

TŪRISMA PLĀNOŠANA UN TĀ ATTĪSTĪBAS POTENCIĀLA IDENTIFICĒŠANA LUDZĀ

TOURISM PLANNING AND IDENTIFYING ITS DEVELOPMENT POTENTIAL IN LUDZA

Ligita Karvele

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, ligita.karvele@gmail.com, Rēzekne, Latvija

Zinātniskā vadītāja: **Daina Znotiņa** Mg.soc.sc. lektore

Abstract. Nowadays the actual problem is the reduction of population in small towns thus affecting the preservation and development of territories. Due to the migration and the negative natural increase of the population, the population of Ludza district is decreasing faster than the national average. Urban tourism is a growing tourism market. World tourism trends in today's market suggest that the number of tourists attracted by cities is increasing. Development of the tourism sector is one of the priorities of Ludza town development, as it promotes employment, business development, attraction of investments, as well as recognition of town image. In general this can be seen as a significant contribution to economic development but so far in the framework of the development of the Ludza town, tourism development opportunities have not been fully identified and used, and development is necessary continuously. It is important to conduct surveys, including surveying local people and tourism experts to find out the interests of visitors. This article will analyze the main principles and objectives for tourism development in towns. The aim of the article is to theoretically justify the need for tourism planning and identification of development potential in the town, studying Ludza's example.

Keywords: tourism development, tourism planning, tourism potential, urban tourism.

Ievads

Ņemot vērā pilsētas kā aktuālus galamērķus tūrisma tirgū, tās var uzskatīt par pastāvīgu tūristu piesaisti. Vecās Eiropas pilsētas ar bagātu vēsturi un kultūrvēsturisko mantojumu, skaistu arhitektūru un īpašu „garu” ir populāri galamērķi, gūst ekonomisku labumu no tūrisma, taču tajā pašā laikā tās saskaras ar problēmām, kas saistītas ar tūrisma attīstību. Tūrisms pilsētās ir ne tikai saimnieciskā darbība, bet tūrisms ietekmē pilsētas tēlu un vietējo iedzīvotāju ikdienas dzīvi (*Jurdana, Sušilović, 2006, p. 135*).

Ludzas novada vērtības ir savdabīgie kultūrvēsturiskie objekti, kas ir nozīmīgi kultūras tūrisma attīstībai - baznīcas, Ludzas vecpilsēta, arheoloģiskie objekti, muzeji, kā arī bagāts un unikāls nemateriālās kultūras mantojums. Ludzas novadā dzīvo vairāku tautību cilvēki - latvieši, krievi, baltkrievi, ukraiņi, poļi, ebreji u.c., un novadā ir 5 reliģisko konfesiju ticīgie - katoļi, pareizticīgie, vecticībnieki, luterāņi, Mozus ticīgie. Tieši šī dažādība veido Ludzas novada savdabību. “Ludza kā senākā Latvijas pilsēta ar tās kultūrvēsturiskajiem objektiem, daudzveidīgajiem dabas resursiem, amatniecības un tradīciju mantojumu paver plašas iespējas nozares attīstībai. Tūrisma nozares attīstība ir viena no Ludzas pilsētas attīstības prioritātēm, jo to attīstot, tiek sekmēta nodarbinātība, uzņēmējdarbības attīstība, investīciju piesaiste, kā arī pilsētas tēla atpazīstamība” (*Ludzas novada dome, 2012., 9. lpp.*). Kopumā to var vērtēt kā būtisku devumu ekonomiskajā attīstībā, taču līdz šim Ludzas pilsētas attīstības ietvaros nav pilnvērtīgi apzinātas un izmantotas tūrisma attīstības iespējas.

Plānojot pilsētas tūrismu, ir svarīgi apzināt jaunākās teorētiskās atziņas un labāko praksi galamērķu plānošanā un attīstībā pašvaldības līmenī, tāpēc ir nepieciešams veikt vispusīgu situācijas analīzi, izmantojot dažādus sekundāro datu avotus, iepriekš veiktās izpētes, veikt uzņēmēju un citu ieinteresēto pušu iesaisti un viedokļu izpēti, organizējot fokusgrupu tikšanos.

Būtisks ir rīcības plāns, kurā ir svarīgi veikt situācijas raksturojumu un analīzi, kā arī izstrādāt rīcības plānu konkrētam periodam, kas ietver konkrētus veicamos pasākumus, sagaidāmos darbības rezultātus, noteiktus izpildes termiņus, atbildīgās institūcijas, finansējuma apjomu un avotus. Būtiska ir pašvaldības institūciju un uzņēmēju sadarbība, mērķtiecīga finansējuma piesaiste un īstenoto pasākumu kontrole un uzraudzība. Iepriekš minētais ir būtisks pilsētas tūrisma plānošanā, taču vispirms ir nepieciešams aktualizēt jautājumu par tūrisma attīstības pilsētā nozīmi, un izpētīt kādas rīcības ir būtiski veikt pilsētas tūrisma attīstībai. Tāpēc

rakstam ir izvirzīts sekojošs **mērķis**: teorētiski pamatot nepieciešamību tūrisma attīstībai un potenciāla identificēšanai pilsētā, apskatot Ludzas piemēru.

Mērķa sasniegšanai izvirzīti šādi **uzdevumi**:

- 1) novērtēt tūrisma attīstības pilsētā nozīmi;
- 2) izvērtēt nepieciešamību tūrisma attīstības potenciāla identificēšanai Ludzā;
- 3) izpētīt kādas rīcības ir būtiskas pilsētas tūrisma attīstības identificēšanai.

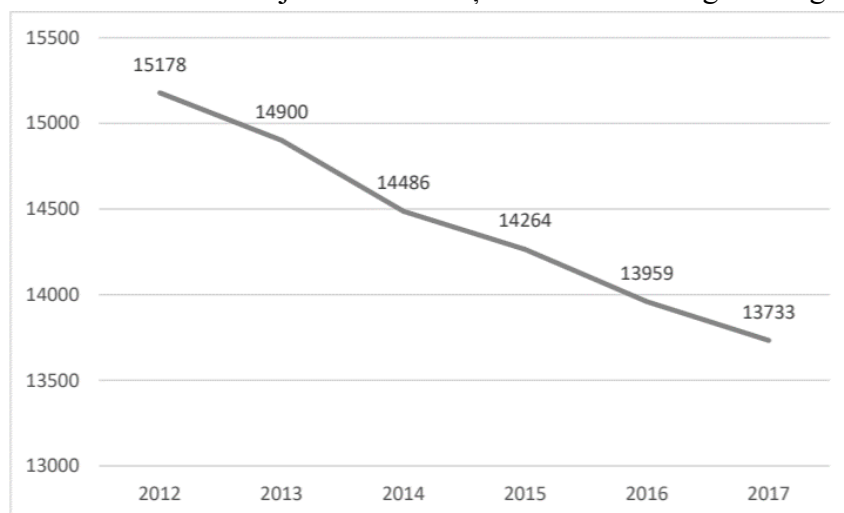
Pētījumā pielietotās metodes: monogrāfiskā jeb aprakstošā metode, aprakstot teorētiskos aspektus un līdzšinējo pieredzi; analīzes metode, aprakstot datus no tabulām un salīdzinot iegūtos datus; statistiskā grupēšana (aprakstošā statistika) statistikas datu apstrādei un analīzei; dokumentu analīzes metode, izvērtējot Ludzas novada attīstības programmu.

Literatūras analīze

Ir pierādīts, ka kopš 20. gadsimta otrās puses tūrisms ir viens no pasaules ekonomikas un izaugsmes veicinātājiem (*Meyer, 2011, p. 25*), un tūristu skaits ar katru gadu pieaug. Ir būtiski uzsvērt, ka tūrisma reģionālās saiknes un vietējā klātbūtne ir nozīmīga, jo vairākums tūristu piesaistes ir balstītas uz reģiona apskates objektiem, ainavu un vietējo kultūru. Ja šī teritorija ir ar atbilstošu piedāvājumu, tūrisms sāk veidot telpiskus procesus, jo tas ietekmē struktūru, nodarbinātību, telpiskās attiecības un apkārtējo vidi, dzīvesveidu un dzīves kvalitāti (*Lew, Hall, Timothy, 2008; Hall, 2012., p. 401*).

Mazo pilsētu ekonomiskā un sociālā pārstrukturizēšana ir plaši aprakstīts fenomens. Šādu izmaiņu dēļ, mazās pilsētas un lauku teritorijas meklē veidus kā atdzīvināt tās ekonomiku un stabilizēt populāciju (*Halseth, Meiklejohn, 2009, p. 293*).

Centrālās statistikas pārvaldes dati liecina, ka Ludzas novada iedzīvotāju skaits samazinās straujāk nekā vidēji valstī. Salīdzinājumā ar 2012. gadu, 2017. gada sākumā novada iedzīvotāju skaits krities par 9,5%, Latvijā šajā laika periodā samazinājums ir 4,6%. 1. attēlā var redzēt Ludzas novada iedzīvotāju skaita izmaiņas 2012. – 2017. gadā uz gada sākumu.



1. attēls. Iedzīvotāju skaita izmaiņas Ludzas novadā 2012.-2017. gada sākumā (*Ludzas novada dome, 2018., 17.lpp.*)

Pašā Ludzas pilsētā 2015. gada sākumā bija 8854 iedzīvotāji, taču 2018. gada sākumā skaits ir samazinājies līdz 8387 iedzīvotājiem. Galvenie iedzīvotāju skaita samazinājuma faktori ir iedzīvotāju migrācija un negatīvais dabiskais pieaugums (*Ludzas novada dome, 2018., 17.lpp.*).

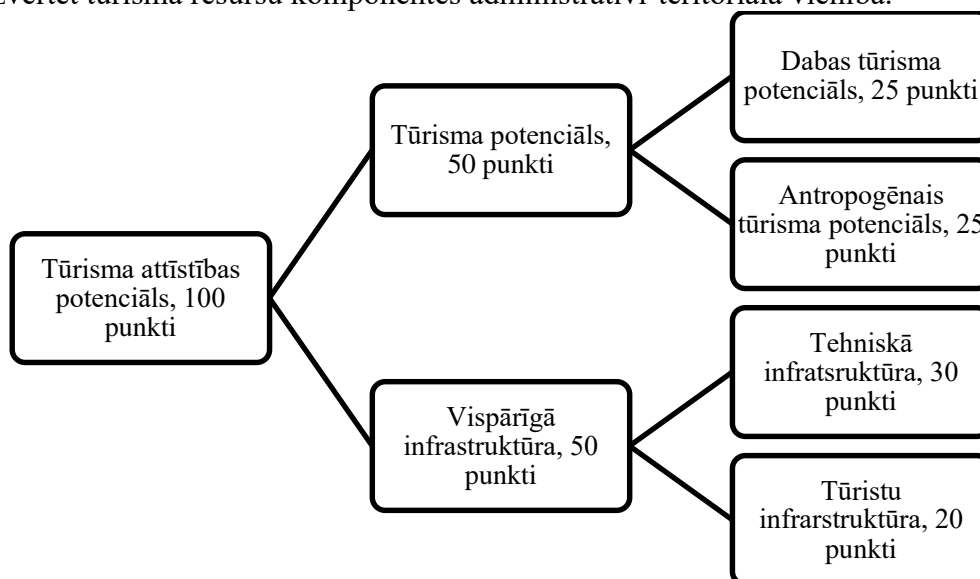
Mūsdienās aktuāla problēma ir iedzīvotāju skaita samazināšanās mazās pilsētās, līdz ar to ietekmējot teritoriju saglabāšanu un attīstību. Cilvēki pārvietojas uz lielākām pilsētām, kā rezultātā rodas ekonomiskās grūtības vietējiem veikalniem un uzņēmumiem. Mazo uzņēmumu slēgšana veicina ēku pamešanu novārtā un attīstības trūkumu esošajās tukšajās zemes daļās. Savukārt daudzas lauku centra teritorijas. Tūrisms var būt kā metode ekonomiskai

un sociālai izaugsmei lauku teritorijās. Tāpat arī pastāv dažādas stratēģijas, kuru mērķis ir veicināt tūrismu un metodes, kuras veicina apmeklētību un dzīvību pilsētā. Pastāv dažādas alternatīvas pieejas, kuras ir efektīvas mazu pilsētu izaugsmei.

Tūrisms tiek uzskatīts par aktivitāti, kas ir būtiska tautu dzīvē, jo tas tiešā veidā ietekmē sociālo, kultūras, izglītības un ekonomikas sektorus un starptautiskās attiecības. Tūrisms ietver ceļojošas personas aktivitātes un uzturēšanos ārpus dzīves vietas ne ilgāk kā vienu gadu ar mērķi atpūsties, biznesam vai citiem mērķiem (*World Tourism Organization, 1995, p. 5*).

Mazām pilsētām un lauku teritorijām aktīvi jāmeklē jaunas aktivitātes, kuras aizstāj vai papildina tradicionālo ekonomiku. Viens no ceļiem potenciālajai alternatīvajai ekonomikai ir tūrisms (*Rogerson, Kiambo, 2007, p. 505; Hall, Muller, 2004, p. 151*). Tūrisma industrija ir kompleksa un sarežģīta vienība (*Smith, 2000, p. 163; Jennings, 2001, p. 274*). Pateicoties tās strukturālajai organizācijai, ir grūti novērtēt tās kopējās izmaksas reģionā vai valstī. Ir pierādīts, ka vietējā līmenī tā ir svarīga galvenā vai papildus komponente vietējai ekonomikai (*Hardy, Beeton, Pearson, 2002, p. 475*).

Lai pilnvērtīgi izpētītu tūrisma potenciālu, tiks izmantotas kvantitatīvās un kvalitatīvās metodes. Pielietotās metodes ļaus izcelt mazāk attīstītās tūristu teritorijas un identificēt alternatīvās, kurām ir potenciāls piesaistīt tūristus. Rumānijas tūrisma ministrija ir izstrādājusi tūrisma attīstības potenciāla izvērtēšanas modeli, kurā indikatori tiek izvērtēti objektīvi, un, palīdz izvērtēt tūrisma resursu komponentes administratīvi-teritoriālā vienībā.



2. attēls. Tūrisma attīstības izvērtējuma modelis (autores sastādīts pēc Boengiu, 2012, p. 235)

Šajā modelī tūrisma potenciāla attīstība tiek vērtēta saskaitot tūrisma potenciāla vērtības (dabas tūrisma + antropogēnā tūrisma potenciāls) ar vispārīgās infrastruktūras vērtības (tehniskā + tūristu infrastruktūra). Sastādot dabas vērtības, tiek ņemti vērā 5 pamatelementi (topogrāfija, klimats, biodaudzveidība, hidrogrāfija, ainava). Šos elementus novērtē ar 8 indikatoriem: zemes forma, ģeomorfoloģiskā piesaiste, klimats, upes, mežs, endēmiskā flora, dabas rezerves, medības, dabas ainavas (*Albu, 2007, p. 215*). Antropogēnajam potenciālam un infrastruktūrai tiek attiecināti 9 indikatori kultūrvēsturiskajam potenciālam, 12 indikatori tūrisma infrastruktūrai (naktsmītnes, tūrisma maršruti, informācijas dokumentācija), un 7 indikatori, lai izvērtētu tehnisko infrastruktūru (*Boengiu, 2012, p. 235*).

Ekonomiskais labums no tūrisma ir jaunu darba vietu radīšana (jaunu uzņēmumu radīšana), līdz ar to palielinot darba vietu skaitu. Tūristu teritorijas nav nemainīgas, tās mainās, jo tūristi un pakalpojumu sniedzēji tirgū gan parādās, gan arī pazūd no tā. Protams, tūrisms visādā ziņā ietekmē teritorijas gan pozitīvā, gan arī negatīvā veidā. Tūrisma plānošana un vadīšana ir svarīga, lai integrētu tūristus galamērķu īpašajās zonās, lai saglabātu un uzturētu nepieciešamo infrastruktūru un tūrisma produktus. Tūrisma attīstības plānošanas dokumenti,

pieteikumi, sagataves ir nepieciešami, lai identificētu tūrisma attīstības iespējas konkrētā teritorijā, nepieciešams izvērtēt infrastruktūru, tūrisma produktus un pakalpojumus:

- tūrisma objektus un apkārtējo vidi – kuri varētu būt tūristu interešu objekti vai rekreācijas resursi;
- transporta veidi un naktsmītnes;
- pakalpojumi – informācija, ēdināšana, tirdzniecība – suvenīri, amatnieku darbnīcas, māksla, noma, bankas un naudas maiņas punkti, veselības aprūpe un sabiedrisko pakalpojumu institūcijas, transportlīdzekļu servisi;
- zemes, gaisa un ūdens transportlīdzekļu nomas punkti un stacijas;
- institucionālā kārtība – tūrisma likumdošana un normas, sabiedriskā un privātā tūrisma struktūras, sistēmas un iniciatīvas, lai piesaistītu investīcijas tūrisma pakalpojumiem, apmācību programmām, izglītībai, tūrisma popularizēšanai;
- vispārējā infrastruktūra – ceļu tīkls, enerģijas barošanas avots, komunālā infrastruktūra u.c.

Līdzīga struktūra var tikt izmantota, lai izvērtētu teritoriju tūrisma potenciāla pievilcību. Papildus iepriekš minētajām iezīmēm, pievilcības izvērtēšanai var tikt izmantoti kādi no šiem indikatoriem:

- tūrisma resursi (dabas, kultūrvēstures, sociālās, cilvēku, mākslīgi) un infrastruktūra (tūrisma industrijas sastāvdaļas);
- naktsmītne, ēdināšana, transports, pasākumi, informācija, vadība, ekskursiju kvantitāte un kvalitāte, izglītošanās programmas;
- tūristu plūsma;
- statuss (piemēram, UNESCO Pasaules kultūras mantojuma objekti, Nacionālie parki u.c.);
- pieejamība un tūrisma tīklojuma situācija teritorijā;
- tūrisma biznesa pievilcība investoriem un tūrisma attīstības perspektīva teritorijā;
- nacionālā tūrisma attīstības politika un ģeopolitiskā situācija reģionā.

Tūrisma attīstības potenciāls var tikt raksturots ar tūrisma produktu un pakalpojumu parametru kompleksu un tūrisma teritoriju potenciālu, ko raksturo tūrisma vadība, resursi, statuss.

Tūrisms ieņem arvien lielāku lomu reģionālās izaugsmes veicināšanā. Būtisku labumu tas dod ekonomikā - veicina nodarbinātību, investīciju palielināšanos un infrastruktūras attīstību. Lauku teritorijām un mazām pilsētām tūrisma attīstība ir viens no īpašiem gadījumiem ekonomikas izaugsmei un labklājībai, būtiski ietekmējot citus ekonomisko aktivitāšu sektorus.

Pasaules Tūrisma Organizācijas vīzija uzsver šādas iezīmes tūrisma sektoram:

- mudina pašvaldības akceptēt tūrisma un ceļošanu kā stratēģisko prioritāti ekonomiskajai izaugsmei un nodarbinātībai;
- atvērt konkurētspējīgus tirgus, lai nodrošinātu vispārējā nolīguma par pakalpojumu tirdzniecību īstenošanu;
- izvairīties no šķēršļiem tūrisma izaugsmei, kas iekļauj ar tūrisma saistītās infrastruktūras uzlabošanu, piemēram, ceļu un citu tūristu ērtību rekonstrukciju un modernizāciju.

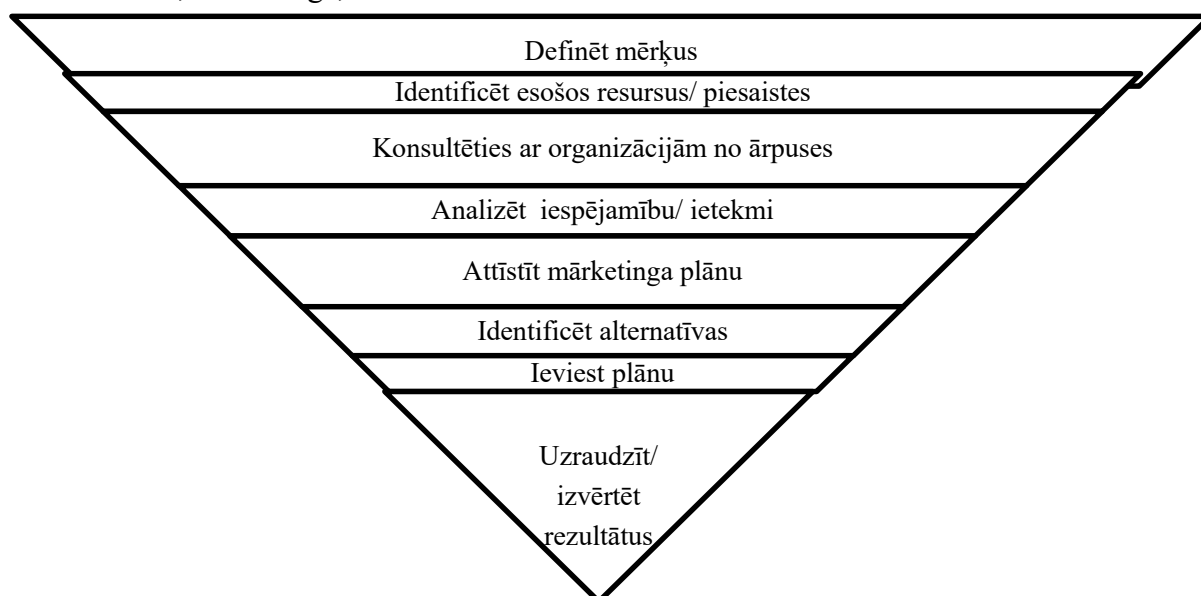
Lai piesaistītu tūristus konkrētai teritorijai, ir nepieciešama sistemātiska pieeja. Viens no galvenajiem posmiem efektīvai pārvaldībai ir tūrisma plānošanas process vietējā līmenī, kuram jābūt balstītam ne tikai uz analīzi tūrisma sektorā, tūrisma potenciāla izvērtējumu, bet arī izveidojot konkurētspējīgu pozīciju attiecībā pret citiem tūristu reģioniem un attīstības koncepcijām. Ilgtermiņa tūrisma izaugsmei jābūt regulētai, jāņem vērā globalizācijas procesi un konkurētspēja dažādos tirgus segmentos, kā arī jābūt balstītai uz partnerību starp publisko un privāto sektoru.

Lai maksimizētu pieeju tūrisma resursiem reģionā, tajā pašā laikā nodrošinot ilgtspējīga tūrisma attīstības principus, stratēģiskā plānošana un sabiedriskai administrēšanai jābūt rūpīgi izplānotai. Vietējā līmenī tūrisma attīstībai ir paredzēti reģionālie un novadu stratēģiskie

attīstības plāni. Daži reģioni atsevišķi attīsta vietējo pievilcību un vizuālo piesaisti, vietējās preču zīmes formātu un tūrisma attīstības stratēģijas u.c. dokumentus.

Tiek novērotas nesaprašanās starp publiskajām institūcijām, lauksaimniekiem un privātajiem uzņēmējiem un vietējo sabiedrību. Cita problēma tiek novērota, ka dažkārt tūrisms tiek attīstīts bez skaidra un ilgtermiņa attīstības plāna. Tūrisma sektora attīstības plānošana ir būtiska privātām iniciatīvām un personiskām attiecībām, taču tā neļauj korelēt ar publiskajām interesēm, kad īstermiņa mērķi un biznesa intereses nesaskan ar ilgtermiņa interesēm. Ir būtiskas darbības, kas veicina racionālu tūrisma plānošanas un vadības sistēmas uzlabošanu vietējā, reģionālā un nacionālā līmenī (*Dapkus, Dapkute, 2018, p. 293*).

Tūristi vairs nav maza privilēģēta turīgu ceļotāju grupa, bet gan daudzveidīga cilvēku grupa, kas ceļo aizvien pieaugošā brīvā laika pavadīšanai. Tūrisms ir bijusi galvenā ekonomiskās, sociālās un kultūras sastāvdaļa, kas pēdējās 2 desmitgadēs ir atstājusi ietekmi pasaules pilsētu sistēmā. Turpina pieaugt tūrisma nozīme, kas ir veicinājusi ietekmi pilsētu labiekārtošanā, mārketingā, izklaidē u.c.



3. attēls. Tūrisma plānošanas un attīstības soli (*autores sastādīts pēc LaCaille, 2008, p. 2*)

Dabas, cilvēku un finansiālo resursu vadīšana ir svarīgi komponenti tūrisma attīstībai. Lielākajā daļā kopienu ir šie resursi un piesaistes, kas var piesaistīt apmeklētājus.

1. tabula

Resursi un piesaistes apmeklētājiem (*autores sastādīts pēc LaCaille, 2008, p. 3*)

Dabas apstākļi	Pensionāri
Ainavas	Pasākumi
Parki un izklaides iespējas	Festivāli
Vēsturiska identitāte	Tirgi
Kultūras identitāte	Veikali
Etniskā identitāte	Viesnīcas
Brīvprātīgie	Vietējas nozares
Studenti	Mākslas galerijas

Aptaujas un modeļi tūrisma plānošanā tiek izmantoti, lai noteiktu: Vietējo iedzīvotāju attieksmi pret tūrisma; Rekreācijas patēriņa vērtību un pieprasījumu; Tūrisma veidus; Ceļa izdevumus; Ekonomisko ietekmi.

Aptaujas metodes var būt dažādas, piemēram, telefonintervijas, aptaujas anketas. Telefonintervijas ir zemas izmaksas, un nodrošina ātru atgriezenisko saiti. Aptaujas anketas var tikt izmantotas, lai identificētu dažādus tūristu tipus, tirgus segmentus. Aptaujas anketas var ietvert sekojošus jautājumus:

- Kur apmeklētājs dzīvo?
- Kas apmeklētāju piesaista konkrētai vietai?
- Kā apmeklētājs atrod informāciju par piesaistēm?
- Kāda veida uzņēmumus / aprīkojumus apmeklētājs izmanto?
- Kāda veida naktsmītne / pakalpojumi ir nepieciešami?

Būtisks solis tūrisma plānošanā un tirgus segmenta noteikšanā ir mārketinga plāns. Eksperti definē tirgus nišas, kas piesaista visvairāk apmeklētāju, tad sadala tirgu kategorijās pēc ceļojuma garuma, tad definē klientu loku, kuru piesaistīs vietējai kopienai.

2. tabula

Tūrisma tirgus segmenti (autores sastādīts pēc LaCaille, 2008, p. 4)

Dienas braucieni	Īsie; garie
Apmeklējumi cauri braucot	Dienas apmeklējumi; nakts apmeklējumi
Nakts braucieni	Nedēļas nogalēs; brīvdienās
Āra atpūtas pasākumi	Atpūta uz ūdens; kempings, pārgājieni, riteņbraukšana; medības; ziemas sporta veidi; jāšana ar zirgu; pikniki; pacēlāji, gaisa baloni; dabas pētīšana; fotografēšana, gleznošana
Izklaide	Kultūras mantojums; vēsturiskas vietas; pasākumi; tirgi, festivāli; iepirkšanās; pikniks
Citi ceļojumu iemesli	Draugu un radu apmeklējums; bizness

Tūrisms nodrošina ienākumus un dažādību vietējai sabiedrībai, un lielākā daļa naudas, kas iegūta no apmeklētājiem, paliek vietējā ekonomikā. Papildus ieguvumi no tiešās pārdošanas apmeklētājiem, ir daudz netiešu labumu, kuri realizēti no tūrisma. Apmeklētāji ietekmē nodokļu ieņēmumus un var ietekmēt dzīves kvalitāti, finansējot tādus labumus, kā, piemēram, peldbaseinus, golfa laukumus, restorānus un iepirkšanās iespējas. Vietēji pasākumi, kuri paredzēti tūristiem, arī piesaista vietējos. Daudzas potenciālās industrijas dod priekšroku vietām, kas nodrošina augstas kvalitātes pakalpojumus un rekreācijas resursus. Ja kopiena ir patīkama vieta, apmeklētāji var kļūt par pastāvīgajiem iedzīvotājiem. Netiešie ieguvumi no tūrisma iekļauj arī pakalpojumu nodrošinājumu tūristiem, kuras rada darba vietas vietējā sabiedrībā. Bieži vien šīs nodarbinātības iespējas var nebūt ar augstu atalgojumu, taču tās ir darba iespējas, kuras apmierina studentu un duāli pelnošu ģimeņu vajadzības nepilna laika darbam un sezonālai nodarbinātībai (Jurdana, Sušilovič, 2006, p. 136). Jāņem vērā, ka tūrisma industrijas attīstīšanās un uzturēšana vietējā sabiedrībā pieprasa papildus izmaksas un rada spiedienu uz sabiedriskajiem pakalpojumiem. Ir jāņem vērā aptauju izmaksas, ietekmes analīzes, virzība tirgū, apdrošināšana, līdzekļu piesaistīšana un citas darbības, kuras ir būtiskas organizējot tūrisma. Uzlabota plānošana palielina priekšrocības un samazina trūkumus tūrisma attīstībai.

Secinājumi

Iepriekš veiktie pētījumi apliecina, ka ekonomiskais labums no tūrisma ir nozīmīgs devums vietējai teritorijai – tiek piesaistītas investīcijas, radīti jauni uzņēmumi, līdz ar to palielinot darba vietu skaitu. Tūrisma attīstības plānošanas dokumenti, pieteikumi, sagataves ir nepieciešami, lai identificētu tūrisma attīstības iespējas konkrētā teritorijā, nepieciešams izvērtēt infrastruktūru, tūrisma produktus un pakalpojumus. Aptauju veikšana ļauj noskaidrot apmeklētāju paradumus un intereses, tādējādi iezīmējot virzienus attīstības potenciāla identificēšanai. Lai tiktu veicināta ietekme ilgtermiņā, jāņem vērā globalizācijas procesi un konkurētspēja dažādos tirgus segmentos, kā arī tūrisma pārvaldības procesam jābūt vērstam uz partnerību starp publisko un privāto sektoru. Tāpēc būtiski ir identificēt tūrisma attīstības potenciālu, ko sekmīgi var izdarīt, izmantojot dažādus modeļus un veidus tūrisma attīstības potenciāla identificēšanai, iedzīvotāju un ekspertu aptaujas.

Mūsdienās aktuāla problēma ir iedzīvotāju skaita samazināšanās mazās pilsētās, līdz ar to ietekmējot teritoriju saglabāšanu un attīstību. Ludzas novada iedzīvotāju skaits samazinās straujāk nekā vidēji valstī. Galvenie iedzīvotāju skaita samazinājuma faktori ir iedzīvotāju migrācija un negatīvais dabiskais pieaugums. Tūrisma nozares attīstība ir viena no Ludzas pilsētas attīstības prioritātēm, jo to attīstot, tiek sekmēta nodarbinātība, uzņēmējdarbības attīstība, investīciju piesaiste, kā arī pilsētas tēla atpazīstamība. Kopumā to var vērtēt kā būtisku devumu ekonomiskajā attīstībā.

Ludzas un Ludzas novada iedzīvotāju skaits strauji samazinās, tāpēc tūrisma resursu izvērtējums un tūrisma attīstības potenciāla identificēšana vecinātu Ludzas pilsētas tūrisma attīstību, uzlabojot pilsētas ekonomisko un sociālo situāciju.

Izmantotā literatūra un avoti

1. Albu, G. (2007). *Evaluation of Tourism Potential in Sustainable Development*. Braşov: University Publishing House „Transilvania”. Retrieved 23.12.2017 from <http://web.ebscohost.com>
2. Boengiu, V. (2012). Evaluation of Tourism Resources in the Iron Gates Natural Park in Order to Identify the Potential of Tourism Development. *Annals of the University of Oradea, Geography Series*, 2, pp. 234-240. Retrieved 24.12.2017 from <http://web.ebscohost.com>
3. Dapkus, R, Dapkute, K. (2015). Evaluation of the Regional Tourism Attractiveness. *Research for the Rural Development – International Scientific Conference*, vol. 2, pp.293-300. Retrieved 09.01.2018 from <http://web.ebscohost.com>
4. Hall, C.M. (2012). Spatial Analysis: A Critical Tool for Tourism Geographies. In: J. Wilson (ed.): *The Routledge Handbook of Tourism Geographies*. London: Routledge. Retrieved 25.12.2017 from <http://web.ebscohost.com>
5. Hall, C.M., Müller, D.K. (2004). *Tourism, mobility and second homes*. UK: Channel View. Retrieved 01.01.2018 from <http://web.ebscohost.com>
6. Halseth, G., Meiklejohn, C. (2009). Indicators of Small Town Tourism Development Potential: The Case of Fouriesburg, South Africa. *Urban Forum. Springer Science*. Retrieved 02.01.2018 from <http://web.ebscohost.com>
7. Hardy, A.L., Beeton, R.J.S., Pearson, L. (2002). Sustainable Tourism: an Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptualizations of Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, vol. 10(6), pp. 475–496. Retrieved 02.01.2018 from <http://web.ebscohost.com>
8. Jennings, G. (2001). *Tourism research*. Brisbane: Wiley. 452 p. Retrieved 02.01.2018 from <http://web.ebscohost.com>
9. Jurdana, D.S., Sušilovič, Z.(2006). Planning City Tourism Development: Principles and Issues. *Tourism and Hospitality Management*, vol. 12, no. 2, pp. 135-144. Retrieved 09.01.2018 from <https://hrcak.srce.hr/file/267085>
10. LaCaille, J.P. (2008). *Promoting Tourism in Rural America*. National Agricultural Library, Rural Information Center.
11. Lew, C. M., Hall, C. M., Timothy, D. (2008). *World Geography of Travel and Tourism: A Regional Approach*. Oxford: Elsevier. Retrieved 05.01.2018 from <http://web.ebscohost.com>
12. Ludzas novada dome (2012). *Ludzas novada ilgtspējīgas attīstības stratēģija 2030.gadam*. http://www.ludza.lv/wp-content/uploads/2012/09/LUDZA_STRATEGIJA1.pdf, sk.10.01.2018.
13. Ludzas novada dome (2018). *Ludzas novada attīstības programma 2018.-2024.gadam*. http://www.ludza.lv/wp-content/uploads/2018/03/I_Ludzas_novada_attistibas_programma_2018.pdf, 10.05.2018.
14. Meyer, M. (2011). Tourism Versus Spatial Order: Mutual Relations. *Tourism*, vol. 21(1–2), 25–32. Retrieved 23.12.2017 from <http://web.ebscohost.com>
15. Rogerson, C.M., Kiambo, W. (2007). The Growth and Promotion of Regional Tourism in the Developing World: The South African Experience. *Development Southern Africa*, vol. 24(3), pp. 505–521. Retrieved 08.01.2018 from <http://web.ebscohost.com>
16. Smith, V.L. (2000). The nature of tourism. In V.L. Smith, M. Brent (eds.) *Hosts and Guests: Tourism Issues of the 21st Century*. Sydney: Cognizant Communication, pp. 55-68. Retrieved 09.01.2018 from <http://web.ebscohost.com>
17. World Tourism Organization (1995). *UNWTO technical manual: Collection of Tourism Expenditure Statistics*. 1995. 14 p. [cited 09.01.2018.].

Summary

Tourism is an important economic sector and each year the number of tourists is increasing. By realizing measures for tourism development in Ludza town the existing

infrastructure will be improved, new elements will be added, new tourism objects will be created which will attract more people thus improving the economic and social situation. This paper analyzes the main principles and objectives for tourism development in towns. The aim of the article is to theoretically justify the need for tourism planning and identification of the development potential in Ludza town.

Previous studies confirms that the economic benefit of tourism is a significant contribution to the local area – investments are being attracted, new enterprises created, thus increasing the number of jobs. Tourism development planning documents, applications, and templates are necessary in order to identify tourism development opportunities in a specific territory, it is necessary to evaluate the infrastructure, tourism products and services. In order to promote long-term impact, taking into account the processes of globalization and competitiveness in different market segments, as well as the process of tourism management should be aimed at partnership between the public and private sectors, therefore it is essential to identify the tourism development potential. The assessment of tourism resources and the identification of tourism development potential would stimulate tourism development in Ludza, thus improving the economic and social situation of the town.