

Septembris 2023

NAĀIONĀLĀ PĒTIJUMA ZIŅOJUMS , LATVIJA

**Esošie biznesa un
auditorijas attīstības
modeļi, ko pielieto
alternatīvas radošās
vietas, kas atrodas
mazapdzīvotās vietās.**



Nacionālā pētījuma ziņojums, tostarp ieteikumi turpmākajiem pilottestiem.

© 2023: Redaktori: Rūta Rulle, Latvijas lauku tūrisma asociācija "Lauku ceļotājs"

Visas tiesības aizsargātas. Ziņojumu var citēt ar atsauci uz avotu.

Nacionālā pētījuma ziņojums izstrādāts Eiropas Savienības līdzfinansētā projekta "Pārmaiņu radītāji. Inovatīvi biznesa modeļi ārpuspilsētu radošajām nozarēm" ietvaros.

"Finansē Eiropas Savienība. Tomēr izteiktie viedokļi ir tikai autora(-u) viedokļi un ne vienmēr atspoguļo Eiropas Savienības vai EACEA viedokli. Ne Eiropas Savienība, ne vadošā iestāde nevar būt atbildīga par tiem."



**Co-funded by
the European Union**

Nacionālā pētījuma ziņojums - Latvija

Veidoja: Rūta Rulle, LCTA "Lauku ceļotājs"

| | |
|--|----|
| 1. Kopsavilkums | 1 |
| 2. Par projektu | 2 |
| 2.1 Izpratne par terminu "mazapdzīvotas vietas" | 3 |
| 3. Alternatīvo radošo un kultūras uzņēmumu/organizāciju radītā pievienotā vērtība laukos | 3 |
| 4. Kā šīs vietas ir organizētas un kā tās strādā, to biznesa modeļi | 3 |
| 4.1 Kopīgi secinājumi | 3 |
| 4.2 Intervētās organizācijas | 5 |
| Organziācija L1 | 5 |
| Organziācija L2 | 6 |
| Organziācija L3 | 7 |
| Organziācija L4 | 9 |
| Organziācija L5 | 10 |
| Organziācija L6 | 11 |
| Organziācija L7 | 12 |
| Organziācija L8 | 14 |
| Organziācija L9 | 15 |
| Organziācija L10 | 16 |
| 5. Šo organizāciju/uzņēmumu stiprās puses | 17 |
| 6. Problēmas, ar kurām tās saskaras, riski un attīstības potenciāls | 18 |
| 7. Covid pandēmijas sekas | 19 |
| 8. Labās prakses piemēri un veiksmes stāsti | 20 |
| 9. Tendences reģionālajā un nacionālajā politikā | 20 |
| 10. Kāds atbalsts no ārpusē varētu stiprināt šāda veida organizācijas/uzņēmumus | 21 |
| 11. Metodoloģija: kā šī projekta fāze noritēja | 21 |
| 12. Par biznesa modeļa kanvas izmantošanu alternatīvās kultūras nozarei | 22 |
| 13. Ieteikumi nākamajiem projekta soļiem | 22 |
| 14. Atsauces | 22 |

1. Kopsavilkums

Latvijā ir ļoti daudz alternatīvās kultūras un radošās vietas, kas rada vērtības un piederības sajūtu vietējām kopienām, kā arī uztur tās aktīvas un interesantas. Tās atrodas visos valsts reģionos, jo īpaši daudz mazapdzīvotās teritorijās ārpus pilsētām. **Tajās darbojas dažādu radošo jomu pārstāvji, kuru pamatmērķis bieži vien nav peļņa, bet gan zināšanu un prasmju nodošana citiem sabiedrības locekļiem, lai tās saglabātu arī tālāk nākamajām paaudzēm.** Mūsdienās arī pieaug šo prasmju un zināšanu nozīme un vērtība sabiedrībā kopumā. Aizvien vairāk

cilvēku vēlas sev tautastērpus, ko vilkt dažādos godos, lietot ikdienā latviešu meistarū darinājumus un apgūt kādu amatu meistarū prasmes.

Latvijā ļoti plaši pārstāvēta ir amatniecības nozare, kurā strādā ļoti dažādu amatu prasmju meistari, kas nodarbojas, piemēram, ar keramiku, rokdarbiem, kokapstrādi, grozu pīšanu, sveču liešanu u.c. Viņi ar lielāko prieku savās aktivitātēs iesaista dažādas sabiedrības grupas, kuras tādā veidā iegūst iemaņas šajās nodarbēs. Taču, tāpat kā ikvienā citā nozarē, arī alternatīvās kultūras un radošās vietas sastopas ar dažādiem problēmām, kuru risināšanā nereti ir vajadzīga arī palīdzība no malas. Tāpēc šāds vispusīgs ziņojums ne tikai par to stiprajām pusēm, bet arī izaicinājumiem un attīstības iespējām ir ļoti vērtīgs, lai varētu meklēt piemērotākos risinājumus palīdzības un atbalsta sniegšanai.

2. Par projektu

Pētījums tika realizēts kā pirmais posms 27 mēnešus ilgam Eiropas savienības projektam „CHANGE CREATORS. Inovātivi biznesa modeļi radošajām nozarēm mazapdzīvotās vietās.” Projektu līdzfinansē Eiropas Savienība programmas “Radošā Eiropa” ietvaros. To realizē četri partneri no Polijas, Itālijas, Latvijas un Zviedrijas.

Projekta galvenais mērķis ir veicināt mazapdzīvotās vietās esošo alternatīvo kultūras un radošo vietu inovāciju, ilgtspējību un noturību, atklājot, testējot un ieviešot jaunus biznesa modeļus un auditorijas attīstības modeļus. Tiek pieņemts, ka šos modeļus pēc tam varētu atkārtot un izmantot plašs mākslas un kultūras dalībnieku loks, kas aktīvi darbojas mazapdzīvotās vietās ārpus pilsētām visā Eiropā.

Projekta tiešās mērķa grupas ir:

- Īpašnieki, vadītāji, darbinieki, līdzstrādnieki, biedri un brīvprātīgie, kas vada vietējās alternatīvās kultūras un radošās vietas mazapdzīvotās vietās, īpašu uzmanību pievēršot tiem, kas atbalsta amatniecību un amatniekus;
- Pašreizējā un potenciālā šādu vietu auditorija, tostarp to esošie un potenciālie klienti.

Ar “alternatīvām kultūras un radošām vietām” projektā saprot:

- Tās, kas netiek finansētas galvenokārt (60%) un pastāvīgi no valsts līdzekļiem (izņemot vietējās/valsts/Eiropas dotācijas, kas piešķirtas, pamatojoties uz piedalīšanos atklātos projektu konkursos);
- Tās, kas atrodas ārpus lielām/vidēji lielām pilsētām (atrodas “mazapdzīvotās vietās”);
- Tās, kuru vadība ir neatkarīga no centrālās, reģionālās vai vietējās valdības struktūrām.

Izpratne par terminu “mazapdzīvotas vietas” dažādās iesaistītajās valstīs atšķiras; tas ir atspoguļots katrā nacionālajā ziņojumā.

Vēl viens nozīmīgs projektā izmantots termins ir “Kopā radītas aktivitātes”. Ar to saprot radošas līdzdalības aktivitātes, kas tiek organizētas kultūras/mākslas/nacionālā mantojuma sektorā, kas pulcē dažādus cilvēkus: ar dažādu sociālo izcelsmi, dažāda vecuma, dzimuma, kultūras, tradīciju, valstspiederības, parasti ārpus viens otra tiešajiem sociālajiem tīkliem.

Pētījuma fāzes mērķis bija apkopot informāciju un gūt ieskatu par radošajām organizācijām/uzņēmumiem, kas aktīvi darbojas mazapdzīvotās, ārpus pilsētu teritorijās Eiropā. Dati tika apkopoti, pirmkārt, 4 Eiropas partnervalstīs: Polijā, Zviedrijā, Itālijā un Latvijā. Rezultāti šobrīd tiek analizēti, lai mēģinātu radīt labāku izpratni par nozari un dažādus vispārīgus ieteikumus nozares uzlabošanai/stiprināšanai Eiropas līmenī, nezaudējot nevienu no tās pamatvērtībām, bet gan tās pilnveidojot.

Pēc izpētes posma katrā valstī tiks ierosināti divas pilottesti. Rezultātā projektā tiks piedāvātas apmācību programmas un biznesa/organizāciju attīstības pakalpojumi, kas paredzēti alternatīvām kultūras un radošām vietām, kas darbojas mazapdzīvotās vietās.

2.1 Izpratne par terminu “mazapdzīvotas vietas”

Latvijā nav definīcijas terminam “mazapdzīvotas vietas”. Lauku apvidos iedzīvotāju blīvums ir zems, un tas ir izaicinājums.

3. Alternatīvo radošo un kultūras uzņēmumu/organizāciju radītā pievienotā vērtība laukos

Alternatīvās kultūras vietas sniedz ļoti lielu pievienoto vērtību mazapdzīvotās lauku teritorijās. Lielākoties cilvēkiem šajās organizācijās un uzņēmumos nav nepieciešami īpaši patenti vai preču zīmes darbības nodrošināšanai. Taču viņiem ir unikālas zināšanas, kas saistītas ar vietējo apkārtni (ciemu, novadu, reģionu). Viņi zina stāstīt par vietējo vēsturi, kultūru, dzīvesveidu un tradīcijām. Viņi pārzina senās un vietējās amatu prasmes, latvisko dzīvesziņu, saimniecības lietas, ģimenes godus, gadskārtas un kulināro mantojumu. Viņi ne tikai zina, bet arī iekļauj un rāda to visu savās piedāvātajās aktivitātēs. Ikvienam interesentam ir iespēja izmēģināt roku senajās nodarbēs, kas saglabājušās līdz pat mūsdienām, kā, piemēram, aušana, adīšana, tamborēšana, grozu pīšana, keramika, līnu apstrāde un daudzas citas. Meistari pēta un rekonstruē senās amatu prasmes, lai paši mācītos un ierādītu tās ikvienam, kurš to vēlas. Šīs zināšanas tiek nodotas ne tikai vietējiem iedzīvotājiem, bet arī ārzemniekiem, kuri ar lielu interesi iepazīst dažādas amatniecības prasmes to autentiskajā vidē – pie amatniekiem viņu darbnīcās. **Iepazīstinot citu valstu iedzīvotājus ar latviešu kultūras mantojumu, rodas lepnuma sajūta, kas amatniekiem un citiem šīs jomas pārstāvjiem liek gribēt pētīt un izzināt vēl vairāk. Savukārt latviešiem, iepazīstoties ar latviešu kultūras mantojumu, rodas piederības sajūta, kas stiprina apziņu, ka šis mantojums ir jā saglabā un jānodod nākamajām paaudzēm.** Tāpēc aktivitātes tiek veidotas tādas, lai tās interesantā, izglītojošā un iedvesmojošā veidā iepazīstinātu ar bagātīgo mantojumu.

Alternatīvajām kultūras vietām ir svarīgas tādas vērtības kā latviskums, radoša, aktīva un saliedēta sabiedrības kopiena, vietējā uzņēmējdarbība. Tāpēc bieži vien cilvēki, kas darbojas šādās vietās, sadarbojas viens ar otru un arī citiem mazajiem uzņēmumiem apkārtnē, tā balstot cits citu. Šādas vietas nereti arī apvieno dažādus kopienu cilvēkus, tajā skaitā amatniekus, no tuvākas un tālākas apkārtnes, tādā veidā sniedzot palīdzību (piemēram, ar aprīkojuma nodrošinājumu, aktivitāšu nodrošinājumu u.ml.). Tāpēc šādas vietas ir ļoti nozīmīgas gan biedriem, gan vietējai kopienai un vakstij kopumā, jo palīdz turpināt uzturēt kultūrvēsturisko mantojumu un nodot to tālāk sabiedrībai.

4. Kā šīs vietas ir organizētas un kā tās strādā, to biznesa modeļi

4.1 Kopīgi secinājumi

Alternatīvajām kultūras vietām un cilvēkiem, kas tajās darbojas, nereti tieši pamatvērtības (latviskais kultūrvēsturiskais mantojums, tradīcijas, amatu prasmes u.c.) ir galvenais virzītājspēks visām aktivitātēm. Viņiem ir apziņa, ka šis mantojums ir jāuztur un jānodod tālāk nākamajām paaudzēm, tāpēc tas tiek darīts, neskatoties uz dažādiem šķēršļiem un grūtībām. Vērtības bieži vien ir svarīgākas par peļņu, tāpēc amatnieki nereti darbojas brīvprātīgi,

paši arī gādājot vajadzīgos materiālus dažādām aktivitātēm. Tāpat bieži vien arī paši saimnieki/vadītāji dara lielāko daļu darbu, tajā skaitā nodarbojas ar mārketingu, administratīvajiem darbiem, kā arī veido un nodrošina dažādas aktivitātes. Viņiem nav resursu, lai algotu papildus cilvēkus, kas varētu palīdzēt ar šiem uzdevumiem. Taču nereti arī nav tik daudz resursu (visbiežāk tas ir laika trūkums), lai paši saimnieki/vadītāji kvalitatīvi tiktu galā ar šiem uzdevumiem. Tāpēc ir jāizvēlas, kam veltīt savu laiku.

Alternatīvajām kultūras vietām bieži vien komunikācija ar klientiem notiek tikai klātienē. Atsauksmes tiek iegūtas pasākumu, sarunu laikā. Dažādu aktivitāšu laikā jau ir redzams, vai cilvēkiem patīk vai nē. Tāpat pēc aktivitātēm notiek sarunas, kuru laikā tiek uzzināts apmeklētāju viedoklis. Arī apmeklētāju reakcija, piemēram, aplausi, jau norāda uz to, ka viņi ir apmierināti. Tāpat nereti ierodas cilvēki, kas jau reiz ir bijuši vai arī kuriem kāds ir ieteicis konkrēto vietu. Tas norāda, ka "mutvārdu folklorā" darbojas. Šādās kultūras vietās bieži vien pietrūkst resursu mērķtiecīgam un regulāram darbam ar klientiem un atsauksmju iegūšanu gan klātienē, gan interneta vidē.

Daļa no šādām vietām Latvijā ir saņēmušas kultūras zīmi "Latviskais mantojums". Tā ir kultūras zīme, kuru pasniedz tiem Latvijas tūrisma uzņēmējiem, kas saglabā un daudzina latvisko mantojumu, demonstrējot to tūrismā. Pēc šīs zīmes iespējams atpazīt vietas, kur saimnieki ir gatavi apmeklētājiem rādīt un stāstīt, cienāt ar latviskiem ēdieniem, mācīt amatus un prasmes, svinēt latviskos svētkos. Piecām no desmit intervētajām vietām ir piešķirta šāda zīme par "latvisku amata prasmju daudzinašanu", "latvisku tradīciju kopšanu", "par latviskiem ēdieniem un par latvisku ēku". Diemžēl šī zīme kopš 2019. gada vairs netiek piešķirta.

Daudzi amatnieki piedalās projektā - pasākumā "Satiec savu meistarū", kura mērķis ir veicināt interesi, izpratni un sabiedrības līdzdalību Latvijas nemateriālā kultūras mantojuma saglabāšanā. Pasākuma forma ir brīva, meistari rīko, piemēram, radošās darbnīcas, paraugdemonstrējumus, individuālas nodarbības, lekcijas, koncertus vai dejas u.c. aktivitātes. Šādā veidā ikvienam, kas to vēlas – gan bērniem, gan pieaugušajiem, ir iespēja gūt ieskatu un iemēģināt roku dažādās nodarbēs – amatu prasmēs. Tas ir ļoti labs veids, kā cilvēkus iepazīstināt ar Latvijas kultūrvēsturisko mantojumu interesantā, saistošā un koncentrētā veidā. Tāpat daudzas alternatīvās kultūras vietas sadarbojas ar skolām un piedāvā aktivitātes gan uz vietas, gan izbraukumos pie skolēniem. Tas tiek darīts arī kultūrizglītības programmas "Latvijas skolas soma" ietvaros.

Ilgspēja un ilgtermiņa plānošana ir svarīgs aspekts alternatīvajām kultūras vietām. Ne vienmēr, bet, ja vien ir iespēja, viņi cenšas rīkoties ilgspējīgi. Ir situācijas, kad tas gan ir atkarīgs no mērķauditorijas vai pieejamajām finansēm.

Šādām vietām mazāk kā 60% ir nodrošināti no valsts iestāžu budžeta. Viņiem pašiem ir jānopelna vai jāiegūst nauda savas darbības nodrošināšanai. Daļa gūst ienākumus no apmeklētājiem un klientiem, piedāvājot viņiem savas zināšanas dažādu aktivitāšu veidā. Tāpat mēdz būt dažādu suvenīru tirdzniecība. Daļa piedalās projektu konkursos, tādā veidā iegūstot finansējumu no projektiem. Tieši šī iemesla dēļ organizāciju/uzņēmumu vadība ir neatkarīga un var darboties, kā pašiem tīk.

Lielākoties šādās vietās strādā un darbus veic organizācijas vai uzņēmuma pastāvīgie darbinieki. **Daudzas radošās vietas gan ir balstītas arī uz brīvprātīgo darbu, kur tieši brīvprātīgie veic lielāko daļu uzdevumu.** Tā visbiežāk ir vietās, kur darbojas dažādas biedrības. Viņu biedri nereti ir tie cilvēki, kas nodrošina visas vai vismaz lielāko daļu aktivitāšu, par to nesaņemot konkrētu atalgojumu.

Alternatīvām kultūras vietām visbiežāk ir kaut neliela izpratne par saviem apmeklētājiem/klientiem. Trešdaļa no šīm vietām ļoti labi pazīst savus viesus. Viņi var pateikt, kas ir viņu klienti/apmeklētāji un cik lielas ir viņu grupas, un viņi pastāvīgi domā un rūpējas par attiecību uzturēšanu un pilnveidošanu. Divas trešdaļas minējuši, ka viņi cenšas mijiedarboties un darīt visu iespējamo, lai uzturētu un uzlabotu attiecības ar saviem apmeklētājiem/klientiem, apzinoties viņu

vēlmes un vajadzības. Bet ir arī daļa, kas atzīst, ka tikai mazliet pazīst savus apmeklētājus/klientus, maz mijiedarbojoties un neievācot un neanalizējot datus par viņiem. Tas ir faktors, pie kura varētu piestrādāt, lai varētu piedāvāt saviem apmeklētājiem/klientiem saistošāku un atbilstošāku produktu vai pakalpojumu.

Informācijas iegūšana par apmeklētājiem/klientiem notiek dažādos veidos gan klātienē, gan interneta vidē. Viens no veidiem ir klātienē sarunas un aptaujas – gan pašu rīkotajos pasākumos un aktivitātēs, gan tad, kad tās rīko citi. Ir organizācijas un uzņēmumi, kuri savus klientus pazīst personīgi – arī ārpus darba, līdz ar to ļoti konkrēti un specifiski pārzina savu auditoriju. Laba iespēja iepazīt savu auditoriju ir arī dažādos tūrisma gadatirgos un izmantojot vietējos tūrisma informācijas centrus, viņu kontaktus un resursus.

Ir vietas, kur klienti ierodas tikai ar iepriekšēju pieteikšanos. Tādā veidā ļoti uzskatāmi var redzēt, kādas cilvēku grupas viesojas (piemēram, tūristu grupas, skolēni, seniori). Tāpat reizēm tiek veikta apmeklētāju uzskaitē dažādās interpretācijās, piemēram, pēc tautības, vai arī telefoniski pieteikšanās brīdī tiek noskaidrota papildus informācija par cilvēkiem. Arī internetā, piemēram, sociālajos tīklos, ir iespējams uzzināt ko vairāk par apmeklētājiem. Šādu pieeju izmanto aptuveni puse no aptaujātajām vietām.

Aptuveni puse no aptaujātajām vietām atzīst, ka tikai dažreiz nodrošina veidus, kā apmeklētājiem/klientiem sniegt atsauksmes par viņiem. Tas ir atkarīgs no dažādiem apstākļiem, piemēram, laika un cilvēkresursu daudzuma un iespējām. Bet gandrīz tikpat liela daļa min, ka tas tiek darīts daudzās situācijās. Tas ir arī atkarīgs, vai organizācija/uzņēmums ir iesaistīts kādos projektos vai sadarbībās, piemēram, ar skolām, kurās beigās ir jāsniedz atgriezeniskā saite par savu pieredzi. Savukārt viena no organizācijām minējusi, ka "tam reti ir laiks un nepieciešamība".

4.2 Intervētās organizācijas

Organizācija L1

Organizācija, kas atrodas Latvijas ziemeļaustrumos, Vidzemes reģionā, nelielā ciematā ar aptuveni 50 iedzīvotājiem.

Organizācija, izveidota 1983. gadā, ir vieta, kur ir iespēja iepazīt vēsturi no akmens laikmeta līdz viduslaiku beigām. Šī vieta ir viens no populārākajiem šādiem tūrisma objektiem valstī. Savukārt pastāvīgo ekspozīciju izveidoja 2019. gadā.

Organizācija piedāvā ekskursijas gida pavadībā, dažādas izglītojošas programmas, arī programmu jaunlaulātajiem. Tāpat tiek rīkoti dažādi tematiski un populārzinātniski pasākumi un amatu demonstrācijas. Izveidots arī apmeklētāju centrs, kurā skatāma pastāvīga ekspozīcija. Iespējams apmeklēt gan individuāli, gan grupās. Programmas piemērotas dažādām vecuma grupām – gan bērniem, gan pieaugušajiem. Bieži apmeklētāji ir tieši skolēnu grupas, kuriem ir iespēja uzzināt vēsturi interesantā un atraktīvā veidā.

Organizācijai ir deviņi štata darbinieki. Uz dažādiem projektiem un pasākumiem tiek piesaistīti papildus cilvēki kā ārpalpojumi. Arī gidi tiek izmantoti kā ārpalpojums. Lielākā daļa aktivitāšu notiek uz vietas, bet ir pieejamas arī izbraukuma muzejpedagoģiskās nodarbības. Tās iespējamas arī tiešsaistē – šādas programmas bijušas ļoti pieprasītas pandēmijas laikā, tās izmantojuši skolēni gan no visas valsts, gan citviet. Organizācijai ir daudzveidīga sadarbība ar dažādiem pasākumu rīkotājiem. Tāpat ir sadarbības arī komunikācijas jomā.

Organizācijai ir sava Facebook lapa, kurā aktīvi tiek publicēta aktuālā informācija par aktivitātēm, notikumiem un pasākumiem. Tāpat notiek komunikācija Instagram profilā. Informācija atrodama arī LLTA "Lauku ceļotājs" mājaslapā, vietējās tūrisma lapās un arī Latvia Travel lapā.

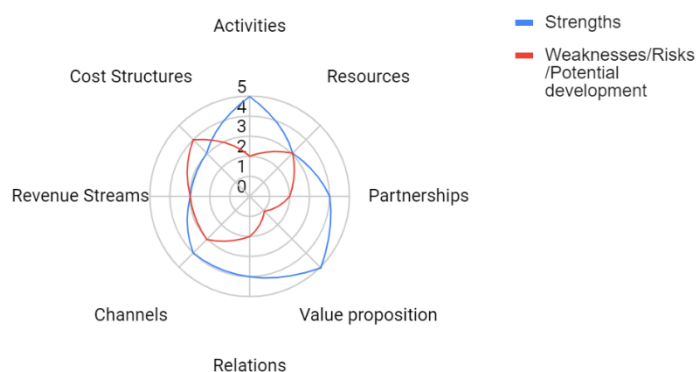
Cilvēki par šādu vietu uzzina arī klātienē - vietējos tūrisma informācijas centros vai no citiem cilvēkiem, kas reiz jau tur viesojušies. Kā atzīst vadītāja, mārketinga ir ļoti svarīgs, taču tam nav pieejami pietiekami daudz resursi.

Apmeklētāju atsauksmes tiek iegūtas gan internetā – sociālajos tīklos, gan ar anketēšanas palīdzību. Piemēram, Facebook lapā ir cilvēku atsauksmes par draudzīgo un laipno attieksmi, interesanto apkārtni un apskates objektiem. Tāpat tiek skatīti Google reitingi. Vadītāja min, ka ir cilvēki, kas atgriežas arī atkārtoti, bet "uz jaunām lietām vai pasākumiem".

Savas darbības nodrošināšanai organizācija izmanto naudu no projektiem, ir arī daļa pašvaldības budžeta un valsts dotācijas. Tiek pārdoti arī suvenīri. Svarīgākie fiziskie resursi, kas organizācijai nepieciešami, ir teritorijas un apmeklētāju centra uzturēšanai, dažādi materiāli un aprīkojums muzejpedagoģiskajām programmām. Tāpat vajadzīgi rekvizīti ekskursijām.

Galvenās organizācijas izmaksas par apsaimniekošanu un cilvēkresursiem, jo abi šie faktori ir ļoti svarīgi darbības nodrošināšanai.

Strengths un Weaknesses



Organizācija L2

Biedrība, kas atrodas Latvijas dienvidos, Vidzemes reģionā, mazā pilsētā ar aptuveni 2500 iedzīvotājiem.

Organizācija tika izveidota 2015. gadā. Bet iesākumā bija biedrība, kas dibināta 2013. gadā. To dibināja vietējā folkloras kopa. **Vadītāja teic: "Mūsu pamatmērķis ir uzturēt un popularizēt latviešu tradicionālās kultūras vērtības - dziesmas, dejas, rotaļas, spēles, amatniecību un kulināro mantojumu."**

Organizācija veido seminārus, kursus un nodarbības par latviešu gadskārtu svētkiem un ģimenes godiem. Tiek rīkotas kulinārā mantojuma meistarklases, tiek ierādīti dažādi rokdarbi un mūzikas instrumentu spēle. Piedāvā kāzu uzvedumus, kā arī atraktīvas pastaigu takas. Visas piedāvātās aktivitātes notiek gan uz vietas uzņēmumā, gan arī izbraukumos. Pasākumi, uz kuriem biedrība tiek aicināta, ir ļoti dažādi. Biedrības biedri (šobrīd kopumā 26 cilvēki) ir tie, kas darbojas un piedalās visās aktivitātēs un to organizēšanā. Viņi ir dažādi, gan darbaspējīgi, gan pensijas vecuma, tāpēc viss notiek atkarībā no viņu iespējam, laika un kapacitātes.

Organizācijai ir sava Facebook lapa, kurā dalās ar aktuālo informāciju. Informācija par organizāciju atrodama arī vietējās tūrisma lapās, LLTA "Lauku ceļotājs" mājaslapā, kā arī tūrisma informācijas centros. Tāpat izbraukuma pasākumos cilvēki pamana un uzzina par to, ka ir šāda vieta. "Mārketinga ir ļoti būtisks. Cik varam, tik darām," atzīst vadītāja. Kad tiek īstenots kāds

projekts, papildus nekas netiek darīts. Bet klusākos brīžos vairāk piestrādā pie mārketinga aktivitātēm. Savukārt grāmatvedību kārto viens no biedriem, kurš arī pēc profesijas ir grāmatvedis. Reizēm darboties palīdz arī kādi brīvprātīgie.

Organizācijai ir sadraudzība ar citām biedrībām un to biedriem. Tāpat tā sadarbojas ar dažādiem mazajiem uzņēmējiem. Ja atbrauc liela apmeklētāju grupa, tad daļa no viņiem dodas uz citu apskates/nodarbju vietu apkārtnē, bet pēc tam mainās. Ļoti laba sadarbība ir arī ar tūrisma informācijas centriem.

Savas darbības nodrošināšanai biedrība izmanto ziedojumus un nelielas biedru naudas. Tāpat ir arī ieņēmumi no apmeklētājiem. Reizēm ir arī kādi projekti ar noteiktu finansējumu un uzdevumiem, kas veicami. Tiek piedāvāti arī suvenīri. Aktivitātēm nepieciešamais aprīkojums un iekārtas tiek iegādātas par ziedoto vai biedrības biedru naudu, kā arī dažādu projektu ietvaros. Izejmateriāli rokdarbiem, tāpat arī pārtikas produkti kādai kulinārai meistarklasei, tiek pirkti vai dāvināti, ziedoti.

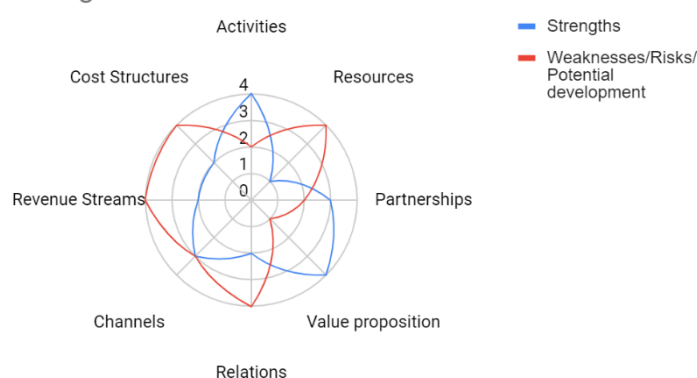
Organizācijai ir svarīga vēsture, tradīcijas, latviskie godi un vietējās prasmes, tāpēc viņi savās aktivitātēs piedāvā iepazīties ar dažādiem rokdarbu veidiem, gadskārtu svētkiem, dziesmām, dejām un rotaļām. Radošo māju apmeklē ļoti daudz skolēnu grupas, arī seniori, ģimenes ar bērniem.

Organizācijas vadītāja atzīst, ka atsauksmju iegūšana ir lieta, pie kā būtu jāpiestrādā. Pagaidām tas notiek tikai klātienēs sarunās, kur tiek saņemti sirsnīgi pateicības vārdi, tāpat cilvēki raksta arī atsauksmju grāmatā, kas pieejama uz vietas.

Daļa apmeklētāju atgriežas atkārtoti, iesaka citiem. Tāpat arī nākamajās reizēs brauc, līdz ņemot vēl citus cilvēkus, kam parāda, ko organizācija piedāvā. **“Mēs rādām latviskās tradīcijas, tās ir tās, kas piesaista cilvēkus. Esam latviešu tradicionālās kultūras nesēji. Piemēram, kulinārijas meistarklasēs ļaujam pašiem darboties un tad arī apēst pagatavoto,”** saka vadītāja.

Organizācijas gan lielākās, gan svarīgākās izmaksas ir par apsaimniekošanu un apkuri. Vadītāja saka: “Ja nebūs apkure, nebūs vieta, kur kaut ko radīt.”

Strengths un Weaknesses



Organizācija L3

Biedrība, kas atrodas Latvijas ziemeļaustrumos, Vidzemes reģionā, nelielā ciematā ar aptuveni 100 iedzīvotājiem.

Organizācija izveidota 2011. gadā. Iecere par izveidi tās vadītājai bijusi jau sen, ideja par to radusies no tradicionālās kultūras iniciatīvu centra un folkloras aktivitātēm. Vadītāja atradusi iespēju darboties vietējās muižas kungu mājā. Sākotnēji bijusi piešķirta tikai viena istabiņa, tagad ir iespējams darboties vairākās telpās gan kungu mājā, gan arī blakus esošajā ēkā.

Organizācija piedāvā apgūt dažādus senos amatus, rokdarbus, tradīcijas, dejas, dziesmas un rotaļas. Ir pieejamas dažādas radošās darbnīcas. Nodarbības vada gan vietējie, gan kaimiņu novadu meistari. Regulāri notiek arī dažādi pasākumi un meistarklases. Piedāvā gan gadskārtu svinēšanu, gan ģimenes godu programmas (kāzas, krustabas), gan rotaļas un priekšnesumus ar folkloras kopu un tautas mūzikas kapelu, kurā darbojas arī paši saimnieki. Aktivitātes pieejamas gan uz vietas (īpaši ziemas periodā), gan izbraukumos ar lekcijām un paraugdemonstrējumiem.

Biedrībā šobrīd ir trīs cilvēki – vadītāja, viņas vīrs un meita. Viņi arī nodrošina organizācijas darbību. Pašlaik rit arī administratīvā atbalsta projekts, tāpēc ir viens konkrēts cilvēks. Bet parasti visus darbus dara paši saimnieki. Grāmatvedībai gan tiek piesaistīts cilvēks no malas, kas veido, piemēram, gada pārskatus un atskaites. Vadītāja saka, ka viņam tiek maksāts, kad projektos ir nauda šādai pozīcijai.

Informācija par organizāciju atrodama gan internetā (piemēram, Facebook, vietējās tūrisma lapās), gan tuvējos tūrisma informācijas centros. **Vadītāja atzīst, ka mārketingš nav prioritāte: "Citi darbi ir svarīgāki, projekti jāraksta, tāpēc kaut kas paslīd garām un netiek publicēts. Ja būtu resursu, varētu veltīt vairāk laiku."**

Vadītāja atzīst, ka visu viens otru pazīst – gan amatnieku, gan folkloras cilvēku ziņā. Tāpēc sadarbojas dažādu pasākumu ietvaros, tāpat ir sadarbība arī ar Nacionālo kultūras centru. Cilvēki uzzina par piedāvātajām aktivitātēm un pasākumiem gan klātienē – no mutes mutē, gan novada laikrakstos, gan radio. Kā vadītāja atzīst, tad uz pulciņiem galvenokārt nāk pieauguši cilvēki vai reizēm kopā ar saviem bērniem. Bet pasākumus apmeklē gan grupas, gan kaimiņu amatnieki, gan ģimenes ar bērniem. Ir cilvēki, kas atgriežas arī atkārtoti, piemēram, apmeklē Atvērto durvju dienu un pēc tam regulāri dodas uz pulciņiem.

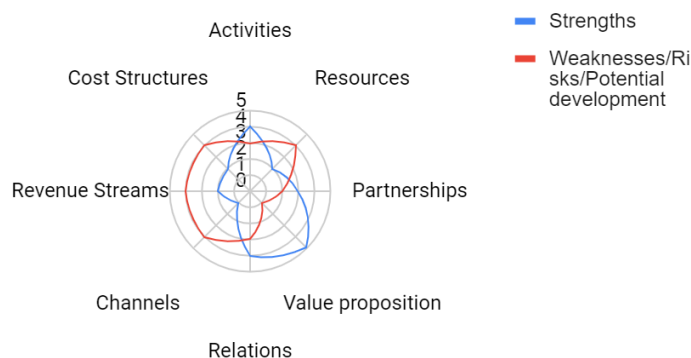
Apmeklētājiem ir iespēja ierakstīt atsauksmes viesu grāmatā uz vietas organizācijā, tāpat pēc projektiem ir jāraksta atskaites – no tām šo to uzzina. **Vadītāja saka: "Kuriem patīk, mūs apskauj un bučo. Kuriem nepatīk, iet mājās un bubina."** Bet specifiski atsauksmes netiek vāktas.

Savas darbības nodrošināšanai galvenokārt tiek izmantota nauda no projektiem. Tie vajadzīgi, lai būtu daudzveidīga darbība. Iegulda arī paši savus līdzekļus. Ļoti neliela daļa tiek saņemta no valsts kā dotācijas biedrībai, to reizēm izmanto kā atalgojumu kādam pulciņa vadītājam. Ja cilvēks vada kādu konkrētu pasākumu vai programmu, tad arī konkrētajam cilvēkam tiek samaksāts atalgojums. Vadītāja gan atzīst, ka gribētu citu ienākumu avotu kā galveno, jo "projekti ir pārāk daudz un tas ir milzīgs darbs. Taču, ja tos nerakstīs, tad arī nekas nenotiks". Ir iespējams iegādāties arī nelielus suvenīrus, taču pietrūkst resursu, lai tam pievērstos nopietnāk.

Telpas tiek īrētas no vietējās pašvaldības. Daļa no visa aprīkojuma ir sagādāti kādreizējo projektu ietvaros, reizēm joprojām kādā no tiem tiek atvēlēta nauda materiāliem. Taču tā ir maza nauda un tas notiek reti. Tāpēc pa lielam viss tiek gādāts par saviem līdzekļiem. Viss atkarīgs no meistarū izdomas, aizrautības un apņēmības.

Organizācijas galvenās izmaksas ir par īri (kā min vadītāja, "īres maksa nav liela, taču visu laiku jāmaksā"), par materiāliem un cilvēkresursiem. **Kā lielākās tiek minētas izmaksas darbības nodrošinājumai. Bet svarīgs ir viss: "Gan cilvēki, gan materiāli – ja nebūs viens, tad nebūs jēga no otra."**

Strengths un Weaknesses



Organizācija L4

Biedrība, kas atrodas Latvijas rietumos, Kurzemes reģionā, nelielā ciematā ar aptuveni 800 iedzīvotājiem.

2006. gadā tika nodibināta biedrība, lai atbalstītu vietējos amatniekus. Savukārt pati organizācija tika izveidota 2015. gadā. Tajā darbojas audēju, keramikas, adītāju, šuvēju un citu rokdarbu grupas. Organizācija iepazīstina ar latviešu kultūrvēsturisko mantojumu un senajām amatu prasmēm cauri gadsimtiem. **Tās vadītāja ir "aņņēmusies popularizēt vietējo novadu kā kultūrai un radošām izpausmēm draudzīgu telpu, radīt labvēlīgu vidi seno un mūsdienu amatu prasmju apgūšanai un saglabāšanai".**

Biedrība organizē pasākumus rokdarbniekiem gan vietējā, gan valsts mērogā. Apmeklētāji var doties izziņošās ekskursijās un darboties radošajās darbnīcās. Tāpat iespējamās meistarklases gan bērniem, gan pieaugušajiem, kā arī īpašs piedāvājums kāzām. Biedrības biedri un citi interesanti (šobrīd kopumā ap 40 cilvēki) ir tie, kad darbojas un piedalās visās aktivitātēs un to organizēšanā. Viss notiek brīvprātīgi, alga tiek maksāta tikai vadītājam.

Organizācijai ir sava Facebook lapa, kurā dalās ar aktuālo. Informācija atrodama arī LLTA "Lauku ceļotājs" mājaslapā, citās vietējās tūrisma lapās, kā arī vietējos tūrisma informācijas centros. "Cilvēki uzzina par piedāvātajām aktivitātēm galvenokārt internetā – Facebook ir daudz draugu, tā arī informācija aiziet plašumā," saka vadītāja. Viņa gan atzīst, ka mārketingu nav tik svarīgs, jo ir daudz citu pienākumu, tāpēc nepietiek resursu šim uzdevumam.

Atsauksmes par to, kas apmeklētājiem patīk, tiek iegūtas gan internetā, gan caur personīgu saziņu klātienē un telefoniski. Vadītāja stāsta, ka cilvēki viesojas vairākkārt. **Viņa īpaši uzsvēra to, ka arī ārzemnieki atgriežas atkārtoti: "Viņiem patīk redzēt, kas ir mainījies un kas ir jauns. Patīk redzēt to autentisko vidi, kurā amatnieki darbojas. Ārzemnieki to visu ļoti novērtē."** Kā atzīst vadītāja, visbiežākie viesi ir tieši skolēnu grupas, kuriem ir ļoti interesanti redzēt amatnieku darbu. Tas palīdz viņiem novērtēt, cik svarīgs ir šāds darbs, un izprast tā vērtību.

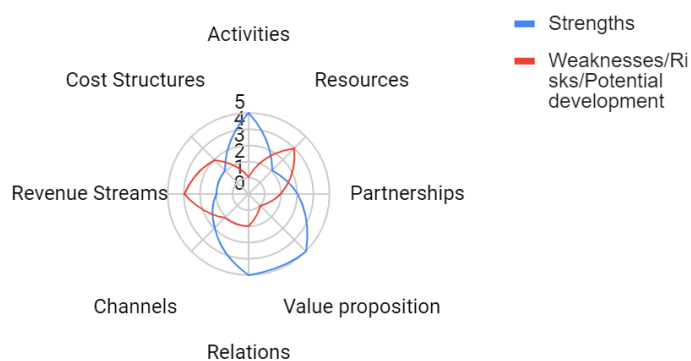
Organizācijai ir sadraudzība ar citām amatnieku biedrībām un to biedriem. Viņi savā starpā sadarbojas – notiek arī izbraukumi, kuros apmainās ar pieredzi un mācās viens no otra. Tiek rīkotas vietējā reģiona rokdarbnieču nometnes. Tāpat ir sadarbības arī ar dažādiem kolektīviem, kuri grib izmantot, piemēram, aušanas pakalpojumus.

Savas darbības nodrošināšanai organizācija izmanto ienākumus no apmeklētājiem, tāpat tiek rakstīti dažādi projekti. Biedrība gādā par dalību dažādos konkursos, palīdzot rokdarbniekiem sarūpēt dažādas iekārtas un aprīkojumu. Izejmateriālus dažādām aktivitātēm amatnieki gādā paši

saviem spēkiem, materiāli tiek nodrošināti tikai ekskursiju vajadzībām. Savukārt telpas tiek īrētas no pašvaldības. Biedrības grāmatvedību kārtoti pati vadītāja, bet meistari, kas paši pārdod savu preci, paši arī tādā gadījumā kārtoti grāmatvedību.

Kā galvenās izmaksas vadītāja min līdzfinansējumu, kuru jāiegulda, kad piedalās dažādos projektos. Īres nauda ir samazināta, jo tiek ieguldīta pašu nauda, piemēram, dažādos remontos. Tāpēc par telpu īri šobrīd nav jāmaksā līdz pat 2027. gadam.

Strengths un Weaknesses



Organizācija L5

Organizācija, kas atrodas Latvijas rietumos, Kurzemes reģionā, mazā pilsētā ar aptuveni 10 000 iedzīvotājiem.

Bizness izveidojies 2019. gadā. Sākotnēji īpašnieks meklējis vietu, kur atvērt nelielu darītavu, taču, mijiedarbojoties ar citiem cilvēkiem, tagad ir izveidota diezgan liela teritorija, kur pašlaik strādā vairāk nekā 100 darbinieki. Teritorijā atrodas ne tikai kafejnīcas un restorāni, bet darbojas arī nelielas ražotnes un amatnieku darbnīcas, kuru saimnieki arī uzņemas pie sevis viesus un izrāda visus procesus. Iespējams arī iegādāties produktus gan uz vietas, gan veikt pasūtījumus. Tāpat notiek arī dažādi kultūras pasākumi, kā, piemēram, koncerti un tirdziņi. Pasākumi tiek veidoti tādi, kas būtu brīvi pieejami visiem, tādā veidā atbalstot vietējo uzņēmējdarbību.

Biznesa pamatkonceptcija balstās uz komandas darbu un degsmi darīt. Saturs tiek veidots tāds, lai pašiem gribētos ierasties, jo tad arī sabiedrība vēlētos darīt to pašu. "Kopējā vīzija ir attīstīt uzņēmējdarbību, kur dažādi ražotāji var attīstīt savu darbību," saka biznesa pārstāvis. Viņš atzīst, ka mārketinga pašlaik īsti nepastāv, lai gan sociālie tīkli tiek uzturēti. "Savu laiku pašlaik ieguldām nākotnes vīzijas veidošanai. Mērķis ir tāds kā kopējs rāmis, kurā ir kopīga vīzija un tajā pašā laikā katrs uzņēmums var publicēt informāciju par sevi un savu darbību." Mērķis ir paplašināt un papildināt pieejamo informāciju.

Notiek sadarbība ar dažādām organizācijām un uzņēmumiem, to mērķis ir atbalstīt vietējo uzņēmējdarbību. Piemēram, teritorijā ir notikuši dažādi tirdziņi, kas tapuši sadarbībā ar vietējo tūrisma informācijas centru. Pārstāvis atzīst, ka viņi ir atvērti dažādām idejām un sadarbībām: "Šī ir laba vieta ideju īstenošanai."

Cilvēki par šādu vietu uzzina vietējā tūrisma informācijas centrā uz vietas un tā mājaslapā internetā. Aktuālā informācija ir pieejama arī biznesa Facebook lapā un Instagram profilā. Tāpat apmeklētāji ierodas pēc citu cilvēku atsauksmēm, kas šeit jau reiz ir bijuši, vai vienkārši meklējot informāciju internetā. Kopīgas atsauksmes gan netiek ievāktas, jo katram uzņēmumam ir savs veids, kā tās iegūt. Bet regulāri notiek kopīgas sapulces par to, ko vajadzētu uzlabot vai pilnveidot. "Katram uzņēmumam ir sava vīzija par savu darbību, tāpēc tās ir jāsalāgo," saka pārstāvis. Viņš arī

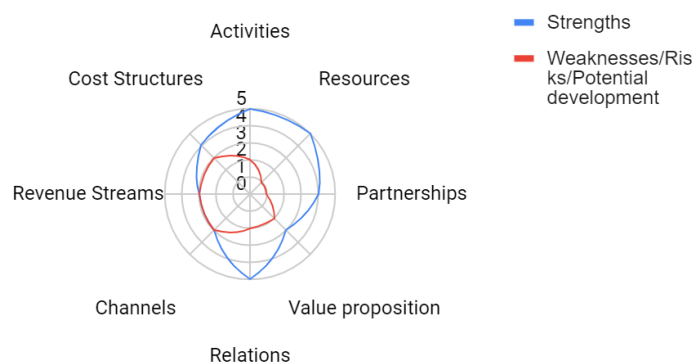
atzīst, ka apmeklētāji atgriežas atkārtoti: "Piemēram, tiem, kas šeit bijuši biznesa pirmsākumos, kad tas nebija tādā veidolā, kāds tas ir tagad, ir interesanti atgriezties un redzēt, kā viss ir attīstījies."

Šeit viesojas gan ģimenes ar bērniem, gan draugu grupas, gan individuālie ceļotāji. Vieta nepārtraukti turpina attīstīties un pilnveidoties, piedāvājot aizvien daudzveidīgāku vidi apmeklētājiem. Tāpēc šajā vietā ir interesanti dažādām cilvēku grupām.

Biznesa attīstībai tika ieguldīti privātie līdzekļi, kā arī tika piesaistīts papildu finansējums no bankas, kas ļāvis paplašināt telpas un veikt dažādus renovācijas darbus. Teritorijā atrodas sešu ēku komplekss, kuras iepriekš bijušas avārijas stāvoklī, bet tagad ir atjaunotas. Telpas remontētas un pielāgotas jau konkrētu uzņēmēju vajadzībām - tā, lai viņi pēc remonta var uzreiz jau sākt savu darbību.

Katram uzņēmumam ir sava grāmatvedība un ieņēmumi. Taču biznesa kopējie un vienīgie ienākumi ir telpu nomas maksas, ko maksā visi uzņēmumi, kas šeit darbojas. Savukārt lielākās izmaksas ir par apkuri, apsaimniekošanu un vides sakopšanu (piemēram, teritorijas bruģēšana, telpu pielāgošana konkrētām vajadzībām, siltināšana). "Tās ir diez gan masīvas izmaksas," atzīst pārstāvis. Tās ir arī svarīgākās izmaksas, jo tas viss nodrošina patīkamu vidi, kurā darboties un attīstīties.

Strengths un Weaknesses



Organizācija L6

Organizācija Latvijas ziemeļrietumos, Kurzemes reģionā, nelielā ciematā ar aptuveni 600 iedzīvotājiem.

Organizācija atrodas namā, kas celts 19. gadsimtā un kurā laika gaitā bijusi gan skola, gan krogs, gan pasts. Taču ēka nu ir atdzimusi jaunā veidolā un kopš 2019. gada tajā var uzzināt par vietējo iedzīvotāju dzīvesveidu (kultūru, tradicionālajām nodarbēm, valodu un kultūrvēsturisko mantojumu). Iespējams organizēt un apmeklēt dažādus pasākumus, kā arī saņemt tūrisma informāciju. Tāpat tiek piedāvātas ekskursijas un skolēniem iespēja uzzināt ko vairāk ar interesantas spēles palīdzību.

Namā darbojas vairākas biedrības un kopienas cilvēki, arī amatnieki. Tiek algoti arī divi pilnas slodzes darbinieki. Tāpat reizēm ir arī kādi papildus palīgi, piemēram, praktikanti vai skolēni, kas strādā vasaras programmas ietvaros. Ar grāmatvedību paši nenodarbojas, taču mārketingam tiek veltīti resursi – ir Facebook lapa un Instagram konts, ko iespēju robežās uztur. Taču vadītāja atzīst: "Viss neplūst, kā gribētos. Reformas dēļ tāds kopējs mārketinga valsts mērogā pieklibo." Informācija atrodama arī LLTA "Lauku ceļotājs" mājaslapā un citās vietējās tūrisma lapās.

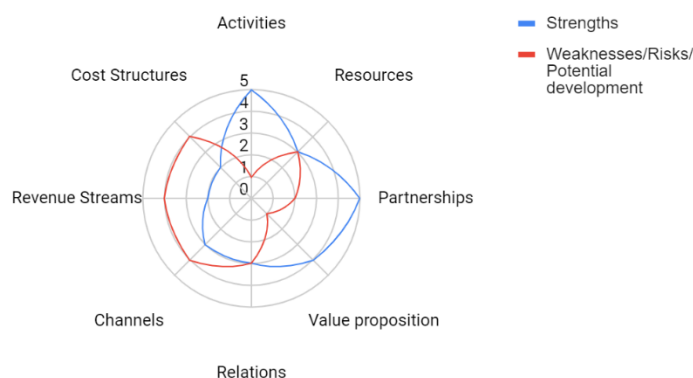
Lai pilnveidotu piedāvājumu, sadarbībā ar vietējām nevalstiskajām organizācijām un iedzīvotājiem nams tiek papildīts gan ar informatīvu, gan materiālu saturu. Ir dažādi sadarbības projekti ar gidēm un kopēji pārgājieni, tāpat arī kopēji pasākumi ar vietējo tautas namu. Nams ir vieta, kas pulcē kopā līdzīgi domājošos. **Vadītāja teic: “Ir svarīgi, lai ir kāds, kam to visu vajag – iedzīvotāji, biedrības, kopienas cilvēki.”**

Organizācija ir galvenokārt balstīta uz projektu naudu (piemēram, renovācija, ekspozīcijas iekārtošana u.c.). Par pasākumiem, kas tiek rīkoti namā, nav jāmaksā nomas maksa, tāpat arī ekskursijas ir par brīvu. Ir pieejami dažādi suvenīri, kā, piemēram, grāmatas, magnēti.

Vadītāja atzīst, ka pietrūkst resursu kvalitatīvu atsauksmju iegūšanai. Uz vietas ir atsauksmju grāmata, tāpat dažas ir atrodamas Facebook lapā un citur internetā. Taču kopumā atsauksmju ir ļoti maz. “Tas būtu kaut kas, pie kā būtu jāpiestrādā,” saka vadītāja. “Cilvēki labprāt atgriežas arī atkārtoti – viņi priecājas, ka šeit ir interesanti. Tikko realizēti projekti, viss jauns un skaists. Patiesībā nav arī daudz vietu ciemā, kur iegriezties, arī tāpēc cilvēki atgriežas.” Namā iegriežas dažādu paaudžu cilvēki, gan ģimenes ar bērniem, gan individuālie ceļotāji un draugu grupiņas.

Galvenās izmaksas ir par darbinieku algām, apsaimniekošanu (piemēram, apkuri, signalizāciju) un ikdienas izdevumiem (piemēram, saimniecības lietām, pasākumu izmaksām – autoratlīdzībām). Lielākās izmaksas ir par algām un apsaimniekošanu, taču svarīgākās – “tās, kas veido to saturu,” teic vadītāja.

Strengths un Weaknesses



Organizācija L7

Neliels sociālais uzņēmums Latvijas austrumos, Latgales reģionā, mazā pilsētā ar aptuveni 7000 iedzīvotājiem.

Organizācija izveidota 2000. gadu sākumā, kad domubiedru grupa nolēma, ka jāturpina godāt sendienu lauku dzīves tradīcijas un darba prasmes. Tāpēc tika iegādāta sena noliktavas ēka, kur izveidoja centru amatniekiem. Tajā darbojas dažādi amatnieki, radot tautastērpus, koka, māla un metāla darbus, pētot un rekonstruējot senas amatu meistarumu prasmes un lietas.

Centrā tiek piedāvātas ekskursijas gida pavadībā par reģiona amatniecības un vietējo tautas tērpu vēsturi. Interesentiem tiek piedāvāti seno arodu demonstrējumi un seno amatu iemaņu apgūšana, kā arī meistarklases. Papildus iespējams baudīt pusdienas vai vakariņas vietējā gaumē. Centrā iespējams apskatīt un iegādāties meistarumu darbus, kā arī veikt individuālus pasūtījumus. Uz vietas centrā ir iespējamas konsultācijas ar meistariem par amatniecības izstrādājumiem.

Visas piedāvātās aktivitātes notiek gan uz vietas centrā, gan izbraukumos. Kādreiz daudz piedalījušies pilsētas svētkos Latvijā, tagad tie vairāk ir konkrēti pasākumi un projekti. Tiek braukts arī uz ārvalstīm. Piedāvātās aktivitātes visvairāk apmeklē ģimenes ar bērniem, bērnu grupas un

interesentu pulciņi. **“Cilvēkiem patīk zināšanas, kuras var pie mums iegūt. Tāpat arī darbnīcas ir veids, kā īsā laikā iemācīties kādu prasmi un saprast, vai tā patīk un der. Pēc tam, ja patīk, tad var nopietnāk pievērsties konkrētai lietai,”** bilst vadītāja.

Organizācija iegūst atsauksmes lielākoties klātienē – sarunu veidā. ”Pēc ekskursijām cilvēki applaudē, un tas jau ir rādītājs, ka viss patika,” teic vadītāja. Cilvēki centrā atgriežas atkal un atkal, jo tajā iespējams apgūt daudz un dažādas amatniecības prasmes.

Organizācija ir sociāls uzņēmums, kurā visi amatnieki ir brīvprātīgie. Viņi savus darbus pārdod kā individuālie komersanti. Savukārt mārketingam tiek pievērsta daļēja uzmanība – periodiski, kad un kā sanāk. ”Saprotam, kādam būtu jābūt mārketingam tūrismā, taču tam trūkst laika un resursu,” teic vadītāja.

Informācija par organizāciju un tās piedāvājumu ir atrodama internetā. Centram ir sava mājaslapa un Facebook lapa, tāpat informācija ir citās tūrisma lapās. Cilvēki uzzina par šādu vietu arī vietējos tūrisma informācijas centros, kur iespējams arī iegūt dažādus drukātus materiālus. Tāpat ir daļa, kas pamana centru un tā aktivitātes dažādos izbraukuma pasākumos. Ik gadu pavasarī tiek organizētas ”Prasmju skolas” meistardarbnīcas, tikšanās ar meistariem un konsultācijas par aroda noslēpumiem.

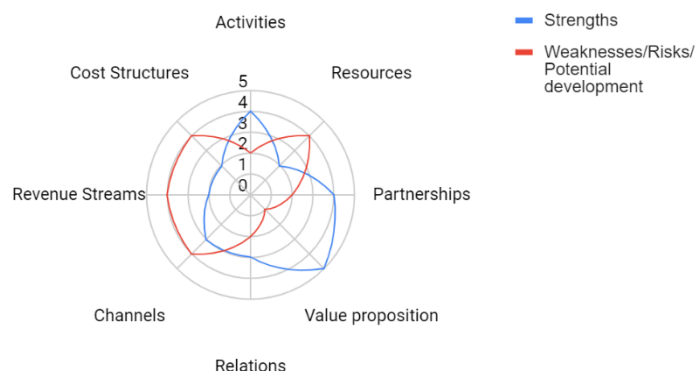
Tā kā centrs ir biedrība, tad tas nesaņem pašvaldības finansējumu. Lai darbotos, tiek izmantoti pašu līdzekļi, cik to ļauj biedru – amatnieku rocība. Tāpat arī daļa ir ienākumi no tūrisma. Svarīgākie fiziskie resursi – aprīkojums un iekārtas amatniecībai – atrodas uz vietas centrā. Bet materiāli tiek gādāti dažādos veidos – katrs meklē iespējas, kā to izdarīt. Nams, kurā atrodas amatnieku centrs, tiek ņemts par simbolisku naudu.

Vadītāja gan saka, ka amatniekiem nav pieejamas nodokļu atlaides, ne subsīdijas, ne kādi citi atvieglojumi, tāpēc klājas ļoti grūti. **”Kādreiz varēja pelnīt ar to, bet tagad amatnieku darbs ir vairāk kultūras lieta – svarīga un novērtēta starp tiem, kas izprot šo lietu,”** atzīst vadītāja. **”Mums ir ideja, ka amatniecībai ir jābūt un šis mantojums ir jā saglabā. Amatniekiem ir epizodiski ienākumi, tāpēc jūtam atbildību par viņiem,”** viņa teic.

Centrs sadarbojas ar dažādām organizācijām Latvijā, kā, piemēram, citiem amatnieku centriem, folkloras kopām, arī ar Nacionālo Kultūras centru un LLTA ”Lauku ceļotājs”. Kā paši atzīst, ”sadarbojas ar visiem, ko vien var”.

Organizācijas galvenās ir apsaimniekošanas izmaksas, siltums un elektrība. Tās ir gan lielākās, gan svarīgākās izmaksas, jo, ja nebūs telpas, kur darboties, tad nekas nenotiks.

Strengths un Weaknesses



Organizācija L8

Mazs uzņēmums Latvijas ziemeļos, Vidzemes reģionā, novadā ar aptuveni 10 000 iedzīvotājiem.

Organizāciju 2010. gadā izveidoja divi uzņēmīgi cilvēki – koka amatnieks un mežkopis un viņa sieva. Tas izveidots dzimtas īpašumā, kur iekārtota darbnīca, kur ikvienam - gan bērniem, gan pieaugušajiem - ir iespējams iepazīties un vairāk uzzināt par kokiem un koka amatniecību.

Organizācija piedāvā ekskursijas, lai interaktīvā veidā iepazītu Latvijā augošos kokus. Meistaru vadībā var darboties ar tradicionālajiem kokapstrādes instrumentiem un apgūt senās spēles. Katram gadalaikam tiek piedāvāta īpaši izstrādāta programma, tāpat arī dažādiem svētkiem, piemēram, Lieldienām un Ziemassvētkiem. Ekskursijas notiek tikai organizētām grupām ar iepriekšēju pieteikšanos. Vasarās tiek piedāvātas bērnu nometnes gan ar, gan bez nakšņošanas. Iespējams iegādāties koka suvenīrus un veikt pasūtījumus.

Visas piedāvātās aktivitātes notiek gan uz vietas organizācijā, gan arī izbraukumos. Labprāt piedalās gan dažādos privātos, gan publiskos pasākumos, piemēram, pilsētas vai novada svētkos. Ļoti aktīvi notiek sadarbība ar skolām – kultūrizglītības programmas "Latvijas skolas soma" ietvaros. Saimnieki piesaista arī papildus cilvēkus – savas jomas speciālistus dažādām aktivitātēm, piemēram, bērnu nometnēm. Nometņu laikā notiek arī dažādas ekskursijas uz citiem uzņēmumiem. Saimnieki ir atvērti arī dažādām sadarbībām ar tūroperatoriem, pasākumu aģentūrām, kā arī uzņēmējiem korporatīvo un saliedēšanās pasākumu rīkošanai.

Lielāko daļu no darbiem veic saimnieki paši saviem spēkiem, tajā skaitā arī tehniskos darbus. Saimniece atzīst, ka ar esošo nodokļu sistēmu nav iespējams uzturēt patstāvīgu darbinieku bāzi. Reizēm tiek ņemti palīgā arī praktikanti. Grāmatvedību kārtro cilvēks no malas, arī mārketinga vajadzībām tiek izmantots ārpalpojums. Notiek sadarbība ar cilvēku – mārketinga speciālistu, ar kuru tiekas reizi mēnesī un izrunā visas plānotās aktivitātes un pasākumus. Speciālists izveido vajadzīgos materiālus, kurus publicē sociālajos tīklos un mājaslapā, kā arī nosūta pa e-pastu. Savukārt par grupu aktivitātēm atbild paši saimnieki – informācija tiek aktualizēta, redzot, kāda ir atsaucība un cik daudz cilvēku ir pieteikušies. Saimnieki atzīst, ka mārketinga ir svarīgs, tāpēc tam tiek veltīts laiks un resursi, lai tas būtu pēc iespējas kvalitatīvāks un jēgpilnāks.

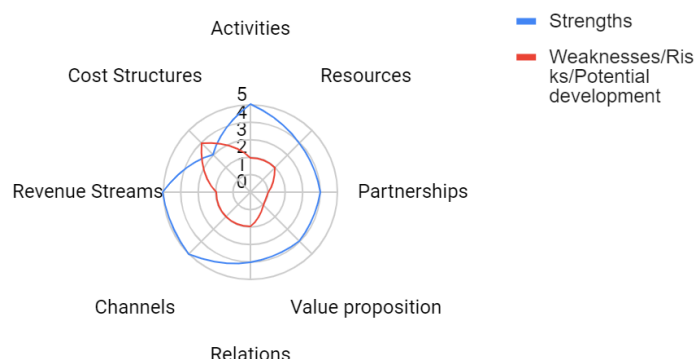
Darbības nodrošināšanai tiek izmantoti savi līdzekļi un ienākumi no apmeklētājiem. Tāpat ienākumi ir arī no suvenīriem un dažādu pasūtījumu izgatavošanas. "Mūs apmierina esošā situācija, jo gribam paši lemt par savu darbību. Lai galavārds par kādu darbību vai aktivitāti ir mums pašiem," teic saimniece. Svarīgākie fiziskie resursi ir kokamatniecības aprīkojums - instrumenti, kas tiek izmantoti gan pasākumos un aktivitātēs, gan pasūtījumu izgatavošanai. Kokmateriāli tiek iegūti dažādos veidos – gan no sev piederošā meža, gan sadarbībā ar arboristiem. Tāpat dažādi dabas materiāli tiek vākti pašu rokām vai iegādāti par naudu. Līdz šim pietika ar esošo infrastruktūru, bet diennakts nometņu rīkošanai bija vajadzīgi papildus ieguldījumi, kā, piemēram, dušu un tualesu ierīkošana, gultu izgatavošana.

Informācija par organizāciju ir atrodamā internetā (mājaslapā, Facebook lapā, Instagram kontā, citās tūrisma lapās, LLTA "Lauku ceļotājs" mājaslapā). "Tāpat cilvēki mūs pamana izbraukuma pasākumos un ieinteresējas par mums," teic saimniece. Organizācija uzzina savu apmeklētāju viedokli gan klātienē pasākumu un aktivitāšu laikā, gan internetā. "**Ļoti labi darbojas arī "mutvārdu folklorā" – cilvēki, kas jau ir pie mums viesojušies, iesaka mūs citiem.** Ir daudz pastāvīgu klientu, viņiem patīk mūsu piedāvājums. Viņi arī iesaka jaunas idejas. Tāpat ir cilvēki, kas rotē starp aktivitātēm," saka saimniece. Organizācijas piedāvājumu visvairāk izmanto skolēnu grupas, ģimenes ar bērniem un dažādi (darba) kolektīvi.

Organizācijas galvenās izmaksas ir par darbaspēku un nodokļiem, tā ir ļoti liela daļa no izdevumiem. Tāpat par kokmateriāliem, jo, kā min saimniece, "kokamatniecība ir ietilpīga, dārga

nozare”. Tāpat arī attīstības iespējas – tas, kas būvēts un no jauna gādāts, - prasa daudz līdzekļus. Par svarīgākajām izmaksām saimniece uzskata cilvēku finansiālu motivēšanu, lai viņi labi strādātu. Bet par lielākajām izmaksām uzskata tieši nodokļu politiku un sociālās iemaksas.

Strengths un Weaknesses



Organizācija L9

Mazs uzņēmums Latvijas ziemeļos, Vidzemes reģionā, novadā ar aptuveni 3000 iedzīvotājiem.

Organizāciju sāka veidot 2003. gadā, kad ar vietējo pašvaldību tika noslēgts zemes nomas līgums, lai izveidotu Kokamatniecības muzeju. Kopš tā laika organizācija ir ievērojami paplašinājusies. Pamatkonceptija ir balstīta uz koka amatniecības un vienkoču izstrādājumu popularizēšanu. Publiskai apskatei atvērts kopš 2007. gadā.

Organizācija piedāvā apmeklēt Kokamatniecības muzeju, kas iekārtots kā sena darbnīca. Tajā var iepazīties ar amatniecības vēsturi sākot jau no akmens laikmeta. Ir ļoti daudz rokas instrumenti, kurus iespējams apmeklētājiem izmēģināt. Tematiskos pasākumos ir iespēja piedalīties meistardarbnīcās, pieejamas arī ekskursijas ar gidu, lāpu gājieni un kāzu piedāvājumi. Tāpat ir redzams tuvējās apkārtnes vēstures stāsts – atveidotas arī tādas ēkas, kas līdz mūsdienām nav saglabājušās, bet kurām ir bijusi liela nozīme. Var nopirkt gan suvenīrus, gan veikt individuālus pasūtījumus. Aktivitātes iespējamas gan uz vietas, gan izbraukumā, kā, piemēram, dažādas darbnīcas un demonstrējumi gan citos muzejos, gan skolās.

Organizācijā kopā ir trīs patstāvīgi darbinieki. Kad nepieciešams, tiek piesaistīti papildus cilvēki no malas, piemēram, gidi. Reizēm palīdz arī kādi brīvprātīgie palīgi, piemēram, studenti, kas muzejā apgūst kokamatniecības prasmes, iesaistās arī pasākumu rīkošanā un īstenošanā. Gan ar mārketingu, gan ar administratīvajiem darbiem pamatā nodarbojas paši saimnieki.

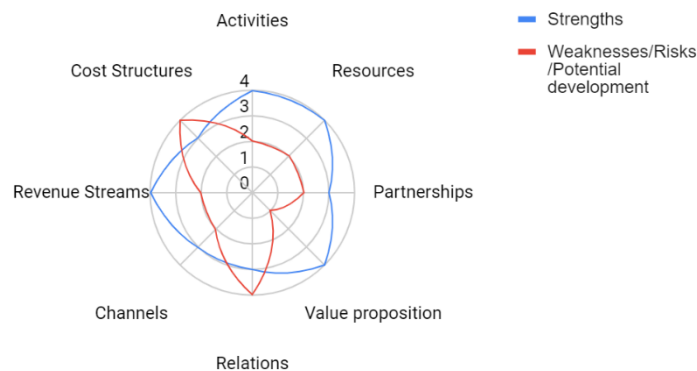
Par organizāciju iespējams uzzināt gan internetā (mājaslapā, Facebook lapā, citās vietējās tūrisma lapās, kā arī Latvia Travel lapā), gan klātienē (vietējos tūrisma informācijas centros, citos tūrisma objektos). Arī LLTA "Lauku ceļotājs" mājaslapā ir izveidots organizācijas profils. Saimnieks atzīst, ka pārāk daudz laika un resursu netiek veltīti atsauksmju iegūšanai. Reizēm kaut kas tiek pamanīts Facebook vai dzirdēts uz vietas klātienē. Bet īpaši uz to netiek strādāts. Apmeklētāji gan atgriežas uzņēmumā atkārtoti. "Ir ģimene, kas katru gadu svin Lieldienas pie mums. Ir arī cilvēki, kas atgriežas pēc 5 vai 10 gadiem, lai redzētu, vai kaut kas ir mainījies," teic saimnieks. Šeit viesojas gan individuālie ceļotāji, gan dažādas grupas. Arī jaunlaulātie ir iecienījuši šo vietu.

Organizācija sadarbojas ar dažādiem uzņēmumiem Latvijā. Vairāk tas notiek reklāmas nolūkos – pareklamē viens otru, ka tādi uzņēmumi pastāv. Tāpat notiek arī dažādi sadarbības

projekti. Muzeja darbnīcā top vienkoču trauki no vietējiem kokiem, kurus iecienījuši arī vietējie restorāni un šefpavāri.

Organizācija izmanto savus finanšu līdzekļus un ienākumus no apmeklētājiem, kā arī no sadarbībām. Organizācijas galvenās izmaksas ir par uzturēšanu, kā, piemēram, apsaimniekošana, elektrība. Kā uzskata saimnieks, tās ir gan lielākās, gan svarīgākās izmaksas.

Strengths un Weaknesses



Organizācija L10

Biedrība Latvijas dienvidrietumos, nelielā ciematā ar aptuveni 500 iedzīvotājiem.

Organizācija radās nepieciešamības rezultātā. 1999. gadā notika vietējo novada iedzīvotāju, kas tolaik dzīvoja ārzemēs, saiets, kam par godu tika izveidots muzejs saistībā ar vietējo vēsturi un dzīvesveidu. Pēc tam notikušas vairākas 3x3 nometnes, kas pamudinājušas vietējos cilvēkus vairāk pievērsties tradīcijām. “Tā, lai tradīcijas tiktu turētas dzīvas,” saka organizācijas vadītāja. Organizācijas mērķis ir apgūt tradicionālās kultūras mantojumu, īpaši kopt vietējās tradīcijas.

Organizācija apmeklētājiem piedāvā kultūrizglītojošas programmas, lai atraktīvā veidā iepazītu apkārtnes iedzīvotāju dzīvesveidu. Iespējamas arī meistarklases. Tiek godināti gadskārtu svētki, notiek “Dzīveskolas” nodarbības un vasaras skoliņas, kurās iespējams apgūt dažādas prasmes. Apskatāmi arī vietējie tautastērpi un citi meistarų izstrādājumi.

Aktivitātes notiek gan uz vietas, gan izbraukumos. Kādreiz ļoti populāri bijuši tieši izbraukumu pasākumi. Piedāvātās aktivitātes ir interesantas gan lieliem, gan maziem. Šeit viesojas arī viesi no tuvākām un tālākām zemēm gan Eiropā, gan citviet. Organizācija uzzina apmeklētāju atsauksmes un viedokli klātienē – sarunu veidā. Pēc viņu uzvedības un teiktā var spriest par to, vai viss patika.

Organizācija ir biedrība, kurā šobrīd ir vairāk kā 30 biedri un kuri piedalās aktivitātēs brīvprātīgi. Tradicionālās kultūras programmas ir vienīgais saimnieciskās darbības veids, taču algas nevienam netiek maksātas. Grāmatvedību kārtoti pati vadītāja, piesaistot arī palīdzību no malas, sakot: “Kā varam, tā kārtojam grāmatvedību.”

Vadītāja atzīst, ka organizācijā mārketingam netiek veltīts laiks un resursi. Reklāma notiek caur citiem uzņēmumiem, piemēram, “Lauku ceļotāju”, ceļojumu aģentūrām. Notiek arī sadarbība ar dažādām citām organizācijām Latvijā (piemēram, Kultūrkapitāla fondu, Kurzemes reģionu) informācijas apmaiņas, pasākumu, projektu dēļ. Informācija par organizāciju un tās piedāvājumu ir atrodamā arī citur internetā, piemēram, vietējās tūrisma lapās, Latvia travel lapā. Tāpat informācija pieejama arī tūrisma informācijas centros.

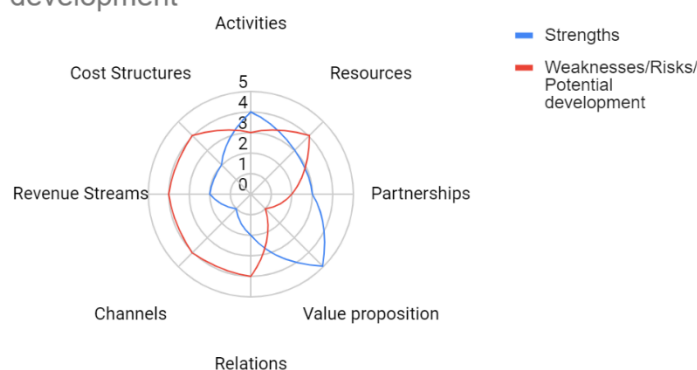
Organizācija piedāvā īpašu pārtikas produktu, kas ierakstīts ES aizsargāto ģeogrāfiskās izcelsmes norāžu reģistrā. Tā pagatavošanas prasmes ir pārmantotas no paaudzes paaudzē un mājās to taista arī mūsdienās. Tā iekļaušana sarakstā gan bijusi pašvaldības iniciatīva, lai konkrētajam novadam ir sava "vizītkarte". Bet, pateicoties šai idejai, organizācija piedāvā gan pagaršot, gan iemācīties gatavot šo produktu. Tas padara šo vietu unikālu. No 2011. gada organizācijai ir PVD reģistrēta virtuve, kas ir atbilstoša visām prasībām, lai varētu nodarboties ar ēdināšanu.

Ēka, kurā atrodas organizācija, ir ieguvusi jaunu ārējo veidolu, taču iekšpuse saglabājusi savu pirmatnējo izskatu, kas raksturīgs 19. gadsimta beigām. Māja ir papildīta ar raksturīgo iedzīvi, kā, piemēram, stellēm, dažādiem saimniecībā izmantotiem priekšmetiem un rīkiem. Viss ir pārdomāts, lai pēc iespējas labāk vēstītu par konkrēto laiku. Tā kā tiek piedāvātas ēdienu meistarklases un klāti galdī, tad arī trauki ir ļoti svarīgi, lai gan tie kādreiz ir bijuši vairāk, kā min vadītāja.

Organizācija nodrošina savu darbību ar citu cilvēku ziedojumiem, kā arī ar ienākumiem no saimnieciskās darbības – kultūrizglītojošām programmām. Tāpat arī piedalās dažādos projektu konkursos.

Organizācijas galvenās izmaksas ir par apsaimniekošanu (piemēram, elektrība, ūdens) un telpu nomu, pasākumiem. Tāpat ir izdevumi, lai nodrošinātu izejvielas. "Tas, kas paliek pāri, ir mūsu nodrošinājums. Tas tiek izmantots, lai sasniegtu mūsu mērķus," saka vadītāja.

Strengths un Weaknesses/Risks/Potential development



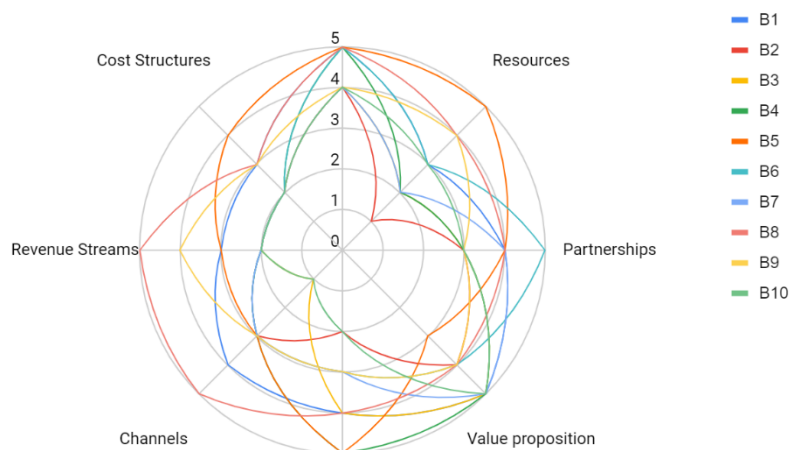
5. Šo organizāciju/uzņēmumu stiprās puses

Kā viens no svarīgākajiem faktoriem, lai varētu veiksmīgi darboties, ir kvalitatīvi sniegts pakalpojums/produkts. Tikai tad, ja piedāvātais pakalpojums/produkts ir pārdomāts un ar pievienoto vērtību, var cerēt, ka tas interesēs arī esošos un potenciālos klientus. Tāpat ļoti svarīga ir labvēlīga attieksme pret klientiem. Ja organizācija vai uzņēmums ir elastīgi un pretimnākoši, tad ir lielāka iespēja, ka klienti būs apmierināti ar saņemto pakalpojumu vai produktu un vēlēties atgriezties atkārtoti. Ir vajadzīga izpratne par klienta vajadzībām un vēlmēm, lai varētu nodrošināt pēc iespējas atbilstošāku un piemērotāku pakalpojumu/produktu. Arī paaugstināti servisa standarti var palīdzēt radīt neatkārtojamu pieredzi klientiem.

Ne tikai izveidot, bet arī uzturēt un pilnveidot organizācijas un biznesus palīdz tādas rakstura iezīmes kā neatlaidība un entuziasms. Patiesa aizrautība un vēlme darboties virza cilvēkus uz

priekšu. **Daudziem cilvēkiem, kas darbojas alternatīvajās kultūras vietās, “deg acis” par savu lietu un viņi vēlas nodot savas apkārtnējiem.** Kā atzīst viena vadītāja vienai no intervētajām organizācijām: “Mums ir ideja, ka amatniecībai ir jābūt un šis mantojums ir jā saglabā.” Tāpēc tiek darīts viss iespējams, lai ar to varētu iepazīties arī nākamās paaudzes.

Kā stiprā puse ir arī jau gatavu programmu veidošana. Ja klientiem tiek piedāvāts jau sastādīts un komplekss piedāvājums, lielāka iespēja, ka viņi izvēlēties tieši šo nevis citu opciju, tādā veidā aiztaupot laiku un enerģiju pašiem plānojot savas aktivitātes. Piemēram, ekskursija, kurai seko meistarklase ir labs veids, kā piesaistīt cilvēkus un paildzināt viņu uzturēšanās laiku konkrētajā vietā.



6. Problēmas, ar kurām tās saskaras, riski un attīstības potenciāls

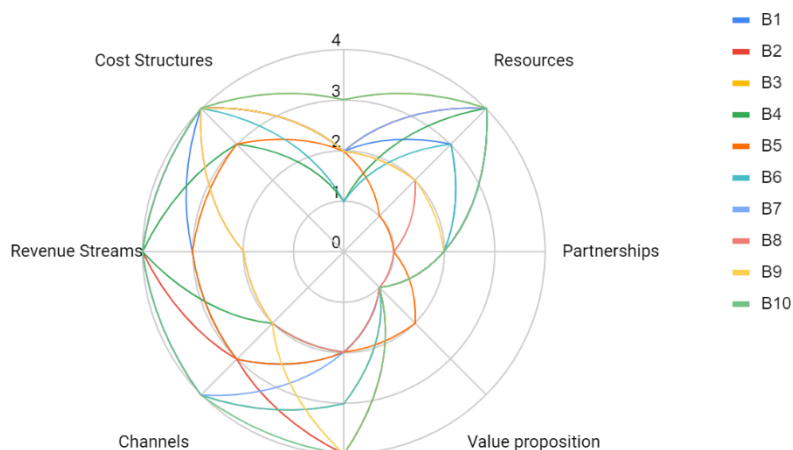
Viens no izaicinājumiem, ar ko saskaras daudzas organizācijas un uzņēmumi, ir klientu un apmeklētāju piesaiste. Daļai izaicinājums ir atjaunot apmeklētāju plūsmu tādā līmenī, kāda tā bija pirms pandēmijas. Bet daļai organizāciju un uzņēmumu ir jāpiedomā pie tā, kā noturēt savu pozīciju pieaugošajā konkurencē un līdz ar to noturēt arī esošos klientus.

Vēl viens izaicinājums, ar kuru saskaras organizācijas un uzņēmumi, ir sava piedāvājuma veidošana. Daļai ir svarīgi izprast, kādā virzienā veikt darbības paplašināšanos, lai tā būtu veiksmīga. Tāpat ir svarīgi atrast “īstermiņa peļņas formulu un savu jauno izaicinājumu”, kas ļautu darboties tālāk.

Liels izaicinājums, ar kuru sastopas, ir arī cilvēkresursi. Daudzi no viņiem šādās organizācijās darbojas brīvprātīgi un savā brīvajā laikā. Viņiem nereti ikdienā ir savs pamatdarbs, kas ir prioritāte, jo ļauj nopelnīt iztiku dzīvošanai. Tāpēc dažādām citām aktivitātēm ir jāatrod laiks ārpus savas pamatnodarbošanās, kas var būt visai sarežģīti. Cilvēki mēdz būt ļoti aizņemti, tāpēc visa vai daļa darbošanās ir jāpielāgo viņu iespējām.

Vēl viens izaicinājums, ar kuru sastopas tieši amatnieki, ir saistībā ar finanšu resursiem. Kādas organizācijas vadītāja intervijā minēja, ka amatniekiem nav pieejamas ne nodokļu atlaides, ne subsīdijas, ne kādi citi atvieglojumi. “Kādreiz varēja pelnīt ar to, bet tagad amatnieku darbs ir vairāk kultūras lieta – svarīga un novērtēta starp tiem, kas izprot šo lietu,” viņa atzīst. “Mums ir ideja, ka amatniecībai ir jābūt un šis mantojums ir jā saglabā. Amatniekiem ir epizodiski ienākumi, tāpēc jūtam atbildību par viņiem,” viņa teic.

Daudzās alternatīvās kultūras vietās bieži vien pietrūkst resursu atsauksmju vākšanai. Mērķtiecīgi un regulāri tas tiek darīts tikai nelielā daļā no tām. Bieži vien ir tikai mutiskas, uz vietas aktivitātēs vai pasākumos dzirdētas atsauksmes. Tās – no vienas puses – var būt ļoti patiesas, bet – no otras puses – ne vienmēr sniedz pilnīgu skatījumu un informāciju par organizāciju vai uzņēmumu. Tāpat nereti nav arī pietiekamu resursu kvalitatīvam un visaptverošam mārketingam. Bieži vien ir daudz citu uzdevumu un pienākumu, tāpēc mārketinga aktivitātes paliek otrajā plānā.



7. Covid pandēmijas sekas

Covid-19 pandēmija ietekmēja visu pasauli, tajā skaitā arī alternatīvās kultūras vietas. Lielākā daļa aptaujāto organizāciju un uzņēmumu gan ir atzinuši, ka ir atguvušies no Covid-19 pandēmijas. Taču tā pavisam noteikti ir atstājusi savas sekas uz darbošanos – gan sliktas, gan labas.

Daļa atzīst, ka ir samazinājusies vai mainījusies apmeklētāju plūsma. Kāds atzinis, ka "pēc pandēmijas bija liela izraušanās un aktīva pasākumu un vietu apmeklēšana, bet tagad viss noklusis un cilvēki mazāk vēlas pulcēties". Vēl kāds minējis, ka "vissliktāk ir tieši uzreiz pēc pandēmijas, kad liela daļa brauc atpūsties uz citām valstīm, bet no ārzemēm maz brauc kara Ukrainā dēļ". Daļai ir pazuduši kādi pastāvīgie klienti, bet cits kā sliktu faktoru minējis, ka šķietami ir mainījusies cilvēku attieksme un domāšana. Savukārt daļa atzīst, ka "cilvēki ir noilgojušies pēc klātienē aktivitātēm", tāpēc tā nav problēma. Vien tik tas, ka viņi vēlas doties izbraukumos mazākās grupās. Kāds no aptaujātajiem arī minējis, ka pirms pandēmijas bija vairāk ārzemju grupu, bet pēc pandēmijas – vairāk vietējo tūristu.

Kā svarīgs ieguvums tiek minēts tas, ka pandēmija ir likusi izvērtēt uzņēmuma vai organizācijas darbību un paskatīties uz to visu no malas. Tāpēc ir lietas, kuras tagad tiek darītas citādāk. Daļa ļoti novērtē, ka daudzas no tām var nokārtot arī attālināti. Tas ietaupa resursus, kurus var veltīt citām aktivitātēm un darbībām. Tāpat ir organizācijas, kas savu darbību daļēji ir pārcēlušas interneta vidē - izveidojuši internetveikalu, kas darbojas joprojām, vai izveidojuši aktivitātes, piemēram, izglītojošas programmas un nodarbības, kas pieejamas attālināti ikvienam interesentam. Cilvēki ir iemācījušies rast risinājumus nestandarta situācijās, kas ir liels pienesums viņu darbībai.

8. Labās prakses piemēri un veiksmes stāsti

Organizāciju/uzņēmumu stiprā puse ir meistari, kas ir savas jomas eksperti un profesionāļi. Ja ir iesaistīti cilvēki, kas pārziņa piedāvāto aktivitāti un tās detaļas (piemēram, aušanas darbnīcu vada audēja ar pieredzi šajā arodā), tad apmeklētāji saņem izzinošāku un autentiskāku pakalpojumu/produktu. Viņi ne tikai piedalās aktivitātē, bet arī iegūst daudz vērtīgu zināšanu un pieredzes stāstu par konkrēto prasmi, ja to vada zinošs jomas pārstāvis. Ir vietas, kur šādi speciālisti tiek izmantoti arī kā ārpalpojums, piesaistot viņus attiecīgās aktivitātēs un pasākumos.

Svarīgs aspekts ir arī sabiedrības iesaiste. **Ja aktivitātēs tiek iesaistīti vietējie iedzīvotāji un vietējā kopiena, tad ir lielāka iespēja, ka šīs aktivitātes izdosies un sabiedrība būs ieinteresēta atkārtoti tajās piedalīties.** Tāpat sabiedrības iesaiste pasākumu un aktivitāšu organizēšanā ir nozīmīga, lai tās būtu saistošas un atbilstošas mērķauditorijas interesēm, vēlmēm un vajadzībām. **Līdzdarbošanās motivē, līdz ar to palielinās interese, kā arī vēlme pēc tam dalīties ar piedzīvoto, kas savukārt piesaista atkal jaunus apmeklētājus.**

Viens no lielākajiem izaicinājumiem daudzām aptaujātajām organizācijām un uzņēmumiem ir klientu un apmeklētāju piesaiste. Ir jāmeklē veids, kā pareizāk piesaistīt jaunus klientus. Tāpat ir svarīgi saprast, kā labāk pielāgot esošo piedāvājumu potenciālajiem klientiem. Šādās situācijās ir vismaz divi risinājumi: pielāgot mārketingu tā, lai jaunas cilvēku grupas tiek uzrunātas un uzzina par esošo piedāvājumu, vai arī pielāgot esošo piedāvājumu jaunām mērķauditorijām. Interesants piemērs ir arī tas, kā pandēmijas laikā tika veidoti piedāvājumi, kas ir pieejami attālināti, tādējādi saglabājot kaut daļu no savas auditorijas.

9. Tendences reģionālajā un nacionālajā politikā

2003. gadā tika pieņemta UNESCO Konvencija par nemateriālā kultūras mantojuma saglabāšanu, un katra valsts, kas ir to pieņēmusi, ir atbildīga par nemateriālā kultūras mantojuma pārmantošanu un kultūras savdabības saglabāšanu. Līdz šim UNESCO starptautiskajos sarakstos ir trīs Latvijas vērtības. Par Konvencijas īstenošanu Latvijā atbild Latvijas Republikas Kultūras ministrija un tās pakļautībā esošais Latvijas Nacionālais kultūras centrs. 2016. gadā tika pieņemts "Nemateriālā kultūras mantojuma likums". Tas paredz izveidot Latvijas nemateriālā kultūras mantojuma sarakstu, kas ietver dažādas vērtības, kuras jāaizsargā un kurām ir liels attiecīgās kopienas atbalsts un līdzdalība. Šo sarakstu veido pašas tradīciju kopienas un īpaša padome, kas izvērtē pieteikumus. Līdz 2022. gadam šajā sarakstā bija iekļautas 32 vērtības, tajā skaitā dažādas amatu prasmes un kultūrtelpas. Vairāk info: <https://nematerialakultura.lv>.

Lai veicinātu Latvijas mākslas un kultūras kapitāla efektīvu izmantošanu Latvijas ilgtspējīgai attīstībai, ir izveidota valsts pētījumu programma "Latvijas kultūra – resurss valsts attīstībai". To Kultūras ministrija veidojusi sadarbībā ar Nacionālo kultūras padomi. Programmas mērķis ir "attīstīt zināšanu bāzi par Latvijas kultūras aktuālajiem un vēsturiskajiem procesiem, kultūras un radošajām nozarēm kā šo procesu īstenošanā un kultūras pienesumu valsts ilgtspējīgai attīstībai". Tā sākās 2020. gadā un turpināsies vismaz līdz 2026. gadam. Vairāk info: <https://likumi.lv/ta/id/314740-par-valsts-petijumu-programmu-latvijas-kultura--resurss-valsts-attistibai> ; <https://likumi.lv/ta/id/339912-par-valsts-petijumu-programmu-latvijas-kultura--resurss-valsts-attistibai-20232026-gadam>.

2022. gadā tika veikts kultūras patēriņa un līdzdalības ietekmes pētījums "Kultūras aktivitātes barometrs 2022" par laika posmu no 2021. gada oktobra līdz 2022. gada oktobrim. Dažas no atziņām:

- Iedzīvotāju skaits samazinās, līdz ar to arī esošā un potenciālā kultūras auditorija samazinās;
- Kultūras organizācijas būtiski mainījušas darbu ar auditoriju, piemēram, notiek aktīvāks darbs ar auditoriju sociālajos tīklos, tiek ieviesti jauna veida pasākumi un aktivitātes, tiek piesaistīta jauna auditorija, kāda iepriekš nav bijusi;
- Kultūras sektorā plaši tiek iesaistīta vietējā kopiena;
- Kvalitāte kļuvusi svarīgāka par kvantitāti.

10. Kāds atbalsts no ārpuses varētu stiprināt šāda veida organizācijas/uzņēmumus

Alternatīvajām kultūras vietām ir nepieciešams dažāda veida atbalsts. Daļai ir vajadzīga praktiska veida palīdzība, piemēram, pašvaldības līmenī iespēja saņemt pakalpojumus infrastruktūras uzturēšanai (piemēram, ziemā operatīvi notīrīt sniegu uz piebraucamā ceļa) vai saņemt atbalstu apsaimniekošanas, apkures izmaksām. Ir vietas, kur nepieciešams arī atbalsts remonta veikšanai.

Palīdzība ar mārketingu arī būtu noderīga. Ir vietas, kuras novērtētu iespēju apgūt un pilnveidot sociālā mārketinga prasmes. Mūsdienās, kad internets ir neatņemama dzīves sastāvdaļa daudziem, spēja vēstīt par savu piedāvājumu interneta vidē – sociālajos tīklos un citās mājaslapās ir ļoti nozīmīga. Cilvēki šajā nozarē novērtētu arī praktisku atbalstu klientu piesaistē. Īpaša uzmanība varētu būt vērsta uz jauniešu auditorijas piesaisti. Tāpat papildus reklāmas iespējas par piedāvājumiem pakalpojumiem dažādās platformās ļautu palielināt apmeklētāju un klientu plūsmu.

Svarīgs aspekts ir arī ienākumi. Ir vietas, kurām nepieciešams atbalsts īstermiņa peļņas risinājumu meklēšanā un radīšanā, lai stiprinātu savu darbību. Ir vietas, kuras novērtētu palīdzību piedāvājumu iekļaušanā dažādos tematiskos tūrisma maršrutos un to popularizēšanā. Arī tas var radīt papildus ienākumus, ar kuriem pilnveidot savu darbību.

11. Metodoloģija: kā šī projekta fāze noritēja

Šī projekta fāze tika veikta, izmantojot 10 padziļinātas, daļēji strukturētas intervijas ar 10 organizācijām katrā no četrām iesaistītajām valstīm. Tika intervēts viens pārstāvis no katras organizācijas. Intervijas tika papildinātas ar tiešsaistes aptauju, kas sniedza lielāku respondentu skaitu.

Interviju pamatā bija biznesa modeļa kanva (BMC), kurā tika runāts par dažādām biznesa modeļa daļām. Intervijas atklāja arī svarīgus aspektus, kas bija ārpus BMC. Izmantojot dialogu, tika iegūta dziļāka izpratne par organizācijas vēsturi, pašreizējiem apstākļiem, vērtībām, stiprajām pusēm un izaicinājumiem. Intervijās un tiešsaistes aptaujā tika uzdoti jautājumi par auditorijas attīstību un Covid pandēmijas ietekmi.

Lai labāk izprastu kontekstu, tika veikts arī neliels oficiālo politikas dokumentu apskats par kultūras nozari katrā valstī.

Apkopotā informācija ir analizēta un dokumentēta šajā ziņojumā.

Kopā tiešsaistes aptaujā Latvijā piedalījās 25 organizācijas/uzņēmumi. No tām 16 aizpildītās aptaujas bija derīgas (atbilda visiem projektā noteiktajiem kritērijiem) un tikai izmantotas šī ziņojuma tapšanā.

12. Par biznesa modeļa kanvas izmantošanu alternatīvās kultūras nozarei

Biznesa modeļa kanvas ir piemērotas izmantošanai alternatīvajām kultūras vietām. Kanvas ļoti labi palīdz strukturizēt informāciju, kas iegūta intervijās. Tā kā intervijas mēdz būt apjomīgas, tad ir ļoti labi, ka ir pieturas punkti, kas ļauj būt konkrētākiem un specifiskākiem. Kanvās ir attēloti visi svarīgākie faktori, lai spētu gūt pilnīgu priekšstatu par katru organizāciju. Informācija gan mēdz pārklāties un būt atbilstoša vairākām sadaļām, tāpēc reizēm ir sarežģītāk izlemt, kur tā labāk iederētos. Tāpēc ir jābūt arī elastīgai pieejai, lai vajadzības gadījumā varētu mainīt/pielāgot modeli un informācijas attēlojumu konkrētām vajadzībām.

13. Ieteikumi nākamajiem projekta soļiem

Tā kā ir intervētas un aptaujātas diez gan daudzas alternatīvās kultūras vietas, tad ir izkristalizējušās vairākas jomas, ar kurām būtu jāstrādā gan vietējā, gan reģionālā, gan valsts līmenī, lai stiprinātu šādu vietu darbību. Viena no jomām ir mārketinga un atsauksmju iegūšana. Nereti daudzās organizācijās abi šie aspekti nav pietiekami kvalitatīvi un mērķtiecīgi izstrādāti. Bieži vien tas ir tāpēc, ka trūkst resursi (laiks, cilvēki, reizēm arī zināšanas) šādām lietām. Tas sasaucas arī ar vēl divām problēmām/izaicinājumiem, ar kuriem sastopas daudzas vietas, - cilvēkresursu trūkums un finansiālā situācija. Daudzi no cilvēkiem paralēli radošām lietām strādā algotu darbu, kas ļauj uzturēt sevi un savas ģimenes. Līdz ar to neatliek vairs tik daudz laika, ko veltīt šīm kultūras aktivitātēm, tāpēc to izpildījums, kā arī vispārēja organizācijas darbība cieš. Ja būtu pieejams lielāks finansiālais atbalsts, tad alternatīvās kultūras vietas varētu brīvāk un kvalitatīvāk darboties.

Stiprinot iepriekš minētās jomas, tas palīdzētu ne tikai vietām, kurās ir izvēlētas daļēji pilotējamās, bet arī visai nozarei kopumā.

14. Atsauces

Organizācijas, ar kurām bija intervijas (jauktā secībā):

1. Radošā māja "Baltaine", <https://www.facebook.com/radosamaja>
2. Drabešu muižas Amatu māja, <https://araisi.com/lv/drabesu-muizas-amatu-maja>
3. Jaunpils Amatu māja, <https://jaunpils.lv/amatu-maja>
4. Ludzas Amatnieku centrs, <https://www.ludzasamatnieki.lv>
5. Namdara darbnīca, <https://www.namdaradarbnica.com>
6. Vienkoču parks, <https://vienkoci.lv>
7. Rucavas tradīciju klubs, https://www.celotajs.lv/lv/e/rucavas_tradiciju_nams_zvanitaji
8. Organizācija nr. 1
9. Organizācija nr. 2
10. Organizācija nr. 3