



NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
EIROPA INVESTĒ LAUKU APVIDOS
Eiropas Lauksaimniecības fonds
lauku attīstībai



“Atbalsta Zemkopības ministrija un Lauku atbalsta dienests”

ES LEADER projekts
“Ilgtspējīga tūrisma attīstības principu ieviešana nacionālo parku /
aizsargājamo dabas teritoriju reģionos”
(Projekta Nr.17-00-A019.333-000002)

Pētījuma

“NACIONĀLO PARKU MĒRĶGRUPU (APMEKLĒTĀJU UZVEDĪBAS) IZPĒTE”

ZIŅOJUMS

Pasūtītājs:
Biedrība “Cēsu Rajona Lauku partnerība”
Jāņa Poruka iela 8, Cēsis, LV – 4101

Izpildītājs:
Vidzemes augstskolas
Sociālo, ekonomisko un humanitāro pētījumu institūts,
Cēsu iela 4, Valmiera, LV – 4201

12.2019.

SATURS

KOPSAVILKUMS	3
SAĪSINĀJUMI	5
DEFINĪCIJAS	6
1. ĪSUMĀ	8
Par Projektu	8
Par pētījuma teritoriju	9
Par NP "Ceļotāju dienām"	9
Par NP "Ceļotāju dienu" mērķgrupu novērtējumu	10
2. METODOLOĢIJA	11
3. CEĻOTĀJU APTAUJAS REZULTĀTI	13
3.1. Demogrāfiskie un sociāli ekonomiskie raksturlielumi	13
Dzimums	13
Vecums	13
Dzīvesvieta	14
Izglītība	16
Nodarbošanās	17
Darba statuss	18
Ceļotāju grupas sastāvs	19
Ienākumi uz 1 personu vidēji mēnesī	19
Ceļošanas izdevumi	20
Vēlme maksāt	22
3.2. Aktivitātes	23
Ceļošanas biežums	23
Ceļojuma galamērķis	24
Uzturēšanās ilgums NP teritorijā	25
Uzturēšanās vieta	25
Pārvietošanās līdzekļi	26
Pasākumu apmeklēšana un novērtējums	27
3.3. Informācijas ieguve	29
3.4. Attieksme	30
Ceļojuma motīvs	30
Ceļošanas lēmuma pieņemšanas faktori	31
NP Ceļotāju dienu novērtējums kopumā	32
NP Ceļotāju dienu rekomendēšanas citiem iespējamības vērtējums	32
Alternatīvās izvēles NP "Ceļotāju dienām"	33
4. UZŅĒMĒJU – DALĪBNIEKU APTAUJAS REZULTĀTI	35
SECINĀJUMI	41
INFORMĀCIJAS AVOTU SARAKSTS	45
PIELIKUMS	47
Pielikums Nr. 1	47
Pielikums Nr. 2	48
Pielikums Nr. 3	55
Pielikums Nr. 4	72

KOPSAVILKUMS

Starptautiskā ES LEADER programmas trīs gadus ilgā projektā "Ilgtspējīga tūrisma attīstības principu ieviešana nacionālo parku/aizsargājamo dabas teritoriju reģionos" (Proj.Nr. 17-00-A019.333-000002) ietvaros veiktā pētījuma "Nacionālo parku mērķgrupu (apmeklētāju uzvedības) izpēte" vajadzību raisīja nepieciešamība iegūt informāciju teritoriju ilgtspējīgas apsaimniekošanas un attīstības veicināšanas stratēģisko dokumentu izstrādes pamatojumam, izzinot divus NP mērķauditorijas segmentus – (1) ceļotājus un (2) uzņēmumus–pasākumu dalībniekus. Līdz ar to izpētes mērķis – informācijas iegūšana kādas problēmas noteikšanas nolūkā, kas šī darba ietvaros ir pētījuma objekta – mērķgrupas uzvedības – nezināmas šķautnes.

Saskaņā ar Darba grupas nolemto, pētījumam nepieciešamie dati vākti NP "Ceļotāju dienu" pasākumu laikā Slīteres NP – 09.-10.06.2018. un 01.-02.06.2019., bet GNP – 15.-16.09.2018. un 14.-15.09.2019., bet datu apkopošana un analīze veikta laikā līdz 2019.gada decembrim.

Izpētes metodoloģiskais pamatojums balstīts patērētāja uzvedības (rīcības) aspektos, kas tiek vērtēti tirgus izpētē sociālās, ekonomiskās, mārketinga u.tml. jomās. Izpētē pielietotā metodoloģija ar to ir ciešā saskaņā – izmantota vairāku zinātnisku paņēmienu kombinācija, kas izveidota, zinātniski aprobēta 2011.gadā, formulējot Ķemeru NP (ĶNP) apmeklētāja profilu. Tādējādi noskaidrots: (1) kas veido mērķgrupu?, (2) kas tai patīk?, (3) ko tā vēlas?, (4) ko domā?, (5) kur iegūst informāciju? utt.

Pētījums ir kvantitatīvs ar kvalitatīva pētījuma detaļām. Primāro datu ieguvē izmantota vienkāršā gadījumi izlase jeb īsti nejaušā izlase, kur tiek ievērots vienādiesspēju princips. Savukārt darba rezultāti ir daļējas statistiskās novērošanas iznākums par ģenerālkopas daļu – izlasi, ar nolūku iegūt situācijas vispārēju priekšstatu. Pētījumā izmantota indukcijas, dedukcijas pieeja, sintēze, datu kārtošana un segmentēšana, vidējo vērtību noteikšana un atsevišķos gadījumos arī svēršana (reducēšana salīdzināmības nodrošināšanai), kvalitatīvās informācijas kvantificēšana, veikta salīdzinošā analīze, izdarīti izlasi raksturojoši secinājumi, uz kā pamata formulēts NP "Ceļotāju dienu" tiešās un netiešās mērķauditorijas (un tās uzvedības) profils:

1. Tiešās mērķauditorijas (apmeklētāju, ceļotāju un to uzvedības) profils – vietējā ceļotāja sievietes vecumā no 31-45 gadiem, ar iegūtu augstāko izglītību. Viņa strādā algotu darbu tirdzniecībā vai finanšu sektorā, saņemot mēnesī līdz 700 EUR. Ceļo kopā ar 3-4 ģimenes locekļiem, draugiem, radiem vai paziņām vecumā no 18-65 gadiem. NP "Ceļotāju dienas" apmeklē atkārtoti, veicot līdz 150 km lielu attālumu, pārvietojoties ar personīgo auto un ceļā pavadot līdz 1,5h. Apmeklējot pasākumu, viņas izdevumus līdz 20 EUR/dienā, pārsvarā veido ar transportu saistītas un sabiedriskās ēdināšanas pakalpojumu pirkšanas izmaksas, un viņa nevēlētos, ja turpmāk

izmaksas pieaugtu. NP "Ceļotāju dienas" ir viņas ceļojuma galamērķis, jo ir pārlicināta, ka NP teritorija ir tīra, dabiska un droša vide, kā arī tiek gaidīts vērtīgs pasākuma programmas saturs, teritorija ir viegli sasniedzama un nodrošināta ar nepieciešamo infrastruktūru, lai gan viņai ir mazsvarīgi, ka NP teritorijai ir *Natura 2000* statuss. NP teritorijā viņa plāno pavadīt no 3 stundām līdz 1 dienai. Informāciju par galamērķi un pasākumu sieviete gūst no ziņām globālajā tīmeklī un savstarpējās sarunās ar draugiem, radiem, paziņām vai kolēģiem. Apmeklētās pasākuma aktivitātes vērtē ar 4-5 ballēm, taču vēlas aktivitāšu dažādību, cenai atbilstošu kvalitāti un domā, ka informācijas nodrošinājums un pieejamība ir būtiski uzlabojams jautājums no pasākuma organizatoru puses;

2. Netiešās mērķauditorijas (uzņēmumu / uzņēmēju-dalībnieku un to uzvedības) profils – MVU vai zemnieku saimniecība, kas dibināta laikā no 2011.-2019.gadam. Dalībai NP "Ceļotāju dienās" uzrunāts individuāli no sadarbības partneru – vietējās pašvaldības vai DAP – puses. Galvenais dalības mērķis ir pārdot savu preci vai pakalpojumu, popularizēt sevi un vietējās kultūras tradīcijas. Uzņēmējs-dalībnieks sadarbību ar partneriem vērtē ar 4-5 ballēm, tāpat kā pasākuma organizāciju. Viņam svarīgi, lai tiktu nodrošināta partneru informācijas apmaiņa un tās dažādība, infrastruktūras un tās attīstības uzlabojumi, kā arī atsevišķi pasākuma programmas plānošanas jautājumi, piemēram, apmeklētāju plūsmas apjoma un intensitātes aplēses pirms pasākuma, lai spētu labāk nodrošināt patieso pieprasījumu. Uzņēmēju-dalībnieku visvairāk iepriecina pozitīvs, atvērts un ieinteresēts NP "Ceļotāju dienu" apmeklētājs.

Pētījuma Ziņojumu veido 4.nodaļas, 4 apakšnodaļas un 4 Pielikumi.

Darba apjoms 77 lpp. (izņemot titullapu).

SAĪSINĀJUMI

ADT	Aizsargājamā dabas teritorija
CRLP	Biedrība Cēsu rajona lauku partnerība
DAP	Dabas aizsardzības pārvalde
EUROPARC	Eiropas aizsargājamo dabas teritoriju federācija
GNP	Gaujas Nacionālais parks
ĪADT	Īpaši aizsargājamā dabas teritorija
LLTA LC	Latvijas Lauku tūrisma asociācija "Lauku ceļotājs"
MVU	Sīkais, mazais un vidējais uzņēmums
NP	Nacionālais parks
SNP	Slīteres Nacionālais parks
TIC	Tūrisma informācijas centrs
VRG	Vietējā rīcības grupa
ZBA	Ziemeļkurzemes biznesa asociācija

DEFINĪCIJAS

Īpaši aizsargājamā dabas teritorija – ģeogrāfiski noteiktas platības, kas atrodas īpašā valsts aizsardzībā saskaņā ar kompetentu valsts varas un pārvaldes institūciju lēmumu un tiek izveidotas, aizsargātas un apsaimniekotas, lai aizsargātu un saglabātu dabas daudzveidību – retas un tipiskas dabas ekosistēmas, aizsargājamo sugu dzīves vidi, savdabīgas, skaistas un Latvijai raksturīgas ainavas, ģeoloģiskos un ģeomorfoloģiskos veidojumus, dendroloģiskos stādījumus un dižkokus, kā arī sabiedrības atpūtai, izglītošanai un audzināšanai nozīmīgas teritorija (Likums Par īpaši aizsargājamām dabas teritorijām (1993; ar Grozījumiem, kas izdarīti līdz 11.01.2014.)).

Nacionālais parks – ir plašs apvidus, kam raksturīgi nacionāli nozīmīgi izcili dabas veidojumi, cilvēka darbības neskartas un mazpārveidotas ainavas un kultūrainavas, biotopu daudzveidība, kultūras un vēstures pieminekļu bagātība un kultūrvides īpatnības. Tā galvenais uzdevums ir dabas aizsardzība, kultūrvēsturiskā mantojuma saglabāšana, zinātniskās izpētes, izglītošanas un atpūtas organizēšana, kuru ierobežo dabas un kultūrvides aizsardzības mērķi (Likums Par īpaši aizsargājamām dabas teritorijām (1993; ar Grozījumiem, kas izdarīti līdz 11.01.2014.)).

EUROPARC Ilgtspējīga tūrisma harta (1999) – starptautiski atzīts dokuments, kas izstrādāts tūrisma un attīstības plānošanai īpaši aizsargājamās dabas teritorijās ar mērķi sabalansēt visu pušu intereses, tādējādi panākot gan dabas un kultūras vērtību saglabāšanu turpmākajām paaudzēm, gan kvalitatīvu un autentisku tūrisma piedāvājumu veidošanu (EUROPARC, 2019).

EUROPARC hartas Sertifikāts – oficiāls apliecinājums, ka tūrisms teritorijā tiek plānots, visu pušu ciešā sadarbībā un rūpēs par dabas un kultūrvēstures vērtību aizsardzību, informācijas pieejamību, pakalpojumu kvalitāti, sociālajiem un ekonomiskiem ieguvumiem (EUROPARC, 2019).

Mērķgrupa – noteikta personu grupa, kuras kādu problēmu novēršanu vai mazināšanu var sekmēt pakalpojuma sniedzējs, pārdevējs v.tml. subjekts. Tiešā mērķa grupa – personas, kas gūst labumu nepastarpināti. Netiešā mērķa grupa – personas, kas gūst labumu caur tiešiem labuma guvējiem jeb pastarpināti. Mērķgrupās var būt gan fiziskas, gan juridiskas personas (SIA Lobbia Birojs, 2012).

Pasākums – organizēts notikums, kas atšķiras no ikdienas dzīves, un to darbina savs mehānisms, ko notikuma apmeklētājs pieņem kā pašsaprotamu – ar iekšēju loģiku un stāstu, liekot viņam rīkoties vai justies ikdienā neierasti (Шумович, 2008; Shone, Parry, 2013).

Jēdzienu **īpašais pasākums** lieto, lai aprakstītu specifiskas norises, kas ir apzināti izplānotas un izveidotas, lai atzīmētu kādus īpašus notikumus vai, lai sasniegtu kādu īpašu kopēju mērķi. Īpašo pasākumu raksturo vairākas pazīmes, t.sk. publiskā tēla vērtības palielināšana, sociālās pieredzes

palielināšana, tūristu piesaistīšana, tūrisma attīstības veicināšana u.c. (Balamovskis, 2014). Īpašo pasākumu var veidot dažādu pasākumu veidi vai to kombinācijas.

Ekskursija – kādas vietas kolektīva apmeklēšana, t.i., kolektīvs gājiens vai izbraukums (Oxford Living Dictionaries, b.g.). Īss kolektīvs brauciens vai pastaiga ar izglītojošu, zinātnisku, sporta vai izklaides mērķi, atgriežoties sākotnējā vietā, parasti ne ilgāks kā vienu dienu (LZA, 2008).

Patērētājs – fiziskā persona, kas izsaka vēlēšanos iegādāties, iegādājas vai varētu iegādāties vai izmantot preci vai pakalpojumu nolūkam, kurš nav saistīts ar tās saimniecisko vai profesionālo darbību (Patērētāju tiesību aizsardzības likums (1999; ar Grozījumiem, kas izdarīti līdz 04.10.2018.).

Patērētāja uzvedība – patērētāja rīcība, kuru ietekmē dažādi pirkšanas vai patēriņa lēmuma pieņemšanas faktori (Pastore, 2012).

Aptauja – informācijas ievākšanas metode, kas paredz uzdot pētāmajai kopai (izlasei) mutiskus vai rakstiskus jautājumus, kuri satur pētījuma problēmu. Aptauja tiek izmantota, lai aprakstītu, salīdzinātu vai izskaidrotu indivīda vai sabiedrības zināšanas, sajūtas, vērtības un uzvedību (E-formas, 2019).

Respondents – persona, kas atbildot uz noteiktiem jautājumiem sniedz datus analīzei, aizpildot aptaujas anketu (E-formas, 2019).

Ceļotājs – jebkura fiziska persona, kura ceļo ārpus savas ierastās vides. Vienas dienas apmeklētāji – ceļotāji, kas brauciena laikā nenakšņo ārpus savas pastāvīgās dzīvesvietas sabiedriskā vai privātā mājvietā, un vairākdienu apmeklētāji – tūristi (CSP, 2019).

Tūrists – fiziskā persona, kura ceļo ārpus savas pastāvīgās dzīvesvietas ne ilgāk kā vienu gadu, uzturas sabiedriskā vai privātā mājvietā ne mazāk kā vienu nakti un apmeklētājā vietā neveic algotu darbu (Tūrisma likums (1998; ar Grozījumiem, kas izdarīti līdz 01.12.2017.).

1. ĪSUMĀ

Par Projektu

No 2017. gada novembra Latvija ir iesaistījusies starptautiskā ES LEADER programmas trīs gadus ilgā projektā "Ilgtspējīga tūrisma attīstības principu ieviešana nacionālo parku/aizsargājamo dabas teritoriju reģionos" (Proj.Nr. 17-00-A019.333-000002) (turpmāk tekstā "Projekts").

Dalībvalstis Projektā – Igaunija (vadošais partneris), Latvija, Slovēnija, Portugāle. Katra valsts pārstāvēta ar kādu Vietējo rīcības grupu (VRG), kam ir teritoriāla saistība ar īpaši aizsargājamo dabas teritoriju (ĪADT). Latvijas puses projekta vadošais partneris ir VRG Biedrība Cēsu rajona lauku partnerība (CRLP) sadarbībā ar Dabas aizsardzības pārvaldi (DAP), ko pārstāv Slīteres Nacionālais parks (SNP) un Gaujas Nacionālais parks (GNP), kā arī Ziemeļkurzemes biznesa asociācija (ZBA). Citi CRLP sadarbības partneri – vietējās pašvaldības, tūrisma informācijas centri (TIC), uzņēmēji, vietējie iedzīvotāji.

Nacionālo parku (NP) teritoriju atbilstoši aizsardzības un izmantošanas mērķiem iedala funkcionālās zonās. Daļā no tām dabas resursi pilnībā tiek izslēgti no saimnieciskās un citādas darbības, bet daļā – atļauta tikai tāda saimnieciskā darbība, kas būtiski nemaina vēsturiski izveidojušās ainavas struktūru (Likums Par īpaši aizsargājamām dabas teritorijām (1993; ar Grozījumiem, kas izdarīti līdz 11.01.2014.)), t.sk. dabas un kultūras vērtības. Tāpēc Projekta uzdevumi ir vairāki:

- (1) Attīstīt ilgtspējīga tūrisma uzņēmējdarbību un starptautisku sadarbību aizsargājamās dabas teritorijās Projektā iesaistīto valstu VRG reģionos;
- (2) Izstrādāt ilgtspējīga tūrisma produktu / pakalpojumu un mārketinga stratēģiju, tos realizēt;
- (3) Iepazīties ar EUROPARC Ilgtspējīga tūrisma hartas¹ (Harta) prasībām, lai stratēģiski virzītos uz to izpildi, nodrošinot Hartas Sertifikāta iegūšanu.

Saistībā ar šiem uzdevumiem pētījuma "Nacionālo parku mērķgrupu (apmeklētāju uzvedības) izpēte" mērķis ir informācijas iegūšana teritoriju ilgtspējīgas apsaimniekošanas un attīstības veicināšanas stratēģisko dokumentu izstrādes pamatojumam. Tas ir saskaņā arī ar Projektā iesaistīto Latvijas puses VRG un DAP stratēģiskajiem mērķiem.

Saskaņā ar Darba grupas nolemto, pētījumam nepieciešamie dati vākti NP "Ceļotāju dienu" pasākumu laikā Slīteres NP – 09.-10.06.2018. un 01.-02.06.2019., bet GNP – 15.-16.09.2018. un 14.-15.09.2019. Pamatojums – tieši šo pasākumu laikā ir vieglākā piekļuve mērķgrupai (tātad arī

¹ Harta - politisks un juridisks dokuments, kurā galvenokārt izteiktas kādas prasības.

datiem), jo "Ceļotāju dienās" ir koncentrēts gan raksturīgākais NP tūrisma piedāvājums, gan arī raksturīgākais ceļotāju pieprasījums.

Par pētījuma teritoriju

SNP atrodas Kurzemes Z daļā. Pašreizējā SNP teritorija izveidota 2000.gadā, lai gan tā vecākā daļa – Slīteres dabas rezervāts – izveidota 1923.gadā, izdalot mazskartu meža masīvu 11 km² platībā. Kopējā SNP platība ir 164,14 km². Nozīmīgākās SNP vērtības – 30-50 m augstā Baltijas ledus ezera senkrasta krauja, kangaru un vīgu komplekss, Bažu purvs, jūras piekraste ar smilšainu liedagu un kāpām, sausieņu pļavām, sausiem kāpu priežu mežiem, kā arī piekrastes akvatorija, putnu migrācijas ceļš (DAP-a, 2019).

GNP atrodas Vidzemes centrālajā daļā, kur jau 20.gadsimta 20.gados Gaujas upes krastos apmēram 600 ha platībā bija izveidots Siguldas NP (Bērziņa, 2012). Tomēr GNP kā pirmais Nacionālais parks Latvijā tika dibināts 1973.gadā. GNP platība ir 917,9 km². Tā nozīmīgākā vērtība ir Gaujas senieleja, Latvijā vislielākie devona iežu atsegumi – smilšakmens kraujas, klintis un alas, vairāk nekā 500 kultūras un vēstures pieminekļu. Izcili bagāta flora un fauna (DAP-b, 2019).

Par NP "Ceļotāju dienām"

Veicinot vietējo tūrismu Latvijas reģionos un popularizējot aizsargājamo kultūras un dabas vērtību izziņu, vairāku pušu – Latvijas Lauku tūrisma asociācijas "Lauku ceļotājs" (LLTA LC), SNP administrācijas, Dundagas novada pašvaldības, novada tūrismā iesaistīto uzņēmēju – kopīgā sadarbībā pirmo reizi kā vienas dienas pasākums SNP "Ceļotāju dienas" tika noorganizētas 2010.gadā, piesaistot ap 600 apmeklētāju (Pielikums Nr.1.tab.). Turpmākos gadus šis pasākums ir bijis ikgadējs, bez pārtraukumiem, pie tam divu dienu ilgs, ar aptuvenu vidējo ceļotāju skaitu 1100. Kopumā laikā no 2010. – 2019.gadam SNP "Ceļotāju dienu" ietvaros bija pieejamas 339 dažāda veida aktivitātes, t.sk. atvērtie objekti (apkopots pēc publikācijām un pasākumu programmām).

Savukārt GNP "Ceļotāju dienas" Dabas aizsardzības pārvalde (DAP) sadarbībā ar iesaistītajām pašvaldībām, uzņēmējiem un CRLP, pirmo reizi rīkoja 2018.gadā, kad GNP atzīmēja dibināšanas 45. gadadienu. Tā bija divu dienu ilga pasākumu programma, kas piesaistīja ap 1500 apmeklētāju. 2019.gadā notika jau otrās GNP "Ceļotāju dienas". Aptuvenais vidējais GNP "Ceļotāju dienu" ceļotāju skaits – 1400. Kopumā laikā no 2018. – 2019.gadam GNP "Ceļotāju dienu" ietvaros bija pieejamas 76 dažāda veida aktivitātes, t.sk. atvērtie objekti (apkopots pēc pasākumu programmām).

Par NP “Ceļotāju dienu” mērķgrupu novērtējumu

Līdz šim veikts tikai viens NP “Ceļotāju dienu” novērtējums – kā pasākuma mērķgrupas atgriezeniskā saite pēc pirmās SNP “Ceļotāju dienas” 2010.gadā. To īstenoja LLTA LC (LLTA LC, 2010). Aptaujātie apmeklētāji snieguši atbildes par SNP apmeklējumu, apmierinātību ar pasākumu, galvenajām izdevumu pozīcijām u.tml. rādītājiem, kuri aprēķināti pēc izlases datiem. Tā ir vienīgā šī Projekta pētījuma rezultātus salīdzināmā vienība, kas senāka par 2018.gadu. Tā kā citas līdzīgas aptaujas nav īstenotas, bija nepieciešamība no jauna vērtēt NP “Ceļotāju dienu” mērķgrupu, izzinot divus tās segmentus – (1) ceļotājus un (2) uzņēmumus–pasākumu dalībniekus. Izpētes periodā, t.i. 2018. un 2019.gada vasarā un rudenī, notika četras NP “Ceļotāju dienas” – divas SNP (katra gada jūnijā), kā arī divas – jaunas tradīcijas aizsācējas – GNP teritorijā (katra gada septembrī).

2. METODOLOĢIJA

Izpētes mērķis – informācijas iegūšana kādas problēmas noteikšanas nolūkā, kas šī darba ietvaros ir pētījuma objekta – mērķgrupas uzvedības – nezināmas šķautnes. Teorētiski šajā gadījumā nepieciešamais **izlases lieluma** minimums var būt 500 vienības no maksimālā vienību skaita ģenerālkopā – 2500 jeb 20% no tās. Tā kā laika periodā no 2010. – 2017. gadam SNP “Ceļotāju dienu” apmeklētāju skaits gadā ir vidēji 1100 ceļotāji, aptaujā pietiktu ar 220 respondentiem. Taču bija jāņem vērā, ka GNP “Ceļotāju dienas” būs nebijis pasākums, kura apmeklējuma apjomu nevarēs paredzēt, vien pieņemt, ka ģeogrāfiski izdevīgā stāvokļa dēļ tas varētu būt augstāks nekā SNP. Līdz ar to aptauju izlases kopapjoms tika noteikts $n=500$, kuru veido pārsvarā tiešā mērķgrupa – ceļotāji ($n=445$) un arī netiešā – uzņēmumi-pasākuma dalībnieki ($n=55$). Netiešā mērķgrupai ir potenciāls papildināt, attaisnot vai norādīt pētāmās problēmas raksturam vai Pētījuma pasūtītājam (CRLP) saistošas nianšes. **Aptauju īstenošanu** veica Vidzemes augstskolas Sociālo, ekonomisko un humanitāro pētījumu institūta pētnieki, Tūrisma organizācijas un vadības bakalaura studiju programmas studenti, kā arī citas piesaistītas fiziskas personas. Pirms darba uzsākšanas tika veikta detalizēta mutiska un elektroniska instruktāža, skaidrojot aptauju mērķi, uzdevumus un metodiku.

Izpētes metodoloģiskais pamatojums balstīts patērētāja uzvedības (rīcības) aspektos, kas tiek vērtēti tirgus izpētē sociālās, ekonomiskās, mārketinga u.tml. jomās, un parasti tie ir saistīti ar indivīda pirkšanas vai patēriņa lēmuma pieņemšanas ārējiem un iekšējiem faktoriem (Pastore, 2012), (Reisch, 2014):

- (1) Ekonomiskie (ienākumu līmenis, maksātspēja);
- (2) Sociālie (piederība noteiktam sociālajam slānim, statuss sabiedrībā u.c.);
- (3) Kultūras (kultūras līmenis, izglītības līmenis, tautība, reliģija);
- (4) Personiskie (vecums, dzīves cikla posms, profesija, dzīves veids, rakstura īpatnības u.c.);
- (5) Psiholoģiskie (motivējums, uztvere, nostāja, ieradumi).

Gūstot ziņas par šo faktoru komponentēm, ir iespējams atbildēt uz vairākiem izpētes jautājumiem, kas visbiežāk sākas ar: (1) Kas? (2) Ko? (3) Kad? (4) Kur? (5) Kāpēc? (6) Kā? (Pastore, 2012).

Izpētē pielietotā metodoloģija ir ciešā saskaņā ar augstāk minēto – izmantota vairāku zinātnisku paņēmienu kombinācija, kas izveidota, zinātniski aprobēta 2011.gadā, formulējot Ķemeru NP (ĶNP) apmeklētāja profilu (Bērziņa, Grizāne, 2011). Tā balstīta Austrālijā, ASV un Somijā izstrādātu un testētu pētniecisko paņēmienu apvienojumā, kuru pamatā kā datu ieguves metode ir aptaujas (vai intervijas). Aptaujas anketas ir diezgan sarežģītas, un tās ietver (Pielikums Nr.2):

- (1) Filtra jautājumus;
- (2) Strukturēto atbilžu jautājumus (slēgtie jautājumi);

- (3) Daudzpusīgās izvēles atbilžu jautājumus;
- (4) Dihotomiskās izvēles atbilžu jautājumus;
- (5) Nestrukturēto atbilžu jautājumus (atvērtie jautājumi);
- (6) Brīvo atbilžu jautājumus;
- (7) Atbilžu skalas.

Tādā veidā iegūti dati dod iespēju noskaidrot (1) kas veido mērķgrupu?, (2) kas tai patīk?, (3) ko tā vēlas?, (4) ko domā?, (5) kur iegūst informāciju? utt.

Tiešās mērķgrupas izziņai jautājumi aptaujas anketā kārtoti tā, lai iegūtie dati ir segmentējami 4 kritēriju grupās, ko, savukārt, veido apakškritēriji (Bērziņa, Grizāne, 2011):

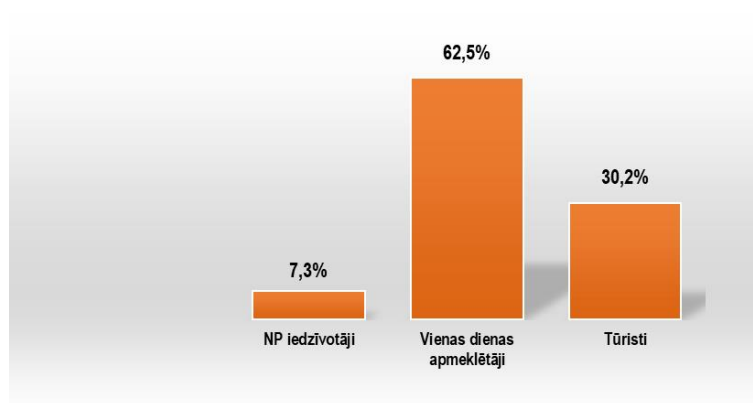
- (1) Demogrāfija – dzimums, vecums, dzīvesvieta, izglītība, nodarbošanās, darba statuss, ceļotāju grupas sastāvs, ienākumi, ceļošanas izdevumi, vēlme maksāt;
- (2) Aktivitātes – ceļošanas biežums, ceļojuma galamērķis, uzturēšanās ilgums NP teritorijā, uzturēšanās vieta, pārvietošanās veids, pasākumu apmeklēšana;
- (3) Informācijas ieguve;
- (4) Attieksme – ceļojuma motīvs, ceļošanas lēmuma pieņemšanas faktori, NP “Ceļotāju dienu” novērtējums kopumā un rekomendēšanas citiem iespējamības vērtējums, alternatīvās izvēles.

Šajā pieejā par gala vērtējumu tiek pieņemts tas katra vērtējuma rezultāts, kuram pēc datu apkopošanas analizē vērojams lielākais biežums (“uzvar vairākums”), tādējādi dodot augstāku vidējo aritmētisko vērtību, ko normalizēt īpatsvarā attiecībā pret visu izlases kopu. Līdzīgi, ar nelielām atšķirībām atbilžu segmentēšanā, analizēti arī netiešās mērķgrupas – uzņēmumu-dalībnieku aptaujas rezultāti.

Ņemot vērā augstāk minēto, konkrētais ir kvantitatīvs pētījums ar kvalitatīva pētījuma detaļām. Primāro datu ieguvē izmantota vienkāršā gadījumizlase jeb īsti nejaušā izlase, kur tiek ievērots vienādiesspēju princips (Krastiņš, 1998), (Goša, 2003). Darba rezultāti ir daļējas statistiskās novērošanas iznākums par ģenerālkopas daļu – izlasi, ar nolūku iegūt vispārēju priekšstatu. Pētījumā izmantota indukcijas, dedukcijas pieeja, sintēze, datu kārtošana un segmentēšana, vidējo vērtību noteikšana un atsevišķos gadījumos arī svēršana (reducēšana salīdzināmības nodrošināšanai), kvalitatīvās informācijas kvantificēšana, veikta salīdzinošā analīze, izdarīti izlasi raksturojoši secinājumi.

3. CEĻOTĀJU APTAUJAS REZULTĀTI

Aptaujāto NP ceļotāju īpatsvars kopā Slīteres NP bija 42%, bet Gaujas NP – 58%. Kopumā izlasi galvenokārt raksturo vienas dienas apmeklētāji (62,5%) un gandrīz trešdaļa – tūristu (3.1. att.).



3.1. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc segmenta (%; n=445)

Avots: Aptauju dati

Līdzīga proporcija parādās arī tad, ja segmentus vērtē dalījumā pa NP un pa gadiem – NP “Ceļotāju dienas” apmeklēja pārsvarā vienas dienas apmeklētāji ar vienu izņēmumu 2018.gadā – Slīteres NP, kad tūristu īpatsvars bija teju vienlīdzīgs ar vienas dienas apmeklētājiem, sasniedzot gandrīz 48% (Pielikums Nr.3 1.tab.).

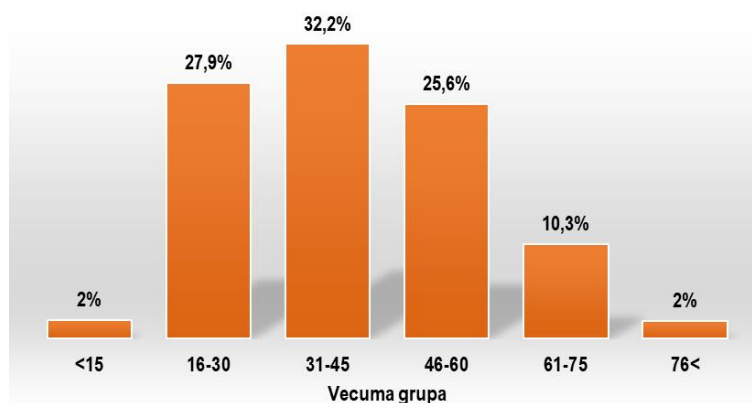
3.1. Demogrāfiskie un sociāli ekonomiskie raksturlielumi

Dzimums

Aptaujā kopumā piedalījās 64,9% sievietes un 35,1% vīrieši. Augstākais respondentu vīriešu īpatsvars bija 2019.gada GNP “Ceļotāju dienās” (47,7%), bet sieviešu – 2019.gada SNP “Ceļotāju dienās” (75,3%) (Pielikums Nr.3 2.tab.).

Vecums

Izlāsē plašāk pārstāvēta respondentu vecuma grupa no 16 līdz 60 gadiem, kur augstākais rādītājs – 32,2% ir vidēja vecuma cilvēkiem, t.i., vecumā no 31 līdz 45 gadiem (3.2. att.).



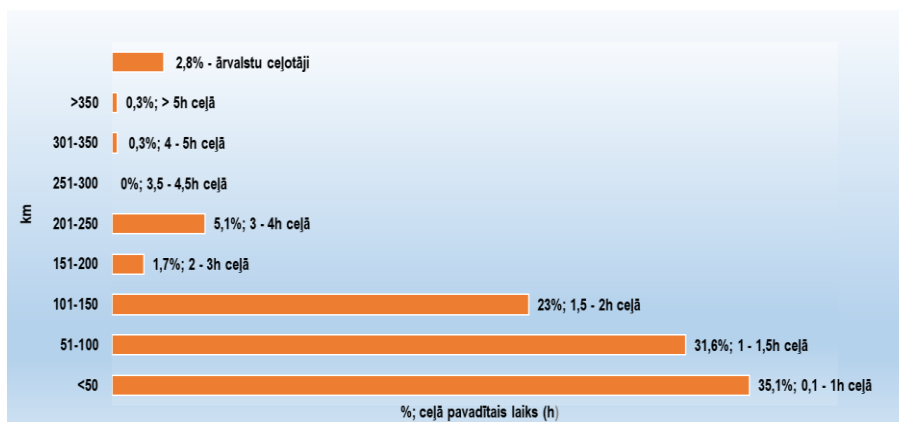
3.2. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc vecuma (%; n=445)

Avots: Aptauju dati

Vērtējuma pa NP un pa gadiem, vērojama atšķirība – GNP “Ceļotāju dienās” starp respondentiem vairāk pārstāvēta vecuma grupa no 16 līdz 45 gadiem, bet SNP – no 46 līdz 60 gadiem (Pielikums Nr.3 3.tab.). Nav izslēgts, ka skaidrojumu daļēji var saistīt ar laikapstākļiem, kādi bija GNP “Ceļotāju dienās” 2019.gada 14. un 15.septembrī – bija stipri lietains, vējains, vēss, un daļa vidēja vecuma cilvēku, iespējams, lēma par labu cita veida atpūtai. Savukārt respondenti vecumā no 61 līdz 75 gadiem ir vairāk SNP “Ceļotāju dienās” (12,7% - 15,3%), nekā GNP (1,2% - 3,4%). Salīdzinoši maz starp respondentiem ir bērnu un jauniešu vecumā līdz 15 gadiem, ieskaitot – no 2,9% SNP 2018.gada “Ceļotāju dienās” līdz 3,4% 2019.gadā GNP.

Dzīvesvieta

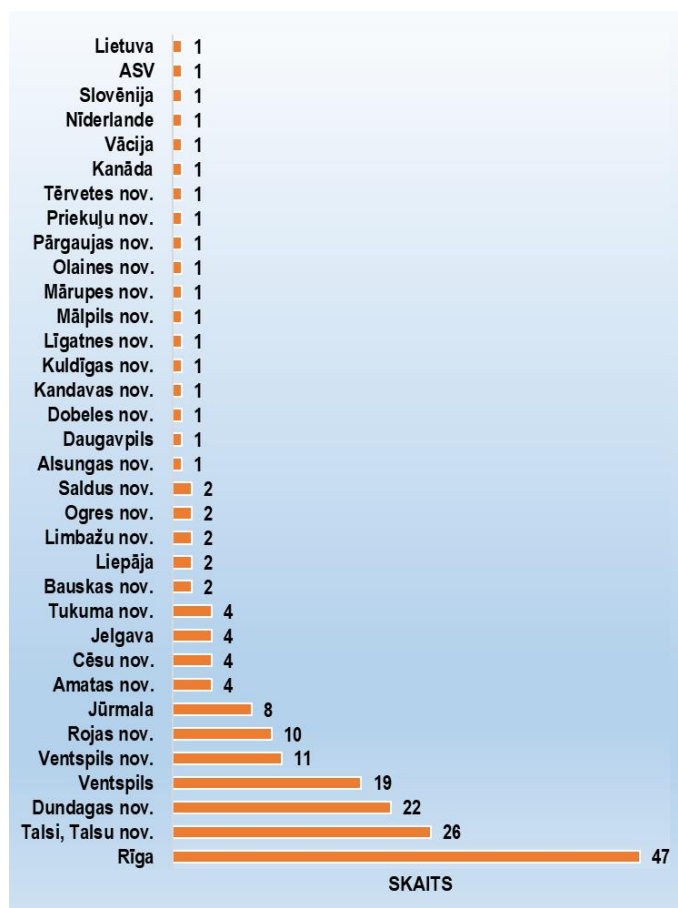
Aptaujās lielāko īpatsvaru veido Latvijas vietējie iedzīvotāji – 97,2%, bet ārvalstu viesi – vien 2,8%. Svarīgi bija noskaidrot, cik lielu attālumu respondenti veica, lai nokļūtu NP “Ceļotāju dienās”. Datu analizē atklājās, ka kopumā 66,7% ceļotāju bija tādi, kuru dzīvesvieta nav tālāka par 100 km no NP teritorijas nosacītā ģeogrāfiskā centra (SNP – Dundaga, GNP – Līgatne) (3.3. att.).



3.3. attēls SNP un GNP 2018. un 2019.gada “Ceļotāju dienu” apmeklētāju – respondentu vidējais īpatsvars pēc ceļā pavadītā attāluma un laika (%; km; h; n=445)

Avots: Aptauju datu

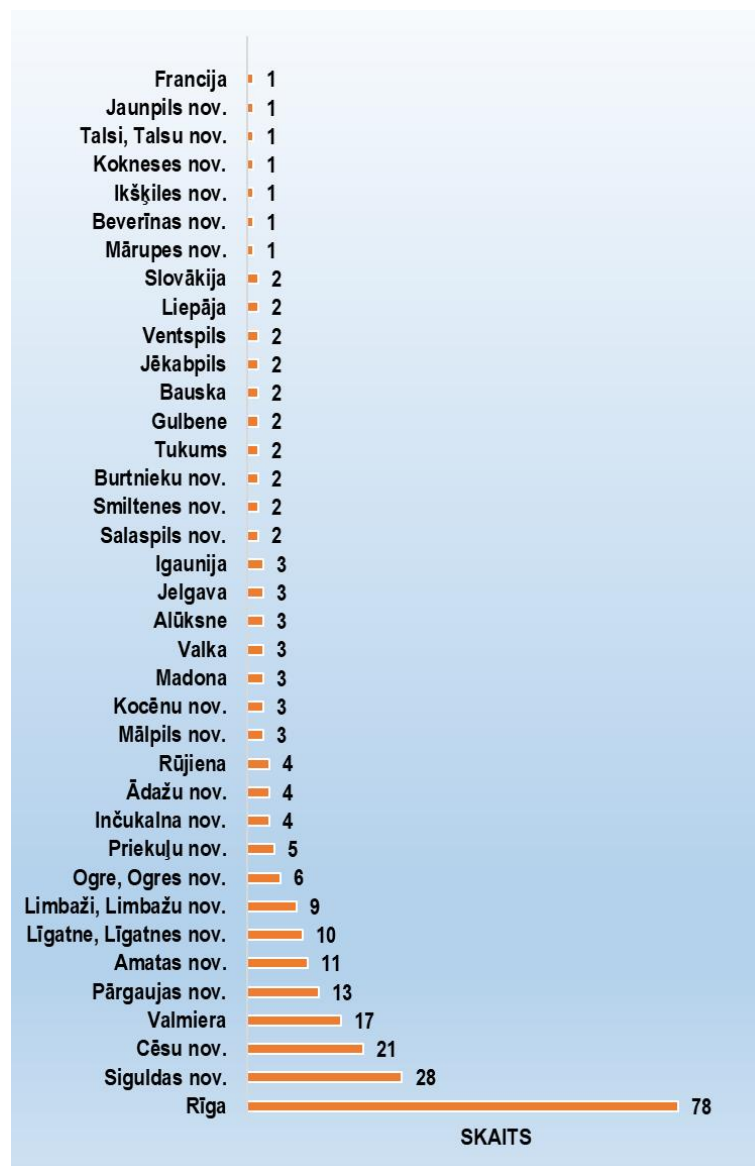
Salīdzinājumā NP, var teikt, ka SNP "Ceļotāju dienās" visvairāk bija tādi respondenti, kas mēroja 101 – 150 km garu ceļu (41%), ceļā pavadot 1 – 1,5 stundas (Pielikums Nr.3 4.tab.). Otrā pārstāvētāka respondentu grupa bija tādi, kuru dzīvesvieta atrodas līdz 50 km attālumā no Dundagas (30,8%). Savukārt GNP "Ceļotāju dienās" vairāk kā puse bija respondentu, kuru dzīvesvieta ir no 51 km līdz 100 km attālumā (50%) no Līgatnes, kā arī, līdzīgi kā SNP, kuru dzīvesvieta atrodas līdz 50 km attālumā (39,5 %). Vērtējot situāciju pa gadiem, kopumā šī tendence saglabājas gan SNP, gan GNP. Lai to noteiktu, tika apkopota informācija arī par ceļotāju dzīvesvietu pēc valsts administratīvi teritoriālā dalījuma. Apkopojumā pievienotas arī tās valstis, no kurām bija ārvalstu respondenti. Redzams, ka SNP "Ceļotāju dienās" respondenti pārsvarā bija no Rīgas, kā arī tuvējām pilsētām un novadiem (3.4. att.).



3.4. attēls SNP 2018. un 2019.gada "Ceļotāju dienu" aptaujas respondentu dzīvesvieta (n=187)

Avots: Aptauju dati

Līdzīga situācija ir arī, ja vērtē GNP – GNP "Ceļotāju dienās" respondenti arī pārsvarā bija rīdzinieki, kā arī tuvējo pilsētu un novadu iedzīvotāji (3.5. att. nākamajā lpp.).

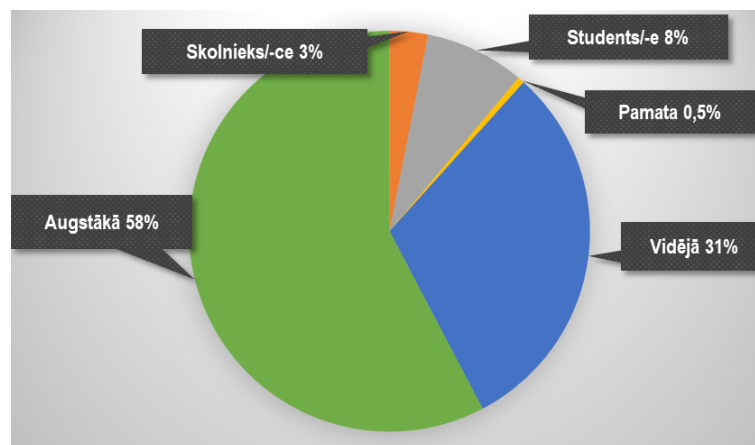


3.5. attēls GNP 2018. un 2019.gada “Ceļotāju dienu” aptaujas respondentu dzīvesvieta (n=258)
Avots: Aptauju dati

Vērtējot pēc plānošanas reģioniem, aprēķināts, ka SNP “Ceļotāju dienas” visvairāk respondentu pārstāvēja Kurzemes Plānošanas reģiona (50,3%) un Rīgas Plānošanas reģiona teritorijas (35,3%). Savukārt GNP “Ceļotāju dienas” – no Rīgas Plānošanas reģiona (52,7%) un Vidzemes plānošanas reģiona teritorijas (39,9%).

Izglītība

Kopumā aptaujāto respondentu lielākais īpatsvars ir cilvēkiem ar augstāko izglītību – 57,7% un vidējo izglītību – 30,6%. Skolēnu respondentu vidū ir 3,1% (3.6. att. nākamajā lpp.).



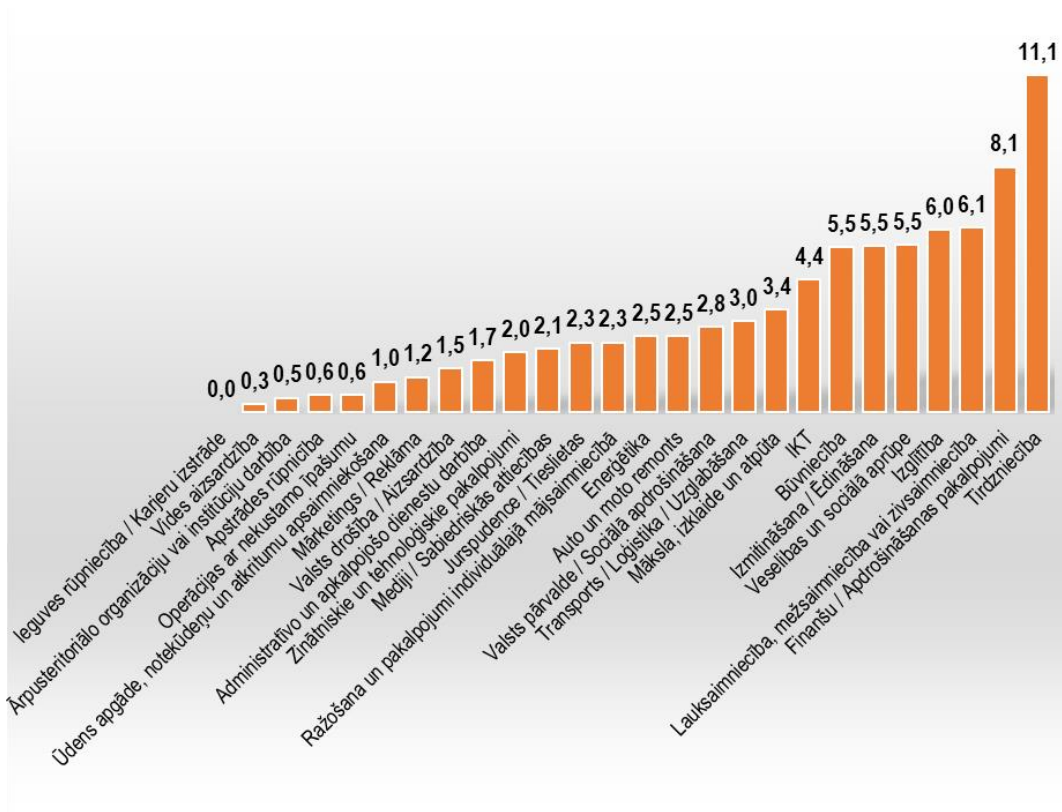
3.6. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc izglītības (%; n=445)
Avots: Aptauju dati

Vērtējot pa NP un gadiem šī proporcija saglabājas, izņemot GNP 2019.gada “Ceļotāju dienas”, kad augstākais respondentu īpatsvars novērots starp cilvēkiem ar iegūtu vidējo izglītību (37,5%) (Pielikums Nr.3, 5.tab.).

Nodarbošanās

Par nozari, kurā aptaujātais gūst ienākumus atbildējuši 94% respondenti. Atbilde nebija jāsniedz skolēniem. Kopumā augstākais īpatsvars ir tirdzniecības darbiniekiem (11,1%), finanšu un apdrošināšanas jomas darbiniekiem (8,1%), lauksaimniecībā, mežsaimniecībā vai zivsaimniecībā strādājošie (6,1%), kā arī izglītības (6%), veselības aprūpes (5,5%) un tūrismā tieši iesaistīto jomu (izmitināšana, ēdināšana) (5,5%) pārstāvjiem (3.7. att. nākamajā lpp.). Starp respondentiem nav bijis neviens ieguves rūpniecības darbinieks. Respondenti, kas bija nestrādājošas personas ir pārsvarā daļa studentu un senioru–pensionāru.

Vērtējot pa NP un gadiem, secināts, ka tendence saglabājas līdzīga ar izņēmumu, ka izmitināšanas un ēdināšanas nozarē strādājošo respondentu īpatsvars (9,1%) lielāks novērots 2019.gada GNP “Ceļotāju dienās”, bet lauksaimniecībā, mežsaimniecībā vai zivsaimniecībā 8,8%) – 2018.gada SNP (Pielikums Nr.3, 6.tab.). Augstākais respondentu-izglītības darbinieku īpatsvars vērojams SNP kā 2018., tā 2019.gadā (7,8% – 8,2%), bet veselības aprūpes nozarē nodarbinātie – kā SNP (2019.g.), tā GNP (2018.g.) – 7,1% – 7,6%. Vides aizsardzības nozarē strādājošo respondentu īpatsvars aptaujās ir ļoti niecīgs – 1,1%, un tie aptaujāti GNP 2019.gada “Ceļotāju dienās”.

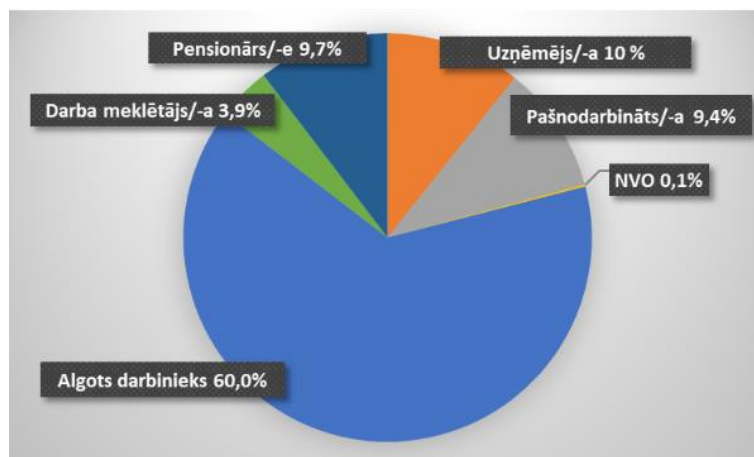


3.7. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc nodarbošanās jomas (%; n=418)

Avots: Aptauju dati

Darba statuss

Atbildes saņemtas no 93,3% respondentu, tās nebija jāsniedz skolēniem. 60% no atbildējušajiem respondentiem strādā algotu darbu, bet 10% ir uzņēmēji, 9,4% - pašnodarbinātas personas, bet 9,7% - pensionāri (3.8.att.).



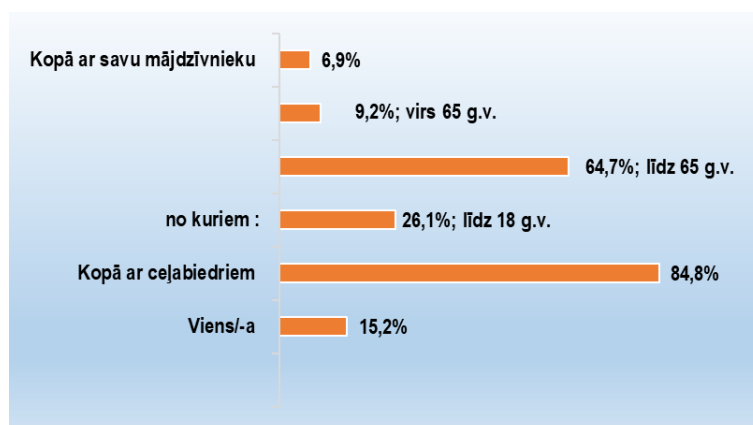
3.8. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc izglītības (%; n=415)

Avots: Aptauju dati

Vērtējot pa NP un gadiem, secināts, ka līdzīga proporcija saglabājas gan SNP, gan GNP (Pielikums Nr.3, 7.tab.). Respondentu-pensionāru lielākais īpatsvars bija 2019.gada SNP "Ceļotāju dienās" – 14,1%.

Ceļotāju grupas sastāvs

Kopumā starp respondentiem bija 15,2%, kuri NP "Ceļotāju dienas" apmeklēja vieni (2010.g. SNP "Ceļotāju dienās" tādu bija 6% (LLTA LC, 2010)), bet gandrīz 85% - kopā ar ceļabiedriem (3.9. att.).



3.9. attēls Ceļotāju respondentu grupas sastāvs (%; n=445)

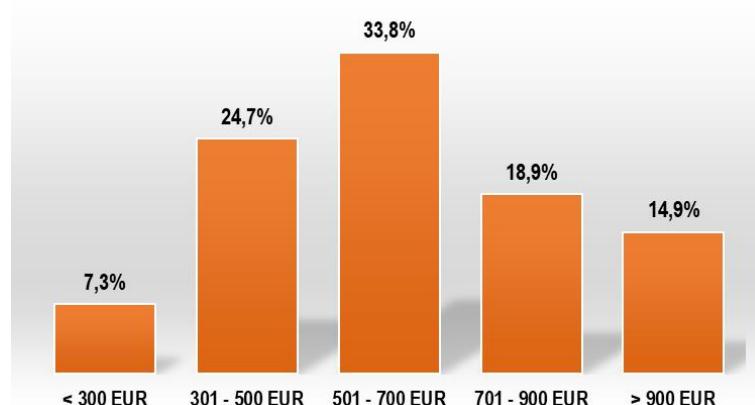
Avots: Aptauju dati

Datu apkopojums rāda, ka ceļabiedri pārsvarā bija cilvēki vecumā no 18 līdz 65 gadiem – 64,7%. Vērtējot pēc skaita, vienam respondentam bija līdz vidēji 3 ceļabiedri, kas nozīmē, ka vidējais grupas sastāvs ir 4 personas. Jāņem vērā, ka gandrīz 7% respondentu bija līdz mājdzīvnieks (pārsvarā 1 suns, bet bija kāds arī ar 2 suņiem).

Vērtējot pa NP, secināts, ka līdzīga tendence saglabājas kā SNP, tā GNP – vairāk ceļabiedru bija vecuma grupā no 18 līdz 65 gadiem (Pielikums Nr.3, 8.tab.). Kopā ar ceļabiedriem uz SNP "Ceļotāju dienām" devās 8,2% vairāk respondentu, nekā uz GNP. Vēl jūtāmāka atšķirība ir tad, ja vērtē pa gadiem – 2019.gada "Ceļotāju dienās" SNP respondentu ar ceļabiedriem bija par 17,9 % vairāk, nekā GNP. Turpretim respondentu ceļabiedru jaunāks vecums (līdz 18 gadiem) augstākais novērots 2019.gada GNP "Ceļotāju dienās" – 38,7%, kas ir par 7,8% vairāk, nekā 2019.gada SNP "Ceļotāju dienās".

Ienākumi uz 1 personu vidēji mēnesī

2018. un 2019.gada NP "Ceļotāju dienu" apmeklētāju ienākumi vidēji mēnesī uz vienu personu mājražniecībā visbiežāk ir no EUR 501 līdz EUR 700 (3.10. att. nākamajā lpp.).



3.10. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc vidējiem ienākumiem mēnesī uz vienu personu (%; n=443)

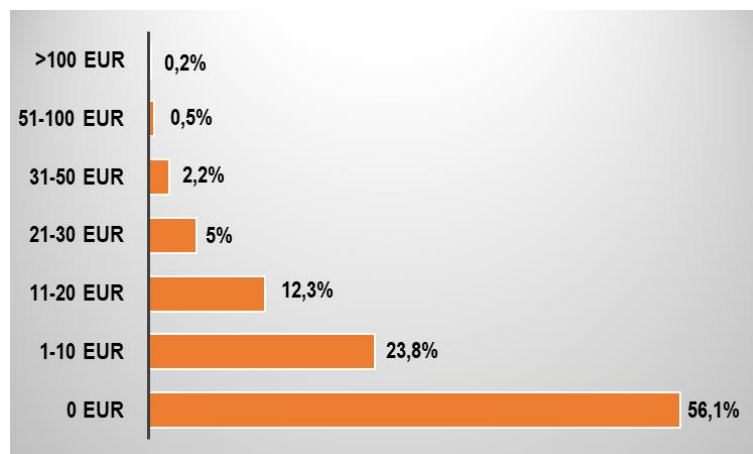
Avots: Aptauju dati

Tā atbildējuši 33,8% respondentu. Līdzīgu atbilžu proporciju aptaujās snieguši arī tie, kuru vidējie ienākumi uz vienu personu ir no EUR 301 līdz EUR 500 (24,7%). Abas grupas veido 58,5% respondentu, t.i., pārsvarā tiešās mērķgrupas vidējie ienākumi mēnesī uz vienu personu ir no EUR 301 līdz EUR 700. Taču ir arī būtiska daļa respondentu ar vēl augstākiem ienākumiem – gandrīz 34%.

Ja vērtē pa NP, tad vairāk atklājas atšķirība starp respondentu ienākumu rangiem – no EUR 501 – EUR 700 un no EUR 301 – EUR 500 (Pielikums Nr.3, 9.tab.). Jāteic, ka GNP “Ceļotāju dienu” respondentiem ir augstāki vidējie ienākumi mēnesī uz vienu personu, nekā SNP.

Ceļošanas izdevumi

Uz jautājumu atbildējuši 85,4% respondentu. 56,1% 2018. un 2019.gada NP “Ceļotāju dienu” apmeklētājiem, apmeklējot pasākumus nav bijuši nekādi izdevumi pozīcijās, par kurām tika vaicāts (3.11. att. nākamajā lpp.). Iespējams, ka šie respondenti ir bijuši ceļabiedra vai ģimenes locekļa statusā, kurš nav bijis maksātājs vai arī nav izmantojis izdevumu pozīcijās iekļautos pakalpojumus, vai arī ir izmantoti pakalpojumi, kas bija pieejami bezmaksas. Savukārt 23,8% respondentu izdevumi bija robežās no EUR 1 – EUR 10, un šie cilvēki pārsvarā ir ar vidējiem ienākumiem.

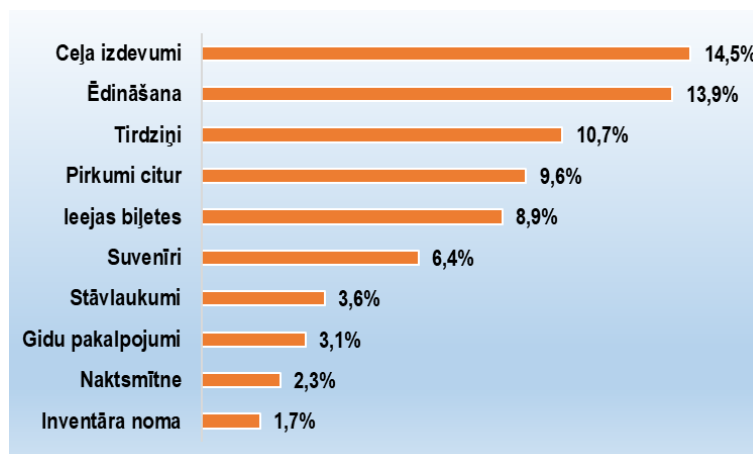


3.11. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc izdevumiem uz vienu personu rangos (%; n=376)

Avots: Aptauju dati

Kopumā vērtējot, tiem 12,3% respondentiem, kuru ienākumi bija augstāki (virs EUR 500) uzrādās arī augstāki izdevumi, taču tas nav viennozīmīgs iznākums.

Vērtējot pa izdevumu pozīcijām biežākie izdevumi bijuši ar transportu saistītajiem ceļa izdevumiem, piemēram, degvielu (3.12. att.).



3.12. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc izdevumiem uz vienu personu pa izdevumu pozīcijām (%; n=376)

Avots: Aptauju dati

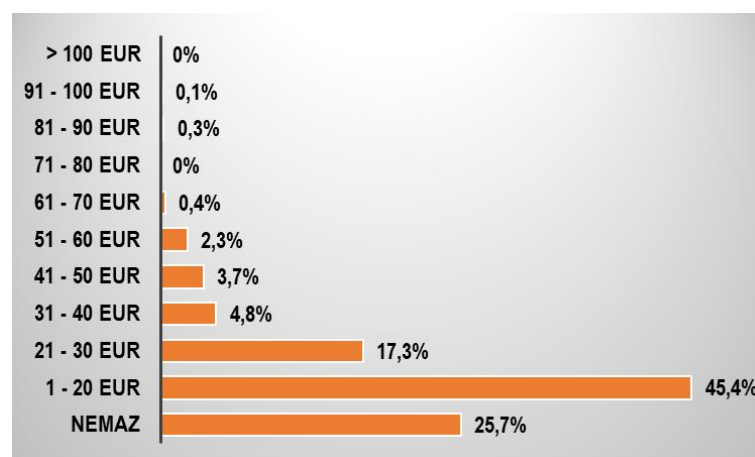
Degvielu patērēja arī respondenti ar zemākiem vai vidējiem ienākumiem. Otra biežāko izdevumu pozīcija, līdzīgi kā 2010.g. SNP "Ceļotāju dienās" (LLTA LC, 2010), ir sabiedriskās ēdināšanas pakalpojumu izmantojums – 13,9%, tam seko iepirkšanās tirdziņos (10,7%) un pirkumi citur (9,6%), kur izdevumi bija robežās no 10 – 20 EUR.

Vērtējot respondentu izdevumus pa pozīcijām pa NP un pa gadiem, aprēķināts, ka izdevumu proporcija saglabājas un tā ir līdzīga kā SNP, tā GNP (Pielikums Nr.3, 10.tab., 11.tab., 12.tab.). SNP uz jautājumu atbildējuši 86,1% respondentu, bet GNP – 84,7%.

56,5% 2018. un 2019.gada SNP "Ceļotāju dienu" apmeklētājiem, apmeklējot pasākumus nav bijuši nekādi izdevumi pozīcijās, par kurām tika vaicāts, bet GNP – 55,7%. SNP "Ceļotāju dienās" 24,4% respondentu izdevumi uz vienu personu bija rangā no EUR 1 – EUR 10, savukārt šajā rangā GNP – 23,2%. Vērtējot pa izdevumu pozīcijām secināts, ka apmeklējot GNP "Ceļotāju dienas" respondentiem uz vienu personu bija augstāki izdevumi, nekā SNP, uz kuriem ir bijis mērojams garāks un ilgāks ceļš. Tas skaidrojams ar to, ka uz SNP "Ceļotāju dienām" respondenti devās lielākās grupās, nekā uz GNP. Sabiedriskajā ēdināšanā respondenti vairāk tērējušies SNP "Ceļotāju dienās", nekā GNP. Tam izskaidrojums ir vienkāršs – 2019.gada SNP "Ceļotāju dienas" notika vienlaikus ar "Mājas kafējnīcu dienām", kur bija arī plašākas iespējas iepirkties tirdziņos (nereti mājas kafējnīcas piedāvāja arī produkciju, kas nebija saistīta ar ēdināšanu, bet gan ar dalībnieka pamatdarbības produktiem). Turpretim par ieejas biļetēm respondenti vairāk tērējušies GNP "Ceļotāju dienās", nekā SNP. Lai gan pētījuma ietvaros neietilpa cenu izvērtēšana šajās vietās, tomēr novērojumi liecina, ka GNP "Ceļotāju dienu" pasākumu norises vietās un atvērtajos objektos preču un pakalpojumu cenas bija augstākas, nekā SNP.

Vēlme maksāt

Vēlme maksāt ir viens no kritērijiem, pēc kā noteikt NP ekonomisko vērtību, un tās zinātnisko aprēķinu segums ir sarežģīts (tas gan neietilpst šī pētījuma uzdevumā). Tomēr, lai apjaustu situāciju, respondentiem aptauju laikā tika vaicāts arī tas, cik viņi būtu gatavi maksāt vienā dienā, lai NP apmeklētu biežāk? Vērtējums ar lielāko biežumu nesniedz vairāk zināmā, kā to atklāja ceļotāju izdevumu analīze, un 45,4% atbilžu respondenti atzinuši, ka maksātu no EUR 1 – EUR 20 (3.13. att.); (Pielikums Nr.3, 13.tab.).



3.13. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc vēlmes maksāt rangos (%; n=445)

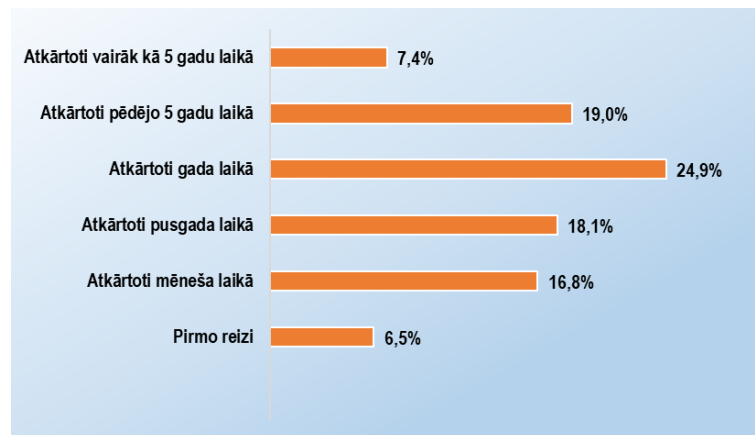
Avots: Aptauju dati

Vispārīgumā tas nozīmē, ka cilvēki nebūtu gatavi maksāt vairāk, par to, cik maksāja līdz šim. Taču atklājas arī kāda labāka tendence – šādu atbildi kopumā snieguši 39% no tiem, kuriem 2018. un 2019.gada NP “Ceļotāju dienās” nebija nekādu izdevumu. Turpretim 25,7% respondentu atzina, ka nevēlētos maksāt par NP “Ceļotāju dienu” pasākumu apmeklēšanu arī turpmāk. Vairums šīs atbildes sniedzēju bija cilvēki ar zemākiem vidējiem ienākumiem (rangā no EUR 301 – EUR 500).

3.2. Aktivitātes

Ceļošanas biežums

NP apmeklēšanas biežums – uz jautājumu atbildēja 92,7% respondentu, no kuriem 6,5% respondentu ir, t.sauc. unikālie apmeklētāji, jo NP apmeklēja pirmo reizi, bet ¼ daļa, kas ir lielākā daļa kopumā – atkārtoti gada laikā (3.14. att.).

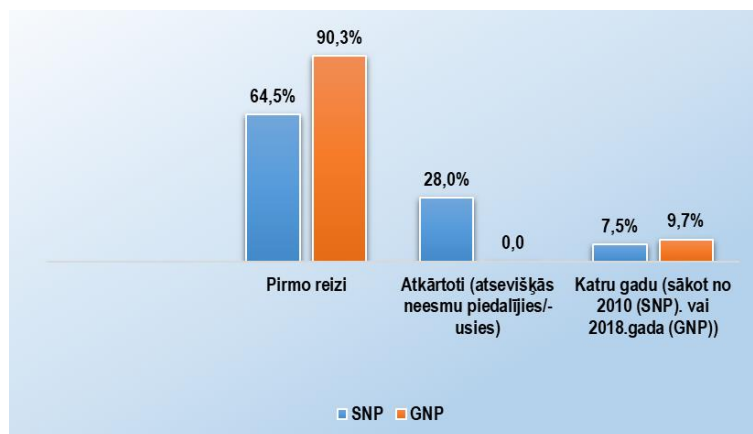


3.14. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc NP apmeklēšanas biežuma (%; n=385)

Avots: Aptauju dati

Vērtējot pa NP un pa gadiem, tendence nav tik viennozīmīga. Atklājas, ka gada laikā uz SNP respondenti devušies biežāk, nekā uz GNP – tā atbildējuši vairāk kā 30%, toties uz GNP ceļotāji devušies biežāk pusgada laikā (25,1%), nekā uz SNP un vēl biežāk – vairāk kā 5 reizes – atkārtoti mēneša laikā (29%) (Pielikums Nr.3, 14.tab.). Tas liek secināt, ka respondenti GNP apmeklē biežāk, nekā SNP. Ja analizē pēc vecuma grupas, tad respondenti, kuri NP apmeklē reti, t.i., 1 apmeklējums pēdējo 5 gadu laikā, tad tie pārsvarā ir cilvēki vecumā virs 65 gadiem.

NP “Ceļotāju dienu” apmeklēšanas biežums – secināts, ka kopumā vairāk kā puse respondentu tos apmeklēja pirmo reizi (3.15. att.), (Pielikums Nr.3, 15.tab.).



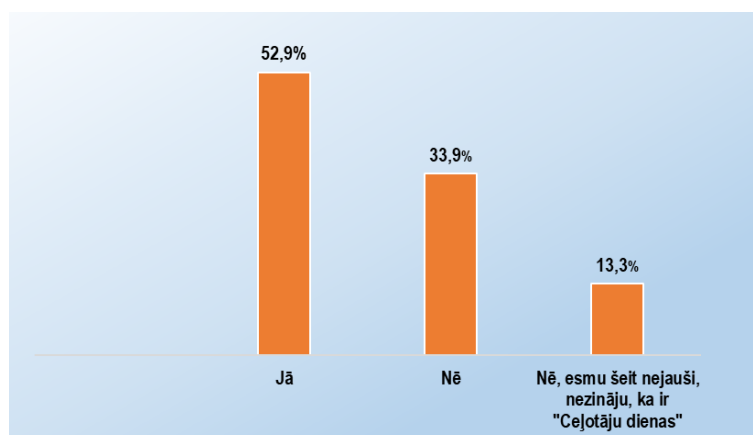
3.15. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc NP "Ceļotāju dienu" apmeklēšanas biežuma pa NP (%; n=455)

Avots: Aptauju dati

Lielāko īpatsvaru dod 2018.gada "Ceļotāju dienu" respondenti GNP, kur šie pasākumi noritēja pirmo reizi. Taču dati rāda, ka arī SNP "Ceļotāju dienās", kas īstenojās jau 9. un 10.reizi, ir bijis tāpat. 28% no aptaujātajiem SNP "Ceļotāju dienas" apmeklēja atkārtoti, bet vairāk nekā 7% - to darījuši katru gadu bez izņēmuma no 2010.gada, t.i., kopš pirmajām SNP "Ceļotāju dienām". Savukārt 9,7% respondentu bija tādi, kuri apmeklējuši GNP "Ceļotāju dienas" arī 2018.gadā, t.i., kad tās tika rīkotas pirmo reizi. Šīs proporcijas rosina domāt, ka NP "Ceļotāju dienu" rīkotājiem būtu vērojama uzmanība tam, kā "noturēt" unikālo apmeklētāju un veicināt biežāku atkārtoto NP "Ceļotāju dienu" apmeklējumu.

Ceļojuma galamērķis

Uz jautājumu nebija jāatbild NP iedzīvotājiem (n=30). 52,9% respondentu atbildēja, ka uz NP devušies, lai apmeklētu "Ceļotāju dienas", turpretim 13,3% vizīte bijusi nejauša, nezinot, ka šāds pasākums teritorijā norit (3.16.att.). Šādu atbildi sniedza arī visi aptaujātie ārvalstu ceļotāji.



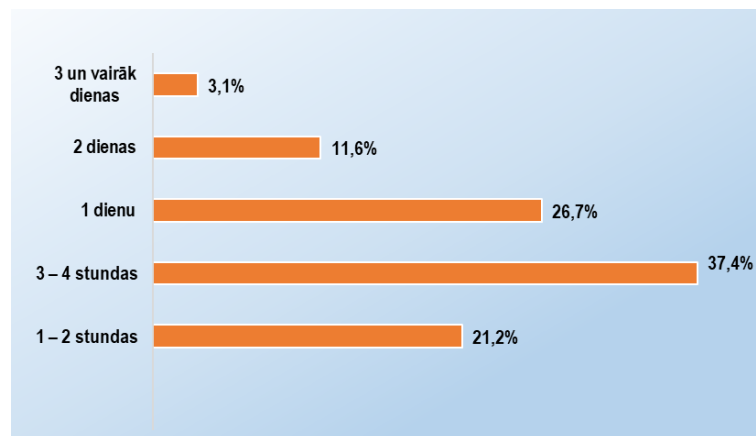
3.16. attēls Respondentu īpatsvars pēc NP "Ceļotāju dienu" kā ceļojuma galamērķa izvēles (%; n=415)

Avots: Aptauju dati

Kopumā trešdaļu veidojošais atbilžu skaits, kas liecina, ka NP "Ceļotāju dienas" nebija respondentu ceļojuma galamērķis, salīdzinājumā pa NP atklāj, ka galvenokārt tās bija GNP aptaujāto atbildes (51,6%) (Pielikums Nr.3, 16.tab.). SNP "Ceļotāju dienās" vidēji 73,5% bija to respondentu, kuru galamērķis bija "Ceļotāju dienu" norises vietas.

Uzturēšanās ilgums NP teritorijā

Uz jautājumu nebija jāatbild NP iedzīvotājiem (n=30). Kopumā 37,4% respondentu plānoja NP uzturēties 3 – 4 stundas, bet vairāk kā ¼ - vienu pilnu dienu (3.17. att.).



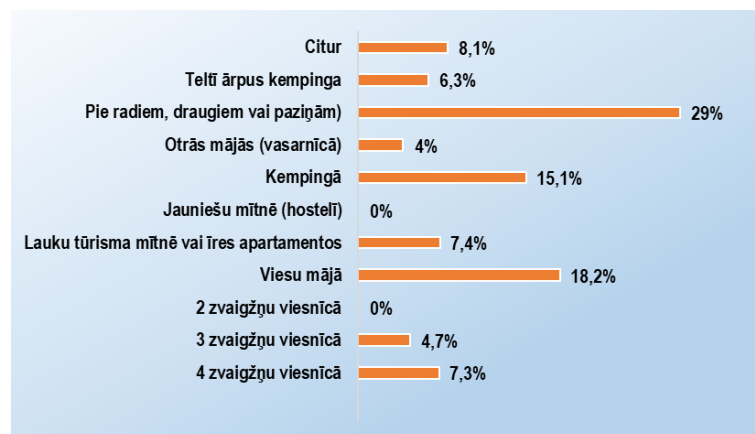
3.17. attēls Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc uzturēšanās laika NP teritorijā (%; n=415)

Avots: Aptauju dati

Vērtējot pa NP un gadiem, vienīgi 2018.gada SNP "Ceļotāju dienu" respondenti visbiežāk atbildēja, ka teritorijā plāno uzturēties 1 dienu – 43,1% (Pielikums Nr.3, 17.tab.). Savukārt GNP "Ceļotāju dienu" respondentu biežākās atbildes stundas kā 2018. tā 2019.gadā bija, ka plāno GNP uzturēties 3 – 4. Kopumā SNP teritorijā respondenti plānoja teritorijā uzturēties ilgāk, nekā GNP. Ilgāku par 1 dienu uzturēšanās laiku norādīja tūristi. SNP teritorijā starp respondentiem tūristu bija vairāk par 14,9%, nekā GNP. Arī to respondentu tūristu, kuri plānoja uzturēties NP teritorijā 3 un vairāk dienas vairāk bija starp respondentiem SNP – 3,2%, kamēr GNP teritorijā – 2,9%.

Uzturēšanās vieta

Aptaujas izlasē bija 30,2% respondentu-tūristu. No tiem 29% nakšņoja pie radiem, draugiem vai paziņām, t.i., vietās, kas bija bez maksas (3.18. att. nākamajā lpp.).



3.18. attēls Respondentu tūristu īpatsvars pēc uzturēšanās vietas (%; n=140)

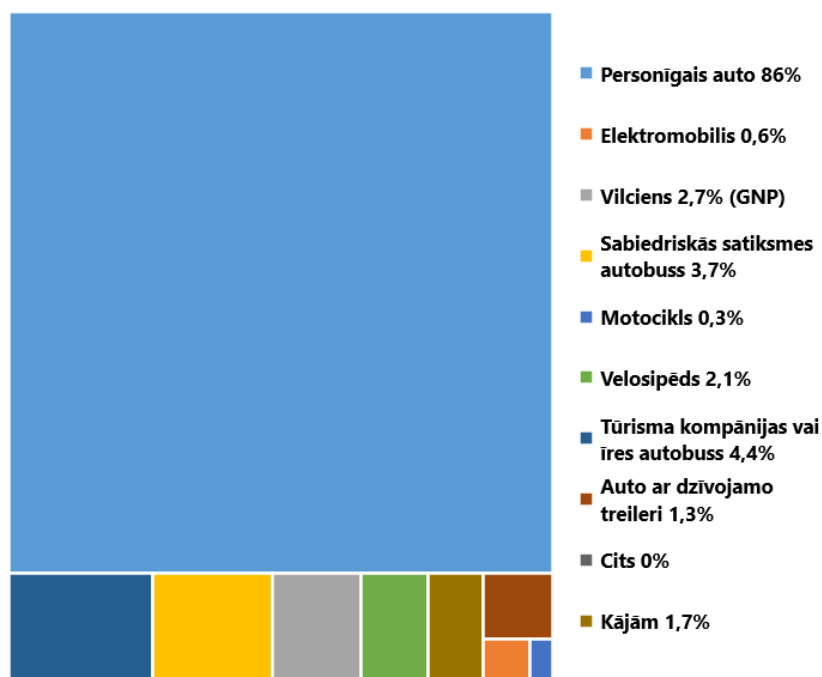
Avots: Aptauju dati

Savukārt viesu mājās un kempingos kopumā nakšņoja 33,3% tūristu, pārsvarā SNP vai GNP teritorijā. 12% respondentu-tūristu izvēlējās nakšņot viesnīcās, norādot, ka izmantotas tās, kas atradās Ventspilī, Jūrmalā, Siguldā, Cēsīs, tātad tuvējās pilsētās. Vairāk kā 6% tūristu nakšņoja teltīs ārpus kempingiem, visbiežāk norādot, ka šīs vietas ir upju, jūras vai kāda ezera pludmaļu tuvumā. Bija arī tādi respondenti, kas atbildēja, ka nakšņojuši privātajās automašīnās vai dzīvojamos treileros.

Vērtējot pa NP, var teikt SNP teritorijā respondenti-tūristi vairāk izvēlējušies nakšņot pie radiem, draugiem vai paziņām, viesu mājās un kempingos, īpaši 2018.gadā (Pielikums Nr.3, 18.tab.). Tomēr jau 2019.gadā visbiežākā izvēle bijusi par labu nakšņošanai pie draugiem, radiem vai paziņām. Atbildes liecina, ka vidēji 2,7% SNP respondentu-tūristu SNP teritorijā ir savas "otrās mājās" jeb vasarnīcas, kamēr GNP teritorijā šādu atbilžu ir ļoti niecīgs skaits, un tas neveido pat 0,5%. GNP respondenti-tūristi, līdzīgi kā SNP, visbiežāk izvēlējušies nakšņot pie radiem, draugiem vai paziņām, kādā viesu mājā, un arī viesnīcās.

Pārvietošanās līdzekļi

Kā liecina LR Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas (VARAM) 2019.gada izpēte, gandrīz puse Latvijas iedzīvotāju jeb 49% ikdienā pārvietojas ar privāto automašīnu (LETA, 2019). NP "Ceļotāju dienas" nav izņēmums. Dati rāda, ka 86% respondentu izmantojuši personīgo transporta līdzekli (3.19. att. nākamajā lpp).



3.19. attēls Respondentu tūristu īpatsvars pēc pārvietošanās līdzekļa (%; n=445)
Avots: Aptauju dati

Sabiedrisko satiksmi izmantoja vien 3,7% respondentu, bet tūrisma kompānijas vai īres autobusu – 4,4%. 1,7% respondentu uz kādu no NP “Ceļotāju dienu” pasākumiem bija devušies kājām, un tie ir NP iedzīvotāji, kas apmeklēja tuvumā dzīvesvietai esošu pasākumu. 5,1% izmantoja pārvietošanās līdzekļu kombinācijas, piemēram, personīgais auto vai auto ar dzīvojamo treileri un velosipēds. Jāpiebilst, ka uz SNP nav vilcienu satiksmes. Jāpiezīmē, ka kopumā bija vērojama augsta “Ceļotāju dienu” pasākumu ģeogrāfiskā izkliede kā SNP, tā GNP teritorijām. Tas rosināja apmeklētājus izmantot savus auto.

Vērtējot pa NP, dati rāda, ka tendence ir līdzīga kā SNP, tā GNP. Atšķirība vien tā, ka nokļūšanai uz SNP “Ceļotāju dienām” vairāk tika izmantots īres autobuss, kā arī velosipēds, nekā GNP (Pielikums Nr.3, 19.tab.). Turpretim sabiedriskās satiksmes autobuss kā pārvietošanās līdzeklis vairāk lietots GNP respondentu vidū. Pārvietošanos ar elektromobili izmantoja vienīgi 2,3% GNP respondenti 2019.gadā.

Pasākumu apmeklēšana un novērtējums

NP “Ceļotāju dienas” atbilst īpašā pasākuma definīcijai, un to programmu veido dažādu aktivitāšu kopums. Teju ikviena aktivitāte var tikt pielīdzināta arī ekskursijai (kolektīvam pasākumam), jo satur tās pazīmes – saturu, dalībnieku sastāvu un daudzumu, norit noteiktā vietā, laikā un ilgumā, lai to apmeklētu nepieciešama pārvietošanās, un tai ir konkrēta norises forma vai tās kombinācijas (Klepers, Smaļinskis, 2014):

Šī pētījuma ietvaros NP "Ceļotāju dienas" vai to sastāvdaļas netiek analizētas kā īpašais pasākums vai katra ekskursija, bet gan to patērētājs un patēriņa raksturs. Jānorāda, ka NP "Ceļotāju dienās" patērētājs (apmeklētājs, ceļotājs) varēja brīvi izvēlēties dalības formu – piedalīties ekskursijās vai, turpretim – apmeklēt pasākuma norises vietu (nereti tas bija kāds konkrēts atvērtais objekts/-i) individuāli, t.i., neiesaistoties organizētajos pārgājienos, braucienos u.c. vadītās kolektīvās aktivitātēs. Līdz ar to arī nebija nosacījuma aptaujas izlasē iekļaut tikai vienu vai otru patērētāja segmentu. Tādējādi apkopoti dati par izlasi "Ceļotāju dienu" pasākumos kopumā, neklasificējot patēriņu pēc izmantoto aktivitāšu veidiem (piemēram, dabas izziņas, kultūrvēsturiskā mantojuma izziņas, aktīvās atpūtas pasākumi, atvērto objektu piedāvājums, tirdziņi, u.tml.). Ceļotāju izvēlē tās bija vairāku un dažādu aktivitāšu kombinācijas, piemēram, pārgājiens-tirdziņš-atvērtais objekts, mājas kafejnīca-atvērtais objekts-atvērtais objekts-...-tirdziņš v.tml., ko varēja apmeklēt kā organizēti kolektīvā, tā individuāli.

Pēc DAP informācijas var uzskatīt, ka kopumā 2018. un 2019.gada NP "Ceļotāju dienas" apmeklēja ne mazāk kā 3500 personas (3.1. tabula).

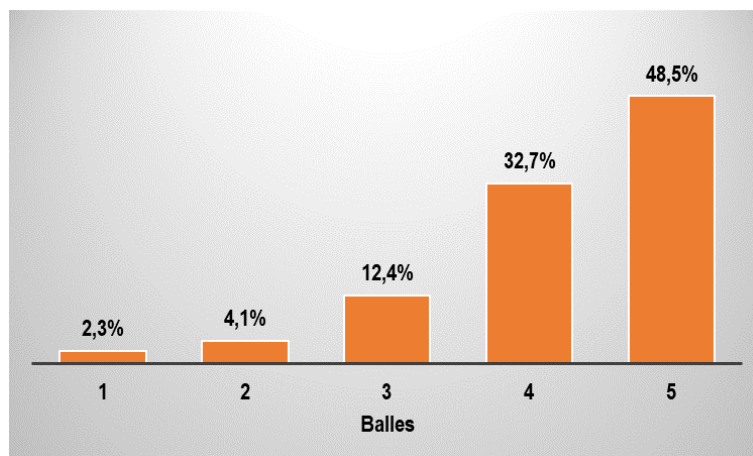
3.1. tabula "Ceļotāju dienu" apmeklētāju, pasākumu un ekskursiju apmeklētāju skaits pa NP un gadiem

NP / gads	Kopējais "Ceļotāju dienu" apmeklētāju skaits	"Ceļotāju dienu" pasākumu un ekskursiju apmeklētāju skaits
SNP 2018	~ 400	344
SNP 2019	> 370	284
GNP 2018	...	~ 1500
GNP 2019	...	1290

... - netika aprēķināts

Avots: DAP dati

Respondentu kopējais "Ceļotāju dienu" pasākumu vērtējums rāda, ka visbiežāk jeb 81,2% respondentu apmeklētās aktivitātes novērtējuši ar 4 – 5 ballēm 3.20. att. nākamajā lpp.). Tomēr 18,8% jeb gandrīz piektdaļa respondentu "Ceļotāju dienu" pasākumus vērtējuši zemāk. Lai daļēji pamatotu kopējo vērtējumu, apkopoti arī respondentu komentāri, ko viņi varēja izteikt brīvā formā, atbildot uz jautājumu: "Kas pietrūka NP "Ceļotāju dienu" apmeklējuma laikā?". Komentāri raksturo arī NP "Ceļotāju dienu" apmeklējuma vērtējumu kopumā (3.4. apakšnodaļa) (Pielikums Nr.3, 20.tab.).



* - 1 – ļoti slikti; 5 – izcili

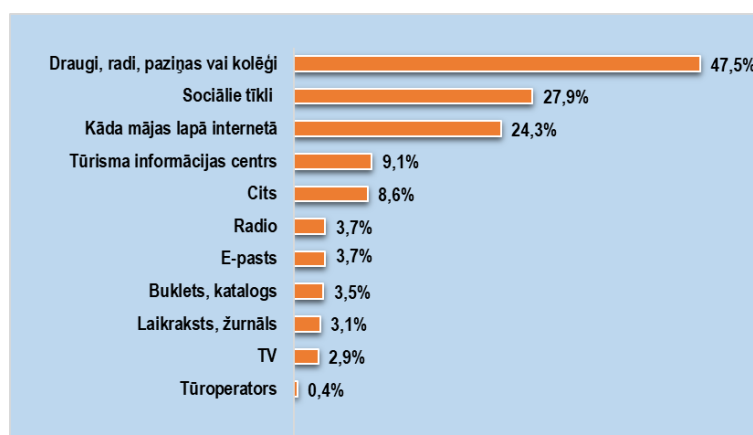
3.20. attēls NP "Ceļotāju dienu" pasākumi respondentu vērtējumā ballēs* (%; n=445)

Avots: Aptauju dati

Attiecībā uz pasākumiem, biežāk tika atklāta respondentu vēlme pēc kaut kā jauna, interesantāka, plašāka, lētāka, ar informāciju nodrošinātāka, apmeklētāka, interaktīvāka, kvalitatīvāka, cenai atbilstošāka, sasniedzamāka, labāk plānota vai novadīta, sakoptāka, aprīkotāka, nodrošinātāka utt. Dažus komentārus, pārvēršot priekšlikumos varētu rast ierosmes papildu piedāvājumam, piemēram, dzeramais ūdens, silta tēja, saldējums, uzkodas, suvenīri par dalību, muzikāls vai noslēguma pasākums u.tml.

3.3. Informācijas ieguve

Respondentu atbildes rāda, ka informāciju par NP "Ceļotāju dienām" visbiežāk guvuši no radiem, draugiem, paziņām vai kolēģiem – 47,4%, kā arī sociālajos tīklos (27,9%) vai informācijā kādā mājaslapā (24,3%) (3.21. att.).



3.21. attēls Respondentu īpatsvars pēc informācijas ieguves avota (%; n=445)

Avots: Aptauju dati

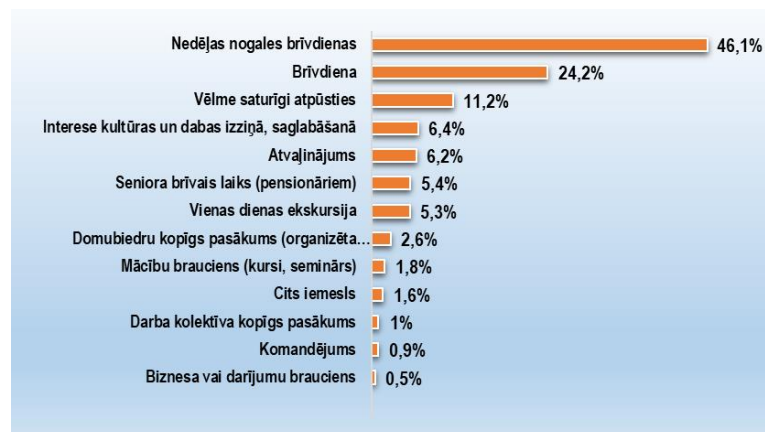
Respondenti aptaujā varēja sniegt vairākas atbildes, un tās atklāj, ka kopumā 34,8% informāciju par NP “Ceļotāju dienām” guvuši ne tikai no viena, bet no vairākiem avotiem. Biežāk nosauktā informācijas avotu kombinācija bijusi ziņas tīmeklī un draugu, radu, paziņu vai kolēģu ieteikumi. Cita populārākā informācijas ieguves kombinācija bijusi cilvēku savstarpēja komunikācija un informācijas precizēšana pie tūrisma informācijas sniedzējiem. Jāatzīmē, ka informācija par NP “Ceļotāju dienām” tika publicēta tikai latviešu valodā.

Vērtējot pa NP un gadiem, informācijas ieguves avotu izmantošanas tendence saglabājas līdzīga kā kopvērtējumā, izņemot, GNP 2019.gada “Ceļotāju dienas”. Par tām informācija tīmeklī tika publicēta salīdzinoši vēl. Iespējams, ka tas bija iemesls tam, ka apmeklētāji informāciju ieguva pārsvarā savstarpēji komunicējot (68,2%) (Pielikums Nr.3, 21.tab.).

3.4. Attieksme

Ceļojuma motīvs

Aptaujā uz jautājumu respondenti varēja sniegt vairākas atbildes, un tās liecina, ka NP “Ceļotāju dienu” apmeklēšanā izmantotas nedēļas nogales brīvdienas (46,1%) (3.22. att.).



3.22. attēls Respondentu īpatsvars pēc NP “Ceļotāju dienu” apmeklējuma motīva (%; n=445)

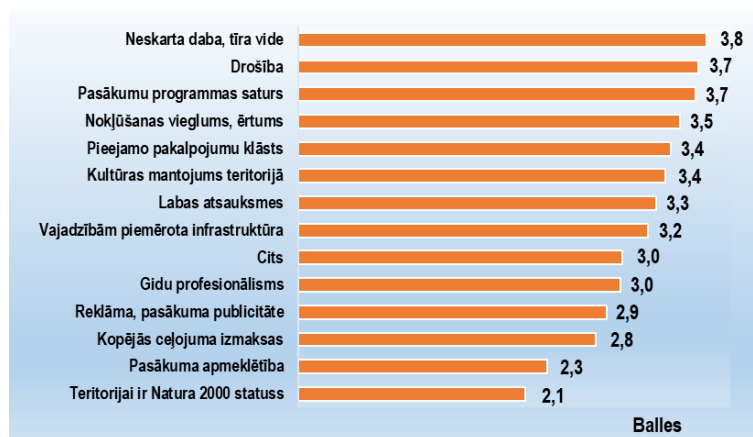
Avots: Aptauju dati

Kopumā 33,3% respondentu atzina, ka iemesli NP un “Ceļotāju dienu” apmeklējumam ir vairāki. Galvenokārt tādēļ, ka ir brīvs laiks (seniora, nedēļas nogales brīvdienas vai vnk. brīvdiena), ko cilvēki vēlējās pavadīt saturīgā atpūtā. Jāņem vērā, ka SNP un GNP “Ceļotāju dienas” notiek jūnijā un septembrī, kad tikko ir iesācies vai jau ir beidzies ikgadējo atvaļinājumu “karstākais” laiks.

Vērtējot pa NP un gadiem, atklājās, ka “Ceļotāju dienu” apmeklēšanas iemesli saglabā kopējo tendenci, t.i., brīvdienas pavadot saturīgā atpūtā (Pielikums Nr.3, 22.tab.).

Ceļošanas lēmuma pieņemšanas faktori

Uz jautājumu atbildēja 87,6% respondentu (n=398). Viņu vērtējumā kopumā lēmuma apmeklēt NP "Ceļotāju dienu" pasākumus ietekmējošie faktori ietilpst svarīguma skalas rangā no 2 līdz gandrīz 4 ballēm (3.23. att.).



* - 1 – mazsvarīgi; 5 – ļoti svarīgi

3.23. attēls Respondentu ceļošanas lēmuma pieņemšanas faktoru vērtējums ballēs* (%; n=398)

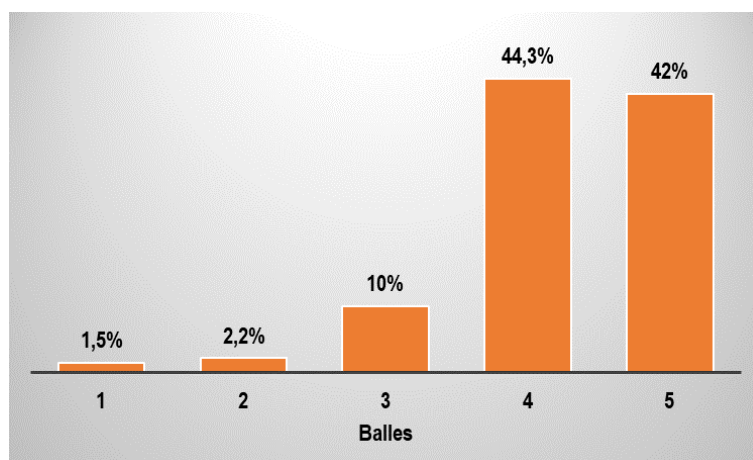
Avots: Aptauju dati

Lēmuma pieņemšanu visbiežāk ietekmējusi pārliecība, ka NP teritorijā ir tīra, dabiska un droša vide, kā arī tiek gaidīts vērtīgs pasākuma programmas saturs, teritorija ir viegli sasniedzama un nodrošināta ar nepieciešamo infrastruktūru, mazāk domājot par to, cik lielas vai mazas būs ceļojuma izmaksas (katram piektajam šis faktors šķita mazsvarīgs). Tomēr nevajadzētu ignorēt arī respondentu ekstrēmās viedokļus, kas atklājas 1 un 5 ballu vērtējumos (Pielikums Nr. 3, 23.tab.). Tie atklāj, to daļu vērtējuma, kurā atsevišķi faktori ir vērtēti kā mazsvarīgi vai turpretim – ļoti svarīgi. Piemēram, 42% no atbildi sniegušajiem respondentiem ir mazsvarīgi, ka NP teritorijai ir *Natura 2000* statuss (vērtējums 1 balle). Vien katram desmitajam ļoti svarīgas šķita labas atsauksmes, reklāma un pasākuma publicitāte (5 balles), lai gan brīvā formā paustie respondentu viedokļi ļoti bieži norādīja uz informācijas trūkumu (sk. nākamo ziņojuma sadaļu). Zinot šo informāciju, DAP ir iespēja vairāk uzmanības pievērst NP kā aizsargājamās teritorijas *Natura 2000* statusa skaidrošanai sabiedrībā, jo, iespējams, sabiedrība par to vienkārši nezina vai neizprot, rosinot domāt, ka tas nav svarīgi. Tāpat ir vērojama uzmanība informācijas izplatīšanas un patērētāja lietoto informācijas kanālu ciešākai sakritībai (sk. nākamo ziņojuma sadaļu).

Vērtējot respondentu NP "Ceļotāju dienu" apmeklēšanas lēmuma pieņemšanas faktoros pa NP un gadiem, krasu atšķirību no kopējās tendences nav, izņemot to, ka SNP "Ceļotāju dienu" respondentiem kā mazsvarīgākais faktors šķitusi arī pasākuma apmeklētība (Pielikums Nr. 3, 24.tab., 25.tab.).

NP Ceļotāju dienu novērtējums kopumā

Respondentiem tika lūgts novērtēt savu NP "Ceļotāju dienu" apmeklējumu ballēs, kā arī izteikt sava vērtējuma pamatojumu, ja kāds to vēlējas (3.24. att.).



* - 1 – ļoti slikti; 5 – izcili

3.24. attēls NP "Ceļotāju dienas" respondentu vērtējumā ballēs* (%; n=445)

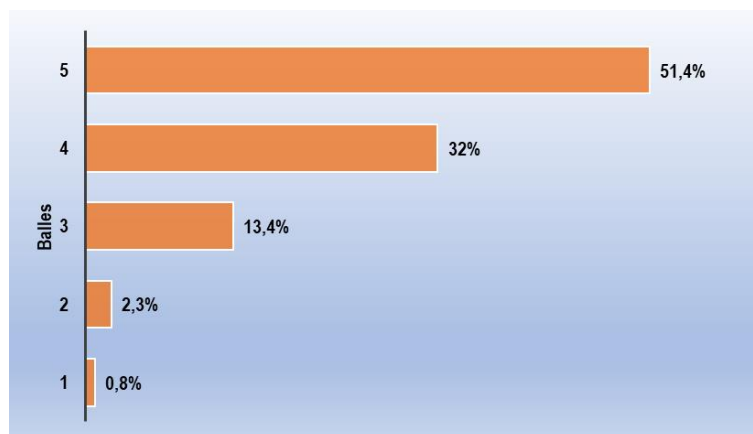
Avots: Aptauju dati

Kopumā respondenti NP "Ceļotāju dienu" apmeklējumu visbiežāk novērtējuši ar 4 – 5 ballēm, tomēr 13,7% vērtējums ir zemāks.

Vērtējot pa NP un gadiem, jāteic, ka SNP "Ceļotāju dienas" biežāk novērtētas ar 4 ballēm (vidēji 48,1% atbilžu), turpretim GNP – ar 5 ballēm (vidēji 46%) (Pielikums Nr.3, 26.tab.). Raksturojot negatīvo pieredzi vai sajūtas (1 vai 2 balles) SNP, respondenti saukuši tādus iemeslus kā nekvalitatīvi ceļi, informācijas nepietiekamība vai dažādas pasākumu organizatoriskās nianšes, pārāk lielus attālumus starp aktivitāšu norises vietām, augstas pakalpojumu cenas un to neatbilstību kvalitātei, kā arī informācijas trūkumu angļu valodā (svarīgi ārvalstu ceļotājiem) u.c. Savukārt GNP – vairāku interesējošu aktivitāšu norises laiku pārklāšanās (var liecināt, ka pasākumu ir pārāk daudz), augstas pakalpojumu cenas, informācijas nepietiekamība u.c.

NP Ceļotāju dienu rekomendēšanas citiem iespējamības vērtējums

Vairāk kā puse respondentu noteikti ieteiktu citiem apmeklēt NP "Ceļotāju dienas", bet vairāk kā trešdaļa – visticamāk, ka ieteiktu (3.25. att. nākamajā lpp.). Cilvēku savstarpējā komunicēšana ir iedarbīga pasākuma reklāma, un to pierāda arī respondentu atbildes uz jautājumu kā viņi ieguva informāciju par NP "Ceļotāju dienām"? – pārsvarā tie bija vērā ņemti draugu, radu, paziņu vai kolēģu ieteikumi.



* - 1 – pilnīgi noteikti neieteikšu; 5 – pilnīgi noteikti ieteikšu

3.25. attēls NP “Ceļotāju dienu” rekomendēšanas citiem iespējamības vērtējums * (%; n=445)

Avots: Aptauju dati

Vērtējot pa NP un gadiem, atklājās, ka arī šajā griezumā atbilžu īpatsvara proporcija neatšķiras no kopējās tendences (Pielikums Nr.3, 27.tab.), ja nu vienīgi salīdzinājumā pa NP – SNP ir biežāks rekomendēšanas iespējamības 4 ballu vērtējums nekā GNP, bet GNP – 5 ballu vērtējums, nekā SNP.

Alternatīvās izvēles NP “Ceļotāju dienām”

Datu apkopojums atklāj, ka trešdaļa respondentu paliktu mājās vai naktsmītnē (31,4%), apciemotu draugus, radus vai paziņas (21,6%), vai apmeklētu citu pasākumu (11,4%) (3.26. att.).



3.26. attēls Respondentu īpatsvars pēc NP “Ceļotāju dienu” izvēles alternatīvām (%; n=445)

Avots: Aptauju dati

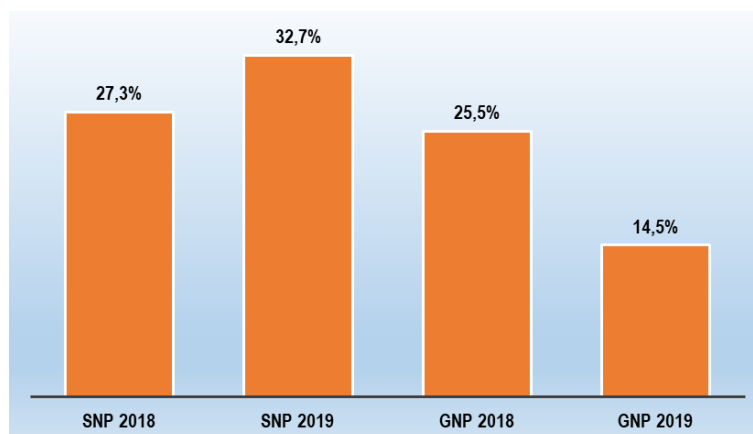
Tā kā respondenti drīkstēja izvēlēties vairākus atbilžu variantus, 41% to izmantoja. Biežākā izvēles alternatīvu kombinācija tika nosaukta kā palikšana mājās vai draugu, radu vai paziņu apciemošana, palikšana mājās vai nekā nedarīšana, kā arī cita izbrauciena īstenošana vai pasākuma apmeklēšana.

Vērtējot pa NP un gadiem, atklājās, ka arī šajā griezumā atbilžu īpatsvara proporcija būtiski neatšķiras no kopējās tendences, izņemot, 2018.gada GNP "Ceļotāju dienas", kad 22,9% respondentu kā alternatīvu "Ceļotāju dienu" apmeklējumam izvēlētos doties iepirkties (Pielikums Nr.3, 28.tab.).

4. UZŅĒMĒJU – DALĪBNIĒKU APTAUJAS REZULTĀTI

Aptaujāto NP “Ceļotāju dienu” uzņēmumu – dalībnieku īpatsvars kopā – 60% SNP un 40% - GNP, no kuriem 51,6% respondentu uzņēmējdarbību veic NP teritorijās, bet 48,4% - ārpus tās.

Dalījumā pa NP un pa gadiem aptaujas izlasē lielākā uzņēmēju atsauce aptaujā bija vērojama 2019.gada “Ceļotāju dienās” SNP, kas veido 32,7% no izlases (4.1. att.).



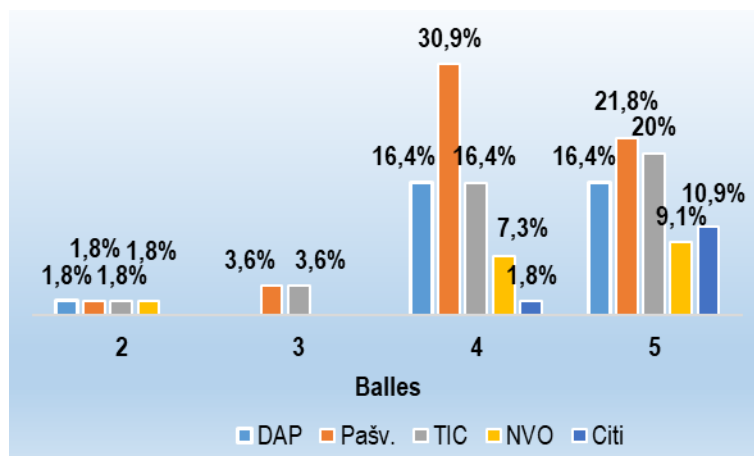
4.1. attēls Uzņēmumu–dalībnieku respondentu īpatsvars pa NP un gadiem (%; n=55)

Avots: Aptauju dati

17 respondentu pārstāvētie uzņēmumi dibināti laikā no 2011.–2015.gadam, 16 – 2016.–2019.gadam, 7 – 2001.–2005.gadam, bet 5 – laikā no 1996. – 2000.gadam (Pielikums Nr.4, 1.tab.), un tie ir MVU vai zemnieku saimniecības.

NP “Ceļotāju dienās” iesaistīto uzņēmēju-respondentu piedāvājums pārstāv dažādu tūrisma pakalpojumu sniegšanu (izmitināšana, ēdināšana, informācija, kultūras jomas objekti un norises), tirdzniecību, mājražotāju, lauksaimniecības un zivsaimniecības produkcijas ražošanu (Pielikums Nr.4, 2.tab.).

Uzņēmēju – respondentu biežāk nosauktais sadarbības partneris ir vietējās pašvaldības, TIC, DAP (SNP un GNP), NVO (piemēram, LLTA “Lauku ceļotājs”, VRG) un citi uzņēmēji. Respondentiem tika arī lūgts novērtēt sadarbību ar partneriem (4.2. att. nākamajā lpp). Kā liecina vērtējumu apkopojums, pārsvarā partneru sadarbība novērtēta ar 4 līdz 5 ballēm, bet ļoti slikts (1 balle) vērtējums nav izteikts vispār. Sadarbība ar vietējām pašvaldībām, kas bija arī biežāk nosauktais sadarbības partneris, visbiežāk vērtēta ar 4 ballēm (30,9% atbilžu) un saņēmusi arī biežāko 5 ballu vērtējumu (21,8%). Kā otrs biežāk nosauktais sadarbības partneris tika nosaukta DAP, un tā saņēmusi vienādu vērtējumu kā 4, tā 5 ballu skalā (katrā pa 16,4% atbilžu). Šie divi sadarbības partneri – vietējās pašvaldības un DAP – ir arī NP “Ceļotāju dienu” norises galvenie organizatori.



* - 1 – ļoti slikti; 5 – izcili

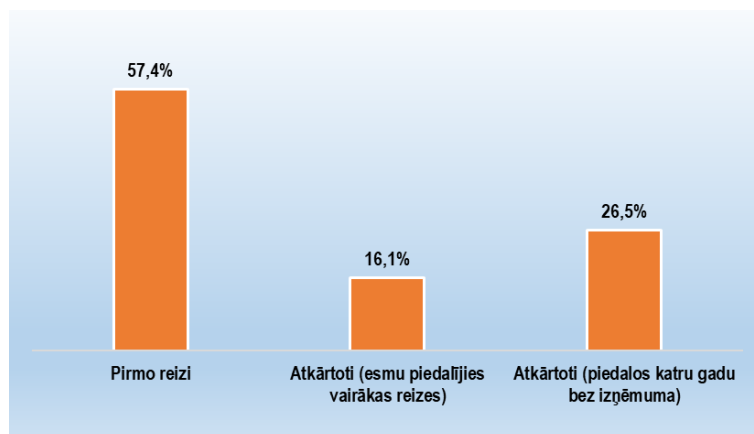
4.2. attēls Sadarbība ar partneriem uzņēmēju–dalībnieku respondentu vidējā vērtējumā (balles*, %; n=55)

Avots: Aptauju dati

Kā specifiskas un Projektam noderīgas informācijas avots bija arī uzņēmēju-dalībnieku aptaujas 10.jautājums, kas ietver respondentu atbildes brīvā formā par uzņēmēju un DAP savstarpējās sadarbības aspektiem (Pielikums Nr.4, 3.tab.). Visbiežāk uzņēmēji norādīja uz informācijas apmaiņas un dažādības nepietiekamību, infrastruktūras un attīstības uzlabojumu ierosinājumiem, kā arī uz pozitīvas sadarbības piemēriem.

Novērtējumā pa NP, atklājas, ka GNP “Ceļotāju dienu” uzņēmēji-respondenti sadarbību ar partneriem vērtējuši vienīgi ar 4 vai 5 ballēm, bet SNP – ar 2 līdz 5 ballēm, kur visbiežāk piešķirtais vērtējums ir bijis 5 balles (SNP – 75.8% atbilžu; GNP – 81,8%) (Pielikums Nr.4, 4.tab.). Jāteic, ka sadarbība ar TIC-iem un NVO biežāk nosaukta un vērtēta SNP uzņēmēju-respondentu vidū, nekā GNP (GNP respondentu vidū nebija neviena, kura sadarbības partneris būtu kāda NVO).

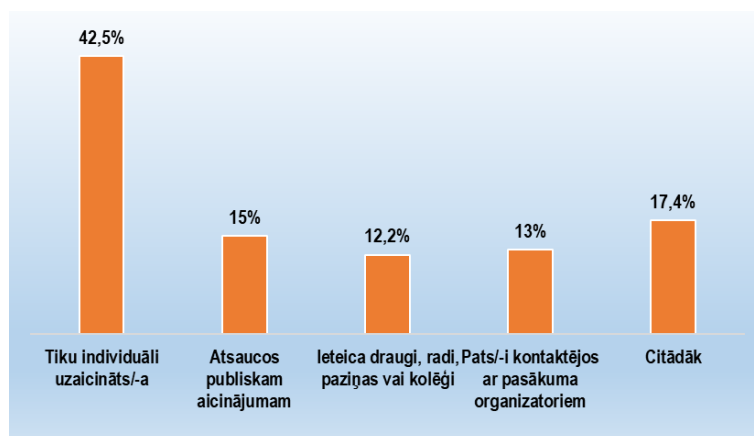
Turpinot raksturot uzņēmumu-dalībnieku izlasi, 57,4% respondentu atzinuši, ka NP “Ceļotāju dienās” piedalījās pirmo reizi (4.3. att. nākamajā lpp). Jāņem vērā, ka 2018.gadā “Ceļotāju dienas” GNP arī tika rīkotas pirmo reizi.



4.3. attēls Uzņēmēju–dalībnieku respondentu dalības biežums NP “Ceļotāju dienās” (%; n=55)
Avots: Aptauju dati

Vērtējot pa NP un gadiem, jāatzīst, ka uzņēmēji-respondenti ir visnotaļ ieinteresēti būt NP “Ceļotāju dienu” dalībnieki, uz ko norāda fakts, ka SNP vidēji 53,9% respondentu pasākumos piedalījās atkārtoti, bet GNP – tādu bija vairāk nekā 30% (Pielikums Nr.4, 5.tab.).

42,5% uzņēmēju-dalībnieku atzina, ka dalībai NP “Ceļotāju dienās” tikuši uzaicināti individuāli – uzrunāti no DAP vai vietējās pašvaldības (pārsvarā TIC), tādējādi nodrošinot arī atsevišķu norišu tematikai atbilstošu piedāvājumu (4.4. att.).



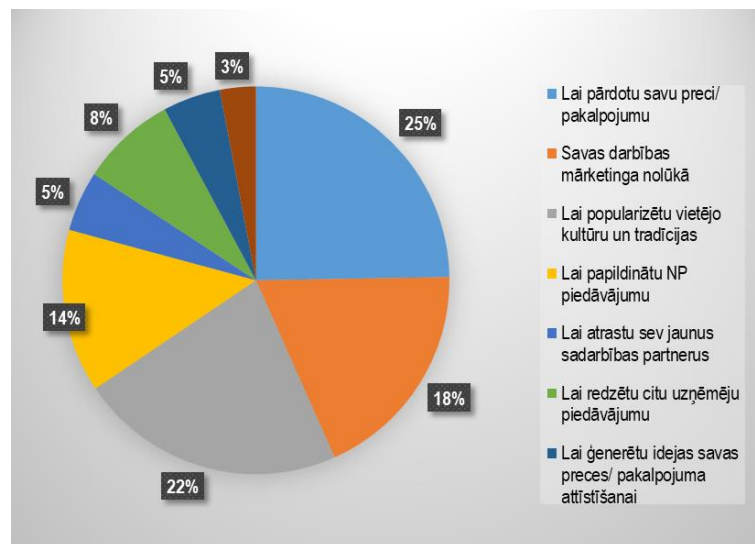
4.4. attēls Uzņēmēju–respondentu ierosinātais dalībai NP “Ceļotāju dienās” (%; n=55)
Avots: Aptauju dati

Savukārt piedalīšanās tirdziņos, kā arī “Mājas kafejnīcu” atvēršanā 2019.gada SNP biežāk izpaudusies kā uzņēmēju un vietējo iedzīvotāju pašu iniciatīvas motivēta dalība NP “Ceļotāju dienās”.

Vērtējot pa NP un gadiem, jāatzīst, ka SNP uzņēmumi-dalībnieki dalībai “Ceļotāju dienās” visbiežāk tika uzaicināti individuāli (vidēji 55,6%) vai arī paši meklējuši iespēju pieteikties un īstenot

savu dalību (16,1%) (Pielikums Nr.4, 6.tab.). GNP – paralēli atsaucībai uz individuālu pašvaldības vai DAP aicinājumu (gandrīz 30%), vairāk atsaukušies publiskajam aicinājumam (vidēji 20,5%) būt par “Ceļotāju dienu” pasākumu dalībnieku, salīdzinot ar SNP (9,4%).

Kādēļ uzņēmēji-respondenti izmantoja iespēju piedalīties NP “Ceļotāju dienās”? Atbildes (varēja sniegt vairākas) liecina, ka primāri, lai pārdotu savu preci vai pakalpojumu (25%), lai reklamētu sevi (22%), kā arī, lai popularizētu vietējo kultūru un tradīcijas (18%) (4.5. att.).



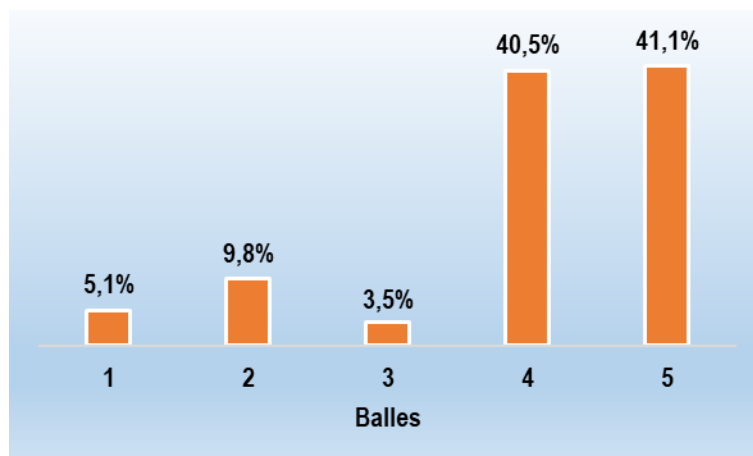
4.5. attēls Uzņēmēju–respondentu motīvi dalībai NP “Ceļotāju dienās” (%; n=55)

Avots: Aptauju dati

Tāpat uzņēmējiem bijusi svarīga apziņa, ka viņi var papildināt NP piedāvājumu tūrismā (14%).

Vērtējot pa NP un gadiem, kopējā tendence saglabājas – biežāk nosauktais dalības iemesls ir savas preces vai pakalpojuma pārdošana kā SNP, tā GNP – tā atbildējuši vairāk nekā 55% uzņēmēju-respondentu (Pielikums Nr.4, 7.tab.). Jāatzīmē, ka gandrīz trešdaļa SNP “Ceļotāju dienu” uzņēmēji-dalībnieki vēlējās vēl kādu ieguvumu – redzēt citu uzņēmēju piedāvājumu un, iespējams, atrast sev kādu jaunu sadarbības partneri. Tas liecina, ka tādi pasākumi kā “Ceļotāju dienas” var būt arī kā savdabīga uzņēmēju satikšanās un sarunu vieta vai sadarbības ideju birža, ko attīstīt, reizē veicinot arī NP tūrisma piedāvājumu.

Lūgti novērtēt, cik lielā mērā uzņēmēji-respondenti ir sasnieguši sevis izvirzītos mērķus, piedaloties NP “Ceļotāju dienās”, iegūtās atbildes liecina, ka vairums (81,6%) to novērtējuši ar 4 līdz 5 ballēm (4.6. att. nākamajā lpp), piebilstot, ka būtiska ietekme ir arī laikapstākļiem (līdz ar to arī cilvēku plūsmai), kādi iegadās pasākuma laikā.



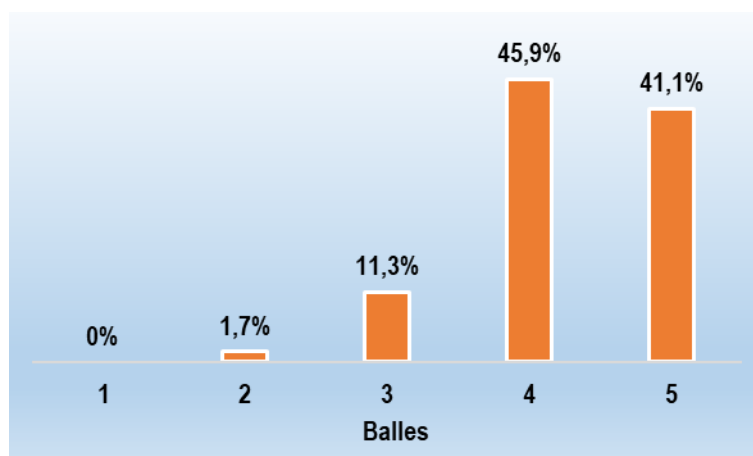
* - 1 – ļoti slikti; 5 – izcili

4.6. attēls Uzņēmēju–respondentu mērķu sasniegšanas novērtējums NP “Ceļotāju dienās” (balles*;%; n=55)

Avots: Aptauju dati

Par to vistiešāk liecina 2019.gada GNP “Ceļotāju dienu” 2 ballu vērtējums, ko snieguši 25%, uzņēmēju-respondentu (Pielikums Nr.4, 8.tab.). Tādējādi ir samazināts augstāka vērtējuma īpatsvars, neskatoties uz to, ka, salīdzinot ar 2018.gadu, 5 ballu vērtējuma īpatsvars pieaudzis par gandrīz 15%. Iespējams, ka kāds no iemesliem ne tikai GNP, bet arī SNP “Ceļotāju dienu” norisēs, meklējams tajās respondentu brīvā formā izteiktās atbildēs, ko atklāj 4.jautājums: “Kas uzņēmēju-respondentu visvairāk iepriecināja, piedaloties NP “Ceļotāju dienās”?” (Pielikums Nr.4, 9.tab.). Visbiežākās atbildes pauž, ka tā ir bijusi negaidīta apmeklētāju plūsma, cilvēku interese, atvērtība un pozitīvā attieksme.

Uzņēmēju-respondenti, vērtējot NP “Ceļotāju dienu” norises organizāciju, tai visbiežāk piešķirusi 4 līdz 5 balles (87% atbilžu) (4.7. att.),



* - 1 – ļoti slikti; 5 – izcili

4.7. attēls NP “Ceļotāju dienu” organizācija uzņēmēju–respondentu vērtējumā (balles*;%; n=55)

Avots: Aptauju dati

Savukārt uzņēmēju-respondentu atbildes pa NP liecina, ka kopumā augstāku novērtējumu 4 un 5 ballu vērtējumā saņēmusi GNP "Ceļotāju dienu" organizācija (Pielikums Nr.4, 10.tab.).

Apkopojot uzņēmēju-dalībnieku respondentu viedokļus par ieteicamajiem uzlabojumiem NP "Ceļotāju dienu" organizācijā, jāsecina, ka visbiežāk nosauktais ir informācijas un reklāmas nodrošinājums pirms pasākuma un tā laikā (Pielikums Nr.4, 11.tab.). Tāpat ir konkrēti ierosinājumi piekļuves infrastruktūras uzlabošanai (piemēram, norādes zīmes), kā arī vairāki ieteikumi pasākuma programmas izstrādē – dažādošanā, plānošanā u.tml. Neskatoties uz to, visi respondenti (100%) atbildēja, ka vēlētos arī turpmāk būt NP "Ceļotāju dienu" dalībnieki.

SECINĀJUMI

1. Pētījuma tiešās mērķgrupas (apmeklētāju, ceļotāju) izlases demogrāfiskais un sociālekonomiskais raksturojums:
 - 1.1. 2018. un 2019. SNP un GNP "Ceļotāju dienas" kopumā apmeklēja ne mazāk kā 3500 personas;
 - 1.2. Aptuveni 2/3 sieviešu un 1/3 vīriešu;
 - 1.3. Vecuma grupa no 16 – 60 gadiem, kur augstākais īpatsvars ir respondentiem vecumā no 31 – 45 gadiem;
 - 1.4. 97,2% Latvijas iedzīvotāji, kuri uz NP "Ceļotāju dienām" devās, mērojot līdz 1,5h ilgu braucieni, veicot līdz 150km. Būtisks pārsvars rīdziniekiem, bet ārvalstu ceļotāji izlasē ir ļoti niecīga daļa – tikai 2,8%;
 - 1.5. 57,7% respondentu ar iegūtu augstāko izglītību, 30,6% - ar vidējo;
 - 1.6. Biežāk pārstāvētā tautsaimniecības nozare – tirdzniecība (11,1%) un finanšu sektors (8,1%), kā arī lauksaimniecība, izglītība, veselības aprūpe, tūrisms;
 - 1.7. 60% algoti darbinieki, bet 9,7% pensionāri;
 - 1.8. 84,8% ceļoja kopā ar ceļabiedriem, kur grupas sastāvs vidēji 3 – 4 personas. Ceļabiedri vecumā no 18 – 65 gadiem. Gandrīz 7% respondentiem līdzī mājdzīvnieki. Jo tālāks ceļš tika mērots, jo lielāka bija ceļotāju grupa;
 - 1.9. Vidējie ienākumi mēnesī uz vienu personu bija no EUR 301 – EUR 700;
 - 1.10. 56,1% respondentu NP "Ceļotāju dienu" pasākumos neveidojās nekādas izmaksas, savukārt, ja izdevumi radās, visbiežāk par transportu, tie bija robežās vidēji no EUR 1 – EUR 10 uz vienu personu. Vērā ņemams tas, ka 1/3 daļa respondentu bija ar augstākiem ienākumiem, un viņu izdevumu apjoms bija no EUR 11 – EUR 20. Otrā biežāko izdevumu pozīcija ir sabiedriskās ēdināšanas pakalpojumu izmantojums (13,9%) un iepirkšanās tirdziņos (10,7%), kur izdevumi bija robežās no 10 – 20 EUR. Kopumā SNP "Ceļotāju dienās" respondentu izdevumi bija zemāki, nekā GNP;
 - 1.11. Lai gan ¼ daļa respondentu atzina, ka nevēlētos maksāt par NP "Ceļotāju dienu" pasākumu apmeklēšanu, 45,4% respondentu būtu vēlme maksāt no EUR 1 – EUR 20. Vispārīgākā tas nozīmē, ka cilvēki nebūtu gatavi maksāt vairāk, par to, cik maksāja līdz šim;
2. Pētījuma tiešās mērķgrupas (apmeklētāju, ceļotāju) izlases veikto aktivitāšu raksturojums:
 - 2.1. 24,9% respondentu NP pārsvarā apmeklēja atkārtoti gada laikā, bet NP "Ceļotāju dienas" – 45,2% respondentu piesaistījušas atkārtoti, no kuriem 16,2% katru gadu bez izņēmuma;

- 2.2. 52,9% respondentu NP "Ceļotāju dienu" norišu vietas ir bijis galvenais ceļojuma galamērķis, bet 13,3% (t.sk. respondentiem – ārvalstu viesiem) – vizīte bijusi nejauša;
- 2.3. Visbiežāk, t.i., 37,4% respondenti NP teritorijā plānoja uzturēties 3 – 4 stundas, bet vairāk nekā ¼ - vienu pilnu dienu;
- 2.4. 29% respondentu-tūristu nakšņoja vietās, kas bija bez maksas – pie radiem, draugiem vai paziņām, bet pārējie pārsvarā viesnīcās Ventspilī, Jūrmalā, Siguldā, Cēsīs, tātad tuvējās pilsētās;
- 2.5. 86% respondentu izmantoja personīgo transporta līdzekli, bet sabiedrisko satiksmi – vien 3,7%;
- 2.6. 81,2% respondentu apmeklētās NP "Ceļotāju dienu" aktivitātes novērtējuši vidēji ar 4 – 5 ballēm, paužot vēlmes pēc kaut kā jauna, interesantāka, plašāka, lētāka, ar informāciju nodrošinātāka, apmeklētāka, interaktīvāka, kvalitatīvāka, cenai atbilstošāka, sasniedzamāka, labāk plānota vai novadīta, sakoptāka, aprīkotāka, nodrošinātāka utt. Dažus komentārus, pārvēršot priekšlikumos varētu rast ierosmes papildu piedāvājumam, piemēram, dzeramais ūdens, silta tēja, saldējums, uzkodas, suvenīri par dalību, muzikāls vai noslēguma pasākums u.tml.
3. Pētījuma tiešās mērķgrupas (apmeklētāju, ceļotāju) izlases informācijas ieguves paradumi:
- 3.1. Informāciju par NP "Ceļotāju dienām" respondenti visbiežāk guvuši no radiem, draugiem, paziņām vai kolēģiem – 47,4%, kā arī sociālajos tīklos (27,9%) vai informācijā kādā mājaslapā (24,3%);
- 3.2. 34,8% informāciju par NP "Ceļotāju dienām" guvuši ne tikai no viena, bet no vairākiem avotiem;
4. Pētījuma tiešās mērķgrupas (apmeklētāju, ceļotāju) izlases attieksme:
- 4.1. 46,1% respondentu NP "Ceļotāju dienas" apmeklēja aizpildot nedēļas nogales un brīvdienas, par svarīgāko motīvu atzīstot saturīgu atpūtu;
- 4.2. Lēmuma pieņemšanu visbiežāk ietekmējusi pārlicība, ka NP teritorijā ir tīra, dabiska un droša vide, kā arī tiek gaidīts vērtīgs pasākuma programmas saturs, teritorija ir viegli sasniedzama un nodrošināta ar nepieciešamo infrastruktūru, mazāk domājot par to, cik lielas vai mazas būs ceļojuma izmaksas;
- 4.3. 42% respondentiem ir mazsvarīgi, ka NP teritorijai ir *Natura 2000* statuss, kas rosina domāt, ka DAP lielāka uzmanība vēršama NP kā aizsargājamās teritorijas *Natura 2000* statusa skaidrošanai sabiedrībā;
- 4.4. 86,3% respondenti NP "Ceļotāju dienu" apmeklējumu kopumā visbiežāk novērtējuši ar 4 – 5 ballēm, taču, raksturojot negatīvo pieredzi vai sajūtas (1 vai 2 balles), respondenti

- saukuši tādus iemeslus kā nekvalitatīvi ceļi, informācijas nepietiekamība vai dažādas pasākumu organizatoriskās nianšes, pārāk lielus attālumus starp aktivitāšu norises vietām, augstas pakalpojumu cenas un to neatbilstību kvalitātei, kā arī informācijas trūkumu gan latviešu, gan angļu valodā (svarīgi ārvalstu ceļotājiem), vairāku interesējošu aktivitāšu norises laiku pārklāšanos (var liecināt, ka pasākumu ir pārāk daudz) u.c.;
- 4.5. 51,4% respondentu noteikti ieteiktu arī citiem apmeklēt NP "Ceļotāju dienas", bet 32% – visticamāk, ka ieteiktu;
- 4.6. 31,4% respondentu kā alternatīvo izvēli NP "Ceļotāju dienu" apmeklējumam izvēlētos palikt mājās vai naktsmītnē, 21,6% - apciemotu draugus, radus vai paziņas vai apmeklētu citu pasākumu (11,4%);
5. Pētījuma netiešās mērķgrupas (uzņēmēju-dalībnieku) izlases aptaujas rezultāti:
- 5.1. Uzņēmēju-respondentu īpatsvars - 60% SNP, bet 40% - GNP;
- 5.2. 51,6% respondentu uzņēmējdarbību veic NP teritorijās, bet 48,4% - ārpus tās;
- 5.3. Visbiežāk respondentu uzņēmumi dibināti laikā no 2011.–2019.gadam, un tie ir MVU vai zemnieku saimniecības;
- 5.4. Biežāk nosauktais sadarbības partneris ir vietējās pašvaldības un DAP, kur sadarbība novērtēta vidēji ar 4 līdz 5 ballēm, norādot uz informācijas apmaiņas un dažādības nepietiekamību, infrastruktūras un attīstības uzlabojumu ierosinājumiem, kā arī uz pozitīvas sadarbības piemēriem
- 5.5. 57,4% respondentu NP "Ceļotāju dienās" piedalījās pirmo reizi. SNP vidēji 53,9% respondentu piedalījās atkārtoti, bet GNP – tādu bija vairāk nekā 30%;
- 5.6. 42,5% uzņēmēju-dalībnieku atzina, ka dalībai NP "Ceļotāju dienās" tikuši uzaicināti individuāli, savukārt piedalīšanās tirdziņos, kā arī "Mājas kafējnīcu" atvēršanā 2019.gada SNP biežāk izpaudusies kā uzņēmēju un vietējo iedzīvotāju pašu iniciatīvas motivēta dalība NP "Ceļotāju dienās";
- 5.7. Primārais respondentu dalības motīvs NP "Ceļotāju dienās" – pārdot savu preci vai pakalpojumu (25%). 22% bija svarīgi arī reklamēt sevi un popularizēt vietējo kultūru un tradīcijas (18%);
- 5.8. 81,6% respondentu savu mērķu sasniegšanu NP "Ceļotāju dienu" laikā novērtējuši ar 4 līdz 5 ballēm;
- 5.9. 87% respondentu NP "Ceļotāju dienu" norises organizāciju visbiežāk ar 4 līdz 5 ballēm, atklājot viedokļus par ieteicamajiem uzlabojumiem NP "Ceļotāju dienu" organizācijā – uzlabots informācijas un reklāmas nodrošinājums pirms pasākuma un tā laikā, uzlabota

piekļuves infrastruktūra (piemēram, norādes zīmes), kā arī pasākuma programmas izstrādē – dažādošanā, plānošanā u.tml.

5.10. Visi respondenti (100%) atbildēja, ka vēlētos arī turpmāk būt NP "Ceļotāju dienu" dalībnieki;

6. Ņemot vērā augstāk minēto, ir formulējams NP "Ceļotāju dienu" tiešās un netiešās mērķauditorijas (un tās uzvedības) profils:

6.1. Tiešās mērķauditorijas (apmeklētāju, ceļotāju un to uzvedības) profils – vietējā ceļotāja sieviete vecumā no 31-45 gadiem, ar iegūtu augstāko izglītību. Viņa strādā algotu darbu tirdzniecībā vai finanšu sektorā, saņemot mēnesī līdz 700 EUR. Ceļo kopā ar 3-4 ģimenes locekļiem, draugiem, radiem vai paziņām vecumā no 18-65 gadiem. NP "Ceļotāju dienas" apmeklē atkārtoti, veicot līdz 150 km lielu attālumu, pārvietojoties ar personīgo auto un ceļā pavadot līdz 1,5h. Viņas izdevumus līdz 20 EUR apmērā, apmeklējot pasākumu, pārsvarā veido ar transportu saistīti un sabiedriskās ēdināšanas pakalpojumu pirkšanas izmaksas, un nevēlētos, ja turpmāk izmaksas pieaugtu. NP "Ceļotāju dienas" ir viņas ceļojuma galamērķis, jo ir pārliecināta, ka NP teritorija ir tīra, dabiska un droša vide, kā arī tiek gaidīts vērtīgs pasākuma programmas saturs, teritorija ir viegli sasniedzama un nodrošināta ar nepieciešamo infrastruktūru, lai gan viņai ir mazsvarīgi, ka NP teritorijai ir *Natura 2000* statuss. NP teritorijā viņa plāno pavadīt no 3 stundām līdz 1 dienai. Informāciju par galamērķi un pasākumu sieviete gūst no ziņām tīmeklī un savstarpējās sarunās ar draugiem, radiem, paziņām vai kolēģiem. Apmeklētās pasākuma aktivitātes vērtē ar 4-5 ballēm, taču vēlas aktivitāšu dažādību, cenai atbilstošu kvalitāti un domā, ka informācijas nodrošinājums un pieejamība ir būtiski uzlabojams jautājums no pasākuma organizatoru puses;

6.2. Netiešās mērķauditorijas (uzņēmumu / uzņēmēju-dalībnieku un to uzvedības) profils – MVU vai zemnieku saimniecība, kas dibināta laikā no 2011.-2019.gadam. Dalībai NP "Ceļotāju dienās" uzrunāts individuāli no sadarbības partneru – vietējās pašvaldības vai DAP – puses. Galvenais dalības mērķis ir pārdot savu preci vai pakalpojumu, popularizēt sevi un vietējās kultūras tradīcijas. Uzņēmējs-dalībnieks sadarbību ar partneriem vērtē ar 4-5 ballēm, tāpat kā pasākuma organizāciju. Viņam svarīgi, lai tiktu nodrošināta partneru informācijas apmaiņa un tās dažādība, infrastruktūras un tās attīstības uzlabojumi, kā arī atsevišķi pasākuma programmas plānošanas jautājumi, piemēram, apmeklētāju plūsmas apjoma un intensitātes aplēses pirms pasākuma, lai spētu labāk nodrošināt patieso pieprasījumu. Uzņēmēju-dalībnieku visvairāk iepriecina pozitīvs, atvērts un ieinteresēts NP "Ceļotāju dienu" apmeklētājs.

INFORMĀCIJAS AVOTU SARAKSTS

- Balamovskis K. (2014) Ieinteresēto pušu iesaiste kultūras pasākumu menedžmentā Latvijā (Bakalaura darbs), [skatīts 30.11.2019.]. [tiešsaiste]: https://academia.lndb.lv/ftp/80/balamovskis_klvs_20103401.pdf
- Bērziņa I. (2012) Tūrisma ekonomiskā nozīmīguma novērtēšana Latvijas Nacionālo parku reģionos (Promocijas darba Kopsavilkums), [skatīts 03.11.2019.]. [tiešsaiste]: https://lufb.llu.lv/dissertation-summary/tourism/lluta_Berzina_promoc_darba_kopsavilkums_2012_LLU_EF.pdf
- Bērziņa I., Grizāne T. (2011) Ķemeru Nacionālā parka apmeklētāja profils. RPIVA VI Jauno zinātnieku konference 2010. Rakstu krājums. Rīga, RPIVA, 243 lpp., ISBN 978-9934-8215-7-8
- CSP, 2019. Latvijas iedzīvotāju vienas dienas braucieni pa Latviju pēc ceļotāju dzimuma un vecuma grupām, [skatīts 03.11.2019.]. [tiešsaiste]: <https://www.csb.gov.lv/lv/statistika/statistikas-temas/transportu-turisms/turisms/tabulas/tug200/latvijas-iedzivotaju-vienas-dienas-braucieni-pa>
- DAP-a, 2019. Slīteres Nacionālais parks [skatīts 03.11.2019.]. [tiešsaiste]: https://www.daba.gov.lv/public/lat/iadt/nacionalie_parki/sliteres_nacionalais_parks/
- DAP-b, 2019. Gaujas Nacionālais parks [skatīts 03.11.2019.]. [tiešsaiste]: https://www.daba.gov.lv/public/lat/iadt/nacionalie_parki/gaujas_nacionalais_parks/
- E-formas, tiešsaistes datu vadības sistēma. Terminu vārdnīca, [skatīts 20.10.2019.]. [tiešsaiste]: <http://www.e-formas.lv/aptauju-akademija/terminu-vardnica>
- EUROPARC. Eiropas Ilgtspējīga tūrisma harta, [skatīts 29.10.2019.]. [tiešsaiste]: <https://www.europarc.org/library/europarc-events-and-programmes/european-charter-for-sustainable-tourism/>
- Goša Z. (2003) Statistika. Latvijas Universitāte, SIA Izglītības solji, Rīga
- Klepers A., Smaļinskis J. Tūristu gids. Vietas pieredzējuma radīšana. Valmiera: Vidzemes augstskola, 2014
- Krastiņš O. (1998) Statistika un ekonometrija. Mācību grāmata augstskolām, LR CSP, Rīga
- Kronberga I. (b.g.) Kā pircēji uzvedas mūsdienu globālajā patēriņa tirgū? Socioloģisko un tirgus pētījumu uzņēmuma SIA TNS Latvia mājas lapa, [skatīts 29.10.2019.]. [tiešsaiste]: http://www.tns.lv/newsletters/2007/16/?category=tns16&id=MR_pirceju_uzvediba
- LETA (2019) Pētījums: Puse Latvijas iedzīvotāju ikdienā pārvietojas ar privāto automašīnu [skatīts 03.12.2019.]. [tiešsaiste]: <https://www.diena.lv/raksts/latvija/zinas/petijums-puse-latvijas-iedzivotaju-ikdiena-parvietoja-ar-privato-automasinu-14226171>
- Likums Par īpaši aizsargājamām dabas teritorijām (1993; ar Grozījumiem, kas izdarīti līdz 11.01.2014.), [skatīts 03.11.2019.]. [tiešsaiste]: <https://likumi.lv/doc.php?id=59994>
- LLTA LC, 2010. Slīteres Ceļotāju dienas vēstnesis [skatīts 06.11.2019.]. [tiešsaiste]: https://www.celotajs.lv/cont/conf/conference/100612-CD/avize/avize_slitere_2.pdf
- LZA (2008) Tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošā vārdnīca, [skatīts 30.11.2019.]. [tiešsaiste]: <http://termini.lza.lv/term.php?term=ekskursija&list=ekskursija&lang=LV>
- Oxford Living Dictionaries (b.g.) Terminu skaidrojošā vārdnīca (LV), [skatīts 30.11.2019.]. [tiešsaiste]: <https://lv.oxforddictionaries.com/definition/EKSKURSIJA>

Pastore S. (2012) Patērētāja uzvedība tirgū (prezentācijas materiāls), [skatīts 27.10.2019.]. [tiešsaiste]: http://www.pikc.lv/lv/macibu_materiali/viesnicu_turisma_marketings/pateretaja_uzv_tirgu.pdf

Patērētāju tiesību aizsardzības likums (1999; ar Grozījumiem, kas izdarīti līdz 04.10.2018.), [skatīts 03.11.2019.]. [tiešsaiste]: <https://likumi.lv/doc.php?id=23309>

Reisch L. (2014) Kas nosaka cilvēku patēriņa paradumus? Eiropas Vides aģentūras mājas lapa, [skatīts 29.10.2019.]. [tiešsaiste]: <https://www.eea.europa.eu/lv/signali/signali-2014/intervija/kas-nosaka-cilveku-paterina-paradumus>

Shone A., Parry B. Successful Event Management: A Practical Handbook. London: Thomson Learning, 2013

SIA Lobbija Birojs (2012) Projektu sagatavošanas un ieviešanas rokasgrāmata, [skatīts 16.10.2019.]. [tiešsaiste]: http://www.sif.gov.lv/nodevumi/nodevumi/5097/2012_11_Rokasgramata_4.pdf

Tūrisma likums (1998; ar Grozījumiem, kas izdarīti līdz 01.12.2017), [skatīts 03.11.2019.]. [tiešsaiste]: <https://likumi.lv/ta/id/50026-turisma-likums>

Шумович А. Великолепные мероприятия. Технология и практика. Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2008

PIELIKUMS

Pielikums Nr. 1

1. tabula SNP un GNP "Ceļotāju dienu" pasākumu programmas, norises laiks un apmeklētāju skaits

Gads	Nosaukums	Laiks	Apmeklētāju skaits
SNP			
2010	Slīteres ceļotāju diena 2010	12.06.2010.	600*
2011	Slīteres ceļotāju dienas 2011	04.-05.06.2011.	2116*
2012	Slīteres ceļotāju diena ceļotāju dienas 2012	02.-03.06.2012.	1300*
2013	Slīteres ceļotāju dienas 2013	01.-02.06.2013.	1500*
2014	Caur Undžavas mežiem pie lībiešiem. Slīteres ceļotāju dienas 2014	31.05.-01.06.2014.	...
2015	Knišels kož, zāl aug, pavārs vār, sanāk draug! "Bukstiš, dižrouš, pepants pleksts ..." Slīteres ceļotāju dienas 2015	06.-07.06.2015.	...
2016	Iekrāso vasaras raibumus Slīteres Undžavas mežos! Slīteres ceļotāju dienas 2016	04.-05.06.2016.	...
2017	No kalna arājiem līdz piekrastes zvejniekiem! Mācāmieš gudri un labi saimniekot Slīteres ceļotāju dienas 2017	03.-04.2017.	1400*
2018	Slīteres Nacionālajam parkam – 95! Slīteres ceļotāju dienas 2018	08.-10.06.2018.	409**
2019	Mājas kafejnīcu un Slīteres ceļotāju dienas 2019	01.-02.06.2019.	284**
GNP			
2018	Pa viltniecības pēdām. Gaujas Nacionālā parka Ceļotāju dienas 2018	15.-16.09.2018.	1500*
2019	Gaujas Nacionālā parka Ceļotāju dienas 2019	14.-15.09.2019.	1284**

* - Apmeklētāju kopskaits ietver vadīto ekskursiju dalībnieku skaitu

... - Nav informācijas

** - Tikai vadīto ekskursiju dalībnieki

Avots: SNP, GNP



ZBA Zemkopības
Biznesa Asociācija



NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
EIROPA INVESTĒ LAUKU APVIDOS
Eiropas Lauksaimniecības fonds
lauku attīstībai



“Atbalsta Zemkopības ministrija un Lauku atbalsta dienests”

Labdien, ... Nacionālā parka “Ceļotāju dienu ...” apmeklētāj!

Jūsu viedoklis ir ļoti būtisks, lai ikgadējo “Ceļotāju dienu” pasākumu varētu veidot par arvien aizraujošāku piedzīvojumu. Tas noderēs Dabas aizsardzības pārvaldei, plānojot un izstrādājot piedāvājumu, ko jau tagad esi laipni aicināts baudīt nākamajā ... NP apmeklējuma laikā!

Piedalīšanās aptaujā ir brīvprātīga un anonīma. Aptaujā sniegtā informācija tiks izmantota tikai apkopotā veidā.

*Aptauja tiek veikta Eiropas Savienības LEADER atbalsta programmas finansētā starptautiskā projekta “Ilgtspējīga tūrisma attīstības principu ieviešana Nacionālo parku/aizsargājamo dabas teritoriju reģionos” (Projekta Nr.17-00-A019.333-000002) ietvaros. Projektu realizē biedrība “Cēsu rajona lauku partnerība” un “Ziemeļkurzemes biznesa asociācija”.

1. ... Nacionālajā parkā

- Dzīvoju
- Nedzīvoju

2. ... Nacionālajā parkā esat *Nav jāatbild ... NP iedzīvotājiem*

- Pirmo reizi
- Atkārtoti mēneša laikā
- Atkārtoti pusgada laikā
- Atkārtoti gada laikā
- Atkārtoti pēdējo 5 gadu laikā
- Atkārtoti vairāk kā 5 gadu laikā

3. Cik ilgu laiku pavadīsiet vai plānojat pavadīt ... Nacionālā parka teritorijā?

- 1 – 2 stundas
- 3 – 4 stundas
- 1 dienu
- 2 dienas
- 3 un vairāk (cik?) ____ dienas

4. Vai nakšņojat/-siet naktsmītnē ... Nacionālā parka teritorijā? *Nav jāatbild GNP iedzīvotājiem*

- Jā
- Nē

5. Šī ceļojuma laikā nakšņojat/-siet (*var būt vairākas atbildes*) *Nav jāatbild ... NP iedzīvotājiem*

- 4 zvaigžņu viesnīcā
- 3 zvaigžņu viesnīcā
- 2 zvaigžņu viesnīcā
- Viesu mājā
- Lauku tūrisma mītnē vai īres apartamentos
- Jauniešu mītnē (hosteli)
- Kempingā
- Otrās mājās (vasarnīcā)
- Pie radiem, draugiem vai paziņām (bez maksas)
- Teltī ārpus kempinga
- Citur (*kur?*) _____
- Nenakšņojat

6. Informāciju par ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienām 201..." ieguvāt *(var būt vairākas atbildes)*
- Kādā mājas lapā internetā
 - Sociālajos tīklos (FB, ~~Twitter~~, Draugiem, ~~Instagram~~, u.tml.)
 - Saņēmu e-pastā
 - TV
 - Radio
 - No draugiem, radiem, paziņām vai kolēģiem
 - Laikrakstā, žurnālā
 - Tūrisma informācijas centrā
 - Bukletā, katalogā
 - Pie tūroperatora
 - Citur (kur?) _____
-
7. ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienas 201..." apmeklējat
- Viens/-a
 - Kopā ar ceļabiedriem: (cik?) _____ bērniem vecumā līdz 18 gadiem, (cik?) _____ pieaugušajiem vecumā līdz 65 gadiem un (cik?) _____ pieaugušajiem virs 65 gadu vecuma
 - Kopā ar savu mājdzīvnieku
8. ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienas 201..." apmeklējat, jo ir
- Atvaļinājums
 - Nedēļas nogales brīvdienas
 - Brīvdiena
 - Vienas dienas ekskursija
 - Komandējums
 - Seniora brīvais laiks (pensionāriem)
 - Mācību brauciens (kursi, seminārs)
 - Biznesa vai darījumu brauciens
 - Darba kolektīva kopīgs pasākums
 - Domubiedru kopīgs pasākums (organizēta ekskursija grupai)
 - Vēlme saturīgi atpūsties
 - Interese dabas izziņā un saglabāšanā
 - Cits iemesls (kāds?) _____
-
9. Šī ceļojuma laikā, lai nokļūtu ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienās 201...", izmantojāt *(var būt vairākas atbildes)*
- Personīgo auto
 - Elektromobili
 - Vilcienu
 - Sabiedriskās satiksmes autobusu
 - Motociklu
 - Velosipēdu
 - Tūrisma kompānijas vai īres autobusu
 - Auto ar dzīvojamo treileri
 - Citu (kādu?) _____
 - Nācu kājām
-
10. Vai dalība ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienu 201..." pasākumos šajā ceļojumā ir Jūsu galvenais NP apmeklējuma iemesls?
- Jā
 - Nē
 - Nē, esmu šeit nejauši
11. ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienas ..." apmeklējat
- Pirmo reizi
 - Katru gadu (sākot no 201....gada)

12. Jūsu lēmumu apmeklēt ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienas 201..." ietekmējošie faktori un to svarīgums (atzīmējiet atbilstoši)

	Nav svarīgi	Maz-svarīgi	Vidēji svarīgi	Svarīgi	Ļoti svarīgi
Kopējās ceļojuma izmaksas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pieejamo pakalpojumu klāsts	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pasākuma programmas saturs	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ģidu profesionālisms	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pasākuma liela apmeklētība	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Nokļūšanas vieglums, ērtums	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Neskarta daba, tīra vide	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kultūras mantojums teritorijā	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Drošība	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Labas atsauksmes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Reklāma, pasākuma publicitāte	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Vajadzībām piemērota infrastruktūra	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Teritorijai ir <i>Natura 2000</i> statuss	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cits (kāds?) _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

13. Kuros ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienu 201..." pasākumos piedalījāties un kā tos vērtējat? (atzīmējiet atbilstoši)

Ļoti slikti **1 2 3 4 5** Izcili

Datums / Pasākuma nosaukums	1	2	3	4	5	Grūti pateikt
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

14. Kas Jums pietrūka ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienu 201..." apmeklējuma laikā (infrastruktūrā, pakalpojumu saņemšanā, informācijā, u.c.)? (kas?) _____

15. Kā kopumā novērtējat savu ... NP "Ceļotāju dienu 201..." apmeklējumu?

Ļoti slikti **1 2 3 4 5** Izcili

16. Vai ieteiksiet saviem draugiem, radiem un paziņām apmeklēt ... NP?

Pilnīgi noteikti neieteikšu **1 2 3 4 5** Pilnīgi noteikti ieteikšu

17. Ko citu Jūs būtu darījis/-usi, ja neapmeklētu ... NP "Ceļotāju dienas 201..."? (var būt vairākas atbildes)

- Paliktu mājās / naktsmītnē
- Apmeklētu citu pasākumu/-s
- Dotos izbraucienā
- Dotos iepirkties
- Apciemotu draugus, radus vai paziņas
- Rīkotu mājas viesības
- Strādātu
- Darītu ko citu (ko tieši?) _____
- Nedarītu neko

18. Esat

- Sieviete
- Vīrietis

19. Jūsu vecums _____ gadi

20. Jūsu dzīvesvieta _____ / _____ (valsts / novads)

21. Jūsu izglītība

- Esmu skolnieks/-ce
- Esmu students/-te
- Pamata
- Vidējā
- Augstākā

22. Joma, kurā strādājat (skolnieki neaizpilda)

- Lauksaimniecība, mežsaimniecība vai zivsaimniecība
- Ieguves rūpniecība / Karjeru izstrāde
- Apstrādes rūpniecība
- Enerģētika (elektro, gāze, siltums, gaiss)
- Ūdens apgāde, notekūdeņu un atkritumu apsaimniekošana
- Būvniecība
- Tirdzniecība
- Auto un moto remonts
- Transports / Loģistika / Uzglabāšana
- Izmitināšanas / Ēdināšanas pakalpojumi, Tūrisms
- Informācijas un komunikācijas pakalpojumi
- Finanšu / Apdrošināšanas pakalpojumi
- Operācijas ar nekustamo īpašumu
- Izglītība
- Zinātniskie un tehnoloģiskie pakalpojumi
- Administratīvo un apkalpojošo dienestu darbība
- Valsts pārvalde / Sociālā apdrošināšana
- Vides aizsardzība
- Valsts drošība / Aizsardzība
- Veselības un sociālā aprūpe
- Māksla, izklaide un atpūta
- Jurisprudence / Tieslietas
- Mediji / Sabiedriskās attiecības
- Mārketinga / Reklāma
- Preču ražošana un pakalpojumu sniegšana individuālajā māsaimniecībā
- Ārpus teritoriālo organizāciju vai institūciju darbība
- Cita (kāda?) _____
- Nestrādāju

23. Esat (skolnieki neaizpilda)

- Uzņēmējs/-a
- ~~Pasūtītājs~~ persona
- Nevalstiskā sektora pārstāvis
- Algots darbinieks/-ce
- Darba meklētājs/-ja
- Pensionārs

24. Jūsu ģimenē vidējie ienākumi uz 1 personu mēnesī pēc nodokļu nomaksas ir

- līdz 300 EUR
- 301 – 500 EUR
- 501 – 700 EUR
- 701 – 900 EUR
- virs 900 EUR

25. Apmeklējot ... NP "Ceļotāju dienas 201...", vidēji cik EUR iztērēju par 1 personu 1 dienā? (atzīmējiet atbilstošo)

	Nemaz	1 – 10 EUR	11 – 20 EUR	21 – 30 EUR	31 – 50 EUR	51 – 100 EUR	Virs 100 EUR
Ceļa izdevumi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Stāvlaukumi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Naktsmitne (nav jāatbild ... NP iedzīvotājiem)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ēdināšana	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ieejas biļetes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suvenīri	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inventāra noma	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gidu pakalpojumi	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tirdziņš	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Pirkumi citur	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

26. Cik EUR Jūs būtu gatavs/-a maksāt vidēji par 1 personu 1 dienā, lai ... Nacionālo parku apmeklētu biežāk vai ilgāk?

- Nemaz
- 1 – 20 EUR
- 21 – 30 EUR
- 31 – 40 EUR
- 41 – 50 EUR
- 51 – 60 EUR
- 61 – 70 EUR
- 71 – 80 EUR
- 81 – 90 EUR
- 91 – 100 EUR
- Vairāk kā 100 EUR (aptuveni cik?) _____

**Pateicamies par līdzdalību aptaujā un
novēlam neaizmirstamu piedzīvojumu ... Nacionālajā parkā!**



ZBA
Zemkopības
ministrija



NACIONĀLAIS
ATTĪSTĪBAS
PLĀNS 2020



EIROPAS SAVIENĪBA
EIROPA INVESTĒ LAUKU APVIDOS
Eiropas Lauksaimniecības fonds
lauku attīstībai



“Atbalsta Zemkopības ministrija un Lauku atbalsta dienests”

Labdien, ... Nacionālā parka “Ceļotāju dienu 201...” uzņēmēj – dalībniek!

Jūsu viedoklis ir ļoti būtisks, lai ikgadējo “Ceļotāju dienu” pasākumu varētu veidot saistošāku gan Jums, gan citiem uzņēmējiem, gan iedzīvotājiem un viesiem. Tas noderēs Dabas aizsardzības pārvaldei, plānojot un organizējot arī citus pasākumus ... NP. **Jūsu piedalīšanās aptaujā ir brīvprātīga un anonīma. Aptaujā sniegtā informācija tiks izmantota tikai apkopotā veidā.**

*Aptauja tiek veikta Eiropas Savienības LEADER atbalsta programmas finansētā starptautiskā projekta “Ilgspējīga tūrisma attīstības principu ieviešana Nacionālo parku/aizsargājamo dabas teritoriju reģionos” (Projekta Nr.17-00-A019.333-000002) ietvaros. Projektu realizē biedrība “Cēsu rajona lauku partnerība” (CRLP) un Ziemeļkurzemes Biznesa asociācija (ZBA).

1. ... Nacionālā parka “Ceļotāju dienu” pasākumā piedalāties

- Pirmo reizi
- Atkārtoti (piedalos katru gadu bez izņēmuma kopš 201....gada)

2. Kā uzzinājāt, ka varat kļūt par ... Nacionālā parka “Ceļotāju dienu 201...” dalībnieku?

- Tiku individuāli uzaicināts/-a
- Atsaucos publiskam aicinājumam
- Ieteica draugi, radi, paziņas vai kolēģi
- Pats/-i kontaktējos ar pasākuma organizatoriem
- Citādāk (kā?) _____

3. Kāpēc piedalāties ... Nacionālā parka “Ceļotāju dienas 201...”? (iespējamās vairākas atbildes)

- Lai pārdotu savu preci / pakalpojumu
- Savas darbības mārketinga nolūkā
- Lai popularizētu vietējo kultūru un tradīcijas
- Lai papildinātu ... Nacionālā parka piedāvājumu
- Lai atrastu sev jaunus sadarbības partnerus
- Lai redzētu citu uzņēmēju piedāvājumu
- Lai ģenerētu idejas savas preces / pakalpojuma attīstīšanai
- Cits iemesls (kāds?) _____

4. Kas Jūs visvairāk iepriecināja, piedaloties ... NP “Ceļotāju dienu 201...” laikā?

5. Kā Jūs vērtējat savu uzņēmēja–dalībnieka mērķu sasniegšanu ... Nacionālā parka “Ceļotāju dienu 201...” laikā?

Ļoti slikti

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Izcili

6. Vai Jūs vēlētos būt “Ceļotāju dienu” vai citu ... NP pasākumu dalībnieks turpmāk?

- Jā
- Nē

7. Kā Jūs vērtējat ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienu 201..." norises organizāciju?

Ļoti slikti

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Izcili

8. Ko Jūs ieteiktu uzlabot ... Nacionālā parka "Ceļotāju dienu" organizācijā? (informācijas vai infrastruktūras nodrošinājums, dalības nosacījumi, u.tml.)

9. Kuri no zemāk nosauktajiem ir Jūsu sadarbības partneri un kā vērtējat sadarbību? (*iespējamās vairākas atbildes*)

Ļoti slikti

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

 Izcili

	1	2	3	4	5
<input type="checkbox"/> Dabas Aizsardzības pārvalde	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Pašvaldība (kura?) _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Tūrisma informācijas centrs/-i	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Kāda nevalstiska organizācija (kura?) _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> Cits (kas?) _____	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Ko Jūs ieteiktu Dabas aizsardzības pārvaldei, lai sekmētu Jūsu sadarbību?

11. Kurā gadā ir dibināts Jūsu uzņēmums / reģistrēta nodarbošanās? _____ gadā

12. Vai Jūsu uzņēmējdarbība tiek veikta ... Nacionālā parka teritorijā?

Jā

Citur (kur?) _____

13. Kas ir Jūsu uzņēmējdarbības galvenais piedāvājums (kādas preces / pakalpojumi)?

Pateicamies par Jūsu dalību aptaujā un vēlam nozīmīgas sekmes darbā!

Pielikums Nr. 3

1.tabula NP "Ceļotāju dienu" apmeklētāju – respondentu īpatsvars pēc segmenta pa NP un gadiem (%; n=445)

Segments	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
NP iedzīvotāji	4,9	4,7	4,7	14,8	6,7
Vienas dienas ceļotāji	48,0	67,1	61,2	73,9	61,9
Tūristi	47,1	28,2	34,1	11,4	31,4
Vidēji kopā (%)	22,9	19,1	38,2	19,8	
Vidēji kopā (%)	42		58		

Avots: Aptauju dati

2. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc dzimuma pa NP un gadiem (%; n=455)

Dzimums	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Sievietes	68,6	75,3	63,5	52,3	64,9
Vīrieši	31,4	24,7	36,5	47,7	35,1

Avots: Aptauju dati

3. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc vecuma pa NP un gadiem (%; n=455)

Vecuma grupa	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
<15	2,9	0,0	1,8	3,4	2,0
16-30	19,6	22,4	30,0	39,8	27,9
31-45	31,4	24,7	44,1	28,4	32,2
46-60	32,4	35,3	18,8	15,9	25,6
61-75	12,7	15,3	4,1	9,1	10,3
76<	1,0	2,4	1,2	3,4	2,0

Avots: Aptauju dati

4. tabula NP "Ceļotāju dienu" apmeklētāju – respondentu vidējais īpatsvars pēc ceļā pavadītā attāluma un laika pa NP un gadiem (%; km; h; n=445)

Ceļā patērētais aptuvenais laiks (h)	0:10-0:50	0:51-1:30	1:31-2:10	2:11-3:00	03:01-3:40	3:41-04:21	04:21-5:00	5:01-...	Ārvalstis
km / gads	<50	51-100	101-150	151-200	201-250	251-300	301-350	>350	
	SNP								
2018	33,3	15,7	31,4	2,9	14,7	0,0	0,0	0,0	2,0
2019	28,2	9,4	50,6	1,2	3,5	0,0	0,0	1,2	5,9
Vidēji kopā (%)	30,8	12,5	41,0	2,1	9,1	0,0	0,0	0,6	3,9
	GNP								
2018	33,5	55,9	5,3	0,6	0,0	0,0	1,2	0,0	3,5
2019	45,5	45,5	4,5	2,3	2,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Vidēji kopā (%)	39,5	50,7	4,9	1,4	1,1	0,0	0,6	0,0	1,8
Vidēji kopā (%)	35,1	31,6	23,0	1,7	5,1	0,0	0,3	0,3	2,8

Avots: Aptauju dati

5. tabula NP "Ceļotāju dienu" apmeklētāju – respondentu īpatsvars pēc izglītības līmeņa pa NP un gadiem (%; n=445)

Izglītība	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Skolnieks/-ce	4,9	0,0	2,9	4,5	3,1
Students/-e	2,0	9,4	8,2	12,5	8,0
Pamata	1,0	0,0	1,2	0,0	0,5
Vidējā	21,6	38,8	24,7	37,5	30,6
Augstākā	70,6	51,8	62,9	45,5	57,7

Avots: Aptauju dati

6. tabula NP "Ceļotāju dienu" apmeklētāju – respondentu īpatsvars pēc nodarbošanās jomas pa NP un gadiem (%; n=418)

Nozare	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Lauksaimniecība, mežsaimniecība vai zivsaimniecība	8,8	3,5	5,3	6,8	6,1
Ieguves rūpniecība / Karjeru izstrāde	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Apstrādes rūpniecība	0,0	1,2	0,0	1,1	0,6
Enerģētika	2,0	4,7	1,2	2,3	2,5
Ūdens apgāde, notekūdeņu un atkritumu apsaimniekošana	2,9	0,0	0,0	1,1	1,0
Būvniecība	3,9	4,7	6,5	6,8	5,5
Tirdzniecība	7,8	15,3	12,4	9,1	11,1
Auto un moto remonts	4,9	0,0	4,1	1,1	2,5
Transports / Loģistika / Uzglabāšana	0,0	1,2	2,9	8,0	3,0
Izmitināšana / Ēdināšana	5,9	2,4	4,7	9,1	5,5
IKT	5,9	4,7	4,7	2,3	4,4
Finanšu / Apdrošināšanas pakalpojumi	9,8	4,7	10,0	8,0	8,1
Operācijas ar nekustamo īpašumu	0,0	1,2	1,2	0,0	0,6
Izglītība	7,8	8,2	4,7	3,4	6,0
Zinātniskie un tehnoloģiskie pakalpojumi	3,9	2,4	0,6	1,1	2,0
Administratīvo un apkalpojošo dienestu darbība	1,0	3,5	2,4	0,0	1,7
Valsts pārvalde / Sociālā apdrošināšana	2,0	4,7	2,4	2,3	2,8
Vides aizsardzība	0,0	0,0	0,0	1,1	0,3
Valsts drošība / Aizsardzība	2,9	1,2	0,6	1,1	1,5
Veselības un sociālā aprūpe	2,9	7,1	7,6	4,5	5,5
Māksla, izklaide un atpūta	4,9	0,0	5,3	3,4	3,4
Jurispudence / Tieslietas	0,0	3,5	2,4	3,4	2,3
Mediji / Sabiedriskās attiecības	4,9	0,0	3,5	0,0	2,1
Mārketinga / Reklāma	0,0	1,2	3,5	0,0	1,2
Ražošana un pakalpojumi individuālajā māsaimniecībā	0,0	3,5	2,4	3,4	2,3
Ārpusteritoriālo organizāciju vai institūciju darbība	2,0	0,0	0,0	0,0	0,5

Avots: Aptauju dati

7. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc darba statusa pa NP un gadiem (%; n=415)

Darba statuss	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Uzņēmējs/-a	13,7	11,8	7,6	6,8	10,0
Pašnodarbināta persona	12,7	7,1	6,5	11,4	9,4
NVO pārstāvis/-e	0,0	0,0	0,6	0,0	0,1
Algots darbinieks/-ce	57,8	58,8	70,0	53,4	60,0
Darba meklētājs/-a	2,9	1,2	3,5	8,0	3,9
Pensionārs	10,8	14,1	4,7	9,1	9,7

Avots: Aptauju dati

8. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc grupas sastāva pa NP un gadiem (%; n=445)

Ceļotāju grupas sastāvs		SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
		2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Viens/-a		12,7	9,4	11,2	27,3	15,2
Kopā ar ceļabiedriem		87,3	90,6	88,8	72,7	84,8
no kuriem (n=1458):	līdz 18 gadiem	22,4	30,9	22,6	38,7	26,1
	līdz 65 gadiem	58,6	65,9	73,9	47,5	64,7
	virš 65 gadiem	19,0	3,2	3,5	13,7	9,2
Kopā ar savu mājdzīvnieku		1,0	8,2	9,4	9,1	6,9

Avots: Aptauju dati

9. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc vidējiem ienākumiem mēnesī uz vienu personu pa NP (%; n=443)

Ienākumi (vid.mēn. uz 1 pers.) EUR / NP	2018., 2019.				
	Līdz 300 EUR	301 - 500 EUR	501 - 700 EUR	701 - 900 EUR	Virš 900 EUR
SNP	7,1	32,8	30,0	14,7	14,4
GNP	7,5	16,6	37,5	23,0	15,3
Vidēji kopā (%)	7,3	24,7	33,8	18,9	14,9

Avots: Aptauju dati

10. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc izdevumiem uz vienu personu rangos (%; n=376)

Ceļošanas izdevumi rangos / NP	SNP, GNP (2018, 2019)						
	0 EUR (%)	1-10 EUR (%)	11-20 EUR (%)	21-30 EUR (%)	31-50 EUR (%)	51-100 EUR (%)	>100 EUR (%)
SNP	56,5	24,4	12,3	3,4	2,7	0,6	0,1
GNP	55,7	23,2	12,2	6,5	1,7	0,4	0,2
Vidēji kopā (%)	56,1	23,8	12,3	5,0	2,2	0,5	0,2

Avots: Aptauju dati

11. tabula SNP ceļotāju respondentu īpatsvars pēc izdevumu pozīcijām uz vienu personu rangos (%; n=161)

Ceļošanas izdevumu pozīcijas	0 EUR (%)	1-10 EUR (%)	11-20 EUR (%)	21-30 EUR (%)	31-50 EUR (%)	51-100 EUR (%)	>100 EUR (%)
SNP 2018							
Ceļa izdevumi	9,2	37,8	28,6	11,2	10,2	2,0	1,0
Stāvlaukumi	68,0	25,8	1,0	2,1	3,1	0,0	0,0
Naktsmītne	67,0	6,4	4,3	12,8	6,4	3,2	0,0
Ēdināšana	21,2	46,5	22,2	4,0	4,0	2,0	0,0
Ieejas biļetes	51,5	35,4	8,1	1,0	4,0	0,0	0,0
Suvenīri	60,0	27,4	7,4	2,1	3,2	0,0	0,0
Inventāra noma	83,0	6,4	5,3	0,0	5,3	0,0	0,0
Gidu pakalpojumi	81,3	9,9	5,5	0,0	3,3	0,0	0,0
Tirdziņi	22,6	43,0	23,7	6,5	3,2	0,0	1,1
Pirkumi citur	43,0	38,4	14,0	0,0	3,5	1,2	0,0
SNP 2019							
Ceļa izdevumi	5,3	41,3	38,7	6,7	8,0	0,0	0,0
Stāvlaukumi	84,3	15,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Naktsmītne	79,7	4,7	4,7	7,8	0,0	3,1	0,0
Ēdināšana	4,1	48,6	39,2	8,1	0,0	0,0	0,0
Ieejas biļetes	80,6	16,4	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Suvenīri	82,6	13,0	4,3	0,0	0,0	0,0	0,0
Inventāra noma	98,5	0,0	0,0	1,5	0,0	0,0	0,0
Gidu pakalpojumi	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tirdziņi	27,7	43,1	26,2	3,1	0,0	0,0	0,0
Pirkumi citur	60,3	27,6	10,3	1,7	0,0	0,0	0,0
Vidēji kopā (%)	56,5	24,4	12,3	3,4	2,7	0,6	0,1

Avots: Aptauju dati

12. tabula GNP ceļotāju respondentu īpatsvars pēc izdevumu pozīcijām uz vienu personu rangos (%; n=215)

Ceļošanas izdevumu pozīcijas	0 EUR (%)	1-10 EUR (%)	11-20 EUR (%)	21-30 EUR (%)	31-50 EUR (%)	51-100 EUR (%)	>100 EUR (%)
GNP 2018							
Ceļa izdevumi	8,6	50,3	30,1	6,7	2,5	0,6	1,2
Stāvlaukumi	84,5	13,7	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0
Naktsmītne	70,0	0,0	11,9	10,0	2,5	3,8	1,9
Ēdināšana	17,5	37,5	27,5	11,3	5,6	0,6	0,0
Ieejas biļetes	39,6	47,2	8,2	4,4	0,0	0,6	0,0
Suvenīri	54,7	31,4	8,2	5,0	0,6	0,0	0,0
Inventāra noma	73,8	11,9	6,9	6,3	1,3	0,0	0,0
Gidu pakalpojumi	74,5	19,9	5,6	0,0	0,0	0,0	0,0
Tirdziņi	46,3	29,0	13,6	8,0	1,2	0,0	1,9
Pirkumi citur	29,9	35,7	20,4	8,9	5,1	0,0	0,0
GNP 2019							
Ceļa izdevumi	13,2	35,5	34,2	13,2	3,9	0,0	0,0
Stāvlaukumi	96,4	3,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Naktsmītne	77,1	5,7	2,9	11,4	0,0	2,9	0,0
Ēdināšana	25,4	33,8	25,4	12,7	2,8	0,0	0,0
Ieejas biļetes	53,5	31,0	15,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Suvenīri	68,7	19,4	7,5	1,5	3,0	0,0	0,0
Inventāra noma	97,0	1,5	1,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Gidu pakalpojumi	84,4	15,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Tirdziņi	49,3	17,9	10,4	17,9	4,5	0,0	0,0
Pirkumi citur	50,0	24,2	12,9	12,9	0,0	0,0	0,0
Vidēji kopā (%)	55,7	23,2	12,2	6,5	1,7	0,4	0,2

Avots: Aptauju dati

13. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc vēlmes maksāt rangos (%; n=445)

Vēlme maksāt rangos / NP	SNP, GNP (2018, 2019)										
	0 (EUR) (%)	1 - 20 EUR (%)	21 - 30 EUR (%)	31 - 40 EUR (%)	41 - 50 EUR (%)	51 - 60 EUR (%)	61 - 70 EUR (%)	71 - 80 EUR (%)	81 - 90 EUR (%)	91 - 100 EUR (%)	> 100 EUR (%)
SNP	33,1	41,4	17,5	4,9	3,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
GNP	18,2	49,4	17,1	4,6	4,4	4,6	0,9	0,0	0,6	0,3	0,0
Vidēji kopā (%)	25,7	45,4	17,3	4,8	3,7	2,3	0,4	0,0	0,3	0,1	0,0

Avots: Aptauju dati

14. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc NP apmeklēšanas biežuma (%; n=385)

NP apmeklēšanas biežums	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Pirmo reizi	9,8	8,2	4,7	3,4	6,5
Atkārtoti mēneša laikā	1,0	8,2	20,6	37,5	16,8
Atkārtoti pusgada laikā	6,9	15,3	20,6	29,5	18,1
Atkārtoti gada laikā	31,4	31,8	22,9	13,6	24,9
Atkārtoti pēdējo 5 gadu laikā	37,3	23,5	14,1	1,1	19,0
Atkārtoti vairāk kā 5 gadu laikā	8,8	8,2	12,4	0,0	7,4

Avots: Aptauju dati

15. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc NP "Ceļotāju dienu" apmeklēšanas biežuma (%; n=445)

Ceļotāju dienu apmeklēšanas biežums	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Pirmo reizi	66,7	62,4	100,0	80,7	77,4
Atkārtoti (atsevišķās neesmu piedalījies/-usies)	25,5	30,6	0,0	0,0	14,0
Katru gadu (sākot no 2010 (SNP). vai 2018.gada (GNP))	7,8	7,1	0,0	19,3	8,6

Avots: Aptauju dati

16. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc NP "Ceļotāju dienu" kā galamērķa izvēles (%; n=415)

NP CD kā ceļojuma galamērķis	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Jā	70,6	76,5	38,2	26,1	52,9
Nē	20,6	11,8	44,1	59,1	33,9
Nē, esmu šeit nejausi, nezina, ka ir "Ceļotāju dienas"	8,8	11,8	17,6	14,8	13,3

Avots: Aptauju dati

17. tabula Ceļotāju respondentu īpatsvars pēc uzturēšanās ilguma NP teritorijā (%; n=415)

Uzturēšanās ilgums NP teritorijā	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
1 – 2 stundas	15,7	12,9	20,0	36,4	21,2
3 – 4 stundas	19,6	32,9	45,9	51,1	37,4
1 dienu	43,1	31,8	20,6	11,4	26,7
2 dienas	18,6	18,8	7,6	1,1	11,6
3 un vairāk	2,9	3,5	5,9	0,0	3,1

Avots: Aptauju dati

18. tabula Respondentu-tūristu īpatsvars pēc uzturēšanās vietas pa NP un gadiem (%; n=140)

Uzturēšanās vieta	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
4 zvaigžņu viesnīcā	0,0	0,0	4,1	2,3	7,3
3 zvaigžņu viesnīcā	0,0	3,5	2,4	0,0	4,7
2 zvaigžņu viesnīcā	0,0	0,0	0,0	0,0	0
Viesu mājā	17,6	1,2	8,2	1,1	18,2
Lauku tūrisma mītnē vai īres apartamentos	5,9	0,0	2,9	1,1	7,4
Jauniešu mītnē (hostelī)	0,0	0,0	0,0	0,0	0
Kempingā	11,8	4,7	7,1	0,0	15,1
Otrās mājās (vasarnīcā)	2,9	2,4	0,6	0,0	4
Pie radiem, draugiem vai paziņām (bez maksas)	5,9	10,6	11,2	4,5	29
Teltī ārpus kempinga	1,0	3,5	0,6	1,1	6,3
Citūr	2,0	2,4	0,6	2,3	8,1

Avots: Aptauju dati

19. tabula Respondentu īpatsvars pēc izmantotā pārvietošanās līdzekļa pa NP un gadiem (%; n=445)

Pārvietošanās līdzekļi	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Personīgais auto	85,3	89,4	84,1	85,2	86,0
Elektromobilis	0,0	0,0	0,0	2,3	0,6
Vilciens	0,0	0,0	5,3	0,0	2,7*
Sabiedriskās satiksmes autobuss	2,0	1,2	4,7	6,8	3,7
Motocikls	0,0	0,0	0,0	1,1	0,3
Velosipēds	2,9	2,4	2,9	0,0	2,1
Tūrisma kompānijas vai īres autobuss	8,8	3,5	2,9	2,3	4,4
Auto ar dzīvojamo treileri	1,0	1,2	2,9	0,0	1,3
Cits	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Kājām	1,0	2,4	1,2	2,3	1,7

* - ņemts vērā, ka SNP nav vilcienu satiksmes

Avots: Aptauju dati

20. tabula Respondentu komentāri, vērtējot NP "Ceļotāju dienu" pasākumus un apmeklējumu kopumā
(negrupēti dati)
 Avots: Aptauju dati

13.jaut. Kas pietrūka NP "Ceļotāju dienu" apmeklējuma laikā?
GNP 2018
Apmeklētība
Apmeklētība (baigi maza !)
Dalības suvenīri, piemiņas lietas
Grūti kāpt tornī Līgatnes takā
Grūti pārvietoties ar bērnu ratiņiem
Info soc. tīklos, medijos
Info un publicitāte. Nebija objektā izliktu materiālu
Informācija
Informācija
Informācija
Informācijas
Informācija
Informācija
Informācija
Informācija
Informācija par pasākuma norisi
Informācija un reklāma
Informācijas stendi
Infrastruktūra
Infrastruktūra mājdzīvniekiem (konteineri)
Izdales materiāli, suvenīri
Kaut ko interesantāku gribējās, bet tā, lai ir maz izdevumu
Nav padomāts par bērniem
Nebiju iepriekš zinājis – trūkst informācijas
Nekas
Nekas nepietrūkst
Organizētas ēdināšanas iespējas
Par maz aktivitāšu tuvumā
Par maz publicitātes, informācijas
Pasākuma programmas
Pasākuma programmas pasākumu punktus
Pārāk šaura programma
Pietrūka norāžu, kur tirgo biļetes un, kur sākums
Plašāka info par programmu
Publicitāte
Publicitāte, vairāk apmeklētāju
Sagaidītāji pasākumos
Sagaidītāji pasākumos (!)
Siltums un vasara
Sīkāka info par tuvāko apkārtni
Skulptūru stāvoklis mitoloģiskajās takās
Soliņi
Stāvlaukumu deficīts

Suvenīri par dalību Ceļotāju dienā
Tēja, lai sasildītos
Vairāk afišu visā GNP teritorijā
Vairāk info par Ceļotāju dienām
Vairāk info par pasākumiem
Vairāk informācijas
Vairāk pasākumu, kas saistīti ar Ceļotāju dienām
Varēja būt plašāka programma tuvējā apkārtnē
Vasara
Veikals un ērts <i>parkings</i>
Vietas, kur atpūsties, kamēr mazbērni izklaidējas
Viss apmierināja
Viss bija forši
Viss bija interesanti un pa spēkam
Viss bija interesanti un pa spēkam
Viss bija ok, jo bija laba kompānija
Viss ir jauki
Viss labi
Viss labi
Viss ir labi
Viss labi
Viss OK
Viss patika
Viss patika
Viss patika
SNP 2018
Alkohols
Dzeramais ūdens
Info
Info par apskates objektiem, kartes
Info par pārgājiena piemērotību bērniem
Info precizitāte, pieejamība
Info un norādes zīmes
Info un norādes zīmes uz vietām
Informācija
Informācija pirms tam
Informācija uz vietas
Informācija uz vietas
Informācija uz vietas
Informācija, precizitāte, laiks
Informācijas trūkums
Informācijas trūkums
Ir labi
Izsmeljoša info par apskates objektiem
Klusums
Kopējs noslēgums visiem, ugunskurs utt.
Laiks, lai apmeklētu ko vairāk

Ļoti "izmētāti" pasākumi pa daudzām dažādām vietām, kas atrodas tālu cita no citas. Nevaru tikt, uz tām visām, kuras gribu
Ļoti liela pasākumu izkliede pa vietām
Ļoti liela pasākumu izkliede pa vietām
Maksa par vietu apmeklēšanu – nesaprotu kāpēc jāmaksā
Netika ievērots sākuma laiks
Nevar visur nokļūt,, nav vienota transporta
Nodarbes maziem bērniem
Organizētības trūkst
Pamainīt esošos maršrutus
Pasākumi bērniem
Pasākumi bērniem
Punktualitāte pasākumu norises laikos
Reklāma soc. tīklos, norādes uz vietas
Saldējums
Saldējums
Skaidrība un reklāma
Skaidrība, reklāma
Trūkst informācijas
Vairāk iepriekšējas reklāmas
Vairāk informācijas
Viss apmierināja
Viss apmierināja
Viss apmierināja. Paldies!
Viss ir labi
Viss ir labi
Viss ir OK
GNP 2019
Cilvēku daudzums
Gribētu vairāk apmeklētāju
Grūti atrast pasākuma vietu
Grūti atrast pasākuma vietu
Info
Info par Ceļotāju dienu
Informācija par Ceļotāju dienu
Interaktīvais
Interesantu stāstu
Labi laikapstākļi
Labi laikapstākļi
Lielāka pasākuma reklāma
Lielāka reklāma par Ceļotāju dienām
Muzikāls pasākums
Mūzika
Nav informācijas
Nav informācijas

Nebija dzirdēts iepriekš
Pasākumi tieši otrajā dienā
Reklāma par citiem apkārt esošajiem pasākumiem
Uzņēmēji nebija informēti par šo pasākumu.
Uzņēmēji nebija informēti par šo pasākumu.
Vairāk info par pašu pasākumu
Vairāk info par pašu pasākumu
Vairāk tirgus piedāvājumu
Vajadzētu vairāk apmeklētāju
SNP 2019
Afišas (informācija pa ceļam)
Apskatīt Baltijas jūru
Ceļu kvalitāte no Dundagas uz Mazirbi. Norādes zīmes uz mājas kafe ir redzamas tikai virzienā no Rīgas, ne otrādi. Grūti atrast
Ceļu kvalitāte var būt labāka. Tāpat arī vajag informāciju angļu valodā. Mēs ne visu saprotam no tā, kas ir <i>[ārvalstu tūrista kmnt.]</i>
Dārgs piedāvājums, baigās cenas. Bet forši, ka ir labs laiks
Domājiet, kad plānot šādus pasākumus! Ja vajag naktsmītni uz 1 nakti ātrāk par Jāņiem - gandrīz neiespējami! Jāmaksā par 2 naktīm arī tad, ja guli vienu. Citas naktsmītnes sezonu uzsāk tikai ap Jāņiem. Mājas kafejnīcās ēdieni dārgi
Dundagā varēja būt vairāk, ko baudīt, redzēt. Mazs piedāvājums
Dundagā varēja būt vairāk, ko baudīt, redzēt. Mazs piedāvājums
Dzirdēju cilvēkus runājam, ka mājas kafejnīcas ir dārgas. Uz tām tā īpaši nebrauksim, lai gan būtu interesanti. Gribam baudīt jauko laiku un atkal satikšanos
Ēdieni dārgi, nepirku. Tādēļ par kvalitāti nevaru spriest
Ina ar grupu aizgāja pirms laika, tādēļ netikām
Informācija angļu valodā <i>[ārvalstu tūrista kmnt.]</i>
Informācija, kurai nevar paiet garām
Informācija, lai atrastu attālākas vietas
Ir šausmīgs ceļš no Dundagas uz Mazirbi
Lieli attālumi starp mājas kafejnīcām. Dažkārt pietrūka piedāvājuma īstuma (autentiskuma). Padārgi, ne vienmēr atbilst kvalitātei
Lieli attālumi starp mājas kafejnīcām. Dārgs, kvalitātei un gaidītajam neatbilstošs piedāvājums
Nav interesantu radošu nodarbu ģimenēm, bērniem. Ēdināšanā vajag lielāku piedāvājumu.
Nav īpašu plānu. Atbraucām uz Kolkasragu. Ir labs laiks un noskaņojums.
Neapmeklējam kādu konkrētu pasākumu. Apskatām Kolkasragu, Baltijas jūru
Nekas nepietrūka
Nekas nepietrūkst
Nekas. Viss bija brīnišķīgi!
Neteikšu, ka ēdienu kvalitāte atbilda prasītajām cenām. Kāpēc man jāmaksā 14 eur par to pašu, ko mājās no rīta ēdu pa nepilniem diviem eur? Laivas jūrā nebrauca uz Kolkas bāku. Vismaz no rīta, kad tur biju, programmā rakstītajā laikā tur nebija nevienas dzīvas dvēseles
Pie Šlīteres bākas nav ēdinātāju. Neredzu šeit bērnus
Pilnīgi nekā nepietrūka
Tirdziņa trūkums
Tirdziņš
Vajadzētu uzlabot ceļa kvalitāti no Dundagas

Vajadzētu uzlabot ceļu kvalitāti, īpaši no Dundagas
Vajadzētu vairāk padomāt par programmas piemērotību cilvēkiem ar īpašām vajadzībām. Arī tualetes nav viņiem piemērotas. Pietrūka ierastā tirdziņā
Varēja būt plašāka informācija par pasākumu klāstu
Varēja būt plašāka informācija par pasākumu klāstu un sīkāka ceļu karte
Viss bija brīnišķīgi!
Viss bija labi
Viss labi
Viss bija labi, tikai ne cenas kafejnīcā
Viss bija ok
Viss bija ok
Viss ir forši
Viss ir ok
Viss jau bija ok, izņemot, cenas!
Viss ok
Zivju ķēķī nekā vairs nebija

Avots: Aptauju dati

21. tabula Informācijas par NP "Ceļotāju dienām" avotu izmantojuma īpatsvars pa NP un gadiem (%; n=445)

Informācijas avoti	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Kāda mājas lapā internetā	39,2	35,3	14,7	8,0	24,3
Sociālie tīkli (FB, Twitter, Draugiem, Instagram, u.tml.)	20,6	44,7	29,4	17,0	27,9
E-pasts	7,8	0,0	3,5	3,4	3,7
TV	0,0	1,2	5,9	4,5	2,9
Radio	1,0	0,0	5,9	8,0	3,7
Draugi, radi, paziņas vai kolēģi	46,1	36,5	39,4	68,2	47,5
Laikraksts, žurnāls	2,9	3,5	5,9	0,0	3,1
Tūrisma informācijas centrs	9,8	7,1	10,6	9,1	9,1
Buklets, katalogs	1,0	4,7	5,9	2,3	3,5
Tūroperators	0,0	0,0	1,8	0,0	0,4
Cits	7,8	10,6	5,9	10,2	8,6

Avots: Aptauju dati

22.tabula Atbilžu īpatsvars pēc NP "Ceļotāju dienu" apmeklējuma motīva pa NP un gadiem (%; n=445)

Ceļojuma motīvs	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018	2019	2018	2019	
Atvaļinājums	7,8	3,5	7,6	5,7	6,2
Nedēļas nogales brīvdienas	55,9	45,9	41,8	40,9	46,1
Brīvdiena	13,7	22,4	31,2	29,5	24,2
Vienas dienas ekskursija	7,8	2,4	5,3	5,7	5,3
Komandējums	2,0	1,2	0,6	0,0	0,9
Seniora brīvais laiks (pensionāriem)	6,9	10,6	0,6	3,4	5,4
Mācību brauciens (kursi, seminārs)	3,9	1,2	0,0	2,3	1,8
Biznesa vai darījumu brauciens	1,0	0,0	0,0	1,1	0,5
Darba kolektīva kopīgs pasākums	3,9	0,0	0,0	0,0	1,0
Domubiedru kopīgs pasākums (organizēta ekskursija grupai)	2,9	0,0	6,5	1,1	2,6
Vēlme saturīgi atpūsties	18,6	7,1	12,4	6,8	11,2
Interese kultūras un dabas izziņā, saglabāšanā	15,7	1,2	6,5	2,3	6,4
Cits iemesls	0,0	4,7	0,6	1,1	1,6

Avots: Aptauju dati

23. tabula NP "Ceļotāju dienu" apmeklējuma lēmuma pieņemšanas vērtējums pēc faktora svarīguma (%; n=398)

Ceļošanas lēmuma pieņemšanas faktori / Svarīguma novērtējums ballēs (%)	1	2	3	4	5	Vidējais svarīguma vērtējums kopumā (balles)
Kopējās ceļojuma izmaksas	19,3	24,2	26,8	21,3	8,4	3,8
Pieejamo pakalpojumu klāsts	9,7	11,2	18,8	45,4	15,0	3,7
Pasākumu programmas saturs	5,9	8,4	19,0	45,7	21,0	3,7
Gidu profesionālisms	22,6	12,7	20,6	32,1	12,0	3,5
Pasākuma apmeklētība	34,3	23,9	23,6	13,8	4,4	3,4
Nokļūšanas vieglums, ērtums	9,2	8,7	21,1	41,5	19,5	3,4
Neskarta daba, tīra vide	4,9	6,9	19,6	42,3	26,3	3,3
Kultūras mantojums teritorijā	11,9	10,4	23,4	34,9	19,5	3,2
Drošība	9,6	7,6	15,4	37,8	29,6	3,0
Labas atsauksmes	12,2	10,9	21,5	44,0	11,4	3,0
Reklāma, pasākuma publicitāte	19,6	19,6	27,4	23,0	10,4	2,9
Vajadzībām piemērota infrastruktūra	17,1	14,9	15,0	33,6	19,5	2,8
Teritorijai ir Natura 2000 statuss	42,0	28,0	12,2	13,8	4,0	2,3
Cits	18,1	21,0	16,6	31,3	12,9	2,1

Avots: Aptauju dati

24. tabula SNP "Ceļotāju dienu" apmeklējuma lēmuma pieņemšanas vērtējums pēc faktora svarīguma pa gadiem (%)

Ceļošanas lēmuma pieņemšanas faktori / Svarīguma novērtējums ballēs (%)	SNP 2018					Vidējais vērtējums ballēs
	1	2	3	4	5	
Kopējās ceļojuma izmaksas	27,0	15,0	31,0	14,0	13,0	2,7
Pieejamo pakalpojumu klāsts	13,3	10,2	16,3	42,9	17,3	3,4
Pasākumu programmas saturs	3,9	9,8	9,8	44,1	32,4	3,9
Gidu profesionālisms	21,6	11,4	15,9	36,4	14,8	3,1
Pasākuma apmeklētība	51,2	14,3	22,6	6,0	6,0	2,0
Nokļūšanas vieglums, ērtums	7,1	7,1	25,5	33,7	26,5	3,7
Neskarta daba, tīra vide	5,4	6,5	17,4	41,3	29,3	3,8
Kultūras mantojums teritorijā	20,5	8,0	14,8	33,0	23,9	3,3
Drošība	8,9	2,0	21,8	40,6	26,7	3,7
Labas atsauksmes	19,1	8,5	25,5	35,1	11,7	3,1
Reklāma, pasākuma publicitāte	17,9	13,7	29,5	24,2	14,7	3,0
Vajadzībām piemērota infrastruktūra	21,9	8,3	18,8	22,9	28,1	3,3
Teritorijai ir Natura 2000 statuss	38,5	22,0	13,2	16,5	9,9	2,4
Cits	60,0	0,0	0,0	10,0	30,0	2,5
SNP 2019						
Kopējās ceļojuma izmaksas	17,5	30,0	27,5	21,3	3,8	2,6
Pieejamo pakalpojumu klāsts	10,0	15,0	16,3	47,5	11,3	3,4
Pasākumu programmas saturs	7,5	5,0	12,5	56,3	18,8	3,7
Gidu profesionālisms	42,1	2,6	22,4	21,1	11,8	2,6
Pasākuma apmeklētība	33,8	28,4	28,4	9,5	0,0	2,1
Nokļūšanas vieglums, ērtums	15,6	7,8	23,4	33,8	19,5	3,3
Neskarta daba, tīra vide	8,9	7,6	22,8	43,0	17,7	3,5
Kultūras mantojums teritorijā	15,0	10,0	26,3	32,5	16,3	3,3
Drošība	20,5	19,2	11,5	25,6	23,1	3,1
Labas atsauksmes	9,0	14,1	19,2	50,0	7,7	3,3
Reklāma, pasākuma publicitāte	21,5	30,4	16,5	24,1	7,6	2,7
Vajadzībām piemērota infrastruktūra	25,0	15,8	17,1	31,6	10,5	2,9
Teritorijai ir Natura 2000 statuss	45,2	28,8	13,7	12,3	0,0	1,9
Cits	0,0	0,0	9,1	81,8	9,1	4,0

* - 1 – ļoti slikti; 5 – izcili

Avots: Aptauju dati

25. tabula GNP "Ceļotāju dienu" apmeklējuma lēmuma pieņemšanas vērtējums pēc faktora svarīguma pa gadiem (%)

Ceļošanas lēmuma pieņemšanas faktori / Svarīguma novērtējums ballēs (%)	GNP 2018					Vidējais vērtējums ballēs
	1	2	3	4	5	
Kopējās ceļojuma izmaksas	21,0	35,9	26,3	15,6	1,2	2,4
Pieejamo pakalpojumu klāsts	5,4	14,5	16,3	47,6	16,3	3,5
Pasākumu programmas saturs	7,3	10,4	26,8	40,9	14,6	3,5
Gidu profesionālisms	21,8	20,6	15,8	32,7	9,1	2,9
Pasākuma apmeklētība	22,5	29,4	27,5	16,3	4,4	2,5
Nokļūšanas vieglums, ērtums	6,7	7,9	21,2	44,2	20,0	3,6
Neskarta daba, tīra vide	1,8	4,2	13,8	45,5	34,7	4,1
Kultūras mantojums teritorijā	3,7	12,8	26,2	33,5	23,8	3,6
Drošība	3,1	3,1	8,8	44,0	40,9	4,2
Labas atsauksmes	10,4	10,4	25,8	45,4	8,0	3,3
Reklāma, pasākuma publicitāte	13,9	16,4	36,4	24,8	8,5	3,0
Vajadzībām piemērota infrastruktūra	6,8	8,6	19,1	45,7	19,8	3,6
Teritorijai ir Natura 2000 statuss	30,7	35,6	16,0	16,6	1,2	2,2
Cits	12,5	4,2	37,5	33,3	12,5	3,3
GNP 2019						
Kopējās ceļojuma izmaksas	19,7	15,8	22,4	34,2	15,8	3,3
Pieejamo pakalpojumu klāsts	10,0	5,0	26,3	43,8	15,0	3,5
Pasākumu programmas saturs	4,9	8,5	26,8	41,5	18,3	3,6
Gidu profesionālisms	4,9	16,0	28,4	38,3	12,3	3,4
Pasākuma apmeklētība	29,6	23,5	16,0	23,5	7,4	2,6
Nokļūšanas vieglums, ērtums	7,2	12,0	14,5	54,2	12,0	3,5
Neskarta daba, tīra vide	3,5	9,3	24,4	39,5	23,3	3,7
Kultūras mantojums teritorijā	8,3	10,7	26,2	40,5	14,3	3,4
Drošība	6,0	6,0	19,3	41,0	27,7	3,8
Labas atsauksmes	10,4	10,4	15,6	45,5	18,2	3,5
Reklāma, pasākuma publicitāte	25,0	17,9	27,4	19,0	10,7	2,7
Vajadzībām piemērota infrastruktūra	14,6	26,8	4,9	34,1	19,5	3,2
Teritorijai ir Natura 2000 statuss	53,7	25,6	6,1	9,8	4,9	1,9
Cits	0,0	80,0	20,0	0,0	0,0	2,2

* - 1 – ļoti slikti; 5 – izcili

Avots: Aptauju dati

26. tabula NP "Ceļotāju dienas" respondentu vērtējumā ballēs* pa NP un gadiem (%; n=445)

Gads / balles	1	2	3	4	5
SNP					
2018	2,0	2,9	15,7	53,9	25,5
2019	3,5	1,5	3,5	42,4	49,1
Vidēji kopā (%)	2,7	2,2	9,6	48,1	37,3
GNP					
2018	0,6	0,0	7,1	43,5	48,8
2019	0,0	5,7	13,6	37,5	43,2
Vidēji kopā (%)	0,3	2,8	10,3	40,5	46,0

* - 1 – ļoti slikti; 5 – izcili

Avots: Aptauju dati

27. tabula NP "Ceļotāju dienu" rekomendēšanas citiem iespējamības vērtējums * pa NP un gadiem (%; n=445)

NP / balles	1	2	3	4	5
2018					
SNP	1,0	5,9	16,7	37,3	39,2
GNP	0,0	0,0	9,4	34,1	56,5
Vidēji kopā (%)	0,5	2,9	13,0	35,7	47,8
2019					
SNP	2,4	1,2	11,8	32,9	51,8
GNP	0,0	2,3	15,9	23,9	58,0
Vidēji kopā (%)	1,2	1,7	13,8	28,4	54,9

* - 1 – pilnīgi noteikti neieteikšu; 5 – pilnīgi noteikti ieteikšu

Avots: Aptauju dati

28. tabula Respondentu īpatsvars pēc "Ceļotāju dienu" izvēles alternatīvām pa NP un gadiem (%; n=445)

Alternatīvās izvēles	SNP		GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)	2018 (%)	2019 (%)	
Rīkotu mājas viesības	1,0	1,2	2,9	0,0	1,3
Darītu ko citu	15,7	16,5	1,8	2,3	9,0
Nedarītu neko	12,7	9,4	12,4	8,0	10,6
Strādātu	12,7	5,9	10,6	14,8	11,0
Dotos iepirkties	2,9	2,4	22,9	17,0	11,3
Dotos izbraucienā citur	17,6	12,9	11,8	3,4	11,4
Apmeklētu citu pasākumu	13,7	17,6	10,0	8,0	12,3
Apciemotu draugus, radus vai paziņas	13,7	18,8	27,6	26,1	21,6
Paliktu mājās / naktsmītnē	22,5	21,2	32,9	48,9	31,4

Avots: Aptauju dati

Pielikums Nr. 4

1. tabula Respondentu uzņēmumu dibināšanas laika periods pa NP un gadiem (%; n=55)

Uzņēmuma dibināšanas laika periods	SNP		GNP	
	2018	2019	2018	2019
1996 - 2000	2	1	2	0
2001 - 2005	5	1	1	0
2006 - 2010	6	0	1	3
2011 - 2015	0	7	8	2
2016 - 2019	2	9	2	3
Kopā:	15	18	14	8

Avots: Aptauju dati

2. tabula Respondentu uzņēmumu piedāvājums (**negrupēti dati**) (%; n=55)

13.jaut. Kas ir jūsu uzņēmējdarbības galvenais piedāvājums (kādas preces/ pakalpojumi)?
Adījumi, tamborējumi, rotas
Alus, maize, kūpinājumi, ekskursijas, degustācijas, izbraukuma tirdzniecība
Atpūtas vieta, naktsmītne
Augļu un ogu kaltējumi
Auto stāvlaukums, Kolkasraga apmeklētāju apkalpošana, suvenīri, pārtika, infrastruktūras noma
Āraišu arheoloģiskais muzejparks
Bērnu preču tirdzniecība
Bio produkcija no tītara, mājas vīns
Biškopības produkcija
Bišu produkcija, viesu nams, autoserviss, sveču darbnīca
Cidoniju, smiltsērķšķu sulas, sīrupi
Dabīgas smaržēļļas
Eko kosmētika
Etnogrāfiskais tekstils
Ēdināšana
Informācijas sniedzējs, gidu pakalpojumi, ekskursijas
Kazas piena produkcija
Kulinārija, konditoreja
Kultūras pils - naktsmītne, kultūras pasākumu organizēšana, informācijas sniedzējs, pasākumu mārketing
Kursi, semināri, kultūras dzīve
Kūpinātas zivis, telšu un atpūtas vietas
Lauksaimniecības produkcija, maize, putraindesas
Mājražošana (rokdarbi)
Medus un tā izstrādājumi

Mēs piedāvājam atpūtas vietu, telšu vietas pie jūras un kūpinātas zivis.
Naktsmītne
Naktsmītne, ēdināšana
Naktsmītne Kolkā, neformālā izglītība Jūrmalā un Dundagas nov.
Naktsmītne, kūpinātas zivis
Naktsmītne, lauksaimniecība
Pārtikas produkti
Podi, māla izstrādājumi
Rauši, pīrāgi, viss, ko var izcept
Riekstu produkti
Rokdarbi
Rokdarbi (adījumi)
Rotas lietas
Saldas un pikantas mērces
Ēdināšana
Sojas vaska sveces
Stādu, trušu, aitu jēru audzēšana, medus ražošana
Sudraba rotas lietas
Sudraba un vara rotas
Sukādes, tējas, stādi
Suvenīri, pārtika, infrastruktūras noma
Suvenīri, sklandrauši, zivju produkcija, mājas saldējums
Tūrisma informācija, ekskursijas, suvenīri
Vietējo zemnieku ražota produkcija
Zivju kūpinājumi un izstrādājumu produkcija

Avots: Aptauju dati

3. tabula Uzņēmēju-dalībnieku respondentu ieteikumi sadarbībai ar DAP (**negrupēti dati**) (%; n=55)

10.jaut. Ko jūs ieteiktu Dabas aizsardzības pārvaldei, lai sekmētu jūsu sadarbību?
Aicināt uz vairākiem šāda veida pasākumiem
Biežāku Braslas upes piesārņojuma analīžu veikšanu Rozulas un Plāča ciemiem
Ceram uzturēt kādus kontaktus tirdzniecības jomā
Informāciju!
Laicīgāku plānošanu, precizitāti informācijā
Neko, jau tā sadarbojamies
Notiek produktīva sadarbība
Pašiem dalībniekiem vajag sadarbību
Sadarbība ar A.Andrušaiti ļoti laba, mārketinga pasākumi pietiekami
Sakopt teritoriju. Atjaunot norādes zīmes.
SNP pakalpojumos ieviest maksu, lai uzņēmējs var konkurēt un man būtu kāda jēga investēt dabas taku izveidē. Zemes un dabas resursu tam man pietiek.
Tā turpināt!
Uzturēt ikdienas komunikāciju līdzšinējā līmenī
Vairāk iesaistīties tūrismā, kā to dara pašvaldības
Vairāk informatīvu pasākumu Kolkā par piekrastes dabas īpatnībām un dabas aizsardzību
Vairāk informācijas par aktivitātēm
Vairāk kopīgu tematisko pasākumu ar/par DAP resursiem
Vairāk reklamēties
Vairāk sniegt info internetā par pasākumiem vai citām darbībām
Uzlabot informācijas apriti
Viss apmierina
Zaļās pēcpusdienas pēc Ķemeru piemēra un regulāru komunikāciju

Avots: Aptauju dati

4. tabula Sadarbība ar sadarbības partneriem uzņēmēju-dalībnieku respondentu vērtējumā pa NP (%; n=55)

Balles / Sadarbības partneri	DAP	Pašv.	TIC	NVO	Citi	Vidēji kopā (%)
SNP						
1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2	3,0	3,0	3,0	3,0	0,0	12,1
3	0,0	6,1	6,1	0,0	0,0	12,1
4	15,2	24,2	18,2	12,1	0,0	69,7
5	12,1	21,2	24,2	12,1	6,1	75,8
Vidēji kopā (%)	30,3	54,5	51,5	27,3	6,1	
GNP						
1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
4	18,2	40,9	13,6	0,0	4,5	77,3
5	22,7	22,7	13,6	4,5	18,2	81,8
Vidēji kopā (%)	40,9	63,6	27,3	4,5	22,7	

Avots: Aptauju dati

5. tabula Uzņēmēju-dalībnieku respondentu dalības NP "Ceļotāju dienās" biežums pa NP un gadiem (%; n=55)

	SNP		Vidēji kopā (%)	GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)		2018 (%)	2019 (%)	
Pirmo reizi	20,0	72,2	46,1	100,0	37,5	68,8
Atkārtoti (esmu piedalījies vairākas reizes)	53,3	11,1	32,2	0,0	0,0	0,0
Atkārtoti (piedalos katru gadu bez izņēmuma)	26,7	16,7	21,7	0,0	62,5	31,3

Avots: Aptauju dati

6. tabula Uzņēmēju–respondentu ierosinātais dalībai NP "Ceļotāju dienās" pa NP un gadiem (%; n=55)

	SNP		Vidēji kopā (%)	GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)		2018 (%)	2019 (%)	
Tiku individuāli uzaicināts/-a	33,3	77,8	55,6	21,4	37,5	29,5
Atsaucos publiskam aicinājumam	13,3	5,6	9,4	28,6	12,5	20,5
Ieteica draugi, radi, paziņas vai kolēģi	0,0	11,1	5,6	0,0	37,5	18,8
Pats/-i kontaktējos ar pasākuma organizatoriem	26,7	5,6	16,1	7,1	12,5	9,8
Citādāk	26,7	0,0	13,3	42,9	0,0	21,4

Avots: Aptauju dati

7. tabula Uzņēmēju–respondentu motīvi dalībai NP "Ceļotāju dienās" pa NP un gadiem (%; n=55)

	SNP		Vidēji kopā (%)	GNP		Vidēji kopā (%)
	2018 (%)	2019 (%)		2018 (%)	2019 (%)	
Lai pārdotu savu preci/ pakalpojumu	60,0	50,0	55,0	85,7	25,0	55,4
Savas darbības mārketinga nolūkā	33,3	61,1	47,2	21,4	50,0	35,7
Lai popularizētu vietējo kultūru un tradīcijas	53,3	61,1	57,2	21,4	62,5	42,0
Lai papildinātu NP piedāvājumu	53,3	11,1	32,2	7,1	50,0	28,6
Lai atrastu sev jaunus sadarbības partnerus	26,7	11,1	18,9	7,1	0,0	3,6
Lai redzētu citu uzņēmēju piedāvājumu	40,0	16,7	28,3	14,3	0,0	7,1
Lai ģenerētu idejas savas preces/ pakalpojuma attīstīšanai	6,7	16,7	11,7	7,1	12,5	9,8
Cits iemesls (kāds?)	0,0	0,0	0,0	14,3	12,5	13,4

Avots: Aptauju dati

8. tabula Uzņēmēju–respondentu mērķu sasniegšanas novērtējums NP “Ceļotāju dienās” pa NP un gadiem (balles*; %; n=55)

NP / balles	1	2	3	4	5
2018					
SNP	13,3	0,0	6,7	46,7	33,3
GNP	7,1	14,3	7,1	50,0	21,4
2019					
SNP	0,0	0,0	0,0	27,8	72,2
GNP	0,0	25,0	0,0	37,5	37,5

* - 1 – ļoti slikti; 5 – izcili

Avots: Aptauju dati

9. tabula Uzņēmēju-dalībnieku respondentu atziņas par viņuprāt pozitīvāko NP “Ceļotāju dienās” (negrupēti dati) (%; n=55)

4.jaut. Kas jūs visvairāk iepriecināja, piedaloties NP Ceļotāju dienās?
Varēju redzēt citus un parādīt sevi
Atgriezeniskā saite ar apmeklētājiem, mūsu produktu pozitīvs novērtējums
Atsaucība, ceļotāju interese, pozitīvas emocijas
Attieksme no organizatoru puses
Cilvēki
Cilvēku atvērtība, ieinteresētība
Cilvēku interese
Cilvēku interese un prieks
Cilvēku labas atsauksmes
Cilvēku labā attieksme
Dalībnieku atsaucība
Daudz apmeklētāju
Daudz apmeklētāju
Esmu pirmo reizi, gaidu pārsteigumu
Iepriecināti, apmierināti cilvēki
Iespēja piedalīties
Iespēja redzēt citu piedāvāto un veidot jaunus kontaktus
Jauka atmosfēra, laba kultūras programma
Jauks laiks un cilvēku plūsma
Jūs esat pirmie viesi
Konference
Kopējā atmosfēra
Latvijas iedzīvotāju apmeklējums Mājas virtuves laikā
Milzīga klientu interese, daudz apmeklētāju
Nopelnīšana, arī cilvēkiem garšoja
Organizētie semināri un izveidotie bukleti

Parādīt sevi un apskatīt citus
Pasākuma mūzika
Pasākums dabā, labi organizatori, īpaša publika
Pasākums Līgatnē Alu gājējs un daudzie tūristi
Pat visnejaukākajā laikā ieradās interesenti un piedalījās ekskursijās
Patika viss
Patīk pats pasākums
Patīkama atmosfēra, draudzīga attieksme, interesanti atklājumi
Piedāvājums tika iekļauts kopīgajā pasākuma plānā un nodrošināts GNP Ceļotāju dienu 2019 karogs
Pircēju dotā enerģija
Sevis parādīšana un citu iepazīšana, neredzētu dabas taku redzēšana
Sirsnīga attieksme
Talsu ansamblis
Tas, ka ceļotājiem pie mums patika, bija pozitīvas atsauksmes
Tas, ka cilvēki ir atsaukušies un apmeklē
Tas, ka visi ir apmierināti
Vietējā atmosfēra
Viss
Visvairāk iepriecina atsaucīgie un smaidīgie klienti

Avots: Aptauju dati

10. tabula NP "Ceļotāju dienu" organizācija uzņēmēju–respondentu vērtējumā (balles*;%; n=55)

NP / balles	1	2	3	4	5
2018					
SNP	0,0	6,7	20,0	13,3	60,0
GNP	0,0	0,0	5,6	22,2	72,2
2019					
SNP	0,0	0,0	5,6	22,2	72,2
GNP	0,0	3,3	12,8	17,8	66,1

Avots: Aptauju dati

11. tabula Uzņēmēju-dalībnieku respondentu priekšlikumi NP "Ceļotāju dienu" labākai organizācijai
(negrupēti dati) (%; n=55)

8.jaut. Ko jūs ieteiktu uzlabot NP Ceļotāju dienu organizācijā? (informācijas vai infrastruktūras nodrošinājums, dalības nosacījumi u.tml.)
Daudz agrāk sākt informācija kampaņu, izplatīt info plakātus, skrejlapas u.c. līdzīgi kā Siguldā
Censties iesaistīt kādu mūsdienu jauniešu mūzikas grupu- dziedātājus
Atraktivitāti
Citreiz varētu pirms pasākuma pavērtēt prognozēto viesu pieplūdumu. Pietrūka zivis jau pirmajā dienā. Nebiju plānojis tik lielu cilvēku interesi un pieprasījumu.
Lielāku reklāmu
Priekšnesumiem vajag būt visas dienas garumā, nodrošinot vienmērīgu apmeklētāju pieplūdumu
Nodrošināt vairāk par 1 norādes zīmēm
Paplašināt informāciju
Piestrādāt pie marketinga un informācijas nodrošināšanas
Pirms pasākuma organizēt žurnālistu vizītes un plašāk reklamēt pasākumu sociālajos tīklos
Plašāku informāciju (visa veida)
Popularizēt vairāk šādus pasākumus
Rīkot tirdziņus
Sakopt apsaimniekojamo teritoriju pirms Ceļotāju dienām. Daudz atkritumu. Aktīvākas mārketinga darbības.
Uzlabot informācijas izplatīšanu un nodrošināt pietiekamāku ceļa norāžu daudzumu
Vairāk informācijas
Vairāk informācijas internetā par pasākumu
Vairāk reklamēt, veicināšanas balvas par apmeklētām vietām
Viss ir pilnībā apmierinoši
Viss labi
WiFi pieslēgums

Avots: Aptauju dati