

Projekta “Baltijas jūras reģions kā makšķerēšanas tūrisma galamērķis un tā attīstība, veicināšana un ilgtspējīga pārvaldība”

(RETROUT Nr. R065)

METODOLOĢIJA

MAKŠĶERĒŠANAS TŪRISMA IETEKMES UZ REĢIONĀLO EKONOMIKU MĒRĪŠANAI

Pasūtītājs:
Kurzemes Plānošanas reģions,
Valguma ielā 4A,
Zemgales priekšpilsēta, Rīga,
LV –1048

Izpildītājs:
Vidzemes augstskolas
Humanitāro, ekonomisko un sociālo pētījumu institūts,
Cēsu iela 4, Valmiera,
LV – 4201

SATURS

KOPSAVILKUMS.....	3
GALVENĀS KONCEPCIJAS, DEFINĪCIJAS UN SKAIDROJUMI.....	4
EKONOMISKĀS IETEKMES VĒRTĒŠANAS METODES	8
1. PROJEKTA PRASĪBAS	11
2. MAKŠĶERĒŠANAS TŪRISMA IETEKMES UZ REĢIONĀLO EKONOMIKU METODOLOĢIJAS SOĻI.....	13
2.1. 1. solis – PĒTĀMĀS TERITORIJAS NOTEIKŠANA.....	13
2.2. 2. solis – PĒTĪJUMA TERITORIJAS RAKSTUROŠANA.....	14
2.3. 3. solis – MAKŠĶERNIEKU RADĪTAS EKONOMISKĀS IETEKMES NOVĒRTĒŠANA MAKŠĶERĒŠANAS TŪRISMĀ	14
2.4. 4. solis – TIEŠĀS UN NETIEŠĀS IETEKMES NOZARU NOVĒRTĒJUMS MAKŠĶERĒŠANAS TŪRISMĀ	22
2.5. 5. solis – MAKŠĶERĒŠANAS TŪRISMA EKONOMISKO IETEKMES UZ KURZEMES REĢIONU NOVĒRTĒŠANA	28
2.6. 6. solis. MAKŠĶERĒŠANAS TŪRISMA VĒRTĪBU ĶĒDES ANALĪZE.....	33
PRIEKŠLIKUMI.....	38

KOPSAVILKUMS

Kurzemes reģiona piekrastei ir tūrisma nozares eksportspējīgas teritorijas potenciāls. Piekrastes zveja ir arī Latvijas iedzīvotāju rekreācijas tūrisma vieta. Taču infrastruktūras uzturēšana, apsaimniekošanas un attīstība – vietējā un reģiona līmeņa un ieguldījumu problēma. Tūrisma nozare aptver plašu apakšnozaru klāstu, tostarp izmitināšanu, ēdināšanu, transportu, kā arī brīvā laika pavadīšanas pasākumus. Tūrisma nozare ir arī svarīgs darba devējs, kas nodrošina nodarbinātību cilvēkiem piekrastes teritorijās – pašvaldībās, kas robežojas ar jūru vai ir tās tuvumā. Atseviškos gadījumos ir grūti nodalīt jūras piekrastes makšķerēšanas tūrismu un citas iekšzemes tūrisma aktivitātes.

Makšķerēšanas tūrisma ekonomiskā ietekme uz reģionu kā mērīšanas metode nav standartizēta. Latvijas gadījumā tiek izmantotas makšķernieku un nozares uzņēmēju aptaujas metode, bet ieejas-izejas (*input/output*) metode kā pamatmetode ar dažām izmaiņām, izmantojot Latvijas un Somijas pieredzi, sekundāro avotu statistiku un dokumentu kontentanalīzes rezultātus. Tādējādi pētījums, kas izstrādāts pēc šo metožu pielietošanas rādīs kā apmeklētāju izdevumi var ietekmēt reģiona ekonomiku. Savukārt, makšķerēšanas tūrisma vērtību ķēdes analīzei būtu izmantojama kartēšanas metode, bet makšķerēšanas tūrisma vērtību ķēdes kvantitatīvajai noteikšanai – Vērtību pārnese metode (VPM) ar Tiešās izvēles metodi (TPM), kas ļauj izmantot datus, kuri iegūti iepriekš veiktās aptaujās. Šajā metodoloģijā iekļauta arī skaitlisko vērtību pārnese, kas parasti balstās uz vidējo vērtību vai vērtību intervāla pārnese no pētījuma situācijas uz hipotētisko situāciju.

GALVENĀS KONCEPCIJAS, DEFINĪCIJAS UN SKAIDROJUMI

Šī Metodoloģijas sadaļa iepazīstina ar tūrisma, tūrista un apmeklētāja definīcijām, paskaidro tūrisma ietekmi uz reģiona ekonomiku un ieguvumus, kas izriet no makšķernieku aktivitātēm jūras piekrastē un/vai tās tuvumā.

● **Tourism, tūrists un apmeklētājs**

Tūrisms saistīts ar cilvēka brīvu pārvietošanos no to dzīves un darba vietas (Hāgas tūrisma deklarācija, 1989). Vienlaicīgi tūrisms aptver to personu/**tūristu** aktivitātes, kas “ceļo un uzturas ārpus savas ierastās dzīvesvietas ne ilgāk par vienu gadu, ko velta atpūtai, darījumiem vai citiem mērķiem” (UNWTO, 1991). Turklāt tūristi iedalās atkarībā no izcelsmes valsts vietējos un ārzemju tūristos. Tādejādi personas, kuru uzturēšanas laiks ir mazāks, resp., viena diena, ir apmeklētājs. Šīs personas/**apmeklētājs** nevar izslēgt no pētījuma loka, jo izmanto to pašu tūrisma infrastruktūru un lielākoties tos pašus pakalpojumus, kas apmierinā tūrista vajadzības, kas rodas šajā ceļojumā.

● **Tūrisms kā nozare, pakalpojums**

Tūrisms ir multisektoriāla saimniecības nozare un multidisciplināru pētījumu lauks. Tūrisma definē gan kā nozari, gan procesu, gan parādību (Encyclopedia of Tourism, 2000).¹ Tūrisms ir arī bizness, kas nodrošina ceļojumu, naktsmītnu, pārtikas, izklaides un citus pakalpojumus (Collin, 2004)². Tātad tūrisms ir arī pakalpojums – mērķtiecīga darbība tūristu interešu un vajadzību apmierināšanai (Tūrisma likums, 1998:1)³.

● **Tūrisms un rekreācija**

Rekreācijas tūrisms - tūrisma veids, kura mērķis ir atjaunot cilvēka fizisko un garīgo potenciālu, racionāli izmantojot dabas un mākslīgās atpūtas un rekreācijas resursus (Tūrisma likums, 1998: 1). Tā mērķis ir aktīva atpūta, labklājības radīšana, darba spējas atjaunošana, veselības saglabāšana un uzlabošana. Rekreatīvais tūrisms ietvēr dažādas tūrisma aktivitātes, atpūtu un sportu. Šīs ir tūrismā skaidri definētas, autonomas vienības, bet, savstarpēji saistītas, stiprina viena otru un tādā veidā kalpo mūsdienu sabiedrības un cilvēku vajadzībām. Saistībā ar rekreācijas tūrisma ģenēzi pēc resursiem tas iedalās: (1) dabas atpūtas tūrisma resursos un (2) antropogēnās atpūtas un tūrisma resursos (Gjorgievski, Kozuharov & Nakovski, 2012).⁴ Tātad makšķerēšanas tūrisms ir iekļaujams rekreācijas tūrismā.

● **Recreational fishing tourism**

Pēc starptautiskās Jūras pētniecības padomes (ICES) 2013. Rekreācijas makšķerēšanas tūrisms (**recreational fishing tourism**) ir aprakstīts kā ūdeņu dzīvo resursu zveja vai makšķerēšana, kas, galvenokārt,

¹ Tourism (2000) In: Jafari J. (eds.) Encyclopedia of Tourism. Routledge, London. 683 p.

² Collin, P. H. (2004). Dictionary of Hotels, Tourism and Catering Management (2nd edition)", London: Collin Pub Ltd, p.352.

³ Tourism law. Adoption: 17.09.1998. Published: Latvijas Vēstnesis, 07.10.1998, Nr.287 (1348). Legal Acts of the Republic of Latvia.

⁴ Gjorgievski, M., Kozuharov, S. & Nakovski, D. (2013). Typology of recreational-tourism resources as an important element of the tourist offer. Special issue, *UTMS Journal of Economics* 4 (1): 53–60.

domāti atpūtai un/vai personīgam patēriņam. Turklāt, ņemot vērā Regulas (EK) Nr. 1224/2009 55. panta 2. punktu, kurā noteikts, ka "atpūtas zvejā iegūtas nozvejas tirdzniecība ir aizliegta" (EP, A8-0191/2018).⁵

Atpūtas zvejniecības nozarē (**recreational fisheries sector**) iekļaujās viss ieinteresēto personu loks, kas iesaistīts pilnībā vai daļēji (piem., ministrijas, NVO, atpūtas zvejas tūrismā iesaistītie uzņēmēji – laivu iznomātāji, zvejas piederuma tirgotāji, ēdināšanas un izmitināšanas uzņēmēji u.c.). Tā kā ES līmenī nav vienotas saskaņotas un skaidras atpūtas zvejas definīcijas un tādēļ ir ļoti sarežģīti kontrolēt atpūtas zveju, vākt datus par atpūtas zveju un novērtēt tās ietekmi uz zivju krājumiem un vidi vai tās ekonomisko nozīmi.

● **Ilgtspējīgs tūrisms**

Ilgtspējīgs tūrisms ņem vērā pašreizējo un turpmāko ekonomisko, sociālo un vides ietekmi, pievēršoties apmeklētāju, nozares, vides un uzņēmēju kopienu vajadzībām. Ilgtspējības principi attiecas uz tūrisma attīstības vides, sociokulturālajiem un ekonomiskajiem aspektiem un ir jānodrošina atbilstošs līdzsvars starp šīm trim dimensijām, lai garantētu tā ilgtspējību ilgtermiņā. Tādējādi ilgtspējīgam tūrismam nepieciešams:

- 1) optimāli izmantot vides resursus, kas ir galvenais tūrisma attīstības elements, saglabājot būtiskus ekoloģiskos procesus un palīdzot saglabāt dabas mantojumu un bioloģisko daudzveidību;
- 2) ievērot uzņēmēju kopienu sociālkulturālo autentiskumu, saglabāt savu uzcelto un dzīvo kultūras mantojumu un tradicionālās vērtības, kā arī veicināt starpkultūru izpratni un iecietību;
- 3) nodrošināt dzīvotspējīgas ilgtermiņa ekonomiskās darbības, nodarbinātības un ienākumu gūšanas iespējas sniedzot sociāli ekonomisko labumu visām ieinteresētajām pusēm;
- 4) ilgtspējīga tūrisma attīstība prasa ieinteresēto pušu informētu līdzdalību, politisko vadību, pastāvīgu ietekmes uzraudzību un vajadzības gadījumā nepieciešamo preventīvos un/vai korektīvos pasākumus ieviešanu (UNEP& UNWTO, 2005)⁶.

● **Tūrisma nozīmība un ietekme**

Kā uzskata Pasaules Ekonomiskās kooperācijas un attīstības organizācija (OECD), tūrisma ekonomiskā ietekme pārstāv būtisku ekonomiskās aktivitātes pasaules daļu, jo tūrisms ir milzīga, kompleksa un fragmentāra industrija, ko joprojām ir sarežģīti definēt un izmērīt (OECD, 2010).⁷ Prakse pasaulē liecina, ka tiek mērītas gan dažāda veida tūrisma (un uz tūrismu vērstas) ietekmes un efekti, gan arī nozares nozīme tautsaimniecībā. Taču šie jēdzieni bieži tiek jaukti, kaut tie savstarpēji atšķiras.

Nozīmība ir statisks jēdziens (Reeves, 2002)⁸, kuru var izmērīt ar kvalitatīvu vai kvantitatīvu konkrētas problēmas, fenomena, resursu vai darbības kopuma īpašību aprakstu uz konkrēto brīdi (ABRC, 2010)⁹.

⁵ EP, Atpūtas zvejas stāvoklis Eiropas Savienībā, State of play of recreational fisheries in the EU. A8-0191/2018. Texts adopted: Tuesday, 12 June 2018 – Strasbourg. Retrieved: http://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0243_LV.html. Access: 22.06.2019.

⁶ UNEP&UNWTO (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, Paris CEDEX 15, p.11-12

⁷ OECD (Organization for Economic Co-operation and Development) (2010). Economic Impact of Tourism. OECD Tourism Trends and Policies 2010. Retrieved: https://sete.gr/_fileuploads/entries/Online%20library/GR/OECD%20TourismTrends&Policies2010_.pdf. Access: 12.06.2019.

⁸ Reeves, M. (2002). Measuring the economic and social impact of the arts: a review. Retrieved: https://is.muni.cz/el/1456/jaro2009/PVEKMAA/um/Impacts_of_art_Michelle_Reeves.pdf. Access: 15.06.2019.

⁹ ABRC (America's Byways Resource Center) (2010). Vocabulary for Byways. Economic Impact. Retrieved: https://www.fs.usda.gov/Internet/FSE_DOCUMENTS/stelprdb5310034.pdf. Access: 15.06.2019.

Savukārt, **ietekme** ir darbība, process un arī rezultāts (Bāliņa u.c., 2006)¹⁰. Ietekme ir dinamisks jēdziens, kas iepriekšpienem, ka eksistē cēloņu un sekū saistība (Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija SIA, 2007)¹¹. Tas liecina, ka ietekmi var izmērīt uz kādu lietu vai to kopumu, uz ko iedarbojās cita cita lieta vai to kopums, ka arī visu lietu vai kopumu savstarpējās mijiedarbības ietekmes (IAIA, 2010)¹².

● **Ekonomiskā ietekme**

Ekonomisko ietekmi gan uz ienākumiem, gan nodarbinātību izraisa lēmumi, pasākumi, rīcības, aktivitātes vai politika (Businessdictionary.com, 2010). Kopējo ekonomisko ietekmi veido: (1) tiešās jeb primārās ietekmes; (2) netiešās (sekundārās) ietekmes. Tiešā ekonomiskā ietekme ir ieņēmumi, kas nonāk to uzņēmumu rīcībā, no kuriem patērētāji iegādājās produktus un pakalpojumus.

Netieša ietekme rodas, kad izdevumi tautsaimniecības sektoru uzņēmumos tālāk tiek tērēti nepieciešamām precēm, pakalpojumiem, darbinieku algām. Netiešā ietekmē finanses tiek novirzītas nepieciešamo priekšmetu un izejmateriālu iegādei, nonākot to uzņēmumu rīcībā, kas šos priekšmetus vai izejmateriālus tirgū piedāvā, tiek tālāk uzņēmumos tērētas darbinieku algām, iepērkot priekšmetus un pakalpojumus.

Kopējās ietekmes uz ekonomiku attiecībā pret tiešo ietekmi ir **ienākumu multiplikatora efekts**. Tas parāda tiešu nozares saikni ar pārējo teritorijas (t.sk. reģionu vai valsts) ekonomiku, bet nerāda cēloņus – tikai identificē uzņēmumu sasaistes apjomu jeb iztērētās naudas apmēru (skat.piemēru 1.att.) (Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija SIA, 2007).

Jebkura naudas vienība, kas ienāk, valsts, reģiona vai tūrisma galamērķa ekonomikā – nav svarīgi vai investīciju, valsts varas vai budžeta piešķirumu veidā, tā stimulē ekonomiku atkārtoti. Šāda veida ienākošās vērtības rada reinātāju tūristu tūrismā, t.sk., makšķerēšanas tūristu, kuru tērīni to ietekmē. Šajā sakarībā redzama skaidra saikne starp tūrisma attīstību un valsts, reģiona vai tūrisma galamērķa izaugsmi, jo tā saistīta ar pieprasījumu pēc precēm un pakalpojumiem. Tūrisma izdevumu struktūra atspoguļo šo impulsu un izdevumi tiek piešķirti tām nozarēm, kuras veicina tūrisma produkta, procesa realizāciju un ieņēmumu pieaugumu, kas vispirms notiek šajās nozarēs un pēc tam pāriet uz citām tautsaimniecības nozarēm.¹³

Ieņēmumi no ārvalstu tūristiem pārstāv saņēmējvalstu eksportu. Džons Mainards Keinss (*John Maynard Keynes*) nosauca tūrisma eksportu un ar to saistītu materiālo preču patēriņu kā injekciju ekonomikā. Tā rezultātā – naudas summas, ja ārvalstu tūristi un tūristi no ārpusē (no citiem reģioniem) dodas uz tūristu interesējošiem rajoniem, faktiski nonāk ekonomiskās vides ķēdē¹⁴.

Tūrisma multiplikatoru, t.sk. ienākumu multiplikatora, noteikšanā pamatā tiek izmantoti trīs modeļi:

(1) bāzes,

¹⁰ Bāliņa, R., Ēdelmane, I., Grase, I. u.c. (2006). Latviešu valodas vārdnīca. 30 000 pamatvārdu un to skaidrojumu. Rīga: Jumava, 879. lpp.

¹¹ SIA Analītisko pētījumu un stratēģiju laboratorija (2007). Pētījums par kultūras sektora ekonomisko nozīmi Latvijā. Retrieved: <https://culturelablv.files.wordpress.com/2009/04/kulturas-ekonomiskas-ietekmes-izvertejums-lavija-2007.pdf> Access: 12.06.2019.

¹² IAIA (International Association for Impact Assessment.) (2010). The Interorganizational Committee on Principles and Guidelines for Social Impact Assessment. Retrieved: <http://www.socialimpactassessment.com/documents/IAIA%202015%20Social%20Impact%20Assessment%20guidance%20document.pdf> Access: 14.06.2019.

¹³ Mitea, N., 2005. Creșterea economică în turism și dezvoltarea regională, Economic Tribune no. 12.

¹⁴ <http://stec.univ-ovidius.ro/html/anale/RO/wp-content/uploads/2019/02/30.pdf>

- (2) Keinsa (*Keynesian*),
- (3) ieejas-izejas (*input/output*) modelis.

Bāzes modeļa aprēķinos tiek operēts ar ceļotāju tēriņu apriti eksportā un vietējā tirgū, bet ielaides-izlaides modelī aprēķinu pamatā tiek izmantoti dati laika dinamikā. Visbiežāk praksē tiek pielietots (*Keynesian* modelis, kas balstās uz ienākumu un nodarbinātības apjomu no tūrisma konkrētā teritorijā un to plūsmu kā noslēgtu loku. Šī modeļa vienīgais trūkums ir ierobežota ģeometriskās progresijas iespēja, jo katrā loka ciklā notiek naudas līdzekļu noplūde (Barcelona Field Studies Centre, 2018)¹⁵.

Naudas līdzekļu noplūde – potenciālā pieprasījuma samazināšanās tautsaimniecībā, kas rodas, ja preces un pakalpojumi tiek importēti vai nauda tiek ieguldīta uzkrājumos. Tūrisma nozares uzņēmumi ārvalstu tūristu vajadzībām daudz preču un pakalpojumu importē, tāpēc tūrisma sauc par nozari, kas veicina naudas līdzekļu noplūdi (Datubāze AkadTerm, 2019)¹⁶.

Definīcija nav precīza, jo ne vienmēr naudas līdzekļu noplūde tūrisma pakalpojumu jomā izraisa pieprasījuma samazināšanos. Var notikt arī pretējs efekts, piemēram, importētu preču atbalstīti tūrisma pakalpojumi var celt to kvalitāti vai nodrošināt zemāku cenu, ja kāds no pakalpojuma izejmateriāliem netiek ražots vietējā tirgū. Šādi apsvērumi pieprasījumu var tikai paaugstināt un palielināt tūrisma ekonomisko aktivitāti.¹⁷ Tādējādi definējuma precizitāte ir diskutējama arī pēc būtības un ekonomiskās attīstības ilgspējas viedokļa.

Kopējā ekonomiskā ietekme ir atkarīga no ekonomiskās aktivitātes, kas ir industrijas darbs vai darbība, kas tiek īstenota kādā no četriem tautsaimniecības vai nozaru sektoriem: (1) primārajā (izejvielu); (2) sekundārajā (izejvielu pārstrāde, apstrāde); (3) terciārajā (pakalpojumi) un (4) kvartārajā (augstas tehnoloģijas un zinātniskā pētniecība) (Business Dictionary, n.d.)¹⁸. Tūrisma industrija ir terciārais sektors, kura attīstība iekļauj izmaksas, ko rada valsts, biznesa struktūru un trešo personu aktivitātes (Stynes, b.g.)¹⁹.

● **Piekrastes teritorija**

Eurostat piekrastes teritorijas definē kā pašvaldības, kas robežojas ar jūru vai kurām ir puse teritorijas 10 km attālumā no krasta līnijas (Eurostat 2017)²⁰.

¹⁵Barcelona Field Studies Centre (2018). Tourism Multiplier Effect. Retrieved: <https://geographyfieldwork.com/TouristMultiplier.htm> Access: 26.06.2019.

¹⁶Datubāze AkadTerm (2019). Definīcija noplūde. leakage Retrieved: <http://termini.lza.lv/term.php?term=nopl%C5%ABde&list=nopl%C5%ABde&lang=LV> Access: 26.06.2019.

¹⁷ *Tūrisma ekonomiskā nozīmīguma novērtēšana Latvijas nacionālo parku reģionos*. Promocijas darbs. Jelgava, LLU. 186 lpp.

¹⁸ Business Dictionary n.d.Defination. Economic sector. Retrieved: <http://www.businessdictionary.com/definition/economic-sector.html> Access: 12.06.2019.

¹⁹ Stynes, D.J. (n.d.). Economic Impacts of Tourism. Retrieved: <https://msu.edu/course/prr/840/econimpact/pdf/ecimpvol1.pdf> Access: 14.06.2019.

²⁰ Eurostat (2017). Coastal region definition. Retrieved: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Glossary:Coastal_region https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Territorial_typologies_manual_-_coastal_regions#Classes_for_the_typology_and_their_conditions Access: 14.06.2019.

EKONOMISKĀS IETEKMES VĒRTĒŠANAS METODES

Lai atbalstītu tūrisma lēmumus, tiek izmantotas dažādas ekonomiskās vērtēšanas metodes. Šīs pašas metodes var izmantot jebkurai politikai vai darbībai, bet šajā darbā tie tiek definēti tūrisma kontekstā.

Aprakstošā pētījuma metode (<i>Descriptive Research Method</i>) (DRM)	➤	Metode sniedz kopskatu un aprakstu, izmantojot primāros un sekundāros datu avotus (Babbie, 1992). Tā ir izmantojama, lai izceltu ekonomisko vērtību un problēmjautājumus, kas būtu jārisina.
Izmaksu – ieguvumu metode (<i>Inputs and Outputs Method</i>) (IO)	➤	Metode nodrošina iespēju noteikt naudas plūsmu starp uzņēmumiem, organizācijām un patērētājiem. Orientēta kopīgo un atsevišķu apmeklētāju socioloģisko grupu un to skaita noteikšanu un tml. (Gordon, et al., 2006).
Nosacītā vērtēšanas metode (<i>Contingent Valuation Method</i>) (CVM)	➤	Izmantojama apkārtējās vides un tūrisma vērtības noteikšanā. Ar CVM metodi tiek noskaidrots, cik gatavi patērētāji maksāt par precī vai pakalpojumu (Lindsey, Knaap 1999; Navrud, 2002; Bateman et al., 2006).
Izvēles modelēšanas metode (<i>Choice Modeling Method</i>) (CMM)	➤	Šo metodi var izmantot apkārtējās vides labuma un cenas noteikšanā. Ar CMM modeli var noteikt, kā atsevišķs cilvēks var reaģēt noteiktās situācijās (Harrison, 2006; Thiene et al., 2009).
Vēlme maksāt (<i>Willingness to Pay Method</i>) (WTP)	➤	Metode tiek piemērota, pētot tūrisma resursus, un tā ietver aptaujas metodes, lai apkopotu informāciju par izvēli jeb vēlmi maksāt, ko savukārt izmanto, lai noteiktu tūrisma resursu ekonomisko vērtību (Santagata et al., 2002; Willis, 2002).
Ceļojumu izmaksu metode (<i>Travel Cost Method</i>) (TCM)	➤	Metode tiek piemērota vides produktu vērtēšanai, ņemot vērā braukšanas laiku un ceļa izdevumus. TCM paļaujas uz pieņēmumu, ka indivīda kopējie izdevumi, apmeklējot izklaides objektu, atspoguļo tā gatavību maksāt par vizīti (Clawson, 1959, 1966; Haab, 2002).
Aktīvu vērtību analīzes metode (<i>Shareholder Value Analysis Method</i>) (SVAM)	➤	SVA metode tiek izmantota, pamatā vērtējot uzņēmumus. Metodi iespējams izmantot tūrisma vērtības noteikšanai intensīvi izmantojamiem objektiem (Paul et al., 2002; Parks Agency, 2006; Harnik et al., 2009)
Vērtību pārneses metode (<i>Value Transfer Method</i>) (VTM)	➤	Vērtību pārneses metode tiek izmantota, vērtējot, t.s., vides preces. Iespējama pakalpojumu vērtību pārnese (Navrud, 2004; Navrud, Ready, 2007).

Ekonomiskās ietekmes pētījumos bieži iekļauta pieprasījuma analīze. Citos gadījumos pieprasījums tiek uzskatīts par eksogēnu un analīze vienkārši novērtē ietekmi, ja konkrētais apmeklētāju skaits ir piesaistīts teritorijai. Visaptverošā ekonomiskās ietekmes novērtējumā jāpārbauda fiskālā ietekme, kā arī sociālā un vides ietekme. Jāapzinās, ka ekonomiskās ietekmes analīze pati par sevi ir diezgan šaurš un bieži vien vienpusējs pārskats par tūrisma ietekmi. Pozitīvi, ka tūrisma ekonomiskās ietekmes pētījumos tiek akcentētas tūrisma priekšrocības. No otras puses, vides, sociālie, kultūras un fiskālās ietekmes pētījumi ir vairāk vērsti uz negatīvo tūrisma ietekmi. No vienas puses tūrisma ietekme uz ekonomiku var būt negatīva (piemēram, sezonālitate un zemākas algas), turpretim no otras – daudzos gadījumos to pavadā pozitīva ietekme uz vidi un/vai sociālo jomu, piem., dabas un kultūras resursu aizsardzība un tūristu un vietējo iedzīvotāju izglītības vai kvalifikācijas pieaugums.

Ekonomiskās ietekmes aprēķins (*Economic Impact Assessment (EIA)*) norāda uz izmaiņām saimnieciskajā darbībā, kas radusies dažu darbību rezultātā. EIA noteiks, kuras ekonomikas nozares gūst labumu no tūrisma un novērtē radušās ienākumu izmaiņas nodarbinātību reģionā. Ekonomiskās ietekmes novērtēšanas

procedūras nenovērtē ekonomisko efektivitāti. Atkarībā no nepieciešamo problēmu risinājuma tiek veikts ekonomiskās ietekmes novērtējuma analīzes paplašinājums.

EIA atbild uz galveno jautājumu – **kāds ir tūrisma ieguldījums reģiona ekonomikā?** un norāda uz izdevumiem, kas saistīti ar tūrismu, lai noteiktu pārdošanas, ienākumu, nodokļu un darbavietu izmaiņas tūrisma dēļ. Galvenās metodes šeit ir tūristu un apmeklētāju izdevumu apsekojumi, resp., primārie dati, to analīze, sekundārie dati – valsts ekonomikas statistika, economic base models, input–output models.

Datu iegūšanas metodes – aptaujas, intervijas, sekundārās statistikas avotu un dokumentu kontentanalīze (Stynes, b.g.; Jegere, b.g.)²¹. Metodes principi pētījumā ir piemērojami, jo ietver tai raksturīgākos indikatorus, kuru vērtības ir noskaidrojamas Kurzemes daļas teritorijas tūrists un apmeklētājs interviju un sekundārās statistikas atlases rezultātā RETROUT pētījumā. Metodoloģiskās pieejas adaptējamas, kas izmantotas līdzīgos pētījumos Latvijā (Berzina & Grizane, 2011²²; Bērziņa, 2012²³; Bērziņa, Grizāne & Jurgelāne, 2014²⁴) un ārvalstīs, piem., Somijā vai Karību jūras salās (Martinique and The Bahamas), kur recreational fisheries EIA pētniecībai starptautiskā kontekstā ir nozīmīga prakse (Kauppila & Karjalainen, 2012²⁵; FAO, 2016).²⁶

Visbiežāk EIA tiešās ietekmes aprēķināšanai tiek noteikti vidējie izdevumi dienā vienam tūristam/apmeklētājam, kas tiek reizināti ar kopējo apmeklētāju skaitu gadā. Netiešās un izraisītās ietekmes aprēķinos nepieciešami dati par teritorijas uzņēmējdarbību, nodarbinātību tūrismā (Vogelsong & Graefe, 2001)²⁷. Somijas pētnieki līdz 2010.gadam lietoja input-output analīzes atvasināto t.sauc. *Nordic Model* metodoloģiju, kad novērtējuma rezultātā ir jāuzzina apmeklētāju skaits un demogrāfija, ceļotāju izdevumu apjoms, struktūra un iespaids uz teritorijas nodarbinātību un ienākumiem (Huhtala, Kajala & Vatanen, 2010²⁸; Stynes, n.d.).

Konkrētam pētījumam vispiemērotākais būtu Stainsa (Stynes b.g.) tūrisma ekonomiskās ietekmes noteikšanas darba secība ar dažām modifikācijām*:

- (1) identificēt pētījuma teritoriju;
- (2) identificēt pētījuma problēmas;
- (3) definēt pētījuma mērķi(-us);
- (4) definēt pētījuma jautājumus:
 - (4.1) Cik naudas tērē makšķernieki apmeklējot konkrēto teritoriju;
 - (4.2) Kāda ir makšķernieku izdevumu proporcija pa identificētajām tautsaimniecības nozarēm;
 - (4.3) Cik darbavietu nodrošina makšķerēšanas tūrisms teritorijā;

²¹ Jegere, S. (b.g.). Kultūras pasākumu centru ekonomiskās ietekmes novērtējuma metožu un modeļu analīze un izvēle. Pieejams: http://www.turiba.lv/komunikacijas_2009/pages/Jegere_lv.html Access: 14.06.2017.

²² Berzina, I., Grizane, T. (2011). *Economic Impact of Tourism in Kemer National Park*. In: Economic Science for Rural Development: Proceedings of the International Scientific Conference: Resources and Education, No 25, Jelgava: LUA, pp.75-80.

²³ Bērziņa, I. (2012). *Tūrisma ekonomiskā nozīmīguma novērtēšana Latvijas nacionālo parku reģionos*. Promocijas darbs. Jelgava, LLU. 186 lpp.

²⁴ Bērziņa I., Grizāne T., Jurgelāne, I. (2014). The Tourism Service Consumption Model for the Sustainability of the Special Protection Areas. In: ICTE in Regional Development 2014, December 2014, Vol.43, Valmiera, Latvia, Elsevier: *Procedia Computer Science*, pp.62-68.

²⁵ Kauppila, P., Karjalainen, T. (2012). A process model to assess the regional economic impacts of fishing tourism: A case study in northern Finland. *Fisheries Research*, Vol.127-128, pp.88-97.

²⁶ FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) (2016). *Recreational fisheries economic Impact Assessment manual and application in two Study cases in the Caribbean: Martinique and Bahamas*. Bridgetown: Barbados, 118 p.

²⁷ Vogelsong, H., Graefe, A.R. (2001). Economic Impact Analysis: A Look at Useful Methods. *Parks & Recreation* (Ashburn) Vol.36, No.3, pp.28-36.

²⁸ Huhtala, M., Kajala, L., Vatanen, E. (2010). Local economic impacts of national park visitors' spending in Finland: The development process of an Estimation. Retrieved: <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2010/mwp149.pdf> Access: 14.06.2017.

*detalizētāk šīs modifikācijas apskatītas metodoloģijas izstrādātajos soļos.

- (4.4) Cik lieli ir tūrisma ģenerēti ieņēmumi no nodokļiem;
- (5) datu ieguve aptaujās, intervijās u.c. avotos;
 - (6) makškerēšanas tūrisma pieprasījuma apjoma aprēķins;
 - (7) reģionālās ekonomiskās ietekmes aprēķins;
 - (8) pētījuma rezultātu analīze, interpretēšana un prezentēšana (Stynes, b.g.).

Galvenie indikatori tūrisma ekonomiskās ietekmes noteikšanai:

- (1) makškerēšanas tūrisma pieprasījuma aktivitāte (makškerieku skaits, uzturēšanās ilgums, pārdošanas apjoms u.c.);
- (2) makškerieku izdevumu apjoms un struktūra;
- (3) piedāvājums (uzņēmējdarbības apjoms un raksturs, izdevumi nodokļos, naudas līdzekļu noplūde, IIN (leakages) (Wells, 1997²⁹; Stynes, b.g.; Determining the Local..., 2011³⁰; Mayer, N. & Mayer, D, 2015³¹).

Pētījumā izmantota vērtību pārneses metode, konkrēti, Tiešās izvēles metode, kura ļāva izmantot datus, kas iegūti aptaujās. Vērtību pārneses metodei ir vairāku vērtību pārneses pieejas. Tāpat izmantota skaitlisko vērtību pārneses, kas parasti balstās uz vidējo vērtību vai vērtību intervāla pārnesi no pētījuma situācijas uz hipotētisko situāciju.

²⁹ Wells, M.P.(1997). Economic Perspectives on Nature Tourism: Conservation and Development. The World Bank. Retrieved: <http://documents.worldbank.org/curated/en/478461468741359434/Economic-perspectives-on-nature-tourism-conservation-and-development> Access: 14.06.2019.

³⁰ Determining the Local Economic Impact of Tourism [tiešsaiste]: VisitBritain un Tourism Together kopīga mājas lapa. Retrieved: https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/England-documents/2_eco_impact.pdf act+of+Tourism#Why%20measure%20economic%20impact%20at%20local%20level Access: 24.06.2019.

³¹ Mayer, N. & Mayer, D. (2015). The role and impact of tourism on local economic development: A comparative study. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance*, Vol.21 (1), pp.197-214.

1. PROJEKTA PRASĪBAS

Ņemot vērā, ka metodoloģijas izstrāde ir cieši saistīta ar INTERREG programmas projekta “Baltijas jūras reģions kā makšķerēšanas tūrisma galamērķis un tā attīstība, veicināšana un ilgtspējīga pārvaldība” šajā nodaļā uzsvērti programmas virsmērķi, kopīgo veicamo darbu secība un laika periodi, teritoriālais pārklājums, ka arī metodoloģijas pasūtītāja dotie uzdevumi.

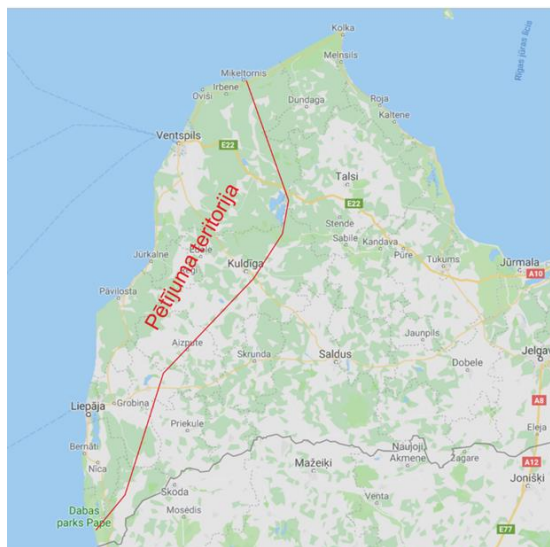
Mērķi un uzdevumi

INTERREG programmas projekta “Baltijas jūras reģions kā makšķerēšanas tūrisma galamērķis un tā attīstība, veicināšana un ilgtspējīga pārvaldība” jeb RETROUT (Nr. R065) mērķi / uzdevumi:

- attīstīt un popularizēt Baltijas jūras reģionu kā piekrastes makšķerēšanas tūrisma galamērķi;
- fokusēties uz jūras taimiņu kā piekrastes makšķerēšanas tūrisma produktu;
- attīstīt ilgtspējīgas un efektīvas apsaimniekošanas vadības metodes orientētas uz jūras taimiņiem;
- stiprināt Baltijas jūras reģiona makšķerēšanas tūrisma pārvaldības ietvaru.

Pētījuma teritorija

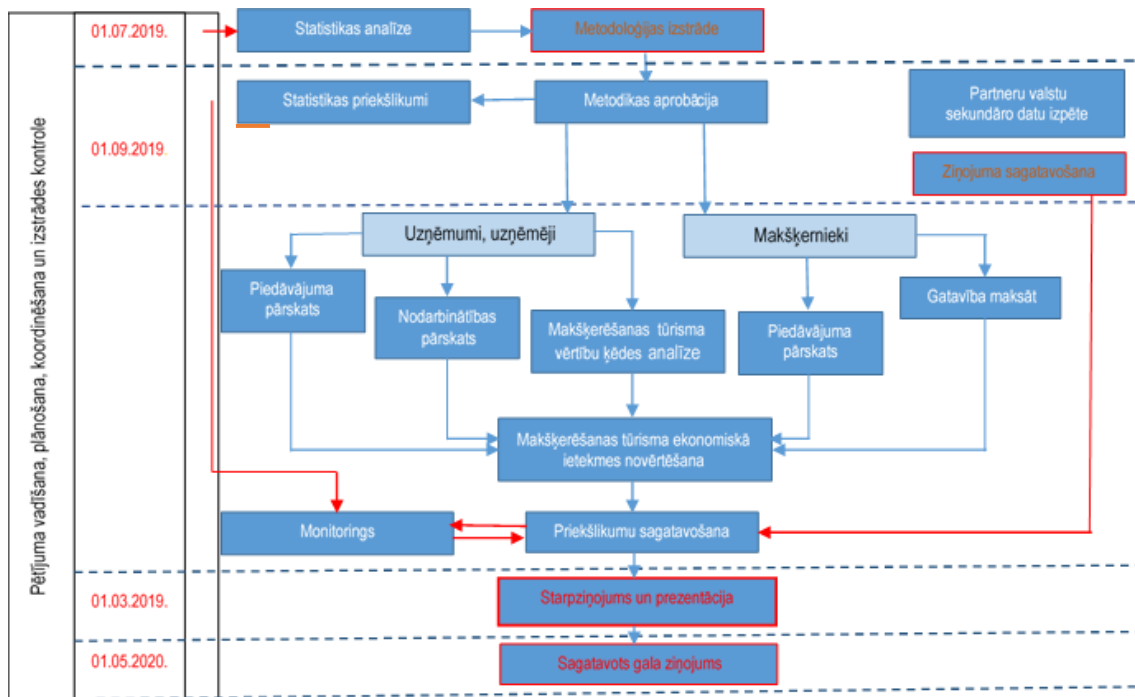
Darba uzdevumā noteiktā šāda pētījuma teritorija (1.att.): Kurzemes daļā tā aptver Baltijas jūras piekrasti no Papes līdz Irbes upes ietekai jūrā, sauszemē iesniedzoties līdz Papes, Liepājas, Durbes, Tāšu, Usmas ezeram.



1.att. Pētījuma uzdevumā noteiktā Kurzemes daļas teritorija

Pētījuma struktūra

RETROUT pētījuma struktūrplāns parāda veicamo darbu secību un izpildes laika periodus.



2. att. Pētījuma “Makšķerēšanas tūrisma ietekmes uz reģionālo ekonomiku” struktūrplāns

Pasūtītāja izvirzītie darba uzdevumi:

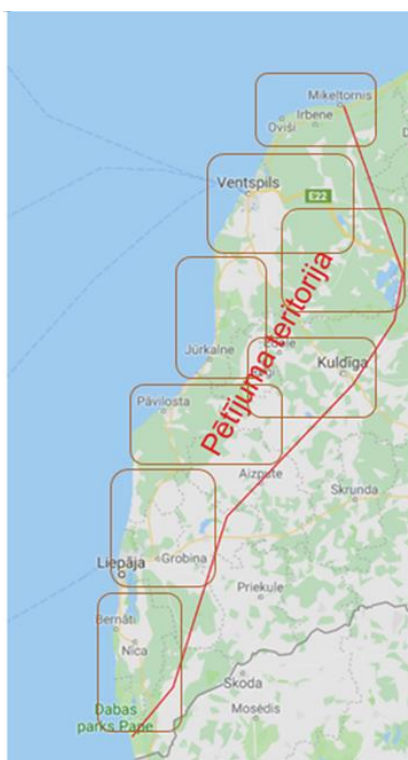
1. Novērtēt makšķerēšanas tūrisma kopējo ekonomisko ietekmi pētījuma teritorijā;
2. Noteikt tās nozares, kam ir potenciāls tikt iesaistītām makšķerēšanas tūrismā;
3. Izteikt priekšlikumus, kā veicināt nozares iesaistīšanu makšķerēšanaš tūrismā;
4. Noskaidrot, kāda ir faktiskā nodarbinātība makšķerēšanas tūrismā Kurzemes reģionā;
5. Veikt makšķerēšanas tūrisma vērtību ķēdes analīzi;
6. Izstrādāt priekšlikumus makšķerēšanas tūrisma ieguldījuma palielināšanai reģionālajā ekonomikā.

2. MAKŠĶERĒŠANAS TŪRISMA IETEKMES UZ REĢIONĀLO EKONOMIKU METODOĻIJAS SOĻI

Makšķerēšanas tūrisma ietekmes uz Kurzemes reģionālo ekonomiku mērīšanai, līdzīgi Stainsa (Stynes b.g.) ieteikumiem, pētījums strukturēts vairākos darbību soļos par pētāmās teritorijas makšķerēšanas tūrismu, makšķerēšanas tūrisma subjektu – makšķerēšanu, gan tiešām, gan netiešām tūrisma pakalpojumu nozarēm, ieguldījumiem tūrismā, izdevumiem tūrisma administrēšanā un pētījuma galvenā mērķa sasniegšanai – makšķerēšanas tūrisma ekonomiskās ietekmes uz Kurzemes reģionu noskaidrošanai. Metodoloģijas aprakstā pievērsta uzmanība specifiskākām detaļām, kam būtu jāpievērš uzmanība, veicot makšķerēšanas tūrisma izpēti nākotnē. solis

2.1. 1. solis – PĒTĀMĀS TERITORIJAS NOTEIKŠANA

Darba uzdevumā noteiktā Kurzemes daļas pētījuma teritorija (sk.1.att.) ir pietiekoši plaša, tādēļ izpētes konkretizācijas nolūkos tā provizoriski iedalīta astoņos (3.att.) teritorijas fragmentu kvadrantos.



3.att. Pētījuma teritorijas sadalījums kvadrantos

Tomēr metodoloģijas aprobēšanas laikā, konstatējot nepieciešamību pēc pētījuma teritorijas fragmentu kvadrantu citāda dalījuma – tas bija maināms uz septiņiem teritorijas izpētes kvadrantiem.

Šajā pētījumā termins "reģions" galvenokārt attiecas uz subreģiona līmeņa vienību, kas atbilst pētījuma uzdevumā nospraustai teritorijai, tomēr tūrisma klasteru saite plešas ārpus pētījuma teritorijas un iegūtie dati dod iespēju veikt provizorisku aprēķinu uz visi reģionu.

2.2.2. solis – PĒTĪJUMA TERITORIJAS RAKSTUROŠANA

Pētījuma teritorijas raksturošanai jāveic kopīga ģeogrāfiskā un sociālekonomiskā izpēte, apraksts un jāizstrādā katra konkrētā kvadranta teritorijas specifiskasi apraksts. Pētījuma teritorijas raksturošanai nepieciešams uzskaitīt pētījuma teritorijā ietilpstošos novadus, nosakot jūras piekrastei cieši pieguļošos un tos, kas tiem piekļaujas. Svarīgi atzīmēt katra novada (ja tāds ir) jūras līnijas garumu un veikt reģiona piekrastes teritoriālo vienību raksturojumu. Pētījuma uzdevumu mērķa sasniegšanai jānosaka faktiskā nodarbinātība makšķerēšanas tūrismā, tādēļ ir jāizpēta reģiona statistikas dati un apstākļi, kas to ietekmē (iedzīvotāju blīvums, demogrāfiskie dati un citi sociālekonomiskie rādītāji, pēc pētījuma mērķa sasniegšanas nepieciešamības). Svarīgi ir noskaidrot uzņēmējdarbības attīstības veicinošo fonu, kas palīdz attīstīties reģionam (infrastruktūra – ceļi, transports, IT attīstība un pašvaldību atbalsts). Informācijas izpētei izmantojami arī pasaules, Eiropas un Latvijas Centrālās Statistikas pārvaldes (CSP) dati, Valsts kases, Valsts ieņēmumu dienesta (VID), Nodarbinātības valsts aģentūras (NVA), Zemkopības ministrijas (ZM), Labklājības ministrijas (LM), Iekšlietu ministrijas (IeM) un Valsts zemes dienesta (VZD) un citi ar izpētes tēmu saistīti, pieejami dati. Savukārt makšķerēšanas tūrisma kopējās ekonomiskās ietekmes analīzei ir svarīgi noskaidrot iedzīvotāju ienākumu nodokļa ieņēmumus, darbinieku mēneša vidējās bruto samaksas statistiku pašvaldībās. Nosakot faktisko nodarbinātību makšķerēšanas tūrismā, jāņem vērā arī makšķerēšanas tūrisma specifika un sezonālā ietekme.

2.3.3. solis – MAKŠĶERNIEKU RADĪTAS EKONOMISKĀS IETEKMES NOVĒRTĒŠANA MAKŠĶERĒŠANAS TŪRISMĀ

Šai sakarā ir jāveic vispusīga analīze, noskaidrojot makšķernieka piederību noteiktai grupai, demogrāfiskos datus, izdevumus makšķerēšanas tūrismam, paradumus, paralēli noskaidrojot tūrisma pakalpojumu piedāvājumu, makšķernieku vēlmes un gatavību maksāt par pakalpojumiem (2.att.).

● **Nosakot mērķauditorijas (visu makšķernieku) raksturu, noskaidrojams:**

- 1) kas ir/nav rezidenti;
- 2) kas ir saldūdens makšķernieki;
- 3) kas ir sāļūdens makšķernieki;
- 4) kas ir saldūdens un sāļūdens makšķernieki.

Veicot aptauju, tiek noskaidroti makšķerēšanas tūrisma personu demogrāfiskie dati: dzimums, vecums, izcelsmes vieta, aptuveno ikgadējo mājsaimniecības ienākumu (*approximate annual household income*) apjoms.

Ieteicams noskaidrot profesiju. Gadījumā, ja nav iespēja uzzināt ikgadējo mājsaimniecības ienākumu, pastāv iespēja izmantot sekundāros datus – valsts vidējās nozares algas samaksu.

Turpmāk tiek uzskaitīti anketas jautājumi un ieteicamie izpētes ceļi – **jautājumi anketās un to skaidrojumi.**

Anketas jautājumus sagrupēt šādās kategorijās:

1. Makšķerēšanas paradumi
2. Makšķerēšanas rīki
3. Apģērbs un citi izdevumi
4. Ceļa izdevumi
5. Izmitināšana
6. Ēdināšana
7. Izklaide
8. Demogrāfiskie dati

1. Makšķerēšanas paradumi

- 1.1. Cik reizes un kādā gada laikā dodaties makšķerēt?
- 1.2. Cik ilgi (dienas)?
- 1.3. Kādam makšķerēšanai dodat priekšroku? (sālsūdens (*saltwater*); saldūdens (*fresh water*); abiem (*both*))
- 1.4. Vēlamais zvejas laiks? (rīts (*morning*); pusdienas laiks (*lunch time*); vakars (*evening*); rīts, pusdienas laiks (*morning, lunch*); rīts, vakars (*morning, evening*); pusdienas laiks, vakars (*lunch, evening*); viss (*all time*)).
- 1.5. Vai laika apstākļi ietekmē Jūsu makšķerēšanas paradumus? (jā (*yes*); nē (*no*); daļēji (*partly*)).
- 1.6. Kurai zvejas vietai dodat priekšroku?
- 1.7. Apmeklējuma galvenais mērķis? (makšķerēšana (*angling, recreational fishing*); atpūta (*rest*); abi (*both*)).
- 1.8. Kādam zivju sugai dodat priekšroku? (viss (*everything*); bite (*flounder*); līdaka (*pike*); vimba (*vimba*); zandarts (*pike-perch*); asari (*pike*); līnis (*tench*); karūsa (*crucian*); vējzivs (*garfish*); breksis (*bream*); salaka (*smelt*)).
- 1.9. Kāds ir Jūsu vidējais loms? (kg)
- 1.9.a. Kāds ir Jūsu vidējais loms? (gb.)

● Nosakot makšķernieku izdevumu grupas, noskaidrojams:

1) aprīkojums un izdevumi, kas nav saistīti ar ceļojumu – izdevumi par makšķerēšanas piederumiem, laivas, piekabes, apģērba, regulāras laivas uzturēšanas izdevumi un citas preces un pakalpojumi, kas nav iegādāti kā daļa no konkrēta zvejas reisa.

2) ceļojuma izdevumi – par viesnīcas, ēdieniem, pārtikas precēm no pārtikas preču veikaliem un restorāniem, ceļojumi (biļetes, aviobiļetes, auto noma, benzīns u.c), zvejas ceļveži, laivu un rīku noma un tamlīdzīgi makšķernieku izdevumi, lai ceļotu uz/no galamērķa, un pakalpojumiem vienreiz uz zvejas vietu. Ceļojuma izdevumi

ietver arī suvenīrus un priekšmetus, kas iegādāti ceļojuma laikā apmeklējot zvejas dēļ noteikto reģionu. Iegūstot šos datus tiks noskaidrota arī ceļojuma transporta izvēle.

2. Makšķerēšanas rīki

- 2.1. Jūsu zvejas rīku aptuvenas izmaksas?
- 2.1a Jūsu zvejas rīku aptuvenas izmaksas vispār (kas atrodas mājā)?
- 2.2. Vai nomājāt ta laivu? Kādas izmaksas?
- 2.3. Vai jums ir sava laiva? Cik tā maksāja?
- 2.4. Vai Jūms ir laivas pārvadāšanas piekabe? Cik tā maksāja?
- 2.5. Vai Jūs nomājāt laivu pārvadāšanas piekabi? Cik izmaksāja noma?
- 2.6. Vai Jūs izmantojāt makšķerēšanas gida pakalpojumus? Cik par to maksājāt?

3. Apģērbs un citi izdevumi

- 3.1. Cik aptuveni izmaksā Jūsu makšķerēšanas apģērbs?
- 3.2. Kur iegādājāties licenci? Cik par to maksājāt? (internet (*internet*); veikalā (*shop*); benzīntankā (*gas station*); uz vietas (*on the spot*); gadam (*for a year*).
- 3.3. Vai bija papildus izdevumi saistīti ar braucienu uz makšķerēšanas vietu? Cik?

4. Ceļa uzdevumi

- 4.1. Ar kādu transportu atbraucāt? (auto (*car*); kempers (*motorhome*); autobuss (*bus*); mikrobus (*vans*); cits (*other*).
- 4.2. Cik degvielas patērējat šajā braucienā?

5. Izmitināšana

- 5.1. Kādām naktsmītnēm dodat priekšroku? (kempings (*camping*); viesumājas (*quest home*); brīvdienu māja (*holiday home*); atpūtas bāze (*recreation base*); jauniešu mītne (*youth hostel*); kemperis (*camper*); hostelis (*hostel*); viesnīca (*hotel*); telts (*tent*); citi (*other*).

6. Ēdināšana

- 6.1. Kad esat zvejā, kādai ēdināšanas iestādei dodat priekšroku? (kafejnīca (*cafe*); krogs (*pub*); cits (*other*).
- 6.2. Cik apmierināti esat ar ēdināšanas iestāžu darbu? (novērtēt Likerta vērtēšanas skalā) Pētījumā tika vērtēt 10 ballēs!
- 6.3. Ja paši gatavojat, kur pārkat produktus? (makšķerēšanas vietas tuvumā (*recreational fishing nearby*); zvejnieku ciemā (*fishing village*); veikalā (*in the market*)*; pa ceļam (*along the way*); vedat no mājām (*from home*).

* Precizēt, kurā vietā respondenti iepērkas veikalos (savā mītnes vietā vai pētījuma teritorijā).

- 6.4. Cik EUR vidēji tērējat ēšanai zvejas dienā?

7. Izklaide

- 7.1. Vai bez makšķerēšanas Jūs savu laiku izmantojat arī citām atbūtas aktivitātēm? (dabas takas (nature trails); burāšana (sailing); kaiti burāšana (kiteboarding); peintbols (paintball); pirts apmeklējums (visit sauna); putnu vērošana (bird watching); riteņbraukšana (cycling); ūdens motocikls (waterbike); vēja dēlis (wind board); zirgu izjādes (horse rides); citi pasākumi (other activities); neizmantoju (not using).
- 7.2. Cik tērējat šādām izklaidēm?
- 7.3. Vai esat apmierināti ar piedāvātām izklaidēm? (novērtēt Likerta vērtēšanas skalā)

8. Demogrāfiskie dati

Makšķerēšanas tūrisma subjekta novērtēšanai paredzēt šādus anketas jautājumus:

1. No kurienes atbraucāt?
2. Dzimums
3. Vecums
4. Cik personu ir Jūsu ģimenē?
5. Kāda ir Jūsu profesija?
6. Mājsaimniecības aptuvenie ienākumi (*approximate annual household income*) (EUR)? (anketētāju izvēle jautāt: 1) visai mājsaimniecībai vai makšķernieka devumam mājsaimniecībai; 2) mēnesī vai gadā).

Darba uzdevuma izpildei jāveic makšķernieku un makšķerēšanas pakalpojumu sniedzēju – uzņēmēju aptauja, intervijas makšķernieku vai makšķerēšanas tūrisma pakalpojumu sniedzēju koncentrācijas vietās.

Metodoloģijas aprobācijā primāro datu ieguvei – tūrisma uzņēmēju un makšķernieku anketēšanai, iekļauti 100 respondenti. Konkrētajā pētījumā, 2019.gadā augustā un septembrī) ir veikta makšķernieku (n = 65) un uzņēmēju (n = 35) aptauja. Ņemot vērā makšķerēšanas tūrisma specifiku, ieteicams makšķernieku aptaujas vietu un laiku izvēlēties, balstoties uz makšķernieku ieteikumiem un interneta vietnēs pieejamām laika apstākļu un makšķerēšanas apstākļu aktuālām ziņām. Piem., sekojot informācijai interneta vietnē <https://www.copeslietas.lv/> un Latvijas vides, ģeoloģijas un meteoroloģijas centra (LVĢMC) laika apstākļu vietnei <https://www.meteo.lv/laiks/?nid=322> un Jūras datu portālam <http://marine.meteo.lv/>.

Jāņem vērā, ka makšķernieku koncentrēšanās konkrētās vietās atkarīga no daudziem vēja stipruma, temperatūras, jūras straumēm, kas nosaka jūras zāļu esamību, diennakts laika un, protams, pašu zivju esamības.. Anketētāju izvēle ir kurus makšķerniekus anketēt, vai tikai tos, kas makšķerē no krasta, vai arī tos, kas to dara no laivas. Pēdējie ir ne vienmēr sasniedzami, vai arī tos var anketēt pirms došanos (ezerā, upā vai jūrā) ūdeņos, vai pēc atgriešanos, kas ne vienmēr atbilst anketētāju maršruta laika grafikam, bet tomēr būtu ieteicams. Tā kā makšķerniekiem bieži ir ģimenes locekļi, kas nemakšķerē, bet ietelmē citu tūrisma aktivitāšu izmantošanu, būtu ieteicams iegūt šo informāciju nākotnes aptaujās papildus.

Ņemot vērā, ka ne vienmēr tiek atbildēts vai arī netiek sniegtas tiešas atbildes, pētījumā, informācijas 'robu' aizpildīšanai, ir izmantojami sekundārie dati, piem., nosakot makšķernieku ienākumus mēnesī vai gadā – pēc profesijas darba samaksas nozarē vidēji valstī. Tomēr, ja atsevišķos gadījumos to nav iespējams identificēt, tad

neiegūtais atbilžu skaits no aprēķiniem ir jāizslēdz. Tā piemēram, metodoloģijas aprobācijas laikā RETROUT pētījumā bija jāizslēdz plānotais 7.kvadrants, jo Ventas upes krastos Kuldīgā netika sastapti makšķernieki un šis kvadrants aprēķinos netika ņemts vērā.

Aptaujas jautājuma grupā *Ceļa izdevumi* ir divi ceļi, lai noskaidrotu transporta līdzekļu vai cita pārvietošanas veida izvēli makšķerēšanas galamērķa sasniegšanai. Pirmais ir jautāt respondentam, bet otrais – anketētajam to noteikt vizuāli. Nobrauktā attāluma (km) noteikšanai ieteicams izmantot interneta rīkus, piem., vietnē <https://www.google.lv/maps>. Vietējo makšķernieku ceļa attālumu līdz galamērķim, ko tie veic ar kājām vai vieglo automašīnu, pieņem kā vidējo, noskaidrojot no vietējiem iedzīvotājiem vai interneta. Veikto attālumu ar sabiedrisko satiksmes transportu aprēķina līdzīgi kā ar automašīnu. Kopējais ceļa garums uz makšķerēšanas galamērķi noteikts, aprēķinot ceļu turp un atpakaļ, tāpat arī patērētais degvielas daudzums.

Jautājumu grupā *Makšķerēšanas rīki* tiek iegūtas atbildes par to aptuvenām izmaksām (uz vietas un aprīkojumam, kas atstāts mājās), par laivas, tās pārvadāšanas piekabes esamību, izmaksām vai nomu, ka arī par makšķerēšanas gida pakalpojumu izmantošanu un izmaksām, ja tāds ir.

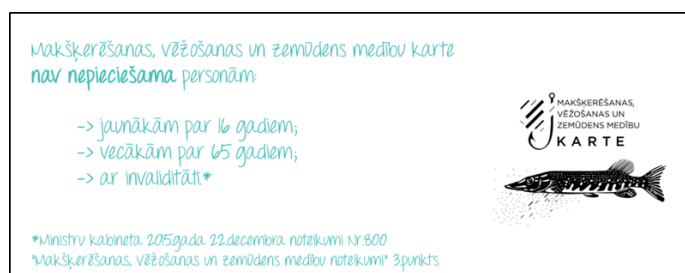
Līdzīga aptaujas tehnoloģija arī jautājumu grupā *Apģērbs*. Veicot aptauju secināts, ka šajā grupā ietvertie jautājumi par licences un makšķerēšanas kartes, kā arī papildus izdevumiem saistībā ar braucienu uz makšķerēšanas vietu turpmāk ieteicams veidot kā atsevišķa jautājumu grupa.

Jautājumu grupā *Ēdināšana* – noskaidrojot vietas, kur makšķernieki pirkuši pārtikas produktus un cik par tiem tērējuši nepieciešams precizēt veikala atrašanās vietu, lai pārliecinātos, ka tas atrodas pētījuma teritorijā un iespaido makšķerēšanas tūrisma izdevumu pozīciju.

Jautājumu grupā *Izklaide* nepieciešamības gadījumā ir jākorģē ietverti dažādi tūrisma pakalpojumi atšķirībā no šajā pētījumā iekļautajiem (dabas takas, burāšana, kaiti burāšana, peintbols, pirts apmeklējums, putnu vērošana, riteņbraukšana, ūdens motocikls, vēja dēlis, zirgu izjādes un citi pasākumi).

Kopumā jācenšas samazināt respondentu neatbildētās atbildes. Vēl kāda svarīga atziņa – anketās pietrūka trīs jautājumi par vēlmi maksāt (1) ēdināšanā, (2) izmitināšanā un (3) izklaidēs. Tādēļ, veicot aptauju, respondentiem papildus tika jautāts, cik viņi būtu gatavi par tiem maksāt.

Salīdzinot ar iepriekš izstrādāto metodoloģiju, bija nepieciešamība koriģēt arī rezidentu un nerezidentu makšķernieku izdevumu kategorijas. Tādēļ aptaujā ietverta izdevumu kategorija *Papildu izdevumi*, kas varēja būt piem., izdevumi par zivju ēsmu. Anketā jautājumus par licenci un makšķerēšanas karti būtu jāietver arī šajā kategorijā. Pētījumā dati par licenci un makšķerēšanas karti tika aprēķināti kā vienoti izdevumi. Aprēķinos ņemti vērā makšķerēšanas noteikumi par personas vecuma ierobežojumiem karšu iegādē (4. att.).



4.att. Makšķerēšanas kartes iegādes vecuma ierobežojumi ³²

³² Pieejams: <https://www.makskeresanaskarte.lv/products>

Kopējo makšķernieku izdevumu aprēķināšanai izmantot šādu (1.) formulu:

$$\text{TAEX} = \text{NA} \times \text{Average FishDay} \times \text{Average EUR/day} \quad (1)$$

kur:

TAEX – Total anglers expenditures

NA – Number of anglers*

Average FishDay – Average day fishing for anglers

Average EUR/day – Average euro spent on a day of fishing

*katra mērķa grupa tiek aprēķināta atsevišķi un izskaitļota vidējā vērtība

Nepieciešamie sekundārie dati iegūti no ārējiem avotiem, piem., LR EM, statistikas informācijas ieguves vietām, kā CSB un citiem ar nozari saistītiem informācijas avotiem. Primāro datu trūkumu aizvietošanai vai papildināšanai rīkojas līdzīgi.

Ņemot vērā, ka darba uzdevumos bija arī noteikt makšķernieku potenciālo vēlmi maksāt par makšķerēšanas pakalpojumiem un rīkiem, iegūtie dati tika iekļauti kopējos provizorisko makšķernieku izdevumu aprēķinos.

Nepieciešamie sekundārie dati tika iegūti no ārējiem avotiem, tādiem kā, piem., LR EM, statistikas interneta vietnes, kā CSB un citiem ar nozari saistītiem informācijas avotiem. Primāro datu trūkumu aizvietošanai vai papildināšanai tika ievērota līdzīga rīcības kārtība.

Atbildes grupētas pēc noteiktiem teritorijas kvadrantiem, valsts piederības (respondentiem un nerespondentiem), bet vērtību lielumi iedalīti kā vidējie, mediāna, min un max. Aprēķinos nācās izvērtēt kā tieši vērtēt vidējos lielumus? No vienas puses vidējos lielumus var reķināt pret visiem respondentiem, resp., skaitli 65, no otras – vidējo reķināt pret tiem, kas reāli atbildējuši un nosaukuši konkrētu skaitli. Metodoloģijas aprobācijas laikā veikti abi ceļi:

- (1) aprēķinus veikt kopumā visiem respondentiem visā izpētes teritorijā un vidējos – pret 65;
- (2) aprēķinus veikt katrā kvadrantā ņemot vērā respondentu skaitu ar neatbildētiem jautājumiem.

Ņemot vērā nepieciešamību salīdzināt Latvijā veiktā pētījuma par makšķerēšanas tūrisma rezultātiem ar citās valstīs veikto pētījumu rezultātiem, tiek aprēķināti arī viena makšķernieka vidējie tiešie un netiešie izdevumi uz vienu makšķerēšanas dienu, ka arī makšķernieka (rezidenta un nerizidenta) vēlme maksāt, reķinoties ar makšķernieka vidējo viena makšķerēšanas ceļojuma ilgumu.

Aprēķinot iznākumus katrā izpētes teritorijas kvadrantā, ņemts vērā respondentu skaits uz neatbildētiem jautājumiem. Piemērs – paskaidrojums: kā aprēķināt 6.kvadranta nerezidentu izdevumus par izmitināšanu (1.tab).

1.tabula

6.kvadranta nerezidentu izdevumu par izmitināšanu aprēķināšana

Izdevumi (€)	Biežums (frekvence) cik respondenti maksāja par izmitināšanu	Vērtību lielumi	Izdevumi (€)
0	1	Vidējais	31,66
15	2	mediāna	35,00
30	1	Minimums	15

40	2	Maksimums	50
50	1	Summa	190
Kopā:	7	–	–

Ja rēķinātu uz visiem 6.kvadranta nerezidentiem, tad vidējais izdevums būtu €190: septiņiem respondentiem = €27,14, bet ja rēķina uz 6, jo viens nav devis atbildi, tad €190: 6 = €31,66. Minimums (min) un maksimums (max) redzams no anketām, bet mediāna tika aprēķināta.

Mediāna, kas ir vidējais skaitļu grupas skaitlis, sadala datu kopu tā, ka puse skaitļu vērtību ir lielāka, savukārt otra puse mazākas nekā mediānas vērtība. Piemēram, skaitļu 15, 15, 30, 40,40, un 50 mediāna ir 35.

Piemēri makšķernieku (rezidentu un nerezidentu) datu aprēķiniem tiek demonstrēti nākamajās (2.tab., 3.tab., 4.tab.) tabulās:

2.tabula

1.9.a. un 1.9.b. Kāds ir Jūsu vidējais loms? (kg un gb.)

Kvadr. Nr.	Apraksts	Valsts piederība*	Svars, (kg)			Skaitis, (gb.)		
			Vidējais loms	min	max*	Vidējais loms	min	max
1.	<i>Irbe –Bušinieks</i>	R	3,83	0	15	6,74	0	50
2.	<i>Ventspils</i>	R	–	–	–	0,50	0	2
3.	<i>Usma –Puze</i>	R	2,83	0	10	2	0	12
4.	<i>Užava – Pāvilosta</i>	R	4,80	0	10	12	0	40
5.	<i>Liepāja –Durbe</i>	R	3,71	0	6	1,71	0	5
		NR	14	3	25	5	0	10
		Kopā:	17,71	3	31	6,71	–	15
6.	<i>Liepāja-Pape</i>	R	2,50	2	3	1,50	0	3
		NR	–	0	1	–	–	–
		Kopā:	2,5	2	4	1,5	–	3

Piezīme: max* lomi un skaits gb. (rekordi) ir iegūti arī citās upēs un ezeros

Makšķernieku ekonomiskās ietekmes novērtēšanai makšķerēšanas tūrismā Kurzemes reģiona izpētes teritorijas daļā, nepieciešama skaidrība, vispirms par to, kādus izdevumus makšķernieks veic mazumtirdzniecības nozarē konkrētajā teritorijā. Tā kā daļa makšķernieku tos neveic izpētes teritorijā, piem., nav zināma visu makšķerēšanas rīku iegādes vieta, tad mazumtirdzniecības nozares aprēķinos tiek veiktas šādas korekcijas:

1) tiek izmantoti makšķernieku, kuru mājvieta ir Kurzemes plānošanas reģions, atsevišķu izdevumu procentiālā attiecība pret respondentiem no citām vietām (rezidenti un nerezidenti);

2) licences un makšķernieku kartes iegādes izdevumi visiem makšķerniekiem KPR izpētes teritorijā tiek aprēķināti, balstoties uz informāciju par iegādes vietu, izslēdzot iegādi caur internetu;

3) izdevumus par produktiem aprēķina visās to iegādes vietās procentiālā attiecībā pret izdevumu pozīciju *ved no mājām* uz vienu kvadranta makšķernieku. Tādejādi izdevumi pa tautsaimniecības nozarēm izpētes teritorijā tiek koriģēti un aprēķināti, izmantojot nosacījumus, kas minēti 3.tabula.

Makšķernieku kuru izdevumi skar makšķerēšanas kvadranta teritoriju nosacījumi

Izdevumu pozīcija	Izdevumi kvadrantos (%)	Argumenti
Makšķerēšanas rīki	1.kv. – 60 4.kv. – 50 2.kv. – 40 5.kv. – 20 3.kv. – 0 6.kv. – 50	Makšķernieku-rezidentu % iedalījums. Tiek iegādāta KPR
Makšķerēšanas apģērbs	1.kv. – 39 4.kv. – 56 2.kv. – 0 5.kv. – 75 3.kv. – 82 6.kv. – 78	Makšķernieku-rezidentu % iedalījums. Tiek iegādāta KPR
Kartes un licences	–21	Visiem makšķerniekiem, izslēdzot iegādi internetā
Pārtikas produktu iegāde	1.kv. – 25 4.kv. – 100 2.kv. – 100 5.kv. – 40 3.kv. – 0 6.kv. – 100	Teritorijā dzīvojošajiem makšķerniekiem. Pārtika tiek iegādāta KPR
	No mājām – 20	Teritorijā nedzīvojošajiem makšķerniekiem. Pārtika tiek iegādāta KPR

Konkrētāk, tika pieņemts, ka makšķernieki, kas dzīvo Kurzemes plānošanas reģiona teritorijā iegādājās makšķerēšanas rīkus (gan tos, ko izmanto galamērķi, gan tos, kas atrodas mājā) šajā teritorijā. Līdzīgs pieņēmums izdarīts par makšķerēšanas apģērbu (ekipējumu). Visus šos pieņēmumus attiecina uz procentuālo vietējo makšķernieku skaitu pret pārējiem respondentiem. Izdevumi par makšķerēšanas kartēm un licencēm tiek attiecinātas uz Kurzemes plānošanas reģiona pētamo teritoriju, atskaitot iegādi internetā 21%. Savukārt nosacījums par izdevumiem par pārtikas iegādi paredz, ka pētāmās teritorijas respondenti to iegādājās šajā teritorijā, bet citiem, gan makšķerniekiem-rezidentiem, gan makšķerniekiem nerezidentiem, tiek izslēgta – 20% iegāde no mājām. Izpētes teritorijas makšķernieki aprēķināti kā procentuālais daudzums pret pārējiem respondentiem. Šajā aprēķinā iegūtos datus reizina ar vidējām makšķerēšanas reizēm gadā, resp., 29.65 (Ziņojuma 1.tabula) un ar vidējām makšķerēšanas dienām (20.tabula pētījuma Ziņojumā), tādējādi iegūstot viena makšķernieka mazumtirdzniecības nozares izdevumus gadā.

Izdevumus dienā mazumtirdzniecības nozarē dienā aprēķina pēc parauga, kas ietverts 4.tabulā. Savukārt – ceļojuma un gada periodos aprēķinā tiek mainīti tikai ēšanas un papildus izdevumi, bet pārējie – makšķerēšanas rīki; makšķerēšanas rīki (māja), makšķerēšanas apģērbs un kartes un licences izdevumi, paliek nosacīti konstatanti.

Izdevumi mazumtirdzniecības nozarē vienā dienā aprēķina paraugs (EUR)

Kvadr. Nr.	Rezidenti/nerezidenti	Apraksts	Makšķerēšanas rīki	Makšķerēšanas rīki (mājā)	Makšķerēšanas apģērbs	Papildus izdevumi	Ēšanas izdevumi	Karte un licence	Kopā
1.	R	Irbe – Bušinieks	654.996	158.2	89.84	6.27	5.15	89.84	1004.30
2.	R	Ventspils	370	0	5.98	3	0	5.98	384.95
3.	R	Usma – Puze	0	225.81	54.34	18	0	54.34	352.49
4.	R	Užava – Pāvilosta	489.58	882	15.26	25	11.25	15.26	1438.36

5.	R	Liepāja –	588.8	120	17.04	10	4.8	17.04	757.68
	NR	Durbe	0	0	7.03	7	0	7.03	21.05
6.	R	Liepāja-	1125	0	11.23	0	10	11.23	1157.45
	NR	Pape	0	0	18.56	0	0	18.56	37.12

Aprēķinot izdevumus mazumtirdzniecības nozarē gadā, makšķerēšanas rīku, gan kas ir mājā, gan uz vietas ceļojumā, tāpat makšķerēšanas ekipējums (apgērbis), mašķerēšanas karte+licences, paliek vienā izdevumu līmenī, lai gan mainās papildu izdevumu un ēšanas izdevumu apjoms.

2.4.4. solis – TIEŠĀS UN NETIEŠĀS IETEKMES NOZARU NOVĒRTĒJUMS MAKŠĶERĒŠANAS TŪRISMĀ

NACE klasifikācijā tūrisms nav izdalīts kā atsevišķa nozare, līdz ar to izpētes darba uzdevums ir identificēt tūrisma nozari. Atbilstoši tūrisma likumam tūrisma nozare ir tautsaimniecības nozare, kuras uzdevums ir sniegt un sagatavot tūrisma pakalpojumus. Tūrisma pakalpojumi tādejādi iekļauj mērķtiecīgas darbības tūristu interešu un vajadzību apmierināšanai. Tūrisma pakalpojumus piedāvā tūrisma uzņēmumi, kas vadoties pēc Tūrisma likuma³³ veic saimnieciskas darbības atbilstoši NACE klasifikācijai, resp., atbilstoši Saimniecisko darbību statistiskā klasifikācijai Eiropas Kopienā (2. red.).³⁴ Tie uzņēmumi, kas tūrismam piekrīt tieši, jeb tūrisma uzņēmumi savus pakalpojumus gandrīz 100% apmērā sniedz tūristiem (tie var sniegt savus pakalpojumus arī citiem apmeklētājiem), būs tiešā ietekmes nozare. Savukārt, tūrisms ir saistīts ar daudzām tautsaimniecības nozarēm netieši, ja tūristi patērē šo nozaru ražotās preces un sniegtos pakalpojumus, tādējādi radot papildus pieprasījumu.

Analīze tika veikta no diviem aspektiem: no pakalpojumu piedāvājuma un no nodarbinātības.

● **No pakalpojumu piedāvājuma**

Veicot pētījuma uzdevumā noteiktās Kurzemes teritorijas apsekojumu, atbilstoši noteiktam sadalījumam kvadrantos. Atskirībā no makšķerēšanas vērtēšanas kvadrantos, informācija par tūrismu netieši ietekmējošo nozari tiek attiecināta arī uz 7.kvadrantu. Makšķerēšanas tūrisma sniedzēji tika vērtēti atbilstoši tautsaimniecības nozarēm un NACE kodiem: (1) izmitināšana (I 55) (2) ēdināšana (I 56) (3) transporta pakalpojumi (H 49; H 50); (4) tūrisma aktivitātes (izklaide) (R 93); (5) mazumtirdzniecība (T 47).

Tūristu izdevumi pa nozarēm, atbilstoši makšķerēšanas tūrisma Kurzemes reģiona piekrastes izpētes teritorijas iedalījumam kvadrantos tiek aprēķināti pēc to ietekmes nozarēs un ietverti tabulā. Piemēros (5.tab. un 6.tab.) tiek demonstrēts netiešās ietekmes nozares *Benzīntanki-Degvielas uzpildes stacijas* kods H 47.4 un *Transports* (autobusa šoferis) kods H 49.3.

4.tabulā aprēķinos tika ņemts vērā, ka 2019.gadā sociālais apdrošināšanas nodoklis bija 11%, ledzīvotāju ienākumu nodoklis (IIN) – 20%, sociālais nodoklis, darba devēja daļa – 24,09%. Benzīntanki-Degvielas uzpildes stacijas tika konstatētas visos septiņos kvadrantos, bet visvairāk Liepājā un Ventspilī.

³³ Pieejams: <https://likumi.lv/ta/id/50026-turisma-likums>

³⁴ Pieejams: <https://www.csb.gov.lv/lv/statistika/klasifikācijas/nace-2-red/kodi>

Netiešās ietekmes nozares Benzīntanki-Degvielas uzpildes stacijas aprēķins³⁵

Teritorijas kvadrants	Vietas nosaukums	NACE	Vidējā bruto alga /men. (€)	Darbinieku skaits	Darba ņēmeju gada bruto alga(€)	Darba ņēmēja soc apdroš. (€)	Darba devēja soc.apdr. (€)	IIN (€)	IIN gadā (€)	Nodokļu ieņēmumi IIN gadā visiem (€)
1.	Tārgale	H 47.4	750	2	18000	165.0	180.68	43.50	522	1044
2.	Ventspils			20	180000	165.0	180.68	43.50	522	10440
3.	Ugale, Usma			4	36000	165.0	180.68	43.50	522	2088
4.	Užava, Vārve			4	36000	165.0	180.68	43.50	522	2088
5.	Liepāja			18	13500	165.0	180.68	43.50	522	9396
6.	Jūrkalne, Nica			2	18000	160,0	180.68	43.50	522	1044
7.	Kuldīga			3	27000	160,0	180.68	43.50	522	1566
Kopā:					328500					27666

Piezīme: Benzīntanki-Degvielas uzpildes stacijas Tārgalē – Gotica Auto; Ventspilī –Virši, Viada, Cirkle K, Latvijas Nafta, Gotica Auto; Ugālē, Usma – Virši, Gotica Auto; Liepājā –Viada, Cirkle K, Virši, Neste.

Netiešās ietekmes Transporta nozares (autobusa šoferis) aprēķins

Teritorijas kvadrants	Vietas nosaukums	Vidējā bruto alga /men. (€)	Darba ņēmeju gada bruto alga (€)	Darbinieku skaits	Darba ņēmēju soc apdroš. (€)	Darba devēju soc.apdr. (€)	IIN (€)	IIN gadā (€)	Nodokļu ieņēmumi IIN gadā visiem (€)
1.	Ventspils_ Užava	939	11268	1	103.29	226.21	167.14	2005.68	2005.68
2.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
4.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5.	Liepāja	939	11268	1	103.29	226.21	167.14	2005.68	2005.68
6.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7.	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Kopā:			22536						4011.36

Piezīme: autobusa šoferis profesijas kods 833101

Visas minētās darbības vispirms notiek pētījuma teritorijas kvadrantos un tad tie tiek aprēķināti attiecībā uz visu reģionu.

Atbilstoši 4.solim, tika sagatavotas aizpildamās tabulas, kur iekļaut iegūtos rezultātus. Tūristu izdevumi pa nozarēm, atbilstoši makšķerēšanas tūrisma Kurzemes reģiona piekrastes izpētes teritorijas iedalījumam kvadrantos, aprēķināti pa ietekmes nozarēm un ietverti tabulā (7.tab.)

Makšķerēšanas tūristu (kopā rezidentu un nerezidentu) izdevumi pa nozarēm

Nozare	NACE kods	EUR	%
1.kvadrants – Baltijas jūras piekraste no Irbes upes ietekai jūrā līdz Ovišiem			
Izmitināšana	I 55		
Ēdināšana	I		
Transporta pakalpojumi	H		
Tūrisma aktivitātes	R		
Mazumtirdzniecība	T		

³⁵https://www.hallo.lv/degviela_gaze?kurzeme&zoom=9&sw_lat=56.046049208329926&ne_lat=57.09307341663091&sw_lng=20.4673037953555&ne_lng=21.762574715155306&

2. kvadrants – Ventspils ostas un mola rajoni			
Izmitināšana	I 55		
Ēdināšana	I		
Transporta pakalpojumi	H		
Tūrisma aktivitātes	R		
Mazumtirdzniecība	T		
3. kvadrants – Usmas ezera perimets un Puzes ezers			
Izmitināšana	I 55		
Ēdināšana	I		
Transporta pakalpojumi	H		
Tūrisma aktivitātes	R		
Mazumtirdzniecība	T		
4.kvadrants – no Ventspils puses Užavas līdž Pāvilostai			
Izmitināšana	I 55		
Ēdināšana	I		
Transporta pakalpojumi	H		
Tūrisma aktivitātes	R		
Mazumtirdzniecība	T		
5.kvadrants – Liepājas ezers (Ziemeļu, Dienvidu mols, Promenāde, Tirdzniecības kanāls), Tāšu un Durbes ezers			
Izmitināšana	I 55		
Ēdināšana	I		
Transporta pakalpojumi	H		
Tūrisma aktivitātes	R		
Mazumtirdzniecība	T		
6.kvadrants – no Liepājas līdž Papei, Papes kanāls			
Izmitināšana	I 55		
Ēdināšana	I		
Transporta pakalpojumi	H		
Tūrisma aktivitātes	R		
Mazumtirdzniecība	T		
7. kvadrants – Kuldīga, Ventas upe			
Izmitināšana	I 55		
Ēdināšana	I		
Transporta pakalpojumi	H		
Tūrisma aktivitātes	R		
Mazumtirdzniecība	T		

● **No nodarbinātības aspekta**

Pētījuma teritorijas tūrisma un ar tūrismā iesaistītajos uzņēmumos tika veikta uzņēmēju aptauja, lai noskaidrotu:

- 1) cik darbinieku tiek nodarbināti uzņēmumā pa nozarēm (sezonā un nesezonā);
- 2) kāda ir darbinieku alga.

Informācijas trūkums tika kompensēts ar valsts statistikas datiem par valsts vidējo atalgojumu nozarē.³⁶ Aprēķinos tika ņemts vērā valstī aprēķina gadā noteiktais iedzīvotāju ienākumu nodokļa (IIN) apmērs, ko par darbinieka gūtajiem ienākumiem aprēķina un maksā darba devējs.

Iegūtie dati tika aprēķināti un fiksēti šāda parauga tabulās (7.tab., 8.tab.) Netiešās darba vietas, resp., ar tūrisma saistītās, darbaspēka uzskaitē tiek noformēta līdzīgi (9.tab.)

8.tabula

Makšķerēšanas tūrisma tiešās ietekmes nozaru darbaspēka nodokļu ieņēmumu uzskaitē

Amats, nozare	NACE kods	Darba vieta	Gada bruto alga (€)	Nodokļu ieņēmumi (€)
1.kvadrants – Baltijas jūras piekraste no Irbes upes ietekai jūrā līdz Ovīšiem				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H			
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			
2. kvadrants – Ventspils ostas un mola rajoni				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H			
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			
3. kvadrants – Usmas ezera perimetrs un Puzes ezers				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H			
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			
4.kvadrants – Ventspils puses Užavas līdz Pāvilstai				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H			
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			
5.kvadrants – Liepājas ezers (Ziemeļu, Dienvidu mols, Promenāde, Tirdzniecības kanāls), Tāšu un Durbes ezers				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H			
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			
6.kvadrants – no Liepājas līdz Papei, Papes kanāls				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H			
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			

³⁶ <https://www.vid.gov.lv/lv/informacija-par-darba-vietam-2019gada-atbilstosi-profesiju-klasifikatoram>

	7. kvadrants – Kuldīga, Ventas upe			
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H			
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			

9.tabula

Makšķerēšanas tūrisma netiešās ietekmes nozaru darbaspēka nodokļu ieņēmumu uzskaitē

Amats, nozare	NACE kods	Darba vieta	Gada bruto alga (€)	Nodokļu ieņēmumi (€)
1.kvadrants – Baltijas jūras piekraste no Irbes upes ietekai jūrā līdz Ovīšiem				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H 47.4	Targale	18000	1044
	H 40.3		11268	2005.68
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			
2. kvadrants – Ventspils ostas un mola rajoni				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H 47.4	Ventspils	180000	10440
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			
3. kvadrants – Usmas ezera perimetrs un Puzes ezers				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H			
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			
4.kvadrants – Ventspils puses Užavas līdz Pāvilstai				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H 47.4		45000	2088
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			
5.kvadrants – Liepājas ezers (Ziemeļu, Dienvidu mols, Promenāde, Tirdzniecības kanāls), Tāšu un Durbes ezers				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H			
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			
6.kvadrants – no Liepājas līdz Papei, Papes kanāls				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H 47.4		18000	1040
Tūrisma aktivitātes	R			

Mazumtirdzniecība	T			
7. kvadrants – Kuldīga, Ventas upe				
Izmitināšana	I 55			
Ēdināšana	I			
Transporta pakalpojumi	H			
Tūrisma aktivitātes	R			
Mazumtirdzniecība	T			

Pašavaldību un ar makšķerēšanas tūrismu administrēšanu saistītu ieguldījumu uzskaiti, atkarībā no veicamām darbībām un investīcijās-ieguldījumiem, aizpildīt pēc 10.tabulas parauga. Pie izdevumiem, kas saistīti ar makšķerēšanas tūrisma administrēšanu tiek izvērtēta tādas kategorijas informācija kā tūrisma speciālistu alga, tūrisma infrastruktūras uzturēšanas izdevumi un izdevumi, saistīti ar makšķerēšanas tūrisma mārketingu (10.tab.).

Iegūtā informācija (10.tab.) jāva noskaidrot speciālistu izdevumus gadā pēc šāda aprēķina (Rinne 1999)³⁷:

Piemērs:

Vidējā alga $600 \cdot 12 = 7200 / 301$ darba dienu = $7200 \cdot +$ tehnika (10% no $7200 = 720$) = 7920 (EUR)

10.tabula

Izdevumi tūrisma speciālistu algai 2014-2018, gadā, EUR

Amats	Gads				
	2014	2015	2016	2017	2018
Tūrisma koordinators					
Pāšvaldības tūrisma nodaļas vadītājs					
Reindžeris, kas nodarbojas arī ar tūrismu					
Dabas aizsardzības vecākā speciālists					
Kopā					

11.tabula

Tūrisma infrastruktūras uzturēšanas izdevumi 2014-2018, gadā, EUR

Objekts	Gads				
	2014	2015	2016	2017	2018
Baltā kāpa					
Tūrisma informācijas centrs					
Zaļā taka					
Putnu vērošanas tornis					
Ezera taka					
Velomaršruts					
Kopā:					

³⁷ Rinne, P. (1999) Luontomatkaulun aluetaloudelliset vaikutukset Kuhmassa. Research Notes 93. University of Joensuu. Faculty of Forestry. 107 p.

Makšķerēšanas tūrisma mārketinga Izdevumi 2014-2018, gadā, EUR

Izdevumu pozīcijas	Gads				
	2014	2015	2016	2017	2018
Publikāciju - bukletu, plakātu un brošūras dizaina izstrāde					
Publikāciju maketēšana un drukāšana					
Kartes (5 000 eks.)					
Zaļā taka					
Reklāma TV					
Reklāma radio					
Piedalīšanās izstādē					
Kopā:					

Saskaitot tūrisma speciālistu algu, tūrisma infrastruktūras uzturēšanas izdevumus un izdevumus, saistītus ar makšķerēšanas tūrisma mārketingu (10.tab. un 12.tab.), tika aprēķināti izdevumi, kas saistīti ar makšķerēšanas tūrisma izdevumiem.

2.5.5.solis – MAKŠĶERĒŠANAS TŪRISMA EKONOMISKO IETEKMES UZ KURZEMES REĢIONU NOVĒRTĒŠANA

Tūrisma kopējās ekonomiskās ietekmes (TotalEI), novērtēšana tika veikta par secīgiem posmiem:

- (1) Tiešās ekonomiskās ietekmes (DEI) aprēķins;
- (2) Izraisītās ekonomiskās ietekmes aprēķins (InduEI);
- (3) Netiešās ekonomiskās ietekmes aprēķins (IndirEI);
- (4) Kopējās ekonomiskās ietekmes (TotalEI) aprēķins.

Tiešās ekonomiskās ietekmes (*direct economic impact*) (DEI) veido tūrista/apmeklētāja izdevumu, tūrisma tieši nodarbināto atalgojums un pašvaldību ieguldījumi tūrismā, kas uzskatāmi par ieņēmumiem, jo veidojas no ceļotāju izdevumiem. Summējot šos indikatorus, iegūstams tiešās ietekmes apjoms monetārā izteiksmē (EUR).

Tiešā ietekme tika aprēķināta katrai izdevumu kategorijai, reizinot vidējo izdevumu uz vienu tūristu/apmeklētāju katrā mērķa grupā pēc skaita šajā grupā. Tas rādīja reģionālo³⁸ bruto ienākumu rādītāju un, lai iegūtu apgrozījuma pieauguma rādītāju, tika atņemts pievienotās vērtības nodoklis. Tas veikts atsevišķi katrai nozarei, jo pievienotās vērtības nodoklis Latvijā dažādās nozarēs atšķiras. Aprēķinātie rezultāti ievietojami tabulā (13.tab).

Tiešās ekonomiskās ietekmes aprēķins, EUR

Tiešās ekonomiskās ietekmes (DEI) idicators	EUR
1.kvadrants – Baltijas jūras piekraste no Irbes upes ietekai jūrā līdz Ovišiem	
Makšķernieku izdevumi (ienākumi pašvaldības teritorijā)	
Tiešā nodarbinātība tūrismā	

³⁸ *vispirms, ka bija izvirzīts nosacījums, katra teritorijas iedalījuma kvadranta

leguldījumi tūrismā	
Kopā	
2. kvadrants – Ventspils ostas un mola rajoni	
Makšķerņieku izdevumi (ienākumi pašvaldības teritorijā)	
Tiešā nodarbinātība tūrismā	
leguldījumi tūrismā	
Kopā	
3. kvadrants – Usmas ezera perimetrs un Puzes ezers	
Makšķerņieku izdevumi (ienākumi pašvaldības teritorijā)	
Tiešā nodarbinātība tūrismā	
leguldījumi tūrismā	
Kopā	
4. kvadrants – Ventspils puses Užavas līdz Pāvilostai	
Makšķerņieku izdevumi (ienākumi pašvaldības teritorijā)	
Tiešā nodarbinātība tūrismā	
leguldījumi tūrismā	
Kopā	
5. kvadrants – Liepājas ezers (Ziemeļu, Dienvidu mols, Promenāde, Tirdzniecības kanāls), Tāšu un Durbes ezers	
Makšķerņieku izdevumi (ienākumi pašvaldības teritorijā)	
Tiešā nodarbinātība tūrismā	
leguldījumi tūrismā	
Kopā	
6. kvadrants – no Liepājas līdz Papei, Papes kanāls	
Makšķerņieku izdevumi (ienākumi pašvaldības teritorijā)	
Tiešā nodarbinātība tūrismā	
leguldījumi tūrismā	
Kopā	
7. kvadrants – Kuldīga, Ventas upe	
Makšķerņieku izdevumi (ienākumi pašvaldības teritorijā)	
Tiešā nodarbinātība tūrismā	
leguldījumi tūrismā	
Kopā	

Izraisītās jeb inducētās ekonomiskās ietekmes (*Induced economic impact*) (InduEI) ir Kurzemes pētāmās teritorijas tūrista/apmeklētāja izdevumi visos tūrisma un ar to saistītajos pakalpojumos. InduEI rodas, ja to izdevumi uzņēmumos tālāk tiek tērēti nepieciešamām precēm, pakalpojumiem un darbinieku algām, kas savukārt tiek tērētas patēriņā. InduEI aprēķinos būtiska nozīme ir **naudas līdzekļu noplūdei** (*cash outflow of funds*) (COF) (14.tab.). Ja starpprodukti vai pakalpojumi tiek iepirkti ārpus reģiona, daļa no tūrismā gūtajiem ienākumiem noplūst ārpus reģiona. Šis noplūdes ir jāatskaita no apgrozījuma pieauguma, lai aprēķinātu netiešās ietekmes. Tūrisma nozares uzņēmumi ceļotāju vajadzībām daudz preču un pakalpojumu importē vai iepērk no uzņēmējiem citās administratīvi teritoriālās vienībās. Tā kā Latvijā nav vērtēts arī COF apjoms tūrismā, aprēķini veicami, balstoties uz Somijas tūrisma pētījumu datiem, veicot triangulāciju – pētījumā piemērojot šādus COF vienības pa nozarēm:

- (1) izmitināšana – 25%;
- (2) ēdināšana – 45%;
- (3) transporta pakalpojumi – 19%;
- (4) tūrisma aktivitātes – 20%;

(5) mazumtirdzniecība – 75% (Huhtala, 2006³⁹; Rinne, 1999).

14.tabula

Naudas līdzekļu noplūdes aprēķins pa nozarēm, EUR

Nozare	Cash outflow of funds (COF) %	Paliek (100-COF) %	Izdevumi pa nozarēm, EUR	Izdevumi pa nozarēm bez COF, EUR
Izmitināšana	25	75		
Ēdināšana	45	55		
Transporta pakalpojumi	19	81		
Tūrisma aktivitātes	20	80		
Mazumtirdzniecība	75	25		

InduEI tika aprēķināta, kad no tūrista/apmeklētāja izdevumiem pa nozarēm atņema pievienotās vērtības nodokļa (PVN) likmes apjomu EUR un COF atskaitījumus arī pa nozarēm (15.tab.). Iegūtos rezultātus jeb teritorijā paliekošos ienākumus pa nozarēm summēja. Šī summa izsaka InduEI aprēķina rezultātu (Huhtala, 2006; Rinne, 1999). Piem. 2019. gadā Latvijā PVN likme, kas ir viens no SEI aprēķināšanas mainīgajiem lielumiem, bija 21% (LR FM, 2019⁴⁰).

15.tabula

Inducētās ekonomiskās ietekmes aprēķins pa nozarēm

Nozare	Ceļotāju izdevumi EUR	PVN (%)	PVN EUR	Noplūde (%)	Summa, kas paliek teritorijā EUR
Izmitināšana					
Ēdināšana					
Transporta pakalpojumi					
Tūrisma aktivitātes					
Mazumtirdzniecība					
Kopā:					

Netiešās ekonomiskās ietekmes (*indirect economic impact*) (IndirEI) ir saistītas gan ar DE, gan ar InduEI. IndirEI ir izmaiņas pārdošanā, ieņēmumos un nodarbinātībā tajos uzņēmumos, kas piegādā preces un pakalpojumus tūrisma organizācijām un uzņēmumiem. To aprēķina pēc (2.) formulas:

$$\text{IndirEI} = \text{DEI} + \text{InduEI} \times 0.1 \quad (2)$$

kur:

IndirEI – netiešās ekonomiskās ietekmes (*indirect economic impact*);
 DEI – tiešā ekonomiskā ietekme (*direct economic impact*);

³⁹ Huhtala, M. (2006). Pallas-Ounastunturin kansallisuiston kävijöiden rahankäyttö ja sen paikallistaloudelliset vaikutukset. Metlan työraportteja 35. Retrieved: <http://www.metla.fi/julkaisut/workingpapers/2006/mwp035.htm> (In Finnish) Access: 14.06.2019.

⁴⁰ LR FM (Latvijas Republikas Finanšu ministrija) (2018). PVN likmes. Pieejams: https://www.fm.gov.lv/lv/sadalas/nodoklu_politika/nodoklu_un_nodevu_sistema_latvija/pievienotas_vertibas_nodoklis/pvn_likmes/57359-pvn-likmes

InduEI – izraisītā jeb inducētā ekonomiskā ietekme (*induced economic impact*);
0.1 (10%) – ceļotāju galējās tieksmes patērēt indikators⁴¹ (*the marginal propensity to consume*) (MPC) (Rinne, 1999; Huhtala, 2006).

Kopējo tūrisma ekonomisko ietekmi TotalEI aprēķina pēc (3.) formulas (Huhtala, 2006):

$$\text{TotalEI} = \text{DEI} + \text{InduEI} + \text{IndirEI} \quad (3)$$

kur:

TotalEI – kopējās ekonomiskās ietekmes (*total economic impac*);
DEI – tiešā ekonomiskā ietekme (*direct economic impact*);
InduEI – izraisītā jeb inducētā ekonomiskā ietekme (*induced economic impact*);
IndirEI – netiešās ekonomiskās ietekmes (*indirect economic impact*).

Iegūtie rezultāti ļauj noskaidrot **tūrisma ienākuma multiplikatora koeficientu (K)** pēc formulas:

$$K = \text{TEI} + \text{InduEI} + \text{NEI} / \text{TEI} \quad (4)$$

kur:

K – tūrisma ienākuma multiplikatora koeficients;
TEI – tiešā ekonomiskā ietekme;
InduEI – inducētā ekonomiskā ietekme;
NEI – netiešās ekonomiskās ietekmes.

Līdzīgu darbību veic noskaidrojot TEI, NEI, InduEI un TotalEI pēc makšķernieku vēlmēm. Balstoties uz iegūtiem rezultātiem, var noskaidrot:

- (1) katra makšķerēšanas tūrisma ieguldītā eiro pētījuma teritorijā viena gada laikā kā reālo, tā provizorisko ietekmi;
- (2) kādas ir prognozes TotalEI Kurzemes reģiona pētījuma teritorijā veiktajiem ieguldījumiem makšķerēšanas tūrisma 2019. gadā;
- (3) kāda ir provizoriskā makšķernieku skaita ietekme uz ar makšķerēšanas tūrismu saistītām tautsaimniecību nozarēm;
- (4) noskaidrots viena makšķernieka kopējās ekonomiskās ietekmes (TotalEI) KPR pētījuma teritorijā gada laikā un tā prognozi.

Nākamā – 5.solā darbība ir noteikt makšķerēšanas tūrisma ekonomisko ietekmi uz Kurzemes reģiona ekonomiku, kā noteikšanai ir izmantota atlasītā vērtību pārnese metode (VPM). Tika ņemti vērā faktori, kas ietekmē VTM metodes izmantošanu:

- (1) primāro datu pētījumu izmaksas;
- (2) primāro datu pētījumu veikšanai nepieciešamais laiks;
- (3) laika un resursu ierobežojumi;

⁴¹ 0.1 jeb 10% - pieņemts lielums, balstoties uz Somijas pieredzi, jo Latvijā šādu aprēķinu pagaidām nav

(4) pieaugoša nepieciešamība veikt ekonomisko novērtēšanu.⁴²

Jāatzīmē, ka salīdzināšanai ir derīgi tādi pētījumi, kas atbilst šādiem nosacījumiem:

- (1) jābūt līdzīgai videi;
- (2) līdzīgiem pakalpojumiem;
- (3) oriģinālpētījumiem jāietver pietiekami daudz raksturojošo datu.⁴³

Vērtību pārneses metodes izmantošanā veikti šādi soļi:

- (1) situācijas raksturošana;
- (2) kritēriju ieviešana un vērtību pārnese.

Situācija raksturota gan no resursu, gan pakalpojumu viedokļa. Makšķerēšanas tūrisma piedāvājuma pārskats ietvēra šādus pakalpojumus: izmitināšanu, ēdināšanu, izklaides un makšķerniekiem nepieciešamo produktu iegādes. Svarīgi atlasē ņemt vērā pētījumā noskaidroto makšķernieku vēlmju maksāt EUR limitu. Informācijas pārskatībai iegūtā informācija tika strukturēta pēc makšķernieku ērtībai piemērotākām iedalījuma grupām: EZERI un JŪRA. Grupa UPES netika izdalīta, jo informācija ļoti bieži atkārtojās, jo makšķerēšana pie izmitināšanas vietām Kurzemē ir iespējama, gan pie ezeriem, gan upēm. Mītnes šķirotas pēc veida: atpūtas komplekss; brīvdienu mājas; kempings; viesu mājas; viesu nams. Tūrisma aktivitātes (izklaides), savukārt, šādi: baseins; burāšana; ekskursijas; kultūras aktivitātes; kvadracikla, laivas, motorlaivas noma; pirts, pirts kubls, sauna, dzākuži; SPA; ūdensmotocikla, velo noma; zirgu izjādes un zvēru apskate. Precīzāka informācija par izmitināšanas iespējām reģionā lielā apjoma dēļ ievietota Ziņojuma pielikumā. Netiešās ietekmes nozares Benzīntanki-Degvielas uzpildes stacijas un kartes iegādes vietu piedāvājums sniegts informatīvā un statistikas kopsavilkuma veidā. Līdzīgi veikts makšķerēšanas tūrisma piederumu piedāvājuma pārskats.

Savukārt Vērtību pārnesē tika izmantota Tiešās izvēles metode, kura ļāva izmantot datus, kas iegūti iepriekš Izpētes teritorijā veiktajās aptaujās. Tā kā situācijas nav pilnīgi identiskas, tad pārnesē izmantotās vērtības tika korigētas. Pētījumā izmantota skaitlisko vērtību pārnese, kas parasti balstās uz vidējo vērtību vai vērtību intervāla pārnesi no pētījuma situācijas uz hipotētisko situāciju.⁴⁴

Makšķerēšanas tūrisma ekonomiskās ietekmes uz Kurzemes reģiona ekonomiku noskaidrošanai izmantoti šādi dati:

- (1) par makšķerniekiem (makšķerēšanas paradumus, rīku, apģērba, izmitināšanas, ēdināšanas, izklaides izmaksas un papildizmaksas, ka arī ceļa izmaksas un demogrāfiskos datus);

⁴² Pakalniņe, K., Malzurbis, J. (2008). Ieguvumu pārneses metodes izmantošana ūdeņu ekosistēmu ekonomiskā novērtēšanā. Using the Benefits of the Transfer Method for Economic Valuation of Aquatic Ecosystems. LU Raksti.721.sēj. Vadības zinātne, 312.-331.lpp.

⁴³ Bergstrom, J.C., Taylor, L.O. (2006). Using Meta-analysis for Benefits Transfer: Theory and Practice. Ecological Economics, Elsevier, Volume 60 (2), p.351-360.

⁴⁴ Bateman, I.J., Brower, R., Ferrini, S., SchaaFsma, M., Barton, D.N., Dubgaard, A., Hasler, B., Hime, S., Liekens, I., Navrud, S., De Nocker, L., Ščeponavičiute, R., Semeniene, D. (2011). Making Benefits Transfer Work: Deriving and Testing Principles for Value Transfer for Similar and Dissimilar Sites Using a Case Study of the Non-market Benefits of Water Quality Improvements Across Europe. Environmental and Resource Economics, Volume 47(3), p. 365-387.

- (2) no uzņēmēju aptaujām ar makšķerēšanas tūrisma saistītām tautsaimniecības nozarēm, kā izmitināšanu, ēdināšanu, tūrisma pakalpojumiem un mazumtirdzniecību;
- (3) balstoties uz iegūtiem datiem no makšķerniekiem, uzņēmējiem un pašvaldībām (uzņēmumu darbinieku vidējā bruto alga un nodokļi; tiešās un netiešās ietekmes nozaru bruto alga, nodokļi, leguldījumi un izdevumi administrēšanā un uzturēšanā);
- (4) makšķernieku aptuvenais skaits Kurzemes reģionā.

Informācija no Latvijas Lauku konsultāciju un izglītības centra (LLKC) (intervija ar LLKC pārstāvi Miķeli Peisnieku), liecināja, ka makšķernieku skaits Latvijā 2019.gadā ir aptuveni 95 000. No tiem 1000 un mazāk par 1000 Latvijas kartes iegādājās Lietuvas un Igaunijas makšķernieki. Balstoties uz KPR izpētes reģiona procentuālo ārzemju makšķernieku skaitu, tika aprēķināts cik % ārzemnieku makšķerē Latvijā un Kurzemē gada laikā. Ņemto vērā šos skaitļus un Latvijas statistikas datus par dabaspējīgā vecuma grupas skaitu Latvijā un Kurzemes reģionā, tika aprēķināts aptuvenais makšķernieku skaits (karšu īpašnieku skaits/darbspējīgo vecuma grupas skaits). Iegūstot šos skaitļus, tika aprēķināta kopējā makšķerēšanas tūrisma ekonomiskā ietekme (TotalEI) Kurzemes reģiona ekonomikā.

2.6. 6.solis. MAKŠKERĒŠANAS TŪRISMA VĒRTĪBU ĶĒDES ANALĪZE

Balstoties uz M. Portera (*Michael Porter*)⁴⁵ vērtību ķēdes (VK) teoriju, ka katras darbības rezultātā produkts iegūst vērtību, tika izpētīta iespēja modeli piemētot tūrisma nozarei kā pakalpojumu sniegšanas nozarei. Tūrisma vērtību ķēde parāda vairākus konkurences priekšrocību avotus, kas svarīgi ir KPR, lai spētu radīt un efektīvi vadīt visus tūrisma nozares dalībniekus, ko atbalsta pašvaldības, garantējot teritorijas pievilcību. Viens no svarīgākiem nosacījumiem vērtību radīšanai – visiem tūrisma ķēdes tūrisma dalībniekiem ir svarīgi sadarboties, jo tikai tad varēs iegūt kvalitatīvus makšķerniekiem vajadzīgus produktus.

Tūrisma vērtības ķēdes izveidi sarežģī saistība ar daudzām tautsaimniecības nozarēm, kurām pašām ir sarežģīta vērtību ķēde. Lai veiktu analīzi vispirms bija jāveic vērtības ķēdes kartēšana (5., 6.att.).

⁴⁵ Porter, M. E. The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. NY: Free Press, 1985.

**N
E
T
I
Ē
Š
A**

Preces un pakalpojumi, kas saistīti ar reklamēšanu
Reklamas aktivitātes
Komunikācija ar presi un medijiem

Tūrisma organizācijas un rezervācija

Izcelsmes valstī	Galamērķa valstī
Internets	Ceļojumu aģents
Aviokompānijas	
Ceļojumu rīkotāji un ceļojumu vairumtirdzniecība	

No izcelsmes valsts uz galamērķi

**T
I
Ē
Š
A**

5. att. Makšķerēšanas tūrisma vērtību ķēdes karte 1 (pēc WTO: 23)⁴⁶

Atbalsta institūcijas: Ekonomikas ministrija, Kurzemes plānošanas reģions, LIAA,LPS, BIOR, NVO							
	Lauksaimniecības un akvakultūru piegādātāji: tekstils, koksne, pārtika		Vadība		Tehnisku līdzekļu mazumtirgotāji/imports		
Transporta ministrija	Mēbeles un cits aprīkojums		Aktivitātes atjaunošana	Mazumtirgotāji	Mazumtirgotāji		
KPR sabiedriskā transporta nodaļa	Uzturēšana	Uzglabāšana, izplatīšana	Uzturēšana	Uzglabāšana, izplatīšana	Uzglabāšana, izplatīšana	Mazumtirgotāji	
Taksometru kompānijas	Marketings& pārdošana	Pārtikas piegādātāji	Marketings& pārdošana	Marketings& pārdošana	Marketings& pārdošana	Marketings& pārdošana	Benzintanki
Transports	Izmitināšana	Ēdinašana	Izklaide	Makšķerēšanas rīki	Ekipējums	Makšķerēšanas pakalpojumi	Atbalsta pakalpojumi
Autobus	Atpūtas komplekss	Izmitināšanas iestādē	Baseins	Lielveikali	Makšķernieku veikals	Makšķerēšanas gids	Informācijas centrs,
Autonoma	Brīvdienu mājas	Kafejnīca	Burāšana	Makšķernieku veikali	Laivas	Makšķerēšanas ēsma	Informācijas punkts
Privāts auto	Kempings	Krogs	Ekskursijas	Pārtikas veikali	Laivu piekabes	Makšķerēšanas rīku noma	Pikniku vieta
Taksis	Viesu mājas	Pārtikas mazumtirdzniecība	Kultūras aktivitātes			Makšķerēšanas kartes un licences	Telts vieta
	Viesu nams	Restorāns	Kvadracikls				Treileru veita
			Laivas noma				Veļas mazgāšana
			Motorlaivas noma				Internets
			Pirts, pirts kubls, sauna, džakuzi				
			SPA				
			Ūdens motocikls				
			Velo noma				
			Zirgu izjādes				
			Zvēru apskate				
Galamērķi							
Atkritumi	Enerģija	Ūdens	Izglītība	Komunikācija	Sabiedrības drošība	Sabiedrības veselība	
Infrastruktūras atbalsts							

Vērtības ķēdes fāzes

Plānošana
Attīstība

6. att. Makšķerēšanas tūrisma vērtību ķēdes karte 2 (pēc WTO: 23)⁴⁷

46 Pieejams: https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/global_review13prog_e/tourism_28june.pdf

47 Pieejams: https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/global_review13prog_e/tourism_28june.pdf

Atbilstoši M.Portera uzstādījumam par vērtības ķēdes analīzi, vērtības ķēdes analīze tika veikta šādos posmu uzdevumos:

- (1) noteikt katras darbības apakšaktivitātes;
- (2) identificēt katras atbalsta aktivitātes apakšaktivitātes;
- (3) identificēt saites;
- (4) meklēt iespējas palielināt vērtību.

Vērtību ķēdes analīzes soļi

Vērtību ķēdes analīze balstās uz pētījumu. Zemāk ir norādītas vispārīgās darbības, kas jāveic, lai izveidotu vērtību ķēdes analīzi:

(1) Noteikt makšķerēšanas uzņēmumu galvenās un atbalsta aktivitātes;

Kopā pamata un atbalsta aktivitātes veido vērtību ķēdi. Tā ietver darbību, kas nepieciešama makšķerēšanas pakalpojuma izstrādē (5., 6. att.).

Tiešās aktivitātes: *Iekšējā loģistika, Operācijas, Ārējā loģistika un Marketings un pārdošana* (15.att.) ir primārās vērtību ķēdes aktivitātes.

Makšķerēšanas tūrisms pieder pie starptautiskā tūrisma kategorijas. Tā ir sarežģīta nozare, kas aptver ceļojumus, izklaidi un atpūtu, un tam ir savstarpējas saites ar dažādām tautsaimniecības nozarēm. Makšķerēšanas tūrisma dalībnieki ir visi, kas piedalās makšķerēšanas pakalpojuma nodrošināšanā makšķerēšanas galamērķī, bet katrs savas kompetences un pilnvaru robežās. Īsumā veic dalībnieku apraksts to attiecinot uz KPR pēc institucionālās pārvaldes sistēmas, parādot saistību ar valsts institūcijām, pašvaldībām, dažādām organizācijām (NVO), t.sk., kam ir kontroles funkcijas. Aprakstā uzsver attīstības (plānošanas) un atbalsta funkcijas. Raksturojot tiešās aktivitātes, tiek aprakstīta katras darbības saiste ar gala produktu.

(2) noteikt atbalstošās aktivitātes

Pie atbalstošām pieskaita šādas aktivitātes: *Infrastruktūru, Cilvēkresursu vadību, Tehnoloģiju attīstību, Sagāde*. Tiek aprastīta katra aktivitāte.

(3) Tūrisma vērtību ķēdes kvantitatīvā noteikšana

Kā vērtību pārneses metode tika izmantota *Tiešās izvēles metode*, kura ļāva izmantot datus, kas iegūti aptaujās.⁴⁸ Darbā tika izmantota skaitlisko vērtību pārnese, kas parasti balstās uz vidējo vērtību vai vērtību intervāla pārnesi no pētījuma situācijas uz hipotētisko situāciju.⁴⁹ Tūrisma vērtību ķēdes kvantitatīvā noteikšana tika veikta, lai ilustrētu ekonomiskās vērtības apjomu, ko rada katra no tūrisma vērtību ķēdes funkcionālām jomām. Tūrisma vērtību ķēdes kvantitatīvās noteikšanas mērķis ir noteikt makšķerēšanas tūristu izdevumu ietekmi uz ekonomiku,

⁴⁸ Bateman, I.J., Brower, R., Ferrini, S., SchaaFsma, M., Barton, D.N., Dubgaard, A., Hasler, B., Hime, S., Liekens, I., Navrud, S., De Nocker, L., Ščeponavičiute, R., Semeniene, D. (2011). Making Benefits Transfer Work: Deriving and Testing Principles for Value Transfer for Similar and Desimilar Sites Using a Case Study of the Nin-market Benefits of Water Quality Improvements Across Europe. *Environmental and Resource Economics*, Volume 47(3), p. 365-387

⁴⁹ Pakalniēte, K., Malzurbis, J. (2008). Ieguvumu pārneses metodes izmantošana ūdeņu ekosistēmu ekonomiskā novērtēšanā. Using the Benefits of the Transfer Method for Economic Valuation of Aquatic Ecosystems. *LU Raksti*. 721.sēj. Vadības zinātne, 312-331.lpp.

t.sk., arī to, kas nav tieši iesaista tūrismā un noteikt kuru makšķerēšanas tūrisma izdevumu jomu ir iespējams palielināt.

Makšķernieku skaita noteikšana, kas apmeklēja KPR 2019.gadā

Balstoties uz Latvijas Lauku konsultāciju un izglītības centra (LLKC) datiem⁵⁰, makšķernieku skaits Latvijā 2019.gadā ir aptuveni 95 000⁵¹. No tiem 2000 ir Lietuvas un Igaunijas pilsoņi. Rēķinot uz Latvijas Statistikas pārvaldes datiem par darbaspējīgo skaitu 2019.gadā, katrs 13. darbaspējīgais Latvijas iedzīvotājs ir makšķernieks.

Veicot līdzīgu matemātisku aprēķinu, noskaidrots, ka KPR aptuveni ir 11 158 vietējo makšķernieku. Izpētes teritorijā konstatēts, ka ārzemju makšķernieku skaits sastāda tikai 2.11% no visiem makšķerniekiem. Attiecinot uz visu KPR teritoriju tie būtu 235 makšķernieki no Igaunijas un Lietuvas, kas gada laikā apmeklē KPR, bet to apmeklē arī citu valstu makšķernieki. Veicot izpēti KPR pētījuma teritorijā, citu valstu makšķernieku bija trešā daļa, tad varētu pieņemt, ka to skaits būtu 78 un kopā tie būtu 313 ārzemju makšķernieki. Tātad tiek pieņemts, ka KPR 2019. gadā ar nolūku makšķerēt teritoriju varēja apmeklēt 11 471 makšķernieku. Tomēr nevar apgalvot, ka visi šie makšķernieki gatavi vienā gadā apmeklēt savu hobiju vietas un vēl tik bieži, kā tas bija konstatēts Izpētes teritorijā, tādēļ tiek pieņemts, ka tikai puse to veica, resp., 50%.

Indikatoru noteikšana

Darbā tika aprēķināti makšķernieku izdevumu divi varianti: pirmais uz visiem aptaujas 65 respondentiem un otrs – atsevišķi katrā Izpētes teritorijas kvadrantā. Detalizētā datu izpēte Izpētes teritorijas kvadrantos deva precizākus rezultātus, tāpēc indikatori tika balstīti uz šiem iegūtiem datiem (skat. pētījumu).

Turpmāk pa atšķirīgām pozīcijām tiek veikti paskaidrojumi:

Piemērs aprēķinām.

Izmitināšana

Viens makšķerēšanas tūrists vienā dienā izmitināšanai tērē EUR 25.36, bet tādu KPR ir 11471/2 (resp.pieņemtie 50%, kas dodās 2019.gadā makšķerēt) un 30 reizes gadā, bet vidējais ceļojums ilgst 2 dienas.

$$\text{EUR } 25.36 * 1147/2 * 60 = \text{EUR } 8727710.35$$

Bet izmitināšanas vērtība nav tikai tūrista pienestāvērtība, jo jāpieskaita arī darbinieka IIN.

Tā kā daļa izmitināšanas uzņēmumu nodarbojās arī ar ēdināšanas pakalpojumiem, pētījumā tika pieņemts ka puse darbinieku strādā izmitināšanā un otra ēdināšanā, līdz ar to 700/2 ir 350 darbinieku, kas gada laikā dod EIR 182700 IIN. Līdz ar to kopīgā izmitināšanas vērtība ir EUR 8910410.35. Līdzīgi tika veikts aprēķins nosakot ēdināšanu un izklaidi (tiek pieskaitīti zināmi izdevumi par izklaides rīku nomu).

Aprēķins *Transportam* tiek veikts līdzīgi, bet uz makšķerēšanas mērķi *tur un atpakaļ* brauc vienreiz divās dienās, tāpēc aprēķins uz 30 ceļojuma reizēm. *Makšķerēšanas rīku* izdevumus saskaita kopā, gan tos, ko makšķernieks ņem līdz, gan tos, kas atrodas mājās., bet tā tā kā 44 darbinieki apkalpo makšķerniekus makšķernieku veikalos, tad tiek pieskaitīta to gada IN summa.

⁵⁰ intervija ar LLKC pārstāvi Miķeli Peisnieku

⁵¹ neskaitot tos, kas nav sasnieguši 16.gadus vai ir vecāki par 65 gadiem un kuriem nav nepieciešama makšķernieka karte

Ekipējuma aprēķinā tiek saskaitīti izdevumi par laivu, tās piekabi un apģērbu. Tā kā laiva un piekabe, balstoties uz Izpētes teritorijas datiem ir īpašumā tikai 14% makšķerneku, tas tiek ņemts vērā, tāpat kā ceļojumu skaits gadā – 30 reizes.

Makšķerēšanas pakalpojumos tiek ietverti izdevumi par makšķerēšanas gidu, papildus izdevumus, izdevumi par makšķerēšanas karti un licenci. Gida pakalpojumi tika konstatēti 10% no visiem Izpētes teritorijas makšķernekiem; kartes, pieņemts, ir visiem uz gadu, ka arī tiek ņemts vērā ka 30% makšķerneku ir pensionāri vai jaunāki par 16 gadu; ka arī pie makšķerēšanas pakalpojumiem ņemti vērā papildus izdevumi. Protams, piem., tārpus var pārdot specializētā veikalā un var skatīties uz darbinieka IIN, bet tik detalizētai izpētei būtu jāveic cits padziļināts pētījums.

Atbalsta pakalpojumu aprēķinos ietver telts un treileru vietas nomas, veļas mazgāšanas izdevumus, bet Interneta un informācijas pakalpojumi bija bez maksas.

Horeca pakalpojumu un citu aprīkojumu (mēbeļu, viekārtu) vērtība tika aprēķināta balstoties uz speciālistu intervijām. Mītnēm (70) paredzēts EUR 50/30 cilv., kuru iegādi vidēji (kā kurš uzņēmums) veic četras reizes gadā. Savukārt iekārtu, mēbeļu tiek rēķināts vidēji EUR 100/30 cilv. gadā. Ēdināšanas iestādēm (restorāniem) EUR 100/50 cilv., vidēji četras reizes gadā, bet mēbeles un citas iekārtas tiek gādātas reizi gadā EUR 300/50cilv.

Pārtikas patēriņa vērtības aplēses tika veiktas, balstoties uz viena cilvēka kvalitatīvu pārtikas un dzērienu patēriņu EUR 15/cilv.d., makšķerēšanas mītnēs ēdināšanas periodam sezonāls raksturs, tāpēc rēķināts uz trijiem mēnešiem 19 mītnēs. Abiem restorāniem EUR 25/cilv.d., bet uz visu gadu.

PRIEKŠLIKUMI

Makšķerēšanas tūrisma nozares eksportspējas un vietējā rekreācijas potenciāla realizācijai ir nepieciešama makšķerēšanas tūrisma statistika. Kā vispilnīgākais makšķerēšanas statistikas paraugs ir Zviedrija. Par statistikas apstrādi un publicēšanu atbild Zviedrijas Statistikas birojs (Statistiska centralbyrån) (SCB), bet par iegūtajiem datiem – Jūras un ūdens pārvalde (*Havs- och vattenmyndigheten*).

1. Priekšlikums

Latvijas Statistikas pārvaldei apkopot datus, bet datu iegūšanai būtu vajadzīgs atbildīgais un finansiālais atbalsts. Vai tas būtu Zemkopības ministrijas Zivsaimniecības departaments vai BIOR, vai Zivju fonda atbalsta projekti – par to visām ieinteresētajām būtu jāspriež un jāvienojas. Piemēram, Zviedrijas iedzīvotāji aptaujas anketu saņem trīs reizes gadā ar jautājumiem par zvejas darbībām pēdējos četros mēnešos, konkrēti, laika posmā no maija līdz janvārim.

2. Priekšlikums

Līdzīgi var rīkoties arī Latvijā. Anketas var izplatīt par pastu vai arī tīmekļa vietnē. Tomēr izpēte parādīja cik atšķirīgus rezultātus var iegūt pat veicot darbietilpīgo anketēšanu Kurzemes Izpētes teritorijā. Tāpēc ieteicams paralēli vispārējai datu iegūšanai pa pastu vai arī tīmekļa vietnē, veikt anketēšanu reālajā makšķerēšanas vidē. Tas ļaus precizēt iegūstamo makšķerēšanas tūrisma informāciju.

3. Priekšlikums

Izstrādāto metodoloģiju izmantot kā paraugu un statistisko informāciju grupēt šādās galvenajās jomās:

1. Makšķerēšanas paradumi
2. Makšķernieku izdevumu grupas
3. Makšķerēšanas rīki
4. Apģērbs un citi izdevumi
5. Ceļa uzdevumi
6. Izmitināšana
7. Ēdināšana
8. Izklaide
9. Demogrāfiskie dati

4. Priekšlikums

Makšķernieku zivju lomu gadā izdalīt pēc noķeršanas vietas (ezeri, upes un jūra), pēc makšķerēšanas veida (ar laivu/bez) un konkrētās atpūtas vietas. Noķerto zivju lomu, atbilstoši sugām un svaram un skaitam, gada griezumā fiksēt ezeros, upēs un jūras piekrastē.

5. Priekšlikums

Latvijā nav līdz šim izdalīta sporta makšķerēšanas statistika, ka arī statistika par makšķerēšanu dīķos. Atbilstoši šai metodoloģijai tas būtu jāveic.