

Tūrisma attīstības veicināšana Latvijas reģionos

2018. gada augusts

Sintēzes ziņojums

LATVIJAS REPUBLIKAS

SAEIMA

Par ziņojuma saturu ir atbildīgi tā autori – Zanīta Avotniece, Visvaldis Valtēbergs, Ilona Beizītere, Inese Grumolte-Lerhe.

Pārpublicēšanas, citēšanas vai citādas izmantošanas gadījumā atsauce uz ziņojumu, tā autoriem un Latvijas Republikas Saeimu ir obligāta. Nekomerciālos nolūkos ziņojumu drīkst pārpublicēt vai citādi izmantot bez īpašas saskaņošanas ar Latvijas Republikas Saeimu un pētījuma autoriem.

Latvijas Republikas Saeima un ziņojuma autori nav atbildīgi par ziņojumā iekļautās informācijas tālāku izmantošanu un tās radītajām sekām.

Ziņojums neatspoguļo Latvijas Republikas Saeimas kā likumdevēja viedokli.

Visas mantiskās tiesības uz ziņojumu pieder Latvijas Republikas Saeimai.

Rīga, 2018

ZIŅOJUMA MĒRĶIS

Raksturot reģionālā tūrisma attīstības iespējas Latvijā

SINTĒZES ZIŅOJUMĀ APKOPOTI LĪDZ ŠIM VEIKTO PĒTĪJUMU REZULTĀTI PAR ŠĀDIEM JAUTĀJUMIEM:

1. Latvijas tūrisma konkurētspēja
2. Latvijas tūrisma atbalsta politika un tās nepilnības reģionālā tūrisma kontekstā
3. Citu Eiropas valstu pieredze reģionālā tūrisma veicināšanā
4. Ieguvumi un riski no tūristu plūsmu novirzīšanas uz reģioniem

Satura rādītājs

Ievads.....	6
1. Latvijas tūrisma konkurētspēja.....	7
2. Reģionālā tūrisma atbalsta politika Latvijā.....	15
2.1. Latvijas tūrisma nozares pārvaldība.....	16
2.2. Finansējums.....	19
2.3. Reģionālais aspekts tūrisma politikā.....	21
2.4. Ekspertu viedokļi par tūrisma atbalsta politikas virzieniem.....	22
3. Kāda ir citu Eiropas valstu pieredze reģionālā tūrisma veicināšanā?.....	25
4. Reģionālā tūrisma veicināšana: ieguvumi un riski.....	32
4.1. Ieguvumi.....	32
4.2. Riski.....	33
Izmantotā literatūra.....	35

ĪSUMĀ



Lauku un reģionālais tūrisms paver iespēju izmantot resursus racionāli un nodrošināt to, lai ieguvumi no tūrisma nozares tiktu valsts mērogā telpiski vienmērīgi sadalīti. Tūrisms veicina ekonomisko izaugsmi un reģionu attīstību, kā arī pozitīvi ietekmē nodarbinātības rādītājus. Tūrisms ļauj apzināties dabas saglabāšanas nozīmīgumu, veicina konkrētu vietu pozitīvu atpazīstamību, sekmē mazo un vidējo uzņēmējdarbību, kā arī pakalpojumu pieejamību.



Latvijā tūrisma piedāvājums ir jāpadara konkurētspējīgāks. Pēdējo gadu laikā Latvijā ārvalstu tūristu tēriņi ir samazinājušies, lai gan tūristu skaits pieaudzis. Tūristu uzturēšanās laiks Latvijā ir samērā īss – tikai ceturtdaļa tūristu valstī uzturas ilgāk par vienu dienu. Konkurētspējas kritumu starptautiskā mērogā atspoguļo arī Ceļojumu un tūrisma konkurētspējas indeksa vērtību pazemināšanās: 2017. gadā starp 136 valstīm Latvija ierindojusies 54. vietā, kas ir zemāk nekā 48. vieta 2013. gadā.



Galamērķu nevienmērīgā teritoriālā sadalījuma dēļ tūristu plūsmas koncentrējas ap atsevišķiem populārākajiem galamērķiem, kas atrodas galvenokārt galvaspilsētas tuvumā. Nav pietiekami daudz uz dažādām tūristu vecuma un interešu grupām orientētu piedāvājumu, kā arī nepietiek oriģinālu piedāvājumu, ar ko Latvija atšķirtos no citām valstīm. Latvijas tūrisma konkurētspējas paaugstināšanai, īpaši reģionos, būtiski ir sekmēt pakalpojumu kvalitātes uzlabošanu.



Tikai 5% no visām naktīm, kuras ārvalstu viesi pavadījuši Latvijā, viņi nakšņojuši reģionos esošajās naktsmītnēs – tas ir zemākais rādītājs visā Eiropas Savienībā. Turklāt Latvijā ir arī izteikta tūrisma sezonālitate: lielākais tūristu pieplūdums valstī vērojams periodā no jūlija līdz septembrim.



Latviju apmeklējušo ārvalstu tūristu skaits pieaug. Kopumā 2017. gadā Latvijas viesnīcās un citās tūristu mītnēs tika uzņemti aptuveni 2,6 miljoni personu, no tām 69% – ārvalstu viesi, vairums no ES valstīm (65%). Visvairāk ārvalstu viesu apkalpojušas viesnīcas un citas tūristu mītnes Rīgā (78,2%), Jūrmalā (7,8%), Siguldas novadā (1,7%), Liepājā (1,6%), Ventspilī un Daugavpilī (abās 1,3%).



Lai gan iespējas iegūt informāciju par tūrisma piedāvājumu Latvijā ir plašas, Latvijas atpazīstamība starptautiskā mērogā nav augsta. Informācija par galamērķiem reģionos, kā arī par daudziem vietējā līmenī nozīmīgiem tūrisma piedāvājumiem nav pietiekama un dažkārt ir selektīva. Tūrisma informācijas nodrošināšanā arvien pieaug sociālo tīklu, mobilo lietotņu un citu tehnoloģisku risinājumu loma.



Ar izmitināšanu, ceļojumu biroju un tūrisma operatoru darbību saistīto uzņēmumu skaits Latvijā ir pieaudzis, taču kopējais šo uzņēmumu apgrozījums – samazinājies. Uzņēmumi, kas sniedz izmitināšanas, ēdināšanas, mākslas, izklaides un atpūtas pakalpojumus, koncentrējušies galvenokārt Rīgas un Pierīgas statistiskajā reģionā. Dažos novados tūristu mītnu skaits ir pavisam niecīgs. Uzņēmumu darbību tūrisma nozarē ietekmē ne tikai ārējie faktori, bet arī novadu sociālekonomiskais potenciāls un vietējais atbalsts uzņēmējdarbībai.



Reģionālā tūrisma konkurētspējas nodrošināšanā būtiska nozīme ir ērtai galamērķu sasniedzamībai. Sasniedzamību aprūstina sliktā ceļu kvalitāte un sabiedriskā transporta nodrošinājuma nepilnības. Tieši ceļu kvalitāte ir nozīmīgs tūrisma galamērķu apmeklētības priekšnosacījums – vairums no reģionos esošajiem apmeklētākajiem galamērķiem atrodas ne tālāk par vienu kilometru no ceļa ar asfalta segumu. Dažādas priekšrocības tūristiem varētu sniegt dzelzceļa transports, tomēr reģionālajos pasažieru pārvadājumu maršrutos vilcienu satiksme nav nodrošināta tiktāl, lai būtu piemērota regulārai tūristu plūsmai.



Apzinoties tūrisma nozīmi reģionu attīstībā, Eiropas valstis aktīvi izstrādā risinājumus reģionālā tūrisma veicināšanai. Lieli pūliņi tiek veltīti tūrisma piedāvājumu diversifikācijai, pakalpojumu kvalitātes un galamērķu sasniedzamības uzlabošanai, tūrisma nozarē strādājošajiem uzņēmējiem sniedzamā atbalsta pilnveidošanai, sezonālās negatīvo ietekmju mazināšanai, kā arī dalīšanās ekonomikas izpausmju integrācijai tūrisma nozarē.



Politikas plānošanas dokumentos tūrisma attīstība Latvijā tiek saistīta ar tūrisma pakalpojumu konkurētspējas paaugstināšanu, kvalitātes uzlabošanu un Latvijas tūrisma piedāvājuma atpazīstamības veicināšanu ārvalstu tirgos. Par stratēģiskajiem tūrisma veidiem noteikti darījumu un pasākumu tūrisms, veselības, dabas, kultūras tūrisms un radošās industrijas. Apzinātas konkurētspējīgākās tūrisma eksporta teritorijas. Uzsvars likts uz tūrisma sezonālās negatīvās ietekmes mazināšanu.



Lai gan tūrisma attīstības ziņā ir svarīgi starpnozaru risinājumi, tūrisma nozares pārvaldība Latvijā ir fragmentēta. Tūrisma finansējums ir izkliedēts, un nav pietiekami izvērtēta tā atdeve.



Tūrisma pārvaldības uzlabošanai nepieciešama skaidrākas tūrisma atbalsta struktūras izveide un integrētas sadarbības prakses ieviešana, galamērķu pārvaldības uzlabošana, kā arī tūrisma produktu un galamērķu zīmolvēdības stiprināšana. Ņemot vērā to, ka reģionos tūrisma resursu koncentrācija ir zemāka nekā pilsētās, uz galamērķu pārvaldību Latvijā būtu jāraugās plašāk nekā tikai vienas pašvaldības administratīvās teritorijas ietvaros.



Lai arī Latvijai tūristu piesaistīšanā nākas konkurēt ar ārvalstīm, kurās esošie tūrisma galamērķi dabas un kultūras resursu ziņā var šķist bagātīgāki, tai tomēr ir potenciāls izstrādāt pievilcīgus, unikālus un konkurētspējīgus, dažādām interešu grupām piemērotus tūrisma piedāvājumus.



Tūrisma nozarē konstatētajām nepilnībām netiekot novērstām, tūristu plūsmas novirzīšana uz reģioniem var sekmēt šādu risku iestāšanos:

- vides ilgtspējas apdraudējumi;
- tūrisma infrastruktūras ekstensīvās attīstības nelabvēlīga ietekme;
- galamērķu reputācijas krišanās gadījumos, kad apmeklētāji tajos nespēj gūt pozitīvu pieredzi;
- nespēja vietējā/reģionālā līmenī mazināt negatīvos tūrisma radītos blakusefektus.

Ievads

Tūrisma nozares potenciāls tika novērtēts jau aizvadītā gadsimta beigās – Latvijai tūrisms varētu būt tas pats, kas jēlnafta Saūda Arābijai ([Hofheinz, 1991](#)).

Tūrisms tiek atzīts par vienu no visstraujāk augošajām tautsaimniecības nozarēm pasaulē. Eiropas Savienībā (turpmāk arī – ES) tūrisms ir trešā nozīmīgākā ekonomikas joma. Tūrisma attīstību ietekmē dažādu nozaru – transporta, vides, patērētāju aizsardzības un reģionālās attīstības – politikas, un to savstarpēja koordinēšana ir zināms izaicinājums ([Margaras, 2017](#)). Tūrisma nozares attīstību lielā mērā nosaka arī ārēji faktori, tostarp makroekonomiskie apstākļi, drošība, valūtas stabilitāte, vides stāvoklis, dabas katastrofas. Pieprasījuma izmaiņas, virzība uz ilgtspējīgu tūrisma attīstību, to veicinošu tehnoloģiju izmantošana, kā arī ceļotāju mobilitātes pieaugums būtiski maina cilvēku ceļošanas paradumus ([OECD, 2018](#)). Turklāt arī pašai tūrisma nozarei piemīt multiplikatora efekts – tā rada gan tiešu, gan netiešu ekonomisko ietekmi uz citām tautsaimniecības nozarēm un jomām ([Lemma, 2014](#); [WEF, 2017](#); [WTTC/Oxford Economics, 2016](#)).

Lai panāktu ilgtspējīgu tūrisma izaugsmi, valstīs tiek veikti mērķtiecīgi pasākumi vienotu tūrisma politikas, plānošanas, mārketinga un pārvaldības sistēmu veidošanai ([David and Edgell, 2016](#)). Cenšoties rast optimālu pieeju tūrisma nozares attīstīšanai, konkurētspējas paaugstināšanai, elastības un ilgtspējas nodrošināšanai, aktuāls kļuvis jautājums par tūrisma attīstību reģionos. Daudzās Eiropas valstīs lauksaimniecība jau zaudējusi tādas tautsaimniecības nozares statusu, kura savulaik bija primārā lauku reģionu attīstības veicinātāja un lauku iedzīvotāju iztikas nodrošinātāja. Lai ierobežotu lauku reģionu iedzīvotāju dzīves līmeņa krišanos, šajos reģionos tiek aktīvi meklēti alternatīvi vai papildu veidi, kā izmantot vietējās saimniecības un dabas bagātības. Lauku un reģionālais tūrisms paver iespēju resursus izmantot racionāli un ar tūrisma saistītos ieguvumus sadalīt telpiski vienmērīgi visas valsts mērogā ([Andraz, et al., 2015](#); [Doqru and Bulut, 2018](#); [Hjalager, et al., 2018](#); [Jaszczak and Žukovskis, 2010](#); [OECD, 2018](#)). Līdz ar to reģionālais tūrisms ir kļuvis par vienu no visstraujāk augošajiem tūrisma veidiem ([Hall, et al., 2016](#)).

Šī sintēzes ziņojuma mērķis ir raksturot reģionālā tūrisma attīstības iespējas Latvijā. Balstoties uz literatūras analīzes un ekspertu diskusijas gaitā apkopotajiem viedokļiem, ieskicēti daži iespējamie tūrisma atbalsta politikas virzieni.

Kā pilsētās, tā novados ir pieejami dažādi tūrisma galamērķi un to piedāvājumi, kas piesaista noteiktas tūristu grupas. Lai gan par tūrisma galamērķi var uzskatīt ikvienu vietu, uz kuru dodas tūristi, tūrisma plānotāju, pašvaldību pārstāvju un tūristu viedokļi par to, kas būtu vai nebūtu atzīstams par tūrisma galamērķi, mēdz atšķirties ([Pike and Page, 2014](#)). Vispār par tūrisma **galamērķi** tiek uzskatīta vieta, kur lielā skaitā pulcējas tūristi, kur ir koncentrēti tūristu piesaistes objekti, tūristu mītnes un notiek dažādas ar tūrisma saistītas aktivitātes. Attiecībā uz tūrisma nozares pārvaldību var runāt par nacionāla, reģionāla un vietēja mēroga problēmām. Šī ziņojuma ietvaros ar jēdzienu “**reģionālais tūrisms**” tiek saprastas dažādas ar tūrisma saistītas aktivitātes, kā arī tūrisma galamērķi ārpus Rīgas administratīvās teritorijas. Savukārt, raksturojot iespējas novirzīt tūristu plūsmas no Rīgas uz reģioniem, galvenā uzmanība pievērsta ārvalstu tūristu plūsmām Latvijā.

Ziņojuma sagatavošanā izmantoti Latvijā un ārvalstīs veikti pētījumi. Aptvertās problemātikas analīzei izmantoti publiski pieejami statistikas dati, kas iegūti no Centrālās statistikas pārvaldes (turpmāk arī – CSP), *Eurostat* datubāzēm u. c. avotiem. Reģionālajā un vietējā līmenī izstrādāts ievērojams skaits attīstības plānošanas dokumentu. Ziņojuma tapšanas gaitā tika organizēta diskusija un intervijas ar nozares ekspertiem.

1. Latvijas tūrisma konkurētspēja

Globālā mērogā raugoties, pieaug gan tūrisma plūsmas, gan tūrisma nozares ekonomiskā nozīme. 2017. gadā tūristu skaits palielinājās par 3,9% salīdzinājumā ar 2016. gadu, un tiek prognozēts, ka tas turpinās pieaugt. Ekonomiskās sadarbības un attīstības organizācijas (*Organization for Economic Cooperation and Development*; turpmāk arī – *OECD*) valstīs tūrisma devums tautsaimniecībā 2016. gadā bija 4,2% no iekšzemes kopprodukta (turpmāk arī – IKP), 6,9% no nodarbinātības un 21,7% no pakalpojumu eksporta apjoma). Tūrisma plūsmas palielinās arī Eiropas valstīs: 2017. gadā tajās ieceļoja 671 miljons ārvalstu tūristu, kas ir par 8% vairāk kā 2016. gadā. 2016. gadā tūrisma piensums Latvijas IKP veidoja 4%. Tūrisms nodrošina ar darbavietām aptuveni 78 tūkstošus valsts iedzīvotāju jeb 9% nodarbināto. Tūrisma eksports sasniedza 962 miljonus eiro, kas veido 6% no kopējā eksporta un 18% no pakalpojumu eksporta. Lai gan tūristu skaits Eiropas valstīs turpina pieaugt, kopējie ieņēmumi no starptautiskā tūrisma kopš 2015. gada sarūk. To ietekmējuši vairāki faktori, piemēram, ceļotāju zemāka pirktspēja, kā arī fakts, ka aizvien vairāk priekšroka tiek dota salīdzinoši lētākiem ceļojumiem. Arī Latvijā pēdējo gadu laikā ārvalstu tūristu tēriņi ir samazinājušies, kaut gan tūristu skaits ir pieaudzis ([Luka, 2017](#); [OECD, 2018](#); [UNWTO, 2018](#)). Līdz ar to, apzinot šībrīža situāciju un aktuālās tendences tūrisma nozarē (1. attēls), jāsecina, ka ir būtiski paaugstināt Latvijas tūrisma starptautisko konkurētspēju un tiekties pēc lielākiem ieguvumiem no nozares gan nacionālā, gan reģionālā mērogā.

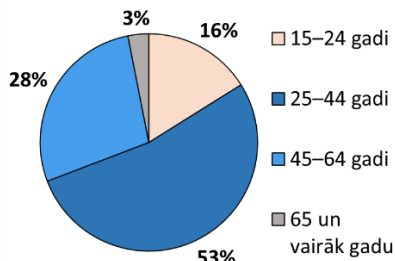
Kopumā Latvijas tūrisma piedāvājumu var vērtēt kā saturiski daudzveidīgu ([EM, 2014](#); [Latvijas Fakti, 2016](#); [LIAA, 2010](#)), **tomēr teritoriāli nevienmērīgi sadalītu** (2. attēls). Tūrisma objektu un populārāko tūristu piesaistes vietu izplatībā konstatējamas atsevišķas to koncentrēšanās zonas, savukārt dažos reģionos šādu objektu ir visai maz. Tomēr kopumā valstī ir pieejami daudzveidīgi augstas pievienotās vērtības tūrisma objekti un galamērķi. To vidū jāmin plašās [kultūras tūrisma](#) un [dabas tūrisma](#) iespējas (tostarp 333 ES vienotajā *Natura 2000* tīklā iekļautās īpaši aizsargājamās dabas teritorijas), kā arī [veselības](#) un labsajūtas tūrisma, sporta tūrisma, pasākumu un konferenču tūrisma u.c. piedāvājumi ([LIAA, 2010](#); [LR Augstākā Padome, 1993](#); [OECD, 2018](#)). Piemēram, pasākumu tūrisms ir daudzsološs tūrisma veids, kura veicināšana var nest ilgtermiņa ieguvumus: tas var pozitīvi ietekmēt galamērķu dzīves ciklu, mazinot sezonālās negatīvo ietekmi. Lai gan pasākumi ir īslaicīgi, tie nereti spēj piesaistīt plašākas tūristu plūsmas nekā pastāvīgi tūrisma objekti, kuru darbība visa gada laikā ir stabilāka un vienmērīgāka ([EM, 2014](#)). Piemēram, aizvadīto Kuldīgas pilsētas svētku laikā tika reģistrēti 94 tūkstoši apmeklētāju ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#)). Grūti spriest, cik daudz ārvalstu tūristi apmeklē pilsētu svētkus, lai gan atsevišķos pasākumos viņu klātbūtne ir manāma – piemēram, festivālu [Positivus](#) Salacgrīvā 2014. gadā apmeklēja aptuveni 8000 ārvalstu viesu ([LSM, 2014](#)).

Ārvalstu tūristi Latvijā 2017. gadā



→ Tūristu mītnēs apkalpotas 2 577 338 personas, no tām 69% jeb 1 778 973 bija ārvalstu viesi

→ Salīdzinot ar 2016. gadu, 2017. gadā Latvijā uzņemti par 13% vairāk ārvalstu viesu, un tie Latvijā pavadījuši par 12% vairāk nakšu



→ 53% ārvalstu tūristu vecumā no 25 līdz 44 gadiem

→ Kopš 2011. gada palielinājies gados jaunu (15–44 gadi) ceļotāju skaits

Ārvalstu vairākdienu ceļotāji sadalījumā pēc vecuma

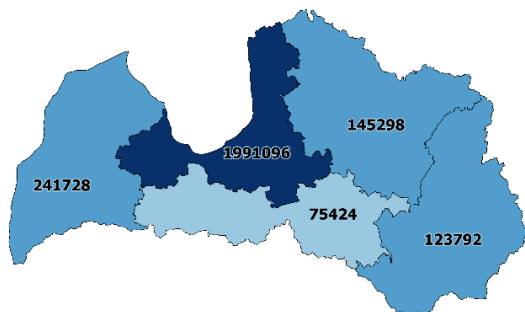
→ 92% ārvalstu viesu uzņemti tūristu mītnēs šajās pilsētās un novados:

- 78,2% Rīgā
- 7,8% Jūrmalā
- 1,7% Siguldas novadā
- 1,6% Liepājā
- 1,3% Ventspilī
- 1,3% Daugavpilī

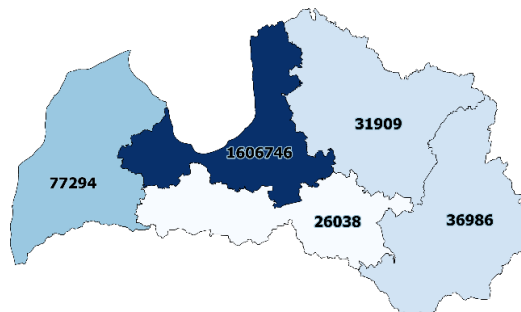


→ 86% ārvalstu viesu nakšņojuši viesnīcās, moteļos, kūrortviesnīcās vai kūrorta rehabilitācijas centros

→ 2016. gadā ārvalstu viesi tikai 5% nakšu pavadījuši naktsmītnēs, kas atrodas Latvijas lauku teritorijās – tas ir zemākais rādītājs Eiropas Savienībā



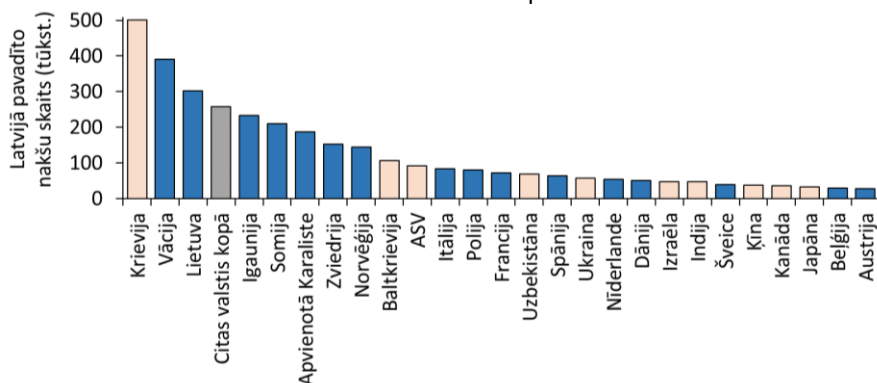
Tūristu mītnēs apkalpotās personas kopā



Tūristu mītnēs apkalpotie ārvalstu viesi

→ Lielākais tūristu pieplūdums Latvijā ir no tuvējām valstīm

→ 65% ārvalstu tūristu ir viesi no Eiropas Savienības valstīm



Latvijas tūristu mītnēs apkalpoto ārvalstu viesu pavadīto nakšu skaita sadalījums pa valstīm

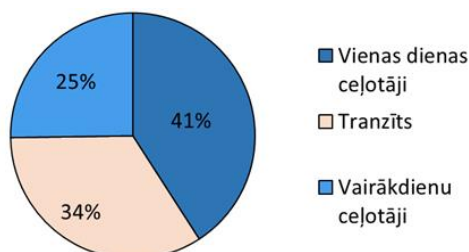
Ārvalstu tūristu tēriņi Latvijā 2017. gadā



→ Visvairāk naudas – vidēji 85 eiro diennaktī – Latvijā tērē ceļotāji vecumā no 45 līdz 64 gadiem

→ Tūristi vecumā no 15 līdz 24 gadiem un virs 65 gadiem Latvijā tērē vien vidēji 39–45 eiro diennaktī

Ārvalstu ceļotāju sastāvs un uzturēšanās ilgums Latvijā 2017. gadā



Ārvalstu ceļotāju sadalījums pēc uzturēšanās ilguma Latvijā

→ Lielākais tūristu pieplūdums Latvijā vērojams no jūlija līdz septembrim

→ Tikai ceturtdaļa ārvalstu ceļotāju Latvijā uzturas ilgāk par vienu diennakti

→ 34% ārvalstu ceļotāju Latviju šķērso tranzītā, un šādu ceļotāju skaits kopš 2013. gada ir pieaudzis

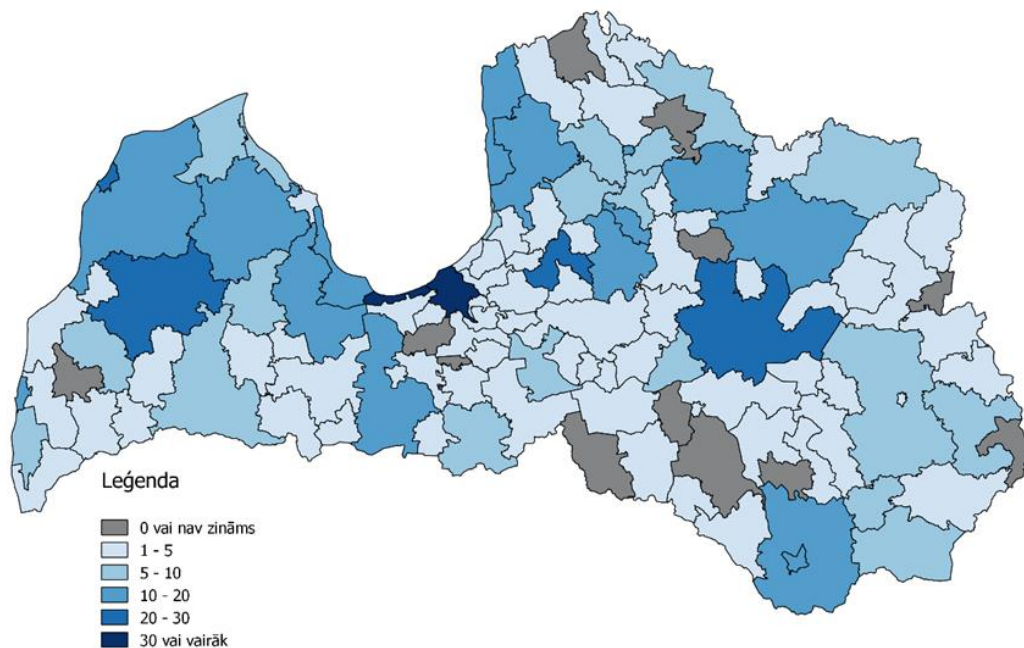
→ Kopš 2013. gada samazinājies atpūtas nolūkā ceļojošo skaits, savukārt palielinājies to robežšķērsojumu skaits, kas veikti draugu un radu apciemojuma vai citā nolūkā. Robežšķērsojumu skaits darījumu nolūkā palicis visumā nemainīgs

Uzņēmumi, kas darbojas tūrisma nozarē 2016.–2017. gadā

→ 2016. gadā ar izmitināšanu, ceļojumu biroju un tūrisma operatoru darbību saistītu uzņēmumu skaits bija 1670 jeb par 206 uzņēmumiem vairāk nekā 2014. gadā. Vienlaikus šo uzņēmumu apgrozījums ir samazinājies

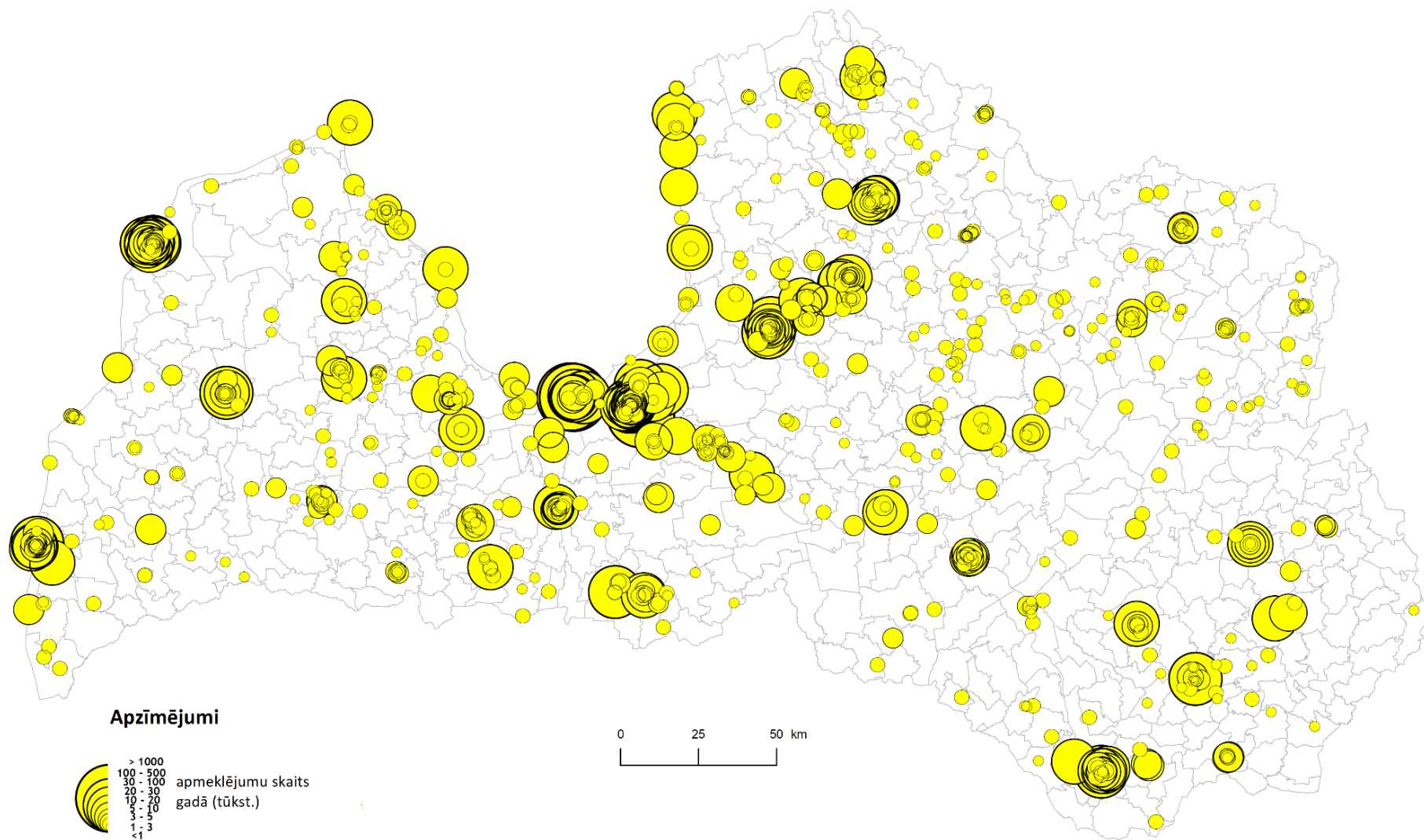
→ Šie uzņēmumi 2016. gadā nodarbināja 8642 personas

→ Ar izmitināšanu, ēdināšanu, mākslu, izklaidi un atpūtu saistītu uzņēmumu skaits lielāks ir Rīgas un Pierīgas statistiskajā reģionā



Tūristu mītņu skaits Latvijas novados

1. attēls. Fakti un skaitļi par tūrismu Latvijā. Avoti: [CSP, 2018a](#); [CSP, 2018b](#); [CSP, 2018c](#); [CSP, 2018d](#); [CSP, 2018e](#); [CSP, 2018f](#); [CSP, 2018g](#); [CSP, 2018h](#); [EM, 2014](#); [Eurostat, 2018](#); [Grizane, 2016](#).



2. attēls. Tūrisma objekti un populārākās tūristu piesaistes vietas Latvijā laika periodā no 2009. līdz 2012. gadam. Avots: [Klepers, 2013.](#)

Valstu konkurētspēja tūrisma nozarē starptautiskā mērogā tiek novērtēta ar Ceļojumu un tūrisma konkurētspējas indeksu (*Travel&Tourism Competitiveness Index*). Tajā tūrisma konkurētspēja tiek vērtēta pēc 14 faktoriem šādās jomās:

- labvēlīga vide (*enabling environment*) – raksturo vispārējos tūrisma nozares darbībai nepieciešamos pamatelementus valstī;
- ceļojumu un tūrisma politika un veicinošie nosacījumi (*travel and tourism policy and enabling conditions*) – ietver tos politikas vai stratēģiskos aspektus, kas tieši ietekmē nozari;
- infrastruktūra (*infrastructure*) – raksturo tūrismam nepieciešamās infrastruktūras pieejamību un tās faktisko kvalitāti, ietverot tādus infrastruktūras veidus kā gaisa, sauszemes un jūras transports, kā arī citu tūrisma pakalpojumu infrastruktūru;
- dabas un kultūras resursi (*natural and cultural resources*) – ietver visus tos iemeslus šajās jomās, kādēļ tūristi apmeklē konkrēto valsti ([WEF, 2017](#)).

1. tabula

Latvijas, Lietuvas un Igaunijas vieta Ceļojumu un tūrisma konkurētspējas indeksa faktoru rangā 2017. gadā. Avots: [WEF, 2017](#).

Novērtētie faktori	Valsts vieta rangā		
	Latvija	Lietuva	Igaunija
Ceļojumu un tūrisma konkurētspējas indekss 2017. gadā	54	56	37
Uzņēmējdarbības vide	58	53	25
Drošība un aizsardzība	40	42	15
Veselība un higiēna	16	2	25
Cilvēkresursi un darba tirgus	32	31	24
IKT gatavība	38	33	12
Ceļojumu un tūrisma prioritāšu noteikšana	79	91	16
Starptautiskā atvērtība	41	40	56
Cenu konkurētspēja	42	33	52
Vides ilgtspēja	13	41	12
Gaisa transporta infrastruktūra	51	78	53
Zemes un ostu infrastruktūra	41	32	31
Tūrisma pakalpojumu infrastruktūra	48	58	22
Dabas resursi	108	121	101
Kultūras resursi un biznesa ceļojumi	98	87	78

Zemāka indeksa skaitliskā vērtība norāda uz augstāku novērtējumu.

Ceļojumu un tūrisma konkurētspējas indeksā 2017. gadā Latvija starp 136 valstīm ierindojusies 54. vietā, un tā ir zemāka pozīcija salīdzinājumā ar 48. vietu 2013. gadā ([WEF, 2013](#); [WEF, 2017](#)). 2017. gadā Latvijas pozīcija Ceļojumu un tūrisma konkurētspējas indeksa novērtējumā Latvija tikai nedaudz apsteidza Lietuvu, bet ievērojami atpalika no Igaunijas (1. tabula). Aplūkojot visu 14 indeksa faktoru vērtības, var secināt, ka atsevišķās pozīcijās Latvija novērtēta salīdzinoši augstu, bet citās – nepieciešami būtiski uzlabojumi.

Piemēram, zemo 94. vietu Ceļojumu un tūrisma konkurētspējas indeksa vērtējumā Latvija ieguvusi zemes un ostu transporta faktora apakšsadaļā “ceļu kvalitāte” ([WEF, 2017](#)). Šim aspektam ir svarīga loma galamērķu sasniedzamībā, un tādējādi tas ir būtisks jautājums tūrisma konkurētspējas nodrošināšanas kontekstā. No galvaspilsētas uz reģioniem Latvijā iespējams nokļūt, galvenokārt izmantojot sauszemes transportu: Latvijā kopumā (tostarp tūrismā) reģionālos pasažieru pārvadājumus 2017. gadā veidoja dzelzceļa transports – 39,77% un autobusi – 60,23% ([Grigulis, 2018](#)). Turklāt tieši **ceļu kvalitāte ir nozīmīgs nosacījums tūrisma galamērķu apmeklētībai**: pēc ekspertu aplēsēm, 90% no 500 apmeklētākajiem galamērķiem atrodas ne tālāk par vienu kilometru no ceļa ar asfaltētu segumu ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#)). Dzelzceļa

transporta izmantošana tūristiem sniedz dažādas priekšrocības, tomēr reģionālajos pasažieru pārvadājumu maršrutos vilcienu satiksme nav pietiekami vienmērīgi nodrošināta, lai būtu piemērota regulāriem tūrisma maršrutiem ([Grigulis, 2018](#); [Intervija, I. Kovtunenکو, Dž. Apsīte, 29.05.2018.](#)). Līdzšinējās diskusijās konstatētas vairākas nepilnības sabiedriskā transporta nodrošinājumā uz reģioniem.

Nepilnības sabiedriskā transporta nodrošinājumā reģionālajam tūrismam un risinājumi to novēršanai	
Nepilnības	Risinājumi
<p>Nepietiekama dažādu transporta veidu savstarpēja koordinācija, to savienojamības trūkums.</p> <p>Ārvalstu tūristiem rodas problēmas ar informācijas pieejamību par vietējo sabiedriskā transporta sistēmu, lai saskaņotu pārsēšanos starp dažādiem transporta veidiem.</p> <p>Nepieciešami papildu maršruti uz galamērķiem, kuros ir tūrisma objekti</p>	<p>Saprotamas informācijas pieejamība dzelzceļa stacijās, autoostās, pieturvietās ne tikai latviešu, bet arī angļu valodā¹</p>
	<p>Sabiedriskā transporta līdzekļu aprīkošana ar displejiem, kas maršrutos var nodrošināt informāciju (gan par pieturvietām, gan par vietējo tūrisma piedāvājumu) ne tikai valsts, bet arī angļu valodā</p>
	<p>Biežākas satiksmes nodrošināšana tūrisma galamērķu sasniegšanai sagaidāmā tūrisma pieplūduma periodos</p>
	<p>Laika grafiku saskaņotība starp transporta veidiem un maršrutiem</p>
<p>Neskaidra, atšķirīga transporta biļešu iegādes sistēma – reģionos novērotas problēmas ar biļešu iegādi dažādiem transporta veidiem, atšķiras to iegādes veids. Ne vienmēr biļetes var iegādāties iepriekš vai internetā</p>	<p>Īpašu norāžu un ceļa zīmju izvietošana tūrisma objektu un naktsmītņu tuvumā gan valsts, gan angļu valodā</p>
	<p>Uzskatāmu norāžu izvietošana stacijās, pieturvietās, autoostās u.tml. par to, kur saņemt tūrisma informāciju</p>
	<p>Informācijas par transporta, tostarp par vietējās satiksmes, iespējām nodrošināšana populārākajās tūrisma tīmekļvietnēs</p>
<p>Tūristiem nav pieejama informācija par auto stāvvietām un to apmaksas sistēmu</p>	<p>Iespēja iegādāties biļeti internetā un uzrādīt to digitālā formātā</p>
	<p>Vienotas braukšanas biļešu iegādes sistēmas izveide visā valstī</p>
<p>Avots: LPS, 2018; Ziemeļe, 2018.</p>	<p>Saskaņotība biļešu pārdošanā starp dažādiem transporta pakalpojumu sniedzējiem</p>
	<p>Tūrisma tīmekļvietņu papildināšana ar informāciju tūristiem par stāvvietām</p>

Tomēr jāatzīst, ka atsevišķu rādītāju vērtējums Ceļojumu un tūrisma konkurētspējas indeksa ietvaros nav viennozīmīgs. Piemēram, indeksa novērtējumā viesnīcu cenas Latvijā novērtētas kā konkurētspējīgas (5. vieta), lai gan vietējie eksperti un politikas plānotāji viesnīcu pakalpojumu cenas vērtē kā salīdzinoši augstas ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#); [EM, 2014](#); [Latvijas Fakti, 2016](#); [WEF, 2017](#)).

Latvijas tūrisma nozares starptautiskās konkurētspējas paaugstināšanas problemātika ietverta [Latvijas tūrisma attīstības pamatnostādnes 2014.–2020. gadam](#). Latvijas rādītāju pasliktināšanās 2017. gada Ceļojumu un tūrisma konkurētspējas indeksā liecina, ka Latvijas tūrisma nozare pēdējos gados zaudē konkurētspēju globālajā tirgū. Plānojot pasākumus tās paaugstināšanai, jāveicina ne tikai jaunu apmeklētāju piesaiste, bet arī tas, lai Latviju jau apmeklējušie tūristi būtu ieinteresēti šeit atgriezties un ieteiktu to darīt arī citiem. Tādēļ būtiska

¹ Lai gan tūrisma nozares eksperti iesaka publiskās vietās, tostarp sabiedriskā transporta pieturās, izvietot norādes arī angļu valodā, Valsts valodas centra nostāja šajā jautājumā vēl aizvien ir noraidoša ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#); [LETA, 2017a](#); [LETA, 2017b](#); [Oripe, 2013](#); [VVC, 2017](#)).

nozīme ir pozitīvai pieredzei, iespaidiem un emocijām, ko tūristi gūst Latvijas apmeklējuma laikā ([Akin, et al., 2015](#); [David and Edgell, 2016](#)).

Lai gan Eiropas mērogā Latvijai tūristu piesaistē ir jākonkurē ar tūrisma galamērķiem, kas dabas un kultūras resursu ziņā klasiski var šķist bagātīgāki, tai ir potenciāls attīstīt tūristiem pievilcīgus, unikālus un konkurētspējīgus tūrisma piedāvājumus. Klasiskie faktori, kas ietekmē tūrisma galamērķu pievilcību, ir patīkami klimatiskie apstākļi, gleznainas ainavas, kalni, skaistas piekrastes līnijas un pludmales, kultūrvēsturiskais mantojums, kā arī iespēja vērot vietējo iedzīvotāju sociālo dzīvi ([SIA Baltkonsults, 2016](#); [David and Edgell, 2016](#)). Lai izceltu mazpazīstamus tūrisma galamērķus Eiropā, kas praktizē ilgtspējīga tūrisma attīstības modeli, pēc Eiropas Komisijas iniciatīvas ik gadu tiek rīkots Eiropas izcilības galamērķu ([European Destinations of Excellence](#); turpmāk arī – EDEN) konkurss. Tā ietvaros valstīs katru gadu notiek nacionāla mēroga galamērķu sacensības, un noteiktā tematiskajā grupā tiek izraudzīts uzvarētājs ([EC, 2018a](#)). Arī Latvija, izceļot savus tūrisma galamērķus, piedalās šajā iniciatīvā (2. tabula). Šādas aktivitātes ļauj apzināt savu potenciālu un iezīmēt virzienus, kādos veicamas mārketinga aktivitātes.

2. tabula

EDEN konkursos uzvarējušie Latvijas tūrisma galamērķi. Avots: [EC, 2018b](#).

Gads	Gada tematika	Uzvarētājs
2017	Kultūras tūrisms	Cēsis – pārsteidz ar mākslas izstādēm, vēstures atspoguļojumu, dabas ainavām, un seno laiku tradīciju un kultūras mantojuma godināšanu
2015	Tūrisms un vietējā virtuve	Latgale – reģions, kas izceļas ar savu unikālo ainavu, vietējām tradīcijām un kulināro mantojumu
2013	Pieejamais tūrisms	Liepāja – piedāvā augstas kvalitātes tūrisma pakalpojumus dažādām ceļotāju grupām, tostarp cilvēkiem ar īpašām vajadzībām
2011	Tūrisms un senatnes vietu un objektu atjaunošana	Līgatne – rekonstruēts un atdzīvināts pagātnes mantojums, demonstrējot sociālās un darba dzīves ainas. Gaujas Nacionālajā parkā ir aizsargājama vide apdraudētām dzīvnieku, koku un augu sugām
2010	Ūdeņu un piejūras tūrisms	Jūrmala – piedāvā ne tikai unikālu baltā kvarca smilšu pludmali, bet arī aktīvas atpūtas iespējas visai ģimenei dabas tuvumā
2009	Tūrisms aizsargājamās teritorijās	Tērvetes dabas parks – infrastruktūra piemērota gan atrakcijām aktīvai tūristu atpūtai, gan unikālo augu sugu aizsardzībai
2008	Vietējā kultūras mantojuma tūrisms	Latgales podnieki – māla meistari Latgalē, kur keramikas tradīcijas ir būtiska kultūras un tūrisma sastāvdaļa
2007	Jaunie tūrisma galamērķi Eiropas lauku teritorijās	Kuldīga – labi saglabāties vēsturiskais un arhitektūras mantojums un gleznaina vide, Ventas upes ieleja pazīstama kā <i>Latvijas Venēcija</i>

No tūristu skatpunkta raugoties, nozīmīga loma galamērķu izvēlē ir iespējai saņemt kvalitatīvus pakalpojumus un vispārēju pozitīvu pieredzi. To kompleksi veido vairākas komponentes, tostarp apskates objekti, naktsmītnes, ēdināšanas iespējas, transporta nodrošinājums, vide, vietējie iedzīvotāji u.c. ([Kosar and Kosar, 2014](#); [Neal, 2000](#); [Van der Steina, 2012](#)). Tūristu prasības pēc tūrisma pakalpojumu kvalitātes paaugstinās līdz ar pieaugošajām galamērķu izvēles iespējām. Mūsdienās tūristiem ir liela iespēja iegūt informāciju un izmantot savu līdzšinējo ceļošanas pieredzi, lai salīdzinātu Latvijas tūrisma piedāvājumu ar piedāvājumu citos galamērķos. Līdz ar to cenas atbilstība pakalpojuma kvalitātei nosaka ceļotāju pakalpojumu izvēli un apmierinātības pakāpi ([EM, 2014](#); [Margaras, 2017](#); [Skuras, et al., 2006](#); [VIAA, 2012](#)). Tomēr Ceļojumu un tūrisma konkurētspējas indeksā tūrisma pakalpojumu kvalitāte Latvijā 2017. gadā novērtēta salīdzinoši zemu (61. vieta) ([WEF, 2017](#)), kas norāda nepieciešamību pēc būtiskiem uzlabojumiem. Pēc ekspertu domām, lai tūrisma produktu piedāvājums un infrastruktūra kļūtu pievilcīgāka arī ārvalstu ceļotājiem, **vispirms ir nepieciešams rūpēties par vietējo ceļotāju ieinteresēšanu** ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#); [Intervija, Van der Steina, 30.05.2018.](#)).

Informācijas par galamērķi iegūšanas avoti

Ceļotāji kā populārākos informācijas iegūšanas avotus par plānoto galamērķi nosaukuši: tīmekļvietni, ko neadministrē par tūrisma galamērķi atbildīgā organizācija – 63%, draugu un paziņu sniegto informāciju – 48%, par tūrisma galamērķi atbildīgās organizācijas tīmekļvietni – 28%, drukātos materiālus – 25% ([Van der Zee, et al., 2017](#)).

Starp populārākajām vietnēm, kurās iegūstama informācija par tūrisma iespējām Latvijā, minamas [LatviaTravel](#), [theBalticTravel](#), [BalticTravelnews](#), [LiveRiga](#), [LonelyPlanet](#), [TripAdvisor](#), [Lauku ceļotājs](#) u. c. Piedāvājumi ceļojumiem pa Latviju ir atrodami arī tūrisma aģentūru, tostarp, citu valstu (piem., Lietuvas [Baltic Tours Group](#), Igaunijas [Baltcoming](#)), viesnīcu un tūrisma uzņēmumu, kā arī tūrisma centru, aģentu un gidu tīmekļvietnēs. Aizvien jaunas iespējas uzrunāt, sasniegt un informēt auditoriju sniedz arī modernās digitālās tehnoloģijas ([Brown and Chalmers, 2003](#)). Latvijā vairākas pašvaldības informē ceļotājus par tūrisma iespējām Latvijā ar mobilo lietotņu palīdzību, kā arī pēdējo gadu laikā izveidotas vairākas tūristiem pieejamas tematiskas lietotnes un interaktīvas kartes.

Lai gan iespējas iegūt informāciju par tūrisma piedāvājumu Latvijā ir visnotaļ plašas, tomēr ārvalstu tūrisma nozares eksperti uzskata, ka nepietiek informācijas ne par apskates objektiem, galvenokārt ārpus Rīgas, ne par viesnīcām un pasākumiem, īpaši mazajās pilsētās ([Latvijas Fakti, 2016](#)).

2. Reģionālā tūrisma atbalsta politika Latvijā

Efektīva tūrisma nozares pārvaldība tiek īstenota vairākos līmeņos, nodrošinot sadarbību starp dažādām nozarēm. Šajā ziņojumā aplūkoti valstu piemēri (sk. [3. nodaļu](#)) un [OECD ziņojumā](#) izklāstītā prakse liecina, ka valsts centrālajā tūrisma pārvaldības līmenī tiek nodrošināta tūrisma nozares vadība kopumā un sekmēta starpnozaru sadarbība, bet vietējā līmenī galvenokārt tiek uzturēta sadarbība ar privāto sektoru, tostarp arī ar tūrisma uzņēmumiem. Reģionālajā līmenī tiek organizēta pašvaldību mērķtiecīga iesaiste tūrisma piedāvājuma veidošanā, kā arī tiek uzklaušītas profesionālās asociācijas un akadēmiskās institūcijas.

Tūrisma nozares pārvaldības salīmeņošana un saskanīguma veicināšana starp nozarēm ir liels izaicinājums. Ne velti **starp reģionālo tūrisma spēcinošiem faktoriem vairākkārt izcelta koordinācijas un sadarbības nepieciešamība, labi sagatavots tūrisma piedāvājums, kā arī ar vadību un kapacitāti saistīti faktori:**

- pilnīgs tūrisma piedāvājums;
- laba pašvaldības vadība;
- pašvaldības atbalsts un līdzdalība;
- pietiekami finanšu līdzekļi un citi resursi tūrisma attīstībai;
- izstrādāts stratēģiskais plāns tūrisma attīstībai;
- aktivitāšu koordinēšana, sadarbojoties uzņēmējiem un pašvaldībai;
- aktivitāšu koordinēšana un sadarbība starp reģionālā tūrisma uzņēmējiem;
- informācijas pieejamība un tehniskā palīdzība tūrisma attīstības veicināšanai;
- vietējie tūrisma atbalsta un informācijas centri ar plašām funkcijām, kas ne tikai informē tūristus, bet arī sniedz atbalstu uzņēmējiem, palīdz pasākumu organizēšanā u. tml.;
- vietējās sabiedrības atbalsts tūrismam ([Wilson, et al., 2001](#)).

Nemot vērā tūrisma starpnozaru raksturu, aktuāla ir integrētas pieejas nodrošināšana tūrisma nozares pārvaldībā. Integrēta pieeja ietver cilvēku, organizāciju, uzņēmumu, objektu, tehnoloģiju, būvju un telpu apvienošanu tūrisma aktivitāšu nodrošināšanai. [Lauku tūrismā](#) – novados vai ciemos, kur vidi raksturo lauksaimniecības ainava, dabas vērtības, un kur tūrisms nav vienīgā vai galvenā ekonomiskā aktivitāte, vietējie uzņēmumi ir galvenie tūrisma pakalpojumu (naktsmītnes lauku un ciemu mājās, pirtis, ekskursijas, tradicionālie lauku ēdieni, dabas takas u. c.) nodrošinātāji. Savukārt valsts un pašvaldību iestādēm būtu jā rūpējas par atbilstošu infrastruktūru un vidi ([Zheng and Liu, 2013](#)). Integrētās pārvaldības ieviešana praksē ir grūti sasniedzama, jo iesaistītajām pusēm var būt dažādas, nereti pat pretrunīgas intereses. Cenšoties panākt sadarbību un sinerģiju, svarīgi ir konstatēt dažādu atbalsta pasākumu un instrumentu pārklāšanos un virzīties uz mērķi, kurā tautsaimniecības kopējais ieguvums būtu lielāks nekā katra atsevišķā sektora individuālais ieguvums ([Haxton, 2015](#)).

Latvijā, līdzīgi kā daudzās citās valstīs, viena no integrētās pārvaldības ieviešanas vāmajām vietām ir publiskā un privātā partnerība. Lai gan pašvaldības un plānošanas reģioni cenšas uzturēt dialogu ar uzņēmējiem, pēc ekspertu domām, šajā dialogā bieži vien trūkst vienotas abu pušu izpratnes par ieguldījumu un dažādu tūrisma veicinošo pasākumu jēgu ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#)). Taču tūrisma piedāvājumu veidošanā Latvijā var novērot arī integrētās pārvaldības iezīmes, piemēram, [gastronomiskā tūrisma](#) gadījumā. Gastronomiskā tūrisma projekti ietver vairākus līmeņus, kas paredz savstarpēji saistītu sadarbību: pakalpojumu piedāvājumu veido uzņēmēji, savukārt pašvaldības, valsts institūcijas un nevalstiskās organizācijas sniedz atbalstu uzņēmējiem un gastronomiskā tūrisma popularizēšanai internetā un dažādos pasākumos ([Kaufmane and Eglīte, 2017](#)).

2.1. Latvijas tūrisma nozares pārvaldība

Pieaugot starptautiskā tūrisma plūsmām un nozares pievienotajai vērtībai tautsaimniecībā, tūrisma nozarei tiek piešķirta aizvien lielāka ekonomiskā un arī politiskā nozīme. Tūrisma pievienotā vērtība tautsaimniecības attīstībai tiek saistīta gan ar tā ekonomisko pienesumu, gan ar reģionālās un lauku attīstības veicināšanu. [Nacionālajā attīstības plānā 2014.–2020. gadam](#) par tūrisma nozares ekonomisko pienesumu 132. uzdevumā izvirzīta “Uz eksportu orientētu tūrisma produktu veidošana, izmantojot reģionu unikālo dabas un kultūrvēsturisko mantojumu, reģionos izveidoto infrastruktūru un kurortoloģijas pakalpojumu potenciālu”. Pastarpināti tūrisma nozares ekonomiskais pienesums pieminēts arī citos uzdevumos, piemēram, 393. uzdevumā. Arī [Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijā līdz 2030. gadam](#) uzsvērta kultūras mantojuma potenciāla izmantošana radošā tūrisma attīstīšanai (61. uzdevums), lauku tūrisma attīstība pilsētu un lauku sadarbības kontekstā (332. un 337. uzdevums), lauku ekonomikas dažādošanas kontekstā (336. uzdevums), kā arī tūrisma loma ekonomiskās klātbūtnes nodrošināšanā strauji augošajos pasaules reģionos (276. uzdevums).

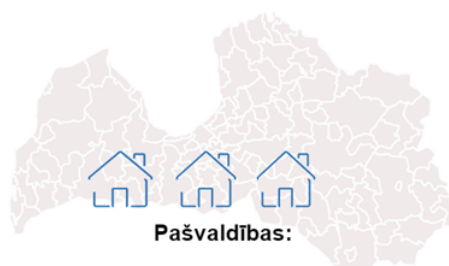
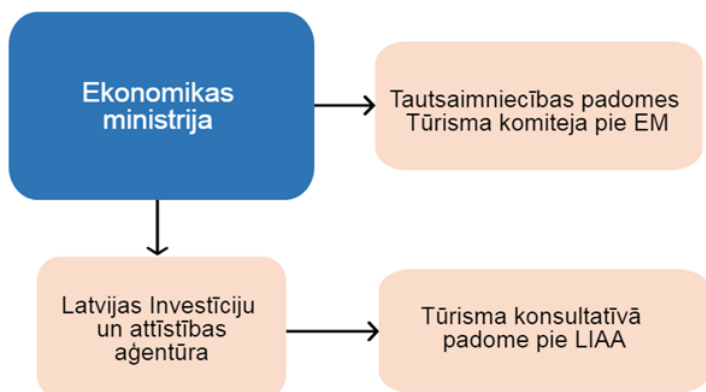
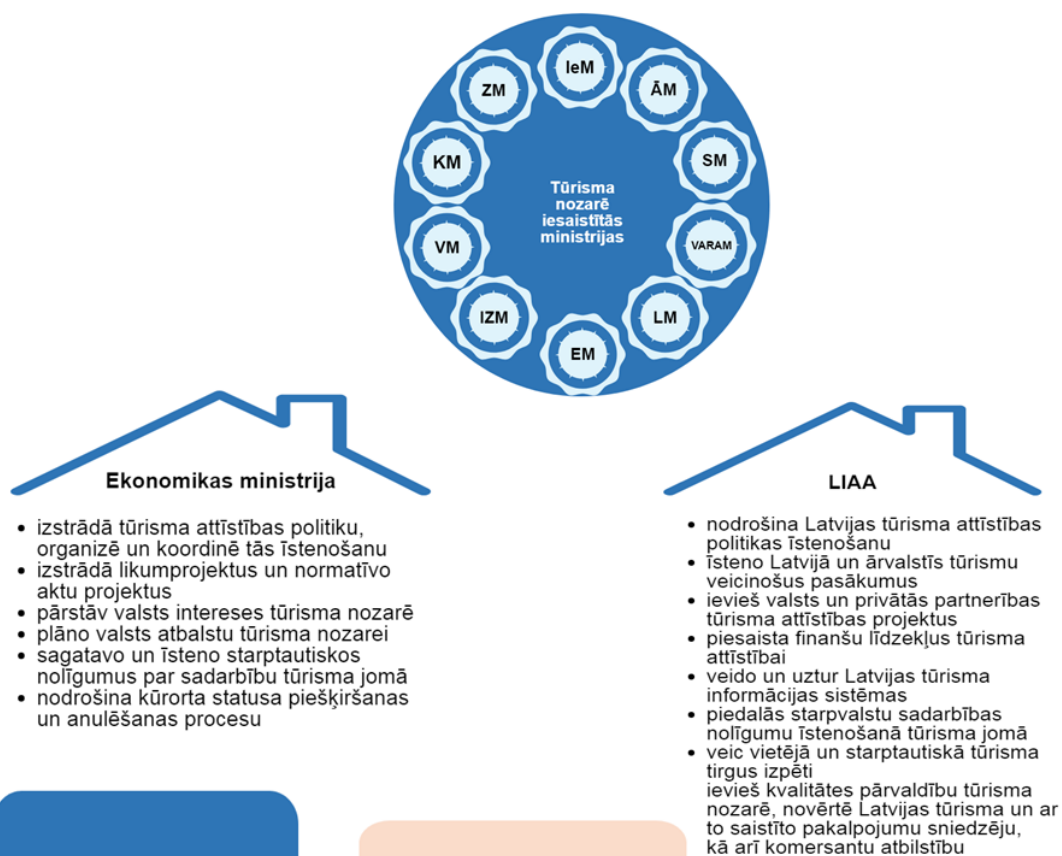
Tūrisms – starpnozarju joma

Ministrijas savā pārziņā esošo politiku pārsvarā plāno tikai vienas nozares ietvaros, taču tūrisma attīstībai nozīmīgi ir starpnozarju risinājumi. Daudzo nozaru iesaiste palielina nozares horizontālo fragmentāciju starp dažādiem sektoriem. Tūrisma attīstības plānošana valstī tiek veikta dažādos līmeņos: nacionālajā, reģionālajā un pašvaldību līmenī. Reģionālajā un vietējā līmenī saistošas ir reģionu/reģionālo asociāciju izstrādātās tūrisma attīstības stratēģijas un plāni, vietējo pašvaldību plānošanas dokumenti, kā arī vietējo pašvaldību tūrisma attīstības stratēģijas un plāni. Tāpat izstrādāti plāni tūrisma attīstības teritorijām, piemēram, Ziemeļvidzemes piekrastei un Jūrmalas kūrorta attīstībai. Izvērstu pārskatu par institucionālo tūrisma nozares pārvaldības struktūru sniedz [Ilutas Bērziņas \(2012\) promocijas darbs](#).

Tūrisma starpnozarju raksturs un daudzie saistošie attīstības plānošanas dokumenti rosina šādus jautājumus:

- Cik cieša ir sasaiste starp dažādu līmeņu un nozaru plānošanas dokumentiem?
- Cik formāla vai mērķtiecīga ir reģionu un pašvaldību pieeja attīstības programmās iekļauto tūrisma veicināšanas aktivitāšu īstenošanai?
- cik efektīvi var plānot un vadīt tūrisma nozares attīstību Latvijā, ņemot vērā gan tūrisma starpnozarju raksturu, gan arī tūrisma nozares pārvaldībai raksturīgo fragmentāciju?

Latvijas tūrisma atbalsta politikas veidošana ir Ekonomikas ministrijas (turpmāk arī – EM) darbības joma. Par tūrisma jomu EM ir atbildīgs Nozaru politikas departaments, savukārt tūrisma valsts politiku īsteno EM padotībā esošā Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (turpmāk arī – LIAA). Viens no tās uzdevumiem ir Latvijas kā atraktīva un droša tūrisma galamērķa atpazīstamības veicināšana (3. attēls). Lai veicinātu tūrisma nozares attīstību, EM un LIAA sadarbojas ar plašu iesaistīto pušu loku. Sadarbība norit Latvijas Tūrisma konsultatīvās padomes ietvaros. Saskaņā ar tās [nolikumu](#), šajā padomē darbojas pārstāvji no vairākām ar tūrisma nozari saistītām ministrijām, Latvijas Pašvaldību savienības, tūrisma nozares asociācijām, tūrisma reģionālajām asociācijām, plānošanas reģioniem, Latvijas Lielo pilsētu asociācijas un Rīgas domes. Nacionālā līmeņa jautājumi tiek koordinēti EM [Tautsaimniecības padomes Tūrisma komitejā](#). Tūrisma infrastruktūras uzturēšanā, informācijas sniegšanā un citās jomās nozīmīga loma ir arī pašvaldībām. Būtisku ieguldījumu tūrisma nozares plānošanā un regulējuma pilnveidē sniedz profesionālās un reģionālās asociācijas ([EM, 2017](#)).



- teritorijas attīstības plānošanas dokumentos nosaka tūrisma perspektīvas un teritorijas;
- saskaņā ar teritorijas attīstības plānošanas dokumentiem nodrošina pasākumus tūrisma attīstībai, kā arī vispusīgas un precīzas informācijas sniegšanu Latvijā un ārvalstīs par tūrisma iespējām savā teritorijā;
- saskaņā ar teritorijas attīstības plānošanas dokumentiem nodrošina tūrisma objektu saglabāšanu un iespējas tos izmantot tūrisma vajadzībām;
- piedalās tūrisma informācijas centru, punktu un stendu izveidošanā un finansēšanā;
- veicina kultūrizglītojošo darbu tūrisma jomā un veselīga dzīvesveida popularizēšanu

3. attēls. Latvijas tūrisma politikā iesaistītās puses un to atbildības jomas. Avots: [LR Saeima, 1998.](#)

Ar tūrisma nozari saistītie jautājumi aktualizēti dažādu nozaru politikas plānošanas dokumentos. Galvenais tūrisma nozares politikas plānošanas dokuments ir [Latvijas tūrisma attīstības pamatnostādnes 2014.–2020. gadam](#), taču vairāki ar tūrisma nozari saistīti uzdevumi

iekļauti arī citos plānošanas dokumentos, piemēram, [Latvijas preču un pakalpojumu eksporta veicināšanas un ārvalstu investīciju piesaistes pamatnostādnēs 2013.–2019. gadam](#), [Vides politikas pamatnostādnēs 2014.–2020. gadam](#), [Reģionālās politikas pamatnostādnēs 2013.–2019. gadam](#), [Ainavu politikas pamatnostādnēs 2013.–2019. gadam](#), [kultūrpolitikas pamatnostādnēs 2014.–2020. gadam “Radošā Latvija”](#), [Transporta attīstības pamatnostādnēs 2014.–2020. gadam](#), kā arī [Tūrisma mārketinga stratēģijā 2010.–2015. gadam](#). Šī ziņojuma tapšanas laikā tiek izstrādāta jauna [Latvijas tūrisma mārketinga stratēģija 2018.–2023. gadam](#).



Darījumu un pasākumu tūrisms



Veselības tūrisms



Dabas tūrisms



Kultūras tūrisms un radošās industrijas

Tūrisma nozares izaicinājumi	Tūrisma atbalsta virzieni	Rezultatīvie rādītāji
Kopējais tūristu skaits pieaug, taču ceļotāju vidējie izdevumi nav būtiski palielinājušies	Konkurētspējīgi tūrisma produkti	Ārvalstu vairākdienu ceļotāju skaita pieaugums
Izteikta tūrisma sezonālitate un nevienmērīga izmitināšanas mītnu noslodze	Tūrisma produktu kvalitātes uzlabošana	Vidējās noslodzes palielināšanās izmitināšanas mītnēs ārpus noslogotākās vasaras sezonas
Zema Latvijas kā tūrisma galamērķa konkurētspēja ES un globālā līmenī	Latvijas tūrisma piedāvājuma atpazīstamības veicināšana	Ārvalstu vairākdienu ceļotāju izdevumu pieaugums

4. attēls. Stratēģiskie tūrisma nozares izaicinājumi un atbalsta virzieni Latvijā. Avots: [EM, 2014](#).

Par tūrisma attīstības politikas mērķi [Latvijas tūrisma attīstības pamatnostādnēs 2014.–2020. gadam](#) izvirzīta ilgtspējīga Latvijas tūrisma attīstība, veicinot tūrisma produktu konkurētspējas paaugstināšanu ārvalstu tirgū. Pamatnostādnēs identificēti **stratēģiskie tūrisma virzieni** – darījumu un pasākumu tūrisms jeb *MICE* (no angļu val. – *Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions*), veselības, dabas, kultūras tūrisms un radošās industrijas. Minēti arī galvenie tūrisma **nozares izaicinājumi** – nelieli ceļotāju izdevumi, izteikta sezonālitate, zema Latvijas kā tūrisma galamērķa konkurētspēja ES un globālajā mērogā, kā arī izcelti **stratēģiskie rīcības virzieni** – konkurētspējīgāku tūrisma produktu izstrāde, tūrisma produktu kvalitātes uzlabošana un Latvijas tūrisma piedāvājuma atpazīstamības veicināšana (4. attēls). Lai veicinātu konkurētspējīgu tūrisma produktu attīstību, sniedzot nozarei izaugsmes iespējas, produktu attīstībai jābalstās uz šādām **septiņām pamatvērtībām**: kvalitāte, ilgtspēja, sadarbība, augsta pievienotā vērtība, tūristu iesaiste/pieredzes gūšana, individualizācija, un sadarbība konkurētspējas nodrošināšanai. **Sezonālitates negatīvās ietekmes mazināšana** pamatā tiek saistīta ar šādiem virzieniem: specifisku sezonāli pieprasītu un precīzi fokusētu nišas produktu attīstīšana (ziemas piedzīvojumu tūrisma piedāvājums, laivu izbraukumi pavasara palu laikā u. c.), pasākumu organizēšana (darījumu, sporta, kultūras u. c.).

Tūrisma sezonālitate Latvijā rada būtiskus izaicinājumus tūrisma galamērķiem, līdz ar to tā ir aktuāla nozares speciālistu un politikas veidotāju problēma, kurai ir komplekss raksturs, jo tā ietver gan faktoros, kas saistīti ar klimatiskajiem un laika apstākļiem, gan arī tādus institucionālus faktoros kā darba un brīvdienų periodi, sociālais spiediens, aktuālās tendences, sporta sezonas, tradīcijas vai inerce ([Ahas, et al., 2007](#); [Fernandez-Morales, et al., 2016](#); [Ferrante, et al., 2018](#); [Li, et al., 2018](#)). Ārvalstu tūrisma ekspertu vērtējumā tiek uzsvērts, ka Latvijas apceļošanai piemērotākais laiks ir no maija līdz septembrim, jo atlikušajos gada mēnešos valstī valda

nelabvēlīgi laikapstākļi, turklāt ziemas sezonas potenciāla izmantošanu aizēno laikapstākļu un sniega esamības mainība ([Latvijas Fakti, 2016](#)). Savukārt ārvalstu tūristu plūsmu pētījumi apstiprina, ka lielākais tūristu pieplūdums valstī vērojams no jūlija līdz septembrim ([EM, 2014](#); [Grizane, 2016](#)). Arī politikas plānotāji nozarē novērojamo sezonalitāti raksturo kā būtisku izaicinājumu ne tikai tūrisma plūsmu, bet arī stabilu darbavietu un ienākumu nodrošināšanas kontekstā ([EM, 2014](#); [OECD, 2018](#)).

Tūrisma nozarē reģionos pārsvarā darbojas mikro un mazie uzņēmumi, kuriem nereti tūrisms ir dzīvesveida tipa uzņēmējdarbība, papildu nodarbošanās veids vai hobijs. Vienlaikus šādiem uzņēmumiem saistošās prasības neatšķiras no tām, kas tiek izvirzītas lielajiem uzņēmumiem. Kā būtiskus ārējos faktorus, kas kopumā ietekmē uzņēmumu darbību tūrisma nozarē, aptaujātie uzņēmēji norādījuši izmaiņas normatīvajos aktos (72,3%), uzlabojumus mārketinga stratēģijā valsts mērogā (68,9%), valstī izvērstās tūrisma reklāmas kampaņas plašumu (68,6%), kā arī izmaiņas tūristu pieprasījumā pēc pakalpojumiem (66,9%) ([VIAA, 2012](#)). Arī asociācijas “Lauku ceļotājs” biedri vērs uzmanību uz faktoriem, kas, viņuprāt, **nelabvēlīgi ietekmē vietējās uzņēmējdarbības attīstību**:

- pašvaldību uzņēmumi konkurē ar privāto sektoru;
- kontrolējošo institūciju darbinieku neprofesionālā attieksme;
- konkurence ar neregistrēto uzņēmējdarbību;
- pieaugošais administratīvais slogs ([Ziemeļe, 2017](#)).

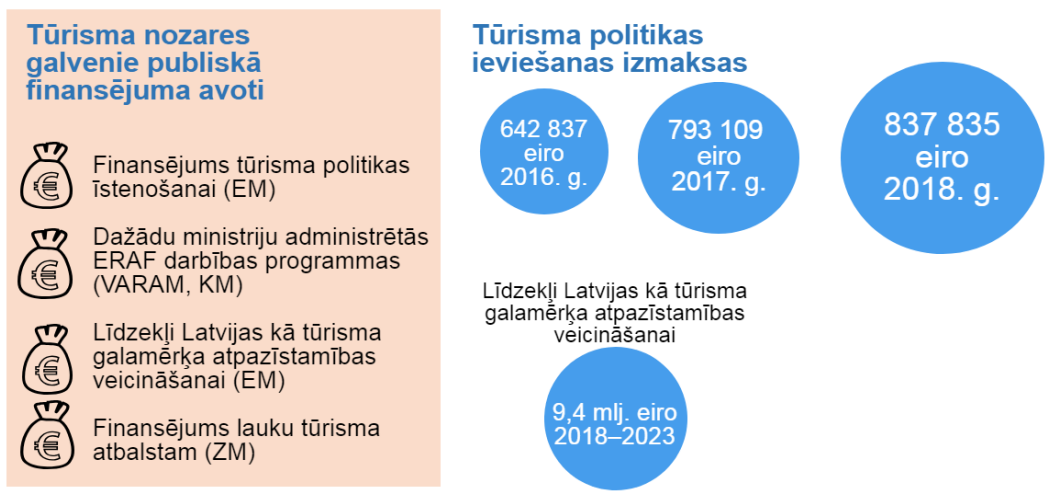
Viesnīcu piedāvājumu un sniedzamo pakalpojumu cenas ietekmē nodokļu politika. Diskusijās par pievienotās vērtības nodokļa (turpmāk arī – PVN) likmi panākts, ka 2018. gadā PVN likme izmitināšanas pakalpojumiem tūristu mītnēs tiek saglabāta 12% apmērā, kas ļauj piedāvāt konkurētspējīgas tūrisma mītnu pakalpojumu cenas. Vienlaikus nerealizēta palikusi iecere par dzīvesstila uzņēmumu jeb ģimenes uzņēmumu statusa ieviešanu, kas ir izplatīta prakse tūrisma un sabiedriskās ēdināšanas sektoros ārvalstīs ([Smuškova, 2017](#); [VID, 2018](#)).

Tūrisma nodeva pašvaldībās – neizmantota iespēja

Lai arī atsevišķas pašvaldības Latvijā atbalsta tūrisma uzņēmumus ar nekustamā īpašuma nodokļa atlaidēm, apsvērta, tomēr neizmantota palikusi iespēja piemērot tūrisma nodevu. Šādu nodevu pašvaldības drīkst ieviest saskaņā ar [likuma “Par pašvaldībām”](#) 14. panta trešo daļu. Pašvaldību nodevas ārvalstīs ir izplatīta prakse lielajās pilsētās, kūrortos un piekrastes teritorijās. To piemērojot, pašvaldības iegūst finanšu instrumentu, kas piesaistīts tūrisma plūsmai. Nodevās iekasētos līdzekļus var novirzīt tūrisma infrastruktūras uzturēšanai ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#)).

2.2. Finansējums

Informācija par tūrisma nozares kopējo finansējumu ir grūti iegūstama, jo tas ir sadalīts starp vairākām ministrijām (5. attēls). Piemēram, finansējumu lauku tūrisma attīstībai administrē Zemkopības ministrija (turpmāk arī – ZM), bet vairākās Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrijas (turpmāk arī – VARAM) administrētajās programmās ir daudz ar tūrisma infrastruktūru un tūrisma piedāvājumu attīstību saistītu projektu ([EM, 2018b](#)). Tūrisma uzņēmumiem ir dažādas iespējas pieteikties atbalstam, kas paredzēts uzņēmējdarbības veicināšanai kopumā, nevis tieši uzņēmējdarbībai tūrisma nozarē, piemēram, atbalstam inovāciju attīstībai, konkurētspējas veicināšanai un energoefektivitātes veicināšanai ([EM, 2018a](#)). Jāņem vērā, ka tūrisma nozari atbalsta arī pašvaldības.



5. attēls. Tūrisma nozares publiskais finansējums. Avots: [EM, 2018b](#).

Eksperti arī norāda, ka ir nepieciešami uzlabojumi finansējuma koordinēšanā tūrisma nozarē. Būtu jāveic arī tūrisma nozarē veikto ieguldījumu atdeves sistematisks izvērtējums ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#)).

Izkliedētais finansējums

Lielāko daļu publiskā finansējuma tūrisma nozarē Latvijā veido ES fondi. Iepriekšējā plānošanas periodā ES finansējums tūrisma aktivitātēm pārsvarā tika novirzīts galamērķu atpazīstamības veicināšanai, bet 2014.–2020. gadā par prioritāti kļuva augstākas pievienotās vērtības veidošana ([FM, 2014](#)). ES struktūrfondu atbalstu varētu novirzīt ceļošanas infrastruktūrai (reģionālajām lidostām, ostām), viesnīcu un tūrisma kūrortu energoefektivitātei, pamesto industriālo platību atdzīvināšanai izklaides vajadzībām, tūrisma uzņēmumiem, finansēšanas līgumiem, tūrismam paredzētu investīciju platformu izveidei. Tūrisma nozarei pieejamie ES finanšu instrumenti minēti [Rokasgrāmatā par ES finansējumu tūrisma nozarē](#).

Informatīvajā ziņojumā [“Par Latvijas tūrisma attīstības pamatnostādnu 2014.–2020. gadam īstenošanu”](#) uzskaitītas Eiropas Reģionālā attīstības fonda darbības programmas, kuras tieši vai netieši ir saistītas ar tūrisma infrastruktūras un kopējo nozares izaugsmes veicināšanu.

Programmas tūrisma infrastruktūras attīstībai: 3.3.1. Specifiskā atbalsta mērķis (turpmāk arī – SAM) “Palielināt privāto investīciju apjomu reģionos, veicot ieguldījumus uzņēmējdarbības attīstībai atbilstoši pašvaldību attīstības programmās noteiktajai teritoriju ekonomiskajai specializācijai un balstoties uz vietējo uzņēmēju vajadzībām” (VARAM); 5.4.1. SAM “Saglabāt un atjaunot bioloģisko daudzveidību un aizsargāt ekosistēmas” 5.4.1.1. pasākums “Antropogēno slodzi mazinošas infrastruktūras izbūve un rekonstrukcija *Natura 2000* teritorijās” (VARAM); 5.5.1. SAM “Saglabāt, aizsargāt un attīstīt nozīmīgu kultūras un dabas mantojumu, kā arī attīstīt ar to saistītos pakalpojumus” (KM un VARAM); 5.6.1. SAM “Veicināt Rīgas pilsētas revitalizāciju, nodrošinot teritorijas efektīvu sociālekonomisko izmantošanu” (KM); 5.6.2. SAM “Teritoriju revitalizācija, reģenerējot degradētās teritorijas atbilstoši pašvaldību integrētajām attīstības programmām” (VARAM).

Programmas Latvijas kā tūrisma galamērķa atpazīstamības veicināšanai. Programmas “Izaugsme un nodarbinātība” 3.2.1. SAM “Palielināt augstas pievienotās vērtības produktu un pakalpojumu eksporta proporciju” un 3.2.1.2. pasākums “Starptautiskās konkurētspējas veicināšana” (EM).

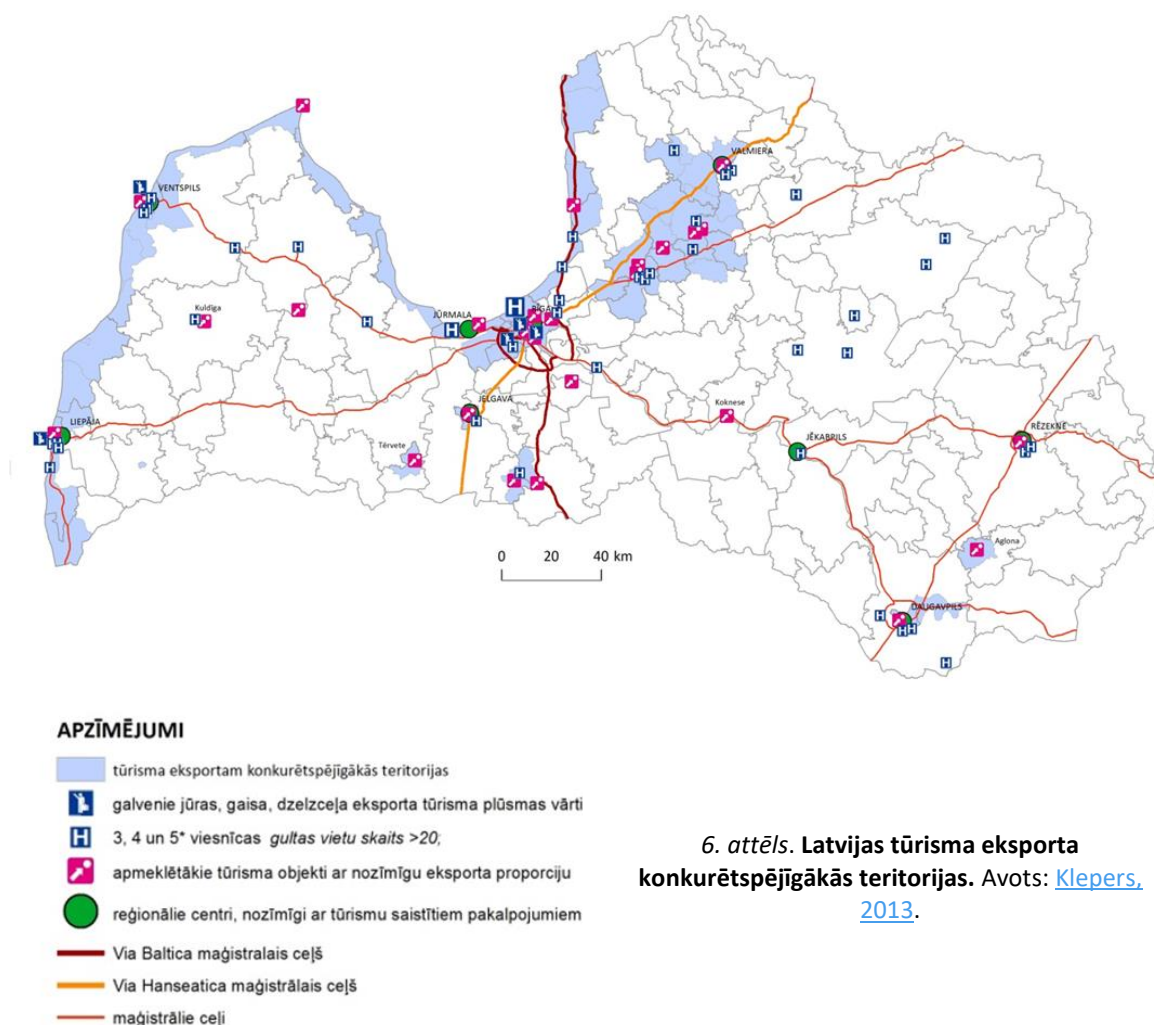
Lauku tūrisma atbalsts paredzēts [Latvijas Lauku attīstības programmas 2014.–2020. gadam](#) pasākuma “Darbību īstenošana saskaņā ar sabiedrības virzītas vietējās attīstības stratēģiju” aktivitātei “Vietējās ekonomikas stiprināšanas iniciatīvas”, pasākuma “Atbalsts ieguldījumiem ar lauksaimniecību nesaistītu darbību radīšanā un attīstīšanā” aktivitātei “Tūrisma aktivitāšu veicināšana”, pasākuma “Sadarbība” apakšpasākumam “Atbalsts lauku tūrisma attīstības veicināšanai” ([EM, 2018b](#)).

Izkliedētais finansējums (turpinājums)

Starptautiskā tūrisma veicināšanā īpaši nozīmīgas bijušas ES starpreģionu sadarbības programmas (Igaunija, Lietuva, Baltkrievija, Centrālais Baltijas jūras reģions), kas paredz gan tiešu finansējumu (tūrisma biedrībām, centriem, asociācijām, konkrētiem ar tūrismu saistītiem uzņēmumiem, ostu pārvaldēm, citiem tūrisma objektu apsaimniekotājiem), gan netiešu finansējumu (valsts un pašvaldību struktūrvienībām, augstskolām, institūtiem u. c. sadarbības partneriem) reģionos. Starpreģionu sadarbības programmas sniegušas būtisku pienesumu tūrisma nozares atbalstam ([EU ERDF, 2014](#)).

2.3. Reģionālais aspekts tūrisma politikā

[Latvijas tūrisma attīstības pamatnostādņēs 2014.–2020. gadam](#) ietverts arī reģionālais tūrisma novērtējums – izvērtēts esošais tūrisma piedāvājums un tā attīstības potenciāls Latvijas reģionos, kā arī noteiktas vajadzības konkurētspējīgāko tūrisma veidu attīstībai konkurētspējīgākajos reģionos (6. attēls). Sadarbībā ar reģionālajām tūrisma asociācijām izveidotas TOP10 tūristu piesaistes vietas katram reģionam, bet Rīgai un Jūrmalai – 12. Lai arī Pamatnostādņēs uzsvērts, ka eksportspējīgākajiem galamērķiem ir raksturīga augstāka atpazīstamība un daudz lielāka tūrisma resursu koncentrācija, arī ārpus minētajām teritorijām ir iespējams attīstīt un nodrošināt konkurētspējīgus tūrisma piedāvājumus.



Nemot vērā to, ka reģionos parasti ir zemāka tūrisma resursu koncentrācija nekā pilsētās, teritoriālu klasteru un mikroklasteru veidošana varētu būt piemērotas iniciatīvas. Maikls Porters (*Michael Porter*) definējis klasteri kā uzņēmumu, piegādātāju, atbalsta pakalpojumu, specializētas infrastruktūras, saistītu produktu ražotāju un specializētu institūciju ģeogrāfisku koncentrāciju, kas rodas konkrētās jomās un konkrētās vietās ([Porter, 2008](#)). Ar klasteri tūrismā tiek saprasta koncentrēta tūrisma pakalpojuma sniedzēju, atbalsta organizāciju, izpētes un attīstības institūciju grupa, kas efektīvi un koordinēti sadarbojas noteiktā ģeogrāfiskā vietā, attīstot kompleksu tūrisma piedāvājumu ([EM, 2014](#)). Tūrisma klasteru veidošanās pamatā ir tīkveida stratēģijas un spēja attīstīt sadarbību konkurences apstākļos vienota mērķa sasniegšanai. Latvijā darbojas divi tūrisma klasteri – [Gaujas Nacionālā parka tūrisma klasteris](#) un [Latvijas Veselības tūrisma klasteris](#). Līdzšinējais atbalsts klasteriem īstenojies, izstrādājot klasteru atbalsta programmas, nodrošinot tūrisma uzņēmumiem labvēlīgu uzņēmējdarbības vidi, kā arī izglītojot uzņēmējus par klasteru veidošanas priekšrocībām ([EM, 2014](#)).

Pašvaldību atbalsts uzņēmējdarbībai, tostarp arī tūrisma nozarei, tiek sniegts [likumā "Par pašvaldībām"](#) noteiktajā veidā, paredzot pašvaldībām iespējas ieviest vietējās nodevas un noteikt to apmēru, izstrādāt pašvaldības teritorijas attīstības programmu un teritorijas plānojumu. Pašvaldības nodrošina teritorijas attīstības programmas realizāciju un teritorijas plānojuma administratīvo pārraudzību. Savās attīstības programmās tās var izvirzīt mērķus un virzienus tūrismā, kā arī iezīmēt tajās tūrisma attīstības zonas. Pašvaldības var sekmēt saimniecisko darbību savā administratīvajā teritorijā un rūpēties par bezdarba samazināšanu (15. pants). Minētais pants paredz plašas uzņēmējdarbības atbalsta iespējas, tostarp arī tūrisma informācijas centru (turpmāk arī – TIC) izveidi, biznesa inkubatoru, uzņēmējdarbības veicināšanas speciālistu-konsultantu amata vietu izveidi u.c. Ierasta atbalsta forma ir infrastruktūras izveide un sakārtošana. Tomēr, ņemot vērā reģionālā un lauku tūrisma specifiku, pašvaldību īstenojās atbalsta formas un ar tām saistītos ekonomiskos ieguvumus biežāk izmanto lielāki uzņēmumi, nevis lauku tūrisma uzņēmumi, kuri pārsvarā darbojas mazā uzņēmuma vai mikrouzņēmuma statusā ([Smuškova, 2017](#)).

2.4. Ekspertu viedokļi par tūrisma atbalsta politikas virzieniem

Nozares eksperti uzsver nepieciešamību tūrisma pārvaldībā veidot **skaidrāku reģionālā un vietējā tūrisma atbalsta struktūru un ieviest integrētu sadarbības praksi, uzlabot galamērķu pārvaldību, kā arī tūrisma produktu un galamērķu zīmolvedību.**

Investīciju koncentrēšanās vai izkliede? Diskusijās par reģionālā tūrisma atbalsta sistēmu izkristalizējas divi virzieni. Pirmais no tiem paredz tūrisma kā tautsaimniecības nozares konkurētspējas, tostarp, arī eksportspējas, paaugstināšanu. Izvēloties otro virzienu, izceļama tūrisma sociālā funkcija galamērķu attīstībā, tostarp darba vietu nodrošināšanā vietējiem iedzīvotājiem un galamērķu pievilcības veicināšanā. Konkurētspējas virziens var tikt īstenots ar tūrisma resursu un investīciju koncentrēšanos vietās, kurās jau pieejams pietiekams pakalpojumu klāsts, infrastruktūra un transporta savienojumi. Otrais virziens paredz atbalsta izkliedi ārpus galvenajām tūrisma atbalsta teritorijām ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#); [LPS, 2018](#)).

Skaidras reģionālā un vietējā tūrisma atbalsta struktūras iedibināšana. Aptaujāto ekspertu vērtējumā tūrisma atbalsta struktūrai trūkst skaidras hierarhijas. Atšķirībā no citām valstīm Latvijā iztrūkstošs ir reģionālā līmeņa funkciju veicējs. Lai arī reģioni īsteno ar tūrisma veicināšanu saistītus projektus, tūrisma attīstība reģionos nav saskaņota, mērķtiecīgi pārvaldīta un finansēta, efektīvi izmantojot visus tūrisma attīstībai pieejamos resursus ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#); [Intervija, Van der Steina, 30.05.2018.](#)).

Tūrisma galamērķu pārvaldības uzlabošana. Eksperti norāda, ka uz tūrisma galamērķu pārvaldību Latvijā būtu jāraugās plašāk, traktējot to ne tikai vienas pašvaldības administratīvās teritorijas ietvaros. Savulaik [Andra Klepera un Maijas Rozītes \(2010\) pētījumā](#) par tūrisma galamērķu identificēšanu norādīts, ka galamērķi nebūtu jāpārvalda administratīvo teritoriju

robežās – piemēram, Abavas senleja būtu jāpozicionē kā vienots galamērķis, lai gan tajā ietilpst vairāku pašvaldību teritorijas. Arī aptaujātie eksperti uzsvēr nepieciešamību pārorganizēt galamērķu vadību. Viens no izvērtējamajiem variantiem varētu būt [VARAM piedāvāto pašvaldību sadarbības teritoriju mērogs](#). Jau pašlaik vairāku pilsētu pašvaldības sadarbojas ar apkārtējām pašvaldībām tūrisma veicināšanā ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#); [Intervija, I. Kovtunenکو, Dž. Apsīte, 29.05.2018.](#)). Kā piemēru var minēt iniciatīvu, kurā [Valmieras pilsēta](#) veido kopīgu tūrisma piedāvājumu ar apkārtējiem Burtnieku, Kocēnu un Beverīnas novadiem. Tūrisma galamērķu vadību ietekmē arī galamērķa organizāciju darbība. Zinātniskajā literatūrā uzsvērts, ka tūrisma galamērķa organizācijas no informācijas sniegšanas un mārketinga organizācijām var attīstīties par organizācijām, kas ir atvērtas ieteikumiem un veicina zināšanu apmaiņu starp iesaistītajām pusēm ([Van der Zee, et al., 2017](#)). Arī pēc Latvijas tūrisma ekspertu domām, dažiem TIC ir potenciāls no informāciju sniedzošām organizācijām pārtapt galamērķu pārvaldības organizācijās, kuru funkcijās ietilptu projektu realizācija tūrisma plūsmu palielināšanai, ar tūrisma nozari saistītu iniciatīvu koordinācija un sadarbības veidošana ar tūrisma uzņēmējiem. Vienlaikus pašvaldībām būtu jāpārskata TIC nepieciešamība savā teritorijā, ņemot vērā apmeklētāju plūsmas. Tā kā tūrisma veicināšana lielā mērā uzskatāma par pašvaldību brīvprātīgu iniciatīvu, vērojama atšķirīga pieeja gan TIC izvietojumā, gan arī to darbības stratēģijā ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#)). Ir pašvaldības, kurās tūristu piesaiste notiek stratēģiski un plānveidīgi, savukārt citviet noteicošais ir personīgās iniciatīvas faktors ([Intervija, I. Kovtunenکو, Dž. Apsīte, 29.05.2018.](#)).

Kā jādabojas tūrisma informācijas sniedzējiem?

[Tūrisma likums](#) paredz, ka tūrisma informācijas sniedzējiem var būt dažādas juridiskās formas – biedrību, nodibinājumu, valsts, pašvaldības vai vairāku pašvaldību izveidota institūcija. Tā kā lielākā daļa tūrisma informācijas sniedzēju ir pašvaldību veidoti un finansēti, to darbības jomas nosaka arī pašvaldību izstrādātie un apstiprinātie nolikumi vai citi tūrisma informācijas sniedzēja darbību reglamentējošie dokumenti. Galvenais arguments pašvaldību iesaistei TIC veidošanā ir objektīvas tūrisma informācijas sniegšana. Tā kā daudzu TIC darbība vairs neaprobežojas ar informācijas vākšanu, apkopošanu un sniegšanu, bet īstenojas kā teritorijas mārketinga un reklamēšanas pasākumi, tūrisma materiālu un teritoriju raksturīgu suvenīru veidošana un pārdošana, kā arī dažādu maksas pakalpojumu sniegšana, periodiski tiek prasīts pierādīt, ka TIC veiktā saimnieciskā darbība nav komercdarbība, jo tās mērķis ir nevis gūt peļņu, bet gan papildu ienākumus tiešo pamatfunkciju veikšanai ([Smuškova, 2017](#)).

Saskaņotāka produktu un galamērķu popularizēšana. Tūrisma produktu virzīšana tirgū ir viens no priekšnoteikumiem tūrisma eksporta apjoma palielināšanai. Vienlaikus universālas pieejas galamērķu popularizēšanā nav, tāpat kā nav vienotas pieejas, popularizējot produktu ārvalstu un vietējā tirgū ([Brencis, 2015](#); [EM, 2014](#); [Naipaul, et al., 2009](#)).

Eksperti norāda, ka Latvijā ir daudz tūrisma galamērķu, taču pietrūkst reģionāla līmeņa tūrisma produktu, kurus varētu droši reklamēt ārvalstu tirgos. Politikas veidošanas līmenī līdz šim uzsvars likts uz galamērķu mārketingu, atstājot novārtā inovatīvu tūrisma produktu veidošanu, ko savukārt veiksmīgi demonstrējusi Igaunija ([Intervija, Van der Steina, 30.05.2018.](#)).

Reģionālajā līmenī galamērķu un pakalpojumu popularizēšanu apgrūtina tas, ka pašvaldību un reģionu galamērķu piedāvājumos nav vērojama izteikta specializēšanās un unikālītes uzsvēršana ([Brencis, 2015](#)). Eksportam pievilcīga galamērķa popularizēšanu kavē iesaistīto pušu dažādie viedokļi par to, kas būtu uzskatāms par interesantu un konkurētspējīgu piedāvājumu. Vairāki novadi uzsvēruši kultūras tūrisma nozīmi savās teritorijās, taču pēc ekspertu domām, kultūras tūrisms būtu integrēti virzāms kopā ar citiem tūrisma piedāvājumiem ([Ekspertu diskusija, 30.05.2018.](#)). Pētnieki kā vienu no galamērķu mārketinga panākumu atslēgām min dažādu tuvējo galamērķu sadarbību dažādos līmeņos (piemēram, tūrisma informācijas sniedzēju līmenī) ([Brencis, 2015](#); [EM, 2014](#); [Naipaul, et al., 2009](#)).

Pēc ekspertu domām, tūrisma produktu un galamērķu veidošana un popularizēšana būtu jāveicina, ievērojot mārketinga hierarhiju: valsts → valsts līmeņa klasteris → reģions/reģionālais klasteris → pašvaldība. Lielajām pilsētām būtu vairāk jātiecas uz pieguļošo teritoriju potenciāla izmantošanu. Ņemot vērā Latvijas dabas resursu bagātību, vairāk jāizceļ ilgtspējīgā tūrisma risinājumi, kā arī aktīvāk jāizmanto dalīšanās ekonomikas potenciāls ([Intervija, Van der Steina, 30.05.2018.](#)).

Līdzšinējā pieejā reģionālā tūrisma attīstībā izpaužas tūrisma atbalsta politikām raksturīgi izaicinājumi, pārejot no nozarēs balstītas domāšanas uz koordinētiem starpnozaru attīstības risinājumiem ([Haxton, 2015](#)). Reģionālā tūrisma attīstība nav iedomājama bez risinājumiem tūrisma pārvaldības uzlabošanai, kas sekmētu dažādu spēlētāju koordināciju un sadarbību, vienlaikus novēršot nesamērīgu regulāciju un neefektīvu resursu izmantošanu. Plānojot un ieviešot risinājumus reģionālā tūrisma veicināšanai Latvijā, ir svarīgi ņemt vērā kā līdz šim apzinātos ieguvumus, tā arī riskus.

3. Kāda ir citu Eiropas valstu pieredze reģionālā tūrisma veicināšanā?

Apzinoties tūrisma aktivitāšu devumu valsts reģionu attīstības un ilgtspējas veicināšanā, Eiropas valstis aktīvi izstrādā reģionālā tūrisma aktivitāšu veicināšanas politikas un risinājumus (7. attēls). Līdzās daudziem starptautiskās sadarbības projektiem ([Mainil, et al., 2017](#); [Peeters, et al., 2016](#)) Eiropas valstīs tiek īstenotas arī nacionālā līmeņa iniciatīvas, dažas no tām aprakstītas 3. tabulā.



7. attēls. Tūrisma politikas atbalsta virzieni Eiropas valstīs. Avots: [OECD, 2018](#).

Pēdējā laikā tūrisma politiku izstrādē spēcīgs uzsvars likts uz **reģionālo un vietējo galamērķu attīstību un stiprināšanu**. Ungārijā, Slovēnijā un Zviedrijā sagatavotas un ieviestas programmas tieši atsevišķiem objektiem vai galamērķiem, kas identificēti atkarībā no to tūrisma potenciāla vai ekonomiskajām vajadzībām. Šādā veidā tiek koncentrēti resursi, kā arī panākta iesaistīto pušu efektīva līdzdalība. Vienlaikus tiek īstenotas aktivitātes arī **tūrisma piedāvājuma diversifikācijas** jomā, fokusējoties uz papildu vai alternatīviem tirgiem, kas var nodrošināt nodarbinātību ārpus aktīvās tūrisma sezonas un piesaistīt īpaši maksātspējīgus tūristus. Piemēram, Latvijā, Lietuvā un arī Turcijā tiek attīstīts **veselības un labsajūtas (wellness) tūrisms**. Savukārt igauņi apgalvo, ka Igaunijā ir pasaulē lielākais spa viesnīcu skaits uz vienu iedzīvotāju. Populārs ir arī **dabas tūrisms**, aizsargājama un neskartu dabas teritoriju apmeklējums un āra aktivitātes. Dabas tūrisms ir pierādījis sevi kā veiksmīgu ilgtspējīgas attīstības rīku Rumānijas lauku reģionos un arī citās Austrumeiropas un Centrāleiropas valstīs. Vairākās valstīs, piemēram, Apvienotajā Karalistē, Austrijā, Itālijā, Spānijā, Vācijā, veiksmīgi tiek attīstīts arī **industriālā mantojuma tūrisms**, tostarp

tādi tūrisma galamērķi kā raktuves, tekstila ražotnes, dzelzceļa muzeji vai pamestas dzelzceļa līnijas. Liela nozīme tūristu piesaistē ir arī dažādu **pasākumu organizēšanai**. Liela daļa Eiropas valstu min pasākumu tūrisma attīstību kā vienu no specifiskajām prioritātēm ilgtermiņa tūrisma stratēģiju ietvaros. Tāpat atsevišķās valstīs, piemēram, Luksemburgā, par nozīmīgu nišu kļuvis arī **darba un konferenču tūrisms** ([Cottrell and Cottrell, 2015](#); [Lane, et al., 2013](#); [OECD, 2018](#)).

Secināts, ka, lai veicinātu reģionālo tūrisma infrastruktūru, jāstiprina arī tūrisma infrastruktūra. Digitālās revolūcijas laikmetā nozīmīga ir **digitālu risinājumu nodrošināšana** arī tūrisma sektorā. Līdz ar to daudzas valstis, piemēram, Bulgārija, Dānija, Horvātija, Itālija, Spānija, Šveice, tūrisma attīstības stratēģijās ir iestrādājušas arī specifiskus digitalizācijas plānus un programmas. To ietvaros tiek veidotas digitālas platformas, lai diversificētu piedāvājumu un mazinātu izmaksas salīdzinājumā ar tradicionālajām mārketinga pieejām. Turklāt prasmīga sociālo tīklu izmantošana un tiešsaistes tirgus aktivitātes mūsdienās izvirzās tūrisma mārketinga aktivitāšu priekšplānā. Tāpat liela nozīme tūristu piesaistē ir **harmonizētiem standartiem, sertifikācijai, marķējumam un zīmoliem** – ar šo risinājumu palīdzību iespējams panākt viesu pārliecību par noteiktu kvalitātes standartu ievērošanu, vienlaikus sniedzot arī norādes un vadlīnijas iespējami pozitīvas pieredzes gūšanai ([OECD, 2018](#); [Weston, et al., 2018](#)).


Lai tūrisma nozare valstī sekmīgi attīstītos, būtiska ir **sinerģija starp transporta un tūrisma nozares politiku**. Tās efektīvi pārvaldot, iespējams uzlabot apmeklētāju mobilitāti gan uz galamērķiem, gan arī to ietvaros, vienlaikus veicinot arī apmeklētāju apmierinātības līmeņa pieaugumu. Turklāt, apkalpojot gan vietējos iedzīvotājus, gan viesus, tiek paaugstināta arī vietējo transporta sistēmu un pakalpojumu ekonomiskā dzīvotspēja. Līdz ar to, prasmīgi salāgojot transporta pieejamību un tūrisma infrastruktūras attīstību, ir iespējams palielināt sociāli ekonomiskos ieguvumus no tūrisma attīstības arī reģionos. Piemēram, Apvienotajā Karalistē viena no valdības prioritātēm tūrisma nozarē ir veicināt ārvalstu tūristu mobilitāti ārpus Londonas, kas panākams, aktīvi izmantojot dzelzceļa un autobusu pārvadātāju sniegtos pakalpojumus. Savukārt tādās valstīs kā Austrija, Itālija un Slovēnija tiek veicināti mobilitātes projekti, kuru ietvaros paredzēts sekmēt pārvietošanos kājām, ar velosipēdu vai ar sabiedrisko transportu ([Haxton, 2015](#); [OECD, 2018](#); [Ratcliff, 2018](#)).





Lai atbalstītu nozarē strādājošos uzņēmumus un veicinātu augstas pievienotās vērtības tūrisma produktu un pakalpojumu izstrādi, Eiropas valstīs darbojas dažādas specializētas **aizdevumu, grantu vai cita veida finansēšanas shēmas**. Arī Krievijas Federācijas Ekonomikas ministrija ieviesusi mikrokredītu programmu mazajiem uzņēmumiem. Programmā īpašs uzsvars likts uz uzņēmumiem, kas darbojas amatniecības, lauku un ekoloģiskā tūrisma, mentoringa vai ekspertīzes nodrošināšanas, kā arī izstāžu veidošanas jomā. Uzņēmumi var pretendēt uz aizdevumiem, kuru apmērs sasniedz trīs miljonus Krievijas rubļu līdz 36 mēnešus ilgam termiņam ([OECD, 2017](#)).

Eiropas Savienībā tūrisma sezonas ilguma palielināšana izcelta kā viens no galvenajiem tūrisma starptautiskās konkurētspējas paaugstināšanas faktoriem. Arī atsevišķu valstu līmenī izvirzītas iniciatīvas ar tūrisma nozares sezonālīti saistīto negatīvo ietekmju mazināšanai. Starp tām minamas, piemēram, darba attiecību sezonālīte, bezdarbs, ienākumu nevienmērīgs sadalījums, saraustīta investīciju atdeve, neefektīva resursu un infrastruktūras objektu izmantošana. Līdz ar to tiek īstenotas radošas mārketinga iniciatīvas un kampaņas, aicinot tūristus apmeklēt šīs valstis ārpus aktīvās tūrisma sezonas. Piemēram, Horvātijā īstenota kampaņa [Croatia 365](#), savukārt Ziemeļeiropā – [Visit Arctic Europe](#) ([OECD, 2018](#)).





Eiropas valstu aktivitātes reģionālā tūrisma veicināšanas jomā




Avots: [Haxton, 2015](#); [Jaszczak and Žukovskis, 2010](#); [Lane, et al., 2013](#); [OECD, 2017](#); [OECD, 2018](#); [Weston, et al., 2018](#).

Valsts	Aktivitāte
<p>Austrija</p> 	<p>Valdības līmenī norit aktīvi mobilitātes sekmēšanas pasākumi un vienlaikus arī ierobežošana tādās jutīgās teritorijās kā, piemēram, Alpi. Valstiskā līmenī atzīta nepieciešamība tūrisma mobilitātes izaicinājumiem rast atbildi caur aktīvu iesaistīto pušu sadarbību, veicinot mobilitātes risinājumus, kas ir klientiem draudzīgi, vienkārši, pieejami izmaksu ziņā un ilgtspējīgi. Tāpat vairākas iniciatīvas bijušas vērstas uz ilgtspējīga un kvalitatīva tūrisma nodrošināšanu visa gada garumā.</p> <p>Kā veiksmes stāsts izceļama iniciatīva Austrian Farm Holidays, kas tiek atzīta par vienu no efektīvākajām, inovatīvākajām un labāk finansētajām lauku tūrisma mārketinga un attīstības grupu iniciatīvām Eiropā un, iespējams, pat pasaulē. Šī grupa darbojas kopš 1991. gada, sniedz atbalstu lauku tūrisma attīstībai un veido pievilcīgus brīvdienu piedāvājumus lauku reģionos.</p>
<p>Apvienotā Karaliste</p> 	<p>Īstenotas vairākas informatīvās kampaņas (piemēram, Visit Britain, Visit England, Visit Scotland, Visit Wales, the GREAT Britain) ar mērķi tūrisma plūsmas novirzīt no Londonas uz citiem valsts reģioniem. Vienlaikus šīs aktivitātes veicina arī darījumu braucienu un pasākumu sektora stiprināšanu. Šīs informatīvās kampaņas tiek izvērstas, ne tikai par mērķgrupu izvēloties tūristus no atsevišķām valstīm (piemēram, ASV vai Vācijas), bet arī globālā mērogā. Aktīvi tiek lietoti sociālie tīkli, kā arī jaunas digitālās platformas un tehnoloģijas.</p> <p>Visit Scotland kampaņas ietvaros tiek veidotas gadu tematikas, lai Skotiju pozicionētu kā vienmēr aktuālu un saistošu galamērķi. Piemēram, 2017. gads bija veltīts arheoloģijas un mantojuma jautājumiem, savukārt 2018. gads pasludināts par jaunu cilvēku gadu. Visit Wales kampaņas ietvaros uzsvars tiek likts uz tūrisma piedāvājuma uzlabošanu, tostarp arī uz luksusa klases pakalpojumiem, kā arī uz jauna piedāvājuma veidošanu kalnu reģionos, pie iekšzemes ūdeņiem, laukos, piekrastē un dārzos sadarbībā ar pašvaldībām un nacionālajiem parkiem.</p> <p>Pozitīvie rezultāti, kas gūti, realizējot minētās kampaņas, liecina, cik liela nozīme piešķirama uzņēmumu dalībai zīmolu veidošanas procesā, kvalitātes un sertifikācijas lomai apmeklētāju apmierinātības veicināšanā, kā arī nacionālo kampaņu savstarpējai sadarbībai.</p>
<p>Beļģija</p> 	<p>Valonijas reģions koncentrējas uz tūrisma kapacitātes paaugstināšanu, izceļot reģiona priekšrocības – dabas bagātības, kultūrvēsturisko mantojumu, gastronomiju, notikumus. Tūrisma politikas veidošanā izvirzītās prioritātes ietver tūrisma stratēģijas pārskatīšanu, reklāmpaku sagatavošanu specifiskiem tirgiem, kā arī tūristu uzņemšanas, pakalpojumu un produktu kvalitātes uzlabošanu. Par prioritāti izvirzīta arī tūrisma objektu pieejamības problēmu risināšana – darba laiks, personāla valodu prasme, pieejamība cilvēkiem ar kustību ierobežojumiem un tiem, kas ierodas ar sabiedrisko transportu.</p>
<p>Čehija</p> 	<p>Laika periodā no 2017. gada līdz 2020. gadam tiek ieviesta Reģionālā tūrisma atbalsta programma, kuras mērķis ir tūrisma infrastruktūras un mārketinga aktivitāšu atbalsts. Programmai sākotnēji atvēlēti 11,2 miljoni eiro, un tā paredz grantu sistēmas iedibināšanu, kurā grants sedz līdz 50% no projekta finansējuma, bet pārējā summa jāsedz pašam pieteikuma iesniedzējam. Pieteikumus var iesniegt reģioni, pašvaldības, uzņēmumi un nevalstiskās organizācijas, bet attiecībā uz mārketinga aktivitātēm – galamērķu pārvaldības organizācijas.</p>

Valsts	Aktivitāte
<p>Francija</p> 	<p>Valsts strādā pie tūrisma piedāvājuma koordinēšanas, lai piesaistītu lielāku tūristu skaitu gan Francijā kopumā, gan arī tās reģionos. Šīs aktivitātes pamatelementi ietver tūrisma segmentu un nišu restrukturizāciju, kā arī vietēja un unikāla piedāvājuma izveidi, piemēram, ūdensceļu un velotūrisma attīstīšanu. Par nozīmīgu ieguldījumu reģionu attīstībā atzīts arī vīna tūrisms, līdz ar to tiek dažādotas tūrisma aktivitāšu iespējas vīna ceļu tuvumā. Šajā nišā izveidots arī zīmols Vignobles & Découvertes, kas veicina tā ietvaros reģistrēto 67 galamērķu atpazīstamību un pieejamību.</p> <p>Valstī darbojas t. s. galamērķu kontrakti (<i>destination contracts</i>), kuru ietvaros tūrisma piedāvājuma veidošanā iesaistītās puses noteiktā teritorijā tiek apvienotas, lai veidotu vienotu iedvesmojošu tematiku (piemēram, 2013. gadā kontrakts par Pirmā pasaules kara tematiku). Šo kontraktu ietvaros valsts institūcijas, pašvaldības un privātie tūrisma pakalpojumu sniedzēji vienojas par stratēģisko mērķi nodrošināt piedāvājuma pievilcīgumu, pakalpojumu kvalitāti un starptautisku atpazīstamību. Šādi tiek veidots pievilcīgs un saprotams piedāvājums gan vietējai, gan arī starptautiskajai auditorijai.</p>
<p>Griekija</p> 	<p>Kopš 2015. gada Tūrisma ministrijas izstrādātā politika ir vērsta uz Grieķijas kā globāli pievilcīga un 365 dienas gadā pieejama galamērķa popularizēšanu. Tās ietvaros tiek meklētas iespējas palielināt tūrisma sezonas ilgumu, izstrādājot inovatīvus produktus ciešā sadarbībā ar visiem 13 valsts reģioniem. Tādējādi tiek veicināta jaunu tematisku tūrisma produktu izveide un tādi specifiskām interesēm piemēroti tūrisma veidi kā kultūras tūrisms, svētceļojumi, kruīzi, izbraukumi ar jahtu, niršanas parki, labsajūtas un spa centri, medicīnas tūrisms, konferenču tūrisms, luksusa tūrisms, īsas brīvdienas pilsētā un gastronomiskais tūrisms. Vienlaikus tiek paplašināta arī transporta infrastruktūra, lai nodrošinātu ērtu pārvietošanos no lidostām uz dažādiem galamērķiem valstī.</p>
<p>Horvātija</p> 	<p>Kopš 2013. gada Horvātijā notiek tūrisma piedāvājuma diversifikācija, nacionālo programmu ietvaros atbalstot tādas aktivitātes kā kultūras, gastronomijas un sporta pasākumu organizēšana, tematisko parku izveide, veloinfrastruktūras attīstība, pludmaļu pārvaldība un ģimenēm piemērotu naktsmītņu nodrošināšana. 2016. gadā tika atvēlēts finansējums vājāk attīstīto reģionu tūrisma piedāvājuma un infrastruktūras uzlabošanai. Apstiprināts arī projekts tūrisma sezonas ilguma palielināšanai: tā ietvaros finansējumu varēs apgūt tie galamērķi, kuri būs spējīgi sagatavot pievilcīgu piedāvājumu laika periodam ārpus aktīvās tūrisma sezonas.</p> <p>Horvātijas Rekonstrukcijas un attīstības banka piedāvā trīs specializētas aizdevumu programmas tūrisma nozares atbalstam, lai palīdzētu uzņēmumiem sagatavoties tūrisma sezonai. Uzņēmumiem, kas darbojas tūrisma nozarē, pieejamas arī plašākas investīciju piesaistes iespējas, kredītu garantijas, grantu shēmas un Mazo un vidējo uzņēmumu, inovāciju un investīciju aģentūras piedāvātas konsultācijas līdzfinansējuma piesaistes jautājumos. Atbalsta grantus lauku tūrisma uzņēmumu konkurētspējas paaugstināšanai piedāvā arī Tūrisma ministrija.</p> <p>2016. gadā tika izveidota nacionāla tiešsaistes informācijas platforma eVisitor vienotai tūrisma datu pārvaldībai. Šajā datubāzē ietverti vairāk nekā 160 000 naktsmītņu nodrošinātāji, un apmeklētājiem ir iespēja reģistrēties pie jebkura no tiem jebkurā vietā Horvātijā. Turklāt šī platforma vienlaikus sniedz neatsveramu monitoringa un statistisko informāciju politikas plānošanas vajadzībām.</p>
<p>Igaunija</p> 	<p>Viena no Igaunijā ieviestajām iniciatīvām ir konferenču tūrisma un lielo pasākumu tūrisma veicināšana nolūkā mazināt tūristu plūsmu sezonālītāti. Šīs iniciatīvas ietvaros par valsts budžeta līdzekļiem tiek plānota konferenču centra būvniecība Tallinā.</p> <p>Tiek strādāts arī pie reģionālā tūrisma stiprināšanas. Lai dažādotu reģionālā tūrisma piedāvājumu, tiek ieguldīti līdzekļi jaunu ģimenēm piemērotu tūrisma objektu attīstībā. Tiek turpināta piekrastes un jūras tūrisma attīstīšana, tostarp veidojot mazo ostu tīklu.</p>
<p>Islande</p>	<p>Ieviestas vairākas iniciatīvas nolūkā uzlabot tūrisma pārvaldību un teritoriālo sadalījumu, tostarp atbalsts tiešo starptautisko avioreisu nodrošinājumam lidostās ārpus Reikjavīkas un galamērķu pārvaldības plānu izstrāde katram valsts reģionam.</p>

Valsts	Aktivitāte
	
 Itālija	<p>Kultūras un tūrisma ministrijas un Transporta un infrastruktūras ministrijas parakstītais tūristu mobilitātes plāns paredz tūristu mobilitātes veicināšanu, iesaistītajām pusēm izvirzot kopīgus mērķus. Tā īstenošanai 2016.–2024. gadā atvēlēti 372 miljoni eiro, tostarp nodrošinot gan pamata infrastruktūras, gan arī veloceļu un pastaigu taku un maršrutu izveidi. Šīs iniciatīvas ietvaros 2016. gads tika pasludināts par Itāļu taku (I Cammini d'Italia) gadu un tika organizētas dažādas informatīvās aktivitātes un pasākumi, lai vecinātu šādu maršrutu kultūrvēsturiskās vērtības popularizēšanu. Pēdējos gados spēcīgi akcentēta arī nacionālā tūrisma piedāvājuma paplašināšana, aktīvi reklamējot un popularizējot apskates objektus, kas atrodas tālāk no galvenajiem tūristus piesaistošajiem galamērķiem. Šo aktivitāšu ietvaros izveidoti pirmie informatīvie materiāli par Itālijas ciemiem (I Borghi più belli d'Italia).</p>
 Lietuva	<p>Lietuvā izvirzītas četras prioritāri attīstāmas tūrisma nozares – kultūras tūrisms, darījumu tūrisms, veselības tūrisms un ekotūrisms. Noteikti arī vairāki tūrisma attīstības reģioni, kuros plānota publiskās un privātās infrastruktūras attīstība specifisku tūrisma produktu nodrošināšanai. Tāpat detalizēti izvērtētas arī atsevišķu tūrisma nozaru attīstības iespējas. Piemēram, veselības tūrisma attīstības potenciāla priekšizpēti laikā tika apzināta citu valstu pieredze veselības tūrisma attīstībā, kā arī analizēta šābrīža situācija Lietuvā kontekstā ar starptautisko konkurences vidi.</p>
 Nīderlande	<p>Ekonomikas ministrija ir izvirzījusi mērķi veicināt ilgtspējīgu tūrisma nozares izaugsmi, kuras stūrakmens ir teritoriāli un sezonāli līdzsvarotas tūristu plūsmas. Reģionālā tūrisma popularizēšanas nolūkā attīstīts HollandCity koncepts. Tā ietvaros Nīderlande attēlota kā viena liela metropole, kuru vieno iedomāts pasākumu, galamērķu un sižetu metro tīkls. Tādējādi šī koncepta ietvaros galamērķi dažādās valsts daļās tiek vienoti kopīgā tematikā. Tūristu plūsmas novirzīšanā uz valsts reģioniem būtiska loma bijusi arī atraktīviem pasākumiem. Tomēr minēto pieeju īstenošanas panākumus lielā mērā nosaka transporta infrastruktūras nodrošinājums.</p>
 Norvēģija	<p>2017. gada janvārī valdība apstiprināja Lauku tūrisma stratēģiju, un pašlaik tiek izstrādāta arī vienota Kultūras un tūrisma attīstības stratēģija. Tāpat 2017. gadā apstiprināts Nacionālais infrastruktūras attīstības plāns nākamajiem 12 gadiem, kas paredz rekordaugstu investīciju ieguldījumu transporta risinājumu izveidē. Kopš 2013. gada veiktas darbības tūrisma galamērķu pārvaldības uzlabošanai – veicināta koordinācija starp vietējā tūrisma sektora pārstāvjiem un pašvaldībām, kā arī strādāts pie vienmērīga un stabila finansējuma nodrošināšanas. Dabas aizsardzības un tūrisma nozares ilgtspējīgas attīstības veicināšanas nolūkā tiek strādāts pie tūristu satiksmes dabā pārvaldības, nodrošinot informatīvus materiālus, norādes un infrastruktūru, kā arī veidojot nacionālos pārgājienu maršrūtus.</p>
 Polija	<p>Polijā norit darbs pie vienota tūrisma zīmola izveides un popularizēšanas, ko veic 2017. gadā izveidotais Polijas Tūrisma teritoriālo zīmolu nams. Šī institūcija koordinē politikas iniciatīvas tūrisma jomā, kā arī nodrošina organizatoriskos, finanšu un tiesiskos instrumentus Polijas kultūras un dabas potenciālā balstītu tūrisma produktu integrācijai, koordinācijai un komercializācijai. Tādējādi tiek nodrošinātas iespējas sekmīgai lauku apgabalu integrācijai nozarē, kā arī nepieciešamo produktu un pakalpojumu pieejamībai un reģionālā tūrisma piedāvājuma marketingam.</p>
 Portugāle	<p>Portugālē programmas Valorizar ietvaros tiek apzināti risinājumi sezonālā tūrisma ietekmes mazināšanai, kā arī iespējas panākt teritoriāli vienmērīgāku tūrisma pieprasījuma sadalījumu valstī. Šīs programmas budžets ir 30 miljoni eiro gadā, un ar tās palīdzību tiek sniegts atbalsts sabiedriskās telpas reģenerācijai un rehabilitācijai tūrisma mērķiem, jaunu tūrisma produktu attīstībai, kā arī valsts unikālā kultūrvēsturiskā mantojuma un dabas bagātību izmantošanai tūrisma vajadzībām.</p>

Valsts	Aktivitāte
	Vienlaikus programma ietver trīs apakšprogrammas, kas vērstas uz tūrisma nozīmes palielināšanu valsts iekšzemes reģionos, tūrisma pieejamības paaugstināšanu, kā arī uz mūsdienīgu risinājumu, piemēram, bezvadu interneta, ieviešanu galamērķos.
Rumānija 	<p>Pēdējos gados īstenotas vairākas aktivitātes tūrisma ilgtspējas uzlabošanai. Īpašs uzsvars likts uz ekotūrisma attīstību – izstrādāta Nacionālā ekotūrisma stratēģija, kuras ietvaros veikta uz kritērijiem balstīta ekotūrisma galamērķu identifikācija, ekoproduktu sertifikācija, kā arī veidoti pastaigu maršruti un izglītots darbspēks.</p> <p>Valsts atzinusi, ka integrēts un vienots tūrisma sektors iespējams vienīgi apstākļos, kad to pārvalda vienota tūrisma galamērķu pārvaldes organizācija, kurā ir pārstāvētas visas iesaistītās puses. Šajā kontekstā īpaši izceļams ir 2017. gadā pieņemtais likums par tūrisma pārvaldes organizāciju izveidi. Šīm organizācijām ir trīspakāpju pārvaldes struktūra, kas ietver nacionālā, reģionālā un vietējā līmeņa pārstāvjus un kas nodrošina sadarbību starp privāto un sabiedrisko sektoru un nevalstiskajām organizācijām, kā arī pārvalda un popularizē tūrisma galamērķi kā vienotu veselumu. Vismaz 50% no organizācijās iesaistītajiem pārstāvjiem ir jādarbības privātajā sektorā.</p>
Slovākija 	<p>Saskaņā ar 2016.–2020. gada manifestu valdība apņemas paaugstināt tūrisma nozares starptautisko konkurētspēju, veidojot jaunas darbavietas. Šī mērķa sasniegšanai identificēta nepieciešamība veidot nozarei draudzīgu nodarbinātības regulējumu, kas aptver tūrisma sezonālo raksturu, kā arī mazināt slogu uzņēmumiem tūrisma nozarē. Tiek strādāts arī pie tūrisma plūsmu vadības gadā un pa sezonām. Tiek mēģināts uzlabot koordināciju starp dzelzceļa, autotransporta un tūrisma galamērķu pārvaldītājiem. Liela uzmanība tiek veltīta arī reklāmas aktivitātēm, īpaši, lai pozicionētu valsti kā pievilcīgu un drošu tūrisma galamērķi. Vienlaikus tiek meklētas iespējas attīstīt jaunus tūrisma produktus, pakalpojumus un nišas, piemēram, spa tūrisma industriju.</p>
Slovēnija 	<p>Tūrisma attīstības stratēģija paredz tūrisma pārvaldības struktūras reorganizāciju, izdalot četrus galvenos attīstības makroreģionus. Vienlaikus par mērķi izvirzīta arī sezonāli vienmērīgu tūristu plūsmu veicināšana, paaugstinot nozares mazo un vidējo uzņēmumu konkurētspēju, produktivitāti un ilgtspēju. Valdības īstenoti uzņēmumu konkurētspējas un ilgtspējas paaugstināšanas pasākumi ietver meklējumus, kā mazināt administratīvos šķēršļus, veicināt jaunu uzņēmumu izveidi un piesaistīt investīcijas tūrisma infrastruktūras attīstībai. Vienlaikus transporta sektora attīstība paredz jaunu ceļu izbūvi, gaisa trošu ceļu izveidi un citus transporta infrastruktūras uzlabojumus.</p>
Somija 	<p>Somija piedāvā plašu reģionālā tūrisma klāstu – agrotūrisms, lauku tūrisms, ekotūrisms, mežu tūrisms, lēnā tempa tūrisms (<i>slow tourism</i>) u. c. Tiek veidota ilgtspējīgu tūrisma galamērķu programma Arktikas reģionam, kā arī citas izaugsmes un tematiskās programmas nolūkā stiprināt mārketingu, tīklošanos, kā arī paaugstināt produktu kvalitāti un jaunu produktu izstrādi dažādos Somijas reģionos. Starp tematiskajām programmām izceļamas iniciatīvas, kas saistītas ar gastronomiskā tūrisma attīstīšanu.</p>
Šveice 	<p>Reģionālās politikas ietvaros tiek piedāvāti bezprocentu aizdevumi tūrisma infrastruktūras projektiem un granti ar būvniecību nesaistītiem projektiem tūrisma nozarē, piemēram, tirgus izpētei.</p> <p>Šveicē kopš 2008. gada darbojas nemotorizētu transportlīdzekļu tīkls tūrisma un atpūtas aktivitātēm SwitzerlandMobility. Šis tīkls sniedz iespēju vietējiem iedzīvotājiem un valsts viesiem atpūsties veselīgā vidē ar dabisku ainavu un tā uzdevums ir attīstīt, pārvaldīt un popularizēt pārgājienu, velopārbraucienu, slidošanas un kanoe maršrutus nacionālajā, reģionālajā un vietējā līmenī. 2014. gadā šis tīkls ietvēra 23 nacionāla mēroga, 150 reģionāla mēroga un 500 vietēja mēroga maršrutus. Tīkla interneta vietnē tiek apkalpoti aptuveni pieci miljoni apmeklētāju gadā, un šīs iniciatīvas rezultātā tūrisma pakalpojumu nodrošinātāji gadā nopelna aptuveni 550 miljonus Šveices franku.</p>
Ungārija	<p>Kopš 2016. gada tiek īstenota jauna pieeja tūrisma nozares attīstībai: iepriekš veiktās aktivitātes bija orientētas uz konkrētiem produktiem, bet tagad tiek strādāts pie kompleksas konkrētu teritoriju attīstības. Šajā procesā Tūrisma aģentūra sadarbībā ar pašvaldībām un citām iesaistītajām pusēm koordinē visas konkrētās teritorijas attīstībai</p>

Valsts	Aktivitāte
	<p>paredzētās publiskās investīcijas. Pašlaik izdalītas piecas tūrisma attīstības teritorijas. Tiek atjaunoti vai izstrādāti šo teritoriju kā tūrisma galamērķu zīmoli, lai piesaistītu apmeklētājus un izstrādātu piemērotus produktus un pakalpojumus.</p>
	<p>Vācijā tiek īstenots projekts “Galamērķis kā skatuve: kā kultūras tūrisms var veicināt lauku teritoriju attīstību?” (<i>Die Destination als Bühne: Wie macht Kulturtourismus ländliche Regionen erfolgreich?</i>). Tā ietvaros, sadarbojoties kultūras, mākslas un vadības profesionāļiem, tiek veidoti unikāli un noturīgi kultūras zīmoli, elastīgi iesaistīto pušu sadarbības tīkli un identificētas ilgtspējīgas finansēšanas shēmas.</p> <p>Vienlaikus Vācijas tūrisma attīstības kontekstā jāpiemin arī neveiksme, kas saistīta ar nacionālā tūrisma zīmola Viabono izveidi. Šis zīmols tika izveidots, lai veicinātu ilgtspējīgas tūrisma nozares attīstību, tomēr neguva atsaucību tūrisma nozares pārstāvju vidū. Pašlaik Vācijā tūrisma nozarē pastāv 33 zīmoli un sertifikāti, kas piedāvā 43 atšķirīgas sertifikācijas shēmas.</p>
	<p>2012. gadā 40 reģionālās un vietējās organizācijas pieteicās četrus gadus ilgai finanšu shēmai, kuras ietvaros bija apgūstams finansējums ilgtspējīgu tūrisma galamērķu izveidei un spēcīnāšanai. Iniciatīvas kopējais budžets bija 6,4 miljoni eiro, no kuriem pa vienam miljonam tika atvēlēti katram no pieciem izraudzītajiem valsts reģioniem. Ar šī finansējuma palīdzību galamērķos tika palielināts tūrisma sezonas ilgums, paaugstināta viesu uzņemšanas kvalitāte, izstrādāti jauni un ilgtspējīgāki produkti un pakalpojumi, uzlabota to pieejamība, kā arī paaugstināta vispārējā galamērķa kvalitāte un konkurētspēja.</p>

Jāpiemin, ka mūsdienās tūrisma nozarē aktuālas ir arī t. s. **dalīšanās ekonomikas (sharing economy)** izpausmes – iedzīvotāji piedāvā tūristiem īslaicīgi izmantot to, kas viņiem pieder (piemēram, mājvietu vai automašīnu) vai arī to, ar ko viņi nodarbojas (piemēram, ekskursijas vai maltītes). Īpaši aktuāla šāda dalīšanās kļuvusi pēdējās desmitgades laikā, un ir izveidotas vairākas platformas, piemēram, [Airbnb](#) un [Uber](#), kas ļauj sazināties potenciālajam pakalpojuma sniedzējam un saņēmējam. Šī jaunā tendence tūrisma nozari ietekmējusi gan pozitīvi, gan negatīvi. Ieguvēji dalīšanās ekonomikas apstākļos ir pakalpojumu saņēmēji, kam tādējādi ir pieejamas plašākas izvēles iespējas un kas bieži vien var patērēt augstas kvalitātes pakalpojumus par zemāku cenu. Savukārt zaudētāji ir tūrisma nozarē nodarbinātie – tiek radīta negodīgas konkurences vide un tūrisma pakalpojumu sniedzēji nereti ir spiesti pazemināt pakalpojumu cenas. Tāpat pastāv riski, kas saistīti ar drošības, veselības un vides aizsardzības standartu ievērošanu. Vienlaikus tiek atzīts, ka dalīšanās ekonomikas ietvaros var tikt attīstīti tūrisma galamērķi, kas iepriekš nebija populāri, piemēram, Šveicē [Airbnb](#) pakalpojumu ietekmē palielinājies tūristu pieplūdums pilsētās, kurās tradicionāli izmaksas par uzturēšanos viesnīcās bijušas ļoti augstas. Atsevišķās Eiropas valstīs dalīšanās ekonomikas regulējums ieviests nacionālajā, reģionālajā vai vietējā līmenī, kā arī par tās aktualitāti vairākkārt diskutēts Eiropas Parlamentā ([Juur, 2017](#)).

4. Reģionālā tūrisma veicināšana: ieguvumi un riski

Istenojot reģionālā tūrisma attīstības pasākumus, jāņem vērā gan ievērojamie ieguvumi, ko rada tūristu plūsmu novirzīšana uz reģioniem, gan arī riski un izmaksas dažādām pusēm – gan tūristiem, gan vietējiem iedzīvotājiem, gan arī valstij un pašvaldībām ([Bac, 2012](#)).

4.1. Ieguvumi

Tūrisms veicina ekonomisko izaugsmi un reģionu attīstību, kā arī pozitīvi ietekmē nodarbinātības rādītājus ([Margaras, 2017](#)). Tūrisms palielina ieņēmumus, ko veido, piemēram, ieejas maksa objektos, samaksa par naktsmītni, pārtiku, dažādiem brīvā laika pavadīšanas veidiem, savukārt šie ieņēmumi ietilpst tautsaimniecībā ([Goeldner and Ritchie, 2012](#); [Lane, et al., 2013](#); [Lickorish and Jenkins, 1997](#); [Saarinen, 2007](#)). Atsevišķos pētījumos konstatēts, ka tieši tajos valsts reģionos, kuros dažādu apstākļu dēļ attīstības procesi ir gausāki, tūrisms var sniegt īpaši būtisku pozitīvu impulsu vietējo iedzīvotāju dzīves līmeņa paaugstināšanai ([Archer, et al., 2005](#)). Tūrisms sekmē iekļaujošu izaugsmi, veicinot un dažādojot nodarbinātības iespējas reģionā ([Haxton, 2015](#)). Vietējā darba tirgū līdz ar pieprasījumu pēc tūrisma pakalpojumiem ir nepieciešams darbspēks ar jaunām prasmēm viesmīlības un, piemēram, mārketinga jomā ([Lane, et al., 2013](#)).

Tūrisma veicināšana var sekmēt dabas un kultūras vērtību saglabāšanas nozīmīguma apzināšanos. Tādējādi aizvien plašāka uzmanība var tikt pievērsta dabas teritoriju aizsardzības pasākumiem un unikālās floras un faunas saglabāšanai ([Bac, 2012](#); [Haxton, 2015](#)). Tūrisms var veicināt arī galamērķu kultūras autentiskuma saglabāšanu, demonstrējot kultūras mantojuma saglabāšanas nozīmīgumu un ekonomisko piensumu ([Haxton, 2015](#)). Pētījumos konstatēts, ka citviet Eiropā tieši lauku tūrisms sniedz būtisku ieguldījumu lauku ainavu, ekosistēmu, vides, kopienu un kultūras aizsardzības pasākumu sekmēšanā ([Lane, et al., 2013](#)). Tūrisma stimulēšana var sniegt arī sociāli kulturāla rakstura ieguvumus, kas saistīti galvenokārt ar vietas savdabības izcelšanu un tajā dzīvojušo iepriekšējo paaudžu devuma uzsvēršanu mūsdienās un nākotnē. Tas gan sekmē lokālpatriotismu, gan izceļ vietas identitāti ([Taksa, 2003](#)). Tā kā vietējā māksla un tradīcijas kalpo arī tūristu ieinteresēšanai, tūrismam piemīt potenciāls stimulēt vietējās kopienas kultūras dzīvi ([Mason, 2003](#)).

Tūrisms var veicināt vietu pozitīvas atpazīstamības pieaugumu, popularizējot tās ne vien kā pievilcīgu tūrisma galamērķi, bet arī kā potenciālu dzīves, darba un brīvā laika pavadīšanas vidi. Tādējādi tiek uzlabots reģiona tēls ([Lane, et al., 2013](#)), kas savukārt uzlabo vietējo iedzīvotāju labklājību un palīdz piesaistīt reģioniem jaunos profesionāļus ([Haxton, 2015](#)).

Sekmīgi attīstītai tūrisma nozarei jāatbilst ilgtspējīgas attīstības pamatprincipiem. **Ilgtspējīga attīstība** ir attīstība, kas nodrošina šodienas vajadzību apmierināšanu, neradot draudus nākamo paaudžu vajadzību apmierināšanai. Savukārt tūrisma attīstības plānošanā un kopienu rīcībā esošo resursu izmantošanā iesaistītās puses sastopas konkurences vidē – tās cenšas uzturēt un attīstīt savu dzīvesveidu un vienlaikus rast iespējami efektīvākus resursu izmantošanas veidus. Būtisks ilgtspējīgas tūrisma attīstības priekšnoteikums ir slēpto iesaistīto pušu identifikācija un to viedokļu apzināšana ([Kask, et al., 2018](#)). Pētījumi liecina, ka **reģionos ar augstu specializāciju tūrisma nozarē ir augstāki vides ilgtspējas rādītāji** – zemākas CO₂ (ogļskābā gāze) emisijas pozitīvi korelē ar tūrisma nozīmi reģionālās nodarbinātības veicināšanā. Lai gan šī likumsakarība var būt saistīta arī ar zemu cita veida ekonomisko aktivitāšu (piemēram, ražošanas sektora) attīstību, saskan ar ilgtspējīgas attīstības principiem ([Romão and Neuts, 2017](#)).

Tūrisms var veicināt inovatīvo mazo uzņēmējdarbību, tai cenšoties pielāgoties tūristu pieprasījumam pēc specifiskiem pakalpojumiem un precēm, tostarp transporta, naktsmītnu u. c. pakalpojumiem ([Haxton, 2015](#)).

Tūristu plūsmas uz reģioniem var aizkavēt dažādu pakalpojumu – veselības aprūpes, infrastruktūras, mazumtirdzniecības u. c. – ierobežošanu tajos, kas bieži vien līdzekļu taupīšanas nolūkā notiek sarūkošā iedzīvotāju skaita dēļ. Pakalpojumu nodrošināšana savukārt ir būtiska ne vien tūristiem, bet visvairāk tieši pastāvīgajiem iedzīvotājiem ([Lane, et al., 2013](#)).

4.2. Riski

Izaicinājumi vides ilgtspējai. Vides kvalitāte ir būtisks faktors, no kura ir atkarīga tūrisma veiksmē, bet kuru tūrisma aktivitātes var ietekmēt arī negatīvi. Negatīvā ietekme var izpausties galvenokārt trijos veidos: kā dabas resursu noplicināšana (piemēram, enerģijas un ūdens patēriņš), kā piesārņojums (tostarp, siltumnīcefekta gāzu emisijas) un kā fizikālas ietekmes, pie kurām citstarp pieder ekosistēmu degradācija gan tūrisma infrastruktūras izveides, gan arī tās ekspluatācijas fāzē. Tūrisms savas izteiktās sezonalitātes dēļ rada papildu slodzi florai un faunai, vietējo iedzīvotāju kopienām, ūdens nodrošinājumam, atkritumu apsaimniekošanas nozarei u. c. Tomēr tūrisma nozares daudzšķautņainības dēļ, kā arī tādēļ, ka tūrisma aktivitātēs tiek iesaistītas ļoti daudzas puses, šīm negatīvajām ietekmēm politikas plānotāji nav pievērsuši pietiekami lielu uzmanību ([Ferrante, et al., 2018](#); [Halleux, 2017](#); [Haxton, 2015](#)). Līdz ar to tūrisms, lai gan tas sola ekonomiskus ieguvumus un paaugstina reģionu attīstības iespējas, negatīvi ietekmē resursu izmantošanas iespējas un ekonomisko sistēmu organizāciju un tādējādi var negatīvi ietekmēt galamērķu ilgtspēju ([Bac, 2012](#); [Beeton, 2006](#); [Haxton, 2015](#); [Holden, 2009](#); [Ioannides, 1995](#); [Krippendorf, 1984](#); [Krippendorf, 1986](#); [Marqaras, 2017](#); [Romão and Neuts, 2017](#); [Shipp, 1993](#)).

Tūrisma nozare klimata pārmaiņu kontekstā

Klimata pārmaiņas mūsdienās ir ļoti aktuāla problēma, kas lielākā vai mazākā mērā skar visas tautsaimniecības nozares, tostarp arī tūrisma. **No vienas puses, tūrisms veicina klimata pārmaiņas** – tūristu pārvietošanās transporta radītās siltumnīcefekta gāzu emisijas rada aptuveni 4,9% no kopējām globālajām emisijām. **No otras puses, tūrisms ir nozare, kas arī pati cieš no klimata pārmaiņām.**

Tūrisma sezonas ilgumu un kvalitāti lielā mērā nosaka konkrētās valsts klimatiskie apstākļi. Tiek prognozēts, ka, līdz šim novērotajām klimata pārmaiņām turpinoties, līdz 2100. gadam ieņēmumi no tūrisma nozares dažādos Eiropas reģionos varētu mainīties – Vidusjūras dienvidu daļā samazināties par aptuveni 0,45% no IKP, bet Ziemeļeiropā palielināties par aptuveni 0,32% no IKP. Latvijā klimata pārmaiņas var ietekmēt tūrisma nozari dažādos veidos:

- gaisa temperatūras paaugstināšanās ietekmē gaidāma tūrisma sezonas ilguma palielināšanās;
- gaisa temperatūras paaugstināšanās var apdraudēt ziemas tūrisma sezonu, to saīsinot un negatīvi ietekmējot tās raksturu;
- gaisa temperatūras paaugstināšanās var veicināt pludmaļu tūrisma attīstību, tomēr vienlaikus klimatisko faktoru izmaiņas veicina ūdens kvalitātes pasliktināšanos;
- ūdens temperatūras paaugstināšanās un jūras ledus seguma samazināšanās Baltijas jūrā radīs kruīza kuģu transportam ziemas sezonā labvēlīgus apstākļus, bet sašaurinās, piemēram, tādu aktivitāšu pieejamību kā zemledus makšķerēšana, ledusburāšana un slidošana;
- upju aizauguma palielināšanās klimatisko faktoru ietekmē negatīvi ietekmēs ūdenstūrisma attīstību;
- peldsezonas ilguma palielināšanās var pozitīvi ietekmēt ūdens objektu tuvumā esošo tūrisma mītnu ieņēmumus;
- pieaugoša nokrišņu mainība, stipru nokrišņu biežuma un ilgstošu sausuma periodu ilguma palielināšanās var apdraudēt tūrisma infrastruktūru;
- gaidāmas daudzveidīgas negatīvas ietekmes no pieaugoša ekstremālu un bīstamu parādību (piemēram, karstuma viļņi, pērkona negaisi u. c.) biežuma un intensitātes;
- paaugstinoties Pasaules okeāna ūdens līmenim, pastāv Baltijas jūras piekrastes reģionu applūšanas un erozijas risks u. c. ([Amelung and Moreno, 2009](#); [Avotniece, et al., 2017](#); [BACC II Author Team, 2015](#); [Ciscar, et al., 2014](#); [Handmer, et al., 2012](#); [Halleux, 2017](#); [IPCC, 2014](#); [Kļavinš, et al., 2016](#); [SIA Baltkonsults, 2016](#)).

Tūrisma infrastruktūras ekstensīva attīstīšana, piemēram, izbūvējot masu kūrortus, iepirkšanās centrus un atpūtas parkus, var veicināt tradicionālo saimniekošanas veidu ierobežošanu, var tikt nodarīts kaitējums dabai, kā arī var būt vērojams vietas, vides un vietējās kultūras autentiskuma zudums ([MacLeod, 2004](#)).

Nespēja vietējā/reģionālā līmenī vadīt tūrisma negatīvos blakusefektus. Ir nepieciešams novērst tūristu masu pieplūduma sekas, piemēram, veltīt uzmanību problēmu risināšanai, kas saistītas ar atkritumu apsaimniekošanu, nodrošināt dabas teritoriju aizsardzību u. c. Eiropas Parlamenta pētnieciskais dienests norāda, tostarp, uz vietvaru lomu darbaspēka nodrošināšanā tūrisma nozarē: "Ņemot vērā to, ka darbavietas tūrisma nozarē visbiežāk ir mazapmaksātas, sezonālas un augsti intensīvas, vietvarām jārēķinās ar ieguldījumu veikšanu darbinieku apmācībā un prasmju apgūšanā" ([Marqaras, 2017](#)). Tātad būtisks ir vietvaru veikspējas un resursu pieejamības jautājums. **Plānojot tūrisma plūsmu intensificēšanu, vienlaikus jāapzina arī vietvaru iespējas līdzdarboties šo procesu vadīšanā un, ja nepieciešams, jāsniedz vajadzīgais atbalsts.**

Galamērķu reputācijas pasliktināšanās, nespējot tajos sniegt apmeklētājiem pozitīvu pieredzi. Pirms mērķtiecīgas tūristu plūsmas virzīšanas uz reģioniem būtu jāizvērtē, vai tajos tūrisma piedāvājums un tā kvalitāte ir pietiekama ārvalstu tūristu apmierinātības nodrošināšanai. Ikvienā galamērķī ceļotāji var sastapties ar negatīvu pieredzi gan pieejamo pakalpojumu (tostarp, ēdināšanas, naktsmitņu, transporta un brīvā laika pavadīšanas iespēju piedāvājuma) klāsta, gan to kvalitātes nodrošinājuma (piemēram, pakalpojumu sniedzēju profesionalitāte un valodu prasmes, pakalpojumu atbilstība vispārpieņemtajiem kvalitātes standartiem) ziņā. Tāpat būtu jāizvērtē, vai reģionos var tikt piedāvāta ārvalstu tūristiem droša vide, nodrošinot gan informācijas pieejamību, gan arī palīdzību negadījuma vai krāpšanas gadījumā. Laikā, kad ikvienam ir iespējas brīvi un publiski sniegt atsauksmes par savu ceļojumu pieredzi, negatīva pieredze var graut konkrētā galamērķa un arī visas valsts prestižu, un līdz ar to negatīvi ietekmēt tūristu plūsmas kopumā ([Eksperta diskusija, 30.05.2018.](#)).

Piesaistot reģioniem aizvien vairāk tūristu, vietējiem iedzīvotājiem **var tikt apgrūtināta regulāra piekļuve atpūtas vietām, kuras iepriekš bijušas ekskluzīvi vietējās kopienas rīcībā.** Par šādiem galamērķiem var zaudēt interesi ceļotāji, kuri vēlas pavadīt laiku klusā vai nomaļā vidē. Tūristi ne vienmēr izturas ar pienācīgu cieņu pret vietējām tradīcijām un kultūru. Pētnieki šajā kontekstā lieto apzīmējumu "disnejifikācija", ar to domājot vietējās kopienas un vides unikalitātes zudumu, mēģinot to padarīt pievilcīgu kā popkultūras produktu. Cilvēku skaita palielināšanos reģionā (*crowding*) vietējie iedzīvotāji var uzlūkot kā nevēlamu. Vienlaikus no tūristiem tiek mēģināts noslēpt netikamo, izolēt no tūristu apmeklētām vietām noteiktas sabiedrības grupas u. c. ([Bac, 2012](#)).

Izmantotā literatūra

- Ahas, R., Asa, A., Mark, Ü., Pae, T., Kull, A., 2007.** Seasonal tourism spaces in Estonia: Case study with mobile positioning data. *Tourism Management*, 28(3), pp. 898–910.
- Akin, H., Shaw, B.R., Spartz, J.T., 2015.** Promoting Economic Development with Tourism in Rural Communities: Destination Image and Motivation to Return or Recommend. *Journal of Extension*, 53(2). Pieejams: <https://www.joe.org/joe/2015april/a6.php> [Sk. 13.07.2018.].
- Amelung, B., Moreno, A., 2009.** *Impacts of climate change in tourism in Europe. PESETA-Tourism study. JRC Scientific and Technical Reports.* Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. Pieejams: <http://ftp.jrc.es/EURdoc/JRC55392.pdf> [Sk. 10.07.2018.].
- Andraz, J.M., Norte, N.M., Goncalves, H.S., 2015.** Effects of tourism on regional asymmetries: Empirical evidence for Portugal. *Tourism Management*, 50, pp. 257–267.
- Archer, B., Cooper, C., Ruhanen, L., 2005.** The positive and negative impacts of tourism. In: W. F. Theobald, ed., *Global Tourism*. Amsterdam: Elsevier Inc., pp. 79–102.
- Articardi, P., Damberga, A., Cansinos Cabello, J., Ehrlich, K., Lasala, E., Lindquist, K., Knobbout, T., Monzon, C., Moreno, T., Pelayo, T.F., Rouhianen, U.M., Rozite, M., Sampietro, B., Saulite-Jansone, I., Viksne, I., Vinklere, D., Ziemele, A., 2010.** *Naktsmītnes lauku un reģionālajā tūrismā.* Rīga: Biznesa augstskola "Turība". Pieejams: http://aurora.turiba.lv/training/LV/Accommodation_LV/Module.pdf [Sk. 02.05.2018.].
- Asociācija "Lauku Ceļotājs", 2018.** *Lauku tūrisma definīcija.* Pieejams: https://www.celotajs.lv/cont/prof/assoc/definition_lv.html?lang=lv [Sk. 02.05.2018.].
- Avotniece, Z., Aņiskeviča, S., Maļinovskis, E., 2017.** *Klimata pārmaiņu scenāriji Latvijai. Ziņojums.* Rīga: Latvijas Vides, ģeoloģijas un meteoroloģijas centrs. Pieejams: <http://www2.meteo.lv/klimatariks/zinojums.pdf> [Sk. 10.07.2018.].
- Bac, D.P., 2012.** The Impacts of Tourism on Society. *Annals of Faculty of Economics, University of Oradea*, 1(1), pp. 500–506. Pieejams: <http://steconomiceuoradea.ro/anale/volume/2012/n1/072.pdf> [Sk. 12.07.2018.].
- BACC II Author Team, 2015.** *Second Assessment of Climate Change for the Baltic Sea Basin.* Berlin: Springer. Pieejams: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-319-16006-1> [Sk. 10.07.2018.].
- Beeton, S., 2006.** *Community Development through Tourism.* Collingwood: Landlinks Press. Pieejams: https://www.researchgate.net/publication/296903049_Community_Development_through_Tourism [Sk. 12.07.2018.].
- Bērziņa, I., 2012.** *Tūrisma ekonomiskā nozīmīguma novērtēšana Latvijas nacionālo parku teritorijās.* Promocijas darbs. Rīga: Latvijas Universitāte. Pieejams: http://lufb.llu.lv/dissertation-summary/tourism/lluta_Berzina_promoc_darba_kopsavilkums_2012_LLU_EF.pdf [Sk. 18.07.2018.].
- Brencis, A., 2015.** *Teritoriālā zīmola vadība Latvijas pašvaldībās.* Promocijas darbs. Rīga: Latvijas Universitāte. Pieejams: http://dspace.lu.lv/dspace/bitstream/handle/7/31771/298-52185-Brencis_Ainars_Dokt020396.pdf?sequence=1 [Sk. 17.07.2018.].
- Brown, B., Chalmers, M., 2003.** Tourism and mobile technology. In: Kuutti, K., Karsten, K. E. (eds.) *Proceedings of the Eighth European conference on computer Supported Cooperative work*, Helsinki, Finland, 14–18 September 2003, Kluwer Academic Press. Pieejams: <https://dl.eusset.eu/bitstream/20.500.12015/2437/1/00191.pdf> [Sk. 17.07.2018.].
- Centrālā statistikas pārvalde (CSP), 2018a.** *SBG01. Uzņēmumu galvenie uzņēmējdarbības rādītāji.* Pieejams: http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/rupnbuvm/rupnbuvm_ikgad_uzndarb/SB0010.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe [Sk. 12.06.2018.].
- Centrālā statistikas pārvalde (CSP), 2018b.** *SRG0431. Tirgus sektora ekonomiski aktīvi uzņēmumi statistiskajos reģionos, pilsētās un novados sadalījumā pa uzņēmumu lieluma grupām pēc nodarbināto skaita un galvenajiem darbības veidiem (NACE 2. red.).* Pieejams: http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/uzreg/uzreg_ikgad_01_skaitis/SR00431.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe [Sk. 12.06.2018.].
- Centrālā statistikas pārvalde (CSP), 2018c.** *TUG01. Viesniņu un citu tūristu mītnu raksturojošie rādītāji.* Pieejams: http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp_ikgad_turisms/TU0010.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe [Sk. 12.06.2018.].
- Centrālā statistikas pārvalde (CSP), 2018d.** *TUG02. Viesnīcās un citās tūristu mītnēs apkalpoto personu sadalījums pa valstīm.* Pieejams: http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp_ikgad_turisms/TU0020.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe [Sk. 12.06.2018.].

Centrālā statistikas pārvalde (CSP), 2018e. TUG04. *Viesnīcas un citas tūristu mītnes Latvijas statistiskajos reģionos, republikas pilsētās un novados.* Pieejams:

http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp_ikgad_turisms/TU0040.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe [Sk. 12.06.2018.].

Centrālā statistikas pārvalde (CSP), 2018f. TUG15. *Ārvalstu ceļotāji sadalījumā pēc ceļojuma nolūka (tūkstošos).*

Pieejams: http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp_ikgad_turisms/TU0150.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe [Sk. 12.06.2018.].

Centrālā statistikas pārvalde (CSP), 2018g. TUG16. *Ārvalstu vairākdienu ceļotāju vidējie izdevumi diennaktī sadalījumā pēc vecuma grupas, apmešanās vietas tipa un izmantotā transporta veida (euro).* Pieejams:

http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp_ikgad_turisms/TU0160.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe [Sk. 12.06.2018.].

Centrālā statistikas pārvalde (CSP), 2018h. TUG17. *Ārvalstu vairākdienu ceļotāji sadalījumā pēc dzimuma un pa vecuma grupām (%).* Pieejams:

http://data.csb.gov.lv/pxweb/lv/transp/transp_ikgad_turisms/TU0170.px/?rxid=562c2205-ba57-4130-b63a-6991f49ab6fe [Sk. 12.06.2018.].

Ciscar, J.C., Feyen, L., Soria, A., Lavalle, C., Raes, F., Perry, M., Nemry, F., Demirel, H., Rozsai, M., Dosio, A., Donatelli, M., Srivastava, A., Fumagalli, D., Niemeyer, S., Shrestha, S., Ciaian, P., Himics, M., Van Doorslaer, B., Barrios, S., Ibáñez, N., Forzieri, G., Rojas, R., Bianchi, A., Dowling, P., Camia, A., Libertà, G., San Miguel, J., de Rigo, D., Caudullo, G., Barredo, J.I., Paci, D., Pycroft, J., Saveyn, B., Van Regemorter, D., Revesz, T., Vandyck, T., Vrontisi, Z., Baranzelli, C., Vandecasteele, I., Batista e Silva, F., Ibarreta, D., 2014. *Climate Impacts in Europe. The JRC PESETA II Project. JRC Scientific and Policy Reports, EUR 26586EN.* Luxembourg: Publications Office of the European Union. Pieejams: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/climate-impacts-europe-jrc-peseta-ii-project> [Sk. 10.07.2018.].

Cottrell, S., Cottrell, J.R., 2015. The State of Tourism in the Baltics. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 15(4), pp. 321–326. Pieejams: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15022250.2015.1081798> [Sk. 10.07.2018.].

David, L., Edgell, S., 2016. *Managing Sustainable Tourism. A legacy for the future.* Second Edition; Published 2016 by Routledge, 2 Park Square, Milton Park, Abingdon, Oxon OX14 4RN, 711 Third Avenue, New York, NY 10017, USA.

Dogru, T., Bulut, U., 2018. Is tourism an engine for economic recovery? Theory and empirical evidence. *Tourism Management*, 67, pp. 425–434.

European Commission (EC), 2016. *Rokasgrāmata par ES finansējumu tūrisma nozarei (2014–2020).* Pieejams: <https://publications.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/e0707433-aa5f-11e6-aab7-01aa75ed71a1/language-lv> [Sk. 20.05.2018.].

European Commission (EC), 2018a. *About EDEN.* Pieejams: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/about_en [Sk. 01.06.2018.].

European Commission (EC), 2018b. *EDEN destinations. Latvia.* Pieejams: https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/eden/destinations/latvia_en [Sk. 01.06.2018.].

European Union European Regional Development Fund (EU ERDF), 2014. *Central Baltic Programme 2014–2020 Programme Document.* Adopted 16.12.2014. Pieejams: http://centralbaltic.eu/sites/default/files/documents/Central%20Baltic%20Programme%20Document_0.pdf [Sk. 02.08.2018.].

Eurostat, 2018. *Nights spent at tourist accommodation establishments by degree of urbanisation (from 2012 onwards).* Pieejams: http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=tour_occ_ninatd&lang=en [Sk. 02.07.2018.].

Fernandez-Morales, A., Cisneros-Martinez, J.D., McCabe, S., 2016. Seasonal concentration of tourism demand: Decomposition analysis and marketing implications. *Tourism Management*, 56, pp. 172–190.

Ferrante, M., Lo Magno, G.L., De Cantis, S., 2018. Measuring tourism seasonality across European countries. *Tourism Management*, 68, pp. 220–235.

Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B., 2012. *Tourism: Principles, Practices, Philosophies.* New Jersey: John Wiley & Sons.

Grigulis, R.J., 2018. *Pasažieru vilciens reģionālā transporta kontekstā.* Rīga: Pasažieru vilciens. Pieejams: http://www.lps.lv/uploads/docs_module/7_Pasa%C5%BEieru%20vilciens%20re%C4%A3ion%C4%81l%C4%81%20transporta%20kontekst%C4%81.pdf [Sk. 13.07.2018.].

Grizane, T., 2016. *Measuring tourism seasonality in regions of Latvia.* Proceedings of the 2016 International Conference “Economic Science For Rural Development” No 42. Jelgava, LLU ESAF, 21–22 April 2016, pp. 59–64.

Pieejams: http://lufb.ltu.lv/conference/economic_science_rural/2016/Latvia_ESRD_42_2016-59-64.pdf [Sk. 26.07.2018.].

Hall, D., Roberts, L., Mitchell, M., (eds.), 2016. *New Directions in Tourism Analysis*. New York: Routledge.

Halleux, V., 2017. *Sustainable tourism: The environmental dimension. Briefing*. European Parliamentary Research Service. Pieejams:

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/599327/EPRS_BRI\(2017\)599327_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/599327/EPRS_BRI(2017)599327_EN.pdf) [Sk. 10.07.2018.].

Handmer, J., Honda, Y., Kundzewicz, Z.W., Arnell, N., Benito, G., Hatfield, J., Mohamed, I.F., Peduzzi, P., Wu, S., Sherstyukov, B., Takahashi, K., Yan, Z., 2012. Changes in impacts of climate extremes: human systems and ecosystems. In: C.B. Field, V. Barros, T.F. Stocker, D. Qin, D.J. Dokken, K.L. Ebi, M.D. Mastrandrea, K.J. Mach, G.K. Plattner, S.K. Allen, M. Tignor, P.M. Midgley, eds., *Managing the Risks of Extreme Events and Disasters to Advance Climate Change Adaptation. A Special Report of Working Groups I and II of the Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC)*. Cambridge: Cambridge University Press, pp. 231–290.

Haxton, P., 2015. *A Review of Effective Policies for Tourism Growth. OECD Tourism Papers 2015/01*. Paris: OECD Publishing. Pieejams: https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/a-review-of-effective-policies-for-tourism-growth_5js4vmp5n5r8-en [Sk. 15.05.2018.].

Hjalager, A.M., Kwiatkowski, G., Larsen, M.Ø., 2018. Innovation gaps in Scandinavian rural tourism. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 18(1), pp. 1–17. Pieejams:

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15022250.2017.1287002> [Sk. 10.07.2018.].

Hofheinz, P., 1991. Opportunity in the Baltics. *Fortune*, 124(9), pp. 68–71.

Holden, A., 2009. An Introduction to Tourism–Environment Relationships. In: J. Hill, T. Gale, eds., *Ecotourism and environmental sustainability: Principles and practice*. Aldershot: Ashgate Publishing Ltd., pp. 17–30.

Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), 2014. *Climate Change 2014: Impacts, Adaptation, and Vulnerability. Contribution of Working Group II to the Fifth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge: Cambridge University Press. Pieejams: <http://www.ipcc.ch/report/ar5/wg2/> [Sk. 10.07.2018.].

Ioannides, D., 1995. A flawed implementation of sustainable tourism: the experience of Akamas, Cyprus. *Tourism Management*, 16(8), pp. 583–592.

Jaszczak, A., Žukovskis, J., 2010. Tourism Business in Development of European Rural Areas. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 20(1). Pieejams:

<http://mts.asu.lt/mtsrbid/article/view/361/387> [Sk. 10.07.2018.].

Juul, M., 2017. *Tourism and the sharing economy. Briefing*. European Parliamentary Research Service. Pieejams:

[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI\(2017\)595897_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2017/595897/EPRS_BRI(2017)595897_EN.pdf) [Sk. 10.07.2018.].

Kask, S., Kull, T., Orru, K., 2018. The use of 3D visualization for sustainable tourism planning. *Journal of Baltic Studies*, April 2. Pieejams: <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/01629778.2018.1455719?needAccess=true> [Sk. 10.07.2018.].

Kaufmane, D., Eglīte, A., 2017. Popularisation of gastronomic tourism in Latvia. *Economy and Business*, 11, pp. 433–442. Pieejams: <https://www.scientific-publications.net/get.php?code=1958012655> [Sk. 13.07.2018.].

Klepers, A., 2013. *Latvijas tūrisma eksporta konkurētspējīgākās teritorijas*. Grām.: LR Ekonomikas ministrija, 2014. Latvijas tūrisma attīstības pamatnostādnes 2014.–2020. gadam. Pieejams:

https://www.em.gov.lv/lv/nozares_politika/turisms/dokumenti/politikas_planosanas_dokumenti/ [Sk. 26.07.2018.].

Klepers, A., Rozīte, M., 2010 Tūrisma vietas un galamērķi, to identificēšana un saistība ar administratīvo teritoriju. *LU raksti*, 752, 268–284. Pieejams:

https://tirgvediba.files.wordpress.com/2010/10/klepers_rozite_lu_raksti_destination_20101.pdf [Sk. 18.07.2018.].

Kļaviņš, M., Avotniece, Z., Rodinovs, V., 2016. Dynamics and Impacting Factors of Ice Regimes in Latvia Inland and Coastal Waters. *Proceedings of the Latvian Academy of Sciences. Section B*, 70(6), pp. 400–408. Pieejams:

<https://www.degruyter.com/downloadpdf/j/prolas.2016.70.issue-6/prolas-2016-0059/prolas-2016-0059.pdf> [Sk. 10.07.2018.].

Kosar, L., Kosar, N., 2014. Basic aspects of quality in tourism and hospitality. *Quaestus*, 4, pp. 27–37. Pieejams:

<http://www.quaestus.ro/wp-content/uploads/2012/03/kosar4.pdf> [Sk. 25.07.2018.].

Krippendorf, J., 1984. *Die Ferienmenschen. Für ein neues Verständnis von Freizeit und Reisen*. Zürich: Orell Füssli.

Krippendorf, J., 1986. *Alpsegen Alptraum: für eine Tourismus-Entwicklung im Einklang mit Mensch und Natur.* Bern: Kümmerly+Frej Geographischer Verlag.

Lane, B., Weston, R., Davies, N., Kastenholz, E., Lima, J., Majewski, J., 2013. *Industrial Heritage and Agri/Rural Tourism in Europe. Study.* Brussels: Policy Department for Structural and Cohesion Policies of the European Parliament. Pieejams: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/etudes/join/2013/495840/IPOL-TRAN_ET\(2013\)495840_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/etudes/etudes/join/2013/495840/IPOL-TRAN_ET(2013)495840_EN.pdf) [Sk. 10.07.2018.].

Latvijas Fakti, 2016. *Augsti prioritāro tūrisma tirgu pētījumi. Kvalitatīvā pētījuma rezultātu analīze.* Pieejams: http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/content/Turisms/turisma_tirgus_petijums_2016_rezultati_majaslapai.ppt [Sk. 02.05.2018.].

Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (LIAA), 2010. *Tūrisms Latvijā.* Pieejams: <http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/attachments/turisms/prezentacijas/turisms-latvija/turisms-latvija-2010-LV.pdf> [Sk. 24.07.2018.].

Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra (LIAA), 2018. *Kā attīstīt tūrismu Latvijā. Tūrisma mārketinga stratēģija 2018.–2023.* Prezentācija. Pieejams: http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/content/Turisms/Prezentacijas/turisma_marketinga_strategija_kopsavilkums.pdf [Sk. 02.05.2018.].

Latvijas Pašvaldību savienība (LPS), 2018. *Diskusija par tūrisma attīstības iespējām reģionos.* [Videotranslācija]. Pieejams: <http://www.lps.lv/lv/tiesraides-videoarhivs/videoarhivs/246-diskusija-par-turisma-attistibas-iespejam-regonos> [Sk. 16.07.2018.].

Latvijas sabiedriskie mediji (LSM), 2014. *Astoto festivālu "Positivus" Salacgrīvā šogad apmeklēja vairāk nekā 8000 ārvalstu viesu, lsm.lv pavēstīja festivāla rīkotāji.* Pieejams: <https://www.lsm.lv/raksts/dzive--stils/izklaide/festivalu-positivus-sogad-apekleja-vairak-neka-8000-arvalstu-viesu.a99533/> [Sk. 02.07.2018.].

Lemma, A.F., 2014. *Tourism Impacts. Evidence of Impacts on employment, gender, income.* Pieejams: https://assets.publishing.service.gov.uk/media/57a089f2ed915d622c000495/Tourism_Impacts_employment_gender_income_A_Lemma.pdf [Sk. 23.07.2018.].

LETA, 2017a. *Tūrisma jomas pārstāvji: Latvijā dzelzceļa stacijās ir jānodrošina informācija arī svešvalodās.* Pieejams: <https://www.tvnet.lv/4594262/turisma-jomas-parstavji-latvija-dzelzcela-stacijas-ir-janodrosina-informacija-ari-svesvalodas> [Sk. 23.07.2018.].

LETA, 2017b. *Valodas centra vadītājs: Rūpes par tūristu šķietamo labsajūtu patiesībā ir rūpes par cilvēkiem, kuri negrib integrēties.* Pieejams: <https://www.tvnet.lv/4585020/vvc-vaditajs-rupes-par-turistu-skietamo-labsajutu-patiesiba-ir-rupes-par-cilvekiem-kuri-negrib-integreties> [Sk. 23.07.2018.].

Li, H., Goh, C., Hung, K., Chen, J.L., 2018. Relative Climate Index and Its Effect on Seasonal Tourism Demand. *Journal of Travel Research*, 57(2), pp. 178–192.

Lickorish, L.J., Jenkins, C.L., 1997. *An Introduction to Tourism.* Oxford: Butterworth-Heinemann.

LR Augstākā Padome, 1993. *Latvijas Republikas likums Par īpaši aizsargājamām dabas teritorijām.* 02.03.1993. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=59994> [Sk. 24.07.2018.].

LR Ekonomikas ministrija (EM), 2008a. *Dabas tūrisms.* Grām.: Tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošā vārdnīca. Pieejams: <http://termini.lza.lv/term.php?term=dabas%20t%C5%ABrisms&list=t%C5%ABrisms&lang=LV> [Sk. 26.07.2018.].

LR Ekonomikas ministrija (EM), 2008b. *Gastronomiskais tūrisms.* Grām.: Tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošā vārdnīca. Pieejams: <http://termini.lza.lv/term.php?term=gastronomiskais%20t%C5%ABrisms&lang=LV> [Sk. 26.07.2018.].

LR Ekonomikas ministrija (EM), 2008c. *Kultūras tūrisms.* Grām.: Tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošā vārdnīca. Pieejams: <http://termini.lza.lv/term.php?term=kult%C5%ABras%20t%C5%ABrisms&list=t%C5%ABrisms&lang=LV> [Sk. 26.07.2018.].

LR Ekonomikas ministrija (EM), 2008d. *Tūrisma vieta, tūrisma galamērķis.* Grām.: Tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošā vārdnīca. Pieejams: <http://termini.lza.lv/term.php?term=t%C5%ABrisma%20vieta,%20t%C5%ABrisma%20galam%C4%93r%C4%B7is&list=galam%C4%93r%C4%B7is&lang=LV> [Sk. 26.07.2018.].

LR Ekonomikas ministrija (EM), 2014. *Latvijas tūrisma attīstības pamatnostādnes 2014.–2020. gadam.* Pieejams: https://www.em.gov.lv/lv/nozares_politika/turisms/dokumenti/politikas_planosanas_dokumenti/ [Sk. 26.07.2018.].

LR Ekonomikas ministrija (EM), 2017. *Par Latvijas tūrisma attīstības pamatnostādņu 2014.–2020. gadam īstenošanas 2014.–2016. gadā starpposma novērtējumu. Informatīvais ziņojums.* Pieejams: http://tap.mk.gov.lv/doc/2018_01/EMZIN_181217_TUR_PAMN_NOVERT.2911.DOCX [Sk. 20.05.2018.].

LR Ekonomikas ministrija (EM), 2018a. *Atbalsta pasākumi 2014–2020.* Pieejams: https://www.em.gov.lv/lv/es_fondi/atbalsta_pasakumi_2014_2020/ [Sk. 02.08.2018.].

LR Ekonomikas ministrija (EM), 2018c. *Tautsaimniecības padomes nolikums.* Pieejams: https://www.em.gov.lv/lv/par_ministriju/sabiedribas_līdzdalība/konsultatīvas_padomes/tautsaimniecības_padome/t_sp_nolikums/ [Sk. 20.05.2018.].

LR Finanšu ministrija (FM), 2014. *Partnerības līgums Eiropas Savienības investīciju fondu 2014.–2020. gada plānošanas periodam.* Pieejams: http://www.esfondi.lv/upload/14-20_gads/DP/FMPlans_030604_Partn_lig_1.pdf [Sk. 20.05.2018.].

LR Ministru kabinets, 2003. *Latvijas Tūrisma konsultatīvās padomes nolikums.* 25.11.2003. MK noteikumi Nr. 666. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=81544> [Sk. 20.05.2018.].

LR Saeima, 1994. *Likums "Par pašvaldībām".* 19.05.1994. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=57255> [Sk. 20.05.2018.].

LR Saeima, 1998. *Tūrisma likums.* 17.09.1998. Pieejams: <https://likumi.lv/doc.php?id=50026> [Sk. 20.05.2018.].

LR Saeima, 2010. *Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030. gadam.* Pieejams: https://www.pk.gov.lv/sites/default/files/inline-files/Latvija_2030_7.pdf [Sk. 12.05.2018.].

LR Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija (VARAM), 2018a. *Grozījumi Administratīvo teritoriju un apdzīvoto vietu likumā.* Pieejams: <http://tap.mk.gov.lv/lv/mk/tap/?pid=40434938&mode=mkk&date=2018-01-08> [Sk. 03.06.2018.].

LR Vides aizsardzības un reģionālās attīstības ministrija (VARAM), 2018b. *Ilgtspējīga attīstība.* Pieejams: http://www.varam.gov.lv/lat/darbibas_veidi/ilgtspejiga_attistiba/ [Sk. 10.07.2018.].

LR Zemkopības ministrija (ZM), 2018. *Latvijas lauku attīstības programma 2014.–2020. gadam: Versija 5.1.* Pieejams: https://www.zm.gov.lv/public/files/CMS_Static_Page_Doc/00/00/01/19/86/Programme_2014LV06RDNP001_5_1_lv.pdf [Sk. 02.07.2018.].

Luka, M., 2017. *Building Latvian Tourism Identity.* BRANDTour: 3rd Workshop. 24.10.2017. Palma. Pieejams: https://www.interregeurope.eu/fileadmin/user_upload/tx_tevprojects/library/file_1510823814.pdf [Sk. 16.07.2018.].

MacLeod, D.V.L., 2004. *Tourism, Globalisation and Cultural Change: An Island Community Perspective.* Clevedon: Channel View Publications.

Mainil, T., Eijelaar, E., Klijs, J., Nawijn, J., Peeters, P., 2017. *Research for TRAN Committee – Health tourism in the EU: a general investigation. Study.* Brussels: Policy Department for Structural and Cohesion Policies of the European Parliament. Pieejams: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU\(2017\)601985_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/601985/IPOL_STU(2017)601985_EN.pdf) [Sk. 10.07.2018.].

Margaras, V., 2017. *Major challenges for EU tourism and policy responses. Briefing.* European Parliamentary Research Service. Pieejams: <https://aer.eu/wp-content/uploads/2018/05/Major-challenges-for-EU-tourism-and-policy-response.pdf> [Sk. 12.07.2018.].

Mason, P., 2003. *Tourism Impacts, Planning and Management.* Oxford: Butterworth-Heinemann.

Naipaul, S., Wang, Y., Okumus, F., 2009. *Regional Destination Marketing: A Collaborative Approach.* *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26:5–6, pp. 462–481, DOI: 10.1080/10548400903162998. Pieejams: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10548400903162998?scroll=top&needAccess=true#aHR0cHM6Ly93d3cudGFuZGZvbmxpbmUuY29tL2RvaS9wZGYvMTAuMTA4MCM8xMDU0ODQwMDkwMzE2Mjk5OD9uZWVkaWVjZWNjZXRzPXZyYWVhQWAw> [Sk. 25.07.2018.].

Neal, J.D., 2000. *The effects of different aspects of tourism services on travelers' quality of life: Model validation, refinement, and extension.* Pieejams: <https://docplayer.net/52979405-The-effects-of-different-aspects-of-tourism-services-on-travelers-quality-of-life-model-validation-refinement-and-extension.html> [Sk. 25.07.2018.].

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), 2017. *Financing approaches for tourism SMEs and entrepreneurs. OECD Tourism Papers 2017/03.* Paris: OECD Publishing. Pieejams: https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/financing-approaches-for-tourism-smes-and-entrepreneurs_8d06572a-en [Sk. 10.07.2018.].

- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD), 2018.** *OECD Tourism Trends and Policies 2018*. Paris: OECD Publishing. Pieejams: https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2018_tour-2018-en [Sk. 20.05.2018.].
- Oroupe, A., 2013.** *Valodas sargi izņēmumus tūristiem nepieļauj*. Neatkarīgā Rīta Avīze Latvijai, 31.05.2013.
- Pārresoru koordinācijas centrs (PKC), 2012.** *Latvijas Nacionālais attīstības plāns 2014.–2020. gadam*. Pieejams: https://www.pkc.gov.lv/sites/default/files/inline-files/20121220_NAP2020%20apstiprinats%20saeima_4.pdf [Sk. 20.05.2018.].
- Peters, P., Dubois, G., Strasdas, W., Lootvoet, M., Zeppenfeld, R., Eijelaar, E., 2015.** *Research for TRAN Committee – from Responsible Best Practices to Sustainable Tourism Development. Study*. Brussels: Policy Department for Structural and Cohesion Policies of the European Parliament. Pieejams: <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/content/responsible-best-practices-sustainable-tourism-development> [Sk. 10.07.2018.].
- Pike, S., Page, S., 2014.** Destination marketing organizations and destination marketing: A narrative analysis of the literature. *Tourism Management*, 41, 202–207. Pieejams: <https://eprints.qut.edu.au/63293/2/63293.pdf> [Sk. 25.07.2018.].
- Porter, M.E., 2008.** *On Competition. Updated and Expanded Edition*. Harvard: Harvard Business Review Press.
- Ratcliff, C., 2018.** *Transport and Tourism in Ireland. Briefing*. Policy Department for Structural and Cohesion Policies of the European Parliament. Pieejams: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/617463/IPOL_BRI\(2018\)617463_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2018/617463/IPOL_BRI(2018)617463_EN.pdf) [Sk. 10.07.2018.].
- Romão, J., Neuts, B., 2017.** Territorial capital, smart tourism specialization and sustainable regional development: Experiences from Europe. *Habitat International*, 68, pp. 64–74.
- Saarinen, J., 2007.** Tourism in peripheries: the role of tourism in regional development in Northern Finland. In: D. K. Müller, B. Jansson, eds., *Tourism in peripheries: perspectives from the far north and south*. Oxford; Cambridge: CAB International, pp. 41–52.
- Shipp, D., (ed.), 1993.** *Loving Them to Death? Sustainable Tourism in Europe's Nature and National Parks*. Grafenau: Federation of Nature and National Parks of Europe.
- SIA Baltkonsults, 2016.** *Risku un ievainojamības novērtējums un pielāgošanās pasākumu identificēšana ainavu plānošanas un tūrisma jomā. Pētījums*. Pieejams: http://www.varam.gov.lv/in_site/tools/download.php?file=files/text/Finansu_instrumenti/EEZ_2009_2014/Nodevumi/Ainavu_pl_turisms.pdf [Sk. 10.07.2018.].
- Skuras, D., Petrou, A., Clark, G., 2006.** Demand for rural tourism: the effects of quality and information. *Agricultural Economics*, 35, pp. 183–192.
- Smuškova, I., 2017.** Tūrisms un likumi. Cik viegli un ērti strādāt jeb – vai likumdošana palīdz lauku tūrismam. *Jurista vārds*, 34 (988).
- Taksa, L., 2003.** Machines and Ghosts: Politics, Industrial Heritage and the History of Working Life at the Eveleigh Workshops. *Labour History*, 85, pp. 65–88.
- Tūrisma attīstības valsts aģentūra (TAVA), 2010.** *Latvijas tūrisma mārketinga stratēģija 2010.–2015. gadam*. Pieejams: <http://www.visitdaugavpils.lv/wp-content/uploads/2017/06/Latvijas-t%C5%ABrisma-m%C4%81rketinga-strat%C4%93%C4%A3ija.pdf> [Sk. 26.07.2018.].
- Valsts ieņēmumu dienests (VID), 2018.** *Pievienotās vērtības nodokļa likmes*. Pieejams: <https://www.vid.gov.lv/lv/pievienotas-vertibas-nodokla-likmes> [Sk. 16.07.2018.].
- Valsts izglītības attīstības aģentūra (VIAA), 2012.** *Tūrisma nozares apraksts*. Eiropas Sociālā fonda projekts „Nozaru kvalifikācijas sistēmas izveide un profesionālās izglītības efektivitātes un kvalitātes paaugstināšana”. Pieejams: http://viaa.gov.lv/files/free/12/14912/apraksts_turisms_final_04042012.pdf [Sk. 25.07.2018.].
- Valsts valodas centrs (VVC), 2017.** *Par lēmumu Jelgavas dzelzceļa stacijas lietā*. Pieejams: <http://vvc.gov.lv/index.php?route=product/category&path=306> [Sk. 23.07.2018.].
- Van der Steina, A., 2012.** *Dimensions of quality in tourism and destination quality management*. EDEN Lithuania and EDEN Estonia and EDEN Latvia conference, 23–24 May, Jurmala, Latvia. Pieejams: http://www.liaa.gov.lv/files/liaa/attachments/turisms/prezentacijas/EDEN-Baltic-conference/Aija_van_der_Steina.pdf [Sk. 25.07.2018.].
- Van der Zee, E., Bertocchi, D., Janusz, K., 2016.** Using Big Data to discover how the maturity of a heritage destination influences the use and attractiveness of urban cultural landscape. A case study of Antwerp, Bolzano and Kraków. *Proceedings of TCL2016 conference: Tourism and cultural landscapes: Towards a sustainable approach*, pp. 614–628.

Pieejams:

<https://www.researchgate.net/publication/306018578> Using Big Data to discover how the maturity of a heritage destination influences the use and attractiveness of urban cultural landscape A case study of Antwerp Bozano and Krakow [Sk. 16.07.2018.].

Van der Zee, E., van der Borg, J., Vanneste, D., 2017. The Destination Triangle. In: N. Scott, M. De Martino, M. Van Niekerk, eds., *Knowledge Transfer to and within Tourism. Academic, Industry and Government Bridges. Volume 8: Bridging Tourism Theory and Practice*. Bingley: Emerald Publishing Limited, pp.167–188.

Weston, R., Grebenar, A., Lawler, M., Hamele, H., Sillence, G., Balas, M., Denman, R., Pezzano, A., Reiner, K., 2018. *Research for TRAN Committee – European Tourism Labelling. Study*. Brussels: Policy Department for Structural and Cohesion Policies of the European Parliament. Pieejams: [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617461/IPOL_STU\(2018\)617461_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2018/617461/IPOL_STU(2018)617461_EN.pdf) [Sk. 10.07.2018.].

Wilson, S., Fesenmaier, D.R., Fesenmaier, J., Van Es, J.C., 2001. Factors for Success in Rural Tourism Development. *Journal of Travel Research*, 40(2), pp. 132–138. Pieejams: <https://www.researchgate.net/publication/249700600> Factors for Success in Rural Tourism Development [Sk. 16.07.2018.].

World Economic Forum (WEF), 2013. *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2013: Reducing Barriers to Economic Growth and Job Creation. Insight Report*. Geneva: World Economic Forum. Pieejams: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf [Sk. 16.07.2018.].

World Economic Forum (WEF), 2017. *The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the way for a more sustainable and inclusive future. Insight Report*. Geneva: World Economic Forum. Pieejams: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2017_web_0401.pdf [Sk. 16.07.2018.].

World Tourism Organization of the United Nations (UNWTO), 2018. *2017 Annual Report*. Pieejams: <https://www.unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419807> [Sk. 16.07.2018.].

WTTC/Oxford Economics, 2016. *Travel & tourism economic impact research*. Pieejams: <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/2016-documents/2016methodology-final.pdf> [Sk. 16.07.2018.].

Zheng, L., Liu, H., 2013. Integrated Rural Tourism Strategic Selection. A Case in China. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 14(3), pp. 1089–1096. Pieejams: <https://www.researchgate.net/publication/267626985> INTEGRATED RURAL TOURISM STRATEGIC SELECTION A CASE IN CHINA [Sk. 16.07.2018.].

Ziemele, A., 2017. *Lauku tūrisma uzņēmējdarbību apdraud negodīga konkurence un arvien pieaugoša birokrātija*. Pieejams: <http://www.celotajs.lv/lv/news/item/view/738> [Sk. 29.06.2018.].

Ziemele, A., 2018. *Diskusija par klientu ceļošanas nepilnību analīzi*. Rīga. Pieejams: http://www.lps.lv/uploads/docs_module/5_Diskusija%20par%20klientu%20ce%C4%BCo%C5%A1anas%20nepiln%C4%ABbu%20anal%C4%ABzi.pdf [Sk. 16.07.2018.].

Intervijas

Ekspertu diskusija (30.05.2018.). Ekspertu diskusija par reģionālā tūrisma atbalsta sistēmu. Diskusijas dalībnieki: Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras Tūrisma departamenta direktore Inese Širava, Vidzemes Augstskolas asociētais profesors Dr. Andris Klepers, Latvijas Universitātes Biznesa, vadības un ekonomikas fakultātes vadošā pētniece Dr. Aija van der Steina, Kurzemes tūrisma asociācijas valdes priekšsēdētājs Artis Gustovskis.

Intervija ar A. van der Steinu (30.05.2018.). Eksperta intervija ar Latvijas Universitātes Biznesa, vadības un ekonomikas fakultātes vadošo pētnieci Dr. Aiju van der Steinu un tās laikā prezentētie materiāli.

Intervija ar I. Kovtuņenko, Dž. Apsīti (29.05.2018.). Intervija ar Gulbenes novada pašvaldības aģentūras "Gulbenes tūrisma un kultūrvēsturiskā mantojuma centrs" direktori Ivetu Kovtuņenko un tūrisma organizatori Džeinu Apsīti.

Nepublicētie materiāli

LR Ekonomikas ministrija (EM), 2018b. *Paskaidrojums par Ekonomikas ministrijas valsts pamatbudžeta līdzekļu pieprasījumu 2018. gadam*. [Elektroniska sarakste ar Nozaru politikas departamenta vecāko referent Madaru Lūku].

Darba noformējumam izmantoti attēli no interneta vietnēm:
<https://www.flaticon.com/>
<http://www.freeflagicons.com/>
<https://pixabay.com/en/forest-hiking-winter-nature-2098407/>

Sintēzes ziņojums ir izstrādāts pēc Saeimas Prezidija un Frakciju padomes pieprasījuma.

Ziņojuma tēmu pieteikusi Saeimas Tautsaimniecības, agrārās, vides un reģionālās politikas komisija.

Saeimas Analītiskais dienests ir Saeimas pētnieciskā struktūrvienība, kas veic pētniecisko darbu parlamenta vajadzībām. Tas sniedz likumdevējam atbalstu lēmumu pieņemšanas procesā, normatīvā regulējuma pilnveidē un kontrolē pār izpildvaru.

Šis sintēzes ziņojums ir izstrādāts, lai raksturotu reģionālā tūrisma attīstības iespējas Latvijā.

ISBN 978-9934-8783-0-5