

EEZ/NO FI projekta Nr. LV0052 "Ilgtspējīga dabas resursu izmantošana un apsaimniekošana *Natura 2000* teritorijās – populāros un potenciālos tūrisma galamērķos"

**Pieredzes apmaiņas brauciens uz Norvēģiju dabas un tūrisma speciālistiem un tūrisma uzņēmējiem
28.06.-05.07.2009.**

PROTOKOLS

Protokolā iekļauts pieredzes apmaiņas brauciena speciālistu prezentāciju kopsavilkumi:

- 1) 29.06. *Kinekulle* dabas rezervāts. Vietējā uzņēmēja **Eva Maria Friberg** un biosfēras rezervāta vietējā koordinatore **Johanna Mac Taggart**.
- 2) 01.07. *Jostedalsbreen* nacionālais parks. Reindžere **Anne Rudsengen** un parka apmeklētāju centra vadītājs **Mr. Peder Kjærviik**.
- 3) 02.07. *Jostedalsbreen* nacionālais parks. Nacionālā parka direktors **Mr. Tom Dybwad**.
- 4) 03.07. Ekotūrisma mītne „Kolarbyn”. Īpašnieks **Marcus Eldh** un **David Eldh**.

Kinekulle dabas rezervāts, Zviedrija



Johanna Mac Taggart. Kinekulles apkārtnē – biosfēras rezervāta kandidāts.

J. Mac Taggart - biosfēras rezervāta vietējais koordinators, kā ir arī nacionālais MAB koordinators Zviedrijā. Ekologs no Amerikas. Strādā teritorijā, kas ir kandidāts, lai kļūtu par biosfēras rezervātu, bet vēl nav ieguvis šo statusu.

- **MAB** - *The Man and the Biosphere Programme*. MAB ir viena no UNESCO pētniecības programmām, kas aizsākās 1970-o gadu sākumā. Tās mērķis Zemes bioloģiskā daudzveidības samazināšanās ekoloģisko, sociālo un ekonomisko iemeslu noskaidrošana, kā arī bioloģiskās daudzveidības zaudējumu samazināšana. Lai pētītu tiek noteiktas ģeogrāfiskās teritorijas, kur veikt izpēti, kā arī tiek izglītoti iedzīvotāji, dzīvot un strādāt, ražot mazāk kaitīgi videi, lai nodrošinātu ilgtspējību.
- Zviedrijā pirmais biosfēras rezervāts izveidots Ziemeļos Abisko 1986. gadā – *Lake Torneträsk*. Tā ir izpēti teritorija, kur pārsvarā pēta klimata izmaiņas.
- MAB - UNESCO līdzeklis, ko izmanto, lai globāli apzinātos problēmas, kas liedz cilvēcei dzīvot un attīstīties ilgtspējīgi. Uzdevumi:
 - Samazināt bioloģiskās daudzveidības samazināšanos;

- Uzlabot apkārtni un vidi atbilstoši cilvēces prasībām;
 - Uzlabot vides ilgtspējības sociālos, ekonomiskos un kulturālos nosacījumus;
 - Sasniegt vides ilgtspējības Tūkstošgades attīstības mērķus (*Millennium Development Goals*).
- *World Wide Network* šā gada maijā apstiprināja 23 jaunus biosfēras rezervātus. Pasaulē kopā ir 553 rezervāti 107 valstīs. Kinekulles apkārtnē vēlas būt viena no pasaules tīkla sastāvdaļām, tas ļautu pārņemt zināšanas, kā arī pašiem dalīties ar zināšanām.
 - Lai kļūtu par biosfēras rezervātu, nacionālai valdībai jānominē teritorija un UNESCO jāapstiprina. Kinekulles apkārtnē šā gada maijā valdība nominēja. Cer šā gada novembrī, februārī saņemt akceptu no UNESCO.
 - MAB programmas mērķis: saglabāt un ilgtspējīgi izmatot biosfēras resursus un uzlabot cilvēces un dabas saskarsmi globālā un vietējā līmenī.
 - Teritorijai, kas ietverta biosfēras rezervātā jāpilda trīs funkcijas:
 - Bioloģiskās daudzveidības saglabāšana (ģenētiskās mutācijas, sugas, ekosistēmas, ainavas);
 - Attīstība: ekonomikas un cilvēces attīstība, kas ir sociāli un kulturāli un ekoloģiski ilgtspējīga;
 - Atbalsts pētījumiem, izglītībai, monitoringam u.c.

Unikalitāte ir tā, ka visas trīs funkcijas izpilda simbiozē un nefokusējas tikai uz saglabāšanu.

- Zviedrijā: 6 biosfēras rezervāti, no tiem 2 aptiprināti un 4 biosfēras kandidāti Zviedrijā.
- Kinekulle apkārtnē – šeit atrodas viens no lielākajiem Zviedrijas ezeriem ar 22 salām. Rezervāta teritorijai iekļautu 278 tūkst. ha apgabals, tajā dzīvo ~ 70 tūkst. iedzīvotāju, vasarā gan šis skaits krietni palielinās; teritorijā atrodas divas lielākas pilsētas- *Mariestad* un *Lidköping*.
- Lai kļūtu par biosfēras rezervātu visi strādā kopā (vides aizsardzības institūcijas, uzņēmēji, iedzīvotāji, pašvaldības) un nosprauž vienu mērķi un iet vienā virzienā. Veidojot biosfēras rezervātu koncentrējas ne tikai uz dabas aizsardzību, bet arī uz ekonomisko labuma gūšanu, kā iegūt vairāk ienākumus, izmantojot vietējos resursus – laukus, mežus, zivis, utt. – veido takas, utt.
- Biosfēras rezervāta statuss piedāvā alternatīvas un veicina izpratni par vietējas ainavas vērtībām, paaugstina teritorijas konkurētspēju. Iesaistot brīvprātīgos novērotājus tiek saglabāta ainava un dabas vērtības. Paaugstina iedzīvotāju zināšanas, stiprina vietējo uzņēmējdarbību.
- Par ekotūrisma projektu „Ilgtspējīga infrastruktūra ekotūrismam”:
 - Projekts sākās 2006. gadā;
 - Tas ir ne tikai par takām, velomaršrutiem, kartēm, bet par mārketingu un reklāmu;
 - Galvenais motīvs – palielināt tūrisma plūsmu teritorijā;
 - Strādā kopā ar iedzīvotājiem, analizējot situāciju konstatēja, ka trūkst naktsmītnes, vietas, kur iznomāt velosipēdu, infrastruktūra utt. Rakstīja ar iedzīvotājiem kopā darbības plānu (*Action plan*). Darbības plāna realizācijai piešķirts 60 tūkst. eiro;
 - Projektā iesaistītas trīs dažādas pašvaldības;
 - Maršruti, takas tiek veidotas pārsvarā pa privātām zemēm. Key faktors – darbs ar privātpašniekiem. Veidojot takas tiek risināts arī jautājums par apdrošināšanu., piem., gadījumos, ja izceļas ugunsgrēki. Šis jautājums par postījumu segšanu tiek risināts.
 - Skandināvijas valstīs ir pazīstams tāds likums „*All men's rights*”, kas jebkuram cilvēkam ļauj brīvi pārvietoties pa jebkuru teritoriju.

Jautājumi:

- 1) Kāpēc privātīpašnieki ir ieinteresēti veidot takas? Tas attīsta teritoriju, tūristi, kas staigā par takām ienes ienākumus uzņēmējiem, ēdot, nakšņojot utt. teritorijā.
- 2) Kas uztur takas? Ar projektiem veido un uztur takas. Projektu īsteno NVO, asociācijas. Takas uzturēšana jautājums jārīcina, jo loģiski, ka tās nolietojas. Daudz taku, ko uztur publiskās institūcijas ir izveidotas rezervātos, nacionālos parkos. Pašvaldību līmenī tiek veidotas izziņas takas pie skolām, kas kalpo arī kā laba veselības programma. Nav vienotu risinājumu, kas uztur un apsaimnieko takas, tas atkarīgs no katra gadījuma un katram tam tiek meklēts un atrasts risinājums.
- 3) Kā Jūs atbalstāt vietējos uzņēmumus? Dara dažādas lietas. Sastāda vienas dienas ceļojumam priekšlikumus maršrutiem, iekļaujot vietējā tūrisma uzņēmēju informāciju par ēdināšanas vietām, naktsmītnēm, muzejiem un citiem apskates objektiem. Un tad vietējie uzņēmumi var izmantot un piedāvāt šos maršrutus. Reklamē teritoriju kā labu ekotūrisma vietu - ideja, ka katram ceļotājam tā noteikti ir jāapskata. Uzlabo infrastruktūru.
- 4) Kas vairāk – vietējie vai starptautiskie tūristi? Par tūristiem – projektā 3 dažāda līmeņa mārketinga aktivitātes paredzētas: lokāla, reģionālā un starptautiska. Finansējumu gan piesaistīja (~ 90 %) pārsvarā starptautiska līmeņa aktivitātēs.
- 5) Kas veic tūristu piesaistes mārketinga aktivitātes teritorijā? Dažādi, bet patiesībā šobrīd nevaram runāt, ka biosfēras rezervāts veic mārketinga aktivitātes, jo šobrīd teritorijai nav vēl šis statuss. Bet šeit ir pašvaldības uzņēmumi, kur 50 % akciju pieder pašvaldībai, kas veic mārketingu – šajā teritorijā 2 tādi uzņēmumi. Vēl plašākas teritorijas mārketinga pasākumus nodrošina *West Swedish Tourist Board*. Starp dažādām pašvaldībām notiek arī sadarbība, komunikācija par vienotu pieeju mārketingam.
- 6) Kā ar vietējo iedzīvotāju attieksmi pret rezervātiem, vai viņi to uztver kā ierobežojumus tieši ekonomisko aktivitāšu veikšanai? Zviedrija ir unikāla, biosfēras rezervātus veido teritorijās, kurām jau ir kāds statuss, piemēram, nacionālais parks, aizsargājama teritorija, rezervāts. Un šajās teritorijās jau cilvēki dzīvo un strādā. Protams, ir buferzonas, ir arī rezervāti, kur ir ierobežojumi. Runā ar vietējiem iedzīvotājiem un stāsta ne tikai par aizliegumiem, bet rāda arī statusa priekšrocības un iespējas. Šeit attīstās ne tikai tūrisms, bet tiek strādāts arī izglītības, pētījumu un zinātnes jomā. Cilvēki vēlas dzīvot, kur ir darbs. Un šeit ir skaista vieta, kur dzīvot. Tiek domāts arī par cilvēku sociālo vajadzību apmierināšanu.
- 7) Kas finansē projektu? Ekotūrisma projektu finansē ES fondi, pašvaldības, arī valdība, ar līdzfinansējumu piedalās autobusu un vilcienu kompānija. Kļūšanu par biosfēras rezervātu finansē trīs pašvaldības un *Environment protection board*.

• Iegūtā pieredze, secinājumi:

- Iesaistīt galvenos spēlētājus, cik ātri vien var, projekta sākumā, pat pie projekta plānošanas.
- Teritorijā ir dažādas intereses, vieglāk strādāt, ja tiek izmantota biosfēras rezervāta metode.
- Pamats ir informācija, tā ir svarīga.
- Entuziasti var būt gan stiprā, gan vājā vieta. Cilvēki sadeg, ja par daudz strādā kā brīvprātīgie.
- Sadarbība risina lietas, kas šķiet neiespējamas. Ir jāsadarbojas.

Tabulā viena biosfēras rezervāta dati Eiropā, kas izveidots 2002. gadā.

Gads	Mājas lapas apmeklētāju skaits	Pārdotās maltītes (aptuveni)	Nakšņošana (aptuveni)
2001	12 210	7500	Nav dati

2002	25 054	29 000	10 000
2003	50 032	50 000	22 000
2004	71 102	49 000	20 000
2005	104 533	74 000	30 000

Dati apkopoti sadarbībā ar uzņēmumiem. Maltīšu skaitā iekļautas pusdienas un vakariņas.

Jautājums:

- 1) Par tūristu pieprasījumu pēc ekoloģiskiem produktiem. Arvien lielāka interese par tiem. Tūristi pieprasa ne tikai ekoloģiskus, bet tieši reģionā ražotus produktus. Ekoloģiskais produkts ir dārgāks. Bet dažiem tādas pašas cenas kā neekoloģiskiem produktiem, kā piem., tomātiem. Pastāv daudz noteikumu ekoloģiskai produktu ražošanai, audzēšanai (tas liedz saražot, apmierināt pieprasījumu) – tādēļ iepērk ekoloģiskos produktus no citām valstīm (Francijas, Vācijas, Lielbritānijas). Tūristu zināšanas arī par ekoloģisko produktu tagad ir augstākas nekā pirms 10 gadiem.



Eva Maria Friberg, vietējā uzņēmēja

Pieder ceļojuma aģentūra. Viram pieder lauku saimniecība. Uzņēmumu izveidoja strādājot no mājām. Sāka ar lauksaimniecības tūru organizēšanu uz esošo lauksaimniecības saimniecību bāzes, kad ārvalstnieki sāka braukt skatīties, kā strādā Zviedrijas lauksaimnieki. Kādus 4-5 gadus bija gids, jo par šo teritoriju tika uzrakstīta grāmata, kas kļuva populāra un kā rezultātā uz teritoriju sāka braukt tūkstošiem tūristu. Vēlāk sāka strādāt ar mazo tūrisma biznesu – mazajām naktsmītnēm, kafejnīcām utt. – tūru organizēšanu. Ir arī valdē reģionālā lauksaimnieku organizācijā – nodarbojas ar projektiem.

- Veido tūres, piedāvājot vietējos ražojumus, izmitinot, paēdinot, piedāvājot laivu nomu tūristiem izmantojot vietējos resursus. Kā arī iedrošina cilvēkus piedāvāt pakalpojumus tūristam.
- Teritorijā daudz nodarbojas ar rokdarbiem, kam patiešām ir augsta kvalitāte.
- 12 viduslaiku baznīcas. Viens no lielākajiem resursiem teritorijā, iecienīts apskates objekts tūristu vidū.
- 30 000 iedzīvotāji pašvaldībā
- Piedāvā viduslaiku tūres un tūres dabā.
- Problēma – mums nav pietiekami daudz cilvēku un arī tūristu.
- *Sommerland*- 50 000 apmeklētāju gadā, pārpildīts ar cilvēkiem. Populārs objekts Zviedrijā.

- Bet blakus lielajiem, apmeklētajiem objektiem nepieciešamas aktivitātes laukos. Mazos uzņēmumus. Svarīgi, ka lielle ar mazajiem sadarbojas. Svarīgi, ka šeit nepiedāvā tikai vienu aktivitāti – ka piedāvā vairākas. Ja viens uzņēmums piedāvā zirgu izjādes, tad nevar teritorijai piesaistīt lielu tūristu skaitu. Mazajiem jāsaprot, ka lielle, atraktīvākie objekti piesaistīs lielāko tūristu daudzumu un ka tie ir nepieciešami, lai tūrists vispār atbrauktu uz teritoriju.
- Tikai ar dabu nevar piesaistīt daudz tūristus – visur pasaulē ir skaista daba, ir jāatrod kaut kas unikāls.
- Pagājušo gadu sāka veidot viduslaiku ciematu (pasauli), šogad turpina. Ciemata ideja balstīta uz iepriekš pieminēto grāmatu. Tūkstošiem apmeklētāju piesaistīja. Uzņēma filmu par to – viena no lielākajām filmām Zviedrijā. Pašvaldība nopirka mājas, tērpus, un tas viss tika izmantots filmas uzņemšanā. Tagad notiek turnīri ar zirgiem utt. Cer, ka šis būs 3. objekts, kas piesaista tūristus teritorijā.
- Secinājums. *Kinekulle* ir moderns, tūristiem domāts, komercializēts biosfēras rezervāts.
- Mums ir daudz mazo aktivitāšu, mazie uzņēmumi, bet tas nav pietiekami. Ir grūti izdarīt visu 100% perfekti, bet cenšas, jo katra tūre ir savādāka.
 - Dažādas organizācijas, uzņēmumi kopā risinot atrod dažādus risinājumus.
 - Takas veido kopā, pa takām jā, staigā, ziemā slēpo.
 - Par ēdināšanas uzņēmumiem. Šeit ir liela problēma, ja ir pašvaldība, kas uzrauga – katrai savi noteikumi. Noteikumi ļoti strikti, kas rada problēmas. Un tad ir jāveido dialogs starp kontrolētāju un uzņēmumiem. Sadarbība un komunikācijas ir svarīga.
 - ES regulācijas, kas paredzētas, lai ieviestu vienāda prasības Eiropā, bet vietējie cilvēki tos strikti pielāgo, interpretē.

Jautājumi:

- 1) Viņa pārstāv kompāniju un sevi piedāvā kā speciālistu teritorijā, zinātāju. Tūroperatoru kompānija. Viņi strādā tikai ar grupām. Viņi strādā ar vietējiem uzņēmējiem. Viņi cenšas pārdot kvalitatīvus pakalpojumus. Tieši parāda, kas ir zviedru. Par unikālo un kvalitāti tūristi ir gatavi maksāt.
- 2) Par kvalitāti – hoteliem un kempingiem ir sertifikācija. Grūti definēt, kas ir kvalitāte. Grūti runāt par kvalitāti ugunsкура, atpūtas vietās, takās.
- 3) Kas ir jūsu produkts? Mums ir trīs stūrakmeņi piedāvājumam: aktivitātes – ēdiens – apskates objekti. Mērķauditorija grupas: autobusu tūres, uzņēmumi un organizācijas Pārdot produktu, servisu, pārdod pieredzi, zināšanas; nepārdot vietu, piem., baznīcas apskati. Lauksaimniecības tūrisms tiek pārdots galvenokārt ārvalstu tūristiem.
- 4) Kas ir sezona? – maijs, jūnijs un augusts, septembris. Jūlijā nebrauc, jo kompānijas ir atvaļinājumā.
- 5) Ko dara ziemā? Mēģina piedāvāt viduslaiku baznīcas ar Ziemassvētku dziesmām un mielastu - tās ir aktivitātes telpās.
- 6) Cik daudz darbinieku strādā uzņēmumā? - trīs darbinieki.
- 7) Kā krīze ietekmē tūrisma plūsmu? Vietējie tūristi ir vairāk, ne dēļ krīzes, bet gan Zviedru kronas kursa pret Euro, tas gada laikā kļuvis neizdevīgs.
- 8) Vai ir doma par jauniem produktiem? Mums vienmēr ir jaunas idejas. Filmu sūta TV, Zviedrijā ir populāras vēsturiskās filmas. Plāno vēsturisko ēdienu tūres piedāvāt – viduslaiku, 16.gs. ēdiena.

Pats galvenais klausīties pircējus un piedāvāt to, ko viņš vēlas.

Jostedalsbreen nacionālais parks. Norvēģija.

Mr. Peder Kjærвик, apmeklētāju centra vadītājs

- Parkam kopā ir trīs apmeklētāju centri. Pjērs pārvalda šo apmeklētāju centru. Apmeklētāju centrs ir uz peļņu vērsts (biznesu) uzņēmums. Ir neliels finansējums no valsts aptuveni ~ 15% no kopējā finansējuma – parka prezentācijām, izstādēm, bet pārējais pašu finansējums. Centram ir līgums ar Vides ministriju par to, kas jādara un kā jādara. Pats centrs fokusējas uz aktivitāšu veikšanu NP, kā arī apkārtņē. Un tas ir privāts uzņēmums.
- Apkārtņē 2 nacionālie parki: *Breheimen* NP un *Jostedalsbreen* NP. Ieleja nav nacionālais parks. *The Sognefjell Road* ir visainaviskākais ceļš Norvēģijā.
- Vairāki tūrisma uzņēmēji darbojas teritorijā un uz ledāja. Visi sadarbojas un domā par vienotu mārketingu, vienotu „seju” ielejai.
- Ielejā darbojas:
 - 1) Lielākais uzņēmums, kas piedāvā gidu pakalpojumus uz ledus šeit, arī Norvēģijā darbojas kopš 1997. gada. Strādā sezonā 25 – 30 gidu.
 - 2) Otrs lielākais uzņēmums, kas atrodas šeit atrodas ielejā nepiedāvā nevienu aktivitāti ielejā, tas piedāvā tūres uz Lofotu salām, uz Šamonī u.c.
 - 3) *Fimbul* specializējas uz ziemas aktivitātēm - kāpšana un *downhills*, apmāca par lavīnām utt.
 - 4) *Raudskar* sāka darboties 3 gadus atpakaļ, piedāvā zirgu jāšanu.
 - 5) Par apmeklētāju centru:
 - Ir muzejs.
 - Šeit centrā veic visu rezervēšanu kompānijām, kas nodrošina aktivitātes. Efektīvi – viss papīru darbs šeit. Gidi var veltīt visu laiku grupas drošībai un labsajūtai.
 - Katru dienu notiek tūres uz ledāju.
 - Ir autobusu satiksme ar ledāju. Vienīgais sabiedriskais transports ielejā, jo cilvēki pārsvarā brauc ar personīgo auto.
 - Centram ir oficiāls atzinums, apstiprinājums no valsts – un tā ir kvalitātes zīme. Oficiāla atzinums ir svarīgs arī pašiem, ir ar ko lepoties.
 - 6) *Jostedal* hotelis - 21 istaba, 42 gultas, 1 apartaments. Pārsvarā paredzēts individuāliem ceļotājiem, grupām par mazu.
- Par *Lusterfjord* reģionu: fjordi, ledāji, kalni, ciemi, NP, atklāsme, aktivitātes – viss ar ko Norvēģija saistās. Grib piesaistīt vairāk tūristus, bet tad aktuāls kļūst jautājums, cik daudz vairāk, lai apmeklētāju plūsma nebojātu vidi, tās vērtības.

Jautājumi:

- 1) Cik daudz darbinieku strādā centrā: pilnā laikā visu gadu 1 darbinieks, no 1. maija līdz 1. oktobrim 10-30 darbinieki.

- 2) Vai valsts finansējums ir noteikts, fiksēts? 15 % no valsts, tas nav noteikts, atbilstoši pasākumiem, bet to var izlietot ekspozīcijai, prezentācijām, bet nevar izmantot suvenīriem, kafejnīcai.
- 3) Cik kompānijas maksā par rezervēšanu? Maza komisijas maksa; gidu kompānijas maksā centram 2% no apgrozījuma.
- 4) Cik daudz apmeklētāju? Apmeklētāji ~ 50000 uz ledāju, 30 000 citur apkārtnē.
- 5) Kāda ir nacionālā parka kapacitāte? Nav bijušas problēmas videi no apmeklētāju daudzuma. Uzņemšanas kapacitāte ir daudz lielāka.
- 6) Kas ir cilvēki, kas šeit strādā, vai tie ir cilvēki, kas šeit dzīvo? Apmeklētāju centrā tie pārsvarā ir studenti. Gidi kompānijās strādā no visas pasaules.
- 7) Kā izvēlas gidus no citām valstīm? Tie ir sertificēti kalnu, kanoe gidu. Šeit viņi strādā vasarā, bet ziemas sezonā strādā kādā slēpošanas kūrortā.
- 8) Vai šeit ziemā piedāvā slēpošanu? Slēpošanu šeit ieļejā nepiedāvā, bet apkārtnē ir piedāvājums.
- 9) Vai cilvēki var pārvietoties bez gidiem? Jā. Aizvien vairāk cilvēkiem patīk pašiem uzkāpt un nobraukt. Izveidotās takas palīdz virzīt apmeklētāju plūsmu pareizā virzienā.



Anne Rudsengen, nacionālā parka reindžere

- Norvēģijai nav sena pieredze, kā veidot, organizēt nacionālos parkus.
- Informācija par Norvēģijas dabas teritoriju pārvaldības sistēmu:
 - 1) Valsts;
 - 2) Reģionālās pašvaldības (*county*)– gatavo plānus;
 - 3) *Norwegian Nature Inspectorate* - inspektorāts. Tajā strādā 80 cilvēki pa visu valsti. Tajā iekļaujas menedžments, uzturēšana, monitorings, pārbaudes. Galvenais birojs atrodas Trondheimā. Anne pārstāv šo līmeni. Viņi ir trīs darbinieki šajā teritorijā.
 - 4) Apmeklētāju centri;
 - 5) 31 nacionālie parki Norvēģijā;
 - 6) Vietējās pašvaldības (vairāk kā 400);
- *County „SognoFjordane“*:
 - Atrodas 2 NP (*Jotunheimen un Jostedalsbreen*) un jo, drīz būs 3; 5 ainavas aizsardzības zonas un liels skaits dabas rezervātu;
 - Teritorijā atrodas 3 apmeklētāju centri, tajā skaitā viens *Jostedalsbreen* NP;

- Strādā 1-2 cilvēki, kuri risina plānošanas, apsaimniekošanas jautājumus NP un ainavu aizsardzības zonā.
- Norvēģijas politika, ka vietējam līmenim aktīvi jāiesaistās dabas aizsardzībā un lēmumi jāpieņem pēc iespējams zemākā līmenī. Šeit konkrēti tā ir *Luster* pašvaldība.
- Nacionālais parka platība ir 1 003 km², puse ir klāta ar ledāju.
- Norvēģijā ir plēsēji - vilki, lāči, lūši, āmrijas, uz to aizsardzību neattiecas ES regulācijas.
- Tinis, āmrija - plēsējs, kas nogalina aitas – ir noteikts daudzums, cik drīkst būt. Tas nav noteikts cik NP, vai citur. Faktam, ka tas NP nav nozīmes. Lauksaimniecība un aitkopība ir prioritāte – palīdz veidot un saglabāt ainavu. Valsts nedaudz finansē aitkopību, govkopību, maksā par katru dzīvnieku NP. Ir vasaras fermas, daudzas no tām NP. Protams, ir ierobežojumi, tās piem., nevar taisīt lielākas, bet tās drīkst atjaunot, uzturēt.
- Apsaimniekošanas plānā noteiktas 3 dažādu pakāpju ierobežojumu teritorijas, piem., pierobežās tiek veidotas takas, piedāvātas aktivitātes, bet ir teritorijas, kuras apmeklētāji nedrīkst apmeklēt.
- Tā kā administrācijā strādā maz cilvēku, viņiem jāsadarbojas ar citiem, arī atjaunojot takas. Takas jāatjauno katru gadu pēc sniega kušanas. Dažreiz atjauno par parka (valsts) naudu., bet var būt arī cits finansējums iespējams. Valsts zina, ka NP uzturēšana prasa lielus ieguldījumus.
- *Skalatarne* (1848) – kalnu mājiņa. Projekta ietvaros uztaisīta taka. Konkrēto taku veidoja ar mašīnām, par ko tika kritizēti, bet rezultāts bija tā vērts. Lai taisītu takas jābūt saskaņojumiem. Ir likumi, noteikumi par to, kas atļauts un kas nē. Nekas jauns nav atļauts (ceļi, mājas), bet tas, kas bijis to var uzturēt. Ja grib būvēt māju, tad drīkst tikai ārpus NP teritorijas. Nav dzīvojamo māju NP, tādēļ norvēģi parkus sauc par *wilderness* NP.

Jautājumi:

- 1) Vai NP tiek veikts apmeklētāju monitorings? Jā, tiek monitorēta jaunā taka. To dara, lai pateiktu atbildīgajiem, ka šeit iet apmeklētāji un ir nepieciešami jauni ceļi. Monitorē gan vides, gan ekonomiskās labuma dēļ. Takas ir veids, lai organizētu apmeklētājus. Tieši šajā ielejā (*Jostedalbreen*) apmeklētāju skaitītājs nav. Viena skaitītāja tehniskais risinājums ir pastkastīte uz tiltiņa. Datu nolasīšanu un skaitītāja apkopi veic cilvēks ar ko noslēgts līgums. Norvēģijas NP bija centralizēts iepirkums par skaitītāju iegādi. Šeit uzstādīts franču kompānijas skaitītājs, kas darbojas uz ķermeņu siltumu. Dati nav 100% precīzi, jo no ielejas dažreiz iznāk vairāk nekā iegājuši.
- 2) Kas veic parka zinātnisko darbu? Parka administrācijā nav zinātnieku. Ir valstī konkrētas programmas dažādu sugu pētniecībai. Un ar pētniecību nodarbojas universitātes.
- 3) Kāda ir vietējo attieksme pret NP. NP izglīto iedzīvotājus. Katram NP savi noteikumi. Par teritorijām, kur nedrīkst, vairs nedrīkstēs iet publicē laikrakstos. Vietējie to zina un respektē.
- 4) Par kādiem līdzekļiem uztur infrastruktūru. Katru gadu piesaista naudas parka infrastruktūras uzturēšanai projektu veidā.



Mr. Tom Dybwad, NP direktors

- Nacionālo parku un citu aizsargājamo teritoriju menedžments:
 - *Jostedalsbreen* NP;
 - *Nærøygffjorden* PL;
 - *Breheimen* NP.
- Norvēģijā ir 90 reģionālās pašvaldības un katrā ir vides departaments. Administrācijai ir tiešs kontakts ar vietējām pašvaldībām, šeit tieši ar *Luster* pašvaldību. Šajā fjordā atrodas 26 pašvaldības.
- Uzdevumi reģiona pašvaldībai (*County*):
 - leviest nacionālo vides politiku,
 - leviest Vides ministrijas (*Ministry of Environment*), Norvēģijas kontroles institūcijas (*the Norwegian Control Authority*) un Dabas pārvaldības direktorāta (*Directorate for Nature Management*) noteiktos uzdevumus,
 - Informēt un konsultēt pašvaldības.
- Likumdošana Vides ministrijas kompetence. Ir izdoti sekojoši saistītie likumi:
 - Dabas aizsardzības likums (*The nature conservation act*) – ar 1. jūliju tiks veikti būtiski grozījumi;
 - Kultūras mantojuma saglabāšanas likums (reģiona pašvaldības atbildība);
 - Likums par savvaļas dzīvniekiem;
 - Piesārņojuma kontroles likums;
 - Plānošanas un būvniecības likums (visām teritorijām, ne tikai aizsargājamām);
 - U.c.
- NP izveidošanas process Norvēģijā ir bijis garš. Tas 1986. Gadā sācies ar vietējo iedzīvotāju masu protestiem.
- Lauksaimniecība ir ļoti svarīga ainavai un ir ļoti grūti to saglabāt.
- Parka administratīvā struktūra, kas nodrošina parka uzturēšanu ir ļoti atšķirīga no pārējās Eiropas valstu prakses. Daudz iesaistītu institūciju, jo parkam kā tādām nav liela administrācija.
- Tā *World Norwegian Fjords (Geirangerfjorden and Nærøygffjorden)* apsaimniekošanās iesaistīta *World Heritage Board*, tajā iekļautas 6 vietējās pašvaldības, 2 reģionālās pašvaldības, 2 direktorāti.
- *Nærøygffjorden* pārvalda:
 - 2 reģionālās pašvaldības;

- 4 vietējās pašvaldības;
 - Dabas inspektorāts (reindžeru serviss: informācija, uzturēšana, monitorings, pašvaldības uzraudzība);
 - Kalnu komiteja ;
 - Fonds (vietējās ekonomikas veicināšana, uzturēšana);
 - Konsultatīvā padome ar valdes piedalīšanos (1-2 reizes gadā);
 - 200 zemes īpašnieki.
- Apsaimniekošanas valdē ietilpst (*Jostedalsbreen* NP):
 - Reģionālā pašvaldība – 0,5 personas;
 - Valsts dabas inspektorāts – 1 persona;
 - Vietējā pašvaldība – 0,5 persona;
 - Konsultatīvā padome;
 - 300 fermeri un daži brīvprātīgie NVO pārstāvji.
 - Ir jāsadarbojas visos līmeņos, lai būtu rezultāts un tas būtu pozitīvs!!! Atbildīgās institūcijas nevar darīt, ko grib, neatkarīgi, nesadarbojoties ar cilvēkiem.
 - Apsaimniekošanas (*management*) plāns – 80 lapu dokuments, vadlīnijas no 1994. gada, nepieciešams jauns dokuments. Tas savā laikā sagatavots, lai iegūtu Pasaules mantojuma statusu. Tajā mēģināts ieturēt līdzsvaru starp saglabāšanu un izmantošanu. Speciāls fokuss uz dabas aizsardzību, kultūrainavu, teritorijas izmantošanu un attīstību savienojot ar nacionāliem un starptautiskām dabas vērtībām.
 - Šajā ielejā izstrādāti 4 uzturēšanas (*maintenance*) plāni un gatavo vēl vienu. Šajos plānos svarīga daļa kultūrainavas saglabāšana un sadarbība ar fermeriem uzturēšanā.
 - Kartes ir svarīgas identitātei – labas kartes ar takām, kalnu mājiņām un autostāvvietām.
 - Jautājumi, kur jāatrod risinājums starp dabas aizsardzību un citiem aspektiem:
 - Dabas aizsardzība;
 - Ilgtspējīga maza izmēra lauksaimniecība – ainavai;
 - Ciemi;
 - Kalnrūpniecība;
 - Hidroelektrostaciju attīstība – izaicinājums no 80-tajiem gadiem. Tagad tos taisa uz mazajām upēm;
 - Tūrisms (masu un maza izmēra, Norvēģu likums – *tiesības uz telpu*). Daži izmet atkritumus, bet vispārējā valsts kultūra - aizej ar to, ko atnesi;
 - Motorizētais transports – mēģina ierobežot NP, bet piem., helikopteri dažreiz ļoti nepieciešami un noderīgi;
 - Kultūras mantojums;
 - Kraujas, lavīnas, mazas teritorijas, kur dzīvot.
 - *Breheimen* NP. Izveidots 2009, teritorija 1691 km²; tajā 5 aizsargājamo ainavu apvidu, 1 dabas rezervāts.
 - *Norwegian Hiking Organization* DNT – lielākā organizācija Norvēģijā. Dibināta 1686. gadā, apvieno 220 locekļus. Apsaimnieko 450 kalnu mājiņas un marķētas 20000 km takas. Organizē kursus, pārgājienus.
 - Trūkst tūrisma plānu, bet tajā pašā laikā statuss – pasaules mantojuma un dabas aizsardzība ir daļa no tūrisma infrastruktūras. Teritorijā ir informācijas stendi, ir kartes pārgājieniem ar iezīmētiem

maršrutiem, ir marķētas takas. Plānā ir motorizētos transporta līdzekļus ierobežot, tādēļ skaita iebraucošās mašīnas teritorijās. Kā arī, piem., vēlas kuģīšu aizvietot ar kajakiem.

- Uzturēšana. Kopš 1994. gada slēdz 5 gadu līgumus ar fermeriem, par to, lai dzīvo ārpus fjorda, bet strādā fjordā (aitu ganīšanai). Tāpat par laivu būvniecību.
- Kultūras vērtību saglabāšanai NP sadarbojas ar kultūras fondu finansētājiem un saglabā vērtības, piem. vecās fermas fjordā. Ir kultūras mantojumu reģistrs. Atbalsta īpašnieku iniciatīvi. Ir speciāls fonds kultūras vērtību saglabāšanai - *Norwegian Cultural Heritage Foundation*.
- Darba metodes:
 - Veido ciešu kontaktu starp visām iesaistītajām institūcijām;
 - Veido dialogu, komunicē ar vietējiem uzņēmējiem, lauksaimniekiem, zemes īpašniekiem un iedzīvotājiem Ne tik daudz birojā, bet dabā, laukā, runājoties, tiekoties ar cilvēkiem;
 - Tikšanās un inspekcijas ar cilvēkiem dabā;
 - Svarīgi vispirms klausīties un tad runāt;
 - Meklēt risinājumus, kas visiem pieņemami;
 - Birokrāti ir speciālisti teorētiskām un praktiskām zināšanām, kam patīk satikt un komunicēt ar neparastiem cilvēkiem;
 - Internets tiek izmantots informācijai.
- NP ekonomika:
 - Salīdzinoši mazs finansējums aizsargājamām teritorijām ar Eiropu, jo administrācijas mazas. Eiropā piem., vidēji 66 cilvēki strādā administrācijā. Mēs esam maz. Gribētos būt vairāk, bet ne 66;
 - Atbalsta vietējo precī un ilgtspējīgas iniciatīvas, arī ekonomiskas;
 - Palīdz atjaunot vecās būves;
 - Palīdz atjaunot, uzturēt īpašo kultūrainavu ;
 - Atbalsta veco akmeņu krāvumu sienu atjaunošanu

Jautājumi

- 1) Kāds labums vietējiem iedzīvotājiem, ja tie slēdz līgumus ar NP? Katrs fermeris saņem summu par katru aitu, ko gana NP. Ir līgumi, kompensācijas par katru aitu aizsargājamās teritorijās. Fermeri paši ieinteresēti NP ganīt lopus.
- 2) Jums būs jauns NP, kā strādājat ar cilvēkiem, kā pārlieciniet par tā nepieciešamību? Tas ir garš process, tas prasa kādus 6 gadus. Runā ar cilvēkiem. Ir nacionālās vadlīnijas fjordiem, teritorija ļoti tuvu fjordam. Saņem kompensāciju par saglabāšanu.
- 3) Kas izgatavo kartes? Kartes izgatavošanu iniciē karšu organizācijas sadarbojoties ar *hiking* organizāciju.
- 4) Vai ir problēmas ar piesārņojumu – ķīmisko u.c.? Nav lielu uzņēmumu, fermu NP līdz ar to parkam nav problēmas ar piesārņojumu. Ir tikai daži izņēmumi. Ir problēmas ar lietu un tā piesārņojumu.
- 5) Kas raksta apsaimniekošanas (*management*) plānus? Kā iesaistāt vietējos iedzīvotājus pie plāna izstrāde? Kā kurā reizē - citreiz raksta NP, citreiz konsultanti, citreiz vietējā pašvaldība, par to izlemj reģiona pašvaldība. Bet, protams, pie rakstīšanas procesā iesaistīti visi. Plānu raksta 1- 2 gadus. Ar sludinājumu palīdzību informē par plāna izstrādi un par pasākumiem pie plāna izstrādes.

- 6) Kas veic pētījumus? Pētījumus veic universitātes. Viņu uzdevums konstatēt, kas svarīgs, vērtīgs, ko pētīt. Un apmeklētāju ietekmi uz sugām ar veic universitātes.
- 7) Kas uzrauga plāna ieviešanu? Kā ar monitoringu? Plāna ieviešanas uzraudzība varētu būt labāka.
- 8) Vai parks atbalsta uzņēmumu, kas piedāvā dabai draudzīgus projektus? Nē, ne ekonomiski.

Ekotūrisms - Kolarbyn, Zviedrija.



Marcus Eldh un David Eldh, „Kolarbyn” īpašnieki

- Uzņēmums piedāvā dzīvnieku vērošanas tūres un nakšņošanu kādā no 12 meža mājiņām. Mājiņas izveidotas meža vidū, kur kādreiz tās izmantojuši strādnieki, kas dedzināja kokogles. Uzņēmums saņēmis vairākas ekotūrisma balvas. *National Geographic* filmējis sižetus. Bez dzīvnieku vērošanas viesiem tiek piedāvāta nakšņošana savos guļammaisos mājiņās sveču gaismā. Atkritumi tiek šķiroti. Ūdens no vietējā avotiņa. Vakariņas un brokastis viesu pašu sagatavotas uz ugunsкура, produktus sagādā uzņēmums. Nav elektrības.
- Uzņēmumā nav daudz darbinieku. Visu vasaru uzņēmumā strādā brīvprātīgie no citām valstīm. Viņu uzdevums rūpēties par kārtību teritorijā un viesu labsajūtu.
- Lai organizētu dzīvnieku vērošanas tūres, iesaista apkārtējos uzņēmumus. Vienā aļņu tūrē iesaistītas 10 mazi uzņēmumi; uzņēmumi, kur viens cilvēks ir uzņēmums. Strādā tikai ar legāliem uzņēmumiem, jo ja nelegāls ir grūti attīstīties un tā nav nopietna attieksme. Nodokļi tāpat aiziet vietējai pašvaldībai. Cenšas izmantot vietējos resursus - pērk pārtiku vietējā veikalā, iesaista vietējos gidus. Sponsorē Pasaules Dabas fonda vietējos projektus – par vilkiem. Šeit apkārtnē ir vilku pētniecības centrs, arī ar to sadarbojas, organizējot vilku vērošanas tūres.
- Teritoriju, kur atrodas mājiņas pieder valstij. Ar valsti noslēgts līgums Pirmos četrus gadus zemes noma bija simboliska 300 eiro gadā, tagad maksā vairāk, jo tiek attīstīta infrastruktūra – ceļš.
- Par mājiņām kā hosteli. 15 gadus atpakaļ izveidota teritorija, bet pirms tam neviens nelietoja, un tad domāja, ko var šeit iesākt. Piezvanīja uz *Swedish Hostelling association*: „Man ir hostelis, vai kaut kas līdzīgs, vai varu būt katalogā un mājas lapā?” Tajā brīdī neviena mājiņa nebija apdzīvojama. No asociācijas atbildēja, ka nākamajā otrdienā ir plāns braukt uz šo reģionu un tad paskatīties hosteli. Tad viena no divām mājiņām tika sataisīta. Kad atbrauca, apskatīja vietu– vieta ļoti patika, bet sekoja loģisks jautājums „Viss ir forši, bet vai pirms aizbraukšanas es varu redzēt hosteli? Sākotnējā atbilde bija nē par informācijas ievietošanu katalogā, jo tomēr pastāv dažādi standarti, prasības naktsmītnēm, bet pēc trīs nedēļām tomēr atzvanīja, ka piedāvājums ir interesants, jo tirgū viss tik vienāds un

standartizēts un ka labi, ja var atgriezties pie dabas. Un tā informācija par *Kolarbyn* tika ievietota katalogā.

- Uzņēmējdarbības ideja. Ideja aizgūta no orangutānu tūrēm Indonēzijā. Atgriežoties no Indonēzijas Zviedrijā pirmo, ko izdarījis iegājis TIC, lai uzzinātu, kas interesants ir Zviedrijā un vai ir iespējams strādāt kā dabas gidam. Tajā brīdī TIC ienācis pāris no Austrijas, kas vēlējas redzēt aļņus, kas bija izmantoti dažādos reģiona tūrisma reklāmas materiālos. Darbiniece TIC'ā pārī iedevusi sabiedriskā transporta sarakstu uz Stokholmu un ieteikusi aļņus aiziet apskatīt zoodārza, pie situācijas, kad šie reklāmas materiāli tiek izdoti, lai piesaistītu tūristus palikt teritorijā ilgāk par dienu. Bet patiesībā šajā reģionā ir daudz aļņu un Markus gribēja būt par gidu, bet nezināja, kur, kā tos var redzēt, jo bija studējis kompjūter zinātnes. Jā, bija uzaudzis pie meža, ceļojis, bet nekad nav zinājis, kā to piedāvāt tūristiem. Tajā brīdī Markus bija students, nebija ne mašīnas, ne naudas, dzīvoja pie vecākiem. Nolēma aizņemties auto no mammas un atbraukt apskatīties aļņus, pasakot, ka brauc meklēt darbu, kas saistīts ar kompjūter zinātnēm. Atbraucis, izbraukājis teritoriju un nevienu alni nav ieraudzījis, apstājies, lai paēstu un jau nolēmis savai domai atnest ar roku, kad ieraudzījis uz ceļa trīs aļņus. Sāka ar to, ka Internetā pazīstamos meklētājos *google*, *alta vista* sameklēja informāciju par aļņu safari pasaulē. Atrada Kanādā, Sibīrijā, Aļaskā, arī Somijā, Norvēģijā. Tad salīdzināja informāciju par orangutānu un aļņu tūrēm. Tur bija 4 kopīgas lietas, ko piedāvā šādās tūrēs: naktsmītnes, transports, piem. no lidostas, gidi un ēdināšanu. Un tā kā bija studējis kompjūter zinātnes uztaisīja Zviedru lapu aļņu tūrēm, *just for fun*. Mājas lapā ielika bildes no citām Interneta lapām: Aļaskas aļņu, no Indonēzijas auto *Minivan*, koka mājiņas no Somijas, ugunsgrūdu. Ievietoja interneta adresi dažos bezmaksas reklāmas portālos. Trīs dienas vēlāk pamodās no telefona zvana. Zvans bija no Krievijas, kas pasūtīja pilnu tūri uz nākamo trešdienu plkst. 14.00 dzelzceļa stacijā. Iesākumā tūri vēlējās atcelt, jo informācija mājas lapā bija vienkārši ielikta bez reāla seguma, vēl ar garantiju ieraudzīt aļņus, bet nevarēja atrast telefona numuru uz ko atzvanīt un atcelt. Vakarā aizņēmas no mammas auto un atkal aizbrauca uz mežu skatīties aļņus, tos arī ieraudzīja. No īres kantora noīrēja tieši tādu auto, kā bija ievietojis mājas lapā. Piezvanīja uz TIC, lai uzzinātu, kur atrodas koka mājiņas – tās Zviedrijas mežos ir un par velti. Pirmajā tūrē pievienojās vēl divi austrieši. Tajā vakarā viņi redzēja 5 aļņus. Pēc pirmās tūres bija doma tomēr atteikties no idejas un izņemt informāciju no Interneta, bet dažas dienas vēlāk bija zvans no Dienvidāfrikas, no Ķīnas no Zviedrijas. Šo gadu laikā visās aļņu tūrēs ir redzēti aļņi.

Atpakaļceļā uz prāmja tiek norunāta tikšanās, lai apspriestu brauciena iespaidus, idejas, ko iespējams pielāgot Latvijas situācijai. Galvenais secinājums, ka no ģeogrāfiskā viedokļa Latvijai vispiemērotāk ir pārņemt Zviedrijas pieredzi, jo Norvēģijā liela daļa tūrisma aktivitāšu ir tieši balstīta uz kalnu aktivitātēm.

Brauciena dalībnieki uzsver, ka pozitīvi pārsteidza Jostedalsbreen nacionālā parka piemērs par efektivitāti, kur patstāvīgi darbojas tikai viens reindžers un papildus darbu veikšanai tiek nolīgti vietējie iedzīvotāji un uzņēmēji. Dalībnieki ir vienprātis, ka Latvijā arī būtu nepieciešams pārdomāt par darbinieku skaitu aizsargājamo teritoriju administrācijās, vairāk iesaistīt vietējos uzņēmējus, kas veicinātu vides apziņas celšanos.

Tāpat pozitīvi vērtējama tūrisma informācijas centra darbība, kas ar nelielu valsts finansējumu un pašā uzņēmuma līdzekļiem, nefunkcionē kā statistiska informācijas sniegšanas vieta, bet ar iespējām rezervēt ekskursijas, gidus, līdz ar to ir arī ieinteresēti tūristu skaita pieaugumā un sadarbības veicināšanā ar vietējiem uzņēmējiem.

Kā vienu no interesantākajiem tūrisma produktiem brauciena dalībnieki min pēdējo naktsmītni Kolarbin Zviedrijā, kuru pieredzi vistiešāk varētu pārnest uz Latvijas situāciju, attīstot ekotūrismu. Tāpat neattīstīts tūrisma produkts Latvijā ir dzīvnieku vērošana, lai veidotu produktus, būtu nepieciešams atraktīvs un zinošs gids, kā arī pārdomāta programma.

Protokolē: Linda Deičmane