Tiešsaistes seminārs "Uzņēmējiem pieejamie atbalsti un programmas reģiona līmenī"
Mārupe, 26.10.2021

"KULTŪRAS UN DABAS MANTOJUMA VĒRTĪBA VIETU SOCIĀLEKONOMISKAJAI ATTĪSTĪBAI, TOSTARP TŪRISMA PRODUKTU ATTĪSTĪBAI, KOPIENU UN VIETU IDENTITĀTES STIPRINĀŠANAI

RPR PROJEKTA "VIETĒJĀS GARŠAS"/ LOCAL FLAVOURS PIEREDZE, RĪCĪBAS PLĀNA IZSTRĀDE UN PLĀNOTĀS AKTIVITĀTES"

Sabīne Skudra
Edgars Ražinskis

sabine.skudra@rpr.gov.lv
edgars.razinskis@rpr.gov.lv

RĪGAS PLĀNOŠANAS REĢIONS

Local Flavours
Interreg Europe

Interreg Europe
European Union | European Regional Development Fund

Projekta **«Vietējās garšas»** *Local Flavours* **attīstība**

Kultūras mantojums kā vietas identitātes avots, lielā mērā tieši **ietekmē** iedzīvotāju radošumu, **motivētību izstrādāt ražojumus ar augstu pievienoto vērtību**, ieinteresētību vietas attīstībā, sabiedrības un atsevišķu indivīdu piederību vietai un kopienai, spēcina nacionālo pašapziņu *(Elsorady, 2011; Hani et al, 2012).*

Kultūras kapitāla nozīmes palielināšanos ir būtiski ietekmējušas **pārmaiņas globālajā ekonomikā** – pārorientēšanās no resursus tērējošas industrijas uz radošo industriju, kuras pamatresurss un konkurētspējas avots ir cilvēka radošums, iztēle, intuīcija – īpašības, kuru galvenā veidotāja ir kultūra (LIAS, 2010).

Local Flavours projektā izmantojam novatoriskas analīzes un lēmumu pieņemšanas metodes mazāk atzītām, bet unikālām vietām ar mērķi izmantot to autentisko kultūras mantojumu kā nozīmīgu reģionālā tūrisma veidojošo daļu.

KRAFT indeksa analīzes un novērtēšanas metodika

***PAMATIDEJA**: Atbalstīt reģionālo attīstību, koncentrējoties uz vietējām vērtībām, mantojumu, identitātes elementiem, kultivēšanu dažādos kopienu līmeņos un to materializācijas potenciālu, ar ko virzīties arī uz reģiona starptautiskās konkurētspējas stiprināšanu.*

Trīs savstarpēji saistītie apvidu vai vietu kapitāla līmeņi:

- **Ainaviskais fons** – pilsētvide (cilvēka radītas vērtības un dabiskumam pietuvināta vide – unikālas vērtības;
- **Vietas identitāte** - mantojums, kultivētas, modīgās vai pašapgūtas vērtības VS vispārēji pieņemts (iemācītas) vērtības;
- **Kopienas kultūra** - vērtību kultivēšana interešu grupās, kopienās, sociālajos tīklos.

KRAFT metodoloģija – *KRAFT Index Analysis and Evaluation Methodology*

Projekta vadošā partnera – ungāru zinātniskā institūta (iASK) mērķtiecīgi attīstīta metodoloģija, **lai atbalstītu reģionālo attīstību, koncentrējoties uz vietējām vērtībām, mantojumu, identitātes elementiem**, tā visa **kultivēšanu** dažādos kopienu līmeņos un to materializācijas potenciālu.

KRAFT metodoloģija ietver kritēriju kopu, lai novērtētu potenciālu un identificētu sasniegumus veicinošās aktivitātes.

Kritēriju kopā ietilpst:

- **sociālā kapitāla potenciāls** – prasmju, zināšanu un talantu, vietējās kopienas saišu un sadarboties mākas izvērtējums;
- **ekonomiskās izaugsmes potenciāls** – materiālās bāzes, infrastruktūras un dabas vides kvalitāšu izvērtējumu;
- **identitātes spēcīgums un unikalitāte** - vietu vērtību, mantojuma, ainaviskā fona, vides kvalitātes, tradīciju un dzīvesveida šarma izvērtējums, kā arī, kāds ir potenciāls likt šīm vērtībām materializēties.

Rīgas plānošanas reģiona administratīvās teritorijas robeža

Rīgas metropoles telpas
- Metropoles iekšējā telpa
- Metropoles ārējā telpa
- Metropoles tiešas funkcionālās ietekmes areāls

BABĪTES NOV. Novads
Ķeipenes Novada pagasts

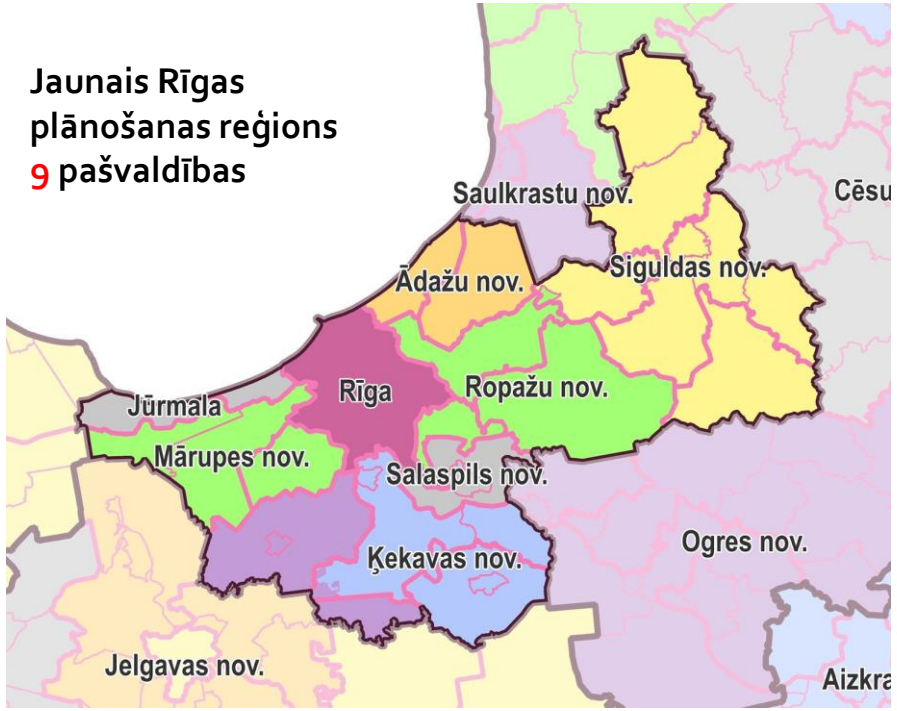
RĪGA Valsts galvaspilsēta – republikas pilsēta
JELGAVA Republikas pilsēta
Sigulda Pilsēta – reģionālas nozīmes attīstības centrs
Jaunjelgava Novada pilsēta

Valsts robeža
Rīgas plānošanas reģiona robeža
Citu plānošanas reģionu robeža
Novadu un republikas pilsētu robeža
Novada teritoriālo vienību (pilsētu un pagastu) robeža

2021/07

Iepriekš Rīgas Plānošanas reģionu veidoja 30 pašvaldības

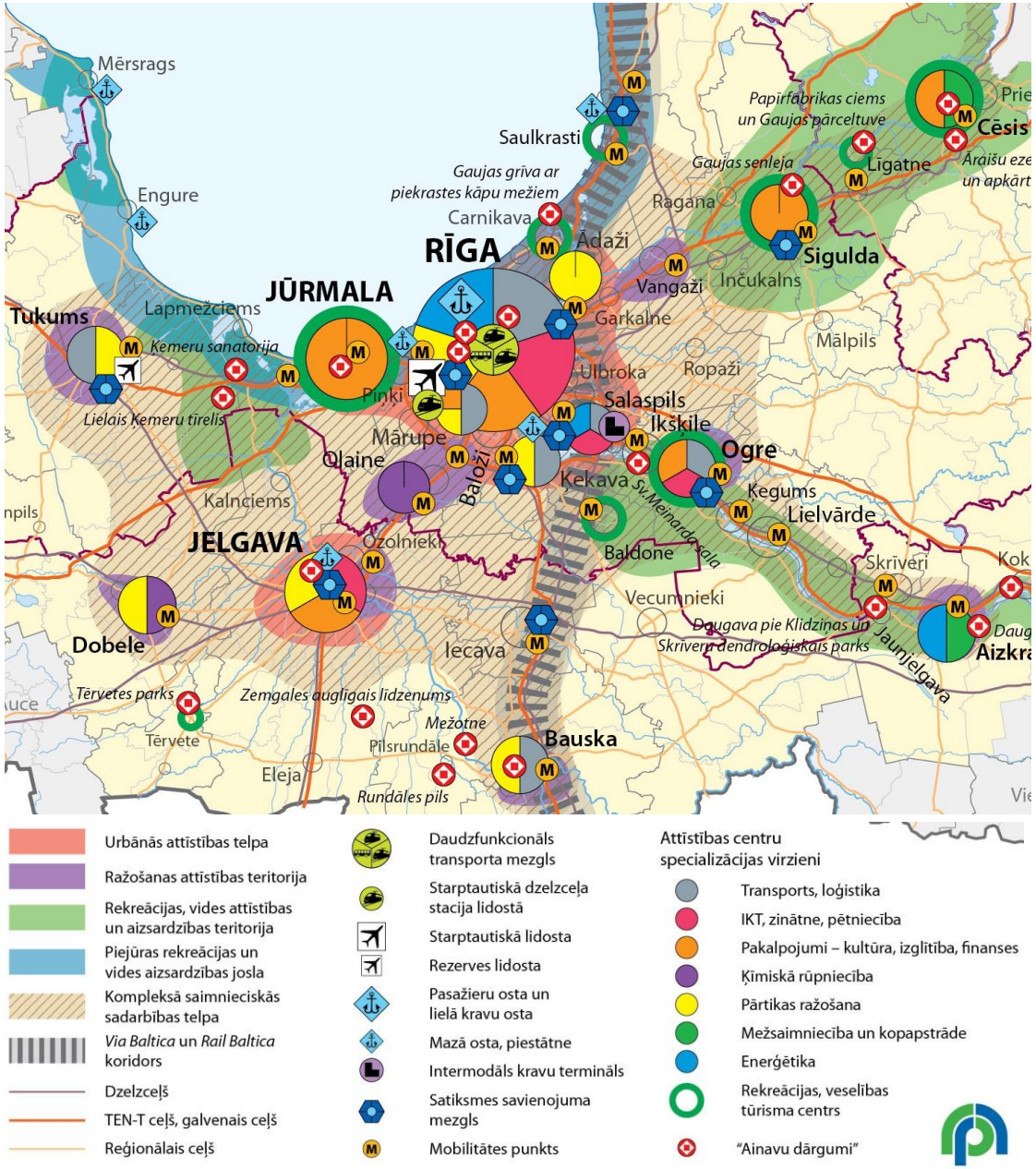
Jaunais Rīgas plānošanas reģions 9 pašvaldības



Local Flavours
Interreg Europe

Interreg Europe
European Union | European Regional Development Fund

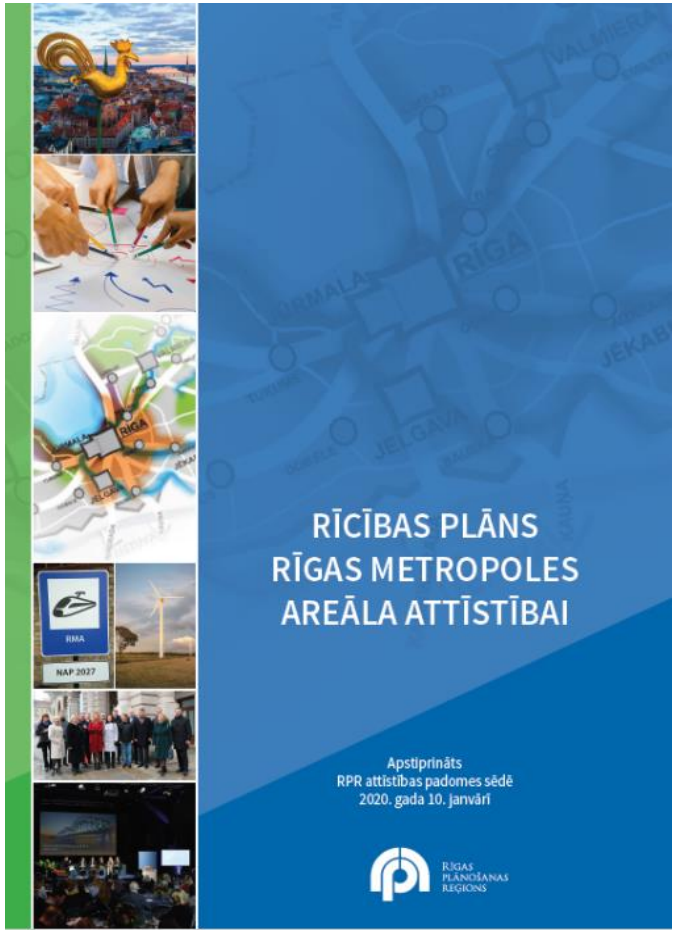
REĢIONĀLĀ UN STARPTAUTISKĀ KONKURĒTSPĒJA



- **Viedas attīstības teritoriju noteikšana un attīstības atbalsts** - metropoles areāla teritoriju ar augstu attīstības potenciālu identificēšana – situācijas kartēšana un specializācijas iespējas.
- **Rīgas metropoles areāla mārketings un zīmolvedība**: reģiona kopīgu vērtību un resursu reprezentācija starptautiskā mērogā.
- **Kompleksa reģionāla mēroga tūrisma piedāvājuma veidošana,** vienota tūrisma piedāvājuma pārvaldība reģionā (specializācijas)
- **Starptautiski nozīmīgu sporta un kultūras dzīves notikumu veicināšana,** paplašinot mērogu daļai no esošajiem notikumiem, attīstot jaunus;
- **Starptautisko transporta mezglu** (Rīgas ostas, starptautiskās lidostas "Rīga", Centrālās dzelzceļa stacijas un Salaspils intermodālā kravu termināla) **infrastruktūras attīstīšana, savstarpēja sasaiste un efektīva sasniedzamība**

DABAS VIDE UN RESURSI

- **Dabas resursu izmantošanas rekreācijai** (Iekšējo ūdeņu un ūdensmalu izmantošanas, apsaimniekošanas un apbūves noteikumi, vienota apsaimniekošana un pārvaldība; Antropogēno slodžu regulēšanas pasākumi Pierīgas mežos un purvos; Kopīgu rekreācijas teritoriju un aktīvās atpūtas vietu veidošana Pierīgā sadarbībā ar Rīgas pilsētu)
- **Aprites ekonomikas attīstība Rīgas metropoles areālā** (Atkritumu šķirošana un dalīta savākto atkritumu apsaimniekošana, videi draudzīgo tehnoloģiju izmantošana; Centralizētas biomasas savākšanas vietu izveide un attīstība)
- **Vides pārvaldības jautājumu risināšana** (Pārrobežu piesārņojums (gaisa, ūdens, skaņas) – it īpaši objektiem un telpām, kas skar divas vai vairāk pašvaldības; Pasākumi dabas un neapbūvēto teritoriju saglabāšanai; Zaļo un zilo teritoriju saglabāšana, vides kvalitātes uzraudzība (īpaši Rīgas 'zaļā josta' un Rīgas – Pierīgas iekšējie ūdeņi).



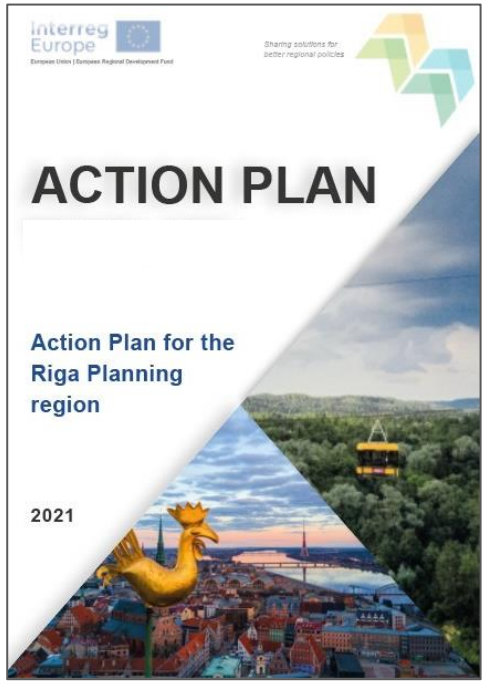
REĢIONĀLĀ UN STARPTAUTISKĀ KONKURĒTSPĒJA
Biznesa vide, tūrisms, kultūra, sports un reģionālais mārketings

TRANSPORTS UN MOBILITĀTE
Sasniedzamība, pieejamība un sabiedriskais transports

APDZĪVOJUMA STRUKTŪRA
Mājokļi un apdzīvoto vietu dzīves vides sakārtošana

PUBLISKIE PAKALPOJUMI
Izglītība, mūžizglītība, veselība, kultūra, sports un brīvā laika pavadīšanas iespējas

DABAS VIDE UN ENERĢĒTIKA
Vides stāvoklis, vides un dabas resursu pārvaldība, klimata pārmaiņu ietekme, energoefektivitātes pasākumi un atjaunojamie energoresursi



Action 1 **Reģiona tūrisma ekosistēmas datu bāze un tīklojuma karte**
Action 2 – **Reģiona zaļās mobilitātes tūrisma karte un pakalpojumu e-kiosks**
Action 3 – **Digitātās pratības meistrklases un mentoru tīkls**

Local Flavours
Interreg Europe

RESPONDENTI : PAŠVALDĪBU NORĀDĪTAS 50 ORGANIZĀCIJAS.

pamatojoties uz KRAFT metodes kritērijiem, responenti izceļas ar:

- Sociālā kapitāla veidošanas potenciālu;
- Ilgtspējas pazīmēm;
- Radošumu;

RESPONDENTU PROFILS

63% sievietes, 37% vīrieši

55% ģimenes uzņēmums

16% viena darbinieka uzņēmums

11% uzņēmums: ģimene+

9% valsts/ pašvaldības

9% biedrības

Zelmas maiznīca

RESPONDENTU PROFILS

36% tūrisms ir pamatnodarbošanās;

48% pārcēlušies vai atgriezušies pēc ilgākas prombūtnes no Rīgas;

33% vietējie;

13% no citas vietas Latvijā;

4 % no kaimiņnovada;

2% ārpus Latvijas.

Viesu nams "Gungas"

PROFILS

48% kultūras (dabkultūras) tūrisms;

21% darījumu tūrisms (pamatā kāzas un citi svinīgi pasākumi);

7% veselības un labjūtes tūrisms

…….

KOPIENAS RAKSTUROJUMS

41% atzina, ka novadu pašvaldībās **kopienas sajūta** ir, tomēr tā ir sadrumstalota;

39% raksturoja novadu, kā Rīgas guļamrajonu **bez izteiktas kopienas**;

20% aptaujāto uzskata, ka novadā **nav savas kopienas.**

Sauleskalns, Ropaži.

KONKURĒTSPĒJAS PRIEKŠROCĪBA - ODZIŅA

52% sniedz iespēju apgūt jaunas prasmes;

52% veido publiskus pasākumus;

43% iespēja apgūt jaunas zināšanas (t. sk kompetenču izglītība, Namdaru darbnīca, Lūšu drava, utt.)

45% daba ir daļa no tūrisma produkta pieredzes (Gungas, Ārpus laika, Pelikāns SPA);

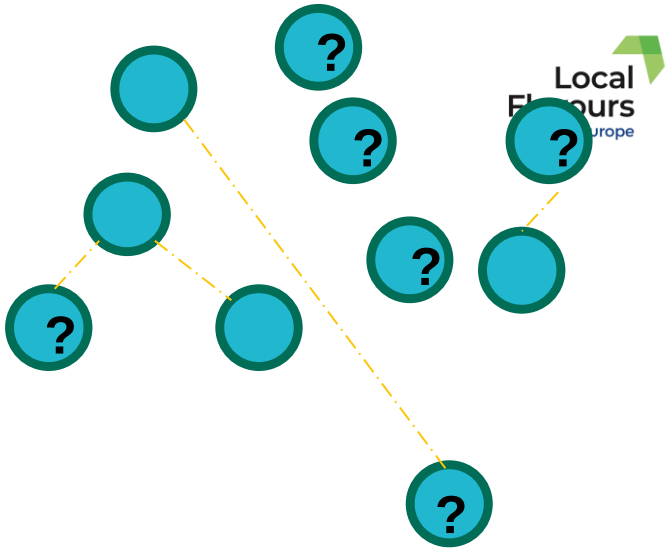
34% daba un dabas resursi ir produkta neatņemama sastāvdaļa (Kazas laukos, Milžu trase, Baložu kūdras bānītis);

Skolēnu ekskursija Sauleskalna atpūtas kompleksā.

VIEDOKĻU APMAIŅA UN TĪKLOŠANĀS

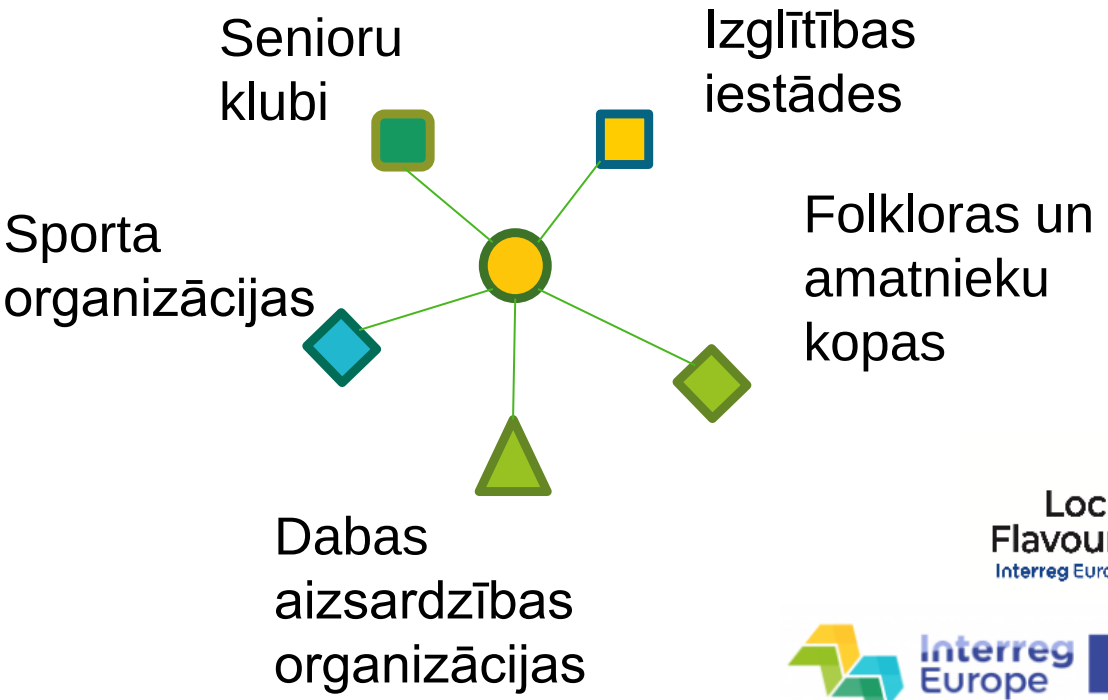
37% aptaujāto uzņēmumi atzina, ka tiem nav informācijas par citiem novadā esošiem tūrisma produktiem.

Vide un instrumenti teritoriālo kaimiņu tūrisma produktu iepazīšanas un sadarbības veicināšanai (pašvaldības un plašākā mērogā!



KOPIENU SADARBĪBA

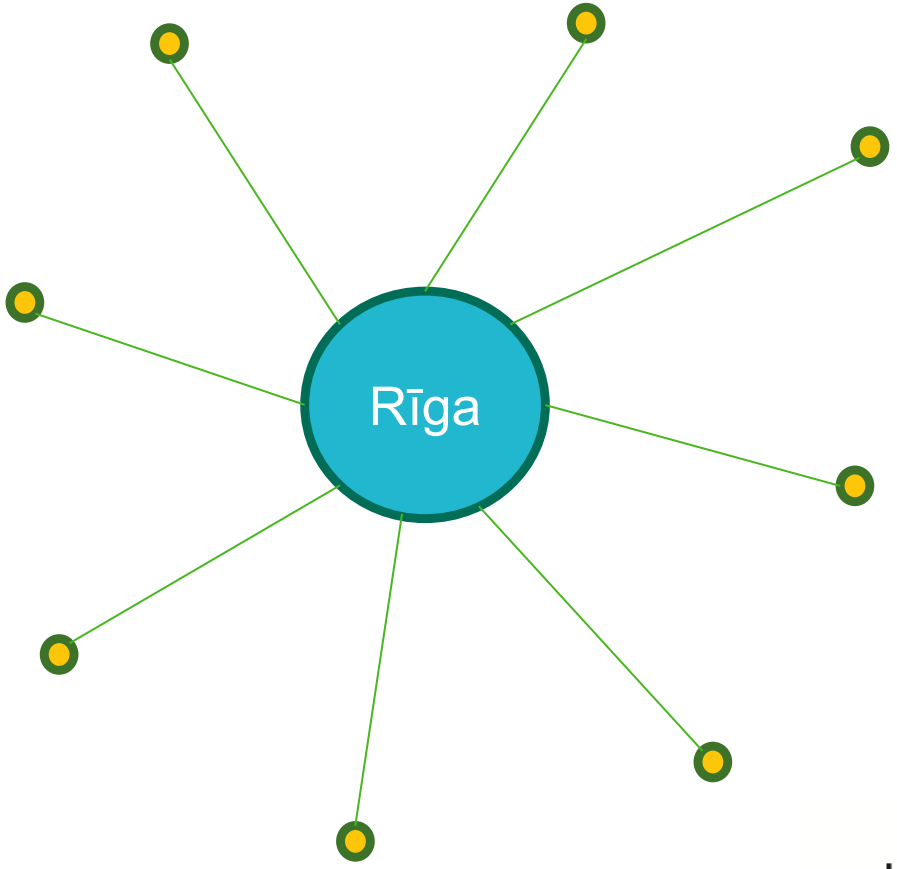
Tūrisma produktu sadarbību ar citām kopienām, kuras sniedz papildu pievienoto vērtību, kompetenci un atpazīstamību.



KLIENTS IR RĪGĀ (ARĪ TAS, KURŠ DZĪVO PIERĪGĀ).

85% aptaujāto organizāciju atzina, ka viņu klients galvenokārt nāk no Rīgas.

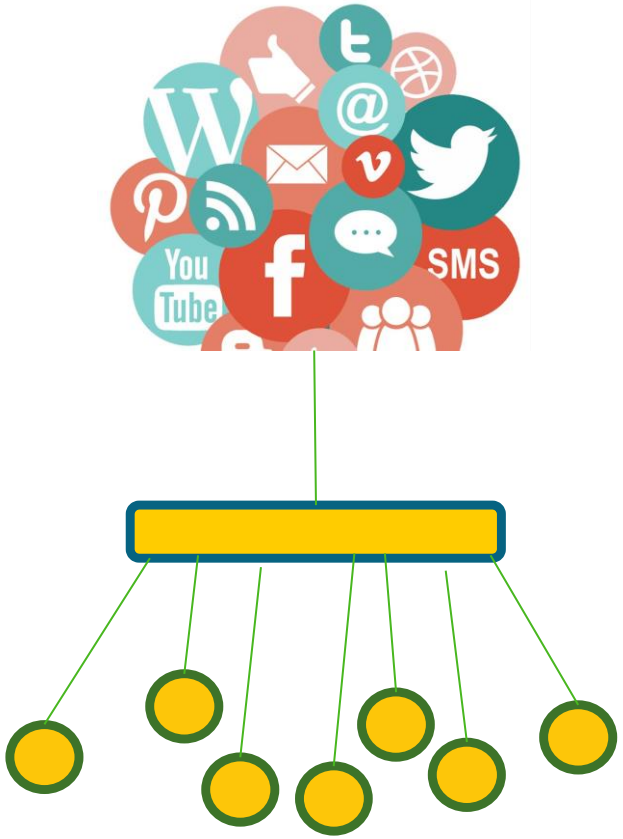
Izmantot Rīgu kā Pierīgas tūrisma produktu reklamēšanas un pārdošanas vidi.



No reģiona Attīstības programmas: *Lai veicinātu starptautisko tūristu plūsmas virzību ārpus Rīgas, mērķtiecīgi paredzēt attīstību un komunikāciju Rīga⁺ piedāvājumu (80 - 100 km rādiusā ap Rīgu)*

DIGITĀLĀ PRATĪBA

81% aptaujāto organizāciju atzīst digitalizācijas ievērojamo lomu klientu piesaistē, un **48%** norāda uz laika, naudas un/vai zināšanu trūkumu, lai varētu digitālos medijus izmantot efektīvāk.



Lielo datu izmantošana tūrismā

Tikai **7**% aptaujāto izmanto remārketinga un citus lielo datu sniegtos datu risinājumus klientu piesaistei.

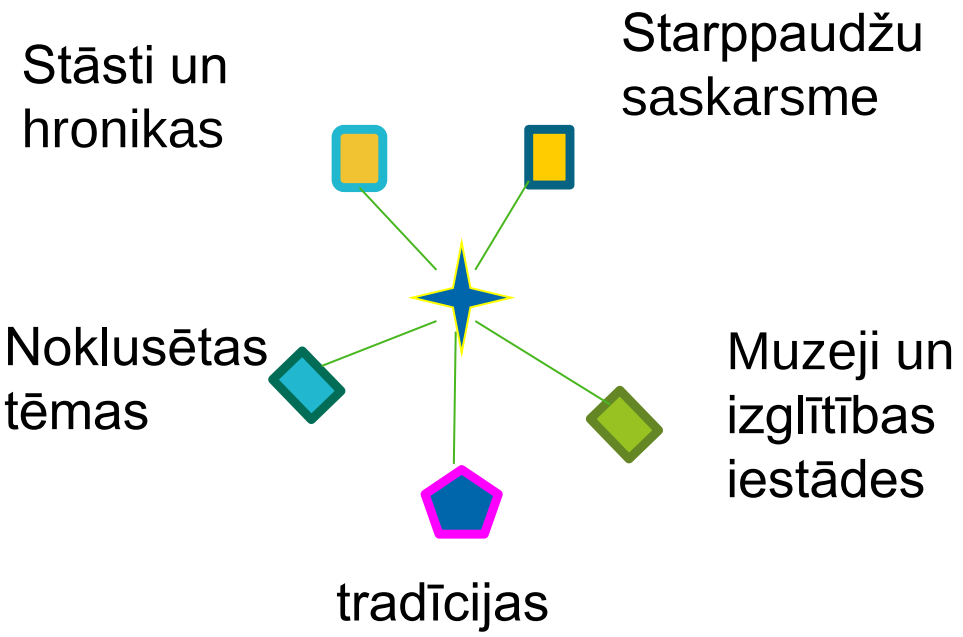
Apmācības / POP UP inkubatori orientēti uz digitālo prasmju apgūšanu. Digitālās pārdošanas un mārketinga klasteri. Organizāciju dalība bezmaksas pārdošanas un mārketinga kanālos (TripAdvisor, Google my business utt)

KULTŪRAS MANTOJUMS

16% APTAUJĀTO, KULTŪRAS MANTOJUMU SAREDZ KĀ TŪRISMA POTENCIĀLU;
18% APTAUJĀTO SADARBOJAS AR IZGLĪTĪBAS IESTĀDĒM;

LABĀS PRAKSES LATVIJĀ UN CITVIET PIERĀDA, KA KULTŪRAS MANTOJUMS IR:

KĀ BŪTISKA TŪRISMA PRODUKTA ILGTSPĒJAS UN RADOŠUMA SASTĀVDAĻA;
KĀ VIETAS IDENTITĀTES VEIDOŠANAS POTENCIĀLS;
KĀ SOCIĀLĀS SALIEDĒTĪBAS PAMATS;



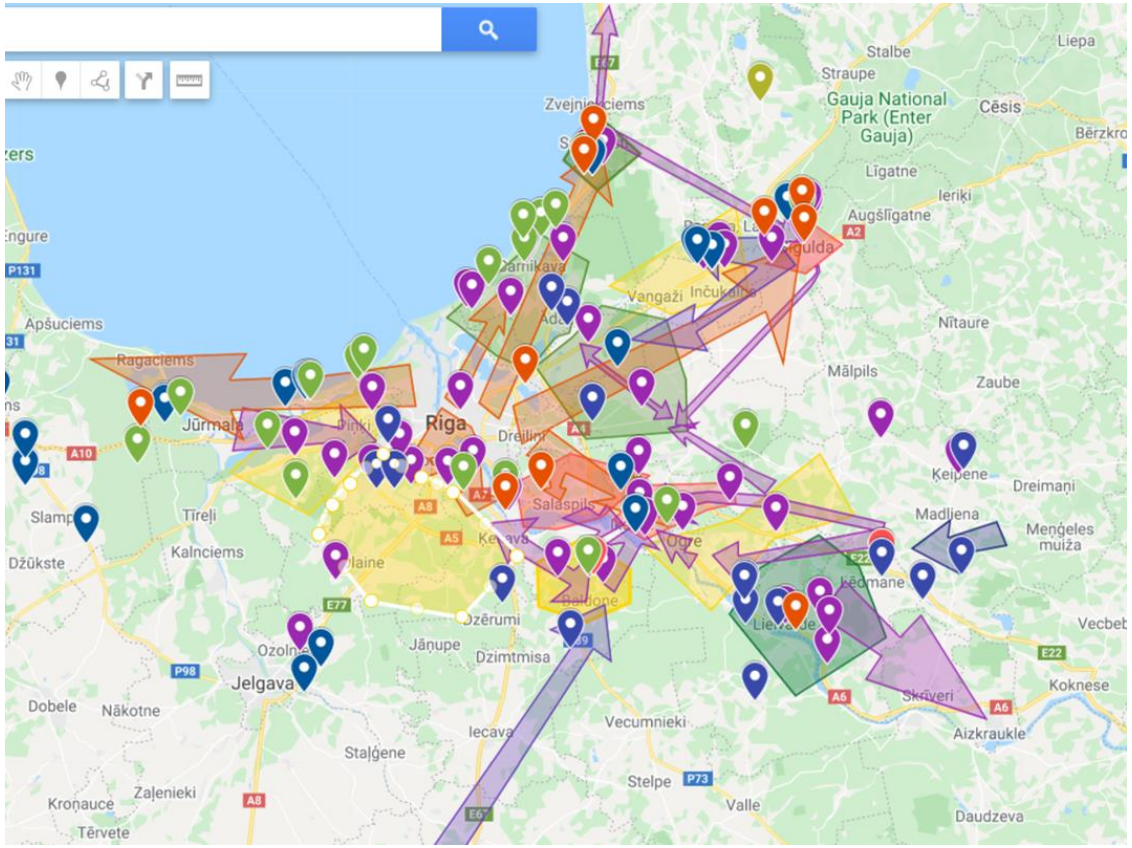
1. Reģiona tūrisma ekosistēmas datu bāze un tīklojuma karte

Izstrādāt karti, kurā attēlotas:

- Kopienas un citas biedrības;
- Vietas identitātes elementi un vērtības;
- Dabas objekti un ainaviskums;
- Tūristiem interesanti objekti;
- Leģendas, stāsti, ievērojamas personas;
- Digitālā pratība;

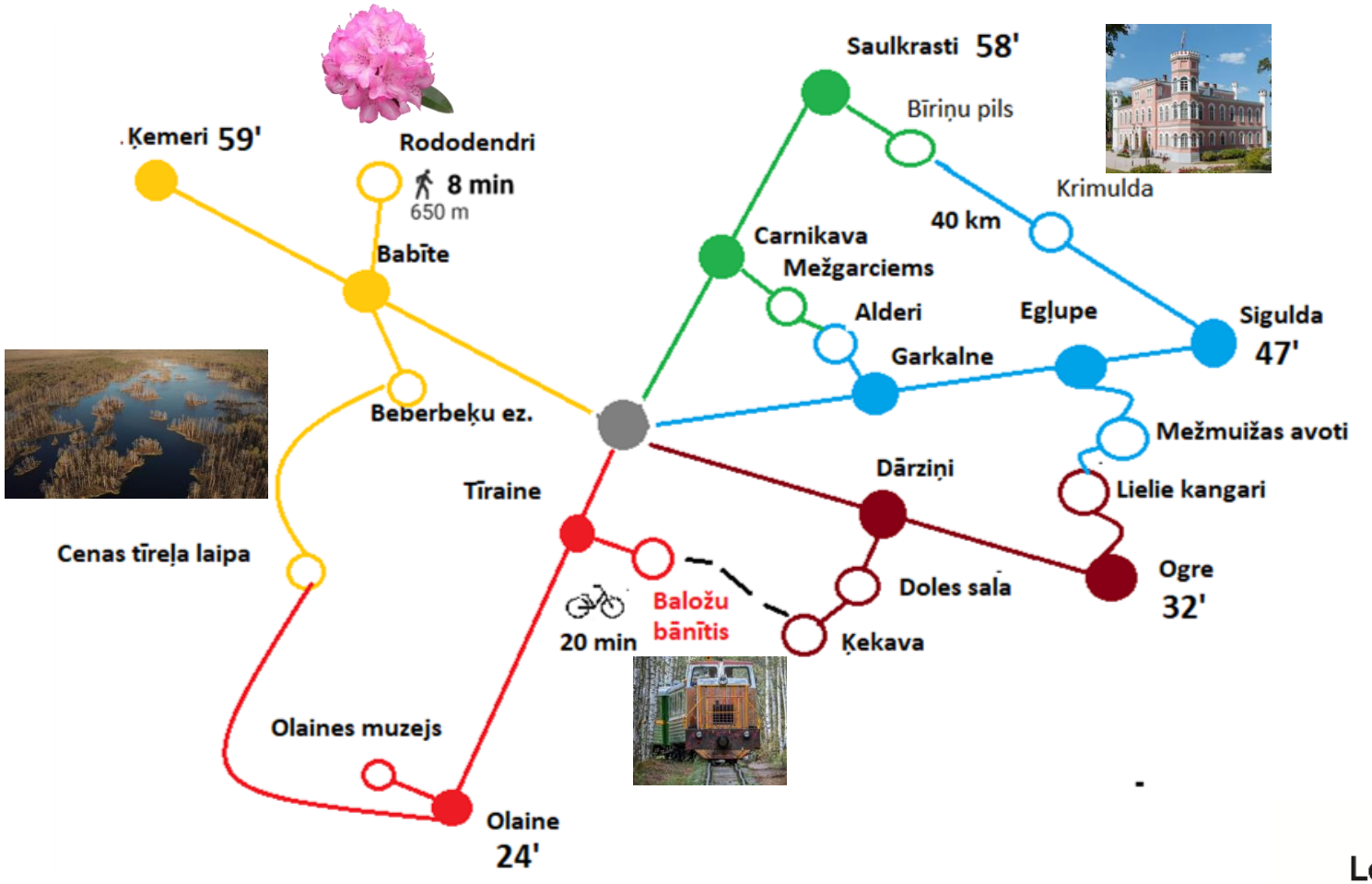
Mērķi:

1. sadarbības platforma;
2. Kultūras mantojuma apzināšana;
3. noteikt potenciālu, attīstības un sadarbības iespējas.



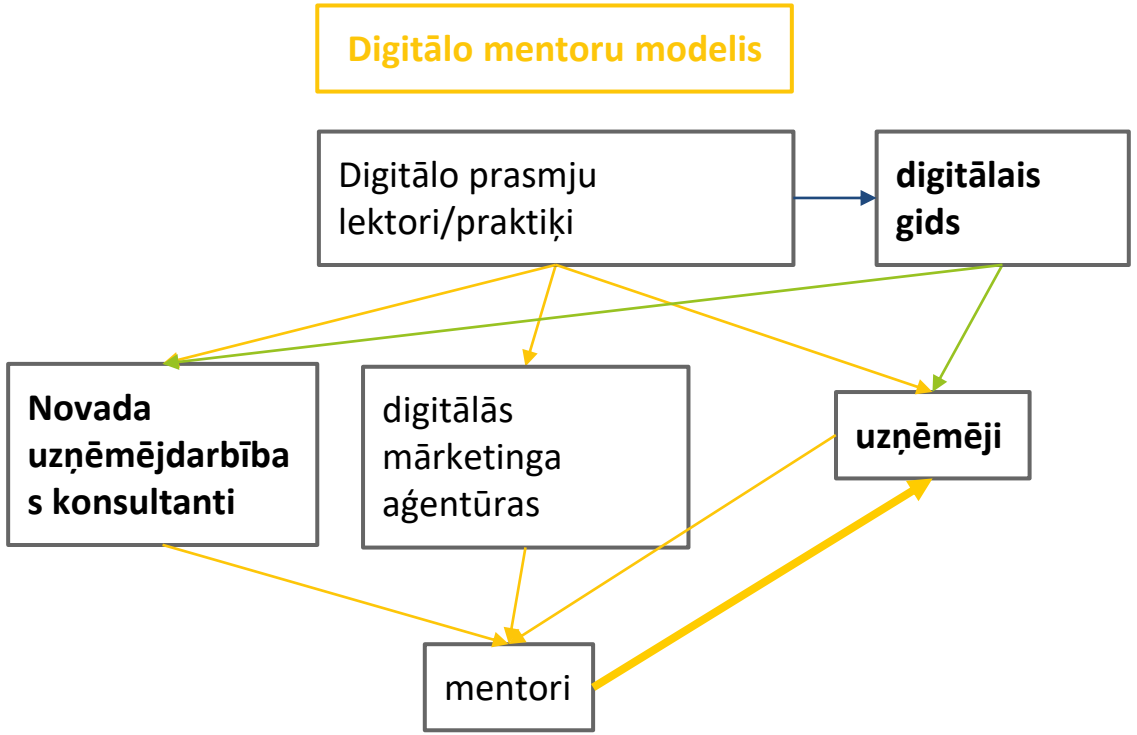
2. Reģiona zaļās mobilitātes tūrisma karte un pakalpojumu e-kiosks.

- Shēmas, kartes: Mārketinga un SA kampaņām;
- Dzelzceļš/ Autobuss/ Veloinfrastruktūra/ co-sharing/ velo nomas/
- Paplašināt mentālās kartes;
- Ilgtspēja un mobilitāte;
- Pārnovadu maršruti;
- **Pierīgas tūrisma informācijas centrs Rīgā;**



3. Digitātās pratības meistarklases un mentoru tīkls.

- **Ilgtspējīga mentoru tīkla izveide;**
- Individuālas nodarbības klātienē ar praktiskiem uzdevumiem, reāliem mērķiem un izmērāmiem rezultātiem;
- Novadu uzņēmējdarbības konsultantu apmācības;
- Nodarbības šaurā specifiskā jautājumā (piemēram: Canva, Instagram, video apstrāde utmldz.).
- Digitālais gids: digitālā mārketinga vārdnīca + digitālo rīku lietošanas rokasgrāmata;



Labo prakšu birža 30.11.

Paldies!

Local Flavours
Interreg Europe

Interreg Europe
European Union | European Regional Development Fund

Sabīne Skudra
Edgars Ražinskis

sabine.skudra@rpr.gov.lv
edgars.razinskis@rpr.gov.lv