



Ekonomikas ministrija  
*Ministry of Economics of the Republic of Latvia*

---

Brīvības iela 55, Rīga, LV-1519, Latvia, phone +371 67013100, fax +371 67280882, e-mail [pasts@em.gov.lv](mailto:pasts@em.gov.lv), [www.em.gov.lv](http://www.em.gov.lv)

Rīga

## Ministerial written statement from Mr. Janis Vitenbergs

---

The tourism industry can become a catalyst for the European Union's Green Course in the coming decades, further impacting and reinforcing the Sustainable Development Goals for tourism set by the World Tourism Organization 2030. Tackling the industry's previously created “footprints” in climate and environmental change remains a challenge for Europe, but can also be seen as an opportunity: for entrepreneurs to benefit from the transition to more sustainable and greener operation.

The rapid pace of technology development, globalization, automation continues its victory march. “Remotely” contains the new normal, but the basic postulates in the industry remain: cultural and historical values and their preservation, which describe the unique competitiveness of each Member State of the European Union. The emotional adventure of traveling has and will change in the impact of the crisis, but only by narrowing the distance we are moving; thus it is affecting and intensifying the role of regional cooperation issues to be kept up to date in the near future.

This certainly poses increasing challenges for the labor-intensive tourism service industry.

Like the whole world, Latvia is struggling with the consequences of the economic crisis caused by Covid-19. As many countries of the European Union, Latvia also entered into this crisis as a macroeconomic balanced economy, even with a faster-than-average growth of the EU. Taking into account that macroeconomic forecasts that are uncertain for the coming years, a variety of future scenarios in long-term can materialize for the national economic growth and downstream to it for the tourism industry development which also depend on the constraints imposed by the Covid-19 crisis and on state aid measures.

The model for future growth in the tourism sector should ensure a significant and sustainable increase in productivity, based on interrelated and complementary development and investment measures:

- increasing the share of value based on innovation, knowledge and skills, both in the overall economy and in the value created by each company;
- strengthening human capital by promoting the acquisition of new skills and knowledge, by achieving appropriate frameworks in the labor market in the future. It also includes a targeted change in public awareness of future skills and skills demanding and well-being.

Accordingly, it should provide proactive state aid for the acquisition of such knowledge and skills;

- overcoming the size of the internal market, a wider number of companies should be involved in export activities. The ability of existing exporting companies to increase export volumes and share in their economic activities should be significantly increased;
- supporting infrastructure for dynamic and innovative business, including digital public service platforms integrated with merchant platforms. Highlighting the need for the availability of operational and mobile data in tourism, ensuring their effective use for national decision-making and equally essential for the planning of operational activities of commercial activities.
- export-oriented business-friendly and dynamic tax systems;
- challenges to adapt economic activity under climate change conditions will continue.

Although the economy could return to pre-crisis growth level around 2021/22, a full recovery in the tourism sector could only be seen with a shift of several years - in the tourism sector even around 2026.

Growth is largely attributable to rapid changes in the paradigm of global demand, so structural effects can persist long after the crisis is overcome. The return to “new normal” may happen depending on how quickly tourism-industry merchants will be able to adapt their business models to the new situation and market needs.

In the long-term development of a dynamic tourism policy, it is fundamentally important to accelerate the digital transformation processes, which is now, and even more after the Covid-19 crisis, significant to increase productivity. Digitization also enables new forms of employment in the tourism sector. In addition, the process of changing consumer behavior created by a “fear” economy must be adapted, because the world and the European Union's economies are more heavily influenced by people who fear Covid-19 than by those who have fallen ill with the virus, so the behavior of consumers and decision-makers has already changed and will still change. There will also be increased demand for online services and non-contact services at the travel destination, which confirms the above-mentioned need to assess the possibilities of labor redeployment.

The impact of the crisis highlighted complex tourism ecosystems, which currently require individualized, specific and complex solutions, and this sector's multidisciplinary nature will also have to be considered in the long term.

Investments planned by each Member State of the European Union should be approached in line with the sustainable development approach of the tourism sector. Although tourism is developing in different geographical areas of the European Union: if the most popular tourism destinations have recently been talked about the increasing impact of tourism so called over tourism, for others there was still an intensive conquest for the new tourist markets, including in Latvia. The global “standstill” placed all Member States of the European Union on a new starting line, encouraging an assessment of what is happening and enabling them to find ways for balanced growth. Investment targets in the tourism industry remain existing: labor support and development, the sustainability of the transport sector, while still looking for opportunities in nature and society-friendly solutions, tourism load and flow management, the use of efficient digital technologies, security solutions, but their content and performance dynamics will change.

The desire to travel was, is and will be, only the ways and conditions will change.

---

Tūrisma nozare tuvākajās desmitgadēs var kļūt par katalizatoru Eiropas Savienības Zaļā kursa idejām, vēl vairāk ietekmējot un pastiprinot Pasaules Tūrisma Organizācijas Ilgtspējīgas attīstības programmā 2030. gadam noteiktos ilgtspējīgas attīstības mērķus tūrismā. Nozares iepriekš radīto “pēdu” mazināšana klimata un ar vidi saistīto pārmaiņu risinājumos aizvien saglabājas kā Eiropas izaicinājums, bet saredzama arī kā iespēja - tieši komersantiem gūstot labumu no pārejas uz ilgtspējīgāku un zaļāku saimniekošanu.

Arī tehnoloģiju attīstības straujie tempi, globalizācija, automatizācija turpina savu uzvaras gājienu. “Attālināti” ir jaunais normālais, taču pamatpostulāti nozarē saglabājas – tās ir kultūras un vēstures radītās vērtības un to saglabāšana, kas raksturo katras Eiropas Savienības dalībvalsts unikālo konkurētspēju. Emocionālais guvums, ko dod ceļošana krīzes ietekmē sašaurinās tikai attālumu kādā mēs pārvietojamies un tuvākajā laikā reģionālās sadarbības jautājumi aizvien aktualizēsies.

Tas, protams, met aizvien lielākus izaicinājumus darbaspēka ietilpīgajai tūrisma pakalpojumu industrijai.

Tāpat kā visa pasaule, arī Latvija cīnās ar Covid-19 izraisītās ekonomiskās krīzes sekām. Kā daudzas Eiropas Savienības valstis arī Latvija šajā krīzē ienāca kā makroekonomiski sabalansēta ekonomika, taču ar straujāku - nekā vidēji ES izaugsmes - dinamiku. Ņemot vērā, ka makroekonomiskās prognozes turpmākajiem gadiem ir neskaidras, var īstenoties dažādi nākotnes scenāriji, valstu ekonomiskās izaugsmes un pakārtoti tūrisma industrijas ilgtermiņa attīstībā, kas ir atkarīga arī no Covid-19 krīzes dēļ noteiktajiem ierobežojumiem un valsts atbalsta pasākumiem.

Turpmākas tūrisma nozares izaugsmes modelim jānodrošina būtisks un ilgtspējīgs produktivitātes kāpums, kas balstās savstarpēji saistītos un papildinošos attīstības un investīciju pasākumos:

- inovācijās, zināšanās un prasmēs balstītas vērtības īpatsvara palielināšanā gan kopējā ekonomikā, gan katra uzņēmuma radītajā vērtībā;
- cilvēkkapitāla stiprināšanā, sekmējot jaunu prasmju un zināšanu apgūšanu, panākot nākotnē darba tirgū atbilstošu kadru esamību. Tas ietver arī mērķtiecīgu sabiedrības izpratnes maiņu par nākotnē pieprasītām un labklājību nodrošinošām zināšanām un prasmēm. Attiecīgi tam jānodrošina proaktīvs valsts atbalsts šādu zināšanu un prasmju apgūšanā;
- iekšējā tirgus apjoma ierobežojumu pārvarēšanai, plašākam uzņēmumu skaitam jāiesaistās eksporta aktivitātēs. Būtiski ir jāpalielina esošo eksportējošo uzņēmumu spēja kāpināt eksporta apjomu un īpatsvaru savās ekonomiskajās aktivitātēs;
- dinamiskai un inovatīvai uzņēmējdarbībai radīta atbalstoša infrastruktūra, tai skaitā publisko pakalpojumu digitālās platformas, kuras integrētas ar komersantu veidotām platformām. Tūrismā izceļot nepieciešamību operatīvu un mobilo datu pieejamībai, nodrošinot to efektīvu izmantošanu valstisku lēmumu pieņemšanai un tikpat būtiski arī komercdarbības operatīvās darbības plānošanai.
- eksportorientētas uzņēmējdarbības atbalstošas un dinamiskas nodokļu sistēmas uzturēšanā;
- aizvien saglabāsies izaicinājumi ekonomiskā darbības pielāgošanai atbilstoši klimata izmaiņu radītajiem nosacījumiem.

Lai gan kopumā ekonomika varētu atgriezties pirmskrīzes līmenī jau ap 2021/22. gadu, tomēr pilnīga atkopšanās tūrisma nozarē varētu būt vērojama vien ar vairāku gadu nobīdi - tūrisma nozarē pat ap 2026. gadu.

Izaugsme lielā mērā ir saistāma ar straujām globālā pieprasījuma paradigmas izmaiņām, līdz ar to strukturālie efekti var saglabāties ilgi arī pēc krīzes pārvarēšanas. Atgriešanās pie «jaunā normālā» ir saistīta ar to, cik ātri tūrisma nozares komersanti spēs pielāgot savus biznesa modeļus jaunajai situācijai un tirgus vajadzībām.

Dinamiskas tūrisma politikas veidošanā ilgtermiņā principiāli svarīgs ir paātrināt digitālo transformācijas procesu, kas šobrīd un vēl vairāk pēc Covid-19 krīzes, būtiski palielinās produktivitāti. Digitalizācija dod iespējas arī jaunām nodarbinātības formām tūrisma nozarē. Papildu ir jābūt gataviem “baiļu” ekonomikas radītiem patērētāju uzvedības maiņas procesiem, jo pasaules un arī Eiropas Savienības ekonomiku spēcīgāk ietekmē cilvēki, kuri baidās no Covid-19, nevis tie, kas ir saslimuši ar šo vīrusu, līdz ar to jau ir mainījusies un vēl mainīsies patērētāju un lēmumu pieņēmēju uzvedība. Tāpat palielināsies pieprasījums pēc tiešsaistes pakalpojumiem un bezkontakta pakalpojumiem ceļojuma galamērķī, kas apstiprina jau iepriekš minēto nepieciešamību, vērtēt darbaspēka pārorientēšanās iespējas.

Krīzes ietekmē izgaismojās sarežģītā tūrisma ekosistēma, kas šobrīd pieprasa individualizētus, specifiskus un kompleksus risinājumus, ar šo nozares raksturu un multidisciplināro dabu būs jāreķinās arī ilgtermiņā.

Katras Eiropas Savienības dalībvalsts plānoto investīciju ieguldījumiem jāpieiet ievērojot ilgtspējīgas tūrisma nozares attīstības pieeju. Lai arī dažādos Eiropas Savienības ģeogrāfiskajos reģionos tūrisms attīstās dažādi – ja populārākajos tūrisma galamērķos vēl nesen tika runāts par pārtūrisma pieaugošo ietekmi, tad mazāk zināmos, tostarp, Latvijā, aizvien notika intensīva jaunu tūristu tirgu iekarošana. Pasaules “apstāšanās” novietoja visas Eiropas Savienības dalībvalstis faktiski uz jaunas starta līnijas, mudinot izvērtēt esošo un dodot iespējas atrast veidu kā sabalansēt izaugsmes tempus. Investīciju mērķi tūrisma industrijā aizvien saglabājas esošie – darbaspēka atbalsts un attīstība, transporta nozares ilgtspējība, aizvien meklējot iespējas dabai un sabiedrībai draudzīgos risinājumos, tūrisma slodzes un plūsmas vadība, efektīvu digitālo tehnoloģiju pielietojums, drošības risinājumi, taču mainīsies to saturs un izpildes dinamiskums.

Vēlme ceļot bija, ir un būs, mainīsies tikai veidi un nosacījumi.

Let me wish every success for the forthcoming event.  
Please accept assurances of my highest consideration.

Sincerely,  
Janis Vitenbergs  
Minister