

Esošo atbalsta instrumentu situācijas analīze un konceptuālu priekšlikumu izstrāde tūrisma nozares politikas pilnveidošanai



PADZIĻINĀTAS EKSPERTĪZES PĒTĪJUMS

GALA ZIŅOJUMS
Vidzemes Augstskola,
HESPI institūts, oktobris, 2019

Esošo atbalsta instrumentu situācijas analīze un konceptuālu priekšlikumu izstrāde tūrisma nozares politikas pilnveidošanai

PADZIŅINĀTA EKSPERTĪZES PĒTĪJUMA

GALA ZIŅOJUMS

Ziņojums sagatavots pēc Ekonomikas ministrijas līguma EM 2019/85 *Interreg Europe* programmas projekta *BRANDTour* ietvaros

Pasūtītājs:

Ekonomikas ministrija

Reģ. Nr. 90000086008

Brīvības ielā 55, Rīgā, LV-1519

Izpildītājs:

Vidzemes Augstskola HESPI

Reģ.Nr. 90001342592

Cēsu iela 4, Valmiera, LV-4201

Autori:

Andris Klepers

Agita Līviņa

Sarmīte Rozentāle

Dizains: Ilze Loža

Valmiera, 2019. gada 4.oktobris

Pētījuma mērķis, uzdevumi un galvenie rezultāti latviešu valodā	Pētījuma mērķis, uzdevumi un galvenie rezultāti angļu valodā
<p>Pētījuma mērķis ir veikt esošo atbalsta instrumentu situācijas analīzi un konceptuālu priekšlikumu izstrādi tūrisma nozares politikas pilnveidošanai.</p> <p>Mērķa sasniegšanai izvirzīti trīs darba uzdevumi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Esošā plānošanas perioda (2014 - 2020) izstrādāto un ieviesto atbalsta instrumentu (tai skaitā, finanšu), to ietekmes un sasniegto rezultātu novērtējums; 2. <i>BRANDTour</i> projektā iegūto labo prakšu piemēru izpēte un analīze. 3. Konceptuālu priekšlikumu izstrāde tūrisma nozares attīstībai un <i>BRANDTour</i> pārņemamo labo prakšu ieviešanai Latvijā. <p>Galvenie rezultāti parāda valsts finanšu atbalsta sadrumstalotību un fragmentāciju, ņemot vērā tūrisma jomas specifiku – sasaisti ar dažādām nozarēm un to pārvaldi dažādās institūcijās. Lokālā līmeņa galamērķi uzrādījuši dažādus izaugsmes rādītājus (pie vidējā valsts rādītāja 1,9 reizes attiecībā pret 2010. gadu), kas ne visās situācijas sasaistāms ar analīzē iekļauto finanšu atbalstu. Ne visu investīciju periods ir noslēdzies, lai veiktu pilnīgu to atdeves mērījumu. <i>BRANDTour</i> labās prakses, piemēram, ir pielietojami Latvijā, taču jāņem vērā daudzkārt Latvijas tūrisma galamērķos skaitliski mazākais tūrisma piedāvājums un tūristu skaits tajos. Nākotnē ir svarīgi veidot pārskatāmu un saskaņotu ar dažādiem valsts pārvaldes resoriem valsts finanšu atbalstu tūrisma nozarē. Valsts atbalsta instrumentu pārraudzībai un to sasniegšanas rādītāju vērtēšanai ir nepieciešama sistemātiska un kompleksa digitāla monitoringa sistēma, lai datu analīze par ieguldītu valsts budžeta miljonu atbalstu būtu precīza, caurskatāma, kā arī pamats jaunu plānošanas periodu darba programmu izstrādei.</p>	<p>The aim of the study is to carry out an analysis of the situation of existing support instruments and to develop conceptual proposals for improving tourism policy. To achieve this goal, three tasks have been set:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Evaluation of the support instruments (including financial) developed and implemented during the current programming period (2014-2020), their impact and the results achieved; 2. Study and analysis of good practices from the <i>BRANDTour</i> project. 3. Development of conceptual proposals for the development of tourism industry and introduction of <i>BRANDTour</i> good practices to be implemented in Latvia. <p>The main results show fragmentation of public financial support, taking into account the specificities of the tourism sector - linking to different sectors and managing them in different institutions. Local tourism destinations have performed differently concerning economic growth and not in all cases corresponding adequately to the financial support attracted for tourism development. (Also considering that the average growth of national tourism development is 1,9 times compared to the year 2010). <i>BRANDTour</i> good practice cases are applicable in Latvia, but the number of tourists and tourism offer in Latvia's tourism destinations should be taken into account. In the future, it is important to establish transparent and consistent public financial support in the tourism sector with the various public administration departments. There is a systematic approach needed to assess effectiveness and outcomes of the state financial tools for tourism development. That should be considered as transparent digital monitoring system with data analysis establishing solid base for decisions about new financial tools or support for continuity of existing programs.</p>
Galvenās pētījumā aplūkotās tēmas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Latvijas tūrisma atbalstam pieejamo instrumentu mērķu, uzdevumu, pieejamā atbalsta mērķa grupu un prasību iesniedzējiem un atbalsta saņēmējiem, aktivitāšu un attiecināmo izmaksu analīze; 2. Rezultatīvo rādītāju izpildes statistiskais novērtējums; 3. Atbalsta pasākumu mērķu, aktivitāšu un pasākumu efektivitātes attiecībā uz tūrisma nozares specifiku un mērķu sasniegšanas analīze; 4. <i>BRANDTour</i> labo prakšu analīze un to pārņemšanas iespēju novērtējums Latvijā.
Pētījuma pasūtītājs	Ekonomikas ministrija

	Reģ. Nr. 90000086008 Brīvības ielā 55, Rīgā, LV-1519
Pētījuma īstenotājs	Vidzemes Augstskola HESPI Reģ.Nr. 90001342592 Cēsu iela 4, Valmiera, LV-4201
Pētījuma īstenošanas gads	2019
Pētījuma finansēšanas summa un finansēšanas avots	11 877,36 EUR EM, <i>Interreg Europe</i> programmas projekts <i>BRANDTour</i>
Pētījuma klasifikācija*	Padziļinātas ekspertīzes pētījums
Politikas joma, nozare**	(14.3.) Tūrisma politika
Pētījuma ģeogrāfiskais aptvērums (visa Latvija vai noteikts reģions/novads)	Visa Latvija
Pētījuma mērķa grupa/-as (piemēram, Latvijas iedzīvotāji darbaspējas vecumā)	Valsts pārvalde, pašvaldību administrācijas, kā arī NVO un privātais sektors tūrisma nozarē
Pētījumā izmantotās metodes pēc informācijas ieguves veida:	
1) tiesību aktu vai politikas plānošanas dokumentu analīze	Politikas plānošanas dokumentu datu bāzē (POLSYS) iekļautie tūrisma nozares politikas veidotāju attīstības plānošanas dokumenti un tiesību akti (likumi.lv).
2) statistikas datu analīze	Centrālās statistikas pārvaldes (www.csb.lv) mājas lapā pieejamā informācija par Tūrisma statistikas aktualitātēm, Latvijas Statistikas gadagrāmata, kā arī statistikas tabulas, kas raksturo tūrisma nozari- Tūrisma komersantu darbības raksturojošie rādītāji, Tūrisma komersantu apkalpoto personu skaits pa valstīm, Tūrisma komersantu apkalpoto personu skaits Latvijas statistiskajos reģionos, Viesnīcu un citu tūristu mītņu raksturojošie rādītāji, Viesnīcas un citas tūristu mītnes Latvijas statistiskajos reģionos, republikas pilsētās un novados. Taču arī speciāli atlasītu un interpretētu CSP statistikas datu analīze, tostarp papildinot tos ar Vidzemes Augstskolas HESPI projekta TourIntelLV Nr. 1.1.1.2/VIAA/1/16/100 datu bāzēs pieejamo informāciju un līdzšinējās iestrādes.
3) esošo pētījumu datu sekundārā analīze	Valsts kancelejas Pētījumu un publikāciju datu bāzē iekļautie EM un VARAM pasūtītie pētījumi par tūrisma nozares un lauku attīstības problemātiku, EM, ZM, KM, VARAM, Vidzemes Augstskolas nepublicētie dati, t.sk. 2018.g. rudenī veiktais pētījums "Tūrisma klastera <i>Enter Gauja</i> biedru apmierinātības un vajadzību izpētes" (46 biedri aptaujāti un intervēti, pasūtītājs Gaujas Nacionālā parka tūrisma biedrība).
4) padziļināto/ekspertu interviju veikšana un analīze	Intervija ar LIAA Tūrisma departamenta direktori I.Širavu. Rakstveida intervija ar pašvaldības pārstāvi V.Madoulka Krētā, Grieķija

	par labās prakses piemēru.
5) fokusa grupu diskusiju veikšana un analīze	Fokusa grupas diskusija ar Igaunijas Statistikas pārvaldes tūrisma departamenta un Latvijas Centrālās statistikas pārvaldes Transporta, tūrisma departamenta pārstāvjiem un privātajiem uzņēmumiem, kas nodarbojas ar publisko pasākumu tiešsaistes biļešu tirdzniecību
6) gadījumu izpēte	
7) kvantitatīvās aptaujas veikšana un datu analīze	15 strukturētu e-aptauju analīze, kas sniedz pārskatu par daudz plašāku iesaistīto loku, jo pamatā atbildes ir sniegušas tūrisma nozares asociācijas, kuras pārstāv savu biedru intereses.
8) citas metodes (norādīt, kādas)	
Kvantitatīvās pētījuma metodes (ja attiecināms):	
1) aptaujas izlases metode	
2) aptaujāto/anketēto respondentu/vienību skaits	Izsūtītas 26, saņemtas 15.
Kvalitatīvās pētījuma metodes (ja attiecināms):	
1) padziļināto/ekspertu interviju skaits (ja attiecināms)	Viena
2) fokusa grupu diskusiju skaits (ja attiecināms)	Viena
Izmantotās analīzes grupas (griezumi)	Tūrisma galamērķi (t.sk. nelieli)
Pētījuma pasūtītāja kontaktinformācija	Ekonomikas ministrija Brīvības iela 55, Rīga, LV-1519
Pētījuma autori*** (autortiesību subjekti)	Andris Klepers Agita Līviņa Sarmīte Rozentāle Dizains: Ilze Loža