVIJAS KĀ TŪRISMA GALAMĒRĶA ATSPOGUĻOJUMS PASAULĒ ATPAZĪSTAMOS TŪRISMA INFORMĀCIJAS RESURSOS GLOBĀLAJĀ TĪMEKLĪ

THE REPRESENTATION OF LATVIA AS A TOURIST DESTINATION IN WORLDWIDE-KNOWN TOURIST INFORMATION RESOURCES IN THE INTERNET

Autors: **SINTIJA KURSĪTE**
Vidzemes Augstskola, studiju programma „Tūrisma organizācija un vadība"

Kontaktinformācija: sintija.kursite@gmail.com, +371 26994938

Darba zinātniskais vadītājs: **Iveta Druva-Druvaskalne**, Mg.geogr.

KOPSAVILKUMS

Darba nosaukums ir "Latvijas kā tūrisma galamērķa atspoguļojums pasaulē atpazīstamos tūrisma informācijas resursos globālajā tīmeklī". Pētījums veikts ar mērķi noskaidrot, kā tiek atspoguļots Latvijas galamērķa tēls atpazīstamākajos, biežāk lietotajos tūrisma informācijas resursos globālajā tīmeklī.

Temata aktualitāti pamato novērojumi, ka internets pēdējā laikā ir kļuvis par visizdevīgāko rīku tūrisma galamērķa tēla atspoguļošanā. Labi apkalpotas interneta vietnes ir pieejamas 24h diennaktī jebkurā vietā pasaulē, kas padara visu aktuālo informāciju par kādu galamērķi pieejamu visur un jebkurā laikā (Choi, Lehto & Morisson, 2007).

Google pētījumu centra dati par ceļotāju paradumiem parāda, ka interneta lietošana ceļojumu plānošanā šobrīd ir aktuāla – aptuveni 74% no atpūtas un 77% no biznesa ceļotājiem izmanto internetu sava ceļojuma plānošanā. Kā arī 57% no atpūtas un 64% biznesa ceļotāju atzinuši, ka sāk savu plānošanas procesu ar atslēgas vārdu ievadīšanu interneta meklētājprogrammās (Ipsos MediaCT, 2014). Latvijas tūrisma mārketinga stratēģija no 2010. līdz 2015. gadam paredz, ka Latvijas tūrisma produktu attīstīšanai un virzīšanai tirgū potenciālajiem ārvalstu tūristiem, kas plāno apmeklēt Latviju, kā nozīmīgs instruments ir jāizmanto tieši ārvalstu interneta mediji un resursi (Tūrisma attīstības valsts aģentūra, 2010).

Pētījuma ietvaros apkopoti būtiskākie teorētiskie materiāli, kas saistīti ar galamērķa tēlu tūrismā, tā veidošanos, kā arī ar interneta resursu nozīmi un izmantošanu tūrismā. Tika apkopota informācija par interneta mārketingu, interneta resursu un vizuālā materiāla nozīmi tūrismā, un ceļotāju informācijas meklēšanas paradumiem. Pēc tam tika veikta trīs pasaulē atpazīstamu tūrisma informācijas interneta resursu atlase, kritēriju izstrāde un satura, funkcionālo elementu un vizuālā materiāla analīze atlasītajās tūrisma resursu interneta vietnēs, kā rezultātā izveidoti priekšlikumi kvalitatīvam un reprezentējošam materiālam par Latviju kā tūrisma galamērķi.

SUMMARY

Title of this project is "Representation of Latvia as a Tourist Destination in Worldwide-known Tourist Information Resources in the Internet". The aim of this research was to study the representation of Latvia as a tourist destination in tourist information resources on the Internet that are known worldwide.

Actuality of this topic is based on the observation that Internet has recently become the best tool for presentation of travel destinations. Well-maintained web sites are available 24 hours a day anywhere in the world, which makes all the existing and actual information about any destination accessible to everyone, everywhere and at any time (Choi, Lehto & Morisson, 2007).

Also, data of Google's research centre on travellers' behaviour show that the use of the Internet in the process of travel planning is rapidly growing – approximately 74% of leisure

and 77% of business travellers use Internet for their travel planning. Also, 57% of leisure and 64% of business travellers admitted that they begin their planning process with key-word entry in the search engines (Ipsos MediaCT, 2014). Latvian Tourism Marketing Strategy 2010 – 2015 states that in order to develop Latvian tourism product and promote it to potential foreign tourists, foreign media and Internet resources have to become an important tool in Latvia's promoting strategies (Tūrisma attīstības valsts aģentūra, 2010).

The study briefly summarizes the most important theoretical materials related to destination image in tourism, its formation as well as the importance of use of the Internet in the tourism industry. This study also contains theoretical information about Internet marketing, visual material in the Internet environment and about the behaviour of travellers' information search process. Afterwards, the author selected three world-known tourist information resources and developed criteria for content analysis and for the analysis of functional and visual material available in respective resources which relates to Latvia and its destination image. Lastly, the author outlined proposals for better ways of representing Latvia in popular travel resources with qualitative and representative informative and visual material.

ATSLĒGAS VĀRDI

Tūrisma galamērķis, galamērķa tēls, interneta resursu nozīme tūrismā, Latvija galamērķa tēls, tūrisma informācijas resursi.

IEVADS

Viens no nozīmīgākajiem brīvā laika izmantošanas veidiem ir ceļošana un tūrisma pakalpojumu izmantošana. Tūristi ceļojuma galamērķi izvēlas, balstoties uz daudziem faktoriem: valstu reklāmas kampaņas, piedāvājumi un informācija par ceļojumiem televīzijā, radio un drukātajos medijos, biļešu akcijas, tūrisma operatoru un aģentūru piedāvājumi, personiskās vēlmes, iepriekšējā pieredze, radinieku un draugu ieteikumi un citi faktori, kas veido konkrētā galamērķa tēlu. Galamērķi iegulda ļoti apjomīgus līdzekļus un daudz laika laba tūrisma galamērķa tēla koncepta radīšanai, tomēr bieži vien jau pastāvošais tēls par konkrēto galamērķi ir spēcīgāks nekā tūrisma nozares veidotais. Tūrisma galamērķa tēls var tikt definēts kā nepārtraukts mentāls process, kas sevī ietver asociācijas, emocionālās domas, aizspriedumus un cita veida informāciju par kādu konkrētu galamērķi, kas iegūta apzināti vai neapzināti no dažādiem informācijas avotiem (Kim and Chen, 2015).

Arvien biežāk šis tēls tiek uzskatīts par kritisko punktu ceļotāja galējā lēmuma pieņemšanā, kā rezultātā galamērķa tēla pētījumi šobrīd ir ļoti aktuāli (Khodadadi, 2012: 5). Šis tēls ir būtisks, runājot par veiksmīgu tūrisma, ekonomisko un sabiedrības attīstību konkrētajā vietā, šī pētījuma gadījumā tiks runāts par Latvijas kā galamērķa tēlu. Saimons Anholts (Simon Anholt) ir uzsvēris, ka valsts veidotais galamērķa tēls ir tikpat svarīgs un nepieciešams kā jebkurai parastai organizācijai, jo ar tēla un sava zīmola palīdzību tiek ietekmēti potenciālie galamērķa apmeklētāji, to lēmumu pieņemšana un rīcība nākotnē. Veiksmīga valsts tēla attīstīšana piesaista ne tikai tūristus, bet arī potenciālos ārvalstu sadarbības partnerus,

investorus, mediju uzmanību, veido labu valsts reputāciju (Anholt, 2009: 8-17).

Pētījuma jautājums: kāda veida informācija un vizuālais materiāls par Latviju trūkst atpazīstamākajos un biežāk lietotajos tūrisma resursos internetā un kāda veida informāciju ir būtiski iekļaut Latvijas tūrisma sadaļā, lai tā atbildētu uz biežākajiem ceļotājus interesējošiem jautājumiem un spētu veidot pozitīvu valsts tūrisma tēlu?

METODES

Pētījumā tika izmantotas šādas kvalitatīvās pētījumu metodes: izvēlētā tūrisma resursa ceļotāju diskusiju foruma satura sistematizēšana un analīze (Lonely Planet), kā arī interneta resursu satura analīze – trīs pasaulē atpazīstamu tūrisma informācijas interneta resursu atlase un Latvijas sadaļas satura analīze (Lonely Planet, World Travel Guide, Fodor's Travel). Kā pēdējā tika izmantota salīdzināšana – attēlu un to tehnisko elementu analīze pēc autores izveidotiem kritērijiem.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Literatūras apskata laikā tika secināts, ka ceļotāji, lai gūtu reālistiskāku priekšstatu par sagaidāmo, aizvien biežāk izvēlas ielūkoties tieši citu interneta lietotāju radītajos saturos (De Ascaniis, Bischof & Cantoni, 2013). Autore nolēmusi darba praktiskajā daļā apskatīt ne tikai galamērķa oficiālo interneta vietni, bet arī diskusiju foruma saturu, lai apzinātu tēmas un aktuālos jautājumus par Latviju kā tūrisma galamērķi. Lonely Planet ir izveidojis atsevišķu diskusiju foruma platformu Thorn Tree forum, kurā ceļotāji var iegūt un arī publicēt informāciju par galamērķiem un ar ceļošanu saistītiem jautājumiem.

Lai spētu veikt diskusiju foruma analīzi, autore mehāniski veica datu atlasi, balstoties uz šādiem kritērijiem:

- Laika periods – diskusijas, kas aizsāktas, sākot no 2011. gada (pamatojoties uz laiku, kad tika aktualizēts jaunais Latvijas kā tūrisma galamērķa tēls un tā pozicionēšana interneta vidē).

- Atbilstība galamērķa tēla veidošanās procesam, aplūkojot to pēc Ehtnera un Ričija četru dimensiju parauga.

1. FUNKCIONĀLĀS ĪPAŠĪBAS – ATRIBŪTU DIMENSIJA

Klimats:
- Piemērots (2)
- Auksts (7)
- Ziemā maz sniega (2)
- Nesaprotams (3)

Cenu līmenis:
- Zems (18)
- Augsts (9)
- Piemērotība budžeta ceļojumiem (4)

Izmitināšanas iespējas (15)

Ēdināšanas iespējas (14)
- Vietējais ēdiens (9)

Izklaides iespējas (14)

Vecpuišu ballītes (3)

Transports:
- Sabiedriskais transports Rīgā (8)
- Transports un infrastruktūra starp Latvijas un Baltijas pilsētām (30)
- Kvalitatīva satiksme un infrastruktūra starp Latvijas pilsētām (23)
- Infrastruktūra un informācija autobraucējiem (13)
- Ceļojumu maršruti Latvijā (9)
- Slikta ceļa kvalitāte (2)

2. UNKCIONĀLĀS ĪPAŠĪBAS – MENTĀLO PRIEKŠSTATU DIMENSIJA

Apskates objekti Rīgā (85)
Apskates objekti ārpus Rīgas (67)
Daudzveidīgs un interesants aktīvās atpūtas piedāvājums (31)
Estētiski pievilcīgs galamērķis (16)
Dabas baudīšanas iespējas un ainavas pievilcība (20)
Maza valsts, viss viegli un ātri sasniedzams (12)
Latvija – valsts ar finansiālām grūtībām (3)
Krievu kultūras ietekme (8)
Padomju laika mantojums (10)

3. PSIHOLOĢISKĀS ĪPAŠĪBAS – ATRIBŪTU DIMENSIJA

Kvalitatīva ēdināšana (11)
Kvalitatīva izmitināšana (5)

Drošība:
- Drošs (4), Stopēšanas drošība (2)
- Nedrošs, rasisms, iespēja tikt apkrāptam (8)

Veselība:
- Slikta ūdens kvalitāte (2), nedrošs ēdiens (1), insekti (2)

Sezonalitāte:
- Ziemā ierobežoti darba laiki (4)
- Vasarā populārākajās vietās daudz tūristu, ziemā maz cilvēku (9)

Auto īre – ērtākais un piemērotākais veids, kā iepazīt visu Latviju (7)

4. PSIHOLOĢISKĀS ĪPAŠĪBAS – MENTĀLO PRIEKŠSTATU DIMENSIJA

Apmierinātība ar gūto pieredzi (16)
- Lielisks, piemērots galamērķis (8)
- Galamērķis raksturots kā interesants (3)

Neapmierinātība ar gūto pieredzi (5)
- Nekas īpašs (3)

Pozitīva vietējo iedzīvotāju attieksme, viesmīlība (11)
Negatīva iedzīvotāju attieksme (4)
Pozitīvi raksturota galamērķa atmosfēra (19)
Viena diena ir par maz Rīgas vai Latvijas izbaudīšanai (8)
Rīga un Latvija – apskates vērta uz Igaunijas un Lietuvas fona (7)
Latviešu kultūra un tradīcijas: saistošs pieredzējums (14)

1. attēls. Latvijas tūrisma galamērķa tēla elementu atspoguļojums *Lonely Planet* diskusiju foruma sarunās (pēc Echtner & Ritchie, 2003).

Diskusiju foruma analīzes rezultātus autore uzskatāmi apkopoja 1.attēlā, kas veidots, balstoties uz Ehtnera un Ričija četru dimensiju parauga (Echtner & Ritchie, 2003). Pēc laika robežas uzlikšanas tika iegūti 151 aizsākti diskusiju temati par Latviju, bet tikai 120 no tiem kaut nelielā mērā sniedza informāciju par Latvijas kā tūrisma galamērķa tēlu. Diskusiju forumā saturs, kas saistīts ar Latvijas tēlu, ievietots gan jautājumu un lūgumu pēc palīdzības formā, gan citu lietotāju atbilžu formā, kas palīdz gūt pilnīgāku priekšstatu par Latvijas tēlu ne tikai no tūristu asociāciju, bet reālu pieredzējumu puses.

Pētījuma otrajā daļā tika veikta Latvijas sadaļas analīze trīs atpazīstamākajos tūrisma informācijas resursos globālajā tīmeklī. Balstoties uz Google.com, Bing.com un Yahoo.com meklētājprogrammu rezultātiem, tajos ievadot frāzi *'travel guide'* autore izveidoja resursu atlases metodi, lai interneta vietņu klāstu sašaurinātu līdz trim atpazīstamākajām turpmākajai analīzei (*Lonely Planet, World Travel Guide, Fodor's Travel*).

Balstoties uz teorijā gūtajām atziņām, personīgās pieredzes un nozīmīgākajiem jautājumiem, kas skarti diskusiju foruma analīzes laikā, tika izveidotas piecas kritēriju grupas interneta resursu analīzei:

1. interneta vietnes tehniskie un funkcionālie kritēriji,

2. satura kvalitātes kritēriji,

3. iekļaujamās tūrisma informācijas kritēriji,

4. pirmā iespaida un veiksmīgas galamērķa reprezentēšanas kritēriji,

5. fotogrāfiju un vizuālā materiāla kritēriji.

Plaša un daudzveidīga informācija ledvesmojošs saturs	Specifisks galamērķa apraksts	Daudzpusīgs transporta sistēmas raksturojums
Laikapstākļu info grafiki un apgērbu ieteikumi	Latviju aptverošs izmitināšanas iespēju klāsts	Latviešu tradicionālās virtuves un vietējās produkcijas piedāvājums
Izklaides iespējas, kas neaprobežojas tikai ar naktsmītņu apmeklēšanu	Cenu līmenis un izmaiņas atkarībā no sezonas un reģiona	Ūdens un pārtikas kvalitāte un lietošanas drošība
Visu Latviju aptverošs apskates objektu un aktivitāšu piedāvājums	Uzsvars uz vietējās kultūras pieredzējumu	Papildinoša informācija individuālajiem ceļotājiem
Izveidoti vairāki piedāvājumi un apskates objektu saraksti	Izmantotas ne tikai Rīgu, bet visu Latviju reprezentējošas fotogrāfijas	Vizuālie materiāli rada skaidru ideju par galamērķa atmosfēru un iespējamo pieredzējumu

2. attēls. Nozīmīgākie atskaites punkti, veidojot jaunu Latviju reprezentējošu materiālu.

2. attēlā redzami autores veidotie priekšlikumi kvalitatīva un reprezentējoša informatīvā un vizuālā materiāla izveidei, lai veiksmīgi atspoguļotu Latviju kā tūrisma galamērķi tūrisma informācijas resursos globālajā tīmeklī, kas balstīti uz diskusiju foruma un interneta resursu analīzi un iegūto informāciju.

Galvenie rezultāti, kas gūti, aplūkojot izvēlēto interneta vietņu funkcionālās un saturiskās puses, vērtējot par Latviju sniegtās informācijas līmeni un daudzveidību, kā arī, iepazīstoties ar Lonely Planet diskusiju forumā aktuālām un Latvijas tēlu skarošām tēmām, gūtie priekšstati par Latvijas tūrisma galamērķa tēlu ir daudzpusīgi, bet savā ziņā paredzami.

Latvija interneta resursos tiek atspoguļota šādi: maza, bet iespaidu ziņā plaša valsts ar interesantām vietējās kultūras tradīcijām, lielu vēsturisko un kultūras mantojumu un estētiski pievilcīgām dabas vērtībām. Galamērķis ir viegli pieejams un tā iekšienē ir kvalitatīvi un labi attīstīti transporta ceļi. Piemērotākais apmeklēšanas laiks ir jūnijs – augusts, jo pārējo laiku valda liels aukstums. Plašākais naktsmītņu, ēdināšanas un tūrisma piedāvājums ir Rīgā, bet pārējā Latvija tiek aptverta nelielā līmenī. Latvijā jāuzmanās no kabatzagļiem un iespējas tikt apkrāptam norēķināšanās ceļā, bet tas nav veselībai bīstams galamērķis. Latvija kā galamērķis ir viegli apvienojama ar pārējām Baltijas valstīm un tajā valda izteikta sezonalitāte gan cenas, gan tūristu skaita ziņā. Kopumā pievilcīgs galamērķis ar augstu sniegto pakalpojumu kvalitāti, bet īpaši neizceļas uz citu galamērķu fona.

SECINĀJUMI

1. Veiksmīga tūrisma galamērķa veidošanai ir jāsākas ar kvalitatīvas, būtiskas un tajā pašā laikā pievilcīgas informācijas sniegšanas potenciālajiem tūristiem jau pirms galamērķa apmeklēšanas.

2. Diskusiju forumi ir labs veids, kā pētīt tieši tūristu skatījumā pastāvošo galamērķa tēlu. Tie tūristi, kas jau ir apmeklējuši galamērķi, var sniegt rekomendācijas, kritiskus vērtējumus un savu emocionālo pieredzējumu, tādejādi veidojot galamērķa tēlu. Turpretī tie, kas vēl plāno savu ceļojumu un uzdod interesējošos jautājumus, atspoguļo pieejamo elementu un informācijas trūkumu resursos, kuros pieejama informācija par galamērķi.

3. Lonely Planet diskusiju forumā ļoti daudz tiek uzsvērti Latviju raksturojošie unikālie tēla elementi – estētiskā pievilcība, pozitīva un patīkama atmosfēra, saistošs latviešu kultūras un tautas tradīciju pieredzējums, dabas baudīšanas iespējas un ainavas pievilcība. Šie elementi veiksmīgi savienojas arī ar pašreizējā Latvijas tēla būtību, tāpēc var secināt, ka tūristi ar savu pieredzējumu galamērķī šo tēla unikālo daļu vēl vairāk apstiprina.

4. Diskusiju forumā dominē jautājumi par visām pamata lietām ceļojumu plānošanā – transports, ēdināšana, izmitināšana, kas norāda, ka pieejamā informācija nav pilnīga, līdz galam izsmeļoša vai arī neraisa tūristu uzticību. Tūristiem ir nozīmīgi iegūt informāciju par plānotā ceļojuma ne tikai emocionālajiem pieredzējumiem, bet tieši praktiskajiem aspektiem.

5. Apskatītajos interneta resursos vizuālais materiāls par Latviju nav daudzveidīgs un tas

aprobežojas tikai ar Rīgas attēlojumu, tāpēc nākotnē būtu būtiski pārdomāt, kā saturu papildināt ar vizuālo materiālu gan Latvijas teritoriālā pārklājuma ziņā, gan attēlotā pieredzējuma un Latvijas vērtību ziņā.

6. Visbiežākā asociācija par Latviju kā tūrisma galamērķi ir Rīga un tās piesaistes. Gan diskusiju forumā, gan analizēto resursu interneta vietnēs Rīga tika pieminēta un aprakstīta visvairāk reižu. Rīga tiek uzsvērta kā galvenais apskates vērtais objekts, tās elementi visbiežāk redzami Latviju reprezentējošajā vizuālajā materiālā, un saistībā ar to ceļotāji visbiežāk izsaka savus komentārus vai uzdod jautājumus. Var secināt, ka Rīgas tēls ceļotāju uztverē ir izveidojies ļoti izteikts un stabils.

7. Pieejamajos materiālos par Latviju visbiežāk trūkst informācijas par aktivitātēm dabā un saistībā ar vietējās kultūras pieredzējumu, informācijas par drošības, veselības un cenu līmeni, Rīgas pilsētas transporta sistēmu, kā arī informācijas par ēdināšanas, izmitināšanas iespējām ārpus Rīgas, tāpēc šāda veida informāciju ir būtiski iekļaut reprezentējoša materiāla izveidē.

PRIEKŠLIKUMI

1. Tā kā tika secināts, ka Rīga ir visspēcīgākais Latvijas tūrisma galamērķa tēla elements, kuru tūristi atpazīst un asociē ar kvalitatīvu pieredzējumu, tad Latvijas Investīciju un attīstības aģentūrai (LIAA) ir ieteicams pastiprināt pārējo Latvijas reģionu popularizēšanu un to atpazīstamības veicināšanu, lai veidotos daudzpusīgs Latvijas tēls.

2. Latvijas tēla veidošanai LIAA būtu nepieciešams atrast ceļu, kādā veiksmīgi pozicionēt iespēju gūt maksimāli daudzpusīgu pieredzējumu Latvijā – centrs var palikt Rīga, tomēr ir nepieciešams parādīt tūristiem, ka pārējās Latvijas iepazīšana ir tā vērta un praktiski iespējama nelielo attālumu, labo transporta tīklu un zemā cenu līmeņa dēļ.

3. Turpmākajos pētījumos par Latvijas galamērķa tēlu būtu nozīmīgi saprast, kādi ir priekšstati par Latviju atšķirīgām tūristu mērķauditorijām, jo bieži vien maldinošs vai nepatīkams tēls par Latviju ir kādām bagātākām ceļotāju grupām un tas var būt balstīts uz aizspriedumu un vēsturisko notikumu pamata. Apzinot, kādas ir citu kultūru asociācijas par Latviju, būtu vieglāk pārvaldīt Latvijas tēlu šajās mērķauditorijās.

4. Atpazīstamajiem tūrisma resursiem būtiski būtu komunicēt ar LIAA, lai veidotu saturu, kas veido ciešu saikni ar Latvijas uzstādītā tūrisma tēla būtību, kā arī iepazīties ar diskusiju forumos aktuālajām tēmām, lai apzinātu kādu informāciju ceļotāji pieprasa veiksmīgākai galamērķa tēla izprašanai.

5. Veidojot saturu par Latviju kā pievilcīgu tūrisma galamērķi, tam jābūt daudzpusīgam, iedvesmojošam un specifiski jāatspoguļo galamērķa unikālās īpašības un atmosfēra. Apskates objektu, tūrisma aktivitāšu, naktsmītņu un ēdināšanas piedāvājumam ir jābūt visu Latvijas teritoriju aptverošam. Saturu ieteicams pielāgot dažādām mērķauditorijām, interešu grupām un ceļotājiem ar atšķirīgu pārvietošanās veidu un izmaksu robežu (piemēram, ieteikumi budžeta ceļotājiem, ģimenēm, autobraucējiem u. tml.).

6. Veidojot informatīvo materiālu par galamērķi, ir būtiski izmantot reprezentējošu informatīvo materiālu, kas ne tikai izceļ tās vēsturisko pieminekļu vērtību un Rīgu kā dominējošo apskates punktu, bet izceļ Latviju raksturojošos unikālos elementus un sajūtas, piemēram, dabas un vietējās kultūras pieredzējumus.

7. Veidojot galamērķa tēlu interneta resursos, būtiski ir ievietot labas kvalitātes vizuālo materiālu, kas rada precīzu ideju par galamērķa atmosfēru un iespējamo pieredzējumu, un ar kā palīdzību tiek pastiprināts iespaids par iespējamo pozitīvo pieredzi galamērķī.

AVOTU SARAKSTS

Anholt, S. (2009). *Introductory Essay. Handbook on tourism destination branding*. Madrid: Brussels, World Tourism Organization; European Travel Commission, 8-17.

Ascaniis, S. de, Bischof, N. & Cantoni, L. (2013). Building Destination Image through Online Opinionated Discourses. The Case of Swiss Mountain Destinations. *Information and Communication Technologies in Tourism 2013: Proceedings of the Inetrnational Conference in Insbruck, Austria, January 22- 25, 2013*, Berlin: Springer – Verlaag, 94-106.

Choi S., Lehto, X. Y. & Morisson, A. M. (2007). Destination image representation on the web: Content analysis of Macau travel related websites. *Tourism Management*, 28, 118-129.

Echtner, C. M., Ritchie, J. R. B. (2003). The Meaning and Measurement of Destination Image, *The Journal Of Tourism Studies*, 14(1) (May), 37- 48.

Ipsos MediaCT (2014). The 2014 Traveler's Road to Decision, *Google Travel Study, June 2014, 5-20*.

Khodadadi, M. (2012). *Media Discourses and Formation of Destination Images*, PhD Colloquium, University of Exeter, Exter (United Kingdom).

Kim H., Chen, J. S. (2015). Destination image formation process: a holistic model. *Journal of Vacation Marketing*, 1-13.

Tūrisma attīstības valsts aģentūra (2010). Latvijas tūrisma mārketinga stratēģija 2010.-2015. gadam. Pieejams: http://www.tava.gov.lv/sites/tava.gov.lv/files/dokumenti/strategiskie-dokumenti/Latvijas-turisma-marketinga-strategija-2010_2015_update_082011.pdf (aplūk. 11.02.2016).

KULTŪRAS TŪRISMS, TŪRISMA VĒSTURE UN CEĻOJUMA MARŠRUTI

AIZPUTES NOVADA VALSTS NOZĪMES KULTŪRAS PIEMINEKĻU IESAISTES TŪRISMĀ IZVĒRTĒJUMS

EVALUATION OF AIZPUTE COUNTY CULTURAL MONUMENTS OF STATE SIGNIFICANCE INVOLVEMENT IN TOURISM

Autors: **SINDIJA APINE**
Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma „Tūrisma organizācija un vadība"

Kontaktinformācija: sindija.apine@va.lv, mob.tel. 29576383

Darba zinātniskais vadītājs: **Ilze Grīnfelde**, Mg.sc.soc.

KOPSAVILKUMS

Kultūras tūrisms ir viens no populārākajiem un konkurētspējīgākajiem tūrisma virzieniem, tas ļauj iepazīt konkrētās valsts, reģiona vai novada kultūras iezīmes no tūristam interesanta skatu punkta. Nenoliedzami arī kultūrvēsturiskajam mantojumam ir būtiska loma šajā tūrisma virzienā. Kultūras pieminekļi sniedz iespēju ieskatīties pagātnē, izprast vēsturi, cilvēkus un likumsakarības. Pastāv dažādi faktori, kas negatīvi ietekmē un apdraud vēsturisko mantojumu, piemēram, finanšu trūkums, zināšanu un informācijas nepietiekamība, „laika zobs" un citi. Taču svarīgi ir mantojumu saglabāt, jo tā esamība ir visas tautas vērtība, kā arī būtisks tūrisma resurss. Tāpēc zinātniski pētnieciskais darbs „Aizputes novada valsts nozīmes kultūras pieminekļu iesaiste tūrismā izvērtējums" tika izstrādāts ar mērķi izvērtēt Aizputes novada valsts nozīmes kultūras pieminekļu iesaistīšanu tūrismā. Aizputes novadā ir 44 valsts nozīmes kultūras pieminekļi, un svarīgi bija saprast, cik no tiem un kā tiek izmantoti tūrisma jomā.

Lai sekmīgi izstrādātu darbu, tika izmantotas dažādas pētījuma metodes, piemēram, literatūras analīze, kur izmantotas grāmatas, zinātniskie raksti un citi interneta resursi, gan latviešu, gan ārzemju autoru rakstīti. Vēl darba ietvaros autore veica pieminekļu apsekojumus, lai izzinātu esošo pieminekļu situāciju. Pieminekļi apsekojumu laikā tika fotografēti, lai fiksētu esošo situāciju vizuālā materiālā.

GALVENIE SECINĀJUMI:

1. Valsts nozīmes kultūras pieminekļi ir nozīmīgs tūrisma resurss Aizputes novadā, un vairāk kā puse no tiem tiek izmantoti tūrismā, par to liecina bukleti, maršruti, novada mājas lapu apraksti, kur tiek pozicionēts mantojums kā apskates vietas.

2. Galvenokārt tūrismā izmanto un mērķtiecīgi reklamē arhitektūras pieminekļus, līdz ar to par šiem pieminekļiem ir vairāk informācijas un tie ir rūpīgāk apsaimniekoti, labākie prakses piemēri ir Kazdangas pils un Apriķu muižas dzīvojamā ēka.

3. Arheoloģijas pieminekļi, galvenokārt pilskalni un senkapi, tūrismā vismazāk tiek izmantoti, tie netiek pienācīgi apsaimniekoti un labiekārtoti kā apskates vietas.

SUMMARY

Cultural tourism is one of the most popular and competitive types of tourism, it allows exploring cultural characteristics of a country, region or municipality from an interesting point of view. No doubt, cultural heritage is an important part of cultural tourism. Monuments provide an opportunity to look in the past, to understand the history, people and regularities. There are various factors that negatively effect and threaten historical heritage, for example, lack of financial resources, lack of knowledge, lack of information, time, etc. It is important to preserve the heritage because its' existence is value for the whole nation, as well as it is an essential tourism resource. Therefore, the project "Evaluation of Aizpute County Cultural Monuments of State Significance Involvement in Tourism" was developed with an aim to evaluate involvement of Aizpute county cultural

monuments of State significance in the tourism. There are 44 cultural monuments of State significance in Aizpute county and it was important to identify how many of them are used for tourism and how.

Various methods were applied to collect information for the research. Books, scientific articles and online resources of Latvian and foreign authors were used for literature analysis. The author visited and examined monuments to identify current situation. In order to present visual evidence of the existing situation pictures of the monuments were taken.

THE MAIN CONCLUSIONS ARE FOLLOWING:

1. Cultural monuments of State significance are an important tourism resource in Aizpute County. More than a half of them are used in the tourism. It booklets, routes and descriptions published on county's home page monuments are introduced as sites of interest.

2. Architectural monuments are widely-exploited and purposefully advertised in the tourism, therefore more information about these monuments is available and they are better maintained, the best examples being Kazdanga Palace and Apriķi Manor.

3. Archaeological monuments, mainly mounds and ancient burial grounds, are the least used sites in the tourism. They are not maintained and managed appropriately, as well according to the author's table of criteria archaeological monuments have the lowest score.

ATSLĒGAS VĀRDI

Kultūras mantojums, kultūras tūrisms, kultūras pieminekļi, Aizputes novads.

IEVADS

Laikā, kad daudz kas tiek modernizēts un pakārtots šodienas vajadzībām un standartiem, ir patiess prieks redzēt un sajust ko senu, gadsimtiem glabātu un īpašu. Pašreizējā laika īpatnība, varbūt pat problēma ir tas, ka inovācijas „uzbrauc virsū" mantojumam, ņem virsroku. Protams, ir jāiet līdzi laikam un jāpielāgojas laikmeta iezīmēm, bet tikpat svarīgi ir saglabāt autentiskumu un nepazaudēt identitāti. Kultūras pieminekļi sniedz iespēju ieskatīties pagātnē, tie glabā daudz dažādu atmiņu par valsts veidošanos, attīstību, tās cilvēkiem, viņu darbībām un talantiem. Autores vēlme izpētīt sava dzimtā novada materiālo kultūras mantojumu vedinājusi rakstīt darbu par valsts nozīmes kultūras pieminekļiem Aizputes novadā.

Viens no galvenajiem tūrisma veidiem patēriņa ziņā ir kultūras tūrisms. Kultūra un tūrisms viens bez otra nav iedomājami, tie savstarpēji papildina un veido viens otru. Kultūras tūrisms ir perspektīvs un viens no konkurētspējīgākajiem tūrisma virzieniem visā Eiropā. Bez šaubām, kultūras tūrisms ir cieši saistīts arī ar kultūrvēsturisko mantojumu. Tāpēc ir svarīgi šo mantojumu nosargāt, novērtēt, bet tajā pašā laikā piedāvāt un ieinteresēt ceļotājus tos

apskatīt. Pastāv tāds kā aplis, kur kultūras mantojums piesaista tūristus, savukārt tūrisms sekmē pieminekļu saglabāšanu. Nenoliedzami kultūras pieminekļi ir arī nozīmīgs faktors valsts ekonomiskajā dzīvē, kā arī kultūras infrastruktūras attīstībai.

Uzsākot studijas tūrisma programmā, autore vairāk pievērsusi uzmanību un izvērtējusi, kāda situācija tūrisma nozarē ir viņas dzīvesvietā. Aizputes novadā ir 44 valsts nozīmes un 16 vietējās nozīmes kultūras pieminekļi, kas ir būtisks tūrisma resurss. Par to liecina Aizputes novada, kā arī citas mājas lapas, kurās kultūras pieminekļi tiek pozicionēti kā apskates objekti. Vēl par pieminekļu attīstību un nākotni daudz tiek runāts novada attīstības plānā. Katrai vietai var atrast ko īpašu un neatkārtojamu, ir tikai jāprot saskatīt. 2015. gadā Aizputes novadā pieredzējām izmaiņas, kad viens piemineklis tika nojaukts bīstamā stāvokļa dēļ, savukārt dzīvojamā ēka ar noliktavu Aizputes centrā ieguva valsts nozīmes kultūras pieminekļa statusu. Arī šie notikumi izraisīja interesi par kultūras pieminekļiem un to pielietojumu mūsdienās. Arvien lielāku nozīmi sabiedrībā iegūst apkārtējās vides vērtības, tajā skaitā kultūras pieminekļi. Tie cilvēkiem sniedz plašu kultūras un sociālo labumu, piemēram, uzlabo dzīves kvalitāti un veido sabiedrības identitāti.

Darba mērķis: izvērtēt Aizputes novada valsts nozīmes kultūras pieminekļu iesaistīšanu tūrismā.

Pētāmais jautājums: kādā veidā Aizputes novada valsts nozīmes kultūras pieminekļi šobrīd tiek iesaistīti tūrismā.

Darba uzdevumi: **1)** izpētīt un analizēt teorētisko informāciju par kultūras pieminekļu situāciju Latvijā, **2)** analizēt teorētisko informāciju par kultūras mantojuma nozīmi tūrismā, **3)** apzināt kultūras mantojumu Aizputes novadā, **4)** veikt Aizputes novada valsts nozīmes kultūras pieminekļu iesaistes tūrismā izvērtējumu.

Pētījumā izmantotās metodes: literatūras analīze, fotofiksācija, apsekojumi dabā, intervija.

Metodes daļa: literatūras analīzes metode izmantota, lai izpētītu teorētisko informāciju par kultūras mantojuma nozīmi tūrismā, kā arī atklātu dažādu apstākļu ietekmi, kā mantojums tiek izmantots tūrismā. Šajā metodē galvenokārt izmantotas grāmatas, zinātniskie raksti un interneta resursi. Lai izvērtētu esošo situāciju, kādā stāvoklī ir valsts nozīmes kultūras pieminekļi, autore veikusi apsekojumus dabā. Pieminekļi apsekojumu laikā tika fotografēti, lai fiksētu esošo situāciju. Autore apsekojumus veikusi viena, vadoties pēc iepriekš izstrādātas kritēriju tabulas. Apsekojumi notikuši 2016. gada janvārī, kā arī pavasarī. Katrs piemineklis tiek vērtēts no 4 aspektiem.

1) Infrastruktūra – kāda ir atrašanās vieta: pilsētas teritorijā, kur visvairāk apgrozās cilvēki, vai nomalē. Vai ir piebraucamais ceļš, izveidotas takas un celiņi, kādā stāvoklī. Respektīvi, tiek vērtēta pieminekļa atrašanās vieta un vide, cik tā ir labvēlīga un piemērota apskatei.

2) Labiekārtojums – pie šī punkta vērtēti papildus aprīkojumi. Piemēram, soliņi, atkritumu urnas, tualetes.

3) Informācija – vērtēta gan iepriekš pieejamā, gan fiziskā informācija, kas atrodas konkrētajā vietā. Piemēram, zīmes un norādes uz pieminekli. Vai ir izveidoti informējoši stendi par konkrēto objektu.

4) Pievilcība – šis ir drīzāk subjektīvs viedoklis. Izvērtēts pieminekļa pievilcīgums, kas noteikts salīdzinājumā ar citiem tāda veida pieminekļiem. Ar ko piemineklis īpaši izceļas, tā iespaidīgums, unikalitāte, pirmais iespaids u. c.

Visbeidzot, izvērtējot pēc visiem aspektiem, izdarīti secinājumi par pieminekļa izmantošanu un nozīmi novada tūrismā.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Izmantojot dažādas pētījuma metodes, tika iegūti sekojoši rezultāti. Mantojuma tūrisms ir attīstījies un popularitāti guvis pēdējos gados, tas ir īpašs, jo ietver sevī vairākas nozares, piemēram, arheoloģiju, arhitektūru, mākslu. Ņemot vērā lielo dažādību un plašo piedāvājumu, arī mantojuma tūrismā jāpielieto mūsdienu mārketinga instrumenti un jaunās tehnoloģijas, piemēram, interneta mājas lapas, kas reklamē galamērķi, kā arī blogi un forumi, kur ceļotāji dalās ar savu pieredzi (Surugiu, Surugiu, 2015: 75-76). Analizējot literatūru par materiālo kultūras mantojumu Latvijā un to iesaisti tūrismā, diemžēl jāatzīst, ka liela daļa Latvijas kultūras mantojuma ir neapmierinošā un pat kritiskā stāvoklī. Tas skaidrojams ar valsts vēsturisko attīstību, vides nesakopšanu un teritoriju neapsaimniekošanu. Pieminekļa statuss nes sev līdzi arī zināmus aizliegumus un nosacījumus sakarā ar to restaurēšanu. Lielākā problēma ir naudas līdzekļu trūkums, jo valsts finansējums ir visai niecīgs. Latvijā ir jūtams arī kvalificētu speciālistu – arhitektu, mākslas vēsturnieku un restauratoru – trūkums, kas varētu veikt šo nozīmīgo darbu atbilstoši prasībām. Kultūras pieminekļu īpašniekiem finansiālās iespējas ir nelielas, jo Latvijas likumdošana paredz mazus nodokļu atvieglojumus, taču pastāv uzliktais apgrūtinājums, arī iespēja atjaunot kultūras pieminekli par valsts budžetu ir niecīgas (Baltijas sociālo zinātņu institūts 2002). Tāpēc daļa mantojuma, kas ir degradējies, vairs nepilda nekādas funkcijas, tajā skaitā nefunkcionē kā galamērķis tūristiem.

Tomēr ir arī faktori, kas pozitīvi ietekmē kultūras mantojuma tūrismu, piemēram, globalizācija un straujā tehnoloģiju attīstība ienes būtiskas izmaiņas kultūras patēriņā un patērēšanas paradumos. Mūsdienu tehnoloģiju iespējas veicina radošumu kultūras patērētājos, interneta vide nojauc robežu starp kultūras satura patērētāju un radītāju, profesionāli un amatieri, kas nav slikti, jo vieno sabiedrību kopīgai attīstībai. Tas varētu būt labs veids, kā radīt konkurētspējīgu tūrisma produktu, sabiedrībai līdzdarbojoties kultūras procesos, tādējādi padarot kultūru pieejamu arvien lielākam cilvēku skaitam. Arī viens no Latvijas nākotnes prioritāriem uzdevumiem ir radoša attīstība, kas ietver kultūras mantojuma potenciāla izmantošanu radošā tūrisma attīstīšanai (Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.-2020. gadam „Radošā Latvija").

Izpētot pieejamo informāciju Aizputes novada un Aizputes Tūrisma informācijas centra mājas lapās, autore secina, ka informācija par kultūras mantojumu Aizputes novadā

ir diezgan plaša. Lielai daļai no zināmākajiem pieminekļiem ir pieejams neliels, saturīgs apraksts, fotogrāfijas un adrese. Ceļotājs, kurš būtu ieinteresēts apskatīt Aizputes novada kultūras mantojumu, par lielāko daļu no tiem varētu atrast pietiekamu informāciju.

Aizpute un Kazdanga tiek minētas pie tām Latvijas vietām, kur koncentrējas ievērojamas arheoloģijas, vēstures un arhitektūras vērtības. Kopumā Aizputes novads var lepoties ar 21 arheoloģijas, 20 arhitektūras, 2 vēstures un 1 pilsētbūvniecības pieminekli. Izdalot vēl sīkāk: 13 pilskalni, 7 senkapi, 4 muižas, 3 pilis, 3 baznīcas un pārējās vietas. Izpētot pieminekļu koncentrāciju Aizputes novadā, var novērot, ka visvairāk tie sastopami Cīravas pagastā, kur atrodas 13 no visiem pieminekļiem. Tālāk seko Kazdangas pagasts, kur iespējams apskatīt 12 pieminekļus, Aizputē 7, Lažas pagastā 5, Aizputes pagastā 4 un Kalvenes pagastā 3.

Veicot apsekojumus, nācās saskarties ar informācijas trūkumu par mazāk zināmajiem objektiem. Grūtības sagādāja to atrašana un identificēšana, jo objekta atrašanās vieta nereti bija noteikta ļoti aptuveni un nav izvietotas norādes. Šo iemeslu dēļ autorei neizdevās atrast trīs pieminekļus – Baltcepuru pilskalnu, Dārznieku senkapus un Roņu senkapus. Šis fakts gan ir izskaidrojams, jo visbiežāk senkapus ar nodomu nereklamē, lai tos pasargātu. Latvijā ir arī ļoti stingri ceļa zīmju izvietošanas noteikumi, to izgatavošana ir dārga, un zīmēm nepieciešams noteikts standarts (Karnīte 2002). Šie noteikumi ir vēl viens apgrūtinājums pieminekļu īpašniekiem, kuri vēlas konkrēto vietu pilnveidot un attīstīt. Risinājums varētu būt radoša pieeja ar paštaisītām zīmēm. Tomēr tās jāveido tā, lai arī ārzemju tūristiem šīs zīmes būtu saprotamas.

Rezultātā ir noskaidrots, ka gandrīz puse (20) no visiem pieminekļi ieņem nozīmīgu lomu Aizputes novada tūrismā, un lielākā daļa no tiem ir tieši arhitektūras pieminekļi. Tas izskaidrojams ar faktu, ka arhitektūras pieminekļi ir tūristiem pievilcīgāki, tie visbiežāk atrodas viegli pieejamās vietās un mērķtiecīgi tiek reklamēti kā nozīmīgas apskates vietas novadā.

Pēc autores domām kultūrvēsturiskā mantojuma iespējas novadā netiek pilnībā izmantotas, jo traucē iepriekš minētās nepilnības, taču Aizputes novadam ir potenciāls: tas atrodas tālu no lielpilsētu drūzmas, trokšņa un tūristu pūļiem. Aizpute un tās apkārtne ir vieta, kur tūristam atbraucot ir iespēja mainīt savas dzīves tempu un izbaudīt nesteidzīgu, niansētu atpūtu, kas ļauj iegūt jaunu pieredzi, rast harmoniju un atklāt patiesās vērtības.

SECINĀJUMI:

1. Valsts nozīmes kultūras pieminekļi ir nozīmīgs tūrisma resurss Aizputes novadā, un vairāk kā puse no tiem tiek izmantoti tūrismā, par to liecina bukleti, maršruti, novada mājas lapu apraksti, kur tiek pozicionēts mantojums kā apskates vieta.

2. Galvenokārt tūrismā izmanto un mērķtiecīgi reklamē arhitektūras pieminekļus, līdz ar to par šiem pieminekļiem ir pieejama plašāka informācija, un tie ir rūpīgāk apsaimniekoti, labākie prakses piemēri ir Kazdangas pils un Apriķu muižas dzīvojamā ēka.

3. Arheoloģijas pieminekļi, galvenokārt pilskalni un senkapi, tūrismā netiek izmantoti, lielākā

daļa nav pienācīgi apsaimniekoti un labiekārtoti kā apskates vietas.

4. Būtiskākie problēmaspekti, kas traucē veiksmīgu kultūras mantojuma attīstību Aizputes novadā, ir finanšu un kvalitatīvas informācijas trūkums, vāja tūrisma infrastruktūra, it īpaši ārpus pilsētu robežām, nesakoptības faktors, kā arī organizēto pasākumu trūkums, kas neļauj mantojumu integrēt sabiedriskajā dzīvē.

5. Aizputes novada materiālais kultūras mantojums tiek reklamēts interneta vietnēs un sociālajos tīklos, tādējādi aptverot plašāku mērķauditoriju, taču informācija ir tikai par zināmākajiem kultūras pieminekļiem.

PRIEKŠLIKUMI

Aizputes novada pašvaldībai

1. Primāri vērtīgi būtu informēt un izglītot vietējos iedzīvotajus par materiālo kultūras mantojumu Aizputes novadā, organizējot pasākumus, piemēram, talkas, velobraucienus un pārgājienus, kas ietver pieminekļu apskati, sakopšanu.

2. Rīkojot pasākumus, apzināt iespējamos sadarbības partnerus – novada izglītības iestādes, brīvprātīgos, jauniešus un vietējos uzņēmējus, kas var nodrošināt darbaspēku, publicitāti un veiksmīgu sadarbību.

3. Pozicionēt visu novada mantojumu kopumā, nevis atsevišķus objektus dažādās vietās, jo Aizputes novada galvenos galamērķus tūrists var apmeklēt vienas dienas ietvaros.

4. Pārdomāt pieejamo informāciju par objektiem interneta vietnēs, padarīt to saistošāku un interesantāku (attēlus, videoklipus, aktuālās ziņas), tādējādi vairojot vēlmi apmeklēt šos objektus, papildināt informāciju par objektiem, kas līdz šim nav ietverti, un aktīvi darboties sociālajos tīklos (facebook.com, twitter.com, draugiem.lv u. c.), kas palīdzētu sasniegt potenciālos apmeklētājus.

5. Sekmēt zināšanas par starptautiskiem finansējumiem, projektiem un iespējām kultūras mantojuma saglabāšanas jautājumos.

Valsts kultūras pieminekļu aizsardzības inspekcijai (VKPAI)

6. Veikt biežākus valsts nozīmes kultūras pieminekļu apsekojumus Aizputes novadā, kas palīdzētu kontrolēt situāciju.

7. Uzlabot sadarbību ar pašvaldību kultūras mantojuma saglabāšanas un apsaimniekošanas darbu jautājumos.

Privātīpašniekiem

8. Ar atbildīgu un priekšzīmīgu rīcību apsaimniekot savā īpašumā esošo kultūras mantojumu.

LITERATŪRAS SARAKSTS

Aizputes Tūrisma informācijas centra mājaslapa. Pieejams: http://www.aizputesnovads.lv/turisms (aplūk. 05.04.2016.).

Aizputes novada mājaslapa. Pieejams: http://visitaizpute.lv (aplūk. 05.04.2016.).

Baltijas sociālo zinātņu institūts (2002). Kultūras pieminekļu īpašnieku attieksme pret kultūras pieminekļu statusu kā apgrūtinājumu. 16.-17., 24., 27.-28., 47. lpp.

Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.-2020. gadam „Radošā Latvija". http://polsis.mk.gov.lv/documents/4877. 3.-6. lpp. (aplūk. 05.04.2016.).

Surugiu, M. R., Surugiu, C. (2015). Heritage Tourism Entrepreneurship and Social Media: Opportunities and Challenges. Procedia - Social and Behavioral Science, pp. 75.-76.

KVALITATĪVA KOMERCIĀLĀ PRODUKTA VEIDOŠANAS VADLĪNIJAS LATVIJAS MUZEJIEM

CREATION OF GUIDELINES FOR MUSEUMS IN LATVIA

Autors: **ARMANDS JĒGERS**
Vidzemes Augstskola, studiju programma
"Tūristu gidu – ceļojumu un pasākumu organizators"

Kontaktinformācija: armands.jegers@va.lv, mob. tel. +371 20402303

Darba zinātniskais vadītājs: **Linda Veliverronena**, Ph.D.

KOPSAVILKUMS

Pētījuma mērķis paredz radīt vadlīnijas apmeklētāju piesaistoša muzeja produkta izveidošanai, kam būtu augsta pievienotā vērtība. Tēma ir aktuāla, jo tas ir veids, kādā, autoraprāt, risināt problēmu, kura saistās ar kopumā esošo Latvijas muzeju piedāvājumu (tas joprojām neatbilst mūsdienu sabiedrības prasībām), kas ne tikai aizkavē Latvijas iedzīvotāju, bet arī Latvijas tūrisma nozares attīstību. Darba galvenie secinājumi – nav nozīmīgs pats muzejiem pieejamais resurss (jēdziens domāts visplašākajā nozīmē), bet gan tā pildītā funkcija, muzeju galvenais uzdevums nav pašiem gūt labumu, bet gan sniegt to citiem, tādēļ svarīgākais muzeju produkta kvalitātes kritērijs ir radītā ietekme no visu iesaistīto pušu perspektīvas. Esošo krīzi muzeju nozarē var pārvarēt, ne tikai uzlabojot produktu kvalitāti, bet arī, vairāk sadarbojoties (piemēram, ar skolām, uzņēmumiem). Darba galvenie priekšlikumi – vairāk integrēt muzejus izglītības sistēmā, aktualizēt un pamatot sabiedrībai to svarīgo lomu uz zināšanām balstītajā ekonomikā.

ABSTRACT

The aim of the research was to develop guidelines in order to create a product for a museum that would attract visitors and have a high added value. The theme is topical because, in the author's opinion, it is a way to solve the problem that is characteristic of the overall offer of Latvian museums (the offer does not meet the demands of contemporary society), which not only delays the development of inhabitants of Latvia, but also Latvian tourism industry in general. The main conclusions drawn from project are following: it is not the resources available to museums (at its broadest sense) that are important, but rather the function they perform; the main task of a museum is not to gain benefit for itself, but to provide it for others. Thus, the most important criterion of product's quality is the impact it has from the point of view of all parties involved. The crisis in the museum industry can be overcome not only by upgrading the quality of products, but also through greater cooperation (for instance, with schools, companies). The main recommendations produced as a result of the study are following: to integrate museums in the system of education even more; to announce and justify to the society why the role of museums in the knowledge based economy is so important.

ATSLĒGAS VĀRDI

Muzejs, tūrisms, produkts, kvalitāte, interaktivitāte, mērķauditorija.

IEVADS

Muzeju likums definē muzeju kā sabiedrībai pieejamu izglītošanas un pētniecības institūciju, kuras uzdevums ir atbilstoši muzeja darbības specifikai vākt, saglabāt un popularizēt dabas, materiālās un nemateriālās kultūras vērtības, kā arī sekmēt to izmantošanu sabiedrības izglītošanai un attīstībai (LRS 2006).

Kopumā Latvijas muzeju piedāvājums joprojām neatbilst mūsdienu sabiedrības prasībām (LMB 2015). Tas savukārt negatīvi ietekmē sabiedrību kopumā – mazāk tiek veicināta

pilsoniskā aktivitāte, veselība, saudzīga attieksme pret vidi un mantojumu u. c. veidā pozitīvi iespaidota dzīves kvalitāte (MK 2014).

Lai uzlabotu situāciju, autoraprāt, ir jāuzlabo muzeju konkurētspēja tūrismā (līdz brīdim, kad tas neapdraud muzeja sabiedrisko misiju un pamatfunkciju veikšanu), atvieglojot kvalitatīvu mazbudžeta produktu izveidošanu. Tādā veidā, maz riskējot ar esošajiem līdzekļiem, stipri palielinātos iespējamība iegūt papildus finansējumu no tūristiem, ko pēc tam varētu ieguldīt kopējās kvalitātes paaugstināšanā, tādējādi arī uzlabojot izglītošanas, sabiedrības attīstīšanas u. c. pamatfunkciju izpildi. Kvalitātes uzlabošana saskan arī ar muzeju nozares stratēģiju no 2014. līdz 2020. gadam, kas paredz muzeja piedāvājuma paplašināšanu un uzlabošanu (LMB 2015). Tā kā esošie tūrisma produktu veidu apzīmējumi, autoraprāt, ir neatbilstoši, tad darba ietvaros tiek lietots autora izveidots jēdziens „interaktīvās programmas" – savstarpēji saistītu aktivitāšu kopums, produkta veids, kurā tiek izmantoti interaktīvie elementi, kas pastiprināti iesaista dalībnieku produkta īstenošanā.

MĒRĶIS

Radīt vadlīnijas apmeklētāju piesaistoša muzeja produkta izveidošanai, kam būtu augsta pievienotā vērtība.

PĒTĀMIE JAUTĀJUMI

Kādi ir Latvijā esošo muzeju produkti?

Kuri ir nozīmīgākie kritēriji, kas ietekmē muzeju produktu kvalitāti?

METODE

Sākumā tika izpētīti visi muzeji, kas iekļauti Latvijas Muzeju biedrības mājaslapā esošajā Latvijas muzeju katalogā (kopā 182 muzeju struktūrvienības). Tika atlasītas interaktīvās programmas (kopā 474). Pēc tam atlasītajiem produktiem tika noteikts ilgums, mērķauditorija un, vispārinot aprakstu analīzē iegūtos rezultātus, to likumsakarības un, balstoties uz teoriju, tika izveidotas produktu pamatideju kategorijas. Rezultātā tapa interaktīvajās programmās izmantoto metožu, tēmu un dalībnieku ieguvumu iedalījums.

Iegūtie rezultāti arī tika izmantoti muzeju un to interaktīvo programmu atlasē padziļinātākai izpētei:

1) to informācijas kvalitātei bija jābūt augstai (4 baļļu skalā vismaz 3),

2) tiem arī bija pastiprināti jāatspoguļo vismaz viens no kvalitatīva produkta kritērijiem. Padziļināti tika analizētas 13 muzeju struktūrvienības.

Daļēji strukturētās intervijas notika ar muzejiem saistīto nevalstisko organizāciju pārstāvi un trijiem Latvijas muzeju speciālistiem.

Ārzemju muzeji (kopā 6) padziļinātākai analīzei tika izvēlēti pēc to popularitātes, kā arī

pēc piemērotības bērniem un skolēniem, jo šīs ir ļoti izplatītas Latvijas muzeju interaktīvo programmu mērķauditorijas. Analizējot piedāvājumus, tika uzsvērts gan kopējais, gan atšķirīgais no Latvijas muzejiem.

REZULTĀTI

Latvijas muzeju analīzē tika noskaidrots, ka gandrīz puse muzeju nepiedāvā interaktīvās programmas (vai informācija internetā par tām nav brīvi pieejama), taču vairumā gadījumu piedāvājuma apraksts norāda uz augstu kvalitāti. Tas nozīmē, ka liela daļa muzeju veiksmīgi mēģina piesaistīt potenciālos dalībniekus, ievietojot kvalitatīvu informāciju internetā, bet vēl lielāka daļa to neprot tik augstā līmenī vai arī vispār to nedara.

Padziļināti analizējot muzeju interaktīvos produktus, tika precīzāk saprasti to sastāva elementi: mērķauditorija (piemēram, skolēni, kas paplašina izpratni par pašizpausmes iespējām), produkta pamatidejas īstenošanas metodes (ļoti liels uzsvars tiek likts uz dialogu starp mākslas darbu un mākslinieku/vērotāju) un saprašana par nepieciešamajiem resursiem (papildus informācija par attiecīgajiem procesiem, atbilstošie uzskates materiāli). Pēc tam tika analizēts produkts kopumā, iekļaujot līdz šim darbā iegūtās atziņas. Piemēram, izstāžu zāles „Arsenāls" programma „Iespējamās projekcijas" ļauj izprast mākslas nozīmīgumu pat dalībniekiem bez iepriekšējām zināšanām, attiecīgā veida apziņas, tādējādi padarot potenciālos dalībniekus atvērtākus kopējā piedāvājuma izmantošanai, jo pretējā gadījumā, apmeklējot attiecīgā veida muzejus, cilvēkiem ir nepieciešamas konkrētas priekšzināšanas, kuru trūkums samazina spēju izbaudīt mākslu, kas savukārt samazina produktu kvalitāti. Tiek izdarīts vēl daudz kas vairāk – parādīts, ka mākslas muzeju apmeklējums kopumā ir ļoti lietderīgs (piemēram, dažādu ideju iegūšanai), kā arī tas ir veids, kurā realizēt savu personību, paust viedokli u. t. t. Programma varētu piesaistīt cilvēkus, kuri saskata sevī radošus, zinātkārus, zinošus, prasmīgus indivīdus.

No padziļinātās analīzes izriet, ka, uzsverot attiecīgos elementus, var piemēroties mērķauditorijas vajadzībām. Piemēram, ja tūristiem, kuriem patīk arhitektūra, paredz ekskursiju mežā, tad var šķist, ka izvēlētā mērķauditorija ir nepareizi noteikta. Taču, interpretējot dabas vidi un tās elementus (kā skudru pūžņus, bišu stropus u. t. t.) no arhitektūras perspektīvas (piemēram, salīdzināts ar daudzstāvu mājām), tiek izmainīta potenciālo dalībnieku uztvere par attiecīgā produkta atbilstību viņu interesēm.

Resursu trūkumu (it īpaši „taustāmo") var mazināt vai pat novērst, mainot produktā izmantotos uzsvarus, pozicionējumu (piemēram, pastiprināta orientēšanās uz pieredzēto, procesu, nevis izmantoto preci, iegūto rezultātu – koncentrēties uz smaržu un pašizpausmes iespējām, gatavojot šokolādi, nevis uz pagatavoto šokolādes tāfelīti).

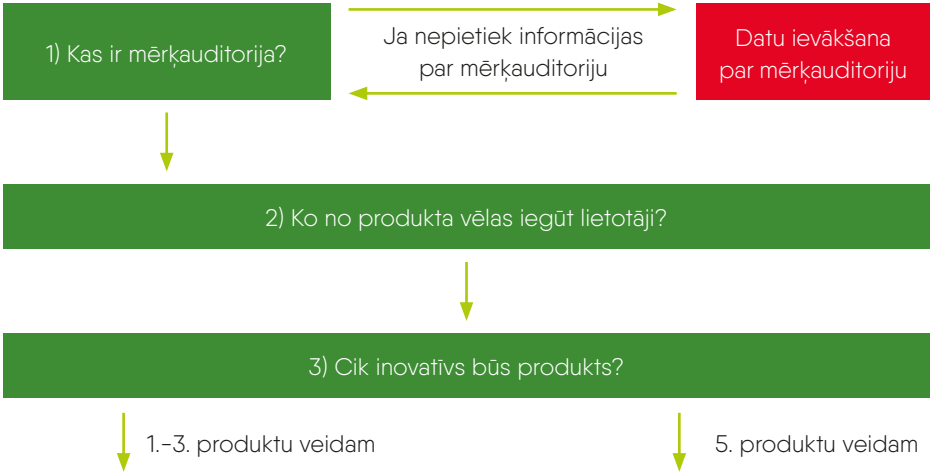
Interneta piedāvājuma analīzi papildina muzeja nozares speciālistu viedokļi par to, kas raksturo kvalitatīvu interaktīvo programmu. Atbilžu analīzes rezultātā tika saprasts, ka muzeja programmai jābūt mūsdienīgai un cilvēkam jāspēj to saistīt ar sevi, identificēties ar tēmu, pretējā gadījumā būs maza interese. Pieredzējušu muzeju darbinieku iesaiste interaktīvo programmu sagatavošanā pozitīvi iespaido programmu kvalitāti, un it īpaši būtiska ir

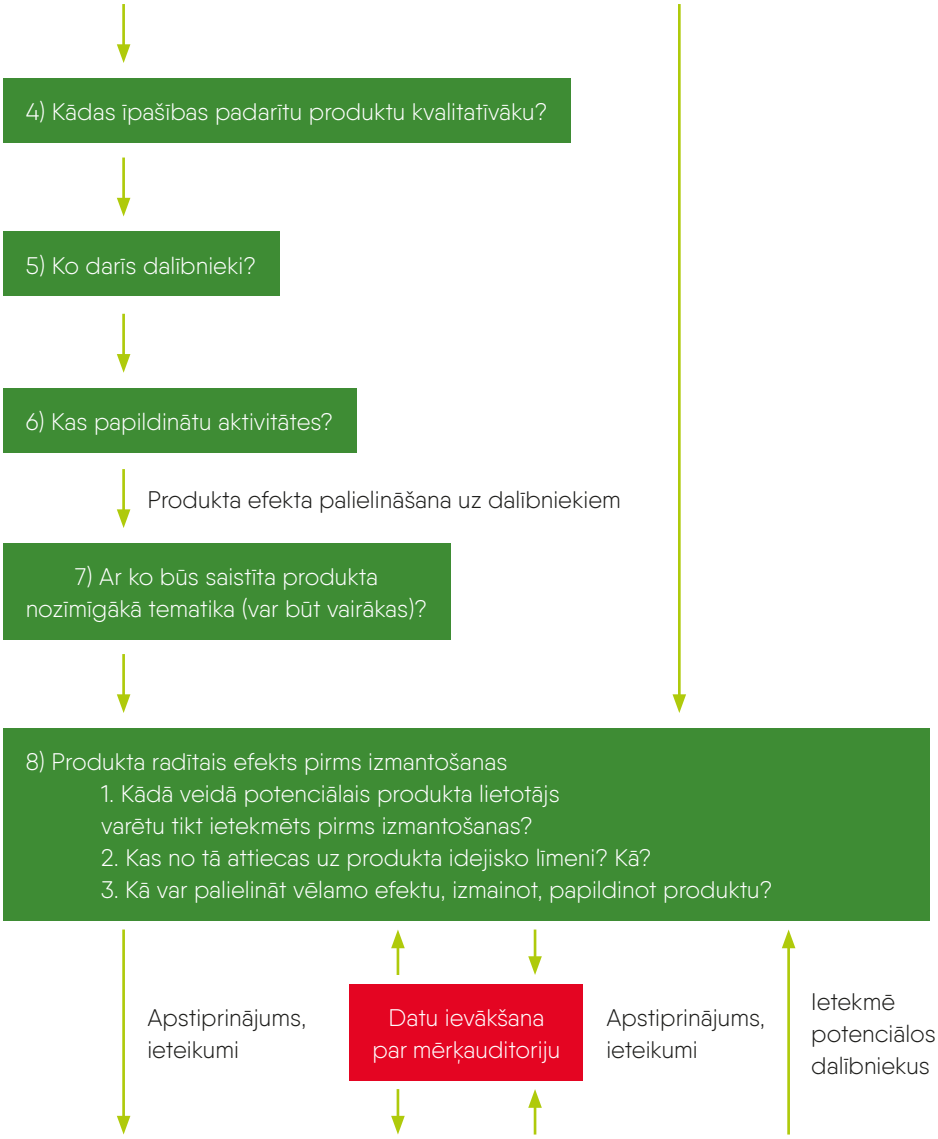
darbinieku iesaiste starptautiskos muzeju projektos, jo tas veicina gan jaunas idejas, gan uzlabo izpratni par interaktīvo programmu izvērtēšanu un veidošanu. Digitalizētas muzeju kolekcijas ir vērtīgs resurss interaktīvo programmu izstrādē, lai gan daļa muzeju baidās no sava intelektuālā īpašuma nozagšanas, jo paši ir radošās industrijas pārstāvji. Cilvēkresursu problēmu var samazināt, iesaistot brīvprātīgos darbiniekus, tādējādi nostiprinot saites ar vietējo sabiedrību. Ja jāpiesaista pirmreizējais apmeklētājs, tad visdrīzāk nozīmīgāka ir kāda atsevišķa elementa kvalitāte (t. i., viens iespaidīgs elements), bet, lai atkārtoti apmeklētu – spēja mijiedarboties (t. i., kā piedāvātie elementi papildina viens otru, lai kvalitatīvāk apmierinātu apmeklētāju vajadzības) (Balandina, 2016; Grīnvalde, 2016; Tjarve, 2016; Zelča Sīmansone, 2016).

Apkopojot interaktīvo programmu analīzes rezultātus un salīdzinot tos ar ārvalstu piemēriem, tika secināts, ka Latvijas muzejos interaktīvo programmu kvalitāte ir zemāka ierobežotu materiālo un cilvēkresursu dēļ. Piemēram, Metropolitēna Mākslas muzejā (Ņujorkā, ASV) ir programma „Animācijas radīšana", kurā tiek izmantota inovācija – animācijas radīšanas datorprogramma, tādējādi tur ir pieejams Latvijas muzejos vēl neesošs radošās izpausmes veids, kas padara produktu konkurētspējīgāku.

Apkopojot un sistematizējot pētījuma rezultātus, tika izveidota shēma (sk. 1.attēlu). Tajā ieteikts veids, kādā veidot produktu ar augstu pievienoto vērtību, lai tas spētu piesaistīt apmeklētājus. Shēmai ir izvērstas vadlīnijas (vairāk sk. autora gada projektā), kurās iekļauti arī piemēri, sīkāki paskaidrojumi u. t. t., atvieglojot shēmas izmantošanu.

PRODUKTA PAMATIDEJAS RADĪŠANA




4) Kādas īpašības padarītu produktu kvalitatīvāku?
5) Ko darīs dalībnieki?
6) Kas papildinātu aktivitātes?
Produkta efekta palielināšana uz dalībniekiem
7) Ar ko būs saistīta produkta nozīmīgākā tematika (var būt vairākas)?
8) Produkta radītais efekts pirms izmantošanas
1. Kādā veidā potenciālais produkta lietotājs varētu tikt ietekmēts pirms izmantošanas?
2. Kas no tā attiecas uz produkta idejisko līmeni? Kā?
3. Kā var palielināt vēlamo efektu, izmainot, papildinot produktu?
Apstiprinājums, ieteikumi
Datu ievākšana par mērķauditoriju
Apstiprinājums, ieteikumi
Ietekmē potenciālos dalībniekus

Produkta realizēšana

10) Laiks un vieta
1. Kad to visvairāk patērēs (tas būs ļoti aktuāls)?
2. Kur var būt pieejams?

1.–3. produktu veidam, ja ierobežots laika posms

Kā var paildzināt produkta idejas izmantošanu?

4. produktu veidam

1.–3. produktu veidam, ja visa gada garumā ir pieprasīts

Vai papildus iespēju ieviešana būs tā vērta (piemēram, izbrauciens uz skolām)?

11) Idejas elementi
1. Kuri no idejas elementiem ir nemainīgi, bet kuri – mainīgi?
2. Cik elastīgi, plaši izmantojami ir mainīgie elementi?
3. Kādām mērķauditorijām attiecīgo elementa intensitāti var piemērot?

1. Vai, izmainot kādu no mainīgajiem elementiem, var izveidot jaunu produktu?
2. Ja jā, tad vai un kam tas būtu nepieciešams?

Var izveidot

Jaunajai idejai jāsāk produkta veidošanas cikls no jauna.

Nevar izveidot

12) Kādi resursi būtu nepieciešami produkta īstenošanai?

Vai ir visi nepieciešamie resursi?

Jā

Nē

13) Produkta papildināšana un savienošana.

1. Kādus ar produktu saistītus pakalpojumus, preces var piedāvāt papildus (dalībnieks tos var neizmantot, lietojot pamatproduktu) (Praude 2011)?
2. Kādēļ būs nepieciešami dalībniekiem?

Nē

Resursu trūkuma pārvarēšana

1. Vai var sadarboties ar uzņēmumu, kuram tie ir, piedāvājot savstarpēji izdevīgu mijiedarbību?
2. Vai var apgūt finansējumu (kā projektu)?
3. Vai var aizvietot ar kaut ko, kas pilda tādu pašu vai līdzīgu funkciju? Ja jā, tad ar ko?
4. Vai bez tā var iztikt (gadījumā, ja iepriekšējie 3 ieteikumi neder)?

Ja uz 4. atbilde ir nē

1. Kādēļ nevar iztikt bez tā?
2. Izmainīt esošo uzstādījumu.

Vispārējie ieguvumi iesaistītajām pusēm

14) Produkta radītā ietekme.

1. Kam ir ieguvums no produkta, neskaitot dalībniekus?
2. Kāds?
3. Kādēļ?
4. Uz ko balstās ilgtspējība?

15) Vai ideja atmaksāsies?

Grāmatvedība. Riska aprēķināšana

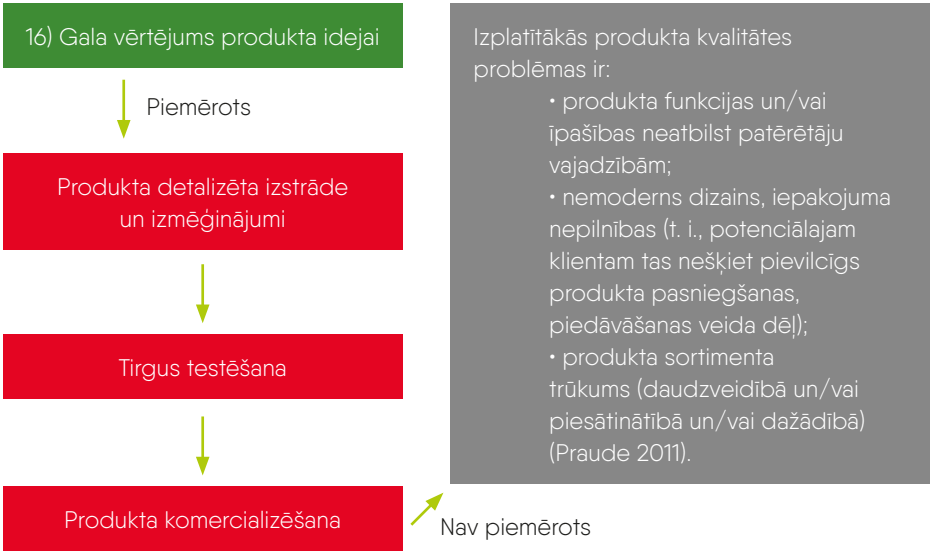
Neatbilst

Atrisina problēmu

Izplatītākās produkta realizēšanas problēmas ir:

•pārāk maza tirgus ietilpība;
•produkta kvalitātei neatbilstoša, pārlieku augsta cena (parasti saistīts ar pārlieku lielām izmaksām) (Praude 2011).

Neatbilst



1. attēls. Interaktīvo produktu veidošanas shēma.

NOBEIGUMS

SECINĀJUMI

1. Muzejs nav tikai institūcija, kurai jāsaglabā un jāpēta kultūras un dabas mantojums, bet arī jāattīsta cilvēki visos līmeņos, kļūstot par vietu, kur attīstīt prasmes, socializēties ar cilvēkiem, uzņēmumu darbiniekiem iegūt idejas, uzzināt un izprast mūsdienās aktuālo. Būtībā šo institūciju misija nav pašiem gūt labumu, bet gan sniegt to citiem.

2. Svarīgākais muzeju produkta kvalitātes kritērijs ir radītā ietekme ne tikai no lietotāja, bet gan visu iesaistīto pušu perspektīvas.

3. Lai gan lielāko atšķirību starp pasaules populārāko un Latvijas muzeju labākajām interaktīvajām programmām rada efektīvs tehnoloģiju izmantojums visos ar dalībnieku pieredzi saistītajos posmos, tomēr ārvalstu muzeji spēj piesaistīt plašāku mērķauditoriju, izmantojot atšķirīgas idejas.

4. Pētījuma rezultāti uzsver nevis muzeja rīcībā esošos resursus, bet gan šo resursu pildītās funkcijas lomu, tādēļ muzeju piedāvājumu pārveides procesā būtiski ir izprast produkta pamatideju.

5. Lai gan viens veids, kādā mazināt esošo krīzi, muzeju nozarē ir uzlabot produktu kvalitāti (t. i., iekšējo faktoru pilnveidošana), tomēr ir arī cits veids – sadarbība (t. i., ārējo faktoru izmantošana), lai iegūtu gan cilvēkresursus (piemēram, sadarbībā ar skolām), gan materiālos resursus (piem., no vietējiem uzņēmumiem, izmantojot slēpto reklāmu).

PRIEKŠLIKUMI

1. Muzejiem, par kuriem internetā nav informācijas vai tā pieejama ierobežoti, vajadzētu apkopot to vienuviet, padarīt to pieejamu internetā (piemēram, sociālajos tīklos) it īpaši, ja mērķauditorija ir jaunākās paaudzes. Savukārt muzejiem, kuru produktu aprakstiem kvalitāte ir zema, to vajadzētu uzlabot, lai palielinātu potenciālo apmeklētāju vēlmi izmantot piedāvājumu.

2. LR Kultūras un Izglītības ministrijām vajadzētu muzejus vēl vairāk integrēt izglītības sistēmā, padarot to apmeklējumu mācību procesa ietvaros regulārāku un sistematizētāku, un pat esošos mācību procesā veicamos uzdevumus pakārtot tādā veidā, lai tie palīdzētu muzeja vajadzībām.

3. Muzejiem vajadzētu ne tikai uzlabot produktu kvalitāti, bet arī aktualizēt un pamatot sabiedrībai savu svarīgo lomu uz zināšanām balstītā ekonomikā (kā arī skaidrot, kādēļ uz zināšanām balstītā ekonomika ir tik nozīmīga).

PLĀNOTIE PĒTĪJUMI:

Latvijas muzeju mērķauditoriju profilu izveidošana,

ideju iegūšanas metodes produktu izveidošanai,

atgriezenisko saikņu, testēšanas metožu priekšrocības un trūkumi.

IZMANTOTO AVOTU SARAKSTS

Balandina, A. (2016). *Latvijas Nacionālā mākslas muzeja* Komunikācijas nodaļas vadītāja, intervija 13. aprīlī.

Grīnvalde, Z. (2016). *Madonas novadpētniecības un mākslas muzeja* Izglītojošā darba nodaļas vadītāja, intervija 13. aprīlī.

LMB (Latvijas Muzeju Biedrība) (2015). Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.-2020. gadam „Radošā Latvija". Muzeju nozares stratēģija. Rīga: Kultūras ministrija, 5.-10., 47., 50., 55. lpp.

LRS (Latvijas Republikas Saeima) (2006). Muzeju likums. http://likumi.lv/doc.php?id=124955. Resurss apskatīts 2015. g. 8. septembrī.

MK (Ministru kabinets) (2014). Kultūrpolitikas pamatnostādnes 2014.-2020. gadam „Radošā Latvija". Rīga: Ministru kabinets, 7., 28. lpp.

Tjarve, M. (2016). *Ventspils Amatu mājas* Muzeja pedagoģe, intervija 14. aprīlī.

Zelča Sīmansone, I. (2016). Domnīcas *Creative Museum* vadītāja, intervija 13. aprīlī.

ALŪKSNES NOVADA VALSTS AKREDITĒTO MUZEJU DARBĪBAS ANALĪZE

THE ACTIVITY ANALYSIS OF ALUKSNE'S STATE ACCREDITED MUSEUMS

Autors: **ZANE KRŪMIŅA**
Vidzemes Augstskola, studiju programma "Tūrisma organizācija un vadība"

Kontaktinformācija: zanekru96@gmail.com, +371 26367732

Darba zinātniskais vadītājs: **Iveta Druva-Druvaskalne**, Mg.geogr.

KOPSAVILKUMS

Pētījums veikts ar mērķi izpētīt Alūksnes novada valsts akreditēto muzeju darbību, kas vērsta uz apmeklētāju piesaisti un, balstoties uz rezultātiem, sniegt ieteikumus kvalitatīvākai muzeja darbībai un lielākai apmeklētāju piesaistei.

Pētījumu aktuālu padara tas, ka, neskatoties uz Latvijas iedzīvotāju skaita samazināšanos, pastāv tendence pieaugt Latvijas muzeju apmeklējumam ik gadu. Viens no faktoriem, kas to ietekmē, ir muzeju nozīmīgā loma sabiedrības izglītošanā – to apmeklējums sniedz ne tikai prieku par redzēto, bet arī dod iespēju iesaistīties pašiem, apmeklēt dažādas nodarbības, seminārus, kā rezultātā var papildināt savas praktiskās un teorētiskās zināšanas par kādu konkrētu tēmu. Mazā finansējuma dēļ muzeji saņemtos līdzekļus neizmanto, lai veiktu pētījumus, bet iegulda tos svarīgāku problēmsituāciju risināšanā, kā, piemēram, muzeja ēkas rekonstrukcijā vai eksponātu atjaunošanā.

Izmantojot kvalitatīvās pētījuma metodes, pētījuma ietvaros veikta gan teorijas izpēte, gan meklēti labās prakses piemēri ne tikai Latvijā, bet arī ārpus robežām, gan veikta padziļināta Alūksnes novada valsts akreditēto muzeju izpēte, ņemot vērā dažādus ar tūrismu saistītus faktorus.

ABSTRACT

The aim of this project was to explore the activity of Aluksne State accredited museums that is focused on visitors' attraction and, based on the results, to make recommendations for more qualitative museum activities and bigger visitor attraction.

In spite of the decline in population of Latvia, the number of museum visitors in Latvia grow every year. One of the factors affecting the growth is that museums play an important role in educating the society – a museum visit not only makes an individual happy about what has been seen, but also gives an opportunity to engage, to visit a variety of classes, seminars that can improve individual's practical and theoretical knowledge about a particular theme. Because of the small funding, museums do not use the funds received for research but rather invest them in solving of current problems, such as reconstruction of museum building or restoration of exhibits.

By using methods of qualitative study, the author has studied the theory, searched for examples of good practice in Latvia and abroad and has studied Aluksne State accredited museums in detail considering tourism-related factors. As a result, the author drew conclusions and, based on them, made recommendations for more qualitative museum activities and bigger visitor attraction.

ATSLĒGAS VĀRDI

Alūksne, valsts akreditēts muzejs, Alūksnes muzejs, Jaunlaicenes muižas muzejs, Viktora Ķirpa Ates muzejs, muzeju darbības analīze.

IEVADS

Kultūras ministrijas statistikas dati liecina, ka, neskatoties uz Latvijas iedzīvotāju skaita samazināšanos, muzejiem, kļūstot arvien mūsdienīgākiem un interesantākiem, pastāv tendence pieaugt Latvijas muzeju apmeklējuma skaitam ik gadu (LR KM, 2016). Mūsdienās muzeji kļuvuši par vienu no tūrisma produktu sastāvdaļām, kuru galvenais mērķis jau no pirmā publiskā muzeja atvēršanas Luvrā 1792. gadā ir bijis izglītot sabiedrību, kas kā dzinulis mudinājis atvērt arī muzejus citur (Alksnis, 2012). Ir svarīgi, lai muzeji, cenšoties piesaistīt vairāk tūristu, neaizmirstu par savu būtību un nekļūtu par tūrisma produktu ar galveno domu – jo vairāk apmeklētāju, jo lielāki ienākumi (Flemings, 2016).

Pētījums noderēs ne tikai trim darbā pētītajiem muzejiem, bet arī Alūksnes novada pašvaldības kultūras un sporta nodaļai, jo muzeju darbība ir cieši saistīta ar kultūras dzīvi un tūrismu, kā rezultātā muzejiem un Alūksnes novada pašvaldības pārstāvjiem būs iespēja gūt muzeju pārskatu, kā arī jaunas, radošas idejas muzeju un kultūras dzīves attīstīšanai, apmeklētāju piesaistīšanai.

Darba pētāmais jautājums – kāda ir Alūksnes novada valsts akreditēto muzeju loma tūristu piesaistē?

Pētījuma problēma – mazā muzeju apmeklējuma un neefektīvas reklamēšanas dēļ sabiedrība neuzzina, ka mūsdienās muzeji izmanto jaunas tehnoloģijas, radošākas ekspozīciju pieejas, organizē pasākumus, izglītojošas programmas, lai radītu interesi par sevi un piesaistītu tūristus ne tikai no blakus pilsētām, bet no visas Latvijas un aiz valsts robežām. Alūksnes novada presē bieži parādās informācija par vairāku Alūksnes muzeju vadītāju un darbinieku maiņu.

Darba novitāte – Alūksnes novada valsts akreditēto muzeju darbības izvērtējums ar pievienoto vērtību – apkopota salīdzināma informācija par trim muzejiem, jaunu priekšlikumu izveide, kurus realizējot, muzejiem ir iespēja piesaistīt vairāk apmeklētāju un attīstīt kultūras tūrismu Alūksnes novadā.

Darba mērķis ir izpētīt Alūksnes novada valsts akreditēto muzeju darbību, kas vērsta uz apmeklētāju piesaisti, un, balstoties uz rezultātiem, sniegt ieteikumus kvalitatīvākai muzeja darbībai un lielākai tūristu piesaistei.

DARBA UZDEVUMI:

1. Iepazīties ar muzeja darbības pamatprincipiem un saistošajiem terminiem.

2. Pārskatīt pieejamo informāciju sociālajās vietnēs un drukātos tūrisma informācijas materiālus par Alūksnes muzeju, Jaunlaicenes muižas muzeju un V.Ķirpa Ates muzeju.

3. Pievērst uzmanību un izpētīt informācijas nesakritību, kas saistīta ar Alūksnes novada valsts akreditēto muzeju darbību dažādās interneta vietnēs.

4. Izstrādāt kritērijus muzeju izvērtējumam no tūrisma pakalpojuma ņēmēja viedokļa.

5. Izveidot intervijas jautājumus muzejiem un Alūksnes novada pašvaldības kultūras un sporta nodaļas vadītājai S. Eglītei.

6. Apsekot Alūksnes novada valsts akreditētos muzejus un intervēt visu trīs muzeju pārstāvjus pēc muzeju izvērtējuma kritērijiem no tūrisma viedokļa.

7. Intervēt Alūksnes novada pašvaldības kultūras un sporta nodaļas vadītāju S. Eglīti.

8. Veikt Alūksnes novada valsts akreditēto muzeju darbības izvērtējumu attiecībā uz dažādu muzeju rādītāju analīzi.

9. Apkopot secinājumus un priekšlikumus, kas dos iespēju muzejiem un Alūksnes novada pašvaldībai radīt jaunas idejas un piesaistīt vairāk apmeklētāju.

METODES

Autore izmantojusi šādas datu ievākšanas metodes:

1. Apsekojums un foto fiksācija

Muzeju apsekojumu laikā, kas notika laika posmā no 2015. gada 30.novembra līdz 2016. gada 2. janvārim, tika veikta foto fiksācija, kas deva iespēju izzināt visu muzeja teritoriju un tūristu iespējas, ierodoties attiecīgajā muzejā.

2. Intervijas

Izmantojot iepriekš sagatavotus jautājumus, kas tapuši pēc izveidotajiem muzeju kritērijiem no tūrisma viedokļa, 30.10.2015. tika intervēta tā brīža Alūksnes muzeja direktore I. Lipstoka (pašreizējais muzeja vadītājs – U. Jaunzems), 31.10.2015. autore apsekoja Jaunlaicenes muižas muzeju un intervēja muzeja vadītāju S. Jankovsku un izglītojošā darba un darba ar apmeklētājiem vadītāju I. Dārziņu, kā arī 02.01.2016. intervija noritēja ar Kalncempju pagasta Viktora Ķirpa Ates muzeja krājuma glabātāju M. Gaigalieti. 08.03.2016. tika veikta telefonintervija ar Alūksnes novada pašvaldības kultūras un sporta nodaļas vadītāju S. Eglīti. Visas daļēji strukturētās intervijas tika fiksētas audioierakstā, kā arī izveidotajos interviju atšifrējumos. Laika periodā no 2016. gada 8. līdz 13. aprīlim ar e-intervijas palīdzību autore sazinājās ar Kultūrpolitikas departamenta Muzeju nodaļas vadītāju J. Garjāni, lai noskaidrotu interneta vietnēs paustās informācijas patiesumu, kas saistīta ar kritēriju izstrādi, kuriem būtu jāatbilst, lai nosaukumā varētu lietot vārdu "muzejs", ka arī autore noskaidrojusi 2015. gada sākotnējo muzeju akreditācijas aktivitāti.

3. Novērošana

Apsekojot Alūksnes novada valsts akreditētos muzejus, autore iepazinusies ar muzeja ekspozīcijām, muzeja krājumiem, telpu iekārtojumu un citām būtiskām lietām, ar ko jāsaskaras viesiem, kas apmeklē muzejus.

4. Dokumentu analīze

Darba ietvaros analizēta ne tikai internetā pieejamā informācija, bet arī dažādi muzeju izdales materiāli, kā, piemēram, bukleti, grāmatas, muzeju apmeklējuma statistika.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Vēl joprojām Latvijā nav izveidots tiesību akts, kas noteiktu kritērijus, pēc kuriem kultūras iestāde savā nosaukumā varētu lietot vārdu "muzejs". Lai uzlabotu Eiropas muzeju darbības standartus un veicinātu inovatīvus procesus muzeju sektorā, katru gadu norisinās Eiropas Muzeja gada balvas pasniegšana. Lai akreditētos, muzejam ir jāatbilst dažādiem nosacījumiem un ik gadu jāpilda valsts akreditēta muzeja prasības. Pēdējo gadu laikā netiek novērota aktīva jaunu muzeju akreditācija. 2015. gadā sākotnēji ir akreditēti trīs muzeji.

Mazā darbinieku skaita dēļ Alūksnes novada muzejiem specializētu gidu nav. Visi darbinieki ir apmācīti, lai jebkurā brīdī varētu pildīt stāstnieka funkcijas. Pārskatot pieejamo informāciju par visiem trīs Alūksnes novada valsts akreditētajiem muzejiem, autore ir pamanījusi informācijas nesakritības dažādās interneta vietnēs, kā, piemēram, informācijas nesakritība, kas saistīta ar muzeja darba laikiem vai cenrāža tabulām. Katrs muzejs aktīvi plāno savu nākotni ar domu – kā piesaistīt arvien vairāk tūristu, īpaši ārzemju tūristus, jo to statistiski ir ļoti maz. Lai gan pēdējo gadu laikā muzeji ir kļuvuši aktīvāki gan sava piedāvājuma ziņā, gan sociālajos tīklos, ir nepieciešams strādāt sistemātiski, lai informācija, ko muzeji vēlas pasniegt, "aizietu" līdz sociālo tīklu lietotājiem. Muzeju ekspozīcijas, izstādes un izglītojošās programmas atbilst katra muzeja būtībai un misijai, tās paredzētas visu vecumu, profesiju apmeklētājiem, taču ir izveidotas nodarbības, kas domātas īpaši noteiktai mērķauditorijai. Apsekojuma un interviju laikā darba autore noskaidrojusi reālo situāciju muzejos – problēmas, aktualitātes, pozitīvās nianses, kā arī izvērtējusi muzeju lomu tūristu piesaistē.

SECINĀJUMI

1. Latvijā muzeji pēc "Muzeju likuma" tiek iedalīti: publisks muzejs, valsts muzejs, pašvaldības muzejs, privāts muzejs un akreditēts muzejs. Lai gan ir izstrādāts "Muzeju likums", vēl joprojām nav noteikti kritēriji, kādiem būtu jāatbilst, lai nosaukumā varētu lietot vārdu "muzejs".

2. Latvijas valsts akreditētam muzejam attiecībā pret pārējiem muzejiem ir sekojošas priekšrocības: iespēja saņemt papildus finansējumu no savas pašvaldības un dažādiem fondiem un iestādēm, piemēram, no KM, tiek veidots pozitīvs muzeja tēls, pastāv lielākas starptautiskās sadarbības iespējas, iespēja apmācīt darbiniekus kvalitatīvākai darbībai.

3. Pēdējo gadu laikā Latvijā netiek novērota aktīva jaunu muzeju akreditācija. 2015. gadā sākotnēji akreditēti trīs muzeji.

4. Alūksnes novadā atrodas vienpadsmit muzeji, no kuriem trīs ir valsts akreditēti. Alūksnes novada pašvaldība aktīvi strādā pie visu muzeju attīstības.

5. Pētījumā analizētajiem trim Alūksnes novada valsts akreditētajiem muzejiem ir dažāda attīstības vēsture: vecākais ir Alūksnes muzejs (dibināts 1959. gada 1. aprīlī), jaunākais – Jaunlaicenes muižas muzejs (dibināts 2008. gadā), savukārt Kalncempju pagasta V. Ķirpa Ates muzejs sākotnēji bijis privāts, vēlāk kļuvis par pašvaldības muzeju.

6. Alūksnes un Ates muzejā novērojama aktīva kadru mainība, īpaši muzeju vadītāja amatā, kā rezultātā netiek nodrošināta darbinieku pēctecība. Autores gada projekta ietvaros kopumā šajos muzejos nomainījās 3-4 muzeju vadītāji (neskaitot darbiniekus).

7. Vērtējot apmeklētājiem piedāvāto pakalpojumu klāstu, katrs muzejs koncentrējas uz savu tematiku: Alūksnes muzejs izceļas ar Alūksnes vēstures popularizēšanu, profesionālās mākslas piesaisti, kā arī Fītinghofu dzimtu, Jaunlaicenes muzejs atradis malēnisko nišu, Jaunlaicenes kultūrvēsturi un Opekalna draudzi, Ates muzejs tendēts uz latvisko tradīciju popularizēšanu. Jāatzīmē, ka pakalpojumu klāstā nav tikai ekspozīciju un izstāžu apskate, bet arī izglītojošo programmu piedāvājums un dažāda veida izklaidējošas programmas un pasākumi.

8. Ik gadu valsts akreditētie muzeji saņem pašvaldības finansējumu, kas atkarīgs no dažādiem faktoriem, piemēram, muzeja apsaimniekošanas teritorijas vai darbinieku skaita. Jaunlaicenes muzejs saņem apmēram trīs reizes mazāku finansējumu kā Alūksnes muzejs, bet Ates muzejs – apmēram 1,5 reizi mazāku finansējumu nekā Alūksnes muzejs. Jāatzīmē, ka apmeklētāju skaits ik gadu Alūksnes muzejā pieaug par apmēram 0,75%, Ates muzejā par 3,87%, bet Jaunlaicenes muzejā par 4,26%.

9. Pēdējo gadu laikā muzeju aktivitāte sociālajos tīklos ir augusi, taču vēl joprojām, īpaši Jaunlaicenes muzejā, novērojama ne tik liela aktivitāte, kāda būtu nepieciešama, lai piesaistītu potenciālos apmeklētājus.

10. Pēc 2015. gada statistikas datiem vislielākais apmeklētāju skaits ir Alūksnes muzejam (33,4 tūkst.), kas ir par ~ 82% lielāks nekā pārējiem diviem valsts akreditētajiem muzejiem (Jaunlaicenes muzejam – 5,9 tūkst., Ates muzejam – 6,5 tūkst.).

11. Jaunlaicenes un Ates muzeji piedāvā speciāli pasūtītus, muzeja būtībai atbilstošus suvenīrus, bet suvenīrus ar Alūksnes muzeju vai pili, kurā atrodas muzejs, iespējams iegādāties Alūksnes TIC.

PRIEKŠLIKUMI

1. Latvijā atbildīgajām institūcijām nepieciešams izstrādāt kritērijus, kuriem jāatbilst, lai kultūras iestāde nosaukumā varētu lietot vārdu "muzejs".

2. Sakarā ar to, ka Latvijā ir novērojama zema muzeju sākotnējā akreditācija, KM būtu jāizstrādā stratēģija, ar kuras palīdzību problēmu varētu risināt.

3. Veicināt Alūksnes TIC darbību, rīkojot pārgājienus, publicējot dažādus maršrutus gan kājām gājējiem, gan ar kādu transportu; izstrādāt pasākumu "Muzeju nedēļas nogale",

izveidot maršrutu, kas veicinātu visu Alūksnes novada muzeju apskati. Kā labu piemēru varētu minēt Valmieras TIC veidoto tūrisma akciju "Apceļo Valmieras pusi!" vairāku mēnešu garumā, kura mērķis bija popularizēt un veicināt Valmieras novada tūrisma objektu darbību.

4. Alūksnes novada pašvaldībai būtu nepieciešams uzstādīt trūkstošās norādes uz Jaunlaicenes un Ates muzeju, lai tūristi neapmaldītos un varētu atrast pareizo ceļu. Uz Ates muzeju pietrūkst norādes no Zeltiņu puses un Vecannas krustā, kas ir ceļš Alūksne – Balvi. Jaunlaicenes muzejam būtu nepieciešamas zīmes "Jaunlaicenes muiža" un "Jaunlaicenes muzejs" pie sazarotā krustojuma un uz ceļa malas pirms iespējas iebraukt muižas teritorijā, jo izkārtni uz muzeja ēkas viesi neierauga augstā leņķa dēļ (koncentrējas uz ceļu un braukšanu) un esošo koku dēļ. Vienas šāda tipa norādes zīmes vidējā cena ir ~EUR 98,55 + PVN, ko sastāda abpusējā norādes zīme (EUR 44,97 + PVN), stabs 60 mm diametrā un 3,5 m garumā (EUR 18,58 + PVN), uzstādīšanas darba izmaksas (EUR 35,00 + PVN) + transporta izmaksas līdz Alūksnei un atpakaļ (Pētersons 2016).

5. Visiem muzejiem būtu nepieciešams izveidot saistošāku ieejas biļetes izskatu. Kā labu piemēru var minēt Alūksnē uzbūvēto skatu torni, kura ieejas biļete lai gan ir kā kases čeks, bet ar skatu torņa melnbaltu attēlu.

6. Alūksnes novada neakreditētajiem muzejiem un Jaunlaicenes muzejam būtu nepieciešams atjaunot un papildināt informāciju tīklos, piemēram, par jaunākajām aktualitātēm, darba laiku, cenām u. c.

7. Alūksnes muzejs varētu izveidot klienta karti, kura darbotos kā, piemēram, atlaižu karte apmeklējuma maksai.

8. Alūksnes muzejam jāatjauno norādes pie Alūksnes pils parka arhitektoniskajiem objektiem.

9. Alūksnes muzejam būtu nepieciešams atjaunot pirms vairākiem gadiem aizsākto tradīciju – ziemas sporta spēles pils parkā.

10. Alūksnes muzejam jāizveido suvenīru pieejamība muzejā, nevis jāiesaka muzeja apmeklētājiem tos iegādāties Alūksnes TIC.

11. Samazināt aktīvo kadru mainību un nodrošināt darbinieku pēctecību ar atbilstošu izglītību Alūksnes un Ates muzejos, apmācot darbiniekus, organizējot dažādus kursus, seminārus un izmantojot citas metodes, kas palīdzētu darbiniekiem strādāt pēc iespējas kvalitatīvāk.

12. Ates un Jaunlaicenes muzejiem, mācoties no Alūksnes muzeja labā piemēra, iesaistīt brīvprātīgos, studentus un piedāvāt prakses vietu muzejā.

LITERATŪRAS SARAKSTS

Alksnis, J. (2012). Izglītošana – primārā muzeja funkcija. Šodienas problēmas (vēsture un Eiropas pieredze). Pieejams: http://www.muzeji.lv/lv/blogs/juris-alksnis/izglitoshana-primara-muzeja-funkcija-shodienas-problemas-vesture-un-eiropas-pieredze (aplūk. 14.03.2015.).

Flemings, G. (2016). Muzeji un tūrisms. Pieejams: http://www.muzeologija.lv/sites/default/files/flemings_muzeji_un_turisms.pdf (aplūk. 03.03.2016.).

Pētersons, M. (2016). Radošās reklāmas ražotnes SIA''Latsign'' pārstāvis, intervija 31. oktobrī.

Latvijas Republikas Kultūras ministrija, v/a Kultūras informācijas sistēmas (2016). Muzejs. Pieejams: http://www.kulturaskarte.lv/lv/muzejs. (aplūk. 20.03.2016.).

TŪRISMA ATTĪSTĪBA OGRES PILSĒTĀ NO VALSTS NEATKARĪBAS ATJAUNOŠANAS LĪDZ UZŅEMŠANAI EIROPAS SAVIENĪBĀ

TOURISM DEVELOPMENT IN THE TOWN OF OGRE FROM THE STATE INDEPENDENCE RESTORATION UNTIL ACCESSION TO THE EU

Autors: **LAURA MĀRTINSONE**
Vidzemes Augstskola, studiju programma „Tūrisma organizācija un vadība"

Kontaktinformācija: laura.martinsone@va.lv, mob. tel.: +371 22416131

Darba zinātniskais vadītājs: **Ilgvars Ābols**, Mg.geogr.

KOPSAVILKUMS

Ogres tūrisma nozares vēsturiskajos apkopojumos uzmanība tiek pievērsta tās "ziedu laikiem", kad līdz ar Latvijas atrašanos Zviedrijas un Krievijas sastāvā Ogres teritorijā radās zirgu pasta stacijas, Rīga-Dinaburga dzelzceļa stacijas izveide veicināja viesu skaita pieaugumu, un Ogre kļuva par izdevīgu atpūtas rajonu. Latvijas neatkarības iegūšanas laikā Ogre ieguva kūrorta statusu un padomju laikā tā attīstījās kā industriāla pilsēta. Par laika posmu no 1991. līdz 2004. gadam informācija ir maz pieejama un šajā valstij tik nozīmīgajā laika posmā nav veikti pētījumi par tūrisma attīstību Ogrē.

Pētījuma "Tūrisma attīstība Ogres pilsētā no valsts neatkarības atjaunošanas līdz uzņemšanai Eiropas Savienībā" mērķis bija izpētīt pilsētas tūrisma attīstību laikā no valsts neatkarības atjaunošanas līdz iestāšanās brīdim ES. Lai sasniegtu mērķi, tika veikta teoretiskās literatūras apkopošana par tūrisma attīstību valstī no likumdošanas puses un Ogrē no vēsturiskās attīstības puses, izveidots tūrisma uzņēmumu un organizāciju apkopojums pēc to izveidošanas gadiem vēsturiskajā posmā, tūrisma nozares vēsturiskās attīstības izpēte un intervijas ar pašvaldības un privātā sektora speciālistiem.

Šis laiks saistīts ar pārmaiņām, kas ietekmēja pašvaldības finansiālo stabilitāti, uzmanību pievēršot pilsētas prioritātēm, ne tūrisma nozarei. Par tūrismu Ogrē sāk runāt ap 1997. gadu. Infrastruktūras nesakārtotība neveicināja viesu uzkavēšanos, tomēr Ogrē iezīmējās tādas mērķauditorijas kā darījuma cilvēki, sportisti un kultūras cienītāji. Ogres TIC izveide 2000. gadā ir visnozīmīgākais tūrisma pamats. Ogres TIC bija kā Ogres un Ogres rajona TIC, kas Ogrei piešķīra rajona mērogu un to piedāvāja kopā ar blakusesošām pilsētām – Ikšķili un Lielvārdi, taču tas novirzīja uzmanību no Ogres pilsētas tūrisma attīstības. Attīstība bija lēna, tomēr nozīmīga, un veidoja pamatu mūsdienu tūrisma nozarei Ogrē, lai tā atdzimtu nevis kā kūrorts agrākos laikos, bet kā atpūtas vieta mūsdienu cilvēkiem.

ABSTRACT

Historical archives of Ogre's tourism industry have paid more attention to its "glory days" when Latvia was under Swedish and Russian rule and first accommodations – horse postal stations were introduced around Ogre's area and Riga-Dinaburg railway station was opened thus increasing the number of visitors. As a result, Ogre became a popular recreation and summer residence area. During the Latvian independence period, Ogre became a resort while during the Soviet era it developed further as an industrial city. In the archives dated between 1991-2004 very little information is available and no studies on how tourism developed in the town of Ogre during this period of time that is momentous for the country have been carried out.

The objective of project "Tourism Development in the Town of Ogre from the State Independence Restoration until Accession to the EU" is to explore the development of tourism in the city from the restoration of independence until joining the EU. To reach the objective, theoretical literature about development of tourism in the country from legislation point-of-view and in Ogre from the historical development point-of-view was

studied; a list of tourism enterprises and organizations was compiled in the sequence of their establishment; historical development of tourism industry was studied and interviews with professionals from the local municipality and private sector were conducted.

As it was time of change that had serious impact on the municipality's financial stability, attention was drawn to its priorities instead of the tourism industry that started to develop no sooner than in 1997. The lack of accommodation and disordered infrastructure did not contribute to visitors' stay nevertheless some target groups became distinct in Ogre, such as business people, athletes and cultural connoisseurs. Establishment of Ogre Tourism Information Centre in 2000 provided the most important base for tourism – it helped to become aware of tourist needs and of what the city can provide. Ogre Region made Ogre as if more significant in the context of Latvian tourism, but at the same time it diverted attention from tourism development in Ogre city. Development was slow but significant and it formed a base for modern tourism industry in the city, thus Ogre can be reborn not as a resort it used to be, but as a recreational place for modern people.

ATSLĒGAS VĀRDI

Ogre, tūrisma attīstība, 1991.-2004. gads, tūrisma vēsture.

IEVADS

Ogres pilsētas vēsturiskajos apkopojumos tūrisma nozarei uzmanība tiek pievērsta laika periodā, sākot ar Latvijas atrašanos Cariskās Krievijas sastāvā, Latvijas neatkarības iegūšanas periodā un Padomju laikā. Laika posms no Latvijas neatkarības atgūšanas līdz uzņemšanai ES tiek lielā mērā noklusēts un nav veikti pētījumi par to, kā norisinājusies tūrisma nozares attīstība Ogres pilsētā šajā valstij būtiskajā laika posmā.

Pētījuma mērķis – izpētīt Ogres pilsētas tūrisma attīstību laika posmā no valsts neatkarības atjaunošanas līdz uzņemšanai ES.

Pētījuma izstrādē tika izvirzīts šāds pētāmais jautājums – kā notikusi tūrisma attīstība Ogres pilsētā no valsts neatkarības atjaunošanas līdz valsts uzņemšanai ES?

Lai uz pētāmo jautājumu atbildētu, tika izvirzīti šādi uzdevumi:

1. iepazīties ar tūrisma vēsturisko attīstību Ogres pilsētā līdz valsts neatkarības atjaunošanai,

2. izpētīt tūrisma attīstību Latvijā un Ogrē no valsts neatkarības iegūšanas līdz uzņemšanai ES,

3. izpētīt pašvaldības un privātā sektora darbību tūrisma jomā Ogrē no valsts neatkarības atjaunošanas līdz uzņemšanai ES,

4. veikt intervijas ar Ogres pilsētas tūrisma speciālistiem, bijušiem un esošiem pašvaldības darbiniekiem un tūrisma uzņēmējiem.

METODE

1. Teorētiskās literatūras informācijas apkopošana par vēsturisko tūrisma attīstību Ogres pilsētā kopš Rīgas arhibīskapijas līdz PSRS laika posmam un laika posmā no 1991. līdz 2004. gadam vēsturiskās attīstības kontekstā, un tūrisma attīstību valstī likumdošanas kontekstā.

2. Tūrisma uzņēmumu un organizāciju apkopojums pēc to izveidošanas gadiem vēsturiskajos posmos, lai apzinātu privāto un pašvaldību sektoru darbību.

3. Intervijas ar Ogres tūrisma speciālistiem, pašvaldības darbiniekiem un uzņēmējiem kā Ogres domes priekšsēdētāju Edvīnu Bartkeviču, kurš darbojās domē kopš 1994. gada un Aivitu Heniņu, bijušo Ogres TIC darbinieci, lai noskaidrotu veicinošos un kavējošos faktorus tūrisma attīstībā un izpētītu TIC devumu tūrisma nozarē.

4. Ogres tūrisma nozares 2000. gada SVID analīzes izskatīšana mūsdienu redzējumā.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Tūrisma attīstība pēc 1995. gada Latvijā iezīmēja plašu, nozīmīgu likumdošanas izveidošanos, tomēr privātā, pašvaldību sektora un plānošanas reģionu iesaistīšana tūrisma politikas procesa sadarbībā nebija pietiekami organizēta un sabiedrības informēšana tūrisma nozarē nebija pietiekami izvērsta. Pēc valsts neatkarības atgūšanas izejošais tūrisms strauji pieaudzis, kas nozīmē, ka latvieši vairāk ceļoja ārpus valsts nekā Latvijā (Rozīte, 1999). Tika noslēgti vairāki starpvaldību, starpresoru nolīgumi par sadarbību tūrisma jomā, kas deva iespēju piesaistīt ārvalstu tūristus. Šie gadi raksturojami ar pāreju no padomju laika valsts pārvaldes un autoritāru lēmumu pieņemšanas sistēmas līdz neatkarīgas, demokrātiskas valsts sistēmai.

Tūrisma attīstība laika posmā līdz 1991. gadam Ogrē bija svarīga, jo tā pilnveidojās. Dzelzceļa izbūve 1861. gadā radīja izmaiņas gan ekonomiskajā attīstībā, gan cilvēku ikdienas dzīvē, sākot no kravu transportēšanas un beidzot ar atpūtas ceļojumiem Ogrē. Cariskās Krievijas laikā Ogrē bija seši ar tūrismu saistīti uzņēmumi: divi restorāni, trīs pansijas un viesnīca (Ogres Vēstures un mākslas muzeja arhīvs, 1995; Ogres Vēstures un mākslas muzejs, 2012; Placēns, Caune, 1999; Tūrisma ceļvedis, 2008).

Pirmajā Latvijas republikas neatkarības iegūšanas periodā Ogre kļuva par iecienītu atpūtas vietu, pateicoties dabas resursiem – skujkoku mežiem un Ogres un Daugavas upes pieejamībai. Ik gadu Ogrē atpūtās vairāki tūkstoši vasarnieku un ārzemnieku, nodrošinot Ogrei vietu starp Latvijas vadošajiem kūrortiem (Ogres novada pašvaldība, 2016). Ogres rajonā atradās viena kafejnīca, trīs viesnīcas ar restorānu, viena pansija, viena tūristu mītne ap 20 vietām, divas sanatorijas, viena laivu piestātne/noma un viena peldiestāde (Ogres Vēstures un mākslas muzeja arhīvs, 1995; Ogres Vēstures un mākslas muzejs, 2012; Placēns, Caune, 1999).

Padomju savienībā Ogre saglabāja popularitāti: notika kultūras un sporta pasākumi, tika organizētu pārgājieni apkārtnes iepazīšanai (Strēlnieks, 1998). Ogrē veica aktīvu industriālo

apbūvi, nacionalizēja restorānus, viesnīcas, pansijas, sanatorijas, tirdzniecības uzņēmumus u. c. To vietā veidoja centralizētas padomju tirdzniecības, rūpniecības u. c. organizācijas (Infortravel, 2016). 70. gados Ogrē uzcēla trikotāžas kombinātu un pilsēta kļuva par parastu rūpniecības centru ar lielajam iedzīvotāju skaitam neatbilstošu, vāju infrastruktūru (Ogres un Ikšķiles tūrisma attīstības aģentūra, 2016). PSRS laikā Ogres rajonā atradās trīs kafejnīcas, viena tūristu mītne, restorāns, muzejs, naktsmītne un sanatorija (Ogres Vēstures un mākslas muzeja arhīvs, 1995; Ogres Vēstures un mākslas muzejs, 2012; Placēns, Caune, 1999).

Tūrisma attīstības ziņā no 1991. līdz 2004. gadam Ogrē bija kluss periods. 90. gadu sākumā iezīmējās darījuma tūrisms, jo pārmaiņu laikā notika intensīva preču apmaiņa ar Poliju un Vāciju, un privatizācijas laikā no trikotāžas kombināta atdalījās dažādi SIA uzņēmumi, kuri piesaistīja ārzemju biznesa cilvēkus (Bartkevičs, 2016).

1995. gadā tika izstrādāts pilsētas attīstības plāns, kurā ietilpa pilsētas saimniecības sakārtošana un attīstība. Tūrisms plānā nebija viens no primārajiem punktiem, tomēr par to tika diskutēts. Tikai 1996. gadā tika uzsākta pilsētai svarīgo objektu pārņemšana pašvaldības apsaimniekošanā. 1997. gadā iezīmējas sabiedriskā transporta tīkls: darbojās pieci autobusu maršruti un četri taksometri (Meijers, 1997). Pilsētas infrastruktūra ir bijis visapspriestākais jautājums, tomēr tās uzlabošanu kavējis pašvaldības finansiālais stāvoklis. Infrastruktūra ir pamats, uz kā var attīstīties tūrisms, kultūra u. t. t. (Bartkevičs, 2016). Tas prasīja daudz darba un ilgu laiku.

Tūrisma nozares attīstību ietekmējusi nostalģija par Ogri, kas bija zināma kā kūrortpilsēta. Tika apzinātas dabas bagātības – Ogres upe un Zilie kalni, bet tās Ogri vairs nestimulēja kā tūrisma pilsētu. Laikiem mainoties, bija jāsaprot, ka nav vairs cilvēku, kas gribētu braukt uz Ogres upi atpūsties kā kādreiz. Ogre saglabāja aktīvā tūrisma tēlu un tika popularizēta ar sporta pasākumu palīdzību, bet sportisti nenesa lielus ienākumus pilsētai (Bartkevičs, 2016). Pilsētai šajā laikā nav bijusi izteikta tūristu mērķauditorija, bija nepieciešamība piesaistīt jebkādus cilvēkus – darījuma tūristus, aktīvās atpūtas piekritējus, ģimenes vai jebkuras citas tūristu grupas pārstāvjus. Nav veikta tūristu statistika: grūti spriest par tūristu apmeklētību, jo nav bijušas nopietnas naktsmītnes (Heniņa, 2016). Ogre tiek vairāk uzskatīta par Rīgas priekšpilsētu. Cilvēki izvēlējušies nakšņot Rīgā un Ogrē veikt vienas dienas apmeklējumu.

Tikai 2000. gadā tika izveidots Ogres TIC, jo sāka kļūt aktuāli uzturēt tūrisma informācijas sistēmu. TIC izveidi kavēja vai nu tas, ka pašvaldība neuzskatīja to par nepieciešamu, neapzinoties situāciju uz tūrisma nozares fona valstī, vai arī nebija konkrētas personas, kas uzņemtos iniciatīvu veicināt tūrismu (Orupa, 2016). Ar TIC veidojās izpratne par tūrisma nozari plašākā mērogā, bet trūka pieredzes šajā biznesā.

2000. gadā izstrādātajā Ogres tūrisma SVID analīzē izvirzītās stiprās puses joprojām tiek izmantotas mūsdienās: tie ir dabas objekti, nozīmīgās transporta maģistrāles, muzeji un baznīcas, baseins, stadions, kultūras nams u. t. t. Dažas no stiprajām pusēm nepastāv vai ir mainījušās, piemēram, estrāde ir sliktā stāvoklī. Ogrē ir kinoteātris, bet tas nav ieguvis popularitāti. Tautas nams, kam bija potenciāls kā sabiedriskai iestādei, tika slēgts. Pilsētā ir

manāmi liels ubagu un bezpajumtnieku skaits (Ogres TIC, 2000).

Pētāmajā laika posmā neskaidri bija lēmumi par tūrisma finansēšanas atbalstu: tā būs privātā iniciatīva, pašvaldības budžets vai citi atbalsta mehānismi (Bartkevičs, 2016). Sadarbība ar privātā sektora uzņēmumiem pieminēta vien TIC tūrisma bukletos (Sapožņikovs, 2016). Izglītības un kultūras nozarē sadarbību veidoja ar lietuviešiem un igauņiem. Ogres TIC veicināja sadarbību ar blakus esošajām pašvaldībām. Ogres TIC bija kā Ogres-Ogres rajona TIC, kas Ogrei piešķīra rajona mērogu un to piedāvāja kopā ar blakusesošām pilsētām – Ikšķili un Lielvārdi (Bartkevičs, 2016). Ogre aktīvi piedalījās Latvijas tūrisma izstādēs, jau sākot ar pirmajām. 2001. gadā Ogres TIC piedalījās trijās izstādēs: "Balttour-2001", "Tavās pēdās" Skonto hallē Rīgā un "Vidzemes tūrisma tirgus" Cēsīs (Bigača, 2001). 2003. gadā tika izplatīti informācijas materiāli par Ogri gadatirgos Gēteborgā, Londonā, Somijā un Maskavā (Orupa, 2001: 10).

Tūrisma nozare privātajiem uzņēmējiem bija brīva niša. Trūka cilvēku, kas uzņemtos attīstīt uzņēmumus un tūrisma piedāvājumu pilsētā (Heniņa, 2016). Par pirmo naktsmītni var uzskatīt 1992. gadā izveidoto sporta viesnīcu. 1994. gadā izveidoja vienu no pirmajiem restorāniem, "Orions". Tikai 1995. gadā atvēra pirmo naktsmītni, kas atbilda viesnīcas standartiem, moteli "Grīva". 1998. gadā uzņēmējs Nikolajs Ligzdiņš atpirka veco policijas māju un izveidoja restorānu "Policijas akadēmija". Šie bija pirmie uzņēmumi, kas aicināja apmeklētājus iebraukt un uzturēties pilsētā (Bartkevičs, 2016).

Uzņēmējdarbība nebija tik aktīva, jo tūrisma brīvā tirgus izpratne vēl nebija ieskaņojusies (Sapožņikovs, 2016). Uzņēmējiem bija jācenšas rast iniciatīvu un sākt savu biznesu. Uzņēmēji nevēlējās riskēt, jo neredzēja potenciālu un saskārās ar striktajām uzņēmējdarbības normām, tomēr tā brīža uzņēmumiem konkurence bija pietiekama, lai noturētu patstāvīgo klientu skaitu. Šajā laika periodā pilsētā atradās ap četrpadsmit ar tūrismu saistīti uzņēmumi (skat. pielikumu).

No mūsdienu skatupunkta vērtējot Ogres 2000. gada SVID analīzi, pašvaldības finansiālā situācija ir uzlabojusies un daudzas vājās puses ir novērstas, piemēram, informācijas zīmju, soliņu tūkums, slēpju un velonomas trūkums, naktsmītņu kvalitāte – izveidota viesnīca "Hotel 1934". Meži nav piegružoti, autoosta un dzelzceļa stacija labi izbūvēta, ielu apgaismoju trūkums un nesakoptība uzlabota u. t. t. Tomēr dažas vājās puses manāmas pat 2016. gadā, kā, piemēram, suvenīru trūkums, izklaides objektu trūkums jauniešu auditorijai un sabiedrisko tualešu trūkums. Ir izstrādāta daļa no iespējām: tūristu takas, īpaši Zilajos kalnos. Aktīvi tiek organizētas bērnu nometnes un kausa izcīņas dažādos sporta veidos. Vairākas iespējas nav izstrādātas, piemēram, parks pie kultūras nama, 30. gadu atmosfēras radīšana kādā no ielām, ūdenssporta centra izveide. Daži draudi ir īstenojušies – iedzīvotāju skaits ir samazinājies un pilsētas centrs ir kļuvis klusāks (Ogres TIC, 2000).

SECINĀJUMI

1. Valsts ekonomikas stāvoklis ietekmējis finansiālo situāciju Ogrē un gadu garumā pilsētai ir bijušas citas prioritātes nekā tūrisma attīstība.

2. Ogrē tūrisms attīstījies vēlu, ap 1996. gadu, taču vairāk, sākot no 2000. gada, kad izveidots Ogres TIC.

3. Ogre koncentrējusies uz vairākām mērķauditorijām kā darījuma, sporta un kultūras tūrisma pārstāvji, tāpēc piedāvājuma izstrāde konkrētai mērķauditorijai ir iekavēta.

4. Ilglaicīgi saglabājies nostalģiskais pilsētas tēls – Ogre kā kūrortpilsēta – kas kavējis tūrisma attīstību.

5. Tūrisma attīstību kavējis arī naktsmītņu trūkums. Tikai 1995. gadā izveidota pirmā pienācīgā naktsmītne, motelis "Grīva".

6. Ogres popularitāte veicināta ar sporta, kultūras pasākumiem, uzņēmējdarbību un piedalīšanos valsts tūrisma izstādēs.

7. Privātajam sektoram tūrisma nozare bija brīva niša, kur uzņēmēji darbojās pēc savas iniciatīvas un kas no pašvaldības puses tika maz atbalstīta.

8. Ogri prezentēja kā Ogres rajonu, izceļoties uz Latvijas tūrisma fona, tomēr tas novirzīja uzmanību no Ogres pilsētas tūrisma attīstības.

9. SVID analīzes sadaļās "Iespējas" un "Vājās puses" ir manāmi labi tūrisma produkti, kurus varētu izmantot tālākai Ogres tūrisma attīstības veicināšanai.

PRIEKŠLIKUMI

1. Veicinot tūrisma attīstību un viesu uzkavēšanos pilsētā, pašvaldībai uzmanību vērst uz Ogres pilsētu, ne ārpus tās.

2. Ogres novada pašvaldībai un Ogres TIC, veidojot tūrisma attīstību vai izstrādājot tūrisma produktus, izvērtēt pieļautās kļūdas vēsturē un iepazīties ar vēsturisko SVID analīzi.

3. Ogres TIC vadītājai izmantot šo pētījumu kā informācijas avotu, jo apkopojumi par šo periodu ir nekvalitatīvi un sadalīti.

4. Pētījumu var izmantot kā pamatu tālākai Ogres tūrisma attīstības pētījuma veikšanai pēc 2004. gada.

AVOTU SARASTS

Bartkevičs, E. (2016). Ogres pilsētas domes priekšsēdētājs, intervija 18. martā.

Bigača, L. (2001). Ogrē šovasar vairāk tūristu. *Ogres Ziņas*, 3. lpp.

Heniņa, A. (2016). Ogres tūrisma informācijas centra vadītāja, intervija 1. aprīlī.

Meijers, A. (1997). Mana Ogre, mūsu Ogre. *Ogrēnietis*. 2.lpp.

Ogres novada pašvaldības mājaslapa. Pieejams: http://www.ogresnovads.lv/lat/par_ogres_novadu/vesture/ (aplūk. 13.02. 2016.).

Ogres TIC (2000). *Ogres pilsētas tūrisma nozares SVID analīze 2000.gadā*. Ogre.

Ogres Vēstures un mākslas muzeja arhīvs, 1995. Statistikas dati "Ogres pilsēta". Ogre, Ogres Vēstures un mākslas muzejs.

Ogres Vēstures un mākslas muzejs (2012). Ekspozīcija "Ogre – peldu un gaisa kūrorts". Ogre, Ogres vēstures un mākslas muzejs.

Ogres un Ikšķiles tūrisma attīstības aģentūras mājaslapa. Pieejams: http://www.latvijascentrs.lv/lv/222 (aplūk. 05.12.2015.).

Orupa, A. (2016). Prezentācija "PKA "Ogres rajona TIC", 2003. gada darbības pārskats". Ogre.

Orupa A. 2001. Ogres rajona Tūrisma informācijas centra darbības plāns 2003. gadam. Ogres TIC.

Ozoliņa I. (2001). Tūrismam Ogrē ir perspektīvas. *Ogres Ziņas*, 10. lpp.

Placēns, U., Caune, M. (1999). Enciklopēdija Latvijas pilsētas. Rīga: *Preses nams*.

Rozīte, M. (1999). Pilsētas tūrisms, tā attīstība un telpiskās izpausmes Rīgā. Promocijas darbs LU ģeogrāfijas zinātņu nozarē. Rīga.

Sapožņikovs, N. (2016). Ogres pilsētas domes sabiedrisko attiecību nodaļas vadītājs, intervija 4. aprīlī.

Strēlnieks, J. (1998). Ogre. Ceļvedis 2. *Ogres tūristu klubs*.

Tūrisma attīstības valsts aģentūras mājaslapa. Pieejams: http://www.tava.gov.lv/lv/latvijas-turisma-tels (aplūk. 08.01.2016.).

Tūrisma ceļvedis (2008). Ogres rajons, Ogre district.

Uzņēmums	Skaits	Nosaukums	Gads
Kafejnīca	4	"Pie zelta liepas"	(1969.)–1997.
		"Niko"	1997.–...
		"Grīva"	1995.–...
		"Ilze"	2002.–...
Restorāns	4	"Orions"	1994.
		"Kristīne"	1997.
		"Policijas akadēmija"	1998.–...
		"Vairāk saules"	2002.–...
Sanatorijas	2	Bērnu	1995.
		"Ogre"	(1923.)–(2014.)
Muzejs	2	Ogres Vēstures un mākslas muzejs	(1970.)–...
		Gaidu un skautu muzejs	1991.
Naktsmītne (motelis)	2	"Sporta viesnīca"	1992.–(1996.)
		"Grīva"	1995.–...

1. tabula. Ar tūrismu saistīti uzņēmumi Ogrē pēc Latvijas neatkarības atgūšanas (avots: Bartkevičs, 2016; Heniņa, 2016; Kedere, 2016; Ogres novads, 2016, Placēns, Caune, 1999; Ogres Vēstures un mākslas muzejs, 2012).

ZIRGA PAJŪGA MARŠRUTA IZVEIDE VALMIERĀ SADARBĪBĀ AR VALMIERMUIŽAS STALLI

ESTABLISHMENT OF A HORSE ROUTE IN VALMIERA IN COLLABORATION WITH VALMIERMUIŽA STABLE

Autors: **MADARA SKRINDA**
Vidzemes Augstskola, studiju programma „Tūrisma organizācija un vadība"

Kontaktinformācija: madara.skrinda@va.lv, mob. tel. +371 25934245

Darba zinātniskais vadītājs: **Ilgvars Ābols**, Mg.geogr.

KOPSAVILKUMS

Darbā ticis pētīts esošais zirga pajūga maršrutu piedāvājums Latvijā un ārzemēs, kā arī pētīti zirga pajūga maršruta veidošanas teorētiskie aspekti, analizēta maršrutu veidošanas teorija un pielīdzināta zirga pajūga maršrutu veidošanas specifikai. Apzinātas problēmas zirga iekļaušanai pilsētvidē un meklēti risinājumi to novēršanai. Analizēts esošais zirgu tūrisma piedāvājums Valmierā un tās apkārtnē, lai saprastu, kāda ir esošā piedāvājuma specifika un kā labāk to pilnveidot. Maršruta veidošanas aspekti praktiski izmantoti un attiecināti uz Valmieras situāciju, meklēti praktiski risinājumi un veidots maršruts. Pētīti objekti un uzņēmumi, kurus varētu iekļaut maršrutā. Izvērtējot maršrutu, var secināt, ka trase ir samērā droša, lai pa to pārvietotos ar zirga pajūgu.

ABSTRACT

In the paper the existing offer of horse-drawn carriage routes in Latvia and abroad have been researched. The author has studied theoretical aspects for development of a horse-drawn carriage route, analysed theory on route formation and compared it with specifics of horse-drawn carriage routes. Problems related to introduction of horses into urban environment were identified and solutions to overcome these problems were looked for. The research includes analysis of the existing horse tourism offer in Valmiera and its surroundings to understand specifics of the offer and possibilities to improve it. As a result, a route was mapped out – it would take 4 hours to accomplish, it includes 13 objects and its total length is 8 km. By evaluating the route, it was concluded that the route is relatively safe for a horse-drawn carriage.

ATSLĒGAS VĀRDI

Zirga pajūga maršruts, zirgu tūrisms, maršrutu veidošana.

IEVADS

Latvijā ir vairāk nekā 130 zirgu audzētavas, kas piedāvā izjādes ar zirgiem pieredzējušu instruktoru pavadībā. Izpētot Latvijas zirgu tūrisma piedāvājumu, var secināt, ka galvenokārt tiek piedāvātas izjādes zirga mugurā gan pa manēžām, gan arī pa apkārtni. Tiek piedāvāti arī izbraucieni ar pajūgu, parasti lauku apvidū vai mežā, kā arī pilsētās, bet īpašos pasākumos, piemēram, pilsētas svētkos. Ļoti iecienīti ir izbraukumi zirga pajūgā kāzās, tādi piedāvājumi ir plaši pieejami. Tiek piedāvāti arī pārgājieni zirga mugurā vairāku dienu garumā, piemēram, zirgu sētā „Klajumi" (Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra, 2015). Pētot šo piedāvājumu, tika atrasta informācija par diviem zirga pajūga maršrutiem pilsētās, kas piedāvā iepazīt pilsētu nesteidzīgā atmosfērā zirga pajūgā. Viens tāda veida maršruts tika piedāvāts Vecrīgā 2011. gada vasaras sezonā. Tika izveidoti trīs dažādi maršruti Vecrīgā, pa kuriem bija atļauts pārvietoties ar zirgu pajūgu (NRA, 2015). Šie maršruti tika izveidoti pasākuma „Pakavi klaudz Vecrīgā" ietvaros, kas norisinājās 2011. gadā no 30. aprīļa līdz 30. oktobrim (Lūse, 2011). Otrs šāda veida piedāvājums ir Latgalē, Dagdas pilsētā. SIA „Ūzuleņi" piedāvā ekskursiju pa pilsētu zirga pajūgā (Latgales reģiona attīstības aģentūra, 2015). Ir arī atsevišķi piedāvājumi izbraucieniem ar karietēm, piemēram, Kuldīgā

(Tūrisms Latvijā, 2016). Šī informācija pierāda to, ka zirga pajūga maršruti pilsētās Latvijā nav tik populārs tūrisma produkts. Attīstot šo produktu, ir iespēja pilnveidot Latvijas zirgu tūrisma piedāvājumu. Valmiermuižas zirgu staļļiem ir radusies vēlme izveidot šādu tūrisma produktu Valmieras pilsētā, sadarbojoties arī ar citiem Valmieras tūrisma uzņēmumiem.

Pētījuma tēma tika piedāvāta no Valmiermuižas puses. Viņiem pašiem radās ideja par zirga pajūga maršruta izveidi Valmierā. Šo maršrutu ir paredzēts ieviest. Tas būs jauns tūrisma produkts Valmierā, kas ļaus ceļotājiem nesteidzīgi pieredzēt Valmieras pilsētas vēsturisko stāstu (Stīpniece, 2016).

Latvija katru gadu piesaista arvien vairāk tūristu. Lielākoties tūristi steidz apskatīt Latvijas pilsētas. Valmieras pilsēta ir populārs tūristu galamērķis, jo tā piesaista gan ar savu vēsturi kā bijusī Hanzas pilsēta, gan ar mākslas un arhitektūras objektiem, gan ar dabu un aktīvo atpūtu. Pēc Valmieras Tūrisma informācijas centra (TIC) statistikas datiem 2014. gadā Valmieru apmeklēja 8489, bet 2015. gadā 9621 apmeklētājs. Tie lielākoties interesējās par aktīvās atpūtas iespējām, tajā skaitā arī izjādēm ar zirgiem, par piedāvātajiem maršrutiem un citiem ceļotāju pakalpojumiem (Valmieras TIC, 2016). Tas pierāda to, ka šāda veida maršruta izveide piesaistīs tūristu uzmanību un attīstīs Valmieras tūrisma piedāvājumu.

Pētījuma mērķis ir izpētīt iespējas un izveidot zirga pajūga maršrutu Valmierā, attīstot Valmiermuižas staļļa piedāvājumu un iesaistot citus Valmieras tūrisma uzņēmumus.

Pētāmais jautājums – kādas ir zirga pajūga maršruta izveides iespējas Valmierā un kā tas attīstīs esošo zirgu tūrisma piedāvājumu Valmierā?

Pasaules mērogā šis temats ir plašāk pētīts. 2015. gadā tika veikts pētījums „Equestrian tourism in Europe", kura autors ir Džozeps Andrū (Andreu, 2015). Tajā pētīta jāšanas tūrisma vēsture, zirgu tūrisma maršruti, maršrutu veidošana, jāšanas tūrisma pieprasījums, piedāvājums pasaulē un Eiropā. Karolīnas Liljenstolpes pētījums par Eiropas zirgiem (Liljenstolpe, 2009) ir mērķēts uz zirgaudzēšanas nozares attīstību un ekonomiskajiem aspektiem. Gianluka Bambi, Massimo Monti un Matteo Barbari pētījums „New solutions for horse shelters to connect to the equestrian paths" (Bambi, Barbari, Monti, 2013) ir par zirgu nojumju izveidi zirgu tūrisma maršrutu punktos, kur tūristi var nakšņot ar zirgiem. Silvinas Pikelas-Ševaljē pētījums „Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France?" (Chevalier, 2015) ietver ilgtspējīga tūrisma pamatprincipus attiecībā uz zirgu tūrismu. Arī pētot ārzemju zirgu pajūgu piedāvājumus, piedāvājumu klāsts ir daudz plašāks. Visvairāk šādu piedāvājumu ir Amerikas Savienotajās Valstīs, piemēram, Ņujorkā (Central Park, 2016), protams, arī Eiropā to netrūkst (Hastakeriet, 2016), kā arī Krievijas (Saint Petersburg City Tours, 2016) un Āzijas lielajās pilsētās – Singapūrā (Singapore Zoo, 2015), Austrālijā (City of Melbourne, 2016) un Āfrikā (Cape Town Carriage Company, 2016). Gandrīz katrā lielākajā pasaules pilsētā tiek piedāvāti izbraucieni ar karietēm un zirgu pajūgiem.

Latvijas Lauksaimniecības universitāte ir veikusi pētījumu par zirgkopības un zirgu izmantošanas virzienu attīstības iespējām Latvijā. Tas ietver arī zirgu izmantošanu brīvā laika

pavadīšanai izjādēm. Kā problēma pētījumā ir minēta citu brīvā laika pavadīšanas iespēju parādīšanās (Zirgam.lv, 2010). Ir arī veikti pētījumi par ilgtspējīga lauku tūrisma attīstības iespējām Latvijā, ko 2004. gadā veica Latvijas lauku tūrisma asociācija. Šajā pētījumā zirgu tūrisma tēma minēta kā lauku tūrisma produkts, bet tas nav galvenais pētījuma aspekts (Lauku ceļotājs, 2004).

METODES

Darbā tika izmantota kvalitatīvā datu ievākšanas un analizēšanas metode – intervija. Tika intervēta Valmieras TIC pārstāve un Valmiermuižas tūrisma speciāliste Iluta Bērziņa (Bērziņa, 2016). Intervijas mērķis bija uzzināt maršruta izveides iespējas un vēlmes, kādus objektus šim maršrutam ir jāietver, kuras ir tās vietas, pa kurām pilsētā drīkst pārvietoties ar pajūgu, vai maršruts būs pieejams visu gadu. Intervēta Dagdas novada TIC speciāliste Diāna Muraškina (Muraškina, 2016), kas sadarbībā ar SIA „Ūzuleņi" izveidojusi zirga pajūgu maršrutu Dagdā. Šīs intervijas mērķis bija noskaidrot, kā darbojas šādi maršruti, kas būtu jāievēro, veidojot šo maršrutu, kādas varētu būt problēmas, ar kurām ir jāsaskaras šāda maršruta izstrādē, kā tās praktiski var novērst, kāda ir cilvēku atsaucība, cik daudz tiek izmantots šis pakalpojums. Tika intervēta arī Valmiermuižas staļļu meistare Rufina Juraša, lai noskaidrotu, kā zirga pajūgs iekļausies Valmieras pilsētvidē, kas jāņem vērā, veidojot maršrutu Valmierā un kā novērst problēmas saistībā ar zirga iekļaušanu pilsētvidē.

Otrā darba metode bija maršruta testēšana jeb eksperiments un fotofiksācija. Tā ļāva izvērtēt maršruta infrastruktūru, to, cik tas ir ērts un pieejams tūristiem, drošības apsvērumus, kā arī maršruta veikšanas ilgumu.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Maršruts sevī iekļauj gan vēsturi, gan dabu, gan arī aktīvo atpūtu. Tas parāda Valmieras daudzveidību un unikalitāti, iekļaujot dažādus objektus un tūrisma uzņēmumus. Šis plašais piedāvājumus klāsts, kas apvienots vienā produktā, ieinteresēs mērķauditoriju, kas vēlēsies baudīt nesteidzīgu atpūtu un piedzīvot neaizmirstamas sajūtas, jo maršrutam ir liela pievienotā vērtība. Bukleti ar vēsturiskajām fotogrāfijām iesaistīs ceļotājus stāstā, liekot viņiem meklēt atšķirības un paralēles ar mūsdienām. Gaujas tramvajs atklās Valmieru no cita skatupunkta un turpinās tās stāstu tur, kur zirgs nevar aizvest ar pajūgu. Sajūtu parks darbinās visas maņas, palīdzot izdzīvot maršrutu (Klepers, 2010: 54).

Maršruta pirmā apsekošana ar velosipēdu notikusi 2016. gada 7. aprīlī. Apsekošanas laikā tika apskatīti visi iekļautie objekti, izvērtēta maršruta trase (tās kvalitātes, satiksmes plūsma un estētika), izvērtēta iespēja apstāties pie objektiem, kā arī pievērsta uzmanība detaļām, kas varētu šķist interesantas braucējiem. Velosipēds ļāva apsekošanu veikt brīvāk un izveidot ideālāku maršruta trasi. Gala variants, protams, tiks apsekots ar zirga pajūgu. Maršruta veidošanā jau ir īstenotas trīs no četrām fāzēm, proti, maršruta plānošana un veidošana, maršruta informācijas sagatavošana un maršruta iekļaušana dabā. Ceturtā fāze, kas ir maršruta uzturēšana, paliks Valmiermuižas ziņā (Grīnfelde, 2010: 44).

Pirmkārt, tika izvērtēta maršruta trase. Kā būtiskāko faktoru staļļu meistare bija minējusi

ceļu kvalitāti. Pārvietošanās ar zirga pajūgu nav iespējama pa bedrainiem lauku vai mežu ceļiem. Maršruta trase lielākoties (aptuveni 85%) ved pa asfaltētiem ceļiem, 10% ved pa grantētiem vai zemes ceļiem un 5% ved pa bruģētiem celiņiem. Kopumā ceļi ir piemēroti zirga pajūgam. Attiecīgie ceļi tika izvēlēti pēc staļļa meistares ieteikumiem (Juraša, 2016). Autore maršrutu veidojusi pēc saviem ieskatiem un pēc vēlamajiem objektiem.

Otrs būtisks faktors maršruta trases izvērtēšanā ir satiksmes plūsma. Maršrutu var sadalīt sešos posmos. Pirmais posms ir no Valmiermuižas staļļa līdz Ozolu ielai, otrais posms ir pa Ozolu ielu līdz Iršu dārzam, trešais posms ved pa Raiņa ielu līdz Sīmaņa baznīcai, ceturtais posms ved no baznīcas līdz Sajūtu parkam, piektais posms ir ceļš pa Burkānciemu un sestais posms ir atpakaļceļš līdz Valmiermuižai. Salīdzinot šos posmus satiksmes intensitātes, drošības, šķēršļu un estētikas ziņā, var izdarīt attiecīgus secinājumus. Visintensīvākā satiksme ir sestajā posmā, kas ved pa Tērbatas ielu no nogriešanās no Brīvības ielas. Runājot par maršruta posmu estētiskumu, jāizceļ ceļu posmi ar brīnišķīgajām koku alejām, kas jau pavasarī izskatās romantiski un senatnīgi, bet vasarā tie radītu brīnišķīgu noskaņu. Šīs alejas aug gar visu Ozolu ielu, Raiņa ielu (Iršu aleja) un Dīvaliņa ielu. Beverīnas ielā un pirmajā maršruta posmā alejas mijas ar vēsturiskajām ēkām un privātmājām.

Runājot par satiksmes plūsmu, jāpiemin neparedzēti gadījumi, piemēram, situācijas, kad zirga pajūgam jādod priekšroka operatīvajiem transportlīdzekļiem, kas pārvietojas ar ieslēgtām bākugunīm, ātrās palīdzības vai arī policijas mašīnām. Šis ir būtisks aspekts, jo zirgam tas būtu satraucošs pārbaudījums. Dzīvnieku var izbiedēt skaļās sirēnas, kas var traukties tam garām, tas var satrakoties un apdraudēt pajūga pasažierus un citus satiksmes dalībniekus.

Sestajā maršruta posmā, kas ved pa Tērbatas ielu no nogriešanās no Brīvības ielas, ir aktīva satiksmes plūsma, luksofori un lielajā aplī, ko šķērso Valmieras apvedceļš, var sastapt smagās kravas mašīnas. Pēc autores domām, šis ceļa posms zirgam būtu ļoti trauksmains. Apstāšanās pie luksoforiem varētu radīt nemieru dzīvniekam, smagās mašīnas varētu radīt izbīli. Taču Rufina Juraša atzīst, ka pa šo ielu ir braukusi jau iepriekš un šie faktori nerada problēmas (Juraša 2016).

Sesto posmu autore nolēmusi atstāt maršrutā, jo tas ir visizdevīgākais ceļš atpakaļ līdz Valmiermuižai. Braucot pa šo posmu, var apskatīt Vidzemes apgabaltiesas ēku un gar Tērbatas ielu aug dižkoki, kas ir apzīmēti ar zaļajām ozollapu zīmēm. Ar tām tiek apzīmēti dižkoki un aizsargājamas teritorijas. Šo zīmju sagatavošanu un izvietošanu nodrošina Dabas aizsardzības pārvalde sadarbībā ar attiecīgo pašvaldību (Spēkozols 2016).

Objektu izvēli nosaka Valmiermuižas pasūtītāju vēlmes, Valmieras TIC projektu vadītājas viedoklis un pašas autores domas. Visi šie objekti lieliski iederas Valmieras stāstā. Objektu vidū ir arī būtiski pilsētas simboli kā Svētā Sīmaņa baznīca. Objekti aptver dabas, vēstures, arhitektūras un sporta tematiku.

Maršrutam ir vairākas variāciju iespējas. Tajā var neiekļaut Gaujas tramvaja izbraucienu vai Sajūtu takas apmeklējumu, padarot to īsāku laika ziņā. Maršrutā var lielāku uzsvaru likt

uz Burkānciemu un izbraukt pa citām ieliņām. Nesteidzīgie ceļotāji var izvēlēties pilno piedāvājumu ar iekļautajām aktivitātēm, bet piedzīvojuma meklētāji var izvēlēties tikai izbraucienu ar pajūgu pa maršrutu (Stīpniece, 2016).

1. attēls. Zirga pajūga maršruta karte (autores veidota).

ATZĪMĒTIE OBJEKTI:

1. Valmiermuižas stallis
2. Valmiermuižas ēku komplekss
3. Iršu parks
4. Valmieras mācītājmuiža
5. Dzirnavu ezeriņš
6. Svētā Sīmaņa baznīca
7. Livonijas ordeņa pilsdrupas
8. Valmieras muzejs
9. Beverīnas amatnieku tirgotava
10. Gaujas tramvajs
11. Sajūtu parks
12. Jāņa Daliņa stadions
13. Burkānciems

SECINĀJUMI

1. Veidojot zirga pajūgu maršrutus pilsētās, ir jāsaskaras ar daudziem apsvērumiem, kas atkarīgi no pilsētas vides. Lielākās pilsētās maršrutu veidošanu sarežģī satiksmes plūsma un regulējošie noteikumi. Mazākās pilsētās maršrutu veidošana ir vieglāka, jo satiksmes

plūsma nav tik liela un nerada nedrošas situācijas.

2. Veidojot zirga pajūgu maršrutu, ir jāņem vērā teorētiskie maršrutu veidošanas aspekti. Tie iekļauj maršruta faktorus, metodes, pieredzējuma formas, mērķauditoriju, ilgtspējību, normatīvos aktus, drošību un dramaturģiju, kas ir vienlīdz svarīgi kvalitatīva maršruta izstrādē.

3. Zirga pajūgu maršrutu veidošanā būtiski ir ņemt vērā arī maršruta specifiku, ko šajā gadījumā nosaka pārvietošanās veids – zirga uzvedība, iekļaušanās pilsētas vidē, īpaša drošība, kas atkarīga arī no dzīvnieka.

4. Pētījuma gaitā tika noskaidrotas iespējas izveidot zirga pajūgu maršrutu Valmierā. Maršruta izveidošana balstās uz iepriekšējās Valmiermuižas staļļu meistaru pieredzes, piedāvājot izbraucienus pilsētā kāzu ietvaros un pēc klientu pieprasījuma.

5. Maršrutam tika izvēlēti atbilstošākie ceļi gan pēc drošības apsvērumiem, gan pēc ceļu kvalitātes. Maršruta veicamais ilgums ir 4 stundas, tas ietver 13 objektus un kopējais tā garums ir 8 km.

6. Izvērtējot maršrutu, var secināt, ka trase ir samērā droša, lai pa to pārvietotos ar zirgu pajūgu, bet tikai pie nosacījuma, ka to vada pieredzējis vadītājs, jo trasē ir daži šķēršļi – luksofori, stopzīmes, kravas auto, operatīvās mašīnas –, kas var radīt bīstamus apstākļus.

7. Maršruta trase ir veidota, ņemot vērā Valmiermuižas staļļu meistares norādījumus un pieredzi braucienos pa pilsētu ar zirga pajūgu. Maršruta objekti tika izvēlēti, pamatojoties uz Valmiermuižas viesmīlības vadītājas vēlmēm, Valmieras TIC projektu vadītājas ieteikumiem un autores ieskatiem. Objekti ir nozīmīgi Valmieras pilsētai, tie ir būtiski simboli un atklāj pilsētas unikalitāti. Bukleti ar vēsturiskajām fotogrāfijām iesaistīs ceļotājus stāstā, liekot viņiem meklēt atšķirības un paralēles ar mūsdienām.

8. Maršruts ir estētisks un rada nesteidzīgu atmosfēru braucējiem, jo lielākā daļa ielu ir klusas un mierpilnas. Maršruts ir brīvi variējams, jo tajā var neiekļaut Gaujas tramvaja izbraucienu vai Sajūtu takas apmeklējumu, padarot to īsāku laika ziņā.

PRIEKŠLIKUMI

1. Lai nodrošinātu lielāku drošības sajūtu izbraucienos ar zirga pajūgu pa pilsētu, karieti varētu aprīkot ar drošības zīmēm (sarkano trijstūri karietes aizmugurē (0,69 EUR), brīdinājuma karodziņu (5,90 EUR) vai signālgaismu (24,66 EUR)), kas brīdinātu autovadītājus būt piesardzīgiem un iejūtīgiem.

2. Lai izbraucienus varētu piedāvāt lielākām grupām, varētu iegādāties ietilpīgāku pajūgu, ņemot piemēru no Dagdas TIC, kas piedāvā ekskursijas pa Dagdu zirga pajūgā grupām līdz 10 cilvēkiem. Jauna pajūga izmaksas lēšamas ap 1000 EUR.

3. Maršrutu varētu iekļaut Valmieras tūrisma mājaslapā, lai piesaistītu Valmieras apmeklētāju uzmanību un interesi par maršrutu.

4. Maršrutu varētu popularizēt arī pilsētas svētkos, piedāvājot iespēju svētku dalībniekiem baudīt svētkus citādākā veidā.

5. Ja pilsētas viesiem būtu izteikti liela interese par jaunizveidoto zirgu pajūga maršrutu, varētu izveidot jaunu maršrutu, kas atklātu citādu Valmieru un maršruta trase vestu tikai pa Burkānciemu un Daliņiem, neiekļaujot populāros objektus, bet gan vēl nezināmus un netradicionālus objektus, kas būtu interesanti viesiem, kas atkārtoti ierodas apmeklēt Valmieru.

AVOTU SARAKSTS

Andreu, C. J. (2015). Equestrian tourism in Europe. Pieejams: http://professional.euquus.eu/sites/euquus.eu/files/equestrian_tourism_in_europe.pdf (aplūk. 05.11.2016.).

Ansone, K. (2015). Kam pieder zirga sirds un dvēsele? Pieejams: http://www.videsvestis.lv/format.asp?ID=110&what=48 (aplūk. 23.03.2016.).

Bambi, G., Barbari, M., Maonti, M. (2013). New solutions for horse shelters to connect to the equestrian paths. Pieejams: http://www.agroengineering.org/index.php/jae/article/view/jae.2013.s2.e35 (aplūk. 23.02.2016.).

Bērziņa, I. (2016). Valmieras TIC tūrisma projektu vadītāja, intervija 2016. gada 1. aprīlī.

Cape Town Carriage Company mājaslapa. About Us. Pieejams: http://www.ctcco.co.za/aboutus.html (aplūk. 16.03.2016.).

Central Park mājaslapa. Horse - Drawn Carriages. Pieejams: http://www.centralpark.com/guide/activities/horse-drawn-carriages.html (aplūk. 09.03.2016.).

City of Melbourne (2016). Horse and carriage rides. Pieejams: http://www.thatsmelbourne.com.au/visitors/tours/Pages/HorseDrawnVehicles.aspx (aplūk. 16.03.2016.).

Dagdas novada pašvaldības mājaslapa. Pieejams: http://www.visitdagda.com/index.php/lv/aktiva-atputa/17-lv/aktiva-atputa/45-uzuleni (aplūk. 29.02.2016.).

Grīnflede, I., Kalnačs, J. (red.), Klepers, A., Smaļinskis, J. (2010). Tūrisma maršrutu veidošanas pamatprincipi. *Tūrisma maršrutu veidošana*. Valmiera: Vidzemes Augstskola.

Hastakeriet mājaslapa. Outings by horse and carriage. Pieejams: http://hastakeriet.se/aktiviteter/turridning/turridning/carriage-riding/outings-by-horse-and-carriage/?ha_lang=en (aplūk. 16.03.2016.).

Juraša, R. (2016). Valmiermuižas staļļu meistare, intervija 2016. gada 2. aprīlī.

Latgales reģiona attīstības aģentūras mājaslapa. Pieejams: http://visitlatgale.com/lv/objects/view?id=1296 (aplūk. 16.02.2016.).

Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras (LIAA) mājaslapa. Pieejams: http://www.latvia.

travel/lv/raksts/izjades-ar-zirgiem (aplūk. 9.04.2016.).

Lauku ceļotājs (2004). Lauku tūrisma ilgtspējīga attīstība Latvijā. Pieejams: eco.celotajs.lv/Doc/Kopsavilkums_lv.doc (aplūk. 17.02.2016.).

Liljenstolpe, C. (2009). The horse as a source of income. *Horses in Europe*. Izd. vieta: Uppsala, Swedish University of Agriculture Sciences.

Lūse, A. (2011). Vecrīgā ir atļauti vairāki zirgu pajūgu maršruti. Baltijas ziņas. Pieejams: http://turismabizness.lv/lv/baltijas-zinas/44011-vecriga-ir-atlauti-vairaki-zirgu-pajugu-marsruti (aplūk. 17.02..2016.).

Muraškina, D. (2016). Dagdas novada tūrisma informācijas centra speciāliste, intervija 2016. gada 15. martā.

Nra.lv (2015). Vecrīgā būs zirgu pajūgu maršruti. Pieejams: http://nra.lv/latvija/riga/kultura-izklaide/46313-vecriga-bus-zirgu-pajugu-marsruti.htm (aplūk. 17.02.2016.).

Publisku izklaides un svētku pasākumu drošības likums (2013). Pieejams: http://likumi.lv/doc.php?id=111963 (aplūk. 17.02.2016.).

Pickel-Chevalier, S. (2015). Can equestrian tourism be a solution for sustainable tourism development in France? Pieejams: http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/07053436.2015.1007580 (aplūk. 17.02.2016.).

Singapore Zoo mājaslapa. Horse Carriage ride. Pieejams: http://www.zoo.com.sg/special-experiences/horse-carriage-ride.html (aplūk. 16.03.2016.).

Saint Petersburg City Tours mājaslapa. Horse and Carriage Ride Tour. Pieejams: http://saintpetersburgcitytours.rezgo.com/details/77663/Horse-And-Carriage-Ride-Tour (aplūk. 16.03.2016.).

Spēkozols (2016). Koku karalis ozols! Pieejams: http://www.spekozols.lv/ (aplūk. 10.04.2016.).

Stīpniece, I. (2016). Valmiermuižas viesmīlības vadītāja, intervija 2016. gada 21. martā.

Tūrisms Latvijā mājaslapa. Izbraucieni ar karietēm un zirgu pajūgiem. Pieejams: http://www.turismslatvija.lv/info/leisure_sport_activities_kuldiga/izbraucieni%20ar%20kariet%C4%93m%20un%20zirgu%20paj%C5%ABgiem.html (aplūk. 29.02.2016.).

Valmieras TIC (2016). Valmieras TIC apmeklētāju statistika 2014. un 2015. gadam. http://www.visit.valmiera.lv/lv/iepazisti/valmieras_tic/statistika/ (aplūk. 17.02.2016.).

Zirgam.lv (2010). LLU pēta zirgkopības un zirgu izmantošanas virzienu attīstības iespējas. Pieejams: http://zirgam.lv/2013/01/02/llu-peta-zirgkopibas-un-zirgu-izmantosanas-virzienu-attistibas-iespejas/ (aplūk. 17.02.2016.).

TŪRISMA MARŠRUTA "ROBEŽAS STĀSTI" IZSTRĀDE PA LATGALES – VIDZEMES ROBEŽAI APKĀRTESOŠAJIEM NOVADIEM

DEVELOPMENT OF TOURISM ROUTE "BORDER STORIES" ALONG LATGALE – VIDZEME BORDER SURROUNDING COUNTIES

Autors: **KATRĪNA VALAINE**
Vidzemes Augstskola, studiju programma "Tūristu gids – ceļojumu un pasākumu organizators"

Kontaktinformācija: katrina.valaine@va.lv

Darba zinātniskais vadītājs: **Linda Veliverronena**, Ph.D.

KOPSAVILKUMS

Latvijā joprojām izskan atšķirīgi viedokļi, kur īsti atrodama Latgales un Vidzemes robeža. Šo kultūrvēsturisko reģionu robeža izmantota kā galvenais resurss, veidojot divu dienu tūrisma maršrutu. Latgales – Vidzemes robeža ir noteikta 17. gadsimtā un ir par iemeslu latgaļu un vidzemnieku kultūras atšķirībām, līdz ar to, dodoties apceļot maršrutu "Robežas stāsti", katram ir iespēja atrast savu Latgales – Vidzemes kultūras robežu. Robežu raksturo tās kultūrvēsture, novadi, kas atrodas apkārt un dabas resursi, kas bija galvenie priekšnoteikumi, lai būtu iespējams izveidot kultūrvēsturisku maršrutu šajā teritorijā. Maršruts sevī apvieno savdabīgākās un ar kultūru bagātākās vietas, kas atrodas abās pusēs Latgales un Vidzemes robežai. Maršrutā iekļauto apskates objektu atlase koncentrēta uz abu vēsturisko novadu savstarpējās robežas apkārtesošo teritoriju savdabības un pretmetu parādīšanu. Maršruta izveides procesā būtiska loma ir vietējo iedzīvotāju stāstiem, kas raksturo kultūru apskatītajā reģionā.

ABSTRACT

In Latvia different opinions still exist as to where exactly the border of Latgale – Vidzeme lies. Ethnographic border of these two regions is the main resource that was used to map-out a two-day route. The border between Latgale and Vidzeme was defined in 17th century and it is the main reason for differences between cultures in these two regions, thereby, by following the route "Border Stories" everyone has a chance to find their own Latgale – Vidzeme cultural border. The border is characterized by its cultural history, surrounding counties and nature resources which were the main prerequisites for mapping out this cultural and historical route.

The route combines sites that are most original and richest in culture, and are located on both sides of Latgale and Vidzeme border. The sites were selected to display originality and contrast in border areas of both historical regions. Stories told by local people describing culture in the reviewed region were significant in the route development process.

ATSLĒGAS VĀRDI:

Tūrisma maršruts, robeža, stāsti, kultūru dažādība.

IEVADS

Mūsdienu Latvijā zināmā mērā pastāv ne tikai kultūras atšķirības starp Latgali un pārējiem Latvijas reģioniem, bet arī ekonomiska plaisa. Medijos tiek uzsvērts latgaļu tradicionālās kultūras līmenis, kultūras izcilība un specifika, tomēr netiek aizmirsti arī Latgales zemākie ekonomiskie rādītāji. Šī pētījuma galvenais mērķis bija izveidot divu dienu maršrutu, kas apvienotu savdabīgākās un ar kultūru bagātākās vietas, kas atrodas abās pusēs Latgales un Vidzemes robežai. Maršruts ceļotājiem ļauj ieraudzīt, cik latvieši var būt dažādi un tajā pašā laikā vienoti. Tas veicina vietējo kultūru mijiedarbību, tajā pašā laikā izceļot to īpatnības, tas arī tiecas noraidīt stereotipus par abu kultūrvēsturisko reģionu robežas

apkārtnes kultūru, piemēram, parāda, ka amatniecība Vidzemē nebūt neatpaliek no Latgaļu amatniecības.

Izvēloties veidot maršrutu, kas vestu pa Latgales un Vidzemes robežnovadiem un kultūrvēsturiskajām vietām, tika ņemts vērā, ka ceļotājiem Latvijā netiek piedāvāts līdzīgs maršruts, kas vienkopus apvienotu Latgales un Vidzemes robežas kultūru apskati. Autore arī šo pētījumu uzskata par iespēju veicināt tūrismu teritorijās ārpus lielajām pilsētām. Maršruta izveide un apceļošana dod iespēju iepazīt cilvēkus, kuri dzīvo lauku reģionos un ir iemīlējuši šo vidi, kā arī izbaudīt unikālus tūrisma pakalpojumus.

Pētījuma mērķa sasniegšanai darba autore: (1) izpētīja vidzemnieku un latgaļu kultūras specifiku; (2) izpētīja auto maršrutu veidošanas pamatprincipus; (3) izveidoja kritērijus, pēc kuriem tika atlasīti objekti; (4) izmantoja stāstus un leģendas, lai papildinātu informāciju par objektiem; (5) veica maršruta praktisku apsekojumu dabā un fotofiksāciju; (6) izveidoja pilnīgu maršruta aprakstu, ko piedāvāt tūrisma informācijas centriem.

PĒTĀMAIS JAUTĀJUMS

Kādi ievērības cienīgi un kultūrvēsturiski svarīgi objekti ir atrodami ap Latgales – Vidzemes robežu, kas varētu tikt izmantoti maršruta veidošanā; kādi stāsti un leģendas atrodami par izvēlētajiem objektiem un reģionu?

METODE

Pētījumā izmantotas šādas pētniecības metodes:

- literatūras analīze,
- intervijas,
- kartogrāfisko materiālu izpēte,
- maršruta un iekļauto objektu apsekojums dabā un fotofiksācija,
- stāstu uzklausīšana jeb stāstniecība.

Lai nonāktu līdz maršruta izstrādei, sākotnēji tika veikta literatūras un interneta resursu analīze, lai izzinātu abu etnogrāfisko novadu kultūru atšķirības, kas ļautu izvērtēt objektu atbilstību un liktu saprast, kas ir jāizceļ un jāmeklē. Literatūras izpēte iekļāva arī literatūru par ceļojumu maršruta veidošanas pamatprincipiem, kas ļāva saprast, kā pareizi jāveido maršruts, kā atlasīt objektus un plānot to iekļaušanu maršrutā. Šī analīze noveda pie vairāku objektu atlases kritēriju izveides, kas bija pēdējais posms, lai uzsāktu maršruta izstrādi.

Maršruta izstrāde sākās ar objektu atlasi visos novados, kas ir ap Latgales – Vidzemes robežu, tika atlasīti visi kritērijiem atbilstošie objekti, sākotnēji 54. Sākuma atlases rezultātā iezīmējās iespējamais ceļa plāns, kas samazināja objektu skaitu. Savukārt pēdējā atlases daļa saistāma ar padziļinātu objektu izpēti, salīdzināšanu, lai uzsvērtu to unikalitāti, vienlaikus reprezentējot gan novadu, gan robežu un kultūras atšķirības.

Darba maršruta veidošanas posmā autore veikusi vairākas intervijas gan ar tiešajiem

pakalpojuma sniedzējiem, gan novadu tūrisma speciālistiem, kas ļāva iegūt galējo objektu sarakstu, skaitā 12, izvēlēties ieteicamās naktsmītnes un ēdināšanas iestādes. Ar interviju palīdzību tika nodrošināta precīza un aktuāla informācija, kas bukletos mēdz būt novecojusi. Pie intervijām var pieskaitīt arī ar stāstu gūšanu veiktās. Cilvēki, kas varētu izstāstīt ko īpašu saistībā ar robežu, tika meklēti ar informācijas centru palīdzību, kā arī, privāti sazinoties ar potenciālajiem stāstniekiem.

Tika veikts maršruta apsekojums un fotofiksācija, kas noveda pie objektu saraksta maiņas un gala varianta, kā arī pie precīza laika un ceļa plāna. Apsekojuma rezultātā autorei bija iespēja iegūt korektu un aktuālu informāciju saistībā ar ceļa segumu, iespējām to izbraukt plānotajā laikā, kā arī objektu infrastruktūru.

REZULTĀTI

Pētījuma rezultātā darba autore izstrādāja divu dienu apļveida ceļojuma maršrutu "Robežas stāsti" (skat. 1.pielikumu). Izstrādātais sevī ietver 12 apskates objektus/saimniecības, 6 no tiem etnogrāfiskajā Vidzemes teritorijā, savukārt 6 – Latgales. Maršruts sevī ietver objektus, kas saistāmi ar latviešu tradīcijām, amatniecību un kultūru. Lielākajā no tiem ir iespēja līdzdarboties. Dodoties ceļojumā, ir iespēja iepazīt galvenās latgaļu un vidzemnieku etnogrāfiskās un kultūras atšķirības, kas radušās lakā, kad novadus šķīra valstu robeža (17. gs.), sākumā Polijas – Zviedrijas, vēlāk – Krievijas – Zviedrijas (Turlajs, 2005).

Dažas no atšķirībām: etnogrāfiskā tautas tērpa brunči Vidzemē lielākoties ir svītroti, savukārt Latgalē biežāk atrodami vienkrāsaini, tomēr ar greznām apakšmalām, kā arī greznas, ar sarkaniem rotājumiem greznotas blūzes (Karaša u. c., 2014). Šīs iezīmes un arī citas tautu tērpu atšķirības starp etnogrāfiskajiem novadiem var spilgti vērot Balvu novada muzejā, savukārt Vidzemes daļā par šī etnogrāfiskā novada tērpiem iespējams uzzināt Lubānas amatnieku centrā. Ceļojuma laikā iespējams iepazīt arī dažādos dialektus, cilvēku mentalitāti un izpratni par dzīvi kopumā, kas ļauj izjust, cik tuvu dzīvojoši cilvēki var būt atšķirīgi. Dialektu izmaiņas krasi vērojamas, viesojoties Gaigalavā Mūzikas instrumentu muzejā, kur iespējams dzirdēt īstenu latgaļu valodu, savukārt Vidzemes daļā dialektu atšķirība nav tik liela, tomēr, pievēršot tam uzmanību, ļoti dzirdama.

Kā vēl vienu etnogrāfisko novadu atšķirību jāmin amatu prasmes. Latgale ir izslavēta ar amatniekiem, īpaši keramiķiem, ko maršrutā pārstāv keramiķu Dundenieku darbnīcas apmeklējums, tomēr Lubānas amatnieku centrs dod iespēju pārliecināties, ka arī Vidzemē ir spēcīgi amatnieki. Savukārt maizes cepšanai izmantojamo lizes mēli Vidzemē klāj ar kļavu, rabarberu, kāpostu, kalmju vai lupstāju lapām. Latgalē raksturīgi to darīt ne tikai ar šīm, bet arī ozolu lapām, kas dod īpaši spēcīgu aromātu (Ancāne, 2008). Maizes cepšanas tradīcijas tūristiem pavēsta māju "Birzupes 2" saimnieks, kas ļauj līdzdarboties maizes cepšanā gan krāsnī, gan uz ugunskura ar iesmu palīdzību.

ANALĪZE

Tūristiem tika izveidots maršruta apraksts, kurā ievietota visa informācija, kas jāzina, lai varētu gūt priekšstatu, izvēlēties šo maršrutu un doties ceļojumā. Svarīga maršruta apraksta daļa

ir neliels stāstu krājums, kurā apkopoti stāsti, leģendas un tautas dziesmas, kas atspoguļo Latgales – Vidzemes robežas lielo iespaidu uz cilvēku dzīvēm dažādos laikos. Ir plānots, ka tūristiem, kas dodas apceļot šo maršrutu, tiek izsniegts maršruta apraksta eksemplārs, kas ietver gan karti, objektu aprakstus, organizatorisko informāciju, "Varakļānu robežas" spēles noteikumus un stāstu krājumu. Maršruta apraksts veidots pēc iespējas pilnīgāks un kompaktāks, kas sniedz gan laika un ceļa plānu, kartes, kontaktinformāciju un adreses, naudas izlietojumu, ieteikumus, zaļos padomus un citu ceļotājiem noderīgu informāciju.

Lai gan Latgales – Vidzemes etnogrāfiskā robeža vairs netiek ģeogrāfiski atzīmēta kartē, tā joprojām pastāv un izpaužas kultūras atšķirībās abos novados. Lai gan to ir daudz, ar robežu un dažādo kultūru saistītie objekti ne vienmēr ir atrodami. Kā piemēru jāmin Varakļānu gadījums: novada teritorijā nebija iespējams piemeklēt objektu, kas saistītu Varakļānus, kultūru un robežu. Tomēr Varakļāni ir ļoti izteikta robežpilsēta, līdz ar to tā ir jāredz cilvēkiem, kas izvēlējušies maršrutu "Robežas stāsti". Kā risinājums tika izveidota orientēšanās spēle, kas ļauj apskatīt pilsētas galvenās piesaistes, tajā pašā laikā saprotot un ieraugot, cik daudz robežu mums ir apkārt. Spēle vai cita veda aktivitāte ļauj dažādot maršrutu un tūrista pieredzējumu, kā arī ir veids, kā maršruta tēmu sasaistīt ar konkrētu lokāciju.

Darba daļa – stāstu krājums – tika izveidots, veicot gan intervijas, gan literatūras un interneta izpēti. Stāstu krājums sastāv no piecām lapām ar sadzīviskiem stāstiem, kas ļauj ieskatīties apskatītās robežas nozīmē un tajā, kādas pēdas tās esamība atstājusi uz iedzīvotājiem ap to. "Piemēram, ir bijusi situācija, kad Dziesmu un deju svētku laikā Varakļānu koris un Varakļānu dejotāji iet zem atsevišķiem karogiem: viens zem Vidzemes, otrs – Latgales. Tāpat ir ar glābšanas dienestiem, jo ugunsdzēsēju pārvalde ir Vidzemē, savukārt ātrās palīdzības ir Latgalē. Un tā var turpināt ilgi (Ozoliņa 2016)." Vairāku šādu robežas radīto stāstu apkopojums ir viena no galvenajām maršruta apraksta daļām un viens no galvenajiem rezultātiem.

Pētījumam ir deviņi pielikumi, kuros var iepazīties ar dažādo Latgales – Vidzemes robežu maiņu laika gaitā, latviešu valodas dialektu lietojumu attēlojumu kartē, kā arī objektu atlases sīkāku apkopojumu un apsekojuma fotofiksācijas materiāliem. Izveidoti pielikumi, kas ir daļa no maršruta apraksta – detalizēta informācija par objektiem, laika un ceļa plāns, Varakļānu interaktīvās spēles "Varakļānu robežas" noteikumi un arī minētais stāstu krājums.

SECINĀJUMI

1. Latgales – Vidzemes robeža ir labs tūrisma resurss, kas ir dažādi interpretējams un iekļaujams tūrisma maršrutā. Robežas vēsturiskā rašanās ir radījusi Latgales un Vidzemes kultūras atšķirības, kas apvienojumā ar dabas resursiem ir spēcīga bāze, veidojot maršruta plānus šajā teritorijā.

2. Darbā apskatītās robežas tematika ir ļoti aktuāla: joprojām ir cilvēki, kas nepiekrīt mūsdienu Latvijas administratīvajam iedalījumam un labprāt atgrieztos pie vecā – etnogrāfisko novadu iedalījuma. Daudziem joprojām nav skaidrs, kur atrodas Latgales –

Vidzemes robeža, kas ir vēl viens veids, kā integrēt un interpretēt šo robežu tūrisma vidē.

3. Ja maršruta plānošanas laikā kādā vietā nav iespējams atrast tematam atbilstošu objektu vai vizuāli apskatāmu mantojumu, kā alternatīvu var izveidot aktivitāti un interpretēt vietu citādāk, kā tas ir darīts ar Varakļānu orientēšanās spēles piemēru.

4. Maršruta nogādāšanai līdz tūristam ir vairāki soļi, kas ietver tā izstrādi un saziņu ar TIC, kas varētu piedāvāt to tūristiem. Maršruta aprakstam ir jāiztur novadu tūrisma speciālistu izskatīšana, lai tas tiktu atzīts par atbilstošu un lai to iekļautu TIC piedāvājumā.

PRIEKŠLIKUMI

1. Lai maršruts būtu pielietojams realitātē, maršruta veidotājai jāuztur kontakts ar novadu TIC, lai veicinātu maršruta attīstību un pieejamību ceļotājam. Tā kā maršrutam ir iespējami divi sākuma punkti, tas īpaši jāpiedāvā novadu TIC, kas atrodas netālu no šiem sākuma punktiem. Lai veicinātu maršruta popularitāti, plānojama arī citu tuvāko novadu informācijas centru apzināšana un saziņas veidošana.

2. Maršruta attīstībai nākotnē jāparedz aktuālās informācijas atjaunošana, lai izvairītos no maldīgas informācijas sniegšanas ceļotājiem, kas jāveic, sadarbojoties maršruta autorei, pakalpojumu sniedzējiem un novadu TIC.

3. Ja turpmākajā maršruta funkcionēšanās laikā tiek atrasts kāds jauns stāts, kas atbilst apskatītās robežas tematikai, tad autorei stāstu krājums jāpapildina, nosūtot to informācijas centriem.

4. Lai maršruts funkcionētu efektīvi un būtu saistošs tūristiem, kā nākamo soli autorei pēc maršruta izstrādes ieteicams veikt maršruta bukleta izstrādi, kas veicama pēc izpētes, ja TIC un tūristiem radīsies interese par maršrutu.

AVOTU SARAKSTS

Ancāne, V. (2008). *Maizes grāmata*. Rīga: Apgāds Zvaigzne ABC, 31.–34. lpp.

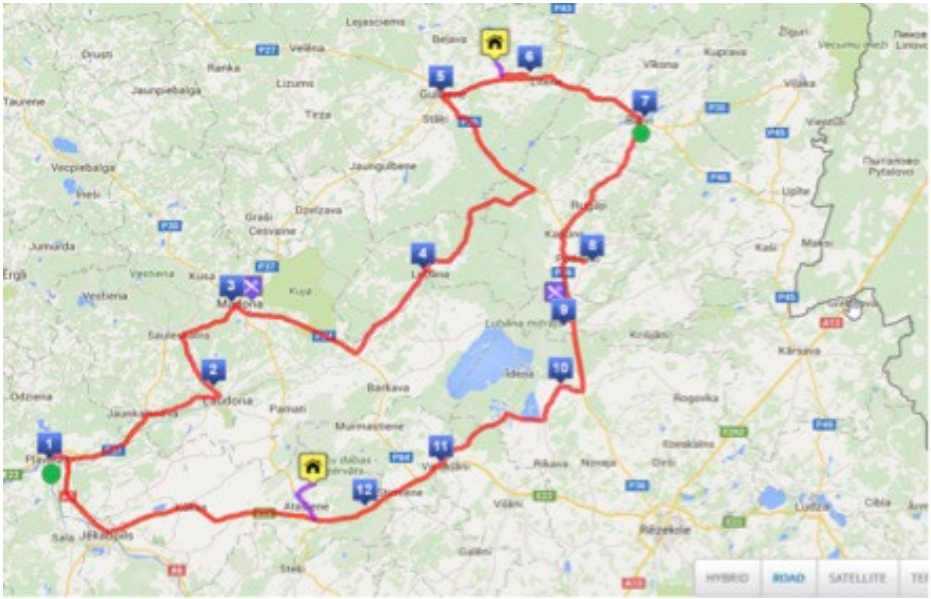
Karaša, D., Kraukle, D., Krustiņa, L., Strode R. (2014). *Latviešu tradīciju enciklopēdija*. Rīga: SIA "Liegra", 177.–189. lpp.

Ozoliņa, D. (2016). Varakļāniete. Telefonintervija 29. martā.

Turlajs, J. (red.) (2005). *Latvijas vēstures atlants*. Rīga: SIA "Karšu izdevniecība Jāņa sēta", 20., 47. lpp.

1.pielikums

Maršruta “Robežas stāsti” karte



BIZNESA VADĪBA

BIZNESA VADĪBAS UN EKONOMIKAS STUDIJU PROGRAMMU IZVĒRTĒJUMS VIDZEMES REĢIONĀ

THE EVALUATION OF BUSINESS ADMINISTRATION AND ECONOMICS STUDY PROGRAMS IN THE REGION OF VIDZEME

Autors: **ANETE VEICA**
Vidzemes Augstskola, studiju programma "Biznesa vadība"

Kontaktinformācija: anete.veica@va.lv, mob. tel. +371 28792089

Darba zinātniskais vadītājs: **Aigars Andersons**, Mg.oec.

KOPSAVILKUMS

Izglītība ir ļoti svarīga, lai spētu konkurēt darba tirgū, tāpēc liela daļa vidusskolu absolventu turpina mācības augstākās izglītības iestādēs. Latvijā ir ļoti plašas studiju iespējas pēc vidusskolas, taču lielākā daļa jauniešu izvēlas studēt Rīgā, jo nav pietiekoši informēti par studiju iespējām, piemēram, Vidzemes reģionā. Pētījumā izvēlētas biznesa vadības un ekonomikas studiju programmas, jo tās ir nepieciešamas jebkuras valsts attīstībai.

Darba "Biznesa vadības un ekonomikas studiju programmu izvērtējums Vidzemes reģionā" mērķis ir veikt Vidzemes reģionā realizēto biznesa vadības, uzņēmējdarbības un ekonomikas studiju programmu salīdzinošo analīzi, lai noskaidrotu esošās studiju iespējas pēc vidējās izglītības iegūšanas.

Darba gaitā analizēta informācija par biznesa vadības un ekonomikas studiju iespējām pēc vidusskolas absolvēšanas Vidzemes reģionā un noskaidrots, ka šādas studijas piedāvā 7 augstākās izglītības iestādes 11 studiju programmās.

ABSTRACT

Education is of immense importance if one wants to be able to compete in today's labour market, that's why many high school graduates seek further education in higher education institutions. In the end the majority decide to study in Riga, because they have not been properly informed about other possibilities, for example the higher education possibilities in the region of Vidzeme. Business Administration and Economics study programs were chosen for this research as they are a key element for development of any country.

The purpose of this study is to carry out a comparative analysis about Business Administration, Entrepreneurship and Economics study programs in the region of Vidzeme that are actually available for high school graduates.

During this study a comprehensive analysis was conducted about the Business Administration and Economics study programs available in the region of Vidzeme, which revealed that this type of studies are offered in 7 higher education institutions which in total have 11 programs that focus on these subjects.

ATSLĒGAS VĀRDI:

Biznesa vadības un ekonomikas studijas, Vidzemes reģions, vidusskolas absolvents.

IEVADS

Mūsdienās izglītība un attiecīgais izglītības līmenis ir ļoti svarīgs, lai iegūtu labu darba pieredzi un vēlāk arī darba vietu. Līdz izvēles izdarīšanai bieži vien ir nepieciešams ilgs laiks, lai izvērtētu visas iespējas, vēlmes, spēcīgākās jomas un attiecīgi pieņemtu lēmumu par piemērotāko studiju vietu un programmu. Taču tam visam ir nepieciešama motivācija, lai izlemtu un tālāk savu lēmumu īstenotu, kas bieži vien ir viena no lielākajām problēmām,

ar ko saskaras jaunieši. Svarīgi ir izvēlēties darīt to, kas tiešām patīk un padodas, un tad arī būs motivācija.

2015./2016. akadēmiskajā gadā Latvijā darbojas 57 augstākās izglītības iestādes, no kurām 17 ir valsts augstskolas, 17 – valsts koledžas, 14 – juridisko personu dibinātas augstskolas, 9 – juridisko personu dibinātas koledžas, un 2 – ārvalstu augstskolu filiāles (IZM, 2016). Studiju programmu un iestāžu dažādība Latvijā ir ļoti liela, un katrs izvēlas savām interesēm un zināšanām atbilstošāko. Arī biznesa vadības un ekonomikas studiju programmas tiek piedāvātas daudz un dažādas, un pēc autores domām ir ļoti nozīmīgas, jo tās sniedz plašas zināšanas, lai strādātu dažādos uzņēmumos un iestādēs, ieņemtu dažādus amatus, kā arī, lai izveidotu pats savu uzņēmumu.

Lielākā daļa jauniešu pēc vidusskolas absolvēšanas galvenokārt izvēlas studēt Rīgā, jo tur ir plašas iespējas, taču var būt, ka tie nav pietiekoši informēti par studiju iespējām ārpus Rīgas, piemēram, Vidzemes reģionā. Vidzemes reģionā ir viena augstskola un vairākas augstskolu un koledžu filiāles, kurās izglītības kvalitāte nav sliktāka. Vidzemes reģionā tiek piedāvāts plašs studiju programmu klāsts, konkrēti biznesa vadības un ekonomikas studijas. Izvēlēta tika tieši šī programma, jo tā ir nepieciešama jebkuras valsts attīstībai un, studējot Vidzemes reģionā un pēc studijām šeit veidojot kādu uzņēmumu, tiktu veicināta Vidzemes reģiona attīstība. Attīstoties attiecīgajam reģionam, tiktu piedāvātas papildus darba vietas vietējiem un darba meklējumos nebūtu jādodas uz Rīgu vai pat ārvalstīm, kas šobrīd ir būtiska tendence.

Šis pētījums paredzēts, lai izpētītu iespējas vidusskolu absolventiem apgūt biznesa vadības un ekonomikas studiju programmas Vidzemes reģionā, un noskaidrotu tieši šo studiju programmu nozīmību valsts attīstībā. Pētījuma rezultāti dos iespēju vidusskolu absolventiem uzzināt par studiju iespējām Vidzemes reģionā, lai visi netiektos tikai uz studēšanu Rīgā vai, piemēram, Londonā vai Ņujorkā, un ļaus izvēlēties piemērotāko studiju vietu atbilstoši konkrētā studenta spējām un vēlmēm pēc vidusskolas absolvēšanas.

METODES

1. Vidzemes reģiona koledžas un bakalaura līmeņa studiju programmu pieejamo datu apkopošana.

Lai iegūtu informāciju par augstākās izglītības iestādēm Latvijā, tika aplūkoti dažādi elektroniskie resursi – izglītības iestāžu un citas mājaslapas –, un attiecīgi tika izpētīts katras izglītības iestādes studiju programmu piedāvājums. Tika atlasītas augstākās izglītības iestādes, kurās tiek piedāvātas studiju programmas, kas saistītas ar biznesa vadību vai ekonomiku. Tālāk tika aplūkoti katras attiecīgās studiju vietas ikgadējie pašnovērtējuma ziņojumi un izglītības iestāžu mājas lapas, kur tika atlasīta nepieciešamā informācija. Pārējā informācija tika iegūta, nosūtot katrai attiecīgajai izglītības iestādes kontaktpersonai e-pastu ar nepieciešamajiem jautājumiem. Kopumā tik nosūtītas divas e-pasta vēstules katras izglītības iestādes pārstāvim.

2. Vidzemes reģiona vidusskolēnu aptauja.

Vidusskolēni ir galvenā augstskolu mērķauditorija, tāpēc ir svarīgi noskaidrot viņu viedokli par studēšanu, studiju vietas izvēlēšanos, informācijas iegūšanu par augstskolām u. tml. Pēc autores domām, anketa ir labākais veids, kā šo informāciju iegūt. Anketas tika izsniegtas izdrukātā veidā un aizpildītas rakstiski. Kopumā tika aptaujāti 152 skolēni: Valmieras Valsts ģimnāzijas viena 10., 11. un 12. klase, viena Siguldas Valsts ģimnāzijas 12. klase, Mālpils novada vidusskolas 10., 11. un 12. klase un Limbažu 3. vidusskolas 11. un 12. klase.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Vidzemes reģiona augstāko izglītības iestāžu analīze

Vidzemes reģionā ir 7 augstākās izglītības studiju iestādes, kuras piedāvā studiju programmas saistībā ar biznesa vadību vai ekonomiku (Latvijas Tālrunis, 2016). No tām viena ir augstskola – Vidzemes Augstskola –, taču pārējās ir augstskolu, koledžu vai akadēmiju filiāles. Attiecīgi ir divas augstskolu filiāles, Biznesa augstskola Turība un Rīgas Tehniskā universitāte, divas koledžu filiāles – Juridiskā koledža un Grāmatvedības un finanšu koledža –, un divas akadēmiju filiāles – Baltijas Starptautiskā akadēmija un Rīgas pedagoģijas un izglītības vadības akadēmija. Minētās izglītības iestādes atrodas tādās Vidzemes reģiona pilsētās kā Valmiera, Smiltene, Cēsis, Gulbene, Madona, Alūksne.

Visās šajās izglītības iestādēs kopumā tiek īstenotas 11 studiju programmas, kas saistītas ar biznesa vadību un ekonomiku. Četrās no minētajām augstskolām (ViA, BSA, RPIVA, RTU) tiek piedāvātas profesionālās augstākās izglītības bakalaura studiju programmas (ViA, 2015; BSA, 2014; BSA, 2015; RPIVA, 2016; RTU, 2016). Tiek īstenota arī viena akadēmiskā bakalaura studiju programma RTU. Un pārējās studiju programmas ir 1. līmeņa (koledžas) profesionālās studiju programmas (Turība, 2015; JK, 2016; VIAA, 2015).

Katra augstskola var pati noteikt studiju maksu, līdz ar to tā var atšķirties katrā studiju vietā. Visaugstākā pilna laika studiju maksa ir RTU un ViA, taču nepilna laika studijām – ViA un RPIVA (ViA, 2016; RTU, 2016; RPIVA, 2016). ViA un RTU augstāko studiju maksu var pamatot arī ar to, ka tās ir valsts augstskolas, kuras piedāvā arī valsts finansētas studiju vietas – budžeta vietas – studentiem. 2015./2016. mācību gadā ViA konkrētajā studiju programmā piešķīra 14 budžeta vietas, RTU – 6 un GFK – 2 (ViA, 2016; RTU, 2016; GFK, 2016).

Pēc ekspertu izteiktā viedokļa un autores domām prakse ir ļoti svarīga studiju sastāvdaļa, jo praktiska darbošanās reālā darba vietā vislabāk ļauj apgūt nepieciešamo un pielietot apgūtās zināšanas skolā. Vidzemes reģionā visās studiju programmās, kas ir saistītas ar biznesa vadību un ekonomiku, tiek iekļauta prakse, izņemot RTU akadēmisko bakalaura studiju programmu.

VIDUSSKOLĒNU APTAUJAS REZULTĀTI

Lielākā daļa aptaujāto (86,84%) plāno studēt pēc vidusskolas absolvēšanas, taču 7,24% plāno studēt ārpus Latvijas, un tikai 5,92% vidusskolēni nedomā turpināt mācīties, lai iegūtu augstāko izglītību.

Vairākums vidusskolēnu pēc vidusskolas absolvēšanas neplāno studēt kādā citā Latvijas pilsētā, bet gan Rīgā. Vairākums respondentu (36,18%) ir atbildējuši, ka drīzāk nestudēs citā pilsētā, taču 25,66% ir atbildējuši viennozīmīgi, ka neplāno studēt Rīgā. Kā galveno iemeslu, kāpēc jaunieši izvēlas studēt Rīgā, var minētu ļoti plašo izglītības iestāžu un studiju programmu piedāvājumu, jo Rīgā atrodas lielākā daļa Latvijas augstskolas un koledžas.

Vidusskolēni kā trīs vissvarīgākos faktorus, izvēloties studiju vietu, min studiju maksu, budžeta vietu skaitu un piedāvāto studiju programmu klāstu. 71,05% vidusskolēnu norādīja, ka noteicošais kritērijs studiju programmas izvēlē ir interesēm atbilstoša studiju programma. Kā pamatojumu studēšanai 82,24% respondentu min "lai iegūtu labāku darbu", un galvenokārt informāciju par studiju iespējām jaunieši uzzina internetā un no draugiem, radiniekiem, paziņām.

Vairāk nekā 60% respondentu neplāno vai drīzāk neplāno nekā plāno studēt kaut ko saistībā ar biznesa vadību un/vai ekonomiku, taču 63,16% uzskata šīs studijas par svarīgām Latvijas valsts attīstībai. Darba teorētiskajā daļā tika aplūkots, ka šīs studijas ir svarīgas un veicina konkrētās valsts attīstību, un ir redzams, ka šādi arī domā lielāka daļa vidusskolēnu. Taču topošie studenti neizvēlas to studēt un tas ir skaidrojams gan ar citām interesēm, gan nepietiekoši labām zināšanām konkrētajā jomā.

SECINĀJUMI

1. Vidzemes reģionā 7 augstākās izglītības iestādēs – ViA, BSA, Turība, JK, RPIVA, RTU, GFK – tiek piedāvātas 11 studiju programmas, kas saistītas ar biznesa vadību un ekonomiku.

2. Procentuāli lielākā daļa no vidusskolēniem turpina mācības kādā no augstākās izglītības iestādēm. Attiecīgi anketās 86,84% vidusskolēnu atzīmēja, ka plāno turpināt studijas, taču CSP dati uzrāda, ka 2014. gadā studijas turpināja 71,1% no visiem vidusskolu absolventiem.

3. Noteicošais kritērijs vidusskolēniem, izvēloties ko studēt, galvenokārt ir interesēm atbilstoša studiju programma.

4. Visvairāk vidusskolēni izvēlas iegūt augstāko izglītību, lai iegūtu labāku darbu vai iegūtu jaunas zināšanas, pilnveidotu sevi.

5. Topošie vidusskolu absolventi mācības galvenokārt plāno turpināt kādā no augstākās izglītības iestādēm Rīgā, jo tur ir visplašākais studiju iespēju piedāvājums.

6. Vairāk nekā puse no aptaujātajiem vidusskolēniem neplāno studēt kaut ko saistībā ar biznesa vadību un/vai ekonomiku, taču uzskata šīs studijas par nozīmīgām Latvijas valsts attīstībai.

7. Kopumā informācijas par studiju iespējām filiālēs ir ļoti maz, pat novecojusi un nepārskatāma, ir grūti atrast visu nepieciešamo, ja ir vēlme studēt kādā no Vidzemes reģiona augstākās izglītības iestādes filiālēm. Grūti pat saprast, vai attiecīgā filiāle vispār vēl darbojas, tāpēc labāk ir zvanīt uz konkrēto iestādi vai ierasties tur personīgi, lai

noskaidrotu visu nepieciešamo un interesējošo informāciju.

PRIEKŠLIKUMI

1. Vidzemes reģiona augstāko izglītības iestāžu filiālēm – BSA, JK, RPIVA, GFK – mājas lapās jāievieto plašāka informācija par studiju iespējām un tā regulāri jāatjauno, jo mūsdienās galvenais informācijas ieguves avots ir internets, līdz ar to arī par izglītības iestādēm topošie studenti sākotnēji meklē informāciju internetā – izglītības iestāžu mājas lapās.

2. Vidzemes reģiona augstākās izglītības iestādēm – BSA, Turība, JK, RPIVA, RTU, GFK – vairāk jāpopularizē filiāles, nevis tikai pati augstskola vai koledža, lai spētu piesaistīt daudz vairāk studentu, jo informācija par to, vai augstākās izglītības iestādēm ir filiāles un kādas studiju programmas tās piedāvā, nav viegli pieejama. Arī autore, uzsākot pētījumu, nezināja, ka Vidzemes reģionā ir tik daudz attiecīgo studiju programmu iespējas.

3. Topošajiem studentiem studiju vietas un programmas izvēle jāveic, balstoties uz savām interesēm, spējām un rūpīgi aplūkojot visus aspektus – konkrēto studiju plusus un mīnusus.

4. Vidzemes reģiona augstākās izglītības iestādēm sevi jāpopularizē galvenokārt internetā, veidojot dažādas reklāmas sociālajos portālos – draugiem.lv, Facebook, Twitter, Instagram –, ievietojot un regulāri atjaunojot plašu informāciju par studiju vietu un iespējām konkrētās izglītības iestādes mājas lapā, kas arī ir viens no lētākajiem un efektīvākajiem reklamēšanās avotiem. Tieši šādā veidā par izglītības iestādēm un to piedāvājumu visvairāk uzzina topošie studenti.

5. Gan Vidzemes reģiona, gan visas Latvijas topošajiem studentiem ir rūpīgi jāapsver studiju vietas un programmas izvēle, neaprobežojoties tikai ar studiju piedāvājumu Rīgā un netiecoties uz studiju programmām, kurās studē lielākais studentu skaits, jo studiju vietās, kurās ir mazāks studentu skaits, lielāka kontrole, individuāla pieeja, vairāk praktiskas lekcijas, iespēja individuāli veidot un prezentēt daudz un dažādus studiju darbus.

AVOTU SARAKSTS

1. Latvijas Tālrunis (2016). Izglītība: augstākā, augstskolas. Vidzeme. Pieejams: http://meklesanas-rezultats.zl.lv/Izgl%C4%ABt%C4%ABba%3A+augst%C4%81k%C4%81%2C+augstskolas/Vidzeme (aplūk. 25.03.2016.).

2. Baltijas Starptautiskā akadēmija (2014). Uzņēmējdarbība. Studiju programmas raksturojums. Pieejams: http://bsa.edu.lv/programs/progr_uzn_lv.html (aplūk. 26.03.2016.).

3. Baltijas Starptautiskā akadēmija (2015). Finanšu vadība. Pieejams: http://bsa.edu.lv/programs/progr_finvad_lv.html (aplūk. 26.03.2016.).

4. Biznesa augstskola Turība (2015). Studiju virziena "Ekonomika" pašnovērtējuma ziņojums

2014./2015. studiju gadā. Pieejams: http://www.turiba.lv/f/Ekonomika_2014_2015_majasl.pdf (aplūk. 26.03.2016.).

5. Grāmatvedības un finanšu koledža (2016). Studiju maksa. Pieejams: http://www.koledza.lv/best/index.php/lv/uznemsana/studiju-maksa (aplūk. 27.03.2016.).

6. Izglītības un zinātnes ministrija (2016). Pārskats par Latvijas augstāko izglītību 2015. gadā. Galvenie statistikas dati. Pieejams: http://www.izm.gov.lv/images/izglitiba_augst/Parskats_2015.pdf (aplūk. 05.05.2016.).

7. Juridiskā koledža (2016). Studiju programmas. Pieejams: http://www.jk.lv/studiju_programmas (aplūk. 26.03.2016.).

8. Rīgas Pedagoģijas un izglītības vadības akadēmija (2016). Studiju programma "Komercdarbība un uzņēmuma vadība". Pieejams: http://www.rpiva.lv/index.php?mh=studiju_prog&pro=SK0308 (aplūk. 27.03.2016.).

9. Rīgas Pedagoģijas un izglītības vadības akadēmija (2016). Studiju maksa 2016./2017. akadēmiskajam gadam. Pieejams: http://www.rpiva.lv/pdf/studiju_maksa_majas_lapai_2016.pdf (aplūk. 27.03.2016.).

10. Rīgas Tehniskā universitāte (2016). Pamatstudiju programmas 2016./2017. studiju gadā. Pieejams: http://www.rtu.lv/content/view/1168/1146/lang,lv/ (aplūk. 25.05.2016.).

11. Rīgas Tehniskā universitāte (2016). Studiju programma "Uzņēmējdarbība un vadīšana". Pieejams: https://stud.rtu.lv/rtu/spr_export/prog_pdf_lv.114 (aplūk. 25.05.2016.).

12. Valsts izglītības attīstības aģentūra (2015). Grāmatvedība un finanses. Grāmatvedības un finanšu koledžas Valmieras filiāle. Pieejams: http://www.niid.lv/niid_search/program/2433 (aplūk. 27.03.2016.).

13. Vidzemes Augstskola (2015). Studiju virziena "Vadība, administrēšana un nekustamo īpašumu pārvaldība" pašnovērtējums 2014./2015. ak. g. Pieejams: http://www.va.lv/sites/default/files/bv_virziena_pasnovertejuma_zinojums.pdf (aplūk. 26.03.2016.).

14. Vidzemes Augstskola (2016). Biznesa vadība. Pieejams: http://www.va.lv/lv/lapa/biznesa-vadiba (aplūk. 09.04.2016.).

KURJERPASTA PAKALPOJUMU SALĪDZINOŠĀ ANALĪZE LATVIJĀ UN VĀCIJĀ

COMPARATIVE ANALYSIS OF COURIER SERVICE IN LATVIA AND GERMANY

Autors: **MARINA VELDRE**
Vidzemes Augstskola, studiju programma "Biznesa vadība"

Kontaktinformācija: marina.veldre@va.lv, mob.tel. +371 26149119

Darba zinātniskais vadītājs: **Aigars Andersons**, Mg.oec.

KOPSAVILKUMS

Globālās ekonomikas attīstība iepriekšējos piecos gados strauji augusi, par to liecina arī patstāvīgā e-komercijas izaugsme. Tieši e-komercijas tirgus patstāvīgā un straujā izaugsme ir viens no noteicošiem faktoriem, kas veicinājis kurjerpasta tirgus strauju attīstību visā pasaulē. Nenoliedzami, ka tam līdzi attīstījušās arī tehnoloģijas un informācijas sistēmas, kas tiek pielietotas, lai nodrošinātu e-komercijas ietekmē arvien pieaugošās informācijas daudzuma administrēšanu. Tehnoloģiju lietošanas ērtums un to ietekmē radušās daudzās priekšrocības ir veicinājušas e-tirgus attīstību, tādējādi uzņēmējdarbības vide tiek orientēta uz e-vidi. Tiek veidoti e-veikali, e-pakalpojumu tiešsaistes platformas, ir izzudušas ģeogrāfiskās robežas. Līdz ar ekonomikas izaugsmi iedzīvotāju pirktspēja ir ievērojami uzlabojusies. E-komercijas izaugsme ir veicinājusi kurjerpasta veikto sūtījumu strauju pieaugumu. Klienti arvien vairāk novērtē piegādes un nosūtīšanas pakalpojuma ērtumu, ātrumu, komfortu. Darba autore šajā pētījumā salīdzinās Latvijas un Vācijas piecu lielāko kurjerpasta pakalpojumu sniedzēju uzņēmumus, un novērtēs, kurā no valstīm šie pakalpojumi ir izdevīgāki un ērtāk lietojami.

ABSTRACT

The development of global economy has been rapidly growing during the last five years as the continuous growth of e-commerce indicates. The continuous and fast growth of the e-commerce market is one of the determinant that has contributed to rapid development of the courier market in the whole world. It is undeniable that along with it, technologies and information systems used for the management of the ever increasing amount of information have also developed as a result of e-commerce. Convenient usage of technologies and a number of their advantages have contributed to the development of the e-market, thus the business environment is more focused on e-environment, there are e-stores, and online platforms for e-services established, geographical boundaries have disappeared. Along with the economic growth, the purchasing capacity of people has improved significantly, and e-commerce growth has contributed to rapid increase in courier's consignments. More and more customers appreciate convenience, speed, and comfort of delivery and shipment services. The author of the Paper compares five largest Latvian and German courier companies in this research and shows in which country the services are more advantageous and convenient for the customers.

ATSLĒGAS VĀRDI

Kurjerpasts, e-komercija, nākotnes piegādes, loģistika, Vācija.

IEVADS

21. gs. tehnoloģiju straujā attīstība un tās sniegtās iespējas ir sekmējušas jaunas uzņēmējdarbības nozares, tajā skaitā e-komercijas veidošanos. E-komercijas, tehnoloģiju un informācijas sistēmu straujas attīstības rezultātā ir izveidojušies jauni, un vēl nebijuši e-komercijas uzņēmējdarbības veidi. Vislielāko popularitāti ir ieguvuši tiešsaistes interneta veikali. Tieši e-komercija ir viens no faktoriem, kas sekmējis kurjerpasta tirgus

strauju attīstību, veicinot arī paku saņemšanas un nosūtīšanas pakalpojuma modernizāciju. Kurjerpasta un eksprespasta sūtījumu tirgu nenoliedzami ietekmē vispārējs ekonomikas pieaugums, un e-komercija ir pasta virzītājspēks (Mudulis, 2014). Ekonomikai atgūstoties, palielinās iedzīvotāju pirktspēja un tie biežāk izvēlas komforta piegādi ar kurjeru līdz durvīm (Mudulis, 2014).

Sakarā ar to, ka šajā nozarē pieaudzis kurjerpasta pakalpojumu sniedzēju skaits un tirgus ir pieblīvēts, ir pieaugusi arī konkurence šo uzņēmumu starpā, notiek sīva cīņa par piegādes pakalpojuma kvalitāti, tā izpildes laiku, maksu un bezmaksas pievienoto vērtību šī pakalpojuma lietotājiem. Ar pētījuma palīdzību autore salīdzinās kurjerpasta pakalpojumus starp divām valstīm, Latviju un Vāciju, un, vadoties pēc konkrētiem kritērijiem, noskaidros, kurā valstī, kuru faktoru ietekmē šī pakalpojuma nosacījumi klientiem ir izdevīgāki.

Lai nodrošinātu konkurētspējīgu paku nosūtīšanas un piegādes pakalpojumu, ir iesaistītas trīs atsevišķas un perspektīvas uzņēmējdarbības nozares – loģistika, transports un e-komercija, kuras visas ir cieši saistītas, un viena bez otras mūsdienās nevar pastāvēt, jo kurjerpasts ir viens no loģistikas virzieniem. Šo nozaru sakārtotas mijiedarbības rezultātā tiek nodrošināta dažāda veida sūtījumu saņemšana un nosūtīšana teju uz jebkuru pasaules valsti. Kurjerpasta pakalpojumu uzņēmuma veiksmes faktors bieži vien ir labi organizēta loģistika.

Kurjerpasta biznesu nekādi nevar skatīt atsevišķi no loģistikas un transporta nozarēm. Straujas informācijas tehnoloģiju attīstības rezultātā ir attīstījusies e-komercija, tieši tādēļ darba autore pētījamā apskatīs visas šīs nozares, jo no šo nozaru savstarpējas mijiedarbības rezultāta ir atkarīga pakalpojuma attīstība un ilgtspēja. Kurjerpasta tirgus nepārprotamas izaugsmes apstākļos darba autorei pētījuma gaita bijusi īpaši aizraujoša.

Pētījuma objekts: Vadošie kurjerpasta pakalpojumu sniedzēji Latvijā un Vācijā.

Pētījuma priekšmets: Latvijas un Vācijas kurjerpasta sniegtie pakalpojumi.

Pētījuma mērķis: veikt Latvijas un Vācijas kurjerpasta pakalpojumu salīdzinošo analīzi, lai noteiktu kurjerpasta attīstības tendences un sniegtu priekšlikumus Latvijas un Vācijas kurjerpasta pakalpojumu sniedzējiem pakalpojumu uzlabošanai.

PAMATOJOTIES UZ IZVIRZĪTO MĒRĶI, TIKA NOTEIKTI SEKOJOŠI DARBA UZDEVUMI:

1. Veikt teorētiskās literatūras apkopojumu par kurjerpasta pakalpojumiem un to sniegšanā iesaistītajām nozarēm – uzņēmējdarbības loģistiku, transporta pārvadājumiem, elektronisko tirdzniecību un informācijas sistēmām.

2. Raksturot normatīvo bāzi par kurjerpasta pakalpojumu sniegšanu Latvijā un Vācijā.

3. Raksturot Latvijas un Vācijas kurjerpasta pakalpojumu sniedzējus, to pakalpojumus.

4. Noteikt kurjerpasta attīstības tendences.

5. Veikt Latvijas un Vācijas kurjerpasta pakalpojumu salīdzinošo analīzi pēc noteiktiem kritērijiem.

6. Pētījuma rezultātā izvērtēt Latvijas un Vācijas kurjerpasta pieredzi pakalpojumu sniegšanā, izvirzīt secinājumus, un piedāvāt priekšlikumus iespējamai pakalpojumu uzlabošanai.

METODES

1. Monogrāfiskā vai aprakstošā pētījuma metode, apkopojot teorētisko literatūru. Tās ietvaros notikusi informācijas vākšana un apkopošana par pētāmo objektu.

2. Statistikas datu apkopojums un analīze – veidotas tabulas un attēli, lai vieglāk uztvertu pētījumā izmantotos statistiskos datus.

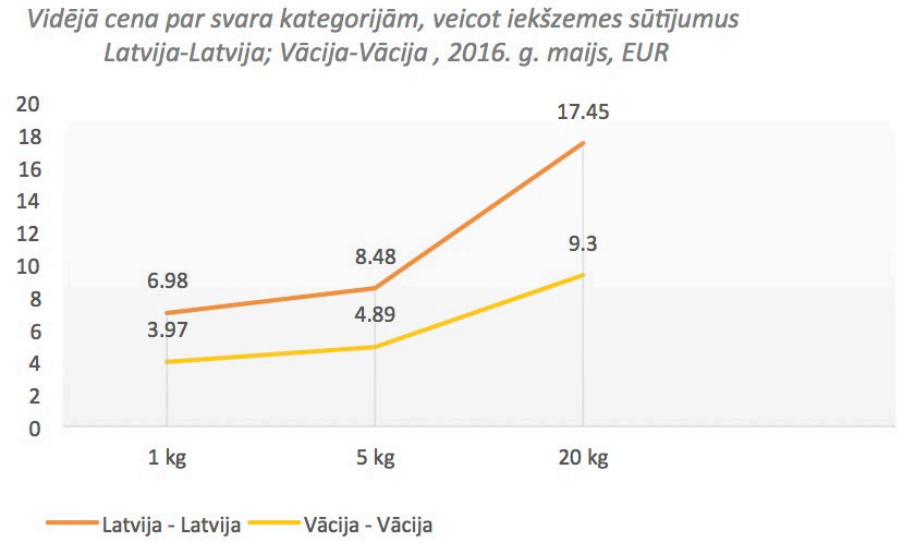
3. Loģiski konstruktīvā pētījuma metode izmantota, lai pētījumā tiktu ietverta svarīgākā informācija, kas attiecas uz pētāmo tēmu, izslēdzot pārlieku plašu un nenozīmīgu informācijas un datu izmantošanu.

4. Dokumentu analīze – uzņēmumu ārējie dokumenti, nozares un valsts dokumenti par dažādiem pasta nozares un kurjerpasta ekonomiskajiem procesiem.

5. Salīdzinošā analīze – tabulu un attēlu veidā salīdzināti abu valstu kurjerpasta sniegtie pakalpojumi.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Pētījuma analīzes un rezultātu praktiskajā daļā tika veikta piecu vadošo Latvijas un Vācijas kurjerpasta pakalpojumu sniedzošu uzņēmumu analīze. No Latvijas uzņēmumiem tika izvēlēti SIA DPD, Latvijas Pasts, DHD Latvija, kā arī pakomātu uzņēmumi SIA OMNIVA un "Pasta stacija". Savukārt no Vācijas kurjerpasta pakalpojumu sniedzējiem izvēlēti DHL, DPD, GLS, HERMES un UPS (Stiftung Warentest, 2014). Šajā pētījumā salīdzināti kurjerpasta pakalpojuma sniedzēji un to pakalpojumi pēc 26 (divdesmit sešiem) dažādiem kritērijiem. Būtisku ieguvumu pētījuma rezultātam sniedz izmaksu analīze iepriekš noteiktām svara kategorijām, nosūtot 1, 5, 20 kg lielu sūtījumu virzienos Latvija – Latvija, Latvija – Vācija, Vācija – Vācija, Vācija – Latvija, un pieņemot, ka sūtījumu veikšanu veic privātpersona par iespējami zemākām izmaksām. Datu analīzes rezultāti liecina par sekojošu situāciju (skatīt 1. un 2. attēlu).



1.attēls. Vidējā pakalpojuma cena, kurjerpastu paku iekšzemes sūtījumiem Latvijā un Vācijā, 2016.

1.attēls ļauj secināt, ka Vācijas iedzīvotāji, nosūtot sūtījumu savas valsts robežās, izdod no 42% līdz pat 47% mazāku naudas summu nekā Latvijas iedzīvotāji Latvijas valsts robežās.

2.attēls. Vidējā pakalpojuma cena kurjerpastu paku pārrobežu sūtījumiem Latvija – Vācija, Vācija – Latvija, 2016.

No 2.attēla izriet, ka Latvijas iedzīvotajiem nākas šķirties no 36% - 49% lielākas naudas summas, nosūtot sūtījumu uz Vāciju, nekā Vācijas iedzīvotājiem uz Latviju. Kā atklāj pētījums, viena un tā paša pakalpojuma maksas atšķirība ir ievērojama, tādēļ darba autore iesaka Satiksmes Ministrijai sadarboties ar šajā pakalpojumu nozarē iesaistītajiem uzņēmumiem un veikt likumdošanas izmaiņas, lai Latvijas iedzīvotājiem kurjerpasta pakalpojumi būtu pieejami par vienmērīgākām cenām.

Pētījums atklāj, ka Latvijas likumdošanā kurjerpasta definīcija neatbilst mūsdienu tirgus prasībām, tādēļ darba autore pētījuma rezultātā izveidojusi precīzāku iespējamo mūsdienu kurjerpasta definīciju: kurjerpasts ir komersants, kas veic pasta funkcijas iespējami īsā laika posmā, droši piegādājot iekšzemes un/vai pārrobežu dažādu izmēru paku, vēstuļu un informācijas sūtījumus uzņēmumiem un privātpersonām, un piešķirot pakalpojumam pievienoto vērtību.

Tieši pievienotā vērtība, kā, piemēram, ērta pakalpojuma pieteikšana, drošība, sūtījuma izsekošana kurjerpasta sūtījumu piegādes pakalpojumam ir tā, kas universālā pasta pakalpojumu, ko Latvijā likuma ietvaros sniedz tikai VAS "Latvijas pasts", atšķir no kurjerpasta, un klienti, to novērtējot, šo pakalpojumu izmanto arvien vairāk. Tas ir fakts, kas ilustrē varas pāreju klienta rokās (Fisks, 2009: 25), jo ilgtermiņā klientiem svarīgs ir serviss un tā kvalitāte (Vitemburga, 2012). Kurjerpasts ir arī ātrākais pasta pakalpojums ar visaugstāko prioritāti (Andersone, 2012).

Pētījuma gaitā tika izvērtēts kurjerpasta pakalpojumu klientu loks. Analīzes rezultāti liecina, ka lielākā daļa sūtījumu notiek starp B2B iekšzemes un pārrobežu klientu grupām, taču pēdējos piecos gados būtiski pieaudzis sūtījumu skaits B2C klientu grupā.

Veiktā pētījuma rezultāti liecina, ka, ieviešot pakomātus, ir notikusi kurjerpasta pakalpojumu sniedzēju darba pārdale, kuras rezultātā, strauji palielinoties sūtījumu skaitam, kurjerpasta pakalpojumu sniedzēju ikdienas darbs, veicot sūtījumu piegādes, ir nedaudz atvieglots. Pakomātu ieviešana devusi izmērāmus rezultātus un priekšrocības – kā, piemēram, pakalpojumā iesaistītajām abām pusēm ir uzlabojusies laika efektivitāte, samazinājusies pakalpojuma maksa, samazinājies tiešs kontakts ar klientu un citas būtiskas priekšrocības.

Pētījuma gaitā izvirzīti šādi kurjerpasta pakalpojumu ietekmējošie faktori abās valstīs:

- pieaugošā tendence vairumtirgotājiem izmantot starptautiskā kurjerpasta pakalpojumus, klientu iepirkšanās paradumu maiņa (tie vēlas saņemt un/vai nosūtīt sūtījumu ātri, ērti, par izdevīgu cenu, un vislabāk jebkurā diennakts laikā),
- ģeogrāfisko robežu izzušana,
- tehnoloģiju un loģistikas informācijas sistēmu attīstība,
- sīva cīņa konkurentu starpā par klientu.

Taču kā būtiskāko konkurējošo priekšrocību kurjerpasta pakalpojumam darba autore

izvirza iespēju sūtījumu saņemt un/vai nosūtīt visu diennakti (24 stundas/7 dienas nedēļā), ko Latvijā ar pārliecinošiem izaugsmes rezultātiem realizē pakomātu tīkls SIA OMNIVA.

Pētot un analizējot vairāku citu valstu ekspertu viedokļus un veiktos pētījumus par piegāžu nākotnes tendencēm, darba autore secina, ka nākotnes piegādes un iepirkšanās viennozīmīgi raksturo šādi kritēriji:

- ilgtspējība,
- inovācijas,
- 85% iepakojuma ir bioloģiski pārstrādājams un ražots no otrreizējās pārstrādes izejvielām,
- pēc iespējas videi draudzīgas piegādes,
- parastajam transportam grūti pieejamās vietās (piem. kalni, ielejas, stāvas nogāzes) netālu no lielajiem loģistikas centriem sūtījumu piegādēs tiks izmantoti bezpilota lidaparāti vai tā sauktie droni, veicinot ātru sūtījuma piegādi.

SECINĀJUMI

1. Latvijā par +17.2% ↑, savukārt Vācijā par +15.2% ↑ palielinājies to personu skaits, kuri lieto internetu katru vai gandrīz katru dienu, ievērojami pārsniedzot Vācijas un ES vidējos rādītājus, kas būtiski veicinājis kurjerpastu tirgus strauju attīstību pēdējo sešu gadu laikā.

2. Cenu atšķirības starp valstīm, nosūtot 1 kg smagu paku Vācijas robežās, sasniedz 19,4% (Latvijā 86%), 5 kg paku – 35 % (Latvijā 85 %), 20 kg paku – 59,9% (Latvijā 90,9%). Minētie rādītāji norāda, ka vidējā cenu atšķirība kurjerpasta pakalpojumiem abu valstu starpā sasniedz 49,2%.

3. Cenu atšķirības, nosūtot 1 kg paku no Vācijas uz Latviju, sastāda 70,4% (Latvijā 88,7%), 5 kg paku – 49,2% (Latvijā 72 %), 20 kg paku – 56,3% (Latvijā 73,5%). Vidējā cenu svārstība abu valstu starpā šim pakalpojumam sastāda 19,4%.

4. Uzņēmums SIA „POST SERVICE KURZEME" uzsāka savu darbību kā pirmie Latvijā, uzsākot inovatīvu piegādes pakalpojumu – automatizētu pasta terminālu tīklu „Pasta Stacija" – privātpersonām un uzņēmumiem, kuriem svarīga ātra un finansiāli izdevīga preču piegāde, tādējādi pāršķirot jaunu lappusi Latvijas pasta vēsturē un ieviešot inovatīvu un mūsdienīgu pakalpojumu.

5. Tirgus līderis Latvijā, vērtējot pēc zemākās cenas un pakalpojuma pievienotās vērtības, ir pakomātu tīkls OMNIVA, aiz kura seko pasta paku termināļi "Pasta Stacija", taču trešajā vietā ierindojas VAS "Latvijas pasts".

6. Kurjerpasta pakalpojumu lietotāji dod priekšroku pakomāta sniegtajām priekšrocībām, sūtāmo paku nosūtot sev vēlamā laikā un vietā, tādējādi ietaupot kā kurjera, tā savu laiku,

vienlaikus samazinot pakalpojumu maksu.

7. Efektīvi un uzticami piegādes pakalpojumi ir viens no reāla un efektīva vienotā digitālā tirgus būtiskākajiem pīlāriem.

8. Nākotnē ļoti nozīmīgu vietu ieņems nepārtraukta inovāciju ieviešana e-komercijas nozarē, domāšana jaunos virzienos, lai noturētu un attīstītu savu konkurētspēju.

PRIEKŠLIKUMI

1. Latvijas Satiksmes ministrijai veikt būtiskas izmaiņas likumdošanā, ņemot vērā mūsdienām atbilstošo situāciju. Precīzi definēt kurjerpasta pakalpojumu kvalitātes vadības sistēmu, kura tiktu piemērota visiem kurjerpasta pakalpojuma sniedzējiem.

2. Latvijas Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijai sadarbībā ar Satiksmes Ministriju, vadoties no Vācijas piemēra, Latvijā ieviest vienotu atslēgvārdu, kas apvienotu tiešsaistes interneta veikalus un tiešsaistes kurjerpasta pakalpojumu sniedzējus – interaktīvais tirgotājs/komersants/uzņēmums/uzņēmējs, to iekļaujot likumdošanā.

3. Latvijas Loģistikas Asociācijai pārņemt labās prakses vadlīnijas no Vācijas Loģistikas asociācijas un būtiski uzlabot mājas lapas saturu, aktīvi vienkopus publicējot ar nozari saistītās tendences un situāciju kā Latvijā, tā arī ārvalstīs. Veikt pētījumus par situāciju Latvijā, tādējādi veicinot pakalpojuma attīstību un inovāciju ieviešanu.

4. Latvijas Sabiedrisko pakalpojumu regulēšanas komisijai izstrādāt vienotu kvalitātes novērtēšanas sistēmu un kritērijus, lai veiktu visu kurjerpasta pakalpojumu sniedzēju novērtēšanu Latvijā, veicinot klientu uzticību pakalpojuma sniedzējiem.

5. Apvienojoties Latvijas un Vācijas nozares profesionāļiem un ekspertiem, izdot teorētisko un profesionālo literatūru par kurjerpasta nozari.

6. VAS "Latvijas pasts" uzlabot mājas lapas saturu un meklēšanas iespējas tajā.

AVOTU SARAKSTS

1. Andersone, L. (2012). Kurjerpasts. Pieejams:

https://prezi.com/e_wxtwdst0ow/kurjerpasts (aplūk. 16.04.2016.).

2. Fisks, P. 2009. Mārketinga ģēnijs. Rīga: Jāņa Rozes apgāds, 25., 47. lpp.

3. Mudulis, E. (2011). Ekspresspasta un kurjerpasta izrāviens. Pieejams:

http://www.db.lv/laikraksta-arhivs/transports-logistika/ekspresspasta-un-8232-kurjerpasta-izraviens-257150 (aplūk. 21.04.2016.).

4. Stiftung Warentest (2014). Paketdienste: Schnell, aber ruppig – fünf Anbieter im Test. Pieejams:

https://www.test.de/Paketdienste-Schnell-aber-ruppig-fuenf-Anbieter-im-Test-4781001-4781131/ (aplūk. 03.05.2016.).

5. Vitenburga, I. (2012). Transporta nozares kurjerpasta kompānijas šogad piedāvā nepamatoti zemas cenas. Pieejams:

http://www.leta.lv/lvbparskats/lvbparskats/news/AA2F5903-9D9C-4E70-BDA9-2F77385DC632/ (aplūk. 30.04.2016.).

RISKU NOVĒRTĒJUMS VALSTS TIEŠĀS PĀRVALDES IESTĀDĒS

RISK ASSESSMENT IN THE INSTITUTIONS OF THE STATE DIRECT ADMINISTRATION

Autors: **SIGNE KORITKO**
Latvijas Universitāte, doktora studiju programma "Vadībzinātne"

Kontaktinformācija: signe.koritko@inbox.lv

Darba zinātniskais vadītājs: **Lilita Seimuškāne**, Dr.sc.administr.

KOPSAVILKUMS

Rakstā pamatā ir pētījums valsts tiešās pārvaldes iestādēs (turpmāk – iestāde) par iestāžu iekšējo un ārējo risku novērtējuma esamību iekšējās kontroles sistēmas kontekstā, kā arī izstrādāti priekšlikumi iestāžu iekšējās kontroles sistēmas uzlabošanai, lai radītu saistību starp iestādes mērķu sasniegšanu un risku iestāšanās varbūtību. Šī mērķa izpildei tika veikta iestāžu anketēšana un veikta salīdzinošā iegūto anketas datu analīze. Pēc anketēšanas tika noskaidrots, ka atsevišķās iestādēs nav novērtēta risku iestāšanās varbūtība un to ietekme uz iestādes mērķu sasniegšanu.

ABSTRACT

The article is based on the study carried out at state direct administration institutions (hereinafter called Institutions) regarding the existence of internal and external risk assessment in the context of the internal control system; the author has developed proposals to improve the internal control system, to create a link between the institution objectives and risk probability. For this purpose, a survey was conducted in Institutions and comparative analysis of data obtained in the questionnaire was carried out. Results of the survey showed that some Institutions do not assess risk probability and its impact on the Institution's objectives.

ATSLĒGAS VĀRDI:

Riski, iekšējā kontrole, kontrole, pārvaldība, valsts pārvalde.

IEVADS

Raksta aktualitāti pamato fakts, ka 2015. gadā veiktajā valsts tiešās pārvaldes iestāžu (turpmāk – iestāde) anonīmā izlases anketēšanā Iekšlietu ministrijas, Finanšu ministrijas un Tieslietu ministrijas padotībā esošajās iestādēs tika konstatēts, ka iestādēs ir daudz trūkumu ārējo risku novērtējumu veikšanā. Salīdzinoši, ja anketēšanā tika konstatēts, ka 88,8% gadījumu tika veikts iekšējo risku novērtējums iestādēs, tad tikai 44,4% gadījumu tika veikts ārējo risku novērtējums. Ņemot vērā to, ka anketēšana notika izlases veidā un tikai trīs ministrijās, pilnvērtīgu ainu par risku novērtējuma ietekmi uz iekšējās kontroles sistēmu var gūt tikai, veicot detalizētu pētījumu par risku novērtējumu iestādēs.

Līdz ar Ministru kabineta 2012. gada 8. maija noteikumu Nr. 326 "Noteikumi par iekšējās kontroles sistēmu tiešās pārvaldes iestādēs" pieņemšanu, viens no iestāžu obligātajiem uzdevumiem ir risku noteikšana. Lai izpildītu doto uzdevumu iestādēm ir jāveic gan risku identifikācija, gan risku esamības vērtējums.

Raksta mērķis ir iepazīstināt ar iestādes iekšējās kontroles sistēmas elementu – risku novērtējumu, kas izriet tieši no Ministru kabineta 2012. gada 8. maija noteikumiem Nr. 326 "Noteikumi par iekšējās kontroles sistēmu tiešās pārvaldes iestādēs", aplūkojot to trūkuma ietekmi uz iestādēm ikdienas darbībā ar mērķi izstrādāt priekšlikumus iestāžu risku novērtējuma veikšanas uzlabošanai un raisīt diskusiju par to, kā var palielināt iestādes

darbības efektivitāti, ja tiek veikts gan iekšējo, gan ārējo risku novērtējums iestādē.

Raksta mērķa sasniegšanai ir noteikti šādi uzdevumi: analizēt risku novērtējuma elementu esamību vai neesamību un ietekmi uz iestādēm, izmantojot monogrāfisko, analītisko datu apstrādes un aptaujas pētījuma metodi.

Jāatzīmē, ka raksta pētījuma ierobežojumi ir saistīti ar jēdzienu "iestādes", jo turpmāk ar šo jēdzienu darbā tiek apzīmēta visa valsts pārvaldes institucionālā sistēma kopumā (valsts tiešās pārvaldes iestādes, izņemot ministriju centrālos aparātus). Rakstā nav pētītas pašvaldības, valsts un pašvaldību kapitālsabiedrības, jo, veidojot pētāmo subjektu loku, tika secināts, ka pašvaldībām, valsts un pašvaldību kapitālsabiedrībām piemīt savas īpatnības risku novērtējumā, kas saistītas ar iekšējās kontroles sistēmas uzbūvi, un kas ir atsevišķas izpētes vērtas.

Raksta galvenais kritērijs bija risku novērtējuma praktiskā esamība iestādēs un vajadzība pēc profesionālas risku noteikšanas un novērtēšanas iespējamības iestādēs. Pēc teoretiskās literatūras izpētes iekšējās kontroles sistēmas kontekstā, kurā tika analizētas kontroles vides pozitīvās pazīmes, tika aplūkoti arī uz pārkāpumiem uzvedinoši apstākļi – neefektīva atbildības dalīšana, risku vadības trūkums, neefektīva augstākās vadības uzraudzība. Līdz ar to autores ieskatā pilnvērtīgu ainu par risku novērtējuma ietekmi uz iekšējās kontroles sistēmu var noteikt tikai, veicot detalizētu pētījumu par risku novērtējumu iestādēs, sākot ar faktu apzināšanu par to, vai iestādēs vispār tiek apzināti riski.

METODE

Pēc veiktās literatūras analīzes tika secināts, ka tikai iestādes vadītāji paši nosaka kontroles vidi, tostarp, nosaka pieņemamo risku līmeni, definē risku pārvaldības stratēģiju, kādus risku vadības teoretisko modeļu elementus izmantot iestādē un šīs noteiktās robežas bieži var deformēt iekšējās kontroles sistēmu – kopumā radīt tajā trūkumus. Tāpēc pētījumā tika analizētas iestāžu anketas, kuras autore saņēma no iestādēm laika periodā no 2015. gada 1. oktobra līdz 2016. gada 1. aprīlim. Par pamatu anketas izstrādei tiek ņemta vērā autores teoretisko iekšējās kontroles sistēmas kombināciju izpēte Latvijā un katra konkrētā teoretiskā modeļa iezīmju analīze, kas deva pārliecību par trūkumu esamību iekšējās kontroles sistēmās, kā arī fakts, ka Latvijā modeļi tiek kombinēti (European Commission, 2012). Teoretiskais COSO (no angļu val. Sponsorēšanas atbalsta komisija ASV) modeļa pamats, kas ir galvenais teoretiskais iekšējās kontroles sistēmas modelis iestādēs Latvijā, sastāv no piecām galvenajām kontroles zonām, no kurām divi elementi ir tieši saistīti ar riskiem: 1) risku vide; 2) risku un prioritāšu identificēšanu kontroles vajadzībām (COSO Guidance, 2009).

Otrkārt, Latvijā Ministru kabineta 2012. gada 8. maija noteikumi Nr. 326 "Noteikumi par iekšējās kontroles sistēmu tiešās pārvaldes iestādēs" definē, ka iekšējās kontroles sistēma sastāv no 6 galvenajām kontroles zonām (elementiem), no kuriem viens ir risku noteikšana, analīze un novērtēšana. Tāpēc turpmāk tika analizēta iestāžu spēja identificēt (apzināt) riskus iekšējās kontroles sistēmas uzlabošanai, vienlaicīgi ar iestāžu vispārējo spēju veikt

risku pārvaldību, lai uzlabotu kopējos iestādes darbības rezultātus.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Tika saņemtas aizpildītas aptaujas anketas no 85 iestādēm (izņemot ministriju centrālos aparātus). Iestādēm bija jāatzīmē viena no atbildēm uz atsevišķiem jautājumiem par iekšējo un ārējo risku novērtējumu, proti: 1) vai iestādē riski ir pilnībā apzināti rakstiski (atsevišķā dokumentā); 2) vai iestādē riski ir daļēji apzināti rakstiski (piemēram, riski atspoguļoti atsevišķos iekšējos ziņojumos, līgumos, iekšējos protokolos un citos dokumentos); 3) vai iestādē riski nav apzināti rakstiski?

Pētījuma rezultāti apstiprina, ka rakstības obligātums nodrošina pārliecību par iestādes patieso iespēju veikt turpmāko risku analīzi un novērtēšanu. Proti, risku novērtējuma anketā tika prasīta formalizēta īpašība (kritērijs) – risku novērtējums rakstiski. Jāsecina, ka Latvijā pastāv risku novērtējuma obligātuma princips (skat. 1.attēlu), kas ļauj atbilstoši un precīzi veikt kontroli, pareizā veidā pret attiecīgo risku. Gadījumos, kad iestādē nav apzināti riski (pētījuma rezultāti pierādīja, ka 4,7% jeb 4 no 85 gadījumu ārējo risku novērtējums iestādēs nav veikts vispār), pastāv ne tikai lietderības vai efektivitātes trūkums, bet ir tiesiskuma pārkāpums. Proti, iestādes vispār nav izpildījušas ar normatīvajiem aktiem uzlikto pienākumu un turpmākā diskusija par iestādes organizācijas kultūru un riska vadības spējām nav savienojama ar labāko praksi risku noteikšanā.

Otrkārt, anketā vienīgo un lielāko uzmanību autore pievērš iestāžu vispārējai spējai identificēt riskus, jo svarīgi ir apzināties apstākli, ka tieši iestādē pieņemtais risku līmenis (identificētie un pārvaldītie riski) ļauj vērtēt iestādes resursu lietderīgu izlietošanu, ļauj noteikt resursu kontroles līmeni un izveidotās iekšējās kontroles sistēmas efektivitāti. Šādu praksi pār valsts pārvaldes resursu kontroli par lietderīgu ir atzinusi arī Latvijas Republikas Valsts kontrole (Pavāre, 2015: 35–36). Pētījuma rezultāti apstiprināja, ka 23,5% jeb 20 no 85 gadījumu ārējo risku novērtējums iestādēs ir veikts pilnībā un 89,4% jeb 76 no 85 gadījumu iekšējo risku novērtējums iestādēs arī ir veikts pilnībā. Var secināt, ka valsts pārvaldē kopumā (iestādēs) risku apzināšanas līmenī ir pietiekama izpratne par uz rezultātu orientētu pasākumu situāciju analīzi un iestādēs informācija ir vismaz strukturēta tā, lai nodrošinātu tās skaidrību un uztveramību, identificējot riskus.

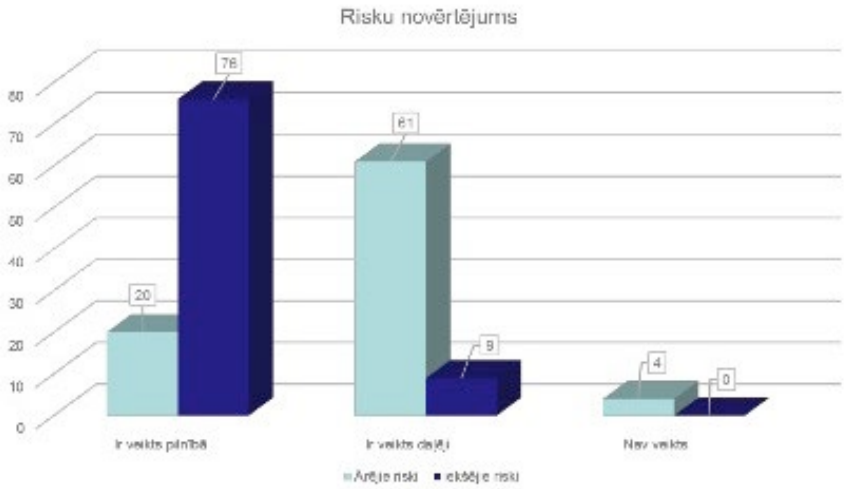
Risku novērtējums
1. Apzināt iekšējos un ārējos riskus
2. Novērtēt risku rašanās varbūtību
3. Apzināts iestādes risku pieņemamais līmenis, klasificējot no būtiskiem līdz maznozīmīgiem

1.attēls. Risku novērtējuma obligātuma princips.

Treškārt, ar kontroles procesiem jāsaprot visas kontroles sistēmu veidojošās politikas, procedūras (gan manuālās, gan automātiskās) un darbības, kuru mērķis ir risku ierobežošana

tādā apjomā, kas iestādei ir pieņemamas. Taču rezultāti apliecina, ka daļā iestāžu vēl joprojām nav skaidrs, ka atbilstoši kontroles pasākumi bez saprātīgas un visaptverošas risku identifikācijas (visos līmeņos) nav patstāvīgi un vāji īstenoti visā iestādes darbības periodā. Pētījumā tika konstatēts, ka 71,7% jeb 61 no 85 gadījumu ārējo risku novērtējums iestādēs ir veikts tikai daļēji un 10,5% jeb 9 no 85 gadījumu iekšējo risku novērtējums iestādēs arī ir veikts tikai daļēji. Izejot no anketās ietvertā skaidrojuma, to identificēšana ir saistīta pārsvarā ar ārpakalpojumu piesaisti iestādē (piemēram, ārējie riski tiek identificēti un izvērtēti pirms iestāde slēdz saimnieciskos līgumus). Jāatzīmē, ka skaidrojot termina "kontrole" saturu, ar to tiek apzīmētas visas darbības, kuras veic iestādes vadība, iestādes vadītājs vai citas deleģētās puses, lai nodrošinātu riska vadību un palielinātu varbūtību, ka noteiktie mērķi tiks sasniegti (Iekšējo auditoru institūts, 2012). Tāpēc daļēji apzinātais risku līmenis rada pamatu tam, ka iestādē nav visaptveroši novērtēts, kā katrs risks ietekmēs iestādes realizējamo rīcības virzienu. Jāsecina, ka daļēja risku apzināšana iestādēs liecina arī par vāju ārējās vides analīzi no ministrijas centrālā aprāta puses, jo visās ministrijās ir iekšējā audita struktūrvienības, kuras spēj identificēt šo risku un dot ieteikumus trūkuma sekmīgai novēršanai.

Raugoties kopumā pētījumā, risku novērtējumam iestādes darbības modelī obligāti jāietver sevī risku identifikācija, tostarp, turpmākā to analīze un pārvaldība. Savukārt kontroles aktivitātes būtu jāuzlūko kā iestādes rīcības, kas definētas iestādes politikās un procesu aprakstos, lai mazinātu risku izcelšanos vai ietekmi. Arī teorētiskais COSO modelis liek uzsvaru tieši uz kontroles vidi nevis uz kontroles aktivitātēm (COSO Guidance, 2009). Pamatojums tam ir vienkāršs – kontroles videi jāveicina efektīva un lietderīga rīcība, kamēr kontroles aktivitātes drīzāk ir preventīvs mehānisms, lai izvairītos no neatbilstošas rīcības. No pētījuma rezultātiem (skat. attēlu Nr.2) var secināt, ka lielākā daļa iestāžu pastāvīgi spēj identificēt riskus visaptveroši, tomēr ar atsevišķiem risku pārvaldības trūkumiem.



2.attēls. Risku novērtējums iestādēs laika periodā no 01.10.2015. līdz 01.03.2016.

Saprātīgā risinājumā iestādes vadītājs identificē iespējamos notikumus procesos, kuri varētu ietekmēt spēju īstenot iestādes izvirzīto mērķi. Minētajā situācijā mērķis ir kā rūpīgam un gādīgam saimniekam nodrošināt kāda procesa izpildes drošību. Iestādes vadītājam ir jāveic (atbilstoši notikumu iespējamajai ietekmei, novērtētajai varbūtībai, ka identificētais risks iestāsies) izmaksu no riska novēršanas un izmaksu no riska iestāšanās labuma salīdzinājums. Iestādes vadītājam ir jāizvērtē, vai procesa risku novēršanā ieguldītās izmaksas ir efektīvākas nekā iespējamais risks, ka iestādei tiks nodarīti zaudējumi, kuru segšana pārsniegs riska novēršanā ieguldītos līdzekļus. Līdzvērtīgi iestādes vadītājam jārīkojas ar visiem iestādes sistēmā un praksē esošajiem faktoriem, kuri var ietekmēt iestādes izpildes rezultātus. Risku pārvaldība ietver vairākus etapus: 1) risku identificēšanu; 2) risku novērtēšanu (padziļināti vērtējot tieši īpaši bīstamos riskus); 3) risku vadīšanu, sastādot to iestāšanās pretpasākumus; 4) risku novērtēšana (izslēdzot tos riskus, kurus iestādes turpmāk uzraudzīs un neieguldīs resursus to turpmākā monitoringā). Jāsecina, ka gadījumos, kad iestāde nerealizē jau pirmo etapu (risku identifikāciju, ko atsevišķos gadījumos apliecina arī pētījuma rezultāti), tad riska brieduma mērīšanas iestādē var nebūt, jo riska pārvaldības modelis tajā iztrūkst.

SECINĀJUMI

1. Risku identificēšana norāda uz vāju ārējās vides analīzi iestādēs, tostarp, trūkst uzraudzības pār izveidotajām iekšējās kontroles sistēmām iestādēs.

2. Trūkst uz rezultātu orientētu pasākumu izpildes situācijas analīzes, jo iestādēm, identificējot riskus, daļēji zūd visaptverošs skatījums (gan visā iestādē, gan visos valsts pārvaldes līmeņos) uz izpildes rezultātu.

3. Nav īsti novērtēti iestādes sasniedzamie izpildes rezultāti (tas, kā katrs risks ietekmēs realizējamo rīcības virzienu (uzdevumu)), ko rada risku iestāšanās varbūtības identifikācijas trūkums iestādē.

4. Risku identifikāciju iestādēs apgrūtina arī informācija, kas nav strukturēta tā, lai nodrošinātu tās skaidrību un uztveramību.

PRIEKŠLIKUMI

1. Augstākā un vidējā līmeņa vadītāju izglītošana, tostarp, paredzēt finansējumu un nodrošināt izglītojošo pasākumu iestāžu vadītājiem veikšanu (formālu apmācību kursos; pieredzes apmaiņas semināru organizēšanu ministriju centrālajos aparātos par vienas nozares ministrijā identificētajiem riskiem un to vadību).

2. Risku vadības pieredzes apmaiņas mehānismu attīstība (vienas nozares ietvaros identificēto un pārvaldīto risku procedūru aprakstu sastādīšana; risku pārvaldības stratēģijas izstrāde vienas nozares līmenī).

3. Ministriju centrālo audita struktūrvienību kapacitātes palielināšana, papildinot visu ministriju iekšējā audita struktūrvienību vadītāju amata aprakstus ar pienākumu ieguldīt

analītisko darbu un radīt personīgo ieguldījumu iekšējās kontroles sistēmas attīstībā, arī risku pārvaldībā.

AVOTU SARAKSTS

LR MK (2012). Latvijas Republikas Ministru kabineta noteikumi Nr.326. "Noteikumi par iekšējās kontroles sistēmu tiešās pārvaldes iestādēs", pieņemti 2012.8.V. *Latvijas Vēstnesis*, Nr.75, 16.maijs. Pieejams arī: http://likumi.lv/doc.php?id=247746 (aplūk. 30.09.2016.).

Pavāre, I. (2015). Kā un kāpēc vērtē iestādes izdevumu lietderību? Rīga: uzņēmēju žurnāls "Finanses.lv", 2015, marts, 35.-36.lpp.

European Commission (2012). *Compendium of the public internal control systems in the EU member states 2012*. Pieejams: http://ec.europa.eu/budget/library/biblio/publications/2011/compendium_27_countries_en.pdf (aplūk. 30.09.2016.).

Iekšējo auditoru institūta terminu vārdnīca (2012). Pieejams: https://na.theiia.org/standards-guidance/Public%20Documents/IPPF%202013%20Latvian.pdf, Institute of Internal Auditors Standarts and Guidance (aplūk. 30.09.2016.).

Committee of the Sponsoring Organizations guidance on monitoring internal control systems (2009). Pieejams: http://www.coso.org/documents/COSO_Guidance_On_Monitoring_Intro_online1_002.pdf (aplūk. 30.09.2016.).

SIA "STAĻI" KONKURĒTSPĒJAS NOVĒRTĒJUMS UN IETEIKUMI

SIA "STAĻI" COMPETITIVENESS EVALUATION AND RECOMMENDATIONS

Autors: **SINDIJA SEIPULE**
Vidzemes Augstskola, studiju programma "Biznesa vadība"

Kontaktinformācija: sindija.seipule@va.lv, mob.tel. +371 26641511

Darba zinātniskais vadītājs: **Maira Leščevica**, Dr.oec.

KOPSAVILKUMS

Mūsdienu ekonomikas tirgus nav iedomājams bez konkurences, ja uzņēmums nav monopols. Konkurence liek uzņēmumiem nemitīgi attīstīties, ieviest jaunus un nebijušus produktus, attīstīt organizācijas iekšējo vidi un uzlabot kā produktu, tā klientu apkalpošanas kvalitāti. Ir svarīgi novērtēt uzņēmuma konkurētspēju, lai noteiktu, kādās jomās uzlabot darbību, lai palielinātu konkurētspēju.

Gada projekta ietvaros tika veikta izpēte par konkurences teorētiskajiem aspektiem, kā arī trīs padziļināti praktiskie pētījumi. Pirmajā no tiem autore nosūtīja 20 uzņēmumiem koka logu vai durvju pieprasījumu ar e-pastu starpniecību. 20 uzņēmumi tika noteikti, ņemot vēra to neto apgrozījumu lielumu. Otrajā tika pētītas 20 uzņēmumu mājas lapas, lai novērtētu, cik daudz informācijas par produktiem klientiem pieejama uzņēmumu mājas lapās. Autore apzināti nesazinājās ar uzņēmumiem, lai iegūtu šo informāciju, jo vēlējās uzzināt, cik daudz klients var uzzināt par uzņēmuma piedāvātajiem produktiem, tikai aplūkojot to mājas lapas. Tā kā tā ir pirmā vieta, kur potenciālais klients meklē informāciju, tad nepieciešams to uzrādīt. Savukārt trešajā pētījumā tika aptaujāti 100 SIA "Staļi" Latvijas klienti. Tika lūgts novērtēt 4 kritērijus, lai novērtētu klientu apmierinātību ar uzņēmuma darbinieku attieksmi un darbu, kā arī produktu kvalitāti. Kā arī uzdoti pieci atvērtie jautājumi.

Gada projekta mērķis ir izpētīt un novērtēt koka logu un durvju ražotāju tirgu Latvijā un novērtēt SIA "Staļi" konkurētspēju, kā arī izstrādāt ieteikumus tās attīstībai. Darba rezultātā tika definēti lielākie SIA "Staļi" konkurenti, novērtēta uzņēmuma konkurētspēja, kā arī izstrādāti ieteikumi to uzlabošanai. Tika izdarīti secinājumi par pētījumu gaitā iegūtajiem rezultātiem un izteikti priekšlikumi konkurētspējas uzlabošanai.

ABSTRACT

Nowadays, economy is unthinkable without competition, unless a company is a monopoly. It is competition that pushes companies to make improvements, introduce new and novel products, develop organization's internal environment, improve product and customer service quality. It is important to evaluate company's competitiveness in order to find out what kind of improvements are necessary to increase competitiveness.

The author studied theoretical aspects of competition and carried out three practical researches. In the first, the author sent e-mails to 20 wooden window and door producers that were selected by their net turnover. In second research, the author examined homepages of the same 20 companies. The author on purpose did not contact companies in order to find out how much information customers can gain about products only by researching company's homepage. Since home page usually is the first place where customers seek for information, companies should provide as much information as possible. The third research was a survey. 100 Latvian customers of SIA "Staļi" were asked to evaluate 4 criteria about employees' attitude and performance, as well as about quality of products. The survey had five open questions as well.

The project's aim was to explore and evaluate wooden window and door producers in

Latvia and evaluate competitiveness of SIA "Staļi", and also to develop recommendations to improve the competitiveness of SIA "Staļi". At the end of the project, the author defined companies that compete with SIA "Staļi", evaluated company's competitiveness and offered recommendations to improve it. The author provided conclusions on the results and suggestions for improvement of competitiveness.

ATSLĒGAS VĀRDI

SIA "Staļi", konkurētspēja, konkurētspējīgā priekšrocība, konkurētspējas palielināšana, koka logi un durvis.

IEVADS

Vārds "konkurence" ir cēlies no latīņu vārda "concurence", kas nozīme cīņu starp konkurentiem (Bikse, 2007). Konkurence ir ekonomiska sacensība starp diviem vai vairākiem tirgus dalībniekiem, kas sacenšas viena veida vai aizstājamu preču ražošanā vai realizācijā. Tā ir cīņa par pircēju, par noteicošo lomu tirgū vai kādā tirgus daļā. Konkurence ir tirgus ekonomikas neatņemama sastāvdaļa, galvenais stimuls attīstīt ražošanu, efektīvi saimniekot (Lībermanis, 2003: 124). Katrs uzņēmums cenšas gūt pārākumu pār konkurentiem attiecīgajā nozarē un iegūt lielāku klientu skaitu. Lai to panāktu, nepieciešams apzināt konkurentus un to stiprās puses, kā arī apzināties savas konkurētspējīgās priekšrocības.

SIA "Staļi" uzņēmums ir dibināts 1993. gadā un ir viens no vadošajiem koka logu un durvju ražotājiem Ziemeļeiropā. Jau 23 gadus uzņēmums piedāvā klientiem visā pasaulē tikai augstākās kvalitātes produkciju no dabīgiem izejmateriāliem. Uzņēmums darbojas namdaru un galdniecības izstrādājumu ražošanas nozarē (Lursoft, 2016). Uzņēmums saviem klientiem piedāvā dažādu modeļu koka logus un durvis, kā arī kokskaidu granulas, kas paliek pāri, ražojot logus, durvis un citus produktus.

Uzņēmums ir ieguvis atpazīstamību gan Latvijā, gan ārpus tās robežām un ieguvis patstāvīgos klientus visā pasaulē. Uzņēmums darbojas monopolistiskas konkurences apstākļos, kas nosaka, ka nozarē darbojas vairāki uzņēmumi, kas piedāvā klientiem līdzīgus vai identiskus produktus. Apzinot un novērtējot vietējos uzņēmuma konkurentus, uzņēmums spēj noteikt, kāda ir tā konkurētspēja, salīdzinājumā ar citiem koka logu un durvju ražotājiem Latvijā. Tās apzināšana spēj sniegt uzņēmumam informāciju, kādas darbības sfēras uzņēmumam vēl jāattīsta un kādās sfērās tas ir pārāks par citiem.

Gada projekta ietvaros tika novērtēti SIA "Staļi" konkurenti, kas sniedz iespēju noteikt un novērtēt uzņēmuma konkurētspēju un rast ieteikumus tās attīstīšanai un uzlabošanai. Tika analizēti četri diagnostikas komponenti konkurentu novērtēšanai: nākotnes mērķi, patreizējā stratēģija, pieņēmumi un spējas (Porter, 1980: 48).

METODES

- Informācijas apkopošana un analīze, lai noteiktu konkurences un konkurētspējas teorētiskos aspektus,

• kvalitatīvs pētījums – Latvijas koka logu un durvju ražotāju apzināšana, lai definētu SIA "Staļi" konkurentus,

• kvalitatīvs pētījums – e-pastu sūtīšana konkurentiem, lai iegūtu informāciju par klientu apkalpošanas servisa kvalitāti, to cenu un produktu izgatavošanas ātrumu,

• kvalitatīvs pētījums – SIA "Staļi" un tā konkurentu piedāvāto koka logu un durvju produktu apzināšana.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

23 gadu pieredze, starptautiska atpazīstamība un lojālo klientu iegūšana ir tikai daži no veiksmes priekšnosacījumiem SIA "Staļi" darbībai. SIA "Staļi" rūpējas par augstu klientu apkalpošanas servisa un produkcijas kvalitāti, lai iegūtu vadošo vietu nozarē. Lai to panāktu, ir jādefinē, kādās jomās nepieciešams veikt uzlabojumus un pilnveidoties.

Uzņēmums sevi veiksmīgi popularizē ar "Google AdWord" reklāmas kampaņas palīdzību, kas ļauj SIA "Staļi" nosaukumam parādīties meklēšanas vietnes Google rezultātu augšdaļā, ierakstot "wooden windows and doors", kas ir uzskatāma par vienu no konkurētspējas priekšrocībām. Tikpat mērķtiecīgi kā tiek veikta popularitātes veicināšana, tiek rasti risinājumi efektīvākai klientu atgriezeniskās saites nodrošināšanai. Novērtējot klientu apmierinātību ar uzņēmuma klientu apkalpošanas servisu un produktu kvalitāti, salīdzinājumā ar iepriekšējo gadu rezultātiem, tika secināts, ka trijos no četriem rādītājiem apmierinātība ir pieaugusi. Klientu apmierinātības līmenis ar pārdošanas projektu vadītāja darbu un attieksmi pieaudzis par 2%, apmierinātības līmenis ar montāžas darbu veicēju darbu un attieksmi pieaudzis par 0.7%, apmierinātības līmenis ar atgriezeniskās saites nodrošināšanas ātrumu samazinājies par 1%, un apmierinātības līmeni ar SIA „Staļi" produktu kvalitāti pieaudzis par 0.9%. 59% respondenti atzīst, ka izvēlējušies SIA "Staļi" koka logus/durvis to augstās kvalitātes dēļ, kas ir arī vēlamais tēls un atpazīstamības īpašība, ar kuru uzņēmums vēlas sevi pozicionēt. Neskaitot šos panākumus, uzņēmums arī tādos kritērijos kā atbildes ātrums, ražošanas ilgums, cenas līmenis un produkcijas klāsts ir vadošajās pozīcijās nozarē, salīdzinājumā ar konkurentiem.

Konkurenci ir iespējams samazināt, piedāvājot klientiem vēl nebijušu produktu. Bet tas nebūt nenozīmē, ka tas ir iespējams tikai ar inovāciju palīdzību. Zilā okeāna stratēģija sniedz uzņēmumiem instrumentus un vadlīnijas, kuras nepieciešams ievērot, lai jau tirgū esošu produktu padarītu brīvu no konkurences. Zilā okeāna stratēģija mudina uzņēmumus izlauzties ārpus "asiņainās" konkurences sarkanā okeāna, radot neapgūtu tirgus telpu, kas padara konkurenci nebūtisku (Čans, Maborna, 2008: 10).

SECINĀJUMI

1. Kā vienu no SIA "Staļi" konkurētspējas priekšrocībām var minēt faktu, ka pirmais uzņēmums, kas parādās, ievadot augstāk minētos atslēgas vārdus, ir SIA "Staļi". Tas skaidrojams ar to, ka uzņēmums izmanto "Google AdWords" pakalpojumus, kas automātiski novieto uzņēmumu meklēšanas rezultātu augšdaļā, lai tā būtu pirmā izvēle, ko klients ierauga.

2. 2015. gada kopējais apgrozījums namdaru un galdniecības izstrādājumu ražošanas nozarē bija 93 151 662 EUR. SIA "Staļi" pieder vislielākā tirgus daļa no gada projektā apzinātajiem 68 uzņēmumiem, proti, 17.35% no visas nozares kopējā 2015. gada apgrozījuma.

3. Pēc pētījuma rezultātiem, kas tika veikts ar e-pastu starpniecību, tika secināts, ka visātrāko atgriezenisko saiti nodrošināja SIA "WWI House" . SIA "Staļi" atbildēja 33 minūtes vēlāk. Var secināt, ka uzņēmumu klientu apkalpošanas serviss ir augstā līmenī. Savukārt vairāki uzņēmumi neatbildēja vispār, kas liek apšaubīt klientu apkalpošanas kvalitāti uzņēmumā.

4. SIA "Staļi" logu pasūtījuma cena ir virs vidējā – 5 923.11 EUR. Tas nav slikts rādītājs, jo tas apliecina to, ka uzņēmuma produkti ir ar augstu kvalitāti un pievienoto vērtību.

5. Produkta realizācijas ātruma ziņā SIA "Staļi" ir konkurētspējīgāki par konkurentiem, jo konkrēto koka logu pasūtījumu spēj izgatavot visātrāk – 20 dienu laikā.

6. Pēc iegūtās informācijas, kas iegūta no uzņēmumu mājas lapām, piedāvāto produktu klāsta ziņā 1. vietu ieņem SIA "Arbo Windows". Pēc autores izstrādātās tabulas ar produkciju klāstiem var secināt, ka SIA "Staļi" piedāvāto produktu klāsts ir plašs un konkurētspējīgs.

7. Pēc klientu aptaujas tika secināts, ka, salīdzinot ar 2015. gadu, klientu apmierinātības līmenis ar pārdošanas projektu vadītāja darbu un attieksmi pieaudzis par 2%, apmierinātības līmenis ar montāžas darbu veicēju darbu un attieksmi pieaudzis par 0.7%, apmierinātības līmenis ar atgriezeniskās saites nodrošināšanas ātrumu samazinājies par 1%, un apmierinātības līmeni ar SIA „Staļi" produktu kvalitāti pieaudzis par 0.9%.

8. Klientu apmierinātības līmenis par produktu piegādes ātrumu ir krities. Tas skaidrojama ar to, ka tika pieņemti jauni ražošanas darbinieki, kuru apmācībai nepieciešams laiks, lai klientam sniegtu nemainīgi augstas kvalitātes produktu.

9. Pēc klientu aptaujas tika secināts, ka vispopulārākais SIA "Staļi" atpazīstamības veicināšanas instruments ir mārketinga aktivitātes.

10. 59% respondentu atbildējuši, ka izvēlējušies SIA "Staļi" produktus labās kvalitātes dēļ. Uzņēmums pozicionē sevi kā augstas kvalitātes koka logu un durvju ražotāju, kas ir pierādījies daudzu gadu garumā, iegūstot labu reputāciju.

11. 99 respondenti veiktu atkārtotu sadarbību ar SIA "Staļi". 1 respondents atteiktos, jo netika ievērots līgumā noteiktais izpildes termiņš. Līdz ar to 99 respondenti apmierināti ar produktu piegādes ātrumu un 1 respondents nav ar to apmierināts.

12. 61 respondents atzina, ka ir kādreiz iegādājies koka logus/durvis no cita uzņēmuma. SIA "Staļi" tas ir pozitīvs rādītājs, jo klients izvēlējies "Staļu" produktus kāda cita uzņēmuma produktu vietā.

Uzņēmuma vadībai

1. Pēc veiktā pētījuma ar e-pastu starpniecību tika secināts, ka neviens uzņēmums cenu piedāvājumā neiekļauj piegādes un montāžas izmaksas. SIA "Staļi" jānosaka fiksētas piegādes un montāžas izmaksas, neatkarīgi no mērojamā attāluma līdz objektam un neatkarīgi no tā, kādi montāžas darbi veicami. Iespējams, ka tas nebūs visizdevīgākais darījums iesākumā, bet, pēc autores domām, ilgtermiņā tas atmaksātos, jo klients jau ar pašu pirmo pieprasījuma e-pastu/zvanu zinātu precīzu summu, kas maksājama. Montāžas darbu veicējiem jānosaka vidējā montāžas izmaksa vienai detaļai un jānosaka tā kā fiksētā. Savukārt loģistikas speciālistam jāizvērtē izdevīgākā cena, kuru būtu gatavs maksāt gan klients, kurš atrodas tuvu, gan klients, kurš atrodas tālu no uzņēmuma teritorijas. Fiksēto izmaksu noteikšana sniegtu klientiem informāciju par kopējo pasūtījuma summu, un nebūtu jāuztraucas, ka tā sadarbības laikā varētu mainīties.

2. Klientu aptaujas rezultātā tika secināts, ka klientu apmierinātības līmenis par atgriezeniskās saites saņemšanu ir krities. Uzņēmumam būtu jāizvērtē EFQM izcilības modeļa faktori, kas sniedz uzņēmumam vadlīnijas par iekšējās vides un vadības procesu uzlabojumiem, lai palielinātu tā konkurētspēju. Tā kā uzņēmums jau veic dažādus darbinieku iemaņu attīstošus pasākumus, būtu jāpievērš lielāka vērība atgriezeniskās saites nodrošināšanas ātruma palielināšanai. Vadītājam jānorāda klientu apkalpošanas kvalitāte kā prioritāte, jo tas, pirmkārt, klientam sniedz pirmo iespaidu par uzņēmuma attieksmi pret klientiem, un otrkārt, situācijās, kad klientam informācija ir nepieciešama ātri, tas var būt izšķirošais viņa lēmuma pieņemšanā.

3. Klientu aptaujas rezultātā tika secināts, ka uzņēmumam ir bijušas situācijas, kad netiek ievērots sadarbības līgumā noteiktais produktu ražošanas termiņš. Uzņēmumam jāapzinās, ka defektu rašanās iespējamība ražošanas uzņēmumos ir ļoti liela, tāpēc noslēgtajos līgumos ar klientiem nepieciešams noteikt vismaz divu dienu lielāku termiņu. Papildus dienas ražošanai samazinātu iespēju nokavēt noteikto ražošanas laiku un iekļauties termiņos. Termiņš jānoteic ražošanas vadītājam, jo viņš ir atbildīgā persona par izpildes termiņu ievērošanu. Ražošanas vadītājam jāinformē darbinieki par laiku, kas noteikts attiecīgā pasūtījuma realizācijai un jāmotivē darbinieki šo termiņu ievērot.

4. Izmantojot zilā okeāna četru soļu mehānismu, piedāvāt klientiem vēl nebijušu koka logu un durvju funkciju. Uzņēmuma ikgadējo anketu papildināt ar jautājumu, kas klientus mudinātu uz ieteikumu izteikšanu jaunu produktu ieviešanai tirgū. Jo vairāk klientu vēlmes uzņēmums spēs apmierināt, jo veiksmīgāk tam klāsies. SIA "Staļi" kā pirmajam uzņēmumam tirgū, kas piedāvā inovatīvu produktu, ir lielas priekšrocības pār konkurentiem. Pēc aptaujas rezultātu iegūšanas kopā ar ražošanas vadītāju jāapspriež produkta realizācijas iespējas.

5. Balstoties uz teorijā apskatītajiem četriem kritērijiem par konkurentu analīzi, vadībai jānorīko darbinieks, kurš veiktu konkurentu nākotnes plānu padziļinātu izpēti, to darbības stratēģiju. Jāveic uzņēmuma pagātnes atbildes reakcijas uz ārējās vides izmaiņām, lai

prognozētu, kādas tās varētu būt nākotnē.

Mārketinga speciālistam

1. Pēc klientu aptaujas pētījuma rezultātiem tika secināts, ka mārketinga aktivitātes ir uzņēmuma "veiksmes atslēga", jo lielākā daļa respondentu uzzinājuši par uzņēmumu, pateicoties sociālajiem tīkliem. Uzņēmums izmanto "Google AdWords" pakalpojumus, kas automātiski novieto uzņēmumu meklēšanas rezultātu augšdaļā, lai tā būtu pirmā izvēle, ko meklētājs ierauga. Šo var minēt kā vienu no uzņēmuma konkurētspējas priekšrocībām. Uzņēmuma mārketinga speciālistam jāturpina šī akcija, jo tā uzņēmumam devusi daudzu jaunus klientus no dažādām valstīm. "Google AdWord" ir maksas pakalpojums, taču tas ir tā vērts.

AVOTU SARAKSTS

1. Bikse, V. (2007). *Ekonomikas teorijas pamatprincipi*. Rīga: Izglītības soļi.

2. Čans, K. V., Maborna, R. (2008). *Zilā okeāna stratēģija*. Rīga: Lietišķās informācijas dienests.

3. Lībermanis, G. (2003). *Peļņa un konkurence*. Rīga: Kamene.

4. Lursoft datu bāze. Uzņēmuma darbības veidu katalogs. Pieejams: http://nace.lursoft.lv/ (aplūk. 05.05.2016.).

5. Porter, M. E. (1980). *Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: The Free Press.

SIA "N. BOMJA MAIZNĪCA "LIELEZERS"" SAIMNIECISKĀS DARBĪBAS ANALĪZE

COMMERCIAL ACTIVITY ANALYSIS OF SIA "N. BOMJA MAIZNĪCA "LIELEZERS""

Autors: **LINDA LUSTE**
Vidzemes Augstskola, studiju programma "Biznesa vadība"

Kontaktinformācija: luste.linda@inbox.lv, mob.tel. +371 29468655

Darba zinātniskais vadītājs: **Aigars Andersons**, Mg.oec.

KOPSAVILKUMS

SIA „N. Bomja maiznīca „Lielezers"" piedāvā nišas produktus, kam šobrīd raksturīga pieprasījuma palielināšanās, taču nišas produktu ražošana un realizācija ir ar samērā augstu riska pakāpi, līdz ar to ir nepieciešams veikt detalizētu saimnieciskās darbības izpēti konkrētajam uzņēmumam, lai varētu turpmākajā saimnieciskajā darbībā jau sākotnēji novērst iespējamos riskus, kas varētu nākotnē apdraudēt uzņēmuma darbības rezultātu un turpmāku tā pastāvēšanu.

Pētījuma „SIA „N. Bomja maiznīca „Lielezers"" saimnieciskās darbības analīze" mērķis ir veikt uzņēmuma saimnieciskās darbības analīzi, lai novērtētu uzņēmuma saimniecisko darbību un izstrādātu priekšlikumus iespējamo risku novēršanai.

Petījumā apkopota teorētiskā literatūra par saimnieciskās darbības analīzes būtību un tās pētījuma metodēm – iekšējo un ārējo vidi, to analīzes metodēm PEST, SVID un Portera piecu spēku modeli, kā arī par finanšu analīzi un tās galvenajiem rādītājiem, iekļauta informācija par maizes ražošanas nozari un tās attīstības tendencēm, kā arī sniegts SIA „N. Bomja maiznīca „Lielezers"" saimnieciskās darbības raksturojums un veikta tā saimnieciskās darbības analīze, izmantojot iepriekš minētās pētījumu metodes. Darba nobeigumā apkopoti pētījuma gaitā gūtie secinājumi un sniegti priekšlikumi SIA „N. Bomja maiznīca „Lielezers"" iespējamo saimnieciskās darbības risku novēršanai.

ABSTRACT

Limited liability company "N. Bomja maiznīca "Lielezers" offers niche products and for now increase in demand has occurred. However, niche product manufacturing and realization has a comparatively high degree of risk. Therefore, it is necessary to examine commercial activity of the particular company in more detail in order to prevent potential risks that could affect company's performance results and existence and in order to help maintaining company's best performance.

The goal of the existing research is to carry out analysis of company's economic activity and thus find out on what the company has based their commercial activity, as well as develop proposals for future risk prevention.

Theoretical literature about the concept of economic activity analysis and research methods have been studied in the paper, among them internal and external environment, analysis methods PEST, SWOT and Porter's five forces analysis; financial analysis and its most important statistic figures have been given. There are also chapters where the author has described company's main product (bread) production industry, its development tendencies and economic activity of SIA "N. Bomja maiznīca "Lielezers"". Analysis of company's economic activity has been carried out using the research methods mentioned above. In the conclusion, the author has listed findings gathered during the study and given recommendations for commercial risk prevention at SIA "N. Bomja maiznīca "Lielezers"".

ATSLĒGAS VĀRDI:

Saimnieciskā darbība, uzņēmējdarbības vide, finanšu analīze.

IEVADS

Ikviena uzņēmuma darbības efektivitāte saistīta ar saimniecisko lēmumu pieņemšanu, kas var gan sekmēt, gan gluži pretēji – pasliktināt uzņēmuma darbību un tās rezultātu. Uzņēmējiem nākas pieņemt lēmumus, kas saistīti ar preču un pakalpojumu konkurētspējas paaugstināšanu, turpmākās darbības virziena noteikšanu, attīstības perspektīvu un citus lēmumus. Lai pieņemtu optimālu lēmumu, nepieciešams iegūt atbilstošu informāciju par līdzšinējās darbības rezultātu un tā attīstības perspektīvu, līdz ar to svarīga loma lēmuma pieņemšanā ir uzņēmuma saimniecisko darbību ietekmējošo faktoru noteikšanai, apkopošanai un izpētei.

Saimnieciskās darbības analīze, novērtējot uzņēmuma darbības rezultātus un to ietekmējošos faktorus, sniedz iespēju izstrādāt uzņēmuma attīstības taktiku un stratēģiju, pieņemt un pamatot vadības lēmumus, atklāt ražošanas efektivitātes palielināšanas rezerves un citas iespējas uzlabot uzņēmuma darbību. Saimnieciskās darbības analīze ietver gan finanšu datu, gan arī citu uzņēmuma darbības ietekmējošo faktoru analīzi, tādā veidā sniedzot plašāku redzējumu un precīzāku izpratni par līdzšinējās darbības rezultātu, konstatējot uzņēmuma stiprās puses un faktorus, ko būtu nepieciešams pilnveidot, kā arī, atklājot efektivitātes paaugstināšanas iespējas un izaugsmes perspektīvas.

Analizējamais uzņēmums SIA „N. Bomja maiznīca „Lielezers"" (turpmāk – Lielezers) nodarbojas ar maizes un konditorejas izstrādājumu ražošanu, izmantojot senas tehnoloģijas un roku darbu. Produktu augstās kvalitātes pamatā ir pašu dzirnavās malti milti no Latvijā audzētiem kviešu un rudzu graudiem, plaucējumi, kas diennakti nogatavināti pašu darinātos apses koka kubuliņos un raudzēti ar dabīgo ieraugu, kā arī ilggadīga pieredze un meistarīgs roku darbs (Lielezers, 2016).

Ņemot vērā to, ka Lielezers piedāvājumā ir nišas produkti ar samērā augstu riska pakāpi, ir nepieciešams veikt detalizētu saimnieciskās darbības izpēti konkrētajam uzņēmumam, lai varētu turpmākajā saimnieciskajā darbībā jau sākotnēji novērst iespējamos riskus, kas varētu nākotnē apdraudēt uzņēmuma darbības rezultātu un turpmāku tā pastāvēšanu.

METODES

1. Intervija ar SIA "N. Bomja maiznīca "Lielezers"" ražošanas ceha vadītāja vietnieku Valteru Kanopu.

Lai spētu raksturot Lielezers iekšējo vidi, tas ir, uzņēmuma mērķus, darbiniekus, organizatorisko struktūru, tehnoloģijas un darba kultūru, tika veikta intervija, tādā veidā gūstot izpratni par uzņēmuma iekšējiem darbības principiem un saimnieciskajiem procesiem.

2. Iekšējās un ārējās vides analīzes metodes – SVID, PEST un Portera piecu spēku modelis.

Lai gūtu vispusīgu priekšstatu par Lielezers iekšējo un ārējo vidi, tika izmantotas iepriekš uzskaitītās pētījumu metodes, tām atklājot uzņēmuma priekšrocības, kā arī iespējamos draudus nākotnē. Ārējās vides analīzei tika izmantota PEST analīze, kas raksturo vispārējo ārējo vidi, un Portera piecu spēku modelis, lai noteiktu Lielezers darbības nozares vides veidojošos faktorus un to labvēlību uzņēmuma izaugsmei, taču iekšējās vides analīzei tika izmantota informācija no intervijas un veikta SVID analīze, kas tika veidota, ņemot vērā iekšējās vides faktorus.

3. SIA "N. Bomja maiznīca "Lielezers"" finanšu analīze.

Lielezers saimnieciskās darbības novērtēšanai tika izmantota arī finanšu analīze, kas atspoguļo uzņēmuma līdzšinējās darbības rezultātu un var palīdzēt atklāt uzņēmuma iespējas esošo resursu optimālai izmantošanai, kā arī konstatēt uzņēmuma darbības nepilnības, kas negatīvi ietekmē vai arī var nākotnē apdraudēt tā finansiālo stabilitāti. Finanšu analīze veikta par Lielezers pēdējiem pieciem darbības pārskata periodiem, tas ir, no 2011. līdz 2015. gadam. Lielezers aprēķinos iegūtie dati tika salīdzināti starp pētāmajiem pārskata gadiem, novērtējot tos dinamikā, analizēta to atbilstība noteiktajai teorētiskajai normai, kā arī veikts salīdzinājums ar nozares rādītājiem trīs pēdējo gadu periodā. Finanšu analīzei nepieciešamie dati iegūti no Lursoft datu bāzes.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Lielezers iekšējās vides analīze

Iekšējās vides raksturojums un veiktā SVID analīze liecina par to, ka Lielezers ir sakārtota un stabila iekšējā vide, kurā lielu ieguldījumu sniedzis pastāvīgais personāls, kas laika gaitā nemainīgi turējies pie noteiktām vērtībām un standartiem, sekojot vadības izstrādātajai vērtību sistēmai un radot savu atziņu un principu kopumu par uzņēmuma darbības procesu norises gaitu, pienākumu izpildes kārtību un savstarpējo sadarbību. Pastāvīgais personāls nodrošina arī maizes cepšanas un produkcijas augsto kvalitāti, līdz ar to viens no šīs vides draudiem varētu būt personāla mainība, kas radītu risku nespēt nodrošināt nepārtrauktu saimnieciskās darbības procesu norisi un nodrošināt nemainīgu produkcijas kvalitāti. Lielezers darbības pamats un vērtība ir arī maizes cepšanā izmantotā tehnoloģija, izstrādātās receptes un roku darbs. Ņemot vērā to, ka roku darbs ir dārgs, nozīmīgs drauds varētu būt algu pieaugums, kas izraisītu produkcijas sadārdzināšanos, tādā veidā samazinot konkurētspēju pret uzņēmumiem, kas ražošanā izmanto tehnoloģiskās iekārtas (Kanops, 2016).

PEST analīze

Pārtikas aprite ir viena no visstingrāk reglamentētajām uzņēmējdarbības jomām, tādēļ Lielezers, darbojoties minētajā jomā, jāievēro virkni normatīvo aktu prasības. Liela loma šīs jomas darbībā ir Pārtikas un veterinārajam dienestam, kas īsteno pārtikas aprites valsts uzraudzību, nodrošinot regulāru normatīvo aktu prasību uzraudzību visos pārtikas aprites

posmos. Lielezers, kā ikvienu citu uzņēmumu, būtiski ietekmē arī valsts nodokļu politika. Nodokļu likmju paaugstināšana negatīvi ietekmē uzņēmuma peļņu, jo attiecīgi jāveic lielāks maksājums valsts budžetā, turklāt Latvijā novērojamas biežas izmaiņas likumdošanā un nodokļu sistēmā, kas arī negatīvi ietekmē uzņēmuma darbību, jo uzņēmumiem ir grūti laikus iepazīties ar šīm izmaiņām un to būtību, un ievērot normatīvo aktu prasības (Hāka, 2014).

Lai arī šobrīd ekonomiskā situācija vērtējama kā labvēlīga, lai Lielezers spētu palielināt apgrozījumu un apgūtu lielāku tirgus daļu, tomēr ekonomiskā vide var radīt riskus uzņēmuma darbībai un finansiālajai stabilitātei, piemēram, valsts ekonomikai nonākot lejupslīdes fāzē, kam attiecīgi seko bezdarba pieaugums, patērētāju ienākuma līmeņa un pirktspējas samazināšanās.

Šobrīd sabiedrībā novērojama vēsturisko un tradicionālo vērtību atzīšana, kas mainījusi patērētāju ieradumus un vērtību sistēmu, ietekmējot arī viņu pirkšanas lēmumus. Patērētāji arvien vairāk novērtē un iegādājas produktus, kas ietver senas tehnoloģijas, roku darbu, dabīgas izejvielas un citas tradicionālas, kā arī emocionālas vērtības, līdz ar to var teikt, ka šis faktors ir labvēlīgs Lielezers darbībai, kura ražošanas tehnoloģija un produkcija ietver iepriekš minētās vērtības.

Tehnoloģiju un zinātnes attīstība tiešā veidā neietekmē Lielezers ražošanu, jo tajā, kā jau ticis minēts iepriekš, izmantotas senas iekārtas un tehnoloģijas, taču tā varētu netieši ietekmēt Lielezers darbību, rūpnieciski ražojošiem uzņēmumiem sasniedzot augstāku ražošanas efektivitāti ražošanā ieviesto jauno tehnoloģiju rezultātā, līdz ar to samazinot Lielezers konkurētspēju, ņemot vērā ražošanas pašizmaksu un produkcijas cenas.

Portera 5 spēku analīze

Portera piecu spēku analīze liecina par to, ka šī darbības joma ir labvēlīga Lielezers darbībai, jo tas jau ir ieņēmis stabilu vietu tirgū, kur šobrīd ieiešanas barjeras ir augstas intensīvā tirgus dēļ, līdz ar to Lielezers atrodas izdevīgākā situācijā nekā izejvielu piegādātāji. Turklāt Lielezers piedāvātā nišas produkcija ir aktuāla un pieprasīta, kā rezultātā pircēju spēks ir mazs, taču pastāv iespēja, ka nākotnē tas varētu mainīties, mainoties patērētāju ēšanas paradumiem, šo produktu aizstājot ar citu preču grupas produktiem, kā arī izveidojoties situācijai, kad patērētāju pirkšanas izvēles noteicošais faktors būtu cena.

Finanšu analīze

Lielezers rīcībā ir tāda apgrozāmo līdzekļu un īstermiņa saistību attiecība, kas nodrošina uzņēmuma spēju izmantot aktīvus kā maksāšanas līdzekli, lai varētu laikus un pilnībā segt savas īstermiņa saistības, liecinot par augsto maksātspēju. Rentabilitātes rādītāji liecina par to, ka uzņēmuma peļņa ir ar pozitīvu tendenci, līdz ar to var secināt, ka uzņēmums veiksmīgi plāno savu darbību un strādā ienesīgi. Izanalizējot kapitāla struktūras rādītājus un izpētot bilances zelta likumu ievērošanu, var secināt, ka Lielezers aktīvu finansēšanai galvenokārt izmanto pašu kapitālu, kas sastādījis līdz pat 92% no kopējās kapitāla vērtības. Tātad uzņēmumā tiek īstenots konservatīvs finansēšanas modelis, kas liecina par stabilu

finanšu situāciju, taču pasīvu uzņēmuma attīstību. Aktivitātes rādītāju aprēķins liecina, ka Lielezers aprites dienas ir normas robežās un atbilstošas uzņēmuma darbības specifikai, kam raksturīgas lielas krājumu dienas.

SECINĀJUMI

1. Lielezers ir sakārtota un stabila iekšējā vide, kas rada uzņēmuma konkurētspējīgo priekšrocību, taču jāizprot arī ārējā vide un tās izmaiņu raksturs, lai analizējamā uzņēmuma darbība tiktu virzīta atbilstoši šīs vides prasībām.

2. Veiktā SVID analīze norāda, ka Lielezers nozīmīgākais iekšējais resurss ir personāls, no kā izriet vairākas stiprās puses, līdz ar to arī lielākie uzņēmuma draudi saistīti ar izmaiņām personāla jautājumos, kas varētu radīt nevēlamu ietekmi uz uzņēmuma turpmāko darbību.

3. Veiktā PEST analīze norāda, ka šobrīd kopumā ir labvēlīga vispārējā ārējā vide, lai Lielezers spētu sekmīgi veikt saimniecisko darbību un sasniegtu noteiktos mērķus, izmantojot tās sniegtās priekšrocības un iespējas, taču regulāri jāseko līdzi šīs vides izmaiņām, jo pastāv apstākļi, kuriem iestājoties, pastāv risks to negatīvai ietekmei uz Lielezers darbību.

4. Veiktā uzņēmuma analīze pēc Portera piecu spēku modeļa liecina par to, ka esošā darbības joma ir labvēlīga Lielezers saimnieciskajai darbībai, jo uzņēmums jau ir ieņēmis stabilu vietu tirgū, kur šobrīd ieiešanas barjeras ir augstas piesātinātā tirgus dēļ, turklāt Lielezers piedāvātā nišas produkcija ir aktuāla un pieprasīta, kā rezultātā pircēju spēks ir mazs.

5. Veiktā finanšu analīze liecina par to, ka Lielezers veiksmīgi plāno savu darbību un strādā ienesīgi, jo visi finanšu rādītāji ir normas robežās, atbilstoši uzņēmuma darbības specifikai, turklāt vairums ar pozitīvu tendenci.

PRIEKŠLIKUMI

SIA "N. Bomja maiznīca "Lielezers"" vadībai:

1. Lai samazinātu iespējamo risku sarukt pieprasījumam pēc produkcijas, pasliktinoties ekonomiskajai situācijai, būtu svarīgi apgūt lielāku tirgus daļu, ieejot Kurzemes un Zemgales, kā arī Igaunijas tirgos, kur ir augstāka pirktspēja un līdzīgi patēriņa paradumi.

2. Lai novērstu risku, kas varētu rasties darbinieku mainības gadījumā, nepieciešams nodrošināt savlaicīgu darbinieka aizstājēja atrašanu un intensīvas apmācības, nodrošinot nepārtrauktu ražošanas procesu un nemainīgu produkcijas kvalitāti.

3. Ņemot vērā to, ka uzņēmumam ir lieli krājumi, nepieciešams ieviest kontroles sistēmu, kas palīdzētu kontrolēt krājumu daudzumu noliktavā, kā arī izvērtēt, vai tie ir nepieciešami konkrētajā periodā, neskaitot graudus, kuru iepirkšana gadam nepieciešamajā apjomā ir pamatota, tādā veidā izvairoties no neefektīvu krājumu uzglabāšanas un naudas līdzekļu iesaldēšanas to finansēšanai.

4. Lai novērstu konkurētspējas samazināšanās draudus, kas varētu rasties, konkurējošajiem uzņēmumiem ražošanā ieviešot jaunas rūpnieciskās tehnoloģijas, tādā veidā samazinot viņu produkcijas pašizmaksu, izmantot savas stiprās puses un iespējas, piemēram, izstrādājot arvien jaunas receptes un aktualizējot maizes cepšanas tradīciju vērtību, kā arī augstās kvalitātes nozīmi.

5. Lai novērstu patērētāju maldīgo priekšstatu par rauga negatīvo ietekmi uz veselību, kas negatīvi ietekmē pieprasījumu maizes tirgū, jāveido konferences, uz tikšanos aicinot attiecīgās jomas pētniekus, kuri ir kompetenti atbildēt uz patērētāju interesējošiem jautājumiem par rauga ietekmi, kā arī jāpublicē raksti par pētījumiem, kuros pierādīts tā nekaitīgums.

6. Lielākas tirgus daļas apguvei un sarūkošā pieprasījuma riska mazināšanai ieviest ražošanā jaunu produktu izstrādi, izmantojot bezglutēna miltus kā, piemēram, rīsu, griķu un kukurūzas miltus, tādā veidā paplašinot sortimenta klāstu, kā arī pielāgojot ražošanu ārējās vides izmaiņām, ko paredz patērētāju ēšanas paradumu izmaiņas.

AVOTU SARAKSTS

1. Hāka, Ž. (2014). Eksperti: Nodokļu sistēma Latvijā ir nestabila, tādēļ riskanta uzņēmējdarbībai. Pieejams: http://www.db.lv/nodokli/eksperti-nodoklu-sistema-latvija-ir-nestabila-tadel-riskanta-uznemejdarbibai-408925 (aplūk. 15.05.2016.).

2. Kanops, V. SIA „N. Bomja maiznīca „Lielezers"" ražošanas ceha vadītāja vietnieks, intervija 2016. gada 25. maijā.

3. Lielezers mājaslapa. Par mums. Pieejams: http://www.lielezers.lv/index.php/lv/par-mums/ (aplūk. 15.04.2016.).

INFORMĀCIJAS TEHNOLOĢIJAS INFORMĀCIJAS SABIEDRĪBAI

VIDZEMES OLIMPISKĀ CENTRA MOBILĀ LIETOTNE "VOC TRASES"

THE MOBILE APPLICATION FOR VIDZEME OLYMPIC CENTRE "VOC TRASES"

Autors: **DĀVIS ĀBOLS**
Vidzemes Augstskola, profesionālā bakalaura studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"

Kontaktinformācija: davis.abols@va.lv, mob. tel. 29464050

Darba zinātniskais vadītājs: **Gatis Blūms**, Mg.oec.

KOPSAVILKUMS

Mūsdienās arvien palielinās viedtālruņu lietotāju skaits, kā rezultātā pieprasījums pēc mobilajām lietotnēm arī aug. Tas ir arī viens no iemesliem, kādēļ darba autors izstrādā mobilo lietotni Vidzemes Olimpiskā centra labiekārtotajām skriešanas un nūjošanas trasēm.

Darba mērķis ir izstrādāt Vidzemes Olimpiskajam centram kvalitatīvu, ērti lietojamu un prasīto funkcionalitāti nodrošinošu mobilo lietotni.

Darba mērķa sasniegšanai tika izvirzīti uzdevumi izpētīt līdzīga tipa lietotnes, apgūt jaunu programmēšanas valodu un tajā izveidot prasīto lietotni, veikt tās testēšanu un ievietot to AppStore plašākai sabiedrībai.

Darba gaitā tika izveidota lietotne, kas paredzēta iOS mobilajām iekārtām, kas nodrošināja funkcionalitāti, par ko autors bija vienojies ar Vidzemes Olimpisko centru. Lietotne šobrīd pieejama bez maksas AppStore ar nosaukumu „VOC Trases".

ABSTRACT

The number of smartphone users in the world is increasing every day therefore the demand for mobile applications is also growing. It is one of the reasons why the author developed a mobile application for well-maintained jogging and Nordic walking tracks of Vidzeme Olympic Centre.

The aim of this project was to develop a high-quality and easy-to-use mobile application for Vidzeme Olympic Centre that provides the required functionality.

To achieve the goal, the following tasks were set: to analyse similar mobile applications, to learn a new programming language and to create respective application in it, to test the application and to publish it on AppStore.

As a result, a mobile application of required functionality was developed for iOS mobile devices. The application is currently available on AppStore for free under name VOC Trases. ".

ATSLĒGAS VĀRDI

Lietotne – mobilā lietotne ir programmatūra, kas darbojas viedtālruņos, planšetdatoros u. c. Mobilās lietotnes ir paredzētas, lai izglītotu, izklaidētu un palīdzētu patērētājiem ikdienas dzīvē. Ar lietotņu palīdzību iespējams pielāgot mobilo tālruni katra lietotāja individuālajām vēlmēm un vajadzībām. Tās ir viegli pieejamas ikvienam lietotājam.

Apple Inc. – ASV daudznacionāla korporācija, kas izstrādā un pārdod sadzīves elektroniku, viedtālruņus, datoru programmatūras un personālos datorus.

iPhone – kompānijas Apple Inc. izstrādāts Interneta un multimediju atbalstošs viedtālrunis.

iOS – Apple mobilā operētājsistēma, kas ekskluzīvi izplatīta Apple ierīcēm, piemēram,

iPhone.

App Store – elektronisks iOS ierīcēm paredzēts lietotņu veikals, kuru uzrauga Apple Inc.. Šis lietotņu veikals ļauj lietotājiem meklēt un lejupielādēt lietotnes. Veikalā pieejamas gan bezmaksas, gan maksas lietotnes.

XCode – integrēta izstrādes vide (IDE), kas satur dažādus izstrādes rīkus, ko lieto, izstrādājot programmatūru priekš iOS, OS X, WatchOS and tvOS.

Swift – programmēšanas valoda, kurā programmē priekš iOS, OS X, watchOS, tvOS, Linux, to izstrādājis Apple Inc.

IEVADS

Mūsdienās arvien palielinās viedtālruņu lietotāju skaits, kā rezultātā pieprasījums pēc mobilajām lietotnēm arī aug. Arvien vairāk dažādu uzņēmumu un organizāciju, kā arī lielu pasākumu organizatori izvēlas izveidot savas lietotnes dažādu apsvērumu dēļ. Tas ir arī viens no iemesliem, kādēļ darba autors izstrādā mobilo lietotni Vidzemes Olimpiskajam centram, jo pēc pasūtītāja domām ir nepieciešams izveidot mobilo lietotni Vidzemes Olimpiskā centra labiekārtotajām skriešanas un nūjošanas trasēm, jo tas būs unikāls un vietai piesaistīts produkts, ko varēs lietot gan valmierieši, gan pilsētas viesi. Kā arī tas varētu strādāt kā mudinājums aktīvai atpūtai un veselīgam dzīvesveidam, kas pēdējos gados kļūst arvien aktuālāks temats.

Galvenais pētījuma mērķis ir izstrādāt Vidzemes Olimpiskajam centram kvalitatīvu, ērti lietojamu un prasīto funkcionalitāti nodrošinošu mobilo lietotni. Vidzemes Olimpiskā centra mobilās lietotne „VOC Trases" būs pieejama visiem iOS lietotājiem.

METODES

Pētījums iedalīts vairākos etapos, autors sāka ar līdzīgu mobilo lietotņu analīzi, lai labāk izprastu, kādas iespējas nodrošina citas lietotnes un smeltos idejas sava projekta īstenošanai. Pats projekts tika izstrādāts pēc ūdenskrituma tipa izstrādes metodikas, pakāpeniski veidojot mobilo lietotni, to pakāpeniski uzlabojot. Tam paralēli notikusi arī programmatūras testēšana, kam tika izvēlēta baltās kastes testēšanas metode.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Autors veicis lietotņu salīdzināšanu, ko var aplūkot 1. tabulā, balstoties uz kritērijiem, ko jāiekļauj lietotnē „VOC Trases". Uzskatāmi redzams, ka lietotnes „Endomondo" un „Runtastic" ir ar vienādiem kritērijiem, un arī tas, ka tās neizpilda visus nosacījumus. Turpretī lietotne „ViewRanger" neizpilda pusi no kritērijiem, tomēr tā izpilda visus tos kritērijus, ko neizpilda abas iepriekšminētās minētās lietotnes. No tā autors secina, ka, balstoties uz šo triju lietotņu labākajām īpašībām un minētajiem kritērijiem, tiks veidota lietotne „VOC Trases".

Kritērijs	Endomondo	Runtastic	ViewRanger
Attēlo karti	X	X	X
Uz kartes pieejamas trases			X
Saglabā laiku, kurā veikta distance	X	X	
Iespēja aplūkot savus rezultātus	X	X	
Iespēja izvēlēties aktivitāti	X	X	X
Iespēja redzēt savu labāko laiku	X	X	
Iespējams redzēt savu atrašanās vietu uz kartes	X	X	X
Iespējams nopauzēt laika atskaiti	X	X	
Karte pārvietojas centrēti atkarībā no atrašanās vietas	X	X	X
Var ātri pierast lietot lietotni	X	X	
Nav traucējošu reklāmu			X
Iespējams mainīt kartes tipu	X	X	

1. tabula: Lietotņu salīdzinājums (Runtastic, 2016; Endomondo, 2016; Viewranger, 2016).

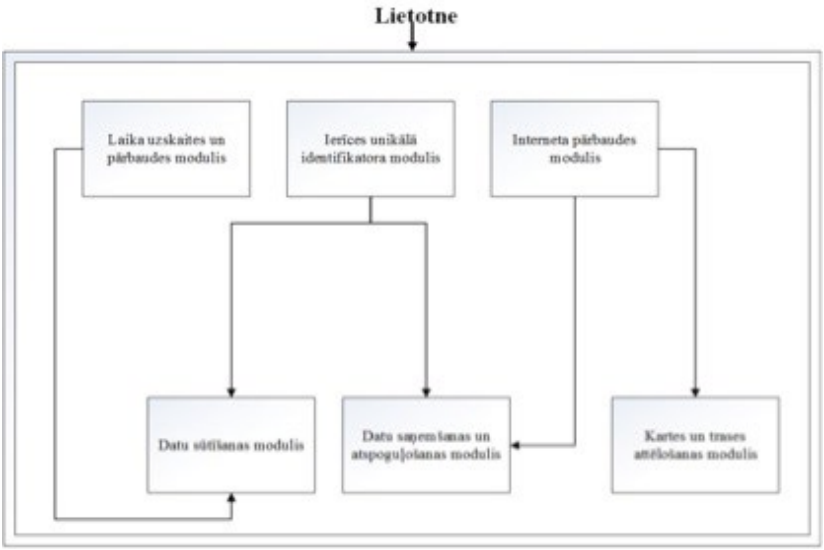
Projekta izstrādei bija nepieciešami tehniskie resursi, programmatūras resursi un cilvēka resurss. Izstrādājot lietotni, autors izmantoja Vidzemes Augstskolas Zināšanu un tehnoloģiju centra (ZTC) izsniegto tehniku. Portatīvo datoru MacBook PRO, iPhone 4S un dažādas portatīvā datora un mobilās ierīces komponentes. Tehnisko pakalpojumu kā internetu autors nodrošināja pats, bet serveri izstrādei nodrošināja Vidzemes Augstskola. Tika izmantota Xcode programmēšanas vide, kurā izveidoja mobilo lietotni, un PostMan rīks dažādu pieprasījumu atspoguļošanai un pārbaudīšanai (Xcode, 2016). Lietotni autors izstrādājis viens pats. Autors par lietotnes izveidi nav saņēmis atalgojumu. Lietotne tika izveidota nepilnu sešu mēnešu laikā, un lietotnes dokumentācija tapusi nepilna mēneša

laikā. Vidzemes Olimpiskā centra finansiālie ieguldījumi šajā projektā ir tikai AppStore licence, kas maksā nepilnus 89 EUR. Autors aprēķinājis, ka projekta kopējās izmaksas sasniedz 2110,50 EUR, neskaitot darba algu, ko šajā projektā autors nesaņem. Protams, šī summa nav īsti konkurēta, jo tajā iekļauta pilna tehnikas cena.

Projektu veidojot, tas tika sadalīts šādos moduļos:

- Kartes un trases attēlošanas modulis;
- Laika uzskaites un pārbaudes modulis;
- Interneta pārbaudes modulis;
- Datu sūtīšanas modulis;
- Datu saņemšanas un atspoguļošanas modulis;
- Ierīces unikālā identifikatora modulis.

1. attēlā redzama programmatūras moduļu diagramma un shematiski tas, kā moduļi savienojas un kuri no kuriem ir atkarīgi. Diagrammā redzams, ka trīs no moduļiem ir patstāvīgi un tikai nodrošina citu modeļu darbību (attēla augšpusē esošie moduļi), bet pārējie trīs ir atkarīgi no iepriekš minētajiem moduļiem, kas ir norādīts ar bultiņām. Redzams, ka visi moduļi sasaistās un tas liecina par to, ka lietotne nespēj pilnvērtīgi funkcionēt bez kāda moduļa. Un, tā kā visi moduļi veido vienotu lietotni, nav iespējams kādu moduli uzskatīt par galveno.



1. attēls: Lietotnes programmatūras moduļu diagramma.

Lietotnes izstrādē katra jauna funkcija tika testēta gan uz Xcode piedāvātā simulatora, gan uz viedtālruņa iPhone 4S. Izstrādes laikā tika veidoti dažādi testa projekti, lai pārbaudītu konkrētās funkcijas darbību. Pēc tam, kad katra attiecīgā funkcija tika atkļūdota un pilnībā darbojās, to pievienoja galvenajam projektam. Tad tika testēts galvenais projekts, lai pārliecinātos par funkciju savietojamību un spēju darboties kopā. Ja radās kādas kļūdas, tās tika uzreiz labotas, līdz lietotne darbojās nevainojami. Lietotne „VOC Trases" ir arī notestēta dabā, jo autors uzskata, ka jāpārliecinās par lietotnes darbību vidē, kur to paredzēts lietot. Testēšanas rezultāti bija negaidīti labi un autors uzskata, ka lietotne savas pamatfunkcijas pilda ļoti labi. Tā kā lietotne jau atrodas AppStore, tā ir arī notestēta no Apple Inc. (Swift dev, 2016) puses, jo Apple prioritāte ir kvalitāte, nevis kvantitāte, tādēļ katra lietotne tiek testēta ne tikai caur kompilatoru, bet testēšanu veic reāls cilvēks, kurš dod atsauksmi par lietotni, un, ja testētājs neatzīst lietotni par pietiekami kvalitatīvu, tā netiek palaista tirgū.

SECINĀJUMI

1. Darba izvirzītais mērķis, izstrādāt Vidzemes Olimpiskajam centram kvalitatīvu, ērti lietojamu un ar prasīto funkcionalitāti nodrošinošu mobilo lietotni, ir sasniegts, un lietotne jau ir pieejama plašākai sabiedrībai. Izejot cauri visiem izstrādes cikliem, tika izstrādāta lietotne, kas atbilst visiem sākotnēji uzstādītajiem mērķiem.

2. Sākot projekta realizāciju, autoram pirms tam nav bijusi iespēja strādāt ar OS X datoru kā arī ar iOS viedtālruni, un tas jau bija liels izaicinājums. Tomēr galvenais izaicinājums bija veidot lietotni pilnīgi jaunā programmēšanas valodā. Autors veltījis tam daudz laika pašmācības ceļā, apgūstot Swift pamatus. To autors darījis, smeļoties informāciju no Apple Inc. piedāvātās Swift valodas dokumentācijas, gan skatoties vairākus pamācību video, lai labāk saprastu programmēšanas rīka Xcode darbību, gan meklējot informāciju par interesējošām problēmām, kas radušās izstrādes laikā, dažādos programmētāju forumos.

3. Diemžēl autoram nākas atzīt, ka Vidzemes Augstskolā nav neviena speciālista iOS un OS X izstrādē, ar kuru varētu konsultēties specifiskākos jautājumos, kā rezultātā radušies sarežģījumi izstrādes procesā.

4. Šobrīd Vidzemes Olimpiskā centra mobilā lietotne ir plaši pieejama cilvēkiem, kuri lieto iOS mobilās ierīces, lietotne ir pieejama bez maksas AppStore. Darba autors uzskata, ka izveidojis Vidzemes Olimpiskajam centram kvalitatīvu un pamatfunkcijas nodrošinošu lietotni tam atvēlētajā laikā. Sniedzis izklāstu par lietotnes darbību un tās piedāvātajām iespējām. Tādēļ projekts ir uzskatāms par pabeigtu un nu jau lietotnes tālāka popularizēšana un lietotāju piesaistīšana, kā arī AppStore informācijas un reklāmu ievietošana ir Vidzemes Olimpiskā centra ziņā.

5. Autors, pabeidzot šo projektu, ir gandarīts par paveikto, jo tas ir viņa pirmais projekts, kas pieejams plašākai sabiedrībai un tā izstrādes procesā gūtas daudz jaunas iemaņas un nodibināti jauni kontakti. Skatoties nākotnē, par šī projekta turpināšanu un attīstīšanu vai kāda līdzīga tipa projekta izveidi autors ir pilns apņēmības, tomēr jāatzīst, ka vēl vienu

līdzīga apjoma projektu bez simboliska atalgojuma nebūtu ieinteresēts veidot, jo projekts patērējis daudz laika un enerģijas.

PRIEKŠLIKUMI

No autora puses galvenie priekšlikumi Vidzemes Olimpiskajam centram būtu popularizēt šo mobilo lietotni, un to pilnveidot ar jaunām un unikālām idejām. Nebūtu vēlams palikt pie tā, kas ir jau izveidots, jo to varētu uzskatīt tikai par pirmo versiju. Vēl ir daudz dažādu iespēju, kā uzlabot un pilnveidot šo mobilo lietotni, tas galvenokārt ir atkarīgs no Vidzemes olimpiskā centra vēlmes un iniciatīvas.

LITERATŪRAS SARAKSTS

Endomondo mājaslapa – mobilā lietotne. Pieejams: https://www.endomondo.com (aplūk. 20.05.2016.).

Runtastic mājaslapa – mobilā lietotne. Pieejams: https://www.runtastic.com (aplūk. 20.05.2016.).

Swift dev mājaslapa. Pieejams: https://developer.apple.com/swift (aplūk. 27.05.2016.).

Viewranger mājaslapa – mobilā lietotne. Pieejams: http://www.viewranger.com/en-gb (aplūk. 20.05.2016.).

Xcode mājaslapa. Pieejams: https://developer.apple.com/xcode (aplūk. 26.01.2016.).

MOBILĀ LIETOTNE STUDIJU KURSA "DATU PĀRRAIDES TĪKLI" APGUVEI

MOBILE APPLICATION FOR STUDYING THE DATA TRANSMISSION NETWORKS

Autors: **LIENE STRUŅĶE**
Vidzemes Augstskola, studiju programma „Informācijas tehnoloģijas"

Kontaktinformācija: liene.strunke@va.lv, mob. tel. +371 26512322

Darba zinātniskais vadītājs: **Arnis Cīrulis**, Dr.sc.ing.

KOPSAVILKUMS

Vidzemes Augstskolas Informācijas tehnoloģiju studiju programmas studenti apgūst studiju kursu "Datu pārraides tīkli". Šis studiju kurss ir sadalīts trīs daļās (trīs semestros), un katras daļas noslēgumā studentiem jākārto mutvārdu eksāmens. Eksāmena jautājumi un mācību materiāli studentiem ir pieejami.

Mūsdienu studenti ir mobili un daudz laika pavada ceļā, ne vienmēr ir iespējams paņemt līdzi mācību materiālus vai datoru, arī interneta pieslēgums var nebūt pieejams. Mobilais tālrunis ir kļuvis par ierīci, ko mūsdienu jaunieši izmanto kā galveno saziņas un izklaides rīku.

Darba mērķis ir izpētīt un salīdzināt esošās mobilās lietotnes, ar kurām iespējams izveidot testu, kurā ir lietotāja izvēlēti jautājumi, kā arī izveidot mobilo lietotni – paškontroles rīku, kas atvieglo sagatavošanos eksāmenam studiju kursā "Datu pārraides tīkli".

ABSTRACT

Students who study Information Technology at Vidzeme University of Applied Sciences have course Data Transmission Networks. This course is divided into three parts (three semesters) and after each part students should pass an oral exam. Exam questions and study materials are available for students.

Nowadays students are mobile and spend a lot of time on the way but unfortunately it is not always possible to bring study materials or carry a laptop with you, as well as there might not be an internet connection everywhere. Today, mobile phone has become the favoured device for communication and entertainment among young adults.

The aim of the paper is to explore and compare the existing mobile applications for making quizzes with questions defined by users, as well as to create a mobile application as a self-monitoring tool to study for exam in course Data Transmission Networks.

ATSLĒGAS VĀRDI

Android, Android Studio, Java, mobilā lietotne, tests, viedierīce.

IEVADS

Tā kā mobilās tehnoloģijas attīstās ļoti strauji, gandrīz ikviens students ikdienā izmanto viedtālruni vai kādu citu viedierīci, lai iegūtu informāciju, izklaidētos un mācītos. Vidzemes Augstskola ir mūsdienīga mācību iestāde, kurā studenti apgūst aktuālo tehnoloģiju izmantošanu, lai padarītu ērtāku savu ikdienu.

Darba mērķis ir izpētīt un salīdzināt esošās mobilās lietotnes, ar kurām iespējams izveidot testu, kurā ir lietotāja izvēlēti jautājumi, kā arī izveidot mobilo lietotni – paškontroles rīku, kas atvieglo sagatavošanos eksāmenam studiju kursā "Datu pārraides tīkli".

Lai sasniegtu mērķi, tika izvirzīti šādi darba uzdevumi:

- analizēt esošās testu veidošanas mobilās lietotnes,
- definēt veidojamās mobilās lietotnes prasības,
- apkopot atbildes uz studiju kursa "Datu pārraides tīkli" eksāmenu jautājumiem,
- izvēlēties programmēšanas rīkus,
- izstrādāt lietotni,
- testēt lietotni un novērst kļūdas,
- uzstādīt lietotni un veikt lietotāju apmācību.

METODES

Lai sasniegtu darba mērķi un izpildītu darba uzdevumus, autore izmantojusi šādas metodes:

- teorētiskās literatūras apkopošana un analīze,
- esošo testu veidošanas lietotņu apzināšana un salīdzināšana,
- programmēšana pēc ūdenskrituma metodes,
- lietotnes strukturālā un dinamiskā testēšana,
- lietotāja rokasgrāmatas izveidošana.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Mūsdienās mobilās ierīces ar Android operētājsistēmu (turpmāk tekstā – OS) ražo dažādi uzņēmumi, piemēram, Samsung, LG, Sony u. c. Android OS sastopama mobilajos telefonos, planšetdatoros, viedpulksteņos un pat televizoros.

Android OS ir paredzēta mobilajām ierīcēm ar skārienjutīgu ekrānu, tās kods tiek piedāvāts saskaņā ar Apache licenci, kas ir brīvās programmatūras un atvērtā koda licence. Šobrīd Android ir Google grupai piederošs uzņēmums. Tas nozīmē, ka ierīču ražotāji OS drīkst modificēt un pielāgot tieši savām vajadzībām (izņemot Google grupas radīto koda daļu) (Chandra Mohan, 2013: 40-41).

Dažādi uzņēmumi un organizācijas veic pētījumus par cilvēku paradumiem, tostarp mobilo ierīču lietošanu un to izplatību. Ir brīvi pieejami detalizēti statistikas dati par lielāko pasaules valstu iedzīvotāju mobilo ierīču lietošanas paradumiem. Taču Latvija veido salīdzinoši niecīgu tirgus daļu, tādēļ dati par šeit mītošo cilvēku paradumiem netiek pamatīgi pētīti.

Autore nolēmusi izpētīt un salīdzināt datus par viedierīču lietošanas paradumiem 2015. gada pirmajā ceturksnī.

Pasaulē viedierīcēs visbiežāk tiek izmantota Android OS (78%), tad seko iOS (18,3%). Pārējo OS izplatība ir visai niecīga – Windows Phone izmanto tikai 2,7% gadījumu, bet atlikušais 1% viedierīču lietotāju izmanto vēl kādu citu OS (Twohig, 2015). Protams, dažādos reģionos šie dati var būt krasi atšķirīgi.

Šādam pārliecinošam Android OS izplatības pārsvaram par iemeslu varētu būt tas, ka OS ir kvalitatīvi izstrādāta un brīvi pieejama dažādiem viedierīču ražotājiem. Piemēram, Google grupa atklāja, ka 2015. gadā izlaisti 600 Android viedtālruņu modeļi (Ābols, 2016).

Tā kā nav pieejams identisks pētījums par Latvijā lietoto viedierīču OS izplatību, autore izvērtēja interneta pētniecības aģentūras Gemius SA veikto pētījumu par pārnēsājamo ierīču ražotājiem „Pārnēsājamās ierīces – ražotāji".

Latvijā Apple produktus lieto aptuveni trešā daļa (33%) iedzīvotāju, tas ir vairāk nekā vidējie rādītāji pasaulē. Tā kā Samsung, Sony, HTC, Huawei un LG savās viedierīcēs izmanto Android OS, var pieņemt, ka aptuvenā šīs OS izplatība lēšama vismaz 55,09% gadījumu. Un atlikušie 11,91%, iespējams, lieto kāda cita ražotāja viedierīci ar Android OS vai kādu citu OS (Gemius SA, 2016).

Arī mobilie operatori ievāc statistikas datus par to, kādas OS iedzīvotāji izmanto. Viena no vadošā mobilo sakaru pakalpojumu sniedzēju uzņēmuma Tele2 pārstāvji 2014. gadā atzina, ka Android OS Latvijā izmanto aptuveni 70% lietotāju, un tam par iemeslu ir pieejamo ierīču modeļu daudzveidība un plašā cenu amplitūda (Līcis, 2014).

Ik gadu tiek izlaista jauna Android OS versija, kurā ir jaunas funkcijas un iespējas, taču tajā pašā laikā nepieciešamas arvien jaudīgākas ierīces. Informāciju par to, kādas Android versijas tiek lietotas, izstrādātāji iegūst no lietotnē Google Play Store veiktajām lejupielādēm. Tā kā šī lietotne pieejama Android OS sākot no versijas 2.2, tad statistika par agrāko versiju lietošanu tiek veidota no tā, ar kādām ierīcēm lietotāji pieslēdzas Google serveriem (Android Developers, 2016).

Android OS versija 2.2 ar segvārdu Froyo iznāca 2010. gada sākumā, un to joprojām lieto 0,1% Android ierīču lietotāju, kas nav daudz. Versija Gingerbread iznāca 2010. gada nogalē, un to ikdienā lieto 2,2% Android ierīču lietotāju. Kaut arī jaunākā Android OS versija Marshmallow ir iznākusi jau 2015. gada nogalē, to šobrīd lieto salīdzinoši maz (7,5%) lietotāju. Toties joprojām populāras ir iepriekšējās Android OS versijas. Piemēram, 2012. gadā iznākušo versiju Jelly Bean lieto 20,10%, 2013. gadā iznākušo KitKat lieto 32,5% un 2014. gadā iznākušo Lollipop 35,60% Android OS lietotāju (Android Developers, 2016a).

Lai pieņemtu lēmumu par to, kāda veida lietotni taisīt, autore salīdzināja trīs dažādas testu veidošanas lietotnes: CAQ (Create A Quiz), Quizzer un Quiz Maker (skat. 1. tabulu).

Iespējas / Lietotne	CAQ	Quizzer	Quiz Maker
Testu skaits	6/neierobežots*	5/neierobežots*	neierobežots
Jautājumu skaits testā	30/neierobežots*	100/neierobežots*	neierobežots
Jautājumu maisīšana	X	X	X
Testa importēšana	X	X	
Testa eksportēšana	X*		
Testa jautājumu labošana	X	X	X
Fona krāsas izvēles iespēja	X		
Pilnās versijas cena (EUR)	3,26	3,50	
Nepieciešamā Android versija	3.0	2.1	4.1

Apzīmējumi:

X ir iespējams
  nav iespējams
* iespēja pieejama lietotnes maksas versijā

1.tabula. Testu veidošanas lietotņu salīdzinājums.

Kā viens no galvenajiem trūkumiem lietotnēm, kuras iespējams izmantot bezsaistes režīmā, ir ierobežotais jautājumu skaits vienā testā. Visām lietotnēm pieejama jautājumu maisīšanas funkcija. Dažām pieejama arī testa jautājumu importēšanas iespēja, taču, lai testu sagatavotu, to nepieciešams no lietotnes eksportēt, bet šī funkcija ir pieejama par maksu. Lietotņu aprakstos arī ir minēts, ka testa jautājumus iespējams sagatavot ar datora palīdzību, taču autore neatrada informāciju par to, kā tie būtu jānoformē.

Android lietotnes ir iespējams izstrādāt dažādās OS, piemēram, Microsoft Windows, MAC OS X vai Linux (Felker, 2011: 31-33). Taču ar OS vien nepietiek, ir nepieciešami arī specifiski rīki un programmēšanas valodu zināšanas. Katra Android lietotne sastāv no koda, kas rakstīts Java valodā, XML veida dokumentiem u. c. informācijas, kas sakārtota pēc noteiktas struktūras (Burd, 2014: 16-17).

Izvērtējot esošās testu veidošanai paredzētās mobilās lietotnes, autores pieredzi studiju kursa "Datu pārraides tīkli" apgūšanas laikā un lektora ieteikumus, galvenās prasības, veidojot jauno lietotni, ir:

- vienkāršība gan dizaina, gan funkcionalitātes ziņā,

- jautājumu nolasīšana no faila, bez interneta izmantošanas,
- jautājumu failā iekļauti visi eksāmena jautājumi,
- iespējami vienkārša jautājumu mainīšanas, dzēšanas un papildināšanas iespēja,
- lietotne pieejama iespējami plašai auditorijai,
- atbilžu varianti kā atslēgvārdi, uzvedinoši paskaidrojumi, nevis pilnīga atbilde.

Mobilās lietotnes izstrādes laikā autore izmantoja divas testēšanas metodes: strukturālo (baltās kastes) un dinamisko (melnās kastes) (it-testing.lv, 2016). Strukturālās testēšanas laikā tika pārbaudīta lietotnes pirmkoda darbība, meklētas un labotas kodēšanas kļūdas.

Dinamiskā testēšana tika izmantota mobilās lietotnes izstrādes beigu posmā. Pēc tam, kad ar strukturālo testēšanas metodi vairs nebija atrodamas kļūdas programmas kodā, tika izveidota lietotāja rokasgrāmata un testēšanas scenārijs. Šie dokumenti kopā ar mobilās lietotnes uzstādīšanas un izmantošanas failiem tika nodoti 17 testētājiem.

Mobilās lietotnes darbība tika testēta visās Android versijās, sākot no 2.2 jeb Froyo līdz 6.0.1 jeb Marshmallow.

SECINĀJUMI

- Android operētājsistēma ir plašāk lietotā viedierīču operētājsistēma pasaulē. Vidēji reizi gadā iznāk jauna operētājsistēmas versija, taču joprojām tiek lietotas pat sešus gadus vecas versijas. Tas apgrūtina mobilo lietotņu izstrādāšanas procesu, jo, lai izveidotu lietotni, kas pieejama pēc iespējas plašākai auditorijai, tā jāveido iespējami senākai Android operētājsistēmas versijai ar ierobežotu izstrādes rīku funkcionalitāti un iespējām.

- Ir pieejama kvalitatīva bezmaksas programmatūra Android mobilo lietotņu izstrādei, kā arī vienkārša un skaidra teorētiskā un praktiskā informācija par programmatūras izmantošanas iespējām.

- Kaut arī Android mobilās lietotnes izstrādes vides izmantošanai nepieciešamās tehniskās prasības nav augstas, lai izstrādes process notiktu raitāk, vēlams izmantot jaudīgu tehniku, tādējādi ievērojami paātrinās koda kompilācijas laiks.

- Testēšana ir būtiska produkta izstrādes cikla daļa, kurā var atklāties dažādas iepriekš neparedzētas kļūdas vai nepilnības.

- Ir izveidota mobilā lietotne „DPT tests", ar kuras palīdzību Vidzemes Augstskolas studenti var pārbaudīt savas zināšanas studiju kursā "Datu pārraides tīkli".

- Izveidotā mobilā lietotne ir paškontroles rīks zināšanu pārbaudīšanai, mācību vielas atkārtošanai un nostiprināšanai. Lietotne „DPT tests" nav pietiekams līdzeklis, lai pilnvērtīgi sagatavotos eksāmenam studiju kursā "Datu pārraides tīkli".

• Mobilo lietotni „DPT tests" ir iespējams uzstādīt viedtālruņiem, sākot ar Android 2.3.3. versiju un 10. API versiju līdz Android 5.1.1. versijai.

• Mobilā lietotne „DPT tests" ir programma, kas pēc nejaušības principa ģenerē 10 studiju kursa "Datu pārraides tīkli" eksāmena jautājumus ar atbilžu variantiem. Lietotājam ir jāizvēlas viens no trim atbilžu variantiem. Pēc atbildes varianta ievadīšanas lietotājs tiek informēts par to, vai sniegtā atbilde bijusi pareiza vai nepareiza.

• Testa jautājumi tiek nolasīti no īpaši sagatavota teksta faila, kurā iespējams jautājumus mainīt, pievienot vai dzēst. Jautājumu un atbilžu garums nav ierobežots, jo lauks ir ritināms, taču vizuāli pievilcīgāks un vieglāk uztverams ir lakoniski formulēts teksts.

• Mobilo lietotni ir viegli pielāgot testu veidošanai citos mācību priekšmetos.

PRIEKŠLIKUMI

• Lai veicinātu studentu iesaistīšanos aktīvā mācību procesā, sadarbībā ar citu studiju kursu lektoriem veidot paškontroles rīkus. Tādējādi tiek attīstītas gan programmēšanas iemaņas, gan interese par citām nozarēm.

• Autore var pilnveidot un papildināt esošo mobilo lietotni, jo to darba izstrādes gaitā neizdevās uzstādīt viedtālrunim ar pašu jaunāko Android versiju.

AVOTU SARAKSTS

1. Android Developers (2016). Android Studio. Pieejams: https://developer.android.com/studio (aplūk. 20.05.2016.).

2. Android Developers (2016a). Dashboards. Pieejams: https://developer.android.com/about/dashboards (aplūk. 20.05.2016.).

3. Ābols, A. (2016). Pagājušajā gadā izlaisti 600 Android viedtālruņu modeļi, lietotnes uzstādītas 65 miljardus reižu. Pieejams: http://kursors.lv/2016/05/20/pagajusaja-gada-izlaisti-600-android-viedtalrunu-modeli-lietotnes-uzstaditas-65-miljardus-reizu (aplūk. 20.05.2016.).

4. Burd, B. (2014). Java Programming for Android Developers For Dummies. Hoboken: Wiley Publishing Inc.

5. Chandra Mohan, I. (2013). Operating systems. Delhi: Prentice-Hall of India.

6. Felker, D. (2011). Android Application Development For Dummies. Hoboken: Wiley Publishing, Inc.

7. Gemius, SA. (2016). Pārnēsājamās ierīces ražotāji. Pieejams: http://ranking.lv/lv/rankings/mobile-devices-producers.html (aplūk. 20.05.2016.).

8. It-testing.lv mājaslapa. Testēšanas metodes. Pieejams: http://www.it-testing.lv/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=25&Itemid=56&lang=lv (aplūk. 20.05.2016.).

9. Līcis, J. (2014). Latvijā populārākā mobilā operētājsistēma ir Android. Pieejams: http://lifehack.lv/latvija-popularaka-mobila-operetajsistema-ir-android (aplūk. 20.05.2016.).

10. Twohig, G. (2015). Mobile Software Statistics 2015. Pieejams: https://mobiforge.com/research-analysis/mobile-software-statistics-2015 (aplūk. 20.05.2016.).

MOBILĀ VIETNE ANDROID TELEFONIEM MEDĪBU ORGANIZĒŠANAI UN KOLEKTĪVA VADĪŠANAI

ANDROID APPLICATION FOR HUNTING ORGANIZATION AND COLLECTIVE MANAGEMENT

Autors: **KRISTAPS PELCBERGS**
Vidzemes Augstskola, studiju programma "Informācijas tehnoloģijas"

Kontaktinformācija: kristaps.pelcbergs@va.lv, mob.tel. +371 27167865

Darba zinātniskais vadītājs: **Ojārs Bāliņš**, Mg.math.ing., Mg.iur.

KOPSAVILKUMS

Liela daļa Latvijas saimniecību pēdējā laikā vairs neizmanto papīra vai mutiskas uzziņas avotus, lai iegūtu jaunāko informāciju vai sazinātos savā starpā, bet tā vietā izmanto mobilās lietotnes vai mājas lapas.

Tādas pagaidām nav izplatītas medību saimniecībā, kurā pašlaik lielākoties tiek lietoti drukāti uzskates materiāli, kā, piemēram, medību teritoriju kartes, medību likumi un noteikumi, kā arī mutiskas vienošanās kā medību pieteikšana, informēšana par medību rezultātiem, kas nepadara medību procesu pietiekami efektīvu, tāpēc tika nolemts veidot aplikāciju.

Autors un pasūtītājs, medību formējums "Gauja" uzskata, ka visizdevīgāk ir veidot vietni, kas atbalsta Android operētājsistēmu, jo šīs ierīces tiek visvairāk izmantotas mednieku vidū. Gada projekta mērķis ir izstrādāt Android vietni medību formējumam "Gauja". Lai sasniegtu izvirzīto mērķi, tika izveidota Android vietne un tās dokumentācija. Darba galvenais mērķis ir sasniegts, proti, medību formējumam "Gauja" tika izveidota ikdienā pielietojama mobila vietne (CNN, 2016).

ABSTRACT

Many of Latvian industries no longer use paper or oral sources of information to get the latest news and communicate with each other; instead they tend to choose smartphone applications or web pages.

In the hunting industry, however, it is not the case because the paper materials, for example hunting regulations, hunting laws and maps, and oral agreements, such as hunting declaration, informing about the results, are still widely used. This do not contribute to efficient hunting process, which is the reason why the author decided to develop an Android application.

The author and client – hunting formation Gauja – come to an agreement that the best solution would be to develop an application for Android operating system since it is the most used operating system within hunting formation Gauja.

The objective was achieved, namely, a convenient Android application that can be easily edited and upgraded to make it available to other hunting formations was developed.

ATSLĒGAS VĀRDI

Android vietne, medības, medību kolektīva organizēšana.

IEVADS

Latvijā ir apmēram 21 tūkstotis aktīvo mednieku un pēc autora pieredzes medību procesā netiek pienācīgi izmantotas modernās tehnoloģijas. Piemēram, medību formējuma "Gauja" medību pieteikšana un rezultātu fiksēšana notiek mutiski, ziņojot medību vadītājam.

Dzinējmedību laikā orientēšanās mežā notiek, vadoties pēc iepriekšējās pieredzes un mutiskām norādēm, kuras nepieredzējušiem medniekiem līdz galam nav saprotamas. Pēc autora domām šāda veida darbības neveicina medību kvalitāti un neveicina jaunu cilvēku piesaisti medību kolektīvam (Latvijas Mednieku asociācija, 2015).

Autors vēlas izveidot medību formējuma „Gauja" aplikāciju, kurā tiktu iekļauti gan vispārēji medību noteikumi, likumi un apraksti, gan specifiski medību formējumam pielāgotas iespējas, kā pieteikt medības, un medību platību kartes.

METODES

Lai izstrādātu vietni medību kolektīva organizēšanai, autoram bija jāveic pētījums medību formējumā "Gauja", kas ar medībām Valmieras rajonā nodarbojas jau vairāk kā 30 gadus, kurā tika noskaidrots mednieku viedoklis par viedtālruņu izmantošanu medību laikā, mednieku tehniskais nodrošinājums un vēlamās iespējas, kuras vietnei būtu jāpilda. Pētījumā gūtie secinājumi ļāvuši noskaidrot, uz kādas viedtālruņu operētājsistēmas veidot vietni, kā arī iezīmējuši mednieku galvenās vajadzības. Tika pētītas tirgū esošās alternatīvas, kas vismaz Latvijas tirgū netika atrastas (CNN, 2016).

Izstrādājot vietni, bija nepieciešams apgūt Android Studio programmēšanas vidi, kurā tika veikta lielākā daļa programmēšanas. Veidojot vietnes grafisko vidi, tika apgūta un izmantota XML programmēšanas valoda, bet vietnes funkcionalitāti autors veidoja ar Java programmēšanas valodu. Lai vietne darbotos un spētu nodot informāciju citiem lietotājiem, tika izmantotas MySQL un PHP valodas. Tās nodrošināja datubāzi, kura atrodas uz servera, un vietnes piekļuvi šai datubāzei (Google Android Studio, 2013).

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Pēc pētījumā iegūtajiem rezultātiem programmatūras produktam jāspēj nodrošināt iespēju medniekam glabāt visu nepieciešamo medību informāciju savā Android mobilajā ierīcē, kā arī uzlabot medību kvalitāti, veidojot atskaites un sekojot citu biedru darbībām. Ar šīs lietojumprogrammas palīdzību mednieks varēs:

1. pieteikt un aizpildīt atskaiti medībām uz gaidi,

2. dzinējmedību laikā redzēt, kur atrodas mednieki un dzinēji,

3. redzēt medību sezonas termiņus,

4. apskatīt nelielus aprakstus par medījamiem dzīvniekiem,

5. izpētīt citu mednieku medību rezultātus,

6. augšupielādēt un apskatīt citu biedru augšupielādētos attēlus,

7. atrast jebkura kolektīva biedra kontaktu,

8. pievienot medību mastus un torņus.

Pieeja sistēmai būs tikai medību kolektīva vadītāja reģistrētajiem lietotājiem. Lietotāja autorizācijai būs nepieciešama derīga e-pasta adrese un parole.

Izstrādājot Android vietni, tika izveidoti vairāki moduļi:

Moduļa nosaukums	Nozīme
Autorizācijas modulis	Atpazīt lietotāju un iegūt tā datus
Paroles maiņas modulis	Uzstādīt lietotājam autentifikācijas paroli un pievienot telefona numuru
Izvēlnes modulis	Parādīt lietotāja pieejamās iespējas
Sezonu modulis	Parādīt lietotājam aktīvās un neaktīvās medību sezonas
Dzīvnieku apraksta modulis	Parādīt lietotājam nelielu dzīvnieku aprakstu
Medību platības modulis	Attēlot medību mastu robežas un medību torņu atrašanos vietu
Dzinējmedību modulis	Attēlot kartē dzinējmedību laikā lietotāju atrašanos vietu
Medības uz gaidi modulis	Attēlot lietotājam pieejamās iespējas medībām uz gaidi
Medību uz gaides pieteikuma modulis	Iesniegt medību pieprasījumu medību vadītājam
Medību uz gaides atskaites modulis	Iesniegt medību atskaiti
Medību vēstures saraksta modulis	Uzrādīt kolektīva medību vēsturi
Medību rezultātu modulis	Apskatīt konkrēto medību rezultātu datus
Galerijas modulis	Attēlot lietotājam pieejamās iespējas galerijā
Augšupielādes modulis	Augšupielādēt attēlu uz servera
Attēlu saraksta modulis	Attēlot visas augšupielādētās bildes
Attēlu modulis	Attēlot izvēlēto attēlu
Kontaktu modulis	Parādīt visu kolektīva biedru kontaktus
Likumu/noteikumu modulis	Attēlot medību likumus un noteikumus
Vadītāja opciju modulis	Parādīt visas vadītājam pieejamās opcijas
Reģistrācijas modulis	Reģistrēt jaunus biedrus medību kolektīvam
Statusu modulis	Mainīt dzinējmedību, gaides statusu un uzstādīt ziņojumu
Torņa pievienošanas modulis	Pievienot medību torni datubāzei
Masta pievienošanas modulis	Pievienot mastu datubāzei
Apstiprināt/noraidīt medības uz gaidi saraksta modulis	Parādīt visus medību pieteikumus
Apstiprināt/noraidīt medības uz gaidi modulis	Apstiprināt vai noraidīt mednieku iesniegumus medībām uz gaidi

1. tabula. Autora izstrādātie moduļi Android medību vietnei.

1. Pasūtītāja jeb vietnes lietotāju, kas šajā gadījumā būs Medību formējuma „Gauja" biedri, ieguvumi:

- iespēja pieteikt medības jebkurā vietā, kurā ir interneta pieslēgums,
- iespēja izlasīt un apskatīt medību likumus un noteikumus savā mobilajā Android ierīcē medību laikā,
- iespēja redzēt mednieku un dzinēju atrašanos vietu dzinējmedību laikā,
- iespēja pievienot kartei medību mastu un torņus,
- iespēja redzēt aktīvās un neaktīvās medību sezonas,
- iespēja uzzināt nelielu aprakstu par medījamo dzīvnieku,
- iespēja apskatīt citu mednieku medību rezultātus un analizēt datus,
- iespēja pievienot bildi, ar kuru dalīties tikai ar kolektīva biedriem,
- iespēja atrast jebkura mednieka vai dzinēja kontaktus, kuri ir medību formējuma biedri.

2. Latvijā ir nedaudz virs 23 tūkstošiem mednieku un pēc autora pieredzes medību process lielākoties tiek organizēts tāpat kā pirms 10 vai 20 gadiem, mutiski vai papīra formātā, kā arī uz iepriekšējas medību pieredzes pamata. Savukārt mūsdienīgi mednieki, izmantojot šo mobilo vietni, spētu padarīt medības efektīvākas un drošākas (Latvijas Mednieku asociācija, 2015).

3. Darba izvirzītais mērķis ir izstrādāt modernu un daudzfunkcionālu mobilo vietni, kura tās lietotājiem atvieglotu medību procesu un palīdzētu uzlabot medību sasniegumus un drošību, lai mednieki to varētu ikdienā lietot. Darba rezultātā, izejot cauri visiem izstrādes dzīves cikla posmiem, tika izstrādāta mobilā vietne, kas daļēji atbilst visiem sākotnēji izvirzītajiem mērķiem.

4. Darba mērķis tika sasniegts daļēji, jo autoram šī darba veikšanai trūka zināšanu šādu mobilo vietņu izveidē un to iegūšanā tika patērēts daudz laika. Darba mērķis tiktu sasniegts pilnībā, ja autoram darba veikšanai tiktu atvēlēts ilgāks laiks, kā arī, ja autoram būtu pieredze šāda veida darbu veikšanā.

5. Šobrīd mobilā vietne medību formējumam „Gauja" ir pieejama tikai Android mobilo ierīču lietotājiem, bet pēc autora domām, ja par šo projektu izrādīs interesi mednieki, šo vietni nākotnē varētu izveidot arī uz iOS operētājsistēmu mobilajām ierīcēm.

6. Medību saimniecībā pašlaik lielākoties tiek lietoti drukāti uzskates materiāli, kā, piemēram, medību teritoriju kartes, medību likumi, noteikumi, un tiek slēgtas mutiskas

vienošanās, kā medību pieteikšana, medību rezultāti informēšana, kas nepadara medību procesu pietiekami efektīvu.

PRIEKŠLIKUMI

1. Autora izstrādāto vietni pārveidot par web labu, kas pielāgojas mobilajai ierīcei, lai tā spētu atbalstīt gan Android, gan IOS, gan Windows telefonus, kas palielinās potenciālo lietotāju skaitu, kā arī atvieglos medību kolektīva vadītāja darbu, ja viņš spēs darboties ar vietni mājās pie datora.

2. Izstrādāto vietni testa režīmā nodot pagaidu lietošanai medību kolektīviem, lai pārliecinātos par vietnes darbību un iegūtu papildus atsauksmes no neitrāliem lietotājiem.

3. Izveidot internetā pieejamu apmācības rokasgrāmatu, lai lietotājam būtu vieglāk apgūt, kā darboties ar vietni.

AVOTU SARAKSTS

1. CNN (2016). iPhone vs. Android: Which is better? Pieejams: http://money.cnn.com/interactive/technology/iphone-android-comparison/ (aplūk. 10.02.2016.).

2. Google Android Studio (2013). Everything you need to build on Android. Pieejams: https://developer.android.com/studio/intro/index.html (aplūk. 15.0.2016.).

3. Latvijas Mednieku asociācija (2015). Medības Latvijā. Pieejams: http://www.latma.lv/lv/medibas-latvija/ (aplūk. 15.04.2016.).

4. Medību likumi (2014). Latvijas Vēstnesis. Pieejams: http://likumi.lv/doc.php?id=77455 (aplūk. 27.05.2016.).

5. Medību noteikumi (2014). Latvijas Vēstnesis. Pieejams: http://likumi.lv/doc.php?id=267976 (27.05.2016.).

6. Medniekiem (2016). Kalendārs. Pieejams: http://www.medniekiem.lv/calendar/1-latvija/ (aplūk. 10.03.2016.).

PATVĒRUMA MEKLĒTĀJU RĀMĒJUMS LATVIJAS SABIEDRISKAJOS MEDIJOS: LATVIJAS RADIO RAIDĪJUMU SATURA ANALĪZE NO 2011. LĪDZ 2015. GADAM

FRAMING OF ASYLUM SEEKERS IN LATVIAN PUBLIC MEDIA: THE ANALYSIS OF "LATVIJAS RADIO" CONTENT 2011 – 2015

Autors: **TATJANA MAŽĀNE**
Vidzemes Augstskola, studiju programma "Komunikācija un sabiedriskās attiecības"

Kontaktinformācija: tatjana.mazane@va.lv, mob.tel. +371 28720041

Darba zinātniskais vadītājs: **Liene Ločmele**, Mg.sc.soc.

KOPSAVILKUMS

Patvēruma meklētāju jautājums Latvijā kļūst arvien aktuālāks, turklāt medijiem ir ļoti nozīmīga loma šīs grupas atspoguļošanā. Tie ne vien sniedz informāciju, bet arī tiem ir būtiska ietekme auditorijas uzskatu veidošanā, īpaši, ja ir runa tieši par sabiedrisko mediju, jo nereti tas ir viens no galvenajiem informācijas gūšanas avotiem, un sabiedrības pārstāvji tiem ļoti uzticas. Pētījuma mērķis ir noskaidrot patvēruma meklētāju tematikas rāmējumu "Latvijas Radio" raidījumos un to, uz kādām nozīmēm balstās šis rāmējums. Pētījumā, izmantojot gan kvantitatīvo, gan kvalitatīvo satura analīzi, tika analizēti 190 radio materiāli, cenšoties identificēt deviņus rāmjus – atbildības, cilvēciskas intereses, konflikta, morāles, ekonomisko seku, lokālais, globālais, iespējas un riska. Rezultāti liecina, ka šis jautājums visizteiktāk tiek rāmēts atbildības rāmja ietvaros, piedēvējot atbildību dažādām pusēm gan par tā cēloņiem, gan risinājumiem, un pamatā meklējot vainīgos, un tas savukārt pašu problēmu nepalīdz risināt.

ABSTRACT

Recently the theme related to asylum seekers in Latvia has become prominent and media plays a significant role in presenting this group. The media not only provides information, but also has an essential impact on beliefs of the audience, especially in the case of public media, since often it is one of the main sources of information that appeals to the audience as trustworthy. The aim of the study is to explore the framing of asylum seekers in "Latvijas Radio" content and to identify the meanings underlying these frames. In this study, using both quantitative and qualitative content analysis, 190 radio materials were analyzed, trying to identify nine frames, namely, responsibility, human interest, conflict, morality, economic consequences, local, global, opportunity, and risk. The results indicate that this issue is primarily framed within the responsibility frame, by attributing responsibility to various groups for causes and solutions and looking for the guilty ones, and that does not help to solve the problem.

ATSLĒGAS VĀRDI

Patvēruma meklētāji, rāmējums, sabiedriskais medijs, Latvijas Radio.

IEVADS

Patvēruma meklētāju tematika pēdējā laikā ir kļuvusi par ļoti aktuālu tēmu ne vien Eiropas sabiedrībā, bet arī Latvijā. Statistikas dati par Latviju liecina, ka pēdējo piecu gadu laikā Latvijā ir īpaši strauji paaugstinājies patvēruma meklētāju skaits (The UN Refugee Agency, 2015: 27; Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde, 2015; LETA, 2015). Līdz ar skaita pieaugumu temats aktualizējies arī mediju lokā.

Latvijas sabiedrībā lielākoties ir valdījusi negatīva attieksme pret patvēruma meklētājiem, viņu uzņemšanu un ar to saistītiem jautājumiem (Eiropas bēgļu fonds, 2008: 7; TNS, 2015). ANO pētījumā konstatēts, ka Latvijā sabiedrība patvēruma meklētājus diskriminē (Rozenberga, Bērtule, 2015). Iespējams, ka medijiem ir sava loma tajā, rakstot par

patvēruma meklētājiem kā "straumi", "plūsmu" un "nelegālajiem imigrantiem" un runājot par šo jautājumu kā problēmu (Rutka-Skrindževska, 2015; LETA, 2015a; Lībietis, Svikša, 2015). Mediji spēlē būtisku lomu tajā, kā patvēruma meklētāji un bēgļi tiek uztverti un uzņemti (International Organization for Migration, 2002: 76). Turklāt patvēruma meklētāju temats ir aktuāls caur sabiedrisko mediju (SM) prizmu, jo to galvenais uzdevums ir izglītot un integrēt sabiedrību, rūpēties par demokrātijas pamatvērtību iedzīvināšanu un noturēšanu. SM atbildība ir nodrošināt sabiedrību ar kvalitatīvu un neatkarīgu informāciju, sabiedrisko procesu izpēti un analīzi, viedokļu daudzveidību (Kultūras ministrija, 2011: 2).

Iedzīvotāju migrācija ir pētīta gan pasaulē, gan Latvijā, taču pētījumu par migrācijas tematu mediju kontekstā ir mazāk. Latvijā konkrēti patvēruma meklētāju un bēgļu temats saistībā ar medijiem ir salīdzinoši maz pētīts. Šī pētījuma mērķis ir noskaidrot patvēruma meklētāju tematikas rāmējumu "Latvijas Radio" (LR). Pētījuma jautājumi: Kā patvēruma meklētāju tematika ir rāmēta „LR 1" raidījumos laikā no 2011. līdz 2015. gadam? Uz kādām nozīmēm balstās konkrētie rāmji?

METODES

Lai sasniegtu pētījuma mērķi, tika izmantota gan kvantitatīvā, gan kvalitatīvā mediju rāmējuma analīzes pieeja. Sākotnēji izmantota deduktīvā pieeja – tika izvēlēti pieci vispārīgie ziņu rāmji, lai noteiktu to klātbūtni un izteiktību. Konkrētie rāmji identificēti Hollijas Semetko (Holli Semetko) un Patijas Valkenburgas (Patti Valkenburg) 2000. gadā veiktajā pētījumā: 1) atbildības piedēvējums, 2) konflikts, 3) cilvēciska interese, 4) ekonomiskās sekas, 5) morāle (Semetko, Valkenburg, 2000: 93). Pētījumā deduktīvā pieeja tika apvienota ar induktīvo, atlases un analīzes gaitā pievēršot uzmanību un piefiksējot papildus informāciju, kas varētu norādīt uz papildus rāmjiem. Pēc rāmju klātbūtnes identificēšanas tika veikta kvalitatīvā analīze.

Par pētījuma izpētes vienību tika izvēlēts radio uzņēmums "Latvijas Radio". Šis nacionāla mēroga uzņēmums tika dibināts 1925. gada 1. novembrī, un joprojām ir populārs Latvijas iedzīvotāju vidū (Latvijas Radio, 2015). Materiāli analizēti laika periodā no 2011. (Sīrijas krīzes aizsākuma periods) līdz 2015. gadam.

Sākotnēji tika iegūti materiāli, kas jebkādā veidā pieskaras patvēruma meklētāju tematikai, meklējot pēc konkrētiem atslēgas vārdiem un frāzēm. Tika apskatīts katrs materiāls, bet izlasē iekļauti tikai tādi, kuru nosaukumā, raidījuma pieteikumā, pieejamajā aprakstā un/vai materiāla pirmajās minūtēs tika minēti vārdi vai frāzes, kas norāda uz to, ka materiālā temats ir galvenais. Rezultātā tika iegūti 190 derīgi analizējamie materiāli.

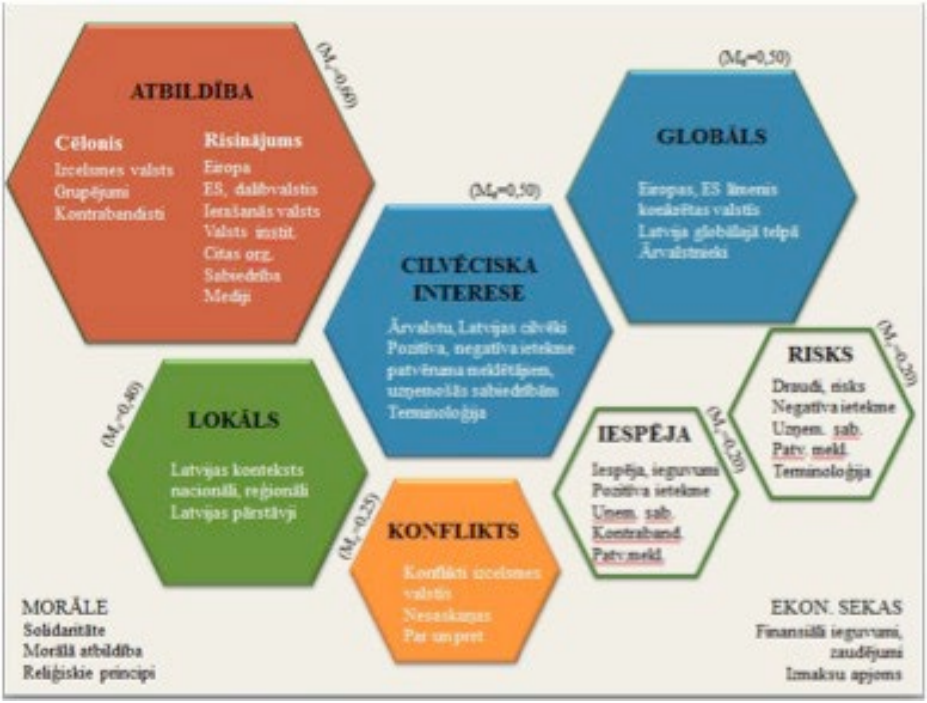
Materiālu analīzei izmantota Hollijas Semetko un Patijas Valkenburgas (Semetko, Valkenburg, 2000) kvantitatīvā metode – jautājumu kopums (20 jautājumi), kas norāda uz piecu identificēto rāmju esamību radio ziņās.

Atlases gaitā jau atklājās papildus informācija, kas norādīja uz iespējamajiem papildus rāmjiem. Ņemot vērā to, ka materiālos patvēruma meklētāju temats tika aplūkots dažādos līmeņos, tika pieņemts lēmums pētījumā noteikt un iekļaut papildus rāmjus – lokālais un

globālais. Atlases gaitā iezīmējās arī temata atspoguļojums gan pozitīvā, gan negatīvā ziņā. Šajā kontekstā bieži uzsvērtas iespējas vai draudi, tāpēc tika iekļauti arī iespēju un riska rāmji. Lai izmērītu šo rāmju klātesamību, specifiski pētījumam un tematam tika izstrādāti papildus jautājumi. Kopā pētījumā izmantoti 40 jautājumi, atbildot izmantojot bināro kodu: 1 – „jā", 0 – „nē". Iegūtie dati apstrādāti ar SPSS programmu, savukārt kvalitatīvās analīzes ietvaros analizēts materiālu saturs.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Pētījuma rezultāti norādīja, ka visvairāk par patvēruma meklētājiem tika runāts tieši ziņās. Kā arī no visiem analizētajiem gadiem – 2015. gadā. Pētījuma kvantitatīvā satura analīze atklāja to, ka radio materiālos pētītie rāmji lielākoties ir sastopami, bet tie nav ļoti izteikti, izteiktākais bija atbildības rāmis – iespējams, tāpēc, ka patvēruma meklētāju jautājums šobrīd tiek uzskatīts par problēmu, krīzi, meklējot un runājot par to, kam kāda atbildība šajā situācijā ir jāuzņemas (skatīt 1.attēlu).



1. attēls. Kvalitatīvās un kvantitatīvās analīzes rezultātu apkopojums.

Kvalitatīvā satura analīze atklāja, ka atbildība dažādām pusēm tika piešķirta gan par problēmas cēloņiem, gan risinājumiem. Viena puse ir tā, kas ir atbildīga par to, ka cilvēki bēg un dodas uz konkrētiem galamērķiem, savukārt otra puse ir tā, kas ir atbildīga vai kam jāuzņemas atbildība par patvēruma meklētāju uzņemšanu. Uzsvars tiek likts uz

atbildību, turklāt lielā mērā globālā līmenī, runājot tieši par ES un valstu valdībām, nevis, piemēram, lokālā līmenī vai no morālā, humānā aspekta, kas šajā gadījumā uz kopējā fona vispār nav klātesošs. Daudz analizētie materiāli tiek personalizēti, iesaistot ārzemju un Latvijas cilvēkus. Salīdzinoši mazāk, bet tomēr arī pašus patvēruma meklētāji, iekļaujot viņu personiskos stāstus un pieredzes. Salīdzinājumā ar visu sniegto informācijas daudzumu un saturu, informācija, kas ietver pašus patvēruma meklētājus, nav pietiekama. Cilvēciskas intereses rāmja ietvaros patvēruma meklētāju jautājums skatīts no dažādām pusēm, piemēram, kā problēma ietekmē gan minētos patvēruma meklētājus, gan arī uzņemošās sabiedrības, turklāt gan pozitīvi, gan negatīvi. Arī LR analizētajos materiālos izmantota nepiemērota terminoloģija, kas negatīvi atspoguļo šo cilvēku grupu. Globālā rāmja ietvaros jautājums aplūkots kopējā Eiropas vai ES līmenī, kā arī, runājot par konkrētām valstīm. Daudzi no materiālos intervētajiem, citētajiem cilvēkiem ir ārvalstnieki. Lokālā rāmja ietvaros patvēruma meklētāju jautājuma aspekti aplūkoti Latvijas kontekstā gan nacionāli, gan reģionāli, iekļaujot dažādus Latvijas iedzīvotāju viedokļus. Konflikta rāmis izpaužas caur dažādu konfliktu atainojumu valstīs, no kurām nāk patvēruma meklētāji, nesaskaņām starp ES un tās dalībvalstīm, kā arī dalībvalstu starpā, nesaskaņām valstu iekšienē. Pamatā valda divi konfliktējoši viedokļi – par un pret patvēruma meklētājiem, viņu uzņemšanu, integrāciju u. tml. Kvalitatīvās analīzes rezultātā iespējas un riska rāmjiem arī tika identificētas vairākas puses. Pirmkārt, patvēruma meklētāju jautājums ir iespēja uzņemošajām valstīm un sabiedrībām. Otrkārt, iespēja kontrabandistiem, un, treškārt, ieguvumi patvēruma meklētājiem. Līdzīgi, tikai ar savu fokusu, var teikt arī par riska rāmi. Sniegta informācija par to, ka patvēruma meklētāju problēma ir drauds Eiropai un ES; liels risks uzņemošajām sabiedrībām, kā arī risks pašiem patvēruma meklētājiem un bēgļiem. Konkrētie rāmji lielākoties var tikt mērīti no vairākām pusēm – uzņemošās sabiedrības (mēs), patvēruma meklētāji (viņi) un citi.

LR cenšas nodrošināt dažādu un daudzpusīgu informāciju, kas parādās rāmju ietvaros, iekļaujot un atspoguļojot ļoti dažādus viedokļus, uzskatus, kā arī skatoties uz situāciju plašā kontekstā. Tomēr informācijas, kas ietver pašus patvēruma meklētājus, uz kopējā fona ir relatīvi mazāk, kā arī materiālos parādās nepiemērota terminoloģija. Starp rāmjiem tomēr izteiktākais bija atbildības rāmis, kas norāda uz iespējamo virzienu, kādā LR atspoguļo šo tematu, rezultātā, iespējams, arī šādā virzienā liekot auditorijai domāt un spriest par šo jautājumu. Cilvēciskā rāmja vidēja izteiktība un morāles rāmja neesamība liecina par to, ka nepietiekami tiek pievērsta uzmanība cilvēciskajam aspektam, temats ir jūtīgs un šie momenti arī ir būtiski, īpaši, ja runa ir par sabiedriskā medija darbību.

Agrāk izstrādātā pētījumā "Starptautiskā ekonomiskā emigrācija Latvijas nacionālajā drukātajā presē: „Latvijas Avīze" satura analīze" rezultāti norāda, ka, runājot par saviem latviešu aizbraucējiem, izteiktākais ir cilvēciskas intereses rāmis, savukārt atbildības rāmis – vismazāk izteikts. Turklāt ziņās par latviešu emigrāciju ne ļoti izteikti, bet ir klātesošs arī morāles un ekonomisko seku rāmji (Mažāne, 2015: 38). "Latvijas Avīze" tiecas virzīt lasītājus uz emigrācijas tēmu skatīties tieši no cilvēciskā aspekta (Mažāne, 2015:42), bet LR par iebraucējiem runā vairāk kā par oficiālas atbildības jautājumu, kuram pēc tam tikai seko cilvēciskais aspekts. Tas norāda uz to, ka, iespējams, savi aizbraucēji tiek uztverti

pieņemamāk, vismaz saprotošāk, nekā iebraucēji, kaut gan paši latvieši dažādos laikos ir devušies bēgļu gaitās.

SECINĀJUMI

1. "Latvijas Radio" materiālos par patvēruma meklētājiem un bēgļiem atbildības, cilvēciskas intereses, konflikta, morāles, ekonomisko seku, lokālais, globālais, iespējas un riska rāmji lielākoties ir sastopami, taču to esamība nav ļoti izteikta.

2. Visizteiktāk patvēruma meklētāju temats ir rāmēts atbildības rāmja ietvaros, vidēji izteikti ir cilvēciskas intereses un globālais rāmis. Globālais rāmis ir nedaudz vairāk klātesošs, salīdzinājumā ar lokālo; iespējas un riska rāmji ir izteikti mazāk, bet līdzvērtīgi, morāles un ekonomisko seku rāmji nav klātesoši. Rāmji ir savstarpēji saistīti.

3. Atbildība par problēmas cēloņiem un risinājumiem tiek piešķirta patvēruma meklētāju izcelsmes valstīs esošajiem kriminālajiem grupējumiem, kontrabandistiem, Eiropai, ES, patvēruma meklētāju ierašanās valstīm, valsts institūcijām un to pārstāvjiem, citām organizācijām, arī sabiedrībai, medijiem gan Latvijā, gan ārpus tās.

4. Medija materiālos vairāk pārstāvēti ārzemju un Latvijas cilvēki, paši patvēruma meklētāji ietverti mazāk. Cilvēciskas intereses rāmja ietvaros patvēruma meklētāju jautājums aplūkots caur pozitīvas un negatīvas ietekmes prizmu, attiecinot to gan uz pašiem patvēruma meklētājiem, gan uzņemošām sabiedrībām. Materiālos izmantota nepiemērota terminoloģija attiecībā pret patvēruma meklētājiem un bēgļiem.

5. Patvēruma meklētāju jautājums ir aplūkots globālā Eiropas, vispārīgi ES un arī atsevišķu ES un citu valstu līmenī. Latvijas situācija tiek salīdzināta ar citām valstīm. Daudzi no intervētajiem, citētajiem cilvēkiem ir ārvalstnieki, t. sk., arī paši patvēruma meklētāji un bēgļi.

6. Par lokālā rāmja klātbūtni liecina patvēruma meklētāju jautājuma aplūkošana Latvijas kontekstā, nacionālā un reģionālā līmenī, ietverot arī Latvijas pārstāvju viedokļus.

7. Konflikta rāmja ietvaros pamatā sastopami divi konfliktējoši uzskati – par un pret patvēruma meklētājiem, viņu uzņemšanu. Tie izpaužas caur konfliktu atainojumu patvēruma meklētāju izcelsmes valstīs, nesaskaņām starp ES un dalībvalstīm, dalībvalstu starpā, valstu iekšienē.

8. Iespējas un riska rāmjiem ir vairākas puses. Patvēruma meklētāju jautājums rāmēts kā iespēja uzņemošajām valstīm un sabiedrībām, kontrabandistiem, patvēruma meklētājiem, norādot uz pozitīvu ietekmi un sniedzot argumentus par labu patvēruma meklētāju uzņemšanai. Tāpat tas atainots kā drauds Eiropai un ES, risks uzņemošajām valstīm un sabiedrībām, un patvēruma meklētājiem, negatīva ietekme uz šīm grupām, ietverot negatīvu terminoloģiju.

9. Morāles rāmja iezīmes vērojamas caur morāliem vēstījumiem, konkrētiem norādījumiem uz dalībvalstu, t. sk., Latvijas morālo atbildību uzņemt patvēruma meklētājus, ir atsauces uz

kristietības principiem. Ekonomisko seku rāmis, kur tas parādās, izpaužas caur informāciju par finansiāliem ieguvumiem, zaudējumiem, konkrētu izmaksu apjomu kādai no pusēm – uzņemošajām sabiedrībām, patvēruma meklētājiem.

10. "Latvijas Radio" klātesošo rāmju ietvaros ietverta informācijas un viedokļu daudzveidība, kas zināmā mērā liecina par centieniem sekot sabiedriskā medija darbības principiem, taču vienlaikus atbildības rāmja izteiktība un tādu rāmju kā morāles un ekonomisko seku klātneesamība liecina par to, ka uz kopējā fona patvēruma meklētāju jautājums ir nepietiekami skatīts no humānā, morālā vai ekonomiskā aspekta, koncentrējoties uz atbildīgo un vainīgo meklēšanu.

PRIEKŠLIKUMI

Sabiedriskajiem medijiem, lai tie pildītu savu funkciju, sabiedrībai jāsniedz daudzpusīga un plaša informācija, izvairoties no patvēruma meklētāju jautājuma atspoguļošanas, kas vērsta kādā konkrētā virzienā, lai veicinātu iekļaujošas un tolerantas sabiedrības veidošanos. Lai veicinātu integrāciju, lielāka uzmanība būtu jāvērš ne tikai uz informācijas daudzveidību, bet arī to, kādās grupās vai rāmjos šī daudzveidīgā informācija iedalās, lai kādas informācijas daļa netiktu pasniegta vairāk kā cita. Informācijas sniegšanā nepieciešams vairāk iesaistīt pašus patvēruma meklētājus un bēgļus. Runājot par šo grupu, būtiski lietot korektu terminoloģiju, izvairoties no nekorektām un aizskarošām frāzēm, metaforām, attēlojumiem u. tml. Balstoties uz sabiedrisko mediju darbības principiem, būtu vairāk jāuzsver humānais aspekts, pat tad, ja kāda informācija tiek sniegta vairāk un jau veido kādu konkrētu rāmi, koncentrēties uz informāciju, kas nav konfliktu veicinoša. Atbildības rāmis šajā gadījumā, iespējams, aizēno citus veidus, kā runāt par šo jautājumu, kas būtu jāiekļauj, ļaujot, piemēram, saskatīt arī iespējamos ilgtermiņa ieguvumus Latvijas sabiedrībai. Turklāt tas attiecas ne vien uz konkrēto mediju, bet arī uz citiem komunikatoriem, sabiedrības organizācijām, politiku veidotājiem, kas, piemēram, strādā ar integrācijas jautājumiem, sniedz un izplata informāciju par patvēruma meklētājiem, īpaši izmantojot sabiedriskos medijus.

AVOTU SARAKSTS

Eiropas bēgļu fonds (2008). Jauno sabiedrības locekļu integrācija, 2.-49. lpp. Pieejams: http://providus.lv/article_files/1061/original/iedz_ATSKAITE_Begli_doc.pdf?1326900938 (aplūk. 16.09.2015.).

International Organization for Migration (2002). Human Rights and Migration Management. Helsinki, pp. 72-78.

Kultūras ministrija (2011). Koncepcijas par jauna Latvijas Sabiedriskā elektroniskā medija izveidi kopsavilkums, 2. lpp. Pieejams: http://www.km.gov.lv/lv/ministrija/medijs.html (aplūk. 16.09.2015.).

Latvijas Radio mājas lapa, sadaļa Par mums. Pieejams: http://www.latvijasradio.lsm.lv/lv/par-mums/radio/ (aplūk. 16.09.2015.).

LETA (2015). Pētījums: Latvija proporcionāli apmierina vismazāko patvēruma pieprasījumu skaitu. Pieejams: http://www.reitingi.lv/lv/news/notikumi/100125-petijums-latvija-proporcionali-apmierina-vismazako-patveruma-pieprasijumu-skaitu.html (aplūk. 16.10.2015.).

LETA (2015a). Orbāns: bēgļu krīze draud destabilizēt Eiropu. Pieejams: http://www.diena.lv/raksts/latvija/viedokli/orbans-beglu-krize-draud-destabilizet-eiropu-14113841 (aplūk. 14.10.2015).

Lībietis, U., Svikša, G. (2015). Bēgļu straumes Eiropā – redzamā daļa no aisberga, kas slēpj plašāku krīzi. Latvijas Sabiedriskie mediji. Pieejams: http://www.lsm.lv/lv/raksts/zinju-analiize/zinas/beglu-straumes-eiropa--redzama-dala-no-aisberga-kas-slepj-plasaku-krizi.a143587/ (aplūk. 14.10.2015.).

Mažāne, T. (2015). Starptautiskā ekonomiskā emigrācija Latvijas nacionālajā drukātajā presē: „Latvijas Avīze" satura analīze. Gada projekts. Vidzemes Augstskola, 38.-42.lpp

Pilsonības un migrācijas lietu pārvalde, mājas lapa, sadaļa Statistika, Patvēruma meklētāji. Pieejams: http://www.pmlp.gov.lv/lv/sakums/statistika/patveruma-mekletaji.html (aplūk. 17.09.2015.).

Rozenberga, M., Bērtule, A. (2015) ANO: Latvijai jāstrādā pie bēgļu integrācijas. Latvijas Sabiedriskie mediji. Pieejams: http://www.lsm.lv/lv/raksts/latvija/zinas/ano-latvijai-jastrada-pie-beglu-integracijas.a133447/ (aplūk. 18.07.2015.).

Rutka-Skrindževska, E. (2015). Latvijas Avīze. Bēgļi liek bažīties par ES drošību. Pieejams: http://www.la.lv/begli-liek-bazities-par-es-drosibu/ (aplūk. 15.10.2015.).

Semetko, H. A., Valkenburg, P. M. (2000). Framing European Politics: A Content Analysis of Press and Television News. Journal of Communication, 50 (2), pp. 93-109.

The UN Refugee Agency (2015). Integration of refugees in Latvia, Participation and Empowerment. pp. 1-106. Pieejams: http://providus.lv/article_files/3032/original/2015-Latvia-Integration-Report.pdf?1436794064 (aplūk. 18.07.2015.).

TNS (2015). 12% Latvijas iedzīvotāju uzskata, ka Latvijai vajadzētu uzņemt tieši 250 bēgļu. Pieejams: http://www.tns.lv/?lang=lv&fullarticle=true&category=showuid&id=4827 (aplūk. 16.09.2015.).

BĒRNIEM AR MĀCĪŠANĀS TRAUCĒJUMIEM PIEŠĶIRTAIS TIESĪBU UN IESPĒJU IZMANTOJUMS ZIEMEĻLATGALES REĢIONĀ

USE OF POSSIBILITIES AND RIGHTS OF PERSONS WITH LEARNING DISABILITIES IN NORTH LATGALE (ZIEMEĻLATGALE) REGION

Autors: **IEVA LAUSKINIECE**
Vidzemes Augstskola, studiju programma "Pārvaldība un inovācijas"

Kontaktinformācija: ieva.lauskiniece@va.lv, mob. tel. +371 27809832

Darba zinātniskais vadītājs: **Feliciana Rajevska**, Dr.sc.pol.

KOPSAVILKUMS

Šajā darbā pētīts personām ar mācīšanās traucējumiem vecumā līdz 15 gadiem piešķirto tiesību un iespēju izmantojums Ziemeļlatgales reģionā. Pētījums tika veikts, lai noskaidrotu, kādā vecumā un pēc kādas iniciatīvas bērniem tiek noteikti mācīšanās traucējumi un cik personas vecumā līdz 15 gadiem izmanto likumdošanas aktos noteiktās tiesības uz individuālajām konsultācijām bērnam. Tika veiktas daļēji strukturētas personīgās intervijas un dokumentu analīze. To analīzē tika izmantota tematiskā analīze. Pētījumā noskaidrojās, ka mācīšanās traucējumi tiek konstatēti pamatskolas vecumā, balstoties uz skolotāju ieteikumiem. Personām ar mācīšanās traucējumiem tiek nodrošināts atbalsts, lai iekļautos izglītības sistēmā, tomēr tas netiek pilnvērtīgi izmantots. Daļa vecāku paši atsakās no bērnam nepieciešamā atbalsta saņemšanas. Tika secināts, ka vispārizglītojošās skolas spēj nodrošināt bērniem ar mācīšanās traucējumiem kvalitatīvu izglītību ar speciālas izglītības programmas palīdzību, tomēr bērnu vecākiem trūkst informācijas par traucējumu specifiku. Tādēļ vecāki atsakās un iebilst pret atbalsta pasākumu veikšanu, jo baidās no sava bērna stigmatizācijas. Šis ir nozīmīgs iemesls tam, kādēļ ne visi bērni ar mācīšanās traucējumiem izmanto savas tiesības un iespējas.

ABSTRACT

This study explores the use of possibilities and rights of persons with learning disabilities under the age 15 in North Latgale (Ziemeļlatgale) Region. The study was conducted to find out at what age and upon whose initiative children are diagnosed with learning disorders and how many persons up to age 15 use their legitimate rights to individual consultations. Partly structured personal interviews and analysis of documents were used to carry out the study. Thematic analysis was used to analyse the results. The study revealed that learning disorders are detected in primary school age based on teachers' recommendations. Children with learning disorders are provided with support in order to fit into the education system however it is not used fully. Some parents refuse from assistance for their children. It was found that comprehensive schools are able to provide children having learning disorders with qualitative education owing to a special education programme, however parents of children with learning disorders and classmates lack information about the specifics of the disorder. Therefore, often parents refuse from the support measures. These findings reveal the reasons why only part of children with learning disorders use their rights and opportunities

ATSLĒGAS VĀRDI

Mācīšanās traucējumi, Ziemeļlatgale, pamatizglītība.

IEVADS

Personām ar mācīšanās traucējumiem ir pazeminātas spējas lasīt, rakstīt vai izdarīt matemātiskus aprēķinus. Mazāk izplatīti ir neverbālo iemaņu traucējumi, kas saistīti ar motoriku (Lielbārde, 2012). Tomēr šo bērnu intelekts nav zemā līmenī. Bērniem ir dabiska tieksme apgūt zināšanas un mācīties (Kauliņa, Tūbele, 2012: 5). Bērni ar mācīšanās

traucējumiem var būt apdāvināti dažādās jomās, tomēr lasīšanas prasme ir pamatā izziņas un izglītošanās procesam, tādēļ bērniem ar mācīšanās traucējumiem nepieciešams papildu atbalsts.

Svarīgi šos traucējumus atklāt laikus, kamēr bērns vēl ir sākumskolas vecumā. Ja tam netiek pievērsta pienācīga uzmanība, mācīšanās traucējumi var kļūt noturīgi. Traucējumu diagnosticēšana ir logopēda vai psihologa kompetence (Lielbārde, 2012). Lai tāds bērns veiksmīgi iekļautos mācību vidē un iegūtu izglītību, mācību iestāžu personālam ar bērnu, kuram ir mācīšanās traucējumi, jāstrādā papildus, nepieciešamības gadījumā jāizstrādā individuāla mācību programma. Vēl vairāk bērna attīstību un veiksmīgu iekļaušanos mācību vidē kavē vecāku nespēja pieņemt to, ka viņu bērnam ir mācīšanās traucējumi un nepieciešama speciālista palīdzība (Lielbārde, 2012). Ļoti liela loma ir vecāku uztverei, spējai atzīt šīs nepilnības un vēlmei palīdzēt savam bērnam. Šis temats ir aktuāls, jo aptuveni 10-20% skolas vecuma bērnu ir personas ar mācīšanās traucējumiem (VISC, 2013: 3). Ikvienam bērnam Latvijā vecumā līdz 18 gadiem ir tiesības uz valsts nodrošinātu izglītību (Izglītības likums, 1998). Tomēr bērniem, kuriem ir mācīšanās traucējumi, nepieciešama speciālistu iesaiste un individuāla mācību programma. Šie bērni ir spējīgi attīstīt prasmes, uz kurām iedarbojas traucējumi. Laicīgi nevēršot uzmanību uz bērna progresu mācībās, šie traucējumi var palikt nepamanīti vai pat nepareizi uztverti un definēti (Liepiņa, 2008: 121-127). Tas var novest pie paliekošiem lasīšanas, rakstīšanas, matemātiskajiem un motorikas traucējumiem bērnam, kā arī nepareizas sabiedrības uztveres par bērna uzvedības un atšķirīgās uztveres iemesliem. Bērnu tiesību aizsardzības likums (53. pants, 19.06.1998.) nosaka, ka bērnam ar īpašām vajadzībām nepieciešama papildus medicīniskā, pedagoģiskā un sociālā palīdzība neatkarīgi no tā, vai bērnam ir noteikta invaliditāte. Valsts izglītības satura centrs (turpmāk – VISC) 2013. gadā izdevis plašu metodisko materiālu pedagogu darbam ar izglītojamiem, kuriem ir mācīšanās un redzes traucējumi (VISC, 2013: 6). Ziemeļlatgale sastāv no četriem novadiem: Balvu, Rugāju, Viļakas un Baltinavas. Katrā no tiem ir vismaz viena izglītības iestāde, kurā mācās bērni ar mācīšanās traucējumiem. Pētījuma mērķis ir noskaidrot, kādā vecumā un pēc kādas iniciatīvas bērnam tiek konstatēti mācīšanās traucējumi un cik bērni ar mācīšanās traucējumiem vecumā līdz 15 gadiem izmanto likumdošanas aktos noteikto procedūru par individuālajām konsultācijām bērnam. Pētījumā tiek skatītas personas vecumā līdz 15 gadiem, jo tas ir obligātās pamatizglītības iegūšanas vecums (protams, ja nav izņēmumu), kad izglītības iestādēm ir jānodrošina nepieciešamie atbalsta pasākumi. Ja mācīšanās traucējumi nav konstatēti, diagnosticēti līdz 9. klasei, tad, visdrīzāk, arī vidusskolas posmā tas nenotiks.

METODE

Pētījuma dalībnieki bija pārstāvji no 10 Ziemeļlatgales skolām: Balvu pamatskolas, Tilžas vidusskolas, Briežuciema pamatskolas, Stacijas pamatskolas, Tilžas internātpamatskolas, Rugāju novada vidusskolas, Eglaines pamatskolas, Baltinavas vidusskolas, Viļakas pamatskolas, Žīguru pamatskolas un trijām pašvaldības iestādēm: Balvu Iekļaujošās izglītības centra, Rugāju novada pašvaldības Izglītības pārvaldes, Balvu novada pašvaldības Sociālā dienesta. Dalībnieki tika izvēlēti pēc pieejamības un mērķtiecīgas

izlases principiem. Intervējamās personas: skolu direktori, sociālie pedagogi, direktora vietnieki izglītības jomā, skolotāji, sociālā dienesta vadītāji. Dalībnieki tika iepazīstināti ar pētījuma un intervijas mērķi, kā arī ar tiesībām atteikties ierakstīt sarunu, uz konfidencialitāti un brīvprātīgu piedalīšanos.

Tika veiktas daļēji strukturētas personīgās intervijas, to skaitā arī ar e-pasta starpniecību, ņemot vērā pētījuma dalībnieku aizņemtību. Intervijas veiktas pētījuma dalībnieku darba vietās un to laikā veikti audioieraksti. Izmantots šāds instrumentārijs, jo tas precīzi atspoguļo intervējamā teikto. Interviju audioierakstiem tika izveidoti transkripti, kuru analizēšanai tika izmantota tematiskā analīze. Vēl viena datu ievākšanas metode bija dokumentu analīze. Dokumentu un informācijas atlase notika, balstoties uz nepieciešamo informāciju par mācīšanās traucējumu pazīmēm, diagnostiku un likumiem, kas nosaka bērnu tiesības un citu personu veicamās darbības saistībā ar šiem traucējumiem. Informācija iegūta gan no medijiem, gan zinātniskām publikācijām un monogrāfijām. Tās ietvaros tika apskatīti sekundārie dokumenti.

REZULTĀTI UN ANALĪZE

Rezultāti parāda vecāku izpratnes un skolotāju darba metožu attiecības, kas atsaucas uz bērna izglītošanas efektivitāti atkarībā no tā, kādu lēmumu pieņem vecāki. Analīzē atklāts, ka galvenais šķērslis tam, lai bērns saņemtu atbalsta pasākumus un varētu izmantot valsts piešķirtās tiesības, ir vecāku problēmu izpratnes un līdz ar to arī atbalsta trūkums. No tā izriet arī pārējās negatīvās sekas – laicīgi nediagnosticēti traucējumi, bērna mācīšanās spēju pazemināšanās. Vecākiem ir liela nozīme gan traucējumu diagnosticēšanā, gan bērna pozitīvas emocionālās pašsajūtas stabilizēšanā. Savukārt skolotāju loma ir nozīmīga ne tikai saskarsmē ar vecākiem, bet arī darbā ar bērniem. Analīzē atklājās, ka tieši skolotāji ir vieni no pirmajiem, kuri pamana mācīšanās traucējumu pazīmes un strādā papildus individuālajās nodarbībās. Tas nozīmē, ka skolotājiem ir jābūt ļoti kompetentiem, lai bērns jau no mazām dienām neuzskatītu sevi par bezcerīgu. Veicot dokumentu un interviju analīzi, atklājās vairākas neatbilstības. Piemēram, valstij jānodrošina nepieciešamie mācību materiāli darbam ar bērniem, kuriem ir mācīšanās traucējumi, tomēr skolām šo mācību materiālu trūkst. Arī atalgojumu, kas pienākas par papildus individuālo darbu ar skolēnu, līdzekļu trūkuma dēļ skolotāji nesaņem, lai arī visas nepieciešamās procedūras tiek nodrošinātas. Līdzīga situācija ir ar speciālistiem (logopēds, psihologs, speciālais pedagogs, pedagoga palīgs), kuru algošanā iesaistās pašvaldība, taču skolām to vienalga trūkst. Arī šī situācija ir skaidrojama ar finansiālo līdzekļu trūkumu. Mācīšanās traucējumu noteikšanas periods gan literatūras, gan interviju analīzē ir vienādi definēts – sākumskolā. Arī atbalsta pasākumi abās analīzēs sakrīt. Bērnu ar mācīšanās traucējumiem stiprās puses ir ar mākslu un sportu saistītās jomas, savukārt vājās ir valodas un eksaktās zinātnes. Lai arī mācīšanās traucējumu izpausmes un to mazināšanai nepieciešamie atbalsta pasākumi neatšķiras, pētījuma rezultāti tomēr nebūs pilnīgi vispārināmi un pielīdzināmi ikvienai skolai, jo izglītības iestāžu specifika un pieejamais finansējums atšķiras.

Tabulā var novērot, ka klasē vidēji ir viens līdz divi skolēni ar mācīšanās traucējumiem. To pazīmes visbiežāk nosaka sākumskolas posmā, līdz 5. klasei, bet pašus traucējumus

diagnosticē periodā no 1. līdz pat 9. klasei. Vidējais skolēnu ar mācīšanās traucējumiem skaits uz vienu izglītības iestādi ir 6,3. Tomēr šis skaitlis dažādās skolās diezgan krasi atšķiras. Tas varētu liecināt gan par nepietiekamu skolas nodrošinājumu attiecībā uz skolēna vajadzībām, gan par apdzīvotības rādītājiem dažādos Zimeļlatgales novados, gan citiem iemesliem. Pastāv iespēja, ka konkrētajās skolās, kurās skolēnu ar mācīšanās traucējumiem skaits ir mazāks, vecāki atsakās no traucējumu diagnostikas un speciālās izglītības programmas.

Klašu skaits	Bērnu ar mācīšanās traucējumiem skaits skolā	Skolēnu skaits klasē, kurā mācās bērni ar mācīšanās traucējumiem	Bērnu ar mācīšanās traucējumiem skaits klasē	Nosaka mācīšanās traucējumu pazīmes	Diagnosticē mācīšanās traucējumus
12	3	7–10	6.klase – 1 4.klase – 1 2.klase – 1	1.–5.klase, pēc 5.klases	2.–4.klase
28 klašu komplekti	17	20–24	1 vai 2	1.klase	1.–2.klase
12	5	6.klase – 11 5.klase – 10 4.klase – 5	6.klase – 2 5.klase – 1 4.klase – 2	1.–4.klase	3.–4.klase
9	3	7.klase – 11 5.klase – 7	7.klase – 1 5.klase – 2	Līdz 1.klasei	3.–4.klase
5 (no deviņām)	3	9.klase – 8 5.klase – 4 3.klase – 3	9.klase – 1 5.klase – 1 3.klase – 1	1.– 5.klase	1.–5.klase
9	2	8.klase – 12 5.klase – 12	8.klase – 1 5.klase – 1	1.– 2.klase	2.–5.klase
12	6	9.klase – 16 7.klase – 12 6.klase – 16	9.klase – 1 7.klase – 2 6.klase – 3	Pirmsskola, 1.–2. klase	5.–9.klase
9	16	8–12	1 vai 2	1.–6.klase	1.–6.klase
9	3	5.klase – 6 2.klase – 6 1.klase – 5	5.klase – 1 2.klase – 1 1.klase – 1	1.klase	1.–2.klase
	5	3.klase – 13 2.klase – 15 1.klase – 18	3.klase – 2 2.klase – 2 1.klase – 1	1.klase	1.–2.klase
Kopā:	63				

1. tabula. Bērnu ar mācīšanās traucējumiem īpatsvars sākumskolas un pamatskolas klasēs, periods, kurā nosaka mācīšanās traucējumus un to pazīmes.

Lai arī bērnu, kuriem diagnosticēti traucējumi, kopskaits (63) Ziemeļlatgales reģionā varētu šķist liels, tas tomēr nav pilnīgs. Tas varētu būt lielāks, ja vecāki atzītu, ka viņu bērniem ir šo traucējumu pazīmes un piekristu traucējumu diagnosticēšanai, ko veic pedagoģiski

medicīniskā komisija. Tas nozīmē, ka ir tādi bērni, kuriem ir mācīšanās traucējumi, bet viņi nemācās pēc speciālās izglītības programmas, tādēļ neiekļaujas bērnu ar mācīšanās traucējumiem uzskaitē. Šobrīd nav pieejami dati par to, cik daudz bērnu ar mācīšanās traucējumiem ir visā Ziemeļlatgalē kopumā, un cik daudziem tie vēl jādiagnosticē, tomēr interviju dalībnieku aplēses vēsta, ka tāds varētu būt katrs piektais bērns. Skaits varētu palielināties, ja apzinātu arī vidusskolas vecuma bērnus.

SECINĀJUMI

Atbalsta pasākumu, tajā skaitā likumā noteikto individuālo konsultāciju, izmantošanā personām vecumā līdz 15 gadiem ļoti liela nozīme ir vecāku attieksmei un izpratnei par mācīšanās traucējumiem. No tā atkarīgs, vai tiks veikta mācīšanās traucējumu diagnosticēšana, speciālās izglītības programmas realizēšana un pārējo atbalsta pasākumu piemērošana, kas nevar notikt bez vecāku piekrišanas. Savukārt pedagogiem, kuri māca bērnus ar mācīšanās traucējumiem, jābūt atbilstoši izglītotiem un ļoti kompetentiem. Strādājot ar bērniem, kuriem ir mācīšanās traucējumi un kontaktējoties ar viņu vecākiem, jāpielieto izglītošanas metodes, kas ir atbilstošas traucējumu specifikai un korekti jāinformē vecāki par bērna attīstību. Mācīšanās traucējumi tiek noteikti pirmajās sākumskolas klasēs (1. – 4. klase), jo šajā laika periodā parādās iespējamās komunikācijas problēmas un var novērot mācīšanās traucējumu izpausmes mācību procesā. Šī iemesla dēļ ļoti liela loma ir vecāku un skolotāju attieksmei un savstarpējai sadarbībai, kas būtu bērna attīstības procesam labvēlīga, nevis degradējoša. Visi bērni Ziemeļlatgalē, kuriem ir diagnosticēti mācīšanās traucējumi, izmanto valsts noteikto procedūru par individuālajām konsultācijām. Tiem ir noteikta speciālās izglītības programma un tās ietvaros tiek izstrādāts individuāls mācību plāns, kurā ietilpst arī individuālās konsultācijas. Diemžēl izglītības iestādēm trūkst finansiālo līdzekļu, kas ir nepieciešami pedagogu un speciālistu atalgojumam, izglītības iestādēs trūkst speciālistu, kuriem būtu jākonsultē pedagogi un jāstrādā ar bērniem, kā arī pedagogi nesaņem atalgojumu par individuālo darbu ar bērniem, kuriem ir mācīšanās traucējumi. Iekļaujošās izglītības speciālo izglītības programmu licencēšanas prakse ir relatīvi jauna, tādēļ ne visas skolas un it īpaši vecāki apzinās tās humāno koriģējošo ievirzi.

PRIEKŠLIKUMI

Ņemot vērā, ka mācīšanās traucējumi Latvijā nav pārāk plaši pētīti, nepieciešams veikt papildu pētnieciskās darbības, lai speciālistiem un pedagogiem būtu vairāk informācijas par mācīšanās traucējumiem, to izpausmēm un bērnu ar mācīšanās traucējumiem skaita īpatsvaru attiecībā pret visiem pārējiem. Tas ļautu noskaidrot reālo mācīšanās traucējumu izplatību Latvijā un palīdzētu sabiedrībai izprast mācīšanās traucējumu būtību, bet vecākiem pieņemt lēmumu par atbalsta pasākumu piemērošanu bērnam. Speciālistiem jāturpina izglītoties un izglītot arī pārējo sabiedrību – citus speciālistus, pedagogus un it īpaši vecākus. Tas mazinās skolotāju un vecāku vidū radušos maldus un stereotipus par bērnu ar mācīšanās traucējumiem spējām un speciālās izglītības programmas izmantošanu.

Bērnu tiesību aizsardzības likums (1998). Latvijas Vēstnesis Nr. 199/200, 08.07.1998., 53. pants. Pieejams arī: www.likumi.lv (aplūk. 02.04.2016.).

Izglītības likums (1998). Latvijas Vēstnesis Nr. 343/344, 17.11.1998. 4., 7. pants. Pieejams arī: www.likumi.lv (aplūk. 02.04.2016.).

Kauliņa, A., Tūbele, S. (2012). Lasīšanas traucējumi. Rīga: RaKa, 4.-102.lpp.

Lielbārde, Z. (2016). Mācīšanās traucējumi. Kā saņemt kvalitatīvu izglītību Latvijas skolās. Latvijas Vēstneša portāls. Pieejams: http://www.lvportals.lv/visi/likumi-prakse/244909-macisanas-traucejumi-ka-sanemt-kvalitativu-izglitibu-latvijas-skolas/ (aplūk. 27.03.2016.).

Liepiņa, S. (2008). Speciālā psiholoģija. Bērni ar garīgās attīstības traucējumiem. Rīga: RaKa, 115.-121.lpp.

Valsts izglītības satura centrs (2013). Metodiskais materiāls pedagogiem darbam ar izglītojamiem, kuriem ir mācīšanās traucējumi un redzes traucējumi. Rīga: VISC, 3.-128.lpp.

Vidzemes Augstskola
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Augsne izaugsmei

Vidzemes Augstskola, Cēsu iela 4, Valmiera LV-4201

Tālr.: +371 64207230; E-pasts: info@va.lv; www.va.lv

Meklē mūs arī sociālajos medijos!