

**Tūristu skaits Jūrmalā 2020.gada pirmajos divos mēnešos pieaudzis par 20,3%,  
savukārt martā samazinājies par 53,4%**

Saskaņā ar jaunākajiem Centrālās statistikas pārvaldes datiem tūristu skaits Jūrmalā šā gada 1.ceturksnī (no janvāra līdz martam) ir bijis 37 693, attiecīgi samazinājies par 8%, salīdzinot ar to pašu periodu pērn. Samazinājies ir arī nakšņojumu skaits – tūristi ir pavadījuši par 2 081 nakti jeb par 2% mazāk.

Covid-19 pandēmijas ietekmē arī Latvijā kopumā ir samazinājies tūristu skaits par 13,1 %, taču Jūrmala joprojām bija otrs populārākais galamērķis Latvijā gan vietējo, gan ārvalstu tūristu vidū. Kā jau ierasti gada 1.ceturksnī vairāk kā puse jeb 54% no tūristiem bijuši no Latvijas, pārējie – no ārvalstīm.

Ja atsevišķi apskata gada pirmos divus mēnešus (janvāri un februāri), kad pandēmija nebija skārusi valsti, dati liecina, ka ir bijis tūristu skaitu pieaugums (20,3%), savukārt martā, Covid-19 pandēmijas dēļ un 12.martā pasludinātā ārkārtas stāvokļa dēļ, tūristu skaits ir samazinājies par 53,4%.

Analizējot pilsētas viesu sadalījumu pa valstīm visa ceturksņa griezumā, pieaugums vērojams no Lielbritānijas (+65,4%), Somijas (+43,0%), Ukrainas (+34,2%), Krievijas (+5,2%) un Vācijas (+0,4%). Nakšņojumu skaits salīdzinoši ar pagājušā gada ziemu ir samazinājies par 2%, kopumā sastādot 103 807 nakšņojumus. Neraugoties uz kopējā nakšņojuma skaita samazinājumu, nakšņojumu skaits ir pieaudzis tūristiem no Lielbritānijas, Somijas, Krievijas un Uzbekistānas.

Tūristu ģeogrāfiskā segmentācija 2020.gada ziemā (no janvāra līdz martam):

Nr.p.k.	Valsts	Tūristu skaits	Procentuālais pieaugums/ samazinājums salīdzinot ar 2019. gada ziemu
1.	Latvija	20 292	-6,5 %
2.	Krievija	5 997	+5,2 %
3.	Lietuva	4 333	-7,2 %
4.	Igaunija	3 123	-33,4 %
5.	Baltkrievija	1 046	-3,6 %
6.	Vācija	521	+0,4 %
7.	Ukraina	377	+34,2 %
8.	Lielbritānija	359	+65,4 %
9.	Somija	256	+43,0 %
10.	Zviedrija	224	-45,9 %

Apskatot tūristu ģeogrāfisko segmentāciju gada pirmajos divos mēnešos, kā ierasts apmēram puse no visiem tūristiem bija vietējie tūristi. Janvāris un februāris bija ar pozitīvu tendenci – ir vērojams vērā ņemams tūristu skaita pieaugums no vairums tūristu ģenerējošām valstīm, kuri par savu galamērķi izvēlējušies Jūrmalas pilsētu. Nakšņojumu skaits pieaudzis par 17,8% un noslogojums pieaudzis par 7%. Kūrorta rehabilitācijas centros noslogojums sasniedza gandrīz 50%.

Tūristu ģeogrāfiskā segmentācija 2020.gada janvārī un februārī:

Nr.p.k.	Valsts	Tūristu skaits	Procentuālais pieaugums/ samazinājums salīdzinot ar 2019. gada janvāri un februāri
1.	Latvija	15 635	+22,9 %
2.	Krievija	5 069	+22,5 %
3.	Lietuva	3 791	+37,9 %
4.	Igaunija	2 777	-12,4 %
5.	Baltkrievija	876	+24,1 %
6.	Vācija	361	+15,0 %
7.	Lielbritānija	306	+93,7 %
8.	Ukraina	264	+79,6 %
9.	Somija	215	+156,0 %
10.	Zviedrija	196	+2,6 %

Diemžēl Covid-19 pandēmijas dēļ marta mēnesī tūrisma uzņēmēji pilnvērtīgi strādāja mazāk kā pusi no mēneša. Kā jau visos tūrisma galamērķos, vērojams liels tūristu skaita kritums. Arī pavadīto nakšu skaits ir samazinājies par 33,5% un noslogojums par 13,8%. Toties, salīdzinot ar iepriekšējiem periodiem, vidējais uzturēšanās ilgums pieaudzis par 1 nakti. Starptautisko ceļošanas ierobežojumu dēļ, šajā mēnesī neraksturīgi liels ir bijis tieši vietējo tūristu skaits - 63,5%.

Tūristu ģeogrāfiskā segmentācija 2020.gada martā:

Nr.p.k.	Valsts	Tūristu skaits	Procentuālais pieaugums/ samazinājums salīdzinot ar 2019. gada martu
1.	Latvija	4657	-48,1 %
2.	Krievija	928	-40,7 %
3.	Lietuva	542	-71,7 %
4.	Igaunija	346	-77,2 %
5.	Baltkrievija	170	-55,1 %
6.	Vācija	160	-22,0 %
7.	Ukraina	113	-15,7 %
8.	Lielbritānija	53	-10,2 %
9.	Dānija	44	+76,0 %
10.	Somija	41	-56,8 %

Statistikas dati apkopoti no 43 Jūrmalas tūristu mītnēm ar kopējo gultas vietu skaitu 4 191. Vislielākais noslogojuma samazinājums vērojams ir bijis kūrortviesnīcās.

Janvāra un februāra mēnesī tūristu skaita pieaugums izskaidrojams ar dažādām aktivitātēm, piemēram, lielākajās pilsētas viesnīcās atsevišķi tirgi vairāk kā iepriekš rīkojuši konferences. Kā ierasti šajos mēnešos viesnīcas piedāvāja savus īpašos nakšņošanas un spa piedāvājumus, mainīja cenu politiku. Kā arī, protams, Jūrmalas pilsēta veica mārketinga kampaņas un piedalījās starptautiskajās tūrisma izstādēs.