

THE DEVELOPMENT OF POLICY FOR LATVIAN TOURISM INDUSTRY EVOLUTION

LATVIJAS TŪRISMA ATTĪSTĪBAS POLITIKAS IZSTRĀDE

I. Vasiļjeva, A. Magidenko

Atslēgas vārdi: tūrisma nozare, tūrisma nozares attīstība, tūrisma uzņēmuma darbības optimizēšana

IEVADS

Eiropā un visā pasaulē tūrisms ir viena no vadošajām un visstraujāk augošajām nozarēm un tiek uzskatīts par stratēģisku ekonomiskās attīstības un nodarbinātības prioritāti. Tūrisms ietekmē ikvienas sabiedrības sociālo, kultūras un ekonomisko dzīvi, savukārt minētās sfēras ietekmē tūrisma attīstību. Paplašinot Eiropas Savienības dalībvalstu skaitu, paplašinās arī tūrisms un tā iespējas. Tūrisms ietekmē ikvienas sabiedrības sociālo, kultūras un ekonomisko dzīvi, savukārt minētās sfēras ietekmē tūrisma attīstību.

Tūrisma sistēmā cieši saistītas ekonomikas un kultūras intereses, notiek mijiedarbība starp drošību, starptautiskajām attiecībām, ekoloģiju, iedzīvotāju nodarbinātību, viesnīcām un transporta organizācijām.

Tūrisma attīstībai ir liela nozīme gan visā valstī, gan arī katram indivīdam atsevišķi. Tūrisma stabila attīstība ir iespējama tikai tad, kad ievēro dažus noteikumus, no kuriem galvenais ir augsts labi sagatavotu speciālistu līmenis. Speciālistu apmācībai ir nepieciešama speciālā mācību un metožu literatūra, jo profesionālās zināšanas, prasmes un spējas spēlē galveno lomu tūrisma nozarē.

Tūrisma kā vienai no Latvijas attīstības stratēģiskajām iespējām un prioritātēm ir svarīga loma tādu mērķu sasniegšanā kā ilgtspējīga attīstība, ekonomiskā izaugsme, nodarbinātība, dzīves kvalitātes paaugstināšana, jo īpaši pasaules krīzes apstākļos.

Saskaņā ar Pasaules Tūrisma organizācijas statistikas datiem tūrisms ir pasaulē lielākais eksporta ienākumu avots, nozīmīgs darbavietu radītājs, kā arī svarīgs reģionālās un sociālās attīstības faktors.

Starptautiskā integrācija, globalizācija un jaunā situācija pasaulē reizē rada gan draudus, gan izaicinājumu un nebijušas iespējas Latvijas tūrisma nozarei. Eiropai kā ceļojumu galamērķim pieder līderpozīcija pasaulē un Latvija kļūst tā neatņemama sastāvdaļa. Lai gan, sākot no 2000.gada, Latvijas tūrisma attīstībā ir vērojamas pozitīvas tendences (ārvalstu ceļotāju skaits katru gadu vidēji ir pieaudzis par 10%), tomēr tūrisma pakalpojumu maksājumu bilance joprojām saglabājas negatīva. Latvijai pārliciecināši jānosaka sava vieta un jākļūst konkurētspējīgai kopējā Eiropas tūrisma tirgū.

Tūrisms ir reģionālās, īpaši lauku un salu teritorijās, attīstības un dažādības reāls nosacījums, ka ir nepieciešams līdzfinansēt projektus, balstoties uz integrētu pieeju, apvienojot visas iespējas, kas veicina klientiem sniegto pakalpojumu kvalitāti un maršrutu panākumus, rūpējoties par šo projektu ekonomisko dzīvotspēju, jo īpaši, izmantojot kvalitatīvas valsts un privātā sektora partnerattiecības.

Tūrisma nozares attīstības tendences un problēmas

Tūrisma nozares attīstība seko Latvijas ekonomiskās politikas prioritātēm un reformām. Šobrīd tūrisma nozarē attīstību jūtami ietekmē valstī notiekošās reformas, t.sk. valsts pārvaldes reforma, izglītības reforma, administratīvi teritoriālā, reģionālā reforma u.c. Saskaņā ar prognozēm galvenais iemesls ārvalstu tūristu pieplūduma pieaugumam CAEV (Centrālās un Austrumeiropas

valstis) līdz 2010.gadam par 4,5% gadā ir izdevīgais ģeogrāfiskais stāvoklis (starp Rietumu tūrisma tirgiem un Krieviju), zemākas pakalpojumu cenas un darījumu braucieni (arī konferenču apmeklēšana) ekonomiski aktīvos rajonos.

Tūrisma nozares speciālisti noteikuši, ka nacionālā tūrisma attīstība nav iespējama bez budžeta finansējuma, tā nevar pilnībā balstīties uz komerciju, jo tūrisms nav tikai tirgus parādība, bet aptver arī garīgo un kulturālas jomu. Mūsdienā apstākļos tūrisma pakalpojumu tirgus neatspoguļo adekvāti ārējo efektu ietekmi, gan pozitīvo, gan negatīvo. Tūrisma pakalpojumu lietderība un vērtība no sabiedrības un no uzņēmējdarbības viedokļa tiek dažādi vērtētas.

Gan Eiropā, gan Latvijā tūrisma nozare ir darbietilpīga un papildus nodarbinātību radoša, tomēr tikai konkurētspējīgi tūrisma uzņēmumi var attīstīties un radīt papildus nodarbinātību. Eiropas Komisijas veiktie pētījumi liecina, ka tūrisma uzņēmumu konkurētspējas priekšnoteikumi ir tūrisma produktu un pakalpojumu kvalitāte, sava klienta vēlmju zināšana un atgriezeniskās saites nodrošināšana, izvērtējot klientu sūdzības.

Pašlaik notiek tūrisma nozares pārvērtēšana. Tūrisma nozare tagad pārorientējas uz patstāvības un uzņēmējdarbības pusi, un rodas tūrisma kā efektīvas ekonomikas nozares jauns traktējums. Tūrisma nozares strauju attīstību veicinājuši vairāki faktori, piemēram: iekļaušana Eiropas Savienībā; jaunās tehnoloģijas; lēto avioliņiju izaugsme; izmaiņas demogrāfiskajā situācijā; tūrisma pieprasījuma pieaugums Latvijā.

Tomēr kopā ar pozitīviem momentiem pastāv arī barjeras, kuras negatīvi ietekmē tūrisma sfēru: neefektīva valsts tūrisma regulēšanas sistēma; liela nodokļu slodze (ļoti liels PVN); kvalificētu speciālistu deficīts; tūrisma produkta virzīšanas ārējā tirgū reklāmas un zinātniskās informatīvās sistēmas trūkums; valsts finansējuma trūkums; Latvijas tēla neatpazīstamība; slikti attīstīta infrastruktūra. Viens no negatīvajiem faktoriem ir PVN likmes paaugstināšana līdz 21 %. PVN paaugstinātās likmes piemērošana radīja negatīvu ietekmi uz viesnīcu darbu, kas vājina to konkurētspēju un vienlaikus negatīvi ietekmēja visas nozares attīstību. Šī gada sākumā uzņemto viesu skaits Latvijas viesnīcās ir būtiski samazinājies, jo tūristu plūsmas vairāk novirzās uz mūsu kaimiņvalstīm, kur viesnīcu pakalpojumi ir lētāki.

Tūrisma nozarē aktuālas ir ES iedzīvotāju ceļošanas ieradumu izmaiņas. Šobrīd cilvēki ceļo mazāk, vairāk izvēlas zemāku izmaksu galamērķus, savukārt prasības pret produktu un pakalpojumu kvalitāti, kvalitātes atbilstību cenai – turpina paaugstināties. Tāpat ir lielāks pieprasījums pēc vides autentiskuma, lielākas prasības izvirzītas drošībai, kā arī izpratnei par vides aizsardzības jautājumiem.

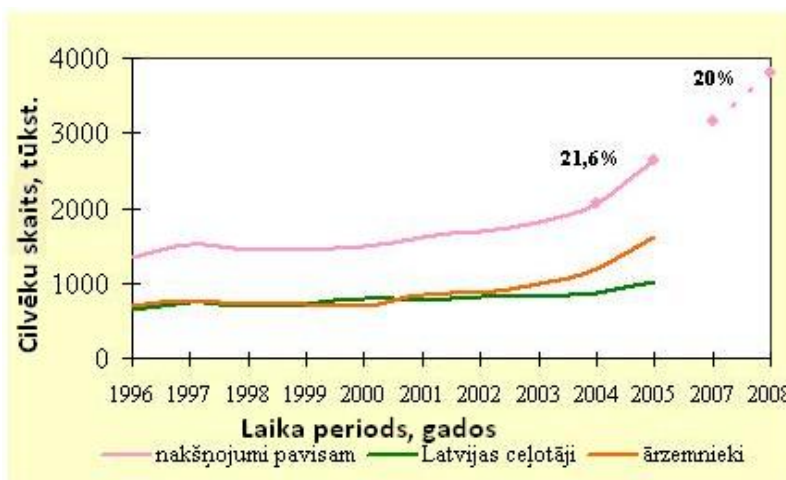
Kopš 2001.gada tūrisms dažādos plānošanas dokumentos tiek definēts kā viena no tautsaimniecības prioritārajām nozarēm. Diemžēl fakti liecina, ka ar katru gadu tūrisma piešķirtais finansējums ir samazinājies: 2005.gadā tas bija 65,9%, 2006.gadā — 57,7%, 2007.gadā — 26%, 2008.gadā — 16,6% no valdības apstiprinātajām Tūrisma attīstības politikas pamatnostādņēm, bet 2009.gadā labākajā gadījumā tiek plānots vairs tikai Ls 1 156 977, kas ir par 12% mazāk nekā 2008.gadā. Un tas viss, neņemot vērā šajā laikā esošo inflāciju! Situācija ar pastāvīgi lejupslīdošu finansējumu vislabāk atspoguļo valdības attieksmi pret tūrisma. Tātad valdība ilgstoši nav pildījusi to, ko ir apstiprinājusi arī tā saucamajos treknajos gados.

Latvija tikai tagad sāk attīstīt tūrisma nozari, tomēr šī nozare aptver gandrīz visas valsts nozares. Tūristi vēlas uzturēties sakārtotā un skaistā vidē, braukt pa labas kvalitātes ceļiem, uzturēties nepiesārņotās vietās.

Tūrisms ir uzskatāms par vienu no Latvijas attīstības stratēģiskajām iespējām un prioritātēm, tautsaimniecības orientāciju uz pakalpojumiem ar lielu pievienoto vērtību: nodarbinātības pieaugums tūrisma nozarē, ar tūrisma tieši un netieši saistītās nozarēs; nodokļi valsts un pašvaldību budžetā, investīcijas un uzkrājumi; maksājumu bilances izlīdzināšana ceļojumu pakalpojumu sadaļā; eksporta apjoma pieaugums; uzņēmējdarbības uzsākšanas veicināšana

mazos un mikro uzņēmumos – tūrisma aģentūrās, kempingos un citās tūristu mītnēs; attīstības izlīdzināšanas iespēja reģionos.

Latvijas piedāvājums vērsti uz dažādām tūristu interesēm un aptver plašu mērķauditoriju. Taču Latvijas problēma ir piedāvājuma sadrumstalotība un kvalitāte. Latvija spētu piesaistīt daudz vairāk tūristu, ja tiktu virzīta tirgū vesela pakalpojumu ķēde, lai atvieglotu tūristu ceļojuma



1.att. Latvijas un ārzemju ceļotāju skaits [4]

1.tabula

Latvijas un ārzemju ceļotājus raksturojošie rādītāji [7]

Rādītājs	2003	2004	2005	2006	2007
IKP faktiskajās cenās, milj. Ls	5872.2	7434.5	9059.1	11171.7	14779.8
Tūrisma pakalpojuma eksports, milj. Ls	124.4	197.5	322.1	404.6	484.6
Tūrisma pakalpojumu eksporta īpatsvars iekšzemes kopproduktā, %	2.2	2.7	3.55	3.6	3.3
Tūrisma pakalpojuma imports, milj. Ls	124.4	141.9	189.9	266.2	338
Tūrisma pakalpojumu importa īpatsvars iekšzemes kopproduktā, %	2.2	1.9	2.1	2.4	2.3
Tūrisma nodarbināto skaits (tūkst.)	24.4	25.5	30.6	32.8	35.5
Ceļotāju skaits, kuri šķērsojuši Latvijas robežu, tūkst. (Latvijas ceļotāji)	2299	2456	2894	3114	3376
Ceļotāju skaits, kuri šķērsojuši Latvijas robežu, tūkst. (ārzemju ceļotāji)	2470	3033	3774	4644.6	5235.7
Vidējais ceļojumu ilgums, diennaktīs (Latvijas ceļotāji)	3.6	2.9	3.2	3.6	3.75
Vidējais ceļojumu ilgums, diennaktīs (ārzemju ceļotāji)	1.9	1.7	1.5	1.43	1.35
Ceļojumu pakalpojumu bilance (Latvijas iedzīvotāju izdevumu ārzemēs un ārzemju ceļotāju izdevumu Latvijā maksājumu bilances starpība), milj. Ls	-	-55.6	-132.2	-138.4	-146.6
Viena ceļotāja vidējie izdevumi diennaktī, Ls (Latvijas ceļotāji)	22	27	35	34	40

Viena ceļotāja vidējie izdevumi diennaktī, Ls (ārzemju ceļotāji)	27	27	33	42	48
---	----	----	----	----	----

plānošanu, kā arī veicinātu to ilgāku uzturēšanos ceļojuma galamērķī. Tas prasa finanšu ieguldījumu, bet tas ātri atmaksātos, ja jaunradītais piedāvājums būtu unikāls. Ekonomiski izdevīgāk ir ieguldīt naudu riskantos, bet īpašos projektos, nekā uzturēt virkni neizdevīgu objektu.

Tūrisma attīstības modelis (TAM)

Tūrisms šodien ir svarīga valsts politikas daļa, tāpēc valdībai jāatbalsta to ar sociāliem, ekonomiskiem un pārējiem līdzekļiem, kas ir valsts rīcībā. Šodienas tūrisms ir ienesīga nozare, bet tas nevar pastāvēt bez attīstītas viesnīcu un infrastruktūras saimniecības. Ar tūrisma nozari cieši saistītas kultūras un transporta intereses, drošības un ārvalstu politikas mijiedarbība, iedzīvotāju nodarbinātības un ekoloģijas intereses.

Valsts vai reģiona tūrisma nozares konkurētspēja ir daļa no kopējā konkurences procesa. Tā palīdz saprast, vai valsts ir spējīga konkurēt ar citiem reģioniem un valstīm. Latvijas tūrisma nozares konkurētspējas novērtēšana ir ļoti svarīga, jo tā ir nepieciešama ne tikai esošās situācijas analīzei, bet arī plānošanai nākotnē.

Par pētījuma mērķi tiek izvirzīta Latvijas tūrisma nozares attīstību ietekmējošo faktoru noteikšana, to ietekmes svarīguma novērtēšana un faktoru pāru salīdzinājuma metodes piedāvājums Latvijas tūrisma nozares konkurētspējas izvērtēšanai.

Ietekmējošo faktoru pāru salīdzināšanas metode ir līdzīga ekspertu metodei, tāpēc to var izmantot, novērtējot situāciju nozarē. Tiek izveidota matrica, kurā horizontāli un vertikāli ir izvietoti nozares konkurētspēju noteicošie faktori. Katrs faktors secīgi tiek salīdzināts ar pārējiem faktoriem. Atbilstošā rūtiņā horizontālā rindā atzīmējam faktoru, kurš ir pārāks par otru. Rindas galā parādām sekojošā faktora priekšrocību skaitu. Pēc tam summējam vertikālo aili un

aprēķinām visu faktoru priekšrocību skaitu. Šo summu mēs pieņemam par 1. Katra faktora priekšrocību skaita īpatsvars parāda faktora ietekmes relatīvo svarīgumu diapazonā no 0 līdz 1, t.i., novērtēts katra faktora ietekmes svarīgums. Tūrisma attīstības modelī ņem vērā faktora skaitlisko vērtējumu, reizinot to ar svarīguma koeficientu.

Līdz ar to tiek piedāvāts šāds tūrisma attīstības modelis:

$$TA = f[F_1 \alpha_1 / F_{1b} + F_2 \alpha_2 / F_{2b} + \dots + F_n \alpha_n / F_{nb}] \rightarrow \max, \quad (1)$$

kur TA – tūrisma attīstība;

$F_1 - F_n$ – tūrisma attīstību ietekmējošie faktori;

$F_{1b} - F_{nb}$ – ietekmējošo faktoru lielumi, kas pieņemti par salīdzinājuma bāzi;

$\alpha_1 - \alpha_n$ – faktoru svarīgums, kas aprēķināts pēc minētās metodikas.

Lai varētu izanalizēt tūrisma nozares konkurētspēju, ir jāapskata faktori, kuri to ietekmē.

1) Sociāli-ekonomiskie faktori. Šādi faktori ir galvenie un ietver sevī sabiedriski-ekonomiskās iekārtas raksturu, ražošanas spēku attīstības līmeni, industrializāciju un zinātniski-tehnisko revolūciju, brīvā laika esamību un struktūru; materiālo labklājību, darba gaitas, kultūras līmeni, izglītības struktūru.

2) Demogrāfiskie faktori: iedzīvotāju skaits, iedzīvotāju teritoriālais sadalījums, vecums, urbanizācija.

3) Ekoloģiskie un bioloģiskie faktori: vides kvalitāte, iedzīvotāju veselības stāvoklis.

4) Politiskie faktori: iekšējās un ārējās politikas stabilitāte, pasu un muitas režīms; valsts sociālā politika.

5) Sociālpsiholoģiskie faktori: paražu ietekme, reklāma un informācijas sistēmas.

6) Dabas faktori: klimatiskie un ģeogrāfiskie apstākļi, dabas ainavas, eksotiskā flora un fauna, dūņu dziedinātavas.

7) Kultūrvēsturiskie faktori: senas pilsētas, arhitektūras pieminekļi, vēsturisko muzeju kolekcijas.

8) Materiāli tehnoloģiskie faktori: tehnikas un tehnoloģijas līmenis mašīnbūves nozarē, infrastruktūras līmenis, tirdzniecības un ēdināšanas uzņēmumu tehnoloģiskais nodrošinājums.

Tāpēc Tūrisma attīstības modeli var parādīt kā funkciju, kas sastāv no vairākiem atkarīgiem elementiem.

$$TAM = f(SE, Dem, EB, P, SP, D, KV, MT), \quad (2)$$

kur SE – sociālekonomiskie faktori – F1;

Dem - demogrāfiskie faktori – F2;

EB - ekoloģiskie un bioloģiskie faktori – F3;

SP - sociālpsiholoģiskie faktori – F4;

P- politiskie faktori – F5;

D - dabas faktori – F6;

KV- kultūrvēsturiskie faktori – F7;

MT – materiāli tehnoloģiskie faktori – F8.

Sastādīsim faktoru matricu un, izmantojot ekspertu metodi, veiksīm faktoru pāru salīdzinājumu (sk. 2. tab.).

Tabulas (sk.2. tab.) rezultāti liecina par to, ka demogrāfiskie rādītāji būtībā nosaka tikai 24 % no tūrisma nozares konkurētspējas (7 priekšrocības no 29). Tāpēc ir svarīgi pievērst uzmanību un dziļāk izpētīt arī citus rādītājus, kuri ietekmē tūrisma nozares attīstību netieši.

2. tabula

Tūrisma attīstības faktoru salīdzinājumu matrica

Faktori	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	Faktora priekšrocību skaits	Faktora svarīgums α
F1	-	F2	F1	F1	F5	F1	F1	F1	5	$1/29*5=0.1724$
F2	F2	-	F2	F2	F2	F2	F2	F2	7	$1/29*7=0.2414$
F3	F1	F2	-	F4	F5	F3	F3	F8	2	$1/29*2=0.0689$
F4	F1	F2	F4	-	F5	F4	F4	F8	3	$1/29*3=0.1034$
F5	F5	F2	F5	F5	-	F5	F5	F8	5	$1/29*5=0.1724$
F6	F1	F2	F3	F4	F5	-	F7	F8	1	$1/29=0.0344$
F7	F1	F2	F3	F4	F5	F7	-	F8	1	$1/29=0.0344$
F8	F1	F2	F8	F8	F8	F8	F8	-	5	$1/29*5=0.1724$
Kopā:									29	$\alpha =0.9997\approx 1$

Salīdzināsim 2 valstis: Latviju un Austriju. Austrija tiek pieņemta par bāzi. No astoņām faktoru grupām izvēlēsimies svarīgākos rādītājus, kas ietekmē tūrisma nozares attīstību un kuriem ir objektīvi kvantitatīvie vērtējumi (sk. 3.tab.).

3.tabula

Latvijas un Austrijas valstu tūrisma nozares konkurētspējas salīdzinājums

Faktori	Svarīguma koeficients	Latvija	Austrija	Salīdzinājums
Sociāli ekonomiskie faktori F1 F11 - IKP uz 1 iedz. Ls/gadā; F12 – studentu skaits; F13 – tūrisma uzņēmumu skaits; F14 –inovatīvās darbības līmenis pēc ekspertu novērtējuma 10 baļļu sistēmā.	0.1724	6 828 127 050 184 4	22 375 205 956 2719 8	6828/22375=0.3051 127050/205956=0.6169 184/2719=0.0677 4/8=0.5
$\Sigma F_1\alpha_1=(0.3051+0.6169+0.0677+0.5)*0.1724=0.2568$				
Demogrāfiskie faktori F2 F21 – dzimušo skaits, uz tūkst. iedzīvotāju; F22 – iedzīvotāju skaits/milj.; F23 – mirušo skaits, tūkst.	0.2414	10.2 2.268 14.5	8.69 8.340 9.84	10.2/8.69=1.173 2.268/8.340=0.2719 14.5/9.84=1.473
$\Sigma F_2\alpha_2=(1.173+0.2719+1.473)*0.2414=0.7044$				
Ekoloģiskie faktori F3 F31 – vides kvalitāte pēc ekspertu novērtējuma 10 baļļu sistēmā;	0.0689	7	8	7/8=0.875
$\Sigma F_3\alpha_3=0.875*0.689=0.3439$				
Politiskie faktori F4 F41 – muitu darbinieku skaits; F42 – pilsoņu/nepilsoņu skaits milj.;	0.1074	344 1.84/0.46	- -	-
Sociāli psiholoģiskie faktori F5 F51 – paražu ietekme pēc ekspertu novērtējuma 10 baļļu sistēmā	0.1724	6	6	6/6=1
$\Sigma F_5\alpha_5=1*0.1724=0.1724$				
Dabas faktori F6 F61 – klimatiskie apstākļi pēc ekspertu novērtējuma 10 baļļu sistēmā;	0.0344	7	8	7/8=0.875
$\Sigma F_6\alpha_6=0.875*0.0344=0.0301$				
Kultūrvēsturiskie faktori F7 F71 – muzeju skaits; F72 – pieminekļu skaits;	0.0344	127 8515	422 ≈25 000	127/422=0.3009 8515/25000=0.3406
$\Sigma F_7\alpha_7=(0.3009+0.3406)*0.0344=0.6415$				

Veiksim abu valstu salīdzinājumu, pieņemot Austrijas valsti par bāzi, lai novērtētu, cik lielā mērā Latvijas konkurētspēja atšķiras. Iedzīvotāju skaits Latvijā un Austrijā sastādīja attiecīgi 2.268 milj. cilvēku un 8.340 milj. cilvēku. To ir būtiski ņemt vērā, salīdzinot demogrāfiskos un sociālekonomiskos faktorus. Tas ir svarīgi, lai aprēķini būtu korekti.

Veiktie aprēķini, izmantojot 8 būtiskākās faktoru grupas un to relatīvo ietekmes svarīgumu, parāda, ka Austrijas tūrisma nozares attīstība ir 2,4 reizes straujāka nekā Latvijas un tā ir 2,4 reizes konkurētspējīga nekā Latvijas tūrisma nozare. Izstrādātā modeļa pielietojums pierāda nepieciešamību kompleksi risināt tūrisma nozares nevienmērīgās attīstības problēmas, kas šobrīd ļoti būtiski kavē visas Latvijas ekonomikas attīstību kopumā.

Kas jādara tūrisma nozarēs strādājošiem, lai strādātu efektīvi

Tūrisma attīstības modeli var pielietot ne tikai valsts mērogā, bet arī jebkurā uzņēmumā, tikai par pamatu ņemot gan galvenos faktorus, gan arī apakšfaktorus. Kā iepriekš minēts, piedāvātais modelis izskatīsies līdzīgi:

$$AK = f[F_1 \alpha_1 / F_{1b} + F_2 \alpha_2 / F_{2b} + \dots + F_n \alpha_n / F_{nb}] \rightarrow \text{Max}, \quad (3)$$

kur AK – aģentūras konkurētspēja;

$F_1 - F_n$ – aģentūras konkurētspējas paaugstināšanu ietekmējošie faktori;

$F_{1b} - F_{nb}$ – ietekmējošo faktoru lielumi, kas pieņemti par salīdzinājuma bāzi.

Mūsu gadījumā izskatīsim faktorus, kas ietekmē tūrisma aģentūras konkurētspēju (AK) valstī. Izvēlēsimies no faktoru grupām 5 vissvarīgākos, un pieņemsim, ka aģentūras konkurētspēju var izteikt kā funkciju no šādiem faktoriem:

$$AK = f(AL, C, VP, D, T_{\text{Infr}}), \quad (4)$$

kur AL – apkalpošanas līmenis;

C – piedāvātā pakalpojuma cena;

VP – valsts (reģiona) pievilcība;

D – drošība;

T_{Infr} – tūrisma nozares infrastruktūras līmenis.

Pie drošības rādītājiem pieder: tūristu apdrošināšanas polise (ja brauciena laikā notiek nelaimes gadījums), politiskā situācija valstī (vai notiek karš, streiki, vēlēšanas), kriminālā situācija valstī (noziedzības līmenis, pašnāvību līmenis, bērnu mirstības līmenis).

Pie apkalpošanas līmeņa pieder: personāla kvalifikācija, personāla personīgā pieredze, spēja apmierināt dažādas klientu vajadzības (piemēram, speciālie ēdieni, aukles pakalpojumi, suvenīri dzimšanas dienā, viesnīcu serviss utt.). Ļoti svarīgi pievērst uzmanību ārējam izskatam un attieksmei pret klientu, lai viņam gribētos noteikti kaut kur aizbraukt ar Jūsu aģentūru, lai pēc tam pastāstītu par savu ceļojumu arī citiem. Laipnība, smaids sejā, komplimenti, tas ir tie komponenti, kas neprasa izdevumus, bet rada pozitīvu klientu attieksmi. Sastādīsim faktoru matricu un, izmantojot ekspertu metodi, veiksīm faktoru pāru salīdzinājumu (sk. 3. tabulu).

Tabulas rezultāti (sk. 4.tab.) liecina par to, ka drošības rādītāji būtībā nosaka tikai 50 % no tūrisma aģentūras konkurētspējas (3 priekšrocības no 6). Tāpēc ir svarīgi pievērst uzmanību un dziļāk izpētīt arī citus rādītājus, kuri ietekmē tūrisma nozares attīstību netieši.

Tūrisma aģentūras konkurētspējas faktoru salīdzinājumu matrica

Faktori	F1	F2	F3	F4	Faktora priekšrocību skaits	Faktora svarīgums α
F1	-	F1	F3	F4	1	$1/6=0,167$
F2	F1	-	F2	F4	1	0,167
F3	F3	F2	-	F4	1	0,167
F4	F4	F4	F4	-	3	$1/6*3=0,5$
Kopā:					6	$\alpha = 1,001 \approx 1$

Tālāk no 4 grupām var izvēlēties svarīgākos rādītājus, kas būtiski ietekmē aģentūras konkurētspēju un kuriem ir objektīvi kvantitatīvie vērtējumi. Ņemot vērā svarīguma koeficientu α , jāizskata papildus faktori katrā apakšgrupā. Izanalizējot tūrisma aģentūras konkurētspēju ar šī modeļa palīdzību, ir iespējams uzreiz atrast vājo vietu, kur uzņēmums vēl zaudē citiem.

Galvenais nosacījums efektīvai darbībai ir uzmanības pievēršana visiem ietekmējošiem faktoriem. Jo katrs faktors būtībā ir cita faktora papildinājums. Neviens faktors nevar eksistēt bez otra. Tā, piemēram, apkalpošanas līmenis ir cieši saistīts ar cenu līmeni un valsts pievilcību. Ņemot vērā svarīguma koeficientu, var noskaidrot katra faktora ietekmes īpatsvaru, kas palīdz pievērst uzmanību vissvarīgākajiem faktoriem.

Izstrādātā modeļa pielietojums pierāda nepieciešamību kompleksi risināt tūrisma nozares nevienmērīgās attīstības problēmas, kas šobrīd ļoti būtiski kavē visas Latvijas ekonomikas attīstību kopumā. Šis modelis palīdz novērst nepilnības uzņēmuma darbībā, tā vājos punktus pārvērst par priekšrocībām.

Literatūra

1. Bērziņa I. Tūrisms Latvijā / I. Bērziņa, R. Karnīte.- Rīga: LZA EI, 2001. 129 lpp.
2. Ilgtspējīga tūrisma attīstība (tendences, pieredze, iespējas). Starptautiskās zinātniskās konferences rakstu krājums. – Rīga: Turība, 2003. 416 lpp.
3. Latvijas statistikas ikmēneša biļetens 7/2007/ LR Centrālā statistikas pārvalde. – Rīga: LR Centrālā statistikas pārvalde, 2007. - Septembris. 142 lpp.
4. Tūrisma attīstības Valsts aģentūra [Elektroniskais resurss] / Tūrisma Attīstības Valsts Aģentūra. - Resurss aprakstīts 2009. g. 30. martā – <http://www.iotava.lv/index.php?option=comcontent &task=view&id=135&Itemid=158&lang=en>
5. Tūrisma ziņu portāls profesionāļiem [Elektroniskais resurss] / Tūrisma ziņu portāls profesionāļiem. - Resurss aprakstīts 2009. g. 30. apr. – http://turismabizness.lv/index.php?m_id=9&i_id=2
6. Valsts Kultūras pieminekļu aizsardzības asociācija [Elektroniskais resurss] / Valsts Kultūras pieminekļu aizsardzības asociācija. - Resurss aprakstīts 2009. g. 30.martā - <http://www.mantojums.lv/?cat=592&lang=lv>
7. Eurostat [Elektroniskais resurss] / European Commission - Resurss aprakstīts 2009. g. 30.janv. -http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/labour_market/earnings/main_tables

8. Swarbrooke, J. Business Travel and Tourism/ J. Swarbrooke S. Horner . - USA: Butterworth-Heinemann, 2001. 384 p.
9. Дурович, А. Организация туризма. – Санкт-Петербург: Питер, 2009. – 319 стр.
10. Жукова, М. Менеджмент в туристическом бизнесе. – Москва: КНОРУС, 2006. – 192 стр.
11. Папирян, Г. Международные экономические отношения: Экономика туризма. - Москва: Финансы и статистика, 2000. – 207 стр.

Inga Vasiljeva, Mg. oec.
 Tourism agency „Prieks”
 Address: 6-303, Merkela Street, Riga, LV-1050, Latvia
 E-mail: i-vasiljeva@inbox.lv

Anatolijs Magidenko, Professor, Dr.habil.oec.
 Riga Technical University
 Faculty of Engineering Economics and Management
 Address: 1/7 Meza Street, Riga, LV-1048, Latvia
 E-mail: anatolijs.magidenko@rtu.lv

Vasiljeva I., Magidenko A. Latvijas tūrisma attīstības politikas izstrāde

Ja par Latvijas valsts tautsaimniecības tālākas attīstības stratēģisko mērķi tiek definēta sekmīga iekļaušanās Eiropas Savienības saimnieciskajās struktūrās un attīstītāko Eiropas valstu ekonomiskā līmeņa iespējami drīzāka sasniegšana, valsts tautsaimniecībai ir intensīvi jāattīstās visās iespējami perspektīvākajās nozarēs. Viena no daudzsoļākajām uzņēmējdarbības nozarēm Latvijas apstākļos ir tūrisms. Tūrisms, tāpat kā citas tautsaimniecības nozares, pasaules kontekstā ir sasniedzis tādu attīstības pakāpi, kad tālākas izaugsmes iespējas ir saistāmas tikai ar ilgtspējas nosacījumu ievērošanu. No vienas puses, tā ir diktēta nepieciešamība saistībā ar pasaules saglabāšanu nākošām paaudzēm, bet, no otras puses, ar ierobežotiem resursiem un ar modernās ekonomikas teoriju efektīvu īstenošanu. Brīvā tirgus apstākļos ilgtspējīgas saimniekošanas modeli ir iespējams īstenot tikai ar valsts institūciju mērķtiecīgu darbību un visu sabiedrības slāņu aktīvu līdzdalību. Tūristu ieinteresētību mazina arī apstākļi, ka tūrisma produkts var būt nepietiekami kvalitatīvs un lēts. Tāpēc aģentūrām jāmēģina samazināt izmaksas, lai varētu samazināt pakalpojumu cenu, nesamazinot kvalitāti. Tika izstrādāts tūrisma attīstības modelis, kas ļauj attīstīt faktorus, kas ietekmē tūrisma nozares attīstību.

Vasiljeva I., Magidenko A. The development of policy for Latvian tourism industry

If the strategic tasks of further Latvian state national economy development are positioned the successful enter into European Community national economy structures and reaching of economical level of European more progressive countries, state economy have to intense develope within all potencial branches. One of the more promising business activities in Latvia is touristic industry. Tourism is the same as all rest national economy branches in world meaning, have reached such level of development, when further grow is possible observing longterm rules. From one side, this is the protection of environment and keeping it for next generation, and from the other, with limited resurces and effective realisation of modern economical theory. In the open market conditions, long term management model could be realised only with coordinated and targeting state agency activities and all society layers participation The interests of tourists reduces the fact, that product could be low quality and not cheap. This is why the agencies have to try to reduce the expanses, to offer more competitive price, keeping the quality. The touristic industry development model was worked-out, who allows to develope factors, having impact on branch progress.

Васильева И., Магиденко А. Разработка политики развития туризма в Латвии

Если стратегической целью дальнейшего развития народного хозяйства Латвии выбрана успешное вхождение в хозяйственные структуры Европейского Союза и скорейшее достижение экономического уровня Европейских стран, тогда народному хозяйству государства нужно интенсивно по возможности развивать все перспективные отрасли. Одна из многообещающих предпринимательских отраслей в условиях Латвии является туризм. Туризм, так же как и другие отрасли народного хозяйства в мировом контексте, достигли такого уровня развития, когда возможности дальнейшего развития связаны только с соблюдением условий долгосрочных возможностей. С одной стороны, это продиктовано необходимостью сохранить мир для будущих поколений, а, с другой стороны, с ограниченными ресурсами и эффективной

реализацией модной экономической теории. В условиях рыночной экономики долгосрочную хозяйственную модель можно осуществить только с целенаправленной деятельностью государственных институций и с активным участием всех слоёв общества. Заинтересованность туристов уменьшает то обстоятельство, что туристический продукт может оказаться дешёвым и недостаточно качественным. Поэтому туристическим агентствам нужно уменьшать затраты, чтобы можно было уменьшить цену на услугу, не уменьшая при этом качество. Была разработана модель развития туризма, которая помогает улучшить факторы, влияющие на развитие туризма.