

2025. gada ____.

Lēmums Nr. ____

**Par Daugavpils valstspilsētas tūrisma attīstības stratēģijas 2025. - 2027. gadam
apstiprināšanu**

Pamatojoties uz Pašvaldību likuma 10. panta pirmās daļas pirmo teikumu, 3. un 21. punktu, Tūrisma likuma 8. panta 1. punktu, ņemot vērā Daugavpils valstspilsētas pašvaldības domes Izglītības un kultūras jautājumu komitejas 2025. gada ____ . maija sēdes atzinumu, **Daugavpils valstspilsētas pašvaldības dome nolemj:**

1. Apstiprināt Daugavpils valstspilsētas tūrisma attīstības stratēģiju 2025. - 2027. gadam (pielikumā).
2. Noteikt, ka par stratēģijas īstenošanu ir atbildīga Daugavpils valstspilsētas pašvaldības iestādes “Daugavpils pašvaldības centrālā pārvalde” Sabiedrisko attiecību un tūrisma departaments.

Pielikumā: Daugavpils valstspilsētas tūrisma attīstības stratēģija 2025. - 2027. gadam.

Daugavpils valstspilsētas pašvaldības domes priekšsēdētājs

A.Elksniņš

IESNIEDZĒJS:

Daugavpils valstspilsētas pašvaldības domes deputāts,
domes priekšsēdētāja 1. vietnieks

A.Vasiļjevs

SAGATAVOTĀJS:

Daugavpils valstspilsētas pašvaldības iestādes
“Daugavpils pašvaldības centrālā pārvalde”
Sabiedrisko attiecību un tūrisma departamenta
Tūrisma nodaļas vadītāja
tālr. 28379979, e-pasts: liga.rudzite@daugavpils.lv

L.Rudzīte-Besakirskā

SASKAŅOTS:

Daugavpils valstspilsētas pašvaldības izpilddirektore

S.Šņepste

Daugavpils pašvaldības centrālās pārvaldes
Attīstības departamenta vadītāja

D.Krīviņa

Daugavpils pašvaldības centrālās pārvaldes
Juridiskā departamenta Iekšējās inspekcijas nodaļas vadītāja

I.Limbēna

ZIŅOTĀJS KOMITEJAS SĒDĒ: Daugavpils valstspilsētas pašvaldības iestādes “Daugavpils pašvaldības centrālā pārvalde” Sabiedrisko attiecību un tūrisma departamenta Tūrisma nodaļas vadītāja L.Rudzīte-Besakirskā

Lēmums nosūtāms: Daugavpils valstspilsētas pašvaldības iestādes “Daugavpils pašvaldības centrālā pārvalde” Sabiedrisko attiecību un tūrisma departamenta Tūrisma nodaļai
Lēmums publicējams: pašvaldības tīmekļvietnē www.daugavpils.lv.

Pielikums

Daugavpils valstspilsētas pašvaldības domes
2025. gada __.____ lēmumam Nr. ____

Daugavpils valstspilsētas tūrisma attīstības stratēģija 2025. - 2027. gadam

Saturs

Izmantotie saīsinājumi	3
Ievads	4
1. Stratēģijas izstrādes pamatojums	5
2. Tūrisma nozares raksturojums.....	7
2.1. Nozares tendences pasaulē.....	8
2.2. Nozares esošo situāciju raksturojoši tūrisma dati	9
2.3. SVID analīze	19
2.4. Daugavpils perspektīvie tūrisma veidi.....	20
3. Tūrisma attīstības mērķi un rīcības virzieni.....	24
4. Stratēģijas īstenošana un īstenošanas uzraudzība.....	34

Izmantotie saīsinājumi

DVP – Daugavpils valstspilsētas pašvaldība

Tūrisma nodaļa – Daugavpils valstspilsētas pašvaldības iestādes “Daugavpils pašvaldības centrālā pārvalde” Sabiedrisko attiecību un tūrisma departamenta Tūrisma nodaļa

DCMP – Daugavpils valstspilsētas pašvaldības iestāde "Daugavpils cietokšņa un muzeju pārvalde"

DCAC – Daugavpils valstspilsētas pašvaldības iestādes "Daugavpils cietokšņa un muzeju pārvalde" Daugavpils cietokšņa Apmeklētāju centrs

ANP – Augšdaugavas novada pašvaldība

LIAA – Latvijas Investīciju un attīstības aģentūra

LPR – Latgales plānošanas reģions

LTA – Latgales Tūrisma asociācija

TAC – Daugavpils Tūristu apkalpošanas centrs

CSP - Centrālā statistikas pārvalde

IAS 2030 - Daugavpils valstspilsētas un Augšdaugavas novada ilgtspējīgas attīstības stratēģija līdz 2030. gada

AP 2027 - Daugavpils valstspilsētas un Augšdaugavas novada attīstības programma 2022.-2027.gadam

Ievads

Kopš 2020. gada pavasara tūrisma nozare Latvijā, līdzīgi kā citviet pasaulē, ir piedzīvojusi nopietnas izmaiņas saistībā ar Covid-19 izplatības ierobežošanas pasākumiem, kas ietekmēja tūrisma un viesmīlības nozari.

Līdzšinējais Daugavpils pilsētas pašvaldības aģentūras „Daugavpils pilsētas pašvaldības tūrisma attīstības un informācijas aģentūra” vidējā termiņa darbības stratēģijas periods bija no 2022. līdz 2024. gadam. Kā papildu tūrisma attīstību ietekmējošs faktors ir ģeopolitiskās un drošības situācijas izmaiņas pēc Krievijas sāktā kara Ukrainā, kam ir tieša ietekme uz ārvalstu un iekšzemes tūristu tirgus struktūru, jo Daugavpilī 2019. gadā tūristu skaits (no kopējā ārvalstu tūristu skaita) no Krievijas un Baltkrievijas veidoja 9%.

Pierobežas zonā pašlaik ir vērojama iekšzemes tūristu skaita palielināšanās un ārvalstu tūristu skaita samazināšanās, kas skaidrojama ar emocionālo piesardzību no tūristu puses. Šo tieši un pastarpināti ietekmējošo faktoru rezultātā ir nepieciešams pārskatīt tūrisma attīstības virzienus un prioritātes, apzinot perspektīvākos attīstības virzienus un pielāgojot tūrisma stratēģiju, atbilstoši aktuālajai situācijai. Ir jāņem vērā arī klientu segments un ceļošanas paradumu izmaiņas, pieaugot individuālo ceļotāju skaitam un samazinoties tūristu grupu īpatsvaram. Tāpat, pieaugot pieprasījumam pēc dažādiem nišas produktiem un dzīvesstila ceļojumiem, mainās piedāvājums.

Daugavpils valstspilsētas un Augšdaugavas novada ilgtspējīgas attīstības stratēģijā līdz 2030. gadam izvirzīta vīzija paredz, ka Daugavpils pilsēta ir vietējo kopienu vērtībās un zināšanās balstīts starptautiski atpazīstams ilgtspējīgs kultūras, dabas un aktīvās atpūtas galamērķis visu gadu. Tās pamatā ir ideja, ka Daugavpils būs konkurētspējīgs tūrisma galamērķis ar atbilstošu piedāvājumu visos gadalaikos. Tādējādi tiks radīti labvēlīgi apstākļi vietējiem uzņēmējiem, rodot iespēju gūt ienākumus arī ārpus aktīvās tūrisma sezonas.

Darba uzdevums ir veikts, izvērtējot tūrisma un mārketinga attīstību, produktu un pakalpojumu attīstības atbilstību līdzšinējiem tūrisma plānošanas dokumentiem, vienlaikus identificējot turpmākos attīstības virzienus, mērķus un prioritātes laika periodā līdz 2027. gadam.



1. Stratēģijas izstrādes pamatojums

1. Stratēģijas izstrādes pamatojums

Daugavpils ir Latvijas otrā lielākā pilsēta, Latgales reģiona ekonomiskais centrs un nacionālas nozīmes attīstības centrs, kur ir resursu, tajā skaitā cilvēkresursu, sociālo un ekonomisko aktivitāšu koncentrācija un kas veicina apkārtējās teritorijas attīstību. Tūrisma nozare Daugavpilī ieņem stratēģiski svarīgu lomu un nosaka tūrisma attīstības tendences reģionā, ņemot vērā pilsētas ģeogrāfisko novietojumu.

Arī tūrisma nozarē Daugavpilij ir vadošā loma un tā nosaka tūrisma attīstības tendences reģionā. Daugavpils valstspilsētā ir vislielākais tūrisma objektu, naktsmītņu un sabiedriskās ēdināšanas uzņēmumu skaits, salīdzinot ar citām Latgales reģiona pilsētām. Daugavpils tūrisma galvenie resursi ir multikulturālais un industriālais mantojums, daudzveidīgie kultūras un sporta pasākumi, kultūrvēsture un dabas resursi.

Izstrādāt un ieviest tūrisma nozares plānošanas dokumentu ir noteikts Daugavpils valstspilsētas un Augšdaugavas novada attīstības programmas 2022.-2027.gadam Daugavpils valstspilsētas rīcības plānā, ar mērķi nodrošināt mūsdienīgu tūrisma nozares pārvaldību un attīstību, definējot detalizētas rīcības/uzdevumus, kas palīdzēs efektīvāk sasniegt pašvaldības teritorijas attīstības plānošanas dokumentos (IAS 2030, AP 2027) noteiktos stratēģiskos uzstādījumus tūrisma jomas attīstībai.

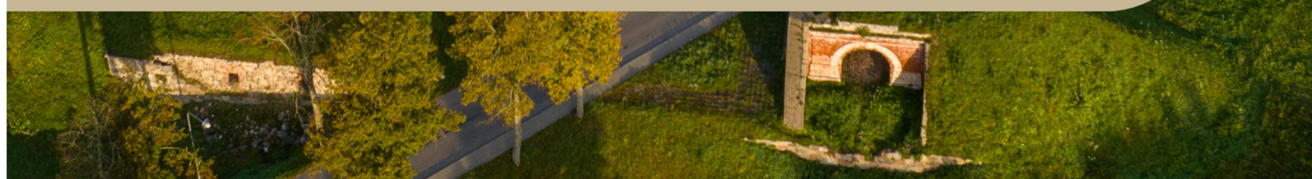
Daugavpils valstspilsētas tūrisma stratēģija 2025.-2027. gadam (turpmāk - Stratēģija) ir Daugavpils tūrisma nozares politikas plānošanas dokuments, kas nosaka tūrisma attīstības virzienus un vadlīnijas no 2025. līdz 2027.gadam (ieskaitot). Dokuments apkopo rīcības plānu, kas paredz efektīvu tūrisma attīstību Daugavpilī, nosakot pasākumus tūristu skaita un uzturēšanās ilguma palielināšanai. Tajā tiek uzsvērta arī tūrisma nozares dažādu sektoru sadarbība, kā arī ilgtspējas nodrošināšana, lai veicinātu ilgtermiņa attīstību un pozitīvu ietekmi uz vietējo kopienu un vidi. Dokumenta izstrādes procesā aptauju veidā iesaistīti TAC apmeklētāji, kas ir pilsētas viesi un vietējie iedzīvotāji.

Stratēģijas izstrādes procesā ir ievērots pēctecības un savstarpējās saskaņotības princips ar uzdevumiem un galvenajām prioritātēm, kas noteiktas: Latvijas ilgtspējīgas attīstības stratēģijā "Latvija 2030", "Latgales stratēģijā 2030", LPR Attīstības programmā 2021.-2027.gadam, Daugavpils valstspilsētas un Augšdaugavas novada ilgtspējīgas attīstības stratēģijā līdz 2030. gadam, Daugavpils valstspilsētas un Augšdaugavas novada attīstības programmā 2022.-2027. gadam.

Dokumenta izstrādes procesā izmantoti dati no CSP, Daugavpils tūrisma un atpūtas objektiem, aptaujas veidā iesaistīti pilsētas viesi - TAC apmeklētāji.



2. Tūrisma nozares raksturojums



2. Tūrisma nozares raksturojums

2.1. Nozares tendences pasaulē

Saskaņā ar jaunāko ANO Tūrisma pasaules barometru, 2024. gadā starptautiski ceļoja aptuveni 1,4 miljardi tūristu, kas liecina par gandrīz pilnīgu atveseļošanos (99%) no pandēmijas līmeņa. Šis skaitlis ir par 11% lielāks nekā 2023. gadā, kas nozīmē 140 miljonus vairāk starptautisko tūristu ierašanās. Šie rezultāti ir saistīti ar spēcīgu ceļošanas pieprasījumu pēc pandēmijas, stabilu lielo tirgu sniegumu un turpināto atveseļošanos tūrisma galamērķos Āzijā un Klusā okeāna reģionā.

Eiropā, pasaulē lielākajā tūrisma galamērķu reģionā, 2024. gadā tika reģistrēta 747 miljonu starptautisko tūristu ierašanās (+1% salīdzinājumā ar 2019. gada līmeni un +5% salīdzinājumā ar 2023. gadu), ko veicināja spēcīgs pieprasījums starp reģioniem. Visas Eiropas apakšreģioni pārsniedza pirmspandēmijas līmeni, izņemot Centrāleiropu un Austrumeiropu, kur daudzi galamērķi joprojām piedzīvo Krievijas kara Ukrainā ilgstošās sekas.

Starptautisko tūristu ziņā 2025. gadā tiek prognozēts pieaugums par 3-5%, salīdzinājumā ar 2024. gadu. Tomēr ekonomiskie un ģeopolitiskie izaicinājumi joprojām rada ievērojamus riskus. Vairāk nekā puse respondentu norāda uz augstajām transporta un naktsmītņu izmaksām, kā arī citiem ekonomiskiem faktoriem, piemēram, svārstīgajām naftas cenām, kā galvenajiem izaicinājumiem, ar kuriem starptautiskais tūrisms saskarsies 2025. gadā. Ņemot vērā šo situāciju, tiek prognozēts, ka tūristi turpinās meklēt labu cenas un kvalitātes attiecību.

Ģeopolitiskie riski (izņemot esošos konfliktus) ir tēma, kas rada aizvien vairāk bažu, un eksperti tos ierindoja kā trešo svarīgāko faktoru pēc ekonomiskajiem. Ekstremāli laika apstākļi un darbinieku trūkums ir arī nozīmīgi izaicinājumi, kas ierindojas ceturtajā un piektajā vietā ekspertu norādīto faktoru sarakstā.

Izaugsmes un ilgtspējības līdzsvara nodrošināšana būs izšķiroša 2025. gadā, kā norāda divas galvenās tendences, ko atzinuši eksperti: meklējumi pēc ilgtspējīgām praksēm un mazāk zināmu galamērķu atklāšana¹.

Šeit ir dažas no dominējošām ceļošanas tendencēm, kas prognozētas 2025. gadam, balstoties uz pasaules vadošo tūrisma zīmolu un ceļojumu operatoru prognozēm:

- **Mierpilni atvaļinājumi (Calmcations).** Atvaļinājumi, kas veltīti pilnīgai miera un harmonijas radīšanai, turpina gūt popularitāti arī 2025. gadā.

¹ United Nations Specialized agency, <https://www.unwto.org/>

- **Mākslīgais intelekts ceļojumu plānošanā**, tehnoloģijām kļūstot par neatņemamu ceļojumu plānošanas sastāvdaļu.
- **Ceļošana ārpus populārajiem tūrisma maršrutiem**. Pēc nopietnām pārtūrisma (overtourism) problēmām 2024. gadā ceļotāji arvien biežāk izvēlas mazāk zināmus galamērķus.

2.2. Nozares esošo situāciju raksturojoši tūrisma dati

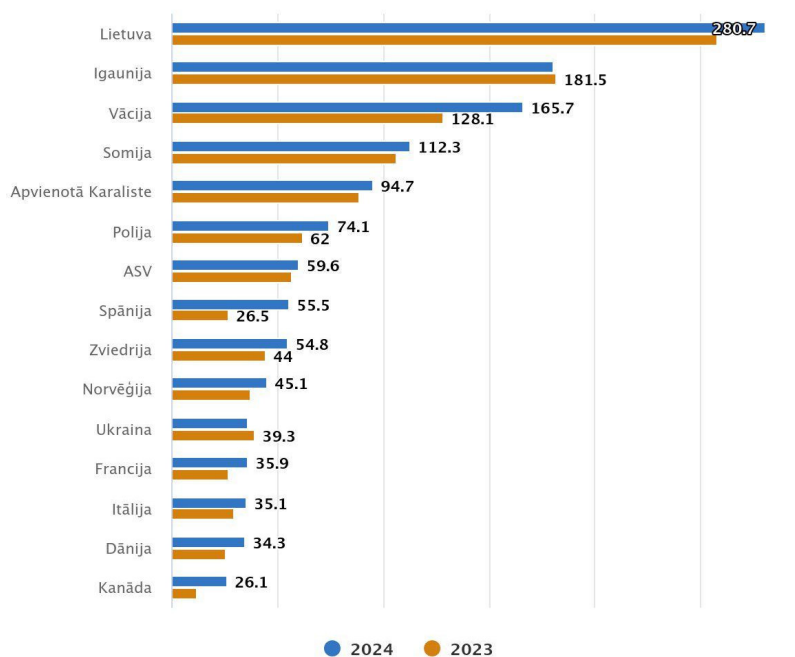
Latvijā

2024. gadā Latvijas tūristu mītnēs apkalpoti 2,7 milj. ārvalstu un vietējo viesu, veidojot 10,9% pieaugumu, salīdzinot ar 2023. gadu, liecina Centrālās statistikas pārvaldes dati. Viesi tūristu mītnēs pērn pavadīja 4,7 milj. nakšu, un tas ir par 7,4% vairāk nekā 2023. gadā. Turpina pieaugt arī vietējā tūrisma apjoms.

2024. gadā no visiem tūristu mītnēs apkalpotajiem viesiem 58,8% jeb 1,6 milj. bija ārvalstu viesi, kas ir par 14,3% vairāk nekā 2023. gadā, bet par 18,4% mazāk nekā 2019. gadā jeb laikā pirms Covid-19 pandēmijas. Ārvalstu viesu pavadīto nakšu skaits, salīdzinot ar 2023. gadu, palielinājies par 10,2% un bija 2,8 milj. Visvairāk ārvalstu viesu uzņemts no Lietuvas (280,7 tūkst.), Igaunijas (180,5 tūkst.), Vācijas (165,7 tūkst.), Somijas (112,3 tūkst.), Apvienotās Karalistes (94,7 tūkst.), Polijas (74,1 tūkst.), ASV (59,6 tūkst.), Spānijas (55,5 tūkst.), Zviedrijas (54,8 tūkst.) un Norvēģijas (45,1 tūkst.).

2024. gadā ārvalstu tūristus visbiežāk varēja sastapt Rīgā – 71,5%, Jūrmalā – 8,4%, Mārupes novadā – 3,3%, Liepājā – 3,0%, Siguldas novadā – 1,7% un Ventspilī – 1,4%.

Latvijas tūristu mītnēs apkalpoto ārvalstu viesu skaits 2024. un 2023. gadā
(tūkstošos)



Skatīt OSP datubāzē:TUV030

1.attēls. Latvijas tūristu mītnēs apkalpoto ārvalstu viesu skaits 2024. un 2023. gadā. (CSP dati)

2024. gadā tūristu mītnēs tika apkalpots 1,1 milj. Latvijas iedzīvotāju, kas ir par 6,4% vairāk nekā 2023. gadā un par 22,7% vairāk nekā 2019. gadā. Vietējo iedzīvotāju pavadīto nakšu skaits bija 1,85 milj., kas ir par 3,2% vairāk, salīdzinot ar iepriekšējo gadu. Vietējo viesu vidējais uzturēšanās ilgums tūristu mītnēs bija 1,7 naktis (2023. gadā arī 1,7 naktis).

Visvairāk Latvijas iedzīvotāju uzņemti Rīgā, kur apmetās 26,2% viesu, Jūrmalā – 10,1%, Liepājā – 6,6%, Cēsu novadā – 5%, Daugavpilī – 3,5%, Talsu novadā – 3,4% un Siguldas novadā – 3,4%².

LIAA Eksporta un inovāciju pakalpojumu departaments, analizējot 2024.gadu, nosauc šādas tūrisma tendences:

1. Ilgtspējīga ceļošana - pieprasījums pēc videi draudzīgām iespējām;
2. Piedzīvojumu tūrisms - aktīvā atpūta un piedzīvojumi dabā;
3. Autentiskums - vietējā kultūra un unikalitāte;

² Centrālās Statistikas pārvaldes oficiālais statistikas portāls, <https://stat.gov.lv/lv/statistikas-temas/noz/turisms/preses-relizes/22351-latvijas-viesnicu-un-citu-turisma-mitnu-darbibas>

4. Lēnāka un jēgpilnāka ceļošana - ilgākas un dziļākas pieredzes vienā galamērķī, darījumu braucienu un atpūtas apvienošana;
5. Tehnoloģiju nozīme ceļojumu plānošanā³.

Daugavpilī

Daugavpils turpina attīstīties kā moderns un daudzpusīgs tūrisma galamērķis, investējot pakalpojumu kvalitātē un piedāvājuma dažādībā, kā arī arvien vairāk ceļotāju piesaistē gan no Latvijas, gan ārvalstīm.

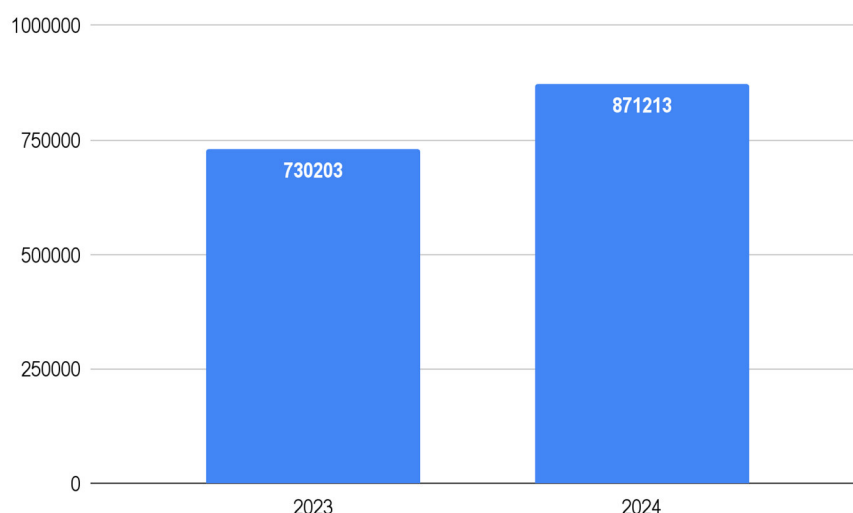
Stratēģijas pamatmērķis – veicināt tūrisma nozares attīstību Daugavpils administratīvajā teritorijā un veidot Daugavpils pilsētas kā daudzveidīga un pievilcīga tūrisma galamērķa atpazīstamību.

Ņemot vērā iepriekšējo gadu statistikas datus, Latvijas tūrisma mārketinga nostādnes un aktuālās tendences tūrismā kopumā, Tūrisma nodaļas darbība tiek vērsta uz vairākiem mērķa tirgiem un to segmentiem:

1. Iekšzemes tūristi.
2. Ārvalstu tūristi, kur:
 - 2.1. augsti prioritārie tirgi ir Lietuva, Polija, Igaunija, Vācija un Apvienotā Karaliste;
 - 2.2. sekundārie tirgi ir pārējās Eiropas valstis;
 - 2.3. perspektīvie tirgi ir Āzijas valstis (Japāna, Ķīna, Dienvidkoreja) un ASV.

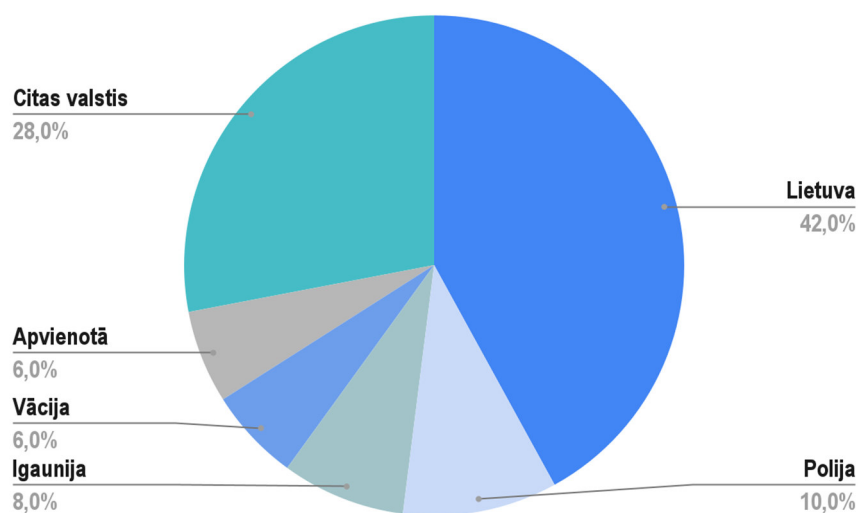
Kopējais apmeklētāju skaits Daugavpils tūrisma objektos, kultūras un sporta pasākumos 2024.gadā ir pieaudzis par 19% (salīdzinājumā ar 2023. gadu). Dati tika saņemti no 29 tūrisma un atpūtas objektiem, kuri uzskaitīja apmeklētājus visu gadu, un kopējais to skaits – 871 213 personas (2023. gadā – 730 203).

³ Latvijas tūrisms 2024 Izaicinājumi un iespējas. LIAA paveiktais un plānotais, https://business.gov.lv/sites/default/files/2024-12/Latvijas_turisma_forums_2024.pdf



2.attēls. Kopējais apmeklētāju skaits Daugavpils tūrisma objektos, kultūras un sporta pasākumos.
(TAC dati)

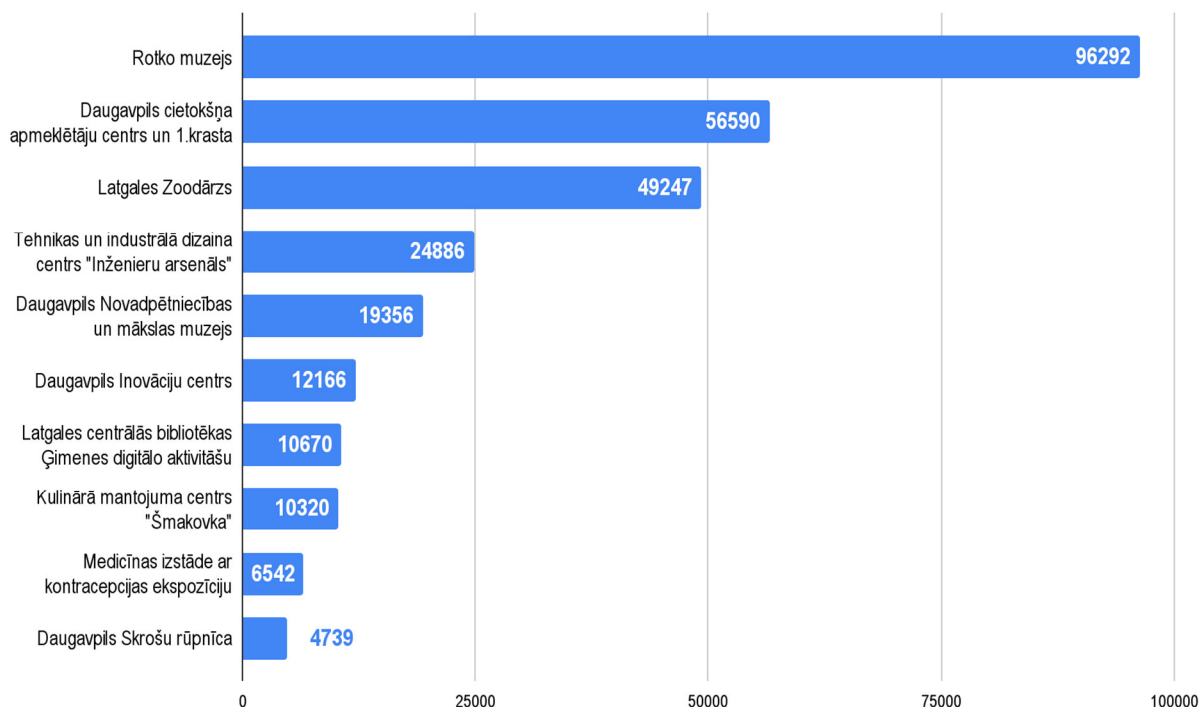
Lielākā daļa Daugavpils apmeklētāju bijuši Latvijas iedzīvotāji (89%) un lielākais ārvalstu tūristu īpatsvars bija no Lietuvas (23 506 jeb 42%), Polijas (5518 – 10%), Igaunijas (4259 – 8%), Vācijas (3343 – 6%) un Apvienotās Karalistes (3256 – 5,9%). 2024. gada TOP 10 ārzemju tūristu izcelsmes valstis: Lietuva, Polija, Igaunija, Vācija, Apvienotā Karaliste, Ukraina, ASV, Baltkrievija, Francija un Zviedrija.



3.attēls. Ārvalstu tūristu sadalījums pa valstīm. (TAC dati)

Apmeklētāko objektu pirmo piecinieku veido: Rotko muzejs – 96 292 apmeklējumu reizes; DCAC un 1. krasta lunete, kur viesojās 56 590 apmeklētāji; Latgales zoodārzs (49 247); Tehnikas un industriālā

dizaina centrs “Inženieru arsenāls” (24 886); Daugavpils Novadpētniecības un mākslas muzejs (19 356).



4. attēls. Apmeklētāko Daugavpils tūrisma objektu TOP 2024. gadā. (TAC dati)

2024. gadā TAC pēc informācijas vērās 74% Latvijas ceļotāju un 26% ārvalstu viesu (no Ukrainas, Lietuvas, Vācijas, Polijas, ASV, Igaunijas, Somijas, Apvienotās Karalistes un citām valstīm).

No 2024. gada 1. janvāra līdz 2024. gada 31. decembrim Daugavpils TAC tika veikta apmeklētāju aptauja, lai noskaidrotu Daugavpils viesu ceļojuma mērķus. Aptaujas anketas tūristi aizpildīja klātienē Daugavpils TAC, kā arī tās tika nosūtītas elektroniski uz e-pastu. Rezultātā tika aptaujāti 200 respondenti, no kuriem 53% bija sievietes un 47% bija vīrieši.

Aptaujā piedalījās tūristi no vairākām pasaules valstīm, bet, analizējot saņemtās anketas, tika secināts, ka lielākā respondentu daļa bija no Lietuvas (28%) un Latvijas (18%). Aptaujā piedalījās arī tūristi no Vācijas, ASV, Lielbritānijas, Polijas, Dānijas, Nīderlandes, Francijas, Somijas, Čehijas un citām valstīm.

Analizējot saņemtos datus tika secināts, ka lielākā tūristu daļa jeb 87% interesējās par kultūru un vēsturi. Otrajā vietā pēc interesēm bija atzīmēta atpūta pie dabas, trešajā vietā pēc aptaujas rezultātiem, tūristi interesējās par mākslu.

Lielākā respondentu daļa jeb 56% no aptaujātajiem norādīja, ka ceļoja kopā ar ģimenes locekļiem, bet 28% ceļoja vienatnē. 15% tūristu sniedza atbildi, ka savu ceļojumu pavadīja kopā ar draugiem, un 1% ceļoja ar saviem kolēģiem.

Aptaujas ietvaros viens no uzdevumiem bija noteikt ceļojuma maršrutus, lai noskaidrotu, vai Daugavpils pilsēta ir galamērķis vai tikai viens pieturas punkts ceļotāja maršrutā. Vairāk nekā puse no respondentiem jeb 68% izvēlējās Daugavpils pilsētu kā ceļojuma galamērķi, 14% atzīmēja, ka ceļoja pa Latgali. 6% aptaujāto ceļoja pa Latviju, izvēloties Daugavpili kā vienu no pieturas punktiem, savukārt 9% aptaujāto sniedza informāciju, ka viņu maršrutā iekļautas Baltijas valstis. 3% respondentu apmeklēja Daugavpili, ceļojot pa Eiropas valstīm.

Respondenti bija lūgti norādīt savu ceļojuma mērķi, izvēloties vienu vai dažus no piedāvātajiem atbildes variantiem. Lielākā respondentu daļa jeb 64% aptaujāto tūristu norādīja, ka ceļojuma mērķis bija Daugavpils pilsētas apskate, t.sk. populārāko tūrisma objektu apmeklējums. Savukārt 9% aptaujāto atbrauca apciemot radniekus un draugus, šo braucienu apvienojot ar pilsētas apskati. 14% tūristu atbrauca uz Daugavpili, lai apmeklētu pilsētas pasākumus un 8% aptaujāto apmeklēja pilsētu darba jautājumos, bet 5% aptaujāto atbildēja, ka apmeklēja Daugavpili mācību brauciena laikā. Salīdzinot kopējo ceļojuma ilgumu ar uzturēšanos laiku tieši Daugavpils pilsētā, tika novērota kopīga tendence – lielākā daļa no respondentiem pavadīja ceļojumā, tai skaitā Daugavpilī 1 – 3 dienas.

Respondentiem tika jautāts arī par naktsmītnēm, ko viņi plāno izmantot ceļojuma laikā uz Daugavpili. Lielākā daļa jeb 72% norādīja, ka plāno nakšņot Daugavpils pilsētā, tomēr 28% atbildēja, ka neizmantos viesnīcu vai viesu māju pakalpojumus.

Lielākā daļa no aptaujātajiem jeb 55% ieguva informāciju par tūrisma iespējām Daugavpilī internetā.

TAC apmeklētāju – tūristu profils (2024. gads):

Latvijas ceļotāji:

- ģimenes ar bērniem;
- ģimenes bez bērniem;
- organizētas draugu vai domubiedru grupas;
- darījumu ceļotāji (komandējumi).

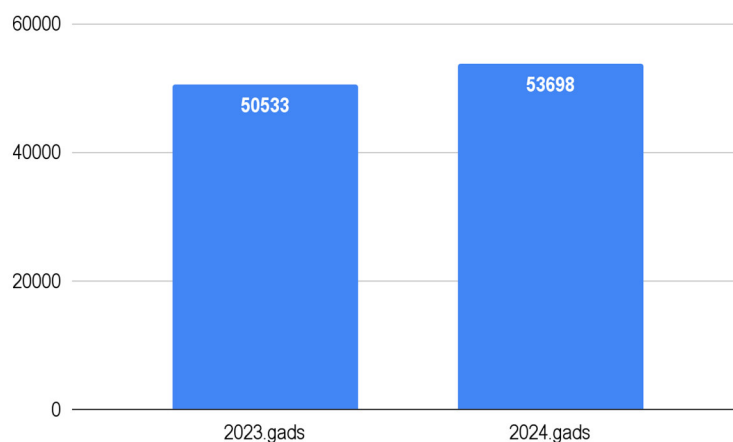
Ārvalstu ceļotāji:

- pensionāri (visbiežāk kopā ceļo vairāki pāri);
- precēti pāri;
- studenti, kas mācās Daugavpils Universitātē un profesionālās izglītības iestādēs;

- individuālie ceļotāji;
- viesi, kas apmeklē draugus un radus;
- darījumu ceļotāji (komandējumi, konferences, pieredzes apmaiņas programmas).

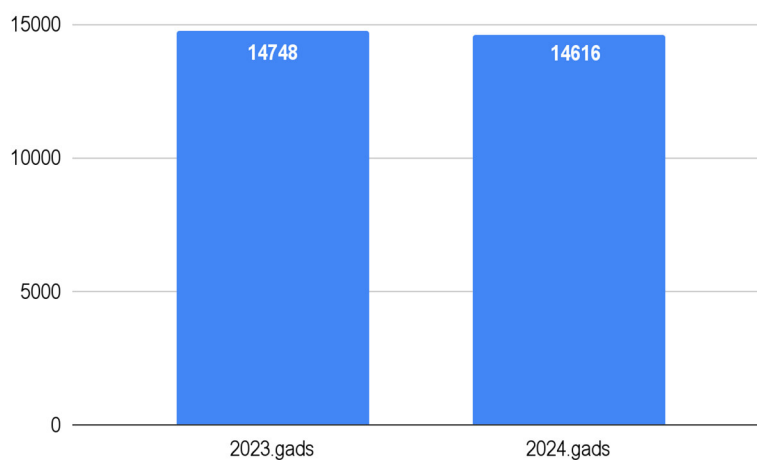
Pārvietošanās veids Latvijas un ārvalstu ceļotājiem uz Daugavpili: automašīna, vilciens, autobuss, motocikls un velosipēds.

Apkalpoto personu skaits Daugavpils tūristu mītnēs pieauga par 6%, salīdzinot ar 2023.gadu.



5.attēls. Apkalpoto personu skaits tūristu mītnēs. (CSP dati)

Apkalpoto ārvalstu tūristu skaits tūristu mītnēs palicis tādā pašā līmenī attiecībā pret 2023. gadu no 14 748 - 2023. gadā uz 14 616 - 2024. gadā.



6.attēls. Apkalpoto ārvalstu tūristu skaits tūristu mītnēs. (CSP dati)

2024. gadā TAC vietnes www.visitdaugavpils.lv lietotāju skaits pieauga par 22% un tie bija 290 207 lietotāji. 88% no kopējā lietotāju skaita bija jauni lietotāji jeb unikāli apmeklētāji, kas nekad iepriekš nav apmeklējuši šo vietni. Vislielākā apmeklētāju aktivitāte bija maijā (90 466 skatījumi) un vasaras mēnešos: jūnijā – 84 633, jūlijā – 106 645 un augustā – 89 448 skatījumi. Gada laikā fiksēti kopumā 829 315 skatījumi.

Statistikas dati liecina, ka ik gadu pakāpeniski palielinās sekotāju skaits tūrisma sociālo tīklu lapās un 2024. gadā sasniedza 15 563 sekotājus, kas ir par 20% vairāk, salīdzinot ar 2023. gada datiem.

Daugavpils tūristu mītnes

Tūrisma nodaļas vietnē www.visitdaugavpils.lv Daugavpils pilsētas teritorijā 2024. gadā tika piedāvātas: 12 viesnīcas, 6 viesu mājas, 6 hosteļi, 1 kempings.

Rezervāciju sistēmā Booking.com Daugavpils teritorijā tiek piedāvātas: 11 viesnīcas, 5 viesu nami, 4 brīvdienu mājas, kā arī vairāk nekā 60 dzīvokļi. Rezervāciju sistēmā Airbnb.com tiek piedāvātas vairāk nekā 40 naktsmītnes.

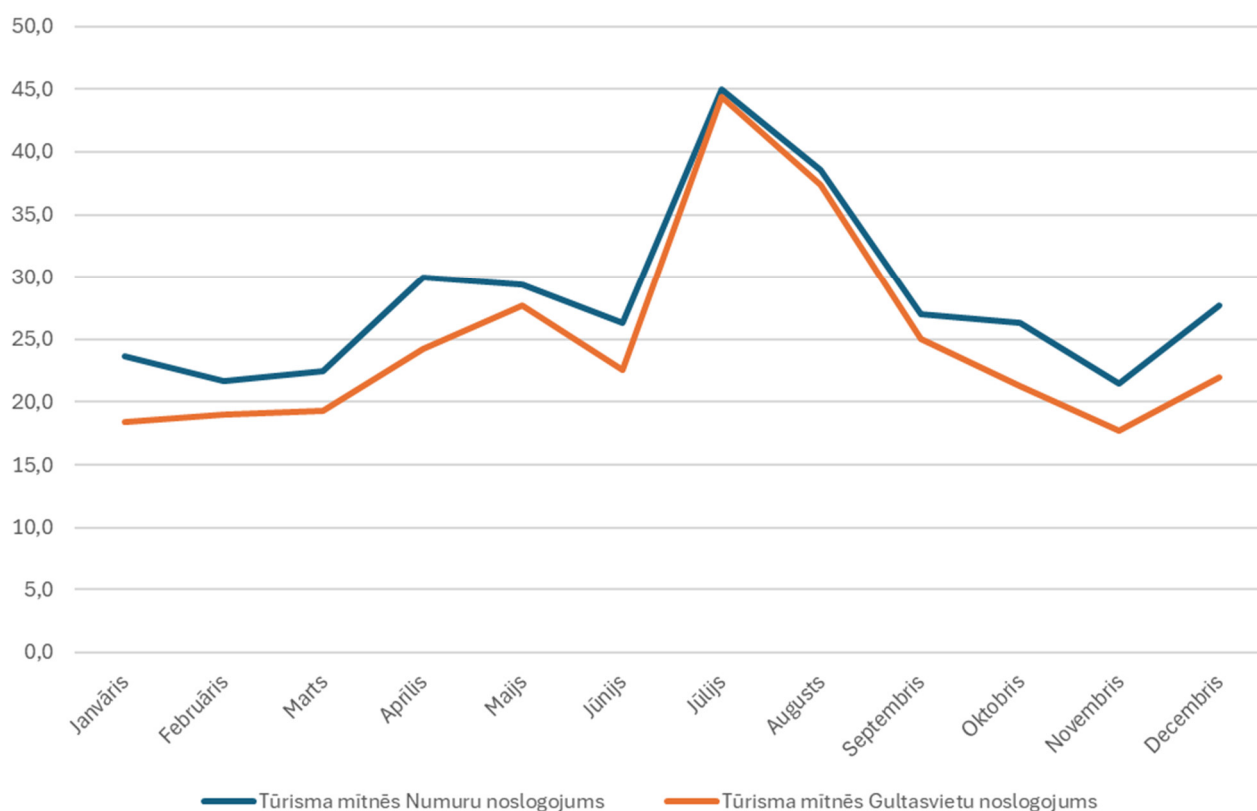
Dzīvokļi un apartamenti, kas tiek piedāvāti rezervācijas sistēmās, nav pieejami pašvaldības mājaslapā, jo tos piedāvā uzņēmēji kā konkrētas, nereti vienīgās izmitināšanas vietas, un šo piedāvājumu klāsts ir mainīgs.

Situācija ar jaunām tūrisma izmitināšanas vietām ir sarežģīta, jo 2016. gadā tika atvērta četrzvaigžņu viesnīca “HomeLikeHotel”, kurā tiek piedāvāti 10 numuri, 2017. gadā – viesnīca “SanMari” ar 13 numuriem, kā arī 2023. gadā “Neiropakse Mini Hotel”, kas piedāvā 3 numurus. Pārējās tūrisma izmitināšanas mītnes ir atvērtas vairāk nekā 10 gadu laikā. Latvijas viesnīcu un restorānu asociācijas sertifikācijai pilsētā atbilst sešas viesnīcas: viena četrzvaigžņu viesnīca “HomeLikeHotel” un piecas trīszvaigžņu viesnīcas: “Park Hotel Latgola”, “Dinaburg SPA Hotel”, “Biplan Hotel”, “Biplan City”, “Olimpija Hotel & SPA”.

Izvērtējot Booking.com sistēmas datus, var secināt, ka 67% naktsmītņu, balstoties uz viesu atsauksmēm, ir 8+ atzīme, kas nozīmē “Ļoti labi”, viesi augsti novērtē personāla attieksmi, tīrību, komfortu, atbilstību cenai, atrašanās vietu ar autostāvvietas iespēju un bezmaksas bezvadu internetu. No tiem, kas piedāvā ēdienreizes, 13% naktsmītņu piedāvā brokastis, pārējās naktsmītnēs ir tikai izmitināšana, bet tajā pašā laikā 84% naktsmītņu piedāvā virtuvi vai kopējo virtuves zonu. Lai nodrošinātu viesiem ērtāku apkalpošanu, 89% naktsmītņu pieņem tiešsaistes maksājumus. Ceļojot ar mājdzīvniekiem, viesiem ir iespēja rezervēt piemērotu naktsmītni, jo 59% naktsmītņu atļauj

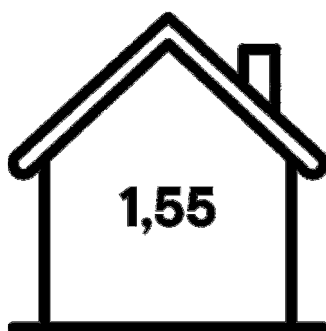
uzturēšanos ar mājdzīvniekiem par papildu maksu. Par priekšrocību Daugavpilī var nosaukt arī to, ka 94% naktsmītnēm attālums no pilsētas centra ir mazāk nekā 5 kilometri. Kā izteiktu trūkumu var minēt piekļūstamību, jo izmitināšanas mītnes nav viegli sasniedzamas, tikai 10% naktsmītnēs dušas ir piemērotas ratiņkrēslam, 2% naktsmītnēs tualetes aprīkotas ar atbalsta rokturiem.

Apkopojot CSP datus par pilsētas naktsmītņu noslogojumu 2024. gadā, tika analizēta informācija no 21 respondenta, tostarp 11 viesnīcām, 3 viesu mājām, 4 dienesta viesnīcām, 1 hosteļa, 1 kempinga un 1 rezidences. Rezultāti liecina, ka vidējais numuru noslogojums bija 28,3%. Visaugstākais noslogojums tika reģistrēts jūlijā – 45%, savukārt zemākie rādītāji fiksēti februārī (21,7%) un novembrī (21,5%). Var skaidri definēt sezonālās svārstības, kur vasaras mēnešu noslogojums ir divreiz augstāks nekā pārējās trīs sezonās.



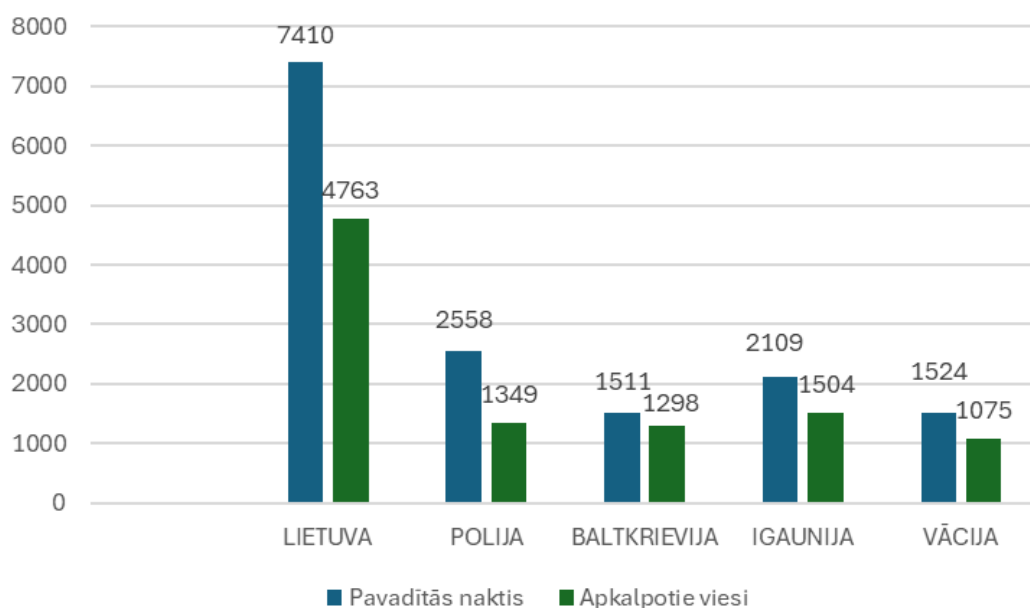
7. attēls. Naktsmītņu noslogojums Daugavpilī 2024. gadā. (CSP dati)

Analizējot statistikas datus, tika konstatēts, ka ārvalstu un vietējo viesu vidējais uzturēšanās ilgums Daugavpilī 2024. gadā bija 1,55 dienas. Salīdzinājumam: ārvalstu viesu vidējais uzturēšanās ilgums Latvijas tūristu mītnēs 2024.gadā bija 1,8 nakts, bet vietējo viesu vidējais uzturēšanās ilgums Latvijas tūristu mītnēs 2024. gadā bija 1,6 nakts.



8.attēls. Vidējais uzturēšanas ilgums Daugavpilī 2024. gadā. (CSP dati)

Tūristu mītņu apkalpoto viesu un pavadīto nakšu skaita ziņā populārākās valstis ir: Lietuva, Polija, Igaunija, Baltkrievija un Vācija. Izvērtējot datus, ir vērts norādīt, ka viesu no Polijas vidējais uzturēšanās ilgums visa gada laikā ir 2 nakts. Šis rādītājs atspoguļo tirgus potenciālu un uzsver nepieciešamību pievērst pastiprinātu uzmanību šim segmentam.



9.attēls. Piecas populārākās valstis pēc apkalpoto viesu un pavadīto nakšu skaita 2024.gadā. (CSP dati)

Ir vērts pievērst uzmanību tendencei, ka tūristu no Turcijas, Ungārijas un Gruzijas vidējais uzturēšanās ilgums ir 4 nakts. Tika novērots, ka salīdzinoši neliels viesu skaits uzturējās ilgāku laika periodu, kas var liecināt par specifiskām ceļošanas tendencēm šajos tirgos.

Daugavpili apmeklēja arī viesi no retāk pārstāvētām valstīm, piemēram, Ganas, Kongo, Kotdivuāras, Kenijas, Venecuēlas, Kostarikas, Jamaikas un Taivānas. Lai gan šo viesu skaits bija

neliels, tas atspoguļo pilsētas starptautisko pievilcību un potenciālu piesaistīt ceļotājus no dažādiem pasaules reģioniem.

2.3. SVID analīze

Analizējot pilsētas tūrisma nozares stiprās puses, var secināt, ka kultūrvēsturiskais mantojums, plaši zināmie festivāli, dabas resursu piedāvājums, kā arī pašvaldības aktīvā iesaiste tūrisma objektu attīstībā veicina nozares izaugsmi un veido labvēlīgus apstākļus tūristu piesaistei.

STIPRĀS PUSES	VĀJĀS PUSES
● Sazarota un attīstīta transporta infrastruktūra. ● Unikāls valsts nozīmes piemineklis – Daugavpils cietoksnis kā Daugavpils atpazīstamības un identitātes simbols. ● Marka Rotko muzejs ir svarīga kultūras vieta, kas piesaista gan vietējos, gan starptautiskos apmeklētājus. ● Tradicionāli un atpazīstami pilsētas kultūras festivāli un pasākumi. ● Daba un ainavas. ● Veiksmīga sadarbība ar Latvijas tūrisma nozares organizācijām. ● Pilsētas sociālo tīklu popularitāte ar apmeklējumu pieaugumu par 20% 2024. gadā. ● Pašvaldības darbība tūrisma attīstības veicināšanā jauno objektu izveidē. ● Plašs piedāvāto pakalpojumu klāsts, ar ikgadējo ieņēmumu pieaugumu.	● Sezonalitāte tūrisma iespējām pilsētā. ● Īss tūristu uzturēšanas ilgums ~1 nakts. ● Nepietiekošs gultasvietu skaits pilsētā lielo pilsētas pasākumu laikā. ● Daugavpils pilsētas tēla nestabilitāte – stereotipi. ● Zemi tūristu vienas dienas tēriņi. ● 4-zvaigžņu viesnīcu trūkums. ● Muzeju un tūrisma objektu tehniskais stāvoklis un piekļūstamības trūkums (Daugavpils Novadpētniecības un mākslas muzejā un Vienības namā). ● Muzeju un tūrisma objektu zema aktivitāte sociālajos tīklos. ● Tūrisma objektu digitalizācijas un digitalizācijas resursu trūkums. ● Uzņēmēju vāja iesaiste kopīgo tūrisma produktu izveidē.
IESPĒJAS	DRAUDI
● Kultūrvēsturiskā mantojuma iespējas. ● Kultūrtūrisma attīstība. ● Gastronomiskā tūrisma iespējas. ● Pasākumu tūrisma attīstība.	● Līdzīgs konkurentu tūrisma piedāvājums. ● Kvalificēta darbaspēka trūkums. ● Ģeopolitiskā spriedze starp Krieviju un Rietumiem.

• Produkti tūrisma sezonas pagarināšanai. • Pārrobežu sadarbība. • Starptautiskā mēroga sacensību un pasākumu rīkošanas pieredze. • Infrastruktūras attīstība. • Sabiedriskā transporta maršrutu efektivizēšana un pielāgošana tūrisma vajadzībām. • Semināru, apmācību un kontaktbiržas organizēšana tūrisma nozares pārstāvjiem, pieredzes apmaiņa. • Koordinēta tūrisma un citu nozaru sadarbība. • Pastiprināts darbs ar prioritārajiem tirgiem, piem., Lietuva, Igaunija, Polija, lai pievilinātu ārvalstu tūristu īpatsvaru.	• Augstas transporta un naktsmītņu izmaksas. • ES finansējuma samazināšana objektu atjaunošanai - konkurence, daudz pieteikumu projektu konkursiem. • Nepietiekamas investīcijas mārketingā.
---	--

Tūrisma produkta sezonālitate, tūrisma objektu tehniskais stāvoklis, ierobežotais naktsmītņu piedāvājums un digitalizācijas resursu nepietiekamība būtiski ietekmē potenciālo tūristu interesi un galamērķa izvēli.

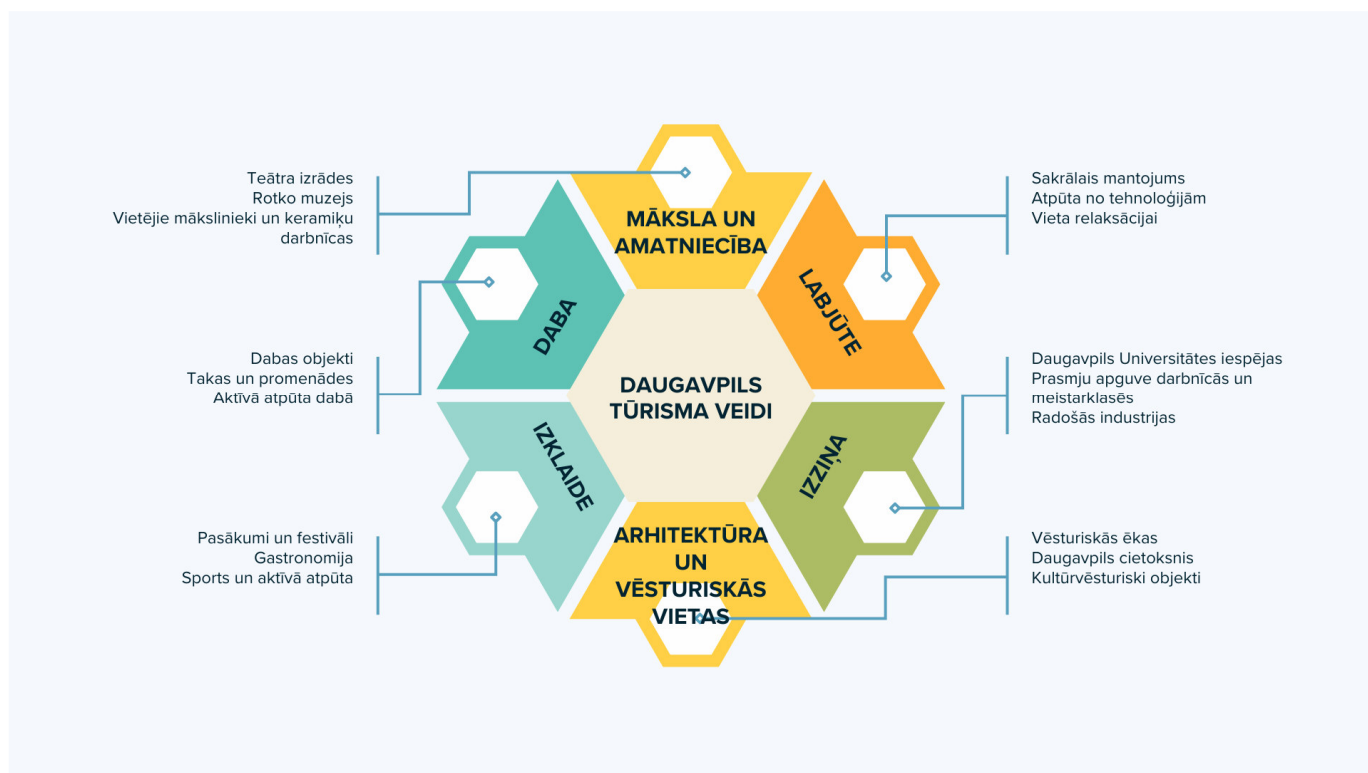
Jāuzsver, ka Daugavpils tūrisma attīstībai ir ievērojams potenciāls. Gastronomiskā un pasākumu tūrisma attīstība, pārrobežu sadarbības veicināšana un kontaktbiržu organizēšana sekmē plašāku auditorijas sasniedzamību. Turklāt mērķtiecīgs darbs ar prioritārajiem tirgiem, kas izpaužas pieredzes apmaiņas braucienos un sadarbība kopīgos projektos, veicina tūristu skaita pieaugumu un stiprina pilsētas pozīcijas tūrisma nozarē.

Tūrisma nozares attīstību apdraud konkurētspējīgs piedāvājums no līdzīgiem galamērķiem, kvalificēta darbaspēka trūkums, ģeopolitiskā nestabilitāte, kā arī ekonomiskie faktori, tostarp cenu pieaugums un inflācija. Papildu izaicinājumu rada Eiropas Savienības struktūrfondu finansējuma samazināšana tūrisma infrastruktūras atjaunošanai un nepietiekamas investīcijas nozares attīstībā. Šo faktoru ietekme var mainīties atkarībā no globālās un reģionālās ekonomiskās, politiskās un sociālās situācijas, kā arī no mērķtiecīgas politikas un stratēģisku investīciju īstenošanas.

2.4. Daugavpils perspektīvie tūrisma veidi

Analizējot un grupējot Tūrisma nodaļas pieejamos resursus un tūrisma piedāvājumu, tika izveidots tematiskais pilsētas tūrisma produktu sadalījums, identificējot piecas galvenās kategorijas: **dabas**

tūrisms, mākslas un amatniecības tūrisms, arhitektūras un vēsturisko vietu tūrisms, izklaides tūrisms, izziņas tūrisms un labjūte. Šāds strukturēts skatījums palīdz attīstīt un pilnveidot tūrisma piedāvājumu, piesaistot gan vietējos, gan ārvalstu ceļotājus.



10.attēls. Daugavpils perspektīvie tūrisma veidi.

2.4.1. Dabas tūrisms

Daugavpils un tās apkārtnes dabas daudzveidība piedāvā plašas iespējas aktīvai atpūtai un ainavisku vietu izzināšanai. Šajā kategorijā ietilpst:

- **Dabas objekti** – ezeri, upes, meži un ainaviski skati.
- **Takas un promenādes** – labiekārtotas pastaigu vietas, Stropu ezera promenāde, Bruģu ielas promenāde un Cietokšņa promenāde.
- **Aktīvā atpūta dabā** – pārgājieni, nūjošana, velobraucieni, skriešana un ūdens aktivitātes (laivošana, makšķerēšana).

2.4.2. Mākslas un amatniecības tūrisms

Daugavpils ir bagāta ar kultūras mantojumu un mākslas tradīcijām, kas piesaista ceļotājus ar dažādiem interesēm. Piedāvājums ietver:

- **Teātra izrādes** – izrādes, kas piesaista Latvijas un ārzemju tūristus.
- **Māksla un amatniecība** – Rotko muzeja sezonu izstādes, simpoziji, plenēri, vietējie mākslinieki, keramiķu darbnīcas (Māla mākslas centrs un citi objekti).
- **Personības un tradīcijas** – stāsti par ievērojamiem daugavpiliešiem (Latgales Centrālā bibliotēka, Daugavpils Novadpētniecības un mākslas muzejs, vietējās tradīcijas un folklorā (Tradīciju māja), multikulturāla vide).

2.4.3. Labjūtes tūrisms

Lai gan labjūte ir salīdzinoši jauna tūrisma niša, Daugavpils spēj piedāvāt dažādas iespējas harmonijas un veselības uzlabošanai:

- **Reliģiskais tūrisms** – sakrālais mantojums ar Baznīcu kalnu un dažādu konfesiju dievnamiem.
- **Digitālais detokss** – atpūta no tehnoloģijām un mierpilnas vietas relaksācijai.

2.4.4. Izziņas tūrisms

Ceļotājiem, kuri meklē jaunus izaicinājumus un zināšanas, Daugavpilī piedāvā plašu izziņas tūrisma klāstu:

- **Izglītības iespējas** – Daugavpils Universitāte piesaista studējošos ne tikai no Latgales reģiona, bet arī no citiem Latvijas reģioniem un ārvalstīm.
- **Prasmju apguve** – mākslas darbnīcas, amatniecības meistarklases.
- **Radošās industrijas** – iespēja iepazīt un iesaistīties mūsdienīgās un tradicionālās radošajās nozarēs.

2.4.5. Arhitektūras un vēsturisko vietu tūrisms

Daugavpils ir bagāta ar kultūras mantojumu un mākslas tradīcijām, kas piesaista ceļotājus ar dažādām interesēm. Piedāvājums ietver:

- **Arhitektūru** – vēsturiskās ēkas, cietokšņa ansamblis, Baznīcu kalns.
- **Vēsturiskās vietas** – Daugavpils cietoksnis un citi kultūrvēsturiski objekti.

2.4.6. Izklaides tūrisms

Izklaides tūrisms piesaista dažādu vecumu un interešu grupu ceļotājus, piedāvājot dinamiskas un izklaidējošas aktivitātes:

- **Pasākumi un festivāli** – kultūras, sporta un izklaides notikumi, lielkoncerti.
- **Gastronomija** – vietējā ēdienkarte un produkti kafējnīcās, restorānos un Latgales kulinārā mantojuma piedāvājums.
- **Sports un aktīvā atpūta** – gan profesionāli, gan amatieru sporta pasākumi un iespējas nodarboties ar sportu ikdienā. Dažādu vecuma grupu un sporta veidu reģiona sacensības, valsts līmeņa un starptautiska līmeņa sporta sacensības.



3. Tūrisma attīstības mērķi un rīcības virzieni

3. Tūrisma attīstības mērķi un rīcības virzieni

Izvērtējot tūrisma statistikas datus no Daugavpils tūrisma un atpūtas objektiem un CSP, tika noteikti šādi Daugavpils tūrisma attīstības mērķi:

- Palielināt vietējo tūristu skaitu par 20%,
- Palielināt ārvalstu tūristu skaitu par 10%,
- Pakāpeniski palielināt vidējo uzturēšanās ilgumu naktsmītnēs Daugavpilī (1,8 nakts),
- Uzlabot pilsētas atpazīstamību un konkurētspēju ar mārketinga aktivitāšu palīdzību (palielināts vietnes *visitdaugavpils.lv* lietotāju un sociālo tīklu sekotāju skaits par 20%).

Attīstīt un veicināt ārvalstu tūristu piesaisti Daugavpilij, palielināt ārvalstu tūristu skaita statistikas rādītājus tūrisma un atpūtas objektos vismaz par 10% gadā. Palielināt vidējo pavadīto nakšu skaita rādītāju līdz 1,8 naktsim, izmantojot to faktoru, ka Daugavpilī viesnīcās ir iespējams uzņemt lielākas ceļotāju grupas vienlaikus, bet, sadarbojoties ar ANP tūrisma un atpūtas objektiem, rast iespēju paildzināt uzturēšanās laiku pie mums. Kā vienu no lielākajiem mērķiem nepieciešams nodrošināt kvalitatīvu, sezonālu un definētajām mērķa grupām atbilstošu tūrisma piedāvājumu visu gadu. Tas ir panākams ar vienmērīgu kultūras piedāvājumu un notikumu grafiku. Liels potenciāls tūristu piesaistē un ziemas piedāvājuma klāsta paplašinājumā ir mākslīgās sniega segas veidošanas sistēmas ierīkošana Stropu mežā.

Lai sasniegtu šos mērķus, tika noteikti šādi rīcības virzieni:

1. Pilsētas mārketinga un zīmola aktivitātes

Šajā darbības virzienā uzsvars tiks likts uz Daugavpils “tūrisma magnētu” - Cietoksni un tajā esošajiem objektiem, piemēram, Rotko muzeju un pašvaldības organizētiem pasākumiem un festivāliem, kurus plaši apmeklē viesi ne tikai no Latvijas, bet arī ārvalstīm. Daudzi pasākumi un festivāli ir kļuvuši par pilsētas vizītkarti.

Pavasaris	Vasara	Rudens	Ziema
Festivāli un lielkoncerti (piemērs - Muzikālā banka); Rotko muzeja pavasara izstāžu sezonas atklāšana.	• Pilsētas svētki; • Vēsturiskās rekonstrukcijas festivāls “Dinaburga 1812”.	“Street food” festivāls; Rīgas ielas svētki; Rotko muzeja rudens izstāžu sezonas atklāšana.	• Ziemas noformējums un pilsētas galvenās egles iedegšana; • Jaunā gada sagaidīšana; • Rotko muzeja ziemas izstāžu sezonas atklāšana.

Sociālie tīkli un citu interneta vietņu izmantošana ir veids, kā sabiedrība saņem informāciju, plāno un meklē brīvā laika pavadīšanas iespējas. Tūrisma nodaļas sociālo tīklu profiliem (dažādās platformās) palielinās sekotāju skaits, informācija tiek publicēta divās valodās un papildināta ar sezonālām

fotogrāfijām, video materiāliem ar pilsētas notikumiem un skatiem.

Vietnē www.visitdaugavpils.lv informācija tiek atjaunota un papildināta regulāri, bet nepieciešami uzlabojumu darbi dizainā un struktūrā.

2. Pilsētas atpazīstamības uzlabošana, starptautiskā un vietējā sadarbība

2024. gadā DVP parakstīja sadarbības līgumu ar LTA, lai kopīgi strādātu pie pilsētas un Latgales reģiona atpazīstamības uzlabošanas un tūristu piesaistes. Šīs sadarbības ietvaros, izdodas organizēt kopīgus darba seminārus un tikšanās ar Baltijas valstu tūroperatoriem, Polijas tūrisma jomas pārstāvjiem, sadarboties ar LIAA, veidot kopīgus darba plānus.

Kultūras notikumi, starptautiski festivāli un sporta sacensības veicina pilsētas atpazīstamību noteiktām auditorijām, sekmējot pilsētas apmeklētāju skaita palielināšanos.

2025. gada februāra sākumā DCMP parakstīja pieteikumu dalībai prestižajā “FORTE CULTURA” tīklā – Eiropas nocietināto pieminekļu kultūras maršrutā, kas paver nozīmīgas perspektīvas tūrisma attīstībai Daugavpilī un visā Latgales reģionā. Iestāšanās “FORTE CULTURA” tīklā arī paver iespējas piedalīties kopīgos Eiropas projektos, dalīties pieredzē ar citiem Eiropas vēsturiskiem cietokšņiem un piesaistīt papildu finansējumu kultūras mantojuma objektu popularizācijai, izpētei, konservācijai un restaurācijai.

Cietokšņa atpazīstamību papildina arī mākslas joma - Rotko muzeja pastāvēšanas laikā ir izveidots plašs tīklojums dažādās sadarbības formās ar Latvijas un ārvalstu māksliniekiem, kuratoriem, mākslas galerijām un institūcijām. Gadu gaitā veidotā veiksmīgā sadarbība ar Keitu Rotko Prizelu (Kate Rothko Prizel) un Kristoferu Rotko (Christopher Rothko) nodrošina Marka Rotko oriģināldarbu retrospektīvu ekspozīciju Rotko muzejā, kas mainās katrus trīs gadus. Mākslinieka ģimenes uzticības garants muzejam ir arī Marka Rotko mākslas darbu uz papīra dāvinājums muzeja kolekcijai. Sadarbībā ar “Pashmin Art Consortia” (Vācija, Ķīna) un “PIFO Gallery” (Pekin), kuratoru Filips Dods (Philip Dodd, Lielbritānija) muzejā tika īstenotas vairākas starptautiski atzītu mākslinieku, Rotko mākslas filozofijas sekotāju izstādes. Vairāki projekti un mākslinieku rezidences tika īstenotas, pateicoties veiksmīgai sadarbībai ar Francijas institūtu Latvijā, Ziemeļvalstu Ministru padomes biroju Latvijā, “British Council Latvia” un ārvalstu vēstniecībām.

3. Tūrisma produktu piedāvājums starptautiskās konkurētspējas stiprināšanai

Šis virziens nosaka būtisku uzsvaru uz vietējo kopienu, iedzīvotāju iesaisti un vietējo tradīciju, prasmju un zināšanu izmantošanu, tostarp vietējie var būt kā vēstneši, lai palīdzētu attīstīt tūrismu. Rezultātā iedzīvotāji un uzņēmēji tiks iesaistīti gan kā produktu un pakalpojumu veidotāji, bet arī kā

sadarbības tīkls, kuram ir liela nozīme. Jo Daugavpilī ir daudz nacionāla vide, kam ir būtiska nozīme, strādājot un piedāvājot pakalpojumus dažādu valstu tūristiem. Arī valsts mērogā Latgales reģions ir zināms kā vieta, kur iepazīt un baudīt kultūras mantojumu, senatnes vēsmas un autentiskumu. Viena no pašvaldības tūrisma prioritātēm ir gastronomiskā tūrisma attīstība, jo tā nozīme pasaulē pieaug. Arī Latvijā tiek izstrādāti dažādi gardēžu tūrisma maršruti un citi piedāvājumi saistībā ar gastronomiju, tādēļ arī Daugavpilī saskatām potenciālu gastronomijas tūrisma attīstībā. Stratēģijas periodā realizēsim starptautisko “Interreg” projektu sadarbībā ar Šauļiem (Lietuva) par kulinārā tūrisma attīstību, balstoties uz mūsdienīgu tradicionālās lietuviešu un latviešu virtuves garšu interpretāciju.

Uzturēt sadarbību un informācijas apriti tūrisma jomā iesaistīto iestāžu un uzņēmēju vidū. Informācijas apmaiņa ne tikai par vietām, tūrisma objektiem, ēdināšanas un izmitināšanas privāto sektoru Daugavpilī, bet arī sadarbība plašākā mērogā ar Latgales, Latvijas un kaimiņvalstu tūrisma jomā strādājošiem. Lielu uzsvaru liekot uz sadarbību ar tūroperatoriem, lai veicinātu tūristu plūsmu un iespējamo uzturēšanās laika paildzinājumu Daugavpilī.

4. Jaunas tūrisma infrastruktūras izveide un esošās uzturēšana

Pašreiz tūrisms ir izteikti sezonāls, vasaras periodā Daugavpils ir apmeklēta, bet iestājoties vēsākam laikam tūristu pieplūdums ir ļoti zems, kas ietekmē ne tikai iestāžu apmeklētības rādītājus un ienākumus, bet arī uzņēmējus, kuri piedāvā ēdināšanas un izmitināšanas pakalpojumus.

Inovatīvu un ziemas sezonai pielāgotu tūrisma produktu piedāvājumu ieviešana veicinātu pilsētas konkurētspēju un piesaistītu apmeklētājus.

Infrastruktūras uzlabošana nodrošinās pilsētas pieejamību un ērtu sasniedzamību. Pārbūvētā tramvaju līnija, velociņu izveide un promenāžu labiekārtošana ne tikai uzlaboja pilsētas apkaimju sasniedzamību, bet arī ir kļuva par nozīmīgu tūrisma infrastruktūras elementu. Protams, ir nepieciešams plānot un nodrošināt piekļūstamību cilvēkiem ar kustību traucējumiem kultūrvēsturiskajos objektos, kuros vēl nav notikusi renovācija, lai ikviens varētu apmeklēt koncertus, izstādes un citus pasākumus.

5. Datus balstīta ilgspejīga tūrisma attīstība un pārvaldība

Datus par tūrisma iestāžu un objektu apmeklētību iesniedz 28 objekti, kas lielākoties ir pašvaldības iestādes. No šiem datiem tiek apkopoti gada statistikas rādītāji par apmeklējumiem. Papildus no CSP iegūstam informāciju par naktsmītņu noslogotību un uzturēšanās laiku. Diemžēl tas nav pietiekami, lai izveidotu objektīvu datu apkopojumu, par viesiem, kuri uzturējās pilsētā.

TAC regulāri veic tūristu aptaujas, tās notiek klātienē apkalpošanas centrā. Iegūtā informācija tiek apkopota, lai saprastu, kāds ir pilsētas tūrista profils un viņa intereses.

<i>Nr.</i>	<i>Rīcības virziens</i>	<i>Aktivitāte/Uzdevums</i>	<i>Apakšaktivitāte/ detalizēts aktivitātes rīcību izklāsts</i>
1	Pilsētas mārketinga un zīmola aktivitātes	Daugavpils pilsētas mērķtiecīga komunikācija un mārketings.	Mērķauditoriju definēšana un segmentēšana, mārketinga aktivitāšu pieskaņošana dažādām auditorijām, daudzkanālu komunikācijas uzturēšana. Pozitīva un atpazīstama pilsētas tēla uzturēšana.
		Daugavpils skaistāko vietu un notikumu popularizēšana.	Fotogrāfiju un video materiālu veidošana, to publicēšana sociālajos tīklos un regulāra tīmekļvietnes papildināšana. Apkopojumu veidošana par vietām un notikumiem, informācijas pasniegšana pārskatāmā un vizuāli saistošā formātā.
		Kampaņas, kas popularizē pilsētu kā kultūras un sporta centru.	Reklāmas kampaņas un daudzveidīga piedāvājuma popularizēšana.
		Aktīva informēšana un iedzīvotāju iesaiste caur Facebook, Instagram, TikTok, YouTube.	Tīmekļvietnes un sociālo tīklu apmeklētāju pieaugums.
		Veidoti stāsti par vietējiem cilvēkiem, uzņēmējiem, māksliniekiem, sportistiem.	Raksti un videoreportāžas, lai popularizētu pilsētas tēlu un personas, kuras ar savu darbības jomu to dara valsts (Eiropas) mērogā.
		Tūrisma vietnes visitdaugavpils.lv atjaunošana ar integrētu virtuālo asistentu, kas nodrošinās ērtāku un ātrāku orientēšanos lapā. Tīmekļvietnes strukturēšana segmentos.	Mainīta rīku joslas struktūra, izveidots pārskatāms piedāvājums, piemēram, “Ģimenēm ar bērniem”, “Atpūta diviem”, “Aktīvā atpūta” utt. Pārskatāma informācija, uzrunājoša piedāvājuma izklāsts.
2.	Pilsētas atpazīstamības uzlabošana, starptautiskā un vietējā sadarbība	Sadarbība ar Latvijas vēstniecībām ārzemēs.	Tūrisma darba semināri Igaunijā, Lietuvā, Polijā.
		Dalība Latgales Tūrisma asociācijā.	Dalība kopīgos tūrisma piedāvājumu stendos Baltijas valstīs, dalība kontaktbiržās, tūroperatoru vizīšu organizēšana. Raksti sociālajos tīklos un portālos par kopīgo Latgales novada piedāvājumu. Novada kopīgu tūrisma piedāvājuma brošūru un karšu izdošana četrās valodās. Garo pārgājienu maršruta “Ezertaka” posma izstrāde, iekļaujot Daugavpili.

	Dalība starptautiskos tūrisma gadatirgos, kontaktbiržās un darba vizītēs Latvijā un ārzemēs.	Prezentēts Daugavpils tūrisma piedāvājums Lietuvas pilsētas svētku pasākumu laikā. Dalība darba vizītēs LIAA organizētajos pasākumos Baltijas valstīs.
	Pilsētas svētku laikā starptautiskā pasākuma "Tūrisma iela" organizēšana ar Latvijas un Lietuvas pārstāvju dalību.	Veicināt savstarpēju apmaiņu ar aktuālajiem informatīvajiem materiāliem; prezentēt Latvijas un ārzemju tūrisma pārstāvju un partneru piedāvājumu.
	Tūroperatoru vizīšu organizēšana uz Daugavpili.	Vismaz 3 mērķtiecīgas vizītes gadā, kur ar Daugavpils tūrisma piedāvājumu iepazīstina vietējos ienākošā tūrisma operatorus. Vismaz 3 ārvalstu tūroperatoru vizītes Daugavpilī
	Sadarbība ar sadraudzības pilsētām ārzemēs.	Pieredzes apmaiņas braucieni, jaunu kontaktu dibināšana, dalība kopīgos projektos. Sadraudzības pilsētas no šādām valstīm: Zviedrija, Lietuva, Polija, Vācija, Izraēla, Itālija, Gruzija, Ķīna, Spānija, Portugāle, Grieķija, Horvātija, Bulgārija, Albānija u.c.
	Daugavpils cietokšņa iestāšanās "FORTE CULTURA" tīklā.	Daugavpils kā starptautiskā tūrisma galamērķa tēla stiprināšana; apmeklētāju skaita pieaugums no Vācijas, Polijas, Lietuvas, kultūras tūrisms un interese par vēsturiskiem nocietinājumiem un aktivitātēm vēsturiskajā vidē. Dalība kopīgos Eiropas projektos, un papildus finansējuma piesaiste kultūras mantojuma objektu popularizācijai, izpētei, konservācijai un restaurācijai
	Rotko muzeja sadarbība ar Latvijas un ārzemju māksliniekiem, kuratoriem, mākslas galerijām un institūcijām, kā arī ar Keitu Rotko Prizelu (Kate Rothko Prizel) un Kristoferu Rotko (Christopher Rothko) un ar Francijas institūtu Latvijā, Ziemeļvalstu Ministru padomes biroju Latvijā, "British Council Latvia" un ārvalstu vēstniecībām.	Marka Rotko oriģināldarbu retrospektīvu ekspozīciju Rotko muzejā, kas mainās katrus trīs gadus. Mākslinieka ģimenes uzticības garants muzejam ir arī Marka Rotko mākslas darbu uz papīra dāvinājums muzeja kolekcijai. Sadarbībā ar "Pashmin Art Consortia" (Vācija, Ķīna) un "PIFO Gallery" (Pekin), kuratoru Filips Dods (Philip Dodd, Lielbritānija) muzejā tika īstenotas vairākas

			starptautiski atzītu mākslinieku, Rotko mākslas filozofijas sekotāju izstādes.
		Tūrisma informatīvo materiālu maketēšana un izdošana drukātā veidā dažādās valodās, kā arī izplatīšana.	Tūrisma materiālu izdošana trīs valodās (latviešu, lietuviešu un angļu). Iknedēļas pasākumu apkopojuma publicēšana latviešu un angļu valodā. Drukāto materiālu izplatīšana Latvijas un Lietuvas tūrisma informācijas centros.
		Uzņēmēju iesaiste kopīgo tūrisma produktu attīstībā.	Piedāvāt uzņēmējiem skaidras priekšrocības un atbalstu, kas veicinās ilgtspējīgu un pievilcīgu sadarbības vidi.
		Sadarbība ar citām organizācijām maršrutu un informatīvo materiālu izstrādē.	Kopīgu pasākumu organizēšana, jaunu vai uzlabotu maršrutu izveide (velomaršruti, pārgājienu maršruti). Sadarbība ar velobiedrībām, sportistiem un aktīva dzīvesveida organizācijām.
		Jauniešu iesaiste jaunu prasmju apguvē, tūrisma pakalpojumu sniegšanā.	Ēnošanas aktivitātes, prakses vietas - sadarbība ar izglītības iestādēm, brīvprātīgo piesaiste pasākumu organizēšanā, vasaras nodarbinātības darba vietu nodrošināšana.
3.	Tūrisma produktu piedāvājums starptautiskās konkurētspējas stiprināšanai	Inovatīvo un izzinošu tūrisma piedāvājumu izstrāde.	Mākslas kvests, Mežciema sanatorijas teritorijas iekļaušana pārgājienu maršrutos, Purva takas teritorijas iekļaušana ekskursiju maršrutos (mobilās lietotnes informācijas paplašināšana), Inovāciju centra radošo darbnīcu programmu piedāvājuma klāsta izveide pieaugušo auditorijai.
		Tematisku piedāvājumu, pasākumu identificēšana un ieviešana.	Tradīciju mājas un kultūras centru tematisko pasākumu piedāvājuma popularizēšana kultūrmantojuma iepazīšanai. Tematisko ekskursiju piedāvājums, pilsētas gidu apmācības.
		Tūrisma iekštelpu piedāvājuma pastiprināšana.	Komplekso piedāvājumu izstrāde, jauninājumi, ekspozīciju maiņa ziemas posmā. Koncertu un šovu programmas, kas uzrunā dažādu auditoriju.

		Visu gadu pieejams ģimenēm piemērots piedāvājums.	Pasākumi, meistarklases, ģimenes dienas, ģimenes biļetes, interaktīvs piedāvājums, lai palielinātu apmeklējumu skaitu.
		Mācību semināru un pieredzes apmaiņas pasākumu rīkošana pilsētas uzņēmējiem un tūrisma objektu pārstāvjiem.	Organizēt apmācības par dažādām tēmām, lai paaugstinātu pakalpojumu sniegšanas kvalitāti. Izsūtīt aktuālo informāciju par piedāvājumiem, kas attiecas uz tūrisma jomu.
		Izveidoti jauni kultūras un kreatīvā tūrisma pakalpojumi, izveidots komplekss un saistošs piedāvājums jauniešu auditorijai.	Pilsētas kvestu piedāvājums, kas ietvers dažādas tēmas: arhitektūra, māksla, novadpētniecība, vēsture. Materiālu izstrādē sadarboties ar jauniešiem no Daugavpils izglītības iestādēm.
		Projekts "Digitālais tūrisms amatniecībā".	"Amatniecības un dzīvesziņas ekspozīcijas izveide" Vienības nama Tradīciju mājā.
		Organizēt uz kultūrtūrisma orientētus pasākumus.	Veicināta kultūras un tūrisma jomu sadarbība, organizējot kopīgus pasākumus, festivālus, kas vērsti uz kultūrtūrisma.
4.	Jaunas tūrisma infrastruktūras izveide un esošās uzturēšana	Tūrisma sezonālātes mazināšana pilsētā.	Sniega trases ar mākslīgā sniega segu izbūve un aprīkojuma iegāde. Ziemas tematisko piedāvājumu paplašināšana - Ziemassvētku Vecīša rezidence Cietoksnī.
		Pieejamības uzlabošana tūrisma objektos cilvēkiem ar kustības traucējumiem un bērnu ratiņiem.	Plānojot remontdarbus, paredzēt piekļūstamības nodrošināšanu.
		Attīstīt Retro tramvaja piedāvājumu.	Pieejamība tūristiem valodas ziņā, izstrādātas maršrutu kartes un papildināti bukleti ar tām. Retro tramvaja ekskursiju pieejamība.
		Elektrisko skrejriteņu nomas pakalpojumu pieejamības attīstīšana.	
		Velomaršruti - sadarbībā ar Augšdaugavas novadu ir publicēti www.visitdaugavpils.lv .	Iespēju robežās paplašināt velomaršrutu tīklu.

		Saistītas transporta infrastruktūras attīstība.	Saistīta transporta infrastruktūra tūrisma pakalpojumiem ar aprakstu un skaidrojumu, tulkota angļu valodā.
		Sadarbībā ar sociālo dienestu - sociālais taksometrs.	Uzņēmumu, kas piedāvā pārvadājumu pakalpojumus cilvēkiem ar kustību traucējumiem, iekļaušana tūrisma piedāvājumā.
		Novecojošo tūrisma informācijas stendu nomaina tūristu piesaistes punktos.	Sadarbībā ar INTERREG Latvija–Lietuva programmā 2021. –2027. gadam, ko atbalsta Eiropas Reģionālās attīstības fonds (ERAF), tiek realizēts projekts "Kulinārā tūrisma attīstība, balstoties uz mūsdienīgu tradicionālās lietuviešu un latviešu virtuves garšu interpretāciju", kur tiks uzstādīti 2 LED informatīvie stendi pilsētas centrā (gājēju ielas posmā).
		Pie Ruģeļu ūdenskrātuves plānots izveidot vides elementus, kuri mazinās cilvēka darbības ietekmi. Apmeklētājiem tiks piedāvātas zonas, kuras ierobežos apkārtējās vides teritorijas izmantošanu un pilnveidos drošības aspektus.	Labiekārtota Ruģeļu ūdenskrātuves teritorija.
		Infrastrukturā labiekārtošana un piekļuves nodrošināšana pie jauniem dabas objektiem.	Stropu ezera promenāde, Rotaļu laukums pie Stropu ezerā.
5.	Datos balstīta ilgtspējīga tūrisma attīstība un pārvaldība	Klientu atsauksmju monitorings.	Regulāri veikt TAC apmeklētāju anketēšanu klātienē, sekot līdzi komentāriem sociālo tīklu platformās, veikt atsauksmju apkopošanu un analīzi. Izmantot atsauksmes un ieteikumus darbā.
		Tūrisma statistikas datu ievākšana, apkopošana, analizēšana un atvērto datu pieejamības nodrošināšana sabiedrībai.	TAC un tūrisma objektu apmeklētāju anketēšana.
		Tūrisma nodevas ieviešana.	Sniegs ekonomisko ieguldījumu, kā arī ļaus iegūt statistikas datus par tūristu skaitu un vizītes mērķi.
		Tūrisma nozares attīstībai nozīmīgu pētījumu īstenošana sadarbībā ar augstskolām un pētniecības institūcijām.	Ilgtspējīga tūrisma potenciāla izpēte un rīcību izstrāde - sadarbība ar Saules Skolu, Daugavpils Tehnologiju un Tūrisma tehnikumu datu ieguvei un tūrisma produktu izstrādei.

4.Stratēģijas īstenošana un īstenošanas uzraudzība

Daugavpils valstspilsētas tūrisma attīstības stratēģijā 2025.-2027.gadam tiek noteikti šajā laika posmā sasniedzamie rezultātīvie rādītāji tajā noteikto mērķu sasniegšanai. Stratēģiju apstiprina Daugavpils valstspilsētas pašvaldības dome.

Katru gadu Tūrisma nodaļa sagatavos pārskatu par Daugavpils tūrisma nozares attīstību, izvērtējot tūrisma statistikas datus, t.sk. stratēģijā noteikto sasniedzamo rezultātīvo rādītāju izmaiņas, no CSP trīs gadu griezumā.

Pārskats tiks publicēts pašvaldības mājaslapā daugavpils.lv un tūrisma vietnē visitdaugavpils.lv. Pārskatā iekļautā informācija tiks iekļauta arī pašvaldības ikgadējā publiskajā pārskatā, sniedzot informāciju par Daugavpils tūrisma vides attīstību atbilstoši stratēģijā noteiktajiem tūrisma nozares attīstības uzstādījumiem.

Par nepieciešamību aktualizēt šo stratēģiju tiek lemts, pamatojoties uz sagatavotajiem pārskatiem un kārtējam gadam apstiprināto pašvaldības budžetu.

Izstrādātās un apstiprinātās stratēģijas īstenošanas gaitu uzraudzīs un novērtēs Daugavpils valstspilsētas pašvaldība.

Stratēģiskā uzstādījuma novērtēšanai noteiktie sasniedzamie rezultātīvie rādītāji				
	Bāzes vērtība	Plānotais mērķis		
	2024	2025	2026	2027
Vietējo tūristu skaita pieaugums (līdz 2027.gadam par 20%)	460 425,00	497 259,00	537 039,72	552 510,00
Ārvalstu tūristu skaita pieaugums (līdz 2027. gadam par 10%)	55 623,00	57 847,92	60 161,84	61 185,30
Palielināts vidējais Daugavpils naktsmītnēs uzturēšanās ilgums (līdz 2027. gadam līdz 1,8 nakts)	1,55	1,60	1,70	1,80
Uzlabota pilsētas atpazīstamība un konkurētspēja ar mārketinga aktivitāšu palīdzību - palielināts vietnes visitdaugavpils.lv lietotāju skaits (līdz 2027. gadam par 20%)	290 207,00	307 619,42	326 076,59	348 248,40
Uzlabota pilsētas atpazīstamība un konkurētspēja ar mārketinga aktivitāšu palīdzību - palielināts sociālo tīklu sekotāju skaits (līdz 2027. gadam par 20%)	15 563,00	16 496,78	17 486,59	18 675,60
<i>Datu avots: TAC statistika un CSP dati.</i>				