



Destination  
SMEs  
Interreg Europe



 European Union  
European Regional  
Development Fund

# RĪCĪBAS PLĀNS

## 04/2019 – 03/2021

**Projekts: Destination SMEs  
Vidzemes plānošanas reģions**

# SATURA RĀDĪTĀJS

---

SAĪSINĀJUMI .....	3
IEVADS .....	4
1 VISPĀRĒJA INFORMĀCIJA .....	5
2 MĒRĶPOLITIKAS PILNVEIDE .....	6
2.1. AKTIVITĀTE 1 Atbalsts vidējiem un maziem uzņēmējiem Vidzemē.....	7
2.2. AKTIVITĀTE 2 Integrēta tūrisma pārvaldība .....	9
3 CITU POLITIKAS DOKUMENTU PILNVEIDE .....	12
3.1. AKTIVITĀTE 3 Inovatīva tūrisma attīstība Vidzemē .....	12
4 Pārņemtās labās prakses .....	17
5 RĪCĪBAS PLĀNA UZRAUDZĪBAS PLĀNS .....	19

## SAĪSINĀJUMI

---

**VPR** – Vidzemes plānošanas reģions

**EM** – Latvijas Republikas Ekonomikas ministrija

**ES** – Eiropas Savienība

**LIAA** – Latvijas investīciju un attīstības aģentūra

**MVU** – mazie un vidējie uzņēmēji, kas atbilst Eiropas Komisijas Nr. 800/2008 Pielikums Nr. 1. regulai

**SAM** – specifiskais atbalsta mērķis (Darbības programma "Izaugsme un nodarbinātība" 3.2.1. specifiskā atbalsta mērķa "Palielināt augstas pievienotās vērtības produktu un pakalpojumu eksporta proporciju" 3.2.1.2.pasākums "Starptautiskās konkurētspējas veicināšana")

## IEVADS

Eiropas reģionos mazo un vidējo komersantu konkurētspējas veicināšanas atbalstam izstrādātajos politikas plānošanas dokumentos nepietiekami uzsvērta tūrisma galamērķu pārvaldības nozīme. Lai uzlabotu tūrisma sektora mazo un vidējo komersantu konkurētspēju, nepieciešams pilnveidot komersantu sadarbību vietējā un starptautiskā līmenī, padarot galamērķu pārvaldību efektīvāku ar plašāku iesaistīto pušu līdzdalību, tādējādi nodrošinot reģionālo sadarbību un starpnozaru sasaisti. Radot labvēlīgu vidi mazo un vidējo uzņēmumu konkurētspējas kāpināšanai, tiktu veicināta komersantu ieinteresētība veidot tūrisma nozarē konkurētspējīgus klasterus, kas piedāvātu kvalitatīvus un diversificētus pakalpojumus. Konkurētspējas pieaugums un ekonomiskā aktivitāte radītu tiešu ietekmi uz jaunu darba vietu radīšanu un produktivitātes kāpumu pakalpojumos. Projekta “Uzņēmējdarbības veicināšana tūrisma galamērķos” (Destination SMEs) ietvaros identificēti labās prakses piemēri tūrisma galamērķos Eiropā, īstenojot starpreģionu pieredzes un zināšanu apmaiņas pasākumus, analizēti un pilnveidoti valsts līmeņa politikas plānošanas dokumenti ar mērķi uzlabot tūrisma sektora mazo un vidējo komersantu konkurētspēju, attīstot tūrisma galamērķu pārvaldību.

Projekta nosaukums	Destination SMEs
Vadošais partneris	Overņas reģionālā tūrisma attīstības padome (Francija)
Programma	Interreg Europe 2014-2020. gadam
Partneri	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Overņas reģionālā tūrisma attīstības padome (Francija)</li><li>2. Fonds Grand Paradis (Itālija)</li><li>3. Gozo ministrija (Malta)</li><li>4. Korkas apgabala padome (Īrija)</li><li>5. Ziemeļkarēlijas reģions (Somija)</li><li>6. Vidzemes plānošanas reģions (Latvija)</li><li>7. Pomurjes reģionālā attīstības aģentūra (Slovēnija)</li></ol>
Mērķis	Uzlabot tūrisma sektora mazo un vidējo komersantu konkurētspēju, attīstot tūrisma galamērķu pārvaldību.
Pasākumi	Pieredzes un zināšanu apmaiņas pasākumi starp projekta partneriem; Identificēti labās prakses piemēri; Valsts līmeņa politisko plānošanas dokumentu analīze un pilnveide; Projekta rezultātu publicitātes un informācijas pieejamības nodrošināšana.
Rezultāti	Paaugstināta uzņēmēju konkurētspēja un pakalpojumu kvalitāte; Veicināta starpinstitucionālā un starpnozaru sadarbība; Nostiprinātas individuālās uzņēmējdarbības stratēģijas, kas palīdz efektīvi veidot pakalpojumu procesu, veicinot pakalpojumu kvalitātes paaugstināšanos; Pilnveidoti valsts līmeņa politiskie plānošanas dokumenti, uzlabojot institucionālās spējas efektīvai tūrisma galamērķu pārvaldībai.

# 1 VISPĀRĒJA INFORMĀCIJA

---

## **Partnera organizācija:**

- Vidzemes plānošanas reģions
- Citas iesaistītās organizācijas:
- Ekonomikas ministrija
- Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra
- Vidzemes Tūrisma asociācija
- Gulbenes novada dome
- Kocēnu novada dome
- Valmieras pilsētas pašvaldība
- Vidzemes Augstskola
- SIA “Valmiermuižas pils”
- Mazsalacas novada pašvaldības dome
- Gaujas Nacionālā parka tūrisma klastera “EnterGauja”

**Valsts:** Latvija

**NUTS2 reģions:** Latvija

**Attīstības un plānošanas departamenta direktore: Laila Gercāne**

**E-pasta adrese: [laila.gercane@vidzeme.lv](mailto:laila.gercane@vidzeme.lv)**

**Tālrunis: +371 64116007**

**Projekta vadītāja: Lienīte Priedāja - Klepere**

**E-pasta adrese: [lienite.priedaja@vidzeme.lv](mailto:lienite.priedaja@vidzeme.lv)**

**Tālrunis: +371 64116080**

## 2 MĒRĶPOLITIKAS PILNVEIDE

Politikas dokumenta nosaukums: Darbības programma "Izaugsme un nodarbinātība"  
3.2.1. specifiskā atbalsta mērķa "Palielināt augstas pievienotās vērtības produktu un pakalpojumu eksporta proporciju" 3.2.1.2. pasākums "Starptautiskās konkurētspējas veicināšana".

Rīcības plāns ietekmēs:

- Investīciju programmu "Izaugsme un nodarbinātība"
- Eiropas teritoriālās sadarbības programmu
- Citu reģionālās attīstības politikas instrumentu

Projekta Destination SMEs pirmās fāzes laikā Vidzemes plānošanas reģions kopā ar projekta dalībniekiem pieredzes apmaiņas braucienu laikā ieguva jaunas zināšanas par labajām praksēm citviet, ko iespējams pārņemt Latvijā. VPR projekta komandas dalībnieki identificēja 3 caur labajām praksēm apgūtās jomas, uz kurām balstītas Rīcības plāna aktivitātes.

### 1. AKTIVITĀTE Atbalsts vidējiem un maziem uzņēmējiem Vidzemē

Latvijā kopumā lielākais vairums mazo un vidējo komersantu atbilst mikro uzņēmuma statusam, kur nodarbināti no 1 līdz 9 darbiniekiem, tādēļ turpmākas attīstības priekšnoteikums ir esošo resursu, galvenokārt cilvēkresursu un pieejamo ekonomiskās attīstības rīku izmantošana. Tūrisma kontekstā Vidzemē nepieciešams papildināt uzņēmēju zināšanu bāzi, informēt, pilnveidot prasmes inovatīvu ideju radīšanā un realizēšanā, mudināt sadarboties un caur sadarbību un pilnveidi paaugstināt konkurētspēju.

### 2. AKTIVITĀTE Integrēta un vieda tūrisma pārvaldība

Pilnveidota un vieda tūrisma galamērķu pārvaldība ļautu mērķtiecīgi un saskaņoti īstenot nacionāla un reģionāla līmeņa plānošanas dokumentu mērķu sasniegšanu. Latvijā ir nepieciešams izveidot hierarhisku trīs līmeņu pārvaldību (nacionālais – reģionālais – lokālais) un nodrošināt efektīvu un saskaņotu tūrisma galamērķu pārvaldību. Konkurētspējas kapināšana Baltijas jūras mērogā pilnveidojama caur viedu pārvaldību, konkurētspējīgu piedāvājumu un efektīvu sadarbību.

### 3. AKTIVITĀTE Inovatīva tūrisma attīstība Vidzemē

Radošums, oriģinalitāte un prasme pieejamos resursus izmantot tūristu piesaistei ar produktu un pakalpojumu palīdzību reģionā paaugstina konkurētspējas potenciālu. Jaunu tūrisma produktu un pakalpojumu veidošana un attīstība reģionu līmenī jāsekmē caur balansētu savstarpējās sadarbības un konkurences modeli.

## 2.1. AKTIVITĀTE 1 Atbalsts vidējiem un maziem uzņēmējiem Vidzemē

### Pamatojums

Tūrisma attīstība reģionos saistīta ar konkrētajā teritorijā aktīvo tūrisma pakalpojumu sniedzēju, uzņēmēju informētību, ieinteresētību, radošumu un spēju sekmīgi veikt uzņēmējdarbību. Efektīva informācijas aprīte un komunikācija starp uzņēmējiem un pašvaldībām ļautu Vidzemes mazajiem un vidējiem uzņēmējiem paaugstināt konkurētspēju reģionā un Latvijā. Atbilstoši EK regulā Nr. 800/2008 noteiktajai mazo un vidējo uzņēmumu definīcijai Latvijā no visiem ekonomiski aktīvajiem mazajiem un vidējiem komersantiem 90% sastāda mikro uzņēmumi (cilvēkresursu skaits no 1 – 9, gada apgrozījumu līdz 2 milj. eur), 9% mazo uzņēmumu (cilvēkresursi 10 – 49, gada apgrozījums līdz 10milj.eur), 1% vidējie uzņēmumi (pārsniedz 50 darbiniekus, gada apgrozījums nepārsniedz 50milj.eur) (Ekonomikas Ministrija, 2017). Ekonomiski aktīvo uzņēmumu sadalījums Latvijas statistiskajos reģionos parāda, ka vislielākā MVU aktivitāte ir Rīgas reģionā 42%, Pierīgas reģionā 17%, Kurzemes reģionā 12%, Latgales reģionā 11%, Vidzemes reģionā 10% un Zemgales reģionā 9% (CSB datu datubāze, 2018),savukārt, viesnīcu un citu tūristu mītnu skaita ziņā Vidzeme ar 164 mītnēm apsteidz Zemgales, Latgales un Rīgas reģionu un pieejamo gultasvietu skaita ziņā ir līdzīga pozīcijā ar Kurzemes reģionu, taču apkalpotu vietējo un ārvalstu tūristu skaits ievērojami atšķiras (attiecīgi Kurzemē 241728 apkalpotās personas, bet Vidzemē 145298). Projekta ietvaros noritējušajā ideju darbnīcā iezīmējās būtiskākās problēmas pašvaldību un reģionu līmenī, ar ko saskaras MVU. Proti, tūrisma kā nozīmīga prioritārā attīstības virziena noteikšana vietējā un reģionālā līmenī, kas savukārt saistīts ar nepilnvērtīgu tūrisma pārvaldību nacionālā līmenī. Ieteikumi trūkumu pilnveidei saistās ar informatīvā atbalsta nodrošināšanu no nacionālā līmeņa līdz vietējam līmenim. Papildus tam Latvijas tūrisma attīstības stratēģisko mērķu sasniegšana var tik uzlabot ar reģionālā līmeņa aktīvu iesaistīšanos, taču tam nepieciešams skaidrs funkciju un atbildības sadalījums, praktiskas vadlīnijas nacionālā zīmola izmantošanā visos hierarhijas līmeņos un reģionālā līmeņa pozicionējums gan politikas plānošanas, gan mārketinga dokumentos.

Maziem un vidējiem uzņēmējiem Vidzemē ir nepieciešama informācijas nodošana, apmācības, savstarpējās sadarbības veicināšana, jaunas sadarbības un biznesa izaugsmes iespējas, piemēram, privātās–publiskās partnerības sadarbības modeļi. Projekta laikā apskatītās labās pārvaldības prakses lielā mērā saistās ar dažādu veiksmīgu sadarbības modeļu realizēšanu.

### Saikne ar projektu

Aktivitāte, kas saistīta ar atbalstu maziem un vidējiem uzņēmumiem, balstīta uz apskatītajiem labās prakses piemēriem Īrijā, Francijā un Itālijā. Neskatoties uz to, ka Vidzemē ir publiskās – privātās partnerības piemēri, privātā iniciatīva kā līdzvērtīga publiskajai nav pietiekami novērtēta. Īrijas labās prakses piemēri parāda nepieciešamību pēc uzņēmēju tīklošanās un efektīvas informācijas aprītes. Piemērs Korkas pilsētā parāda, ka sadarbības tīklā iesaistīti lielākā daļa Korkas tūrisma uzņēmēju, kas regulāri maksā arī dalības maksu. Uzņēmēju līdziesaiste vērtējama kā aktīva – gan publiskajā-privātajā pārvaldē, gan tikai uz biznesa pamatiem veidotajā tīklojumā. Katram ir savas priekšrocības, tiek sekots līdzī, lai mārketinga aktivitātes ir saskaņotas, nav pārklāšanās.

Pessade āra sporta veidu aktivitāšu kūrorts, kur publiskā sektora finansējums ieguldīts infrastruktūras izveidē, nododot to pārvaldīt pašvaldības tūrisma aģentūrai, kura kūrorta aktivitāšu īstenošanā veiksmīgi piesaista uzņēmējus, nodrošinot tos gan ar nepieciešamo inventāru, gan telpām. Vairākām tūrisma galamērķa pašvaldībām vienojoties, izstrādāts un īstenots projekts, kur ieguldīts publiskais finansējums, izveidojot āra aktivitāšu kūrortu, kurš uz 7 gadiem nodots privātam uzņēmējam apsaimniekošanā. Uzņēmējs kūrortā attīsta dabas tūrismu - izveidota dabas taka, izglītojoša programma zvēru un putnu sugu iepazīšanai, mežā uzbūvētas vairākas guļbūves bez elektrības un ūdens, kas tiek piedāvātas kā naktsmītnes tūristiem.

Introd pilsētas, ko dēvē par Grand Paradis nacionālā parka vārtiem, piemērs, kura kaut arī ģeogrāfiski atrodas tūrisma attīstībai stratēģiski piemērotā vietā un tuvumā tai atrodas populārākie Itālijas kalnu slēpošanas kūrorti, tūristu piesaiste līdz šim nav bijusi pilsētas prioritāte. Pateicoties pilsētas aktīvajiem uzņēmējiem, izveidots neformāls sadarbības tīkls starp Introd naktsmītņu īpašniekiem un citiem tūrisma jomas uzņēmējiem, ar mērķi veicināt tūrisma attīstību teritorijā. Uzņēmēji par savas sadarbības galveno vadmotīvu ir izvirzījuši labvēlīgu apstākļu radīšanu tūristu skaita pieaugumam teritorijā, piemēram, mazo viesnīcu īpašnieki savā starpā regulāri sazinās, lai spētu nodrošināt naktsmītnes lielākām tūristu grupām. Tāpat arī viņi strādā pie tūrisma piedāvājuma dažādošanas.

No.	Rīcības	Politikas instruments
2.1.1.	Pilnveidot snieguma rādītāju izpildi SAM 3.2.1.	Mērķa politika
2.1.2.	Pilnveidot prioritāro tūrisma sektoru sarakstu un atbalstāmās aktivitātes	Mērķa politika

### 2.1.1. Pilnveidot snieguma rādītāju izpildi SAM 3.2.1

Politikas instrumenta Darbības programmas "Izaugsme un nodarbinātība" 3.2.1. specifiskā atbalsta mērķa "Palielināt augstas pievienotās vērtības produktu un pakalpojumu eksporta proporciju" 3.2.1.2. pasākuma "Starptautiskās konkurētspējas veicināšana" izpildes snieguma (rezultatīvie rādītāji) efektivitātes uzlabošana, reģionāli organizējot informatīvus, visām iesaistītajām pusēm interesējošus izglītojošus un konkurētspēju veicošus pasākumus, kas palielinātu konkurētspēju un MVU eksporta pieaugumu.

Ieviešanas stratēģija, kas atspoguļojas uzraudzības plāna indikatoros (skatīt Uzraudzības plānu) sastāv no 1) informatīvo e-pasta vēstuļu, kas tiek sagatavotas sadarbojoties VPR un LIAA pārstāvjiem, izsūtīšanas Vidzemes reģiona tūrisma uzņēmējiem par specifiskā atbalsta mērķa 3.2.1 aktivitātēm; 2) informatīva pasākuma organizēšana par SAM 3.2.1. pieejamo atbalstu un aktivitātēm, ko rīko VPR sadarbībā ar LIAA.

**Iesaistītās puses:** VPR administrācija un LIAA.

**Laika rāmis:** 2020.gada IV ceturksnis

**Izdevumi un finansējuma avoti:** Iesaistīto pušu administratīvie izdevumi. Iesaistīto pušu budžets.



## 2.1.2. Pilnveidot prioritāro tūrisma sektoru sarakstu un atbalstāmās aktivitātes

Sagatavot un iesniegt priekšlikumu EM par Darbības programmas "Izaugsme un nodarbinātība" 3.2.1. specifiskā atbalsta mērķa "Palielināt augstas pievienotās vērtības produktu un pakalpojumu eksporta proporciju" 3.2.1.2. pasākuma "Starptautiskās konkurētspējas veicināšana" īstenošanas noteikumu 4.punktā prioritāro tūrisma sektoru papildināšanu, iekļaujot reģionu eksportspēju veicinošus stratēģiskos tematiskos tūrisma virzienus kā dabas tūrisms, kultūras tūrisms un radošās industrijas. Papildus tam papildināt 14.7.punktu par atbalstu darījumu tūrismam ar atbalstu starptautisko publisko pasākumu organizēšanai reģionos, kas, organizējot publiskos pasākumus, ļautu piesaistīt lielāku tūristu interesi reģioniem un līdztekus palielinātu reģionu konkurētspēju.

Ieviešanas stratēģija, kas atspoguļojas uzraudzības plāna indikatoros (skatīt Uzraudzības plānu) sastāv no priekšlikumu sagatavošanas un iesniegšanas EM par prioritāro tūrisma sektoru saraksta un atbalstāmo aktivitāšu pilnveidi.

**Iesaistītās puses:** VPR administrācija

**Laika rāmis:** 2019.gada III ceturksnis

**Izdevumi un finansējuma avoti:** Iesaistīto pušu administratīvie izdevumi. Iesaistīto pušu budžets.

## 2.2. AKTIVITĀTE 2 Integrēta tūrisma pārvaldība

### Pamatojums

Reģionālā tūrisma pārvaldes līmeņa neesamība pēdējā laikā ir tikusi aktualizēta tūrisma nozares profesionāļu skatījumā, kas atspoguļojas ar vairākos dokumentos. Latvijā ir nepieciešamība pilnveidot hierarhisku tūrisma pārvaldības sistēmu (valsts, reģionu un pašvaldību līmenī) (Latvijas Konkurētspējas ziņojums, 2016). Vidzemē, līdzīgi kā citviet Latvijā, nepieciešams izveidot trīs līmeņu pārvaldību un nodrošināt efektīvu un saskaņotu tūrisma galamērķu pārvaldību nacionālā, reģionālā un pašvaldību līmenī (VTA, Tūrisma stratēģija Vidzemē 2018 – 2025) nosakot konkrētas funkcijas un atbildību pārvaldes struktūrā. Saskaņotība tūrisma komunikācijā uz vietējiem un ārvalstu tirgiem Latvijā tiek realizēta caur Tūrisma mārketinga stratēģiju 2018. – 2023.gadam, lai šo mērķi sasniegtu efektīvāk reģionu ieguldījums būtu nozīmīgs ieguvums kopējās stratēģijas realizēšanā. Arī Saeimas 2018.gadā veiktajā Tūrisma attīstības veicināšana Latvijas reģionos sintēzes ziņojumā norādīts, uz nepieciešamību noteikt reģionālā līmeņa tūrisma pārvaldības funkcijas veicēju valstī. Efektīvi virzot vienotu tūrisma mārketinga stratēģiju, divkāršojas ieguvumi, proti, konkrētu zīmolvedības vadlīniju ieviešana reģioniem ļautu rast galamērķa pozicionējumu un vienlaikus ar konkurētspējas aktivitātēm pilnvērtīgi realizēt nacionālos tūrisma mārketinga stratēģijas mērķus.

Projekta laikā veiktās iesaistīto pušu ideju darbnīcas rezultāti atklāj nepieciešamību veidot integrētu nacionālo, reģionālo un vietējo pārvaldes līmeni ar katram noteiktām funkcijām, atbildību un finansējumu. Reģionu ietvaros nepieciešams noteikt pārvaldības funkcijas, sadarbības modeļus ar pašvaldībām, citām reģiona institūcijām, EM un LIAA, uzsverot reģionu konkurētspēju Latvijā un Baltijā, tūrisma attīstību reģionos, informācijas efektīvu plūsmu.

## Saikne ar projektu

Projekta norises laikā iepazītas vairākas labās prakses, kas Latvijai un Vidzemei var kalpot par lieliskiem paraugiem veidojot hierarhiju pārvaldības struktūrā. Piemēram, Īrijas piemērs, kur valsts tūrisma politika balstīta uz reģionālo tūrisma zīmolu izveidošanu un tam pakārtots finansējums. No šīs labās prakses īpaši ieteicams pārņemt zīmola ieviešanas vadlīnijas, jo Latvijas gadījumā ir nacionālais zīmols, kurš apvienojumā ar reģiona identitāti darbotos kā līdzeklis vietējo un ārvalstu tūristu piesaistei. Īrijas tradīcijas reģiona līmeņa tūrisma galamērķu konkurētspējas celšanā ir cieši saistītas ar tūrisma stratēģiju īstenošanu, kas tiek atbalstītas ar valsts finansējumu. Nacionālā tūrisma politika ir mērķtiecīgi vērsta uz reģionālo tūrisma galamērķu attīstību, veidojot lielākus tūrisma reģionus, nepieturoties pie administratīvajām robežām. Izveidotās attīstības, zīmolvedības un mārketinga stratēģijas ir saistošas speciāli definētiem tūrisma reģioniem, kas ir lielāki par NUTS līmeņa plānošanas / statistikas reģioniem. Šāda pieeja rada nepieciešamību arī plašākai starpinstitucionālai sadarbībai. Īrijas nacionālā tūrisma organizācija starptautiskajos tirgos virza trīs galamērķu zīmolus: galvaspilsētu Dublinu, valsts rietumu reģionu ar zīmolu “Mežonīgais Atlantijas ceļš” un austrumu reģionu ar zīmolu “Īrijas senie austrumi”. Šāda pieeja palīdz koncentrēt resursus un padarīt reģiona galamērķa piedāvājumu starptautiski pamanāmāku. Īstenojot šādu nacionālo pieeju, visa teritorija ir vērsta uz eksporta veicināšanu starptautiskajos tirgos, taču tāpat ir arī vietas, kas ir ar izteiktu vietējā tūrisma dominanci. Nacionāli izstrādātie reģionu zīmoli “Mežonīgais Atlantijas ceļš” un “Īrijas senie austrumi” ir sākotnēji plaši apspriesti ar nozares un reģionu pārstāvjiem, un pastāv skaidri zīmola ieviešanas soļi. Ir izveidoti īpaši instrumenti, lai atbalstītu zīmola ieviešanu vietu vai produktu līmenī, izstrādāta vienota vizuālā identitāte, viegli uztverama un informatīva rokasgrāmata zīmola integrēšanai tūrisma produktu līmenī un citas vadlīnijas interpretācijai – stāstu veidošanai un sasaistei, tostarp gidu darbībā.

Domājot par ārvalstu tūristu piesaisti un eksportspējas kāpināšanu, Slovēnijā tiek īstenota precīza zīmolvedības un tūrisma mārketinga stratēģija, kurā ir definētas četras unikālas valsts teritorijas ar vislielāko ārzemju tūristu piesaistes potenciālu, nepieturoties pie administratīvajām robežām, piemēram, “Vidusjūras Slovēnija”, “Termālā Slovēnija”. Šāda pieeja rada dažādu resursu optimizāciju un sekmē galamērķu lielāku atpazīstamību, vienlaikus nosakot nepieciešamību arī plašākai starpinstitucionālajai sadarbībai. Latvijā pastāv līdzīgs teritoriāls sadalījums, tomēr tas saistīts ar kultūrvēsturisko novadu robežām, nevis katra reģiona īpašo tūrisma piedāvājuma saturu un unikalitāti. Katra reģiona efektīva pārvaldība, pēc Slovēnijas pieredzes, visveiksmīgāk īstenojama, veicinot galamērķu pārvaldības organizāciju (DMO) izveidi.

Ar mērķi stiprināt Overņas reģiona kopējo pievilcību, ir radīts reģionālais zīmols - “Auvergne Nouveau Monde”. Reģiona asociācija ar šādu pašu nosaukumu “Auvergne Nouveau Monde” ir izstrādājusi un ievieš teritorijas kopējo mārketinga stratēģiju, kur tūrisma galamērķu pārdomātai pārvaldībai ir nozīmīga loma. Šī teritorijas mārketinga pieeja, kas vērsta uz kopēju mērķi, nodrošina saskaņotību darbībās, pastiprinot vienotību teritorijā, veicina Overņas kā tūrisma galamērķa konkurētspēju. Vērtējot veiksmīgo Francijas “Auvergne Nouveau Monde” reģiona līmeņa tūrisma galamērķa stratēģijas un zīmola darbību - šādu praksi konkurētspējas veicināšanai gan vietējā, gan starptautiskā tirgū būtu vēlams pārņemt arī Latvijas reģioniem. Vidzemē līdz šim spēcīgākais tūrisma galamērķa zīmols ir “Enter Gauja”, kura stratēģija aptver Gaujas nacionālo parku un tā apkārtni un ir izstrādāta līdz 2019. gadam. Tomēr neeksistē visaptveroša Vidzemes tūrisma attīstības un tirgvedības stratēģija, kas iekļautu esošo Vidzemes tūrisma galamērķu savstarpējo mijiedarbību, nedefinētu galveno iesaistīto

pušu, citu starpā arī VPR, Vidzemes tūrisma asociācijas un pašvaldību, lomu. Līdz ar to ieguldījumi reģiona tūrisma attīstībā ir sadrumstaloti, tiem trūkst mērķtiecīgas savstarpējas mijiedarbības un papildinātības.

Nr.	Rīcības	Politikas instruments
2.2.1.	Esošo tūrisma klasteru novērtējums	Mērķa politika
2.2.2.	Priekšlikumi mikro klasteru iniciatīvai	Mērķa politika

### 2.2.1. Esošo tūrisma klasteru novērtējums

Sniegt informāciju un ieteikumus par darbības programmas "Izaugsme un nodarbinātība" 3.2.1. specifiskā atbalsta mērķa "Palielināt augstas pievienotās vērtības produktu un pakalpojumu eksporta proporciju" 3.2.1.1. pasākuma "Klasteru programma" kritēriju uzlabošanu, sniedzot EM un LIAA divu esošo klasteru novērtējumu. Novērtējumā iekļauts tūrisma nozares specifiskas raksturojums un iespējas esošo klasteru veidošanas kritēriju pilnveidei. Esošais atbalsts klasteru veidošanas darbībām attiecas uz lieliem uzņēmumiem, kuriem ir spēcīgi mērķi attiecībā uz eksporta konkurētspēju un augstu inovāciju līmeni, kas neatbilst MVU specifikai tūrisma nozarē. Ieviešanas stratēģija, kas atspoguļojas uzraudzības plāna indikatoros (skatīt Uzraudzības plānu) sastāv no esošo tūrisma klasteru novērtējuma ziņojuma, kas tiks sagatavots sadarbojoties VPR, tūrisma klasteru un EM pārstāvjiem. Novērtējuma ziņojuma sagatavošanas gaitā tiks organizēt tikšanās un intervija ar esošajiem mērķa politikas atbalsta saņēmējiem. Tūrisma klasteru novērtējuma ziņojums būs pamats mikro klasteru iniciatīvas priekšlikumu sagatavošanai (skat.2.2.2 punktu).

**Iesaistītās puses:** VPR administrācija un EM.

**Laika rāmis:** 2019.gada IV ceturksnis

**Izdevumi un finansējuma avoti:** Iesaistīto pušu administratīvie izdevumi. Iesaistīto pušu budžets.

### 2.2.2. Priekšlikumi mikro klasteru iniciatīvai

Izstrādāt un iesniegt priekšlikumus EM par atbalsta pasākumiem, kas veicina mikro klasteru veidošanos, vietējo un reģionālo tūrisma galamērķu pārvaldības uzlabošanu. Ir svarīgi, lai valsts līmeņa politikas instruments ietvertu visu, tostarp Vidzemes reģiona tūrisma MVU vajadzības. Esošo klasteru programmas atbalsts ir ļoti nozīmīgs tūrisma jomā, tomēr tas nav pietiekams mazāku un reģionālu mikro klasteru iniciatīvu atbalstam. Latvijas tūrisma attīstības politikas pamatnostādņu dokumentos ir minēta reģionālo tūrisma klasteru izveides nepieciešamība. Pašlaik atbalstāmās programmas izvirzītie kritēriji vērsti tikai uz klasteriem, kuros ir liels uzņēmumu kopējais apgrozījums, augsti eksporta rādītāji, tādējādi dodot priekšroku lielām nozares apvienībām, kā arī esošā programma atbalsta tikai vienu klasteru katrā nozarē.

**Iesaistītās puses:** VPR administrācija un EM

**Laika rāmis:** 2019.gada IV ceturksnis

**Izdevumi un finansējuma avoti:** Iesaistīto pušu administratīvie izdevumi. Iesaistīto pušu budžets.

## 3 CITU POLITIKAS DOKUMENTU PILNVEIDE

Destination SME's projekta ietvaros, partneru vizīšu laikā tika novērtētas vairākas interesantas labās prakses, iniciatīvas un politikas. Daļa no tām sniedza iedvesmu, lai uzlabotu šī rīcības plāna 2. daļā izklāstītos galvenos politikas instrumentus, taču labās prakses varēja izmantotas arī citu politikas instrumentu uzlabošanā gan vietējā, gan reģionālā līmenī. Tādēļ papildus 2. daļā minētajām darbībām, kas veltītas galvenajam politikas instrumenta mērķim, rīcības plānā iekļauta arī citu politikas dokumentu pilnveide (3. punkts), kā arī norādītas jau pārņemtās labās praksēs (4. daļa), kas saistītas ar projekta galveno tēmu - galamērķu pārvaldība.

### 3.1. AKTIVITĀTE 3 Inovatīva tūrisma attīstība Vidzemē

#### **Pamatojums**

Ir norādīts, ka reģionā nepieciešama tūrisma produktu un pakalpojumu veidošana ar augstu pievienot vērtību, kas jo īpaši sekmētu konkurētspējīgu produktu veidošanos periodā no septembra līdz maijam (VTA, Tūrisma stratēģija Vidzemē 2018 – 2025). Jaunu produktu veidošanā jāņem vērā daudzveidīgi aspekti, piemēram, vietējās kopienas iesaistīšanās tūrisma piedāvājuma palielināšanā, vietējo iedzīvotāju nodarbinātība tūrisma sektorā palielināšana, viedo specializāciju attīstība tūrismā veicināšanā (VTA, Tūrisma stratēģija Vidzemē 2018 – 2025). Projekta ietvaros veidotās ideju darbnīcas diskusiju rezultāti norāda uz, pirmkārt, nepieciešamību nacionālā, reģionālā un vietējā līmenī veidot un pilnveidot inovatīvus tūrisma produktus, pakalpojumus un kompleksus piedāvājumus, otrkārt, veidot ideju grantu konkursu. Īpaši svarīgi grantu konkursu nolikumos iekļaut ilgtspējīgu, konkurētspējīgu un uz sadarbību balstītu nesezonas produktu izveidi. Taču, lai veidotos radoša biznesa vide, norādīts uz nepieciešamām apmācībām, pieredzes apmaiņas iespējām, biznesa konsultantu iesaisti, biznesa inkubatoru un koprades telpu veidošanu. Kā norādīts diskusijā, reģionālā tūrisma attīstības priekšnosacījums ir definēta reģiona tūrisma un mārketinga stratēģija, tematiskā specializēšanās un praktiskas vadlīnijas stratēģijas ieviešanai.

#### **Saikne ar projektu**

Inovatīva tūrisma attīstība Vidzemē aizgūta no labajām praksēm, kas apskatītas Slovēnijas vizītes laikā. "Innovative Slovenia" ir gan Slovēnijā īstenotā atbalsta programma inovatīvu tūrisma produktu un projektu izveidei, gan esošo produktu grantu konkurss. Vairāk nekā desmit gadus Slovēnijas Tūrisma padome organizē grantu konkursu radošu un novatorisku ideju atbalsta realizācijai tūrisma jomā. Līdzīgi konkursi uzņēmējdarbības atbalstam tiek īstenoti atsevišķās Vidzemes pašvaldībās, tomēr, domājot par jaunu tūrisma produktu veidošanu un inovāciju atbalstu tūrisma nozarē, būtiski nacionālā līmenī veidot grantu konkursu inovatīviem starpsezonas un mazāk aktīvās tūrisma sezonas pakalpojumiem, kas potenciāli kāpina pieprasījumu šajā laikā.

Nr.	Rīcības	Politikas instruments
3.1.1.	Priekšlikumi nacionālā līmeņa tūrisma produktu konkursam	Cits
3.1.2.	Priekšlikumi Tūrisma likuma grozījumiem	Cits
3.1.3.	Priekšlikumi integrētai trīs līmeņu tūrisma pārvaldībai	Cits
3.1.4.	Priekšlikumi Tūrisma Mārketinga stratēģijas papildināšanai	Cits

### 3.1.1. Priekšlikumi nacionālā līmeņa tūrisma produktu konkursam “Veiksmīgākais jaunais tūrisma produkts” papildināšanai

<b>Politikas instrumenta nosaukums</b>	Konkursa “Veiksmīgākais jaunais tūrisma produkts” nolikums
<b>Atbildīgā institūcija</b>	LIAA
<b>Politikas instrumenta apraksts</b>	Konkursa mērķis ir veicināt Latvijas tūrisma piedāvājuma atpazīstamību un popularizēt veiksmīgākos jaunus tūrisma produktus, kuri ir ilgtspējīgi, inovatīvi, kvalitatīvi, ar augstu pievienoto vērtību, nodrošina tūristu iesaisti un ir piemēroti ārvalstu tūristu vajadzībām, atbilstoši “Latvijas tūrisma mārketinga stratēģijā 2018.-2023. gadam” noteiktajām mērķauditorijām.
<b>Labās prakses piemērs</b>	“Sejalec” ir apbalvojums par radošiem un novatoriskiem sasniegumiem Slovēnijas tūrisma attīstībā. To pasniedz jau ieviestām inovācijām, kas sekmīgi veicina Slovēnijas tūrisma piedāvājuma atpazīstamību. “Sejalec” balvas ieguvēji izceļas ar aizraujošām jaunām pieejām, kas ir oriģinālas un inovatīvas un aptver mārketinga, biznesa domāšanas un Slovēnijas tūrisma veicināšanas jomas. “Snovalec”, savukārt, ir balva, kas atbalsta radošu un novatorisku ideju realizāciju tūrismā un ir paredzēta visiem tiem, kas meklē apstiprinājumu, ka viņi ir uz pareizā ceļā attiecībā uz ideju ieviešanu tūrismā. Balvas ieguvēji saņem finansiālu, reklāmas un profesionālu atbalstu. Tā kā “Snovalec” balvu ieguvēju projekti vēlāk tiek realizēti, tie var kļūt par jauninājumiem, kas nākotnē saņems “Sejalec” balvu, ko pasniedz jau esošiem tūrisma uzņēmējiem.

<b>Sagaidāmo uzlabojumu apraksts</b>	Sagatavot rekomendāciju, papildināt konkursa nolikuma punktu nr. 3. Pieteikumu vērtēšana: vērtēšanas kritēriji un vērtēšanas metodika, piešķirot vairāk punktu, ja produkts īstenots reģionos, mazāk aktīvās tūrisma sezonas periodā, kā arī produktiem, kurus veiksmīgi izmanto vietējie tūristi.
<b>Iesaistītās puses</b>	VPR, LIAA
<b>Laika rāmis</b>	2020.gada IV ceturksnis
<b>Izdevumi un finansējuma avoti</b>	Iesaistīto pušu administratīvie izdevumi. Iesaistīto pušu budžets.

### 3.1.2. Priekšlikumi Tūrisma likuma grozījumiem

<b>Politikas instrumenta nosaukums</b>	Tūrisma likums
<b>Atbildīgā institūcija</b>	EM
<b>Politikas instrumenta apraksts</b>	Likuma mērķis ir radīt tiesisku pamatu tūrisma nozares attīstībai Latvijā, noteikt kārtību, kādā valsts pārvaldes iestādes, pašvaldības un komersanti darbojas tūrisma jomā, un aizsargāt tūristu intereses.
<b>Labās prakses piemērs</b>	Īrija, kur valsts tūrisma politika ir mērķtiecīgi vērsta uz reģionālo tūrisma galamērķu attīstību, radot lielākus tūrisma reģionus, neaprobežojoties tikai ar administratīvajām robežām. Īrijas Nacionālā tūrisma organizācija veicina trīs mērķa zīmolus starptautiskajos tirgos. Šī pieeja palīdz koncentrēt resursus un padarīt reģiona galamērķi starptautiski atpazīstamāku. Īstenojot šādu valsts pieeju, visa joma ir vērsta uz eksporta veicināšanu starptautiskajos tirgos, taču tāpat ir arī vietas, kas ir ar spēcīgu vietējo tūrisma dominanci.
<b>Sagaidāmo uzlabojumu apraksts</b>	Priekšlikumi tūrisma likuma grozījumiem ietver: 1) papildināt likuma 8.pantu nosakot plānošanas reģiona kompetenci tūrisma jomā; 2) papildināt 1.pantu par tūrismā lietoto terminoloģiju; 3) Papildināt 3.pantu par tūrisma nozares uzdevumiem; 4) Papildināt 7.pantu par Latvijas Investīciju un attīstības aģentūras kompetenci.

<b>Iesaistītās puses</b>	VPR administrācija, kas sagatavo un iesniedz priekšlikumu EM.
<b>Laika rāmis</b>	2019.gada II ceturksnis
<b>Izdevumi un finansējuma avoti</b>	Iesaistīto pušu administratīvie izdevumi. Iesaistīto pušu budžets.

### 3.1.3. Priekšlikumi integrētai trīs līmeņu tūrisma pārvaldībai

<b>Politikas instrumenta nosaukums</b>	Latvijas Tūrisma attīstības pamatnostādnes
<b>Atbildīgā institūcija</b>	EM
<b>Politikas instrumenta apraksts</b>	Latvijas Tūrisma attīstības politikas mērķis ir ilgtspējīga tūrisma attīstība, veicinot tūrisma produktu konkurētspējas palielināšanos ārvalstu tirgos, ārvalstu vairākdienu ceļotāju skaita pieaugums, samazināt tūrisma plūsmu sezonālītāti un paildzināt vidējo uzturēšanās nakšu skaitu.
<b>Labās prakses piemērs</b>	Slovēnija, kur tūrisma pārvaldība ir sistemātiska pieeja, proti, ir valsts, vietējo, reģionālo un tūrisma uzņēmēju efektīva sasaiste, globālu, valsts un vietējo tūrisma produktu veicināšanā. Īrija, kur valsts tūrisma politika ir mērķtiecīgi vērsta uz reģionālo tūrisma galamērķu attīstību, radot lielākus tūrisma reģionus, neierobežojot tos ar administratīvajām robežām.
<b>Sagaidāmo uzlabojumu apraksts</b>	Integrēta tūrisma pārvaldība nacionālā, reģionālā un vietējā līmenī ar noteiktām funkcijām, atbildību un finansējumu. Pārvaldības funkciju noteikšana reģionos, sadarbības modeļu izstrādāšana pašvaldību, citu reģionālo un nacionālo institūciju sadarbībai ar EM uzsverot reģionu konkurētspēju Latvijā un Baltijas mērogā.
<b>Iesaistītās puses</b>	VPR administrācija, kas sagatavo un iesniedz priekšlikumu EM.
<b>Laika rāmis</b>	2020.gada IV ceturksnis
<b>Izdevumi un finansējuma avoti</b>	Iesaistīto pušu administratīvie izdevumi. Iesaistīto pušu budžets.

### 3.1.4. Priekšlikumi Tūrisma Mārketinga stratēģijas papildināšanai 2018 – 2023

**Politikas instrumenta nosaukums**

Latvijas Tūrisma mārketinga stratēģija 2018 -2023

**Atbildīgā institūcija**

EM, LIAA

**Politikas instrumenta apraksts**

Latvijas Tūrisma mārketinga stratēģija 2018 -2023 mērķis ir panākt pārdomātu, saskaņotu un spilgtu Latvijas tūrisma jomas komunikāciju un tūrisma produktu konkurētspējas palielināšanu ārvalstīs un vietējā tirgū, veicinot valsts tēla atpazīstamību, ilgtspējīgu tūrisma attīstību un efektīvu līdzekļu pielietojumu.

**Labās prakses piemērs**

Domājot par ārvalstu tūristu piesaisti un eksportspējas kāpināšanu, Slovēnijā tiek īstenota precīza zīmolvedības un tūrisma mārketinga stratēģija, kurā ir definētas četras unikālas valsts teritorijas ar vislielāko ārzemju tūristu piesaistes potenciālu, nepieturoties pie administratīvajām robežām, piemēram, "Vidusjūras Slovēnija", "Termālā Slovēnija". Šāda pieeja rada dažādu resursu optimizāciju un sekmē galamērķu lielāku atpazīstamību, vienlaikus nosakot nepieciešamību arī plašākai starpinstitucionālajai sadarbībai. Latvijā pastāv līdzīgs teritoriāls sadalījums, tomēr tas saistīts ar kultūrvēsturisko novadu robežām, nevis katra reģiona īpašo tūrisma piedāvājuma saturu un unikalitāti.

Trījas nacionālā tūrisma organizācija starptautiskajos tirgos virza trīs galamērķu zīmolus. Šāda pieeja palīdz koncentrēt resursus un padarīt reģiona galamērķa piedāvājumu starptautiski pamanāmāku. Īstenojot šādu nacionālo pieeju, visa teritorija ir vērsta uz eksporta veicināšanu starptautiskajos tirgos, taču tāpat ir arī vietas, kas ir ar izteiktu vietējā tūrisma dominanci.

**Sagaidāmo uzlabojumu apraksts**

Reģionu lomas pozicionējums Latvijas Tūrisma Mārketinga stratēģijā. Lietišķu zīmola vadlīniju izdevuma izveide ar norādēm, kā integrēt nacionālo tūrisma zīmolu reģionos, pašvaldībās, uzņēmēju darbībā, kā arī to pielietošana dažādos pakalpojumos un produktos.

**Iesaistītās puses**

VPR administrācija, kas sagatavo un iesniedz priekšlikumu EM un LIAA.

**Laika rāmis**

2020.gada I ceturksnis

**Izdevumi un finansējuma avoti**

Iesaistīto pušu administratīvie izdevumi. Iesaistīto pušu budžets.



## 4 PĀRŅEMTĀS LABĀS PRAKSES

### 4.1. Cittadella, Gozo, Malta

**Labās prakses nosaukums**

Cittadella, Malta, Gozo

**Labās prakses īpašnieks**

Cittadella administrācija (MGOZ)

**Labās prakses raksturojums**

Cittadella apmeklētāju centrs, kur viesiem tiek sniegta iespēja iepazīties ar Gozo salas vēsturi caur kvalitatīvu interpretāciju, izmantojot jaunāko tehnoloģiju piedāvātās iespējas. Cittadella apmeklētāju centru, pirmā tā pastāvēšanas gada laikā apmeklējuši vairāk nekā 100 000 viesu. Tas uzskatāms par galveno galamērķa enkurobjektu tūrisma plūsmas piesaistē un citu saistīto pakalpojumu pārdošanas veicināšanā.

**Pārņemošās institūcijas nosaukums**

Kocēnu novada dome

**Pārņemtās prakses apraksts**

Industriālo objektu pielāgošanu tūrisma vajadzībām, atjaunojot šos objektus un attīstot nepieciešamo infrastruktūru. Kocēnu novadā plānots attīstīt Zilākalna ciemā esošo ūdenstorni. 15 m augstais tornis būvēts 1950. gadā un vairs netiek izmantots ūdens apgādē. Objektā plānots izveidot mūsdienīgas trīs dimensiju (3D) interaktīvas ekspozīcijas. Projekts tiek īstenots sadarbībā ar Vidzemes plānošanas reģionu Interreg Igaunijas/Latvijas pārrobežu sadarbības programmas ietvaros.

**Iesaistītās puses**

Kocēnu novada dome.

**Laika rāmis**

2018 - 2019

## 4.2. Il- Hagar, Gozo, Malta

**Labās prakses nosaukums**

Il- Hagar, Gozo, Malta

**Labās prakses īpašnieks**

Il- Hagar, Gozo, Malta

**Labās prakses raksturojums**

Kultūras centrs “Il-Hagar” (“Gozo sirds”) ir izveidots ar mērķi stiprināt Gozo kultūras identitāti. Īstenojot ES fondu finansētu projektu, kultūras centrā, kas atrodas blakus bazilikas ēkai, izveidots muzejs ar bagātīgu vēsturisko un māksliniecisko artefaktu kolekciju, kas iepriekš nav bijusi pieejama plašākai sabiedrībai. Tas ir veiksmīgs piemērs vietas zīmolvēstības izpausmē, vienlaikus kultūras vērtības plašāk integrējot tūrisma jomas aprītē.

**Pārņemošās institūcijas nosaukums**

Rubenes evaņģēliski luteriskās draudze.

**Pārņemtās prakses apraksts**

Īstenojot Eiropas Reģionālā attīstības fonda līdzfinansētu projektu “Kultūra, vēsture, arhitektūra Gaujas un laika lokos”, 2019. gadā Rubenes evaņģēliski luteriskās baznīcas ēka piedzīvos būtiskus uzlabojumus – tiks atjaunota baznīcas ēkas fasāde, uzlabojumus veiks arī ēkas iekšpusē, kā arī tiks izveidota trīsdimensionāla, interaktīva ekspozīcija “Pa Hronikas pēdām”.

**Iesaistītās puses**

Rubenes evaņģēliski luteriskās draudze; Kocēnu novada dome.

**Laika rāmis**

2018 - 2019

**Finansējuma avoti**

ERAF Specifiskais atbalsta mērķis “Saglabāt, aizsargāt un attīstīt nozīmīgu kultūras un dabas mantojumu, kā arī attīstīt ar to saistītos pakalpojumus”, projekts “Kultūra, vēsture, arhitektūra Gaujas un laika lokos”;

Rubenes evaņģēliski luteriskās draudze;

Kocēnu novada dome.

## 5 RĪCĪBAS PLĀNA UZRAUDZĪBAS PLĀNS

Rīcība	Uzraudzības indikators	Novērtējums	Laika ietvars	Atbildīgais
<b>1. AKTIVITĀTE Atbalsts vidējiem un maziem uzņēmējiem Vidzemē</b>				
<b>2.1.1. Pilnveidot snieguma rādītāju izpildi SAM 3.2.1.</b>	1. Organizēto informatīvo pasākumu skaits (vismaz 1) 2. Izplatīts informatīvais e-pasts SAM 3.2.1 aktivitāšu popularizēšanai, kas reģionā saņemts no LIAA un izplatāms ar tūrisma saistītiem MVU Vidzemē.	1. Dalībnieku saraksts (vismaz 1) 2. Pasākuma plāns (vismaz 1) 3. Nosūtītie e-pasti (e-pastu saraksts, e-pastu skaits)	2020. gada IV ceturksnis	VPR
<b>2.1.2. Pilnveidot prioritāro tūrisma sektoru sarakstu un atbalstāmās aktivitātes</b>	1. Sagatavot un iesniegt priekšlikumu EM.	1. Iesniegts priekšlikums (vismaz 1)	2019. gada III ceturksnis	VPR
<b>2. AKTIVITĀTE Integrēta tūrisma pārvaldība</b>				
<b>2.2.1. Esošo tūrisma klasteru novērtējuma ziņojums par klasteru programmu</b>	1. Tikšanās ar esošo tūrisma klasteru pārstāvjiem (vismaz 2) 2. Tikšanās protokols (vismaz 2)	1. Tūrisma klasteru novērtējuma ziņojums par klasteru programmu (vismaz 1) 2. Sagatavots un iesniegts priekšlikums EM (vismaz 1)	2019. gada IV ceturksnis	VPR
<b>2.2.2. Priekšlikums mikro klasteru iniciatīvu atbalstam</b>	1. Sagatavots un iesniegts priekšlikums EM (vismaz 1)	1. Priekšlikums mikro klasteru iniciatīvu atbalstam (vismaz 1)	2019. gada IV cet.	VPR
<b>3. AKTIVITĀTE Inovatīva tūrisma attīstība Vidzemē</b>				
<b>3.1.1. Priekšlikumi nacionālā līmeņa tūrisma produktu konkursam</b>	1. Organizēto izglītojošo pasākumu skaits (vismaz 1) 4. Sagatavots un iesniegts priekšlikums LIAA (vismaz 1)	1. Dalībnieku saraksts (vismaz 1) 2. Priekšlikums LIAA par nacionālā tūrisma produktu konkursa nolikuma papildināšanu (vismaz 1)	2020. gada IV ceturksnis	VPR
<b>3.1.2. Priekšlikumi Tūrisma likuma grozījumiem</b>	1. Sagatavot un iesniegt priekšlikumu EM.	1. Iesniegts priekšlikums (vismaz 1)	2019. gada II ceturksnis	VPR
<b>3.1.3. Priekšlikumi integrētai trīs līmeņu tūrisma pārvaldībai</b>	1. Ziņojums VPR Attīstības padomei (vismaz 1) 2. Sagatavots un iesniegts priekšlikums EM (vismaz 1)	1. VPR Attīstības Padomes lēmums (1) 2. Priekšlikumu vēstule par integrētas tūrisma pārvaldības ieviešanu (vismaz 1)	2020. gada IV ceturksnis	VPR
<b>3.1.4. Priekšlikumi Tūrisma Mārketinga stratēģijas papildināšanai</b>	1. Sagatavots un iesniegts priekšlikums LIAA (vismaz 1)	1. Rekomendācijas vēstule reģionālā tūrisma un tūrisma zīmolvēstības vadlīniju izstrādei (vismaz 1)	2020. gada I ceturksnis	VPR



Projekts “Uzņēmējdarbības veicināšana tūrisma galamērķos” (Destination SMEs) tiek īstenots Eiropas Reģionālās attīstības fonda (ERAF) programmā “Interreg Europe 2014.-2020.gadam”. Šī publikācija atspoguļo tikai tās autora viedokli, un “Interreg Europe” programmas vadības organizācijas nevar būt atbildīgas par jebkādu tās satura izmantošanu.