

BRĪVVALSTS DĀRGUMU NAMA PAKALPOJUMA VIRZĪŠANA UN ATTĪSTĪBA PROMOTION AND SERVICES DEVELOPMENT OF TREASURE HOUSE OF THE FREE STATE

Kristiāna Jurkāne

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, jurkane.kristiana@gmail.com, Rēzekne, Latvija
Zinātniskā vadītāja Mg.oec **Iveta Dembovska**

Abstract. *The tourism industry affects not only the economic state of the country, but also improves and develops the urban infrastructure. Latvia is a land rich in tourism development. A service arises and there is a demand for it. The more actively the Treasure House of the Free State is involved in events, the more visitors choose to visit the house. A questionnaire was conducted using two types of questionnaires to find out the opinion of the respondents, where they get information about visiting cultural objects, to find out the problems, what are the reasons why they do not go to visit the Treasure House of the Free State, to analyze the opinion of visitors to the house about what they saw and to evaluate proposals for future development, and based on this basis for making proposals for the future development of the house.*

Keywords: *successful destinations, services promotion, tourism industry, Treasure House of the Free State, visitor.*

Ievads

Tūrisms ir saistīts ar visām darbībām, ko veic tūristi vai citas personas, kas nodrošina tūristu ceļojumu. Tūrisma nozare valstī ietver tūrisma politikas plānošanas izstrādāšanas un īstenošanas institūcijas - par tūrisma nozares atbildīgo ministriju, tūrisma informācijas centrus, tūrisma informācijas birojus, tūrisma un ceļojumu aģentūras, tūrisma operatorus, uzņēmumus tūristu izklaides pasākumu organizējošos uzņēmumus, tūristu izmitināšanas uzņēmums, tūristu ēdināšanas uzņēmums, tirdzniecības uzņēmums, kuros iepērkas tūristi, kā arī citi uzņēmumi, kas sniedz pakalpojumus tūristiem viņu ceļošanas vai ceļojuma sagatavošanas laikā (*Economy-pedia, 2021*). Lai noskaidrotu, kā Brīvvalsts dārgumu nama pakalpojuma virzīšana un attīstība ietekmē apmeklētāju izvēli apmeklēt Brīvvalsts dārgumu namu, autore veica pētījumu.

Pētījuma mērķis: izanalizēt Brīvvalsts dārgumu nama pakalpojuma virzīšanas un attīstības iespējas.

Pētījuma uzdevumi:

- 1) analizēt tūrisma nozares attīstību;
- 2) izpētīt pakalpojuma virzīšanas iespējas;
- 3) analizēt respondentu sniegto viedokli;
- 4) izdarīt secinājums un izteikt priekšlikumus Brīvvalsts dārgumu nama pakalpojuma turpmākai virzīšanai.

Pētījuma hipotēze: palielinot Brīvvalsts dārgumu nama pakalpojuma virzīšanas pasākumus, palielināsies apmeklētāju skaits.

Pētījuma metodes: zinātniskās indukcijas metode, aprakstošā metode, dokumentu analīze, socioloģiskā pētījuma metode - aptauja.

Pētījuma periods: no 05.08.2022. – 15.05.2023.

1. Tūrisma nozares raksturojums

Latvija ir tūrisma attīstības iespējām bagāta zeme, jo Latvijā ir resursi jaunu tūrisma produktu izveidei, esošo apzināšanai un to konkurētspējas palielināšanai. Latvijai ir izdevīgs ģeogrāfiskais izvietojums. Latvija un Baltijas valstis strauji attīstās kā ekonomiski aktīvs reģions un pasaules un Eiropas mērogā Latvija ir jauns tūrisma galamērķa piedāvājums (*Silineviča, 2008, 6*).

Tūrisms ir darbība un process, kurā tiek pavadīts laiks ārpus mājām, lai gūtu atpūtu, relaksāciju un izklaidi, vienlaikus izmantojot komerciālu pakalpojumu sniegšanu. Tūrisms kā tāds ir mūsdienu sociālo iekārtojumu produkts, kas Rietumeiropā aizsākās 17. gadsimtā, lai gan tam ir priekšteči klasiskajā senatnē (Walton, 2023).

Būtībā tūrisma nozare ir pilnībā atkarīga no cilvēkiem. Komunikācija starp personālu un viesi nosaka produkta uztveramo kvalitāti. Atšķirībā no uztveramiem produktiem, kur viesi iegādājās noteiktas īpašības, ražošanas kvalitāti, izturību utt., brīvdienu kvalitātes standarti izriet no unikālas mijiedarbības, kas sākas ar informācijas un rezervācijas procesu uzturēšanās laikā līdz pat braucienam mājās (Hotelier Life, 2022).

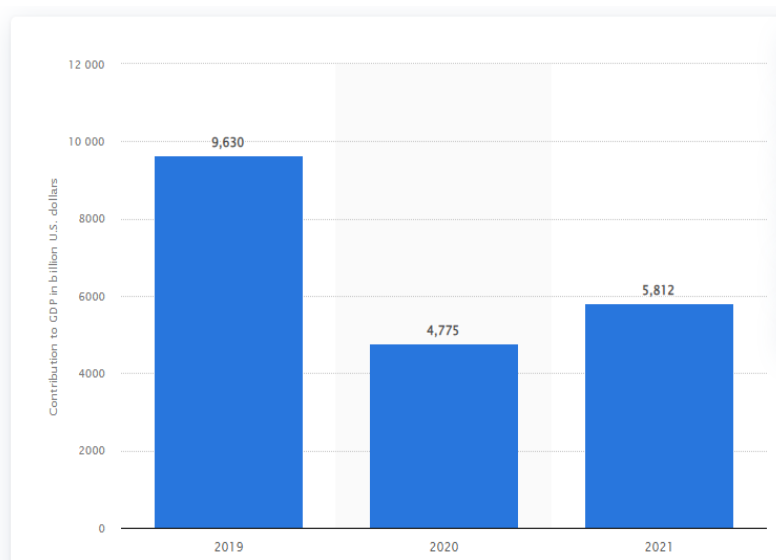
Tūrisms ir neaizstājama nozare mūsdienu ekonomikas attīstībā. Tā ir visaptveroša nozare, kas nodrošina tūristiem izmitināšanu, apskates vietu apmeklēšanu, iepirkšanos, izklaidi un citas aktivitātes (Liu et al., 2019).

Attīstoties valsts iekšējai ekonomikai un palielinoties iedzīvotāju ienākumiem, cilvēku pieprasījums pēc tūrisma kļūst arvien pieprasītāks (Sarantakou & Terkenli, 2019).

Tūrisma nozare ir darbietilpīga pakalpojuma nozare, palielinoties apjomiem ir nepieciešamas vairāk nodarbināt darbinieku, kā rezultātā samazinās bezdarba līmenis (Kim et al., 2022).

Saskaņā ar Statistikas pētījumu departamenta datiem, kopējais ceļojumu un tūrisma devums pasaules iekšzemes kopproduktā (turpmāk - IKP) 2021. gadā, salīdzinot ar iepriekšējo gadu, palielinājās par 21,7 %, pēc straujā krituma 2020. gadā koronavīrusa (Covid-19) pandēmijas dēļ. Kopumā ceļojumu un tūrisma devums pasaules IKP 2021. gadā sasniedza 5,81 triljonu ASV dolāru, kas nozīmē pieaugumu par aptuveni vienu triljonu ASV dolāru, salīdzinot ar 2020. gadu, bet nesasniedzot pirms pandēmijas rādītājus (Statista Research Department, 2023).

Autore attēlo kopējo ceļojumu un tūrisma ieguldījumu IKP visā pasaulē no 2019. līdz 2021. gadam (sk. 1.attēlu).



1.attēls. **Kopējais ceļojumu un tūrisma ieguldījums IKP visā pasaulē no 2019. līdz 2021. gadam, miljardos ASV dolāru (Statista Research Department, 2023)**

Izanalizējot 1. attēlu autore var secināt, ka Covid-19 pandēmija ir būtiski skārusi tūrisma nozari pasaulē, jo 2020. gadā ir novērojams samazinājums IKP divas reizes.

1.tabulā atspoguļota Rēzeknes Tūrisma informācijas centra (turpmāk - TIC) apmeklētāju statistika par 2022. gadu.

2022.gadā kopumā TIC apmeklēja 5005 apmeklētāji, no kuriem 3927 jeb 78 % ir iekšzemes tūristi un 1078 jeb 22 % ir ārzemju tūristi.

Rēzeknes TIC apmeklētāju statistika par 2022.gadu

Mēnesis	Iekšzemes tūristi	Ārzemju tūristi	Kopā
Janvāris	36	4	40
Februāris	26	0	26
Marts	71	22	93
Aprīlis	110	40	150
Maijs	295	76	371
Jūnijs	565	206	771
Jūlijs	816	254	1070
Augusts	874	190	1064
Septembris	353	155	508
Oktobris	424	74	498
Novembris	174	52	226
Decembris	183	5	188
KOPĀ:	3927	1078	5005

(Rēzeknes tūrisma informācijas centrs, 2023)

1.tabulā ir novērojama sezonālā ietekme uz TIC apmeklētāju skaitu. Iekšzemes apmeklētāju skaits sāk palielināties ar maiju, un visaugstāko kulmināciju sasniedz augustā ar 874 apmeklētājiem, bet ārzemju tūristu apmeklētāju skaits visaugstākais ir jūlijā - 254. Tas ir izskaidrojams ar to, ka ārzemēs mācības tiek atsāktas daudz ātrāk nekā Latvijas skolās.

Brīvvalsts dārgumu nama piedāvātais pakalpojums sniedz iespēju apskatīt Latvijas pirmās brīvvalsts laika militāros apbalvojumus. Autore sniegts ieskatu kultūras tūrisma definējumā, jo Brīvvalsts dārgumu nams pieder pie kultūras tūrisma veida.

Kultūras tūrisms - tūrisma veids, kura mērķis ir iepazīšanās ar kultūras vidi: kultūras mantojumu, tradīcijām un dzīvesveidu, kā arī aktuālām kultūras un mākslas norisēm (*Tūrisma likums, 1998*).

1990. gadu sākumā notika kultūras tūrisma transformācija no sākotnējās orientācijas uz elites slāņa klientiem uz masu tirgu. Kultūras tūrisma izaugsmi raksturo arī tā sadalīšanās vairākās jaunās strauji augošās nišās, piemēram, mantojuma tūrisms, mākslas tūrisms, gastronomiskais tūrisms, kino tūrisms, radošais tūrisms (*Richards, 2018*).

Kultūras tūrisms bija arī viens no tūrisma veidiem, kas Apvienoto Nāciju Organizācijas Pasaules Tirdzniecības organizācijas Ģenerālās asamblejas 22. sesijā saņēma jaunu operacionālo definīciju - kultūras tūrisms ir tāda veida tūrisma aktivitāte, kurā apmeklētāja pamatmotivācija ir apgūt, atklāt, pieredzēt un patērēt materiālos un nemateriālos kultūras tūrisma piesaistes objektus/produktus ceļojuma galamērķī (*McKercher & Du Cros, 2002*).

Attīstoties kultūras tūrisma nozarei, sabiedrībā sāk parādīties sadalījums ne tikai pēc interesēm, ko vēlas tūrists izbaudīt ceļojot, bet sāk izkristalizēties dažādu vecumu grupu ceļošanas ieradumi.

Dažādām kultūras tūristu grupām ne tikai būs atšķirīgs kultūras motivācijas vai interešu līmenis, bet arī tas, kas ceļojot viņi patērēs dažādas kultūras formas. Tas nozīmē, ka ne visi tūrisma piesaistes objekti būs interesanti visiem kultūras tūristiem, un, ka daudziem apmeklētājiem, var nebūt īpaša interese par ļoti specifisku kultūras piedāvājumu. Tas ir svarīgi

mārketinga aspektā, jo tas nozīmē, ka kultūras piesaistes objektiem ir jādomā gan par ļoti konkrētu, gan par vispārēju pievilcību, ko viņi var sniegt tūristiem.

Eiropas tirgos kultūras tūristi pārstāvēti vairākos segmentos. Jaunie un stilīgie (20 – 39 gadi) - galvenokārt sastāv no pāriem un draugu grupām. Lielākā daļa tūristu šajā grupā dot priekšroku saulei un pludmales brīvdienām. Tomēr tie arvien vairāk ietver ceļojumos kultūras elementus, kas vairāk interesē sievietēm. Vīrieši vairāk priekšroku dod uz darbību vērstām aktivitātēm. Apmēram trešdaļa šī segmenta ir ieinteresēti brīvdienās, kurās uzsvars tiek likts uz kultūru. Pusmūža (40 – 54 gadi) ir lielākais kultūras tūrisma segments. Daudzi šīs grupas locekļi ir motivēti kultūras tūristi. Vecākā paaudze (55 - 70 gadi) Eiropā ir relatīvi liela grupa. Šai paaudzei parasti ir vairāk laika un naudas nekā citām grupām. Segmenta pieaugums saistīts ar Eiropas iedzīvotāju novecošanos (*Van der Steina u.c., 2019*).

Mainoties tūristu ceļošanas paradumiem, mainās arī informācijas kanālu izmantošana. Tā rezultātā uzņēmumiem ir jāstrādā pie satura mārketinga savā uzņēmumā, lai informāciju spētu saņemt jebkura vecuma kategorija.

Lai nonāktu patērētāju redzes un dzirdes lokā, uzņēmumi ir spiesti izmantot masu mediju līdzekļus - televīziju, radio, žurnālus, laikrakstus utt., lai izvietotu savu produktu/zīmolu reklāmu, informāciju par produktu realizācijas veicināšanas pasākumiem u.c. Tomēr masu komunikācijas izmaksas ar katru gadu kļūst dārgākas (*Praude & Šalkovska, 2018, 11-12*).

Brīvvalsts dārgumu nams savus klientus uzrunā un mudina apmeklēt namu ar masu saziņas līdzekļu palīdzību. Laikrakstos tiek publicēta informācija par jaunas ekspozīcijas atklāšanu, akcijas piedāvājumiem Rēzekne pilsētas un novada kolektīviem. Protams, daudz aktīvāka darbība notiek internetā, sociālo tīklu profilā Facebook, kur tiek publicētas bildes un apraksti par namā notiekošo un dažādi izzinoši stāsti par konkrētiem priekšmetiem, ko iespējams apskatīties namā.

2.Brīvvalsts dārgumu nama raksturojums

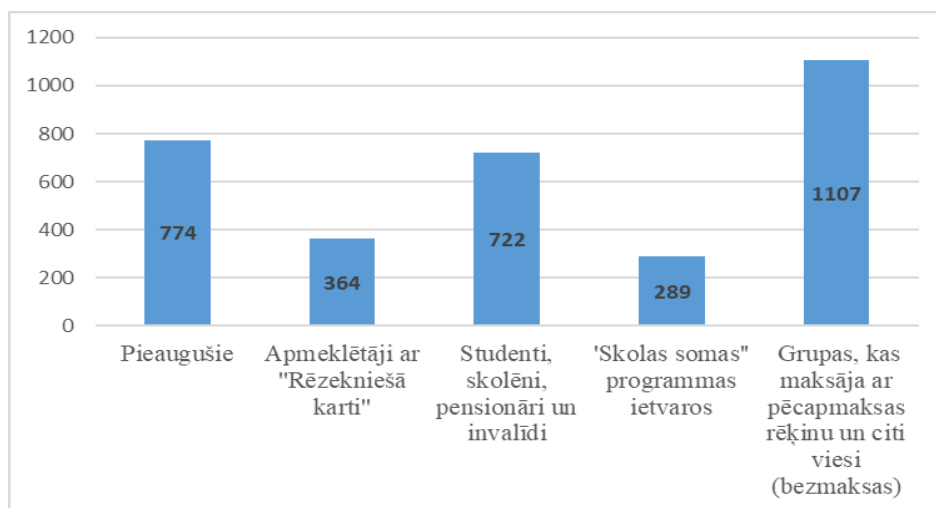
Pilskalna pakājē Krasta iela 35A, Rēzeknē, 2022. gada 5. augustā tika atklāta jauna kultūras vieta – Brīvvalsts dārgumu nams. Jaunajā izstāžu namā eksponēti vairāki simti dažādu vēstures liecību no Latvijas un ārzemju privātkolekcijām, kas aptver laika posmu no 1918. gada līdz 1940. gadam, atklājot tieši Latgales un Rēzeknes vēstures lappuses. Daudzus gadu desmitus ēka pie Rēzeknes pilskalna ir stāvējusi tukša un nolaiста, tāpēc rēzeknieši tās atdzimšanu vērtē atzinīgi, tostarp ņemot vērā pilsētvidē organiski iekļaujošos dizaina risinājumus kā arhitektūrā, tā arī ekspozīcijās (*Igavena, 2022*).

Nama pirmajā stāvā ir nemainīgā ekspozīcija, 90 % no šīs ekspozīcijas tika izvesti no Latvijas un aizvesti uz ārzemēm sākoties karam. 10. kolekcionāri ir veidojuši šo ekspozīciju un izpirkuši mūsu tautas nozīmīgos apbalvojums un nodevuši glabātuvē Brīvvalsts dārgumu namam (*Brīvvalsts dārgumu nams, 2023*).

Uzņēmumi un kompānijas cenšas radīt pakalpojumus, kas atbilst patērētāju vēlmēm, bet tajā pašā laikā palielina peļņu. Pakalpojums nav nekā vērts, ja tā pārdošanas veicināšanai un izpratnei netiek pievērsta pietiekama uzmanība. Pārdošanas veicināšana, kas sastāv no mārketinga instrumentiem, ir komunikācijas kanāls, kas savieno uzņēmumus un patērētājus, piesaistot klientu, piedāvājot pakalpojums (*Chang & Taylor, 2015*).

Brīvvalsts dārgumu nams savu pakalpojuma virza tirgū ar dažādos veidos: veidojot sadarbību ar TIC, ņemot dalību “Skolas somas” programmā, piešķirot atlaidi Rēzeknes pilsētas iedzīvotājiem, kā arī mainot otrā stāva ekspozīciju, kas pēc konkrēta laika posma tiek nomainīta uz citu ekspozīciju. Atklājot Brīvvalsts dārgumu namu otrajā stāvā varēja vērot Latgales vecmeistaru gleznas, tagad tur ir iespējams baudīt 19. gadsimta Francijas kamīna pulksteņu izstādi. Nama priekšā ir izvietota instalācija, kur iespējams noskatīties video materiālu un uzzināt, ko šajā ēkā ir iespējams apskatīties.

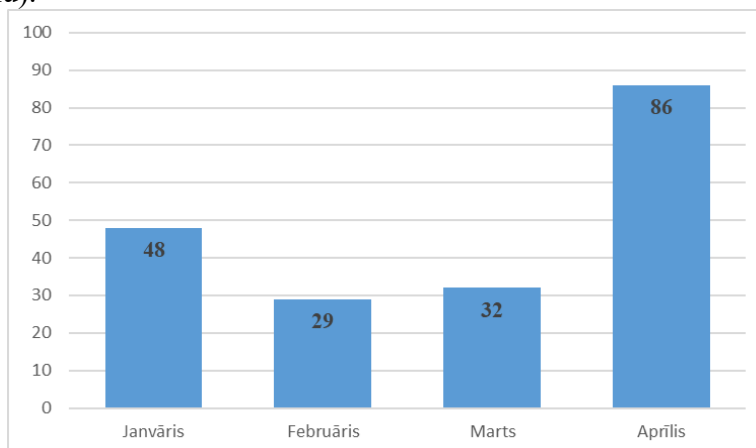
Autore atspoguļoja Brīvvalsts dārgumu nama apmeklētāju statistiku (sk. 2. attēlu).



2.attēls. Brīvvalsts dārgumu nama apmeklētāju statistika no 08.08.2022. līdz 30.04.2023. (Brīvvalsts dārgumu nams, 2023)

Apkopojot Brīvvalsts dārgumu nama statistiku var secināt, ka deviņu mēnešu laikā namu apmeklēja 3256 apmeklētāji. No visiem apmeklētājiem 34 % veido grupas, kas maksāja ar pēcapmaksas rēķinu un citi viesi, kas namu apmeklēja bezmaksas. Namu bezmaksas apmeklē augstas amatpersonas, citu valstu vēstnieki, kuri ir atbraukuši biznesa darīšanās uz Rēzeknes pilsētas pašvaldību. Otrajā vietā ir standarta biļetes apmeklētāji jeb pieaugušie ar 24 %. Studenti, skolēni, pensionāri un invalīdi veido 22 % no apmeklētāju kopskaita, 9 % ir rēzeknieši un 11 % ir no "Skolas somas" programmas. Lai veicinātu vietējo iedzīvotāju interesi apmeklēt Brīvvalsts dārgumu namu, uzrādot pie kases derīgu "Rēzeknieša karti", par ieeju ir jāmaksā 3 eiro. Šī iespēja atspoguļo Brīvvalsts dārgumu nama vērtības, ka vietējiem iedzīvotājiem ir prioritāte un gods apmeklēt namu par izdevīgāku cenu. No 2. attēlā apkopotajiem datiem redzams, ka Brīvvalsts dārgumu namu deviņu mēnešu laikā ir apmeklējuši 364 rēzeknieši.

Autore veica aptauju no 01.01.2023. līdz 30.04.2023. ar mērķi izpētīt un uzzināt, kur apmeklētāji uzzina informāciju par Brīvvalsts dārgumu namu un kāpēc viņi nolēma apmeklēt namu. Aptaujā piedalījās 195 respondenti, kuri pētījuma laikā apmeklēja Brīvvalsts dārgumu namu (sk. 3. attēlu).

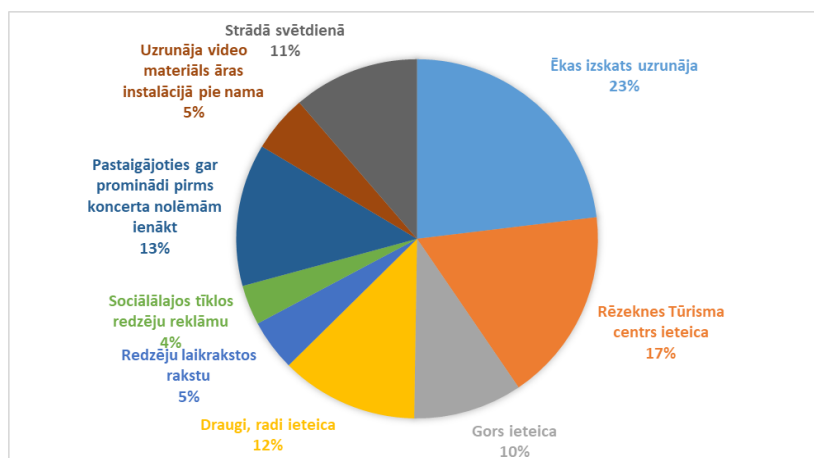


3.attēls. Apmeklētāju skaits Brīvvalsts dārgumu namā no 01.01.2023. līdz 30.04.2023.

Visapmeklētākais mēnesis bija aprīlis, kad tika aptaujāti 86 apmeklētāji jeb 44 % no visiem respondentiem, jo šajā mēnesī Rēzeknes pilsētā norisinājās dažādi koncerti un citas aktivitātes. Janvārī tika aptaujāti 25 % no visiem respondentiem, kas ziemas mēnesim bija liels pārsteigums, ka apmeklētāji vēlas izbaudīt, kultūras tūrisma. Februārī tika aptaujāti 15 % no visiem respondentiem, kur lielākā daļa bija ārzemju tūristi, kas ieradušies Rēzeknē darba

darīšanās un apmaiņas projektu ietvaros. Martā tika aptaujāti 16 % no visiem respondentiem, kad apmeklētāji bija dodoties pastaigā ieraudzījuši, ka Brīvvalsts dārgumu nams ir atvērts arī svētdienā.

Sniedzot atbildi uz jautājumu kā uzzināja par namu, domas dalījās (sk.4. attēlu).



4.attēls. Respondentu atbilžu sadalījums uz jautājumu „Kāpēc un kur uzzināja par Brīvvalsts dārgumu namu?”

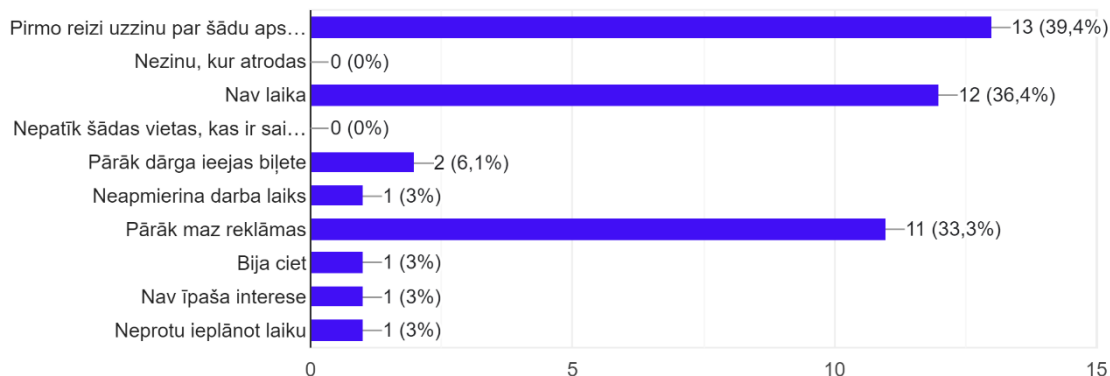
Izanalizējot respondentu atbildes kāpēc nolēma apmeklēt Brīvvalsts dārgumu namu, 23 % jeb 45 apmeklētājus uzrunāja nama ēkas vizuālais izskats, kā arī piesaistīja nama sienas, kas ir pārklātas no akmeņiem, kas nākuši ir no Rēzeknes ordeņa pils, 17 % jeb 34 apmeklētāji izvēlējās iegriezties Brīvvalsts dārgumu namā, jo ieteica TIC darbinieki, iepazīstinot ar jaunu apskates objektu Rēzeknē. Ejojot pastaigās gar upi pa Promenādi 25 jeb 13 % apmeklētāji nolēma apmeklēt Brīvvalsts dārgumu namu. Labākā reklāma, kā atzīmēja 12 % jeb 24 respondenti, ir viņu draugu ieteikumi un padalīšanās ar bildēm no ekskursijas. Pēc radu, draugu ieteikumiem visbiežāk ierodas apmeklētāji no Vidzemes, Zemgales reģiona. Brīvvalsts dārgumu namu iespējams apmeklēt arī svētdienā, šo iespēju izmantoja 11 % pilsētas ciemiņi, kas ir ieradušies ciemos vai uz koncertu Rēzeknē. Latgales vēstniecība Gors darbinieku ieteikumu vadīti Brīvvalsts dārgumu namu apmeklēja 10 % jeb 19 apmeklētāji. Publikācijas sociālajos tīklos un Latgales reģiona izdotajos laikrakstos arī sekmēja apmeklētāju skaita palielināšanos, jo 5 % ieguva informāciju no publikācijām laikrakstos un 4 % no sociālajiem tīkliem.

Brīvvalsts dārgumu nams 2023. gada 13. maijā pirmo reizi piedalījās Muzeju nakts aktivitātēs. Brīvvalsts dārgumu nams piedāvāja apmeklētājiem ne tikai iepazīties ar pirmā un otrā stāva ekspozīciju, bet bija iespējas piedalīties dažādās radošās aktivitātes. Raksta autore “Muzeju nakts” pasākuma laikā uzskaitīja apmeklētāju skaitu un kopā apmeklēja 1700 apmeklētāji.

Lai labāk izprastu cik daudz ir respondentu, kas pirmo reizi uzzina par šādu kultūras apskates objektu Rēzeknē, autore sociālo tīklu portālā Facebook publicēja aptaujas anketu par Brīvvalsts dārgumu nama pakalpojuma virzīšanu un turpmāko attīstību. Aptaujas anketu aizpildīja 47 respondenti laika posmā no 01.05.2023. līdz 17.05.2023.

Respondentu atbilžu sadalījums uz jautājumu, vai ir apmeklējuši Brīvvalsts dārgumu namu sadalījās šādi – 67 % jeb 33 respondenti nav apmeklējuši namu, bet 33 % jeb 16 respondenti to ir apmeklējuši.

Respondentiem, kuri nav apmeklējuši Brīvvalsts dārgumu namu, tika uzdoti jautājumi par iemesliem, kāpēc nav izdevies apmeklēt namu, un kur iegūt informāciju par šāda veida kultūras tūrisma pakalpojumiem (sk. 5.attēlu).



5. attēls. Respondentu atbilžu sadalījums uz jautājumu **Kāpēc Jūs neesat apmeklējuši Brīvvalsts dārgumu namu?**

Respondentu atbildes uz šo jautājumu sadalījās šādi: 39 % jeb 13 respondenti vispār pirmo reizi uzzināja par Brīvvalsts dārgumu namu, 12 jeb 38 % respondentu nav bijis laika ekskursijai, 11 jeb 33 % respondentu uzskata, ka Brīvvalsts dārgumu nams nav aktīvs sociālajos tīklos un tāpēc nekādu reklāmu nav redzējuši, bet 2 respondentiem ir nepieņemama ieejas maksas biļete.

Secinājumi un priekšlikumi

1. Tūrisma nozares attīstība ietekmē ne tikai valsts ekonomisko stāvokli, bet arī pilnveido un attīsta pilsētu infrastruktūru. Kultūras pieminekļi - ēkas, kas ir atstātas novārtā, bojā pilsētas ainavu. Brīvvalsts dārgumu nama ēka piecpadsmit gadus stāvēja pamesta un gadiem ejot pārvērtās par graustu pilsētas centrā. Atjaunojot ēku izdevās, ne tikai saglabāt ēkas vēsturisko nozīmi, bet uzlabot pilsētas vizuālo izskatu upes krasā.
2. Eiropā ir izveidojušies noteiktu vecumu kategoriju ceļošanas paradumi un vajadzības, ko katra grupa vēlas izbaudīt no ceļojumu, piemēram, jauni un stilīgi ir vecuma grupa no 20 līdz 39 gadiem, kuriem galvenais ir izbaudīt jūru un sauli, bet arī savā ceļojumos ietver kultūras objektu apmeklēšanu. Brīvvalsts dārgumu namu apmeklētāji šajā vecuma kategorijā apvieno dabas baudīšanu ar sev izzinošām aktivitātēm.
3. Brīvvalsts dārgumu namu no 2022. gada augusta līdz 2022. gada decembrim ir apmeklējuši 345 iekšzemes tūristi un 80 ārzemju tūristi.
4. Brīvvalsts dārgumu namu, piedaloties "Skolas somas" programmā, sešu mēnešu laikā apmeklēja 289 skolēni un audzinātāji no visas Latvijas. Dalība šādā programmā palīdz veidot skolēnu uztveri par Latvijas pirmās Brīvvalsts laika periodu un par Latvijas kultūras dzīvi.
5. Dalība Muzeju nakts pasākumā Brīvvalsts dārgumu namam veicināja apmeklētāju lielu atsaucību, jo kopumā to apmeklēja 1700 apmeklētāji. Apmeklētājiem bija iespējams piedalīties organizētajās aktivitātēs, par ko Brīvvalsts dārgumu nams saņēma pozitīvas atsauksmes. Dalība šādā pasākumā palīdz piesaistīt un uzrunāt potenciālos apmeklētājus nākotnē.
6. Veiktās aptaujas rezultāti, kas tika publicēti sociālo tīklu profilā Facebook, parāda, ka namu no 47 respondentiem nav apmeklējuši 33 jeb 67 % no respondentiem, kas liecina par sabiedrības nepietiekamu informētību par jauna kultūras apskates objekta atvēršanos Rēzeknē, kā rezultātā, respondenti aizpildot anketu uzzināja par Brīvvalsts dārgumu nama pastāvēšanu.
7. Respondenti, kuri nav apmeklējuši Brīvvalsts dārgumu namu, atbildes uz jautājumu kāpēc to nav apmeklējuši sadalījās šādi: 13 respondenti vispār pirmo reizi uzzināja par Brīvvalsts dārgumu namu, 12 respondentu nav bijis laika to apmeklēt, 11 respondenti uzskata, ka

Brīvvalsts dārgumu nams nav aktīvs sociālajos tīklos. Brīvvalsts dārgumu nama ir izveidoti divi sociālo tīklu profili Facebook un Instragram.

Priekšlikumi:

1. Brīvvalsts dārgumu nama vadītājam, sadarbojoties ar Rēzeknes Kultūras un tūrisma aģentūru, izstrādāt brīvdienu piedāvājumus, kā iespējams pavadīt laiku Rēzeknē. Šādus piedāvājumus publicējot ne tikai sociālo tīklu vietnēs, bet arī Rēzeknes pilsētas mājas lapā, kas varētu sekmēt apmeklētāju interesi doties brīvdienās uz Rēzekni un apmeklēt Brīvvalsts dārgumu namu.
2. Lai dalība “Skolas somas” programmā veicinātu visas Latvijas skolēnu interesi apmeklēt Brīvvalsts dārgumu namu, vadītājam jāuzrunā pašvaldības, izsūtot informatīvo materiālu ar piedāvājumu, kā arī piedalīties izstādē “Skola 2023”, kā rezultātā, uzrunājot klātienē skolēnus un skolotājus, veidotos izpratne par piedāvājumu.
3. Brīvvalsts dārgumu nama vadītājam kopā ar saimnieciskās daļas vadītāju, sadarbojoties ar dažādu arodu meistariem, katru mēnesi piedāvāt meistarklases, kur būtu iespējams izgatavot un iepazīt dažādus Latgales arodus, kā, piemēram, klūgu pīšanas meistarklasi. Šādu darbnīcu organizēšana mudinātu apmeklēt namu un iegūt jaunas zināšanas meistarklasēs.
4. Brīvvalsts dārgumu nama vadītājam uzaicināt apmeklēt namu sabiedrībā populāriem cilvēkiem/ influenceriem, kā rezultātu tiktu veidota sadarbība un tiku filmēti video materiāli, kuros šie apmeklētāji dalītos ar iegūtajiem iespaidiem, kā arī aicinātu savus sekotājus dodoties uz Latgali obligāti ietvert Brīvvalsts dārgumu nama apmeklēšanu.
5. Brīvvalsts dārgumu nama vadītājam kopā ar kolekcionāriem sociālo tīklu profilos Facebook un Instagram veidot īsus video stāstījumus par dažādiem priekšmetiem, ko iespējams apskatīt namā, kā arī sniegt atbildes uz sekotāju jautājumiem, dalīties ar Brīvvalsts dārgumu nama ikdienas dzīvi. Drosmīgākos apmeklētājus aicināt, kameras priekšā, dalīties ar iegūtajām emocijām un iespaidiem par Brīvvalsts dārgumu nama piedāvāto pakalpojumu. Īso stāstu video uzrunātu apmeklētājus pieseņot un apmeklēt namu.

Izmantotie avoti un literatūra

1. *Tūrisma likums* (17.09.1998). Latvijas Republikas likums, red. uz 02.11.2020. <https://likumi.lv/ta/id/50026-turisma-likums>
2. Chang, W., & Taylor, S. (2015). The Effectiveness of Customer Participation in New Product Development: A Meta-Analysis. *Journal of Marketing*, 80(1), 47-64. <https://doi.org/10.1509/jm.14.0057>
3. Economy-pedia. (2021). *Tūrisma nozare - kas tas ir, definīcija un jēdziens 2021. gads*. <https://lv.economy-pedia.com/11031570-tourism-sector>
4. Hotelier Life. (09.05.2022). *What are the Characteristics of the Tourism and Hospitality Industry*. <https://www.hotelierlife.com/what-are-the-characteristics-of-the-tourism-and-hospitality-industry/>
5. Igavena, G. (2022). *Kā Latgales vēstures lappuses atklājas «Brīvvalsts dārgumu namā»*. *Viesos jaunajā kultūrvietā Rēzeknē*. <https://www.lsm.lv/raksts/kultura/kulturtelpa/ka-latgales-vestures-lappuses-atklajas-brivvalsts-dargumu-nama-viesos-jaunaja-kulturvieta-rezekne.a469220/>
6. Kim, Y., Ribeiro, M.A., & Li, G. (2022). Tourism Memory Characteristics Scale: Development and Validation. *Journal of Travel Research*, 61(6), 1308–1326. <https://doi.org/10.1177/00472875211033355>
7. Liu, Y., Huang, K., Bao, J., & Chen, K. (2019). Listen to the Voices from Home: an Analysis of Chinese Tourists' Sentiments Regarding Australian Destinations. *Tourism Management*, 71, 337–347. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.004>
8. McKercher, B., & Du Cros, H. (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. Haworth Press.
9. Praude, V., & Šalkovska, J. (2018). *Satura mārketing internetā*. SIA “Burtene”.
10. Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
11. Sarantakou, E., & Terkenli, T.S. (2019). Non-institutionalized Forms of Tourism Accommodation and Overtourism Impacts on the Landscape: the Case of Santorini, Greece, *Tourism Planning & Development*, 16(1), 1-23. DOI:10.1080/21568316.2019.1569122

12. Statista Research Department. (20.01.2023). Total contribution of travel and tourism to GDP worldwide 2019-2021. <https://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--total-economic-contribution-worldwide/>
13. Silineviča, I. (2008). *Tūrisma analīze*. Rēzeknes Augstskola.
14. Van der Steina, A., Rozīte, M., Medne, I., Bērziņa, K., Klepers, A., Veliverronena, L., & Grīnfelde, I. (2019). *Latvijas tūrisma nozares analīze*. https://www.em.gov.lv/sites/em/files/latvijas_turisma_nozares_analize_20brandtour_20final1.pdf
15. Walton, J.K. (05.04.2023). *Tourism*. <https://www.britannica.com/topic/tourism>
16. Brīvvalsts dārgumu nams. (2023). *Nepublicētais materiāls*.
17. Rēzeknes Tūrisma informācijas centrs. (2023). Rēzeknes TIC apmeklētāju statistika par 2022. gadu.