



# Viesmīlības rokasgrāmata

Tūrisma attīstības valsts aģentūra, 2010



Ievads. Viesi, viesu mājas un viesmīlība .....	3
Viesmīlības pakalpojuma raksturojums .....	6
Izmitināšanas pakalpojumi .....	10
Ēdināšanas pakalpojumi .....	21
Izklaide .....	31
Relaksācija .....	37
Komunikācija ar klientu .....	44
Starpkultūru komunikācija .....	49
Izmantotā literatūra .....	55



## Viesi, viesu mājas un viesmīlība

Viesmīlība, varētu teikt, ir rakstura īpašība. Kam tās raksturā nav, tam tā pagrūtāk veiksies arī ar viesu nama atvēršanu. Tam jābūt cilvēka dabā, ka viņš pārlietu nesatraucas, ja viesībās pie viņa radu vai draugu bērni savā bērnu dauzonībā izbradā visas puķu dobes, tam jābūt cilvēka dabā, lai līdz vēlai naktij klausītos, kā kāds viesis pēkšņi izkrata sirdi un stāsta par to, ko tev nevajadzētu zināt. Ir jābūt pēc dabas viesmīlīgam, lai savā mājā, sētā, viesu namā, viesnīcā uzņemtu viesus - cilvēkus ar visiem viņu niķiem un stiķiem, kas nereti viskrāšņāk izpaužas tieši tad, kad viņi ir nolēmuši atpūsties, relaksēties, mainīt vidi, rast jaunus impulsus vai norobežoties no visa, koncentrēties, meditēt, jo cilvēki vēlas ceļot, viesoties dažādu iemeslu dēļ. Viesu māju turētāji jau labi zina, ka viņiem vienlaikus jābūt gan grāmatvežiem, psihologiem, reprezentabliem saimniekiem, gan apkopējiem. Un viesu namu saimnieki jau zina, ka viņiem savā starpā jāsadarbojas, vispār visiem, kas iesaistīti šajā nozīmīgajā valsts ekonomikas nozarē, ko sauc par tūrisma industriju, jāsadarbojas, lai ciemiņš, kas Latvijā ieradies, iepazītos ar augstu viesmīlības kultūru, labi sakārtotu, saskaņotu viesmīlības vidi, nevis atsevišķas viesmīlības saliņas vien.

Viesmīlība ir rakstura īpašība, bet nekad nav slikti, ja pasmeļamies citu gudrībās, darba knifos. Tūrisms pasaulē ir milzīgs zinātniskās pētniecības lauks,

kurā tiek ieguldīti milzīgi līdzekļi un arī atdeve ir atbilstoša. Šis Tūrisma attīstības valsts aģentūras piedāvātais materiāls šoreiz mazāk orientēts uz zinātniskām aprindām, vairāk uz praktiķiem, naktsmītņiem, viesu māju saimniekiem - tiem, kuri ir sākuši vai vēlas sākt vidēja mēroga vai nelielu viesu uzņemšanas uzņēmējdarbību. Te jūs atradīsiet labus, ikdienas darbā izmantojamus padomus, tūrisma praktiķu un viņu viesu atziņas. Kā pareizi runāt ar iespējamo viesi pa tālruni, kā viņu sagaidīt, kā iekārtot sava viesu nama interjeru, kā izprast klienta vēlmes, kā viņu ēdināt, izklaidēt, pārsteigt un iepriecināt? Kā panākt, lai viesis vēlas atgriezties pie jums atkal? Piemēram, tāds vienkāršs un labs padoms, bez kura uz priekšu ar savu viesu uzņemšanas darbu netiksiet: „Labs serviss nozīmē ne tikai smaidīt viesim, bet panākt, lai arī viņš smaidītu jums.” Šie padomi var noderēt arī plašākam lasītāju lokam, jo viesmīlības pamatprincipi, kā uzņemt ciemiņus savā dzīvoklītī dzimšanas dienā vai kā uzņemt tūristu pulku lielā viesnīcā, jau ir vieni un tie paši. Materiālu ir sagatavojuši Latvijas Lauksaimniecības universitātes un Vidzemes Augstskolas mācībspēki Sandra Īriste, Rita Riekstiņa-Dolģe, Ilze Grīnfelde, Zane Kalniņa un Andris Klepers.

Mums nav Parīzes vai Hamburgas izsmalcināto veikalu, mums nav lietusmežu, piramīdu, milzīgu ūdenskritumu, koraļļu rifu, iezemiešu

cilšu, kas puspliki rīko tūristiem uzvedumus, mums nav tādas eksotikas. Uz Latviju pasaulē arī vairs neraugās kā uz padomju eksotiku, kur varbūt galvaspilsētas ielās varētu ieraudzīt kādu leduslāci vai melnās volgās braucošus nīgrus tipus, mēs vairs nedzīvojam Padomju savienībā. Mūsu naktsklubi nevar konkurēt ar Čikāgas blūza klubiem, mēs nevaram selekcionēt žirafes ar garākiem kakliem, kādas ir Kenijā, ne vienmēr pasaules tūristi ir ar mieru ēst mūsu strausu olas. Latvija nevar kļūt par vienu no lielajiem pasaules tūrisma centriem vai, kā teiktu tūrisma profesionāļi – galamērķiem, kur drūzmējas miljoniem ļaužu. Bet ir pasaulē arī gana daudz cilvēku, kuri nemaz nevēlas atrasties, pavadīt savus atvaļinājumus, brīvās dienas vietās, kur priekšā jau ir sadrūzmējies vesels pulks cilvēku.

Varbūt tie ir īstie Latvijas ciemiņi? - Cilvēki, kas novērtēs Latvijas novadu neapdzīvotību un mierīgo ainavismu, zaļās krāsas dominanti un kultūras akcentus. Latvia. Best enjoyed slowly (Nesteidzīga atpūta Latvijā). Mums ir ko rādīt viesiem urbānā vidē. Rīga vien ir ko vērtā ar savu Eiropas robežposteņa kultūrvēsturi, savu vecpilsētu, jūgendstilu. Un Ventspils ar Ostgala mazajām ieliņām, Liepāja ar Karostu un Ostmalas promenādi, Rīgas jūrmalas koka arhitektūra, Cēsu, Kuldīgas, Limbažu, Talsu mazpilsētu inteligentā vide, omulība un šarms... varētu ilgi turpināt. Bet vēl vairāk mums ir ko rādīt viesiem mūsu zaļajā vidē.

Latvija ir zeme vērīgiem, gudriem ceļotājiem, kuri nenogāžas lielceļam tuvākajā pļavā cits citam blakus ar

saviem mūzikas aparātiem un šašliku griliem, bet meklē un māk ieraudzīt arī mazo skaistumu, meklē mierīgu, skaistu izjūtu piesitienus. Un tiem, kuri viesus uzņem, protams, jāmāk šos izjūtu avotus uzrādīt, dažkārt arī tās radīt. Tieši vērīgi, gudri ceļotāji pratīs novērtēt Kurzemes baltās pludmales un brīnīsies - kā tas var būt, ka dažu stundu lidojumā no pasaules daudzmiljonu metropolēm ir tik tīra, klusa, neapdzīvota pludmale? Un, ja viņš vēl plunčājoties uzkāps akmensbutei un tā tiks nogāzts no kājām... Un vērīgs, mieru, niansētas izjūtas meklējošs tūrists ar prieku dienām klejos pa Slīteres rezervāta dabas takām un neticēs, ja viņam teiks, ka te, Dundagas novadā, netālu no Eiropas biezi apdzīvotajām teritorijām dzīvo tikai viens cilvēks uz kvadrātkilometru.

Un Salacgrīvā pie Salacas nēģu zvejniekiem viņš pirmoreiz mūžā ieraudzīs nēģu tačus, jo nekur citur Eiropā jau tādu nav, ak tā, viņš jautās, – šīs čūskas jūs ēdat? Un Vaboles pagastā viņš brīnīsies par trīsdesmit krucifiksiem un par to, ka maijā pie tiem sievas no sirds dzied garīgas dziesmas. Latvijas skaistums un savdabība ir meklējami tīrā, mīlīgā ainavismā, Latgales Grebļa kalnā, kur ap galvu ņirb simtiem retu tauriņu sugu, Kornetu – Peļļu gravas un Skaņākalna atbalsis, Teirumnīku purva un Tīrspurva takās, Jūrkalnes stāvkrastā un uz Ainažu mola, kur saulriets ir citādāks kā citviet pasaulē, Zilajā kalnā un Gaiziņā, no kuriem arī mākoņi redzami skaistāki kā citviet pasaulē, pie Lonastes un Pededzes ozoliem, Augstrozes lapegļu un Ziemupes kadiķu audzēs... daudz skaistu vietu ir Latvijā. Tās ir vie-

tas, kuras paviršs ceļotājs, kas radis žigli nofotografēties pie viena objekta un skriet knipsēties uz nākamo, nenovērtēs un neizjutīs. Bet mums tāds tūrists arī nav vajadzīgs. Mums vajadzīgs gudrs un vēriņš ceļotājs. Latvia. Best enjoyed slowly. Un ne vienmēr ceļotājam ir vajadzīgs kāds izteikts apskates objekts, kādreiz cilvēks jūtas labi it kā vienkāršā, necilā vidē, kas tikai pirmajā brīdī šķiet vienkārša un necila, niansēts ceļotājs izbaudīs šīs vides lokālo savdabību, omulību, tipāžus, sarunas, kultūrvēsturisko fonu, ļaužu viesmīlību.

Latvijai ir vajadzīgs tāds tūrists, kas nemeklē standartizētas garšas, skaņas, izjūtas, bet katrā vietā meklē vienreizējo, unikālo, grib aizbēgt no hamburgeru ēstuves un kādā askētiskā, bet omulīgā latviešu lauku viesu mājā apēst to „čūsku”, ko latvieši sauc par nēģi, neprātos par burbuļvannu, bet gribēs nopērties kārtīgā pirtī, no rīta neprasīs TV ar CNN ziņām, bet klausīsies, kā putni pamodušies dzied visriņķī jūsu viesu mājai un rādīs saviem bērniem varžu kurkuļus dīķī.

Bet ne par ārzemju ciemiņiem vien būtu jādomā. Pirmskara Latvijā bija pazīstama gandrīz valstiska devīze „Apceļo dzimto zemi”; tā tika radīta, lai Latvijas ļaudis vairāk iepazītu un

cienītu savu valsti. Zinu, ka mana Latgales puses vecmāmiņa tikai divreiz savā mūžā bijusi pie jūras, bet mana Kurzemes vecmāmiņa vien pāris reižu Latgales pusē. Vēl joprojām ne jau visi slātavieši ir čangaliešu zemes apskatījuši un ne jau visi čangalieši ir ceļojuši pa slātaviešu skaistākajām vietām. Kādubrīd, kad Latvijas robežas tikko bija pasaulei atvērtas un beidzot varēja braukt un skatīties pa visu pasauli tās slavenākās, t.s. „sightseeing” (ievērojamākās vietas citur pasaulē), savu zemīti apceļot nebija īsti moderni. Nu jau, kad liela daļa ir Ēģiptē kamieļus un piramīdas apskatījuši, pasaulojušies turku pludmalēs, daži pat lauvas medījuši Āfrikā, vēlme savu zemi apzināt un saprast, par laimi, sāk atgriezties. Lai nu mākam ne vien ārzemju viesus godam uzņemt, bet arī pašu ļaudis iepriecināt.

Vēl gribēju pajautāt – vai neesam sev iestāstījuši, ka esam neviesmīlīgi, atturīgi, nedraudzīgi? Darba gaitās, rakstot savas grāmatas, esmu apceļojis gandrīz katru pagastu Latvijā un ciemojies daudzās viesu mājās. Varu apgalvot, ka latviskā atturība un neviesmīlība ir mīts. 🌿

**Rimants Ziedonis**

# VIESMĪLĪBAS PAKALPOJUMA RAKSTUROJUMS



## **Labdien, Latvijas viesnīcnieki!**

*Rakstot šo vēstuli, man ir patīess prieks dalīties ar Jums savās atmiņās un iespaidos par ceļojumu uz Latviju. Šī valsts Baltijas jūras krastos ir burvīga ar savām skaistajām ainavām, dziļajām tradīcijām un jaukajiem cilvēkiem; tas ir mans lielākais atklājums pēdējo gadu laikā.*

*Es dzīvoju tepat kaimiņos, kādā nelielā Vācijas mazpilsētā. Apceļot valstis un iepazīt to iedzīvotājus ar dažādām kultūras tradīcijām katreiz ir īpašs notikums manā dzīvē. Braucot ciemos, es vēlos, lai mani viesmīlīgi sagaida, lai rodas sajūta – „te es gribētu pakavēties ilgāk” un „es te noteikti atgriezīšos”.*

*Kā jau visos ceļojumos – nav tikai melns vai balts, labi vai slikti, arī Latvijā man gāja dažādi. Dažviet man uzsmaidīja, bija atklāti un pretimnākoši saimnieki, citviet atturīgāki. Bija dažādi pakalpojumi, tādi, kas patika un bija tādi, kurus labprāt vairs neizbaudītu. Es nesūdzēšos ne par smilšaino istabu, jo viesu māja atradās jūras krastā blakus liedagam, ne par ieplēsto gultasveļu, jo krīze skārusi arī šo jomu, ne par saskābušo putukrējumu, jo galu galā bija taču vasara. Bet man patiesi gribējās, lai saimniece no rīta mūs sagaida ar smaidu un atņem labrītu, nevis norūpējusies paiet garām, liekot noprast, ka „smails neietilpst cenā”. Es būšu tas viesis, kas nekad vairs neiegriezīsies šajā atpūtas vietā un neieteikšu to darīt saviem tuviniekiem. Iesakot kādu atpūtas vietu draugiem, es uzņemos arī zināmu atbildību, tāpēc manī jābūt pārlicībai, ka pakalpojums, ko saņems mani tuvinieki, būs drošs un draudzīgs.*

*Par savu ceļojumu es stāstīšu saviem draugiem, radiem, kaimiņiem. Viņu man ir daudz. Es rādīšu fotogrāfijas un atcerēšos viesmīlīgo Latgales lauku mājas saimnieci, kas prombraucot kā ceļamaizi iedeva pašmāju rupjmaizes kukulīti, un pieminēšu draudzīgos Vidzemes viesu māju saimniekus, kur lutināja manus bērnus kā savus. Man būs labas atmiņas par Kurzemes kempinga personālu, kas izlīdzēja mums ar autoremontu un nejaušiem ceļiniekiem Zemgalē, kuru norādīja mums pareizo ceļa virzienu. Man gribas dzīvot ar pozitīvām atmiņām un sūtīt Ziemassvētku atklātnes jaukiem un man tuviem cilvēkiem. Tādus iespaidus es šovasar ieguvu sava ceļojuma laikā pa Latviju!*

**Ar cieņu, ANNA (56 gadi)**



Foto: Aija Krodere

Dažreiz pēc viesmīlības uzņēmuma apmeklējuma pārņem savādas sajūtas. It kā iekārtojums patika, numuriņš bija tīrs, ēdiens bija gards, bet kaut kas pietrūka. Varbūt pietrūka sajūtas? Kas cilvēkus mudina traukties vairākus desmitus kilometru tālu ceļu uz krodziņu, lai ieturētu vakariņas? Tas noteikti varētu būt labs ēdiens un labs vīns. Bet vai tikai? Bieži vien tās ir labās sajūtas, kuras gribas pārdzīvot vēl. Maldīgs ir uzņēmēju priekšstats, ka tikai dārgs interjers un aprīkojums ir noteicošie faktori pakalpojuma pirkšanā. Vēlme izraisīt iespaidīgu vizuālo efektu viesī atbīda otrā plānā viņa psiholoģisko komfortu. Ir būtiski domāt arī par pakalpojumiem, kas viesim rada sajūtas. Nav svarīgi - vai tā ir piecu zvaigžņu viesnīca vai krodziņš ceļmalā, viesim paliks atmiņā sajūtas, ko radīja prieks vai piedzīvojums,

vilšanās vai satraukums. To veido kopējā uzņēmuma gaisotne, kas tiek radīta vienreizēja un neatkārtojama, katram uzņēmumam sava. Tā ir kā liegs pavasara aromāts vai bērniības atmiņas, ko nevar izmērīt, bet var sajust. Uzņēmuma atmosfēru veido iekārtojums, aprīkojums, pakalpojumu piedāvājuma klāsts, bet vislielāko artavu dod profesionāla personāla apkalpošana. Viesis uzņēmumam varēs piedot nelielu ķibeli ar ēdienu, bet viņš nepiedos nelaipnu un nedraudzīgu personāla attieksmi. Tāpēc viesmīlības produktu uzlūko kā kompleksu pakalpojumu, kuru veido gan materiālā, gan nemateriālā jeb emocionālā daļas. Klientam vienlīdz svarīgas ir abas daļas, bet tieši nemateriālā jeb emocionālā bieži vien ir izšķirošā. 🌿

**Rita Riekstiņa - Doļģe**

“Pieņemot pasūtījumu restorānā:  
 Viesmīlis: „Par apkalpošanu mūsu restorānā, rēķinam tiek pieskaitīti 10% no kopējās summas.”  
 Viesis: „Nu tad es šodien ņemšu tikai ēdienu, apkalpošanu nenesiet.””





Viesmīlības pakalpojuma būtība  
(5, šeit un turpmāk skat. izmantotās literatūras sarakstu.)

# IZMITINĀŠANAS PAKALPOJUMI





Foto: Rojs Maizītis

## Pirms viesu ierašanās

**„Smaids ir tas, kas pietrūkst mūsu viesmīlības jomā strādājošiem,” atzīmēja atpūtas kompleksa „Meža salas” vadītāja Linda Bēce. „Ja, viesim atbraucot, pirmais, ko viņš pavēstī: „Jūs esat pirmie, kas mums šeit uzsmaida,” tas liek aizdomāties...**

Viesmīlības jomā sīkumu nemēdz būt. Tomēr tieši detaļas bieži vien tiek nepelnīti piemirstas.

Mūsdienās viens no populārākajiem informācijas meklēšanas un vākšanas avotiem ir internets. Tādēļ viesu mītņu vadītājiem īpaša uzmanība būtu jāvelta sava uzņēmuma mājas lapas izveidei un informācijas atjaunināšanai.

Vēlme piesaistīt viesus no ārzemēm mudina ievietot

informāciju arī svešvalodās.

Tomēr ne visas ziņas par uzņēmumu ir atrodamas masu medijos, tādēļ joprojām aktuāla ir potenciālā klienta un uzņēmuma darbinieku komunikācija pa telefonu.

Atnākot uz viesnīcu, viesis, pirmkārt, ierauga izkārtņi, tā kļūst par viesnīcas tēla elementu.

Viesnīcas uzņemšanas dienesta darbinieks ir tas, ►

### Padomi!

- ☛ Mājas lapas izveidē īpaša uzmanība jāpievērš informācijas meklēšanas vienkāršībai, informācijas daudzveidībai, aktualitātei un tam kādas emocijas izsauks pats šīs informācijas meklēšanas process.
- ☛ Telefonsarunā jāizvairās no bezpersoniskas komunikācijas.

► ar ko viesu iepazīšanās viesnīcā sākas un arī beidzas. Kā notiek šī iepazīšanās? Ar pasīvu „Jā” telefona klausulē vai ar draudzīgu sasveicināšanos? Atnākot uz viesnīcu, viesis, pirmkārt, ierauga izkārtņi, tā kļūst par viesnīcas tēla elementu. Savukārt telefonsarunā pirmais tēlu veido administrators, tādēļ viņam būtu jāpievērš uzmanību katram bilstamajam vārdam. Vienkārša atbilde „Jā!” nesniedz viesim nekādu informāciju, tādēļ viņš pārjautā, vai esot piezvanījies uz vietu, uz kuru vēlējies? Aizstājot „Jā!” ar vārdu savienojumu „Viesnīca „X”. Labdien!”, mēs tūlīt pārņemam sarunas iniciatīvu un demonstrējam draudzīgumu.

Vēl viena nepilnība, kas tiek pieļauta telefonsarunās,

ir bezpersoniska komunikācija. Viesnīcas darbinieki lielākoties nenošauc savu vārdu, tā zaudējot iespēju nodibināt personīgu kontaktu. Nosaucot savu vārdu un uzvārdu mēs nonākam citā saskarsmes līmenī, proti, no „Cilvēks – Viesnīca” uz „Cilvēks – Cilvēks”. Šāds saskarsmes līmenis rada nepiespiestas sarunas gaisotni un atvieglo turpmākos kontaktus.

Svarīgi ir nosaukt ne tikai savu vārdu, bet jau pirmajās minūtēs vērsties pie sarunas partnera, uzrunājot viņu vārdā. Psihologi jau sen ir pierādījuši, ka vispatīkamākās sajūtas cilvēkā izraisa viņa paša vārds. Un, ja sarunas laikā mēs partneri uzrunāsim 5-7 reizes, tad noskaņosim viņu pret sevi pozitīvi. 🍀

*Esmu no neizlēmīgajiem klientiem. Kopā ar draudzeni izdomājām pavadīt nedēļas nogali kādā no viesu mājām Latvijas laukos – vēlējāmies neiztērēt pārāk daudz naudas un cerējām pēc smagās darba nedēļas labi atpūsties.*

*Tad nu sāku meklēt. . . Pirmkārt, izvēlējos „paklejt” pa internetu. Man par lielu pārsteigumu – lielai daļai viesu namu, arī tādiem, kas guvuši labas atsauksmes, pat dažādas balvas ieguvušām, nav savu mājas lapu! Nekas cits neatlika, kā izmantot veco labo telefonu.*

*Klausuli pacēla, pēc balss spriežot, jauna meitene. Sarunas gaitā viņa tik tēlaini un sīki aprakstīja viesu māju, arī tur sniegtos pakalpojumus, ka man nerādās ne mazākās šaubas, ka tieši tur mēs būsīm visgaidītākie un vislološākie. Viņa pamatoja arī samaksu, kas sākumā likās paliela, – viesu mājas atrašanās vietas priekšrocības, augsto servisa kvalitāti, numuru iekārtojumu, papildu pakalpojumus, ieskaitot bezmaksas, viesu mājas ►*



Foto: Aija Krodere

#### Padomi!

- 🍀 Vadītāja pozitīva attieksme pret saviem darbiniekiem radīs darbinieku līdzīgu attieksmi pret viesiem.
- 🍀 Viesis jānodrošina ar informatīvo komfortu, proti, lai personāls būtu informēts un spētu atbildēt uz jebkuru jautājumu, kā arī tiktu izmantotas saprotamas piktogrammas, kas valodas nepārziņāšanas gadījumā palīdzētu orientēties uzņēmumā.
- 🍀 Labs serviss nozīmē ne tikai smaidīt viesim, bet panākt, lai arī viņš smaidītu pretim.
- 🍀 „Lai sasniegtu izcilību (lielisku servisu), jā rūpējas vairāk, nekā par saprātīgu uzskata citi, jāriskē vairāk, nekā par drošu uzskata citi, un jāsapņo vairāk, nekā par praktisku uzskata citi.”

► pārākumu pār citiem šāda veida uzņēmumiem. Es jutos tik īpašs... Tikai tas vien, ka viņa ik pa brīdim sarunā atkārtoja manu vārdu, lika man ātri pieņemt lēmumu drīzumā visus šos labumus izbaudīt uz savas ādas.

Draudzenei izstāstīju par šo pasaku namiņu un arī viņa vēlējās ātrāk to ieraudzīt.

*P.S. Tā nu sanāca, ka visi pārējie telefonu numuri palika neizmantoti...*

### Ansī, 26 gadi

Esmu students, kas mācās par nākamo viesmīlības uzņēmumu vadītāju.

Studiju ietvaros mums bija uzdevums – noskaidrot pēc iespējas vairāk par konkrētās viesnīcas pakalpojumu klāstu, cenām utt. Meklējot informāciju internetā, atradu visu nepieciešamo, tomēr vēlējos uzzināt kaut ko vairāk, tādēļ zvanīju uz viesnīcu.

Par lielu pārsteigumu – uz jebkuru jautājumu, ko uzdevu administratoram, skanēja atbilde: „Skatieties mūsu mājas lapā, tur viss ir rakstīts!” Rodas jautājums: „Kādēļ tad tu esi nepieciešams? Vai tikai tādēļ, lai iekasētu naudu no tiem, kas nejauši iemaldījušies šajā iestādē?”

Esmu mācos par viesmīlības uzņēmumu vadītāju un zinu, ka savu personālu jau nu noteikti apmācīšu, lai šādi gadījumi manā viesnīcā nebūtu!

### Jānis, 19 gadi

## Ierašanās viesnīcā

Teātris sākas ar ģērbtuvī, viesnīca – ar viesu uzņemšanas dienestu. No tā, kā personāls sagaidīs viesi – ar smaidu vai smīnu, labvēlību vai vienaldzību, no tā, cik personāls būs informēts par sniedz-

pirmais iespaids par cilvēku, uzņēmumu veidojas kontakta pirmajās 90 sekundēs

amajiem pakalpojumiem, radīsies pirmais iespaids par viesnīcu kopumā. Kā noskaidrojuši psihologi, pirmais iespaids par cilvēku, uzņēmumu veidojas kontakta pirmajās 90 sekundēs, un tam ir ļoti nozīmīga loma cilvēka uztverē. Pirmais iespaids nenozīmē to, ka mēs ar šo cilvēku sastopamies pirmo reizi, tā var būt arī desmitā vai simtā reize, tas ir mirklis, kam seko nākamie...

Pat mūsu pragmatiskajā pasaulē lielākās daļas ►

#### Padomi!

- ☛ 4 gadījumos no 5 tieši bērni nosaka vietu, kur ģimenei atpūsties!
- ☛ Cienot viesu klātbūtni, izvairīsimies no privātām sarunām ar kolēģiem;
- ☛ Skaidrosim viesim katru savu darbību (rīcību), tā izvairoties no pārpratumiem.

“Dialogs viesnīcā, kuras devīze – „viss viesim”: „Vai jūs viesnīcā prusaki ir?” „Nē, bet ja jūs vēlaties...””





Foto: Rojs Maizītis

**Idejas!**

- ☛ Darba tērps vai atsevišķas tā detaļas izgatavotas no lina.
- ☛ Darba tērps ietver latviešu tautas tērpa elementus.
- ☛ Blūze, krekls vai cita tērpa sastāvdaļa pagatavota no moderna materiāla, tomēr tajā ieausti latviskie ornamentī.
- ☛ Novada tautas tērpa krāsu gamma izmantota moderna griezuma darba uniformā.

► cilvēku dzīve balstīta emocijām. Tomēr labas emocijas radīt nespēj visi. Uzņēmumi, kas pievērš uzmanību ne tikai tam, KAS tiek pārdots, bet arī tam, KĀ tiek pārdots, iegūst lielas

priekšrocības.

Tādēļ viesmīlības jomā strādājošā personāla loma ir būtiska, bet teicami strādājošā personāla loma - nenovērtējama. ☛

*Esmu pedante, un man patīk, ka dzīvē un sadzīvē viss ir sakārtots pa plauktiņiem. Tomēr dažas lietas lika man pārvērtēt savu dzīves pozīciju. Un stāsts ir, lūk, kāds... Tveicīgā vasaras dienā ierados nelielā viesnīcīnā, kur mani sagaidīja laipna administratore. Uzņēmuma darbiniekus uzreiz varēja pazīt pēc formas tērpa – sniegbaltas blūzītes, zilas žaketes un svārkiem. Tomēr lielu pārsteigumu manī izraisīja tas, ka tieši tāda pati uniforma kā administratorei bija arī istabēnēm. Lai nu kā, bet fiziskam darbam šis tērps nebija piemērots. Iedomājoties vien, ka tajā gērbtām meitenēm jāmazgā grīdas, jāslauka putekļi, mani pārņēma žēlums. Tad nu sāku domāt – darba devējs rūpējas tikai par klientu – lai viņam būtu patīkami uzturēties viesnīcā, lai vizuāli viss būtu teicami, bet piemirsis par savu lielāko un vērtīgāko dārgumu – darbinieku.*

**Santa, 40 gadi**

*Braukājot pa pasauli, esmu piedzīvojusi daudz ko, tādēļ mani pārsteigt ir grūti. Katrā valstī var atrast kaut ko interesantu – vai tā būtu daba, arhitektūra vai cilvēki. Tomēr emocijas, kas pārņem gadījumos, kad jūtos īpaši gaidīta šajā vietā, ir neaizmirstamas. Šos patīkamos emociju zibšņus izraisa dažādi sīkumi – augļi istabā, šokolādes konfekte uz* ►

**Idejas!**

- ☛ Sagaidot viesi, varētu pasniegt ķiploksmaizi, bērzu sulas, pašceptas plātsmaizes, ķīmeņu sieru ar pašbrūvētu alu, burkānsmaizi, rudzu maizi ar kaņepju sviestu, rudzu maizi ar medu un pienu, sklandu rausi, zāļu tēja.
- ☛ Atvadoties no viesi, varētu pasniegt nelielu maizes kukulīti, ievārījuma burciņu ar uzrakstu, medus dozi, nelielu nieciņu no māla, kas atgādinās par jauko dzīvošanu jūsmājās, svaigi lasītas ogas māla trauciņā ar ko mieloties mājupceļā.

► *spilvena vai mazs nieciņš, kas asociējas ar konkrēto vietu. Šķiet, sīkums, bet patīkami. Īpaši atvērti šādiem emocionāliem pārdzīvojumiem ir bērni – viņi bieži jums atgādinās par vietu, kur ir saņēmuši šo nelielo dāvanīgu.*

*Man pašai ļoti patīk krievu tradīcija – viesu sagaidīšana ar sālismaizi. Varbūt arī Latvijā ir vietas, kur viesi īpaši sagaida vai pavada, piemēram, ar medusmaizi un pienu, ķiplokmaizi un alu? Man nav gadījies tādā būt...*

**Alise, 29 gadi**

## Uzturēšanās viesnīcā

**B**ernards Šovs ir teicis, ka viesnīcas galvenā priekšrocība ir tās spēja kļūt par patvērumu no ikdienas dzīves. Un tieši jūsu uzņēmums var kļūt par šo patvērumu, par kaut ko tādu, kas klienta

dzīvi padarīs neikdienišķu, emocionāli bagātinās to.

Precīza viesnīcas personāla darbības organizācija, kurā pārdomāta ikviena detaļa, spēj radīt viesī maksimālu komfortu. Aprēķināts, ka tikai 1/10 šīs darbības pēc savas būtības ir radoša. Tieši šis radošums bieži vien viesim arī paliek atmiņā. 🍃

*Esmu pastāvīgais šīs nelielās viesnīciņas viesis. Kāpēc pastāvīgais? Pavisam vienkārši – man patīk, ka savas atpūtas laikā varu nepiespiesti komunicēt ar kompetentiem cilvēkiem savā dzimtajā valodā. Kādā ziņā kompetentiem? Viesnīcā strādājošais personāls ne vien pārzina vācu valodu (pat istabene spēja atbildēt uz jautājumiem), bet arī ir ļoti labi informēts par savas apkārtnes (un ne tikai) vēsturi, apskates objektiem, var pastāstīt un diskutēt par aktualitātēm pasaulē.*

*Esmu patīkami pārsteigts, ka laikmetā, kad savu uzvaras gājienu veic angļu valoda, nelielā Latvijas pilsētā vairāki cilvēki zina vācu valodu. Jā, dažiem tā varbūt nav perfekta, bet ne jau tas ir galvenais. Galvenais ir attieksme – vēlme padarīt viesu uzturēšanos viesnīcā patīkamu.*

**Stefans, 46 gadi**

“Administratore jautā viesnīcas iemītniekam:  
„Cikos jūs modināt?”  
„Sešos no rīta. Bet, lai es pamostos,” jokojo saka viesis,  
„nepieciešams skūpsts!”  
„Labi, es informēšu par to nakts administratoru Bērziņa kungu,”  
atbild administratore.”

### Padomi!

- 🍃 Tualetes papīrs ievietots linu auduma somā.
- 🍃 Tualetē uz plauktiņa novietoti bukleti par mītnes piedāvātajiem papildu pakalpojumiem, jo veiktie pētījumi pierādījuši, ka daudzi cilvēki tualetē lasa, bet domā – par ēdienu!
- 🍃 Uz grīdas – lupatu deķis.
- 🍃 Tualetē iespējams uzlikt latviešu komponistu mūziku, kas uzturēšanos ķemertīnā padarīs vēl omulīgāku.

*Esmu diplomāts no Vācijas. Mana pirmā viesošānās Latvijā notika tālajā 1991. gadā, kad vācu valdības delegācijas sastāvā ieradāmie, lai noslēgtu vienošanos par materiālās palīdzības sniegšanu Latvijai.*

*Jāatzīstas, ka man ir viens nelāgs ieradums – lai kurā pasaules malā atrastos, pirmais, ko apmeklēju, ir – labierīcības. Lai cik tas arī neticami izklausītos, pēc tām tad arī spriežu par visu valsti kopumā. Runa nav par zelta rāmī ieliktu spoguļi un dizainera rokām veidotu podu, bet gan, pirmkārt, par tīrību un kārtību, otrkārt, akurātu santehniku un, treškārt, tualetes papīru, ziepēm un dvieli. Lai cik viss nevainojami būtu iekārtots, tualetes papīra trūkums radīs zināmas neērtības un viss pārējais kļūs mazsvarīgs...*

*Kā man pastāstīja kolēģis no Latvijas, arī jums esot teiciens „Kultūra sākas no mazmājiņas!”*

*Tad nu novēlu jums visiem savos uzņēmumos uzturēt augstu kultūras līmeni!*

### **Florians, 48 gadi**

*Vasaras karstās dienas nolēmām pavadīt kopā ar bērniem pie skai-  
sta ezera. Viesu namu, kuru izvēlējamies par savu pagaidu dzīvesvietu,  
mums ieteica draugi. Viņi bija sajūsmā par pavadītajām brīvdienām, un  
mēs, protams, arī vēlējamies izbaudīt kaut ko līdzīgu.*

*Laiņa apkalpošana, tīra istaba, smaržīga veļa, garšīgs un sātīgs  
ēdiens. Viss, kā draugi bija stāstījuši. Brīvās dienas aizlidoja vēja  
spārniem. Tomēr, atceroties šo viesu māju, man prātā nāk ne tikai  
pozitīvais, bet šādi tādi kaitinoši sīkumi – čīkstošas durvis un žalūziju  
trūkums istabās. Atgriežoties no ezera, kad diena pavadīta svelmainajā  
saulē, mēs vēlējamies pilnīgu klusumu un patīkamu vēsumu. Tas diemžēl  
nebija nodrošināts. Čīkstošas durvis nemitīgi atgādināja par citu cilvēku  
klātbūtni viesu namā un mums pavēstīja, ka viņi kaut kur dodas. Arī  
saule istabu pa dienas vidu bija tā sasildījusi, ka radās vēlme nevis  
apgulties mīkstajos pēļos, bet gan atgriezties pie ezera.*

*Dodoties projām, mums viesu mājas personāls lūdza aizpildīt nelielu  
anketu, kurā neskopojāmie ar labiem vārdiem, tomēr pieminējam arī  
šīs – it kā nelielās, tomēr, mūsaprāt, būtiskās nepilnības.*

*Ceram, ka mūsu ieteikumi tiks ņemti vērā un ka nākamajā reizē, kad  
atkal ieradīsimies šajā burvīgajā vietā, nekādi sīkumi nespēs laupīt  
mums pozitīvās emocijas.*

*Ak, šie sīkumi!*

### **Bērziņu ģimene**

#### **Idejas!**

- ☛ Izveidojiet uzņēmuma „Viesu grāmatu”, kurā tiktu ierakstīti ne tikai labi vārdi, bet arī Jūsu uzņēmuma vēsture!
- ☛ Lai mudinātu viesus aizpildīt anketas, sniedziet viņiem kaut ko pretī, piemēram, iespēju piedalīties mēneša loterijā. Galvenā balva - medus pods.
- ☛ Anketas forma var būt dažāda, piemēram, āboliņa lapas veidā.
- ☛ Līdzās anketai novietojiet uzlīmes ar cilvēku sejiņām, kuras viesis var ielīmēt attiecīgajos laukumos. Šādu anketu aizpildīšanā labprāt piedalīsies bērni, vai arī viņi šajā nodarbē iesaistīs savus vecākus.



Visiem zināms, ka spēja dzirdēt nav tas pats, kas spēja – klausīties. Diemžēl man nācās pašai izbaudīt šo aksiomu. . .

Esmu profesionālo tīrīšanas līdzekļu izplatīšanas firmas pārstāve. Vadītājs man uzticēja rezervēt atpūtas kompleksu firmas ikgadējam sporta pasākumam.

Piezvanot uz atpūtas kompleksa mājas lapā norādīto telefona numuru un informējot administratoru, kas es esmu, tiku pārtraukta pusvārdā: „Mums neko nevajag! Tālāk varat nepiedāvāt!” Biju nepatīkami pārsteigta par tik krasu manis pārtraukšanu, tomēr gribēju dot šim cilvēkam otru iespēju un turpināju: „Es vēlētos. . .” un atkal tiku aplieta ar nākamo aukstā ūdens šalti – „Es jau jums teicu, mums neko nevajag un nezvaniet vairāk! . . .”

Šokā par administratora rupjību, noliku klausuli un līdz pat šim brīdim nespēju saprast, kā viesmīlības jomā strādājošs cilvēks var būt tik neprofesionāls?!

Protams, nākamais telefona zvans bija veiksmīgs, un mūsu firma labi aizvadīja sporta pasākumus un atpūtās citā viesu namā, tomēr, teikšu atklāti – ikreiz, zvanot uz kādu iestādi, vispirms padomāju, varbūt sākumā informēt otrā telefona klausules galā sēdošo par iemeslu, kādēļ zvanu un tikai tad nosaukt savu vārdu un firmu, kurā strādāju?

### Sanita, 29 gadi

Viesu māja ir laba, atbilst savam statusam –autobusa pietura tuvu, skaists skats pa logu, ērta istaba ar visām labierīcībām, diezgan plašs piedāvāto pakalpojumu klāsts. Kā jau daudz kur mūsdienās. Mani pārsteidza, lūk, kas, kad atvēru skapja durvis – uz plaukta bija novietoti 4 dažāda veida spilveni, proti, ar griķu sēnalām, dūnu spilvens, ortopēdiskais spilvens un ūdens spilvens! Mani pārsteidza arī tas, ka uz katra spilvena bija novietots skaisti salocīts neliels informatīvs materiāls par katra spilvena priekšrocībām. Kaut ko tādu nebiju redzējis pat smalkās ārzemju viesnīcās! Protams, ka man tas palika atmiņā!

P.S. Vislabāk gulēju uz griķu sēnalu pildījuma spilvena – neliela čaukstoņa un galvas sasildīto sēnalu smarža. . . Kas var būt labāks par to?

### Raimonds, 53 gadi

#### Idejas!

- ☛ Interjera iekārtojumā izmantot mūsdienu audumus ar latviskajiem etnogrāfiskajiem rakstiem, piemēram, mēbeļu audumos, segās, spilvendrānās vai viesu mapju vākos.
- ☛ Viesim prombraucot, uzdāviniet viņam nelielus plauksta lieluma maisiņus ar dažāda veida dabisko materiālu pildījumiem.
- ☛ Uzdāviniet mazu linu dvieļīti ar uzņēmuma logo.
- ☛ Atvadoties uzdāviniet rāmītī ieliktu viesu fotogrāfiju - tā atgādinās viņam par uzturēšanos pie jums.



Foto: Aija Krodere

## Viesim aizbraucot

**V**iss reiz beidzas, arī uzturēšanās naktsmītnē. Bieži tiek runāts par pirmo iespaidu, ko viesis gūst, ierodoties atpūtas vietā, tomēr tikpat svarīga ir arī atvadišanās no viesu un atgriezeniskās saiknes uzturēšana pēc viesu mītnes atstāšanas.

Viesim dodoties prom, tiek jautāts: „Vai Jūs ar visu bijāt apmierināts?” Saņemot pozitīvu atbildi, nevajadzētu sev sist uz pleca un ieslīgt apmierinājuma vilnī, jo, iespējams, jautājums tika uzdots nepareizi. Katrā aptaujā, anketā jācenšas uzdot pēc iespējas precīzus, detalizētus un atvērtus

jautājumus, tā dodot iespēju viesim pārkāpt „jā” vai „nē” atbilžu robežas.

Tālāk iegūto informāciju apkopo, analizē un izmanto turpmākai viesu apkalpošanas kvalitātes uzlabošanai. Uz izteiktajiem aizrādījumiem būtu jāreaģē un viesis jāinformē par to.

Ikvienai nācijai piemīt savas psiholoģiskās īpatnības,

Viesim dodoties prom, tiek jautāts: „Vai Jūs ar visu bijāt apmierināts?”

tādēļ bieži pieminēto latviešu atturību, vēsumu un kautrīgumu jācenšas pārvarēt un pēc viesu aizbraukšanas tomēr vēlreiz tam atgādināt par sevi – vai nu ar pateicības vēstuli vai atklātnīti, arī kādos svētkos. 🍃

## Kopsavilkums

- Atgriezies no ceļojuma, viesis nevar parādīt saviem draugiem, radiem kādu suveniņu no viesu nama.
- Moduli „Patika – Nepatika” veido vairāki cits citu ietekmējoši faktori:
  - sagaidīšana iebraucot;
  - reģistrācija;
  - apkalpošana numurā;
  - apkalpošana restorānā;
  - kultūras pasākumu atbilstība vēlmēm;
  - fizisko aktivitāšu iespējamība;
  - izbraukuma noformēšana u.c.
- Tiek uzskatīts - ja numura pieteikšana notikusi mutiski vai telefoniski, viesu izmitināšanas uzņēmuma darbiniekam jāatbild klientam rakstiskā veidā vienas dienas laikā, pa faksu – dažu stundu laikā; ja tā notikusi ar pasta (e-pasta) starpniecību, atbilde jāsniedz 1-2 dienu laikā.
  - Katram zvanam, ko jūs saņemat no klienta, ir jāpaaugstina jūsu uzņēmuma vērtība viesu acīs!
  - Prakse rāda, ka izdevīgāk ir strādāt ar garantētām rezervācijām, jo aptuveni 20% viesu ar negarantēto un 5% ar garantēto rezervāciju tās neizmanto.
  - Viesa uztveri īpaši ietekmē 2 faktori: drošība un viesnīcas materiāltehniskais nodrošinājums.
  - Uzņēmumā izstrādāti viesu apkalpošanas standarti darba devējam dod iespēju novērtēt sniegtā servisa līmeni un kvalitāti; instrukcijām jābūt pietiekami elastīgām, lai tās atvieglotu darbinieka dzīvi, nevis sarežģītu to.
    - Darbinieku uniforma ne tikai palīdz viesim orientēties svešā vietā, bet arī disciplinē pašu darbinieku.
    - Neviltots smaids, acu kontakts un labas svešvalodu zināšanas spēj atrisināt daudzas konfliktsituācijas.
    - Labs serviss veido pozitīvu vidi uzņēmumā, tādēļ ļoti būtiska ir cilvēku attieksme pret to, ko viņi dara un kā viņi dara.
  - Nekad neaizmirsīsim pateikt saviem klientiem „paldies”. Vai tas būtu mutiski vai rakstiski – viņi to novērtēs!
  - Ja mēs darām kaut ko labāk par saviem konkurentiem – neslēpsim to no saviem klientiem, izskaidrosim viņiem to!
    - Nekavējoties lieciet viesim saprast, ka jūs viņu esat ievērojuši, pat ja esat tajā brīdī aizņemti.
    - Viesnīcas darbiniekam jāatklāj sava sirds viesim, un tad arī viesis to atklās jums.

**Sandra Īriste**

## Kāda ir Jūsu viesmīlības formula?

„Manuprāt, veiksmes formula viesmīlības biznesam Latgalē ir cilvēks, daba un pierobeža. Latgalietis ar savu izcelsmi, valodu un kolorītu ir pirmajā vietā; tas rosina atgriezties Latgalē vēl un vēl. Dabas parki, Latgales augstiene ar pauguraino reljefu paver pasakainas mozaīkveida ainavas ar ezeriņiem, pļavām un mežiem. Un austrumu pierobeža ir tā, ko par bargu naudu nenopirksi un uz citu vietu nepārvedīsi. Robeža sniedz savu neatkārtojamību gan ar multinacionālo iedzīvotāju sastāvu, arhitektūru, gan arī kultūrvēsturisko mantojumu un “skatu pāri” robežai uz citu zemi.

Akcentējot tieši šos austrumu pierobežas un dabas resursus, Zirgu sēta “Klajumi” Krāslavas novada Kaplavas pagastā ir radījusi unikālus aktīvā un dabas tūrisma piedāvājumus. Vēsturiskā vieta, kuru 1936.gadā sācis apsaimniekot jaunsaimnieks Jānis Stabulnieks, šobrīd ir attīstījies, piedāvājot atpūtu divās brīvdienu mājās, lauku un melnās pirtis, harmoniskas, ainaviskas izjādes, kā arī vairākdienu pārgājienus dabas parkā “Daugavas loki” un Latvijas - Baltkrievijas pierobežā. Izveidota arī meža-purva taka, kur var aplūkot melnās dzilnas nogāztus bērzus, purva salu un koncertzāli, nārбуlus, īpatnēji saaugušus kokus un meža bites.”

**Ilze Stabulniece,**  
**Zirgu sētas „Klajumi” saimniece,**  
**Kaplava**

ĒDINĀŠANAS  
PAKALPOJUMI





Foto: Aija Krodere

Ēšana ir ne tikai viena no pamatvajadzībām, bet arī viena no lielākajām cilvēces baudām. Jau mūsu senči, izrādot cieņu viesim, cienāja viņu ar ēdienu, ko ikdienā daudz nelietoja - sviestu, medu, ceptu gaļu, olām un, protams, pašceptu maizi, kas bijusi katras saimnieces gods un lepnums. Mūsdienās ēdināšanas uzņēmumi ir kļuvuši ne tikai par ēdienu un dzērienu baudīšanas vietu, bet savā ziņā par nozīmīgu satikšanās, darījumu kārtošanas un izglītošanās vietu. Ne velti ir izveidojies tāds tūrisma veids kā gastronomiskais tūrisms, kur cilvēki brauc iepazīt citu tautu kultūru, baudot nacionālos ēdienus un dzērienus, apgūstot to gatavošanas veidus

un tradīcijas. Cilvēki alkst pēc piedzīvojumiem, arī ēdināšanas uzņēmumā. Tas var būt kāds jauns ēdiens ar burvīgām garšas niansēm, tas var būt kāds ēdienu gatavošanas process, kur viesis izmēģina savas radošās spējas. Iespējas un izvēle ir liela, un prasmīgs uzņēmuma vadītājs ir inovatīvi aktīvs. Viņš ievieš uzņēmumā gan dažādu

Cilvēki alkst pēc piedzīvojumiem, arī ēdināšanas uzņēmumā.

tautu ēdienus, piedāvājot izbaudīt eksotisku produktu garšas nianses, gan jaunākās informāciju tehnoloģijas ēdienu piegādē un aprīkojumā. Diemžēl nepelnīti tiek pastumti malā mūsu tradicionālie ēdieni ▶

“  
Viesmīlis: „Ko vēlaties pasūtīt?”  
Viesis: „Es sākumā vēlētos apskatīties ēdienkarti.”  
Viesmīlis: „Ēdienkarti neizsniedzam. Ja vēlaties lasīt, dodieties uz bibliotēku!”  
”

#### Padomi!

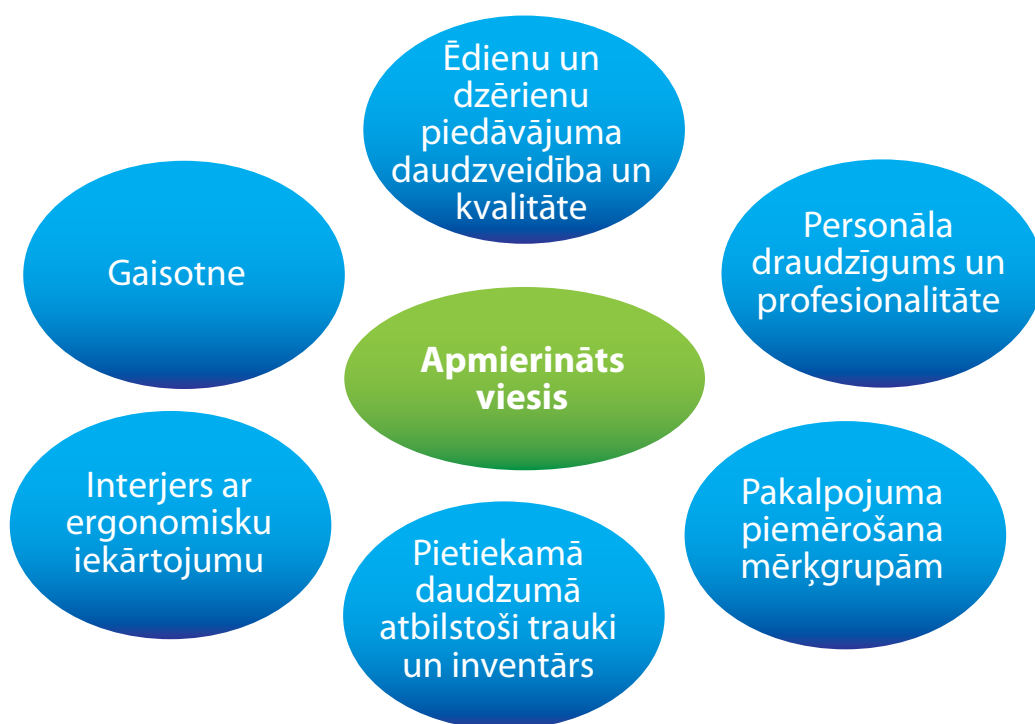
- 🍃 Ēdienkartes izveidē jāievēro produktu izvēles dažādība.
- 🍃 Ēdienkartē būtu ieteicams izmantot sezonālos vietējos produktus.
- 🍃 Jāuzsver un jāpopularizē pašmāju produktu ražotāji, piemēram, maizes groziņā jāieliek salvete ar ceptuves vārdu, ievārījums vai medus ar uzņēmuma logo.
- 🍃 Jāparedz iespēja iegādāties pusporciju.
- 🍃 Jāparedz veģetārie ēdieni un iespēja kombinēt dažādas piedevas.



► un latviskās tradīcijas. Itāļi vai vācieši labprāt pie mums grib redzēt latvisko, jo tradicionālo itāļu vai vācu viņi redz pie sevis mājās, turklāt autentisku un labā kvalitātē.

Esot ceļojumā vai nelielā izbraukumā, viesi vēlas atbrīvoties no mājas rūpēm, viņi grib saņemt arī kaut ko

neikdienišķu ēdienreizēs. Maldīgs ir priekšstats, ka tikai un vienīgi ēdiens ir noteicošais uzņēmuma izvēlē. Ēdiena kvalitāte ir viens no priekšnosacījumiem, bet kopējo viesu apmierinājumu veido virkne faktoru, kur būtisks ir katrs sākums. 🍃



Faktori kas nosaka pakalpojuma kvalitāti

*Mūsu ģimenē aug divi bērni. Un mēs kā gādīgi vecāki mēģinām radīt viņiem arī labus dzīves apstākļus. Tas attiecas arī uz uzturu, ko lietojam ikdienā. Protams, mēs nevaram bērnus izolēt no hamburgeriem un nezināmas izcelsmes saldumiem, bet ikdienā ļoti piedomājam, kas tiek likts galdā un kā tas tiek pagatavots. Tāpēc arī ceļojumā "Dižā Baltijas apceļošana" es paņēmu līdzī visus nepieciešamos produktus, lai varētu pati gatavot ēdienu, jo man nebija ne jausmas par apceļojamo valstu produktiem un gastronomiskajām tradīcijām. Bet liels bija mans pārsteigums par kādu Latvijas viesu māju, kas atradās kādā Kurzemes mazpilsētā, kurā mēs nolēmām pavadīt nakti. Es nespēju vien nobrīnīties par interesanto brokastu piedāvājumu, ko mums nācās nobaudīt. ►*

► Šeit viss likās tik garšīgi un veselīgi, ka nevarējām vien beigt mieļoties. Bija pašcepta maīze ar dažādām piedevām, septiņu veidu zāļu tēja, kur katrai bija klāt neliels paskaidrojums gan vācu, gan angļu valodā. Pirmo reizi es nogaršoju ozolzīļu un cigoriņu kafiju. Pašmāju siers, paipalu olas... man likās, ka esmu nokļuvusi augstas klases restorānā. Saimniece pastāstīja par uzņēmuma veiksmīgo sadarbību ar kaimiņu saimniecībām, no kurām tiek ņemti produkti, nodrošinot plašu veselīgu produktu sortimentu. Prombraucot sapirkāmie ar pārtiku ceļam, iegādājāmie gan veselīgo tēju un kafiju, gan maizi un medu, kā arī sulas žeļejkonfektes bērniem.

### Līsa, 35 gadi, Zviedrija

Mēs ar sievu esam pensionāri, tāpēc mums ir daudz laika, ko labprāt veltām ceļojumiem. Mums patīk izzināt citu tautu kultūru, tradīcijas un iemācīties ko jaunu. Arī viesu mājas izvēlamies rūpīgi, lai tās būtu „ar odziņu”. Šoreiz palikām muižas ēkā, kur tagad veiksmīgi darbojas moderna viesnīca. Viesnīca atrodas gleznainā vietā, prom no burzmas un pasaulīgās steigas. Mēs ļāvāmie izbaudīt gan mieru un atpūtu, gan saviesīgo Miķeļdienas svinēšanu, iepazīstot latviešu tradīcijas un nogaršojot latviešu nacionālos ēdienus. Bet vislielākais ieguvums bija tas, ka varējām darboties līdz visos procesos un justies kā savējie. Papildus tam es iemācījos raudzēt vīnu, jo viesnīcas īpašnieka hobijs ir vīna raudzēšana, un mana sieva iemācījās cept burvīgus speķa pīrādziņus un plātsmaizes.

### Jozefs, 67gadi, Vācija

#### Idejas!

- ☛ Veidot jaunus veselīgos pārtikas produktus, kas būtu kā papildu pievienotā vērtība uzņēmumam (pašmāju siers, saldumi, alus, vīns u.c.).
- ☛ Daudzveidīga pašceptas maizes izvēle, it īpaši rudzu maizes popularizēšana.
- ☛ Ieteicams rīkot kulināros vakarus ar iespēju iemācīties gatavot noteiktus ēdienus.
- ☛ Veidot tematiskās ēdienkartes, iekļaujot latviešu gadskārtu ēdienus.
- ☛ Ieteicams pasniegt uzskodu plati priekšēdienā no vietējiem produktiem – sieru, gaļu, konservētiem dārzeņiem, maizi, sviestu ar zaļumiem.
- ☛ Ēdienkartē iekļaut degustējamo ēdienu sadaļu, lai būtu iespēja nogaršot latviešu nacionālos ēdienus.

## Personāls

Personālam ir liela loma pakalpojumu sniegšanā un uzņēmuma atmosfēras radīšanā. Personāls ir tas, kas tieši kontaktējas ar viesi. Bieži prasmīgs personāls var novērst briesošu konfliktsituāciju, viesi uzklusot un uzmanīgi izrunājoties ar viņu. Personāls ir vistiešākais ziņnesis starp uzņēmuma vadību un viesi. Personāls

viesim var radīt patīkamu uzturēšanos viesu mājā, savukārt vadībai darīt zināmu viesu viedokli par pakalpojumu kvalitāti. Prasmīgi darbinieki mācēs radīt viesiem vēlmi atgriezties uzņēmumā, līdz ar to

Personālam ir liela loma pakalpojumu sniegšanā

paplašinot uzņēmumam lojālo viesu loku. Ir gadījumi, kad ēdināšanas uzņēmumā ►

#### Padomi!

- ☛ Uzņēmumā būtu jāievieš vienots apkalpošanas līmenis, kas neatkarīgi no personāla saglabātu nemainīgu kvalitāti.
- ☛ Ieteicams izveidot darbinieku rokasgrāmatu, kurā iekļautas visas apkalpošanas jomas un darba instrukcijas.



► viesu apkalpošanai tiek pieņemti darbinieki bez profesionālas izglītības un iepriekšējas pieredzes. Tad uzņēmumam būtu jāveic rūpīga darbinieku apmācība, iepazīstinot ar uzņēmuma darba standartiem un apkalpošanas procesiem. Apkalpošanas līmeni uzņēmuma vadība nosaka

pati, tā ir vienotā koncepcijā ar uzņēmuma veidu un stilu. Ja uzņēmums vēlas augstu apkalpošanas līmeni, tas piedāvā ne tikai ar galdautiem apklātus galdus vien, bet plašu profesionālas apkalpošanas metožu pielietojumu. Darbinieki ir tie, kas ļoti lielā mērā ir atbildīgi arī par gaisotni uzņēmumā. 🍃

## Gaisotne

Uzņēmumam jāmeģina veidot sava unikālā vide, kas ir kā labas slavas vizītkarte konkurentu vidū. Labas gaisotnes radīšana, kur viss pārdomāts un labi organizēts, piesaista viesus un vieš viņos pārliecību, ka

Svarīgi ir arī padomāt par apgaismojuma veidu

viņi izvēlējušies vislabāko vietu atpūtai. Vide, kur viesis jūtas viegli un komfortabli, noskaņo viņu pozitīvi un rosina vairāk tērēt. Jāpārdomā viss līdz sīkākajām niansēm. Ir svarīgi, kāda skanēs fona mūzika, - vai tā saskanēs ar uzņēmuma koncepciju? Vai tā ir klasiskā vai popmūzika,

latviešu vai ārzemju, - vai tā skanēs magnetofonā vai dzīvajā izpildījumā? Tas ietekmēs gaisotni.

Svarīgi ir arī padomāt par apgaismojuma veidu, gaismekļu daudzumu un izvietojumu. Būtu ieteicams paredzēt regulējamu apgaismojumu, lai varētu variēt dažāda veida gaismas intensitāti.

Patīkamas vai nepatīkamas emocijas var izraisīt arī gaisa aromāts jeb smarža. Ir būtiski, kāds aromāts virmo. Kafijas un svaigi ceptas maizes smarža, ko var sajukt jau ielas galā un kas aicināt aicina iegriezties un nobaudīt šos ēdienus. Vai arī tā ir dedzinātas eļļas smarža, ko, izejot no uzņēmuma, viesis paņem līdzi, kas nerosina pozitīvas emocijas. 🍃

“*Divas latvietes ierodas viesnīcā Londonā. Ienākot numurā, ievēro, ka pa istabu skrien pele. Nezinot, kā angļiski saka „pele”, zvana administratoram: „Reception?” „Yes, madam. How can I help you?” „Do you know Tom and Jerry?” „Hmmm...Yes, madam. I know...” „So, Jerry is here!” „Vai viesu reģistrācijas telpa?” „Jā, kundze. Kā varu Jums palīdzēt?” „Vai Jūs ziniet Tomu un Džeriju?” „Hmm... Jā, kundze. Zinu gan...” „Tad ziniet, ka Džerijs ir šeit!”*”



Foto: Aija Krodere

## Uzņēmuma iekārtojums un interjers

Uzņēmuma iekārtojums un interjers ir svarīgi gan psiholoģiskā, gan fizioloģiskā komforta nodrošināšanai uzņēmumā. Mājīgi iekārtots uzņēmums ar ērtām sēdvietām, ar pārdomātu interjeru un drošu vidi aicinās viesus atgriezties vēl. Tiek uzskatīts,

**Pareiza trauku un inventāra izvēle ir kā interjera papildinājums.**

ka pareizi izveidots interjers nevar būt pārlietu uzmācīgs, bezpersonisks, un tam jāraksturo uzņēmuma koncepcija. Svarīgi ir

pievērst uzmanību ergonomikas jautājumiem, jo ir būtiski radīt labus apstākļus darbiniekiem un viesiem. Uzņēmuma interjeram jābūt saskaņā ar kopējo uzņēmuma tēlu, tam jāpauž stāsts par uzņēmuma koncepciju. Latviskā interjera radišanai ieteicams izmatot dabas materiālus apdarē, lina audumus tekstilijās. Pareiza trauku un inventāra izvēle ir kā interjera papildinājums. Vai tie ir porcelāna vai māla trauki, atkarīgs no uzņēmuma veida. Trauki jāparedz noteiktā daudzumā, tiem jābūt piemērotiem dažādu ēdienu pasniegšanai, un tie jāaskaņo ar galda piederumiem un glāzēm. 🍃

### Padomi!

- 🍃 Bērnu ēdienkarte, kurā paredzēt ēdienus dažāda vecuma bērniem.
- 🍃 Bērnam atbilstoši krēsliņi, var būt pat atsevišķas bērnu mēbeles.
- 🍃 Izklaides bērniem, piemēram, rotaļu stūrītis vai spēļu grozs.
- 🍃 Krāsojamās lapas un zīmuļi.
- 🍃 Mazas dāvanas vai suvenīri.
- 🍃 Papildus salvetes.
- 🍃 Salmiņi dzērienos

## Mērķgrupas

Nevar būt vienas receptes visiem viesiem, bet, ierodoties noteiktām mērķgrupām, personālam jāprot uzminēt viesu vēlmes jau pirmajā mirklī. Ja

uzņēmums ir definējis savas pastāvīgās mērķgrupas, jāparedz nepieciešamais papildu aprīkojums jau iepriekš. Būtu vēlams nodrošināties ar minimālo aprīkojumu, lai būtu gatavi uzņemt pēc iespējas dažādākas viesu grupas. 🍃

## Viesi ar bērniem

Jebkurš no vecākiem jutīsies labi un būs apmierināts, ja viņa bērnam uzņēmums liksies draudzīgs. Bieži vien bērni ir tie, kas nosaka, kuru uzņēmumu izvēlēties, vecāki savukārt izvērtē, vai viņi šajā

uzņēmumā varēs justies droši un labi atpūsties. Ja vēl piedevām bērnam tiek kāda maza dāvana, piemēram, kāds saldums vai zīmulis ar uzņēmuma simboliku, tad ir liela iespēja, ka šie viesi var kļūt par uzņēmuma pastāvīgajiem viesiem, jo kam gan nepatīk saņemt dāvanas. 🍃

*Bieži saskaramies ar problēmu, ka ne visi ēdināšanas uzņēmumi ir draudzīgi bērniem, tāpēc priecēja fakts, ka mūsu pilsētas jaunatvērtais restorāns rīkoja svētdienas pasākumu ģimenēm ar bērniem - bērnu diskotēku. Mums tā bija lieliska iespēja iepazīt restorānu un jauki pavadīt laiku ģimenes lokā. Jaunatvērtais uzņēmums mūs sagaidīja ar plašām, gaumīgām telpām un interesantu dizainu. Viesmīle bija jauka, smaidīga un uzreiz mums atnesa ēdienkartes. Tika pasniegta arī ēdienkarte bērniem, no kuras es steigšus izvēlēties ēdienu savai 3 gadus vecajai meitai. Uz jautājumu, vai uzņēmumā ir bērnu krēsliņi, viņa atbildēja: „Nezinu, bet es pajautāšu”. Tas man lika domāt, ka droši vien jaunā uzņēmumā darbinieki vēl visu nav apguvuši. Pēc brīža mums bija arī bērnu krēsliņš. Meitas pirmo diskotēku man gribējās nosvinēt pa īstam. Liels bija mans pārsteigums, ka ēdienu kartē izpalika ēdieni, kas būtu piemēroti bērnam, bet dominēja fritīri ceptie ēdieni. Man pārskrēja šermuļi pār kauliem, iedomājoties vien „fri” kartupeļus ar mednieku desiņām un kečupu. Es nebūt neesmu „fast food” nīdēja, bet visam savs laiks. Vispiemērotākā bērnam man likās skābeņu zupa no lielo ▶*

### Padomi!

- 🍃 Ēdienkartes vairākās valodās.
- 🍃 Veselīgie, tradicionālie ēdieni, maltu produktu ēdieni, ne trekni.
- 🍃 Iespēja iegādāties produktus līdzņemšanai.

### Padomi!

- 🍃 Dzīvie pļavu vai lauku ziedi galda klājumā, interjerā.
- 🍃 Vaska sveces - peldošās, uz galda krāšņos svečturos.
- 🍃 Lāpas ceļa malās.
- 🍃 Īpašie piedāvājumi ēdienkartē.
- 🍃 Iespēja iegādāties īpašus produktus, vietējās delikateses.



Foto: Aija Krodere

► ēdienkartes, tāpēc to arī pasūtīju, bet te tev nu bija. Kā tautā saka "laikam pavārs samīlējies", jo sāls manām garšas kārpiņām bija krietni par daudz, tāpēc bērnam to pat neiedrošinājos dot. Mēs abas notiesājām manu porciju, bet tas, ka mums ir kopējs šķīvis, tas viņai nepatika, jo, pirmkārt, viņa taču ir liela un, otrkārt, ir jau apguvusi galda kultūras pirmos soļus un zina, ka katrs ēd no sava šķīvja.

**Elga, 31 gads**

## Seniori

Ir maldīgs priekšstats, ka cilvēki gados vēlas tikai mieru un klusumu. Jārēķinās ar dažādu valstu viesiem, kas labprāt piedalīsies uzņēmumā organizētajos deju vai karaoke vakaros. Senioriem patīk īpaša uzmanība un attieksme, patīk būt aprūpētiem.

No ēdienu un dzērienu piedāvājuma viņi labprāt nobaudīs vietējo produkciju, pašmāju dārzeņus, ogas, vietējo sieru vai alu; tam blakus nāks stāstījums par šiem produktiem. Viesi jutīsies pagodināti, ja pie viņiem iznāks apsveicināties pats saimnieks vai šefpavārs. Tas radīs viesos drošības sajūtu, ka par viņiem tiek domāts. 🍃

Idejas!

- 🍃 Aktīvas atpūtas iespējas, dejas, karaoke, interaktīvās spēles.
- 🍃 Interjerā „zviļņi” vai ērti sēžamie.
- 🍃 Radošie vakari, piemēram, brīvais mikrofons, jauno talantu uzstāšanās.

## Romantiķi

Ja ierodas pāris, personāls var pielikt pūles, lai arī parastu ēdienreizi papildinātu ar romantikas devu. Īpašs galdiņš, nostāk no zāles burzmas, uz terases, kur paveras skats uz jūru, galdiņš lapenē, kur jūtama

tikko pļautas zāles smarža - tas var raisīt patīkamas emocijas. Īpašais ēdienu un dzērienu piedāvājums, kas ir kaut kas neikdienišķs, „kompliments” no šefpavāra, - tas kalpos kā garants par īpašu un neaizmirstamu vakaru. Personāls ir uzmanīgs, pārlietu neuzbāzīgs, jo viesi labprāt vēlas pabūt divatā. 🍃

## Jaunieši

Jaunieši ir aktīvāki un skaļāki par citiem. Viņi ir atvērti jauninājumiem un labprāt izmanto uzņēmumā

Jaunieši labprāt  
izvēlēsies ātri  
pagatavojamus ēdienus

esošās informāciju tehnoloģijas. Bezvadu internets vai interaktīvā pasūtījuma lete ir tā, kas noteikti jauniešiem patiks. Jaunieši labprāt izvēlēsies ātri pagatavojamus ēdienus un plašā sortimentā atspirdzinošus dzērienus. Viņi noteikti izmantos atlaides un īpašos piedāvājumus. 🌿

**Lai viesi justos apmierināti, jāpadomā par katru vismazāko sīkumu, jāmāk paskatīties uz pakalpojuma kvalitāti ar viesu acīm. Jāpadara katra viesu uzturēšanās par īpašu notikumu ar īpašām sajūtām.**

### Kopsavilkums

- Apmeklējot ēdināšanas uzņēmumu, viesis vēlēties ne tikai ēdienus un dzērienus, bet arī piedzīvojumus un pārsteigumus.
- Uzņēmumam lojāli viesi veidojas ilglaicīgas sadarbības rezultātā. Katrs nepatīkams sīkums var būt izšķirošs, lai viesi aizietu pie konkurenta.
- Ēdienkartēs ir jāveido unikāls, tikai uzņēmumam raksturīgs piedāvājums, nevis jāapkopo blakus esošo uzņēmumu ēdienkartes.
- Jārada gaisotne, kas tiks justies labi un radīs vēlmi atgriezties.
- Pieturēties pie kopējā stila, sākot ar izkārtni pie durvīm, beidzot ar ēdienu un dzērienu pasniegšanu.
- Apkalpošana orientēta uz viesiem, piemērojoties katrai mērķa grupai.
- Interjerā jāpiedomā par latvisko gaumi, mūsu dabas motīviem un rakstu ornamentiem.

**Rita Riekstiņa - Dolģe**



## Kāda ir Jūsu viesmīlības formula?

„Manuprāt, laukos tūristiem var daudz ko vairāk parādīt, pastāstīt, iemācīt, nekā tas tiek darīts. Ir daudz domāts par izklaidēm, tiesa, gana interesantām, bet par maz viņi gūst (un tādējādi arī viņu saimnieki) no Dabas Mātes, kas visu sniedz gandrīz par velti. No pieredzes zinu, ka pilsētnieki, un jo īpaši ārzemnieki, ir bezgala sajūsmināti un apmierināti, ja viņiem dod iespēju staigāt gar Salacu, redzēt ziedošas ūdensrozes, nopeldēties, brīdi pastaigāt zem simtgadīgas liepas, bērza, ozola. Un liels gandarījums ir tad, ja meža noriņā sastop stirnu vai āpsi. Un vakariņas ar pašu salasītām baravikām - tas ir brīnums! Kur viņi to gūst, tur atgriežas vēlreiz. Ja šim zaļās dabas baudījumam pievieno bioloģiski audzētu pārtiku un nopēršanos īstā lauku pirtī, tūrists pat nožēlo, ka nevar šajās mājās palikt uz dzīvi. Protams, tam noteikti jāpievieno dabas saudzēšana, par to ir jārūpējas mums pašiem, un tas jāprasa arī no mūsu viesiem.”

**Daina Avotiņa, dzejniece,  
viesu mājas „Mačkalni” saimniece,  
Alojas novads**

IZKLAIDE





Foto: Rojs Maizītis

Viesiem sen vairs nepietiek tikai ar gultu un brokastīm. Lai tūristi izvēlētos kādu noteiktu vietu, tiem jāsniedz atbilde uz jautājumu: „Ko tur darīt?”

Cilvēki vēlas mūs apmeklēt, lai atpūstos, smeltos enerģiju nākamajam dzīves posmam, iegūtu interesantu pieredzi.

Plānojot prieku viesiem, gādāsim par to, lai pēc iespējas lielāki ieguvēji ir vietējie iedzīvotāji –

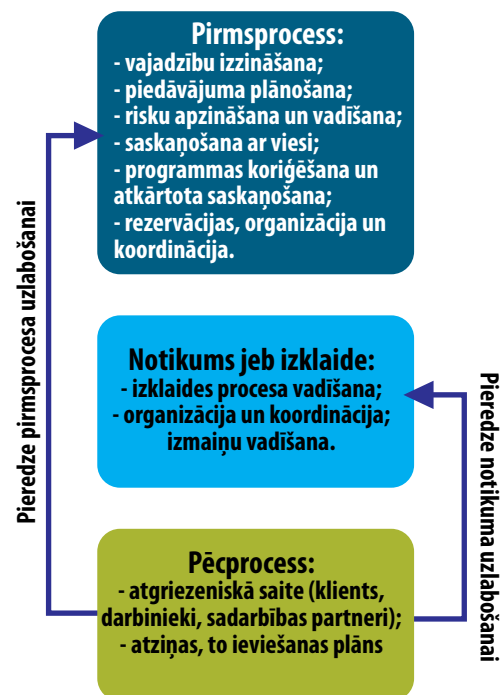
Cilvēki vēlas mūs apmeklēt, lai atpūstos, smeltos enerģiju

kultūras, sociālo un dabas vērtību glabātāji. (8)

Izklaides, kas var notikt

tikai noteiktā vidē – pilsētā, mežā, citas - gan iekštelpās, gan ārā. Vienas un otras var tikt arī kombinētas vienotā izklaides programmā. Lai tā būtu vienkārša aktivitāte vai arī komplicēta vairākdienu programma, tās īstenošanas cikls skatāms attēlā.

Iespējamās izklaides aktivitātes variē no muzeju un seno amatnieku darbnīcu apmeklējuma līdz putnu vērošanai un citu dabas piedāvāto labumu pētīšanai un baudīšanai. Katra uzņēmēja radošie resursi, pieredze un redzējums dod iespēju šīs vienkāršajos vārdos nosauktās aktivitātes pārvērst unikālā pieredzējumā viesim. 🌿



Izklaides programmas (pasākuma) īstenošanas cikls (I. Grīnfelde).



„Sveicināti! Tūrisma aģentūra „Latvija kabatā”, Līna. Kā varu Jums palīdzēt?”

„Sveiki! Maijā pirmo reizi dosimies uz Latviju. Daudz esam dzirdējuši par Kurzemi kā skaistu reģionu, kur daudz neskartas dabas. Tā kā esam iecienījuši braucienus ar kanoe, gribētu veikt pāris dienu maršrutu pa Gauju Kurzemē...”

„Jā, Kurzeme patiesi ir skaista, un tur ir vairākas iespējas ceļot ar kanoe. Cik lielā mērā Jums svarīgs tieši reģions? Kā būtu, ja Jūs vairāk pastāstītu, kā esat iedomājušies šo braucienu?”

Līnai vajadzēja mazliet laika, lai atrastu Gauju Kurzemē!

**Līna, 23 gadi**



Foto: Aija Krodere

Viesojoties pie draugiem – brīvdienu mājas īpašniekiem, sastapām viņu klientus – nīderlandiešu ģimeni. Vakarpusē aiz mājas iekūrām ugunsgrāvu, viņi labprāt pievienojās, un tā, gandrīz līdz rītam, laiks pagāja jaukās sarunās. Nevarēja nepamanīt, ka mūsu jauniegūtie draugi var stundām vienkārši skatīties ugunī. Nākamo dienu pavadījām, testējot vietējos velomaršrutus, un, kad atgriezāmies „bāzē”, nīderlandieši paši bija iekūruši uguni un ar sakarsētu naglu mēģināja koka dēlīti iededzināt kādus rakstus, priecājoties kā mazi bērni. Izrādās, viņi nekad vēl savā zemē nebija kurinājuši uguni brīvā dabā. Vakariņojot vērojām lapsu, kas pļāvā „peļoja”, klausījāmies pūces ūjināšanā un skatījāmies ugunī. Kad rītausmā gājām peldēties uz ezeriņu aiz kalna, ienirstot siltajā ūdenī, virs kura virmoja migliņa un pamodušies līksmi sasaucās putni, viens no viesiem teica: „Tā ir maģija. Tas ir kā filmā. Pie mums nekad tā nebūtu!”

**Arnis, 34 gadi**

#### Padomi!

- ☛ Ja jautājumus viesim uzdosiet atvērtā formā (tie sākas ar vārdiem: cik, kad, kur, kāpēc, ko, kam, kā), uzzināsiet daudz vairāk. Izjautāšanu var noslēgt ar jautājumu: kas vēl jums svarīgi vai ko jūs gribētu, lai es jums pajautāju, bet vēl neesmu jautājis?
- ☛ Esiet noskaņoti izrādīt viesim palīdzību, rast risinājumus un nelieciet viesim justies nekompetentam (pamācīšana, labošana).
- ☛ Nespriediet par viesu vajadzībām, nenoskaidrojiet detaļas – pastāv daudz maldinošu stereotipu (piemēram, veci cilvēki nevar veikt garas distances, sievietēm nepatīk medības).

#### Padomi!

- ☛ Lai radītu pieredzējumu, jāņem vērā cilvēka dabiskais bioritms (īpaši – ja viesis atceļojis no valsts ar atšķirīgu laika joslu) un informācijas uztveres īpatnības – objekti, kur tiek saņemta intensīva informācija (piemēram muzejs), apmeklējami rīta pusē, savukārt – pēcpusdienu labāk veltīt nesteidzīgai dabas objektu apskatei.
- ☛ Ja āra izklaides programmas laikā paredzēta maltīte, izvēlieties tai skaistu, ainavisku vietu – lai vienlaikus ar ēdienu var baudīt dabas skatus, skaņas, smaržas.
- ☛ Reizēm vienkāršas aktivitātes sagādā daudz intensīvāku pieredzējumu, kā pārsātināta programma.

Vairāk nekā 5 gadus strādāju starptautiska mēroga kompānijā Skandināvijā un, tā kā nesen tiku iecelts par zinātniskās izpētes nodaļas vadītāju, biju nolēmis atvest savus jaunus kolēģus motivācijas braucienā uz savu dzimto Latviju. Lai gan galamērķis atrodas tikai pusotras stundas lidojuma attālumā, tas nebūt nebija viegli – pārliecināt kolēģus, ka mana izvēle ir pareiza.

Lai gan mūsu 2 dienu brīvdabas programmas organizētājus labi pazinu, tomēr pirms brauciena kolēģi vēlējās pārliecināties par visu – tika organizēta pat telekonference, kurā pārbaudīja gidu angļu valodas zināšanas, – lai gūtu apstiprinājumu programmas saturam un drošības jautājumiem.

Kolēģu prasības bija specifiskas – kādam vajadzīga muguras masāža katru vakaru noteiktā laikā, kāds cits baidās no augstuma un nedrīkst uztraukties, vēl kāds grib zināt, vai busiņā viesiem būs drošības jostas, vai viesu namā būs silti un iespēja katram gulēt savā istabā, vai krāna ūdens ir dzerams, vai var atsūtīt vannas istabas fotogrāfiju, ļoti detalizētu laika plānojumu programmai... un tā bez gala. Brīžiem jutu, ka programmas saskaņošanas un šo daudzo vēlmju saraksts pakalpojumu sniedzējam būs izaicinājums.

Kad ieradāties, mani kolēģi bija pozitīvi pārsteigti – gan par to, ka dziļi perifērijā pieejami lieliski nakšņošanas un ēdināšanas pakalpojumi, ka cilvēki ir izglītoti un labi pārvalda svešvalodas, ka programma notiek pēc plāna, kādu tie tika saņēmuši iepriekš. Un tomēr nojautu, ka īsti droši mani kolēģi jutās tikai pēdējā vakarā, kad jau devāmies atpakaļ uz viesnīcu Rīgā.

### **Andrejs, 49 gadi, Somija**

No pārgājiena atmiņā palikusi kāda ne visai patīkama situācija. Maršrutu nolēmām saīsināt, izvēloties citu ceļu. Jau bijām no kārtīgiem džungļiem iznākuši lauka malā, pārkāpuši dzeloņdrāšu žogam, kad pamanījām, ka mūsu virzienā sparīgā solī, skaļi runājot un aktīvi žestikulējot, nāk sirms vīrs. Mūsu gids pagāja pāris soļus viņam pretī. Mēs nesapratām, ko viņi runā, bet pēc intonācijas un ķermeņa valodas varēja nojaust, ka mēs šeit neesam gaidīti. Tad mūsu gids pagriezās pret mums un teica: „Viss kārtībā. Tagad ātri ejam!”, vecais vīrs palika lauka malā, joprojām lamājoties un rādot dūres.

### **Hendriks, 37 gadi, Igaunija**

#### **Padomi!**

- ☛ Lai viesi justos droši, vispirms jānodrošina viņiem jau pazīstamo pakalpojumu standartu līmenis un tikai pēc tam var piedāvāt ko specifisku, tradicionālu, īpatnēju.
- ☛ Visiem programmā iekļautajiem pakalpojumiem jābūt līdzvērtīgā kvalitātes līmenī. Vienas sliktas pusdienas var sabojāt lieliski plānotu vairākdienu programmu.
- ☛ Vienmēr informējiet viesus, ja izvēlētā izklaide gida padarbībā dos iespēju to izbaudīt labāk. Ļaujiet viesiem tieši kontaktēties ar gidu pirms pasākuma, tas radīs drošības sajūtu, turklāt gids būs kompetentāks atbildēt uz specifiskiem jautājumiem.

#### **Padomi!**

- ☛ Aprunājieties ar visiem saimniekiem, kuriem piederošajās teritorijās plānots uzturēties vai šķērsot, tas liks viņiem justies svarīgiem, cienītiem. Respektējiet, ja kāds nevēlas svešiniekus savā dzīves telpā.
- ☛ Ja izklaides programma plānota īpaši aizsargājamā dabas teritorijā, noskaidrojiet, kādas ir atļautās darbības un kāds ir saskaņošanas process, veiciet saskaņošanu, lai saņemtu nepieciešamās atļaujas.



Foto: Aija Krodere

Reiz ar studentiem veicām eksperimentu. Uzdevums bija pārbaudīt internetā un ceļvežos publicētās informācijas patiesumu. Nejauši izvēlētas viesu mājas aprakstā bija minēts, ka tur tiek piedāvātas zirgu izjādes. Telefona saruna ar saimnieci izvērās šādi:

„Sveiki! Lasījām, ka piedāvājat zirgu izjādes. Tas tā ir?”

„Jā, piedāvājam gan. Kad plānojat būt un cik ilgi paliksiet pie mums?”

„Mēs domājam būt nākamsvētdien. Pa nakti gan nepaliksīm, mēs gribam tikai tās zirgu izjādes. Cik tas maksā?”

„Ja nenakšņojat, mēs zirgu izjādes nepiedāvājam. Un vispār, tie zirgi nav mums pašiem, bet mūsu kaimiņiem. Tā kā tā. Tad, kad Jūs būsiet un cik cilvēku?”

„Nu, es jau teicu, ka neplānojam nakšņot. Varbūt varat iedot kaimiņu tālruņa numuru, vismaz pateikt mājas nosaukumu?”

„Nē, tā mēs nedarām. Mums nav nekādas daļas gar viņu zirgu izjādēm.”

„Nu labi. Tad jau laikam neko...”

**Valters, 29 gadi**

Vasaras Universitātē Sāremā salā kādā filmu vakarā mums rādīja filmu par pagājušā gada nacionālā tūrisma produktu konkursa uzvarētāju – programmu „Kāzas Mustjalā”. Pats produkts idejas ziņā nebija nekas jauns – uzvedums, kur tūristu grupām demonstrēja senās Mustjalas ciema kāzu tradīcijas, iesaistot dažādā veidā arī skatītājus – dziedāšanā, rotaļās, ēdienu un dzērienu baudīšanā. Pārsteidzošākais bija kas cits – šajā uzvedumā piedalījās teju vai visi mazā ciemata iedzīvotāji – vieni dziedāja un muzicēja, citi tēloja jauno pāri, vēl citi dancoja, ciema vecākais vadīja programmu. Tomass katru reizi darīja alu, Aivars kūpināja zivis, Mari un Emilija gatavoja tradicionālo burkānu-kartupeļu rausi no pašas dārzā augušajiem dārzeņiem. Koka mucas un soliņi katru reizi tika atvesti no amatnieku Ritas un Veino mājas, bet ar zirgiem viesus vizināja Eriks.

Vai Latvijā arī varam atrast kādu līdzīgu piemēru?

**Helēna, 27 gadi**

#### Padomi!

- 🍃 Esiet godīgi un atklāti, sniedzot informāciju.
- 🍃 Klientam būtiska šāda informācija: nokļūšana izklaides vietā, norēķinu veids, iespējamie riski, rezervēšanas nosacījumi, valoda, fiziskās un emocionālās sagatavotības līmenis, īpaši norādījumi par apģērbu un uzvedību.
- 🍃 Mājas lapā izveidojiet sadaļu „Biežāk uzdotie jautājumi”, kur sniedziet uz tiem atbildes.

#### Padomi!

- 🍃 Izpētiet, ko prot un var viesiem piedāvāt arī Jūsu kaimiņi – sadarbojoties un vienam otru papildinot, iespējams radīt unikālu, augstvērtīgu produktu.
- 🍃 Stāstiet viesiem par citiem tūrisma uzņēmējiem reģionā, mudiniet tos apmeklēt, un Jūsu sadarbības partneri atbildēs ar to pašu.

#### Padomi!

- 🍃 Pārbaudiet inventāru katru reizi, kad to saņemat un izsniežat.
- 🍃 Drošības inventāru vienmēr piedāvāji un iekļaujiet produkta cenā, izveidojiet rakstisku instrukciju, kas jāparaksta, kā arī instruējiet par drošību mutiski.
- 🍃 Viesiem piedāvāji vienlīdz kvalitatīvu inventāru, vēlam – viena un tā paša zīmola.



„Atvainojiet, vai varētu dabūt tādu pašu velosipēdu, kā Hannei?”  
 „Kādēļ gan? Šis ir pilnīgi normāls velosipēds, tikai cita marka. Pārējais viss ir tāds pats.”

„Bet man šķiet, ka Hannes velosipēds labāk ripo un izskatās jaunāks...”

„Lūdzu, iedodiet man drošības vesti, kas atbilstu manam augumam.”

„Vai tad šo nevarat uzvilkt?”

„Nu – uzvilkt jau var, taču uz tās rakstīts, ka tā paredzēta cilvēkiem, kuru svars nepārsniedz 70 kg...”

**Pārstāstījis Bjorns, 63 gadi, Zviedrija**

Esmu pamanījis, ka ārzemnieki bieži vien ir izbrīnīti par mūsu bagātīgajiem dabas resursiem, kas tiek izmantoti tūrismā: „Kā – un par to nav jāmaksā?” Tajā pašā laikā viņi bieži ir šokā par citu tūristu atstātajiem atkritumiem ceļojuma pieturas vietās. Lai dotu visiem iespēju līdzdarboties vides uzturēšanā, parasti dodu tiem līdzīgu maisu atkritumiem, pa pusei jokojot, ka viss, kas paliek pāri, ir jāved atpakaļ. Vislabāk viņiem patīk mūsu gidu triki – mobilie pelnu trauki un mazā lāpstīņa, kas vienmēr jāņem līdzi tur, kur nav labierīcību.

**Gunārs, 65 gadi**

#### Padomi!

🍃 Sniedziet padomus un resursus tehniskiem risinājumiem, kā savākt atkritumus dabā, rekomendējiet videi draudzīgu uzvedību.

🍃 Pērkot pakalpojumus vai preces no vietējiem iedzīvotājiem, kā arī ziedojot fondiem un sakopjot vidi radiet viesim iespēju citā veidā ieguldīt teritorijas ilgtspējā.

“Atpūtnieks, izmantojot vārdnīcu, raksta zīmīti viesnīcas vadītājam Spānijā: “Vakar vakarā manā istabiņā cīnījās divas žurkas!” Vakarā atpūtnieks saņem atbildi ar zīmīti: Vai tad Jūs paredzējāt, ka pie šīm cenām, Jūsu istabiņā notiks vēšu cīņas!”

#### Kopsavilkums:

- Būtiski ir izzināt un pareizi izprast viesu vajadzības, lai radītu pēc iespējas atbilstošāku piedāvājumu.
- Vajadzību skalā drošība – gan fiziska, gan emocionāla - ir nākamā aiz pamatvajadzībām. Kamēr tūrists nejutās droši, viņš neizjut prieku par piedzīvoto. Tādēļ ir būtiski radīt ne vien piedzīvojumu, pārdzīvojumu, bet gan pirmkārt drošu vidi emociju tapšanai.
- Vienkārši notikumi spēj raisīt intensīvas emocijas.
- Organizētājam obligāti jāizpilda priekšdarbi – saskaņošana, atļaujas, lai viesi programmas laikā nenonāktu konfliktsituācijās, kuras bija iespējams novērst iepriekš.
- Būtiski, ka mājas lapās un drukātajos reklāmas materiālos sniegtā informācija ir patiesa un atbilst reālajam piedāvājumam.
- Tā kā izklaides programmās bieži tiek lietots specifisks inventārs, kā arī drošības līdzekļi – tam jābūt tehniskā kārtībā, un pietiekamā apjomā nodrošinātam.
- Latvijā dabas vides resursu lietošana lielākoties ir bezmaksas, tādēļ vēl jo būtiskāk ir rast risinājumus, lai viesi varētu dot savu ieguldījumu tās aizsardzībā, uzturēšanā.
- Sadarbības tīkla veidošana ir īpaši svarīga, lai varētu radīt kvalitatīvus, unikālus pakalpojumus. Izziniet, ar ko un kādā veidā varat sadarboties, lai ieguvums būtu visiem.

**Ilze Grīfelde**

RELAKSĀCIJA





Foto: Rojs Maizītis

**R**elaksācija ir atslābināšanās un atpūta, kas nepieciešama ikvienam pēc garīgas vai fiziskas pārslodzes, kura rodas pat pēc ikdienas rūpēm. Līdz ar to relaksāciju var uzskatīt par tikpat ikdienišķu nepieciešamību kā ēdiens

Relaksācija ir atslābināšanās un atpūta, kas nepieciešama ikvienam

vai miegs, un viesmīlības nozarē līdzās izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumiem tiek piedāvāts

plašs relaksācijas iespēju klāsts – no pastaigām svaigā gaisā līdz fizioterapijas procedūrām.

Pastāv dažādi relaksācijas veidi, kas iedarbojas caur visām cilvēka maņām – redzi, dzirdi, ožu, garšu, tausti – ainavu baudīšana, skaņu terapija (mūzika vai dabas skaņas), smaržu jeb aromterapija, veselīgi ēdieni un dzērieni, masāžas, ūdens un pirts procedūras, kustību terapija, piedalīšanās dažādās nodarbībās – tas viss un vēl daudzi citi radoši relaksācijas veidi var tikt izmantoti viesmīlības biznesā. 🌿

“Šerlocks Holmss un Dr. Vatsons pārgājienā pārlaiž nakti pie dabas krūts. Holmss naktī pamodina Vatsonu un saka: “Paskatieties uz augšu. Ko jūs redzat?” Vatsons: “Zvaigznes.” Holmss: “Un kādus secinājumus mēs varam izdarīt?” Vatsons: “Īsti nezinu. Varbūt par citām civilizācijām vai tamlīdzīgi?” Holmss: “Elementāri, Vatsone. Mums ir nozagta telts.””

## Relaksācijas izpratne pasaulē

Saskaņā ar pētījumiem pasaules mērogā pazīstamākos relaksācijas zīmolus izveidojušas Maldivu salas, Taiti, Jaunzēlande, Fidži, Bahamas – relaksācija daudzu cilvēku prātos saistās tieši ar šīm salām.<sup>(10)</sup> Liela loma, protams, ir šo tūrisma galamērķu dabiskajiem tūristu pievilcības magnētiem – saulei, jūrai, pludmalēm. Atsaucoties uz lielo tūristu pieprasījumu, veidojies plašs relaksācijas piedāvājumu klāsts, bet tā pamatā ir vietējās dabas bagātības un senas vietējās zināšanas par dabas dziedējošo spēku, piemēram, Maldivu salu vietējo iedzīvotāju muskuļu un locītavu sāpju mazināšanai izmantotā smilšu masāža iekļuvusi arī vietējo kūrortu piedāvājumu klāstā. <sup>(13)</sup>

*Apmeklēju psiholoģijas kursu. Bija viens praktisks uzdevums, kura laikā pasniedzēja aicināja izmantot iztēli: "Atcerieties kādu vietu, kur jūs bijāt laimīgi un netraucēti. Varbūt tas bija mežā vai kalnos, jūras malā vai upes krastā. Aizveriet acis un atsauciet atmiņā toreizējās izjūtas. Kādas smaržas tur sajūtāt? Ko redzējāt? Ko dzirdējāt? Izbaudiet šīs iedomas vai atmiņas piecas minūtes." Domās ātri pārcilāju atmiņas par vairākiem ceļojumiem, bet apstājos pie atmiņām par Ziemassvētku svinībām pie draugiem lauku mājās Latvijā. Istabā bija silts, kamīnā klusi dūca uguns, smaržoja eglīte un kanēļmaizītes, bet aiz loga – balts, saulē vizuļojošs pagalmis.*

**Rute, 45 gadi, Vašingtona**



Foto: Rojs Maizītis

## Latviska relaksācija

"Atšķirībā no daudziem modernajiem eiropiešiem latvieši joprojām atceras, kā domāt, plānot un kā dzīvot tādā tempā, kas tiem ļauj palikt saskaņā ar sevi, dabu

Latviešu prasme dzīvot saskaņā ar dabas ritmu uzskatāma par lielu vērtību

un lietu patieso kārtību," raksta zīmolvedības eksperts Saimons Anholt's pētījumā

"Latvija: konkurētspējīgas identitātes meklējumos", kas veikts pēc Latvijas Institūta pasūtījuma. Pētījums atsaucas uz lēnākas, dabīgākas un laimīgākas dzīves meklējumiem kā aktuālu tendenci mūsdienu domāšanā. Latviešu prasme dzīvot saskaņā ar dabas ritmu uzskatāma par lielu vērtību ar eksporta potenciālu. (9) Dabas ritmu latviešu dzīvē apzīmē tādi joprojām aktīvi lietoti apzīmējumi kā "sējas laiks", "sulu laiks", "siena laiks", "ogu laiks", "sēņu laiks", "ražas laiks".

### Padomi!

- 🍃 Tāpat kā relaksācijas piedāvājumu ziņā vadošajās valstīs pasaulē, balstiet relaksācijas piedāvājumu uz vietējām dabas bagātībām un zināšanām.
- 🍃 Pat dienās, kad saule slēpjas aiz mākoņiem, centieties sniegt gaismu, siltumu, ūdens dzidrumu un dabas skaistumu – latvisku alternatīvu tām pozitīvajām izjūtām, ko tūristi dodas gūt tropiskās salās.
- 🍃 Nereti psihologi relaksācijas nolūkos iesaka iztēloties kādu brīdi, kad cilvēks juties laimīgs. Kādēļ lai šis brīdis nebūtu saistīts ar Jūsu uzņēmumā piedzīvoto?

### Idejas!

- 🍃 Ainava kā produkts: pārdomājiet ainaviskas vietas sava uzņēmuma apkārtnē, kuras varētu ieteikt viesiem piknikam, grāmatas lasīšanai, meditācijai, varat pat sagatavot nelielu drukātu informācijas materiālu par apkārtnes ainavām – savās ikdienas gaitās droši vien esat pamanījuši, kurā gadalaikā, kurā dienas stundā, no kura skatu punkta jūsu apkārtnes ainavas ir visskaistākās.
- 🍃 Skaisti mirkļi kā produkts: izmantojot skaistu mirkļu fotoattēlus, kas uzņemti Jūsu uzņēmumā un tā apkārtnē (piemēram, migla uz dīķa, no krāsns tikko izņemti pīrāgi u.c.), sagatavojiet pastkartes, kalendārus, apdrukātus suvenīrus.





Foto: Rojs Maizītis

*“Kā lai saglabā šo kolosālo sajūtu?!” sajūsmināta jautāju pēc pirts rituāla kādā lauku sētā; uz to saimniece atbildēja ar tautasdziesmu:*

*Ko tie ļaudis man darīs,  
Ko manam augumam?  
Dzelzī kalta man miesiņa,  
Tēraudiņa dvēselīte.*

*Ikdienā vajagot sevi sargāt ar vārdu spēku...*

*Jocīgi jau ir, bet tas brīdis skaistā vakarā pie varenās dabas ieskautās lauku pirts, kad galva tik tīra un miesa tik viegla, palicis prātā ar visu latviešu tautasdziesmu. To es skaitu, kad darbā neveicas vai veselība sāk klibot, un tiešām jūtu tādu kā uzmundrinājumu. No vienkārša teiciena “Tu esi stipra, viss būs labi!” diez vai būtu tik liels efekts.*

**Linda, 27 gadi, Ikšķile**

## Relaksācijas etiķete

Neatkarīgi no tā, vai piedāvātā relaksācija ir latviska, eiropeiska, amerikāniska vai kāda cita veida, relaksācijas etiķetes pamatā ir vairāki vienkārši noteikumi. Minēsim galveno, kam jāpievērš uzmanība

Tīrība un kārtība uzņēmuma apkārtnē un telpās

etiķetes ietvaros.

- Korektas un izsmeļošas informācijas nodrošināšana

par pakalpojumiem un iespējām, darbā ar ārzemju viesiem – arī svešvalodās.

- Tīrība un kārtība uzņēmuma apkārtnē un telpās.
- Tīrība un akurātība uzņēmuma darbinieku izskatā.
- Saskarsmes kultūra – par to vairāk turpmākajās nodaļās.
- Instrukcijas un noteikumi, kas būtu jāievēro klientiem, lai viņi pilnvērtīgi varētu izbaudīt atpūtu un netraucētu to darīt citiem.

Etiķetes ievērošana ne tikai palīdz nodrošināt kvalitatīvu atpūtu klientiem, bet arī atvieglo uzņēmuma darbu. 🌿

🌿 Novada ļaužu zināšanas kā produkts: aptaujājot vietējos iedzīvotājus, mēģiniet atrast kādu interesantu Jūsu novadam raksturīgu ēdiena recepti, vai ārstniecības paņēmieni, ko varētu piedāvāt viesiem.

### Idejas!

🌿 Lai gan mūsdienās mazāk raksturīgs kādreizējais nedēļas ritms ar pirti sestdienās un svētdienas svētīšanu pēc tam, kas nodrošināja pastāvīgu miesas un gara attīrīšanos un atjaunošanos, tomēr pirts tradīcijas joprojām tiek turētas augstā godā un kalpo relaksācijai. Jāatzīst, ka pirti iešana un pāršanās ar pirtsslotām ir ierasta ne tikai Latvijā, bet arī visās mūsu kaimiņvalstīs un Skandināvijā – tas jums paver iespēju akcentēt gan kopīgo, gan atšķirīgo.

### Padomi!

🌿 Padomājiet par relaksācijas piedāvājumiem, kas tuvi latviešu prasmei dzīvot saskaņā ar dabas ritmu.

🌿 Ja piedāvājat pirts rituālus, padomājiet, kā akcentēt gan kopīgo, gan atšķirīgo salīdzinājumā ar pirts tradīcijām kaimiņvalstīs un Skandināvijā.

🌿 Padomājiet par “ceļa vārdiem” jeb padomiem, ko dot līdzīgi saviem klientiem, lai relaksācijas efekts, ko viņi saņēmuši pie jums, turpinātos vēl ilgi.



*Esmu pasniedzēja tūrisma skolā Holandē un saistībā ar darbu daudz ceļoju. Apmeklējot Latviju, bija iespēja paviesoties arī kādā SPA viesnīcā Jūrmalā. Biju patīkami pārsteigta par plašo piedāvājumu klāstu ar daudzām procedūrām – dažas no tām jau biju baudījusi citviet pasaulē. Mana izvēle svārstījās starp divām procedūrām – pirts rituālu, jo to man ieteica kā vislatviskāko no visa piedāvājumu klāsta, un Tai masāžu, kuru jau biju baudījusi tās dzimtenē Taizemē. Pirmkārt, man tā tiešām patika, otrkārt, biju ziņkārīga, kā tā tiks pasniegta šeit. Patiesībā viena latviešu kolēģe mani tika aicinājusi uz pirti pie sevis laukos, bet atteicos, jo mulsināja lauku pirtiņas šaurība – kaut kā pārāk liela intimitāte un mazliet arī neskaidrība par higiēnas apstākļiem. Tātad nolēmu tā – izbaudīšu Tai masāžu, un, ja tā viesīs uzticību par šī SPA pakalpojumiem, tad nākamās dienas vakaram pieteikšu arī pirts rituālu.*

**Janneke, 47 gadi, Gilze**

## Jūsu uzņēmums kā relaksācijas ģenerators

Profesore Aina Ozoliņa Nucho grāmatā "Stress: tā pārvarēšana un profilakse" (14) raksta, ka

Atpūtai dabā viesiem var nodrošināt dažāda inventāra nomu

dziļā elpošana, muskuļu atslābināšana, mērķtiecīga iztēle un pozitīva pašiedvesma ir galvenie ātras iedarbības spriedzes mazināšanas paņēmieni.

Hmm..., tik vien? Šādu relaksācijas paņēmieni komplektu viesiem iespējams piedāvāt par ļoti minimālām vai pat bez papildu izmaksām! Tas taču būtu ievērojams pluss, ja klientiem varētu teikt, ka cenā iekļauta arī īpaša relaksācijas programma.

Skaistas ainavas un tīrs gaiss uzņēmuma apkārtnē dod iespēju piedāvāt viesiem relaksāciju dabā, kur var elpot dziļi, atslābināties un meditēt. Atpūtai dabā viesiem var nodrošināt dažāda inventāra nomu, maršrūtus un labiekārtotas atpūtas vietas, arī relaksācijas speciālistu konsultācijas. 🌿

### Idejas!

🌿 Dabas ritms kā tūrisma produkts: bērzu sulu brīvdienas, ogu laika brīvdienas, sēņu laika brīvdienas u.tml.

### Padomi!

🌿 Lai iedrošinātu ārzemju viesus izmantot īpašos latviskos piedāvājumus, ievērojiet etiķeti, rūpējieties par tīrību, kārtību un saskarsmes kultūru. Neuzstājiet, lai ārzemju viesi noteikti nobauda ko īpaši latvisku, bet sniedziet korektu un izsmeļošu informāciju par piedāvājumiem. Ja viesis neļūtas drošs, vispirms dodiet viņam iespēju izbaudīt kaut ko klasisku un pazīstamu, piemēram, ļaujiet vispirms ieiet pirtī bez pirts slotu izmantošanas vai no plašā zāļu tēju klāsta izvēlēties piparmētras.

### Padomi!

🌿 Veidojiet informatīvos materiālus ar pievienoto vērtību, piemēram, līdztekus informācijai par uzņēmumu un produktiem, sniedziet praktiskus relaksēšanās padomus. 🌿 Varat iekārtot nelielu viesiem pieejamu lasītavu ar literatūru par relaksācijas paņēmieniem. 🌿 Parūpējieties par literatūru arī kādā no populārākajām svešvalodām – krievu, angļu u.c.

Mūsu viesu nama vecie bukleti bija gandrīz jau izdalīti, un bija pienācis laiks jaunu drukāšanai. Mani māca šaubas par bukletu lietderību, jo likās, ka klienti tos ātri vien izmet, bet, no otras puses – viesi ik pa laikam pēc tiem jautāja. Ar vīru sākām domāt par to, kā padarīt mūsu bukletus grūtāk izmetamus, proti – kā piešķirt tiem kādu īpašu vērtību. Klienti bieži saka, ka pie mums ir īpaša atmosfēra, atgriežas no pastaigām un vēstī: „Pie jums ir tik skaisti!” vai „Pie jums ir tik svaigs gaiss!”. Kāds viesis internetā bija atradis elpošanas vingrinājumus un gāja tos veikt dīķa malā trīs reizes dienā. No tā arī radās mūsu ideja par “Aizstrautiņu relaksācijas programmu”. Grāmatās un internetā atradām informāciju par dažādiem relaksācijas vingrinājumiem. Izvēlējāmies trīs, kurus viesi varētu ērti veikt pie mums, un tos aprakstījām bukletā. Kā parasti, ievietojam galveno informāciju par mums pašiem un mūsu pakalpojumiem, bet šoreiz ielikām arī īsu informāciju par mūsu pastaigu maršrutiem, jo šķita, ka tieši pastaigas svaigā gaisā mūsu skaistajā apkārtnē sniedz viesiem vislielāko gandarījumu. Jaunos bukletus sagatavojām ērtā kabatas formātā, lai tos var paņemt līdzi, pastaigās ejot, apstāties kādā skaistā vietā un – pavingrot. Turklāt ceram, ka vingrojumi iepatiksies un viesi tos gribēs turpināt arī mājās, tāpēc neizmetīs mūsu bukletus, kur rakstīts, kas un kā jādara.

**Ilze, 39 gadi, Salas novads**

#### Idejas!

🌿 **Bez maksas relaksācijas programma:** pamudiniet savus viesus izmantot vienkāršus relaksācijas paņēmienus, piemēram, “Ieelpojiet dziļi mūsu ābeļdārza smaržu, atslābinieties, smaidiet!”

“ Ģimene pusdieno restorānā. Beigās tēvs pasūta rēķinu, bet māte tikmēr oficiantam saka: -Vai varam jūs lūgt iesaiņot neapēsto, lai mēs to varētu nest mājās sunim? Oficiants: -Protams! Bērni sāk līksmi sist plaukstiņas: -Urā! Mums būs sunītis! ”

### Kopsavilkums:

- Relaksācija nozīmē spriedzes mazināšanu, psihisku un fizisku atslābināšanos, kas nepieciešama ikvienam pēc morālas vai fiziskas pārslodzes, tāpēc to var uzskatīt par tikpat ikdienišķu nepieciešamību kā ēdiens vai miegs, un viesmīlības nozarē tiek piedāvāts plašs relaksācijas iespēju klāsts.
- Saskaņā ar pētījumiem, pasaules mērogā par relaksācijai piemērotākajām vietām tiek uzskatītas tropiskas salas ar plašu SPA piedāvājumu, taču arī Latvijai ir savi trumpji – latviešu īpašais, ar dabu saskaņotais dzīves ritms un izkoptie pirts rituāli, kuros iespējams akcentēt gan kopīgo, gan atšķirīgo mūsu un citu valstu pirts tradīcijās.
- Lai latviskie relaksācijas piedāvājumi atbilstu pasaules standartiem un sniegtu patīkamu piedzīvojumu ārzemju viesiem, nepieciešams ievērot pamatetiķeti – rūpēties par tīrību, kārtību un saskarsmes kultūru.
- Ar izdomas palīdzību plašu relaksācijas piedāvājumu klāstu var sagatavot bez lieliem tēriņiem. Pie iedarbīgiem relaksācijas paņēmieniem pieder arī tādas vienkāršas darbības kā dziļa elpošana, muskuļu atslābināšana un pozitīva pašiedvesma.
- Uzņēmumiem ieteicams pārdomāt “ceļa vārdus” jeb padomus, ko dot līdzi saviem klientiem, lai relaksācijas efekts, ko viņi saņēmuši, turpinātos vēl ilgi.

**Zane Kalniņa**

## Kāda ir Jūsu viesmīlības formula?

Pats vārds viesmīlība, kas latviešu valodā ir saliktenis no diviem vārdiem viesis un mīlība vai mīlestība jau izsaka priekšā pašu būtību – mīlēt viesus. To jau laikam nevar iemācīt mācību grāmatās, tai ir jābūt vēlmei vai izaicinājumam, kam sekot. Bet cik tālu sekot? Vai mīlēt visus bez izņēmuma? Viesmīlības uzņēmumi ir cieši saistīti ar tūrisma nozari kopumā, jo piedāvā tūristiem apmierināt viņu pamatvajadzības ceļojuma laikā. Bet vai var uzskatīt, ka uzdevums ir paveikts, ja gulta saklāta un brokastis gatavas?

Cilvēki ceļo - dodas piedzīvojumu, atklājumu un nebijušu sajūtu meklējumos. Vieni izvēlas par savu ceļojuma galamērķi kādu visiem zināmu tūrisma piesaisti, citi dodas apgūt vēl neatklātas teritorijas. Dažkārt Māte Daba gādājusi par to, lai kāda vieta kļūtu par daudzu ceļotāju iekārotu galamērķi. Tieši tāda vieta ir Kurzemes pats ziemeļu nostūris – Kolkasrags. Ir gadījies tā, ka mani priekšteči savu mājvietu pirms daudziem gadiem raduši tieši šai vietā, gluži blakus Kolkas ragam. Pieņemot priekšgājēju izvēli, mūsu ģimene nolēmusi uzņemt savās mājās tos, kurus ceļi atveduši šai tālajā nostūrī. Un uz laiku mūsu mājas kļūst arī viņējās.

Ja pilsētas viesnīcu kvalitāti ir vieglāk pakļaut standartiem, tad tūrisma mītnēs laukos to izdarīt ir ļoti sarežģīti. Katrai ir individuāls raksturs, ko nosaka lokalizācija, apkārtējā vide, saimnieka personība. Te nu gan ir vietā ieskatīties mācību grāmatās un izvērtēt savas stiprās un vājās puses. Ar ko es vai mana vieta ir īpaša? Kādas ir manas vājās puses? Ja jūsu apkārtnē piedāvā iespējas atpūsties dabā, tad laikam nevajag censties uzbūvēt vietējo Disnejlendu, bet rosināt ieraudzīt un iepazīt apkārtnes vērtības, to skaistumu, ko redzat un jūtat jūs paši. Jūsu stiprums ir jūsu personiskās īpašības un prasmes - vai tas būtu saistīts ar pavārmākslu vai rokdarbiem, vai kādu citu amatu. Lauku apvidū pakalpojumu sniegšanai ir zināma specifika. Daudzi ikdienišķi pakalpojumi, kas ir pašsaprotama pilsētas ikdienas sastāvdaļa, lauku apvidū vienkārši nav pieejami vai atrodas nesamērīgi tālu, kā piemēram, bankomāts, policijas iecirknis, autoserviss, tāpēc viesu mājas saimniekam jābūt visam vienā - gan naudas maiņas automātam, gan automehāniķim, gan taksometram un visam pārējam. Ja jūs varat atrisināt viesu problēmas, viņš to atcerēsies un neaizmirsīs pastāstīt par to saviem draugiem.

Es vienmēr esmu domājusi, ka dzīvoju visskaistākajā vietā, ar to nekādā gadījumā nenoniecino citās vietas, bet vienkārši izjūtot šo vietu kā visskaistāko manai esībai izredzēto. Ja mani viesi to ieraudzījuši tikpat skaistu, tad notikusi mijiedarbība: „Pasaules visskaistākā malā – pašā Kurzemes galā, starp Dižjūru un Mazjūru, viļņu krustpunktā, mēs atradām pērli. Šeit - starp kāpām, priedēm un ziediem tā dzīvo pati savu dzīvi. Te katrs var atrast sevi un justies kā mājās.”

Ceļamaizes vietā, tiem, kas izvēlējušies kļūt par viesmīlības pakalpojumu sniedzējiem, novēlu pieņemt šo izaicinājumu - mīlēt viesus, tai pašā laikā paliekot uzticīgam tam, ko jūs mīlat visvairāk.

**Viesu mājas „Ūši” saimniece  
Dženeta Marinska,  
Kolka**

# KOMUNIKĀCIJA AR KLIENTU







Foto: Aija Krodere

**Pakalpojuma kvalitāte ir pilnīgi atkarīga no labām pārdevēja un klienta attiecībām, kas balstītas patiesā, arī emocionāli inteligentā komunikācijā. Komunikācijas praktiskais pielietojums izpaužas četrās hierarhiski saistītās klientu vajadzībās.**

**1. Precizitāte.** Klienti sagaida precizitāti pasūtītā pakalpojuma saņemšanā, norunu ievērošanā un norēķinos, sagaida precīzu informāciju, arī reklāmā paustā atbilstību realitātei.

**2. Pieejamība.** Nākamais līmenis, ko sagaida klients, ir attiecināma uz personāla pieejamību. Vai restorānā var sagaidīt tūlītēju viesmīļa uzmanību? Vai siltos ēdienus var saņemt līdz pēdējai virtuves darbības minūtei? Vai var sazvanīt attiecīgo darbinieku un vai kāds reaģē uz klienta vajadzībām?

**3. Sadarbība.** Lai panāktu klienta apmierinātību, nepieciešamas komunikācijas prasmes. Ir padziļināti jāizprot klienta vēlmes un jābūt gatavam palīdzēt tās īstenot. Klients vēlas, lai viņā ieklausās, palīdz, rada sajūtu, ka "esam vienā frontes pusē", palīdz nestandarta situācijās.

**4. Padoms.** Klienti jūt ciešāku saikni ar uzņēmumiem, kuri palīdzējuši viņiem apgūt ko jaunu – snieguši noderīgus padomus, spējuši izzinoši konsultēt un palīdzējuši gūt panākumus.

“  
- Labdien! Vai restorāns?  
- Jā, kā varam palīdzēt?  
- Vēlējamies pasūtīt galdiņu šovakar uz 20.00!  
- Labi. Vai krēslus arī pasūtīsiet?”



Komunikācija viesmīlībā – četri klientu pamatvajadzību līmeņi, kuru izprašana un adekvāta rīcība ļauj cerēt uz augstākas kvalitātes pakalpojumu un lielāku klientu apmierinātību. (15).

**K**lientu apmierinātība veidojas no vajadzībām, vēlmēm un to piepildījuma.

- Nesaprastās vajadzības. (Galvenās prasības, kuru izpildi klients gaida bez speciālas atgādināšanas; ja nespējam tās izpildīt, seko neapmierinātība.)
- Neizrunātās vajadzības. (Klients ir gatavs informēt pakalpo-

juma sniedzēju. Būtiski ieklausīties un censties izpildīt. Klients šo vajadzību izpildi uzskata par obligātu, kas ir proporcionāli klientu apmierinātībai.)

- Nezināmās vajadzības. (Klients nav gatavs runāt, nav arī viegli uzminēt, taču, ja izdodas – tā ir komunikācijas uzvara un apmierinātība.)

“*Sešu zvaigžņu viesnīca. Kāds viesis saka apkalpotājam: – Piedodiet, man liekas, ka esmu atstājis lietussargu savā numurā. Aizskrieniet, lūdzu, līdz 914.istabai un paskatieties stūrī aiz kamīna! Lifts nedarbojas, un apkalpotājs dodas uz devīto stāvu pa kāpnēm. Pēc desmit minūtēm viņš aizsies atgriežas un saka: – Kungs, jums taisnība. Lietussargs tur tiešām stāv. Liksiet atnest?*”

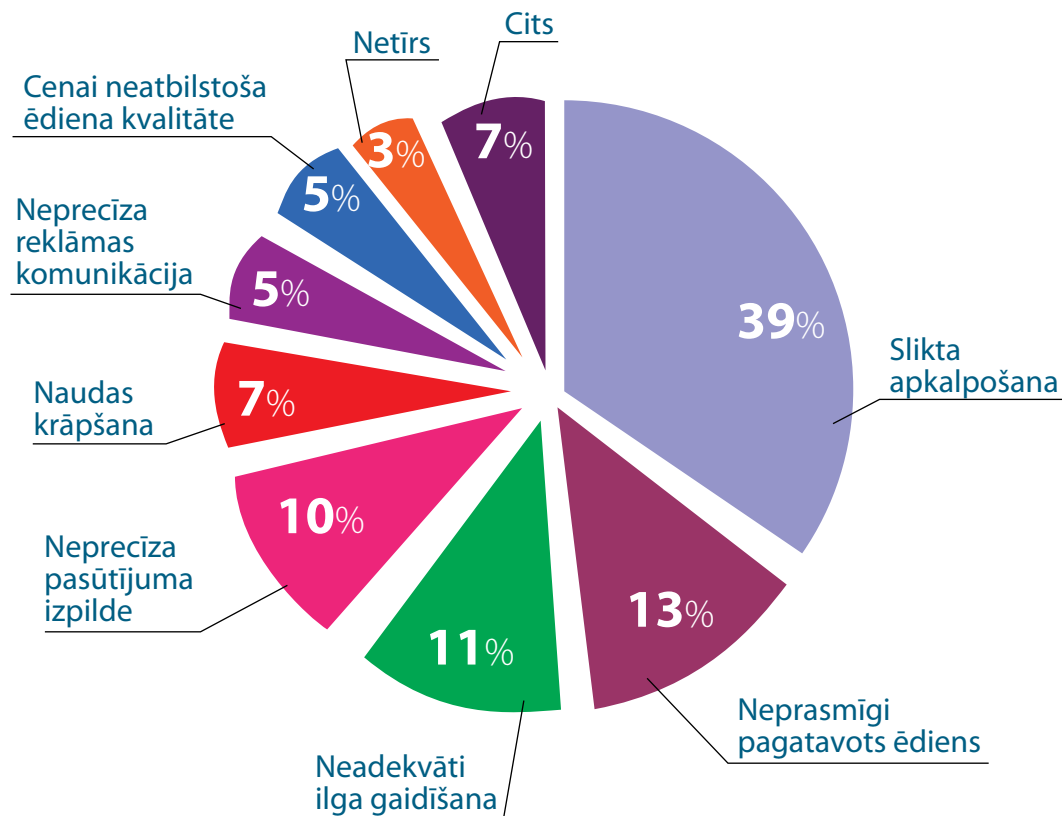


## Patērētāja viedoklis par komunikācijas trūkumu viesmīlībā

Aplūkojot klientu sūdzības par restorāniem tīmekļa vietnē Sūdzības.lv, iegūstam kopainu par sūdzību raksturu.

Patērētāji precīzi uzrāda viesmīlības pakalpo-

jumu vājās vietas. Tieši komunikācijas prasmju trūkums ir viens no būtiskākajiem nekvalitatīva pakalpojuma cēloņiem. Turpinājumā vairāki piemēri:



Biežāk minēto sūdzību saturs par restorāniem un citām sabiedriskās ēdināšanas iestādēm Latvijā. (16.)

## Nesaprstas klientu elementārās vajadzības, nav ievērots noteikums par precizitāti

21.08.2009. Par restorānu Rīgā: „Pieņemot pasūtījumu pa telefonu (iznāca zvanīt pat divas reizes pasūtījuma

laika precizēšanai), nekas netika minēts par to, ka būtu jāņem līdzīgi dokumenti, lai tiktu restorānā.”

### Padomi!

- Nemaldiniet ar reklāmām, saskaņojiet kampaņu taktiku ar jūsu resursiem un kapacitāti.
- Ievērojiet precizitāti pasūtījumu pieņemšanā, pakalpojumu sniegšanā un naudas norēķinos.
- Neieklājiet dzeramnaudas rēķinā – ļaujiet vairāk izpausties apmierinātajiem un nesarūgtiniet neapmierinātos klientus vēl vairāk.

## Nepieejami viesmīļi

18.04.2007. Par restorānu Jūrmalā: „Šosvētdien iegājām, apsēdāmies, pusstundas laikā mums nebija ne novākts galds, ne arī pieņemts pasūtījums, kaut arī 3 reizes gājām klāt pie ofi-  
ciantes, kura teica, ka tūlīt pienāksot.”

15.09.2010. Par bāru Rīgā: „Ja mēģini oficiantu „uzķert” ar izmisīgu acu skatienu, tas parasti tiek ignorēts – nezinu, ko meitenes nodomā - es neskatos uz viņām tāpēc, ka viņas man patīk, bet gan tāpēc, ka man no viņām kaut ko vajag.”

## Nevēlēšanās sadarboties, nespēja novērtēt situāciju cilvēciski un formāla attieksme savu radīto noteikumu izpildē

24.05.2009. Par kafejnīcu Rīgā: „Sestdienas pievakarē mēs ar vīru un 10 mēnešus veco dēliņu ieplānojām satikt sen neredzētu draugu un par nelaimi izvēlējamies šo iestādījumu. Tā nu sanāca, ka bērnam pienāca maltītes laiks, un es pa maziem gabaliņiem devu dēliņam līdzpaņemt

banānu. Pēc brītiņa pienāca viesmīle un aizrādīja, ka restorānā nedrīkst lietot savu pārtiku. Kad paskaidroju, ka tas ir mazajam, viņa izteicās, ka tam nav nozīmes. Jābrīnās, ka vispār nelika pamest telpu, jo visu laiku bija sajūta, ka mēs - ģimene ar mazu bērnu ratos esam nevēlami apmeklētāji!”

## Kopsavilkums:

Labas komunikācijas pamatā ir klienta vajadzību izprašana un cilvēciska attieksme to izpildē. Lai precīzi varētu pārdot – ļoti labi jāpārzina savs iespējamais piedāvājums. Tas attiecas uz visiem apkalpošanā iesaistītajiem darbiniekiem. Svarīga ir ne tikai komunikācija, arī taustāmajam piedāvājumam jābūt kvalitatīvam. Komunikācijā ar klientu jāveido dialogs. Lai gūtu pārliecību par klienta apmierinātību, jāsaņem atgriezeniskā saikne par sniegtajiem pakalpojumiem. Būtiski ir radīt kārtību, lai mazākas konflikta situācijas atrisinātu tieši iesaistītais darbinieks, piemēram, atmaksātu naudu par slikti sniegtu pakalpojumu.

### Padomi!

- ✓ Raugieties, lai personāls vienmēr ir pieejams gan tiešajā saskarsmē ar klientiem, gan attālinātajā komunikācijā.
- ✓ Slikta komunikācija tiešā veidā rada nevēlēšanos atstāt dzeramnaudu. Tātad tā nav tikai īpašnieka motivācija paaugstināt apkalpošanas kultūru.

### Padomi!

- ✓ Noteikti reaģējiet uz klientu vajadzībām, kuras viņi uzskata par pašsaprotamām.
- ✓ Ieviesiet principu „Izņēmuma kārtā” – ļaujiet reizēm izmantot to, kas nav domāts ikvienam un pašsaprotamā kārtā.
- ✓ Domājiet par lojalitāti vairākos līmeņos un ilgākam laika posmam sadarbojieties ar klientiem.
- ✓ Strīdīgās situācijās centieties atrast risinājumu uzreiz, neformalizējot to, jo tas var izrādīties izdevīgāk.

### Padomi!

- ✓ Iepazīstiet savu apkārtni un resursus, ko izmanto tūristi – kļūstiet par vietas ekspertu, protiet ieteikt un palīdziet klientiem gūt panākumus.
- ✓ Rekomendējiet un sniedziet padomu savā ekspertīzes sfērā, izpauziet iniciatīvu apmierināt nezināmās vajadzības.
- ✓ Pārziniet konkurentu piedāvājumu, protiet rekomendēt viņus savas aizņemības gadījumā.

Andris Klepers

STARPKULTŪRU  
KOMUNIKĀCIJA





Foto: Rojs Maizītis

## Atrast kopēju valodu

“Atrast kopēju valodu” ir zināmā mērā neprecīzs uzstādījums tūrisma starpkultūru komunikācijā. Vēlme pēc autentiskas kultūras pieredzes un nesteidzīgākas iekļaušanās galamērķa ikdienas norisēs ir pieaugoša. Komunikācijas pamatu veido savstarpējā ārvalstu tūristu un vietējo

Komunikācijas pamatu veido savstarpējā ārvalstu tūristu un vietējo kultūras atšķirību izpratne

kultūras atšķirību izpratne un atzīšana. Kultūras pamatā ir vērtības, saskaņā ar kurām cilvēks interpretē

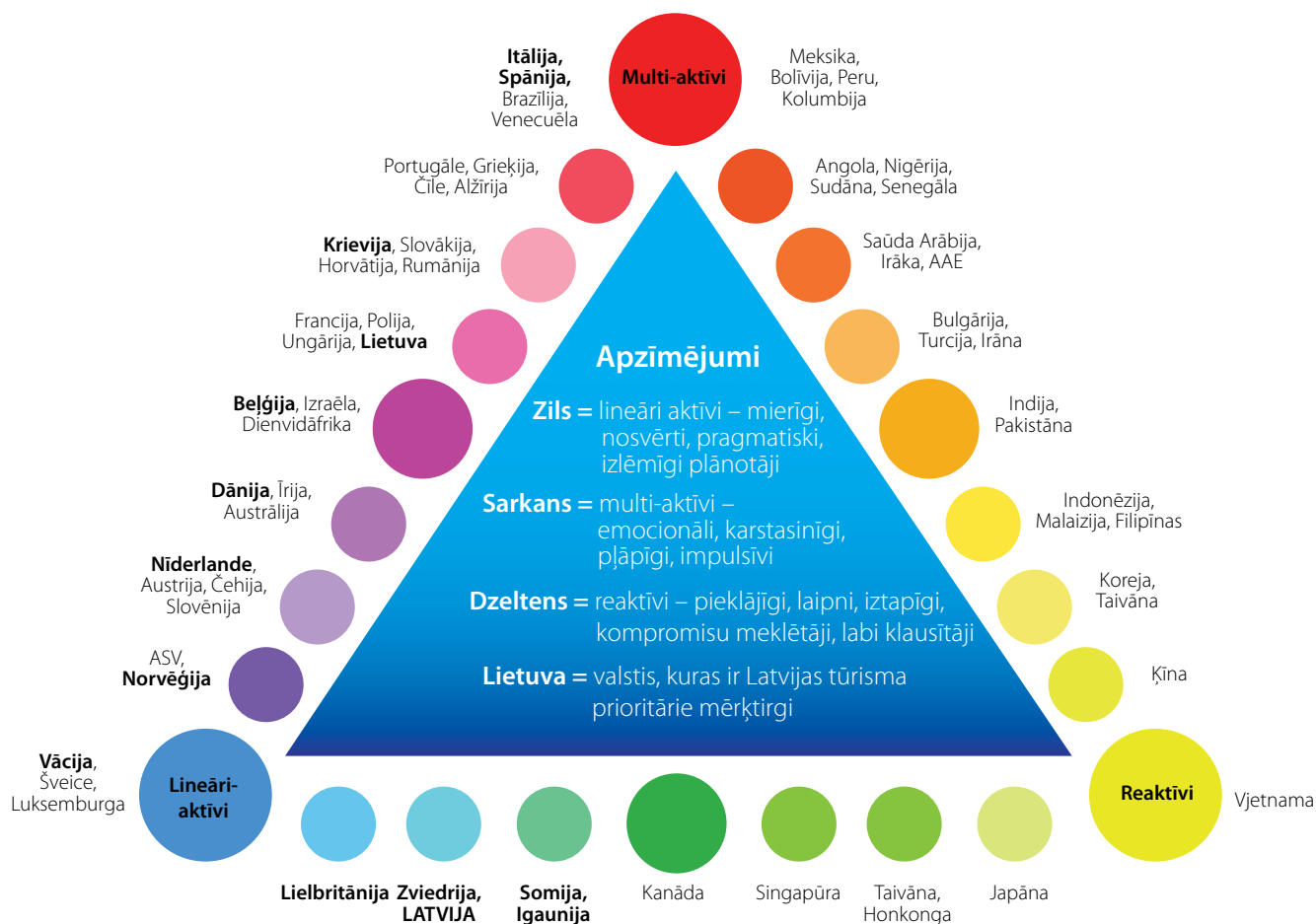
pieredzēto un atbilstoši tam rīkojas. Uzvedībā tas primāri izpaužas ar saziņu – valodu un komunikāciju plašākā nozīmē. Indivīds var piederēt dažādām kultūrām atkarībā no tā, kur viņš ir dzimis, nacionalitātes, ģimenes stāvokļa, vecuma, valodas, seksuālās orientācijas, reliģijas, izglītības, profesijas un arī no tās organizācijas kultūras, kurā konkrētais cilvēks strādā. (19,18)

Kā cilvēki no dažādām kultūrām atšķiras savos priekšstatos par laiku un telpu, kāds ir viņu komunikācijas stils un kādas ir dažādu kultūru vērtības, attieksme un pasaules skatījums – to labāk palīdz izprast Luisa kultūru modelis. 🌿

“-Oficiant, man liekas, ka jums porcijas ir kļuvušas mazākas!  
-Tas ir optiskais apmāns!  
Mēs nedaudz palielinājām restorāna zāli, tāpēc arī porcijas izskatās mazākas.”

**„Vāciešiem un somiem patiesība ir patiesība,  
Lielbritānijā patiesība ir pieļaujama, ja tā nesašūpo  
laivu, bet Itālijā patiesība ir apspriežama.”**

No grāmatas “Kultūru sadursme – kā būt veiksmīgam starp dažādām kultūrām”. (17)



Dažādu kultūras tipu modelis, izceļot valstis, kuras izvēlētas kā prioritāras Latvijas tūrisma mārketinga stratēģijā. (17).

**Kā labāk izprast savu pieeju un gatavību komunicēšanai ar dažādām kultūrām?**

**P**ārbaudi arī savu pieeju starpkultūru komunikācijas kontekstā. Pārlasot tabulā minētos raksturojumus, izvēlies ikreiz no trijiem vienu sev atbilstīgāko.

Tavs tips summēsies no dažādajiem atbildēm. Tas vienlaikus palīdzēs labāk izprast citas kultūras un atšķirīgu tipu cilvēkus.

Lineāri aktīvie	Multiaktīvie	Reaktīvie
Runā pusi no laika	Runā lielāko daļu laika	Lielāko daļu laika klausās
Paļaujas uz pārbaudītu informāciju (statistika, pētījumi)	Pirmkārt i zlēgsies informāciju no cilvēkiem	Informācijai izmanto gan oficiālus datus, gan cilvēku avotus
Plāno uz priekšu, soli pa solim	Plāno tikai lielās līnijās	Ievēro galvenos principus
Pieklājīgs, bet tiešs	Emocionāls	Pieklājīgs un izvairīgs
Daļēji slēpj jūtas	Atklāj jūtas	Slēpj jūtas
Strīdos iesaistās ar loģiku	Strīdos iesaistās emocionāli	Nekad nekonfrontē
Nepatika zaudēt seju	Vienmēr atrodas labi attaisnojumi	Nedrīkst zaudēt seju
Projektu sadala atsevišķās sadaļās	Ļauj vienam projektam ietekmēt citu	Redz visu kopainu
Reti pārtrauc	Bieži pārtrauc	Nepārtrauc
Orientēts uz darbu	Orientēts uz cilvēkiem	Ļoti orientēts uz cilvēkiem
Pieķeras faktiem	Sagroza faktus	Apgalvojumi ir solījumi
Patiesība pirms diplomātijas	Manevrējama patiesība	Diplomātija pār patiesību
Dažkārt nepacietīgs	Nepacietīgs	Pacietīgs
Ierobežota ķermeņa valoda	Izteismīga ķermeņa valoda	Smalka ķermeņa valoda
Respektē oficiālo lēmumu	Cenšas lēmumu interpretēt	Apzinās sevi kā sistēmas sastāvdaļu
Nošķir profesionālo no sociālā	Sociālais un profesionālais pārkļūst	Savieno sociālo ar profesionālo
Vienlaicīgi dara vienu lietu	Daudz-uzdevumu veicējs	Reaģē uz partnera darbībām
Precizitāte ir ļoti svarīga	Precizitāte nav svarīga	Precizitāte svarīga
<b>Kopā:</b>	<b>Kopā:</b>	<b>Kopā:</b>

Trīs kultūru tipi un to raksturojums. (17)

## Ārvalstu tūristu pieredze Latvijā

Lielākā daļa ārvalstu tūristu, kas ierodas Latvijā, ir labi pieredzējuši, un visbiežāk Latvija nav viņu pirmais ārvalstu ceļojums. Vairāki pētījumi rāda kopēju apmierinātību ar šejienes pieredzi, taču atklāj arī iespējas pilnveidei. Neformālas atsauksmes par

ārvalstu ceļotāju pieredzēto arvien pieaug, taču ieteikums arī pašiem pārbaudīt vienu no lielākajiem šādu atsauču apkopotājiem: [Tripadvisor.com](http://Tripadvisor.com). Daži citāti no ārvalstnieku starpkultūru pieredzes Latvijā turpinājumā.

### Padomi!

🌿 Veltiet laiku savu komunikācijas un svešvalodas prasmju pilnveidei. Atrodiet pašmotivāciju un ziniet, ko variet uzlabot. Ja esat vadītājs, rūpējieties par savu darbinieku kvalifikācijas celšanu.





Foto: Aija Krodere

12.09.2010. Sieviete no Sidnejas par muzeju Siguldā: *“Sievietes – pieskatītājas muzejā nerunāja angļiski. Rādās, ka viņu loma tur bija tikai uzpasēt, lai neviens nekam nepieskaras, nevis sniegt jebkādu informāciju.”*

11.11.2009. Vācietis par Valmiermuižas alus darītavu: *„Ekskursija pieejama angļu valodā un, protams, pēc tās seko degustācija! Noteikti nogaršojiet nefiltrēto alu. Alu gatavo no importētiem apiņiem, kas auguši Vācijā un šobrīd ir viens no pieprasītākajiem aliem Latvijā.”*

26.10.2010. Austrieši par Rīgas restorāna apmeklējumu: *“Pēc citu ieteikuma apmeklējām šo restorānu un bijām ļoti apmierināti ar kvalitāti kopumā (apkalpošana gan bija viduvēja, ne teicama). Izvēlējamies arī latviešu raksturīgo virtuvi – ļoti garšīgi. Ēdienkartei latviešu un angļu valodā gan būtu jābūt pieejamai arī vācu valodā.”*

08.09.2010. Šveicietis par pieredzi ar latviešu virtuvi: *“Mēs izvēlējamies nejaušu vietējo restorānu. Latviešu ēdieni ir garšīgi, taču bieži vien pārāk smagi. Mēs tobrīd izbaudījām latviešu kulinārijas tradīciju spožumu, bet žēli grūti nopūlējāmies, lai pieveiktu porcijas.”*

**Padomi!**

🍃 Ikvienam viesim ceļojumā patiks atrast kādu saikni ar savu kultūru, taču tikpat būtiski ir piedāvāt viņam autentisko, vietējo un reģionam raksturīgo. Individualizējiet komunikāciju, piedāvājot savu pakalpojumu, atkarībā no ceļotāju izcelsmes.

**Padomi!**

🍃 Rakstītam vārdam ir nozīme. Dažkārt cilvēki, kam angļu valoda nav dzimtā, labāk lasa tajā, nekā runā. Pamatinformāciju par savu uzņēmumu un piedāvājumu tulkojiet klientu dzimtajā valodā. Tā ir vēl viena konkurētspējas izpausme. Apgūstiet kaut pāris pieklājības vārdus savu klientu valodā, un tas veicinās viņus atbildēt ar to pašu.

**Padomi!**

🍃 Respektējiet viesu kultūru un paradumus, taču iedziļinieties arī savas kultūras tradīcijās un izprotiet tās pamatīgāk. Tas dos pamatu autentiska piedāvājuma veidošanai un veicinās abpusēju izpratni par jautājumu - kāpēc pie mums ir tā, kā nav citur un kāpēc mēs ar to lepojamies. Sava ceļošanas pieredze palīdzēs darboties starpkultūru vidē.

**Kopsavilkums:**

**E**si pacietīgs, pozitīvs un nekautrējies uzdot jautājumus starpkultūru komunikācijas procesā. Ceļojot cilvēki ir atvērtāki arī savā uzvedībā un ne visas savas sabiedrības normas uztver par pašsaprotamām ārpus savas valsts. Ceļošanas pieredze ir autentiska, ja abas iesaistītās puses viena otru pieredz to patiesajā dabā, bez liekas izlikšanās. Vienlaikus ikviens vietējais savā ikdienas saskarsmē ar ārvalstniekiem tieši tāpat veido „tipiskā latvieša” tēlu. Citu kultūru erudīcija bagātinās mūs personiski un veicinās arī pārdošanu.

Par iedvesmu tēmas izziņas avotu meklēšanā pateicos Vidzemes Augstskolas rektorei Dr.hist. Vijai Daukštei, docentei Dr.phil. Beatai Paškevicai un maģistrantūras studentei Agnesei Ķieģelei.

**Andris Klepers**

## Izmantotā literatūra

1. Изард К. Э. (1999). Психология эмоций. - Издательство Питер, 464 с.
2. Žvals R. (2006). Viesmīlības pamati.- R.: Biznesa augstskola Turība, 195 lpp.
3. Буяр Сергей [<http://www.prohotel.ru/articles-139301/0/>]
4. Балашова Е. (2005). Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса.- М.: Вершина, 176 с.
5. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. (2001). Менеджмент гостиниц и ресторанов.- Мн.: Новое знание, 216 с.
6. Hall D., Roberts L. (2001). Rural tourism: Principles and practice. – London: CABI Publishing
7. Klepers A. (2009). Maršruta dramaturģija. Grām.: A.Klepers, J.Kalnačs (red.) Tūrisma maršrutu veidošana. - Valmiera, Vidzemes Augstskola, 46.– 48.lpp.
8. Torkildsen G. (2005). Leisure and recreation management. New York, USA: Routledge.
9. Anholt, S. (2007). Latvija: konkurētspējīgas identitātes meklējumos. Latvijas Institūts, Rīga, 5. lpp.
10. FutureBrand Country Brand Index 2008.
11. FutureBrand Country Brand Index 2007.
12. FutureBrand Country Brand Index 2006.
13. Maldives Tourism Promotion Board. (2010). Spa and wellness. <http://www.visitmaldives.com/en/things-to-do/spa-and-wellness>. Resurss apskatīts 2010.gada 20.oktobrī.
14. Ozoliņa Nucho A., Vidnere M. (2004). Stress: tā pārvarēšana un profilakse. Bizensa Partneri, Rīga, 52. – 60., 140. – 160. lpp.
15. Khalsa, M. & Illig, R. (2008). Let's Get Real Or Let's Not Play: Transforming the Buyer/Seller Relationship. Salt Lake City: Portfolio
16. Sudzibas.lv. (2010). Sūdības meklētājā pēc raksturvārdiem „restorāns” & „viesnīca”. Resurss skatīts 18.10.2010. no: <http://www.sudzibas.lv>
17. Lewis, R.D. (2000). When cultures collide: managing successfully across cultures. London: Nicholas Brealey Publishing.
18. Moulis Dž. (2003). Biznesa kultūra un etiķete Eiropas valstīs, Rīga, Jāņa Rozes apgāds, 20. lpp, 100.-103. lpp.
19. Rubīns, G. (2010). Sadarbības veidošana. Stokholma: LIAA. Pieejams: [http://www.liaa.gov.lv/uploaded\\_files/G.%20Rub%C4%ABns.%20Sadarb%C4%ABbas%20veido%C5%A1ana.pdf](http://www.liaa.gov.lv/uploaded_files/G.%20Rub%C4%ABns.%20Sadarb%C4%ABbas%20veido%C5%A1ana.pdf)
20. Tripadvisor.com. (2010). Ceļotāju atsauksmju sadaļa par Latviju. Pieejams: <http://www.tripadvisor.de/Tourism-g274960-Latvia-Vacations.html>



Tūrisma attīstības valsts aģentūra  
Brīvības iela 55, Rīga, LV-1519  
Tālrunis: 67229945  
E-pasts: [tda@latvia.travel](mailto:tda@latvia.travel)  
[www.latvia.travel](http://www.latvia.travel)  
[www.tava.gov.lv](http://www.tava.gov.lv)

