

Apstiprinu  
Tūrisma attīstības valsts aģentūras  
Direktors Armands Slokenbergs



2010.gada 29.jūnijā

**Tūrisma attīstības valsts aģentūras  
Publiskais pārskats par 2009.gadu**

**Rīgā, 2010**

## Satura rādītājs

1. Pamatinformācija .....	3
1.1. Iestādes juridiskais statuss .....	3
1.2. Politikas jomas un funkcijas, par kurām iestāde ir atbildīga.....	3
1.3. Iestādes darbības virzieni un mērķi, īstenotās budžeta programmas (apakšprogrammas).....	3
1.4. Aģentūras īstenotie pasākumi 2009.gadā.....	4
2. Finanšu resursi un iestādes darbības rezultāti .....	15
3. Personāls .....	22
4. Komunikācija ar sabiedrību .....	23
4.1. Pasākumi sabiedrības informēšanai un izglītošanai .....	23
4.2. Sadarbība ar nevalstisko sektoru.....	24
5. 2010. gadā plānotie Aģentūras pasākumi.....	25
5.1. 2009.gadā uzsāktie pasākumi, kuri tiks turpināti 2010.gadā.....	25
5.2. Aģentūras 2010.gada galvenie uzdevumi un pasākumi .....	25
5.3. Aģentūras 2010.gadā plānotie sadarbības projekti un pētījumi .....	25

## **1. Pamatinformācija**

### **1.1. Iestādes juridiskais statuss**

Tūrisma attīstības valsts aģentūra (turpmāk - aģentūra) ir ekonomikas ministra pārraudzībā esoša valsts iestāde, kas izveidota 2002.gadā ar Ministru kabineta (turpmāk – MK) 27.08.2002. noteikumiem Nr. 387 „Tūrisma attīstības valsts aģentūras nolikums”, kuri sakarā ar Aģentūras pārraudzības iestādes maiņu zaudēja spēku ar MK 16.11.2004. noteikumiem Nr. 936 „Tūrisma attīstības valsts aģentūras nolikums”. Aģentūra darbojas saskaņā ar Valsts pārvaldes iekārtas likumu, Publisko aģentūru likumu, Tūrisma likumu, iepriekš minētajiem MK noteikumiem un citiem normatīvajiem aktiem.

### **1.2. Politikas jomas un funkcijas, par kurām iestāde ir atbildīga**

Aģentūra ir izveidota, lai īstenotu Latvijas tūrisma attīstības valsts politiku. Aģentūrai ir šādas funkcijas:

- nodrošināt Latvijas tūrisma attīstības politikas īstenošanu;
- īstenot Latvijā un ārvalstīs tūrisma veicinošus pasākumus;
- ieviest valsts un privātās partnerības tūrisma attīstības projektus;
- piesaistīt finanšu līdzekļus tūrisma attīstībai;
- veikt kvalitātes pārvaldības ieviešanu tūrisma nozarē, kā arī Latvijas tūrisma un ar to saistīto pakalpojumu sniedzēju un komersantu atbilstības novērtēšanu;
- piedalīties starpvalstu sadarbības nolīgumu īstenošanā tūrisma jomā.

### **1.3. Iestādes darbības virzieni un mērķi, īstenotās budžeta programmas (apakšprogrammas)**

Saskaņā ar Aģentūras darbības stratēģiju 2007.-2009.gadam, Aģentūras darbības mērķis ir veicināt tūrisma nozares attīstību Latvijā un veidot Latvijas kā pievilcīga tūrisma galamērķa atpazīstamību. Šī mērķa īstenošanai aģentūra īsteno budžeta programmu Tūrisma politikas ieviešana un sekojošas apakšprogrammas:

- sekmēta kvalitatīvu tūrisma infrastruktūras attīstību un attīstīta vienota tūrisma informācijas sistēma;

- veicināta Latvijas tūrisma tēla atpazīstamība un popularizēta Latvija kā tūristu galamērķis vietējā un starptautiskajā tirgū;
- veikti mārketinga pētījumi vietējā un starptautiskajā tirgū;
- uzlabota tūrisma pakalpojumu kvalitāte;
- reģistrēti komersanti un saimnieciskās darbības veicēji tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāzē;
- veicināta publiskā un privātā sektora sadarbība;
- īstenota starptautiskā sadarbība un valsts interešu pārstāvniecība.

#### **1.4. Aģentūras īstenotie pasākumi 2009.gadā**

Budžeta programmas Tūrisma politikas ieviešana ietvaros 2009.gadā Aģentūra īstenoja tūrisma attīstības un mārketinga aktivitātes, par kurām detalizētāka informācija ir sniegta šajā nodaļā.

#### **Latvijas tūrisma valsts portāls [www.latviatourism.lv](http://www.latviatourism.lv)**

Pārskata periodā ir izstrādāta jauna tūrisma portāla [www.latviatourism.lv](http://www.latviatourism.lv) versija, kurā ievadīta pamatinformācija par tūrisma objektiem. Sadarbībā ar Vidzemes, Zemgales, Latgales un Kurzemes reģionālajām tūrisma asociācijām, apkopota informācija par tūrisma informāciju reģionos un izveidota Latvijas tūrisma objektu datu bāzes struktūra, kas kalpos par pamatu jaunajam tūrisma portālam, kuru plānots izveidot 2010.gadā.

#### **Aģentūras Tūrisma biroju darbība reģionos un ārvalstīs**

Tūrisma biroji Kurzemē, Latgalē, Vidzemē un Zemgalē līdz to slēgšanai 2009.gada 1.jūnijā nodrošināja Aģentūras pārstāvniecību un mārketinga aktivitāšu organizēšanu Latvijas reģionos. Latvijas tūrisma birojs Londonā līdz slēgšanai 2009.gada 1.jūlijā nodrošināja žurnālistu vizīšu organizēšanu, dalību tūrisma izstādē „Destinations” (05.-08.02.2009.), informāciju Lielbritānijas profesionālo tūrisma nozares plašsaziņas līdzekļu ziņu portālā „Travelmedia”, informācijas sniegšanu individuālajiem tūristiem un citas tūrisma veicināšanas aktivitātes.

## **Vietējā tūrisma veicināšanas kampaņa**

2009.gada decembrī tika uzsākta vietējā tūrisma veicināšanas kampaņa „Redzi, Latvija runā”, izmantojot sociālā tīkla tīmekļa vietni [www.draugiem.lv](http://www.draugiem.lv), lai rosinātu Latvijas iedzīvotājus apceļot Latviju, iepazīstot tās kultūras daudzveidību, dabas un aktīvā tūrisma iespējas un citus tūrisma piedāvājumus ārpus aktīvās tūrisma sezonas. Līdz 2009.gada 31.decembrim projektā bija pieteiktas aptuveni 700 tūrisma vietas un maršruti, kā arī piesaistīti vairāk nekā 8000 apmeklētāji. 2009.gada 9.decembrī Rīgas Centrālajā dzelzceļa stacijā notika kampaņas atklāšanas pasākums, kura ietvaros tika rīkota arī prese konference.

## **Latvijas tūrisma tēla stratēģija**

Ņemot vērā to, ka Latvijai nav izteikta un homogēna tūrisma tēla, kas būtu atpazīstams mērķa tirgos ārvalstīs, Aģentūra 2009.gadā uzsāka diskusiju Aģentūras konsultatīvajā padomē ar tūrisma nozares pārstāvjiem par jauna Latvijas tūrisma tēla veidošanu, par pamatu ņemot vērā izmaiņas Latvijas un citu valstu iedzīvotāju vērtību skalā, no tradicionālā patēriņa virzoties uz jauna dzīves satura meklējumiem un izmantojot lielākās Latvijas vērtības dabu un kultūru. Aģentūra par jaunā Latvijas tūrisma tēla izveidi noslēdza līgumu ar reklāmas aģentūru „Adell/Saatchi&Saatchi”. Tūrisma tēla izstrādes pirmajā posmā 2009.gadā tika izstrādāts Latvijas tūrisma tēla idejas apraksts un formas pamatojums, komunikāciju platforma, tēla vērtību apraksts, tēla veidošanas un attīstības sistēma, kā arī logo un saukļu ideju varianti.

Tūrisma tēla veidošanas process tiks turpināts arī 2010.gadā un paredzams, ka Latvijas tūrisma tēla izveide veicinās Latvijas atpazīstamību starptautiskajā tirgū, nodrošinās ilgtermiņa pamatu turpmākajām valsts tūrisma mārketinga aktivitātēm, kā arī veidos vienotu valsts tūrisma tēlu kas piesaista ārvalstu tūristus un, ko atbalsta Latvijas iedzīvotāji.

## **Dalība starptautiskajās tūrisma izstādēs**

2009.gadā Aģentūra organizēja dalību 8 starptautiskajās tūrisma izstādēs augsti prioritārajos tūrisma tirgos, vienā no tām - izstādē „ITB” Berlīnē, piedaloties vienotā Baltijas standā kopā ar Lietuvas un Igaunijas valsts tūrisma organizācijām. Vairākās izstādēs tika veikta

izstādes apmeklētāju anketēšana, lai iegūtu informāciju par attiecīgās valsts tūristu ceļošanas paradumiem un Latvijas tūrisma piedāvājuma novērtējumu.

**Tabula Nr. 1 Dalība starptautiskajās tūrisma izstādēs 2009.gadā**

<b>Nr.</b>	<b>Izstādes nosaukums, norises vieta</b>	<b>Norises laiks</b>	<b>Dalībnieki standā</b>
1.	"Reiseliv", Oslo, Norvēģija	08.-11.01.2009.	5 dalībnieki
2.	„Matka”, Helsinki, Somija	15.-18.01.2009.	11 dalībnieki
3.	„ITB”, Berlīne, Vācija	11.-15.03.2009.	5 dalībnieki
4.	„Tourest”, Tallina, Igaunija	13.-15.02.2009.	5 dalībnieki
5.	„Vivattur”, Viļņa, Lietuva	27.02.-01.03.2009.	5 dalībnieki
6.	„JATA”, Tokija, Japāna	18.-20.09.2009.	TAVA
7.	„Balttour”, Rīga, Latvija	06.-08.02.2009.	TAVA
8.	„World Travel Market”, Londona, Lielbritānija	09.-12.11.2009.	5 dalībnieki

Papildus plānotajām tūrisma izstādēm Aģentūra organizēja Latvijas dalību Baltijas standā festivālā „Thames Festival” Londonā (12.-13.09.2009.), kuru apmeklē vairāk nekā 1 miljons Londonas iedzīvotāju un viesu.

Aģentūra sadarbībā ar nozares tūrisma asociācijām 2009.gadā uzsāka sagatavošanās darbus 2010.gada starptautiskajām tūrisma izstādēm – „Vakantiebeurs”, Nīderlandē (12.-17.01.10.), „Matka”, Somijā (21.-24.01.10.), „Tourest” Igaunijā (12.-14.02.10.), „Vivattur” Lietuvā (26.-28.02.10.), „Tur” Zviedrijā (25.-28.03.10.), „MITT” Krievijā (17.-20.03.10.), „ITB” Vācijā (10.-13.03.10.), „New York Times Travel Show” Ņujorkā (26.-28.02.10.).

## Darba semināri tūrisma profesionāļiem

2009.gadā Aģentūra organizēja 5 darbseminārus ārvalstīs. Trīs darbsemināri tika rīkoti Krievijā, bet viens Ukrainā sakarā ar nepieciešamību informēt par tūrisma sezonas jaunumiem un atviegloto vīzu režīmu. Viens darbseminārs tika rīkots Zviedrijā.

**Tabula Nr. 2 Latvijas tūrisma darbsemināri ārvalstīs 2009.gadā**

Nr.	Norises vieta	Norises laiks	Sasniegtie rezultāti
1.	Zviedrija, Stokholma	08.06.2009.	Informatīvs tūrisma darbseminārs Stokholmā tika organizēts, lai informētu par turpmāko sadarbības modeli ar Aģentūru pēc Latvijas tūrisma biroja slēgšanas Stokholmā. Seminārā tika prezentēti Zviedrijas ceļotājiem saistošākie Latvijas tūrisma jaunumi – informācija par Rīgas un Jūrmalas tūrisma piedāvājumu, airBaltic un Tallink jaunumi par nokļūšanu Latvijā. Semināru apmeklēja 30 dalībnieki.
2.	Krievija, Maskava	17.03.2009.	Ikgadējais tūrisma darba seminārs Maskavā tika organizēts Maskavas pavasara starptautisko tūrisma izstāžu „MITT” un „Intourmarket” laikā (17.03.2009.). Seminārā piedalījās 17 dalībnieki no Latvijas un 130 dalībnieki no Krievijas tūrisma nozares.
3.	Krievija, Maskava	21.09.2009.	Aģentūra sadarbībā ar Latvijas Republikas vēstniecību Krievijas Federācijā vēstniecības telpās Maskavā rīkoja darba semināru (21.09.2009.), lai informētu Krievijas tūroperatorus par Latvijas aktuālajiem tūrisma produktiem ziemas periodā, tiktos ar esošajiem partneriem un veidotu jaunus kontaktus.
4.	Krievija, Sanktpēterburga	25.03.2009.	Darbseminārs Sanktpēterburgā tika rīkots, lai pirms aktīvās tūrisma sezonas sākuma informētu par atvieglotiem nosacījumiem vīzu izsniegšanas kārtībā, kā arī par aktuālajiem tūrisma produktiem Latvijā, īpaši akcentējot Latgales tūrisma piedāvājumu. Pasākumu apmeklēja 48 dalībnieki no Sanktpēterburgas.
5.	Ukraina, Kijeva	24.03.2009.	Sakarā ar nepieciešamību informēt par atvieglotiem nosacījumiem vīzu izsniegšanas kārtībā, Aģentūra organizēja darba semināru Kijevā sadarbībā ar Latvijas Republikas vēstniecību Ukrainā. Darba seminārā piedalījās 8 dalībnieki no Latvijas un 75 no Ukrainas.

## Tūrisma informatīvie materiāli

Aģentūra 2009.gadā izdeva 10 veidu tūrisma informācijas materiālus dažādās valodās. Informatīvie materiāli tika izplatīti Aģentūras organizēto pasākumu laikā (tūrisma izstādēs, darbsemināros u.c.), kā arī Rīgas un reģionālajos tūrisma informācijas centros, lidostā, pasažieru ostā, uz prāmjiem un naktsmītnēs. Sadarbības partneri brošūru izplatīšanu savos informācijas stendos Aģentūrai nodrošināja bez maksas. 2009.gadā aktualizēta arī Aģentūras fotogrāfiju datu bāze, kas papildināta ar jaunām tūrisma objektu fotogrāfijām no reģionālo tūrisma asociāciju, tūrisma informācijas centru, akcijas "Dižā Baltijas apceļošana", kā arī atsevišķu tūrisma uzņēmumu un privāto fotogrāfu arhīviem. Pārskata periodā datu bāzē izmantošanai bija pieejamas 3170 fotogrāfijas un attēli.

**Tabula Nr. 3 Aģentūras 2009.gadā izdotie tūrisma informācijas materiāli**

Nr.	Tūrisma informatīvā materiāla nosaukums	Apraksts
1.	Vidzemes tūrisma karte	- Sadarbībā ar reģionālajām asociācijām un Aģentūras reģionālo biroju vadītājiem, izstrādāta kartes koncepcija; - Apkopota informācija, izveidots Vidzemes reģiona populārāko tūrisma objektu saraksts, ievietota informācija par Vidzemes reģionālās asociācijas rekomendētajiem tūrisma objektiem; - Sagatavoti maketi 6 valodās: latviešu, lietuviešu, igauņu, vācu, angļu un krievu; - Karte izdota 44 500 eksemplāros.
2.	Kurzemes tūrisma karte	- Sadarbībā ar reģionālajām asociācijām un Aģentūras reģionālo biroju vadītājiem, izstrādāta kartes koncepcija; - Apkopota informācija, izveidots Kurzemes reģiona populārāko tūrisma objektu saraksts, ievietota informācija par Kurzemes reģionālās asociācijas rekomendētajiem tūrisma objektiem; - Sagatavoti maketi 6 valodās: latviešu, lietuviešu, igauņu, vācu, angļu un krievu; - Karte izdota 39 500 eksemplāros.
3.	Latgales tūrisma karte	- Sadarbībā ar reģionālajām asociācijām un Aģentūras reģionālo biroju vadītājiem, izstrādāta kartes koncepcija; - Apkopota informācija, izveidots Latgales reģiona populārāko tūrisma objektu saraksts, ievietota informācija par Latgales reģionālās asociācijas

		<p>rekomendētajiem tūrisma objektiem;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sagatavoti maketi 6 valodās: latviešu, lietuviešu, igauņu, vācu, angļu un krievu;</li> <li>- Karte izdota 28 500 eksemplāros.</li> </ul>
4.	Zemgales tūrisma karte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Sadarbībā ar reģionālajām asociācijām un Aģentūras reģionālo biroju vadītājiem, izstrādāta kartes koncepcija;</li> <li>- Apkopota informācija, izveidots Zemgales reģiona populārāko tūrisma objektu saraksts, ievietota informācija par Zemgales reģionālās asociācijas rekomendētajiem tūrisma objektiem;</li> <li>- Sagatavoti maketi 6 valodās: latviešu, lietuviešu, igauņu, vācu, angļu un krievu;</li> <li>- Karte izdota 36 500 eksemplāros.</li> </ul>
5.	Rīgas un apkārtnes tūrisma karte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apkopota informācija, izveidots reģiona tūrisma populārāko objektu saraksts;</li> <li>- Sagatavoti maketi 3 valodās: angļu, vācu un krievu valodās;</li> <li>- Karte izdota 35 000 eksemplāros.</li> </ul>
6.	TOP tūrisma objekti Latvijā	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aktualizēta TOP 10 objektu informācija un fotogrāfijas;</li> <li>- Brošūra izdota 3 valodās: angļu, vācu un krievu;</li> <li>- Brošūra izdota 85 000 eksemplāros.</li> </ul>
7.	Baltijas kempingu karte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apkopoti dati par Latvijas kempingiem;</li> <li>- Izstrādāts makets 2 valodās: angļu un vācu;</li> <li>- Karte izdota 30 000 eksemplāros.</li> </ul>
8.	Baltijas tūrisma karte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apkopoti dati par Latvijas objektiem Baltijas kartē;</li> <li>- Izstrādāts makets 2 valodās: angļu un vācu;</li> <li>- Karte izdota 31 000 eksemplāros.</li> </ul>
9.	Latvijas tūrisma maršruti	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Maršrutos apkopoti populārākie Latvijas tūrisma objekti;</li> <li>- Izstrādāts makets 3 valodās angļu, vācu un krievu;</li> <li>- Buklets izdots 45 000 eksemplāros.</li> </ul>
10.	Brīvdienas Latvijā Ziemassvētkos un Jaunajā gadā	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apkopota informācija par īpašiem tūrisma produktiem Latvijā ziemas periodā, Ziemassvētkos un Jaunajā gadā;</li> <li>- Sagatavots brošūras makets angļu valodā;</li> <li>- Brošūra izdota 500 eksemplāros;</li> <li>- Nodrošināta brošūras izplatīšana tūrisma izstādē „World Travel Market 2009” Londonā, Lielbritānijā.</li> </ul>

### Ārvalstu plašsaziņas līdzekļu pārstāvju vizītes

2009.gadā Aģentūra organizēja 30 ārvalstu žurnālistu vizītes – 3 vizītes no Somijas, 2 vizītes no Zviedrijas, 3 vizītes no Krievijas, 2 vizītes no Dānijas, 6 vizītes no Lielbritānijas, 2

vizītes no ASV, pa vienai no Vācijas, Francijas, Ukrainas, Nīderlandes, Norvēģijas, Baltkrievijas, Igaunijas, Ķīnas un Korejas, Indijas, Austrālijas, Japānas. Viena no žurnālistu vizītēm tika rīkota sadarbībā ar partneriem Vidzemes un Latgales reģionos, lai popularizētu šo reģionu piedāvājumu Baltkrievijas žurnālistiem.

### **Sadarbības projekts ar Japānu**

Pamatojoties uz 2008.gada novembrī noslēgto sadarbības līgumu starp Aģentūru un uzņēmumu „JTB Business World Tokyo Corp.” (turpmāk tekstā - JTB), JTB turpināja Latvijas kā tūrisma galamērķa popularizēšanu Japānā. Sadarbības projekta ietveros tika veiktas sekojošas aktivitātes: sadarbība ar Japānas tūrisma aģentūrām un plašsaziņas līdzekļiem, publikācijas žurnālos „Travel Journal” (6 publikācijas katra 2 lapu apjomā) un „SkyWard” (1 publikācija 15 lapu apjomā), izdots buklets „Sveiki” japāņu valodā (20 000 eksemplāru), noorganizēta tūrisma profesionāļu iepazīšanās vizīte (15 dalībnieki, 5 dienas), nodrošināta informācija par Latviju 50 tūrisma profesionāļu semināros Japānā, sagatavotas 15 dažādas tūrisma ceļojuma paketes ceļojumiem uz Latviju. Tika noorganizēti arī divi čartera reisi uz Latviju 2009.gada 4. un 11.augustā, ar kuriem Latvijā ieradās 508 japāņu tūristi un augsta līmeņa Japānas tūrisma nozares pārstāvju delegācija.

### **Baltijas valstu vietējā tūrisma veicināšanas projekts**

Aģentūra sadarbībā ar Lietuvas un Igaunijas valsts tūrisma organizācijām 2009.gadā trešo reizi rīkoja Baltijas valstu tūrisma produktu veicināšanas projektu „Dižā Baltijas apceļošana 2009”. Projekta mērķis ir jaunu Baltijas tūrisma produktu popularizēšana, rosinot iedzīvotājus apmeklēt interesantākos Baltijas tūrisma objektus, kā arī veicināt informācijas apriti starp Baltijas valstīm un vietējā tūrisma attīstību. 2009.gadā piedalījās 10 Latvijas tūrisma objekti: Siguldas piedzīvojumu parks, Cēsu pilsmuižas komplekss, Vecgulbenes muiža, Ventpils Amatu māja, Piena muzejs, Bauskas pils, Ziemassvētku kauju muzejs, Maizes muzejs, Keramiķa Pētera Gailuma darbnīca, Jūrmalas pilsētas muzejs ar ekspozīciju „Rīgas Jūrmalas un Ķemeru kūrortu vēsture 18.-20.gadsimts”. Projekta ietvaros tika organizētas 3 Baltijas valstu žurnālistu vizītes, nodrošināta mājas lapas [www.greatbaltic.eu](http://www.greatbaltic.eu) darbība, izdotas brošūras ar informāciju par tūrisma

objektiem, organizēta balvu izloze aktīvākajiem akcijas dalībniekiem. 2009.gada 6.novembrī Viļņā norisinājās projekta noslēguma preses konference ar trīs Baltijas valstu premjerministru piedalīšanos. Preses konferencē prezentēja projekta rezultātus un izložēja uzvarētājus. Kopējais dalībnieku skaits 2009.gada projektā sasniedza 44 434 - visvairāk no Lietuvas, kam sekoja Latvija un Igaunija.

### **Starptautiskais darbseminārs tūrisma profesionāļiem "Buy Latvia, buy the Baltics 2009"**

2009.gadā no 2. līdz 6. februārim Aģentūra trešo reizi organizēja lielāko tūrisma profesionāļu darbsemināru Baltijā - „Buy Latvia, buy the Baltics 2009”, lai popularizētu Latvijas un Baltijas tūrisma piedāvājumu. Pasākumā ieradās tūrisma profesionāļi no dažādām pasaules valstīm, trīs dienās iepazīstot Latvijas un Baltijas tūrisma piedāvājumu un tiekoties ar Latvijas tūrisma nozares pārstāvjiem. Darbsemināra galvenais pasākums bija ārvalstu un Latvijas tūrisma uzņēmumu kontaktbirža, kas norisinājās viesnīcas „Reval Hotel Latvija” konferenču telpās. Kontaktbiržas ietvaros dalībniekiem tika piedāvāta iespēja iepazīties ar tūrisma produktiem un veidot kontaktus ar potenciālajiem sadarbības partneriem Baltijā. Darbsemināra dalībnieki piedalījās arī speciāli organizētās iepazīšanās tūrēs, kuru laikā varēja apmeklēt un izzināt dažādu veidu Latvijas tūrisma nozares uzņēmumu pakalpojumus un produktus.

“Buy Latvia, buy the Baltics” dalībnieku skaits 2009.gadā salīdzinot ar 2008.gadu, palielinājās par 20%, sasniedzot 125 ārvalstu kompānijas, kopumā pasākumā piedalījās 147 kompānijas. Vislielākais dalībnieku skaits 2009.gadā bija no Krievijas Federācijas, Francijas, Vācijas un Baltkrievijas. Tika saņemti pieteikumi arī no Apvienotajiem Arābu Emirātiem, Izraēlas, Uzbekistānas, ASV un Japānas. Pasākumam „Buy Latvia, buy the Baltics 2009” tika piesaistīti ģenerālsponsori - aviokompānija „Airbaltic”, viesnīca „Reval Hotel Latvija” un Latvijas Tūrisma Aģentu Asociācija „ALTA”.

### **Tiešā mārketinga aktivitātes**

Aģentūra sadarbībā ar Latvijas Republikas vēstniecību Krievijas Federācijā un Latvijas tūrisma nozares pārstāvjiem laika posmā no 2009.gada 25.maija līdz 4.jūnijam, organizēja Latvijas informatīvo kampaņu Krievijas reģionos. Pasākuma mērķis bija popularizēt Latviju kā

tūrisma galamērķi dažādās Krievijas reģionu pilsētās un veicināt iedzīvotāju interesi par Latviju, informēt Krievijas tūrisma kompānijas un plašsaziņas līdzekļus par Latvijas tūrisma nozares aktualitātēm, piedāvājumiem un izdevīgām iespējām, izmantojot atviegloto vīzu saņemšanas režīmu. Kopumā tika apmeklētas 10 Krievijas pilsētas - Jaroslava, Nižņij-Novgoroda, Kazana, Perma, Jekaterinburga, Ufa, Samāra, Saratova, Voroneža, kur tika uzrunāti attiecīgā reģiona plašsaziņas līdzekļi un tūrisma kompānijas, bet Maskavā tika rīkota sanāksme, kurā kopā ar tūrisma nozares pārstāvjiem tika izvērtēta informatīvās kampaņas norise un pārrunāta turpmākā sadarbība.

2009.gada 28.maijā Norvēģijā norisinājās ANTOR Norway organizēts preses darba seminārs, kurā Aģentūras pārstāvim bija iespēja iepazīties ar medijiem Norvēģijā un diskutēt par iespējamo sadarbību un iespējamām žurnālistu vizītēm uz Latviju.

Savukārt, 2009.gada 3. jūnijā Helsinkos norisinājās ikgadējais Baltijas centra atvērto durvju dienu pasākums, kurā Somijas iedzīvotājiem bija iespēja iepazīties ar jaunumiem kultūras un tūrisma jomās Latvijā, Lietuvā un Igaunijā. Aģentūras pārstāvis pasākumā piedalījās ar prezentāciju par Latvijas tūrisma piedāvājumu.

Laikā no 2009.gada 24. līdz 27. septembrim Gēteborgā, Zviedrijā norisinājās grāmatu izstāde, kurā Aģentūra iepazīstināja ar informatīvajiem materiāliem par Latviju divos standos – Baltijas valstu standā „Baltic square” (Baltijas laukums) un Latvijas Literatūras centra standā.

Nemot vērā iespēju uzņemt nozīmīgus ASV tūroperatorus („Lewis Travel Management”, „Aria World Travel”, „Berkeley's Northside Travel”, „Academic Arrangement Abroad”, „Travel Network”, „Great Spas of the World”; „LHM Travel”, „Montel Cruise and Travel Centre”) Latvijā no 2009.gada 10. Līdz 12.oktobrim tika rīkota astoņu ASV tūroperatoru pārstāvju vizīte. Vizītes ietvaros tūrooperatori iepazīs ar tūrisma piedāvājumu Rīgā un tikās darba seminārā ar Latvijas tūrisma operatoriem.

### **Ziņu vēstkopu sagatavošana**

Aģentūra 2009.gada nogalē sadarbībā ar ziņu aģentūru „LETA” izveidoja pirmo elektronisko tūrisma ziņu vēstkopu 4 valodās - angļu, vācu, krievu un latviešu. Vēstkopā tika iekļauti aktuālākie tūrisma nozares jaunumi, notikumi, tūrisma piedāvājumi. Vēstkopa tika

nosūtīta ap 6000 adresātiem (žurnālistiem, tūroperatoriem, tūrisma profesionāļiem, interesentiem dažādos mērķa tirgos). Turpmāk vēstkopa tiks izdota regulāri - vienu reizi mēnesī un būs pieejama ne tikai adresātiem, bet arī jebkuram interesentam mājas lapā [www.greetingsfromlatvia.lv](http://www.greetingsfromlatvia.lv).

### **Tūrisma pakalpojumu kvalitātes sistēma „Q-Latvia”**

2009.gadā Aģentūra uzsāka Latvijas tūrisma pakalpojumu kvalitātes sistēmas „Q-Latvia” 1.posma attīstību, kas paredz noteikt „Q-Latvia” piešķiršanas kārtību, izstrādāt pakalpojumu vērtēšanas kritērijus naktsmītnēm, TIC un tūrisma objektiem, veikt vērtēšanas kritēriju testēšanu un izstrādāt apmācību saturu e-vidē. 2009.gada decembrī Aģentūra noslēdza līgumu ar Rīgas Tehnisko universitāti par apmācību kursa veidošanu e-vidē.

### **Uzturēta palīdzības tālruņa līnija tūristiem**

Lai nodrošinātu efektīvāku Aģentūras izveidotā tūristu palīdzības tālruņa darbību un iespēju tūristiem sniegt informāciju visu diennakti vairākās valodās, vienlaikus arī paplašinot informācijas sniegšanas apjomu (papildus informācijai ārkārtas situācijās, sniedzot arī tūrisma uzziņas un ceļošanai pa Latviju noderīgu informāciju), Aģentūra noslēdza līgumu ar SIA „Lattelecom BPO” par šī pakalpojuma ieviešanu un nodrošināšanu izmantojot 1188 tālruņa līniju. Pārskata periodā Aģentūra aktīvi iesaistījās arī Latvijas tūrisma konsultatīvās padomes izveidotajā ekspertu darba grupā, kas risināja jautājumus par tūristu drošības palielināšanu Latvijā.

### **Tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāzes uzturēšana**

Analizējot uzņēmējdarbības nosacījumus tūrisma nozares komersantiem un optimizējot Aģentūras darbu, pēc Ekonomikas ministrijas iniciatīvas no 2009.gada 1.jūlija tika atcelta prasība tūrisma komersantiem reģistrēties tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāzē. 2009.gada 1.jūlijā stājās spēkā Ekonomikas ministrijas izstrādātais 2009.gada 12.jūnija likums „Grozījumi Tūrisma likumā” ("LV", 97(4083), 26.06.2009.), kurš, atbilstoši veiktajai reorganizācijai Aģentūrā, precizē tās kompetenci. Vienlaikus ar šī likuma spēkā stāšanos, spēku zaudēja

2006.gada 19.decembra Ministru kabineta noteikumi Nr.1017 „Noteikumi par tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāzi”, kas noteica kārtību, kādā izveido datu bāzi un veic komersantu un saimnieciskās darbības veicēju reģistrāciju tajā. Līdz ar to no 2009.gada 1.jūlija komersantiem vairs nav jāreģistrējas minētajā datu bāzē. Likums paredz, ka Ministru kabinets nosaka tikai tūrisma aģentūru un tūrisma operatoru reģistrēšanās kārtību tūrisma aģentūru un tūrisma operatoru datu bāzē.

2009.gada 30.jūnijā ar derīgām izziņām tūrisma pakalpojumu sniedzēju datu bāzē bija reģistrēti 1103 tūrisma pakalpojumu sniedzēji.

### **Nodrošināta dalība Eiropas Ceļojumu Komisijas aktivitātēs**

Aģentūra sadarbībā ar Eiropas ceļojumu komisiju nodrošināja E-Biznesa Akadēmijas (E-Business Academy) ikgadējās konferences organizēšanu Rīgā no 2009.gada 20. līdz 23.oktobrim. Konferencē piedalījās 66 dalībnieki no 26 Eiropas valstīm un 11 starptautiskajām organizācijām.

### **Baltijas tūrisma birojs Berlīnē**

Baltijas tūrisma informācijas birojs Berlīnē 2009.gadā apkalpoja 335 klientus, atbildēja uz 13 100 informācijas pieprasījumiem pa e-pastu, tālruni un faksu, izsūtīja 2750 pasta sūtījumus ar informatīvajiem materiāliem individuālajiem tūristiem, medijiem un tūrisma profesionāļiem. Biroja uzturētās mājas lapas [www.baltikuminfo.de](http://www.baltikuminfo.de) apmeklētāju skaits 2009.gadā sasniedza 266 000.

Paralēli tūristu apkalpošanai, birojs nodrošināja dalību tūrisma gadatirgos („CMT Travel Fair” Štutgartē, „Grüne Woche Berlin” Berlīnē, „Hamburg Reisen Travel Fair” Hamburgā, „F.R.E.E. Travel Fair” Minhenē, „IMEX” Frankfurtē, kā arī organizēja Baltijas valstu dalību kopējā stendā izstādē „ITB”, Berlīnē). No 2009.gada maija birojs uzsāka padziļinātu tirgus analīzi izpētot Baltijas kā tūrisma galamērķa attīstības iespējas Vācijas tirgū. Tāpat regulāri tiek veidota sadarbība ar Vācijas plašsaziņas līdzekļu pārstāvjiem un izsūtītas vēstkopas 4000 adresātiem par Baltijas tūrisma piedāvājumiem un aktualitātēm. Sadarbojoties ar nozares pārstāvjiem tika noorganizētas 10 plašsaziņas līdzekļu pārstāvju vizītes uz Baltijas valstīm.

Nodrošināts arī informatīvs atbalsts un konsultācijas 340 Vācijas tūrisma operatoriem un aģentūrām, 28 tūristu grupām, 44 organizācijām, kas pārdod Baltijas tūrisma produktus, 5 darījumu tūrisma kompānijām un 45 izglītības iestādēm un studentiem.

## 2. Finanšu resursi un iestādes darbības rezultāti

**Tabula Nr.4 Aģentūras 2009.gada finansējums un tā izlietojums (latos)**

Nr. p.k.	Finansiālie rādītāji	Iepriekšējā gadā (faktiskā izpilde)	Pārskata gadā	
			apstiprināts likumā	faktiskā izpilde
<b>1.</b>	<b>Finanšu resursi izdevumu segšanai (kopā)</b>	<b>1 348 258</b>	<b>967 816</b>	<b>959 063</b>
1.1.	dotācijas	1 255 520	890 569	890 569
1.2.	maksas pakalpojumi un citi pašu ieņēmumi	73 933	40 000	41 464
1.3.	ārvalstu finanšu palīdzība	18 805	37 247	27 030
<b>2.</b>	<b>Izdevumi (kopā)</b>	<b>1 344 167</b>	<b>990 457</b>	<b>843 209</b>
2.1.	uzturēšanas izdevumi (kopā)	1 312 155	985 582	842 140
2.1.1.	kārtējie izdevumi	1 312 155	985 582	842 140
2.2.	izdevumi kapitālieguldījumiem	32 012	4 875	1 069

**Darbības stratēģijās plānotās budžeta programmu un apakšprogrammu ietvaros finansētās galvenās aktivitātes, to mērķi un rezultāti**

Programmas „Tūrisma politikas ieviešana” (30.00.00) aktivitāšu īstenošanai 2009.gadā tika noteikti šādi sasniedzamie kvantitatīvie un kvalitatīvie rādītāji.

**Tabula Nr.5 Aģentūras darbības kvantitatīvie rādītāji**

Nr.p.k.	Darbības rezultāts / rādītāji	Plānotie rezultatīvie rādītāji 2009.gadā	Faktiski sasniegtie rādītāji 2009.gadā
1.	Nodrošināta dalība starptautiskajās tūrisma izstādēs (izstāžu skaits)	8	9
2.	Izdoti tūrisma informatīvie materiāli (veidu skaits)	10	10
3.	Sagatavoti drukas un digitālo informatīvo materiālu dizaini	10	10
4.	Noorganizētas plašsaziņas līdzekļu pārstāvju vizītes (vizīšu skaits)	30	30

5.	Veikti tūrisma tirgus pētījumi (pētījumu skaits)	2	2
6.	Nodrošināti informatīvie un apmācību pasākumi tūrisma nozares profesionāļiem (pasākumu skaits)	2	2
7.	Nodrošināta ārvalstu tūristu palīdzības tālruņa līnijas uzturēšana	1	1
8.	Noorganizēts starptautisks pasākums tūrisma profesionāļiem „Buy Latvia, buy the Baltics 2009” (minimālais dalībnieku skaits)	100	147 Ņemot vērā tūroperatoru lielo interesi par dalību šajā pasākumā, tika apstiprināts lielāks dalībnieku skaits nekā iepriekš plānots
9.	Noorganizēts Latvijas Tūrisma forums	1	1
10.	Noorganizēti darba semināri	7	5
11.	Nodrošināta Latvijas dalība ES projektā „Eiropas izcilākie tūristu galamērķi”	1	1
12.	Īstenots Baltijas valstu vietējā tūrisma veicināšanas projekts	1	1
13.	Īstenotas tiešā mārketinga aktivitātes mērķa tirgos (mērķa tirgu skaits/pasākumu skaits)	3/12	5/14 2009.gadā tika likvidēti Aģentūras ārvalstu biroji, tādēļ aktīvāk tika organizētas tiešā mārketinga aktivitātes un līdz ar to palielinājās pasākumu skaits mērķa tirgos.
14.	Nodrošināta profesionāla žurnāla „Tūrisms” izdošana (numuru skaits)	4	4
15.	Noorganizēta kampaņa vietējā tūrisma veicināšanai Latvijā	1	1
16.	Izveidota Latvijas tūrisma zīmola stratēģija	1	1
17.	Sagatavotas ziņu vēstkopas	3	4 Sākotnēji plānotajām trīs vēstkopām ( angļu, vācu un krievu valodā) tika izveidota arī vēstkopa latviešu valodā šādā veidā nodrošinot ar aktuālāko informāciju arī vietējos tūrisma profesionāļus.

Darbības kvalitatīvie rādītāji:

- Uzturēts un attīstīts Latvijas tūrisma valsts portāls [www.latviatourism.lv](http://www.latviatourism.lv) – izveidota portāla saturs un tehniskā koncepcija, izveidota portāla saturs datu bāze (informācija, audio, video, foto);
- Nodrošināta dalība tūrisma portālā [www.visiteurope.com](http://www.visiteurope.com) – nodrošināta regulāra informācijas papildināšana Latvijas sadaļās;
- Nodrošināta Latvijas tūrisma pakalpojumu sistēmas „Q-Latvia” 1.posma attīstība - noteikta „Q-Latvia” piešķiršanas kārtība, izstrādāti pakalpojumu vērtēšanas kritēriji naktsmītnēm, TIC un tūrisma objektiem, veikta vērtēšanas kritēriju testēšana, izstrādāts apmācību saturs.

#### **Aģentūras veiktie un pasūtītie pētījumi**

Aģentūra 2009.gadā veica ārvalstu tūristu aptauju, kuras mērķis ir iegūt informāciju par tūristu struktūru, motīviem un apmierinātību ar tūrisma pakalpojumiem Latvijā. Tūristu aptauju veica SIA „T.I. Serviss” par kopējo līguma summu 7495,00 LVL. Ārvalstu tūristu aptauja norisinājās Latvijas teritorijā no 2009.gada 1.marta līdz 30.septembrim, aptaujājot 3000 respondentus. Aptauja ir reprezentatīva attiecībā pret Latvijas augsti prioritārajiem tirgiem (Vāciju, Lielbritāniju, Somiju, Zviedriju, Norvēģiju, Krieviju, Lietuvu un Igauniju). Pētījuma rezultātā sagaidāma tendenču analīze par augsti prioritārajiem tirgiem, kā arī par tirgu kopumā, nodrošinot datu salīdzināmību ar iepriekšējos gados veikto ārvalstu tūristu aptaujām. Ar aptaujas rezultātiem var iepazīties [www.tava.gov.lv](http://www.tava.gov.lv) sadaļā „Pētījumi”.

Savukārt, lai nodrošinātu datus Latvijas tūrisma mārketinga stratēģijas un tūrisma tēla izstrādei, tika veikta 2007.gada ārvalstu tūristu datu aptaujas padziļināta analīze (analizējot Latvijas izvēles kritērijus, izdevumu struktūru un apmierinātību ar Latvijā saņemtajiem pakalpojumiem), veikts Latvijas iedzīvotāju vērtību pētījums un profilējums tūrisma tēla attīstībai, kā arī 2009.gada ārvalstu tūristu aptaujas datu analīze (padziļināti analizējot augsti prioritāro tirgu Vācijas un Krievijas tūristu profilu). Ārvalstu tirgu pētījumu veica SIA „Data Serviss” par kopējo summu 5699,00 LVL. Ar pētījuma rezultātiem var iepazīties [www.tava.gov.lv](http://www.tava.gov.lv) sadaļā „Pētījumi”.

## **Sadarbības partneru finansēto programmu un ārvalstu ieguldījumu programmu ietvaros īstenoto projektu rezultāti un līdzekļu izlietojums**

Aģentūra 2009.gadā iesaistījās divu Eiropas Savienības programmu līdzfinansētos projektos - Eiropas Komisijas līdzfinansētā projektā "Eiropas izcilākie tūristu galamērķi" (EDEN) un Leonardo da Vinci projekts "Kvalitātes paaugstināšana tūrismā" ("Quality Boost in Tourism")

Aģentūra īstenojusi Eiropas Komisijas projektu „Eiropas izcilākie tūristu galamērķi 2009” (EDEN). EDEN projekta mērķis ir pievērst uzmanību Eiropas topošajiem jeb potenciālajiem tūristu galamērķiem, to vērtībām, daudzveidībai un popularizēt tās vietas, kurās tūrisma attīstība ir ilgspējības procesā. EDEN 2009 tēma bija „Tūrisms aizsargājamās dabas teritorijās”. Vērtēšanai tika iesniegti 10 galamērķu pieteikumi. Par 2009.gada Latvijas izcilāko tūristu galamērķi tika atzīts projekta pieteikums „Tērvetes dabas parks - unikāls dabas un tūrisma objekts”. Neskatoties uz lielo konkurenci starp konkursa dalībniekiem, uzvarētājs pārliecināja ar visatbilstošākajiem ilgspējības principiem - ekonomiskajiem, ekoloģiskajiem, tūrisma un sociālajiem. Konkursa uzvarētājs ieguva tiesības izmantot EDEN projekta zīmolu tūristu galamērķa atpazīstamības veicināšanai, tūrisma vieta tika popularizēta Latvijas masu medijos un informatīvajos materiālos, uzņemta videofilma 10 minūšu garumā, kā arī piedalījies Eiropas Tūrisma Forumā, kurā notika oficiālā uzvarētāju, t.sk. Latvijas pārstāvju, apbalvošana.

2009.gadā turpinājās arī projekta "Kvalitātes paaugstināšana tūrismā" ieviešana. Projekta īstenošanā iesaistījās 9 organizācijas no 4 Eiropas valstīm. Projekta koordinators ir Haaga Institute Foundation no Somijas, bet projekta partneri tūrisma un izglītības iestādes no Somijas, Igaunijas, Latvijas un Skotijas. Projekta galvenais mērķis ir apmainīties ar pieredzi dažādu Eiropas valstu tūrisma pakalpojumu kvalitātes sistēmu veidotāju un apmācību organizētāju vidū. Projekta ietvaros tiek organizētas pieredzes apmaiņas vizītes, tūrisma ekspertu semināri un diskusijas, projektā iesaistīto valstu kvalitātes sistēmu izvērtēšana utml. Katrs projekta partneris projekta ietvaros īsteno savas aktivitātes, kas palīdz uzlabot vai padarīt efektīvākas tūrisma pakalpojumu kvalitātes nodrošināšanas aktivitātes. Tūrisma attīstības valsts aģentūras mērķis, iesaistoties šajā projektā ir pārņemt citu Eiropas valstu pieredzi nacionālā līmeņa tūrisma pakalpojumu kvalitātes sistēmu nodrošināšanā, lai izmantotu to Latvijas tūrisma kvalitātes

sistēmas Q-Latvia ieviešanai un šī projekta ietvaros īstenotu vairākas praktiskas aktivitātes – Q-Latvia e-apmācību programmas pilotapmācības Latvijas tūrisma uzņēmumiem, tūrisma pakalpojumu kvalitātes vērtēšanas kritēriju izstrādi dažādiem tūrisma pakalpojumu sniedzējiem, kā arī iesaistītu šajā procesā Latvijas tūrisma ekspertus.

Baltijas jūras reģiona transnacionālās sadarbības programmas komisijas apstiprināja projekta priekšlikumu „AGORA 2.0.”.

2009.gadā tika apstiprināts arī Baltijas jūras reģiona transnacionālās sadarbības programmas projekts „AGORA 2.0.”, kura ietvaros tiks veicināta Baltijas jūras reģiona atpazīstamība un attīstība, balstoties uz dabas un kultūras mantojumu. Projekts ietver aktivitātes, kas veicinās tūrisma nozares ilgspejību un atbalstu mazo un vidējo uzņēmumu un tūrisma organizāciju sadarbībai un attīstībai.

### **Aģentūras sniegtie pakalpojumi**

Aģentūra sniedz publiskos maksas pakalpojumus saskaņā ar Ministru Kabineta 2006.gada 3.janvāra noteikumiem Nr. 6 „Noteikumi par Tūrisma attīstības valsts aģentūras sniegto publisko maksas pakalpojumu cenrādi”.

Kā būtiskākos Aģentūras maksas pakalpojumus var minēt: līdzdalība izstādē Aģentūras stendā un informācijas izvietošana Aģentūras stendā, darījumu kontaktu dibināšana un darba semināru organizēšana, reklāmas izvietošana tūrisma informatīvajos materiālos.

**Tabula Nr. 6 Aģentūras maksas pakalpojumu cenrādis**

<b>Nr.</b>	<b>Pakalpojuma veids</b>	<b>Mērvienība</b>	<b>Cena bez PVN (Ls)</b>	<b>PVN (Ls)</b>	<b>Cena ar PVN (Ls)</b>
1.	Līdzdalība izstādē Latvijas stendā pilnu izstādes darba laiku	viens dalībnieks	578,51	121,49	700,00
2.	Līdzdalība izstādē Latvijas stendā pusi izstādes darba laika	viens dalībnieks	289,26	60,74	350,00
3.	Līdzdalība izstādē Baltijas valstu kopējā stendā pilnu izstādes darba laiku	viens dalībnieks	1157,02	242,98	1400,00
4.	Līdzdalība izstādē Baltijas valstu kopējā stendā pusi izstādes darba laika	viens dalībnieks	578,51	121,49	700,00
5.	Tūrisma nozares asociācijas	viens dalībnieks	165,29	34,71	200,00

	pārstāvja līdzdalība izstādē īpaši paredzētā vietā Latvijas standā				
6.	Līdzdalība izstādē Latvijas standā, noslēdzot līgumu par dalību vismaz trijās izstādēs kalendāra gada laikā	viens dalībnieks	495,87	104,13	600,00
7.	Tūrisma informatīvo materiālu izvietošana izstādē Latvijas standā	viens tūrisma materiālu veids vienā izstādē	82,64	17,36	100,00
8.	Tūrisma informācijas iekļaušana aģentūras izdotajos informatīvajos materiālos	1 cm <sup>2</sup> vienā izdevumā par katriem tirāžas 1000 eks.	0,083	0,017	0,10
9.	Darījumu kontaktu dibināšana, darba vai mācību semināru organizēšana, konsultāciju sniegšana	viena cilvēkstunda	24,79	5,21	30,00
10.	Informācijas izvietošana tūrisma portālā <a href="http://www.latviatourism.lv">www.latviatourism.lv</a> (maksimālais laukuma izmērs 180 x 70 px)	viens kalendāra mēnesis	24,79	5,21	30,00
11.	Tūrisma informācijas izvietošana stacionārajos tūrisma informācijas standos	250 cm <sup>2</sup> uz viena stenda vienu gadu	41,32	8,68	50,00

### **Aģentūras mērķu sasniegšanu kavējošie un veicinošie faktori, kā arī secinājumi, kas pamato jaunā plānošanas cikla stratēģijā nosakāmos darbības virzienus**

Pasaulē un Eiropā tūrisma nozare piedzīvo nozīmīgas izmaiņas: pieaug tūrisma produktu piedāvājuma dažādība un skaits, parādās jauni tūrisma galamērķi un mainās ceļotāju uzvedība, palielinās e-komercijas pielietojums tūrismā, kā arī ceļotāju vēlmēm pielāgotu tūrisma produktu skaits, līdz ar to arī Latvijai ir nepieciešams meklēt jaunus risinājumus tūrisma produktu attīstīšanai un mārketingam. Pašlaik prioritāti iegūst tādi aspekti, kā kvalitāte, inovācijas un produktu atbilstība aktuālajām tirgus tendencēm un prasībām, kas ir - demogrāfiskās izmaiņas un izmaiņas patērētāju uzvedībā, drošība, autentiski piedāvājumi, vides aizsardzība. Šīs tendences ir jāņem vērā arī Latvijai, jo lielākā daļa tūristu Eiropā ir pieriedzējuši ceļotāji ar augstām prasībām.

Pasaules finanšu un ekonomiskās krīzes rezultātā 2009.gads Latvijas tūrisma nozarē iezīmējās ar strauju tūrisma attīstības rādītāju lejupslīdi. Izvērtējot esošo situāciju, Latvijas tūrisma nozarē var definēt vairākas būtiskas problēmas:

- 1) Latvijas kā tūrisma galamērķa atpazīstamība un konkurētspēja starptautiskajā tirgū joprojām ir zema;
- 2) Tūrisma maksājumu bilances rādītāji ir negatīvi - Latvijas iedzīvotāju izdevumi ārvalstīs pārsniedz ārvalstu ceļotāju izdevumus Latvijā;
- 3) Esošais tūrisma piedāvājums neveicina uzturēšanās laika palielināšanos Latvijā (pašlaik tikai 1.4 dienas), līdz ar to arī ārvalstu ceļotāju tēriņu palielināšanos.

Ņemot vērā izmaiņas ekonomikā un jaunus apstākļus tirgū Aģentūrai nepieciešams izstrādāt jaunu Latvijas tūrisma mārketinga stratēģiju 2010.-2015.gadam, kas ietver tūrisma attīstības tendences pasaulē un Eiropā, raksturo Latvijas tūrisma situāciju, definē Latvijas tūrisma attīstības vīziju un mērķus, kā arī nosaka Latvijas tūrisma produktu attīstības pamatprincipus un mārketinga aktivitātes mērķa tirgos.

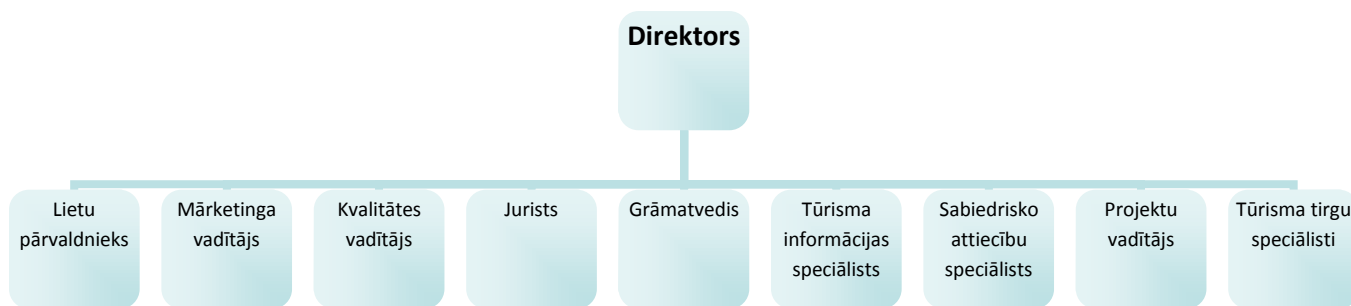
Tūrisma mārketinga stratēģija palīdzēs Aģentūrai efektīvāk plānot valsts tūrisma mārketinga aktivitātes un budžetu, savukārt, Latvijas tūrisma nozarei parādīs virzienu, kādā veidot savus piedāvājumus tā, lai tie būtu konkurētspējīgi starptautiskajā tirgū, atbilstoši tūristu prasībām.

### **Aģentūras veiktās strukturālās reformas un reorganizācija 2009.gadā**

Aģentūra 2009.gadā veica nozīmīgas strukturālās reformas likvidējot reģionālos birojus Vidzemē, Kurzemē, Zemgalē un Latgalē, kā arī turpinot 2008.gadā iesākto ārvalstu biroju slēgšanu, 2009.gadā darbību pārtrauca visi Aģentūras ārvalstu biroji – Londonā, Stokholmā, Helsinkos un Maskavā. Reorganizācijas rezultātā tika izveidota jauna Aģentūras organizatoriskā struktūra (skat. 1.att.). Līdzekļu ekonomijas nolūkā no 2009.gada jūlija, Aģentūra mainīja arī biroja atrašanās vietu no Pils laukuma 4 uz Brīvības ielu 55. Izmaiņas skāra arī Aģentūras vadību, kā rezultātā 2009.gada 24.augustā darbu uzsāka Aģentūras direktors Armands Slokenbergs. Pārskata periodā Aģentūras grāmatvedības uzskaites un kārtošanas, finanšu plānošanas un personāla vadības funkcijas pārņēma Ekonomikas ministrija.

## Attēls Nr.1 Aģentūras organizatoriskā struktūra pēc reorganizācijas

(izveidota saskaņā ar 01.07.2009. reglamentu Nr. 03-06/3 „Tūrisma attīstības valsts aģentūras reglaments”)



### 3. Personāls

Aģentūrā uz 2009.gada 1.janvāri bija 30 amata vietas. Aģentūrā strādāja 6 ierēdņi un 24 darbinieki.

Reorganizācijas rezultātā uz 2009.gada 31.decembri Aģentūrā bija 16 amata vietas, no kurām 1 bija vakanta. Aģentūrā uz 2009.gada 31.decembri strādāja 5 ierēdņi un 10 darbinieki.

**Tabula Nr. 7 Aģentūras darbinieku sadalījums pa vecuma un dzimumu grupām uz 31.12.2009.**

Vecums gados	Vīrieši	Sievietes	Izglītība			
			Vidējā izglītība	Bakalaura grāds	Maģistra grāds	Turpina studijas
no 20-29	4	4	2	5	1	3
no 30-39	1	2	-	2	1	2
no 40-49	3	-	-	1	2	1
no 50-59	-	1	-	1	-	-
<b>Kopā:</b>	<b>8</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>9</b>	<b>4</b>	<b>6</b>

## **4. Komunikācija ar sabiedrību**

### **4.1. Pasākumi sabiedrības informēšanai un izglītošanai**

2009.gadā Aģentūra sadarbībā ar Latvijas lauku tūrisma asociāciju „Lauku Ceļotājs” 11.martā noorganizēja Latvijas lauku tūrisma konferenci, kurā Aģentūra informēja par aktualitātēm nozarē, kā arī sniedza izglītojošu informāciju par mārketinga tendencēm un informācijas tehnoloģiju izmantošanu tūrismā, bet asociācija „Lauku Ceļotājs” nodrošināja izglītojošu informāciju par dabas un lauku tūrisma attīstību. Sadarbībā ar Latvijas Viesnīcu un restorānu asociāciju 2009.gada 22.oktobrī tika rīkota konference "Ekonomiskās situācijas ietekme uz viesnīcu un restorānu industriju - krīze vai iespējas", bet 2009.gada 17.decembrī tika rīkots apmācības pasākums tūrisma nozares pārstāvjiem par Vācijas tūrisma tirgus tendencēm un pētījumu par Vācijas tūrisma tirgus potenciālu, ko vadīja Baltijas tūrisma biroja Berlīnē vadītājs Marks Burgdorfs.

2009.gada 16.decembrī Rīgā notika 6. Latvijas Tūrisma forums. Pasākumu organizēja Aģentūra sadarbībā ar Ekonomikas ministriju un to apmeklēja ap 500 tūrisma nozares pārstāvji. Forumā dalībnieki tika iepazīstināti ar valsts sektora, kā arī nevalstisko organizāciju - tūrisma asociāciju un komersantu pārstāvju prezentācijām un varēja piedalīties diskusijās par aktuālām tēmām Latvijas tūrismā. 2009.gada Tūrisma foruma uzdevums bija palīdzēt atbildēt uz jautājumu, kā samazināt krīzes negatīvo ietekmi uz nozari un panākt turpmāko tūrisma pakalpojumu eksporta pieaugumu.

2009.gadā Aģentūra sadarbībā ar reģionālajām tūrisma asociācijām organizēja 3 tūrisma konferences Latvijas reģionos. Sadarbībā ar Kurzemes Tūrisma asociāciju 2009.gada 1.aprīlī tika rīkota Kurzemes Tūrisma konference Talsos. Zemgales Tūrisma konference Iecavā tika organizēta 2009.gada 5.novembrī sadarbībā ar Zemgales tūrisma asociāciju par tēmu „Tūrisma attīstības perspektīvas un izaicinājumi Zemgalē - reģionālās reformas un ekonomiskās krīzes laikā”. Apvienotā Vidzemes un Latgales tūrisma konference Līvānos 2009.gada 27.novembrī tika rīkota, lai veicinātu pieredzes apmaiņu starp reģioniem informējot par velotūrisma attīstības projektiem Vidzemē un amatniecības tūrisma produktu attīstību Latgalē.

2009.gada 22.aprīlī tika noorganizēta tūrisma informācijas diena Zemgales reģionā, kuras dalībnieki varēja iepazīties ar jaunāko tūrisma piedāvājumu Zemgalē un saņemt informāciju par Aģentūras aktualitātēm.

2009.gadā tika izdoti četri žurnāla „Tūrisms” numuri (aprīlī, oktobrī, novembrī un decembrī), kur publicēta gan aktuālā Aģentūras informācija, gan nozares jaunumi. Žurnāls tika izdots 2000 eksemplāru tirāžā, no kuriem 1000 eksemplāri izplatīti bez maksas tūrisma nozares profesionāļiem (viesnīcām, tūrisma uzņēmumiem, gidjiem, aviācijas kompānijām u.tml.), kā arī papildus 1000 bezmaksas eksemplāri nodoti izplatīšanai Aģentūrai. Žurnāla lejupielādēšana bez maksas tiek nodrošināta interneta vietnē [www.corpmedia.lv](http://www.corpmedia.lv).

Aģentūra 2009.gadā uzlaboja arī mājas lapas [www.tava.gov.lv](http://www.tava.gov.lv) saturu, lai tas būtu noderīgs un viegli izmantojams nozares pārstāvjiem. Papildināta informācija un izveidota jauna sadaļa "E-krātuve", kas ietver informāciju par Aģentūras izdotajām publikācijām un to pasūtīšanas formu, informāciju par nozares izdotajām tūrisma brošūrām, žurnāla "Tūrisms" un tūrisma ziņu vēstkopu elektroniskajām publikācijām, saišu katalogu uz resursiem, kas piedāvā fotomateriālus par Latviju utml.

#### **4.2. Sadarbība ar nevalstisko sektoru**

2009.gada sākumā Aģentūra dialogu ar nozares nevalstisko sektoru nodrošināja rīkojot vairākas sanāksmes, kurā tika diskutēts par aktuāliem jautājumiem. 2009.gada septembrī, lai nodrošinātu valsts pārvaldes institūciju, nozares nevalstisko organizāciju un ekspertu sadarbību tūrisma politikas īstenošanā, tika izveidota Aģentūras konsultatīvā padome. Padome pilda padomdevēja lomu Aģentūras darbības jautājumos, un tās lēmumiem ir ieteikuma raksturs. Padome analizē Aģentūras darbības rezultātus, sniedz ekonomikas ministram atzinumus un priekšlikumus par vidēja termiņa darbības un mārketinga stratēģiju, kārtējo gada plānu īstenošanu un darbības pilnveidošanu.

Aģentūra arī atsevišķu projektu īstenošanā sadarbojas un apmainās ar informāciju ar nozares nevalstiskajām organizācijām – reģionālajām tūrisma asociācijām, Latvijas informācijas centru asociāciju „Latturinfo”, Latvijas viesnīcu un restorānu asociāciju, Latvijas tūrisma aģentu asociāciju „ALTA”, Rīgas tūrisma attīstības biroju un citām organizācijām.

## **5. 2010. gadā plānotie Aģentūras pasākumi**

### **5.1. 2009.gadā uzsāktie pasākumi, kuri tiks turpināti 2010.gadā**

2010.gadā tiks turpināti sekojoši pasākumi, kas uzsākti 2009.gadā:

- Vietējā tūrisma veicināšanas kampaņas „Redzi, Latvija runā” īstenošana.
- Latvijas tūrisma mārketinga stratēģijas 2010.-2015.gadam izstrādāšana.
- Jauna Latvijas tūrisma tēla veidošana un attīstība, kā arī integrēšana tūrisma mārketinga materiālos.
- Aģentūras stenda dalība starptautiskajās tūrisma izstādēs.
- Latvijas tūrisma portāla [www.latviatourism.lv](http://www.latviatourism.lv) attīstība.
- Tūrisma ziņu apkārtraksta [www.greetingsfromlatvia.lv](http://www.greetingsfromlatvia.lv) izdošana.
- Latvijas tūrisma pakalpojumu kvalitātes sistēmas „Q-Latvia” attīstība;
- Aktivitāšu īstenošana Leonardo da Vinci projektā „Kvalitātes paaugstināšana tūrismā”, Eiropas Komisijas projektā „Eiropas izcilākie tūrisma galamērķi” un Baltijas jūras reģiona attīstības programmas projektā „Agora 2.0”.

### **5.2. Aģentūras 2010.gada galvenie uzdevumi un pasākumi**

Jauna Latvijas tūrisma tēla izstrāde un Latvijas tūrisma mārketinga stratēģijas 2010.-2015.gadam izstrāde, kas noteiks Latvijas tūrisma mārketinga aktivitāšu virzienu turpmākajiem gadiem un palīdzēs efektīvi plānot un organizēt pasākumus Latvijai prioritārajos tūrisma tirgos.

### **5.3. Aģentūras 2010.gadā plānotie sadarbības projekti un pētījumi**

2010.gadā plānots veikt ārvalstu tūristu aptauju Latvijas teritorijā, kas ir reprezentatīva pret augsti prioritārajiem tūrisma mērķa tirgiem (Lietuvu, Igauniju, Somiju, Zviedriju, Vāciju, Krieviju), veikt aptaujas datu analīzi, izstrādāt mārketinga stratēģijas augsti prioritārajos tūrisma tirgos, kā arī turpināt iesāktās aktivitātes sadarbībā ar partneriem Leonardo da Vinci projektā „Kvalitātes paaugstināšana tūrismā”, Eiropas Komisijas projektā „Eiropas izcilākie tūrisma galamērķi” un Baltijas jūras reģiona attīstības programmas projektā „Agora 2.0”.