

PESCAVET - Professionals' innovation for pesca-tourism activities

Erasmus+, KA202 - Strategic Partnerships for vocational education and training

Project N° 2020-1-LV01-KA202-077503



IO1: Kopsavilkuma ziņojums par jauniem procesiem un mārketinga paņēmieniem, lai izstrādātu, veicinātu un pārskatītu produktus/pakalpojumus jūras tūrismā

This document has been released in the framework of PESCAVET Project, with the contribution of the European Union, Erasmus+ Programme.

The European Commission support for the production of this publication does not constitute an endorsement of the contents which reflects the views only of the authors, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Saturs

Ievads	6
1. Galvenie secinājumi par pesha tūrismu partnervalstīs: salīdzinošā analīze	8
1.1 Demogrāfija	8
1.2 Izglītības un apmācības līmenis	11
1.3 Iepriekšējā pieredze tūrismā un zivsaimniecībā	13
1.4 Komunikācijas un marketinga aktivitātes pesha tūrismā	15
1.5. Makšķerēšana - iedibināta tūrisma kultūra partnervalstīs.....	16
1.6. Vietējais jūras dabas mantojums un tradicionālā zvejas kultūra partnervalstīs.....	17
1.7. Idejas/uzskati par uzņēmējdarbību un inovācijām.....	18
1.8. Atbalsta instrumenti pesha-tūrisma operatoriem.....	20
1.9. Vajadzība pēc izglītības/mūžizglītības	23
2. Galvenie temati mācību nodaļu / moduļu izstrādei IO2 un IO3.....	26
3. Pamats zināšanām par jauniem procesiem un tirdzniecības metodēm produktiem/pakalpojumiem pesca-tūrismā: visu partnervalstu paraugprakses analīze....	27
4. Secinājumi / galvenie salīdzinošā vērtējuma ziņojuma punkti	29

levads

Inovācijas profesionāļu apmācībās tūrisma aktivitātēm – PESCAVET projektu līdzfinansē Eiropas Komisija Erasmus+ programmas ietvaros – KA2 sadarbība inovācijām un labas prakses apmaiņai – stratēģiskās partnerības profesionālās izglītības un apmācību jomā. Vispārējais mērķis ir izstrādāt kvalitatīvus un inovatīvus apmācību kursus profesionāļiem, kas saistīti ar peska-tūrismu. Projekta mērķa grupas ir profesionāļi, kas strādā tūrisma nozarē un/vai bezdarbnieki, kuri ir ieinteresēti iesaistīties šajā nozarē.

Projekts veicina inovatīvu apmācību kursu ieviešanu, lai palielinātu iespējas ilgtspējīgai uzņēmējdarbībai un attīstītu profesionāļu zināšanas un risinātu šajā jomā identificētos izaicinājumus. Projekts būs vērsts uz profesionāļiem, lai palielinātu izpratni par karjeras iespējām ar zivsaimniecību saistītā tūrismā un uzlabotu viņu prasmes, ieviešot izglītojošus kursus par jauniem procesiem un mārketinga metodēm, lai izstrādātu, veicinātu un pārskatītu produktus vai pakalpojumus peska-tūrismā. (IO1).

Saskaņā ar IO1 partnerības mērķi, ir izstrādāti 4 nacionālie ziņojumi Latvijā, Itālijā, Kiprā un Bulgārijā, lai apkopotu informāciju par pašreizējo jūras tūrisma situāciju katrā partnervalstī. Šajā ziņojumā ir analizēti nacionālie dati un rezultāti, kas iegūti visās partnervalstīs no anketām, uz kurām atbildēja jūrniecības un jūras nozarē strādājošie profesionāļi. Partneri uzsver domu, ka vienmēr ir jā saglabā noteikts minimālo standartu kopums, neskatoties uz to, ka šajās valstīs ir atšķirības jūras tūrisma nozarē un izstrādāja anketu, kas atbilst projekta IO1 mērķiem. Covid pandēmijas dēļ un pēdējos 18 mēnešos pārtraukto tūrisma aktivitātāšu dēļ bija grūtības anketu apkopošanā.

Šis ziņojums ir visu partnervalstu kopīgu pūliņu rezultāts, kurā ir iegūti 45–50 anketu rezultāti katrā partnervalstī, lai apkopotu un prezentētu paraugpraksi jūras tūrisma jomā katras valsts līmenī.

Nacionālo ziņojumu galvenie mērķi ir:

- izveidot pamatu zināšanām par jauniem procesiem un mārketinga paņēmieniem attiecībā uz produktiem un pakalpojumiem zivsaimniecības

This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project Number 2020-1-LV01-KA202-077503

(peska) tūrismā;

- nodrošināt optimālu zināšanu bāzi peska-tūrisma uzņēmējdarbības attīstībai un uzlabošanai, ko izmantot ne tikai projekta laikā, bet arī pēc tā noslēguma;
- iegūt visaptverošu iznormāciju un izpratni par izaicinājumiem, stiprajām pusēm un iespējām, kas saistītas ar produktu un pakalpojumu izstrādi un veicināšanu peska-tūrismā katrā partnervalstī;
- izpētīt partnervalstīs jau izstrādāto labo praksi un salīdzināt to ar citām ES valstīm;
- identificēt un analizēt metodes, ko izmanto, lai izstrādātu, veicinātu un novērtētu produktus un pakalpojumus partnervalstīs, tajā pašā laikā sniedzot informāciju, kas nepieciešama, lai sekmīgi izstrādātu un ieviestu praksē papildinošus apmācības rīkus iesaistītajās valstīs, kas paredzēti gan audzēkņiem, gan pasniedzējiem;
- novērtēt esošo zināšanu līmeni par jūras tūrismu un novērtēt labāko praksi, liekot uzsvaru uz to, kā etalondatus var izmantot projekta apmācībuursos.

“Kpsavilkuma ziņojumā par jauniem procesiem un mārketinga paņēmieniem, lai izstrādātu, veicinātu un pārskatītu produktus vai pakalpojumus peska-tūrismā” ir ietverta labākā prakse un ar to saistītais sniegums peska-tūrisma attīstībā visā Eiropā.

1. Galvenie secinājumi par peska-tūrismu partnervalstīs: salīdzinošā analīze

1.1 Demogrāfija

No demogrāfiskā viedokļa Itālijā (I), Bulgārijā (BG), Kiprā (CY) un Latvijā (LV) **lielākā daļa respondentu ir vīrieši**: 85% (I), 78% (BG), 68,3% (CY) un 89% (LV). **Tūrisma profesionāļu vecums partnervalstīs ir līdzīgs**: 45% (I), 48% (BG) un 31,7% (CY) ir **41-55 gadus veci**. Latvijā 70% ir vecumā no 56 līdz 65 gadiem. Jaunākā grupa no 30 līdz 40 gadiem ir tikai 4% no kopējā respondentu skaita.

Profesionāļi, kas galvenokārt nodarbojas ar zivsaimniecību un strādā jūrniecības un jūras nozarēs Itālijā, lielākoties (30%) ir no Palermo un arī no Sicīlijas nelielām salām un dažādām pilsētām jūras piekrastē, no plaša ģeogrāfiskā apgabala visā Sicīlijā. Profesionāļi, kas galvenokārt saistīti ar zivsaimniecību un strādā jūrniecības un jūras nozarēs Kiprā, lielākoties (70%) ir no Limasolas un arī no Nikosijas. Tikai daži, kas atbildēja, ir no Larnakas, un neliela daļa no viņiem nenorādīja savas dzīvesvietas pilsētu.

Profesionāļi, kas galvenokārt nodarbojas ar zivsaimniecību un strādā jūrniecības un jūras nozarēs Bulgārijā, galvenokārt ir no lielajām pilsētām Burgasas un Varnas apkārtnē. Ir pārstāvji no mazākām pilsētām pie jūras, piemēram, Kavarna, Primorsko, Nesebar un Shabla. Latvijā pārsvarā ar zivsaimniecību un jūrniecības nozarēs strādājošie profesionāļi ir no Jūrmalas un Engures reģioniem, ņemot vērā ģeogrāfisko tuvumu jūrai un Rīgai.

Aptaujāties respondenti no **Itālijas** lielākoties ir zivsaimniecības un tūrisma eksperti un profesionāļi (45%). Procentuāli 22,5% respondentu ir uzņēmēji, kuri specializējas tūrisma nozarē. **Tikai 10% ir uzņēmēji, kuri darbojas jūras tūrisma nozarē**, un 7,5% ir uzņēmēji, kuri specializējas zivsaimniecībā.

Bulgārijā procentuāli lielākā daļa respondentu **specializējas zivsaimniecībā** (44%). 36 % aptaujāto ir zivsaimniecības eksperti un profesionāļi.

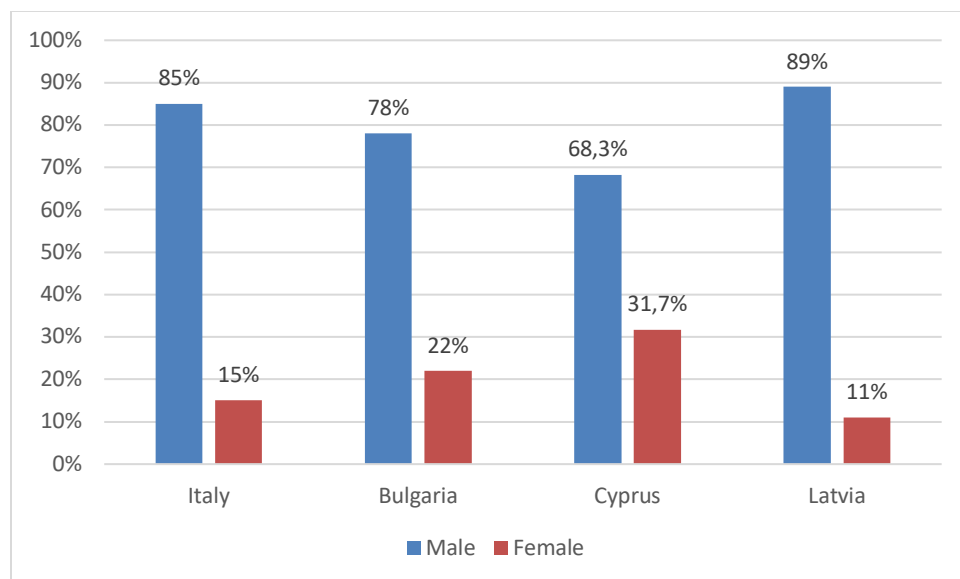
Kiprā lielākā daļa respondentu ir **zivsaimniecības un tūrisma eksperti un**

profesionāļi (22%). No tiem 17,1% ir izglītības darbinieki jūrniecības un zivsaimniecības studiju nodaļās, 7,3% ir nodarbināti jūras nozarē.

Latvijā attiecībā uz respondentu profesiju, redzams, ka **lielākā daļa ir zivsaimniecības vai tūrisma eksperti un profesionāļi** - 80%. 10% ir no uzņēmumiem, kas specializējušies zivsaimniecībā. Citas grupas ir niecīgas.

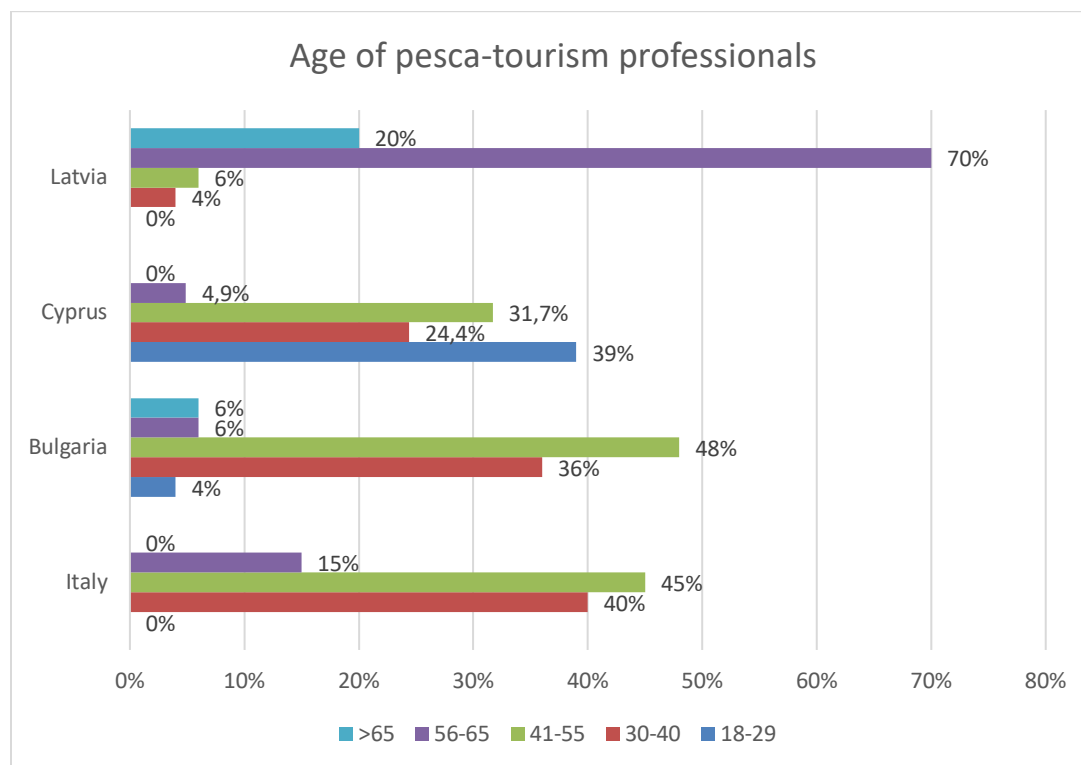
Demogrāfiskie dati atspoguļoti grafiski:

Att. 1. Respondentu dzimums



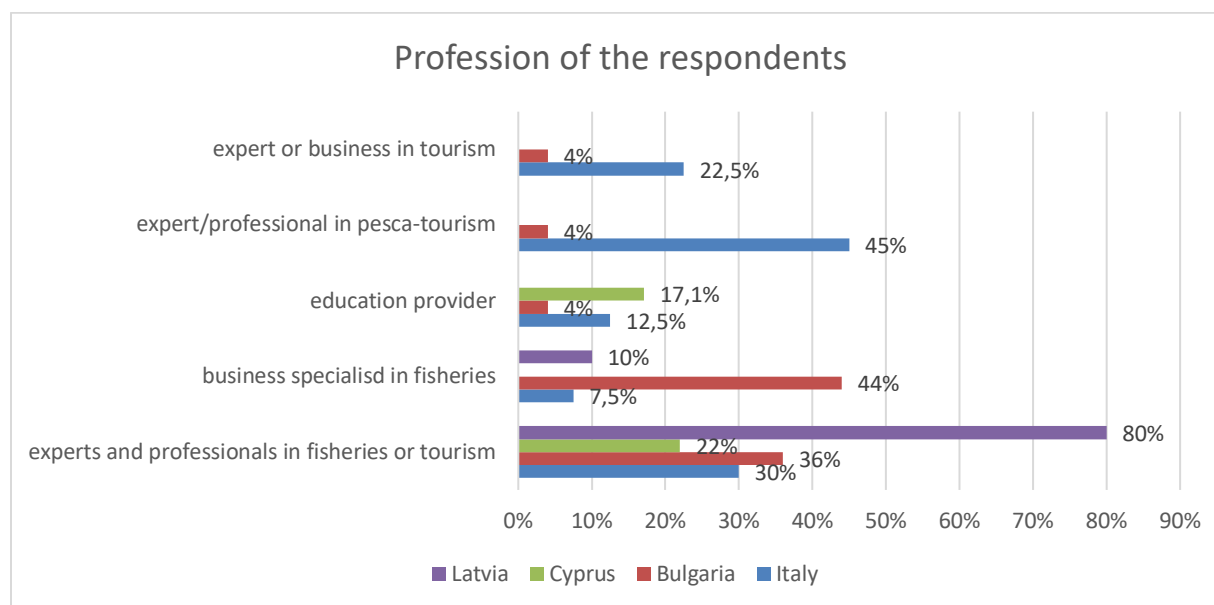
Visās partnervalstīs lielākā daļa respondentu bija vīrieši. Lielākais respondentu sieviešu skaits ir Kiprā.

Att. 2. Apraujāto peska-tūrisma profesionāļu vecums



Nozīmīgākā respondentu grupa ir 41-55 gadu veci, tad seko 30-40 gadu vecuma diapazons. Latvijā levērojamis profesionāļu vecums (70%) ir vecuma grupā no 56 līdz 65 gadi.

Att. 3. Respondentu profesijas



This project has been funded with support from the European Commission. This publication reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein. Project Number 2020-1-LV01-KA202-077503

Latvijā 80% aptaujāto ir zivsaimniecības vai tūrisma eksperti vai profesionāļi. Itālijā 45% respondentu ir pesha tūrisma eksperti/profesionāļi, Bulgārijā 44% ir zivsaimniecībā specializētie uzņēmumi, bet Kiprā 22% ir zivsaimniecības vai tūrisma eksperti vai profesionāļi. Dati ir diezgan izplatīti, un katrai valstij ir savdabīga situācija šajā jautājumā.

1.2 Izglītības un apmācību līmenis

Runājot par izglītības līmeni **Itālijā**, respondenti atbildēja, ka **viņiem ir vidusskolas izglītības līmenis** (37,5%) un bakalaura grāds (25%). 17,5% ir maģistra grāds un tirdzniecības skolas/koledžas izglītība. Tikai 2,5% jeb viens respondents nav pabeidzis augstāko mācību iestādi. Savukārt **Bulgārijā**, respondenti ir norādījuši, ka viņu izglītības līmenis ir vidusskolas grāds (56%) un maģistra grāds (18%). Apmēram 16% respondentu ir doktora grāds. **Kiprā** (61 %) respondenti ir atbildējuši, ka viņu izglītības līmenis ir maģistra grāds un bakalaura grāds (22 %). 9,8% respondentu ir ar doktora grādu. 4,9% respondentu ir pabeiguši Tirdzniecības skolu un koledžu un mazākumam respondentu ir vidusskolas grāds. **Latvijā**, runājot par izglītības līmeni, respondenti norādījuši, ka viņu izglītības līmenis ir vidusskolas grāds (16%), skola (30%) un koledža (44%). Tikai 10% aptaujāto ir bakalaura vai maģistra grāds.

Uz jautājumu par apmācību maksķerēšanā, respondenti **no Itālijas** atbildēja NĒ (50%) un tikpat JĀ. **Bulgārijā** 68% aptaujāto atzīst, ka viņiem nav iepriekšējās apmācības maksķerēšanā. Apmēram 1/3 ir atbildējuši, ka ir (32%) ar atbilstošām zināšanām. **Kiprā** respondenti atbildēja NĒ ar 65,9% un JĀ ar 34,1%, līdzīgas atbildes ir Bulgārijā un Kiprā. 100% **Latvijas** aptaujāto atzīst, ka viņiem nav iepriekšējās apmācības maksķerēšanā.

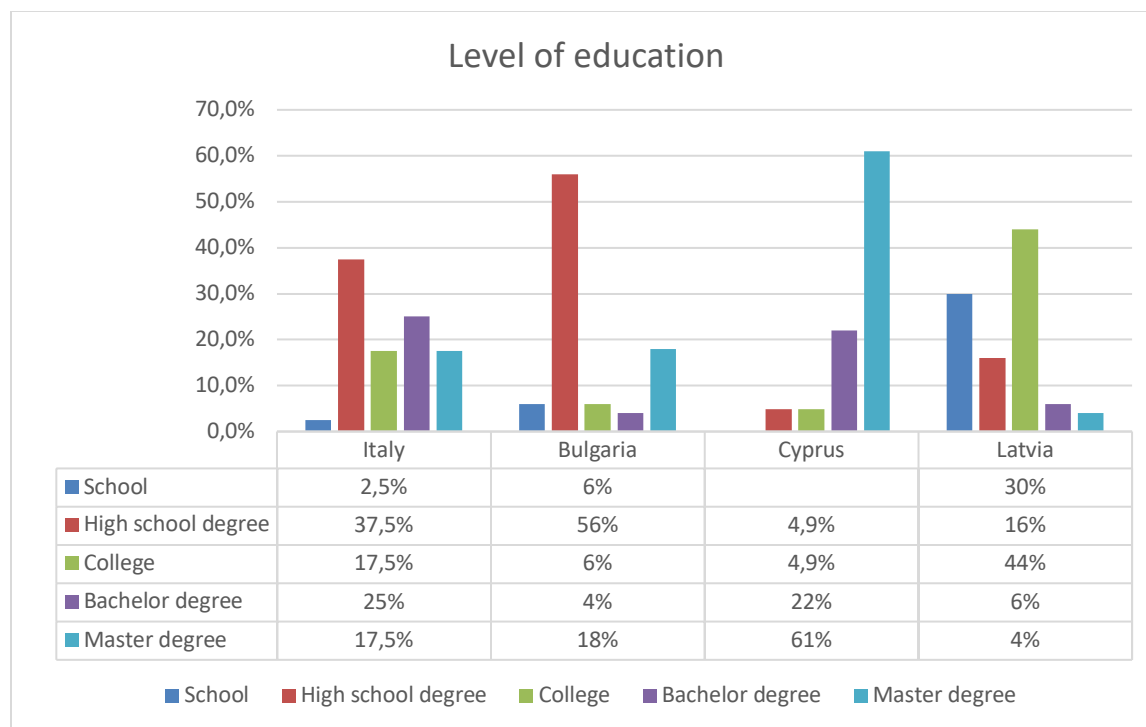
Līdzīgā situācija ir jautājumā par apmācību peska-tūrismā, **Itālijā** atbilde bija NĒ ar 87,5% procentiem. Tikai 16% **Bulgārijas** respondentu ir norādījuši, ka viņiem ir bijusi iepriekšēja apmācība lopkopības tūrisma jomā. 84% respondent šādas pieredzes nav. **Kiprā** 92,7% respondent atbilde bija NĒ. 100% **Latvijas** respondentu atbildēja, ka viņiem nav iepriekšējās apmācības peska-tūrismā!

Itālijā 62,5 % respondentu nav iepriekšējās izglītības uzņēmējdarbībā, inovācijās un

uzņēmējdarbībā, bet 37,5 % respondentu ir apmācīti šajā jomā. **Bulgārijā** 36 % respondentu atzīst, ka viņiem nav iepriekšējas apmācības šajās jomās. **Kiprā** 34,1% respondentu nebija apmācīti šajās jomās. Tātad atbildes bija diezgan līdzīgas visās trīs partnervalstīs. Latvijā 10% aptaujāto norāda, ka viņiem ir bijusi iepriekšēja apmācība uzņēmējdarbības, inovāciju un uzņēmējdarbības jomās. 90% atbildēja noliedzoši.

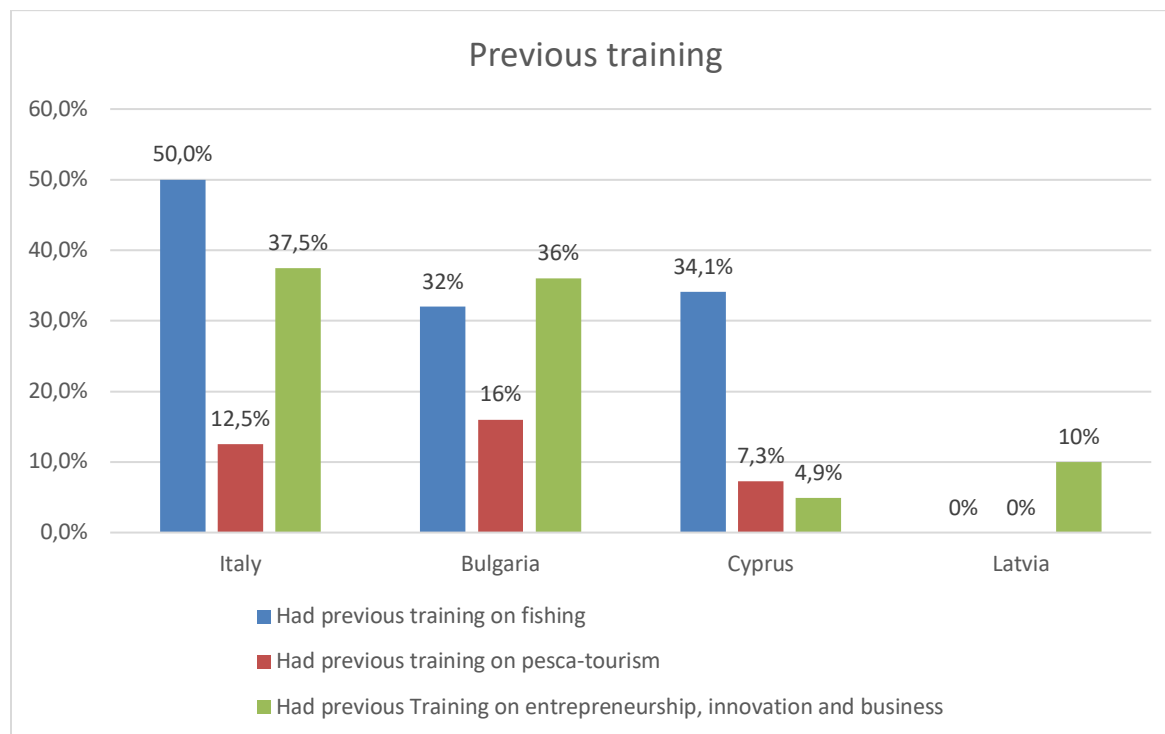
Izglītības un apmācību grafiskais attēlojums:

Att. 4. Izglītības līmenis



Respondentu izglītības partnervalstīs ir ļoti dažāds. Jāatzīmē augsto izglītības līmeni Kiprā.

Att. 5. Iepriekšējā apmācība makšķerēšanā, pesha tūrismā, uzņēmējdarbībā, inovācijās un biznesā



Diagrammā ir redzama līdzīga situācija trīs valstīs (Itālijā, Bulgārijā un Kiprā), kur iepriekšējās apmācības līmenis ir zems. Latvijā ir sliktāka situācija ar respondentu apmācībām makšķerēšanā un peska-tūrismā.

1.3 Iepriekšējā pieredze tūrismā un zivsaimniecībā

Itālijā 75% respondentu iepriekš ir bijusi darba pieredze peska-tūrisma biznesā un 25% nebija iepriekšējās darba pieredzes šajā nozarē.

Bulgārijā tikai 4% respondentu apgalvo, ka agrāk ir strādājuši peska-tūrisma jomā. Lielākā daļa respondentu no **Kipras (95,1%)**, iepriekš nav strādājuši **peska-tūrisma biznesā** un tikai 4,9% aptaujāto bija iepriekšēja darba pieredze nozarē.

54,5% respondentu no Itālijas ir 1-3 gadu pieredze peska-nozarē. 21,2% aptaujāto ir 8-10 gadu pieredze, 18,2% ir 4-7 gadu pieredze un tikai 6,1% ir vairāk nekā 10 gadu pieredze peska-tūrismā, kas Itālijā ir diezgan jauna nozare. Tikai **4% respondentu no Bulgārijas ir atbildējuši, ka viņiem ir pieredze peska-tūrisma jomā.** Viens

respondents ir paziņojis, ka viņam ir 4-7 gadu pieredze, un viens ir norādījis, ka viņam ir vairāk nekā 10 gadu pieredze. **Tas pats attiecas uz Kipru, kur tikai daži respondenti paziņoja, ka viņiem ir pieredze peska-tūrismā. Latvijā neviens no respondentiem neatbildēja, ka iepriekš būtu strādājis peska-tūrisma jomā.**

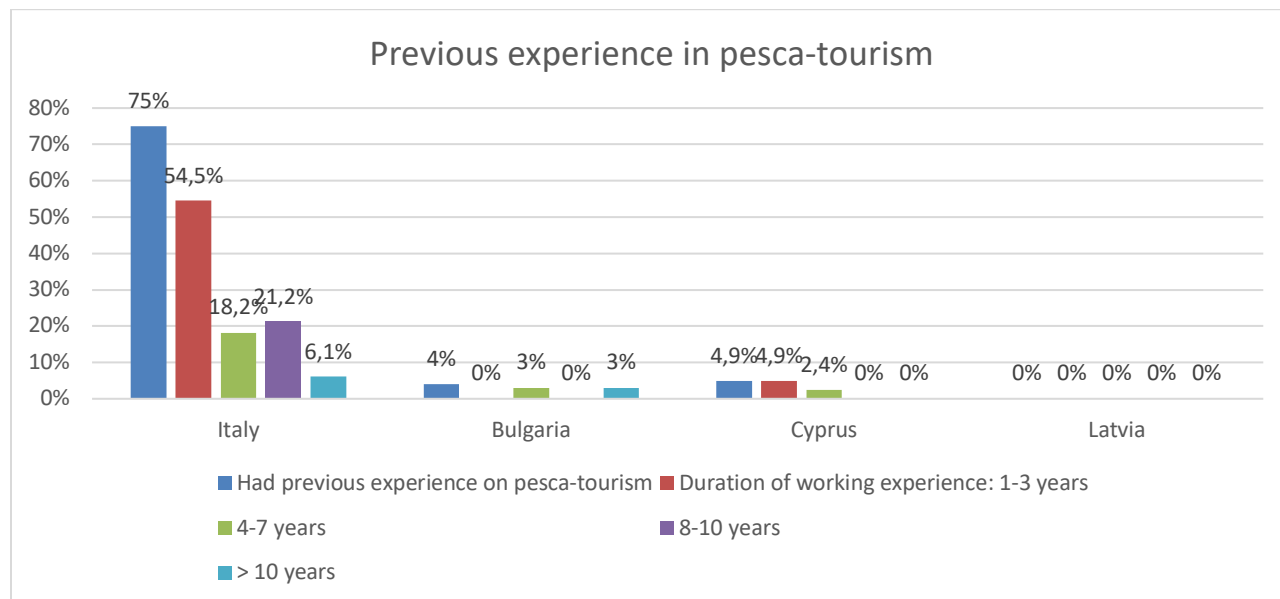
Galvenais produkts/pakalpojums, ko piedāvā profesionāli Itālijā, ir vietējā gastronomija, kas atbilst 75% respondentu ar 30 atbildēm. Dabas objektu apmeklējumu nodrošināšana tika sniegta 27 atbildēs, kas ir 67,5% no peska-tūrisma operatoru piedāvātajiem pakalpojumiem. Zvejas apmācības veido 60 % no piedāvātajiem pakalpojumiem/produktiem ar 24 atbildēm, zvejnieku ciematu apmeklējumi guva 6 atbildes, kas atbilst 15 % no kopējā skaita.

Divi respondenti no Bulgārijas ir atbildējuši, ka viņi piedāvā dabas vērtību apmeklējumus, un vēl divi ir atbildējuši, ka viņi nodrošina ekskursijas uz zvejnieku ciematiem. Saskaņā ar pakalpojumiem un produktiem, kas saistīti ar peska-tūrismu **Kiprā, lielākā daļa respondentu nav 100% saistīti ar peska-tūrismu:** 80,5 % no aptaujātiem atbildēja, ka šis jautājums uz viņiem neattiecas. 7,3 % respondentu sniedz ar zivsaimniecību saistītas konsultācijas zivsaimniecības nozarei un 2,4 % respondentu nodrošina zvejas nodarbības, ciematu apmeklējumus, zivju produktu degustācijas, organizē dabas vērtību un zvejnieku ciematu apmeklējumus un darbojas vietējās gastronomijas jomā.

Latvijā galvenais respondentu piedāvātais pakalpojums ir vietējā gastronomija (60%) un dabas vērtības (24%). 16% respondentu izvēlējušies atbildes variantu: "nepiemērojams".

Respondentu tūrisma un zivsaimniecības pieredze ir atspoguļota grafiski:

Att. 6. Respondentu darba pieredze peska-tūrismā



Izņemot Itāliju, visās pārējās valstīs ir maz respondentu ar iepriekšēju pieredzi peska-tūrismā. Itālijā darba pieredze lielākoties ir 1-3 gadi.

1.4 Komunikācijas un marketinga aktivitātes peska-tūrismā

Itālijā komunikācijas un mārketinga aktivitātes, ko respondenti veic savā peska-tūrisma darbībā, **galvenokārt ir saistītas ar sociālajiem plašsaziņas līdzekļiem** un internetu, kā arī **viesnīcām un restorāniem**, ko nodrošina vietējās teritorijas un tūrisma profesionāļi, piemēram, tūrisma operatori un ceļojumu **aģentūras**. Respondenti **no Bulgārijas** ir norādījuši, ka tikai **internets un tālrunis** viņiem labi darbojas un sniedz rezultātus attiecībā uz saziņas un mārketinga aktivitātēm. Kiprā atbildes nav piemērojamas lielākajai daļai respondentu un procentuāli tas ir 60 %. Citi ir iesaistīti sociālajos medijos un “Marine Superintendent” komunikācijas kanālos. Lielākā daļa aptaujāto atklāja, ka tikai **personīgais tīkls un pieslēgums ir galvenās komunikācijas un mārketinga aktivitātes peska-tūrismā Latvijā**.

1.5. Makšķerēšana - iedibināta tūrisma kultūra partnervalstīs

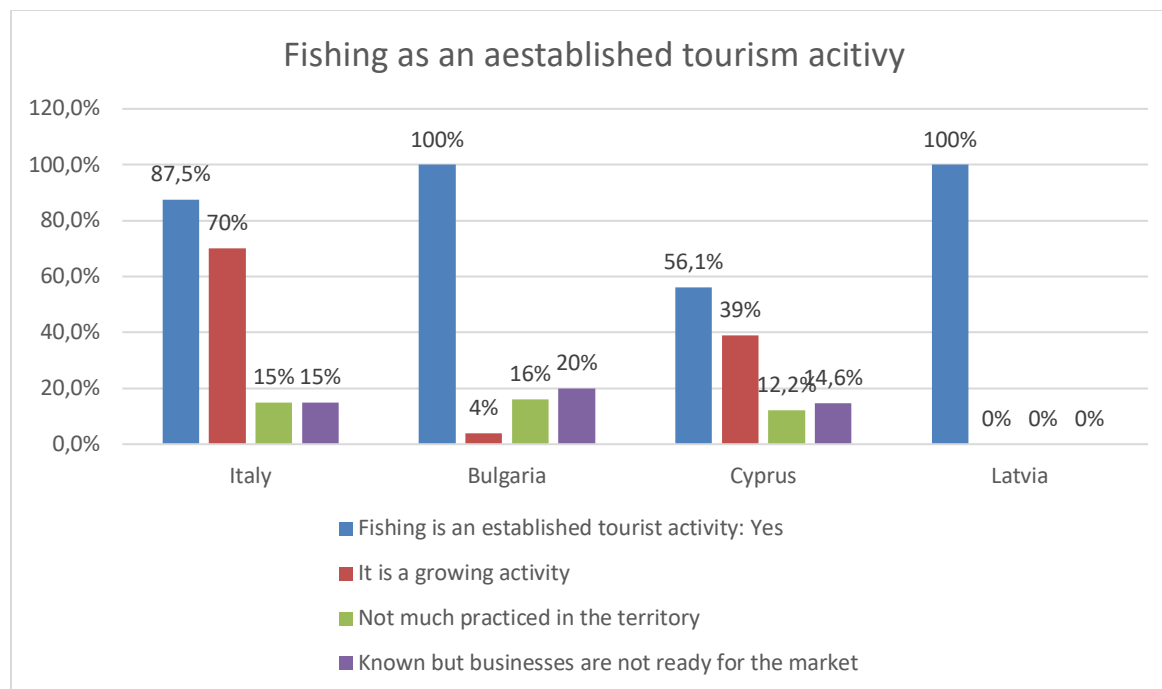
Jautājumā par zveju kā stabilu tūrisma kultūru **87,5%** respondentu no **Itālijas** atbild apstiprinoši, ka Itālijā viņu dzīvesvietas apgabalos zveja ir **paraža un tradīcija**, bet 12,5% neuzskata zveju par tradīciju savos reģionos. **Bulgārijā 100% respondentu ir norādījuši, ka zveja valstī ir ierasta tūrisma darbība. Kiprā 56,1 %** respondentu piekrīt, ka viņu dzīvesvietas teritorijās zveja ir **paraža un tradīcija**, savukārt 43,9 % neuzskata zveju par tradīciju savos apgabalos.

Jautājumā par to, cik lielā mērā peska-tūrisms ir praktizēta darbība to teritorijā, respondentiem ir sekojošas atbildes:

- **Itālijā 70%** respondentu piekrīt, ka **peska-tūrisms ir nozare, kas attīstās**, savukārt 15% atbildēja, ka tā nav plaši izplatīta aktivitāte viņu dzīves teritorijā, un 15% atbildēja, ka ir informēti par šo nozari, bet uzņēmumi nav gatavi iesaistīties šajā tirgū.
- **Bulgārijā trūkst izpratnes par peska-tūrisma pasākumu praksi vietējā līmenī. 56% aptaujāto nezina, vai šādas aktivitātes tiek praktizētas viņu novados.** 4% no aptaujātajiem peska-tūrisma uzskata par svarīgu nodarbi, bet vēl 4% piekrīt, ka tam ir nākotne.
- **Kiprā 39% procenti respondentu piekrīt, ka peska-tūrisms ir augoša nozare**, 22% nav informēti, bet 14,6% apgalvo, ka peska-tūrisms ir zināma nozare, bet uzņēmumi nav gatavi iesaistīties tirgū. 12,2% respondentu piekrīt, ka peska-tūrisms ir svarīga nozare, un daži apgalvo, ka tā netiek praktizēta to dzīves reģionā;
- **Lielākā daļa respondentu ir atklājuši, ka zveja Latvijā ir vispāratzīta tūrisma aktivitāte. Lielākā daļa (80%) respondentu ir atbildējuši, ka peska-tūrisms Latvijā netiek praktizēts. Kamēr citi (20%) atbildēja: "Es nezinu".**

Sadaļā apkopotās informācijas grafiskais attēlojums:

Att. 7. Makšķerēšana kā vispāratzīta tūrisma nozare



Visās valstīs zvejniecība tiek uzskatīta par vispāratzītu tūrisma nozari. Itālijā un Kiprā peska- tūrisms ir strauji augoša nozare.

1.6. Vietējais jūras dabas mantojums un tradicionālā zvejas kultūra partnervalstīs

Respondenti no Itālijas uz jautājumu, vai tie vēlas popularizēt vietējo jūras dabas mantojumu vai tradicionālo zvejas kultūru vai citu jomu, atbildēja sekojoši:

- Mazās salas (6)
- Vietējā kultūra un tradīcijas (3)
- Zināšanas par piekrastes zonu (3)
- Mazāko salu zvejas paņēmieni (2)
- Tūrisma objekti, piemēram, mazie zvejnieku ciemati, slaveni apskates objekti (2)
- Vietējās zivis

Uz jautājumu "Kādu vietējo jūras dabas mantojumu un tradicionālo zvejas kultūru jūs

vēlētos popularizēt savā reģionā?", respondenti no Bulgārijas atbildēja, ka dabas mantojums Melnās jūras krastā - aizsargājamās dabas teritorijas, dabas un arheoloģiskie rezervāti, deltas, putnu dzīves vietas u.c., zvejnieku ciemati, ēdamgliemeņu saimniecības, tradicionālo zivju, piemēram, makreles zveja, **zargan**, **gobiidae** tiek uzskatas par aktivitātēm, kuras būtu jāveicina viņu teritorijās. Jautājums, vai respondenti vēlas veicināt vietējo jūras dabas mantojumu vai tradicionālo zvejas kultūru **Kiprā, 80 % respondentu atbildēja, ka viņi īsti nezina vai NEPIEMĒRO**. Daži no viņiem vēlas veicināt nerūpniecisko zveju, niršanas zveju, videi draudzīgu ilgtspējīgu zveju, kur zvejnieki aizsargā vidi, lai palielinātu zivju populāciju, invazīvo sugu zveju ar tūristiem, zināšanas par zveju kopumā. Daži vēlas popularizēt Limasolu zvejniecību un zvejas darbības, gliemeņu, jūrasasaru, mazapjoma piekrastes zveju vai mazapjoma zveju tūrismam, lai atbalstītu mazapjoma zvejniekus ar alternatīvām un ekonomiskām aktivitātēm, kas ļaus viņiem palielināt informētību par peska-tūrismu Kiprā. Citi vēlas stiprināt jūras reģionu un vēlētos **pieņemt** ES pantu par zvejas ekskursijām. Tradicionālā zveja ar tīkliem/prakse/mazapjoma zveja ir daži citi risinājumi. Arī Kiprā Zygi apgabals ir vispazīstamākais zvejnieku un zvejas darbību un prakses apgabals. Zygi ir visizplatītākā zvejas zona.

Latvijā uz jautājumu "Kādu vietējo jūras dabas mantojumu un tradicionālo zvejas kultūru jūs vēlētos popularizēt savā apvidū?", respondenti atbildēja, ka šeit ir jāturpina plekstes un reņģu zveja. Visi respondenti atbildēja, ka **zveja ar laivu vai no krasta ir visizplatītākā prakse** Latvijā.

1.7. Idejas/uzskati par uzņēmējdarbību un inovācijām

Itālijā 95 % respondentu piekrīt, ka zvejniecība ir tradīcija viņu apgabalos un 5 % uzskata, ka tā nav. **100 % respondentu Bulgārijā ir atbildējuši, ka uzskata zveju par tradīciju reģionā, kurā viņi dzīvo. Kiprā 82,9 % respondentu piekrīt, ka zvejniecība ir tradīcija viņu apgabalos** un 17,1 % tam nepiekrīt. **Latvijā visi respondenti bija vienprātis, ka zvejniecība valstī ir tradīcija.**

Runājot par inovācijām, **Itālijā liela daļa respondentu piekrīt, ka viņi savā ikdienas biznesā gatavi pieņemt jebkāda veida inovatīvas stratēģijas (57,5 %)**, bet 42,5 % paziņoja, ka to nevēlas. **Bulgārijā 55 % respondentu apgalvo, ka viņi neizmanto**

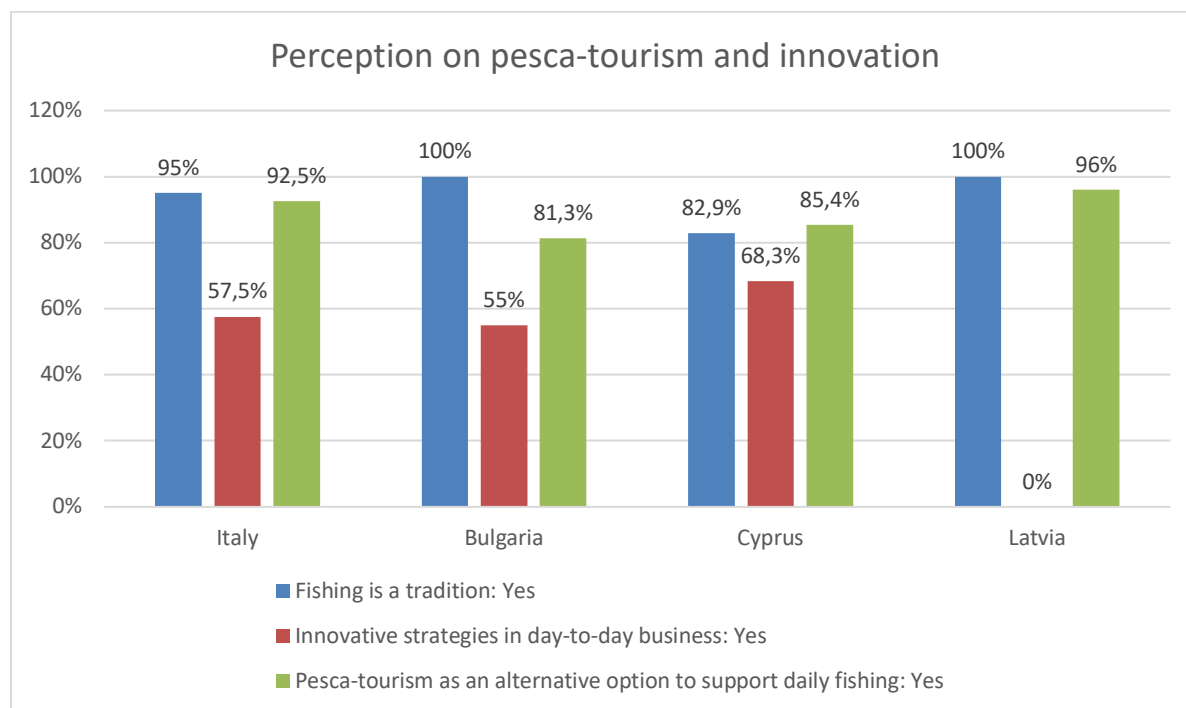
jauninājumus savā ikdienas biznesā. Tomēr 45 % ir atbildējuši, ka ikdienas uzņēmējdarbībā piemēro noteikta veida inovatīvas stratēģijas. **Respondenti no Kipras apgalvo, ka savā ikdienas darbā pieņem jēlcāda veida inovatīvas stratēģijas (68,3 %),** bet 31,7 % to nevēlas. **100%** respondentu ir atbildējuši, ka uzskata, ka **Latvijas zvejas tradīcijas ir aizsargājams mantojums,** un nav apsvēruši inovācijas šajā jomā.

Itālijā 92,5 % respondentu piekrīt, ka peska-tūrisma var būt alternatīva iespēja, lai atbalstītu savu ikdienas zvejas biznesu vai atbalstītu zvejas uzņēmējdarbību to teritorijās. 7,5 % respondentu nepiekrīt šim apgalvojumam. **Bulgārijā 81,3%** respondentu uzskata, ka peska-tūrisma potenciāls ir alternatīva iespēja atbalstīt savu zvejas biznesu. **Kiprā 85,4 % respondentu piekrīt,** ka peska-tūrisma var būt alternatīva iespēja, lai atbalstītu viņu ikdienas zvejas biznesu vai atbalstītu zvejas uzņēmējdarbību to apgabalos. 14,6 % nepiekrīt šim apgalvojumam. 96% respondentu uzskata, ka ir nepieciešams peska-tūrisma nozares atbalsts, 4% respondentu nevarēja sniegt atbildi.

Itālijā 70 % PESCAVET anketu respondenti piekrīt, ka zvejniekiem ir pieejams finansējums un reģionālie vai valsts līdzekļi un 30 % aptaujāto nepiekrīt šim apgalvojumam. **Bulgārijā 76 %** zivsaimniecības nozares profesionāļu apgalvo, ka zvejniekiem ir pieejami reģionālie un/vai valsts līdzekļi savai uzņēmējdarbībai. **61 %** aptaujāto **Kipras zivsaimniecības** nozares pārstāvju uzskata, ka zvejniekiem ir pieejams finansējums, un reģionālie vai valsts līdzekļi, bet 39 % aptaujāto nepiekrīt šim apgalvojumam. Respondentiem tika uzdots jautājums, vai ir pieejams valsts finansējums dažādām darbībām, piemēram, laivas iegādei, priekšlaicīgai aiziešanai pensijā utt. **Itālijā atbilde ir "jā" lielākajai daļai respondentu: 67,5 %,** bet 32,5% nepiekrīt šim apgalvojumam. 72 % respondentu no Bulgārijas piekrīt, ka viņiem ir pieejami valdības līdzekļi dažādām darbībām, piemēram, priekšlaicīgai aiziešanai pensijā vai laivas iegādei. **Kiprā atbilde ir "jā" lielākajai daļai no respondentiem: 53,7 %,** bet 46,3 % nepiekrīt šim apgalvojumam.

Nodaļas informatīvais akopojums atspoguļots grafiski:

Att. 8. Viedokļi par inovācijām peska-tūrisma nozarē



Visas valstis atbildēja, ka peska-tūrisms ir tradīcija to vietējā reģionā un peska-tūrisms var būt alternatīva iespēja, lai atbalstītu ikdienas zveju. Arī inovācijas tiek atbalstītas Kiprā, Itālijā un Bulgārijā.

1.8. Atbalsta instrumenti peska-tūrisma operatoriem

Kā peska-tūrisma operatoru atbalsta rīkus Itālijā respondenti ir minējuši:

- Zvejas konsorcijs (4)
- Eiropas Zivsaimniecības fonds (4),
- Tūrisma operatori (3)
- Tūrisma informācijas biroji (2)
- Līdzekļi laivu piestātnēm, mārketinga izmaksas (tīmekļa vietnes), finansējums zivju tūrismam (2)
- Konsultanti subsidētā finansējuma nozarē
- Atvieglojums dīzeļdegvielai
- Mācību kursi

- Sociālie mediji

Bulgārijā galvenie peska-tūrisma operatoru atbalsta instrumenti ir FLAG projekti, EK Jūrlietu un zivsaimniecības programmas finansēšanas programmas. Šie atbalsta instrumenti tika atzīmēti PESCAVET anketu respondentu atbildēs. Pašlaik tiek veidots Valsts zvejnieku tīkls, kura mērķis ir nodrošināt ieinteresēto profesionāļu sadarbību un izglītību tādās jomās kā jūrlietas, zivsaimniecība, apmainīties ar paraugpraksi un zināšanām, kā arī atbalstīt starpteritoriju un transnacionālo sadarbību.

Respondenti Kiprā ka peska-tūrisma operatoru atbalsta instrumentus ir minējuši:

- EMFF
- Alternatīvie ienākumi
- DFMR un Vides departaments
- Eiropas Zivsaimniecības fonds
- Jaunas laivas, tehniskais aprīkojums
- Valdības subsīdijas
- Valdības atbalsts tūrisma organizācijām, mērķa tirgus un labs mārketingu un pārdošana, valsts zvejas darbību veicināšana
- Tūrisma attīstības fondi un vietējais finansējums
- Apmācība, sertifikācija, infrastruktūra, zivsaimniecības apmācība

Lielākā daļa respondentu **Itālijā** piekrīt, ka ir vajadzīga **apmācība, lai zvejas darbības pārveidotu par peska-tūrismu (77,5 %)**, un 22,5 % tam nepiekrīt. **Bulgārijā** gandrīz 2/3 jeb **64%** no visiem cilvēkiem, kas aizpildīja anketas, norāda, ka viņiem būs nepieciešama apmācība un **atbalsts, lai zvejas aktivitātes pārvērstu peska-tūrismā**. No otras puses, 36% neuzskata, ka viņiem būs nepieciešama papildu apmācība procesam. **Kiprā** lielākā daļa respondentu piekrīt, ka ir vajadzīga **apmācība, lai zvejas darbības pārvērstu peska-tūrismā (82,9 %)**, un 17,1 % nepiekrīt šim apgalvojumam.

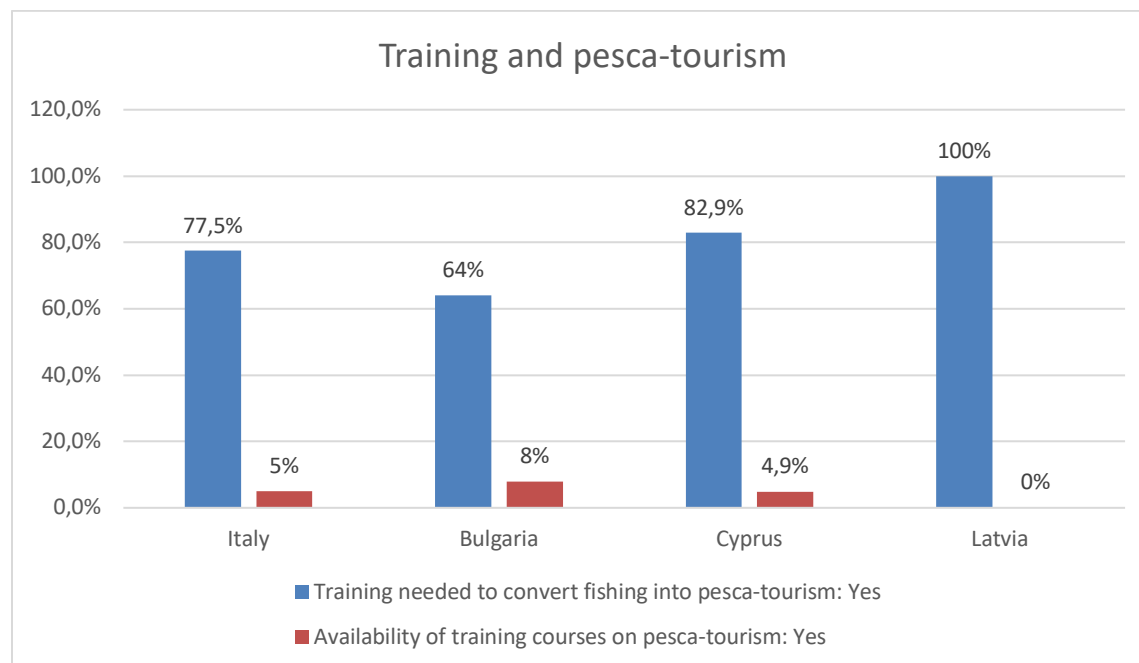
Attiecībā uz PIA (profesionālā izglītība un apmācība) kursiem par peska-tūrismu respondenti nezina, **vai Itālijā ir PIA kursi peska-tūrismam (95 %)**, lai gan 5% atbalsta PIA kursus vietējā un reģionālā līmenī. Respondenti, kuri teica "Jā", atstāja sekojošas aktivitātes:

- Legacoop, Federpesca, arodapvienību apmācību kursi
- Sicīlijas reģiona organizētie mācību kursi

92 % respondentu no Bulgārijas atbildēja, ka Bulgārijā nav PIA kursu par peska-tūrismu. 8 %, kas atzīmēja atbildi "Jā", norādīja, ka šāda laba prakse ir atrodama ES un FLAG projektos. **Kipras respondentiem nav zināšanu par to, vai Kiprā ir PIA kursi peska-tūrismam (95,1 %),** lai gan 4,9 % atbalsta PIA kursus vietējā un reģionālā mērogā. Tie respondenti, kuri uz iepriekš minēto jautājumu atbildēja "jā", norādīja, ka viņi zina PIA kursus inovācijā, mācības, ko nodrošina EJZF ar attīstības aģentūru starpniecību, ir specializēti kursi ilgtspējīgam peska-tūrismam un apmācībai, ko nodrošina Zivsaimniecības vietējās rīcības grupas un Kipras Vides ministrijas Zivsaimniecības un jūras pētniecības departaments. **Latvijā gandrīz 50% aptaujāto piekrīt, ka zvejniekiem varētu būt pieejami reģionālie un valsts līdzekļi savam biznesam.** Respondenti tikai minēja, ka galvenais atbalsta instruments ir reģionālā attīstība un valsts finansējums lauksaimniecībai.

Grafisks nodaļas attēlojums:

Att. 9. Apmācības nepieciešamība, lai zvejas aktivitātes pārvērstu pesha-tūrismā



Grafikā skaidri redzams, ka ir vajadzīga apmācība, lai zveju pārvērstu peska-tūrismā, un ka nav PIA kursu, lai apmācītu zvejas speciālistus peska-tūrismam.

1.9. Vajadzība pēc izglītības/mūžizglītības

Respondenti uz jautājumu: "Ja vēlaties uzsākt uzņēmējdarbību peska-tūrisma biznesā, kādas ir tās jomas, kuras vēlaties apgūt?" Atbildēja šādi:

Itālijā "Tūrisma mārketinga" ir vispieprasītākais kurss pesha-tūrisma sākumam, tad seko svešvalodas (45%), plānošana (42,5%), biznesa vadība (25%). Interesanti atzīmēt, ka cilvēkresursi ieguva 0%. **Bulgārijā**, uzdodot jautājumu: "Ja vēlaties uzsākt uzņēmējdarbību pesha-tūrisma biznesā, kādas ir tās jomas, kuras vēlaties apgūt?", respondenti ir atbildējuši sekojoši:

- **Tūrisma mārketinga – 48%**
- Biznesa vadība – 42%
- Svešvalodas – 40%
- Kultūra un tradīcijas – 32%
- Bioloģija – 10%

Respondentu vajadzības ir ļoti skaidras, un tās būtu jārisina nodrošinot atbilstošu apmācību, atbalstu un resursus. **Kiprā aptaujātie peska-tūrismā iesaistītie jaunuzņēmēji vēlas padziļināt zināšanas tūrisma mārketinga (24,4%), finanšu (12,2%), kultūras un tradīciju (12,2%), plānošanas (22%) un biznesa vadības (4,9%), bioloģijas ar 9,8%, administrācijas (4,9%), viesmīlības un cilvēkresursu, nozares ilgtermiņa ilgtspējas plānošanas, informātikas un digitālo tehnoloģiju (2,4%) jomās.** Nevienam no viņiem nepieminēja svešvalodas. **Saskaņā ar respondentu teikto Itālijā vietējā līmenī nepieciešamās mācību programmas, kas vēl nav pieejamas, varētu būt:**

- **Tūrisma mārketinga (9)**
- Biznesa plānošana (6)
- Svešvalodu kursi (3)
- Informācijas tehnoloģijas (3)
- Kā pārvaldīt Eiropas fondu jaunās EJZF plānošanas programmas(2)
- Zvejas paņēmieni un to pielietojums
- Ziemas kursu apmeklējums
- Visaptveroša apmācība par nozari
- Vēsture
- Zvejas tūrisms ir saistīts ar indivīdu iniciatīvu, būtu lietderīgi izveidot konsorcijs vai daudzpakalpojumu uzņēmumus

Bulgārijā respondenti ir norādījuši, ka tiem ir pieejamas vajadzīgas vietējā līmeņa apmācības programmas, bet joprojām nav pieejamas tādās jomās kā: **peska-tūrisms, uzņēmējdarbības vadība peska-tūrismā, mārketinga, uzņēmējdarbība**. **Kiprā** vietējā līmenī nepieciešamās mācību programmas, kas vēl nav pieejamas, saskaņā ar respondentu teikto varētu būt:

- Apmācības par to, kā būt viesmīlīgākam, kā izturēties pret tūristiem
- **Uzņēmējdarbības modeļi, mārketinga, vides izpratne, administrēšana**
- Izglītība
- Informātika, digitālās tehnoloģijas
- Pašvaldību regulēšanas dienests vietējās kultūras atbalstam un ilgtspējīga biznesa veidošanai, kas rūpējas par mūsu valsti
- Peska-tūrisms un ilgtspējība
- Drošība jūrā
- Tūrisma mārketinga, apmācības par peska -tūrismu un makšķerēšanu.

Latvijā visi respondenti norādīja, ka labprāt apmeklētu apmācības par peska-tūrismu.

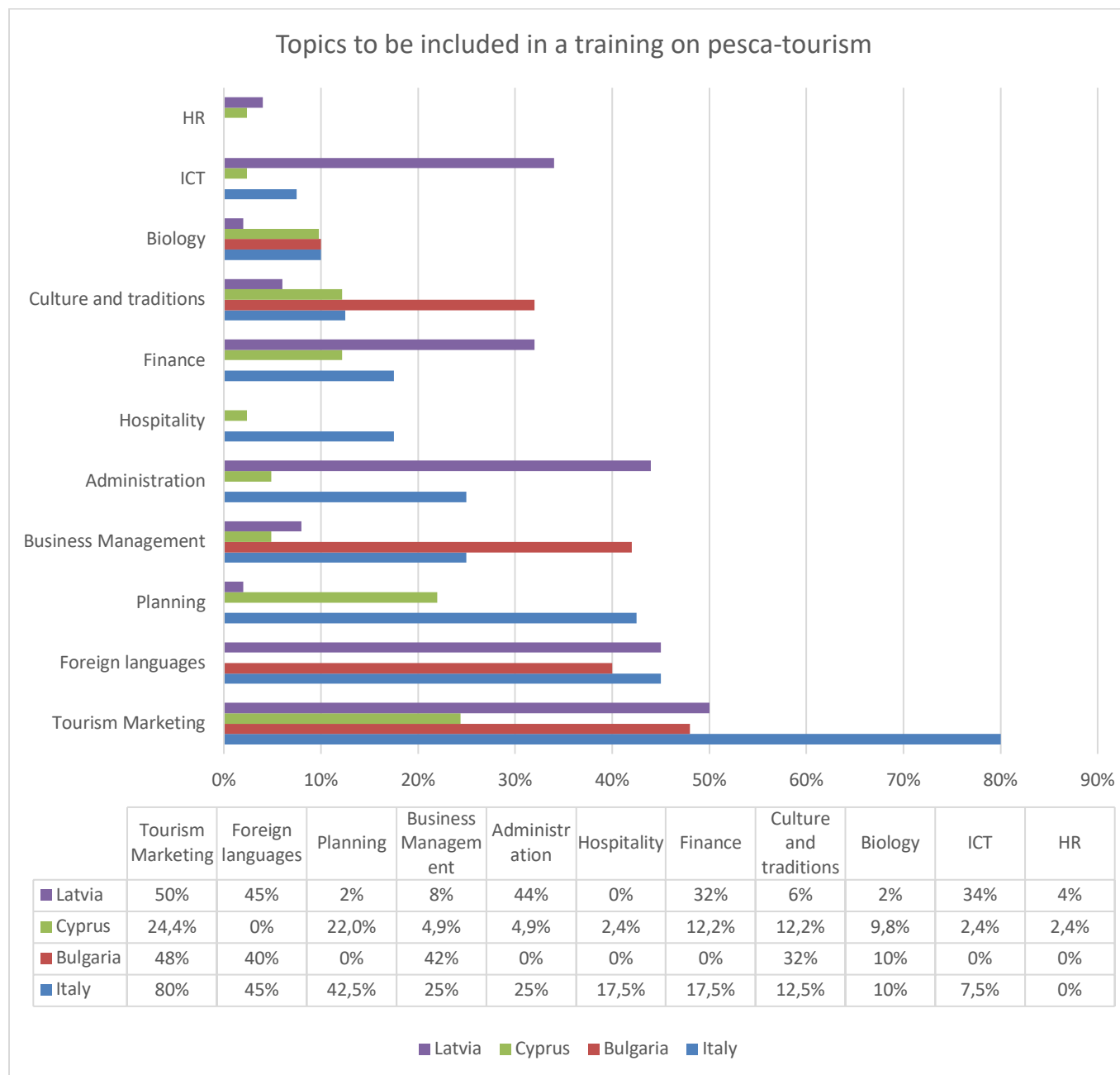
Atbildes uz jautājumu "Ja vēlaties uzsākt uzņēmējdarbību peska-tūrisma biznesā, kādas ir tās jomas, kuras vēlaties apgūt?", sniedza šādas atbildes:

- **Tūrisma mārketinga 25 (50%)**
- **Svešvalodas 24 (45%)**
- Plānošana 1 (2%)
- Biznesa vadība 4 (8%)
- **Administrācija 22 (44%)**
- Viesmīlība 0 (0%)
- Finances 16 (32%)
- Kultūra un tradīcijas 3 (6%)
- Bioloģija 1 (2%)
- **Informātika, digitālās tehnoloģijas 17 (34%)**
- Cilvēkresursi 2 (4%)

Tādējādi saskaņā ar respondentu atbildēm par mācību programmu nepieciešamību reģionālā līmenī, var secināt, ka vislielākā interese ir par:

- Tūrisma mārketingu
- Svešvalodām
- Projektu administrēšanu
- Informātikas, digitālās tehnoloģijām

Att.10. Apmācības nepieciešamība, lai zvejas aktivitātes pārvērstu pesha tūrismā



Tūrisma mārketing, svešvalodas, biznesa vadība un administrācija ir vispieprasītākie virzieni, kas jāpadziļina un jāiekļauj peska-tūrisma mācību kursā.

2. Galvenie temati mācību nodaļu / moduļu izstrādei IO2 un IO3

Apmācību un atbalsta vajadzības peska-tūrisma attīstībai visās partnervalstīs ir:

- **Apmācību programmas uzņēmējdarbības attīstībai pesha-tūrismā** (vadība, mārketing, uzņēmējdarbība, labā prakse, tiesiskais regulējums);
- **Mācību programmas zināšanu apguvei tūrisma produktu un pakalpojumu konkurētspējas un pievilcības veicināšanai peska- tūrismā** (svešvalodas, kultūra un tradīcijas, bioloģija);
- **izmaiņas tiesiskajā regulējumā attiecībā uz sertifikāciju un atļaujām darbībām pesha-tūrismā, drošības prasībām un nodokļiem;**
- **Īpaši pasākumi un atbalsta projektu izstrāde** saskaņā ar Valsts programmu "Jūrlietas un zivsaimniecība", kas pielāgotas zvejas darbību dažādošanai ar peska-tūrismu un atbalstam projektu izstrādē.

Apmācībām ir jābūt orientētām uz zināšanām un prasmēm, kas ir nepieciešamas, lai sadarbībā ar tūrisma uzņēmumiem un ar ieinteresētajām personām vietējā zvejniecības un jūrniecības nozarē sāktu un attīstītu peska-tūrisma pasākumus un uzņēmējdarbību. **Zivsaimniecības un tūrisma ekspertu/profesionāļu iniciatīvas varētu tikt organizētas kā sanāksmes, darba semināri un/vai diskusijas par tiesisko regulējumu, kas tieši un netieši ir saistīts ar peska-tūrismu, finansiālajām iespējām peska-tūrisma attīstībai, tostarp FLAG iniciatīvām un programmām.** Sanāksmēs, darba semināros un/vai diskusijās būtu jāļauj ekspertiem izstrādāt stratēģijas, plānus, projektus un atbalsta programmas peska-tourisma attīstībai, izstrādāt tiesiskā regulējuma priekšlikumus (uzlabojumus, pielāgojumus) un iesniegt tos politikas veidotājiem. **Peska-tūrisms būtu jāveicina visu partnervalstu specializētās skolās un universitātēs, pašvaldību pārvaldēs, tūrisma un zvejniecības apvienībās.**

3. Pamats zināšanām par jauniem procesiem un tirdzniecības metodēm produktiem/pakalpojumiem peska-tūrismā: visu partnervalstu paraugprakses analīze

Ir lietderīgi pārskatīt labāko praksi peska-tūrisma uzņēmumos visās partnervalstīs.

Itālijā tā ir apkopotā no anketām:

- Ekskursijas atklātā jūrā ar zvejas reisiem, ieskaitot grilu noslēgumā (5)
- Ekskursija ar kuģīti un jūras līču apmeklējums peldei (4)
- Sant'Agata di Militello zvejnieku flote (2)
- Zvejnieku stāsti tūristiem par teritorijām
- Ievērojamāko dabas vietu apmeklējums un zvejas praugreisi
- Zingaro rezervāta apmeklējums, peldēšanas pārtraukums un galveno zvejas metožu skaidrojums

Piemēram, Itālijā labākā prakse ir labi zināms peska-tūrisma operators "Lo Squalo laiva", pateicoties tā komunikācijai un klātbūtnei tīmeklī, tāpēc apvienojot zvejas tradīciju ar jauniem saziņas kanāliem jaunam pakalpojumam peska-tūrisms, kas ir veids, kā diferencēt zivsaimniecības nozares ienākumus. Tūrisma objekti netālu no Castrignano al Capo, piemēram, Santa Maria di Leuca un citi slaveni tūrisma galamērķi, ir auglīga augsne peska-tūrisma aktivitātēm. **Kritiskais veiksmes faktors ir komunikācija, ko "Lo Squalo laiva" aizsāka pirms vairākiem gadiem un tagad nodrošina pastāvīgu klātbūtni tīklā. Tas liecina par komunikācijas un mārketinga nozīmi peska-tūrisma nozarē.**

Tā kā **peska-tūrisms Bulgārijā** netiek plaši praktizēts, līdz ar to ir ļoti maz labas prakses piemēru, ar kuriem var dalīties. Respondenti atbildēja, ka makšķerēšana ar savu laivu vai jahtu un pikniks pludmalē vai piekrastē ir visizplatītākā un atzītākā labā prakse valstī.

Paraugprakse peska-tūrisma uzņēmumos Kiprā:

- Nerūpnieciskās zvejas attīstība
- Čarteri, kas zvejo **pelaģiskās** zivis, tūrisma zveju ar stieniem un tīkliem
- ES regulas
- Izklaide zvejnieku ciematos, viesnīcās, dzīvokļos un izglītības grupās no visas

valsts

- Ienākumu pieaugums, vienlaikus samazinot zvejas nospiedumu
- Tiešsaistes zvejas reklāma
- Informācijas sniegšana par jūras vidi un piekrastes bioloģisko daudzveidību, profesionālās zvejas darbības novērošana
- Ilgtspējīga zveja
- Projekts "CHERISH – Flag Paphos Participation" – zvejas tūrisma projekts
<https://www.interregeurope.eu/cherish/>
- Zivsaimnieku apmācība

Zvejas tūrisma veicināšana papildus ekonomiskajiem un citiem ieguvumiem, kas radīsies Limasolai un Kiprai kopumā, ievērojami veicinās jūras bagātību saglabāšanu, jo tas neradīs pastāvīgu kaitējumu jūras gultnei, bet tajā pašā laikā ir sagaidāms, ka tas ievērojami veicinās Vidusjūras reģiona kultūras mantojuma saglabāšanu, popularizējot vietējos produktus un tradīcijas.

Lai gan daudzi no šiem zvejas apgabaliem atrodas ļoti tuvu populāriem tūrisma galamērķiem, tiek lēsts, ka tūrisma attīstības ieguvumi parasti nerasniedz zvejnieku kopienas. **Zvejas tūrisms ļaus tūristiem sazināties ar vietējām kopienām**, piedāvājot unikālu pieredzi gan apmeklētājiem, gan operatoriem.

Tiek uzsvērts, ka **zvejnieku kopienu ekonomisko stāvokli var ievērojami uzlabot, bagātinot ar tiem tūrisma piedāvājumus**. Tajā pašā laikā **tas radīs jaunus ienākumu avotus tradicionālajiem zvejniekiem** un acīmredzami novedīs pie inovatīvām domām jaunos profesionāļus, kuri, iespējams, bija neapmierināti, plānoja vai meklēja veidus, kā aiziet no šīs jomas.

Rumānijas un Turcijas prakse galvenokārt ir orientēta uz zveju kā hobiju un dod priekšroku brīvā laika pavadīšanai, jo tas ir galvenais pasākumu apmeklēšanas mērķis. Bulgārijā makšķerēšanas ekskursijas tiek organizētas tūristiem kā atpūtas pasākums, kas uzlabo atvaļinājuma pieredzi un parasti ietver pusdienas, peldēšanu, pikniku un sauļošanos.

Rumānijā notiek tradicionālo zvejnieku ciematu apmeklējumi un vietējās gastronomijas

degustācijas pasākumi, dabas mantojuma vietu apmeklējumi un putnu novērošana Donavas deltā. Nelielā uzņēmumā, kas organizē ceļojumus, strādā zinoši, aizrautīgi cilvēki, kuri stāsta tūristiem visu, ko tie vēlas zināt par Donavu. Peska-tūrisma uzņēmumam ir īpaši aprīkotas motorlaivas, lai uzņemtu apmeklētājus, un tiem, ir vienošanās ar vietējiem zvejniekiem. Tūristu laiva pievienojas zvejniekiem darbā, un zvejnieki viņiem stāsta par savu darbu un parāda savu nozveju.

Melnajā jūrā ir atšķirīgi zvejas nosacījumi salīdzinājumā ar Vidusjūru un Egejas jūru. Galvenā zvejas sezona Melnajā jūrā ir no aprīļa līdz jūnija vidum un no septembra līdz novembra vidum. Tā ir laba iespēja peska-tūrismam dot ieguldījumu vasaras tūrisma sezonas pagarināšanā.

4. Secinājumi / galvenie salīdzinošā vērtējuma ziņojuma punkti

Zivsaimniecības tūrisma nozare Itālijā nav jauna nozare. Pēdējos gados ir daudz uzņēmēju un zvejniecības kooperatīvu iniciatīvu. Tomēr gaidītie rezultāti vēl nav sasniegti, jo bija un joprojām ir grūti radīt uzņēmumu profesionālā tūrisma nozarē. **Galvenais jautājums ir izveidot efektīvu tīklu starp objektu apsaimniekotājiem, zvejniekiem un ceļojumu aģentūrām, lai piesaistīt tūristus no visas ES.**

Kipras zivsaimniecības nozare pašlaik saskaras ar ievērojamām ilgtspējības problēmām dažādu faktoru dēļ, piemēram, dažu grunts un pelaģisko sugu pārzveja, zema reģiona produktivitāte, zvejas lauku ierobežošana Kiprā Turcijas okupācijas dēļ, **zvejnieku profesionālās apmācības trūkums modernās zvejas un navigācijas metodēm**, kā arī patērētāju izvēle attiecībā uz konkrētām zivju sugām apvienojumā ar grūtībām pieņemt jaunas sugas. Turklāt svešzemju sugu pieaugošā klātbūtne palielina negatīvo ietekmi uz ekosistēmu un zivsaimniecību. **Jāuzlabo arī zvejniecības produktu tirdzniecības sistēma.**

Zvejas ekskursiju organizēšana un nodrošināšana ar kuģiem tiek uzskatīta par līdzvērtīgu peska-tūrismam vai tā ir galvenā darbība, ko var savienot ar peska-tūrismu Rumānijā, Bulgārijā un Turcijā. Ekskursijas piedāvā galvenokārt privāti tūrisma un transporta uzņēmumi (ceļojumu aģentūras, jūras transporta operatori).

Bulgārijā ir labas iespējas peska-tūrisma attīstībai. Ir vajadzīgs spēcīgs dialogs, kura mērķis ir pielāgot un uzlabot tiesisko regulējumu, kas saistīts ar peska-tūrisma attīstību, iesaistot attiecīgās ieinteresētās puses - zivsaimniecības un tūrisma ekspertus, tostarp FLAG, zvejniecības asociāciju vai arodbiedrību, jūrlietu un zivsaimniecības iestāžu pārstāvjus, politiķus, izglītības iestādes ar studiju kursiem tūrisma, jūrlietu un zivsaimniecības jomās.

Zivsaimniecības un tūrisma uzņēmējdarbības profesionāļiem ir vajadzīga apmācība saistībā ar peska-tūrisma attīstību.

Peska-tūrisma popularizēšanas iniciatīvām Bulgārijā varētu būt svarīga nozīme tā attīstībā.

Peska-tūrisma attīstība Bulgārijā iespējama šādos virzienos:

- Zivsaimniecības un tūrisma uzņēmējdarbības profesionāļi (jaunieši un pusmūža iedzīvotāji) ir motivēti un pārliecināti, ka peska-tūrisms ir ļoti laba atbalsta darbība zvejniecības biznesā un var uzlabot tūristu pieredzi;
- Peska-tūrisma ekskursiju organizēšana ar makšķerēšanas aktivitātēm (mācīšanās, vērošana, prakse) un tādu vietu ar dabas un kultūras mantojumu, t.sk. zemūdens, apmeklējumi Melnās jūras piekrastē;
- Tradicionālo zvejnieku ciematu apmeklējumi un vietējās gastronomijas (Melnās jūras virtuves) pieredze, iepazīšanās ar zvejas tradīcijām un darbu, svaigu zivju iepirkšana no zvejniekiem;
- Peska-tūrisma prakse nesezonā - aprīlī, maijā, septembrī un oktobrī individuāliem tūristiem, kurus ļoti interesē vietējās kopienas dzīve, tradīcijas un kultūra, ekotūrisms, tradicionālā zveja un sezonas laikā tūristiem ar atpūtas mērķi;
- Pesca-tūrisma prakse sadarbībā ar Rumānijas zvejniekiem vai uzņēmējiem peska-tūrismā.

Galvenās problēmas pesca-tūrisma attīstībā ir malumedniecība (un acīmredzamais ūdens policijas trūkums) un **piemērota tiesiskā regulējuma trūkums, kas noteiktu vai atzītu peska-tūrismu, kā arī saistībā ar atļaujām, sertifikātiem, drošības standartiem, nodokļiem.**

Pamatojoties uz sarunām ar zvejniekiem, par galvenajiem šķēršļiem peska-tūrismam varētu uzskatīt laivu papildu sertifikāciju, lai ļautu pasažieriem/tūristiem atrasties uz kuģa, investīcijas tūristu drošības nodrošināšanā, nakts makšķerēšanas atļaujas trūkumu, nepieciešamību ziņot par izbraukšanu.

Tas pats attiecas uz Latviju, kur peska-tūrisms ir zināma aktivitāte un tam ir lielas attīstības iespējas. Vietējiem zvejniekiem ir jāiesaistās zivju ekskursijās, jāatbalsta ieguldījumi aprīkojumā, sertifikācijā un atļaujā uzņemt tūristus uz kuģa, tostarp naktī. **Galvenais jautājums ir izveidot efektīvu tīklu starp objektu apsaimniekotājiem, zvejniekiem un ceļojumu aģentūrām, lai piesaistīt tūristus no visas ES.**