6.pielikums

Latvijas tūrisma attīstības pamatnostādnēm 2014.-2020.gadam

**Latvijas tūrisma nozares SVID analīze**

|  |
| --- |
| **Iekšējie faktori** |
| **Stiprās puses** | **Vājās puses** |
| * Dabas daudzveidība un nepārslogota vide
* Daudzveidīgs un bagāts kultūrvēsturiskais (materiālais un nemateriālais) mantojums (pilsētu apbūve, nacionālā virtuve, seno amatu prasmes, laikmetīgās kultūras izpausmes dažādu reliģiju klātbūtne);
* Latvijas izdevīgais ģeogrāfiskais stāvoklis, tai skaitā atrašanās Baltijas valstu centrā;
* Rīgas lidostas un nacionālā aviokompānija kā reģionālie aviopārvadājumu līderi, plašs lidojumu maršrutu tīkls;
* Pilnvērtīga akadēmiskā bāze un cilvēkresursu izglītības līmenis sadarbībai augstas kvalitātes tūrisma produktu izstrādē;
* Pievilcīgs un atpazīstams Rīgas tūrisma tēls;
* Atpazīstams Jūrmalas tēls kā lielākajam Baltijas kūrortam;
* Augsts potenciāls veselības tūrisma produktu attīstībai balstoties uz dabas dziednieciskajiem resursiem;
* Dalība ES, NATO un Šengenas zonā, euro valūta.
 | * Nepilnīgi izmantots tūrisma resursu (dabas dziedniecisko resursu, kultūrvēsturiskā mantojuma, neskartās dabas, cilvēkresursu) potenciāls;
* Ārpusrīgas tūrisms ārpus aktīvākās tūrisma sezonas ir trūcīgs, vāji attīstīta infrastruktūra reģionos;
* Īss ārvalstu tūristu uzturēšanas laiks Latvijā;
* Zems uzņēmējdarbības līmenis, zema darba produktivitāte, daudziem tūrisma nozarē strādājošiem nav profesionālās izglītības;
* Valodu barjera, īpaši Latvijas reģionos;
* Maz izmantota multi-lingvistiskā vide tūrisma piedāvājumu prezentēšanai internetā (pamatā tikai 3 – 4 valodās);
* Starptautisko tūrisma zīmolu trūkums (piemēram, viesnīcu ķēdes);
* Nepietiekami izmantota sadarbība starp privāto, valsts un pašvaldību sektoru, sabiedriskajām organizācijām;
* Maz izmantoti esošie pētījumi tūrisma nozarē;
* Nepietiekama inovācijas izmantošana tūrisma nozarē;
* Tūrisma produktu kvalitātes trūkums.
 |
| **Ārējie faktori** |
| **Iespējas** | **Draudi** |
| * Augošs pieprasījums pēc MICE (darījumu un pasākumu) tūrisma un veselības tūrisma produktiem Eiropā un pasaulē;
* Interaktīvās (elektroniskās) vides nozīmes palielināšanās tūrisma produktu virzīšanā starptautiskajos tirgos;
* Globālās demogrāfiskās izmaņas un izmaiņas ceļojumu motivācijā rada jaunas tūrisma tirgus nišas;
* Zaļās valsts tēla integrēšana tūrisma attīstībā un tai atbilstošas ilgtspējīga tūrisma produktu un infrastruktūras pilnveidošana un popularizēšana industrijā valsts un starptautiskā līmenī;
* Produktu pilnveidošana tūrisma sezonas pagarināšanai;
* Āzijas izejošā tūrisma tirgus potenciāla konsekventā palielināšanās;
* Aktīvās pārrobežu sadarbības rezultātā var tikt attīstīti jauni konkurētspējīgi tūristu piesaistes objekti.
 | * Līdzīgs konkurentu tūrisma piedāvājums ar lielāku publisku līdzfinansējumu tūrisma produktu attīstībai;
* Lēnā ES izaugsme, kas negatīvi ietekmē ceļotāju skaitu;
* Augsti prioritāro tirgu neprognozējamība;
* Iedzīvotāju un darba spēka aizplūšanu no reģioniem, ekonomiskās aktivitātes samazināšanās.
 |

Ekonomikas ministrs V.Dombrovskis

Vīza:

valsts sekretāra

pienākumu izpildītājs,

valsts sekretāra vietnieks A.Liepiņš

05.03.2014 14:12

344

J.Volberts

67013021, Janis.Volberts@em.gov.lv