

VAI KLIENĀM VIENMĒR TAISNĪBA?



ŪDENSTŪRISMA PAKALPOJUMU SNIEDZĒJA

 **ROKASGRĀMATA** 

2015



SATURA RĀDĪTĀJS



Ievads	3
1. Ūdenstūrisms. Ūdenstūristu tipi	5
2. Ar ūdenstūrisma produkta saistītā pakalpojumu ķēde	8
2.1. Zvans	8
2.2. Saziņa e-pastā, skaipā	11
2.3. Mājas lapa	13
2.4. Sociālie tīkli	14
2.5. Tikšanās pie upes	17
2.6. Līgums, maksāšanas kārtība	18
2.7. Galvenā pakalpojuma sniegšanas process	18
2.8. Inventārs	20
2.9. Drošība	21
2.10. Aktuālie informatīvie materiāli	22
2.11. Darbinieka tēls	23
2.12. Daži fakti no „slepenā klienta” aptaujas	24
3. Pakalpojumu kvalitātes nozīme ūdenstūrisma uzņēmumā jeb „Vai klientam vienmēr taisnība?”	26
3.1. Kvalitātes standarti	27
3.2. Ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēju pamatproblēmu cēloņi un sekas	29
3.3. Klientu apmierinātības izziņa	33
3.4. Personāla atlase	36
4. Kā izveidot konkurētspējīgu ūdenstūrisma nomas uzņēmumu	39
4.1. Ar ko sākt jaunajam laivu nomas uzņēmējam	40
4.2. Konkurētspējīga ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēja TOP-10	41
4.3. Sezonālitāte un laivošanas tradīcijas	41
4.4. Reģiona ģeogrāfiskās zināšanas	42
4.5. Inventārs. Kāda veida laivas izvēlēties	43
4.6. Laivu transportēšana	50
4.7. Drošības inventārs un drošības instruktāža	52
4.8. Palīdzība ārkārtas situācijās	57
4.9. Kā vēl uzņēmējs var palīdzēt klientam veidot lielisku braucienu	57
4.10. Atkritumi un ūdeņu apsaimniekošanas problēmas un risinājumi	60
5. Ūdenstūrisma produkta veidošanas un īstenošanas labās prakses piemēri	63
5.1. Latvija	63
5.2. Igaunija	75
5.3. Lietuva	75
5.4. Eiropa/pasaule	76
6. Dokumentu paraugi ūdenstūrisma uzņēmumam	78
6.1. Inventāra nomas pakalpojuma pieteikšana	78
6.2. Tipveida līgums ar klientu	80
6.3. Tipveida līguma rēķins – faktūra	83
Izmantotie avoti	85

IEVADS

Ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēja rokasgrāmata „Vai klientam vienmēr taisnība?” (turpmāk tekstā – rokasgrāmata) ir izveidota kā metodisks materiāls/vadlīnijas – tieši Tev – uzņēmējam, kurš vēlas **uzsākt** ar ūdenstūrismu saistītu pakalpojumu sniegšanu vai **uzlabot to kvalitāti**. Tāpēc tā noderēs gan iesācējiem, gan arī tiem, kuri jau darbojas šajā jomā. Ka vienuviet sistematizēti ieteikumi – kā atgādinājumi vai gluži jaunas zināšanas – ir nepieciešami visiem, to apliecina ar kvalitātes ārējās uzraudzības metodi „**slepenās klients**” veiktā izpēte projekta „Riverways”¹ ietvaros 2014. gada tūrisma sezona. Ar šo metodi tika apsekoti un testēti dažādu Latvijas reģionu ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēju piedāvātie produkti. Balstoties uz šajā izpētē iegūtajiem rezultātiem, tātad „**slepenā klienta**” uzrādītajiem nepieciešamajiem uzlabojumiem ūdenstūrisma pakalpojumu uzņēmējdarbībā, ir izstrādāta šī rokasgrāmata.

Komunikācijai ar klientiem veltīta rokasgrāmatas 2. nodaļa, bet šis nozīmīgais aspeks caurvij visu materiālu. Rokasgrāmatas 3. un 4. nodaļa tapusi, intervējot ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzējus² ar ilgstošu praktiskā darba pieredzi laivu nomas, ūdenstūrisma maršrutu veidošanas un citu pakalpojumu jomā, izzinot viņu priekšstatus arī par pakalpojumu kvalitāti, un rezultātā izkristalizējies ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēja konkurētspējas TOP-10. Savukārt šī metodiskā materiāla 5. nodaļa ir atspoguļoti ūdenstūrisma produktu radīšanas labās prakses piemēri ne tikai Latvijā, bet visā Baltijā un citviet pasaule. Rokasgrāmata veidota **neformālā stilā**, iekļaujot ūdenstūristu atziņas, nopietnas un anekdotiskas reālās dzīves situācijas u.tml.

Rokasgrāmatas izstrādātāji – **Artis Gustovskis** un **Juris Smalinskis** – vairāk nekā divdesmit gadus darbojušies praktiskajā un akadēmiskajā tūrismā, tādēļ šajā izdevumā plaši izmantojuši savu pieredzi, fotomateriālu, kā arī rokasgrāmatā ir iekļautas citu autoru fotogrāfijas.

Makets: Linda Ozola

Vāka foto: Gatis Skrabe



1. attēls. **Braslas laivotāji.** Foto: Juris Smalinskis

Īpašs paldies par līdzdalību šīs rokasgrāmatas tapšanā
Mirtai Jansonei,
Luīzei Šulcāi,
Ilzei Grīnfeldei,
Aigai Petkēvicai,
Rolfam Jansonam,
Liesmai Grīnbergai,
Rūtai Vasermanei,
Gintam Svitīnam,
Jurim Zākim,
Turaidam Šēferam,
Reinim Pižikam,
Jurim Žilko,
Ņinai Lindei,
Ausmai Mukānei, u.c.



2. attēls. **Informācijas stends „Laivo Vidzemē” pie Dauģēnu klintīm Ziemeļvidzemes biosfēras rezervātā.**

Foto: Juris Smalinskis

ŪDENSTŪRISMS / ŪDENSTŪRISTU TIPI

(Juris Smaljinskis)



Ūdenstūrisms ir aktīvā tūrisma veids, kur galvenais pārvietošanās līdzeklis ir dažāda tipa bezmotoru laivas. Ūdenstūrisma braucieni var noritēt kanālos, upēs, ezeros un jūrā, vai arī maršrutā pa dažādām ūdenstilpēm.

Augstāk minētā – *klasiskā* ūdenstūrisma – definīcija gan būtu jāpārskata, jo mūsdienās, attīstoties tehnoloģijām un sporta inventāram, parādās aizvien jaunas brīvdabas aktivitāšu formas, piemēram, – *supošana* (pārvietošanās pa ūdeni, stāvot uz paplata, stabila sērfa dēļa un airējot ar vienu airi).

Ūdenstūrisma ceļojumu norise var būt ļoti atšķirīga gan pēc pārvietošanās stila, laivas tipa, mērķa u.c. parametriem:

- var būt vienas vai vairāk dienu ceļojumi;
- ceļojumi iespējami upēs, ezeros vai jūrā (arī kombinēti varianti);
- pēc organizācijas un tehniskajiem parametriem ļoti atšķirsies pavasara (palu) un vasaras (mazūdens periods) braucieni pa upēm;
- upju nobraucienos (lineāri maršruti) vienmēr ir jādomā par loģistiku (kā nokļūt līdz starta punktam vai kādā veidā turpināt tālāko ceļu no maršruta galapunkta);
- braucieni var notikt dažāda lieluma grupās, gidi pavadībā vai individuāli;
- „klasiskus” laivu braucienus samērā reti kombinē ar citiem aktīvā tūrisma veidiem, jo tas saistīts ar smaga un liela gabarīta inventāra transportu vai tā atstāšanu bez uzraudzības (inventāra drošības aspekti). Taču Latvijā ir vērojami pozitīvi piemēri, kad laivu braucienus apvieno ar gājienu gar upi vai jūru (Rīvas upe) vai veloposmu veikšanu (Venta Kuldīgas apkaimē). Dažādu aktīvā tūrisma veidu apvienojums vienā produktā var būt nākotnes izaicinājums arī citos Latvijas reģionos.

Ūdenstūristu tipi³

Ja pazīstam un protam atšķirt dažādus ūdenstūristu tipus un viņu vajadzības, varam vieglāk pielāgoties klientam⁴ un piedāvāt attiecīgu produktu tā vajadzību nodrošināšanai.

Ūdenstūristus var klasificēt pēc dažādiem kritērijiem, taču kopainu veido četras lielas pamatgrupas.

³ Avots: Juris Smaljinskis.

⁴ Šīs rokasgrāmatas kontekstā – ūdenstūrisma pakalpojumu izmantotājs.

Ekstrēmais.

Aktīvi brauc pavasara palu laikā gan pa klasiskajām upēm (Ogre, Amata), gan tādām (g.k. – mazajām upēm, strautiem), kas citos gadalaikos ūdens trūkuma dēļ nav izbraucamas vai arī neparādās kā izbraucamas ūdenstūrisma celvežos. Laivošanu pa upi bieži apvieno ar citiem sportiskiem elementiem – lēkšanu no ūdenskritumiem, dažādu šķēršļu pārvarēšanu u.c. Visbiežāk izmanto savu inventāru, ir pietiekami mobils, jo var to pārvadāt arī pats. Uzturas ekstrēmu upju posmu vai šķēršļu tuvumā. Stipra vēja laikā sérfo ar jūras laivām. Parasti – vienas dienas, retāk – divu dienu ceļotājs (atkarībā no galamērķa attāluma). Savu inventāru nekad neatstāj bez uzraudzības! Labi ekipēts – ar kiveri, hidrotērpri u.c. elementiem, kas palīdz īstenot galveno braukšanas mērķi – gūt ekstrēmu upes baudījumu nestandarta situācijās. Parasti ceļo nelielās (dažu cilvēku) grupās. Labprāt izmanto loģistikas pakalpojumus.



3. attēls. **Ekstrēmais. Pali Amatā.**
Foto: Juris Smalinskis

Sportiskais.

Tāds, kam viens no nozīmīgākajiem faktoriem ir nobrauktais attālums – gan dienā, gan arī visa brauciena laikā. Sportiskais „kolekcionē” ne tikai kilometrus, bet arī nobrauktās upes, apmeklētās ezeru vai jūras salas vai cita veida ar ūdeniem saistītus objektus. Mobils, visbiežāk pats plāno un organizē savu braucienu, kā arī nereti pats pārvadā inventāru. Labi orientējas apvidū. Parasti brauc vairākas dienas, tādēļ guļ teltī vai izmanto naktsmītnes. Laivo ar kanoe, kajakiem, jūras tipa laivām. Savu inventāru nekad neatstāj bez uzraudzības. Labprāt izmanto dažādus uzņēmēju sniegtos pakalpojumus (ēdināšana, nakšņošana, inventāra īre). Ceļo nelielās grupās. Nereti – individuālists.



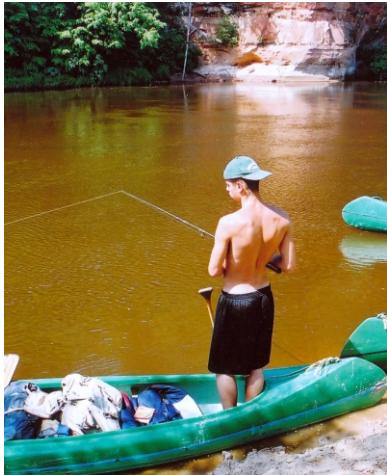
4. attēls.
Sportiskais. Jūrā iepretim Saulkrastiem.
Foto: Juris Smalinskis

Nesteidzīgais – baudītājs.

Skaitliskā ziņā pārstāv lielāko braucēju daļu. Braucienu pa upi uztver lielākoties kā atpūtas, izklaides un socializēšanās pasākumu. Pārvietojas salīdzinoši lēni, bieži makšķerē, aktīvi komunicē ar līdzbraucējiem. Inventārs, upe un nobraukto kilometru skaits nav būtisks, jo brauciena mērķis ir paša brauciena norise. Var laivot arī ar gumijas laivu vai plostu. Izmanto visu ar ūdenstūrisma pakalpojumiem saistīto piedāvājuma spektru: laivu transportu, inventāra īri, ēdināšanu, teltsvietas un naktsmītnes, tādēļ šādam klientam zinoša un rūpīga uzņēmēja palīdzība ir sevišķi nepieciešama. Pats braucienu neplāno, ne vienmēr orientējas konkrētajā telpā un situācijā. Vakaru pavada pie ugunkura (noderēs malka) un ar dziesmām. Makšķerē. Šajā kategorijā ietilpst draugu kopas, darba u.c. veida kolektīvi, ģimenes ar bērniem, seniori. Starp šī tipa laivotājiem gadās arī tādi, kas braucienā laikā mēdz pārmērīgi lietot alkoholu, no pakalpojumu sniedzeja viedokļa – riskanti klienti. Nomāto inventāru var atstāt bez uzraudzības.

Pētnieks – izzinātājs.

Īoti mērķtiecīgs, ar fokusu uz kādu konkrētu lietu vai vietu. Tāds, kam interesē savvaļas daba – sugars, biotopi, vēstures un dabas pieminekļi. Upe tam ir tikai „celš”, bet laiva – pārvietošanās līdzeklis konkrētā mērķa sasniegšanai. Parasti ceļo vienatnē vai pavismalā domubiedru pulkā. Laivu biežāk nomā, izmanto laivu transporta pakalpojumus, naktsmītņu un ēdināšanas piedāvājumu. Labi orientējas dabā, labs plānotājs. Parasti – vairāku dienu braucējs. Bieži nakšņo teltī, uzslien zaru būdu, vai guļ iekarināmā tīklā. Izmanto laivas, ar kurām var pietiekami ātri pārvietoties. Līdzi ir tālskatis, foto – videokamera, GPS u.c. tehniskas ierīces. Savu inventāru neatstāj bez uzraudzības. Pārstāv salīdzinoši nelielu daļu no kopējā braucēju skaita.



5. attēls.

Nesteidzīgais – baudītājs.

Gauja pie Kūku ieža.

Foto: Juris Smalinskis



6. attēls. Pētnieka – izzinātāja inventārs.

Foto: Juris Smalinskis

AR ŪDENSTŪRISMA PRODUKTU SAISTĪTĀ PAKALPOJUMU KĒDE

(Juris Smaljinskis)

No pirmā tālruņa zvana vai e-vēstules un tikšanās ar klientu līdz veiksmīgam pakalpojuma sniegšanas finālam un pozitīvai klienta atsaucei – soli pa solim!

1 ZVANS

Pirmais priekšstats par uzņēmumu un tā piedāvāto produktu visbiežāk rodas no pirmās sarunas pa tālruni.

1. tabula

Kas notiek?



ATSKAN ZVANS!



TU „PACEL KLAUSULI” ...



RUNĀJOT AR KLIENITU
PA TĀLRUNI ...

Ko Tu dari?

Centies atbildēt uzreiz.

Ja nevari atbildēt uzreiz, atzvani pēc iespējas ātrāk.

... sasveicinies un nosauc uzņēmuma nosaukumu un savu vārdu. Tas varētu būt šādi:

„*Labdien! Šeit laivu nomas „Meža draugi” galvenais Ezis klausās! Kā varam palīdzēt?*” ...

... *O, sorry, Don't you understand? Here Mr. Ezis from „Meža draugi” company speak. Can I help you?...*

O, sprechen Sie Deutsch?...

Вы говорите только по русски?...

... Tu smaidi, kaut arī kontaktējies neklātienē. Jo tas nodrošina nepieciešamo balss toni, lai Tu būtu pieklājīgs, laipns un izpalīdzīgs.

Kas notiek?

TU PRECIZĒ KLIENTAM
(ARĪ SEV) AKTUĀLOS
JAUTĀJUMUS ...

PIEDĀVĀ PAKALPOJUMUS
UN IESAKI PIEMĒROTĀKO
RĪCĪBU



N.B.! TU PĀRZINI
PRODUKTU, KURU PĀRDOD!
TU ESI PATS TO TESTĒJIS
UN ZINI AKTUĀLO
SITUĀCIJU!

Ko Tu dari?

- Laiku (datumus), kuros klients vēlas izmantot pakalpojumus
- Pakalpojumu veidu (laivu īre, transports, cits)
- Cilvēku skaitu un nomāto laivu skaitu
- Cilvēku aptuveno vecumu (pieaugušie, bērni, seniori)
- Dienu skaitu
- Klientu iepriekšējo pieredzi
- Maršruta starta un finiša punktu. Ja klientam nav ideju, tu iesaki piemērotāko maršrutu, iepriekš noskaidrojot tā iespējas un vēlmes (grūts, viegls, sportisks, ainavisks vai cita veida maršruts).

Lielā mērā tavs ieteiktais maršruts izrietēs no informācijas, kas iegūta iepriekšējos punktos

- Vienojies par piemērotāko peldlidzekli
- Vienojies par tikšanās vietu (ja nepieciešams, – nosūti GPS koordinātas vai kartes ekrānšāviņu) un klientam nepieciešamajiem pakalpojumiem
- Painteresējies, kā klients nokļūs atpakaļ starta punktā, kur atstātas automašīnas, vai minētajā posmā kursē sabiedriskais transports. Ja klientam nav ideju, vari piedāvāt transporta pakalpojumus
- Pievērs uzmanību drošībai
- Informē par glābšanas vestu nepieciešamību
- Piedāvā sauso mantu maisus, citu inventāru
- Vienojies par pakalpojumiem un katras pakalpojuma izmaksām
- Vienojies par maksāšanas veidu un kārtību
- Paskaidro citus jautājumus, ja tas nepieciešams

- Zini pastāstīt par aktuālo situāciju (ūdens līmenis, aizgāzumi, bīstamas vietas, tūristu apmetnes u.c.) maršrutā
- Vari nosaukt interesantākos dabas un kultūrvēstures objektus
- Kartē vari atzīmēt ūdenstūristu atpūtas un apmetņu vietas
- Vari precīzi aprakstīt laivās iekāpšanas un izkāpšanas vietu. Varbūt pat esi to „markējis” dabā, vai zini GPS koordinātas

Kas notiek?

ATVADOTIES ...

Ko Tu dari?

••••• LMT ⚡

9:41 AM

43 % 🔋

lenākošās

+371 2902...

Kontakti

Today 8:32 AM

Vai vēl ir kādi jautājumi?

Šobrīd jautājumu
vairs nav.

Uz šo mana tālruņa
numuru vajadzības
gadījumā varat zvanīt
vai rakstīt īziņu. Vai šis
ir jūsu kontakttālrunis,
pa kuru es varu
nepieciešamības
gadījumā sazināties?

Jā.

Es uz jūsu e-pastu
nosūtišu līgumu un citu
nepieciešamo informāciju.
Paldies par zvanu un
veiksmīgu dienu!



Text Message

Send



ATCERIES, KA PILNMĒNESS
LAIKĀ CILVĒKI VAR BŪT
SATRAUKTĀKI NEKĀ
PARASTI. :)



2 SAZINĀ E-PASTĀ, SKAIPĀ

Saziņai e-pastā izmanto tos pašus principus, ko sarunā par tālruni (sk. 2.1. apakšnodaļu) – sasveicinies, klientam atbildi viņam un Tev pašam saprotamā (piemēram, nepietiekamu zināšanu dēļ kļūdaina rakstība var radīt pārpratumus) valodā, precīzē savam darbam nepieciešamos jautājumus un atbildi uz klienta jautājumiem.

No reālām situācijām ... :)

1. situācija

Klients. Kāda ir jūsu e-pasta adrese?

Pakalpojumu sniedzējs. Hmm, aiziešu paskatīties telefona grāmatā. Atbild pēc 5 minūtēm. Ziniet, mans e-pasts ir janis.berzins@inbox.lv. Vai jūs man gribējāt kaut ko sūtīt?

2. situācija

Klients. Vai jūs saņēmāt manu e-pastu?

Pakalpojumu sniedzējs. Ziniet, ... es kādu laiku neesmu skatījies e-pastus. Ēēēē, ziniet, es pēc nedēļas braukšu uz pilsētu, – tad, ja sanāks, bibliotēkā paskatīšos ...

3. situācija

Klients. Vai var jums aizsūtīt e-pastu?

Pakalpojumu sniedzējs. Jā, droši, mana sieva vienmēr skatās visus e-pastus ...

Vai klients sūtīs e-vēstuli, dzirdot šādas atbildes?!

Labas saziņas e-pastā prakse

- 1 Tu nestrādā valsts institūcijā, tādēļ atbildi klientam negatavosi divu nedēļu garumā.
- 2 Ja klients ir atsūtījis e-pastu, viņš parasti gaida ātru atbildi. Kas ir ātra atbilde? Nosūtīta vismaz dažu stundu laikā.
- 3 Kaut arī mūsdienās vēstules vairs neraksta uz balta vēstuļu papīra ar tinti un zoss spalvu, visas pieklājības normas joprojām ir spēkā arī epistolārajā žanrā.

Klienta vēstule

From: Klients Guntis
 To: Pakalpojuma sniedzējs
 Cc:
 Subject: Laivas 1. jūnijā

Mums vajadzīgas laivas pa Gauju 1. jūnijā! Ir kas *dabūnams?*

Gunča

Pakalpojumu sniedzēja atbilde

From: Pakalpojumu sniedzējs
 To: Klients Guntis
 Cc:
 Subject: Re: Laivas 1. jūnijā

Labdien!

Priecājamies par Jūsu izrādīto interesiju. Mūsu uzņēmums var piedāvāt četras laivas šī gada 1. jūnijā. Tālāk seko konstruktīvs un labi saprotams teksts, kurā sniegtas precīzas atbildes uz klienta uzdotajiem jautājumiem.
 Ja tādu nav, pakalpojuma sniedzējs pats uzdod jautājumus/sniedz informāciju, lai klients būtu ieinteresēts sadarbībā.

Uz tikšanos un ceram, ka mūsu pakalpojumus izmantosiet arī turpmāk! :)

Ar cieņu –

Jānis Laivnieks,

uzņēmuma „Gaujas laivnieks” vadītājs

+ 371 12345678

gaujas.laivnieks@uznemums.lv

Skype: janis.laivnieks

Facebook: Gaujas laivnieks

Twitter: @gaujaslaivnieks

draugiem.lv: Gaujas laivnieks

Pielikums Nr.1: Klienta_ligums.docx

Pielikums Nr. 2: Marsruta_apraksts.docx

Pielikums Nr.3: Marsruta_karte.jpg

Pielikums Nr.4: GPS_koordinatas_starta_punts_gpx

Arī **skaips** ir kļuvis par parastu un neatņemamu mūsdienu saziņas līdzekli. Skaipā parasti komunicējam līdzīgi kā e-pastā. Skaipa vārdu ir korekti veidot šādi: „vārds.uzvārds”, vai „uzņēmuma vārds”. Ja klients skaipā saņem atbildi no „pelite78”, viņš nodomās, ka ir kļūdījies un turpinās meklēt „normālu” tūrisma firmu.

3

MĀJAS LAPA

Mājas lapa ir uzņēmuma vizītkarte. Lai arī mēdzam teikt, ka laba reklāma ceļo no mutes mutē, šādā veidā netiek nodota tehniskā informācija: uzņēmuma tālrunis, adrese, e-pasts, ģeogrāfiskās koordinātas u.c. veida fakti un skaitļi, ko nevar paturēt galvā, bet kas ļauj iegūt personisku priekšstatu par uzņēmumu. Tieši šo informāciju klients parasti meklē internetā, visbiežāk – mājas lapā. Ja mājas lapa, klientaprāt, nav laba, proti, profesionāla, viņam var rasties šaubas arī par pakalpojuma profesionalitāti, un zvans un tālākā komunikācija, visticamāk, neseikos.

Kādu mājas lapu klients vēlas redzēt?

1

Darbojošos!

2

Regulāri atjaunotu ar **jaunumiem**, pēc kuriem var spriest, ka lapas veidotājs ir aktīvs un informācija – svaiga.

3

Viegli **pārskatāmu** un ar mūsdienīgu **dizainu**.

4

Ērti **lietojamu**.

5

Informācija ātri atrodama bez **liekiem „klikšķiem”** un nevajadzīgām animācijām (kas aizņem laiku un megabaitus).

6

Ātri atrodami **pakalpojumu** apraksti, kuri ir viegli saprotami un uztverami.

7

Ātri atrodami **kontakti**, lai uzreiz var aizrakstīt e-pastu vai sazināties sociālajos tīklos.

8

Ar **kartogrāfisko materiālu** (maršruti, bāzes vietas, tikšanās vietas, uzņēmuma atrašanās vieta u.c.).

9

Ar pakalpojumu **cenām**.

10

Ar kvalitatīvu un mērķtiecīgu **vizuālo materiālu** (maršrutu, maršrutā redzamo objektu attēli, inventāra foto, video u.c.).

11

Ar iespējām ierakstīt **atsauksmes** (nevis anonīmu kritiku!).

12

Ar saitēm uz **sociālajiem tīkliem**, kur var apskatīt jaunākos notikumus.

13

Nepieciešamā informācija ir atrodama arī **svešvalodā**.

4

SOCIĀLIE MEDIJI

Lielai daļai cilvēku sociālie mediji ir kļuvuši par neatņemamu ikdienas dzīves sastāvdaļu. Sociālajos medijos varam ātri un ērti ielikt jaunākās ziņas, aktuālo informāciju, vienlaikus komunicējot ar potenciāliem vai jau esošajiem klientiem. Piemēram, *Facebook* var ātri apmainīties ar informāciju, turklāt redzot, vai sūtītājs to ir apskatījis. Arī klienta vai pakalpojumu sniedzēja personīgais profils kādā no sociālajiem tīkliem var būt noderīgas informācijas (priekšstatam, idejām u.c.) iegūšanas avots, kuru ir vērts izpētīt.

Kā to visu izmantot?

Nekas nav labāks kā paša pieredze un prakse, taču to nevar iegūt, ja sociālos tīklus nelietojam vai aizbildināmies ar vispārzināmiem stereotipiem, piemēram, – „man tam nav laika”.

- **Facebook.** Šeit „uzturas” daudz jauniešu un te meklējami aktīvi interneta lietotāji – darbaspējas vecuma ļaudis ar dažādiem ienākumu līmeniem. Ja šobrīd vēl nav, tad nākotnē tie var būt tavi potenciālie klienti. Tā ir arī starptautiska vide ar plašu starptautisko kontaktu loku. Te var veidot skaistas fotogalerijas, ievietot videofailus, publicēt laivu maršrutus, kartes, ceļojumu iespaidus, komentēt un skatīties citus, kas komentē un kuriem „patīk”. Te var ērti uzaicināt vēlamās personas uz konkrētiem pasākumiem.
- **Twitter.** Tviterī var publicēt īsas ziņas par dažādām norisēm saistībā ar upēm, ezeriem, laivām, dabas parādībām, aktuālo informāciju u.c.
- **Draugiem.lv** Šeit rosās galvenokārt latviski runājošs klients, kam patīk pašam ievietot un skatīt citu ievietotās ceļojumu fotogalerijas. *Draugus* var lietot sarakstei ar klientu, aicinājumiem uz konkrētiem pasākumiem. Te sasniegsim gados mazliet vecāku auditoriju (nekā *Facebook*) un skolēnus.
- **Instagram.** Vietne ļoti smukām un aicinošām bildēm tieši no notikumu vietas! Ar bilžu apstrādes redaktoru tās var padarīt krieti krāšņākas nekā tas patiesībā ir dabā.
- **Youtube.** Īstā vieta, kur ievietot skaistus un aicinošus videoklipus par ne tik populāriem senāk izveidotiem maršutiem, kā arī vēl neiepazītiem jauniem maršutiem.
- **Vimeo.** Vietne, kur var lejuplādēt lielāka apjoma videofailus.
- **Google+.** Iespējams, ka kāds Tevi meklēs vai atradis arī šeit, kur var ievietot foto, video un aprakstus.

- **Foursquare.** Šeit vajadzētu būt atzīmētam tavam uzņēmumam. Tikpat labi var iezīmēt arī maršruta starta un finiša punktu, dažādus pakalpojumu sniedzējus upju krastos – ēdinātājus, apskates vietas u.c.
- **Endomondo.** Vietne, kur ne tikai smelties iedvesmu par līdzcilvēku sportiskajiem sasniegumiem, bet arī idejas par laivojamām vietām, starta un finiša punktu, laika grafiku, attālumiem u.c. Veiktie maršruti ir aplūkojami arī *google maps* kartē. Sportiskajam ūdenstūristu tipam *Endomondo* aplikācijas lietošana ir viens no veiksmīga brauciena norises elementiem.
- **Linkedin.** Iespējams, ka kāds no klientiem apskatis Tevi arī šeit, lai pārliecinātos, cik profesionāls pakalpojumu sniedzējs (un ar kādu CV) Tu esi!

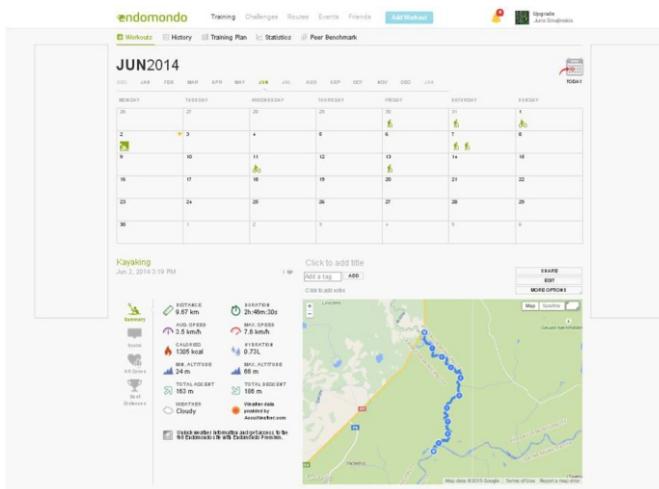


8. attēls.

Laivu brauciens pa Braslu ir radījis **Facebook** lietotāju interesi:
seko jautājumi un atbildes.



9. attēls. Aicinošs foto Instagram vietnē.



10. attēls. Nobrauktais Braslas posms ar visiem brauciena parametriem un karti atspoguļots Endomondo.

Padomā par to!

- Sociālie tīkli ir izcils instruments savu mērķu sasniegšanai. Īpaši tad, ja mērķis un vēlamo klientu loks ir skaidri definēts un instruments tiek pareizi izmantots.
- Varbūt ir tā, ka Tev nav laika „sēdēt” sociālajos tīklos un aktīvi komunicēt, taču Tev vissmaz ir jāuzzina, ko par Tevi un Tavu uzņēmumu vai piedāvāto produktu klienti domā, kādu vērtējumu pauž.
- Sociālie tīkli ir sava veida pētniecības vide, kur var noskaidrot klientu viedokli un „sajūtas” par kādu konkrētu lietu, tēmu vai parādību. Arī konkrētu pakalpojumu!

Ja tu nelieto sociālos tīklus, tad:

- vari palaist garām noderīgu informāciju, jo sociālie tīkli pamazām kļūst par tradicionālajiem medijiem alternatīvu ziņu avotu, t.sk. dažādu aktuālu ziņu un informācijas jomā;
- zaudēsi labas un mūsdienīgas bezmaksas reklāmas iespējas;
- nezināsi, ko par Tavu uzņēmumu un pakalpojumiem domā klienti;
- nevarēsi „sajust” kopējo noskaņu par daudzām lietām;
- lielā mērā, pārfrāzējot zināmo teicienu, –ja neesi sociālajos tīklos, neesi vispār...

5 TIKŠANĀS PIE UPES

Tikšanos klātienē, parasti pie upes (arī ezera vai jūras krastā), var nosacīti sadalīt trīs posmos:

- 1 pirmais klātienes kontakts;
- 2 sadarbība un komunikācija pirms galvenā pakalpojuma saņemšanas;
- 3 apkalpošanas process pēc galvenā pakalpojuma saņemšanas.

Visos minētajos posmos:

- Tu nenokavē tikšanās laiku! Ja kavējies, zvani un brīdini, vai aizsūti uz tikšanos kolēgi, ja tāds ir;
- Tu sasveicinies pirmais;
- Tavs acu kontakts un smaids liecina, ka esi gatavs sadarbībai;

- Tu esi laipns un pieklājīgs;
- Tu izrādi patiesu interesi par visiem brauciena dalībniekiem, t.sk. mazākajiem, kas ir ļoti svarīgi viņu vecākiem;
- Šķiroties un atvadoties, Tu pajautā, vai viss ir kārtībā un vai klientam ir Tavs tālruņa numurs.

Pēc pakalpojuma saņemšanas:

- Tu painteresejies, vai klients ir apmierināts;
- ja klients nav apmierināts, centies noskaidrot iemeslu;
- ja iemesls ir objektīvs, jūs vienojaties par turpmākajiem soljiem problēmas sekmīgai atrisināšanai;
- Tu palūdz klientam atsūtīt atsauksmi (*feed back*) par sniegto pakalpojumu un/vai padalīties ar brauciena iespaidiem sociālajos tīklos.



11. attēls. Amatas mači pavasarī.
Foto: Juris Smalinskis

6 LĪGUMS, MAKSĀŠANAS KĀRTĪBA

Pirms galvenā pakalpojuma sniegšanas (sk. 2.7. apakšnodaļu) tiek slēgta vienošanās (līgums, sk. 6. nodaļu), kurā atrunāta inventāra lietošana, tehniskais stāvoklis, drošības nauda, inventāra atgriešanas termiņš u.c. Klientam tiek izsniegti likumdošanai atbilstošs maksājuma dokuments par izmantoto pakalpojumu un norēķināšanos par to (rēķins/čeks).

7 GALVENĀ PAKALPOJUMA SNIEGŠANAS PROCESS

Ar galveno pakalpojumu tiek saprastas norises no briža, kad klients pienāk pie ūdens, iesēžas laivā un veic braucienu līdz plānotā maršruta finiša punktam.

Galvenā pakalpojuma sniegšanas laikā:

- pirms klienta sēšanās laivā izstāsti par **orientieriem**, kas nepieciešami sekmīgai maršruta norisei.
- Padalies ar informāciju par **interesantiem apskates objektiem** maršrutā.
- Ja klients vēlas, – iedod līdzi **kartes kopiju** (ja nav iepriekš nosūtīta), pēc kuras var atrast dabā esošās vietas (atpūtas vietas, apskates objekti, finiša punkts).
- Vienojies par **laiku**, kurā tiksies finiša punktā, vai lūdz klientam piezvanīt, kad tas sasniedzis kādu orientieri, kas ļauj saprast, – pēc cik ilga laika viņš būs nobraucis izvēlēto maršrutu.
- Aicini **atbildīgi** izturēties pret **dabas un cilvēku radītajām vērtībām**.
- Iedod klientiem līdzi atkritumu maisus, kurus pats pēc tam savāc.
- Iesaki risinājumus, ko darīt, ja maršruta laikā nav pieejamas **labierīcības**. Viens no variantiem – izrakt nelielu bedrīti, kuru pēc „lietošanas” apklāj ar atrakto velēnu. Šajā nolūkā klientiem vari iedot līdzi mazo lāpstiņu, kā to dara ASV un Kanādā.
- **Komunikācijas** laikā ar klientu nesmēkē, nelieto košlājamo gumiju, centies izvairīties no privātām sarunām pa mobilo tālruni.



12. attēls. Pārgājiens ar laivu ir eksotiska nodarbe, taču klientam par šādām braucienu „niansēm” būtu iepriekš jāzina (attēla saturam ir tikai ilustratīva nozīme un tas nav saistīts ar konkrēto pakalpojumu sniedzēju).

Foto: Liesma Grīnberga

8 INVENTĀRS

Pareizi izvēlēta **laiva** un piemēroti **airi** nav vienīgais, kas noderēs laivošanas laikā. Nelaid klientu braucienā bez **drošības vestes!** Ja iespējams, piedāvā nomāt **hermētiskos mantu maisus** vai mantu **mucas**. lepriekš informē klientu, ka speciāli **ūdensnecaurlaidīgi maciņi** ir nopērkami arī viedtālruņiem, *GPS* iekārtām un fotokamerām, jo bez labām bildēm un dalīšanās ar tām sociālajos tiklos mūsdienās brauciens var būt sabojāts! Turklat tā ir arī Tava bezmaksas reklāma, kuru paveic klients. Tālrunitis (tāds, kas darbojas, jo nav samērcēts, tam ir uzlādēta baterija) ir nepieciešams kā drošības garants nestandarda gadījumos, vai situācijās, kad jāveic grupas vai kādas personas evakuācija no maršruta. Noderēs arī **švamme**, ar ko savākt lieko ūdeni un netīrumus laivā. Pārliecinies, ka klients paņem līdzi **ēdienu** un **ūdeni!** Pie inventāra pieskaitāms arī līgums starp klientu un pakalpojumu sniedzēju, kurā atrunāts, – kādā kārtībā tiek nodots inventārs un kādam ir jābūt tā stāvoklim.

Klients priecāsies par tādu inventāru:

- kurš ir tīrs un kvalitatīvs;
- kuram nav funkcionālu un cita veida bojājumu;
- kurš ir atbilstošs klienta izmēram un fiziskām iespējām.

Savukārt pakalpojumu sniedzējs pēc brauciena priecāsies par pirmajiem diviem punktiem, kas būs ievēroti arī no klienta pusēs. Šī iemesla dēļ izstāsti klientam, – kādu inventāru Tu vēlies saņemt atpakaļ, lai vēlāk nav nekādu pārpratumu.



13. attēls. **Laiva – „veterāns”, kura piedzīvojusi pirmos Amatas mačus pirms pusgadīsimta!**
Foto: Juris Smalinskis

9

DROŠĪBA

Atceries, ka klienta drošība un labklājība ir pirmajā vietā! Pat tad, ja klients iekļūst nepatikšanās savas rīcības dēļ, atsauksmes un iespējamā rezonanse plašsaziņas līdzekļos var mest ēnu arī uz Tavu uzņēmumu. Tādēļ vienmēr pēc savas iniciatīvas klientam izstāsti drošības instrukciju, kura ietver:

- būtiskākās lietas, kas saistītas ar konkrēto ūdenstūrisma maršrutu un drošību tajā (straumes ātrums, šķēršļi, to labākie pārvarēšanas paņēmieni);
- kā pareizi lietot inventāru (iesācējiem, vai tiem, kas attiecīgo inventāru, piemēram, laivas tipu, izmanto pirmo reizi);
- kā pareizi iekāpt laivā un izkāpt no tās (iesācējiem);
- ko darīt nepiemērotos meteoroloģiskos apstākļos (migla, lietus, vējš, aukstums);
- kā vadīt laivu (airēšana, stūrēšana, apstāšanās – iesācējiem) dažādās situācijās un kā sadarboties ar laivā esošo komandas biedru/-iem, kuri airē;
- ko darīt, ja laiva uzsēžas uz sēkļa, akmens vai apgāžas;
- kā uzzesties laivā un uz/pie ūdeņiem;
- kur zvanīt nelaimes gadījumā;
- ko darīt, ja nepieciešama grupas vai kādas personas evakuācija no maršruta.



14. attēls. Amatas krāce!

Foto: Juris Smaljinskis



15. attēls. Akmens krāvums Svētupē.

Foto: Gatis Skrabe

16. attēls. **Drošības instrukcijas saturs.⁵**

Ar drošības jomu saistītās tēmas, par kurām klientiem stāsta Latvijas ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēji, un to procentuālais sadalījums parādīts 16. attēlā. No tā var spriest, ka drošības jomā daļai pakalpojumu sniedzēju vēl ir pamatīgi jāpilnveidojas.

10 AKTUĀLIE INFORMATĪVIE MATERIĀLI

Plānojot informatīvo materiālu (neatkarīgi no tā formas – celvedis, buklets, reklāmas lapa, internets, cits formāts) saturu, vajadzētu izvairīties no gariem, tēlainiem aprakstiem vai tukšiem reklāmas uzsaukiem. Mūsdienu klients vēlas saņemt precīzu informāciju, kas tam ir aktuāla. Slikts būs arī materiāls ar ļoti daudziem fotoattēliem, ja tie pilnībā neatspoguļos konkrēto situāciju maršrutā. Informācijas materiālā svarīga ir:

- kartogrāfiskā informācija;
- precīzi norādīti attālumi starp dažādiem upju posmiem, objektiem upes krastos;
- orientējošais maršruta veikšanas laiks;
- ieteicamā sezona vai pat konkrēts mēnesis;
- apskates objekti un to īsi (!) apraksti;
- naktsmītņu nosaukumi un to atrašanās vieta;
- informācija par citiem pakalpojumiem (ēdināšana, veikali, transports, sakari);

⁵ Dati: „TNS Latvia”. Diagramma atspoguļo esošo situāciju.

- brīdinājumi par iespējamām grūtībām un sarežģītības pakāpi;
- ūsa informācija par pašu ūdensteci vai ūdenstilpi un teritoriju, kurā tā atrodas, kā arī par tās apsaimniekotāju;
- nepieciešamais inventārs, informācija par tā izīrēšanas iespējām;
- vērtīga ir papildu informācija (tālrūņu numuri, adreses, interneta lapas u.c.), kas saistīs ar konkrēto maršrutu vai ūdenstilpi vai tās apkārtni;
- *zajie padomi*, kas aicina ceļotāju domāt un rīkoties videi draudzīgi.

11 DARBINIEKA TĒLS

Klientam (un pasākuma līdzdalībniekiem) atmiņā paliks pakalpojuma sniedzējs tad, ja uzņēmuma nosaukums (un logo) būs redzams uz darbinieku drēbēm, autotransporta un inventāra.

Izskaties vienmēr atbilstoši situācijai!



17. attēls. **Gaujas tramvaja kapteinis Toms Treimanis – amatam atbilstoša stāja un izskats.**

Foto: Justīne Bulīja

12 DAŽI FAKTI NO „SLEPENĀ KLIENTA” APTAUJAS⁶

Ideja par rokasgrāmatas nepieciešamību radās, kā jau minēts ievadā, pēc pakalpojumu kvalitātes pētījuma 2014. gada vasarā ar "slepēnā klienta" metodi, kad klātienē tika apsekoti trīsdesmit Latvijas ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēji. Zemāk apkopoti daži būtiskākie secinājumi, kuri izriet no šī pētījuma.

2. tabula



Vairākumā gadījumu klients uz e-pastu saņēma atbildi, tomēr dažkārt atbildes gaidīšanas laiks bija salīdzinoši ilgs (pat 2–3 dienas).



Tikai 20% kontaktpersonu, paceļot klausuli, nosauca uzņēmumu, tikai viena persona – savu vārdu.



Mājas lapas svešvalodas versija bija tikai 40% gadījumu, taču kopējais mājas lapu vērtējums ir uzskatāms par labu (81%).



Atpazīšanas zīmes (krekli, naģenes, uzlīmes uz laivām, mašinām utt.), pēc kurām ir viegli atpazīt kontaktpersonu, – bija 60% gadījumu.



Tikai 43% klientu pirms brauciena saņēma informatīvos materiālus.



Zvana laikā tikai 37% darbinieku painteresējušies par klientu laivošanas pieredzi.



Positīvi, ka 70% darbinieku vizītes laikā pēc savas iniciatīvas stāstīja par drošību.



Absolūtajam vairākumam kontaktpersonu piemita nepieciešamā kompetence (pārzināja pakalpojumu (93%), spēja sniegt uzziņas par maršrutu (80% – 87%), kā arī vairākumā gadījumu notika operatīva klienta jautājumu risināšana (73%).



Daži pozitīvi iespaidi⁷

Kopumā vērtējot pasākumu, – darbinieku attieksme pret klientu bija draudzīga un korekta. Radās sajūta, ka esmu gaidīts klients un uzņēmums labprāt ar klientu sadarbotos arī turpmāk.

Kopumā ļoti atsaucīgi un patīkami māju saimnieki, kurās tika izsniegtas laivas. Piemēram, manam vīram sāpēja galva un saimnieks iedeva zāles.

Kopumā brauciena organizācija bija laba. Darbinieks strādāja raiti un sniedza saprotamas nepieciešamās instrukcijas.

Patika, ka darbinieks ar entuziasmu un aizrautību stāstīja par visu nepieciešamo, bija komunikabls, draudzīgs un zinošs.

Kopumā darbinieks bija ļoti korekts un atvērts sarunām. Pozitīvi, ka, nogādājot klientu no galapunkta uz sākumpunktu, tika stāstīts par dabu apkārt, minēti piemēri un informācija par to, kas kurā vietā atrodas.



Daži negatīvi iespaidi

Darbinieks bija aizmirsis iepriekšējo vienošanos (telefoniski un e-pastā) par maršruta garuma maiņu. Līdz ar to klients nesasniedza sākotnēji plānoto galapunktu, jo laivošana tika uzsākta nepareizā sākumpunktā.

Kopumā viss bija labi! Vienīgā nepatīkamā situācija bija tā, ka rēķins netika nosūtīts apsolītajā laikā. Man netika izsniepts ne līguma otrs eksemplārs, ne dokumentāri pierādījumi par inventāra pieņemšanu – nodošanu, ne rēķins par pakalpojumu izmantošanu.

Vajadzētu tomēr pievērst lielāku uzmanību drošības pasākumiem, par kuriem ar klientu nekas netika runāts.

Klientiem bez pieredzes laivošanā vajadzētu sniegt izsmēlošāku informāciju par inventāra lietošanu – kā airēt, kā rīkoties, uzduroties kādam šķērslim. Pastāstīt, ko darīt laivas apgāšanās gadījumā.

Gribējās, lai darbiniece sagaidītu klientu, kā arī, lai būtu atvadišanās frāze un uzsvērta sadarbība nākotnē.

PAKALPOJUMU KVALITĀTES NOZĪME ŪDENSTŪRISMA UZNĒMUMĀ JEB “VAI KLIENTAM VIENMĒR TAISNĪBA?”

(Artis Gustovskis)

Jāuzsver, ka ūdenstūrisma kvalitāte ir gluži vai sinonīms **drošībai**. Ūdenstūrisma uzņēmējs tikai šķietami paliek krastā, kamēr klients ļaujas upes plūdumam. Nē, tēlaini izsakoties, tie abi sēž vienā laivā, un uzņēmējam ar tā piedāvāto un vadīto pakalpojumu kopumu ir iespēja laivu (arī savu biznesu) nogādāt krastā vai nogremdēt – diemžel šajā jomā ne tikai pārnestā nozīmē... Tāpēc ūdenstūrisma kvalitāte ir produkta visu īpašību kopsumma, un, nav šaubu, pakalpojuma pamatvērtība. Biznesa kvalitātes nodrošināšanas un uzturēšanas ābece māca, ka **izcila klientu apkalpošana**:

- veicina klientu lojalitāti,
- sekmē atkārtotu darījumu skaita palielināšanu,
- piesaista jaunus klientus.

Ir daudz nozīmīgu iemeslu, lai arī Tu, ūdenstūrisma uzņēmēj, iekļautos Latvijas tūrismā jau izveidotajā kvalitātes sistēmā un tiektos pēc sava pakalpojuma atbilstības „Q-Latvia” Kvalitātes zīmei. Jau iepriekš minētā projekta „Riverways” ietvaros rikoto ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēju semināru laikā diskusijās ar ūdenstūrisma profesionāļiem radās virkne vērtīgu secinājumu par kvalitātes nozīmi un standartiem ūdenstūrismā, kas aplūkoti šajā nodaļā.

Uzreiz jāprecizē, ka nav noteikta formāta, kā par kvalitātes politiku informēt klientu. Tomēr svarīgākos kvalitātes politikas formulējumus der ievietot uzņēmuma mājas lapā, novietot klientam redzamā vietā uzņēmumā. Turklāt klientam šī politika jāizjūt „uz savas ādas” pakalpojuma saņemšanas laikā.

1 KVALITĀTES STANDARTI

Kāpēc arī ūdenstūrismā ir vajadzīgi kvalitātes standarti? Tāpēc, ka Tu, Tavs klients, Tavi darbinieki, Tava pakalpojuma pārdevēji kvalitāti uztver atšķirīgi – vienam būtisks inventārs, citam laipna attieksme, vēl citam precizitāte utt. Standarts ir zināms viduscelš, vienošanās – lai vismaz daļu no pakalpojuma visas iesaistītās puses saprastu vienādi un galu galā visi būtu apmierināti.

Produktīva ir attieksme, ka jebkura kvalitātes shēma, standarts ir palīgs Tev, jo, pirmkārt, rosina pašzaugsni, liek mācīties. Zemāk esošajā 3. tabulā apkopoti ūdenstūrisma ekspertu un uzņēmēju diskusiju ceļā radušies jautājumi un atbildes.

3. tabula

Jautājumi un atbildes kvalitātes standartu kontekstā

(no projekta Riverways uzņēmēju semināriem)

Jautājums

Atbilde

Vai kvalitātes standarti un to ievērošana nepadara visus produktus vienādus?

Ūdenstūrisma uzņēmēji domā, ka šī niša ir īpaša un nav standartizējama. Tomēr – atzīst, ka pamatvērtībām, kā, piemēram, kvalitatīvs inventārs, pieklājīga, korekta attieksme, precizitāte u.c. ir nozīme jebkura pakalpojuma sniegšanas gadījumā.

Katrā situācijā ir iesaistīti konkrēti cilvēki, un tas vienmēr padarīs pakalpojumu unikālu.

Vai tas, kas noteikts kvalitātes standartā un tiek mērīts, klientam vispār ir svarīgi? (Piemēram, atbildēšana uz e-pastu noteiktā laika posmā vai uzņēmuma nosaukuma nosaukšana, atbilstot uz tālrūņa zvanu.)

Jā, personiskās vajadzības var atšķirties, tomēr kopumā klientam kritēriji ir svarīgi. No uzņēmēja puses – daudzu faktoru respektēšana būtiski var ietekmēt darba efektivitāti, resursu izmantošanu, un, protams, ilgtermiņa attiecību veidošanu ar klientu. Vienmēr būs arī tādi klienti, kurus nekas neapmierinās. Tā vienkārši ir.

Jautājums

Atbilde

Vai kvalitātes standartu ievērošana nav būtiska tikai attiecībā uz ārvalstu klientiem?

Jebkurš klients, kas maksā par pakalpojumu, vēlas to saņemt veidā, kas sakrīt ar personisko pieredzi, solijumiem un saņemto informāciju.

Vai klients nav galvenais atbildīgais par iznākumu?

Uzņēmējam ir visvairāk iespēju radīt apstākļus pozitīvam iznākumam, klientam – darboties šajos apstākļos un gūt tādu pieredzi, kādu tas izvēlējies.

Vai, sniedzot pārāk daudz informācijas par drošību laivojot, klients netiek iebiedēts un līdz ar to nevēlas izmantot pakalpojumu?

Tā kā ūdenstūrismā riska pakāpe ir paaugstināta (un var būt visaugstākā – draudi dzīvībai), tad par drošības informāciju un inventāra pieejamību nevajadzētu būt diskusijām pēc būtības. Saturis atšķiras, jo atšķiras piedāvājuma vide, grūtības pakāpe, un klients ir atšķirīgs.

Vai vajadzīgs katrs klients par katru cenu?

Visticamāk, tā ir uzņēmuma stratēģija un vērtības. Vieglāk strādāt ir tiem, kas skaidri apzinās savu mērķauditoriju, pazīst klientu un tā vajadzības, spēj nodrošināt gaidīto.



18.attēls. Laivošana ir interesantāka, ja iespējams kaut ko vairāk redzēt.

Foto: Ilze Kociņa

2 ŪDENSTŪRISMA PAKALPOJUMU KVALITĀTI NOTEICOŠIE FAKTORI – PAMATPROBLĒMU CĒLOŅI UN SEKAS

Daži no iepriekšskanējušajiem jautājumiem rāisa zināmas bažas. Jāņem gan vērā, ka Latvijā ūdenstūrisma uzņēmējdarbību, tāpat tās kvalitāti, ietekmē virkne faktoru, no kuriem daļa ir grūtāk ietekmējama (piem., sezonalitāte). Tomēr dažas no problēmām vairāk ir uztveres un attieksmes jautājums. Padomā, ar kuriem faktoriem Tu saskaries, un kas ir tas, ko Tu jau pašlaik vari mainīt (sk. 4. tabulu).

4. tabula

Latvijas ūdenstūrisma kvalitāti ietekmējošie faktori (cēloņu – seku sakarība)

Faktors (problēmas cēlonis)	Sekas, ko izjūt UZŅĒMĒJS	Sekas, ko izjūt KLIENTS
Uzņēmumu kapacitāte (maz darbinieku, ģimenes uzņēmums)	Laika, resursu apgrūtināta plā- nošana, koncentrēšanās uz tehnisku paspēšanu, nevis attiecībām ar klientu, kļudas informācijas saņemšanā/no- došanā.	Komunikācija un pakalpojums ar neparedzamiem termiņiem, pavirša attieksme, informācijas nesaņemšana, saskarsme ar nelaipniem, nogurušiem pakal- pojuma sniedzējiem, iespāids – ka pakalpojums netiek sniegts profesionāli, inventārs nav tīrs u.c.
Darbinieki (sezonalitāte, darbinieku piesaiste ilgtermiņā, kompetenti darbinieki)	Prasa no uzņēmēja enerģiju un laiku, lai apmācītu jauno darbinieku, darbinieku moti- vācija nav saistīta ar uzņēmuma vērtību izpratni, kvalitatīvu darbu. Darbinieku trūkums, pārslodze sezonas laikā.	Pavirša attieksme, informācijas trūkums.
Relatīvas iespējas nopietnām finansiālām investīcijām	Vairāk tiek novirzīts tehniskiem, darbinieku/apakšuzņēmēju/sa (piem., lielisks inventārs, darbības partneru apmācībām, nelaipns, nekompetents motivācijai, apkalpošanas personāls). kvalitātes attīstībai.	Pavirša attieksme, nevien- taustāmiem aspektiem, mazāk līdzīga pakalpojuma kvalitāte

Faktors
(problēmas cēlonis)

Sekas, ko izjūt UZŅĒMĒJS

Sekas, ko izjūt KLIENTS

Vadītājs – galvenais darītājs (vadītprasme, kas iekļauj atbildības deleģēšanu)

Vadītājs, kas dara visu, var būt labs piemērs darbiniekiem, tomēr – atbildības nedeleģēšana un pārāk liela vēlme kontrollēt var mazināt darbinieku iniciatīvu, ietekmēt negatīvi motivāciju un ietekmēt personiskās un profesionālās izaugsmes iespējas. Pārslodze, jo visu risina viens cilvēks.

Kopējā pakalpojuma kvalitāte pazeminās, negatīva klientu atsauksme, zaudēti klienti.

Daudzi uzņēmēji ir profesionāli ūdenssportisti vai ļoti pieredzējuši ceļotāji, vai gluži vienkārši – mazliet vairāk pieredzējuši nekā lielākais vairums klientu. Paši nekad vai ļoti sen nav bijuši klienta lomā. Nespēj sajust klienta vajadzības, visu interpretē tikai no eksperta skatu punkta, rada nelaipnu, augstprātīgu iespaidu.

Sadarbības partneri un apakšuzņēmēji (ne vienmēr izprot, ko nozīmē kvalitatīvs pakalpojums, neuztver klientu kā savu, lai gan par pakalpojumu saņem samaksu)

Klienti/sadarbības partneri nav prioritāri.

Apgrūtinātas situācijas, kad pieņemt pat vienkāršus lēmumus, nekonsultējoties, neprofesionāls iespāids, palēnināta informācijas aprite.

Nelaipna attieksme (liek klientam justies vainīgam, par to, ka, piemēram, viņš tērē šofera laiku, klientam nākas uzklaut nevajadzīgus komentārus), nevienlīdzīga pakalpojuma kvalitāte, konflikti.

Uztvere – “uzņēmējs ekspersts, klients nezinātājs”

Nelaipna attieksme, nostādīšana “muļķa” lomā, nepiedzīvojot ceļotāji, vai gluži tiekama informācija.

Vairāki biznesi un laivu noma nav prioritāra

Nekompetence, nepietiekama informācija, pavirša attieksme, kavēšanās informācijas aprite un pakalpojuma nodrošināšanā.

Faktors
(problēmas cēlonis)

Sekas, ko izjūt UZŅĒMĒJS

Sekas, ko izjūt KLIENTS

Īsa sezona – gara rinda

Sezona Latvijā ir ļoti īsa, pat Pavisā attieksme komu-vairāk – var runāt par "nedēļas nikācijā, pakalpojumā kopumā, nogales" sezonalitāti. Pieprā- termiju neievērošana, saskar-sijums posmā no jūlijja vidus līdz sme ar pārgurušiem, nelai-augusta vidum pārsniedz pniem darbiniekiem/apakš-piedāvājumu. Pakalpojums ir uzņēmējiem.

vajadzīgs un uzņēmējs var nekoncentrēties uz kvalitāti, koncentrēties tikai uz tehnisku izpildi. Tieki izmantoti nepārbaudītu, neuzticamu apakš-uzņēmēju/partneru pakalpojumi.

Tas, ko noteikti vari mainīt tūlit, ir **uzlabojumi komunikācijā**, un, kā uzsvērts jau iepriekš, lielu piepūli neprasōsi darbinieku un klientu saskarsmes ieradumi var dot milzigu ieguldījumu **KLIENTA pozitīvas attieksmes panākšanā**. Darbinieks:

- satiekoties ar klientu, sveicina pirmais;
- bez mudinašanas palīdz iekāpt laivā/izkāpt no laivas;
- aiznes inventāru līdz mašīnai;
- veido atgriezenisko saiti – izvaicā par braucienu, gūtajiem iespaidiem u.c.;
- pastāsta par maršrutiem, kurus var izmēģināt citā laivošanas reizē;
- aicina atkārtoti izmantot firmas pakalpojumus;
- iedod bukletu ar informāciju par uzņēmuma piedāvātajiem pakalpojumiem;
- pateicas, ka klients izvēlējies konkrēto firmu;
- aicina ieteikt pakalpojumu citiem;
- novēl veiksmīgu mājupceļu.

Atceries, ka TU esi iniciators pakalpojumu kvalitātes standartu sasniegšanai un uzturēšanai, tas, kurš nodrošina kvalitatīvam pakalpojumam nepieciešamos resursus un apstākļus.

Jautājumi, ko vari sev uzdot, domājot par kvalitatīva pakalpojuma attīstību:

- 1 Kādas priekšrocības klientam radīšu, lai nodrošinātu augstāku pakalpojumu līmeni nekā konkurentiem (labāks inventārs, atjaunināta, pilnīga informācija, operatīva komunikācija, drošības sajūta u.c.);
- 2 kā varu ne tikai radīt, bet uzturēt augstu pakalpojuma kvalitāti ilgstermiņā (kaut vai sezonas ietvaros – no maija līdz augusta beigām), jo zinu, ka mans klients ir gudrs, tas labāk apzinās savas tiesības un negrib samierināties ar zemas kvalitātes pakalpojumiem;
- 3 kā varu veidot sava uzņēmuma tēlu pievilcīgāku (ne uz cenu balstītu);
- 4 ko darīšu jaunāko tehnoloģiju ieviešanā, lai tās atvieglotu manu un klienta saziņu, padarītu pievilcīgāku manu produktu, palīdzētu man to pārdot. ⁸

Apmierināts klients būs, pirmkārt, tas, kuram nebūs galā ilgi jāgaida un jābaro odi, tas ir liels krenķis laivošanas biznesā. Salīdzinot ar to, pat laivas veids dažkārt ir pakārtots parametrs.

Rolfs Jansons, „Aizsniegt debesis” pārstāvis



19. attēls. **Apmierināti holandieši Latvijas laivās.**
Foto: Artis Gustovskis

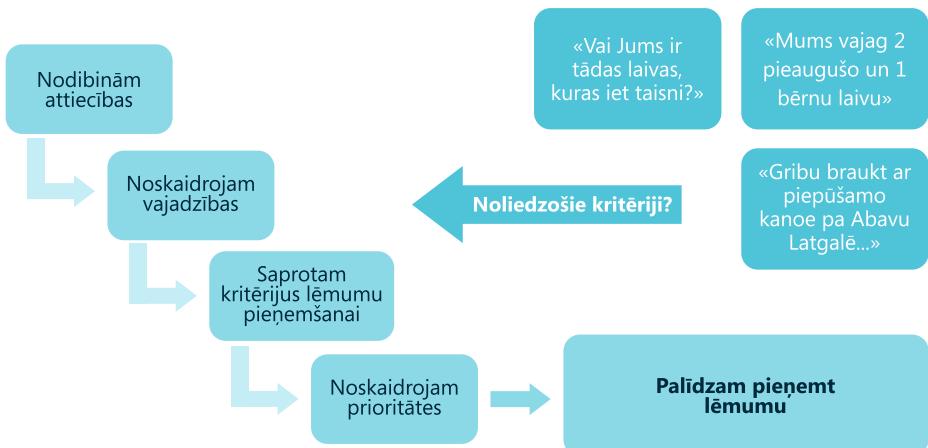
⁸ Pēc: radošās darbnīcas projekts „Tūre pa Latgali & Pleskavu”, akronīms TOUR, Nr. ELRI-129
“Project is co-financed by the Estonia – Latvia – Russia Cross Border Cooperation Programme
within European Neighbourhood and Partnership Instrument 2007–2013”. 2007.

3 Klientu apmierinātības izzināšana

Nekas nevar aizvietot no klientiem saņemtu informāciju par to, kā viņi vēlētos būt apkalpoti, ko uzņēmums dara pareizi un ko varētu darīt labāk. Uzņēmums no šādas informācijas var mācīties ļoti daudz. Informāciju no klientiem var iegūt gan ar pasīvām, gan aktivām metodēm (sk. arī 2.4. nodaļu).

Tomēr vislabāk izzināt klienta apmierinātību klientu transportēšanas laikā, vedot viņus atpakaļ. Tad, laipni diskutējot ar laivotājiem, ir īstais laiks uzzināt – patika vai nepatika un kāpēc patika vai nepatika. Faktiski tas arī ir vislabākais mārketinga rīks, kad sadraudzējas busīnē braukšanas laikā. (R. Jansons, 2015)

Ko mums vajag no klienta



20. attēls. Klienta vajadzības ūdenstūrismā.⁹

**Pats galvenais nosacījums šeit ir iniciatīva. Vienkārši pajautā, jo TU gribi uzzināt!
Esi gatavs dažādai atgriezeniskai saitei. Objektīva kritika tikai palīdz augt un
veidot labāku pakalpojumu.**

Metodes, kā var iegūt atgriezenisko saiti, ir dažadas, katrai no tām ir zināmas priekšrocības un trūkumi, uzņēmējs vienmēr var izvēlēties piemērotāko (sk. 5. tabulu).

⁹ Projekta Riverways „Ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēju apmācību semināru rezultātu izvērtējums”. Nepublicēts materiāls.

Atgriezeniskās saites iegūšanas veidi

Pasīvie atgriezeniskās saites iegūšanas veidi

- Iespēja ierakstīt atsauksmes uzņēmuma mājas lapā internetā
 - Komentāru un vērtējumu kartītes un anketas, kas izvietotas klientiem pieejamās vietās transporta busīnā vai ceļojuma sākumpunktā un beigu punktā
-
- Klienta atsauksmes saviem draugiem, radiem, paziņām
 - Vēstules un komentāri masu medijos
 - Blogi
 - Komentāri interneta vietnēs
 - Vēstule, e-pasts, mutiska informācija no klienta (sk. arī 2. nodaļu).

Šādi iegūtu informāciju Tu vari vadīt un kontrolēt (piem., nepubliskot vai publiskot, dzēst rupjus komentārus utt.)

Šādu informāciju Tu nevari tiešā veidā kontrolēt (jo tās adresāts ne vienmēr tiešā veidā esi Tu)

Aktīvie atgriezeniskās saites iegūšanas veidi no klienta

- Personīga saruna ar klientu transportēšanas laikā uz/no laivošanas vietām
- Pašu veikta anketēšana
- Aptaujas, izmantojot internetu vai pētījumu aģentūras pakalpojumus
- Elektroniskas ierīces viedokļa izteikšanai

Šādi Tu vari iegūt informāciju, par kuru klients pats neizrāda iniciatīvu stāstīt. Taču Tev jāizrāda iniciatīva un jāatceras, ka Tev pieder visi jautājumi, klientam – visas atbildes.

Nereti sūdzības ir vienīgais veids, kā laivu nomas vadītājs uzzina par problēmām. Sūdzības ir līdzeklis, kas dod iespēju labot problēmu un neapmierinātu klientu vietā iegūt labus un uzticamus klientus, ja vien Tu tās akceptē un atbildi ar pozitīvu risinājumu (sk. 21. attēlu).

Iebildumi



21. attēls. **Klienta sūdzību un iebildumu vadība ūdenstūrismā.¹⁰**

Klienti sagaida, ka apkalpošanas laikā visa uzmanība tiks veltīta viņiem, viņu jautājumiem un vajadzībām.



22. attēls. **Pie Ventas rumbas.** Foto: Artis Gustovskis

¹⁰ Projekta Riverways „Ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēju apmācību semināru rezultātu izvērtējums”. Nepublicēts materiāls.

4 PERSONĀLA, SADARBĪBAS PARTNERU UN APAKŠUZNĒMĒJU NOZĪME KOPĒJĀ PRODUKTA KVALITĀTES KONTEKSTĀ

Jau iepriekš aplūkojām, ka liela nozīme pakalpojuma kopejā kvalitātē ir Taviem darbiniekiem, partneriem un apakšuzņēmējiem, kas ir Tevis radītā un sniegtā pakalpojuma sastāvdaļa. Klients to uztver kā vienu veselumu.

Visiem darbiniekiem laivu nomas uzņēmumā sevi jāpresentē un jākoordinē tā, lai no malas tas izskatītos kā viens vesels. Visas norunas un vienošanās uzņēmumā jāievēro vienoti. Svarīgi ir panākt tādu darba atmosfēru, kurā visi kolēģi rēķinās cits ar citu un ir gatavi palīdzēt cits citam. Līdz ar to katram darbiniekam ir ne tikai ārējie klienti, bet arī iekšējie, t.i., viņa kolēģi. (Rokasgrāmata „Q-Latvia”)

Kempinga vai telšu vietas saimnieks, šoferis, laivu nomas tehniskie darbinieki, atbildīgais par rezervācijām, grāmatvedis, zemju īpašieki – visi ir iesaistīti.

Klientam ir vienalga, vai laivu izsniedzējs pie upes ir tikai uzņēmuma šoferis Žanis vai pats uzņēmuma galva. Klientam ir svarīgi, lai šis cilvēks būtu laipns, zinošs un sirsnīgs.

Reinis Pižiks, „Daba Laba”

Viena no būtiskākajām problēmām ir nozares sezonalitāte, kā rezulātā arī daļa darbinieku ir sezonāli, turklāt – katru gadu citi. Tas prasa daudz enerģijas no uzņēmēja to apmācīšanai. Līdzīgi ar sadarbības parneriem – dažreiz paitet pat vairākas sezonas, lai patiesām izpratne būtu vienota.

Laivu nomas uzņēmuma vadība ir atbildīga par to, kādā kvalitātē darbinieki veic savus pienākumus. Ja darbinieki būs apmierināti un motivēti, tad pozitīvi tiks ietekmēta arī kontaktu veidošanās ar klientiem un kolēģiem.

Neraugoties uz to, ka personāls laivu nomas uzņēmumā ir sezonāls, svarīgākais solis ir darbinieku atlase un viņu prasmju un spēju vērtēšana. Darbinieku pārbaudei papildu tradicionālajām darba intervijām lietderīgi ir izmatot situāciju simulēšanu un praktiskus uzdevumus.

Kas raksturo apkalpojošās jomas darbinieka spēju sniegt labas kvalitātes pakalpojumu:

- interese par cilvēkiem un vēlme tos respektēt;
- pozitīva attieksme pret dzīvi;
- vēlme attīstīt spējas un tikt paaugstinātam;
- gatavība strādāt zemāka līmena amatā, ja nav pieredzes;
- citi pozitīvi iemesli strādāt, izņemot atalgojumu;
- patiesa interese par darbu;
- nosvērtība un pašapziņa;
- spēja risināt problēmas un pieņemt lēmumus;
- patīkams izskats.

Prakse liecina, ka ļoti bieži laivu nomas uzņēmuma darbinieki izturas pret klientiem tieši tāpat, kā vadība pret viņiem.

Lai panāktu pozitīvu attieksmi, vadībai ir:

- jāzina, ko vēlas darbinieki;
- jānodrošina atbilstoša darba vide un apstākļi;
- ikdiens darbs jāorganizē tā, lai tiktu veicināta darbinieku motivācija;
- jāuzņemas atbildība par to, kādā kvalitātē darbinieki izpilda savus pienākumus.

Dažādu darbinieku aptauju dati liecina, ka ir virkne **faktoru (turklāt nemateriālu), kas motivē darbiniekus:**

- drošība par darbavietu;
- labi darba apstākļi;
- panākumu novērtēšana;
- patīkams darbs;
- laba alga;
- pieņemšana kolektīvā;
- cieņa un respeks;
- papildu labumi un privilēģijas.

Kādi atlīdzības veidi darbiniekus motivē:

- atalgojums naudā (piemaksa, prēmija);
- uzslavas;
- karjeras iespējas;
- izdevīgi maiņu grafiki;
- apmācību pieejamība;
- dienesta automašīna u.c. privilēģijas.



VĒL PIEREDZE UN PADOMI

- 1 Meklē darbiniekus nozarēs, kur sezona ir ziemā** (labs resurss ir skolotāji, kuri var būt lieliski gidi, ziemas aktīvā sporta centru darbinieki – ar kompetencēm inventāra apkopšanā, klientu apkalpošanā u.c.).
- 2 Pirms sezonas sarīko darbinieku un sadarbības partneru tikšanās dienu** – lai savstarpēji iepazitos, piem., nomas darbinieki un šoferi, iespējams – nobrauktu pa kādu upi, mācītos kopīgi, informētu par to, kā gribi šosezon strādāt, ko sagaidi.
- 3 Darbiniekiem, kuri apkalpos klientus un laivu nomu – ļauj doties pirmssezonas izpētes ekspedīcijās, maršrutos**, ko piedāvā ar uzdevumu ievākt maksimāli daudz aktuālās informācijas un vienlaikus – tehniski mācīties darboties ar inventāru, sarunāties ar upju piekrastes zemju īpašniekiem utt.
- 4 Pirms sezonas velti katram darbiniekam brīdi**, lai pastāstītu individuāli par uzņēmumu, tā mērķiem, par darbinieka lomu, ļaujot tam uzdot jautājumus un atbildot uz tiem.
- 5 Sezonas laikā – rīko regulāras tikšanās ar darbiniekiem (piem., pirmsdienas pēcpusdienā)**, lai pārrunātu aktualitātes, pagājušā nedēļā paveikto un to, kas tiek plānots pašreizējā nedēļā. Tas neprasā daudz laika, tomēr ļauj kopīgi rast risinājumus jau laikus.
- 6 Sezonas beigās – kopīgs gandarījuma pasākums, pateicība par darbu.** Arī šādi pasākumi vairo motivāciju un stiprina darbinieku lojalitāti.



23. attēls. Laimīgo laivotāju pasaule. Foto: Artis Gustovskis

KĀ IZVEIDOT KONKURĒTSPĒJĪGU ŪDENSTŪRISMA NOMAS UZNĒMUMU

(Artis Gustovskis)

Gea Kammere, dabas un gímenes tūrisma produktu attīstības koordinatore no *Enterprise Estonia* projekta *Riverways* noslēguma konferencē Hāpsalā 2015. gada 26. maijā vaicāja: "Kāds, jūsuprāt, ir pirmais jautājums, uz kuru jāatbild uzņēmējam, sākot jebko darīt?". "Cik, kur, kad..." – skanēja no zāles, un neviens no šiem jautājumiem tomēr netika uzskatīts par svarīgāko. Jo, lai atbildētu uz pārējiem jautājumiem, vispirms ir jāatbild uz jautājumu "KĀPĒC?".

Kas Tevi motivē uzsākt ūdenstūrisma biznesu? Motivācijas var būt dažadas – apvienot hobiju ar biznesu, mācīties kaut ko jaunu, pelnīt, piepildīt citu cilvēku sapņus vai vēl kāda cita. **Motivācija nosaka Tava biznesa vērtības, Tavu attieksmi pret klientu, pret produkta kvalitāti.** Jārēķinās, ka ūdenstūrisma bizness ir specifisks – Tava karstākā darba sezona tiešā un pārnestā nozīmē būs vasara, kamēr Tu strādāsi, citi atpūtisies, Tev būs jābūt sasniedzamam arī tad, kad tas šķītis neērti. Tagad vēlreiz mēģini atbildēt uz jautājumu "KĀPĒC?". Ja ar to raiti nesokas, tad, iespējams, tikt skaidribā palīdzēs firmas „Jūras laivas” pārstāvēs Mirtas Jansones intervijā paustais: „Ir jāpatīk laivu lietai. Ja nepatīk ūdens un nepatīk laivošana, un, ja vēl nepatīk cilvēki, tad no tevis nekāds laivotājs nesanāks. Tad tas nav tavs bizness”.

Pasaule mainās. Tā nemainās pati, bet cilvēki to maina. Nākotnē nebūs tā, ka lielākie „apēd” mazākos, būs tā, ka ātrākie „apēdīs” lēnākos. Tieši ātrākās organizācijas iegūs vērtību un mainīsies pašas, un tās vadīs dzejnieki un sapņotāji, laivu šūpotāji un brīvdomātāji.

Lū Pritchets (*Lou Pritchett*)

1 AR KO SĀKT JAUNAJAM LAIVU NOMAS UZŅĒMĒJAM

Ja esi izlēmis uzsākt biznesu, jebkurš – tiklab akadēmisks, kā absolūti prakstisks – informācijas avots Tev vēstīs, ka jāpēta vide:

- kas jau notiek teritorijā un pakalpojumu jomā (piem., cik daudzi citi uzņēmēji piedāvā konkrētus maršrutus, kādu inventāru, kādas cenas, kas interesē pašvaldībām, ko domā vietējie iedzīvotāji);
- kas būs Tavs produkts – maršruti, inventārs, pakalpojumi;
- kas pirkst Tavu produktu un kā Tu to pārdosi, kad, kur;
- kur būs laivu nomas punkti, kāds būs to nodrošinājums;
- kas būs Tavi darbinieki un sadarbības partneri, kā koordinēsi un organizēsi darbu;
- kādas ir izmaksas u.c.

Sākumā ir jāapzinās savi resursi, vai ūdens vispār *tek garām*. Senais biznesa likums darbojas arī laivošanas biznesā: **vieta, vieta un vēlreiz vieta**. Visizdevīgāk laivu nomas uzņēmumu, protams, veidot pie kādas ūdenstūrisma upes, kāda populāra maršruta punktā. Ideāli – punktā, kur laivotāji parasti meklē nakšņošanas vietas. Tad laivu nomu var papildināt ar kempinga mājīņām, gūstot lielākus ienākumus, u.tml.

(**M. Jansone**, 2015)

Ja jau darbojies ūdenstūrismā, tad, visticamāk, virzieni, kuros iespējams attīstīties, ir šādi:

- 1 jaunu klientu piesaistīšana, lai paplašinātu klientu loku, padarītu jaunos klientus par lojāliem klientiem;
- 2 jaunu produktu un pakalpojumu piedāvāšana saviem klientiem (tādējādi nopelnot ne tikai ar pamata pakalpojumu – laivu nomu, bet arī ar citām saistītām aktivitātēm);
- 3 esošo klientu lojalitātes stiprināšana, lai tie atgrieztos atkal un atkal, palielinātu savus tēriņus pie konkrētā pakalpojumu sniedzēja;
- 4 izvirzīšanās starptautiskā līmenī, apkalpojot ne tikai klientus no Latvijas, bet arī ārzemēm; sadarbības ar partneriem ārzemēs uzsākšana.¹¹

Šobrīd ūdenstūrismā ir tendence – veidot mazas laivu nomas ar inventāru konkrētai ūdenstilpei vai ūdenstilpes veidam.

¹¹ Pēc: „TNS Latvia” prezentācija „Klientu apkalošanas kvalitātes novērtējums Latvijas ūdenstūrisma uzņēmumos”.

2 KONKURĒTSPĒJĪGA ŪDENSTŪRISMA PAKALPOJUMU SNIEDZĒJA TOP-10

Apkopojoj šajā rokasgrāmatā minētās augstvērtīgu ūdenstūrisma pakalpojumu īpašības, iespējams izveidot konkurētspējīga ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēja TOP-10, kurā redzams, ka sekmīga darbošanās šajā biznesā nav iespējama bez kvalitātes nodrošināšanas un uzturēšanas. Konkrēti šāds sarindojums balstās uz uzņēmuma „Jūras laivas” pieredzi (M. Jansone, 2015), bet, kā mēdz teikt, summa nemainās no saskaitāmo mainīšanas vietām.

- 1 **Kvalitāte.** Kvalitatīvs pakalpojums, sākot no pirmā zvana līdz prasmei atvadīties, lai pēc laika ar šo klientu notikušu atkalredzēšanās; drošība.
- 2 **Sakārtotas līgumattiecības.**
- 3 **Saistību izpilde.**
- 4 **Kvalitatīvi darbinieki.**
- 5 **Kapacitāte un resursi.**
- 6 **Tīrs inventārs.**
- 7 **Profesionalitāte.**
- 8 **Ģimenes uzņēmums (tie parasti ir kvalitatīvāki, jo visi ir ieinteresēti).**
- 9 **Programmu lietošana, kas nodrošina konkurētspēju** (strādā ar klientu, balsta akciju uz lojākiem klientiem).
- 10 **Efektīvs mārketingš.**

3 SEZONALITĀTE UN LAIVOŠANAS TRADĪCIJAS

Latvijas gadījumā ūdenstūrisma sezonu nosaka klientu uztvere (kad ir komfortabli laivot – vasara, brīvdienas) un laika apstākļi (palu sezona, lietus vasarā, auksti pavasarī). Reāli laivošanai izmantojamais laika periods var būt krieti garāks. Tu vari izglītot klientu, radit labus produktus un piedāvāt tos par labu cenu, lai mainītu klienta uztveri un labāk sabalansētu sezonu.

Ūdenstūrisms tā sezonalitātes dēļ nevar būt uzņēmuma vienīgais nodarbošanās veids, kā arī šajā biznesā pieprasījums parasti ir sprādzienveidīgs – vasarās pāris nedēļas nogalēs iznomāt laivas vēlas ļoti daudz cilvēku, bet pārējā laikā klientu aktivitāte ir salīdzinoši neliela. Tāpat laivošana un pieprasījums pēc peldlīdzekļiem ir ļoti atkarīgs no laika apstākļiem.

Juris Žagars, Tūrisma centra "Žagarkalns" direktors

"Upes Ogas" rezultāti liecina, ka tradīcijas lauzt nav viegli, un sabiedrības lielākā daļa, kurai laivošana ir brīvā laika pavadišana, izvēlas Gauju starp Valmieru un Siguldu, jo tā ir zināma no Rīgas samērā netāla vieta, kuras krastu krāšnumi aktīvi reklamēts jau kopš neatminamiem laikiem, krasti ir visai apdzīvoti, straume šķiet pietiekami droša laiskai slīdešanai pa upi, apvienojot to ar piknika elementiem.

Gauja jau tradicionāli ir populārākais laivošanas maršruts, kas arī nepārsteidz, bet mūsu mērķis ir popularizēt ūdenstūrismu arī pa mazākām un ne tik populārām upēm, un šajā jomā esam spēruši soli uz priekšu.

Aiga Petkēvica, projekta "Riverways" vadītāja

4 REGIONA GEOGRĀFISKĀS ZINĀŠANAS

Visus, kas strādā ūdenstūrisma uzņēmumā – kā īpašniekus, tā darbiniekus, var uzskatīt par profesionāļiem savā jomā, ja viņi demonstrē gan **labas tehniskās zināšanas par inventāru, drošību**, niansēm attiecibā uz konkrētajām laivām, gan arī **labi pārzina maršrutu** (sniedz informāciju, kā orientēties, informē klientu par krācēm, iespējamiem šķēršļiem ceļā, skaistām ainavām, labākajām atpūtas vietām, labiekārtotām atpūtas vietām, labākajām maksķerēšanas vietām, peldvietām, tūrisma objektiem maršrutā, upes dzīlumu u.tml.).

TNS pētījuma („TNS Latvia” prezentācija „Klientu apkalošanas kvalitātes novērtējums Latvijas ūdenstūrisma uzņēmumos”) ietvaros organizēto vizīšu laikā konstatēts, ka daudzi pakalpojuma sniedzēji paši pa konkrēto upi nav braukuši vai ir darījuši to sen. Sniegta informācija par paredzamo laivošanas laiku un upes stāvokli atšķirās no reālās. Ir ārkārtīgi svarīgi labi pārzināt upes, pa kuru piedāvā laivot, pašreizējo stāvokli – vai ir atbilstošs ūdens līmenis, vai nav pārāk daudz šķērsām pārkritušu koku, cik daudz laivotāju atrodas uz upes u.c.

Darbojoties izpētītā un zināmā apvidū, ir nesalīdzināmi vieglāk atvest/aizvest klientus un laivas no/uz viņu ceļojuma sākuma vai beigu punktu. Zināšanas par ātrāko un izdevīgāko transportēšanas maršrutu ietaupa laiku un ievērojamus līdzekļus – tādā pieredzē dalās R. Pižiks intervijā 2015. gadā.

Tev jāsaprot, ka laiks, ko veltīsi reālās situācijas izpētei dabā, ir būtisks. Pirms sezonas – ļauj darbiniekiem izbraukt vai pats ar laivu izbrauc maršrutus. Runā ar cilvēkiem krastos, izķap pieturvietais, apmetnēs. Sezonas laikā rosini darbiniekus, piem., ja jāgaida laivotāju grupa, doties izpētit tuvāko apkārtni, pārbaudīt problēmu vietas, izmēģināt kaut ko jaunu. Pēc braucienu jautā klientam – arī viņš ir labs informācijas avots, Sadarbojies ar apkārtnes Tūrisma informācijas centriem, novadpētniekiem, vietējiem iedzīvotājiem, bibliotekāriem, skolotājiem.

Ir jābūt godīgam pret klientu. Meliem ir īsas kājas. Ja par maršutiem sastāstīs, ka nav šķēršļu, tad – vai nu nezina, vai melo, un abi varianti ir nepareizi.

Mirta Jansone, „Jūras laivas”

5 INVENTĀRS. KĀDA VEIDA LAIVAS IZVĒLĒTIES

Katrs ūdenstūrisma uzņēmējs var iznomāt dažādu ar šo tūrisma veidu saistīto inventāru – peldlīdzekļus, drošības inventāru un citu.

Laivas

Nomas laivām nepieciešamās **5 galvenās īpašības:**

- izturība,
- stabilitāte,
- ietilpība,
- viegla vadība,
- svars.

Uzņēmējam un tā darbiniekiem būtiski arī tādi jautājumi laivu u.c. inventāra un peldlīdzekļu kontekstā kā **glabāšana, žāvēšana, kopšana, transportēšana.**

Obligāts ūdenstūrisma inventārs ir arī **airi, drošības vestes.** Tad seko dažadas citas inventāra vienības – **hidrotēri, ūdensizturīgi maisi vai mucas, sūkļi laivu tīrišanai u.c.**

Ļoti svarīgi! Tā kā klientu galvenās sūdzības ir par ilgu gaidīšanu, tad tempam ir nozīme! Katra stiklašķiedras laiva piekabē ir jāsien atsevišķi, bet polietilēna laivas var piesiet pa vairākām kopā, pat visas kopā „buntītē”.

Rolfs Jansons, „Aizsniegt debesis” pārstāvis



VĒL PIEREDZE UN PADOMI

- 1 Ieteicams visam būt unificētam. Mazam uzņēmumam ar 20 laivām nevajadzētu iegādāties 10 modeļu laivas. **Visvieglāk mazam uzņēmumam darboties ar diviem laivu modeļiem:** 2+1 vietīgiem un/vai 3–4 vietīgiem modeļiem. Tas ir ārkārtīgi svarīgi tieši saistībā ar iekraušanu piekabē. Ja tas izdarāms viegli un ātri – izmaksas kritas, ātrums palielinās. Var apkalpot vairāk. (R. Jansons, 2015)
- 2 Viss atkarīgs, ko uzņēmējs vēlas un kāda ir stratēģija. Ja ir blakusdarbs, tad var veidot nomu ar mazāku skaitu laivu, bet **pamatbiznesa gadījumā jābūt lielai nomai un lielam sortimentam** vai pat veikalam. Galvenais nepieciešamais inventārs ir – laivas, airi, drošības vestes, u.c., kas netiek atpelnīts pirmajās trīs sezonās. (M. Jansone, 2015)
- 3 Mūsdienās situācija ir kardināli mainījusies. Ģeogrāfiski un vēsturiski ir izveidojies sadalījums, kur un kāda veida laivas lieto. Skandināvijā un Igaunijā, kā arī Norvēģijā – galvenokārt ir kajaki un slēgta tipa laivas, jo ir auksts ūdens un klimats. Latvija ir unikāla ar **kanoe** tradīcijām. Tās joprojām pārsvārā tiek ievērotas laivu nomas uzņēmumos. Ja laivas izgatavotas no triecienizturīga *polietilēna*, tad nav jābaidās no Latvijas upēs sastopamajiem akmeniem un zaru sanesumiem. Pastāv uzskats, ka pirmās canoe tradīcijas Latvijā ieviesa Agris Pētersons (*Campo*), izplatīdams savu aizraušanos. Viņš pārņēma canoe laivu pieredzi no Amerikas. (L. Šulca, 2015)
- 4 Lai gan pasaulē ūdenstūrisma laivas dalās divās lielās klasēs – canoe un kajakos, **Baltijas valstis** pierastāks ir **dalījums: canoe, kajaki, sporta smailītes un piepūšamās laivas.**

- 5 Šobrīd ceļotāju izvēle ir laivu nomu sniegtie pakalpojumi: laivu atvedīs līdz maršruta sākumpunktam un savāks ceļojuma beigās, kā arī parūpēsies par klienta transporta logistiku. **Arvien biežāk klienti vēlas papildpakalpojumus – ēdināšanu, aktivitāšu programmas u.c.**
- 6 **Inventāra laivas izvēle ir ūdenstūrisma operatora atbildība.** Lielākoties klients pats par inventāra detaļām un atšķirībām nezina.
- 7 No pakalpojuma kvalitātes viedokļa, klients vēlas saņemt tīru, nebojātu inventāru. Par to jārūpējas nomas darbiniekiem. Tāpat klienti var uzdot jautājumus, kāpēc inventārs ir dažādās krāsās, kāpēc dažādi ražotāji, kāpēc tas atšķiras pēc izskata un vai viss iepriekš minētais ietekmēs viņu ceļojumu. **Esi gatavs atbildēt!**
- 8 **Inventāram, to finišā pieņemot, jābūt nebojātam.** Tīrību nav ko gaidīt, jo laivas un vestes tiek nodotas „kā ir” – nereti pat ļoti netīras, piegružotas un dubļainas. Prasība nodot inventāru tīru un iespējami sausu bija 2000.gadu sākuma līguma norma, tagad uz to var nelerēt, diemžēl. Pušu rīcībai inventāra bojājumu gadījumos jābūt iekļautai līguma nosacījumos. (M. Jansone, 2015)



24. attēls. **Kanoe.** Foto: A. Gustovskis

Tālāk 6. tabulā analizēti Latvijas ūdenstūrismā izmantotie peldlīdzekļi (R. Jansona apskats un analīze, komentējot no nepieredzējuša laivotāja redzespunkta).

6. tabula

Latvijas ūdenstūrismā izmantotie peldlīdzekļi

Laivu veidi

Komentāri

STIKLAŠKIEDRAS LAIVAS

Latvijā ražo stiklašķiedras laivas, tās ir lētas, bet ļoti labas tikai individuālajai lietošanai, ezerā, kur nav jātransportē, kur nav akmeņi, koki. Upei un jūrai der tikai polietilēna laivas, ko ražo Eiropā. (L. Šulca, 2015)

KANOЕ

Kanoe ir atvērta tipa peldlīdzeklis, kura dizaina pirmsākums meklējams vienkoču, bērza tāss vai ar ādām apvilktajās laivās. Mūsdienās lielāko daļu šo laivu ražo no dažadiem kompozītmateriāliem vai polietilēna. Ir arī koka līstīšu canoe, bet to dārdzības un trausluma dēļ nomās tās netiek lietotas. Canoe domāta nesteidzīgiem mierigu upju nobraucieniem vai garākiem ceļojumiem. Laiva 4,5–5,5 m gara, stabila, parasti aprīkota ar diviem līdz četriem sēdeklīšiem, to airē ar vienas lāpstiņas airi. Ģimenēm draudzīgs laivu tips – bērni, kā arī mājdzīvnieki tajā jutīsies pietiekami ērti.

Plusi un mīnusi

- + Liela ietilpība
- + Laba stabilitāte
- + Laba upes pārredzamība, pateicoties augstai airētāja sēdpozīcijai
- + Ērta iekāpšana un izkāpšana
- + Vienkārša vadāmība
- + Laba straujiteču un zemu krācīšu spēja
- Slikta vēja noturība. Ja plašā upē pūš spēcīgs vējš, airētājiem būs jāpacīnās, turot laivu kursā.
- Nepieradušiem cilvēkiem, ilgstoši airējot, „nogurst” sēžamvieta.

Laivu veidi

Komentāri

KAJAKI

Laivu nomās visbiežāk izmantotos kajakus var iedalīt četrās lielās apakšgrupās: jūras kajaki, pārgājienu kajaki, straujūdens kajaki un *SitOnTop* jeb *SOT* kajaki. Jūras, pārgājienu un straujūdens kajaki ir slēgta tipa laivas, kurās airētājs sēž uz zema sēdeklīša, kas balstās uz laivas dibena. Pret aira un straumes šķakatām airētāju sargā ūdens necaurlaidīgs „bruncis”. Savukārt *SOT* kajaks ir atvērta tipa dubultkorpusa laiva, kurai airētājs sēž virsū korpusā integrētā sēdeklītī. Izklausās sarežģīti, bet patiesībā tā nav. Visus kajakus airē ar divu lāpstiņu airi.

Tāpat kā canoe laivas vairākums kajaku ir ražoti no kompozītmateriāliem vai polietilēna. Bet atšķirībā no canoe laivām polietilēna kajaku īpatsvars ir lielāks par kompozītmateriālu kajaku īpatsvaru. Tas skaidrojams ar polietilēna daudzkārt lielāko izturību, jo kajaks ir sportiska tipa laiva, kurai jāiztur lielas slodzes.

JŪRAS
KAJAKI

Parasti ir vienvietīgi, bet gadās arī pa divvietīgam modelim. Laiva ir 4,5–6 m gara, parasti aprīkota ar 2 vai vairāk hermētiskiem mantu nodalījumiem. Paredzēta gariem plašu ūdeņu vai jūras ceļojumiem.

Plusi un mīnusi

- + Liela ietilpība
- + Ātrums
- + Laba vēja noturība
- + Laba viļņu noturība
- + Ērta sēdpozīcija
- + Vienkārša vadāmība
- Zema stabilitāte nepieredzējušam airētājam
- Zema manevrētspēja. Šī laiva domāta plašiem ūdeņiem un taisnam kursam.
- Neērta iekāpšana un izkāpšana

Uzmanību! Pārliecinies, ka, dodoties jūras ceļojumā vai kādā no lielajiem ezeriem, laivotājiem ir iepriekšēja pieredze vai nodrošini pieredzējuša pavadoņa – instruktora klātbūtni!

Laivu veidi

Komentāri

Jūras kajaku *īsākie un druknākie brāļi*. Šīs laivas nepārsniedz 4 m garumu, parasti ir vienvietīgas, lai gan mēdz ražot arī divvietīgus modeļus. Pārgājienu kajaka divas galvenās atšķirības no jūras kajaka ir – laba manevrētspēja un stabilitāte. Tas domāts šaurākām upēm un mazāku ezeru sistēmām – būtibā 90% Latvijas laivojamā maršrutu.

PĀRGĀJIENU KAJAKI

Plusi un mīnusi

- + Liela ietilpība
- + Laba stabilitāte
- + Ērta sēdpozīcija
- + Laba manevrētspēja
- + Vienkārša vadāmība
- + Laba vēja noturība
- Neērta iekāpšana un izkāpšana

Specifiska kajaku kategorija, ko lieto uzplūdušajās pavasara upēs un strautos. Tie ir īsi, loti manevrētspējīgi un prasmīga airētāja rokās arī stabili. Lielākie no tiem sasniedz 3 m garumā, bet ierasts, ka to garums svārstās ap 2 m. Šīs kajaku veids domāts atsevišķu strauju upju posmu sportiskiem nobraucieniem.

STRAUJŪDENS KAJAKI

Plusi un mīnusi

- + Ērta sēdpozīcija
- + Laba stabilitāte
- + Izcila manevrētspēja
- Sarežģīta vadāmība
- Neērta iekāpšana/izkāpšana

**Uzmanību! Dodoties pavasara krācēs ar straujūdens kajaku,
iepriekšēja apmācība un airēšanas pieredze ir obligāta.**

Laivu veidi

Komentāri

SIT ON TOP
LAIVAS

Sit On Top jeb **SOT kajaki** ir tipiskas atpūtnieku laivas. *Sit On Top* laivas galvenokārt lieto siltajās zemēs, – Āfrikā, Spānijā, Marokā utt., bet pamazām tās ienāk arī Latvijā, jo ir maksimāli drošas un nenoslīcināmas, kas ir svarīgi laivotājam. (M. Jansone, 2015) Atkarībā no pielietojuma mērķa (sērfa, ceļojumu vai makšķernieku kajaks) to garums svārstās no 2,5 līdz 5 m. Nereti tiek piedāvāti modeļi ar bērnu sēdeklīšiem. Nomās sastopamie *SOT* kajaki ir stabilas un nepieredzējušam lietotājam draudzīgas laivas. *SOT* kajaku galvenā īpatnība – airētāja sēdēšana uz laivas. Tai ir savas priekšrocības, kā arī savas sliktās puses. *SOT* kajaks ir vienīgā laiva, ar kuru laivojot plašos ūdeņos, vēlams būt ar to vismaz 5 m garā sasaistē. Ja nebūsiet piesējies ar drošības virvi un apgāzīsities stiprā vējā, tad vējš laivu aiznesīs un nāksies peldēt uz krastu saviem spēkiem.

Plusi un mīnusi

- + Ērta sēdpozīcija
- + Laba stabilitāte
- + Laba manevrētspēja
- + Laiva nekad nepiesmeļas
- + Iespēja ierāpties atpakaļ laivā tieši ūdenī
- + Laba vilņu noturība
- + Ērta iekāpšana/izkāpšana
- + Vienkārša vadāmība
- Slikta vēja noturība
- Airētājs neizbēgami saslapinās

SMAILĪTES

Smailītes ir divu veidu, – pirmās ir līdzīgas kajakam ar divām sēdvietām un diviem bruncišiem; otrs – valēja klāja laivas, kas ir īsākas, strupākas un valējas. Galvenā īpatnība – smailītē salikt bagāžu ir ļoti grūti. Smailītes galvenokārt lieto Igaunijā, Krievijā un NVS valstīs. Smailīte ir ārkārtīgi populāra ceļojumu laiva, kas apvieno sportisku ātrumu ar stabilitāti un vieglu vadāmību. (M. Jansone, 2015)

Laivu veidi

Komentāri

**PIEPŪŠAMIE
PELDLĪDZEKĻI
(LAIVAS, RAFTI)**

Piepūšamās laivas ir lēnas un pārsvarā paredzētas makšķerniekiem. (L. Šulca, 2015) Tomēr tās piemērotas atpūtas braucieniem, tai skaitā ar maziem bērniem, jo ir ļoti stabilas un ietilpīgas. Nepieredzējušāki braucēji izmanto arī pavasarī palu laikā. Pēdējā laika ražotie piepūšamie peldlīdzekļi ir samērā izturīgi, tomēr sabojājami.

Samērā populāri kļuvuši arī rafti (6–12 vietīgi), kuri ir pietiekami labi vadāmi, stabili un ietilpīgi. Piemēroti ģimenes ceļojumiem, atpūtas braucieniem, kad klienti vēlas braukt lielākā skaitā vienā peldlīdzeklī.

**KOKA/PONTONU
PLOSTI**

Paredzēti galvenokārt atpūtai – drīzāk pasīvai, bieži aprīkoti pat ar galdiem, krēsliem, grilu. Jānodrošina pavadonis. Tie ir saliekami, kas prasa resursus un laiku. Ērti īsiem braucieniem, kuru pamatmotīvs – izklaide un atpūta.

Man patik katru laivu nosaukt kādā Latvijā populāra, skaista vietējā dzīvnieka, putna vai kukaiņa vārdā, piemēram, Spāre, Lapsa, Kaija, utt.

Reinis Pižiks, *Dabalaba.lv*

6 LAIVU TRANSPORTĒŠANA

Jau iepriekš tika minēts, ka laivu transportēšana ir samērā tipiska pakalpojuma sastāvdaļa, ko parasti iekļauj tā cenā. **Izņemot piepūšamos peldlīdzekļus, citu laivu transportēšana ir pietiekami specifiska, lai to nodrošinātu Tu.** Klientam visticamāk nav aprīkojuma un prasmju šādas darbības veikšanai.

Vienkāršakais veids, kā transportēt kanoe vai kajaku laivas iesākumā, ir **jumta bagāžnieks**. Ja vairāk laivu – **tad piekabe**. Ja auto vai busiņš nav komplektēts ar jumta bagāžnieku jau no ražotāja, tad līdzvērtīgu, vai pat labāku, risinājumu piedāvā pazīstami šāda veida aprīkojuma ražotāji, piemēram, ražotājs *Thule*. Pēdējie piedāvā arī speciālus klipšus kanoe stiprināšanai pie saviem rāmjiem, taču tie nav obligāti nepieciešami. Divas, apmēram 3,2–3,5 metrus garas, spriegojamās strapes un (vēlams) 4 neslidoši gumijas paliktņi ir viss, kas Tev vajadzīgs! Paliktņi (gabals velosipēda riepas vai kāda cita pabieza gumijas caurule) aizsargās kanoe bortus un novērsīs izslīdēšanu.

Ja bagāžnieka nav, tad var izlīdzēties ar citiem šādam nolūkam paredzētiem palīg-līdzekļiem, piemēram, „*Campo*” piedāvā speciālus putu blokus kanoe nostiprināšanai tieši uz auto jumta. Blokus uzmauc uz kanoe bortiem un to novieto uz jumta. Nospriego ar vienu strapi un V veidā atsien kanoe galus pie auto bamperiem. Ja blokus pirms tam neizvārta dubļos un rīkojas rūpīgi, šāda sistēma jumtu neskrāpē un laiva nost nekrīt. Šī ir vērtīga alternatīva nomas gadījumam.

Uzmanību! **Šie putu bloki nav piemēroti Latvijā ražotajām erzackanoe ar formētajiem bortiem. Nostiprināšanas instalācija ir nedaudz sarežģītāka, taču universāla jebkuram auto.**

Cenu politika visbiežāk ir saistīta ar minimālo pasūtāmo laivu apjomu. Darbs ar daudziem individuāliem klientiem šajā ziņā ir ne tik rentabls, un arī no resursu viedokļa nav tik efektīvs. Tomēr minimālais laivu skaits tiek konkretilizēts katram atsevišķam maršrutam un mazākām grupām jārēķinās ar transporta piemaksām.

Vai ļaut laivas vest klientam pašam?

Klientam ir iespēja laivas maršrutā nogādāt pašam uz sava auto jumta – **tas atkarīgs no Tavas nostājas**. Ja vien izvēlētais maršruts ir pietiekami tāls un eksotisks, šāda izvēle var izrādīties ekonomiski attaisnota. Klientam būs nepieciešams jumta bagāžnieks un pāris sienamās strapes.

Vienu kanoe var aizvest ar visa veida vieglajiem auto, varbūt izņemot vienīgi īpaši apaļos un sporta auto. Uz auto, kuri lielāki par *VW Golf*, nedaudz piestrādājot pie aprīkojuma, iespējams aizvest 2 laivas.

Virkne pakalpojumu sniedzēju, piemēram, „*Campo*”, iznomā laivu vedamās piekabes. Nosacījums – „*Campo*” nomas laivu pasūtījums maršrutā, kurš nav atrodams „*Campo*” piedāvājumā.

<http://www.campo.laivas.lv/lv/marsruti/?pg=transports>

Šoferīšu vešana

Laivu transporta cena parasti neietver pašu laivotāju transportu starp maršuta sākuma un galapunktu pirms vai pēc pārgājiema. Iespēju robežas un pie nosacijuma, ka klienta auto pirms brauciena ir atstāti pakalpojuma sniedzēja atbalsta punktā, uz kuru pēc vai no kura pirms brauciena tiek vestas nomas laivas, tiek piedāvāts bezmaksas transports automašīnu šoferišiem. Šīs iespējas ir ierobežotas ar brīvo vietu skaitu servisa auto salonā un katrs konkrētais gadījums ir saskaņojams ar pašu vedēju.

Laivotāju transports

Ja klientu interesē ne tikai laivu, bet arī visu laivotāju transports uz maršuta sākumu un/vai no beigām, Tu vari noorganizēt autobusu vai arī ieteikt, kur un kā to pasūtīt pašiem. Trešo personu sniegtie transporta pakalpojumi tiek piedāvāti bez uzcenojuma, taču vasaras sezonā šādas iespējas piemeklēt ir pietiekami laikietilpīgi, lai uzņemtos šīs rūpes tikai pēc apmaksāta laivu pasūtījuma.

7 DROŠĪBAS INVENTĀRS UN DROŠĪBAS INSTRUKTĀŽA

Drošība ir aktīvā tūrisma, tai skaitā ūdenstūrisma, pamatnosacijums. Angļiski parasti saka "Safety first!"/ "Drošība pirmajā vietā!". Svarīgākie ir divi komponenti: drošības inventārs un instruktāža, un pašsaprotami, ka liela nozīme ir pareizai peldlīdzekļa izvēlei, ārējiem apstākļiem un klientu uzvedībai.

Saskaņā ar pētījumiem¹² visbiežāk negadījumus uz ūdens izraisošās situācijas

7. tabula

1 Drošības vestes nelietošana

Lielā daļā nelaimes gadījumu drošības veste visbiežāk tiek atrasta laivā vai ūdenī blakus bojāgājušajam. Nepareiza drošības vestu lietošana arī ir viens no lielākajiem nelaimju cēloņiem.

**Vienmēr pārliecinies par to, vai visiem tiek nodrošinātas atbilstoša izmēra
drošības vestes, parādi, kā tās lietot.**

¹² Pēc: Basic Canoeing. All the Skills and Tools You need to get started. Stackpole Books, 2003. 75. lpp.

2

Auksts ūdens vai gaisss

Hipotermija, iekrītot ūdenī, ir viens no biežākiem nelaimes gadījumu iemesliem laivošanā. Parasti šādi gadījumi notiek pavasaros, kad gaisa temperatūra ir salīdzinoši augsta, bet ūdens – zema.

Iesaki atbilstošu ekipējumu, hidrotērpu (ja neiznomā pats, tad iesaki, kur to var izdarīt).

3

Laivotāju neuzmanība.

Nav būtiski, vai laivotājs ir pieredzējis vai ne. Nelaimes gadījumi ar nepieredzējušiem laivotājiem notiek, ja tiem netiek sniegta pietiekama instruktāža vai nav drošības inventāra. Pieredzējušie biežāk cieš pārgalvības dēļ, nenoklausoties un nerespektējot instrukciju.

Sniezd instrukciju jebkurai grupai, jebkuram klientam. Pārliecinies, vai tā ir dzirdēta, saprasta, vai risinājumus prot pielietot.

Nebaidies norādīt, ka augstākas grūtības pakāpes maršruti ir piemēroti tikai laivotājiem ar pieredzi vai arī obligāta ir instruktora klātbūtne.

4

Alkohols

Alkohols ir viens no galvenajiem iemesliem laivošanas nelaimes gadījumiem, jo tas nomāc gan koordināciju, gan lēmuma pieņemšanas spējas.

Brīdini, lai nelieto alkoholu uz ūdens. Tev ir izvēle neapkalpot klientus alkohola reibumā. Tas skaidri jānorāda līgumā, instrukcijā.

5

Nespēja peldēt

Peldētnepratēji noslīkst biežāk nekā peldētpratēji.

Iesaki visiem lietot glābšanas vestes.

Drošības instruktāža

Dažkārt uzņēmēji saka, ka klientu attieksme pret drošību ir pavirša, tomēr projekta „Riverways” ietvaros veiktais **TNS pētījums pierāda, ka, piemēram, drošības instruktāžu sniegšana kopumā ir laivošanas pakalpojumu sniedzēju vājais punkts Latvijā.**

- Drošības instruktāža noteikti ir nepieciešama pilnīgi visiem (atkārtošana ir zināšanu māte) – kā iesācējiem, tā pieredzējušiem laivotājiem, kas īpaši novērtēs labu instruktāžu. Instruktāžas saturs ir jāpielāgo laivotāja zināšanām (noskaidrojot, kāda ir pieredze laivošanā, kad pēdējo reizi tīcīs laivots).
- Šī pētījuma ietvaros veiktajās 30 vizītēs visi „slepenie klienti” teica, ka viņiem nav pieredzes laivošanā. Rezultātā – tajos gadījumos, kad tika veikta drošības instruktāža, vairākumam izstāstīja vien, kā iekāpt laivā, izkāpt no laivas.
- Tikai 57% gadījumu uzsvēra vestes valkāšanas nozīmīgumu.
- Pusē gadījumu parādīja, kā pareizi airēt.
- Tāpat daudzviet mazākajās upēs ir bijuši šķērsām pāri upei sakrituši koki, un šādu šķēršļu pārvarēšana prasa zināmu laiku un prasmes.
- Ne visi klienti tikuši informēti par iespējamajiem šķēršļiem, laika patēriņu un to, kā šķēršļus vislabāk pārvarēt.

„Slepenā klienta” vizīšu veikšanas laikā ir bijis gadījums, kad nezinoši laivotāji ir uzsākuši laivošanu ar nepareizo laivas galu pa priekšu, jo tieši šādi laivas ievietotas upē.



25. attēls. **Drošības instruktāžas neievērošana laivojot.**

Foto: Artis Gustovskis

Publicē drošības instruktāžu mājas lapā, pievieno līgumam. Izveido īsu rakstisku instrukcijas formu, ko liec izlasīt un parakstīt katram klientam.

Drošības inventārs

Ar drošības inventāru primāri tiek saprastas drošības vestes, kas nepieciešamas jebkuram laivotājam, braucot pa jebkura tipa ūdensceļu ar jebkuru peldlīdzekli. Specifiskākas jau ir ķiveres, glābšanas virves u.c. inventārs, kas Latvijas apstākļos tiek lietots retāk.

Inventāram jābūt atbilstošam izvēlētajam maršrutam un laivotāju prasmēm, t.sk. bērnu glābšanas vestes 100N, nevis piepūšamās peldvestes, visam ir jābūt tīram un kārtībā.

Mirta Jansone, „Jūras laivas” pārstāvē

Daži iemesli, kurus Tu vari minēt klientam, kādēļ nepieciešams lietot drošības vestes¹³

- Drošības veste ļauj peldēt pat peldētnepratējiem. Tā nelauj nogurt, pat peldot. Gadījumā, ja tiek traumēta galva vai zaudēta samaņa, drošības veste var būt izšķirošais faktors.
- Drošības veste ļauj izvairīties no hipotermijas un palīdz ķermenim strauji neatdzist. Vējainā vai lietainā dienā – vienkārši ir siltāk.
- Drošības veste spilgtas krāsās vai ar atstarotājiem palīdzēs cilvēku ūdenī ātrāk ieraudzīt.



26. attēls. **Kvalitatīvs drošības inventārs.**
Foto Artis Gustovskis

¹³ Pēc: <http://www.boatsafe.com/kids/pfdslaws.htm>

**Kopš pirmās dienas laivotāji Tev uzticēsies vairāk, ja ne tikai centīsies būt labs laivu
operators pārdevējs, bet ja, pirmkārt, būsi labs (labākais) ūdenstūrisma instruktors.**



VĒL PIEREDZE UN PADOMI

- 1 Loti svarīgi ir iegādāties nevis visas drošības vestes vienādas, bet ir obligāti jādala – **pieaugušo vestes** un **bērnu vestes**.
- 2 Nekādā gadījumā laivošanai **nelietojiet lētās piepūšamās peldvestes**, kas bērniem paredzētas uzvilkšanai uz kaila ķermenā tikai baseinā un peldēm vecāku klātbūtnē! Laivojumā tās ir bīstamas bērna veselībai, jo saulē sakarst un sviedrē, bet, iekrītot ūdenī, straumē var tikt bojāta uz koku zariem, kā rezultātā zaudē celtspēju. Gadījumā, ja bērns iekritis ūdenī ar seju uz leju, šāda veste nenodrošina bērnu apgriešanu uz muguras, kas var būt liktenīgi. (L. Šulca, 2015)
- 3 Bērniem **obligātas** ir svaram atbilstošas 100N glābšanas vestes, kurām ir jābūt katras laivas komplektācijā. Modernākās no tām darbojas veidā, kad, ja gadījumā bērns iekrīt ūdenī, veste viņu momentā ūdenī pagriež ar galvu uz augšu. (M. Jansone, 2015)

Uzmanību! Ūdens ir īpaši ekstrēms un neparedzams spēks. Jebkura laiva jebkurā mirklī var apgāzties, ja rodas neparedzēti apstāklī, kas iedarbojas uz to. Vienmēr lietojiet drošības vestes un veiciet drošas darbības uz ūdens.



27. attēls. **Drošības instruktāžas neievērošanas sekas.**

Foto Artis Gustovskis

8 PALĪDZĪBA ĀRKĀRTAS SITUĀCIJĀS

Nereti ūdenstūrisma uzņēmēji sezonas laikā saņem zvanus no saviem vai citu firmu klientiem ar lūgumu palīdzēt. Situācijas ir dažādas – Tev var paziņot, ka vienkārši apnicis braukt, Tev var zvanīt izmisis laivotājs, kam pazuduši airi, kāds, kam iekodusi lapsene mēlē, vai vēl kāds, kas iekritis ūdenī un tagad nosalis gaida krastā, laiva ir aizpeldējusi. Jā, tas ir ārpus plānotā, un visbiežāk palīdžība vajadzīga iespējami drīz. Šoreiz nav būtiski, vai tas ir Tavs klients, vai svešs.

Tu vari palīdzēt, jo:

- 1 Tu vislabāk pārzini teritoriju un situāciju konkrētajā brīdī uz upes;
- 2 Tu vari sniegt būtisku morālu atbalstu klientam, palīdzot tam risināt radušos problēmu (primāri nomierinot);
- 3 Tu spēj būtiski atvieglot glābšanas dienestu un mediķu darbu ar savām zināšanām par apvidu, par tehniskiem risinājumiem.

Vienmēr pirms došanās ceļā pārliecinies – vai varēsi kontaktēties ar klientu, norādi tālrūpa numuru, uz kuru zvanīt ārkārtas situācijās (tāpat kā transporta pakalpojumu sniedzēju kontaktus).

Gadījumos, kas saistīti ar nopietnām veselības problēmām vai draudiem dzīvībai, nekavējoties ziņo uz 112. Atgādini par to klientam!

9 KĀ VĒL UZNĒMĒJS VAR PALĪDZĒT Klientam veidot lielisku braucienu

Tu esi tas, kas atbalsta un māca klientu. Viens no aspektiem ir līdzīgzemamais inventārs – tas, kas netiek nodrošināts no uzņēmēja puses, bet par kuru rūpējas pats klients, proti, pārtika u.tml. Dažkārt klienti jautā paši pēc padoma, tomēr arī Tu vari izrādīt iniciatīvu, jau sarunās pirms brauciena pavaicājot – kā klients plāno tam gatavoties, tikpat labi – ievieto mājas lapā sarakstu ar ieteikumiem inventāram un citus labus padomus.

Ja Tev šķiet, ka zemāk, 8. tabulā, minētais (lietas, par kurām derētu atgādināt klientam īpaši pirms garāka laivu brauciena) neattiecas uz Tevi un Tu par to neesi atbildīgs, tā ir taisnība, un tomēr – paturi prātā, ka klients var teikt: "Nekad mūžā vairs nebraukšu ar laivām. Tiešām nevarējāt pabūdināt, ka tur būs tik daudz odu? Būtu vismaz kādu pūšamo paņēmis!".

Reiz bija tāds gadījums: laivotāji bija paņēmuši līdzī laivu braucienā portatīvo televizoru, bet nebija rēķinājušies, ka nekur Latvijas mežonīgo upju krastos nebūs elektrības.

Luīze Šulca, "Jūras laivas" pārstāve

8. tabula

Ūdenstūristam nepieciešamo lietu saraksts



ŪDENSIKTURĪGS MAISS*

Būtisks bagāžas iepakošanai, lai nodrošinātu to sausu. Ideālā gadījumā – tādi ir visai bagāžai. Noteikti jāpdomā par sakaru līdzekļu iepakošanu.



SAKARU LĪDZEKLIS
(LATVIJĀ –
MOBILAIS TĀLRUNIS)*

Saziņai ar laivu iznomātāju, transportētājiem, pakalpojuma sniedzējiem, palīdzības izsaukšanai.

Uzņēmējam jāpārzina un jābūrdina klients par situāciju ar mobilā tālruņa zonu uz upes, tās krastos (atšķirīga situācija dažādiem operatoriem). Jādod klientam padoms par to, kā un kur zona sasniedzama (piem., izkāpjot krastā, jāuzkāpj kalnā).



CIMDI

Ilgstošas, intensīvas airēšanas gadījumā pasargās rokas.



LUKTURĪTIS*

Rokas, bet īpaši ērti ir pieres lukturi, lai nodrošinātu redzamību (vakara stundas, nakts laivojumi, nometnes iekārtošana utt.).

* Ūdensizturīgums ir viena no būtiskām īpašībām



PRETIEDEGUMA LĪDZEKLIS

Palīdzēs novērst saules apdegumus, apdegt uz ūdens ir ļoti viegli, ne tikai saulainā vasaras dienā, bet arī agri pavasarī un dienās, kad apmācīs. Ieteicams pēc iespējas stiprāks līdzeklis.



PRETODU LĪDZEKLIS

Palīdzēs atvairīt odu, dunduru un citu insektu "uzlidojumus", īpaši purvainākos apvidos.



GALVASSEGĀ

Būtiska, lai nepārkarstu saulē un neiegūtu saules dūrienu. Laivošana bieži ir samērā pasīva, uz upes ir atklāta saule, bezvējš un pārkaršana var notikt visai ātri.



SAULESBRILLES

Nodrošinās acu komfortu saulainās dienās uz ūdens.



NAZIS

Plaša pielietojuma darbarīks.



UGUNSKURA IEKURŠANAS

PIEDERUMI VAI PRĪMUSS
(ja ceļošana notiek teritorijā,
kur apmetnēs aizliegts
kuriņāt uguni)

Lai varētu iekurt ugunkuru, uz kura gatavot ēst, pie kura sasildīties, izzāvēt drēbes utt.

Uzņēmējam jābūrdina par vietām, kur aizliegts kuriņāt uguni, ugunsbīstamības periodiem noteiktās vietās.



APTECINA

Minimālais sastāvs: dezinfekcijas līdzeklis, plāksteri, pārsienamie materiāli, folija sega (var noderēt standarta auto aptieciņa), šo var papildināt ar ērču izņemšanas pinceti, pretalerģijas līdzeklis (antihistamīni, kā tavegils), pretniezes līdzeklis (piem., *Fenistil gel*), pretapdegumu līdzeklis (panthenolu saturoši līdzekļi), pretcaurejas līdzekļi (aktīvā ogļi, *Smecta u.tml.*).

Atgādini, ka katram jāparūpējas par savām specifiskajām vajadzībām veselības ziņā un jāņem pašam līdzi zāles, kas tiek lietotas regulāri vai noteiktos gadījumos (pretsāpju zāles, sirds zāles, insulīns u.c.)



VĒL PIEREDZE UN PADOMI

- 1 Cits inventārs – teltis, guļammaisi u.tml. ir individuāla izvēle.
- 2 **Ja klients plāno makšķerēt, atgādini par licencēm.**
- 3 **Pārtika un dzeramais ūdens.** Arī šī ir individuāla izvēle, tomēr ir atseviški principi, par ko vari atgādināt klientam.
 - **Pārtika:** tāda, kas saglabājas nebojāta ilgāku laiku (vasarā, karstā laikā gaļas, zivju, piena un citos produktos kaitīgas baktērijas var savairoties pat stundu laikā). Ja laivu tilpums atļauj un ļoti gribas kaut ko “īpašu” – var lietot aukstumsomas.
 - **Dzeramais ūdens:** brīdini klientu par to, ka jānodrošinās ar dzeramo ūdeni pietiekamā daudzumā. Informē par to, kur un kā to var papildināt. Klienti var jautāt – vai upes/ezera ūdeni var lietot pārtikā, vai krastos esošo avotu, strautu ūdens ir dzerams.
 - Informē klientu, kur var **papildināt pārtikas krājumus** vai pat ieturēt pagatavotu lauku maltīti (tai skaitā – vietējie mājražotāji maršruta tuvumā).
 - Ja klientam iesaki apmeklēt veikalus, ēdināšanas iestādes u.c. pie maršruta, **iesaki drošu inventāra atstāšanas vietu/veidu.**

10 ATKRITUMI UN ŪDEŅU APSAIMNIEKOŠANAS PROBLĒMAS UN RISINĀJUMI

Pozitīvi ir TNS pētījuma rezultāti: gandrīz puse laivotāju (14 no 30) savus laivošanas laikā radušos atkritumus aizveda atpakaļ mājās, savukārt piektā daļa (6 no 30) atdeva pakalpojuma sniedzējam, bet 8 no 30 savus atkritumus izmeta publiskās atkritumu tvertnēs laivošanas maršrutu tuvumā. Samērā maz ūdenstūrisma uzņēmēju pirms braucienā ietieca, ko darīt ar atkritumiem.

Pēdējo gadu laikā arvien vairāk ūdenstūrisma uzņēmēju iesaistās ūdenstūrisma maršrutu tīrīšanā – veidojot upju tīrīšanas pasākumus gan pašiem operatoriem, gan kopā ar klientiem. Labā griba ir veidojusi **jaunu filozofiju vides uzturēšanā**. Var pat uzdrīksteties minēt piemērus, kad, pateicoties ūdenstūrisma pakalpojuma sniedzēja iniciatīvai, **atsevišķas Latvijas upes šodien ir laivojamās un līdz ar to pieejamas ūdenstūristiem, kas sagrāk nebija iespējams**. Tāda, piemēram, pateicoties, uzņēmuma „Jeņču laivas” un Ķekavas tūrisma informācijas centra iniciatīvai un sadarbībai, ir attīritā Misas upē, kur agrāk upē kritušo koku un atkritumu daudzuma dēļ tas nebija iespējams.



28. attēls.

Kādreiz atkritumi Misas upē bija aizšķersojuši laivošanas ceļus.

Foto: Artis Gustovskis

Pirmie upju tīrīšanu uzsāka uzņēmums „Jūras laivas”, kas regulāri veica Abavas upes tīrīšanu. Ja tādā veidā, sekojot šiem labajiem piemēriem, katrs ūdenstūrisma pakalpojuma sniedzējs uzņemtos veikt vismaz vienas konkrētas Latvijas upes tīrīšanu, atkritumu problēmas noteiktīti samazinātos.

**Lai veicinātu ūdenstilpju un to krastu tīrību, radītu pievilcīgu vidi mums visiem,
Tu vari:**

- ieteikt klientam savākt savus un citu atstātos atkritumus, piedāvājot atkritumu maisus vai arī – pat atlaides nākamajam laivu braucienam, simboliskas balvas;
- katrai laivu grupai līdz iedod lāpstīnu, ar kuras palīdzību paslēpt izkārnījumus (“Izroc bedri, izdari to tur un aizroc ciet”, Raimonds Dombrovskis, Vanagkalns), lai mazinātos “mīnas” krastos;
- būt aktīvs un piedalities Dabas aizsardzības pārvaldes, pašvaldību, projektu ietvaros ūkotajās talkās;
- rīkot pasākumus – talkas pats;
- kopā ar darbiniekiem – pirms sezonas apsekot un iztīrīt kādu maršrutu;
- informēt par teritorijām, kur aizliegts izkāpt, vai kuru apmeklējums no vides viedokļa ir ierobežots;
- lieki nereklamēt aizsargājamos augus, dzīvniekus un vietas, kur tie atrodami, jo tas var rosināt neapzinīgu klientu uz darbību, kas rada apdraudējumu.

Mūsu laivotājiem mēs sakām – ja atvedīsiet līdz mums savus atkritumus, tad nākamajam laivojumam būs bonuss. Protams, mēs samaksājam par atkritumiem un izvešanu, bet, ja izrēķina, cik ienemam no klientiem, kuri atgriežas pie mums, tad tā ir arī maksa par reklāmu. Rudenī vai pavasarī tāpat ir jātīra upes. (M. Jansone, 2015)



VĒL PIEREDZE UN PADOMI

- **Igaunijā** uz nelielas salas laivotājiem ir pieejama pat tualete, kur iekšā ir gan papīrs, gan malka sagatavota, galdiņi, panniņas, utt. Arī kempingi sauszemē ir tīri, blakus galdiņi. Visur ir tīrs. (L. Šulca, 2015)
- Agrāk lielai daļai latviešu Bārta asocijās tikai ar lielu grāvi, un ir **nācies ilgus gadus strādāt, lai pozicionētu Bārtu kā labi laivojamu upi**. Attīstījām talkas un pasākumus, kas izskanēja medijos, jo reklāmām jauns uzņēmums nevar atļauties daudz tērēt.
- Tā 2007. gadā uztaisījām publisku talku Liepājas cietokšņa kanālam, kas ir Karosta. Šīm akcijām bija zaļais virziens un tas bija dabisks aicinājums sakopt vidi, jo uzskatām, ka Latvijai jābūt tirai. Mēs talkas sākām jau pirms Vislatvijas talkām. **Sākumā bija daži entuziasti, bet 2010. gadā pieteicās vairāk par 120 cilvēkiem**, pat pietrūka laivu. Pirmajos gados pa Bārtu nobrauca dažas laivas, bet 2010. gadā jau 810 braucēji, kas ir liels sasniegums.
- Man tas bija liels izaicinājums – **izvēlēties vienu upi, to sakopt un tur attīstīt laivošanu**. Kad atbrauc laivotāji no Madonas, Rīgas u.c. pilsētām, tad tas ir gandarījums. Par Bārtu izveidojām skolēniem viktorīnu, no kā ieguvām unikālas idejas un materiālus, piemēram, ka pa Bārtu ir pludināti tūkstošiem koku, un atklājām ūdenskrituma vietu. Dūkupju ūdenskritums izrādās Latvijā augstākais morēnas ieža ūdenskritums, kurš katru gadu pa centimetriem atkāpjas no Bārtas upes, mainoties arī augstumam.
- **Talku laikā iegūstam gan jaunu informāciju, gan nākamos klientus**, jo šogad viņi ir talcinieki, bet nākamgad – klienti.
(Turaida Šēfers, „Sofijas laivas” pārstāvis)

ŪDENSTŪRISMA PRODUKTA VEIDOŠANAS UN īSTENOŠANAS LABĀS PRAKSES PIEMĒRI

(Artis Gustovskis, Juris Smaljinskis)

Šajā nodaļā ir aprakstīti labās prakses piemēri. Latviju pārstāv tie ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēji, kuri ir saņēmuši Kvalitātes zīmi Q-Latvia.

1 LATVIJA

Mēs veidojam maksimāli lielu klasteri, gan attīstot nomas punktus, gan motivējot citus tos veidot, lai būtu sadarbība. Mirta jansone, "Jūras laivas"

1. piemērs

«Jūras laivas» – augstākā kvalitāte un produkta daudzveidība

(„Jūras laivas” – patentēts zīmols, iekļauts trīs uzņēmumu nosaukumos)

Uzņēmumi dibināti: 2005./2006./2013. g.

Pakalpojumu piedāvājums: • **inventārs:** kanoe, pārgājienu kajaki, jūras kajaki, *Sit On Top* kajaki;

• **serviss:** transporta (t.sk. – inventāra) pakalpojumi, apmetņu vietu maršrutos apsaimniekošana, viesu nami, kempingi, pirtis (t.sk. mobilās), atrakciju aprīkojums, ēdināšana;

• **maršruti:** Latvijas upes, ezeri, jūra, regulāri grupu laivojumi ārpus Latvijas – Igaunijas salu arhipelāgs, Norvēģija, Slovēnija, Itālija;

• **infrastruktūra:** nomas punkti un servisa piedāvājums Rīgā, Kurzemē, Vidzemē, Zemgalē, kā arī sadarbības partneri Latgalē;

• **īpašie piedāvājumi:** maršruti un serviss ģimenēm ar bērniem, konsultācijas un atbalsts korporatīvo pasākumu organizēšanā, komandu treniņu organizēšana, jūras laivošanas apmācība – Kajaku skola.

Sabiedriskās aktivitātes:

- ūdenstūrisma sacensību/pasākumu organizēšana un dalība;
- piedalīšanās sabiedriskos pasākumos un to sponsorēšana;
- sabiedriski nozīmīgu projektu atbalsts /b-ba „Rīgas Kuģis”;
- labdarība.

Mārketingš:

- mājas lapas – vispārējā informācija, kas orientēta uz gludūdens laivošanu: www.juraslaivas.lv
- specializētā informācija jūras laivošanai: www.seakayak.lv;
- sociālie tīkli – *Facebook, Twitter, Google +*;
- drukas reklāmmateriāli, publikācijas, video, TV;
- talkas, „kluba” tipa pasākumi;
- atlaižu akcijas;
- lojalitātes programma.

Uzņēmums atvērts konsultācijām jaunajiem uzņēmējiem par šādām tēmām:

- uzņēmuma veidošana;
- pieredzes apmaiņa;
- projektu sagatavošana.

Kontakti:

„Avoti”, Rendas pagasts, Kuldīgas novads
www.juraslaivas.lv; www.seakayak.lv
avoti@juraslaivas.lv, noma@seakayak.lv
Tālr.: + 371 29464901



30. attēls. Kanoe laivās pa Abavu. Foto: Jūras laivas

„Jūras laivas” ir tas pozitīvais modelis, uz ko tiekties jebkuram laivu biznesmenim.
Rolfs Jansons, „Aizsniegt debesis”

2. piemērs

«Sofijas laivas» – inovatīvi pasākumi upju tīrišanai un klientu piesaistei

Ģimenes uzņēmums

dibināts:

Pakalpojumu piedāvājums:

2007. gadā Liepājā.

- **inventārs:** kanoe laivas, kajaki, lielā pikniklaiva „Bārtinera”, kanoe un kajaka airi, glābšanas vestes, hidrotēri, mantu maisi, teltis, katlini, ugunkura katlu turētāji, mačetes, apsildāmas makšķernieku mājiņas, makšķernieku inventārs;
- **serviss:** transporta pakalpojumi (t.sk. – inventāra), sauna un pirts kubla noma, maršrutu izstrāde;
- **maršruti:** Kurzemes upes, ezeri un kanāli. Laivošana visos gadalaikos;
- **infrastruktūra:** nomas punkts Nīca (Bārta), nomas atbalsta punkti Cīrvā un Rindā;
- **īpašie piedāvājumi:** pirmie Latvijā, kuri iedibinājuši „Longe Cote” konceptu jeb pastaigas Baltijas jūrā. Iespējams, ka pirmie pasaule, kas piedāvā cilvēkiem šo aktivitāti veikt ziemā (temperatūra ap 0 °C). Maršruti, konsultācijas, dāvanu kartes;
- **citi pakalpojumi:** laivošana ārpus Latvijas un ekspedīcijas (Gruzija, Baltkrievija, cits).

Sabiedriskās aktivitātēs:

- piedališanās sabiedriskos pasākumos – publiskās talkas laivās, upju tīrišana no kritušajiem kokiem, rudens laivošanas pasākums „Bārtas kartupelis”, zemledus makšķerēšanas sacensības „Liepājas Stinte” u.c.;
- konkursu rīkošana;
- ikgadējās skolēnu viktorīnas par kādu no Latvija upēm.

Mārketingss:

- mājas lapa <http://sofijaslaivas.lv/>;
- sociālie tīkli – *Facebook, Twitter, draugiem.lv*;
- drukas reklāmmateriāli, publikācijas, video, dāvanu kartes.

**Uzņēmums atvērts
konsultācijām jaunajiem
uzņēmējiem par šādām
tēmām:**

Kontakti:

- uzņēmuma veidošana;
- pieredzes apmaiņa;
- projektu sagatavošana.

„Šmiti”, Bernāti, Nīcas novads
<http://sofijaslaivas.lv/>
info@juraslaivas.lv
Skype: Sofijas Laivas
Tālr.: + 371 29339677



31. attēls. Sofijas laivās pa Irbi. Foto: Artis Gustovskis

3. piemērs

«Daba Laba» – Kurzemes tūrisma kvalitātes balvas «Lielais Jēkabs» 2014 ieguvējs

Uzņēmums dibināts: 2010. gadā

Pakalpojumu piedāvājums:

- **inventārs:** kanoe laivas;
- **serviss:** pirts, apmešanās vieta, inventāra noma, ēdināšana;
- **maršruti:** Latvijas upes (Irbe, Stende, Lonaste, Engure);
- **infrastruktūra:** nomas punkts un servisa piedāvājums Kurzemē, saistītie uzņēmumi „Wildgood”;
- **īpašie piedāvājumi** – loka šaušana, safari izbrauciens, foto medības Slīteres silos, ekskursijas skolēniem, pirts, pārgājiens dabā pa Ances mežiem.

Sabiedriskās aktivitātes:

- pasākumu organizēšana;
- dalība sabiedriskos pasākumos.

Mārketingš:

- mājas lapa <http://dabalaba.lv/>;
- sociālie tīkli – Twitter, Facebook, draugiem.lv;
- publikācijas, video.

**Uzņēmums atvērts
konsultācijām jaunajiem
uzņēmējiem par šādām
tēmām:**

Kontakti:
"Krastiņi", Ance, Ventspils novads
www.dabalaba.lv
info@dabalaba.lv
Tālr.: +371 26844295; +371 26826839



32. attēls.

Loka šaušana.

Foto: Artis Gustovskis

4. piemērs

„Laivinieks.lv” – inovatīvs produkts pašā Rīgas centrā

Uzņēmums dibināts: 2011. gadā

Pakalpojumu piedāvājums:

- **inventārs:** kanoe, jūras un cita veida kajaki, ūdens-velosipēdi, SUP (airdēļi), plosti un buru laiva. Arī laivotāju apgērba, hidrotērpas, GoPro kameras un vasaras nojumes noma;
- **serviss:** inventāra iznomāšana un piegāde, inventāra tirdzniecība, plostu ražošana;
- **maršrutu:** Latvijas upes un ezeri, jūra. Laivošana pa Rīgas kanāliem un Daugavu. Izbraucieni ārpus Latvijas. Veido maršrutus arī pēc klientu specifiskām vēlmēm;
- **infrastruktūra:** nomas punkti un servisa piedāvājums Rīgā, Kandavā, Alojā, Usmā, Siguldā un citviet pie Latvijas upēm, ezeriem un jūras piekrastē. Regulāri tiek paplašināts atbalsta punktu tīkls. Izdevīga loģistika lielām grupām;
- **īpašie piedāvājumi:** atpūtas pasākumi grupām – no pāris stundu ilgām ekskursijām līdz vairāku dienu pārgājieniem, kas orientēti gan uz Latvijas iedzīvotājiem, gan uz viesiem no ārvalstīm. Apmācība inventāra lietošanā, drošības un satiksmes jautājumos uz ūdens, kā arī plaša programma atpūtai uz ūdens gan individuālam klientam, gan grupām un ģimenēm ar bērniem. Rīgas nomas punktā pieejamā 2 vietīgā buru laiva interesentiem ļauj individuāli apgūt burāšanas prasmes, bet tiem, kas burājuši jaunībā, ir iespēja pašiem izbaudīt burāšanas priekus, nenomājot jahtu ar kapteini.

Sabiedriskās aktivitātes:

- ūdenstūrisma pasākumu organizēšana un dalība;
- dalība un atbalsts sabiedriskos pasākumos;
- sadarbība ar jauniešu un aktīvā dzīvesveida organizācijām un biedrībām;
- dalība biedrībā „Rīgas Kuģis”;
- labdarība.

Mārketingš:

- mājas lapa <http://laivinieks.lv/>;
- sociālie tīkli – *Facebook, Twitter, draugiem.lv*;
- lojalitātes programma;
- laivinieka draugu pasākumi un talkas;
- publikācijas, foto un video, drukas reklāmmateriāli;
- dāvanu kartes;
- dažāda veida akcijas;
- īpašie piedāvājumi.

Uzņēmums atvērts konsultācijām jaunajiem uzņēmējiem par šādām tēmām:

Kontakti:

- uzņēmuma veidošana;
- pieredzes apmaiņa;
- projektu sagatavošana.

Rīgas laivu bāze "Aagenosta" Balasta dambī 13, Rīga
Laivu nomas punkts Kandavā (pie Abavas) –
kempings "PLOSTI"
Laivu nomas punkti Usmā, Alojā, Mālpilī
<http://laivinieks.lv/>
laivinieks@inbox.lv
Tālr.: +371 27878757



33. attēls. Ar "Laivinieka.lv" laivām pa Rīgas kanāliem.
Foto: Laura Briede, Focus.lv

5. piemērs

Uzņēmums dibināts:

„Jeņču laivas” – apgūt neapgūto

- Pakalpojumu piedāvājums:**
- **inventārs:** kanoe laivas, airi, teltis, guļammaisi, plostu noma, hermētiski mantu maisi, glābšanas vestes, tūristu katliņi;
 - **serviss:** inventāra transports, transporta pakalpojumi;
 - **maršruti:** Latvijas upes, Rīgas kanāls;
 - **infrastruktūra:** nomas punkti un servisa piedāvājums;
 - **īpašie piedāvājumi:** maršruti, konsultācijas.

Sabiedriskās aktivitātes:

- piedališanās sabiedriskos pasākumos;
- ekspedīcijas;
- konkursu organizēšana

Marketings:

- mājas lapa, vispārējā informācija, kas orientēta uz gludūdens laivošanu – <http://www.jenculaivas.lv/>;
- sociālie tīkli – *Facebook, Twitter, draugiem.lv*;
- drukas reklāmmateriāli, publikācijas, video;
- atlaižu akcijas un piedāvājumi.

**Uzņēmums atvērts
konsultācijām jaunajiem
uzņēmējiem par šādām
tēmām:**

- uzņēmuma veidošana;
- pieredzes apmaiņa;
- projektu sagatavošana.

Kontakti:

"Jeņči", Ķekavas novads
<http://www.jenculaivas.lv/>
jenculaivas@gmail.com
Tālr: +371 20607509



34. attēls.

Jeņču laivas Misas upē.
Foto: Artis Gustovskis

6. piemērs

Piedzīvojumu organizācijas „Lūzumpunkts” darbības misija ir „izaugsme ar piedzīvojumu”

Uzņēmums dibināts:

2006. gadā

Pakalpojumu piedāvājums:

- **inventārs:** kanoe laivas, SUP dēļi;
- **serviss:** inventāra transports, apmācīti treneri – instruktori;
- **maršruti:** Daugava, Rīgas kanāls, Ķīsezers;
- **infrastruktūra:** laivu noma „Rīgas laivas” Andrejsalā;
- **īpašie piedāvājumi:** laivu un SUP dēļu braucieni pa Rīgas kanālu, Daugavu, Daugavas salām, Zunda kanālu, naksnīgo Rīgu, kas slīgst apgaismoto tiltu noskaņās. Dod iespēju apskatīt Rīgu no cita skatu punkta. Piedāvā aktīvās atpūtas pasākumus, sadarbības veicināšanas programmas un komandas veidošanas treniņus, vada un organizē aktīvā tūrisma un piedzīvojumu ceļojumus.

Sabiedriskās aktivitātes:

- piedalīšanās sabiedriskos pasākumos;
- piedzīvojumu braucieni.

Marketings:

- mājas lapa www.luzumpunkts.lv;
- sociālie tīkli – *Facebook, Twitter*;
- publikācijas, video.

**Uzņēmums atvērts
konsultācijām jaunajiem
uzņēmējiem par šādām
tēmām:**

- stratēģiskā plānošana;
- komunikācijas treniņš;
- komandas veidošana;
- sadarbības veicināšana.

Kontakti:

Andrejostas jahtklubs, Eksporta iela 1 a, Rīga
www.luzumpunkts.lv
rigaslaivas@luzumpunkts.lv
Tālr.: + 371 29333032



35. attēls. **Pilsētas kanālā**. Foto: Mārtiņš Plūme

“Lūzumpunkta” spēks ir pieredzes bagātā komanda un iedvesmojošie cilvēki, kuri savas idejas nebaidās īstenot dzīvē. Savu pieredzi ir uzkrājuši, aktīvi darbojoties nevalistiskajās organizācijās, organizējot nozīmīgus un apjomīgus projektus, smeļoties iespaidus ceļojumos un vienkārši darot, mācoties un attīstoties.

7. piemērs

„Lāču laivas“

Uzņēmums dibināts: 2006. gadā

Pakalpojumu piedāvājums:

- **inventārs:** kajaki, canoe;
- **serviss:** inventāra, t.sk. – laivu, transports, nakšņošanas pakalpojumi;
- **maršruti:** Salaca u.c. Latvijas upes;
- **infrastruktūra:** ūdenstūristu apmetne “Zaļkalni”, lauku tūrisma mītne;
- **īpašie piedāvājumi:** braucēju logistikas nodrošināšana.

Sabiedriskās aktivitātes:

- piedalās Svētupes tīrīšanas darbos;
- sadarbojas ar Sabiedrības integrācijas fondu.

Mārketingš:

- mājas lapa www.upesoga.lv;
- sociālie tīkli – *Facebook*;
- publikācijas, video (Rīgas reģiona video);
- Salacgrīvas TIC izdotie bukleti;
- atlaides.

Kontakti:

“Līčupītes”, Salacgrīvas novads
www.upesoga.lv
marcis.saklaura@gmail.com
Tālr.: +371 26612520, +371 26388070

8. piemērs

**„Salacas kanoe” pa Salacu –
skaistāko Ziemeļvidzemes upi**

Pakalpojumu piedāvājums:

- **inventārs:** kanoe laivas, velosipēdi;
- **serviss:** inventāra un braucēju transports, gidi
- **maršruti:** Salaca;
- **īpašie piedāvājumi:** gidētas ekskursijas Mazsalacā un tās apkaimē.

Mārketingš:

- mājas lapa www.salacaskanoe.lv

Kontakti:

Mazsalacas novads, „Vārpas” - 12
www.salacaskanoe.lv
kanoe@salacaskanoe.lv
Tālr.: +371 29286988

9. piemērs

„Baiļi”, brauciens pa Vidzemes skaistāko upi Gauju

Uzņēmums dibināts:

1991.gadā (līdz tam pastāvēja kā kooperatīvs)

Pakalpojumu piedāvājums:

- **inventārs:** kanoe laivas, plostī;
- **serviss:** inventāra – kanoe laivu, airu, hermētisku mantu, drošības vestu noma, transports;
- **maršruti:** Gauja, Salaca;
- **infrastruktūra:** Atpūtas bāze „Baiļi”, kempinga mājiņas, istabas, telšu vietas, kafejnīca, pirts, ugunkura vietas, slēpošanas, snovborda trases, labiekārtota apmetnes vieta „Caunītes” pie Gaujas, posmā starp Valmieru un Cēsim, klinšu sienā u.c.
- **īpašie piedāvājumi:** bērnu nometnes, izirē teritoriju sporta un atpūtas pasākumiem.

Mārketingš:

- mājas lapa www.baili.lv;
- sociālie tīkli – *Facebook, Twitter*;
- publikācijas.

Kontakti:

„Baiļi”, Beverīnas novads, Kauguru pagasts
www.baili.lv
[baili @valm.lv](mailto:baili@valm.lv)
Tālr: +371 29284119

10. piemērs

„Laivot.lv” – ģimenei draudzīgs uzņēmums

Uzņēmums dibināts:

2009. gadā

Pakalpojumu piedāvājums:

- **inventārs:** kanoe, smailītes, kajaki;
- **serviss:** laivu transports, naktsmītņu pakalpojumi;
- **maršruti:** Pededze, Gauja, Aiviekste, Salaca u.c.;
- **infrastruktūra:** lauku mītne, telšu vietas, ugunkura vieta.

Sabiedriskās aktivitātes:

- kopā ar pašvaldību regulāri tīra Pededzes upi;
- sadarbojas ar jauniešu centru „Bāze”;
- darbojas jauniešu izglītības jomā.

Mārketingš:

- mājas lapa www.laivot.lv;
- sociālie tīkli – *Twitter, draugiem.lv*;
- publikācijas, video.

**Uzņēmums atvērts
konsultācijām jaunajiem
uzņēmējiem par šādām
tēmām:**

- sadarbojas ar citām laivu firmām, apmainās ar informāciju par aktuālo situāciju uz Pededzes upes.

Kontakti:

“Aizupiesi”, Litenes pagasts, Gulbenes novads
www.laivot.lv
laivot@inbox.lv
Tālr: +371 22151577

2

IGAUNIJA

Ziemeļu kaimiņvalstī populāri ir braucieni pa Rietumigaunijas (t.s. – Monzunda) salu arhipelāgu ar jūras kajakiem. Populārākās upes ir Ahja un *Võhandu*, pavasarī – Piusa. Vairākām Ziemeļigaunijas upēm ir iespaidīgi ūdenskritumi, kuri tiek izmantoti ekstrēmu sporta elementu ar kajakiem veikšanai. Viens no Igaunijas neparastākajiem ūdenstūrisma produktiem tiek piedāvāts **Somā (Soomaa) nacionālajā parkā**, kad iestājas t.s. *Piektais gadalaiks*. Par *Piekto gadalaiku* Somā sauc pavasara palu periodu, kad no krastiem iziet Somā apkārtnes upes, appludinot milzīgu teritoriju (ūdens līmenis var celties pat par 5 m), kur uz ūsu brīdi veidojas viens no lielākajiem Baltijas „plūdu” ezeriem. Tam nav krastu, un maz ir vietu, kur var izķāpt uz sauszemes. Cilvēki jau gadsimtiem ilgi ir sadzīvojuši ar šo dabas fenomenu, tādēļ to nesauc par stihiju. Nosacīti līdzīgs plūdu ezers Baltijas valstīs veidojas tikai Dvietes palienēs. Igaunijā ūdenstūrisma pakalpojumu sniegšanā aktīvāk (nekā Lietuvā un Latvijā) iesaistās gidi.



36. attēls. **Somā nacionālajā parkā**. Foto: Juris Smalinskis.

3

LIETUVA

Viens no populārākajiem Lietuvas ūdenstūrisma galamērķiem ir **Augštaitijas nacionālā parka** ezeri, pa kuriem var īstenot vienas vai vairāk dienu laivu maršrutus, iekļaujot tajos vairāk nekā 10 dažādus parka ezerus. Ja atrisina loģistikas problēmu, šeit var izveidot ap 23 km garu maršrutu, kur starp starta un finiša punktiem paliek 4–5 km sauszemes.

Šis maršruts ir izbraucams dažādos gadalaikos, arī vasarā. Visas caurtekas un ezerus savienojošie strauti ir izbraucami ar laivu un koku aizgāzumu tajos praktiski nav, jo tie tiek arī tīrīti un uzturēti, lai nodrošinātu ūdenstūristu vajadzības. Ezeru krastos atrodas tūristu mītnes. Caurteku dzidrais ūdens ļauj nododies zemūdens pasaules vērošanai.

Parkā un tā apkaimē savus pakalpojumus piedāvā ap divi desmiti laivu (kanoe, kajaki) nomas punktu. Laivu nomas pakalpojumu sniedzēji ir izveidojuši asociāciju, kuras viens no darbības virzieniem ir ūdens resursu apsaimniekošana, t.sk. upju tīrāmuis un uzraugāmuis posms. Minētās rīcības notiek sadarbībā ar nacionālo parku (Augšaitijas, Dzūkijas) administrācijām.



37. attēls. **Laivošana Augšaitijas nacionālā parka ezeros.**

Foto: Juris Smaljinski

4

EIROPA/PASAULE

Kolpas upe Slovēnijā

Viens no populārākajiem piedzīvojumu tūrisma galamērķiem ir Slovēnijas dienviddaļā esošā Kolpas upe. Klientiem tiek piedāvāta kajaku, canoe, plostu un miniplostu īre vienas un vairākdienu vietējo gidi – instruktori pavadišiem braucieniem pa upi. Papildu tūristu piesaistei tiek piedāvātas ekskursijas pa apkārtni, alpīnisms, kempings Kolpas upes krastā, nacionālo ēdienu baudišana, nacionālo vīnu degustācija, vizināšanās zirga pajūgā un izjādes. Šis ir labs piemērs, kurš parāda, ka, lai piesaistītu ūdenstūristu kādai konkrētai upei, svarīgi arī citi – ar upi nesaistīti tūrisma produkti tuvākajā apkaimē.



38. attēls. Laivošana pa Kolpas upi Slovēnijā. Foto Artis Gustovskis

Green River upe, ASV

Kolorādo pavalstī esošā **Green River** upe ir iecienīts vairākdienu ūdenstūristu galamērķis. Upe plūst pa dziļu smilšakmens kanjonu, kurā nav izveidota speciāla tūrisma infrastruktūra. Tā kā upes posms ietilpst nacionālā parka teritorijā, **katrai laivas ekipāžai tiek iedotas līdzīgi noteikta tilpuma plastikāta mucas (urīnam) un maisini (fekālijām), kas izmantojami brauciena laikā. Ja brauciena galapunktā tie nodod nepilnas mucas (ir aprēķināts vidējais cilvēka radītais fizioloģisko galaproductu apjoms), laivošanas firmai, kas īrē laivas un pavada grupu, tiek anulēta licence turpmākiem braucieniem pa minēto upi.** Sievietes menstruāciju laikā tiek aicinātas izlietotās paketes ievietot speciālos „zip” maisiņos. Šis ir viens no piemēriem, kas raksturo augstu atbildības līmeni pret vidi un dabas resursiem, kuri tiek izmantoti brauciena laikā.

DOKUMENTU PARAUGI

ŪDENSTŪRISMA UZNĒMUMAM

(Artis Gustovskis)

Kā pierāda TNS pētijums, diemžēl čeku/rēķinu par saņemto pakalpojumu neizsniedz gandrīz trešdaļa apmeklēto ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēji (33%). No 30 vizītēm: viens darbinieks atzina, ka nav paņēmis līdzī kvišu grāmatiņu; viens darbinieks neizsniedza čeku, jo nestrādāja elektroniskā karšu norēķina sistēma; pārējos astoņos čeka neizsniegšanas gadījumos darbinieks nesniedza nekādus komentārus, kāpēc netiek izsniegti čeks vai rēķins.

Tālāk rokasgrāmata piedāvā ūdenstūrisma uzņēmējam noderīgu lietvedības u.c. dokumentu paraugus. Galvenie uzņēmējam nepieciešamie dokumenti ir trīs: pakalpojumu piedāvājuma **pieteikums** teksta veidā, **līgums** par pakalpojuma rezervāciju, kam seko tūrisma inventāra nomas/ pakalpojumu rezervācijas līguma **rēķins – faktūra**. Šajā nodalā iekļautie visu trīs minēto dokumentu paraugi ir no „Q-Latvia” Kvalitātes zīmi ieguvušā ūdenstūrisma pakalpojuma sniedzēja „Jūras laivas” nepublicētiem materiāliem.

1 INVENTĀRA NOMAS PAKALPOJUMA PIETEIKŠANA

Pakalpojumu un inventāra nomas pieteikšanai dažādos uzņēmumos tiek lietotas atšķirīgas pieteikumu formas. Tā var būt integrēta elektroniskā veidā mājas lapā, piemēram, www.campo.lv vai, kā tas ir pārsvarā gadījumu, klients piesaka inventāru, atsūtot vēstuli e-pastā.

Pirms inventāra nomas pasūtīšanas klienta izvēlei tiek piedāvāti vairāki inventāra **nomas varianti**.

- Inventāra noma konkrētā uzņēmuma piedāvātajos standarta maršrutos.**

Maršruta nomas maksā iekļauts: inventāra komplekts (laiva, airi, drošības vestes pieaugušajiem) un transports tā nogādāšanai uz izvēlētā maršruta sākuma punktu un paņemšanai no maršruta beigu punkta.

- **Inventāra noma nestandarta maršrutam.**

Nomas maksi summējas no iznomāto inventāra vienību izmaksām, to daudzuma un tā transportēšanas attāluma.

- **Atsevišķu inventāra vienību noma.**

Papildu inventāra (bērnu vestes, sauso mantu maisi, mobilo tālruņu un karšu maciņi utt.) nomai norādāma pieteikumā, to izmaksas tiek iekļautas kopējā rēkinā – faktūrā (skat. „Inventāra nomas cenas“).

Nomas pieteikumu vēlamus veikt rakstiski, laikus nosūtot to uz e-pasta adresi.

Kad klients ir veicis izvēli par inventāra nomas variantu, tālāk viņš veido brīvā formā **PIETEIKUMU**, kurā viņam jānorāda:

- **izvēlētais variants** (ja tas ir nestandarta maršruts – tā sākuma un beigu punktus), vēlamais pasākuma laiks (nomas sākuma un beigu datumus);
- **inventāra vienību daudzumu** (kādas un cik laivas, kādas un cik papildu inventāra vienības);
- **personu, kura slēgs nomas līgumu** (fiziskai personai – vārds, uzvārds, dzīves vietas adrese, mob. tālr. num., e-pasta adrese; juridiskai personai – rekvizīti).

Pēc pieteikuma saņemšanas pieteicējs nekavējoties tiek informēts par iespējamo nomu. Ja inventārs norādītajā laikā ir pieejams, pasūtītājam elektroniski tiek nosūtīts nomas līgums un rēķins – faktūra.

Nomas rezervācija tiek uzskatīta par notikušu pēc rēķina – faktūras apmaksāšanas tajā norādītajā termiņā.

Gadījumos, kad bijusi vienošanās par pēcmaksu, rezervācija tiek uzskatīta par notikušu pēc garantijas vēstules saņemšanas.

Par servisa pakalpojumiem, kas tiek piedāvāti atsevišķos konkrētos uzņēmuma nomas punktos, vienošanās notiek nomas līguma slēgšanas gaitā.

<http://www.juraslaivas.lv/laivu-noma/>

Jautājumu saraksts klienta vajadzību izzināšanai pasūtījuma pieņemšanai

Arī rokasgrāmatas 2. nodaļā 1. tabulā ir kontroles jautājumi klienta vajadzību izzināšanai, lai uzņēmējs var sekot līdzi, vai ir savam potenciālajam klientam visu pavaicājis un visu pastāstījis, vai viss ir skaidrs un zināms tālākai dokumentu noformēšanai. Bet šis izziņas process ir tik svarīgs laivošanas veiksmīgai norisei, ka vēlreiz – **galvenie jautājumi klientam.**

- Kad?
- Kur?
- Cik dienas?
- Cik liela grupa?
- Kāda vecuma ?
- Cik bērni un kādā vecumā? Kāda iepriekšējā pieredze?
- Kāds ir vēlamais* inventārs?
- Kur tiks mīlies sākumā un beigās?
- Ko jums svarīgu vēl neesmu pajautājis?
- Vai jums ir kādi jautājumi man?
- Vai man viss ir skaidrs (atkārtošana/apstiprinājums)?
- Aicinājums kontaktēties neskaidrību gadījumā.

* Noskaidrojušam klienta pieredzi, Tev ir jāizvērtē, cik atbilstošas ir klienta vēlmes, vai viņš ir izvēlējies piemērotāko peldlīdzekli utt., un tieši drošības apsvērumu un klienta labsajūtas dēļ **Tev jāvada situācija. Tev šajā (un ikviens) situācijā jāapzinās savu PROFESIONĀLA LOMA – ne velti klients pēc padoma un palīdzības vēršas pie MEISTARA.**

2 TIPVEIDA LĪGUMS AR KLIENTU

(paraugs)¹⁴

Līgums par tūrisma pakalpojumu rezervāciju

Tūrisma uzņēmums „**KUÇOTĀJS**” SIA, reģ. nr. **40000000000**, turpmāk tekstā „Pakalpojumu Sniedzējs”, no vienas puses un **Biedrība „Korporatīvie pasākumi”**, turpmāk tekstā „Pakalpojumu Saņēmējs”, no otras puses, kopā arī „Līdzēji”, noslēdz šo līgumu, vienojoties par sekojošo:

¹⁴ No „Jūras laivas” dokumentu arhiva. Nepublicēts materiāls.

1. Līguma priekšmets

1.1. Šī līguma priekšmets ir pakalpojumi/tūrisma inventāra nomas rezervācija, kas norādīta šim dokumentam pievienotajā rēķinā – faktūrā.

2. Līguma noteikumi

2.1. Pakalpojumu Sniedzējs nodrošina pakalpojumus un/vai tūrisma inventāru kvalitātē, apjomā, vietā un laikā, par ko līdzēji vienojušies, fiksējot to šim dokumentam pievienotajā rēķinā – faktūrā.

2.2. Pakalpojuma/nomas rezervācijas gadījumā tā Saņēmējs nodrošina rēķina – faktūras summas priekšāpmaksu noteiktajā termiņā. Ja rēķina – faktūras summas apmaksu noteiktajā termiņā nav notikusi, rezervācija netiek saglabāta.

2.3. Visas līguma priekšmeta izmaiņas attiecībā uz pakalpojuma/nomas laiku un rezervētā inventāra daudzumu, kā arī pasūtījuma atcelšana, ir bezmaksas, ja tas izdarīts ne mazāk kā 14 dienas pirms pasūtījuma izpildes.

2.4. Ja rezervētais pakalpojums/noma tiek atteikta mazākā laikā nekā 14 dienas, bet ne vēlāk kā 48 stundas pirms tā izpildes, tiek ieturēta servisa maksa 15% apmērā, ja mazāk nekā 48 stundas – tiek ieturēta pasūtījuma pirmās dienas maksa.

2.5. Kompensācijas par neizmantotiem pakalpojumiem, saskaņā ar aprēķiniem pēc līguma 2.4. punkta., tiek pārskaitītas uz Pakalpojuma Saņēmēja norādīto bankas kontu 10 dienu laikā no atteikuma saņemšanas brīža.

2.6. Ja pakalpojuma Saņēmējs nav veicis rezervācijas atteikumu un nav ieradies pēc pasūtītā nomas inventāra, vai pakalpojuma saņemšanas laikā atsakās no daļas iznomātā inventāra vai pielīgtā pakalpojuma, kompensācijas par neizmantotiem pakalpojumiem, vai neizmantoto nomas inventāru, izmaksātas netiek.

2.7. Par atteikumiem, kas notiek pasūtījuma izpildes dienā nepiemērotu laika apstākļu dēļ, rezervācijas servisa maksa netiek ieturēta un Pakalpojuma Saņēmējam tiek dota iespēja izmantot pasūtījumu citā laikā. Pakalpojuma/nomas maksa atmaksāta netiek.

2.8. Līdzēji var savstarpēji vienoties par papildu pakalpojumu/nomas rezervāciju, kas nav bijuši iekļauti rēķinā – faktūrā šī līguma noslēgšanas laikā, pievienojot šim dokumentam papildus rēķinu – faktūru.

2.9. Ja bijusi vienošanās par pēcmaksas noteikumiem, summa apmaksājama līdz rēķinā – faktūrā norādītajam datumam. Pēc šī datuma, par maksājuma termiņa neievērošanu, tiek aprēķināta kavējuma nauda 5% (piecu procentu) apmērā no summas par katru kavēto dienu. Uz pēcmaksas gadījumiem neattiecas līguma 2.3.–2.7. punkta iespējas.

2.10. Pakalpojuma Saņēmējs apņemas lietot iznomāto tūrisma inventāru saskaņā ar tā lietošanas mērķi, atgriezt to tādā stāvoklī, kāds tas saņemšanas laikā fiksēts nodošanas – pieņemšanas aktā.

2.11. Ja iznomātais inventārs nomas laikā bojāts, kļuvis nelietojams vai nozaudēts, Pakalpojuma Saņēmējs, saskaņā ar līguma 4.3. punktu, atlīdzina nodarītos zaudējumus, kuru lielumu novērtē Pakalpojumu Sniedzēja speciālisti.

2.12. Pakalpojuma Saņēmējs atlīdzina par bojājumiem, kas izdarīti apmetņu vietās, kuru izmantošana iekļauta rēķinā – faktūrā noteiktajā pakalpojumā un fiksēti rēķinam pievienotajā nodošanas – pieņemšanas aktā.

3. Līguma darbības laiks

3.1. 2.2. punktā minētajā gadījumā līgums stājas spēkā ar rēķina – faktūras apmaksu tajā noteiktajos termiņos un darbojas līdz pušu savstarpējo saistību izpildei.

3.2. 2.9. punktā minētajā gadījumā līgums stājas spēkā ar brīdi, kad saņemta Pakalpojuma Saņēmēja garantijas vēstule.

3.3. Līgums var tikt pārtraukts pirms termiņa, ja līdzēji par to savstarpēji vienojas. Šādos gadījumos var notikt vienošanās par jauna līguma slēgšanu, pēc iespējas saglabājot iepriekšējā līguma rezervācijas priekšrocības.

4. Līdzēju atbildība

4.1. Pakalpojuma Sniedzējs ir atbildīgs par savu saistību kvalitatīvu izpildi rēķinā – faktūrā norādītajā apjomā un termiņā.

4.2. Pakalpojumu Saņēmējs ir atbildīgs par savu saistību izpildi, veicot laikus rēķina–faktūras apmaksu.

4.3. Pakalpojuma Saņēmējs ir atbildīgs par iznomātā inventāra saglabāšanu tā pilnas vērtības apjomā no brīža, kad ir saņēmis inventāru, līdz brīdim, kad nodevis to atpakaļ Pakalpojumu Sniedzējam. Inventāra vērtība tiek uzrādīta rēķinā – faktūrā.

4.4. Pakalpojuma Saņēmējs ir materiāli atbildīgs par zaudējumiem, kas šī līguma ietvaros un tā darbības laikā nodarīti Pakalpojumu Sniedzēja infrastruktūras objektiem Pakalpojumu Saņēmēja, tā ģimenes locekļu vai trešo personu rīcības rezultātā.

4.5. Par šī līguma saistību nepildīšanu vai to nepilnīgu izpildi, vai zaudējumu nodarišanu līdzēji atbild Latvijas Republikas likumdošanā noteiktajā kārtībā.

5. Noslēguma noteikumi

5.1. Domstarības, kas rodas šī līguma sakarā, vispirms risināmas līdzēju savstarpējās sarunās, bet, ja strīds šādā veidā nav izšķirams, tas risināms tiesā LR likumdošanā noteiktajā kārtībā.

5.2. Jebkuri papildinājumi līgumam ir spēkā, ja tie noformēti rakstiski un tos apstiprinājuši abi līdzēji.

5.3. Līgums sastādīts latviešu valodā divos eksemplāros, katram līdzējam pa vienam eksemplāram. Rēķins – faktūra (arī rēķini – faktūras, kas tai pievienoti saskaņā ar šīs vienošanās 2.8. punktu) ir šī līguma neatņemama sastāvdaļa.

Šis līgums ir distances dokuments, kas stājas spēkā ar tam pievienotā rēķina – faktūras priekšapmaksu (2.2. punkts) vai ar Pakalpojuma saņēmēja garantijas vēstuli, vienojoties par pēcapmaksas rēķina – faktūras izrakstišanu (2.9. punkts).

3 TIPVEIDA LĪGUMA RĒĶINS – FAKTŪRA

(paraugs)¹⁵

Tūrisma inventāra nomas / pakalpojumu rezervācijas līguma Rēķins – faktūra

Rēķins Nr. 1/5

Datums 2015. g. 1. maijs

Iznomātājs/pakalpojuma sniedzējs:**„KUGOTĀJS” SIA**

Reģ. nr. 40000000000

Fotogrāfu iela 1, Rīga, LV-1000

e-pasts: kugotajs@kugotajs.eu

A/S Swedbanka, HABALV100

Konts: LV100HABA1111111111

Kontakti: GSM 29000000

Nomnieks/pakalpojuma saņēmējs:**Biedrība „Korporatīvie pasākumi”**

Reģ. Nr.4 1111111111

Kuģinieku iela 2, Rīga, LV-1111

e-pasts: korporativie@korporativie.eu

A/S Swedbanka, HABALV200

Konts: LV200HABA22222222222222

Kontakti: GSM 29111111

Inventāra saņemšanas laiks un vieta: Tilts pār Kuģu upi Rīgas - Niedres ceļš / 2015. 15. 05**Inventāra nodošanas laiks un vieta:** Niedres pilsēta, Tilts pār Kuģu upi / 2015. 15. 05**Kontaktpersona maršrutā:** Žanis, tālr: 26 222 222

Nr.	Inventāra/ pakalpojuma nosaukums/ apraksts	Daudzums	Papildus dienu skaits	Maršruta cena	Papildus dienu cena	Summa	Inventāra vērtība
1.	Tūrisma inventāra noma Kuģu upes maršrutā						
1.1	SOT RTM Lagoon2	4	-	37,00	-	148,00	4x810,00
1.2	Hidrotēripi	7	-	5,00	-	35,00	5x75,00
1.3	Transports	1	-	20,00	-	20,00	-
1.4	Airi	8	-	gab.	-	-	8x35,00
1.5	Drošības vestes	7	-	gab.	-	-	7x55,00
Apmaksai:						203,00	

¹⁵ No "Jūras laivas" dokumentu arhiva. Nepublicēts materiāls.

Rēķina apmaksas termiņš: 2015. gada 3. maijs

Piezīmes:

1. Šis rēķins – faktūra ir neatņemama Līguma sastāvdaļa.
2. Rezervācijas Līgums stājas spēkā ar rēķina apmaksu.
3. Apmaksājot šo rēķinu, jūs apstiprināt, ka esat iepazinies ar Līguma noteikumiem un piekrītat tos ievērot.
4. Distances Līgums un rēķins ir derīgi bez paraksta.
5. Pakalpojuma sniedzējs nav PVN maksātājs.

Rēķinu izrakstīja A.Bērziņš

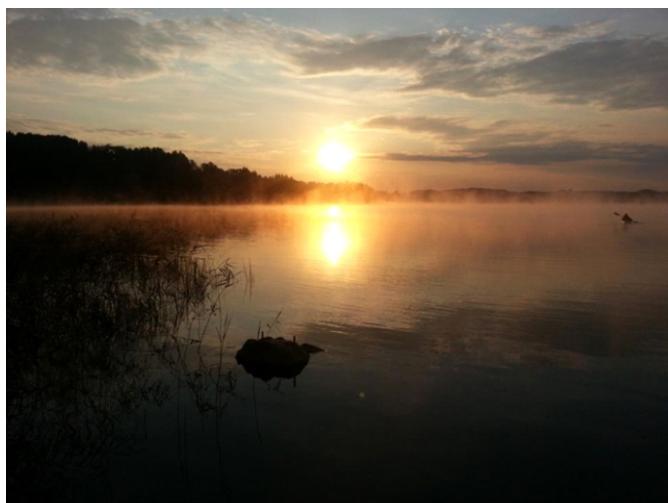
IZMANTOTIE AVOTI

1. Basic Canoeing. All the Skills and Tools You need to get started. Stackpole Books, 2003.
2. Discover Nature. Welcome to the National and Regional Parks of Lithuania. Ministry of Environment. Department of Forests and Protected Areas. Vilnius, 2000.
3. Grīnfeldē I. 2015. Vidzemes Augstskolas lektore, intervija 2015. g. 28. maijs.
4. Gustovskis A., Rozīte M., Smaljinskis J., Gailītis J., Reimane S., Grunsberga D., Lute B. Tūrisms Kurzemē. Labās prakses piemēri. Rokasgrāmata tūrisma pakalpojumu attīstībai. Kurzemes Tūrisma asociācija, 2011.
5. Jansone M. 2015. "Jūras laivas" pārstāvē, intervija 14. aprīlis.
6. Jansons R. 2015. "Aizsniegt debesis" pārstāvis, intervija 2015.g. 28.maijs.
7. "Jūras laivas" dokumentu arhīvs. Nепublicēts materiāls.
8. Līvina A. 2015. Vidzemes Augstskolas asocietā profesore, intervija 2015. g.jūnijā.
9. Lukss I. Ar laivu Latvijas ūdeņos, Ūdenstūrisma maršruti. Rīga, RJTS,1991.
10. Pižiks R. 2015. "Daba Laba" pārstāvis, intervija 2015. g. 25. aprīlis.
11. Pritchett L. Stop Paddling & Start Rocking the Boat: Business Lessons from the School of Hard Knocks, 2007, USA.
12. "Projekta Riverways Ūdenstūrisma pakalpojumu sniedzēju apmācību semināru rezultātu izvērtējums". Nепublicēts materiāls.
13. Radošās darbnīcas projekts „Tūre pa Latgali & Pleskavu”, 2007.
14. Responsible Tourism Handbook. SA, 2003.
15. „Slepenā klienta” testa rezultāti. Metode īstenota 2014. gada tūrisma sezonas laikā. īstenotājs “TNS Latvia”.
16. Smaljinskis J. „Ūdenstūrisms kā ieguvums dabas aizsardzībai”. Prezentācija. 2008. g.
17. Smaljinskis J., Ziemele A. Ūdenstūrisma informācijas sniedzēja rokasgrāmata. Vidzemes attīstības aģentūra. 2006. g.
18. Šēfers T. 2015. "Jūras laivas" pārstāvis, intervija 2015. g. 14. aprīlis.
19. Šulca L. 2015. "Jūras laivas" pārstāvē, intervija 2015. g. 14. aprīlis.
20. Svitīņš G. 2015. "Laivnieks" pārstāvis, intervija 2015. g. 28. aprīlis.
21. „TNS Latvia” prezentācija „Klientu apkalpošanas kvalitātes novērtējums Latvijas ūdenstūrisma uzņēmumos”. 2014.g.jūlijā.
22. Tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošā vārdnīca. Autoru kolektīvs. Izdevējs: LR Ekonomikas ministrija. 2008. g.
23. Vasile R., Pārgaujas novada tūrisma speciāliste. Telefonintervija 2015. gada 10. janvāris.
24. Ventspils muzejs 2014. Livonijas ordeņa pils. <http://muzejs.ventsipils.lv/livonijas-ordena-pils/>. Resurss apskatīts 2014. gada 5. novembrī.
25. Zāķis J. 2015. "Jeņču laivas" pārstāvis, intervija 2015. g. 2.jūnijā.
26. Q-Latvia rokasgrāmata. Latvijas Tūrisma attīstības valsts aģentūra, 2011.
27. <http://atpaddles.com>
28. <http://boatertalk.com/gear/gear.php>
29. <http://www.boatsafe.com/kids/pfdslaws.htm>
30. <http://www.campo.lv>
31. <http://www.compasswriting.com>

32. <http://www.copeslapa.lv>
33. <http://cpo2lvr.detours.ch>
34. <http://www.endlessriveradventures.com>
35. <http://www.juraslaivas.lv>
36. <http://patagoniastudyabroad.com>
37. <http://www.pfdma.org/local/downloads/documents/pfdmabrochure.pdf>
38. http://www.oars.com/files/itineraries/Green_River_Gates_of_Lodore_Itinerary.pdf#zoom=100
<http://www.pineypaddlers.com>
39. <http://www.raid.lv>
40. http://www.tvnet.lv/zala_zeme/zala_dzive/173079-udensturisms_atkal_modes_lieta
<http://www.vesels.lv/raksti-par-veselibu/slikti-jutos/apsaldeties-tas-ir-nopietni.html>
41. <http://www.upese.lt>
42. <http://www.vidzeme.lv>
43. <http://www.wavesport.com>

Why I love kayaking? One, because of the amazing places and incredible people it has introduced me to, two, because it always makes me feel better, and for the way that when you kayak, the river and the moment you are in becomes your full and only focus. Kayaking allows me to be present and connect with the world around me in a way that is incredibly special.

Anna Bruno, New River Academy¹⁶



39. attēls. **Saulēkts Kāla ezerā.** Foto: Liesma Grīnberga

¹⁶ Kāpēc man patīk smailošana? Pirmkārt, tāpēc, ka tā es iepazīstu apbrīnojamas vietas un iedvesmojošus cilvēkus, otrkārt, tāpēc, ka tas vienmēr liek man justies labāk, un tajā brīdi ir iespēja pilnībā koncentrēties tikai uz upi un kajaku. Smailošana dod man klātbūtnes sajūtu un savieno mani ar pasauli ipašā veidā.

Projekta izstrāde un vadība: Latvijas Zinātņu akadēmijas Ekonomikas institūts



Linking Estonia and Latvia
Part-financed by the European Regional Development Fund



European Union

