

## Mārupes novada tūrisma konsultatīvās padomes sēde

### SĒDES PROTOKOLS Nr. 3

**DATUMS:** 2019. gada 30. maijs

**SĒDE SĀKAS:** plkst. 16.00

**VIETA:** Mārupes novada dome, Daugavas iela 29, Mārupe.

#### **PADOMES SASTĀVS ( piedalās):**

1. **Ilze Krēmere**, Mārupes novada Dome, Attīstības nodaļas vadītāja;
2. **Elīna Brigmane**, Mārupes novada Dome, Attīstības nodaļas tūrisma organizators;
3. **Pēteris Pikše**, Mārupes novada Dome, Attīstības un vides jautājumu komitejas priekšsēdētājs;
4. **Alīna Lukjanceva**, biedrība "Pierīgas partnerība" pārstāvis;
5. **Rolands Janeks**, Mārupes novada iedzīvotājs;
6. **Rūta Skujeniece**, biedrība "Mārupes uzņēmēji" pārstāvis;
7. **Alfs Raudis**, biedrības "Marutas Raudes mākslas centrs" pārstāvis;
8. **Gunta Lielkāja**, pensionāru biedrības pārstāve;

#### **PADOMES SASTĀVS (nav ieradusies):**

9. Irina Millere, Atpūtas vieta "Karpu dīķis Kastos, SIA "AV Apsaimniekotājs" objekta pārvaldniece;
10. Ilmārs Jasinskis, Mārupes novada iedzīvotājs;
11. Guntis Ruskis, biedrība "Mārupes BMX klubs", valdes priekšsēdētājs;
12. Artūrs Rozenfelds, Mārupes novada iedzīvotājs;
13. Kristaps Gredzens, veikborda parka "Mārupe Wake park" īpašnieks;
14. Miķelis Jakunovs, Mārupes novada iedzīvotājs.

#### **PIEAICINĀTIE (piedalās):**

1. Elīna Puncule, Biznesa Vēstniecība, izpilddirektore;
2. Ilze Žunde, MND Sabiedrisko attiecību speciāliste;
3. Andris Klepers, SIA "Nocticus" pārstāvs;

#### **Mārketinga konsultatīvās padomes dalībnieki:**

4. Jolanta Kursiša, MND Attīstības nodaļas uzņēmējdarbības attīstības konsultante;
5. Uva Bērziņa, MND, Sabiedrisko attiecību speciāliste;
6. Rūta Skujeniece, SIA "Madara Cosmetics" pārstāve;
7. Monta Strēle, SIA "11011 STORIES" valdes locekle;
8. Silvestrs Savickis, biedrība "Mārupes uzņēmēji" pārstāvis;
9. Marina Vancāne – Grāvīte, Mārupes novada iedzīvotāja.

*Tūrisma un mārketinga konsultatīvās padomes sēde notiek apvienotā kārtībā.*

## **DARBA KĀRTĪBA:**

- 1. Jauna dalībnieka ievēlēšana Tūrisma konsultatīvās padomes sastāvā;**
- 2. Biedrības “Pierīgas partnerība” aktivitāšu pārskats;**

### **3. Ar Attīstības programmas izstrādi saistītie jautājumi:**

- Mārupes novada tūrisma attīstības stratēģijas 2016. – 2020. gadam īstenošanas progress;
- Mārupes novada pilsētvides mārketinga un komunikācijas stratēģijas 2016. – 2020. gadam īstenošanas progress
- iedzīvotāju un uzņēmēju aptauja par pakalpojumu kvalitāti un uzņēmējdarbību ietekmējošiem faktoriem.

### **4. Ar zīmolvedības stratēģijas izstrādi saistītie jautājumi.**

## **NORISE**

**Darba kārtības 1. jautājums - jauna dalībnieka ievēlēšana Tūrisma konsultatīvās padomes sastāvā.**

**I.Krēmere** informē, ka ir saņemts E.Puncules iesniegums, kurā izteikta vēlme pievienoties Tūrisma konsultatīvās padomes sastāvam.

**E.Puncule** iepazīstina ar sevi klātesošos. Mārupiete piektajā paaudzē, ieinteresēta Mārupes novada attīstībā, kā arī “Biznesa Vēstniecība”, kuras izpilddirektore ir E.Puncule, atbalsta dažādas novadā notiekošas aktivitātes.

**I.Krēmere** aicina klātesošos Tūrisma padomes locekļus balsot par E. Puncules uzņemšanu Tūrisma konsultatīvās padomes sastāvā.

**Tūrisma konsultatīvās padomes locekļiem vienbalsīgi balsojot “PAR”, E.Puncule uzņemta Tūrisma konsultatīvās padomes sastāvā.**

**Darba kārtības 2. jautājums - Biedrības “Pierīgas partnerība” aktivitāšu pārskats.**

**A.Lukjanceva** iepazīstina ar biedrības “Pierīgas partnerība” aktivitātēm. Vienā no pirmajām Tūrisma konsultatīvajām padomēm tika izklāstīta informācija, ka biedrība “Pierīgas partnerība” ir uzsākusi sadarbību ar sešiem novadiem tūrisma attīstībai: Babīti, Mārupi, Olaini, Ķekavu, Jelgavu, Ozolniekiem. Sadarbībā ar A.Kleperi ir izstrādāta tūrisma attīstības stratēģija, ir definētas četras zīmola tēmas, piemēram, darījuma tūrisms, aktīvā

atpūta ar ģimeni u.c. Šobrīd ir uzsākta stratēģijas īstenošana, izstrādājot kopēju karti, apmācot pirmos Pierīgas gidus, izveidojot kopīgus tūrisma maršrūtus, uzsākot kopīgus pieredzes apmaiņas braucienus. Ir izveidota telts un spēle, ar kuru piedalīties dažādos pasākumos. Izveidota arī jauna lapa “Tūrisms kopā” sociālajā tīklā Facebook, kur tiek likta informācija gan par projektiem, gan pasākumiem katrā no iesaistītajiem novadiem. Visa informācija vienkopus ir pieejama biedrības “Pierīgas partnerība” mājas lapā.

**E.Brigmane** papildina, informējot klātesošos par 20. jūnija pieredzes apmaiņas braucienu Mārupē.

**R.Skujeniece** norāda uz zemo lapas sekotāju skaitu (170) un aicina pārdomāt, kādiem līdzekļiem veicināt facebook lapas “Tūrisms kopā” popularitāti.

**M.Strēle** iebilst pret lapā esošo ziņu stilistiku, nosaukumu lietošanu, aicina ieturēt konsekvenci ziņu tekstuālajā noformējumā.

### **Darba kārtības 3. jautājums - Attīstības programmas 2020. -2026. gadam izstrāde.**

**J.Pētersons** iepazīstina klātesošos ar Mārupes novada tūrisma attīstības stratēģijas 2016. – 2020. gadam īstenošanas un Mārupes novada pilsētvides mārketinga un komunikācijas stratēģijas 2016. – 2020. gadam īstenošanas progresu. J.Pētersons norāda uz rīcībām, kuras tūrisma attīstības stratēģijas ietvaros izpildītas daļēji – skat. prezentāciju (1. PIELIKUMS).

Diskusija.

**J.Pētersons** turpina ar mārketinga un komunikācijas stratēģijas rīcībām, kuras nav izpildītas, un rīcībām, kas izpildītas daļēji – skat. prezentāciju (1. PIELIKUMS).

**J.Pētersons** izklāsta iedzīvotāju anketēšanas rezultātus, kurā jautājumi par mārketinga tēmu netika iekļauti, bet no brīvajām atbildēm attiecināmas uz mārketinga jomu ir sekojošas:

- “Novada mājas lapā pasākumu piedāvājums ir nepārskatāms”;
- “Vairāk informēt par esošajiem pasākumiem”;
- “Drošu un sakarīgu infrastruktūru āra aktivitātēm”.

**J. Pētersons** izsaka pieņēmumu, ka iedzīvotāji, kuri izjūt informācijas trūkumu par novadā organizētajiem publiskajiem pasākumiem, iespējams nepārvietojas cauri Mārupei pa Daugavas ielu, kur regulāri ir izvietoti lielāko pasākumu informatīvie baneri.

**M.Strēle** iebilst trīs uzskaitīto iedzīvotāju viedokļu analizēšanai, jo tie, attiecībā pret kopējo respondentu skaitu, statistiski nav ņemami vērā.

**J.Pētersons** prezentē rekomendācijas, paužot viedokli, ka turpmāka atsevišķas tūrisma attīstības un mārketinga komunikācijas stratēģijas izstrāde nav lietderīga, tā vietā nepieciešamās rīcības integrējot Mārupes novada attīstības programmā.

**I.Krēmere** pauž atbalstu J.Pētersona rekomendācijai.

**M.Strēle** piekrīt, ka jomas ir pārlietu sadalītas.

Diskusija.

**J.Pētersons** aicina izteikt viedokli par tūrisma produktu piedāvājumu novadā, piemēram lidosta “Rīga” un lidmašīnu vērošanas laukums.

**I.Krēmere** norāda, ka joprojām tiek strādāts pie aviācijas muzeja izveides iespēju apzināšanas Skultē.

**E.Brigmane** norāda, ka šī jautājuma virzību tiešā veidā ietekmē fakts, ka zeme, uz kuras ir vēlme aviācijas muzeju izvietot, nepieder pašvaldībai. Līdzšinējo gadu laikā ir panākta visu pušu izpratne par situāciju un vienotība vēlmē muzeja ideju realizēt.

**R.Skujeniece** norāda, ka nepieciešams uzskaitīt tūrisma plūsmu pašvaldības realizētajos tūrisma objektos, lai mērītu katra konkrētā projekta atdevi.

Diskusija.

*Sēdei pievienojas A.Klepers, zīmolvedības stratēģijas izstrādātājs.*

**I.Krēmere** aicina A.Kleperu izteikt viedokli par tūrisma informācijas centra (turpmāk – TIC) nepieciešamību Mārupes novadā.

**A.Klepers** norāda, ka TIC funkcija informēt apmeklētājus mazinās, jo informācija ir nepieciešama digitāli, lietotnēs, tāpēc TIC jātransformējas par to, ko sauc par “destination

management” organizācijām, kur nāk uzņēmēji, kuri piedalās lēmumu pieņemšanā un aktivitāšu līdzfinansēšanā. Šāds modelis šobrīd ir tikai pāris vietās Latvijā, bet tas jau ir pierādījis, ka pāris gadu laikā ir iespējams piedzīvot izrāvienu. Uzliekot TICu vienkārši kā informatīvu vietu, tas nenesīs ekonomisku labumu. Tūrisma veicināšana nav saistīta ar to, vai TICs fiziski eksistē, vai nē, bet viennozīmīgi, ka pašvaldībā ir jābūt tūrisma speciālistam, kas meklē sadarbības iespējas ar uzņēmējiem.

**Turpmākajā diskusijā** izskan viedokļi, ka TIC var būt digitāls, bet no lietotāja viedokļa tam ir jābūt vienkāršam un saprotamam. Otrkārt, šobrīd Mārupē pietrūkst tūrisma pakalpojumu sniedzēji, kas tik pat labi pakalpojumus varētu piedāvāt caur TIC. Treškārt, radoši jāizmanto potenciāls, ko sniedz lidostas atrašanās novadā un fakts, ka iedzīvotājiem un viesiem patīk apmeklēt lidostas novērošanas laukumu.

#### **Darba kārtības 4. jautājums – zīmolvedības stratēģijas izstrādes jautājumi.**

**A.Klepers** iepazīstina klātesošos ar veicamo uzdevumu, kura mērķis ir darba grupu diskusijās noformulēt asociācijas ar Mārupi (sabiedriski nozīmīgi objekti, atšķirīgās iezīmes, emocionālie ieguvumi u.c.) A.Klepers izsniedz izdales materiālus.

#### **PIENEMTIE LĒMUMI:**

1. Uzņemt E.Punculi Tūrisma konsultatīvās padomes sastāvā.

#### **PIELIKUMĀ:**

1. PIELIKUMS – prezentācija.

#### **SĒDI BEIDZ:** plkst. 18:00

Protokolēja: Attīstības nodaļas vadītāja palīgs

I.Šaroka

Padomes priekšsēdētāja: Attīstības nodaļas vadītāja

I. Krēmere