

COVID-19 IETEKME UZ TŪRISMA NOZARI LATVIJĀ *IMPACT OF COVID-19 ON THE TOURISM INDUSTRY IN LATVIA*

Kristiāna Jurkāne

Rēzeknes Tehnoloģiju akadēmija, jurkane.kristiana@gmail.com, Rēzekne, Latvija
Zinātniskā vadītāja Mg.oec. Anita Puzule

Abstract. *The work of many industries has been significantly affected by the spread of the new coronavirus disease Covid-19. Starting from 2020, the global and Latvian tourism industry was affected by the crisis caused by Covid-19. As a result, many are now suffering - tourism, catering, transport, sports and culture, etc.*

The author conducted a survey of tourism companies in order to study the consequences of COVID-19 in tourism companies as widely as possible.

Keywords: *COVID -19 pandemic, gross domestic product, industry risk, tourism development, tourism industry.*

Ievads

Tūrisma attīstība labvēlīgi ietekmē valsts iekšzemes kopproduktu un maksājumu bilanci, veicina ekonomisko darbību, infrastruktūras attīstību un sekmē apkārtējās vides kvalitātes uzlabošanu. Tomēr jāņem vērā, ka šī nozare ir neaizsargāta un to ietekmē krīzes, kas notiek ekonomikā. Sākot ar 2020.gada martu, tūrisma nozari skārusi ir Covid-19 radītā krīze. Covid-19 krīzes ietekmē 2020.gadā visbūtiskākais Latvijas iekšzemes kopprodukta (turpmāk – IKP) apjomu samazinājums bija izmitināšanas un ēdināšanas, kā arī mākslas, izklaides un atpūtas nozarēs, kurās kritums gada griezumā bija attiecīgi 38,1% un 26,6% (LR Ekonomikas ministrija, 2021). Lai noskaidrotu, kā Covid-19 ierobežojumu radītā krīze ietekmēja atsevišķu tūrisma uzņēmumu darbību, autore veica pētījumu.

Pētījuma mērķis: izvērtēt Covid-19 ietekmi uz tūrisma nozares attīstību.

Pētījuma uzdevumi:

- 1) analizēt tūrisma nozares attīstību;
- 2) izpētīt Covid-19 radītās sekas;
- 3) izdarīt secinājumus uz izteikt priekšlikumus tūrisma nozares problēmu kontekstā.

Pētījuma hipotēze: Covid-19 ir tūrisma nozares attīstību bremzējošais faktors.

Pētījuma metodes: monogrāfiski aprakstošā metode; zinātniskās indukcijas metode -aptauja; statistikas analīze; dokumentu analīze; anketas iegūto rezultātu analīze.

Pētījuma periods: no 2016.gada -2020.gadam.

Tūrisma nozares raksturojums

Tūrisms būtībā attiecas uz apmeklētāju aktivitātēm, kas pazīstamas arī kā apmeklētāju ekonomika. Tas ietver darbības, kas ir tieši saistītas ar tūristu, piemēram, uzturēšanās viesnīcā, maltītes pasūtīšana vai tūristu apskates objektu apmeklēšana. Tas ietver arī netiešas darbības, piemēram, transporta uzņēmums, kas piegādā pārtiku restorānam, kurā ēd tūrists, vai veļas mazgāšanas uzņēmums, kam ir līgums ar viesnīcu par gultas veļas tīrīšanu. Lielākoties netiešā ieguldījuma dēļ tūrismā ir tik grūti noteikt un izmērīt tūrisma nozari. Tūrismam ir daudz dažādu tūrisma veidu: masu tūrisms, nišas tūrisms, īpašu interešu tūrisms; vietējais tūrisms un starptautiskais tūrisms; ienākošais tūrisms un izejošais tūrisms (Tourism teacher, 2020).

Tūrisms ir būtiska nozare, kas piedāvā vienu no valsts ekonomiskās dažādošanas veidiem. Turklāt tā ir joma, kas tiek popularizēta kā stratēģiska nozare, jo tā nodrošina lielu ārvalstu valūtas ieņēmumu procentuālo daļu un nodrošina lielu skaitu darba vietu (Abdelli, Mansour, Nabila, 2020).

Tomēr tūrisma attīstībai ir arī nelabvēlīga ekonomiskā ietekme, jo ekonomika, kas ir pārāk atkarīga no šīs nozares, vienlaikus kļūst uzņēmīgāka pret negatīviem pieprasījuma satricinājumiem. Ārvalstu pieprasījums pēc tūrisma pakalpojumiem arī paaugstina cenas un algas uzņēmējā valstī, kas ir inflācijas līmenis. Ārvalstu īpašumtiesības un faktoru mobilitāte starp nozarēm vēl vairāk samazina labklājības ieguvumus no tūrisma. Tā kā ievērojams ienākošo tūrisma plūsmu pieaugums mēdz palielināt pieprasījumu pēc precēm kuras ir paredzētas kā vietēji sniegti pakalpojumi, vietējo ražošanas faktoru nobīde no tirgojamo preču nozares var izraisīt rūpniecības nozares sarukumu. Turklāt tūrismam var būt nevēlama ietekme uz ienākumu sadali un radīt iekšējā tirgus spēka izkropļojumus, kam ir papildus labklājības mazinoša ietekme (*De Vita, Kyaw, 2017*).

Tūrisma likumā tūrisms tiek definēts kā personas darbības, kas saistītas ar ceļošanu un uzturēšanos ārpus savas pastāvīgās dzīvesvietas brīvā laika pavadīšanas, lietišķo darījumu kārtošanas vai citā nolūkā ne ilgāk kā vienu gadu (*Tūrisma likums, 1998*). Tūrisma produkts ir prece, maksas vai bezmaksas pakalpojums, cilvēka darbības radītās bagātības, vērtības un apstākļi vai to kopums, kuriem piemīt reāla patēriņa vērtība un kuras tūrisma un citu tautsaimniecības nozaru uzņēmumi un organizācijas ražo, izveido vai pielāgo tūristu interešu un vajadzību apmierināšanai (*Bērziņa, 2008*).

Pēc ceļojuma mērķa un viesu vēlmēm izšķir vairākus tūrisma veidus: kultūras tūrisms, dabas tūrisms, veselības tūrisms, aktīvais tūrisms, sporta tūrisms, lauku tūrisms, kempings, komplekss tūrisma pakalpojums. ilgspējīgs tūrisms.

Tūrisms ir orientēts uz privāto sektoru un peļņas sektoru, tās mērķi ir komerciāli. Galvenās ieinteresētās grupas tūrismā ir biznesa grupas, iedzīvotāji, kas dzīvo citur. Ceļojumu skaits tūrisma nozarē ir atkarīgs no valsts ekonomikas attīstības. Recesijas laikā ārvalstu tūristu skaits samazinās, bet tam nav jābūt vietējo tūristu kustības gadījumam, jo braucieni uz ārzemēm parasti tiek aizstāti ar braucieniem valsts iekšienē. Jebkuriem neparedzētiem notikumiem parasti ir negatīva ietekme uz tūrismu, kas vispirms izpaužas kā tūristu skaita samazināšanās un vēlāk ekonomiskā ietekme. Tas izraisa sliktāku visu pakalpojumu izmantošanu, sākot no satiksmes līdz ēdināšanas un citiem pakalpojumiem, kas rada dažādas problēmas ne tikai pakalpojumu nozarēs (*Štetic, 2012*).

Sākot ar 2020. gadu pasaules un arī Latvijas tūrisma nozari skāra Covid-19 izraisītā krīze. Kā autore atzīmēja iepriekš, tūrisms ir nozare, kuru krīzes skar visātrāk, jo te savstarpēji mijiedarbojas cilvēciskais un komerciālais faktors.

Kā savos pētījumos norāda pētnieki, tad pandēmijas izraisītajām krīzēm ir ilgstoša negatīva ietekme uz tūrisma nozari un ekonomiku. Nākotnes pandēmijas krīzes būtu jārisina nekavējoties, un, lai to izdarītu, politikas veidotājiem un praktiķiem ir nepieciešami efektīvi ārkārtas rīcības plāni. Covid-19 pandēmiskajai ietekmei uz tūrisma nozari ir kopīga šoka ietekme (*Škarea, Soriano, Porada-Rochońc, 2021*). Pateicoties internetam, svarīga informācija uzreiz sasniedz miljoniem cilvēku, kam ir gan priekšrocības, gan trūkumi. Ceļotāji ātri reaģē uz pēkšņām izmaiņām un tūrisma uzņēmumiem ir nepieciešams vairāk laika, lai sagatavotu plānu B. Tūrisma nozares uzņēmumiem ir jāveic precīza riska analīze un jāizstrādā atbilstoša krīzes vadības politika, lai izdzīvotu. Elastīgums un veiklība ir divas svarīgas iezīmes, kas nepieciešamas tūrisma nozarē. Līdztekus centieniem normalizēt tūrisma nozari ir jānodrošina ceļotājiem pārliecība par riskiem (*Uğur, Akbıyık, 2020*).

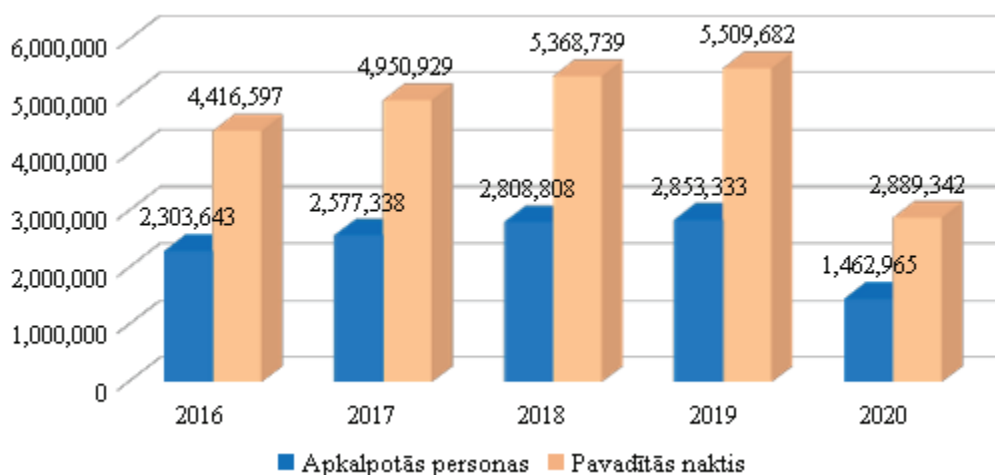
Tālāk autore apskatīs kāda situācija ir izveidojusies Latvijas tūrisma nozarē, ko skarusi Covid-19 pandēmijas radītā krīze. Tūrisma nozare ir viena no lielākajām Latvijā – nozares tiešais ieguldījums iekšzemes kopproduktā veido aptuveni vienu miljardu eiro jeb gandrīz 5% (*Šoriņa, 2020*).

Autore apskatīs kā pēdējo piecu gadu laikā ir mainījusies tūrisma nozarē radītā pievienotā vērtība (1. tabula). No 2016. gada līdz 2019. gadam izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumi kopējā pievienotajā vērtībā ar katru gadu pieauga un 2019. gadā sastādīja 2,1% no kopējās pievienotās vērtības, kas norāda uz stabilu nozares attīstības augšupeju. Izaugsmes paātrināšanos sekmēja situācijas uzlabošanās ārējā vidē, intensīvāka ES struktūrfondu apgūšana, nodarbinātības un darba samaksas pieaugums. Novērojama Latvijas iedzīvotāju dzīves un kvalitātes uzlabošanās, jo ir darba samaksas pieaugums, kas ļauj pēc iespējas biežāk izmantot izmitināšanas un ēdināšanas piedāvātos pakalpojumus. Viena no vissmagāk Covid-19 krīzes skartajām nozarēm 2020. gadā bija tieši izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozare, kad pievienotā vērtība, salīdzinot ar 2019. gadu, samazinājās par 35,6%, bet tās īpatsvars par 0,7% jeb vienu trešdaļu.

Latvijas kopējās pievienotās vērtības izmaiņas faktiskajās cenās 2016. - 2020.gados (autores
veidota pēc LR Centrālā statistikas pārvalde, 2021a)

Gads	Kopā Latvijā, milj. EUR	Izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumi	
		Milj. EUR	% no kopējās vērtības
2016	22 155,9	409,2	1,8
2017	23 552,2	458,1	1,9
2018	25 296,4	508,3	2,0
2019	26 464,4	560,0	2,1
2020.	25 501,0	360,5	1,4

Ar tūrisma attīstību līdz 2020.gadam palielinājās tūrisma mītnēs un viesnīcās apkalpoto tūristu skaits un pavadīto nakšu skaits (1.attēls).



1. attēls. Latvijas viesnīcās un citās tūristu mītnēs apkalpoto personu skaits un pavadītās nakts no 2016.gada līdz 2020.gadam

(autores veidota pēc LR Centrālā statistikas pārvalde, 2021b)

Pēc viesnīcās un citās tūrisma mītnēs apkalpoto personu skaita un pavadīto nakšu skaita no 2016. gada līdz 2019.gadam ir vērojama stabila tūrisma nozares izaugsme. Šajā periodā apkalpoto personu skaits palielinājās par 549,7 tūkst. viesu jeb pieaugums 23,9%, bet pavadīto nakšu skaits palielinājās par 1 093,1 tūkst. jeb pieaugums 24,7%. Vispopulārākās Latvijas iedzīvotāju apmešanās vietas bija Rīga, Jūrmala, Liepājā, Daugavpils, Ventspils un Siguldas novads. Ārvalstu viesu vispopulārākās apmešanās vietas bija Rīga, Jūrmala, Liepāja, Siguldas novads un Daugavpils. Citāda situācija ir 2020.gadā, kad, salīdzinot ar 2019.gadu, apkalpoto personu skaits samazinājās par 1 390,4 tūkst viesu jeb 48,7%, bet pavadīto nakšu skaits par 2 620,3 tūkst. jeb 47,6%. Tātad gan tūristu skaits, gan pavadīto nakšu skaits šajās mītnēs ir samazinājies turpat ka uz pusi. To ietekmēja pandēmijas seku mazināšanai noteiktie ceļošanas un pārvietošanās ierobežojumi, savukārt gada laikā, pakāpeniski pastiprinot pulcēšanās ierobežojumus un epidemioloģiskās prasības pakalpojumu sniegšanai.

Tūrisma nozares uzņēmumu problēmas pirms un Covid -19 laikā

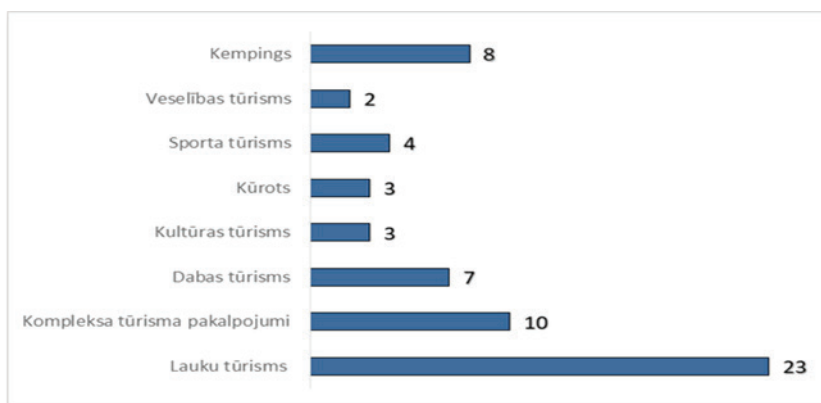
Tūrisma nozares uzņēmumi ik dienu saskaras ar visdažādākajām problēmām, kas bremzē uzņēmuma attīstību un izaugsmi. Autore veica Latvijas tūrisma uzņēmumu aptauju par problēmām, ar kurām tie saskarās pirms Covid-19 un kā uzņēmumu dzīvi ir ietekmējusi Covid-19 slimības izplatība Latvijā. Autore izveidoto anketu izplatīja facebook.com vidē, kā arī tika veidota sadarbība ar Latvijas Lauku konsultācijas un izglītības centriem (turpmāk - LLKC) un SIA "Sertifikācijas un testēšanas centrs", kuri izplatīja anketas savu klientu vidū. Aptaujas anketas aizpildīja 60 respondenti, laika posmā

no 2020.gada novembra līdz 2021.gada janvārim. Anketā tika piedāvāti slēgta un atvērta tipa jautājumi, kur respondentiem pašiem jāsniedz savs viedoklis un ieteikumi situācijas uzlabošanai tūrisma nozarē.

Sūtot anketas tūrisma uzņēmumiem, autore saskarās ar to, ka tūrisma uzņēmumu mājas lapas vairs nav pieejamas vai ir slēgtas, vai arī norādīti neprecīzi e-pasti un tālrunu numuri. Daudzās mājas lapās ir novecojusi informācija par uzņēmumu un tā piedāvājumu klāstu.

No aptaujātajiem tūrisma uzņēmumiem 62% uzņēmējdarbības forma ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību (turpmāk - SIA), 23% ir individuālā (ģimenes) uzņēmuma īpašnieki, 10% ir zemnieku un zvejnieku saimniecības un tikai 3 jeb 5% ir akciju sabiedrības (turpmāk - AS). No kultūrvēsturiskiem novadiem visvairāk pārstāvēta ir Latgale ar 20 respondentiem, Vidzeme – 16 respondenti, Kurzeme -14 respondenti, Pierīga – 7 respondenti un 3 respondenti pārstāv Zemgali. No aptaujātajiem tūrisma uzņēmumiem 38% šajā nozarē darbojas mazāk par 5 gadi, 17% no 6 līdz 10.gadiem, 35% no 11 līdz 20 gadiem un vislielākā pieredze ir 10% jeb 6 uzņēmumiem, kuri darbojas virs 20 gadiem.

Respondentu sadalījums pēc tūrisma pakalpojumu piedāvājuma apkopots 2.attēlā.



2.attēls. Tūrisma pakalpojumu piedāvājums uzņēmumos

Lielākā daļa jeb 23 no aptaujātajiem uzņēmumiem piedāvā lauku tūrisma pakalpojumus, kompleksu tūrisma pakalpojumu sniedzēji ir 10 uzņēmumi, 8 pieder kempings, 7 piedāvā dabas tūrisma pakalpojumus, bet mazāk pārstāvēti ir sporta tūrisma, kūrorta, veselības tūrisma un kultūras tūrisma uzņēmumi

Pēc nodarbināto darbinieku skaita tie pārsvarā ir nelieli uzņēmumi, jo 82% nodarbina no 1-5 darbinieki, 13% - 6-10 darbinieki, un tikai 5% (3 uzņēmumi) nodarbina vairāk par 10 darbiniekiem.

Sniedzot atbildi par problēmām, ar ko saskarās pirms Covid-19 izplatības Latvijā, puse uzņēmēju tādas problēmas nesaskatīja, bet 30 uzņēmēji jeb otra puse ir atzīmējuši, ka:

- maksimāla noslodze no jūnija līdz septembrim, kad nepieciešams piesaistīt papildus darbiniekus;
- tūrismam ir ļoti sezonāls raksturs, kas nozīmē, ka rudens/ ziemas sezonā ir vērojams apgrozījuma samazinājums;
- nodokļi un birokrātija;
- atrašanās tālu no Rīgas un reklāmas izvietošana, lai arī Rīgā dzīvojošie cilvēki būtu informēti par viesu namu;
- sliktais ceļu stāvoklis, kas kavē uzņēmuma attīstību;
- finanšu piesaistes problēmas mazajiem uzņēmumiem, kuri nodarbina līdz pieciem darbiniekiem;
- parādu sloga problēmas (diviem uzņēmumiem).

Covid-19 ir ietekmējusi 75% aptaujāto uzņēmumu darbību, bet ietekme ne vienmēr ir bijusi negatīva. Atbildot uz jautājumu, kādā veidā Covid-19 ir skāris uzņēmumu, respondenti minēja šādus faktorus:

- trūkst tūristu, naktsmītnēs samazinājās apkalpoto viesu skaits, lai uzņēmums varētu izdzīvot;
- samazinājies apgrozījums, jo nevar sniegt pakalpojumus grupām, piemēram, kāzu organizēšana, un samazinājusies ārzemju tūristu ierašanās;
- nav iespējams nodrošināt nepārtrauktu tūrisma uzņēmumu saimniecisko darbību;
- nav iespējams nodrošināt finansiālās saistības (līgumu izpildi), arī pret klientiem un partneriem,

kā arī izpildīt saistības pret darbiniekiem (algu izmaksa);

- darbība ir apturēta uz nenoteiktu laiku, iespējama darbinieku atbrīvošana vai tas jau ir izdarīts.

Respondenti minēja arī Covid-19 pozitīvo ietekmi uz uzņēmuma darbību, ka pieaudzis klientu skaits, jo cilvēku kustība valsts teritorijā ir intensīvāka kā ierasts, rezultātā visas Latvijas lauku reģionu un neparastās tūrisma vietas tika apmeklētas vairāk, nekā parasti.

Apkopojot sniegtās respondentu atbildes, autore secina, ka vairākiem respondentu Covid-19 ietekmē darbības rādītāji pasliktinājās, bet 25% uzņēmumu ir pieaudzis vietējo klientu skaits, kā rezultātā ir uzlabojusies finansiālā situācija, pateicoties Covid-19 pandēmijas laikā noteiktajiem pārvietošanās ierobežojumiem.

Atbalstu Covid-19 izplatības dēļ nav izmantojuši 67% no, bet 13 uzņēmumi ir saņēmuši dīkstāves palīdzības pabalstu uzņēmumu darbiniekiem, pašnodarbinātām personām un mikrouzņēmumu nodokļa maksātājiem vai individuālajiem komersantiem, 4 uzņēmumi saņēmuši citu atbalsta veidu, 1 Altum sniegtu atbalstu un 2 uzņēmumi saņēmuši atbalstu nodokļu jomā.

Autore respondentiem piedāvāja sniegt savus ieteikumus Latvijas valdībai, tūrisma nozares attīstībai. Apkopojot respondentu ieteikumus, izriet šādi secinājumi.

- jauniem uzņēmumiem netiek novērtētas jaunas idejas biznesa inkubatoros;
- atbalsta saņemšanas trūkums;
- ēdināšanas uzņēmumos nepieciešams piemērot samazināto pievienotās vērtības nodokļa likmi vai arī samazināt iedzīvotāju ienākuma nodokli (min 15 respondenti);
- tūrisma nozares nepilnīga novērtēšana no valdības puses;
- nepieciešamība turpināt krīzes laika dīkstāves pabalstu politiku, uzlabojot nodokļu atlaides, lai var atkopties pēc krīzes;
- nepieciešamība pēc vienas vietnes reklāmai, kur būtu iespēja iepazīties ar visiem tūrisma uzņēmumiem Latvijā;
- nevienlīdzības problēma, kad mazos uzņēmumus salīdzina vienā līmenī ar lielajiem uzņēmumiem. Piemēram, Rīgas restorānu salīdzināt ar lauku kafējnicu, jo Covid-19 ietekmes laikā maza kafējnīca pilnīgi varētu nodrošināt visus aizsardzības pasākumus;
- tūrisma pakalpojumu popularizēšanas trūkums starptautiskajā tirgū;
- neprecīzs likumu definējums, daudziem ir neskaidrības.

Autores izvirzītā hipotēze apstiprinājās, ka COVID-19 ir bremzējošais faktors tūrisma nozarē, kas atspoguļojas iegūtajos datos no veiktās anketēšanas, jo 75% no respondentiem ir skāris COVID-19 un 67% no aptaujātajiem uzņēmumiem nav saņēmuši nekādu dīkstāves pabalstu.

Izanalizējot sniegtās respondentu atbildes, var secināt, ka vienmēr jebkurā dzīves situācijā un laikā būs uzņēmumi, kuriem klāsies daudz grūtāk nekā citiem, jo ir uzņēmumu vadītāji, kuri grūtībās paliek vēl stiprāki. Piemēram, uzņēmums, kas ir dibināts 2003.gadā atzīmēja, ka Covid-19 ietekmē ir radījusi tikai pozitīvu rezultātu, pielāgojoties situācijai uzņēmumu apmeklē daudz vairāk klientu nekā iepriekš, tā rezultātā šis uzņēmums ir ieguvējs. Izpētot 2019.gadā izveidoto 2 uzņēmumu atbildes, arī šo uzņēmumu ikdienu nav ietekmējis Covid-19. Varbūt tas ir tāpēc, ka šie jaunie uzņēmumi atrodas Pierīgā, kā jau autore, apskatot statistiku secināja, ka Rīga un Pierīga klientus vilina kā vēsturiskais centrs ar savu krāšņumu.

Autore secināja, ka Latgales uzņēmumi, kas nebaidās, piesakās uz atbalstu un ir saņēmuši dīkstāves palīdzības pabalstu uzņēmumu darbiniekiem, pašnodarbinātām personām un mikrouzņēmuma nodokļa maksātājiem vai individuālajiem komersantiem.

Tagad ir laiks, kad lielāks uzsvars tūrisma nozares attīstībā ir jāliek uz vietējiem iedzīvotājiem, jo Covid-19 ceļošanas iespējas ir ierobežotas.

Secinājumi un priekšlikumi

Secinājumi:

1. Tūrisms ir viena no vadošajām nozarēm pasaulē un Latvijā. Ienākošā tūrisma attīstība labvēlīgi ietekmē valsts IKP un maksājumu bilanci, rosina ekonomisko darbību, veicina infrastruktūras attīstību un vides kvalitātes uzlabošanu.

2. Tūrisms ir nozare, kuru krīzes skar visātrāk, jo te savstarpēji mijiedarbojas cilvēciskais un komerciālais faktors. No Covid-19 krīzes visvairāk skartajām nozarēm 2020.gadā bija tieši izmitināšanas un ēdināšanas pakalpojumu nozare, kad pievienotā vērtība, salīdzinot ar 2019.gadu, samazinājās par 35,6%. Tāpat 2020.gadā, salīdzinot ar 2019.gadu, apkalpoto personu skaits samazinājās par 48,7%, bet pavadīto nakšu skaits par 47,6%.
3. Tūrisma uzņēmumu publiski pieejamās mājas lapas daļai uzņēmumu vairs nav pieejamas vai ir slēgtas, vai arī norādīti neprecīzi e-pasti, telefona numuri un novecojusi informācija par tā piedāvājumu klāstu.
4. No aptaujātajiem 60 tūrisma uzņēmumiem populārākā uzņēmējdarbības forma ir sabiedrība ar ierobežotu atbildību (62%) un individuālā (ģimenes) uzņēmumi (23%). Lielākā daļa no aptaujātajiem uzņēmumiem (23) piedāvā lauku tūrisma pakalpojumus, kompleksu tūrisma pakalpojumu sniedzēji ir 10 uzņēmumi, 8 pieder kempings, 7 piedāvā dabas tūrisma pakalpojumus, bet mazāk pārstāvēti ir sporta tūrisma, kūrorta, veselības tūrisma un kultūras tūrisma uzņēmumi.
5. Pēc nodarbināto darbinieku skaita tie pārsvarā ir nelieli uzņēmumi, jo 82% nodarbina no 1-5 darbinieki, 13% - 6-10 darbinieki, un tikai 5% (3 uzņēmumi) nodarbina vairāk par 10 darbiniekiem.
6. Pirms Covid-19 izplatības Latvijā, puse uzņēmēju problēmas nesaskatīja, bet 30 uzņēmēji ir saskaršies ar maksimālu noslodzi no jūnija līdz septembrim, kad nepieciešams piesaistīt papildus darbiniekus; tūrismam ir sezonāls raksturs, kas nozīmē, ka rudens / ziemas sezonā ir vērojams apgrozījuma samazinājums; atrašanās tālu no Rīgas un problēmas ar pareizas reklāmas izvietojumu, lai arī Rīgā dzīvojošie cilvēki būtu informēti par viesu namu.
7. Covid-19 radītās sekas ir ietekmējušas 45 uzņēmumu turpmāko attīstību, samazinājies apgrozījums, darbība ir apturēta uz nenoteiktu laiku, iespējama darbinieku atbrīvošana. Covid-19 radītās sekas pozitīvi ietekmējušas 15 uzņēmumu turpmāko darbību, pieaudzis klientu skaits, jo cilvēku kustība valsts teritorijā bija intensīvāka kā ierasts, rezultātā visas Latvijas lauku reģionu tūrisma vietas tika apmeklētas vairāk nekā parasti, tā rezultātā uzlabojusies uzņēmumu finansiālā situācija.
8. Palīdzību, sakarā ar Covid-19 izplatību, saņēmuši 13 uzņēmumi - dīkstāves palīdzības pabalstu uzņēmumu darbiniekiem, pašnodarbinātām personām un mikrouzņēmumu nodokļa maksātājiem vai individuālajiem komersantiem, 4 uzņēmumi saņēmuši citu atbalsta veidu, 1 Altum sniegtu atbalstu un 2 atbalstu nodokļu jomā.
9. Respondenti, tūrisma nozares attīstībai, Latvijas valdībai ieteica nevienlīdzības problēmas novēršanu starp maziem un lieliem uzņēmumiem, nepieciešamību pēc vienotas vietnes reklāmai, pilnveidot tūrisma pakalpojumu popularizēšanu starptautiskajā tirgū.

Priekšlikumi:

1. Tūrisma nozares uzņēmumiem aktīvāk reklamēt savus uzņēmumus un to piedāvātos tūrisma pakalpojumus sociālajos tīklos. Tas ir finansiāli izdevīgs un efektīvs atpazīstamības un reklamēšanas veids, kā rezultātā uzņēmumi kļūs atpazīstami un klientu pieprasījums sekmēs finansiālās situācijas uzlabošanu.
2. Lai pēc iespējas vairāk balstītos uz vietējo iedzīvotāju tirgu, tūrisma nozares uzņēmumiem ir jāveido jaunu produktu un pakalpojumu piedāvājumu klāsts, kas būtu pieejams arī ziemas sezonā, bet tajā pašā laikā nezaudēt kvalitāti jau esošajiem produktiem
3. Latvijas Republikas valdībai atļaut mazajiem uzņēmumiem strādāt Covid-19 laikā, nodrošinot visus aizsardzības pasākumus.
4. Lai nepazaudētu savu uzņēmumu un darbiniekus Covid-19 laikā, kad finansiālais stāvoklis ir smags un nav iespējams apmaksāt ikmēneša maksājumus, Latvijas Investīciju un attīstības aģentūrai sniegt plašāka informāciju par iespējām pieteikties uz atbalstiem, ko var saņemt tūrisma nozares uzņēmumi Covid-19 seku mazināšanai.

Izmantotie avoti un literatūra

1. *Tūrisma likums* (17.09.1998.). Latvijas Republikas likums. <https://likumi.lv/ta/id/50026-turisma-likums/redakcijas-datums/2009/07/01, sk.11.03.2021>.
2. Abdelli, M. E. A., Mansour, N., Nabila, S. (2020). The Engineering of Territorial Tourism Study Case of Algeria. *Strategies for Promoting Sustainable Hospitality and Tourism Services*, 122-139. Retrieved 10.03.2021 from <https://www.igi-global.com/chapter/the-engineering-of-territorial-tourism-study-case-of-algeria/257677>
3. Bērziņa, K. (2008). Tūrisma un viesmīlības terminu skaidrojošā vārdnīca. Rīga: LR Ekonomikas ministrija, 294 lpp.
4. De Vita, G., Kyaw, K. S. (2017). Tourism Specialization, Absorptive Capacity, and Economic Growth. *Journal of Travel Research*, 56 (4), 423-435. <https://doi.org/10.1177/0047287516650042>
5. LR Centrālā statistikas pārvalde (2021a). *Kopējā pievienotā vērtība faktiskajās cenās* https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__VEK__IK__IKP/IKP060, sk. 03.05.2021.
6. LR Centrālā statistikas pārvalde (2021b). *Viesnīcu un citu tūristu mītņu raksturojošie rādītāji*. https://data.stat.gov.lv/pxweb/lv/OSP_PUB/START__NOZ__TU__TUV/TUV020/table/tableViewLayout1/, sk. 03.05.2021.
7. LR Ekonomikas ministrija (2021). *Latvijas makroekonomiskais apskats, 2021, aprīlis*. <https://www.em.gov.lv/lv/media/8747/download, sk. 03.05.2021>.
8. Škarea, M., Soriano, D.R., Porada-Rochońc, M. (2021). Impact of COVID-19 on the Travel and Tourism Industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120469>
9. Šorina, I. (12.03.2020.). *Pandēmijas dēļ prognozes tūrisma nozarei – graužošas*. <https://irlepaja.lv/liepajnieki/covid-19-del-prognozes-turisma-nozarei-grauzosas/, sk.25.11.2020>.
10. Štetic, S. (2012). Risks in Tourism (on the Example of Events). *Multidisciplinary Research Journal*, 68-78. Retrieved 25.03.2021 from <https://www.quaestus.ro/wp-content/uploads/2012/03/stetic.snezana.pdf>
11. Tourism teacher (2020). *What is tourism? A definition of tourism*, Retrieved 11.10.2020 <https://tourismteacher.com/definition-of-tourism/>
12. Uğur, G., Akbiyık, A. (2020). Impacts of COVID-19 on Global Tourism Industry: A Cross-Regional Comparison. *Tourism Management Perspectives*, 36. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100744>

Summary

In Latvia and in the world, tourism is one of the leading industries, tourism has many different forms and sizes, and there are many different types of tourism, several types of tourism are distinguished, which promotes the development of the tourism industry in Latvia. The tourism sector is one of the largest in Latvia - the sector's direct investment in gross domestic product is about one billion euros or almost 5%. Until 2019, stable economic growth will remain, the life and quality of life of the Latvian population will improve, as a result of which the demand for visiting local companies will increase. Covid-19 has hampered the development of the tourism industry and many companies have been forced to close their companies indefinitely and lay off workers.

Hypothesis: COVID-19 is a factor hindering the development of the tourism industry. The author's hypothesis was confirmed COVID-19 is a hindering factor in the tourism industry, it is clearly reflected in the data obtained from the survey, a total of 60 respondents were asked who asked whether COVID-19 affected your company. companies have not received any downtime allowance since 12 March 2020.