

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS  
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS  
EKONOMIKOS KATEDRA**

**Ingrida GELEŽINIENĖ**

**LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS EKONOMINĖ ANALIZĖ**

**Magistro darbas**

Šiauliai, 2009

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS  
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS  
EKONOMIKOS KATEDRA**

**Ingrida GELEŽINIENĖ**

**LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS EKONOMINĖ ANALIZĖ**

**Magistro darbas  
Socialiniai mokslai, ekonomika (04 S)**

**Magistro darbo autorius**           **Ingrida Geležinienė**          

(vardas, pavardė, parašas)

**Vadovas**           **Doc. dr. Linas Žalys**          

(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

**Recenzentas** \_\_\_\_\_

(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

## **SANTRAUKA**

Ingrida Geležinienė

**Lietuvos turizmo plėtros ekonominė analizė**

Magistro darbas.

Nedidelei Lietuvos valstybei turizmo sektoriaus plėtojimas gali būti vienas reikšmingesnių pajamų šaltinių, įtakojančių atskirų regionų bei visos šalies ekonominį vystymąsi. Darbe analizuojamas atvykstantojo ir vietinio turizmo produktų paklausos ekonominių rodiklių kitimas ir numatomos perspektyvos, remiantis prognozavimo metodais.

Konceptualiojoje darbo dalyje aptariami ir vertinami mokslinėje literatūroje nagrinėjami faktoriai, tiesiogiai ir netiesiogiai įtakoiantys šalies ekonomiką, pateikiama ekonominės analizės samprata ir plėtros galimybių vertinimo metodologija. Analitinėje-tiriamojame dalyje išsamiai analizuojama turizmo ekonominių rodiklių kitimo dinamika, vertinama pajamų, gaunamų turizmo sektoriuje struktūra ir pasiskirstymas atskiruose šalies regionuose. Taip pat įvertinta sezoniškumo įtaka turizmo paslaugų ir produktų pardavimams, apibendrinti veiksniai, lėmę turizmo įmonių veiklos ekonominius rezultatus bei atlikta turizmo paslaugų ir produktų pradavimų pajamų priklausomybės nuo jų lemiančių veiksnių koreliacinė regresinė analizė.

Šia tema yra parengti du darbo autorės straipsniai periodiniam recenzuojamam mokslinių straipsnių leidiniui „Mokslas ir edukaciniai procesai“.

## **SUMMARY**

Ingrida Geležinienė

**Economic Analysis of Lithuanian Tourism Development**

Master's work

Development of the tourism sector can be one of more significant sources of income for the small Lithuanian state, influencing upon economic development of separate regions and the overall country. On the grounds of prognostication methods, the paper analyses a change and prospective perspectives of the economic indices of incoming and local tourism products demand.

In the conceptual part of the paper, the factors analysed in scientific literature, which influence upon the economy of the country directly or indirectly, are discussed and valued, a conception of economic analysis and a methodology of evaluation of the development possibilities are provided. In the analytical-investigative part, the dynamics of change of tourism economic indices is analysed explicitly, the structure of the income receivable in the tourism sector and its distribution among separate regions of the country are evaluated. The influence of seasonality upon the tourism services and sale of the products was also evaluated, the factors, which determined economic results of tourism companies, were summarized and the correlation-regression analysis of dependence of the income received from the sale of tourism services and products upon the determining factors was performed.

The author of the paper has prepared two articles on that topic for the reviewed publication of scientific articles “Mokslas ir edukaciniai procesai” (“Science and Educational Processes”).

## TURINYS

<b>ĮVADAS</b> .....	3
<b>1. LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS TENDENCIJOS TEORINIŲ ASPEKTŲ</b> .....	<b>7</b>
1.1 Turizmo rūšių įvairovė ir jų klasifikavimo ypatumai.....	7
1.2 Turizmo vieta ekonominėje šalies sistemoje.....	10
1.2.1 Atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtros įtaka šalies ekonomikai.....	15
1.2.2 Turizmo plėtrą įtakojantys veiksniai.....	19
1.2.3 Lietuvos turizmo indėlis į šalies BVP.....	22
1.3 Lietuvos turizmo sektoriaus ir regionų ekonomikos plėtojimo galimybės.....	25
1.4 Ekonominės analizės samprata ir prognozavimo metodai.....	29
<b>2. LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS TENDENCIJŲ EKONOMINIO POVEIKIO TYRIMO REZULTATAI IR ANALIZĖ</b> .....	<b>35</b>
2.1. Lietuvos turizmo įmonių plėtros analizė 2001 – 2007 m.....	35
2.2. 2001 – 2007 m. atvykusių ir vietinių turistų skaičiaus dinaminė ir struktūrinė analizė.....	39
2.3. Pajamų, gautų turizmo sektoriuje, 2001 – 2007 m. kitimo tendencijų analizė ir įtaka šalies ekonomikai.....	46
<b>3. LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS GALIMYBIŲ PROGNOZĖ</b> .....	<b>53</b>
<b>IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS</b> .....	<b>56</b>
<b>LITERATŪRA</b> .....	<b>58</b>
<b>PRIEDAI</b> .....	<b>64</b>
1 priedas. Turizmo rūšys ir formos.....	65
2 priedas. Dirbančiųjų turizmo įmonėse skaičius palyginus su bendru Lietuvos darbuotojų skaičiumi.....	66
3 priedas. Ekonominės analizės metodų ir tipų klasifikavimas.....	67
4 priedas. Sezoniskumo nustatymo metodai.....	68
5 priedas. Rodikliai, naudojami statistinės informacijos analizėje.....	70
6 priedas. Turizmo įmonių skaičiaus Lietuvoje dinaminė eilučių rodiklių analizė 2002 – 2007 m. laikotarpiu.....	71
7 priedas. Vietinių turistų kelionių skaičius pagal amžiaus grupes 2003-2007 m., tūkst.....	72
8 priedas. Vietinių turistų kelionės pagal kelionės tikslą 2003 – 2007 m., tūkst.....	73
9 priedas. Vietinis turizmas pagal atvykimo vietą 2003-2007 m.....	74
10 priedas. Į Lietuvą 2001-2007 m. atvykusių užsieniečių skaičius, tūkst.....	75
11 priedas. Atvykstamasis turizmas pagal apskritis 2001-2007 m., kai keliones organizuoja ir paslaugas teikia turizmo įmonės.....	76
12 priedas. Kelionių su keturiomis ir daugiau nakvynių skaičius ES šalyse, tūkst.....	77
13 priedas. Vietinių turistų kelionės pagal nakvynių skaičių 2003 – 2007 m., tūkst.....	78
14 priedas. Vietinių turistų kelionės pagal transporto rūšį 2003-2007 m., tūkst.....	79
15 priedas. Pajamų, gautų Lietuvos turizmo įmonėse, pokytis 2001 – 2007 m. laikotarpiu.....	80
16 priedas. Vietinių turistų išlaidos pagal apskritis 2003–2007 m., tūkst. Lt.....	81
17 priedas. Vietinių turistų išlaidos apskrityse pagal paskirtį 2003–2007 m., proc.....	82
18 priedas. Turizmo produktų ir paslaugų pardavimo pajamų analizė slankiųjų vidurkių Metodu.....	83

## ĮVADAS

Šiuolaikiniame pasaulyje, kai turizmas tampa svarbiu ūkio ekonomikos sektoriumi, turizmo departamentai vis labiau inicijuojami vystyti savarankiškas programas bei veiklas. Jie taip pat atlieka turizmo sektoriaus teisinio reguliavimo ir priežiūros, turizmo plėtros planavimo bei šalies turizmo įvaizdžio formavimo planavimo funkcijas, skatina atvykstamąjį ir vietinį turizmą, kurio augimas sudarytų ekonomines prielaidas turizmo verslo plėtrai, turizmo sektoriaus pajamų augimui bei biudžeto įplaukų didėjimui. Turizmo plėtrą įtakoja viešojo turizmo infrastruktūros kūrimas, turizmo paslaugų kokybės ir jų įvairovės gerinimas, turizmo informacijos ir rinkodaros paslaugų plėtojimas bei tikslinio profesinio mokymo gerinimas.

Daugelyje pasaulio šalių turizmas yra pripažintas viena iš svarbiausių ūkio šakų. Remiantis Pasaulio turizmo organizacijos (WTO) analize, 83 proc. pasaulio šalių turizmas yra vienas iš penkių pajamas teikiančių sektorių ir 38 proc. pasaulio šalių pagrindinis užsienio valiutos šaltinis<sup>1</sup>. Lietuvoje sparčiai augant šalies ekonomikai, taip pat skiriamas didesnis dėmesys turizmo rinkodarai, didėja turizmo paslaugų įvairovė ir apimtys, gerėja paslaugų kokybė, o tai sudaro geras sąlygas tiek vietinio, tiek atvykstamojo turizmo plėtrai. Šiame darbe analizuojama būtent šių turizmo formų įtaka ekonominiam šalies augimui ir vertinamos atvykstamojo ir vietinio turizmo skatinimo galimybės Lietuvoje bei ieškoma naujų nišų turizmo verslo gerinimui.

**Darbo problema.** Lietuvoje skiriama nemažai dėmesio turizmo plėtros galimybėms, kuriami strateginiai planai šio verslo plėtojimui. Lietuvos turizmo nutarime<sup>2</sup> išdėstytos trys kryptys, kuriomis galėtų būti vystomas turizmas:

1. gamtinis turizmo potencialas: numatyta aktyviau plėtoti saugomų teritorijų viešąjį turizmo infrastruktūrą, įrengti mokomuosius ir pažintinius takus, aptarta galimybė turizmui pritaikyti Lietuvos pelkes, kurios gamtinėmis vertybėmis ir unikalumu gali privilioti daug užsienio turistų. Taip pat minimi gausūs kurortų gydomieji ir rekreaciniai ištekliai, kurie gali patenkinti didžiulius sveikatingumo paslaugų ir kurortų plėtros poreikius.
2. rekreacinis turizmo potencialas: didžiulį rekreacinį potencialą turintys miškai naudojami lankymui ir visuomenės poilsiui organizuoti, šiems tikslams įrengta rekreacinė infrastruktūra.
3. kultūros paveldas: Lietuvoje užregistruota apie 25 000 kultūros paveldo objektų, tarp kurių minimos pilys, bažnyčios ir vienuolynai, dvarai ir dvarų sodybos, istoriniai

<sup>1</sup> Vengrauskas, P.V., Bagdzevičienė, R. ir kt. *Turizmo plėtotės strategija*. [žiūrėta: 2008-01-22]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/13.%20turizmo%20pletotes%20strategija.doc>>

<sup>2</sup> Lietuvos Respublikos vyriausybė (2007-08-29). *Nutarimas dėl nacionalinės turizmo plėtros 2007-2010 metų programos patvirtinimo*. [žiūrėta: 2008-08-10]. Prieiga per internetą: <[http://www.ukmin.lt/lt/veiklos\\_kryptys/turizmas/aktai/NTPP%202007-2013%20m.doc](http://www.ukmin.lt/lt/veiklos_kryptys/turizmas/aktai/NTPP%202007-2013%20m.doc)>

parkai, etnografiniai kaimai ir pramonės paveldas. Deja, didžioji dalis kultūros paveldo objektų yra nepatenkinamos arba net avarinės būklės.

Kalbant apie turizmo Lietuvoje plėtrą svarbus ir ekonominis turizmo poveikis kaip valstybinio, regioninio ir visuomeninio planavimo ir ekonominio vystymo aplinkybė. Tačiau mokslinėje literatūroje trūksta detalios analizės, kokią įtaką turi turizmo verslas šalies ir atskirų regionų ekonominiam vystymuisi, koks šios ūkio šakos indėlis į nacionalinį biudžetą. Taip pat neiširtas pajamų šaltinis, pritraukiamas iš užsienio turistų, kuris leistų nustatyti, ar pakankamai patrauklus Lietuvos įvaizdis užsieniečiams, ar jau išnaudotos visos galimybės užsienio investicijų pritraukimui.

Lietuvos turizmo sektorius turi didelį augimo potencialą, gausius rekreacinius išteklius, kurie gali būti variklis regionų ekonomikai ir verslo plėtrai. Turizmo plėtotės strategijoje numatomos turizmo plėtros kryptys gali būti vienas iš pagrindinių aspektų, skatinančių efektyvų šalies turistinio potencialo panaudojimą ir turizmo verslo augimą. Pertvarkant Lietuvos ekonomiką ir plėtojant šalies bendruomenės verslo galimybes, reikia formuoti konkurencingą turistinį kraštą kaip svarbų Baltijos jūros turizmo regioną. Turėtų būti kuriami konkurentiški turizmo produktai, kurie būtų paklausūs ir didintų atvykstamojo bei vietinio turizmo srautus. Tai pagrindžia šio magistro darbo **tyrimo aktualumą**.

**Tyrimo objektas** – Lietuvos turizmo įmonių paslaugų ir produkcijos paklausa.

**Tyrimo dalykas** – Lietuvos turizmo plėtros galimybes atspindintys rodikliai: kelionių, vietinių ir atvykusių turistų skaičius, rodikliai, apibrėžiantys iš turizmo gaunamas pajamas atskiruose regionuose ir visoje šalyje.

Kadangi darbe atliekama turizmo rodiklių ekonominė analizė, tiriama šio sektoriaus įtaka šalies ekonomikai ir indėlis į nacionalinį biudžetą, apsiribojama *atvykstamojo ir vietinio turizmo* nagrinėjimu. Išvykstamasis turizmas Lietuvos ekonomikai didelės reikšmės neturi.

**Darbo tikslas** – išanalizuoti Lietuvos turizmo produktų paklausos ekonominių rodiklių kitimą ir atlikus jų prognozę įvertinti perspektyvas.

Tikslui pasiekti iškelti tokie **darbo uždaviniai**:

- Išanalizuoti turizmo struktūrą ir jo rūšių klasifikavimą, aptariant jų grupavimo tendencijas ir apibrėžiant turizmo sąvokas;
- Atskleisti turizmo vietą šalies ekonominiame sistemoje ir įtaką šalies BVP bei atskirų regionų ekonominių rodiklių kitimui;
- Įvertinti, Lietuvos turizmo įmonių veiklos rezultatus, palyginti atvykstamojo ir vietinio turizmo srautų dinamiką 2001 – 2007 metais ir atskleisti tam įtakos turinčius veiksniai;

- Išanalizuoti pajamų, gaunamų turizmo sektoriuje, struktūrą, jų kitimo tendencijas ir ryšį su šalies BVP;
- Numatyti turizmo ūkio šakos ekonominių rodiklių plėtros galimybes 2009 – 2011 metais, atliekant prognozavimą trendo funkcijos antro laipsnio parabolės metodu ir įvertinant turizmo verslo sezoniškumą;

**Darbo hipotezė.** Ekonomiškai stipresnėse ES šalyse yra kur kas daugiau keliaujančiųjų nei Lietuvoje, be to, 2009 metais Vilnius paskelbtas Europos turizmo sostine, todėl tikėtina, kad ateityje pajamos iš užsienio turistų augs sparčiau nei iš vietinio turizmo ir turės didesnę įtaką atskirų Lietuvos regionų bei bendrai šalies ekonominei plėtrai.

**Tyrimo bazė.** Lietuvos turizmo paslaugų paklausos tyrimas atvykstamojo ir vietinio turizmo grindžiamas mokslinių straipsnių, užsienio bei lietuvių autorių atliktų tyrimų duomenimis, kita mokslinė literatūra. Turizmo plėtros ekonominei analizei atlikti remiamais 2001 – 2007 m. Statistikos departamento, Eurostat statistiniais duomenimis. 2008 metų turizmo ūkio šakos rodikliai į tyrimą neįtraukiami dėl pavėluotai teikiamų duomenų. Siekiant tiksliau apskaičiuoti ir įvertinti statistinius duomenis, jie apdorojami kompiuterinėmis programomis MS Exel ir Statistica.

Darbe naudojami šie **metodai**:

1. Mokslinės literatūros analizė leido pagrįsti turizmo formų ir rūšių klasifikavimą, turizmo ūkio šakos indėlį į šalies biudžetą;
2. Statistinė analizė, atlikta naudojantis MS Exel ir Statistica programomis, patvirtina kiekybinio tyrimo duomenų patikimumą ir leidžia pateikti grafinį duomenų vaizdavimo būdą;
3. Empirinis turizmo plėtros ekonominių rodiklių tyrimas, naudojant dinamikos eilučių, koreliacinę bei regresinę analizes, siekiant įvertinti ekonominių rodiklių kitimo dinamiką;
4. Laiko eilučių prognozavimas (trendo funkcijos antro laipsnio parabolės išraiška) naudota nustatant vietinio ir atvykstamojo turizmo plėtros galimybes bei numatant jo perspektyvas 2009 – 2011 metais.

**Tyrimo strategija.** Vertinant Lietuvos turizmo sektoriaus plėtojimą, tyrimui pasirinkti atvykstamojo ir vietinio turizmo statistiniai duomenys, atlikta mokslinės literatūros analizė, susisteminta surinkta medžiaga. Atsižvelgiant į turizmo rūšių įvairovę, aptarti mokslinėje literatūroje pateikiami klasifikacijos variantai, numatytas turizmo ūkio šakos santykis su šalies ekonominiu vystymusi, apibrėžti galimi ekonominės analizės ir prognozavimo metodai. Empirinis tyrimas taikytas Lietuvos turizmo įmonių veiklos paklausos įvertinimui ir prognozavimui.

Literatūroje, ypatingai užsienio autorių šaltiniuose, detaliau nagrinėjimas ir naudojamas toks reiškinyss kaip ekonominis turizmas. Turizmo įtaka šalies biudžetui, ekonomikai atskleista labai

menkai, nėra išsamios analizės, kuri pagrįstų šį tarpusavio ryšį, todėl šio darbo tema pagrindžia **temos naujumą**.

Darbo **teorinę reikšmę** lemia tai, kad atskleistos numatomos turizmo plėtros ir perspektyvų kryptys, aptarti teoriniai pagrindai ir pagrįsta turizmo plėtojimo tyrimo metodologija.

Tyrimo **rezultatų praktinis reikšmingumas** tas, kad atliekama atvykstamojo ir vietinio turizmo paslaugų paklausos rodiklių analizė bei prognozė, kurios padės atskleisti esamą padėtį Lietuvoje bei numatyti ateities pokyčių tendencijas. Remiantis gautais praktinės analizės rezultatais, turizmo paslaugų įmonių vadovai galėtų tinkamai įvertinti esamą įmonių padėtį, parengti strateginius turizmo verslo plėtros planus, atsižvelgiant į dar neužpildytas turizmo sektoriaus nišas ir turizmo paslaugų poreikį.



## 1. LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS TENDENCIJOS TEORINIŲ ASPEKTŲ

### 1.1 Turizmo rūšių įvairovė ir jų klasifikavimo ypatumai

Turizmas yra viena perspektyviausių ir dinamiškiausių ekonomikos šakų Europoje, pasaulyje, todėl ir Lietuvoje turėtų būti skiriama šiam sektoriui daugiau dėmesio kuriant patrauklius turizmo produktus ir stiprinant šalies įvaizdį užsienio rinkose. Pati turizmo sąvoka nėra vienareikšmiška ir įvairūs autoriai pateikia skirtingus jos apibrėžimus. Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme<sup>3</sup> *turizmo paslauga* apibrėžiama kaip fizinių ir juridinių asmenų veikla, kuria tenkinami turistų kelionės organizavimo, apgyvendinimo, maitinimo, vežimo, informacijos, pramogų ir kiti poreikiai.

Statistikos departamentas<sup>4</sup> pateikia tokį *turizmo* sąvokos apibrėžimą: tai veikla, susijusi su kelione už asmens įprastinės aplinkos ribų įvairioms reikmėms tenkinti, laisvalaikio, verslo ir kitais tikslais. Neįskaitomas: buvimas ligoninėje ir kitose medicinos įstaigose, karo tarnyba, bausmės atlikimas kalėjime.

D. Dvilevičienė<sup>5</sup> *turizmą* (lot. „turn“ – sukimas, sukutis) suvokia kaip tarptautinį bei nacionalinį reiškinių, kuris gali būti nagrinėjamas socialiniu, ekonominiu, ekologiniu, politiniu bei technologiniu požiūriu.

Turizmo plėtros institutas *turizmo* sąvoką pateikia kaip sektorių, kuris apjungia įvairias paslaugas bei profesijas ir yra susijęs su daugeliu ekonominės veiklos sričių. Turizmo sektoriaus sudėtingumas ir šio sektoriaus dalyvių įvairovė reikalauja jų glaudaus bendradarbiavimo planuojant ir įgyvendinant su turizmu susijusias strategines plėtros kryptis, politiką bei priemones<sup>6</sup>.

I. Žalienė ir A. Sabaliauskaitė<sup>7</sup> pateikia tokį *turizmo* apibrėžimą: tai santykių, ryšių ir reiškinių visuma, lydinti žmogų kelionėje ir būtent tose vietose, kurios nėra nuolatinės jo gyvenamosios vietos ir nesusijusios su darbo veikla.

Šiame darbe *turizmo* sąvoka suprantama kaip ūkio šaka, įtakojanti šalies ekonominę, socialinę, ekologinę, politinę sritis.

Lietuva kaip naujas tarptautinio turizmo regionas formuojasi Vidurio Europos ir pietryčių strateginėje vietoje. Lietuvą kertantys tarptautiniai transporto srutai bei didžiulės artimos turizmo rinkos yra svarbūs veiksniai tarptautinio turizmo vystymui. Turizmo plėtrai Lietuvoje palankias sąlygas sudaro gamtiniai ir kultūriniai turizmo ištekliai. Šalies kultūrinio turizmo ištekliai – tokie kaip Vilniaus senamiestis, Kuršių Nerija bei Lietuvos kryždirbystė – yra įtraukti į pasaulio paveldo

<sup>3</sup> Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. Lietuvos Respublikos Seimas/ 2002 12 03, Nr. IX-1211. (Žin., 2002, Nr.123-5507)

<sup>4</sup> Atvykstamojo turizmo statistinio tyrimo aprašymas. Statistikos departamentas. [žiūrėta: 2009-02-16]. Prieiga per internetą: <[http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/transportas\\_tur\\_a\\_tr.doc?PHPSESSID=f32ad5bdee5662f2dc7d4eb7c235a95d](http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/transportas_tur_a_tr.doc?PHPSESSID=f32ad5bdee5662f2dc7d4eb7c235a95d)>

<sup>5</sup> Dvilevičienė, D. (1997). *Kelionių ir paslaugų industrija ir komercija*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla

<sup>6</sup> Turizmo plėtros institutas. [žiūrėta: 2008-05-06]. Prieiga per internetą: <<http://www.tpi.lt/>>

<sup>7</sup> Žalienė, I., Sabaliauskaitė, A. (2002). *Pasaulio ir Lietuvos turizmo raida*. Kaunas: Lietuvos kūno kultūros akademija

objektų sąrašą<sup>8</sup>.

Turizmas įgavo spartų plėtros augimo tempą ne tik ES, bet ir visame pasaulyje, o šio sektoriaus svarba šiandien abejonių nebekelia. Ši sritis skatina tarptautinį bendradarbiavimą, sudaro galimybes spręsti gyventojų pajamų ir užimtumo didinimo, naujų verslo nišų kūrimo, privačių investicijų pritraukimo bei regionų ekonominės ir socialinės raidos klausimus.

Didžiausia atvykstamojo ir išvykstamojo turizmo rinka išlieka Europa. 2005 metais Europai teko 55 proc. visų pasaulio tarptautinių atvykimų. Remiantis norvegų atliktu tyrimu, su darbo reikalais susijusios kelionės sudaro apie 60 proc. visų skrydžių lėktuvu<sup>9</sup>. WTO duomenimis, pasaulio rinkoje 2008 m. I-ąjį pusmetį turizmo augimas siekė 5 proc., II-ąjį pusmetį jau pastebėtas bendras 1 proc. smukimas. Per antrąjį 2008 m. pusmetį Europos regionų turistų skaičius smuktelėjo (– 3 proc.). 2009-aisiais WTO prognozuoja ir tarptautinio, ir vietinio turizmo sąstingį<sup>10</sup>.

Ne tik turizmo sąvoka yra įvairialypė, bet ir pats turizmas turi daugybę formų ir rūšių. R. Jakučiūnaitė-Kubertavičienė<sup>11</sup> pateikia turizmo *rūšių* klasifikaciją pagal tikslus ir judėjimo pobūdį:

- pažintinės;
- pažintinės-poilsinės;
- poilsinės-pramoginės;
- verslo;
- poilsinės-kurortinės;
- sportinės.

Visos šios turizmo rūšys grupuojamos į tris turizmo *formas*: vietinį turizmą, atvykstamąjį turizmą ir išvykstamąjį turizmą.

Užsienio autorių rašytiniuose šaltiniuose turizmo rūšys ir formos dažnai sutapatina, pvz., A.Б. Здоров<sup>12</sup> išskiria rekreacinį, gydomąjį (kurortinį), pažintinį, verslo, religinį, poilsinį, mokomąjį bei vyresniojo amžiaus žmonių turizmą. Kiek išsamesnę ir netradicinę klasifikaciją pateikia W. Freyer<sup>13</sup> (žr. 1 priedą). Šio autoriaus pateikiama turizmo formų klasifikacija gana išsami ir įvairiapusė, tik pagal amžiaus grupes, ko beje pasigendama ir И.Т. Балабанов<sup>14</sup> suskirstyme, galėtų būti tikslesnis skirstymas, pvz., vaikų, jaunimo, suaugusiųjų ir senjorų. Taip pat kiek kitaip skirstyčiau ir turizmo

<sup>8</sup> *Europos Sąjungos plėtros poveikis turizmo raidai Europoje*. [žiūrėta: 2008-02-23]. Prieiga per internetą: <[http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTO%20konf/Dauksio\\_kalba.doc](http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTO%20konf/Dauksio_kalba.doc)>

<sup>9</sup> Høyer, K.G., Naess, P. (2001). Conference Tourism: A Problem for the Environment, as well as for Research? *Journal of sustainable tourism* Nr. 6 [žiūrėta: 2008-01-22]. Prieiga per internetą: <<http://www.channelviewpublications.net/jost/009/0451/jost0090451.pdf>>

<sup>10</sup> Dirsienė, R. (2009-02-11). *Pasaulio turizmo organizacija: turizmas atsigauna greičiau nei kitos ekonomikos šakos*. [žiūrėta: 2009-03-21]. Prieiga per internetą: <<http://www.tourism.lt/aktualijos/detaaliai.php?ID=2185>>

<sup>11</sup> Jakučiūnaitė-Kubertavičienė, R. (2000). *Kaip organizuoti kelionę*. Vilnius

<sup>12</sup> Здоров, А.Б. (2004). *Экономика туризма*. Москва: финансы и статистика

<sup>13</sup> Freyer, W. (2005). *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. Ouldenburg [žiūrėta: 2008-06-14]. Prieiga per internetą: <[http://books.google.com/books?hl=lt&lr=&id=SavFTEuUG9oC&oi=fnd&pg=PR12&dq=Freyer+Tourismus&ots=7LjGdxh5\\_G&sig=cDxZ1056zXb\\_IhtRFFkpViiO-3k#PPP1.M1](http://books.google.com/books?hl=lt&lr=&id=SavFTEuUG9oC&oi=fnd&pg=PR12&dq=Freyer+Tourismus&ots=7LjGdxh5_G&sig=cDxZ1056zXb_IhtRFFkpViiO-3k#PPP1.M1)>

<sup>14</sup> Балабанов, И.Т. (1999). *Экономика туризма*. Москва: финансы и статистика

formas pagal nakvynes: prie jau išvardintųjų, galima įtraukti motelius, sveikatingumo įmones, poilsio namus, nakvynės namus bei privatų apgyvendinimą, kuris bent jau lietuvių tarpe gana populiarus.

И.Т. Балабанов visas turizmo formas suskaido į aštuonias grupes, o pastarąsias į dar smulkesnes kategorijas (žr. 1 lentelę). Vertinant tokį turizmo formų suskirstymą, taipogi norėtųsi kai kurias kategorijas papildyti. Tarkim, be išvardintų kelionės tikslų galima išskirti ir poilsinį, siauresne prasme prie kelionės tikslų priskirtina ir sveikatinimas, draugų ir giminių lankymas, pirkiniai, verslas, laisvalaikis ir pan. Transporto rūšys taip pat klasifikuojamos šio autoriaus tik į dvi stambias grupes: asmeninį ir visuomeninį. Paprastai galima sutikti kiek kitokias šios turizmo rūšies kategorijas: lėktuvas, laivas, autobusas, maršrutinis autobusas, automobilis, traukinys, dviratis, pėsčiomis ir pan. Tokį skirstymą pateikia, pavyzdžiui, Statistikos departamentas<sup>15</sup>, R. Jakučiūnaitė-Kubertavičienė<sup>16</sup>, И.Т. Балабанов<sup>17</sup>, P. Grecevičius<sup>18</sup> ir kt. Pagal kelionės tikslą taip pat nėra vieningo turizmo rūšių skirstymo, pvz., P. Grecevičius ir kt. skiria šešias turizmo rūšis: verslo, profesinis, laisvalaikio ir pramogų, pažintinis, sportinis, kaimo, gydomasis.

1 lentelė

### Turizmo rūšių ir formų klasifikacija

TURIZMO FORMOS	TURIZMO RŪŠYS							
	Kelionės tikslas	Kelionės pobūdis	Turizmo srauto intensyvumas	Kelionės trukmė	Turisto amžius	Transporto rūšis	Bendra-darbiavimo forma	Poilsio tipas
<ul style="list-style-type: none"> <li>• atvykstamosis</li> <li>• išvykstamosis</li> <li>• vietinis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• rekreacinis</li> <li>• pažintinis</li> <li>• mokslinis</li> <li>• dalykinis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• individualus</li> <li>• grupinis</li> <li>• organizuotas</li> <li>• saviveiklinis</li> <li>• stacionarus</li> <li>• kilnojamas</li> <li>• socialinis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• pastovus</li> <li>• sezoninis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• trumpalaikis</li> <li>• ilgalaikis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• senjorų</li> <li>• suaugusiųjų</li> <li>• jaunimo</li> <li>• vaikų</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• asmeninis</li> <li>• visuomeninis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• nemokami mainai</li> <li>• mokami mainai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• aktyvus</li> <li>• pasyvus</li> </ul>
<b>Turizmo kategorijos</b>								
<ul style="list-style-type: none"> <li>• nacionalinis</li> <li>• vidinis</li> <li>• tarptautinis</li> </ul>								

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Балабанов, И.Т. (1999). Экономика туризма. Москва

E. Fragaki<sup>19</sup> pateikia dar kitokį turizmo klasifikavimą, kuris remiasi kelionių tikslais:

- konferencijų ir parodų turizmas;

<sup>15</sup> Atvykstamojo turizmo statistinio tyrimo aprašymas. Statistikos departamentas. [žiūrėta: 2009-02-16]. Prieiga per internetą: <[http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/transportas\\_tur\\_a\\_tr.doc?PHPSESSID=f32ad5bdee5662f2dc7d4eb7c235a95d](http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/transportas_tur_a_tr.doc?PHPSESSID=f32ad5bdee5662f2dc7d4eb7c235a95d)>

<sup>16</sup> Jakučiūnaitė-Kubertavičienė, R. (2000). *Kaip organizuoti kelionę*. Vilnius

<sup>17</sup> Балабанов, И.Т. (1999). *Экономика туризма*. Москва: финансы и статистика

<sup>18</sup> Grecevičius, P., Armaitienė, A. ir kt. (2002) *Turizmas*. Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras

<sup>19</sup> Fragaki, E. *Alternative forms of tourism*. [žiūrėta: 2009-02-11]. Prieiga per internetą: <[http://www.acci.gr/trade/No27/TRADE\\_45\\_46\\_47.pdf](http://www.acci.gr/trade/No27/TRADE_45_46_47.pdf)>

- sportinis turizmas;
- turizmas religiniais tikslais;
- kultūrinis turizmas;
- ekoturizmas.

Pastaroji turizmo forma įdomiausia ir populiari tarp turistų, kurie yra jautrūs aplinkai ir kultūrai, ieško natūralių dalykų ir stengiasi juos išsaugoti<sup>20</sup>. Užsienio autoriai<sup>21</sup> pateikia tokius ekoturizmo išskirtinumus:

- Vengia neigiamų poveikių, kurie gali sugadinti ar sunaikinti natūralių ar kultūrinių aplinkų, lankytinų vietų vientisumą ar charakterį;
- Gautos pajamos orientuojamos į natūralių gamtinių regionų saugojimą;
- Skatinamas ekonominis efektyvumas ir dalis pajamų skiriama gyventojams, įsikūrusiems šalia saugojamų regionų;
- Akcentuojamas planavimo poreikis ir turizmo pramonės plėtojimas;
- Didžioji dalis pajamų lieka šaliai „šeimininkei“;
- Stiprinama infrastruktūra, saugoma vietinė augmenija ir gyvūnija.

Aptariant turizmo formų klasifikavimą pabrėžtina tai, kad turizmo motyvai priklauso nuo įvairiausių faktorių, pvz., keliaujančių žmonių grupių pomėgiai ir išsilavinimas, turistus priimančio regiono turizmo industrijos lygmuo, naujo turizmo produkto reklama, atsiliepimai apie jau realizuotą turizmo produktą ir pan. И.Т. Балабанов<sup>22</sup> visus šiuos faktorius skirsto į keturias grupes: pažintiniai, regioniniai, ekonominiai, psichologiniai. Autoriaus teigimu, kiekviena faktorių grupė gali būti skaidoma į pogrupius, atsižvelgiant į motyvus.

Apžvelgus Lietuvos ir užsienio autorių pateikiamas turizmo rūšių klasifikavimo schemas, akcentuotina tai, kad Lietuva turi palankias sąlygas turizmo plėtrai ir indėlio į šalies ekonomikos augimą didinimui. Įvertinus turizmo klasifikavimo ypatumus, apžvelgus jų įvairovę matyti, kad *turizmo sąvoka* yra plati ir įvairialypė, apimanti persipynusį šio sektoriaus veiklos tinklą.

## 1.2 Turizmo vieta ekonominėje šalies sistemoje

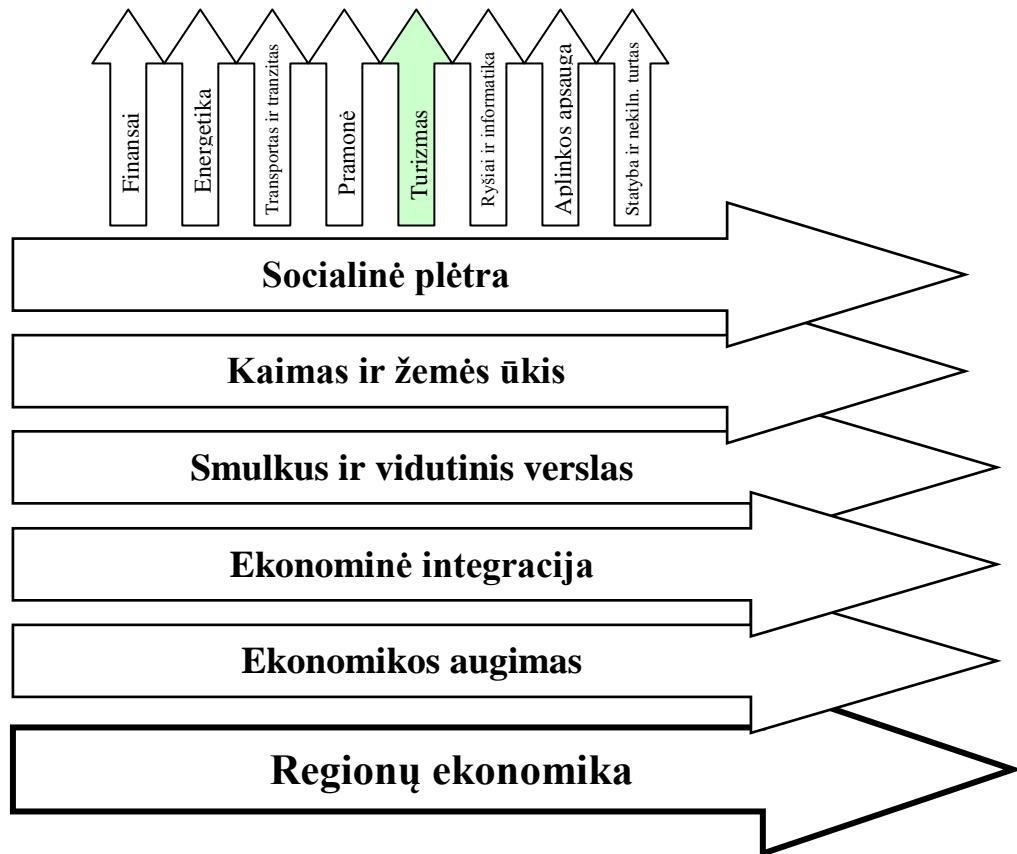
Aptarus turizmo sąvokos reikšmę, svarbu nustatyti šios sferos vietą šalies ekonominėje sistemoje. Pasaulio turizmo organizacijos (WTO) duomenimis, turizmas pagal prekių ir paslaugų eksportą yra ketvirtoje vietoje pasaulyje, nusileidžia tik chemijos produktų, automobilių ir degalų eksportui. Daugelyje šalių turizmas yra pagrindinė ūkinės veiklos sritis ir pajamų šaltinis. Sparčiai

<sup>20</sup> Grecevičius, P., Armaitienė, A. ir kt. (2002). *Turizmas*. Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras

<sup>21</sup> State of the Environment. *Eco-Tourism 2004*. [žiūrėta: 2009-02-11]. Prieiga per internetą: [http://www.tanzaniagateway.org/docs/ecotourism\\_and\\_other\\_forms\\_of\\_tourism.pdf](http://www.tanzaniagateway.org/docs/ecotourism_and_other_forms_of_tourism.pdf)

<sup>22</sup> Балабанов, И.Т. (1999). *Экономика туризма*. Москва: финансы и статистика

besiplėtojantis turizmo sektorius sukuria vis daugiau darbo vietų tiek kvalifikuotai, tiek mažai kvalifikuotai darbo jėgai<sup>23</sup>. Lietuvos regioninių tyrimų institutas išskiria aštuonias sritis, įtakančias ekonomikos augimą, tarp kurių įeina ir turizmas (žr. 1 pav.). Pagal pateiktą schemą matyti, kad vystoma regionų ekonomika atitinkamai įtakoja ir visos šalies ekonomikos augimą. Pagrindiniai regionų ekonomikos tikslai yra skatinti kaimo gyvenviečių gyvybingumą, kurti tinkamą aplinką turizmo ir rekreacijos plėtrai, dalyvauti tarptautiniame bendradarbiavime, per kurį įgyvendinami nacionaliniai ir ES regioninės politikos tikslai<sup>24</sup>.



**1 pav.** Ūkio šakos, įtakančios šalies ekonomikos augimą

Šaltinis: Lietuvos regioninių tyrimų institutas. Prieiga per internetą: <[http://www.lrti.lt/veikla/LREP\\_str\\_prist.pps](http://www.lrti.lt/veikla/LREP_str_prist.pps)>

Turizmas vienaip ar kitaip įtakoja ekonomiką visais šios visuomenės gyvenimo srities aspektais. Ekonominiu požiūriu turizmo sektorius nagrinėjamas:

- kaip bendra gamybos, mainų ir produkcijos paskirstymo sfera;
- kaip tam tikros šalies nacionalinio komplekso dalis, į kurią įeina tam tikros gamybos šakos ir ekonominė veikla;

<sup>23</sup> Petrilovskaja, K., Miškinis, A. (2007). *Atvykstamojo turizmo Lietuvoje konkurencingumas Baltijos šalių kontekste*. [žiūrėta: 2008-06-14]. Prieiga per internetą: <<http://www.leidykla.eu/fileadmin/Ekonomika/79/142-155.pdf>>

<sup>24</sup> Lietuvos regioninių tyrimų institutas. [žiūrėta: 2008-06-14]. Prieiga per internetą: <[http://www.lrti.lt/veikla/LREP\\_str\\_prist.pps](http://www.lrti.lt/veikla/LREP_str_prist.pps)>

- ekonominė sritis, nagrinėjanti turizmą kaip šalies ar regioninio ūkio sferą (turizmo ekonomika);
- visuomeninė sritis, nagrinėjanti turizmo produkto elgseną, jo vartojimą, paskirstymą ir mainus gamybos sferoje. Ekonomistai analizuoja šioje sferoje vykstančius procesus, prognozuoja jų pasekmes;
- šiuolaikinė ekonominė teorija, nagrinėjanti gyventojų elgseną visoje turizmo ekonomikos sferos sistemoje ir gamybos procesuose, paskirstyme, mainuose bei turizmo produkto vartojimo aspektu<sup>25</sup>.

Tokiu būdu turizmas aktyviai veikia regiono (ar šalies) ekonomiką, plėtodamas jos ūkinę, socialinę ir humanitarinę sritis. Daugelyje besivystančių šalių turizmas veikia kaip *ekonomikos augimo katalizatorius*, o bet kuri valstybė, skatinanti turizmą, siekia iš jo gauti maksimalų ekonominį efektyvumą. *Ekonominis turizmo efektyvumas*, A.B. Квартальнов<sup>26</sup> teigimu, iš turizmo organizacijų gautas laimėjimas (ekonominis efektas).

W.Feilmayr ir A.Kanonier<sup>27</sup> aptardami turizmo įtaką šalies ekonomikai išskiria pirmiausiai tokias sritis:

- pajamos / nacionalinis produktas / mokesčiai;
- darbo vietų sukūrimas ir užimtumas;
- užsienio prekyba / užsienio pajamų pritraukimas / mokėjimų balansas.

Šiuolaikinei pasaulio ir Europos kokybinius reikalavimus atitinkančiai turizmo infrastruktūrai sukurti reikalingos didelės valstybės, vietinių ir užsienio turizmo įmonių investicijos. Lietuvos ekonomikos augimas bei restruktūrizavimas, šalies tarptautinė integracija formuoja palankią investicinę aplinką, sudaro palankias galimybes sukurti konkurencingą europinio lygio turizmo ir poilsio infrastruktūros kompleksą<sup>28</sup>. Lietuva turi palyginti didelį gamtinį turizmo potencialą, kurį sudaro pajūrio gamtinis kompleksas, vidaus vandenų telkiniai, miškingas gamtovaizdis. Visa tai galima pavadinti Lietuvos turizmo produktu arba preke, kuri yra specifinė ekonominės gerovės forma. Ю.В. Темный<sup>29</sup> *prekę* apibūdina kaip specifinę ekonominę gerovę, sukurtą mainams. Į prekės apibrėžimą įeina ir paslaugos, tik jos neturi materialinės išraiškos. Turizmo teikiamos paslaugos turi ekonominę vertę. Apibendrinant galima pasakyti, kad ekonominiu požiūriu turizmo produktas savyje talpina gerovę ir sąnaudas, kuri išreiškiama paslaugos kaina.

<sup>25</sup> Козырев, В.М., Зорин, И.В. и др. (2001). *Менеджмент туризма*. Москва: Российская международная академия туризма

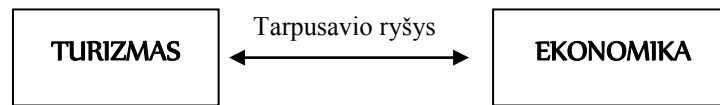
<sup>26</sup> Квартальнов, В.А. (2003). *Теория и практика туризма*. Москва: Финансы и статистика

<sup>27</sup> Feilmayr, W., Kanonier, A. *Ökonomische, soziale und ökologische Auswirkungen des Tourismus*. [žiūrėta: 2008-01-22] Prieiga per internetą: <<http://www.srf.tuwien.ac.at/feil/t4.pdf>>

<sup>28</sup> Damulienė, A. (2003) Tourism Infrastructure in Lithuania: theoretical and practical aspects. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, Nr. 26. Kaunas

<sup>29</sup> Темный, Ю.В. (2000). *Введение в экономику туризма*. Москва

Abu šie veiksniai – turizmas ir ekonomika – įtakoja vienas kitą (žr. 2 pav.) ir ši įtaka aptariama ne vieno autoriaus rašytiniame šaltinyje.:



**2 pav.** Turizmo ir ekonomikos santykis

Šaltinis: sudaryta darbo autorės

Pavyzdžiui, Л.П. Шматько ir kt.<sup>30</sup> faktorius, įtakojančius turizmą, skirsto į:

- *išorinius (egzogeninius)*: demografiniai, socialiniai, ekonominiai, finansiniai;
- *vidinius (endogeninius)*: materialiniai-techniniai turizmo rinkos faktoriai.

Atsižvelgiant į darbo temą, apsiribojama ir plačiau aptariami *ekonominiai* faktoriai, kuriuos sąlygoja paslaugų pardavimų didėjimas lyginant su naujų produktų kūrimu, ko pasekoje didėja paslaugų paklausa. Tiesioginis turizmo poveikis ekonomikai – tai turistų skiriamos pajamos turizmo paslaugoms ir produktams, kurios tampriai susijusios ir su kitais paslaugų sektoriais. Pavyzdžiui, viešbučiai naudojami statybininkų, bankų, draudimo kompanijų ir kt. paslaugomis. Kita vertus, turizmas gali turėti ir neigiamos įtakos ekonomikai. Turizmo plėtra reikalauja skirti jai dalį lėšų iš kitų ekonomikos sferų, kur jų poreikis taipogi didelis.

И.Т. Балабанов<sup>31</sup> faktorius, įtakojančius turizmą skirsto į tris grupes: *demografinius*, *ekonominius* ir *socialinius*. Ekonominius faktorius autorius sieja su paslaugų paklausos didėjimu lyginant su prekių paklausa, o tai savo ruožtu didina pajamas, gaunamas iš suteiktų paslaugų.

А.П. Дурович, И.И. Кабушкин ir kt. autoriai<sup>32</sup> pateikia dar kitokį faktorių, turinčių įtakos turizmo plėtrai, skirstymą:

- gamtiniai – geografiniai;
- kultūriniai – istoriniai;
- ekonominiai;
- socialiniai;
- demografiniai;
- politiniai – teisiniai;
- technologiniai;
- ekologiniai.

<sup>30</sup> Шматько, Л.П., Жолобова, Л.В. (2003). *Туризм и гостиничное хозяйство*. Ростов: Издательский центр “МарТ”

<sup>31</sup> Балабанов, И.Т. (1999). *Экономика туризма*. Москва: Финансы и статистика

<sup>32</sup> Дурович, А.П., Кабушкин, И.И. и др. (2003). *Организация туризма*. Мн.: Новое знание

Kadangi darbe plačiau nagrinėjamas ekonominis aspektas, apžvelgiamas būtent šio faktoriaus poveikis turizmui. Tarp ekonominės šalies situacijos ir turizmo verslo yra glaudus tiesioginis ryšys. Nuo ekonominės valstybės padėties priklauso ne tik gyventojų pajamos, bet ir materialinės techninės bazės išvystymo lygis bei turizmo infrastruktūra. Prie ekonominių faktorių priklauso taip pat infliacija, valiutos kursų svyravimai. Turizmo plėtra labai jautriai reaguoja į tai, kokioje fazėje yra ne tik šalies, bet ir pasaulio ekonomika. L. Bajarūnienė<sup>33</sup> aptardama Europos turizmo forume išsakytas mintis, kalba apie ekonominės padėties įtaką turizmui. Didėjant infliacijai, augant maisto, energetikos kainoms, žmonės mažina kelionių skaičių ir išlaidų keliaujant dydį. Pastebima tendencija viešbučiuose apsistoti trumpiau, rinktis pigias avialinijas, atsisakyti brangių maršrutų. Pabrėžta, kad šiuo metu reikia skatinti vietinį turizmą, turizmą tarp kaimyninių šalių, tarpregioninį, verslo bei renginių turizmą.

Kita vertus, nereikia pamiršti ir atvykstamojo turizmo, iš kurio gaunamos pajamos gali taip pat sudaryti nemenką indėlį šalies biudžete. Atvykstamasis turizmas Europos Sąjungos šalims yra labai svarbus ekonominis faktorius. Lietuva turėtų daugiau reklamuotis užsienio rinkose, nes šalyje buvusių ir tik apie ją girdėjusių užsieniečių nuomonė labai prieštaringa. Lietuvoje apsilankiusių poilsio turistų vertinimu, Lietuva kaip poilsio šalis užsitarnavo palyginti aukštą reputaciją – ypač gerai vertinta lankytinų vietų gausa, žmonių svetingumas ir paslaugumas, istorinio Vilniaus patrauklumas. Šiems respondentams imponavo ir puoselėjamos tradicijos, kultūra. Tuo tarpu šalyje nesilankiusių užsieniečių nuomonė apie šalies reputaciją yra prastesnė nei tų, kurie lankėsi, jų turima informacija – Lietuva nepatraukli nei verslo, nei turizmo požiūriu<sup>34</sup>.

Turizmo produkto kaip ekonominės gerovės objekto ir rezultato indėlis yra svarbus kiekvienos šalies ekonomikai. Šiuo metu pasaulyje vyksta spartus produktyvumo augimas, kurį lemia nauji valdymo metodai, modernios technologijos ir darbo automatizavimas. Todėl Vyriausybės pagrindinis tikslas yra orientuotis į žiniomis grįstą ekonomiką ir didinti aukštomis technologijomis bei žiniomis grindžiamą produktų ir paslaugų dalį šalies ekonomikoje. Šį tikslą numatoma įgyvendinti per *Ekonomikos augimo veiksmų programą*, kuriai siūloma skirti daugiausia (palyginti su kitomis dviem programomis) ES struktūrinės paramos lėšų – 45,32 proc., arba 10,4 mlrd. litų<sup>35</sup>. Į šią programą įeity ir turizmo sektorius, kuris yra vienas iš svarbesnių užsienio investicijų pritraukimo, naujų darbo vietų kūrimo ir gyventojų poreikių patenkinimo būdas.

Vadinasi, turizmas yra vienas iš didžiausių ir sparčiai besiplečiančių ekonomikos sektorių, galinčių atlikti esminį vaidmenį ekonomikos augimui, kuriant naujas darbo vietas bei skatinant regioninį vystymąsi.

<sup>33</sup> Bajarūnienė, L. (2008-09-24) Pristatytos pasaulio turizmo tendencijos ir turizmo dienos renginiai. *Valstybinis turizmo departamentas prie ūkio ministerijos* [žiūrėta: 2008-10-02]. Prieiga per internetą: <[http://www.tourism.lt/aktualijos/detaliai.php?ID=2121&phrase\\_id=113419](http://www.tourism.lt/aktualijos/detaliai.php?ID=2121&phrase_id=113419)>

<sup>34</sup> Hoyer, K.G. (2001). Conference Tourism: A Problem for the Environment, as well as for Research? *Journal of sustainable tourism* Nr. 6 [žiūrėta: 2008-01-22]. <Prieiga per internetą: <http://www.channelviewpublications.net/jost/009/0451/jost0090451.pdf>>

<sup>35</sup> *Europos fondai padės kurti Lietuvos gerovę*. [žiūrėta 2008-06-14]. Prieiga per internetą: <[http://www.lrv.lt/ES\\_parama/Trumpas\\_pristatymas.pdf](http://www.lrv.lt/ES_parama/Trumpas_pristatymas.pdf)>



### 1.2.1 Atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtros įtaka šalies ekonomikai

Remiantis statistikos departamento duomenimis<sup>36</sup> matyti, kad Lietuvoje turizmas įgauna vis didesnę pagreitį. Nuo 1995 metų mūsų šalyje turistų skaičius išaugo net 208 proc. Tokia šios šakos plėtra akivaizdžiai įtakoja gamtą, kurią aplinką, visuomenės gerbūvį ir kultūrą.

Lietuvoje turizmas taip pat yra viena iš prioritetinių ūkio šakų, kuriai skiriamas ypatingas dėmesys. Mūsų šalies narystė Europos Sąjungoje ir NATO atvėrė Lietuvai daugiau galimybių prisistatyti pasauliui, suaktyvėjo atvykstančiųjų turistų srautai.

Šiandien atvykstamojo ir vietinio Lietuvos turizmo plėtros prioritetais laikomas viešosios turizmo infrastruktūros plėtojimas (dviračių ir vandens turizmo trasų, kultūros paveldo vertybių pritaikymas turizmo reikmėms) ir turizmo paslaugų kokybės gerinimas. Vis daugiau dėmesio ir daugiau lėšų skiriama šalies turizmo įvaizdžio formavimui ir turizmo Lietuvoje užsienio rinkoms pristatymui<sup>37</sup>.

Turizmo plėtros tikslai bendroje šalies ūkio struktūroje turi įtakos ir siejasi su kitų ūkio šakų strategijomis, jose numatytais veiksmais bei priemonėmis, valstybės veiklos sektoriais kaip: aplinkos apsaugos, transporto, žemės ūkio, integracijos į ES, regionų, smulkaus ir vidutinio verslo plėtra. Dalis turizmo plėtros funkcijų tiesiogiai ar netiesiogiai įsilieja į daugelio ministerijų, kitų institucijų kompetencijos sritį. Tik suderinus visų lygių organizacines struktūras ir esant tvirtiems koordinavo ryšiams gali būti veiksminga turizmo plėtra<sup>38</sup>.

Ekonominiu aspektu turizmas visų pirma yra individualių ir kolektyvinių turizmo paslaugų rinka, kurios produktai realizuojami per kelionių agentūras. Turizmo sferos išėties taškas ir plėtra ekonominėje sistemoje yra objektyvus turizmo paslaugų poreikių formavimasis, o šio poreikio tenkinimas pasireiškia per rinkos pasiūlos sistemą. Į turizmą kaip vieningą ekonominį – technologinį modelį įeina keturi svarbūs elementai:

- 1) turizmo paslaugų pasiūla;
- 2) turizmo produkto kūrimas;
- 3) turizmo produkto arba atskirų paslaugų realizavimas;
- 4) turizmo produkto (paslaugų) vartojimas (paklausa)<sup>39</sup>.

Viena svarbiausių turizmo savybių yra jo aktyvus poveikis regiono, šalies ir pasaulio ekonomikai, o jo plėtros lygį šalyje parodo turistų srautas. Л.П. Дядечко turizmo srautui apskaičiuoti

<sup>36</sup> Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės. [žiūrėta: 2008-09-30]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/>>

<sup>37</sup> Europos Sąjungos plėtros poveikis turizmo raidai Europoje. [žiūrėta: 2008-02-23]. Prieiga per internetą: <[http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTO%20konf/Dauksio\\_kalba.doc](http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTO%20konf/Dauksio_kalba.doc)>

<sup>38</sup> Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 m. ilgalaikė strategija (2002). [žiūrėta: 2009-04-01]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/lt/strategija/VIRS/Ūkio%20strategija/galutine040121.doc>>

<sup>39</sup> Дядечко, Л.П. (2003). Экономика предприятий туристического бизнеса. Донецк

pateikia tokią formulę:

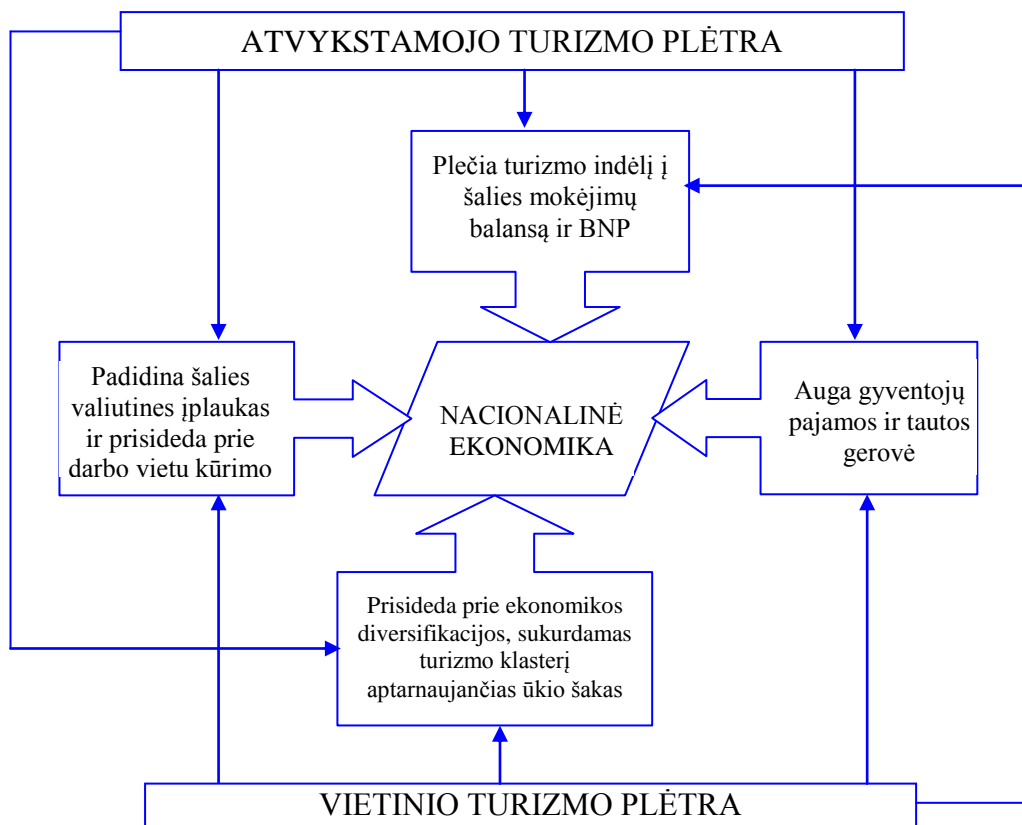
$$TD = Sk_{tur.} \cdot \bar{t}, \quad (1)$$

kur  $TD$  – turo dienų skaičius, žm./dienos;

$Sk_{tur.}$  – turistų skaičius, žm.;

$\bar{t}$  – vidutinis vieno turisto buvimo laikas tam tikroje šalyje (regione), dienomis.

Analizuojant turizmo indėlį į nacionalinę ekonomiką, daug dėmesio skiriama atvykstamojo turizmo poveikiui ekonominei analizei. Pastarosios turizmo formos plėtra galutiniams turizmo poveikio šalies ekonomikai rezultatams daro ženklų įtaką, kuri atsiskleidžia per atvykstamojo turizmo ekonominio produkto prekybą, sąlygojančią pokyčius (žr. 3 pav.)<sup>40</sup>.



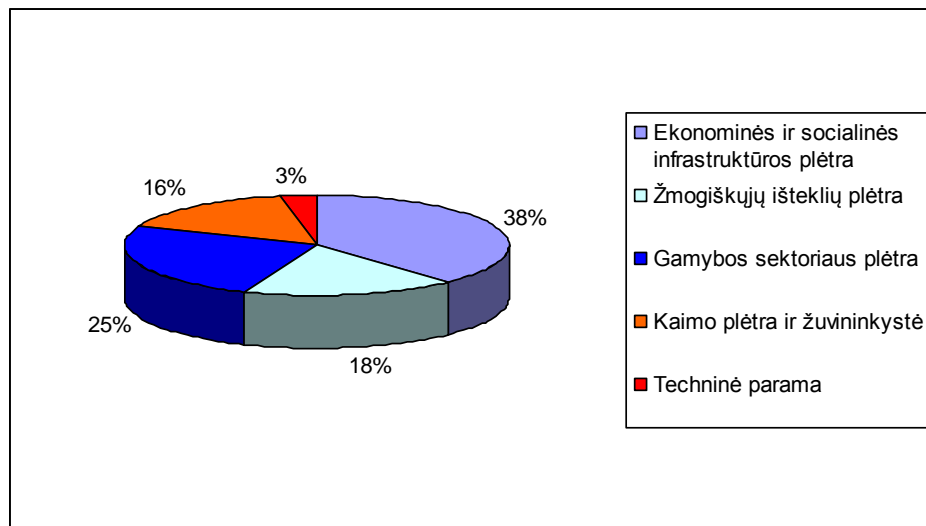
**3 pav.** Atvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai

Šaltinis: Sudaryta darbo autorės, remiantis L. Žabaliūnas, D. Skarbalius. *Atvykstamojo turizmo įtaka šalies ekonomikai*

Šiuo metu Lietuvai turint galimybę panaudoti Europos Sąjungos struktūrinius fondus (žr. 4 pav.), kurie remia gamybos aplinkos, infrastruktūros, mokslinių tyrimų ir technologijų, informacinės visuomenės, turizmo ir kultūros investicijų, aplinkos apsaugos plėtrą, būtina kurti atitinkamą sistemą,

<sup>40</sup> Žabaliūnas L., Skarbalius D. *Atvykstamojo turizmo įtaka šalies ekonomikai*. [žiūrėta: 2009-01-24]. Prieiga per internetą: [http://www.lzuo.lt/jaunasis\\_mokslininkas/smk\\_2004/Ekonomika/Zabaliunas\\_Linas.htm](http://www.lzuo.lt/jaunasis_mokslininkas/smk_2004/Ekonomika/Zabaliunas_Linas.htm)

kuri padėtų turizmo infrastruktūros planuotojams, architektams, kraštovaizdžio specialistams lengviau išspręsti regioninio savitumo, kultūrinio identiteto apsaugos problemas. Siekiant ekonominės naudos ir skatinant turizmo verslo plėtrą, reikia atitinkamai planuoti ir valdyti turizmo išteklius<sup>41</sup>. Remiantis 4 pav. pateiktais duomenimis, gamybos sektoriaus plėtrai, į kurią įeina turizmo sritis, skiriama 25 proc. ES struktūrinių fondų lėšų. Tai parodo, kad Europoje turizmas yra viena iš prioritetinių šakų, kuriai skiriama nemažai dėmesio. Pagrindinis šio struktūrinio fondo tikslas – skatinti atvykstantįjį ir vietos turizmą sukuriant palankesnes sąlygas aktyviam poilsiui.



**4 pav.** ES struktūrinių fondų paramos Lietuvai struktūra pagal BPD (bendruosius programavimo dokumentus) prioritetus

Šaltinis: ES struktūrinių fondų parama viešajam sektoriui (2005). Prieiga per internetą: [http://www.esparama.lt/ES\\_Paramas/bpd\\_2004\\_2006m\\_medis/leidiniai/files/SF\\_Viesajam\\_sektoriui.pdf](http://www.esparama.lt/ES_Paramas/bpd_2004_2006m_medis/leidiniai/files/SF_Viesajam_sektoriui.pdf)

Siekiant ekonominės naudos augimo ir norint išvengti arba sumažinti turizmo veiklos neigiamą poveikį tam tikroje vietovėje ar šalyje, nustatyti plėtros būdai turi būti įtraukiami į turizmo plėtros planavimo programą.

A.В. Квартальнов<sup>42</sup> turizmo poveikį šalies ar regiono ekonomikai skirsto į:

1) *tiesioginį*. Tai turistų pajamų rezultatas perkant turizmo paslaugas bei prekes. Tiesioginis poveikis suprantamas kaip piniginių investicijų į turizmo įmones, materialinis turizmo darbuotojų aprūpinimas ir naujų darbo vietų sukūrimas. Л.П. Шматько ir kt.<sup>43</sup> prie tiesioginio poveikio priskiria demografinius ir socialinius pokyčius, ekonominius ir finansinius faktorius. Lietuvių autoriai<sup>44</sup> kaip tiesioginio poveikio ekonomikai veiksnius išskiria pajamas iš atvykstančių turistų, darbo vietas ir atlyginimus, mokesčius į biudžetą.

<sup>41</sup> Hopenienė, R., Kamičaitytė, A. (2004). Tolydi turizmo plėtra: konkurencingos turizmo sistemos kūrimo prielaidos. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, Nr. 29. Kaunas

<sup>42</sup> Квартальнов, В.А. (2003). *Теория и практика туризма*. Москва: Финансы и статистика

<sup>43</sup> Туризм и гостиничное хозяйство (2003). Москва: ИКЦ „МарТ“

<sup>44</sup> Užpelkis, M. (2006). *Kultūros paveldo nauda / poveikis ekonomikai*. [žiūrėta 2008-09-04]. Prieiga per internetą: <http://www.kultur.lt/?id=1270>

2) *netiesioginį* arba „*multiplikatoriaus efektą*“. Šis poveikis pasireiškia kaip turizmo paslaugų vartojimo cirkuliacija regione. Autoriaus teigimu, turistų pinigai pilnai pradeda veikti regiono ekonomiką tuomet, kai turizmo įmonė perka vietines (regiono) prekes ir paslaugas. Шматько ir kt.<sup>45</sup> kaip netiesioginį turizmo poveikį ekonomikai išskiria materialinius – techninius turizmo rinkos faktorius. M. Užpelkis<sup>45</sup> pateikia tokius netiesioginio poveikio ekonomikai faktorius:

- indėlių – išėgų efektas (input output effects)
- daugiklio efektas (multiplier effects)
- pagreitėjimo efektai (acceleration effects)
- ne pagrindinės išlaidos (ancillary spending)
- išvestiniai efektai (derived effects)
- traukos (gravitacijos) efektai (gravitation effects)

Galima teigti, kad tiek tiesioginis, tiek netiesioginis poveikis turi įtakos šalies ekonomikai. Dalis iš turizmo gautų pajamų atidedama, o kita dalis skiriama tam tikram regionui. Kuo ši dalis didesnė, tuo stipresnis ir multiplikatoriaus efektas. Turizmo multiplikatorius – tai vieno iš pagrindinių ekonominių rodiklių kitimas, pavyzdžiui, gamybos (užimtumo, pelno) pokyčio priklausomybė nuo turistų išlaidų<sup>46</sup>. Multiplikatoriumi vadinamas skaičius, kuris parodo, kiek kartų daugiau už pradines investicijas padidėja pajamos visuomenėje. Multiplikatoriaus dydis priklauso nuo ribinio polinkio vartoti. Augant pageidautinoms investicijoms, didėja nacionalinis produktas ir pajamos, o tai skatina žmones daugiau vartoti. Paprastoje ekonominėje sistemoje realus nacionalinis produktas padidėja tiek kartų, kiek padidėja investicijų multiplikatorius<sup>47</sup>. Matematiškai multiplikatorius išreiškiamas formule:

$$m = \frac{1}{1 - RPV} \quad (2)$$

kur  $1 - RPV$  – ribinis polinkis vartoti.

Multiplikatoriaus reikšmė visada didesnė už vienetą.  $RPV$  rodo kokia papildoma dalis skiriama vartojimui.  $RPV$  reikšmė svyruoja tarp 1 ir 0. Jei  $RPV$  yra didelis tai didelis pajamų augimas lemia didelį vartojimo augimą ir multiplikatoriaus reikšmė bus didesnė. Jei  $RPV$  mažas tai multiplikatorius taip pat mažas.

Multiplikatoriaus esmė yra tai, kad investicijų padidėjimas sukelia grandininę reakciją pasireiškiančią papildomų pajamų bei vartojimo išlaidų didėjimu. Multiplikatoriaus poveikis ekonomikoje susidaro tikrai esant nepanaudotiems ištekliams. Jei tokių išteklių nėra tai NP ir produkto didėjimas bus infliacinis t.y. didės kainų sąskaita.

<sup>45</sup> Užpelkis, M. (2006). *Kultūros paveldo nauda / poveikis ekonomikai*. [žiūrėta 2008-09-04]. Prieiga per internetą: <<http://www.kultur.lt/?id=1270>>

<sup>46</sup> Папирян, Г.А. (1999). *Международные экономические отношения: Экономика туризма*. М.: Финансы и статистика

<sup>47</sup> *Nacionalinio produkto dinamika*. [žiūrėta: 2009-03-21]. Prieiga per internetą: <[http://www.geocities.com/valerjakut/Knyga1/dalis\\_13.doc](http://www.geocities.com/valerjakut/Knyga1/dalis_13.doc)>

V.M. Козырев, И.В. Зорин ir kt.<sup>48</sup> multiplikatorių apibūdina kaip koeficientą, kuris parodo pajamų kitimo priklausomybę nuo investicijų kitimo. Multiplikatorius veikia tokias sritis kaip:

- prekyba;
- produkcijos kūrimas;
- pajamos;
- gyventojų užimtumas;
- nacionalinės pajamos.

Ekonominį turizmo poveikį, pasak R.A. Ligeikienės<sup>49</sup>, galima analizuoti nagrinėjant turistų išlaidas. Turistams reikalingos apgyvendinimo patalpos, maistas, gėrimai, transportas, pramogos, įvairios prekės. Pinigus, kuriuos turistai išleidžia šiems tikslams, galima laikyti paklausos injekcija šalies ekonomikai. Tačiau turistų išlaidų vertė atspindi tik dalį ekonominio poveikio. Norint įvairiapusiškai įvertinti ekonominį poveikį, reikia atsižvelgti į:

- netiesioginį ir dirbtinį efektus;
- išlaidas tenkančias vietinei ekonomikai;
- veiklos pakeitimo ir alternatyvius kaštus.

Turistų išlaidos turi „kaskadinį“ efektą šalies ekonomikai. Jis prasideda nuo pinigų išleidimo pagrindinėse turizmo įstaigose, o vėliau pasklinda po visus kitus ekonomikos sektorius.

R. Hopenienės ir A. Kamičaitytės<sup>50</sup> teigimu, turizmui yra būdingas *multiplikatoriaus efektas*, kuris susijęs su gaunamomis pajamomis iš turizmo veiklos. Turizmo sektorius panaudojamas, kaip efektyvus katalizatorius, skatinantis kitų sektorių plėtrą. Todėl labai svarbu stiprinti ryšį tarp turizmo ir kitų šalies ekonomikos sektorių. Tai padeda kurti papildomas darbo vietas, didinti užimtumą, tuo pačiu sumažinti bedarbystės lygį. Ypač svarbu, kad didžioji dalis turizmo sektoriaus verslo savininkų, teikiančių įvairias paslaugas ar užsiimančių su turizmu susijusia prekyba, būtų vietos gyventojai, nes tokiu būdu iš turizmo veiklos gaunamos pajamos ir pelnas lieka šalyje.

### 1.2.2 Turizmo plėtrą įtakoiantys veiksniai

Kaip ir kitas ūkio veiklos sritis, taip ir turizmo verslą reglamentuoja Lietuvos Respublikos teisė, t.y. civilinis kodeksas, kuriame apibrėžiamos įvairių sutarčių sudarymo, pvz., pirkimo – pardavimo, dovanojimo, turizmo paslaugų teikimo ir pan. nuostatos bei civilinės atsakomybės klausimai. Turizmo verslui šiuo metu įtakos turi ir kitų šalių įstatyminė bazė, nes turizmas gali būti vertinamas ir kaip tarptautinio ekonominio bendradarbiavimo forma. Lietuvai įstojus į ES, turizmo įstatymas ir politika yra

<sup>48</sup> Козырев, В.М. Зорин, И.В. и др. (2001). *Менеджмент туризма*. Москва: Российская международная академия туризма

<sup>49</sup> Ligeikienė, R.A. (1998). Turizmo įtaka šalies ekonominei plėtrai. *Ekonomikos reforma Rytų ir Vidurio Europoje: Tarpt. konf. pran. medžiaga. I knyga*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla

<sup>50</sup> Hopenienė, R., Kamičaitytė, A. (2004). Tolydi turizmo plėtra: konkurencingos turizmo sistemos kūrimo prielaidos. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, Nr. 29*. Kaunas

derinama su pasaulio ir ES turizmo organizacijų nustatytais strateginiais kryptimis bei politika. Turizme vyriausybės vaidmuo, kaip įstatymų leidėjos ir reguliatorės yra itin svarbus. Įstatymai gali įvairiai paveikti turizmo aplinką, pvz., gali įtakoti turistų viešėjimo Lietuvoje trukmę, nustatyti pasų ir vizų išdavimo tvarką bei politiką.

Visuotinis pasaulio globalizacijos procesas tiesiogiai įtakoja tarptautinio turizmo plėtrą. Turimas Lietuvoje vienas iš svarbiausių veiklos prioritetų, skatinančių aktyvų eurointegracijos procesą. Tolydžiai turizmo plėtrai didelę reikšmę turi turizmui tinkamos vietovės, kurios priklauso nuo natūralių gamtinių išteklių ir kultūrinio paveldo. Turizmo išteklių gausa sukuria patrauklumą atvykstantiems turistams ir yra tiesiogiai susiję su ekonomikos gyvybingumu ir vietiniais gyventojais. Siekiant Lietuvos, kaip turistinio regiono, konkurencinio pranašumo, nepakanka vien tik turizmo infrastruktūros vystymo. Reikalinga spręsti regioninio savitumo, kultūrinio identiteto apsaugos problemas, o svarbiausia, išvengti Lietuvos kraštovaizdžio unikalumo praradimo ir niveliacijos su kitais regionais<sup>51</sup>. Be to, Lietuvos turizmo plėtrai palankias sąlygas sudaro ir patogi geografinė padėtis. Ypač svarbu tai, kad šalį galima pasiekti įvairiomis transporto priemonėmis.

Kitas svarbus turizmo plėtrą skatinantis veiksnys, kurį aprašo V.Navickas ir A.Malakauskaitė<sup>52</sup> yra įvykių taikymas. Autorių teigimu, įvykiais paremta turizmo plėtros strategija galėtų išspręsti daugelį Lietuvos, kaip turistinės šalies, konkurencingumo problemų. Įvykių taikymo turizmo plėtrai skatinti perspektyvos atsiskleidžia per įvairių pasaulio šalių patirtį bei stiprėjančias tendencijas save reprezentuoti šiuo būdu. Globalios ekonomikos sąlygomis svarbu ne tik tinkamai suformuluoti paslaugų paketą, bet ir įdomiai, netradiciškai jį reprezentuoti vartotojams. Pasaulinio turizmo sektorius persiorientuoja į asmeninių patirčių perdavimą, kadangi net trumpos kelionės metu turistui turi būti perteiktas šalies identitetas. Šie metai Lietuvai ypač palankūs turizmo skatinimui, kadangi parengta programa „Vilnius – Europos kultūros sostinė 2009“, šalis turi puikią progą pareklamuoti save užsienio rinkoje.

Dar vienas iš veiksnių, įtakančių turizmo plėtrą būtų Lietuvos įsijungimas ir ekonominė bei kultūrinė integracija į Europos bendriją. Pasak G. Indriūno<sup>53</sup> Lietuvos stojimas į Europos Sąjungą ir dalyvavimas kitose tarptautinėse organizacijose yra jau įvykęs faktas, kuris įpareigoja valstybės institucijas ir verslo subjektus sudaryti sąlygas plėtoti tarptautinį bendradarbiavimą. Tam reikalinga šiuolaikiška, pajėgi tenkinti įvairius poreikius ir efektyviai valdoma infrastruktūra. Lietuva Europos Sąjungai gali pasiūlyti ne tik bendravimą, bet ir savo kultūrinius klodus bei identitetą. Kol kas Lietuvoje nėra turistų, atvykstančių vien tik į kultūrinius renginius ar aplankyti kultūros objektus, tarp jų ir muziejus, statistikos. Antra vertus, su kultūros objektų lankymu susijusios ir visos kitos

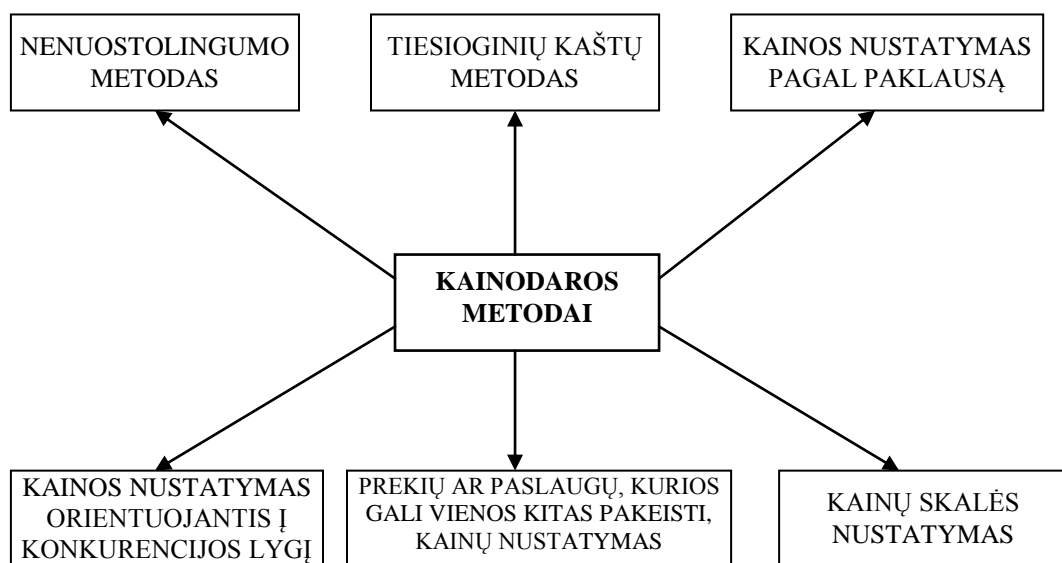
<sup>51</sup> Hopenienė, R., Kamičaitytė, A. (2004). Tolydi turizmo plėtra: konkurencingos turizmo sistemos kūrimo prielaidos. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, Nr. 29. Kaunas

<sup>52</sup> Navickas, V., Malaksukaitė, A. (2007). Įvykių taikymas turizmo plėtros skatinimui Lietuvoje. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, Nr. 42. Kaunas

<sup>53</sup> Indriūnas, G. (2003). *Muziejai kultūrinio turizmo plėtros objektyve*. [žiūrėta: 2008-02-23]. Prieiga per internetą: <<http://www.museums.lt/Zurnalas/Indriunas.htm>>

turizmo rūšys, net konferencijų (dalykinis) turizmas, nes atvykę į šalį svečiai stengiasi aplankyti bent keletą kultūros objektų – muziejus, galerijas, parodas, paminklus, kultūros renginius. Muziejai yra integrali kultūrinio turizmo dalis, turistų lankymo objektai. Todėl turi būti siekiama geriau panaudoti vietovės turizmo išteklius bei paveldo objektus, pagerinti turizmo informacijos teikimą ir skatinti turistinių (poilsio) kelionių skaičiaus didėjimą, prisidėti prie užimtumo didinimo, platesnio gamtos ir kultūros vertybių apsaugos reikšmės ir praktinio panaudojimo suvokimo.

Turizmo plėtrai įtakos turi ir turizmo paslaugų kainodara. I.Svetikienė<sup>54</sup> išskiria keletą kainodaros metodų (5 pav.). *Nenuostolingumo metodas* naudojamas tais atvejais, kai rinka labai dinamiška ar paklausa nestabili. Taikant *tiesioginių kaštų metodą* kaina nustatoma tokia, kad būtų didesnė už tiesioginius kintamuosius kaštus, įvertinamas prekių ar paslaugų realizavimo rinkoje. Nustatant kainą pagal *paklausą*, atsižvelgiama ne į kaštus, o į suvokiamos vertės dydį, kurį už šią paslaugą skiria vartotojas. Kainodaros, *orientuotos į konkurencijos lygį*, metodo esmė ta, kad gamintojas, nustato kainas, truputį didesnes ar mažesnes negu artimiausio ir svarbiausio konkurento. *Kainų skalės lentelė* sudaroma, kai prekės ar paslaugos siūlomos rinkoje pagal skirtingas kainas.



5 pav. Kainodaros metodai

Šaltinis: Svetikienė I. (2002). Turizmo marketingas. Vilnius

Be jau minėtų veiksnių, galima išskirti keletą socialinių – ekonominių prielaidų, kurios taip pat lemia turizmo srautų augimą:

- stabili makroekonominė situacija bei ekonominis augimas. Spartėja šalies bendrojo vidaus produkto (BVP) augimas, mažėja infliacija;
- užsienio investicijų augimas. Ypač svarbus jau minėtas ES struktūrinių fondų įsisavinimo efektyvumas;

<sup>54</sup> Svetikienė, I. (2002). *Turizmo marketingas*. Vilnius: Vilniaus kolegija

- Lietuvos užsienio prekybos didėjimas. Plečiasi Lietuvos firmų ryšiai su užsienio kompanijomis, kas sąlygoja verslo plėtrą;
- pragyvenimo lygio augimas Lietuvoje bei perkamosios galios didėjimas. Ši tendencija turi didelę įtaką vietinio turizmo vystymuisi;
- etninių grupių susidomėjimas Lietuva. Nemaža lietuvių gyvena įvairiose pasaulio šalyse, taip pat egzistuoja ir kitų šalių piliečių istorinis susidomėjimas Lietuva;
- gerėjantis Lietuvos šalies bei Lietuvos turizmo tarptautinis įvaizdis. Daugelį metų Lietuva buvo uždara šalis, todėl dabar ji tampa savotišku atradimu turistams, kuriuos traukia šalies gamta, kultūra ir net socializmo palikimas, ypač iš Rytų ir Pietryčių Azijos regionų<sup>55</sup>.

Dinamiškai besivystantis ūkis sąlygoja naujų verslo galimybių atsiradimą ir atitinkamai turistų, atvykstančių verslo reikalais daugėjimą. Vidaus turizmą skatina augančios verslo bei gyventojų pajamos. Svarbus vaidmuo tenka ir šiuo metu veikiančioms visuomeninėms turizmo verslo subjektų organizacijoms, kurios atstovauja savo narių interesams, kaupia ir skleidžia informaciją apie teikiamas paslaugas. Šių organizacijų veiklos tikslai – skatinti turizmo plėtotę, gerinti paslaugų kokybę, reklamuoti turizmo paslaugas tarptautinėje bei Lietuvos rinkoje.

Gerėjanti ekonominė situacija bei augantis pragyvenimo lygis Lietuvoje sudaro palankias sąlygas turizmo plėtrai, ypač tai daro įtaką vidaus turizmo apimčių augimui. Turizmas įgyja vis didesnę reikšmę skatinant atsilikusių regionų plėtrą. Pastaruoju metu Lietuvoje vis daugiau dėmesio skiriama kaimo turizmo plėtrai, kuris savo ruožtu paskatins atsilikusių šalies regionų ekonomikos vystymąsi.

### 1.2.3 Lietuvos turizmo indėlis į šalies BVP

Turizmas ypatingai reikšmingas besivystančioms šalims, kurios atranda save paslaugų ekonomikoje. Šios ūkio šakos plėtra turi didelę reikšmę visam ekonomikos augimui: nacionalinių pajamų ir BVP augimui, regioninei plėtrai, užsienio valiutų įplaukoms, naujų darbo vietų kūrimui ir bendram žmonių užimtumo didinimui. Pavyzdžiui, turistai nusipirkę poilsinės kelionės paketą, bendraus tiek su tiesioginėmis, tiek su netiesioginėmis turizmo veiklos šakomis: kelionių agentūra, draudimo kompanija, vietinis transportas, oro uostų paslaugos, maitinimo paslaugos, apgyvendinimo bei maitinimo paslaugos ir kiti paslaugų teikėjai<sup>56</sup>.

Pasaulio turizmo organizacijos WTO surinkti duomenys rodo, kad pajamos iš turizmo kasmet sudaro per 600 mlrd. JAV dolerių. Šioje paslaugų srityje dirba apie 100 mln. žmonių.

<sup>55</sup> Talačka, E. (2006). *Turizmo pradžienys*. Kaunas : Lietuvos kūno kultūros akademija

<sup>56</sup> Moutinho, L. (2000). *Strategic Management in tourism*. University of Glasgow, UK



Tarptautinės darbo organizacijos teigimu, viena darbo vieta turizmo sektoriuje sukuria pusantros darbo vietos kitose srityse. Vadinas, galima sakyti, kad turizmo sferoje (tiesiogiai ir netiesiogiai) dirba per 230 mln. žmonių. Tai sudaro net 8 proc. visos pasaulio darbo jėgos<sup>57</sup>.

Apie turizmo šakos plėtros tendencijas galima spręsti ir iš augančio keliaujančiųjų skaičiaus. Remiantis WTO duomenimis, 1999 m. visame pasaulyje privačiais arba darbo tikslais keliavo 656,9 mln. gyventojų, o 2020 m. prognozuojamas keliautojų skaičius sudarys apie 1,6 milijardus gyventojų<sup>58</sup>. Pastaraisiais metais turizmo verslas smarkiai išaugo makroekonominiu lygmeniu. Lietuvoje turizmas sukuria 2,6 proc. BVP, kai tuo tarpu Europos Sąjungoje turizmas sudaro daugiau nei 4 proc. BVP, o pasaulio vidurkis siekia 6,5 proc.<sup>59; 60</sup>. Galbūt Lietuva negali pretenduoti, pavyzdžiui, į Austriją (kur turizmas sukuria 45 proc. BVP), Maljorką (turizmas sukuria net 70 proc. BVP) ir pan., tačiau tikrai dar turi neišnaudotų galimybių turizmo plėtrai.

Nors kai kurioms šalims turizmas yra viena iš pagrindinių ūkio šakų, skatinančių ekonomikos plėtrą ir išskirtiniais atvejais sukuria 50 ir daugiau procentų šalies BVP, tačiau galima stebėti ir tokių atvejų, kur ekonomika gana stipri, į šalį atvyksta didelis srautas turistų, tačiau šios sferos įnašas bendrajam nacionaliniam produktui nėra didelis, pvz. Prancūzija (2 proc.), Australija (1,9 proc.), Jungtinės Valstijos (0,9 proc.)<sup>61</sup>.

W.F. Theobald<sup>62</sup> atvykstantįjį turizmą vadina nematomu eksportu, kurio metu užsienio valiuta įplaukia į šalį, prisidedama prie jos ekonomikos ir tiesiogiai įtakodama mokėjimų balansą. Kaip ir iš kitų ūkio šakų, taip ir iš šio pinigų pritraukimo būdo kuriama verslo apyvarta, darbo vietos bei vyriausybės pajamos. Vietinio turizmo įtaka yra panaši ir jis autorius vėlgi prilyginamas nematomam eksportui. Pastebėtina, kad turizmas yra efektyvesnis nei kitos pramonės šakos kuriant darbo vietas ir prisidedant prie ekonomikos skatinimo, ypač periferiniuose regionuose, kur galimybės ekonominei plėtrai yra apribotos.

Turizmo sfera svarbi visose Europos Sąjungos šalyse, taigi ir Lietuvoje, kadangi ji yra svarbus faktorius kuriant darbo vietas. Šiuo metu turizmo sferoje dirbančiųjų Lietuvos gyventojų skaičius nėra didelis, tačiau plėtojant šią sritį galima sukurti papildomų darbo vietų kelionių agentūrose, apgyvendinimo, maitinimo įstaigose, lankytinų objektų vietose ir pan. (žr. 6 pav. ir 2 priedą).

Pateiktame grafike matyti, kad turizmo įmonėse dirbančiųjų skaičius iki 2002 m. svyravo, o vėliau pradėjo tolygiai didėti, kas rodo didėjančią turizmo paslaugų paklausą.

<sup>57</sup> Šalna, R. (2008). Turizmo plėtra: džiuginanti, bet jau pavojinga. *Veidas*, 30

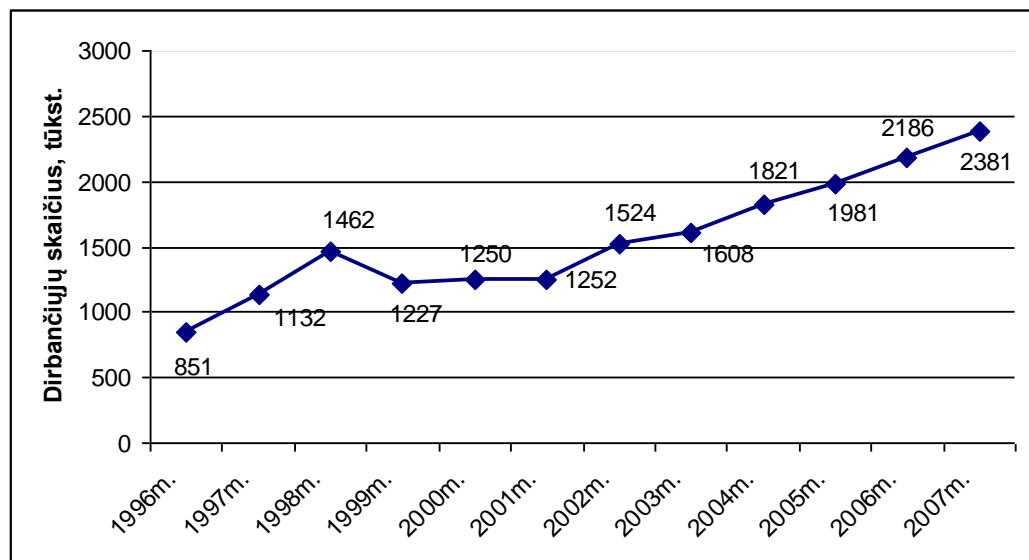
<sup>58</sup> Baroniūnaitė, E., Meilienė, E. *Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai*. [žiūrėta 2008-05-06]. Prieiga per internetą: <[http://www.lrti.lt/veikla/bar\\_turizm.doc](http://www.lrti.lt/veikla/bar_turizm.doc)>

<sup>59</sup> Stražnickas, L. (2007). *Turizmui iškilo pavojus*. [žiūrėta: 2008-09-30]. Prieiga per internetą: <<http://www.alfa.lt/straipsnis/142613>>

<sup>60</sup> Užpelkis, M. (2006). *Kultūros paveldo nauda / poveikis ekonomikai*. [žiūrėta 2008-09-04]. Prieiga per internetą: <<http://www.kultur.lt/?id=1270>>

<sup>61</sup> Weaver, D., Lawton, L. (2002). *Tourism management*. National Library of Australia

<sup>62</sup> Theobald, W.F. (2005). *Global Tourism*. Burlington



**6 pav.** Dirbančiųjų Lietuvos turizmo įmonėse skaičius, tūkst.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Statistikos departamento duomenimis

Turizmo paslaugų rinkoje pasiekti pusiausvyrą tarp paklausos ir pasiūlos gana sunku. Sezono metu, esant keliautojų antplūdžiui, pasiūla neatitinka turistų paklausos. Tuo tarpu ne sezono metu – pasiūla didesnė už paklausą. Dėl sezoninės pusiausvyros nebuvimo susidaro sunkumų keliautojams realizuoti savo pajamas ir tenkinti poreikius. Kita vertus, paklausai viršijant pasiūlą, stabdoma techninė pažanga, gali nukentėti paslaugų kokybė. Rinkos ekonomikoje pusiausvyros padeda siekti kainų mechanizmas. Esant didelei paklausai, kelionių paslaugų paketai parduodami brangiau, o sumažėjus lankytojų skaičiui jiems taikomos paslaugų pirkimo lengvatos<sup>63</sup>.

Lietuva turistams gali pasiūlyti geras turizmo paslaugas, tačiau svarbu taikyti šiuolaikinius turizmo paslaugų rinkodaros metodus. Labai svarbus paklausos didinimo veiksnys – turizmo firmų ir oficialių šalies atstovų dalyvavimas tarptautinėse turizmo parodose ir mugėse. Šiuo metu tiek Lietuvos, tiek užsienio kelionių agentūros siūlo ne tik įprastus pažintinius turus Lietuvoje, bet ir labiau specializuotus turus, kurie yra pritaikyti tam tikroms vartotojų grupėms, pavyzdžiui, medaus mėnuo Lietuvoje, medžioklė ir t. t. Siekiant išlaikyti esamą klientūrą ir pritraukti daugiau vartotojų, svarbu taikyti nuolaidų ar specialių pasiūlymų sistemą, ypač žiemos sezono metu<sup>64</sup>.

Turizmo įmonė, nustatydamą savo prekių ir paslaugų kainas, pirmiausia siekia padengti sąnaudas ir gauti pelną. Kuriant kainų strategiją visų pirma reikia nustatyti kainodaros tikslus, kurie garantuotų įmonės tikslų įgyvendinimą. S. Russegger<sup>65</sup> pateikia tokius pagrindinius kainodaros tikslus:

- 1) siekimas išlaikyti turimas pozicijas rinkoje. Šis tikslas vyrauja tuomet, jei rinka perpildyta turizmo paslaugų ir įmonė pasirengusi parduoti savo paslaugas bet kokia kaina;

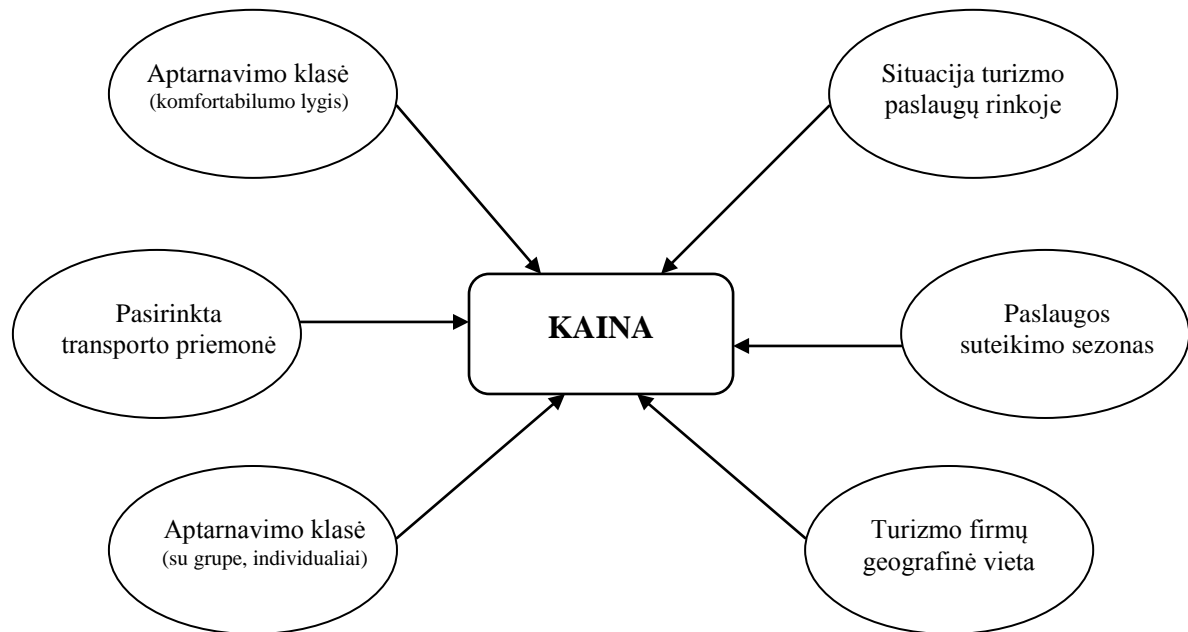
<sup>63</sup> Dvilevičienė, D. (1997). *Kelionių ir paslaugų industrija ir komercija*. Vilnius

<sup>64</sup> Petrilovskaja, K., Miškinis, A. (2007). *Atvykstamojo turizmo Lietuvoje konkurencingumas Baltijos šalių kontekste*. [žiūrėta: 2008-06-14]. Prieiga per internetą: <<http://www.leidykla.eu/fileadmin/Ekonomika/79/142-155.pdf>>

<sup>65</sup> Russegger, S. (2002). *Tourismusmarketing und -beratung*. [žiūrėta: 2008-06-16]. Prieiga per internetą: <<http://www.uni-bonn.de/~uzsak1/ws2002/tourismusmarketing-beratung.pdf>>

- 2) siekimas gauti kuo didesnę pelną;
- 3) siekimas užkariauti pozicijas rinkoje, konkurenciniais kainodaros tikslais;
- 4) siekimas tapti kokybės lydere.

Kainos paskirstymo funkcija pasireiškia tuo, kad kainos pagalba sukurtas bendrasis vidaus produktas ir pelnas perskirstomas tarp įmonių ir kitų šalies ūkio šakų. Tačiau kainodaroje viską lemia ne tik tikslai, bet, pasak И.Т. Балабанов<sup>66</sup>, yra eilė faktorių, kurie taip pat nulemia kainą (žr. 7 pav.).



**7 pav.** Turizmo paslaugų kainą įtakojojantys faktoriai

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Балабанов И.Т. (1999). *Экономика туризма*. Москва

Paveiksle pateikiama keletas pagrindinių faktorių, turinčių įtakos turizmo paslaugų kainos nustatymui. Be to, jos turi taip pat atitikti paklausą ir reklamą. Apibendrinant galima teigti, kad turizmo sektoriaus rinkodara yra gana sudėtinga, nustatant kainas turi būti atsižvelgiama į daugelį veiksnių, nors kita vertus kaina yra lengviausiai keičiama ir mažiausiai rizikos keliantis faktorius, kurio pagalba galima koreguoti turizmo paslaugų pardavimą. Dedant pastangas turizmo Lietuvoje plėtrai nauda būtų ir pačiam šalies biudžetui dėl didėjančio turizmo paslaugų įnašo į šalies BVP.

### 1.3 Lietuvos turizmo sektoriaus ir regionų ekonomikos plėtojimo galimybės

Turizmas – viena perspektyviausių ir dinamiškiausių ekonomikos šakų pasaulyje. Atkūrus Nepriklausomybę į pasaulinę ir Europos turizmo rinkas įsijungia ir Lietuva, pradėjusi spartų turizmo plėtojimo procesą.

<sup>66</sup> Балабанов, И.Т. (1999). *Экономика туризма*. Москва: Финансы и статистика

Lietuvai, siekiančiai pagerinti mokėjimų su Vakarų šalimis balansą, užsitikrinti pakankamus ir stabilius tvirtos valiutos gavimo šaltinius, kurti naujas darbo vietas, skatinti šalies infrastruktūros ir atskirų regionų ekonomikos augimą, pritraukti potencialius užsienio investuotojus, turizmo vystymas gali tapti būtina ir esmine šių tikslų pasiekimo sąlyga. Viena pagrindinių turizmo augimo prielaidų – *turizmo infrastruktūros plėtojimas*<sup>67</sup>.

Turizmo tikslais sukurta infrastruktūra prisideda prie vietinės plėtros, o darbo vietas sukuriamos arba išlaikomos netgi pramonės arba žemės ūkio nuosmukio nualintuose regionuose arba urbanistinėse atsinaujinančiose vietovėse. Poreikis padidinti regionų patrauklumą skatina imtis atitinkamos politikos, kuri padėtų išsaugoti ir pagerinti kultūros ir gamtos paveldą, pradedant menais ir baigiant vietine gastronomija, amatais arba bioįvairovės išsaugojimu. Tuo pačiu tai turi teigiamos įtakos darbo vietų kūrimui ir ekonomikos augimui<sup>68</sup>.

Laikantis tokios politikos ir plėtojant turizmo verslą atsivertų naujos perspektyvos ir *darbo vietų turizmo sektoriuje kūrimui*, kadangi šis sektorius apima įvairias paslaugas ir profesijas ir susijęs su daugeliu kitų ekonominės veiklos sričių. Jis turi įtakos transporto, statybos, mažmeninės prekybos ir daugeliui kitų sektorių, gaminančių produktus poilsiui arba teikiančių paslaugas, susijusias su poilsinėmis ir verslo kelionėmis. Nors šiame sektoriuje veikia keletas didelių tarptautinių bendrovių, tačiau daugiausia jame dominuoja smulkaus ir vidutinio verslo įmonės<sup>69</sup>. Numatant perspektyvas turizmo verslo plėtrai labai svarbu ir krašto *kultūros paveldo, lankytinų objektų, pramogų verslo, apgyvendinimo ir kitų turizmo paslaugų puoselėjimas ir gerinimas*.

Turizmo plėtros perspektyvas galima numatyti ir *pramogų bei laisvalaikio paslaugų infrastruktūroje*, kadangi pastaroji yra kūrimosi stadijoje. Pagrindinės turizmo atrakcijas Lietuvoje sudaro gamtinės ir kultūrinės priemonės. Kiek geriau išvystytos sportinės pramogos. Tačiau kol kas nėra gerai įrengtų golfo laukų, nepakanka dviračių takų ir kitų pramogų. Menkai išnaudojamas Lietuvos muzikos ir teatro potencialas. Todėl savivaldybėms reikėtų parengti laisvalaikio leidimo bei pramogų centrų išvystymo šalyje programas, investicinius projektus ir priemones jiems įgyvendinti. Rekreacinėse vietose tikslinga numatyti vandens parkus, golfo aikštynus, dviračių ir pėsčiųjų takus, ir kita<sup>70</sup>.

Teigiamas perspektyvas galima įžvelgti Lietuvos įvaizdžio kūrime užsienio šalyse, jei jam ir ateityje bus skiriama pakankamai dėmesio. 2006 metais VŠĮ “Lietuvos turizmo plėtros agentūra“, kartu su partneriu VŠĮ “Lietuvos ekonominės plėtros agentūra“, pradėjo įgyvendinti ES paramos lėšomis finansuojamą projektą „**Lietuvos turizmo ir verslo prekės ženklo sukūrimas**“, kurio tikslas - gerinti Lietuvos kaip turizmui ir verslui palankios šalies įvaizdį, sukuriant Lietuvos turizmo

<sup>67</sup> Fragaki, E. *Alternative forms of tourism*. [žiūrėta: 2009-02-11]. Prieiga per internetą: <[http://www.acci.gr/trade/No27/TRADE\\_45\\_46\\_47.pdf](http://www.acci.gr/trade/No27/TRADE_45_46_47.pdf)>

<sup>68</sup> *Tourism*. [žiūrėta: 2008-10-02]. Prieiga per internetą: <[http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/index_en.htm)>

<sup>69</sup> *Bendrasis programavimo dokumentas. Turizmas*. [žiūrėta: 2008-05-06]. Prieiga per internetą: <[http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/BPD\\_turizm.doc](http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/BPD_turizm.doc)>

<sup>70</sup> Damulienė, A. (2003). Tourism Infrastructure in Lithuania: theoretical and practical aspects. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, Nr. 26. Kaunas

bei verslo prekės ženklą bei jo naudojimo studiją. 2008 m. birželio mėnesį paskelbtas nugalėtojas, kurio pasiūlytas prekinis ženklas Lietuvos kontūras su užrašu “Lithuania” (žr. 8 pav.)<sup>71</sup>. Taip pat steigiami Turizmo informacijos centrai (TIC) užsienio šalyse. Šiuo metu užsienio šalyse įsteigti aštuoni tokie centrai: Baltijos šalių TIC Berlyne (Vokietija), Lietuvos TIC Maskvoje (Rusija), Helsinkyje (Suomija), Varšuvoje (Lenkija), Barselonoje (Ispanija), Londone (Didžioji Britanija), Paryžiuje (Prancūzija) bei Romoje (Italija)<sup>72</sup>.



**8 pav.** Lietuvos turizmo ir verslo prekės ženklas

Šaltinis: Ignatonis J., Makauskienė V. *Lietuvos turizmo ir verslo prekės ženklo sukūrimas*.  
Prieiga per internetą: <<http://www.lepa.lt/lt/LietuvosTurizmoIrVersloPrekesZenklas.html>>

Be aukščiau minėtų aspektų, svarbių numatant Lietuvos turizmo perspektyvas ir plėtrą, svarbūs taip pat ir *strateginiai planai bei marketinginiai dalykai*, nes nuo jų priklauso sėkmingas turizmo verslas ir paklausa. Kaip teigia В.А. Квартальнов<sup>73</sup>, tai vienas iš svarbiausių valdymo instrumentų turizme, nes jo pagalba:

- 1) tyrinėjama turizmo produktų paklausa ir poreikis;
- 2) paskaičiuojamos reklamai reikalingos išlaidos;
- 3) nustatoma aukščiausia produkto, paslaugos kaina ir jų savikaina;
- 4) apdorojama firmos asortimento ir investavimo politika;
- 5) nustatomi galutiniai firmos rezultatai, pajamos ir pelnas.

Tiriant turizmo veiklos ekonominį poveikį tam tikram regionui bei jo ekonomikai, svarbu įvertinti ir kitus poveikius, įeinančius į ekonominę analizę. E. Baroniūnaitė ir E. Meilienė<sup>74</sup> išskiria tokius ekonominės analizės tipus:

<sup>71</sup> Ignatonis, J., Makauskienė, V. *Lietuvos turizmo ir verslo prekės ženklo sukūrimas*. [žiūrėta: 2008-08-30]. Prieiga per internetą: <<http://www.lepa.lt/lt/LietuvosTurizmoIrVersloPrekesZenklas.html>>

<sup>72</sup> Lietuvos TIC užsienio šalyse – aktyvūs Lietuvos įvaizdžio formuotojai (2008-02-07). [žiūrėta: 2008-08-30]. Prieiga per internetą: <<http://www.vtv.lt/naujienos/lietuvoje/lietuvo-tic-uzsienio-salyse-aktyvus-lietuvo-ivaizdzio-formuo.html>>

<sup>73</sup> Квартальнов, В.А. (2003). *Теория и практика туризма*. Москва: Финансы и статистика

<sup>74</sup> Baroniūnaitė, E., Meilienė, E. *Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai*. [žiūrėta 2008-05-06]. Prieiga per internetą: <[http://www.lrti.lt/veikla/bar\\_turizm.doc](http://www.lrti.lt/veikla/bar_turizm.doc)>

- *ekonominio poveikio analizė*, kuri tiria išlaidų, susijusių su turizmo veikla regione, srautus, pardavimų, mokestinių įplaukų, pajamų ir darbo vietų pasikeitimų dėl turizmo veiklos nustatymui;
- *fiskalinio poveikio analizė* nustato išlaidų, susijusių su turizmo veikla regione, srautus, pardavimų, mokestinių įplaukų, pajamų ir darbo vietų pasikeitimų dėl turizmo veiklos nustatymui;
- *finansinė analizė* nustato, ar iš verslo gautos pajamos padengia išlaidas;
- *paklausos analizė* įvertina arba numato turistų skaičių ir/arba tipus tam tikroje vietovėje per suvartojimo įvertinimą, prognozavimą arba paklausos modelį;
- *naudos/kaštų analizė* įvertina santykinį ekonominį alternatyvių strategijų efektyvumą, lyginant naudą ir kaštus per tam tikrą laiką, nustato efektyviausias strategijas, atsižvelgiant į visuomenės gerovę ir piniginę ir nepiniginę vertes;
- *įgyvendinamumo tyrimas* įvertina galimybę įgyvendinti tam tikrus veiksmus turizmui, jo plėtrai ar naujoms veikloms, turinčioms įtakos turizmui skatinti, įskaitant politinį, fizinį, socialinį ir ekonominį įgyvendinimą;
- *įtakos aplinkai įvertinimas* vertina siūlomų veiksmų įtaka aplinkai, atsižvelgiant į pasikeitimus socialinėje, kultūrinėje, ekonominėje, biologinėje, fizinėje ir ekologinėje sistemose.

Regionų plėtrą galima apibūdinti, kaip bendruomenės gyvenimo socialinio, ekonominio, aplinkosaugos, sveikatos apsaugos, technologijos, kultūros ir rekreacijos aspektų vystymą tam tikroje teritorijoje. Ekonomikos plėtra yra svarbiausia bendruomenės plėtros sudedamoji dalis, kadangi ji aprūpina bendruomenę finansiniais ištekliais, kurie yra būtini norint vystyti kitus bendruomenės plėtros aspektus<sup>75</sup>.

Valstybė kasmet bando sugalvoti kuo daugiau naujovių, siekiant pritraukti kuo daugiau turistų, sakydama, kad ir Lietuva turi ką parodyti. Dėmesys turi būti skiriamas tiek turizmo infrastruktūros plėtrai, tiek kultūrinio paveldo puoselėjimui, tiek pramogų ir laisvalaikio infrastruktūros stiprinimui, tiek apgyvendinimo ir maitinimo įstaigų paslaugų gerinimui. Tik nuo valstybės priklauso, ar mes pasieksime norimų rezultatų, tiksliau nuo valstybės skiriamų pinigų turizmo perspektyvoms ateityje.

<sup>75</sup> Bagdzevičienė, R., Rimas, J., Venckus, A. *Regionų ekonomikos plėtros strategija*. [žiūrėta 2009-04-03]. Prieiga per internetą: <[http://www.lrti.lt/veikla/RP\\_RegEkonPlet.doc](http://www.lrti.lt/veikla/RP_RegEkonPlet.doc)>

## 1.4 Ekonominės analizės samprata ir prognozavimo metodai

Mokslinėje literatūroje nėra vieningo ir visuotinai pripažinto ekonominės analizės apibrėžimo, įvairūs autoriai pateikia kiek skirtingas definicijas. S. Martišius traktuoja, kad **ekonominė analizė** – tai ekonominės teorijos, suformuotos vadovaujantis pripažintais mokslo metodais. Autorius akcentuoja, kad tokį ekonominį vertinimą tikslingiau būtų vadinti *teorine ekonomine analize*, kurią apibūdina kaip specializuotas žinias, gautas naudojant specialų tyrimo instrumentarijų, kuris yra už visuomenės kasdienės sąmonės ribų<sup>76</sup>. Plačiąja ekonomine prasme *vertinimas* apibrėžiamas kaip galimas tam tikro ekonominio objekto būsenos nustatymas esamu ir būsimu laikotarpiu, naudojant bet kurį metodą<sup>77</sup>. E. Buškevičiūtės ir I. Mačerinskienės supratimu **ekonominė analizė** yra ekonominių procesų ir jų tarpusavio ryšių nagrinėjimas, kuris apima visus veiklos parengimo etapus, patį veiklos procesą ir jos produkto pardavimą praeityje, dabartyje ir ateityje<sup>78</sup>. Remiantis С.М. Пястолов nuomone, **ekonominė analizė** susijusi su procesais, kurie apima gamybą ir produkcijos pardavimą, pelno formavimą ir paskirstymą ir pan. Todėl ekonominės analizės tyrimo objektu gali būti laikomi ekonominiai asociacijų, organizacijų procesai, veikiami objektyvių ir subjektyvių veiksnių<sup>79</sup>.

Ekonominė analizė apima ekonominių reiškinių bei procesų sąveikos tyrimus, išaiškina teigiamus ir neigiamus ekonominius veiksnus, atlieka šių veiksnių poveikio kiekybinį matavimą, atskleidžia nepanaudotus ekonominius rezervus, apibendrina pažangų ekonominį patyrimą, mokliškai pagrindžia verslo planus, įvertina jų įvykdymą<sup>80</sup>. Be to, mokslinėje literatūroje aprašoma nemažai ekonominės analizės tipų bei metodų, kurių klasifikacija pateikiama 3 priede.

S. Martišiaus<sup>81</sup> teigimu, *prognozavimas* yra veikla, susidedanti iš daugelio tyrinėjamų etapų, kurių bendras tikslas – gauti informaciją apie nagrinėjamo proceso būsimą lygį. Prognozavimo procese autorius išskiria tokius darbo etapus:

- siekiamo tikslo nustatymas,
- pradinės informacijos surinkimas,
- nagrinėjamą procesą ribojančių sąlygų aptarimas,
- prognozavimo metodų parinkimas,
- gautų rezultatų dalykinis įvertinimas.

V. Boguslauskas<sup>82</sup> *prognozavimą* traktuoja kaip būsimos nagrinėjamojo proceso eigos nustatymą, atsižvelgiant į turimą praktinį patyrimą ir priimtas teorines prielaidas.

<sup>76</sup> Martišius, S. (2005). Ekonominė analizė, nacionalinis ekonominis mąstymas ir Lietuvos ekonominė mintis. *Ekonomika* 72(2). Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla

<sup>77</sup> Kvainauskaitė, V., Snieška, V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas/ monografija*. Kaunas: Technologija

<sup>78</sup> Buškevičiūtė, E., Mačerinskienė, I. (2002). *Finansų analizė*. Kaunas: Technologija

<sup>79</sup> Пястолов, С.М. (2002). *Экономический анализ деятельности предприятий*. М.: Академический проект

<sup>80</sup> Gronskas, V. (2006). *Ekonominė analizė*. Kaunas: Technologija

<sup>81</sup> Martišius, S. (2000). *Ekonometrija ir prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla

R. Urbanskienė ir kt.<sup>83</sup> *prognozavimą* nusako kaip samprotavimų formavimosi procesą apie objekto galimas būkles ateityje, remiantis objektyvių tikrovės dėsnių žinojimu. Kaip vieną prognozavimo vykdymo sąlygų, minėti autoriai išskiria socialinių ir ekonominių reiškinių pobūdį: prognozuoti galima ne atskirus objektus, o bendras ekonominių procesų savybes ir dėsningumus, turinčius pastovius priežastinius – pasekminius ryšius. Tokia prognozavimo samprata išsamiai neatspindi naujų produktų ar rinkų prognozavimo galimybes.

Dar vienos autorių grupės nuomone *prognozavimas* – tai tikėtinos tam tikro rodiklio raidos, įskaitant jį determinuojančius veiksniai bei prevencijos galimybes tam tikru laikotarpiu, numatymas<sup>84</sup>.

V. Kvainauskaitė *prognozavimą* traktuoja kaip procesą, kurio tikslas išanalizuoti esamą rinkos paklausos būseną ir numatyti bei įvertinti rinkos paklausos kitimo tendencijas būsimuoju laikotarpiu. Autoriai išskiria tokius šio proceso etapus kaip:

- prognozavimo tikslo suformulavimas,
- išorinių ir vidinių veiksnių nustatymas bei vertinimas,
- duomenų rinkimas bei analizė,
- prognozavimo metodo parinkimas arba sukūrimas,
- prognozavimo metodo tikrinimas,
- rinkos prognozės atlikimas.

V. Kvainauskaitės pastebėjimu, nagrinėjant konkurencinės rinkos paklausos prognozavimo struktūras nuomonės išsiskiria: viena autorių grupė teigia, jog rinkos paklausos prognozė neatsiejama nuo paklausos įmonės produktams prognozavimo dalis, tuo tarpu kiti tikina, kad tiksliai rinkos paklausos prognozuoti neįmanoma, neatlikus makroaplinkos (išorinės aplinkos) įvertinimo arba ekonominio prognozavimo.<sup>85</sup>

Aptarus prognozavimo sampratą, akcentuotina tai, kad prognozuojant turizmo produktų paklausą vietinių ir atvykusių turistų atžvilgiu būtina atsižvelgti į makroaplinkos kitimo tendencijas ne tik Lietuvos mastu, bet ir užsienio šalių turizmo įmonių makroekonominis rodiklius.

Prognozavimas gali būti mikro- ir makroekonominių rodiklių (pagal prognozavimo objektą), trumpalaikis arba ilgalaikis (pagal laikotarpį, kuriam sudaroma prognozė), taikant kiekybinius ir kokybinius metodus (pagal informacijos pobūdį)<sup>86</sup>. V. Kvainauskaitė dar skiria prognozavimo metodų skirstymą pagal prognozavimo tikslą į genetinius ir normatyvinius<sup>87</sup>. Daugelis prognozavimo metodų yra bazinių metodų variacijos. Pagal formalizavimo laipsnį visus autoriai

<sup>82</sup> Boguslauskas, V. (2007). *Ekonometrika*. Kaunas: Technologija

<sup>83</sup> Urbanskienė, R., Vaitkienė, R., Cletley, B. (1998). *Rinkos tyrimai ir analizė*. Kaunas: Technologija

<sup>84</sup> Žukauskas, P. Juodaitytė, A., Valiuškevičiūtė, A. ir kt. (2008). *Kokybės vadybos sistemos*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas

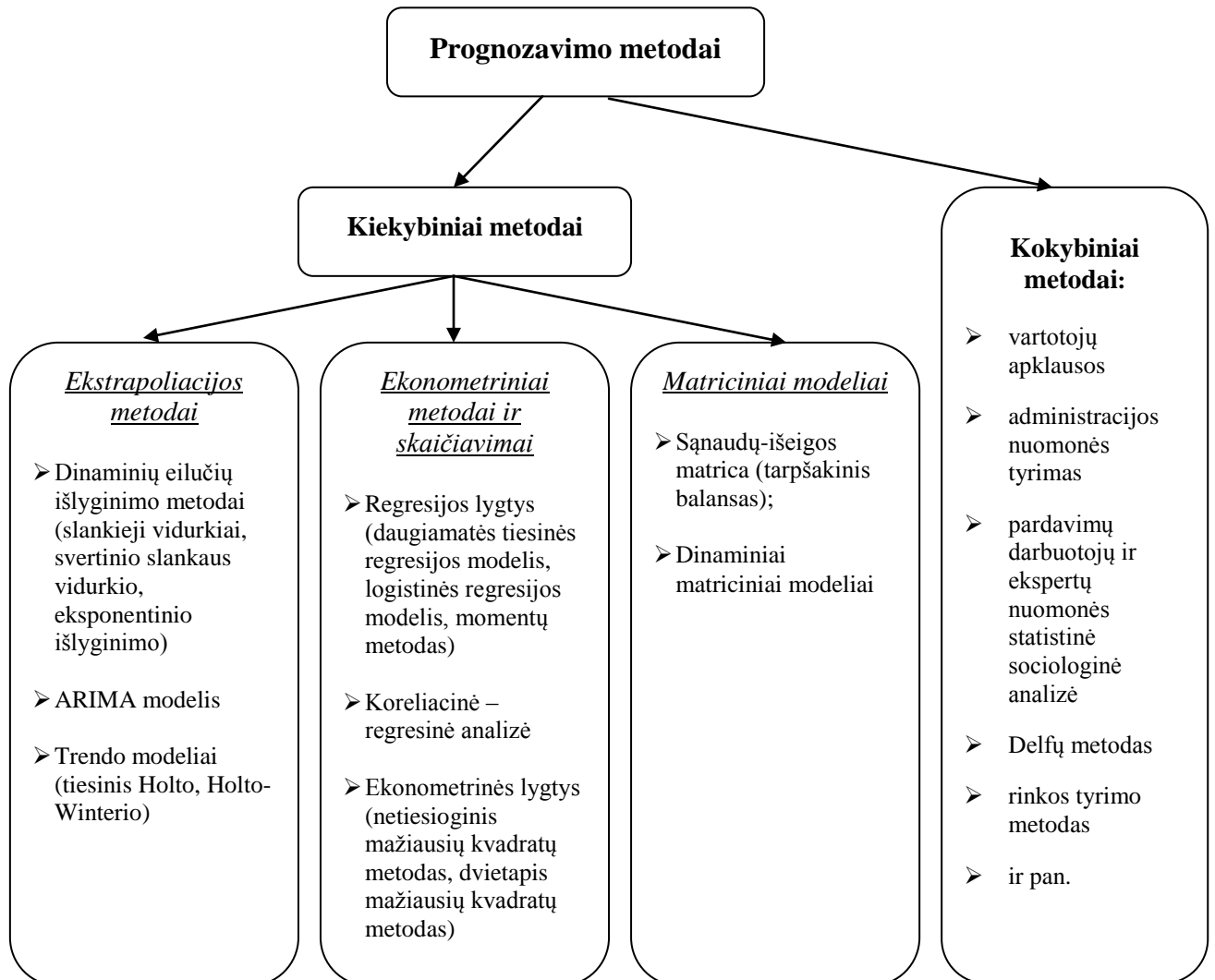
<sup>85</sup> Kvainauskaitė, V., Snieška, V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas/ monografija*. Kaunas: Technologija

<sup>86</sup> *Prognozavimas*. [žiūrėta: 2009-04-03]. Prieiga per internetą: <<http://www.vgtu.lt/upload/sk/182/prognozavimas.ppt>>

<sup>87</sup> Kvainauskaitė, V., Snieška, V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas/ monografija*. Kaunas: Technologija



prognozavimo metodus galima suskirstyti į intuityvius ir formalizuotus<sup>88</sup>. Mokslinėje literatūroje aptaria įvairiausių prognozavimo metodus (jų priskaičiuojama daugiau kaip 200), kurių pagrindiniai apibendrintai pateikiami 9 paveiksle.



9 pav. Prognozavimo metodų klasifikavimas

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis V. Boguslausku<sup>89</sup>, S. Martišiumi<sup>90</sup>, V. Kvainauskaite<sup>91</sup>, R. Blikiene ir kt.<sup>92</sup>

Prieš atliekant ekonominių rodiklių prognozavimą, reiktų nustatyti, kurie nepriklausomi kintamieji labiausiai įtakoja priklausomus kintamuosius, reikia įvertinti ekonominių rodiklių ryšį ir jų stiprumą. Koreliacijos koeficientas ( $r$ ) – vienas iš populiariausių dviejų dydžių koreliacinių ryšių stiprumo priklausomybės matavimo rodiklių.

Tam naudotinas tiesinis koreliacijos koeficientas (Pirsono koreliacijos koeficientas)

$$r_{x_i x_j} = \frac{\overline{x_i x_j} - \overline{x_i} \overline{x_j}}{\sigma_{x_i} \sigma_{x_j}}, (i \neq j, i = \overline{1, p}) \quad (3)$$

<sup>88</sup> Žukauskas, P., Juodaitytė, A., Valiuškevičiūtė, A. ir kt. (2008). *Kokybės vadybos sistemos*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas

<sup>89</sup> Boguslauskas, V. (2007). *Ekonometrika*. Kaunas: Technologija

<sup>90</sup> Martišius, S. (2000). *Ekonometrija ir prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla

<sup>91</sup> Kvainauskaitė, V., Snieška, V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas/ monografija*. Kaunas: Technologija

<sup>92</sup> Blikienė, R., Boguslauskas, V., Valančienė L. (2007). *Ekonometrika. Praktiniai darbai*. Kaunas: Technologija

Čia:  $\overline{x_i x_j}$  - kintamųjų sandaugų suma;  
 $\overline{x_i} \overline{x_j}$  - kintamųjų sumų sandauga;  
 $\sigma_{x_i} \sigma_{x_j}$  -  $x_i$  ir  $x_j$  kintamųjų standartiniai nuokrypiai.

Tiesinio koreliacijos koeficiento standartinis nuokrypis apskaičiuojamas taip:

$$S_r = \sqrt{\frac{1-r^2}{n-2}} \quad (4)$$

Koreliacijos koeficiento reikšmė gali kisti intervale  $[0;1]$ . Kuo reikšmė artimesnė vienetui, tuo ryšys tarp dviejų kintamųjų yra glaudesnis (0–0,3 – nėra ryšio, 0,3–0,5 – ryšys silpnas, 0,5–0,7 – vidutinis, 0,7–0,9 – ryšys stiprus, 0,9–1 – esminis). Šie empiriniai tiesinio koreliacijos ryšio vertinimai sudaryti neatsižvelgiant į imties didumą, todėl lieka neaišku, ar šis koreliacijos koeficientas statistiškai reikšmingai skiriasi nuo nulio. Tam naudojamos Stjudento skirstinio kritinės reikšmės.

Analizuojamų ekonominių turizmo veiklos rodiklių prognozavimui darbe pasirinktas prognozavimo metodas, kuris atsižvelgtų į sezoniškumą, kadangi jis turizmo veiklai turi įtakos. Sezoniškumui išmatuoti skaičiuojami sezoniškumo indeksai ( $Z$ ), kurie rodo tam tikro reiškinio atskirų mėnesių arba ketvirčių santykinius nuokrypius nuo lygių, atitinkančių pagrindinę reiškinio vystymosi tendenciją.

Sezoniniai svyravimai vadinami stabiliais, jei kasmet labai nepasikeičia:

1. svyravimų ciklas (laikotarpis tarp gretimų max ir min taškų),
2. svyravimų amplitudė ( $Z_{\max} - Z_{\min}$ ),
3. ekstremalių reikšmių išsidėstymas svyravimo periode<sup>93</sup>.

Paprasčiausias sezoniškumo indeksas gaunamas, palyginus mėnesio vidutinę apyvartą su metine vidutine apyvarta. Visi kiti sezoniškumo indekso nustatymo metodai skiriasi tik šio vidurkio apskaičiavimo būdais. Sezoniškumo indeksai gali būti nustatomi keliai būdais. Dažniausiai naudojami: 1) paprastųjų vidurkių metodas; 2) slankiųjų vidurkių metodas; 3) tiesinio trendo metodas. Praktinėje darbo dalyje naudojami du pirmieji sezoniškumo nustatymo metodai, kurių apskaičiavimo metodika pateikta 4 priede.

Dažniausiai naudojami kiekybiniai prognozavimo metodai, pagrįsti praeities duomenų laiko eilučių ir su jomis susietų eilučių analize<sup>94</sup>. Šių modelių laisvas kintamasis yra laikas. Vienas iš regresinių modelių būtų trendas. Trendas – tai laiko eilučių komponentė, išreiškianti bendrą didėjimo ar mažėjimo tendenciją. Yra skiriamos šios trendo rūšys: tiesinis trendas (jis taikomas, kai matavimo gretimų reikšmių skirtumai, t.y. pirmieji skirtumai, yra artimi vienas kitam), parabolinis

<sup>93</sup> Gražytė-Molienė, O. (2004). *Statistika*. D.1. Vilnius: Vilniaus verslo kolegija

<sup>94</sup> Pabedinskaitė, A. (2005). *Kiekybiniai sprendimų metodai. I dalis. Koreliacinė regresinė analizė. Prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universitetas

trendas (antrosios eilės parabolinis trendas yra tinkamas laiko eilučių, kurių duomenų antrieji skirtumai vienas nuo kito nedaug skiriasi), eksponentinis trendas (jis stebimas, kai duomenys keičiasi beveik vienodu procentu)<sup>95</sup>.

**Tiesinis trendas** tinka tuomet, kai perskaičiuotos laiko eilutės gretimų reikšmių skirtumai artimi vienas kitam. Trendo funkcijos regresijos lygtis:

$$y_t = a + b \times t \quad (5)$$

Čia:  $y_t$  – Trendo reikšmė laikotarpiui  $t$

$t$  – metai,

$a, b$  – koeficientai, kurie paskaičiuojami pagal formules (arba naudojant EXCEL funkcijas *intercept* ir *slope*)<sup>96</sup>:

$$b = \frac{\sum_{i=1}^n tx + \sum t \sum x}{\sum_{i=1}^n t^2 - (\sum t)^2} \quad (6)$$

$$a = \frac{\sum x}{n} - b \frac{\sum t}{n} \quad (7)$$

Antro laipsnio parabolės trendas, aprašomas šia regresijos lygtimi:

$$\hat{y}_t = a_0 + a_1 t + a_2 t^2 \quad (8)$$

Regresinės lyties pasirinkimą apsprendžia determinacijos koeficientas, kuris parodo, kokią viso išėjimo kintamojo dalį nulemia įėjimo kintamojo kitimas. Jei determinacijos koeficientas yra mažesnis už 100 proc., vadinasi, yra kitų, nuo įėjimo kintamojo nepriklausančių ir neįvertintų veiksnių. Kuo determinacijos koeficientas didesnis, tuo tiksliau galima prognozuoti.

$$D = R^2 * 100\% = \sqrt{1 - \frac{\sum (y - \hat{y}_t)^2}{\sum (y - \bar{y})^2}} * 100 \quad (1.22)$$

Čia:  $R$  – koreliacijos indeksas,

$D$  – determinacijos indekso pošakinis reiškinys, vadinamas determinacijos koeficientu<sup>97</sup>.

Apibendrinant galima pabrėžti, jog ekonominės analizės dėka galima įvertinti teigiamus ir neigiamus ekonominius veiksnus, atlikti kiekybinius matavimus, numatyti veiklos plėtojimo strategijas ir parinkti tinkamas jos vystymo kryptis, atsižvelgiant į gautus rezultatus. Prognozavimas nėra labai tikslus mokslas, egzistuoja per daug faktorių įtakančių ekonominę situaciją, vartotojų apsisprendimą naudotis apgyvendinimo įmonių paslaugomis, kurių neįmanoma numatyti. Rinkos

<sup>95</sup> Bartosevičienė, V., Vaitkevičius, S., Jančukienė, I. (2004). *Ekonominiai statistiniai tyrimai*. Kaunas: Technologija

<sup>96</sup> Pabedinskaitė, A. (2005). *Kiekybiniai sprendimų metodai. I dalis. Koreliacinė regresinė analizė. Prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universitetas

<sup>97</sup> Gražytė-Molienė, O. (2004). *Statistika. D.1*. Vilnius: Vilniaus verslo kolegija

paklausos prognozavimui įtakos turi ne tik tinkamai parinktas prognozavimo metodas, bet ir tai, kaip rinkos paklausa yra sąlygojama veiksnių, atspindinčių ekonomines rinkos struktūros ir makropalinkos charakteristikas. Tačiau prognozavimo vaidmuo taip pat užima svarbią vietą, prognozuojant galima atskleisti rezultatams įtakos turinčius kriterijus, o kuriant strateginius planus ir įvertinus prognozuojamas reikšmes, atitinkama linkme pakreipti veiklą.

## 2. LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS TENDENCIJŲ IR EKONOMINIO POVEIKIO TYRIMO REZULTATAI IR ANALIZĖ

### 2.1. Lietuvos turizmo įmonių plėtros analizė 2001 – 2007 m.

**Šio tyrimo tikslas:** išanalizuoti atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtros tendencijas ir įtaką šalies ekonomikai.

Tyrimo **objektas** yra į Lietuvą atvykusių ir vietinių turistų skaičiaus kitimo dinamika, jų indėlis į šalies BVP.

Šiame darbe apsiribota 2001 – 2007 metų atvykusių ir vietinių turistų statistinių duomenų bei rodiklių statistiniu tyrimu. Pagrindinis darbe panaudotų statistinių duomenų šaltinis yra Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau Statistikos departamentas) ir Europos Sąjungos Statistikos portalas (toliau Eurostat). Aptariamų duomenų šaltinis yra nurodomas tekste.

Tyrime išskirti šie žingsniai:

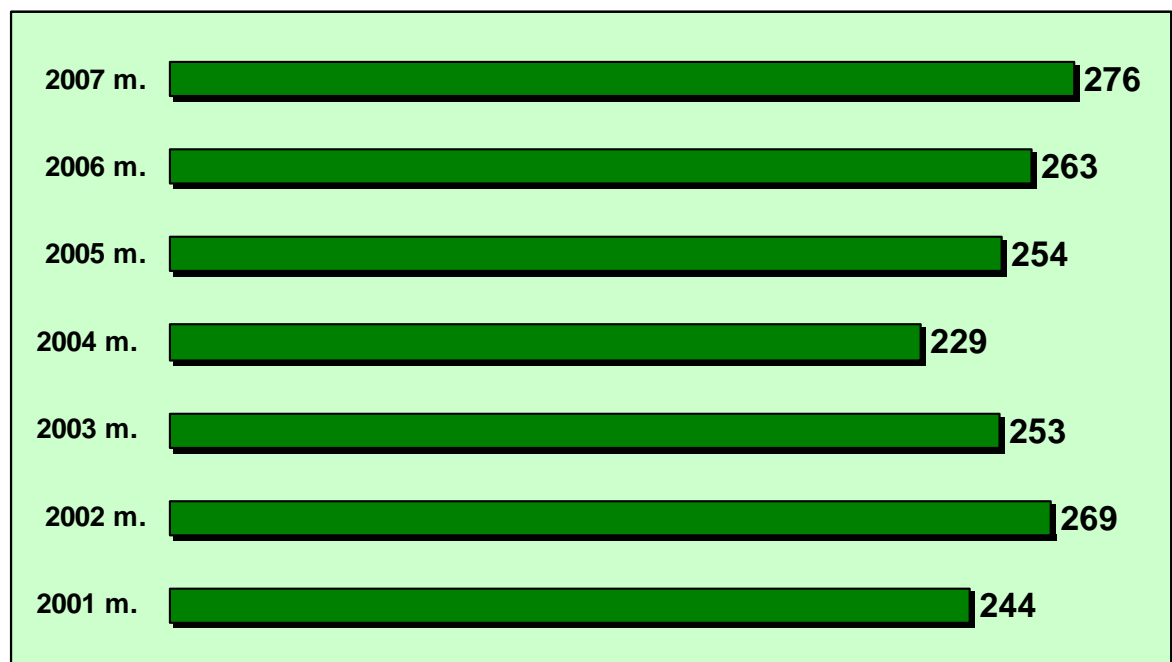
- 1) Lietuvos turizmo įmonių skaičiaus pokyčių analizė. Šiame etape būtina išnagrinėti turizmo įmonių skaičiaus bei struktūros dinaminis pokyčius ir jų pasiskirstymą pagal apskritis. Turizmo įmonių skaičiaus dinamikos analizė atliekama apskaičiuojant 5 priede pateiktus rodiklius naudojamus statistinėje analizėje.
- 2) 2001 – 2007 m. į Lietuvą atvykusių ir vietinių turistų skaičiaus pokyčių analizė. Šiame etape analizuojama turistų skaičiaus dinamika, segmentuojami turistų poreikiai bei tikslai. Atliekama dažniausiai lankomų turizmo objektų analizė, išskiriami jų privalumai ir trūkumai. Taip pat šiame etape siekiama nustatyti požymius, lemiančius lankomų objektų populiarumą ir numatyti galimas turizmo plėtros perspektyvas.
- 3) Pajamų, gautų iš atvykusių ir vietinių turistų, kitimo tendencijos analizė atliekama apskaičiuojant 5 priede pateiktus rodiklius, naudojamus statistinėje analizėje. Šiame etape taip pat segmentuojamas turizmo sektoriaus pajamų pasiskirstymas pagal apskritis, pateikiama kitų, glaudžiai susijusių su turizmu, įstaigų klasifikacija bei jų indėlis šalies BVP ir numatomos ekonominės perspektyvos.

**Lietuvos turizmo įmonių skaičiaus pokyčių analizė.** Šiame skyriuje analizuojama Lietuvos turizmo įmonių skaičiaus dinamika ir jų pasiskirstymas pagal apskritis.

Lietuvos Respublikoje prioritetas suteikiamas vietiniam ir atvykstamajam turizmui, kurio plėtojimo priemonės ir būdai nustatomi Nacionalinėje turizmo plėtojimo programoje, atnaujinamoje kas ketveri metai. 2007 – 2010 metų turizmo plėtros programoje<sup>98</sup> numatyti tokie tikslai:

- tobulinti turizmo išteklių planavimo ir valdymo sistemą;
- plėtoti viešąją turizmo infrastruktūrą, skatinančią konkurencingų turizmo produktų kūrimą;
- gerinti Lietuvos turizmo įvaizdį vidaus ir užsienio rinkose.

Turizmo įmonių skaičiaus struktūros ir dinamikos analizei naudoti 2001 – 2007 metų laikotarpio statistiniai duomenys, kurie pateikti 9 paveiksle.



**9 pav.** Turizmo įmonių skaičius Lietuvoje 2001-2007 m.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje (2003-2008)*. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

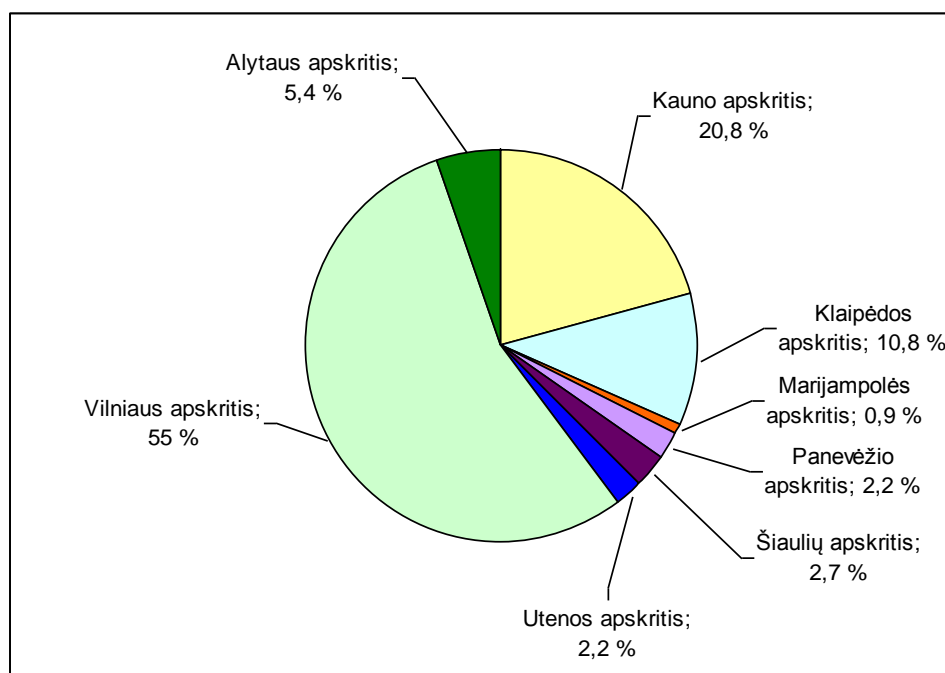
Kaip matyti pateiktame paveiksle, Lietuvos turizmo įmonių skaičiaus kitimas gana tolygus, nėra didelių šuolių, kurie ženkliai įtakotų turimo veiklos plėtrą.

Naujų turizmo įmonių įkūrimas vienas iš kriterijų, leidžiančių įvertinti keliaujančiųjų skaičiaus dinamiką ir tokių organizacijų poreikį Lietuvoje. Vertinant turizmo įmonių skaičiaus dinamiką (skaičiavimai pateikti 6 priede), per pastaruosius šešerius metus kasmet įsikurdavo maždaug po penkias naujas turizmo įmones, t.y. vidutinis didėjimo pokytis sudarė apie 2 proc. Didžiausias šuolis juntamas 2002 ir 2005 metais, nes per šiuos metus buvo įsteigtos 25 naujos turizmo įmonės. Turizmo paslaugų paklausos augimą lėmė ir bendras ekonomikos pakilimas, pvz.,

<sup>98</sup> Lietuvos Respublikos vyriausybė (2007-08-29). *Nutarimas dėl nacionalinės turizmo plėtros 2007-2010 metų programos patvirtinimo*. [žiūrėta: 2008-08-10]. Prieiga per internetą: <[http://www.ukmin.lt/lt/veiklos\\_kryptys/turizmas/aktai/NTPP%202007-2013%20m..doc](http://www.ukmin.lt/lt/veiklos_kryptys/turizmas/aktai/NTPP%202007-2013%20m..doc)>

2002 m. vidutinis BVP didėjimo tempas Lietuvoje sudarė 4,7 proc.<sup>99</sup>, o 2005 m. – 5,8 proc. Be to, tam įtakos turėjo ir Lietuvos įstojimas į Europos Sąjungą bei tapimas NATO nare<sup>100</sup>. Tačiau bendras turizmo įmonių skaičius auga nežymiai, o paskutiniiais metais jų poreikis net ir sumažėjo dėl pasaulinės ekonominės krizės, dėl staiga šoktelėjusių kuro kainų. Remiantis Statistikos departamento duomenimis, neigiamas turizmo įmonių skaičiaus pokytis (–6,1 proc.) per nagrinėjamą laikotarpį buvo tik 2004 m. Tam įtakos galėjo turėti sumažėjęs keliaujančiųjų skaičius.

Kaip išsidėsto turizmo įmonės pagal apskritis matyti 10 pav. Be abejo, sostinėje jų yra daugiausia ir procentaliai tai sudaro net 55 proc. visos rinkos dalies, t.y. daugiau nei pusė turizmo įmonių visoje Lietuvoje. Kitos dvi apskritys, turinčios daugiau turizmo įmonių būtų Kaunas (20,8 proc.) ir Klaipėda (10,8 proc.). Panevėžio, Šiaulių ir Utenos apskritys dalijasi maždaug po lygiai turizmo įmonių. Įdomus faktas yra tai, kad šiuos miestus beveik dvigubai lenkia Alytaus apskritis ir tai ko gero lemia šio miesto geografinė padėtis, kadangi įsikūręs arti sienos su Rusija, todėl sulaukia didesnio turistų antplūdžio, kas skatina ir turizmo įmonių plėtrą šiame regione.



**10 pav.** Vidutinis turizmo įmonių skaičius pagal apskritis Lietuvoje 2001–2007 m.

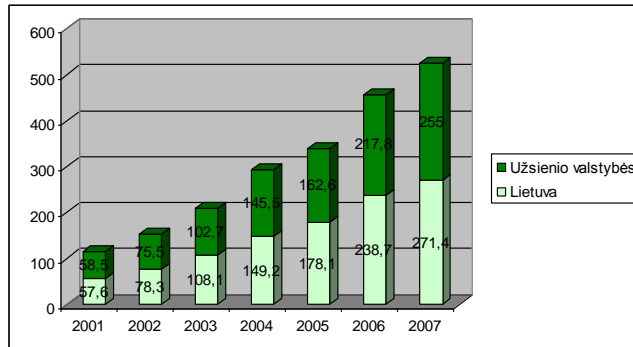
Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje (2003–2008)*. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

Apie turistų skaičiaus augimą spręsti leidžia ir lankytojų skaičius Lietuvos turizmo informacijos centruose (toliau – TIC) didėjimas (žr. 11 pav.). Tiek užsieniečių, tiek Lietuvos gyventojų per 2001 – 2007 metus vidutiniškai kasmet apsilankė 14,3 proc. daugiau nei praėjusiais

<sup>99</sup> Vetlov, I. (2003). Baltijos šalių ekonomikos augimo apskaita. *Pinigų studijos Nr.3*. Vilnius

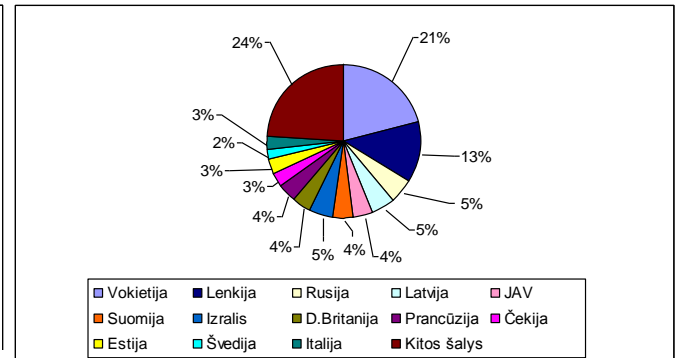
<sup>100</sup> Miškinis, V., Galinis, A. (2006). Lietuvos nacionalinės energetikos strategijos gairės. *Energetika Nr. 3*. Vilnius: Lietuvos mokslų akademijos leidykla

metais. Bendras apsilankiusiųjų Lietuvos piliečių skaičiaus padidėjimas lyginant 2001 metus su 2007 metais išaugo 23 proc. arba 196,5 tūkstančiais lankytojų, užsieniečių atitinkamai – 21,2 proc. arba 213,8 tūkstančiais lankytojų. Vertinant tokią statistiką akivaizdu, kad TIC veikla svarbi tiek vietiniams, tiek atvykusiems turistams, todėl jų darbas, numatomi plėtros veiksmai turėtų būti orientuoti į abu šiuos keliaujančiųjų srautus.



**11 pav.** Lankytojų skaičius Lietuvos TIC 2001 – 2007 m., tūkst.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius



**12 pav.** Lankytojų skaičius Lietuvos TIC 2001 – 2007 m. pagal šalis, proc.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

Pagal Valstybinio turizmo departamento pateiktus duomenis, daugiausiai turizmo informacijos centruose apsilanko turistų iš Vokietijos ir šios šalies gyventojai sudaro vidutiniškai 21 proc. visų apsilankiusiųjų užsieniečių skaičiaus (žr. 12 pav.). Taip pat nemažai užsuka ir Lenkijos turistų (13 proc.). O visų kitų šalių turistų lankymasis TIC svyruoja nuo 2 proc. iki 5 proc. Šie skaičiai leidžia daryti prielaidą, kokių šalių gyventojai daugiausiai lankosi Lietuvoje, tam įtakos gali turėti tai, kad abi šios valstybės gana didelės pagal gyventojų skaičių ir nemažai keliaujančiųjų iš jų atvyksta taip pat ir darbo tikslais, įkurta nemažai bendrų įmonių su šiomis šalimis (pvz., Lietuvos – Vokietijos įmonės: „Baltik vairas“ Šiauliuose, Baltic Car Service Vilnius, Kauno Žalgirio jachtklubas ir kt., Lietuvos – Lenkijos įmonės: „Ator“ Vilniuje, „Vitoma“ Kaune, „Almara“ Jurbarko ir kt.). Tokios bendros įmonės neabejotinai prisideda prie šalies ekonominio gerbūvio, didindamos verslo kelionių skaičių prie turizmo sektoriaus plėtros. Apibendrinant šių rodiklių kitimo tendencijas galima akcentuoti, kad ne visose valstybėse pakankamai reklamuojama Lietuva ir jos sukurti turizmo produktai, galbūt nepakankamai išnaudotos turizmo skatinimo galimybės užsienio rinkose. Nereikėtų pamiršti ir artimiausių kaimynų, nes stebint Latvijos įnašą turizmo skatinimui matyti, kad pritraukiama daugiau turistų. Pavyzdžiui, Ventspilio pajūris, išpuoselėta miestelio aplinka, ko gero labiau mėgiama lietuvių nei Lietuvos pajūryje.

Kaip vystysis turizmo verslas 2009 metais sunku prognozuoti, nes kol kas nėra tikslių duomenų apie turizmo įmonių veiklos rezultatus 2008 metais, o susiklosčiusi ekonominė situacija



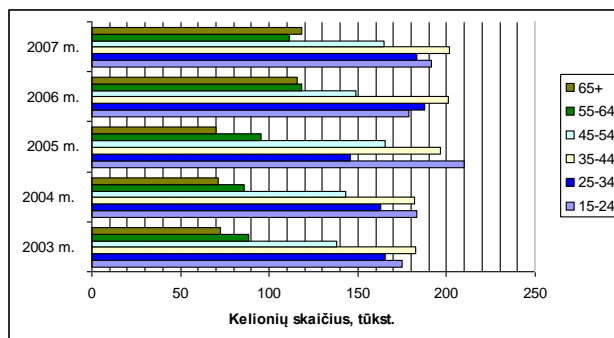
pakoreguos daugelio poilsiautojų planus. Nors 2009 metais Vilnius taps Europos kultūros sostine, turizmo specialistai piešia niūrias prognozes, kurios siejamos su augančiais mokesčiais (dauguma Europos šalių turizmui taiko 10 proc. PVM, Lietuvoje jis pakils iki 20 proc.) ir neefektyviu šalies reklamavimu užsienyje. Turizmo sektoriuje kitamet prognozuojamas 30–40 proc. smukimas, taip pat nemaži darbuotojų atleidimai, sunkumai viešbučių versle<sup>101</sup>.

## 2.2. 2001 – 2007 m. atvykusių ir vietinių turistų skaičiaus dinaminė ir struktūrinė analizė

Šiame etape analizuojami atvykstamojo ir vietinio turizmo keliaujančių srautų dinamika, be to ir Valstybinio turizmo departamento prioritetas yra skatinti atvykstamąjį ir vietinį turizmą, kurio augimas sudarytų ekonomines prielaidas turizmo verslo plėtrai, turizmo sektoriaus pajamų augimui bei biudžeto įplaukų didėjimui. Šio tikslo įgyvendinimas teigiamai įtakoja gyventojų užimtumą ir socialinių klausimų sprendimą.<sup>102</sup>

Statistikos departamentas kas ketvirtį atlieka vietinio turizmo statistinį tyrimą. Vietinis turizmas apima šalies gyventojus, keliaujančius gyvenamojoje šalyje. Vietinio turizmo tyrimo populiacija – 15 metų ir vyresni šalies gyventojai. Tyrimo populiacija suskaidyta į 6 amžiaus grupes (15–24, 25–34, 35–44, 45–54, 55–64, 65 metų ir vyresni).

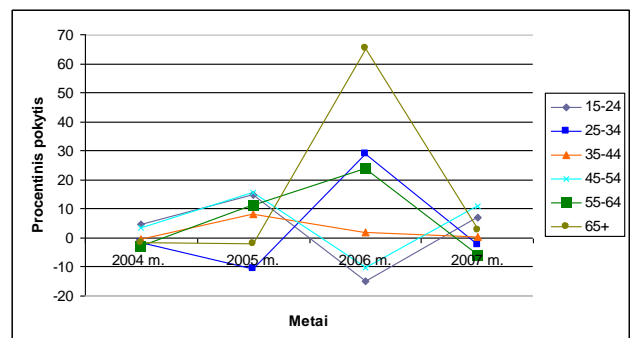
Segmentuojant keliaujančiųjų srautus pagal amžiaus grupes, didžiąją dalį Lietuvoje keliaujančiųjų sudaro 15-44 amžiaus turistai (žr. 13 pav.). Nuo 55 metų keliaujančiųjų skaičius



13 pav. Vietinių turistų kelionių skaičius pagal amžiaus grupes 2003 – 2007 m., tūkst.

**Pastaba.** Pateikiami 2003 – 2007 m. duomenys, kadangi iki 2003 m. Statistikos departamentas vietinių turistų kelionių skaičiaus pagal amžiaus grupes nesegmentavo.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003–2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius



14 pav. Vietinių turistų kelionių skaičiaus procentinis pokytis pagal amžiaus grupes 2003 – 2007 m., tūkst.

**Pastaba.** Pateikiami 2003 – 2007 m. duomenys, kadangi iki 2003 m. Statistikos departamentas vietinių turistų kelionių skaičiaus pagal amžiaus grupes nesegmentavo

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003–2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

<sup>101</sup> Marketnews. (2008-11-26) *Turistai į Lietuvą nebeskuba.* [žiūrėta: 2009-01-03]. Prieiga per internetą: <[http://www.marketnews.lt/naujiena/turistai\\_į\\_lietuvą\\_nebeskuba](http://www.marketnews.lt/naujiena/turistai_į_lietuvą_nebeskuba)>

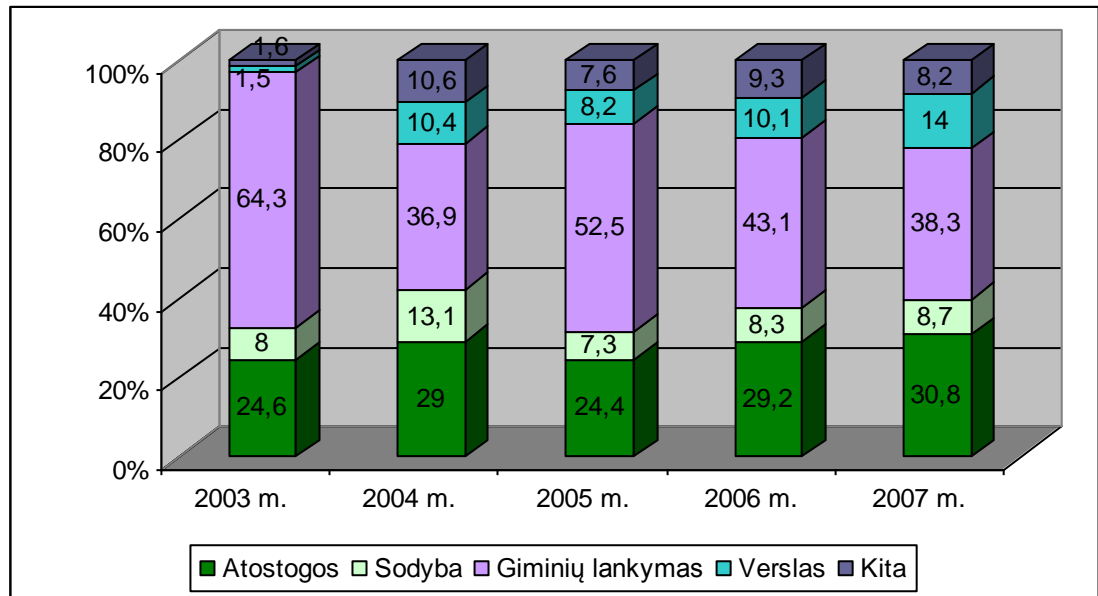
<sup>102</sup> Lietuvos Respublikos vyriausybė (2007-08-29). *Nutarimas dėl nacionalinės turizmo plėtros 2007-2010 metų programos patvirtinimo.* [žiūrėta: 2008-08-10]. Prieiga per internetą: <[http://www.ukmin.lt/lt/veiklos\\_kryptys/turizmas/aktai/NTPP%202007-2013%20m..doc](http://www.ukmin.lt/lt/veiklos_kryptys/turizmas/aktai/NTPP%202007-2013%20m..doc)>

sumažėja beveik perpus ir ši tendencija būdinga visam analizuojamam laikotarpiui. Pagal 7 priede pateiktus duomenis matyti, kad labiausiai svyruoja keliavusių vyresnių kaip 65 m. amžiaus turistų skaičiaus dinamika, kurių kelionių skaičiaus 2006 m. lyginant su 2005 m. padidėjimas sudarė net 65,5 proc., o jau kitais metais, t.y. 2007 m., šis padidėjimas siekė tik 2,2 proc. Smarkų kelionių skaičiaus svyravimą galima stebėti ir tarp 25-34 metų amžiaus šalies keliautojų (žr. 14 pav.). 2005 m. šios grupės turistų skaičius sumažėjo net 10,6 proc., o jau kitąmet pokytis buvo teigiamas ir siekė 29 proc. 2007 m. šios grupės gyventojų kelionių skaičius vėl smarkiai mažėjo (-2,3 proc.). Tolygiausiai kito 35-44 metų amžiaus grupės turistų kelionės ir šiai grupei nebūdingi dideli kelionių skaičiaus kitimo šuoliai.

Kas lėmė tokius staigius svyravimus jaunesniojo ir senjorų amžiaus grupėse, galima daryti prielaidas, paanalizavus ekonominius ir politinius šalies aspektus. 2006 m. buvo atsakingai ruošiamasi turizmo dienai, renginiams Turizmo dienai skirta 50.000 – 60.000 Lt. Tai ko gero viena iš pagrindinių priežasčių, paaiškinančių tokį didelį vyresniojo amžiaus žmonių apsisprendimą keliauti po šalį. Tais metais Lietuvoje turizmo renginiai vyko ne vien Tarptautinę turizmo dieną, bet visą rugsėjį. Turistams buvo pristatyti 6 nauji kelionių maršrutai, atvirų durų dienas skelbė daugiau nei šimtas šalies muziejų, sukurta kitų naujų patrauklių turizmo produktų<sup>103</sup>. 2006 m. padidėjusiam keliaujančiųjų skaičiui įtakos turėjo žemas nedarbo lygis, kas nepasakytina apie 2003 m., todėl šiuo laikotarpiu daugiau jaunesnio amžiaus grupės keliaujančiųjų. Šios kategorijos keliaujančiųjų po šalį skaičiaus sumažėjimui įtakos taip pat turi didelis emigruojančiųjų skaičius. O 15-24 metų amžiaus bei 35-54 metų amžiaus turistų skaičiaus kitimo tendencijos yra panašios, todėl galima daryti prielaidą, kad 15-24 metų amžiaus grupė yra priklausoma nuo pastarosios, t.y. dar nėra finansiškai savarankiški ir dažnai keliauja kartu su tėvais.

Panagrinėjus keliaujančiųjų srautus pagal amžiaus grupes, tikslinga paanalizuoti, kokiais tikslais daugiausia keliaujama, kas skatina gyventojus keliauti, kur dar galima numatyti turizmo sektoriaus plėtros perspektyvas. 15 pav. pateikiamas vietinių turistų kelionių procentinis pasiskirstymas pagal tikslą ir, kaip matyti, populiariausias vietinių turistų kelionės tikslas – draugų ir giminių lankymas, kuris per visą analizuojamą laikotarpį užima išskirtinę poziciją. Nors 2007 m. kelionės pagal šį tikslą sumažėjo per 2003 – 2007 metus net 40 proc. arba 585,2 tūkstančiais kelionių (Statistikos departamento duomenys pateikiami 8 priede), tačiau vis tiek išlieka pagrindiniu kelionių tikslu. Paskutiniaisiais nagrinėjamo laikotarpio metais vis daugiau dėmesio skiriama atostogoms, poilsiui, laisvalaikiui, o tai geras ženklas turizmo sektoriui, nes vis daugiau gyventojų keliauja po šalį ir kelionių organizatoriai, laisvalaikio, apgyvendinimo bei maitinimo įstaigos, gali padidinti gaunamas pajamas. Dėl šios priežasties tikslinga aktyviai reklamuoti turizmo produktus, kurti naujus ir skatinti vietinį turizmą. 15 paveiksle taip pat akivaizdžiai matyti smarkus

<sup>103</sup> Gintautaitė, A. (2006-09-22). Užsieniečių negana, vilios ir savuosius. *Verslo žinios*, 38.



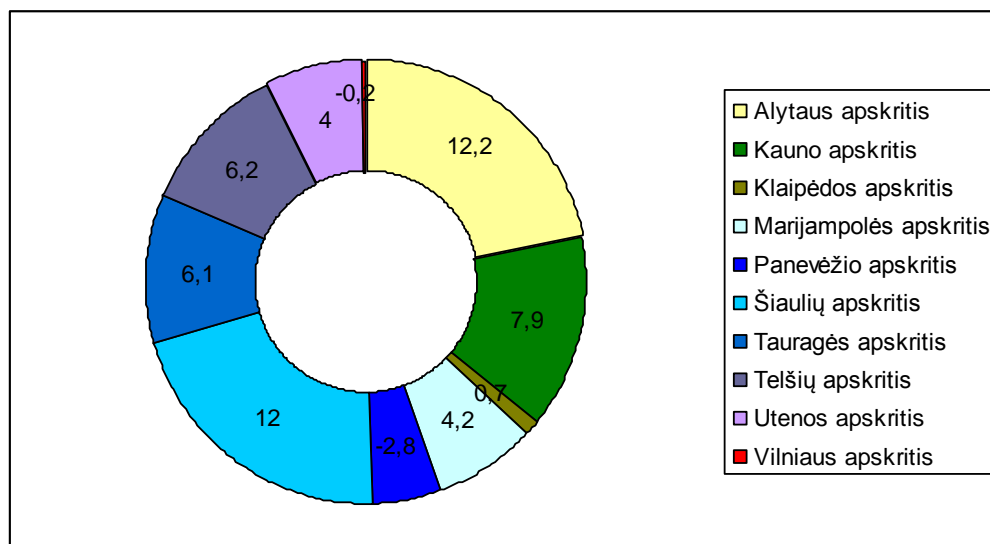
**14 pav.** Vietinių turistų kelionių skaičius pagal kelionės tikslą 2003-2007 m., proc.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

verslo kelionių padidėjimas: nuo 1,5 proc. 2003 metais iki 14 proc. 2007 metais. Tik sodo namelių, sodybų lankymas per visą analizuojamą laikotarpį išlieka apytiksliai vienodas.

Vertinant bendrą kelionių skaičių, jis kasmet didėja, išskyrus 2004 metus, kuomet kelionių skaičius sumažėjo 391,2 tūkst. arba 15 proc. lyginant su 2003 m. Tam daugiausiai įtakos turėjo atostogų kelionių ir giminių bei draugų lankymo sumažėjimas, kurių procentinis sumažėjimas lyginant su praėjusiais metais atitinkamai sudaro 26,6 proc. ir 35,8 proc.

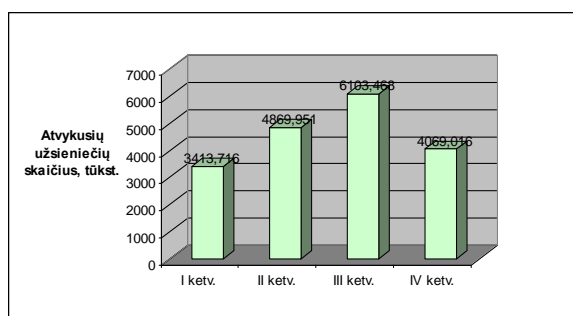
Analizuojant vietinių turistų srautus pagal apskritis, akivaizdu, kad trys didieji Lietuvos miestai (Vilnius, Klaipėda ir Kaunas) pritraukia daugiausiai vietinių turistų (duomenys pateikti 9 priede). Remiantis Statistikos departamento duomenimis, per 2004 – 2007 metus į Vilnių atvyko 2350,1 tūkst. turistų, į Klaipėdą – 2539,4 tūkst. turistų, o į Kauną – 1818,3 tūkst. turistų. Klaipėdos apskritis pirmąją dėl savo geografinės padėties ir čia organizuojamų renginių turizmo dienai, jūros šventei ir pan. Vertinant procentinį atvykusiųjų skaičiaus padidėjimą (sumažėjimą) per visą analizuojamąjį laikotarpį, situacija kardinaliai pasikeičia (žr. 16 pav.). Didžiausias vietinių turistų skaičiaus padidėjimas lyginant su ankstesniais metais atitenka Alytaus ir Šiaulių apskrityms, kiek mažiau – Kauno, Telšių ir Tauragės apskrityms. O Panevėžio ir Vilniaus apskrityse stebimas atvykusiųjų skaičiaus mažėjimas vertinant visą analizuojamą laikotarpį ir atitinkamai jis siekia -2,8 proc. ir -0,2 proc.



**16 pav.** Vietinių turistų kelionių skaičiaus procentinis pokytis pagal apskritis 2003–2007 m., proc.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

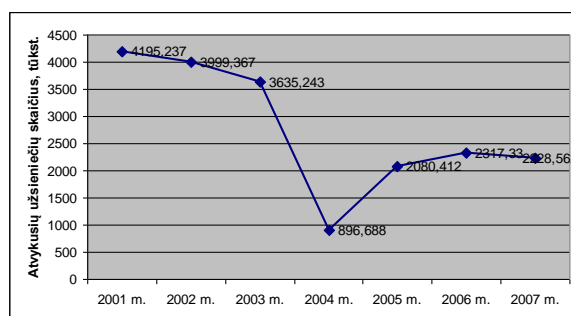
Apžvelgiant atvykstantojo turizmo rodiklių kitimo dinamiką, akcentuotina tai, kad vyksta atvirkštinis procesas ir kasmet į Lietuvą atvyksta vis mažiau užsieniečių (žr. 18 pav.) 10 priede pateikiamas atvykusių užsieniečių skaičius ketvirčiais, ir matyti, kad absoliučią daugumą sudaro turistai iš kaimyninių valstybių, t.y. Europos: 96 proc. visų atvykusiųjų arba 2139,602 tūkst. turistų. Mažiausiai svečių sulaukiama iš Afrikos (tik 0,09 proc.) ir Australijos bei Okeanijos (2,9 proc.). Tokie skaičiai leidžia suprasti, kad Lietuva visų pirma turi būti reklamuojama europiečiams, kad atvykstančiųjų skaičius nemažėtų, o imtų didėti. Iš 17 paveikslo matyti, kad daugiausiai



**17 pav.** 2001–2007 m. ketvirčiais atvykusių į Lietuvą užsieniečių skaičius, tūkst.

Pastaba: 2004 m. duomenys nepilni, todėl į grafiką neįtraukti

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius



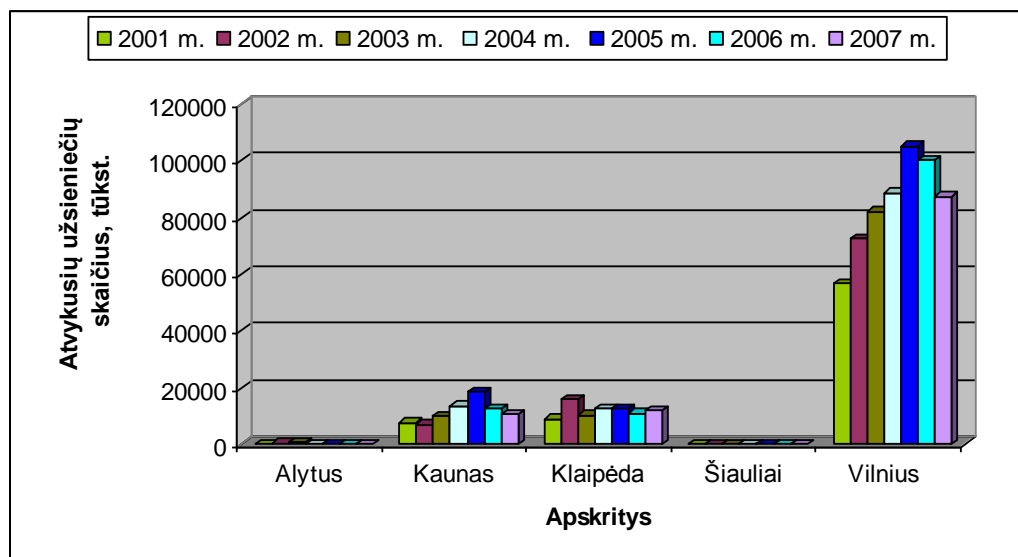
**18 pav.** 2001–2007 m. atvykusių į Lietuvą užsieniečių skaičius, tūkst.

Pastaba: 2004 m. duomenys nepilni

užsieniečių lankėsi mūsų šalyse III ketvirtį (liepą – rugpjūtį – rugsėjį), kas neabejotinai pagrindžia turizmo verslo sezoniškumą. Kaip matyti pateiktame grafike pirmasis ketvirtis turizmo sektoriui yra pats nuostolingiausias, nes sulaukiama mažiausiai klientų, perkančių turizmo produktus ir paslaugas.

Viena iš galimybių prailginti turistų sezoną būtų kultūrinio turizmo plėtojimas. Tenka pastebėti, kad didėjanti kultūrinio turizmo paklausa sudaro geresnes politines ir ekonomines sąlygas šalies ir atskirų regionų plėtrai bei pačių kultūros ir gamtinių objektų saugojimui ir gausinimui. Tačiau labai svarbu kultūrinį turizmą plėtoti ne tik kaip verslo, bet ir kaip kultūrinio paveldo tausojimo ir saugojimo procesą, priešingu atveju padidėjęs objektų lankomumas gali kelti jiems grėsmę ar net tapti jų išnykimo priežastimi dėl nederamo elgesio. Taigi, turizmo organizavimo ir įgyvendinimo veiklose turi būti einama į kompromisą, kad būtų užtikrintas kultūrinis vientisumas ir kad kultūriniai tikslai neprieštarautų ir neigiamai neįtakotų kultūros vertybių, kultūrinio paveldo<sup>104</sup>.

Analizuojant atvykstantį turizmą pagal apskritis, turistų pasiskirstymas panašus kaip ir vietinio turizmo srautų (žr. 19 pav.). Daugiausiai jų atvyksta į šalies sostinę, t.y. 86 proc. visų atvykusiųjų per 2001 – 2007 metus. Šiaulių ir Alytaus apskrities duomenys pateikti ne visų metų, todėl sunku vertinti atvykusiųjų skaičiaus kitimą. Į kitas dvi apskritis – Kauno ir Klaipėdos – atvykstančių užsieniečių srautas pasiskirsto daugmaž tolygiai, atitinkamai 11,5 proc. ir 12 proc.



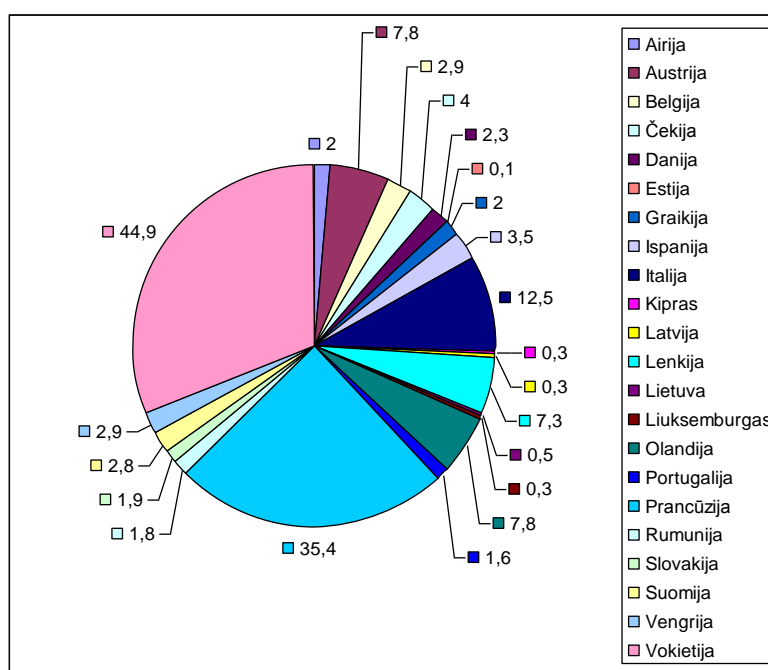
**19 pav.** Atvykusių užsieniečių skaičiaus procentinis pokytis pagal apskritis 2001 – 2007 m., proc.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

<sup>104</sup> Dapkus, R. (2008). Kultūrinio turizmo plėtros perspektyvos. *Mokslo darbai (socialiniai mokslai, vadyba ir administravimas)*, 15 (4). Kaunas: Kauno technologijos universitetas

Vertinant procentinį atvykusių į Lietuvą užsieniečių pokytį, pažymėtina, kad nuo 2006 m. rodikliai visose apskrityse, išskyrus Klaipėdos, ženkliai sumažėjo (skaičiavimai pateikti 11 priede). Į Alytaus ir Šiaulių apskritis atvykusių užsieniečių skaičiaus dinamiką vertinti sunku dėl nepilnų duomenų. Didžiausias procentinis didėjimas stebimas Kauno apskrityje 2003 – 2005 m., o Vilniaus apskrityje procentinis didėjimas yra maždaug tolygus. Šiuos rodiklius papildo aukščiau aptartas 18 paveikslas, kuriame aiškiai matyti į šalį atvykusių užsieniečių skaičiaus mažėjimas.

Stebint keliaujančių Lietuvos gyventojų aktyvumą Europos Sąjungos šalių kontekste (žr. 20 pav.), turistų procentas nėra didelis, t.y. jis sudaro 0,5 proc. visų ES keliaujančiųjų skaičiaus. Tačiau palyginus su kaimynėmis Baltijos šalimis, Lietuva lenkia tiek Latviją (0,3 proc.), tiek Estiją (0,1 proc.). Daugiausiai kelionių su keturiomis ir daugiau nakvynių ES atitenka Vokietijai, Prancūzijai,



**20 pav.** Vidutinis kelionių su keturiomis ir daugiau nakvynių skaičius ES šalyse 2004-2007 m., proc.

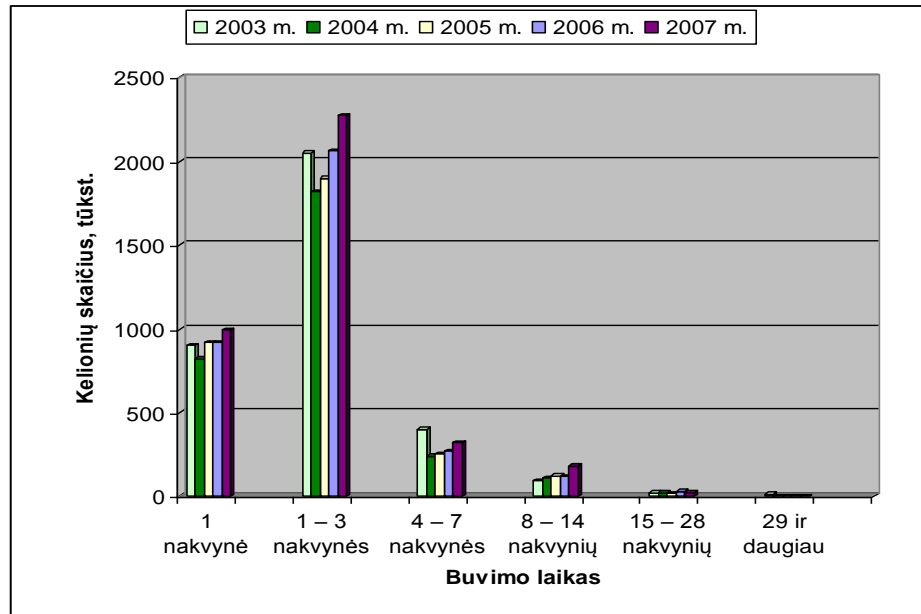
**Pastaba.** Pateikiami duomenys nuo 2004 m., kadangi ankstesni duomenys yra nepilni.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat duomenimis<sup>105</sup>.

Italijai, kiek mažiau Olandijai, Austrijai, Lenkijai, tačiau šios valstybės taip pat išsiskiria kelionių skaičiumi lyginant su kitomis ES šalimis. Vertinant 2004 – 2007 m. kelionių skaičiaus pokytį, pastebimas tendencingas didėjimas, tik lyderiaujančioje pagal šį kriterijų ES šalyje, t.y. Vokietijoje, 2007 metais, kelionių skaičius mažėjo (žr. 12 priedą). Lietuvoje, remiantis Eurostat duomenimis, tokių kelionių skaičius kasmet augo.

<sup>105</sup> Eurostat. ES Statistikos portalas. [Žiūrėta 2009 01 25]. Prieiga per internetą: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?\\_pageid=1090,30070682,1090\\_33076576&dad=portal&schema=PORTAL](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1090,30070682,1090_33076576&dad=portal&schema=PORTAL)

Analizuojant kelionių skaičių pagal jų trukmę (žr. 21 pav.), pagal pateiktus Statistikos departamento duomenis 2003–2007 m., pirmauja 1-3 nakvynių kelionės. Prie tokio šių kelionių skaičiaus ryškaus dominavimo ko gero nemažai prisideda savaitgalinės kelionės, kurios būtent tiek ir užtrunka. Pagal 21 paveikslą matyti, kad vietiniai šalies gyventojai mėgsta ir vienos dienos



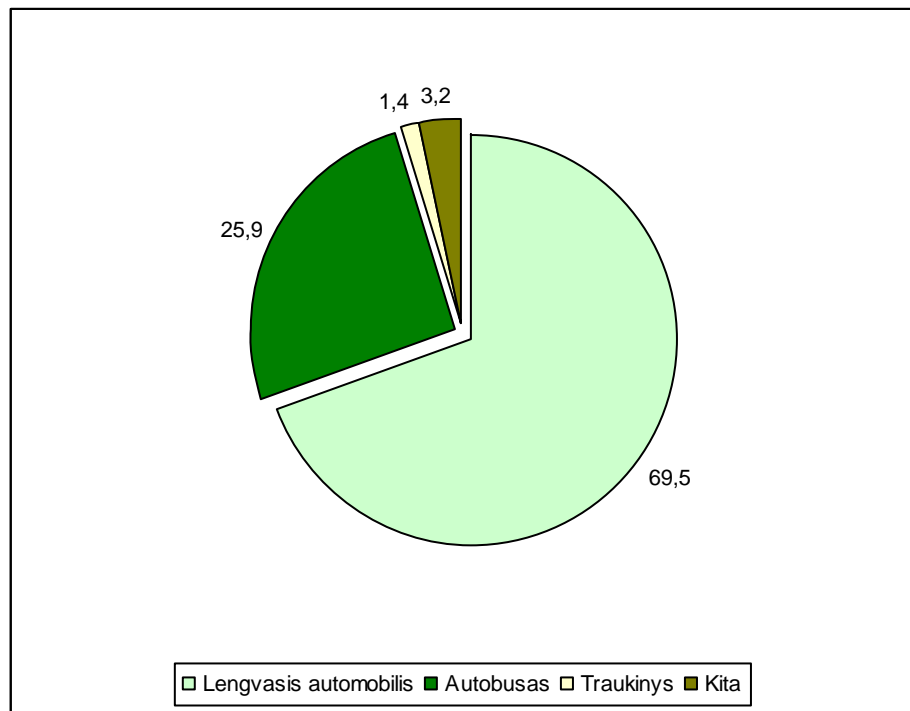
**21 pav.** Vietinių turistų kelionės pagal nakvynių skaičių 2003-2007 m., tūkst.

**Pastaba.** Pateikiami 2003 – 2007 m. duomenys, kadangi iki 2003 m. Statistikos departamentas vietinių turistų kelionių pagal nakvynių skaičių nesegmentavo.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje (2003-2008)*. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

keliones, kurios gali būti spontaniškos, nereikalauja daug pasiruošimo ir laiko. Mažiausiai turistų renkasi ilgai trunkančias, t.y. ilgesnes nei dviejų savaitių keliones. Tam, be abejo, turi įtakos finansinės galimybės ir atostogų trukmė. Privačiuose sektoriuose darbdaviai paprastai nelinkę savo darbuotojų išleisti atostogauti visą mėnesį, o skaido priklausančias atostogas į trumpesnius periodus. Vertinant bendrą kelionių skaičių, nepalankiausi per šį periodą buvo 2004 metai, kuomet bendras kelionių skaičius lyginant su 2003 m. sumažėjo 15 proc. (žr. 13 priedą). Tais metais mažėjo visų kategorijų kelionės, išskyrus 8-14 nakvynių. 2005-2007 metais vietinių turistų kelionių skaičius tolygiai augo, mažėjimas jaučiamas tik ilgiau nei dvi savaites trunkančių kelionių, gyventojai renkasi trumpesnes, dažniausiai iki savaitės trunkančias, išvykas.

Vertinant vietinių gyventojų kelionių skaičių pagal transporto priemones, populiariausia per 2003-2007 m. išlieka automobilis (žr. 22 pav.). Šią transporto priemonę vidutiniškai renkasi beveik 70 proc. keliaujančiųjų. Antroje vietoje lieka autobusas (apie 26 proc.), tačiau matyti, kad šios priemonės populiarumas kasmet mažėja apie 11 – 19 proc. lyginant su praėjusiais (žr. 14 priedą). Panašiai kinta ir kelionių traukiniu skaičius, kurių kasmet vidutiniškai sumažėja apie 24 proc.



**22 pav.** Vietinių turistų kelionės pagal transporto rūšį 2003-2007 m., tūkst.

**Pastaba.** Pateikiami 2003 – 2007 m. duomenys, kadangi iki 2003 m. Statistikos departamentas vietinių turistų kelionių skaičiaus pagal transporto rūšį nesegmentavo.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

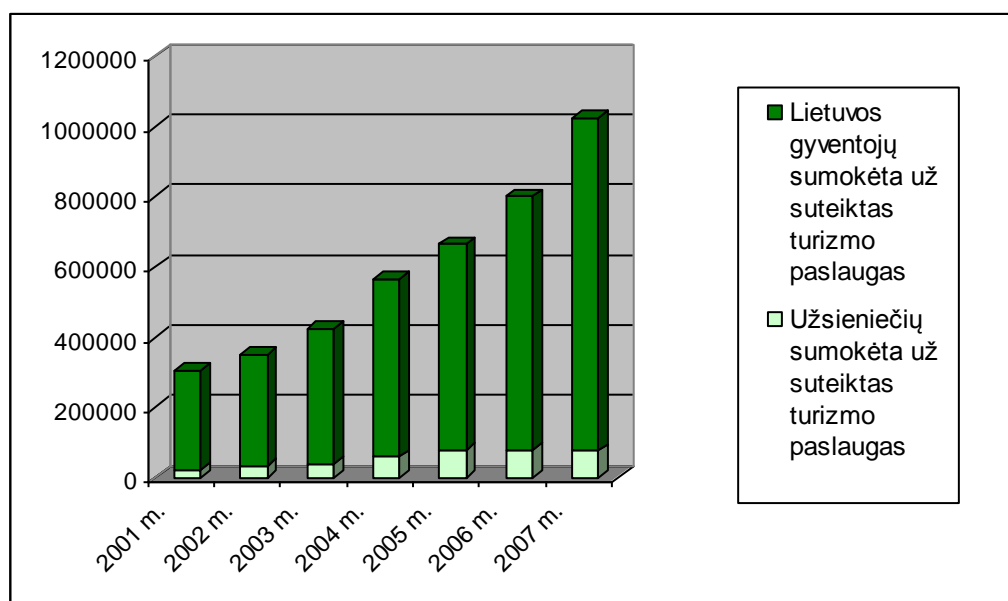
Palyginus šiame etape išanalizuotus vietinių ir atvykusių turistų struktūrinius ir dinامينius rodiklius, įvertinus jų dinamiką, galima apibendrinti, kad per analizuojamą laikotarpį vietinis turizmas didėjo, o atvykstamasis – priešingai: stebimas proporcingas mažėjimas. Taip pat pažymėtina, kad vietiniai gyventojai daugiau pradeda keliauti ne tik lankydami gimines, bet ir atostogų, laisvalaikio metu. Populiariausios ir daugiausiai tiek vietinių, tiek užsienio turistų pritraukiančios apskritys yra tos pačios – tai Klaipėdos, Vilniaus ir Kauno apskritys.

### 2.3. Pajamų, gautų turizmo sektoriuje, 2001 – 2007 m. kitimo tendencijų analizė ir įtaka šalies ekonomikai

Nors Lietuva nedidelė Vidurio Europos šalis, tačiau jos įvaizdis Europoje tiesiogiai priklauso nuo pasirinktos šalies ūkio strategijos. Lietuvoje vykstantys ekonominiai procesai, tarptautinių ryšių su pasaulio šalimis plėtra turi įtakos tarptautinio turizmo plėtrai. Užsienio rinkų pritraukimas skatina šalies ekonomikos augimą, naujų darbo vietų kūrimą bei turizmo konkurencingumo didinimą. Todėl aptarus turizmo įmonių plėtrą Lietuvoje, prasminga paanalizuoti iš jų gaunamą pelną ir indėlį į šalies biudžetą. Vertinant per 2001 – 2007 m. iš turizmo paslaugų



gautas pajamas (skaičiavimai pateikti 15 priede) stebimas tendencingas pajamų didėjimas. Užsieniečių sumokėta už suteiktas paslaugas yra ženkliai mažiau nei pačių Lietuvos gyventojų (žr. 23 pav.), o tai leidžia daryti prielaidą, kad Lietuva visgi nepakankamai reklamuojama ir dar turime kur tobulėti siekdami pritraukti pajamų iš užsienio. Pagal 15 priede pateiktus skaičiavimus matyti, kad daugiausiai pajamų iš užsienio piliečių gauta per 2002 metus, kurios palyginus su 2001 metais išaugo 43 proc. Panašiai pajamos didėjo ir 2004 metais, Per paskutinius dvejus analizuojamo laikotarpio metus jos ženkliai sumažėjo, o 2007 metais pokytis palyginus su 2006 m. netgi buvo neigiamas, t.y. -1,5 proc. Tačiau vertinant vidutinį pajamų už turizmo paslaugas prieaugį per metus, matyti, kad jos didėja tolygiai: iš užsieniečių gautos pajamos kasmet padidėdavo apie 22,9 proc., o iš Lietuvos gyventojų gautos pajamos – apie 22,5 proc.



**23 pav.** Lietuvos turizmo įmonėse už suteiktas turizmo paslaugas gautos pajamos iš Lietuvos ir užsienio gyventojų 2001-2007 m., litais

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

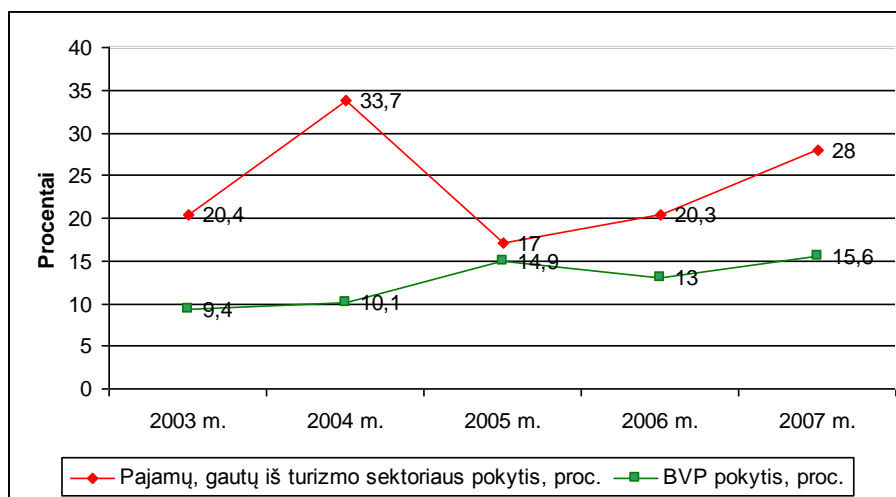
Palyginus iš užsienio piliečių ir iš Lietuvos gyventojų turizmo sektoriuje gautas pajamas, lygybės ženklo dėti negalima. Nors 2003 m. buvo nuostolingeresni nei 2002 m. pagal pajamas iš užsieniečių (žr. 15 priedą), to negalima pasakyti apie vietinius turistus, kadangi tais metais iš jų uždirbtos pajamos išaugo 20,1 proc. Padidėjimas stebimas ir 2004 m. Tas pats būdinga ir 2006 ir 2007 m., kuomet užsieniečiai paliko mažiau pajamų, o Lietuvos gyventojai keliavo aktyviau. Šie skaičiai leidžia spręsti, kad pastaraisiais analizuojamo laikotarpio metais turizmo įmonės daugiau dėmesio skyrė vietiniam turizmui nei atvykstamajam. Kitos priežastys dėl atvykstamojo turizmo smukimo būtų:

- Pastaraisiais metais vyrauja tendencija, kad Lietuva, palyginti su Latvija ir Estija, yra labiausiai priklausoma nuo vietinio turizmo. O užsienio turistai daugiau keliauja į

kitas dvi Baltijos šalis, kadangi jos aktyviau reklamuojasi užsienio rinkoje, o, pvz., švedai čia netgi atvyksta apsipirkti. Apsipirkti Lietuvoje švedų netraukia, nes čia, jų supratimu, – pakankamai aukštos kainos, prastas susisiekimasis, be to, labai trūksta reklamos apie mūsų šalį<sup>106</sup>.

- 2004–2005 m. daugiau turistų iš užsienio plūdo taip pat dėl to, kad Lietuva įstojo į ES. Tais metais jaučiamas ir didesnis turizmo paslaugų pardavimas.
- Turizmo sektoriaus pridėtinė vertė apskaičiuojama kaip visų turizmui būdingų veiklų pridėtinių verčių suma, atsižvelgiant į lankytojų vartojimo lygį. Pabrangus maitinimo ir apgyvendinimo paslaugoms Lietuvoje, mažesnis ir pridėtinės vertės augimas šiuose sektoriuose. 2007 m. palyginti su 2006 metais, iš turizmui būdingų veiklų sparčiau augo kelionių bei turizmo agentūrų (28,8 proc.) ir oro transporto (25,3 proc.) pridėtinė vertė. Lėčiau augo viešbučių ir kitų laikino apgyvendinimo įstaigų pridėtinė vertė – 10,8 proc., restoranų, barų ir maitinimo įmonių – 9,8 proc.<sup>107</sup>.

Ekonominiu aspektu turizmo sektoriaus pajamos ir šalies BVP turi tarpusavio ryšį. BVP augimas netiesiogiai skatina turizmo augimą. Gerėjančios gyvenimo sąlygos sąlygoja augantį laisvalaikio poreikį, tuo didindamas turizmo paklausą ir skatindamas turizmo plėtrą. Kaip matyti 24 paveiksle, tiek šalies BVP, tiek pajamos, gaunamos iš turizmo sektoriaus per analizuojamą laikotarpį nors ir ne proporcingai, tačiau kasmet didėjo. Pelningiausi turizmui metai buvo 2004 ir 2007, kuomet procentinis pokytis lyginant su praėjusiais metais sudarė atitinkamai 33,7 proc. ir 28 proc. BVP padidėjimo tempas kasmet kito tolygiau.



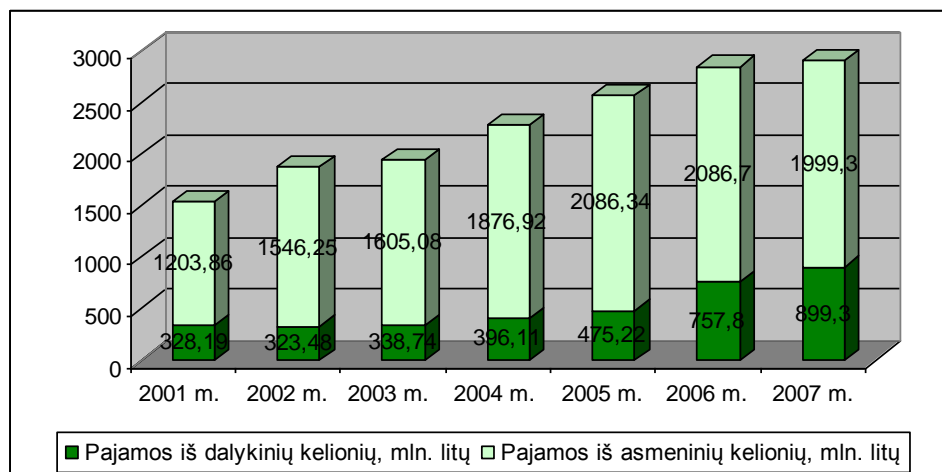
**24 pav.** Turizmo sektoriaus pajamų ir šalies BVP padidėjimo tempas, proc.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

<sup>106</sup> Balčiūtė, G. (2007-02-09). *Norintiems apsipirkti švedams Lietuva - nepatraukli*. [žiūrėta: 2009-01-19]. Prieiga per internetą: <[http://www.ivaizdis.lt/res\\_zinpr\\_det.php?id=12883](http://www.ivaizdis.lt/res_zinpr_det.php?id=12883)>

<sup>107</sup> Marketnews (2009-01-05). *Turizmo sektoriuje 2007 m. sukurta 2,72 proc. pridėtinės vertės*. [žiūrėta: 2009-01-19]. Prieiga per internetą: <[http://www.marketnews.lt/naujiena/turizmo\\_sektoriuje\\_2007\\_m\\_sukurta\\_272\\_proc\\_pridetines\\_vertes\\_2009-01-05](http://www.marketnews.lt/naujiena/turizmo_sektoriuje_2007_m_sukurta_272_proc_pridetines_vertes_2009-01-05)>

Remiantis statistikos departamento duomenimis, galima matyti kaip pasiskirstyto turizmo sektoriuje gautos pajamos iš dalykinių ir asmeninių kelionių (žr. 25 pav.). Asmeninėms kelionėms išleidžiama apytiksliai 3 kartus daugiau nei dalykinėms, o nagrinėjant pagal metus, matyti, kad pajamos gaunamos iš turizmo kasmet auga ir per visą nagrinėjamą laikotarpį padidėjimo tempas



**25 pav.** Mokėjimų balanso kelionių pasiskirstymas pagal kelionės tikslą, mln. litų

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

sudaro apie 11,2 proc. Pagal 2 lentelėje pateiktus pajamų iš dalykinių ir asmeninių kelionių skaičiavimus, analizuojamu laikotarpiu vidutiniškai pajamos kasmet išaugo 227,76 mln. litų.

2 lentelė

**Lietuvos turizmo įmonėse gautų pajamų iš asmeninių ir dalykinių kelionių dinaminė eilučių rodiklių analizė 2001 – 2007 m. laikotarpiu**

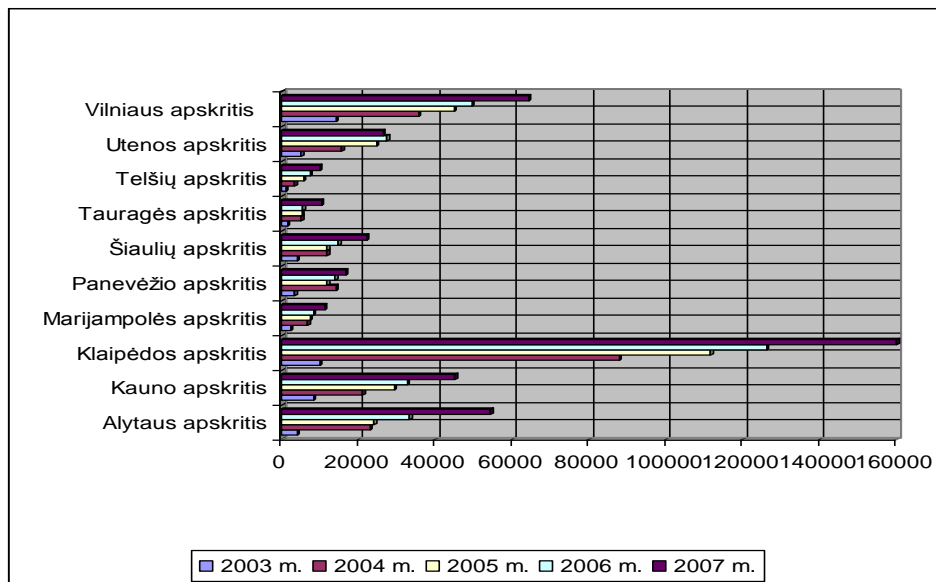
	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1	3	4	5	6	7	8
<b>Gauta pajamų, mln. litų</b>	1869,73	1943,82	2273,03	2561,56	2844,5	2898,6
Absoliutūs baziniai pokyčiai	337,68	411,77	740,98	1029,51	1312,45	1366,55
Absoliutūs grandininiai pokyčiai	337,68	74,09	329,21	288,53	282,94	54,1
Vidutinis absoliutinis pokytis	227,76					
Bazinis kitimo tempas, proc.	122	126,9	148,4	167,2	185,7	189,2
Grandininis kitimo tempas, proc.	122	103,9	116,9	112,7	111,1	101,9
Vidutinis kitimo tempas, proc.	111,2					
Bazinis padidėjimo/sumažėjimo tempas, proc.	22	26,9	48,4	67,2	85,7	89,2
Grandininis padidėjimo/sumažėjimo tempas, proc.	22	3,9	16,9	12,7	11	1,9
Vidutinis padidėjimo/sumažėjimo tempas arba vidutinis procentinis pokytis	11,2 % arba 0,112					

Šaltinis: paskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

Sėkmingiausi metai turizmui buvo 2002-ieji, kuomet pajamos padidėjo 337,68 mln. litų arba 22 proc. lyginant su praėjusiais metais. Vidutiniškai 13,5 proc. pajamos didėjo kasmet per 2004 – 2006 metus, o 2007 m. pajamos taip pat didėjo tik mažesne proporcija, t.y. 54,1 mln. litų arba 1,9 proc. Išankstiniais Statistikos departamento duomenimis ir kelionių organizatorių teigimu, 2008 m. nebebuvo tokie sėkmingi turizmui kaip praėjusieji, žmonės rinkosi pigesnes keliones arba keliavo savo transportu, o pasiūla šiuo metu yra didesnė už paklausą<sup>108</sup>.

Vertinant bazinius kitimo rodiklius, Lietuvos turizmo sektoriaus veikla neabejotinai kyla, nes per 2001 – 2007 metus pajamos iš dalykinių ir asmeninių kelionių padidėjo net 189,2 proc. arba 2898,6 mln. litų. Procentine išraiška pajamų padidėjimas per visą analizuojamą laikotarpį sudarytų 89 proc., kas pagrindžia šio sektoriaus svarbą gyventojams ir taipogi turi įtakos šalies ekonomikai. Remiantis turizmo departamento duomenimis<sup>109</sup> Lietuvoje daugėja keliaujančių po savo šalį ir 2007 m. tokių turistų padaugėjo net 22 proc. Pagal apklausas, daugiausia vietinių turistų vyko į Klaipėdos apskritį – 33 proc., Vilniaus – 14 proc., Kauno – 12 proc., Utenos – 11 proc., Alytaus – 10 proc., Šiaulių – 7 proc., Panevėžio ir Marijampolės – po 4 proc., Telšių – 3 proc., Tauragės – 2 proc.

Nacionalinės turizmo plėtros programoje ypatingas dėmesys skiriamas atvykstamojo ir vietinio turizmo sektoriui ir tai jaučiama pagal pajamų procentinį didėjimą. Pajamos už parduodamas turizmo paslaugas ir produktus per nagrinėjamą laikotarpį kasmet auga ir tai turi tam tikros įtakos bendram šalies biudžetui ir ekonomikos augimui.



26 pav. Vietinių turistų išlaidos pagal apskritis 2003-2007 m., tūkst. Lt

**Pastaba.** Pateikiami 2003 – 2007 m. duomenys, kadangi iki 2003 m. Statistikos departamentas vietinių turistų išlaidų pagal apskritis nesegmentavo.

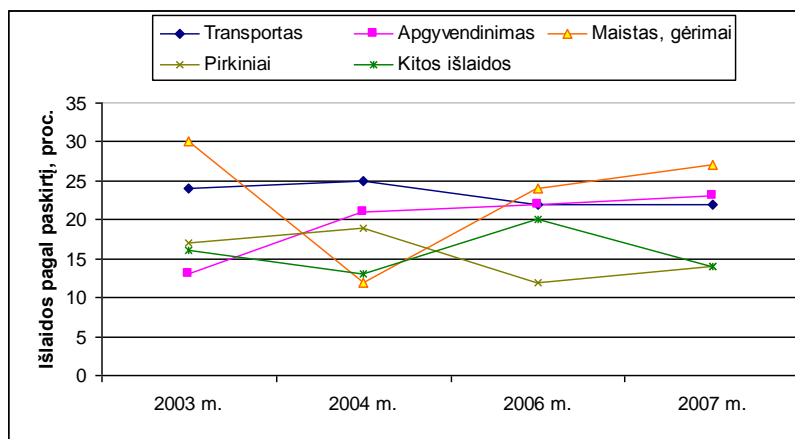
Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

<sup>108</sup> Žvirblytė, J. (2008-09-06). Turizmo verslą pakirto taupymas. *Lietuvos žinios*. [žiūrėta: 2008-12-12]. Prieiga per internetą: <<http://www.vtv.lt/naujienos/ekonomika/turizmo-versla-pakirto-taupymas.html>>

<sup>109</sup> Bajarūnienė L. Po Lietuvą keliavo 22,2 procento daugiau šalies gyventojų. *Valstybinis turizmo departamentas prie ūkio ministerijos*. 2007-12-29 [žiūrėta: 2008-01-20]. Prieiga per internetą: [http://www.tourism.lt/aktualijos/detaliai.php?ID=2022&phrase\\_id=145243](http://www.tourism.lt/aktualijos/detaliai.php?ID=2022&phrase_id=145243)

Panagrinėjus vietinių turistų išlaidas pagal apskritis, galima vertinti ekonominį turizmo poveikį atskiriems regionams, turizmo verslu užsiimančių organizacijų ir firmų naudą bei sąnaudas atitinkamuose regionuose. 26 paveiksle aiškiai matyti, kad pelningiausiai per visą analizuojamą laikotarpį turizmo ūkio šaka vystoma Klaipėdos apskrityje ir čia gaunamos pajamos kasmet ženkliai paauga, kas neabejotinai turi įtakos ir šio regiono ekonominei plėtrai. Didžiausias šuolis juntamas 2004 m. lyginant su 2003 m., kuomet šiame sektoriuje gautos pajamos išaugo net 88,5 proc. (žr. 16 priedą), o per 2003–2007 m. vidutiniškai Klaipėdos apskrityje turizmo pajamos padidėja apie 35 proc. Gerokai mažiau nei Klaipėdos apskritys, tačiau daugiau lyginant su likusiais regionais pajamų iš turizmo pritraukia Vilniaus, Kauno ir Alytaus apskritys. Šiuose regionuose pritraukiamos lėšos iš turizmo taip pat tendencingai auga, o vidutinis pokytis per 2003–2007 metus atitinkamai sudaro 28,2 proc., 31,4 proc. ir 38,1 proc. Mažiausiai pajamų pritraukia Marijampolės, Tauragės, Telšių apskrityse, tačiau ir šie regionai nedirbo nuostolingai, o turizmo pajamos kasmet augo, daugiau ar mažiau įtakodamos ir vietos ekonomiką.

Įvertinus vietinių turistų išlaidas pagal apskritis, galima panagrinėti ir šių išlaidų paskirtį, t.y. kiek procentaliai keliaujantieji skiria atskiriems turizmo paketo produktams (transportui, apgyvendinimui, maistui bei gėrimams, pirkiniams ir kitoms išlaidoms). Kaip matyti 27 paveiksle,



27 pav. Vietinių turistų išlaidos pagal paskirtį 2003–2007 m., proc.

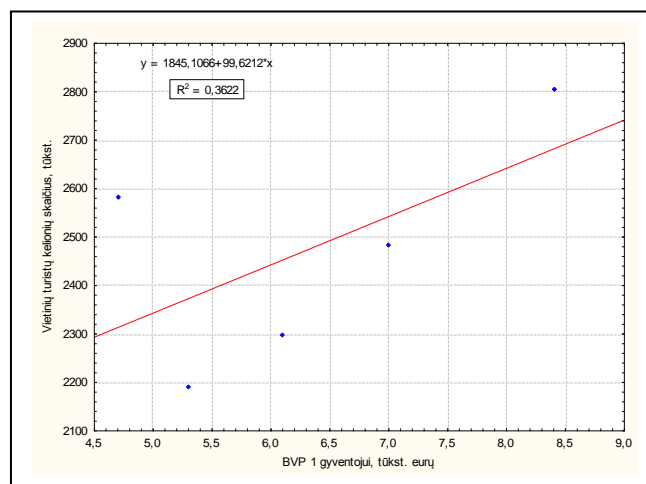
**Pastaba.** Pateikiami 2003 – 2007 m. duomenys, kadangi iki 2003 m. Statistikos departamentas vietinių turistų išlaidų pagal paskirtį nesegmentavo.

Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008).  
Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

labiausiai kinta išlaidos skiriamos maistui ir gėrimams: 2003 m. vidutiniškai šioms prekėms turistai išleisdavo apie 30 proc. kelionei skirtų pinigų, o jau 2004 m. šios išlaidos sumažėjo iki 12 proc. ir vėliau tendencingai augo. Taip pat nemažai kelionės išlaidų sudaro transportas bei apgyvendinimo paslaugos. Remiantis Statistikos departamento duomenimis, lietuviai kelionėse savo malonumui, t.y. pirkiniams, pramogoms ir pan. išlaidoms skiria apie trečdalį visų kelionei skirtų pinigų. Panagrinėjus detaliau pagal apskritis (žr. 17 priedą) matyti, kad kelionės metu visose apskrityse tiek

transportui, tiek apgyvendinimui, maistui ar pirkiniams išleidžiam maždaug vienodai. Kiek išsiskiria Alytaus ir Klaipėdos apskritys, kur transportui bei pirkiniams išleidžiama mažiau lyginant su kitomis apskritimis. Alytuje mažesnėms transporto išlaidoms įtakos gali turėti nedideli atstumai, o Klaipėdos apskrityje nemažai poilsiautojų renkasi pasyvų poilsį pajūryje ir mažiau važinėja. Abi šios apskritys vėlgi išsiskiria apgyvendinimui skiriamomis pajamomis, čia vietiniai turistai išleidžia daugiau palyginus su kitomis apskritimis (Klaipėdos apskrityje apie 33 proc., Alytaus – apie 46 proc.).

Visos šios iš turizmo gaunamos pajamos turi didesnės ar mažesnės įtakos regionų ekonomikai ir pačiai šalies ekonominei plėtrai. 28 paveiksle pateikta Lietuvos gyventojų kelionių skaičiaus priklausomybė nuo BVP vienam gyventojui. Nustatyta tiesioginė reikšminga



**28 pav.** Vietinių turistų kelionių skaičiaus ir BVP vienam gyventojui priklausomybė

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

priklausomybė tarp BVP vienam gyventojui Lietuvoje ir vietinių turistų kelionių skaičiaus ( $R=0,60$ ). Tiesinės regresijos lygtis šiuo atveju įgavo tokį pavidalą:  $y = 1845,1 + 99,6x$ . b koeficientas rodo, kad BVP vienam gyventojui dydžiui pakitus 1 euru, vietinių turistų kelionių skaičius išaugtų 99 vienetais. Determinacijos koeficientas  $R^2$  nusako, kad BVP vienam gyventojui pokytis 36,22 proc. paaiškina vietinių turistų kelionių skaičiaus pokytį.

Išanalizavus turizmo sektoriuje gautų pajamų struktūrą ir jų kitimo dinamiką, pasakytina, kad stebimas tendencingas jų didėjimas. Lietuvoje dominuojančią poziciją užima asmeninės kelionės, todėl joms išleidžiama ženkliai daugiau nei dalykinėms. Įvertinus gautus rezultatus aiškiai išsiskiria Vilniaus ir Klaipėdos apskritys, kur labiausiai koncentruojasi keliaujantieji ir plėtojamas turizmo verslas. Siekiant ekonominio augimo atskiruose regionuose turėtų būti skiriama pakankamai dėmesio turizmo verslo plėtrai mažiau lankomose apskrityse, įvertinant įtakos šios veiklos augimui turinčius kriterijus ir prognozuojant jų kitimo tendencijas.

### 3. LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS GALIMYBIŲ PROGNOZĖ

Atsižvelgiant į išanalizuotą 2001 – 2007 m. vietinio ir atvykstamojo turizmo kelionių skaičiaus dinamiką ir iš jų gautų pajamų kitimo tendencijas nustatyta, kad kelionių skaičiaus kitimui būdingas tiesinis trendas. Laiko eilutės trendas neseka kiekvieną eilutės svyravimą aukštin ir žemyn, jis atspindi pagrindinę laiko eilutės reikšmių kitimo tendenciją<sup>110</sup>.

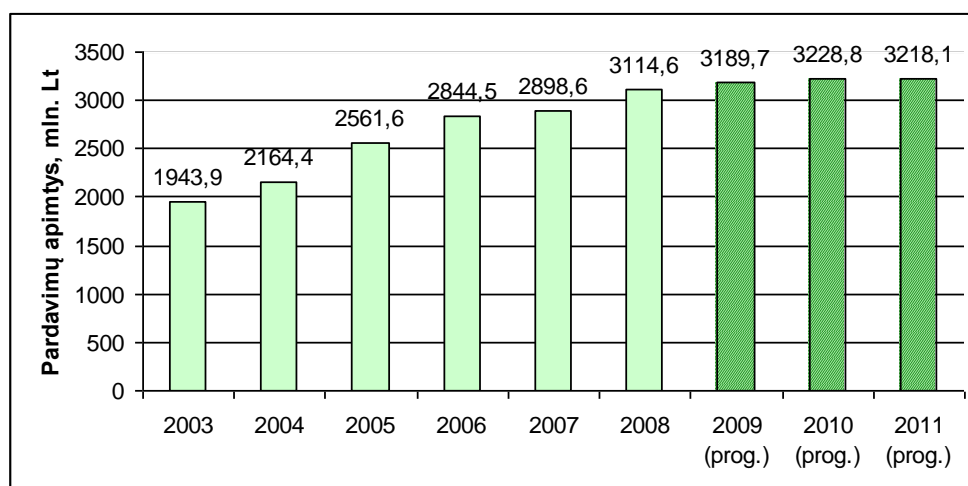
Praktiniams skaičiavimams atlikti svarbu objektyviai ir pagrįstai parinkti trendo funkciją turizmo sektoriaus veiklos efektyvumui prognozuoti. Paprasčiausias, be to, plačiausiai rekomenduojamas būdas – sudaryti grafiką ir iš jo pabandyti spręsti apie trendo funkcijos formą<sup>111</sup>. Trendo funkcijos forma pasirenkama pagal determinacijos koeficiento reikšmę. Determinacijos koeficiento reikšmė parodo, kokią dalį visos rezultatinio požymio variacijos nulemia faktorinis požymis, t.y. kiek procentų rezultatinio požymio kitimas lemia faktorinio požymio kitimą. Požymiai, kurie lemia kitų požymių reikšmes, vadinami faktoriniais, o požymiai, kurie priklauso nuo pirmųjų – rezultatiniams. Kuo determinacijos koeficientas didesnis, tuo tiksliau galima prognozuoti. Be to, tikslesnės prognozės gaunamos, kai yra prognozuojami absoliutiniai rodikliai ir tik gavus jų reikšmes atliekama prognozė santykiniais rodikliais.

Šiame darbe turizmo įmonių veiklos plėtros ekonominių rodiklių prognozavimui buvo pasirinkta trendo funkcijos antro laipsnio parabolės išraiška, atsižvelgiant į gautus didžiausius determinacijos koeficientus.

**Pardavimų pajamų prognozavimas.** Kaip matyti iš 29 paveikslo turizmo produktų ir paslaugų 2009 – 2011 metų pardavimų pajamų prognozės pagal trendo antro laipsnio parabolės išraišką turi didėjimo tendenciją. Prognozuojama, kad turizmo sektoriuje 2011 metais pardavimų pajamos lyginant su 2003 metų pajamomis padidės 65,5 proc. Prognozuojant turizmo paslaugų ir produktų pardavimų pajamas buvo gautas determinacijos koeficientas – 0,98, todėl galima teigti, kad gautos prognozės gali atspindėti gana realią turizmo verslo situaciją dėl gana aukštos determinacijos koeficiento reikšmės. Vertinant 2.3 dalyje išanalizuotas turizmo sektoriaus pajamų rodiklių kitimo tendencijas ir lyginant su prognozuojamu rezultatų augimu, galima teigti, kad prognozės turi realaus pagrindo, kadangi per analizuojamą laikotarpį pajamos, ypač iš vietinio turizmo, tolygiai augo. Tačiau kita vertus, reikia įvertinti ir susiklosčiusias aplinkybes, nepamiršti tokių faktų, kaip staigus bedarbystės augimas, pastaruoju metu sumažėjęs vartojimas, kas gali ženkliai įtakoti ne tik turizmo sektoriaus plėtrą, bet palikti ženklų pėdsaką ir bendrame ekonominiame šalies vystyme.

<sup>110</sup> Pabendinskaitė A. (2005). Kiekybiniai sprendimų metodai. I dalis. Vilnius: Technika

<sup>111</sup> Martišius, S. (2000). *Ekonometrija ir prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla



**29 pav.** Turizmo sektoriaus paslaugų ir produktų pardavimų pajamų prognozavimas 2009–2011 metams

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis Lietuvos banko duomenimis<sup>112</sup>.

Neabejotinai turizmo sektoriuje vienas iš reikšmingiausių faktorių, turinčių įtakos pardavimų apimčiai, yra veiklos sezoniškumas, todėl prognozuojant pardavimų pajamas būtų tikslinga įvertinti ir sezoniškumo įtaką.

Remiantis 18 priedo duomenimis, slankiųjų vidurkių metodu atsižvelgiant į sezoniškumo indeksus, buvo apskaičiuotos turizmo ūkio šakos 2009 metų pardavimų pajamos, kurios pateiktos 3 lentelėje.

3 lentelė

**Turizmo paslaugų ir produktų pardavimų pajamų prognozė 2009 metams pagal slankiųjų vidurkių metodą**

Pardavimo apimčių prognozė 2009 metams			
Ketvirtis	Centruotas slenkantis vidurkis	Koreguotas sezoniškumo indeksas	Prognozė
<b>I</b>	764,32125	0,648	495,28017
<b>II</b>	777,92	1,057	822,26144
<b>III</b>	730,72875	1,412	1031,788995
<b>IV</b>	744,1275	0,88	654,8322
<b>Iš viso:</b>			<b>3004,16281</b>

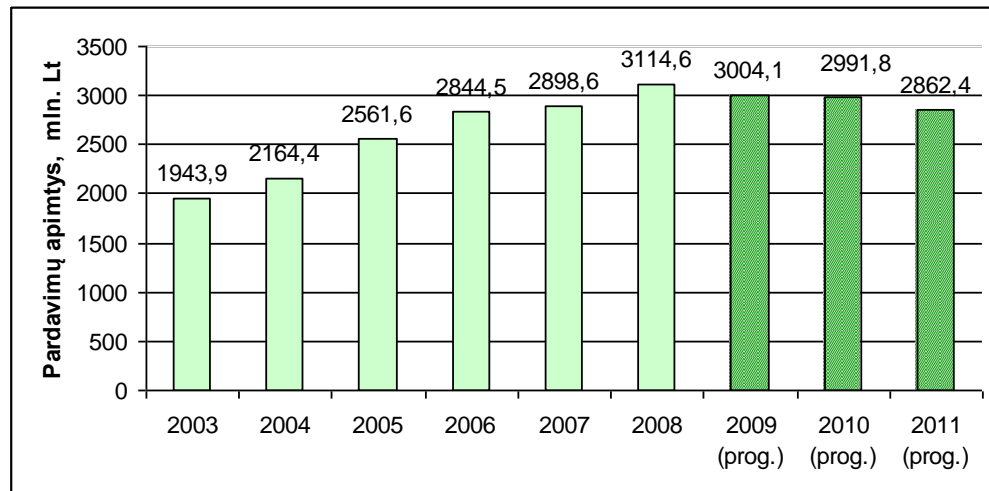
Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis atliktų skaičiavimų duomenimis

Remiantis 3 lentelėje pateiktais duomenimis, 2009 metų pardavimų pajamų reikšmės, įvertinus sezoniškumą, yra mažesnės nei prognozuojant pagal tendą. Be to, pardavimų prognozė

<sup>112</sup> Lietuvos banko duomenys. Lietuvos Respublikos mokėjimų balansas. [žiūrėta: 2009-04-25]. Prieiga per internetą: <<http://www.lb.lt/statistics/statbrowser.aspx?group=7232&lang=lt&orient=vert>>



slankiųjų vidurkių metodu buvo atlikta, naudojant pardavimo pajamų ketvirtinius duomenis, pagal kuriuos galima tiksliau įvertinti ateities tendencijas.



**30 pav.** Turizmo sektoriaus paslaugų ir produktų pardavimų pajamų prognozavimas 2009-2011 metams, įvertinus sezoniškumo faktorių

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis Lietuvos banko duomenimis

Įvertinus sezoniškumo faktorių, 2009 – 2011 metų pardavimų pajamų prognozės turi mažėjimo tendenciją. 2009 metais prognozuojamos turizmo sektoriaus pajamos sumažės 3,5 proc. lyginant su 2008 metais, o 2011 metais sumažėtų iki 8 proc. lyginant su tais pačiais ataskaitiniais metais.

Apibendrinant prognozavimo rezultatus galima akcentuoti, kad įvertinus pastarųjų šešerių metų pajamų turizmo sektoriuje kitimo dinamiką ir atlikus prognozę 2009 – 2011 metams, numatomas ir tolesnis tendencingas pajamų šioje veikloje didėjimas. Tačiau reikia įvertinti ir ekspertų nuomonę, kurie numato liūdnas perspektyvas turizmui šiais metais. Be to, pastebėtina, kad įvertinus sezoniškumo faktorių, prognozuojami rezultatai įgauna kiek kitokį atspalvį ir numatomas pardavimų pajamų mažėjimas.

## IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

- Dėl turizmo rūšių įvairovės nėra vieningos jų klasifikavimo sistemos. Tiek Lietuvos, tiek užsienio autoriai pateikia skirtingą grupavimą, atsižvelgdami į kelionių pobūdį, trukmę, paskirtį, kelionės tikslą, turistų amžių ir kitas kategorijas. Mokslinėje literatūroje aptariama turizmo sektoriaus, ypač atvykstamojo ir vietinio turizmo, reikšmingumas šalies ir regionų ekonomikai, vertinama turizmo paslaugų rinka ir jos plėtros galimybės, kainodaros metodų parinkimas ir jų įtaka turizmo srauto reguliavimui. Teorinėje dalyje nustatyta, kad turizmo įtaka ekonominiams šalies rodikliams gali būti tiek tiesioginė (indėlis į šalies BVP, užsienio investicijų pritraukimas, naujų darbo vietų kūrimas ir pan.), tiek netiesioginė (su turizmo sektoriumi susijusių ūkio šakų, pvz., apgyvendinimo, maitinimo, pervežimo įstaigų, pramogų verslo plėtra).

- Turizmo įmonių skaičius Lietuvoje turi tendenciją augti ir tai tiesiogiai susiję su augančiu tiek vietinių, tiek atvystančiųjų turistų srautu. Dinaminė analizė parodė, kad reikšmingiausi turizmo įmonių plėtrai per analizuojamą laikotarpį buvo 2002 ir 2005 metai. Vertinant turizmo įmonių išsidėstymą Lietuvoje, stebimas netolygus jų pasiskirstymas. Absoliuti dauguma (55 proc.) turizmo įmonių koncentruojasi sostinėje, o likusios įmonės maždaug tolygiai išsikūrusios kituose Lietuvos regionuose. Vertinant turizmo sektoriaus sezoniškumą akivaizdu, kad turizmo sezono metu, esant keliautojų antplūdžiui, pasiūla neatitinka turistų paklausos. Dėl sezoninės pusiausvyros nebuvimo susidaro sunkumų keliautojams realizuoti savo pajamas ir tenkinti poreikius, iškyla grėsmė paslaugų kokybei, stabdoma techninė pažanga. Siekiant darnios turizmo plėtros, dėmesys turi būti skiriamas tiek turizmo infrastruktūros plėtrai, tiek kultūrinio paveldo puoselėjimui, tiek pramogų ir laisvalaikio infrastruktūros stiprinimui, tiek apgyvendinimo ir maitinimo įstaigų paslaugų gerinimui.

- Atlikus vietinio ir atvykstamojo turizmo rodiklių ekonominę analizę ir įvertinus jų kitimo dinamiką 2001 – 2007 metais nustatyta, kad daugiausiai keliaujama su tikslu aplankyti gimines arba atostogų metu. Populiariausia transporto priemonė visais analizuojamo laikotarpio metais lieka automobilis. Kelionių skaičiaus analizė pagal apskritis parodė, kad daugiausiai tiek vietinių, tiek užsienio turistų lankosi Vilniuje, Klaipėdoje ir Kaune. Kitose Lietuvos apskrityse turizmo verslas silpniau išvystytas ir pritraukiama mažiau turistų. Kitos apskritys turėtų daugiau dėmesio skirti turizmo plėtojimui ir naujų patrauklių turizmo produktų kūrimui, kadangi iš turizmo pritrauktos lėšos gali ženkliai įtakoti ir regiono ekonomiką. Be to, vyriausybė turėtų daugiau dėmesio skirti Lietuvos reklamai užsienio rinkose, nes išanalizavus atvykstamojo turizmo kitimo dinamiką, pastebimas akivaizdus užsienio turistų skaičiaus mažėjimas.

- Pastaraisiais metais stebimas tendencingas pajamų iš turizmo verslo didėjimas. Palyginus pajams gaunamas iš atvykstamojo ir vietinio turizmo, daugiau pajamų gaunama iš

pastarosios turizmo formos, nors vertinant bendrą santykį, tiek vietinio, tiek atvykstamojo turizmo pajamos kasmet didėja apie 22 proc. Vertinant vietinį turizmą, dominuoja asmeninės kelionės, todėl joms išleidžiama ženkliai daugiau nei dalykinėms. Remiantis gautais rodiklių analizės rezultatais, pasakytina, kad turizmo sektoriuje pritraukiamomis lėšomis aiškiai išsiskiria Vilniaus ir Klaipėdos apskritys, kur labiausiai koncentruojasi keliaujantieji ir plėtojamas turizmo verslas. Nagrinėjant turizmo indėlį atskiruose regionuose, labiausiai išsiskiria Klaipėdos apskritis, kur pajamos kasmet didėja apie 35 proc. Siekiant ekonominio augimo atskiruose regionuose turėtų būti skiriama pakankamai dėmesio turizmo verslo plėtrai mažiau lankomose apskrityse, įvertinant įtakos šios veiklos augimui turinčius kriterijus ir prognozuojant jų kitimo tendencijas. Atsižvelgiant į dabartinę ekonominę situaciją, sunku būtų prognozuoti, kaip šios pajamos kis 2009 metais.

- Atliktos prognozės trendo funkcijos antros parabolės metodu rezultatai parodė, kad įvertinus pastarųjų šešerių metų pajamų turizmo sektoriuje kitimo dinamiką, 2009 – 2011 metais numatomas tolesnis tendencingas pajamų šioje veikloje didėjimas. Tačiau reikia įvertinti ir ekspertų nuomonę, kurie numato liūdnas perspektyvas turizmui šiais metais. Be to, pastebėtina, kad įvertinus sezoniškumo faktorių, prognozuojami rezultatai įgauna kiek kitokį atspalvį ir numatomas paradavimų pajamų mažėjimas.

## LITERATŪRA

1. Bagdžiūnienė, V. (2006). *Įmonių veiklos planavimas ir analizė*. Vilnius: Conto litera
2. Bartosevičienė, V., Vaitkevičius, S., Jančukienė, I. (2004). *Ekonominiai statistiniai tyrimai*. Kaunas: Technologija
3. Blikienė, R., Boguslauskas, V., Valančienė, L. (2007). *Ekonometrika. Praktiniai darbai*. Kaunas: Technologija
4. Boguslauskas, V. (2007). *Ekonometrika*. Kaunas: Technologija
5. Buškevičiūtė, E., Mačerinskienė, I. (2002). *Finansų analizė*. Kaunas: Technologija
6. Damulienė, A. (2003) Tourism Infrastructure in Lithuania: theoretical and practical aspects. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 26. Kaunas
7. Dapkus, R. (2008). Kultūrinio turizmo plėtros perspektyvos. *Mokslo darbai (socialiniai mokslai, vadyba ir administravimas)*, 15 (4). Kaunas: Kauno technologijos universitetas
8. Bagdzevičienė, R., Rimas, J., Venckus, A. *Regionų ekonomikos plėtros strategija*. [žiūrėta 2009-04-03]. Prieiga per internetą: <[http://www.lrti.lt/veikla/RP\\_RegEkonPlet.doc](http://www.lrti.lt/veikla/RP_RegEkonPlet.doc)>
9. Dvilevičienė, D. (1997) *Kelionių ir paslaugų industrija ir komercija*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla
10. Gintautaitė, A. (2006-09-22). Užsieniečių negana , vilios ir savuosius. *Verslo žinios*, 38.
11. Gražytė-Molienė, O. (2004). *Statistika*. D.1. Vilnius: Vilniaus verslo kolegija
12. Grecevičius, P., Armaitienė, A. ir kt. (2002). *Turizmas*. Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras
13. Gronskas, V. (2006). *Ekonominė analizė*. Kaunas: Technologija
14. Hopenienė, R., Kamičaitytė, A. (2004). Tolydi turizmo plėtra: konkurencingos turizmo sistemos kūrimo prielaidos. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, 29. Kaunas
15. Iždonaitė-Medžiūnienė, I. (2009). *Turizmo vadybos studentų socialinės kompetencijos modeliavimo pagrindimas*. Daktaro disertacija. Šiauliai: Šiaulių universitetas
16. Jakučiūnaitė-Kubertavičienė, R. (2000). *Kaip organizuoti kelionę*. Vilnius
17. Kvainauskaitė, V., Snieška, V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas/ monografija*. Kaunas: Technologija.
18. *Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas*. Lietuvos Respublikos Seimas/ 2002 12 03, Nr. IX-1211. (Žin., 2002, Nr.123-5507).
19. Ligeikienė, R.A. (1998). Turizmo įtaka šalies ekonominei plėtrai. *Ekonomikos reforma Rytų ir Vidurio Europoje: Tarpt. konf. pran. medžiaga. I knyga*. Klaipėda: Klaipėdos universiteto leidykla

20. Lileikienė A., Šaparnis G., Tamošiūnas T. (2004). *Magistro darbo rengimo metodika*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla
21. Lukoševičius, A., Miškinis, G. (2007). Turizmo rodikliai ir plėtros tendencijos. *Statistikos departamentas. Lietuvos ekonomikos apžvalga 2007/1*. Vilnius
22. Martišius, S. (2000). *Ekonometrija ir prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla
23. Martišius, S. (2005). Ekonominė analizė, nacionalinis ekonominis mąstymas ir Lietuvos ekonominė mintis. *Ekonomika 72(2)*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla
24. Miškinis, V., Galinis, A. (2006). Lietuvos nacionalinės energetikos strategijos gairės. *Energetika, 3*. Vilnius: Lietuvos mokslų akademijos leidykla
25. Moutinho, L. (2000). *Strategic Management in tourism*. University of Glasgow, UK
26. Navickas, V., Malakauskaitė, A. (2007). Įvykių taikymas turizmo plėtros skatinimui Lietuvoje. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, 42*. Kaunas
27. Pabedinskaitė, A. (2005). *Kiekybiniai sprendimų metodai. I dalis. Koreliacinė regresinė analizė. Prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universitetas
28. Svetikienė, I. (2002). *Turizmo marketingas*. Vilnius: Vilniaus kolegija
29. Šalna, R. *Turizmo plėtra: džiuginanti, bet jau pavojinga. Veidas 2008-07-28 Nr. 30*
30. Talačka, E. (2006). *Turizmo pradmenys*. Kaunas: Lietuvos kūno kultūros akademija
31. Theobald, W.F. (2005). *Global Tourism*. Burlington
32. *Turizmas Lietuvoje 2003 metai (2004)*. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius
33. *Turizmas Lietuvoje 2004 metai (2005)*. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius
34. *Turizmas Lietuvoje 2005 metai (2006)*. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius
35. *Turizmas Lietuvoje 2006 metai (2007)*. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius
36. *Turizmas Lietuvoje 2007 metai (2008)*. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius
37. Urbanskienė, R., Vaitkienė, R., Cletley, B. (1998). *Rinkos tyrimai ir analizė*. Kaunas: Technologija
38. Vetlov, I. (2003). Baltijos šalių ekonomikos augimo apskaita. *Pinigų studijos, 3*. Vilnius
39. Weaver, D., Lanton, L. (2002). *Tourism management*. National Library of Australia
40. Žalienė, I., Sabaliauskaitė, A. (2002). *Pasaulio ir Lietuvos turizmo raida*. Kaunas: Lietuvos kūno kultūros akademija
41. Žukauskas, P., Juodaitytė, A., Valiuškevičiūtė, A. ir kt. (2008). *Kokybės vadybos sistemos*. Kaunas: Vytauto Didžiojo universitetas
42. Балабанов, И.Т. (1999). *Экономика туризма*. Москва
43. Дурович, А.П., Кабушкин, И.И. и др. (2003). *Организация туризма*. Мн.: Новое знание

44. Дядечко, Л.П. (2003) *Экономика предприятий туристического бизнеса*. Донецк
45. Здоров, А.Б. (2004). *Экономика туризма*. Москва: финансы и статистика
46. Квартальнов, В.А. (2003). *Теория и практика туризма*. Москва: Финансы и статистика
47. Козырев, В.М., Зорин, И.В. и др. (2001). *Менеджмент туризма*. Москва: Российская международная академия туризма
48. Папирян, Г.А. (1999). *Международные экономические отношения: Экономика туризма*. М.: Финансы и статистика
49. Пястолов, С.М. (2002). *Экономический анализ деятельности предприятий*. М.: Академический проект
50. Темный, Ю.В. (2000). *Введение в экономику туризма*. Москва
51. *Туризм и гостиничное хозяйство* (2003). Москва: ИКЦ „Март“
52. Шматько, Л.П., Жолобова, Л.В. (2003). *Туризм и гостиничное хозяйство*. Ростов: Издательский центр “Март“
53. Bahrman, M. (2002). *Die CHAID-Analyse als neue Methode der Marktsegmentierung im Tourismus. Multivariate Zielgruppendifferenzierung am Beispiel Rheinland-Pfalz*. Trier [žiūrėta 2008-09-30]. Prieiga per internetą: <http://ub-dok.uni-trier.de/diss/diss45/20020429/20020429.pdf>
54. Bajarūnienė, L. (2008-09-24) Pristatytos pasaulio turizmo tendencijos ir turizmo dienos renginiai. *Valstybinis turizmo departamentas prie ūkio ministerijos* [žiūrėta: 2008-10-02]. Prieiga per internetą: [http://www.tourism.lt/aktualijos/detaliai.php?ID=2121&phrase\\_id=113419](http://www.tourism.lt/aktualijos/detaliai.php?ID=2121&phrase_id=113419)
55. Bajorūnienė, L. (2007-12-29). Po Lietuvą keliavo 22,2 procento daugiau šalies gyventojų. *Valstybinis turizmo departamentas prie ūkio ministerijos*. [žiūrėta: 2008-01-20]. Prieiga per internetą: [http://www.tourism.lt/aktualijos/detaliai.php?ID=2022&phrase\\_id=145243](http://www.tourism.lt/aktualijos/detaliai.php?ID=2022&phrase_id=145243)
56. Balčiūtė, G. (2007-02-09). *Norintiems apsipirkti švedams Lietuva - nepatraukli*. [žiūrėta: 2009-01-19]. Prieiga per internetą: [http://www.ivaizdis.lt/res\\_zinpr\\_det.php?id=12883](http://www.ivaizdis.lt/res_zinpr_det.php?id=12883)
57. Baroniūnaitė, E., Meilienė, E. *Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai*. [žiūrėta 2008-05-06]. Prieiga per internetą: [http://www.lrti.lt/veikla/bar\\_turizm.doc](http://www.lrti.lt/veikla/bar_turizm.doc)
58. *Bendrasis programavimo dokumentas. Turizmas*. [žiūrėta: 2008-05-06]. Prieiga per internetą: [http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/BPD\\_turizm.doc](http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/BPD_turizm.doc)
59. Dirsinė, R. (2009-02-11). *Pasaulio turizmo organizacija: turizmas atsigaus greičiau nei kitos ekonomikos šakos*. [žiūrėta: 2009-03-21]. Prieiga per internetą: <http://www.tourism.lt/aktualijos/detaliai.php?ID=2185>
60. *ES struktūrinių fondų parama viešajam sektoriui* (2005). [žiūrėta: 2008-06-14]. Prieiga per internetą:

- <[http://www.esparama.lt/ES\\_Paramam/bpd\\_2004\\_2006m.\\_medis/leidiniai/files/SF\\_Viesajam\\_sektoriui.pdf](http://www.esparama.lt/ES_Paramam/bpd_2004_2006m._medis/leidiniai/files/SF_Viesajam_sektoriui.pdf)>
61. Europos bendrijų komisija (2006). *Atnaujinta ES turizmo politika: tvirtesnės partnerystės Europos turizmo sektoriuje link*. [žiūrėta 2008-10-02]. Prieiga per internetą: <[http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/EK%20komunikatas%20Del%20atnaujintos%20ES%20turizmo%20politikos\\_lt.doc](http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/EK%20komunikatas%20Del%20atnaujintos%20ES%20turizmo%20politikos_lt.doc)>
  62. *Europos fondai padės kurti Lietuvos gerovę*. [žiūrėta 2008-06-14]. Prieiga per internetą: <[http://www.lrv.lt/ES\\_parama/Trumpas\\_pristatymas.pdf](http://www.lrv.lt/ES_parama/Trumpas_pristatymas.pdf)>
  63. *Europos Sąjungos plėtros poveikis turizmo raidai Europoje*. [žiūrėta: 2008-02-23]. Prieiga per internetą: <[http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTO%20konf/Dauksio\\_kalba.doc](http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTO%20konf/Dauksio_kalba.doc)>
  64. Eurostat. ES Statistikos portalas. [Žiūrėta 2009 01 25]. Prieiga per internetą: <[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?\\_pageid=1090,30070682,1090\\_33076576&dad=portal&schema=PORTAL](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1090,30070682,1090_33076576&dad=portal&schema=PORTAL)>
  65. Feilmayr, W., Kanonier, A. *Ökonomische, soziale und ökologische Auswirkungen des Tourismus*. [žiūrėta: 2008-01-22] Prieiga per internetą: <<http://www.srf.tuwien.ac.at/feil/t4.pdf>>
  66. Fragaki, E. *Alternative forms of tourism*. [žiūrėta: 2009-02-11]. Prieiga per internetą: <[http://www.acci.gr/trade/No27/TRADE\\_45\\_46\\_47.pdf](http://www.acci.gr/trade/No27/TRADE_45_46_47.pdf)>
  67. Freyer, W. (2005). *Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie*. Ouldenburg [žiūrėta: 2008-06-14]. Prieiga per internetą: <[http://books.google.com/books?hl=lt&lr=&id=SavFTEuUG9oC&oi=fnd&pg=PR12&dq=Freyer+Tourismus&ots=7LIGdxh5\\_G&sig=cDxZ1056zXb\\_IhtRFFkpViiO-3k#PPP1,M1](http://books.google.com/books?hl=lt&lr=&id=SavFTEuUG9oC&oi=fnd&pg=PR12&dq=Freyer+Tourismus&ots=7LIGdxh5_G&sig=cDxZ1056zXb_IhtRFFkpViiO-3k#PPP1,M1)>
  68. Høyer, K.G., Naess, P. (2001). Conference Tourism: A Problem for the Environment, as well as for Research? *Journal of sustainable tourism* Nr. 6 [žiūrėta: 2008-01-22]. Prieiga per internetą: <<http://www.channelviewpublications.net/jost/009/0451/jost0090451.pdf>>
  69. Ignatonis, J., Makauskienė, V. *Lietuvos turizmo ir verslo prekės ženklo sukūrimas*. [žiūrėta: 2008-08-30]. Prieiga per internetą: <<http://www.lepa.lt/lt/LietuvosTurizmoIrVersloPrekesZenklas.html>>
  70. Indriūnas, G. (2003). *Muziejai kultūrinio turizmo plėtros objektyve*. [žiūrėta: 2008-02-23]. Prieiga per internetą: <<http://www.museums.lt/Zurnalas/Indriunas.htm>>
  71. Jyoti Das, B. (2000). *Vadybinė ekonomika*. Kaunas: Technologija
  72. Lietuvos banko duomenys. *Lietuvos Respublikos mokėjimų balansas*. [žiūrėta: 2009-04-25]. Prieiga per internetą: <<http://www.lb.lt/statistics/statbrowser.aspx?group=7232&lang=lt&orient=vert>>

73. Lietuvos regioninių tyrimų institutas. [žiūrėta: 2008-06-14]. Prieiga per internetą: <[http://www.lrti.lt/veikla/LREP\\_str\\_prist.pps](http://www.lrti.lt/veikla/LREP_str_prist.pps)>
74. Lietuvos Respublikos vyriausybė (2007-08-29). *Nutarimas dėl nacionalinės turizmo plėtros 2007-2010 metų programos patvirtinimo*. [žiūrėta: 2008-08-10]. Prieiga per internetą: <[http://www.ukmin.lt/lt/veiklos\\_kryptys/turizmas/aktai/NTPP%202007-2013%20m..doc](http://www.ukmin.lt/lt/veiklos_kryptys/turizmas/aktai/NTPP%202007-2013%20m..doc)>
75. Lietuvos TIC užsienio šalyse – aktyvūs Lietuvos įvaizdžio formuotojai (2008-02-07). [žiūrėta: 2008-08-30]. Prieiga per internetą: <<http://www.vtv.lt/naujienos/lietuvoje/lietuvos-tic-uzsienio-salyse-aktyvus-lietuvos-ivaizdzio-formuo.html>>
76. Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 m. ilgalaikė strategija (2002). [žiūrėta: 2009-04-01]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/lt/strategija/VIRS/Ūkio%20strategija/galutine040121.doc>>
77. Lukšytė, L. (2006). *Europos turizmo forume – dėmesys naujoms technologijoms ir tendencijoms*. [žiūrėta: 2008-09-30]. Prieiga per internetą: <<http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/Europos%20forumas.htm>>
78. Marketnews (2009-01-05). *Turizmo sektoriuje 2007 m. sukurta 2,72 proc. pridėtinės vertės*. [žiūrėta: 2009-01-19]. Prieiga per internetą: <[http://www.marketnews.lt/naujiena/turizmo\\_sektoriuje\\_2007\\_m\\_skurta\\_272\\_proc\\_pridetin\\_es\\_vertes\\_2009-01-05](http://www.marketnews.lt/naujiena/turizmo_sektoriuje_2007_m_skurta_272_proc_pridetin_es_vertes_2009-01-05)>
79. Marketnews. (2008-11-26) *Turistai į Lietuvą nebeskuba*. [žiūrėta: 2009-01-03]. Prieiga per internetą: <[http://www.marketnews.lt/naujiena/turistai\\_i\\_lietuva\\_nebeskuba](http://www.marketnews.lt/naujiena/turistai_i_lietuva_nebeskuba)>
80. *Nacionalinio produkto dinamika*. [žiūrėta: 2009-03-21]. Prieiga per internetą: <[http://www.geocities.com/valerjakut/Knyga1/dalis\\_13.doc](http://www.geocities.com/valerjakut/Knyga1/dalis_13.doc)>
81. Petrilovskaja, K., Miškinis, A. (2007). *Atvykstamojo turizmo Lietuvoje konkurencingumas Baltijos šalių kontekste*. [žiūrėta: 2008-06-14]. Prieiga per internetą: <<http://www.leidykla.eu/fileadmin/Ekonomika/79/142-155.pdf>>
82. *Prognozavimas*. [žiūrėta: 2009-04-03]. Prieiga per internetą: <<http://www.vgtu.lt/upload/sk/182/prognozavimas.ppt>>
83. Russegger, S. (2002). *Tourismusmarketing und –beratung*. [žiūrėta: 2008-06-16]. Prieiga per internetą: <<http://www.uni-bonn.de/~uzsak1/ws2002/tourismusmarketing-beratung.pdf>>
84. State of the Environment. *Eco-Tourism 2004*. [žiūrėta: 2009-02-11]. Prieiga per internetą: <[http://www.tanzaniagateway.org/docs/ecotourism\\_and\\_other\\_forms\\_of\\_tourism.pdf](http://www.tanzaniagateway.org/docs/ecotourism_and_other_forms_of_tourism.pdf)>
85. *Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės*. [žiūrėta: 2008-09-30]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/>>
86. Statistikos departamentas. *Atvykstamojo turizmo statistinio tyrimo aprašymas*. [žiūrėta: 2009-02-16]. Prieiga per internetą:



- <[http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/transportas\\_tur\\_a\\_tr.doc?PHPSESSID=f32ad5bdee5662f2dc7d4eb7c235a95d](http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/transportas_tur_a_tr.doc?PHPSESSID=f32ad5bdee5662f2dc7d4eb7c235a95d)>
87. Stražnickas, L. (2007). *Turizmui iškilo pavojus*. [žiūrėta: 2008-09-30]. Prieiga per internetą: <<http://www.alfa.lt/straipsnis/142613>>
88. Šliogerienė, L., Tarvydienė, L. *Lankytojų lūkesčius viršijanti Lietuva poilsio turistus pritraukia sėkmingiau nei investuotojus*. [žiūrėta: 2008-09-07]. Prieiga per internetą: <[http://www.tns-gallup.lt/lt/disp.php/lt\\_news/lt\\_news\\_265](http://www.tns-gallup.lt/lt/disp.php/lt_news/lt_news_265)>
89. *Tourism*. [žiūrėta: 2008-10-02]. Prieiga per internetą: <[http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/tourism/index_en.htm)>
90. *Turizmo plėtros institutas*. [žiūrėta: 2008-05-06]. Prieiga per internetą: <<http://www.tpi.lt/>>
91. Užpelkis, M. (2006). *Kultūros paveldo nauda / poveikis ekonomikai*. [žiūrėta 2008-09-04]. Prieiga per internetą: <<http://www.kultur.lt/?id=1270>>
92. Vengrauskas, P.V., Bagdzevičienė, R. ir kt. *Turizmo plėtotės strategija*. [žiūrėta: 2008-01-22]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/13.%20turizmo%20pletotes%20strategija.doc>>
93. Žabaliūnas, L., Skarbalius, D. *Atvykstamojo turizmo įtaka šalies ekonomikai*. [žiūrėta: 2008-03-21]. Prieiga per internetą: <[http://www.lzuu.lt/jaunasis\\_mokslininkas/smk\\_2004/Ekonomika/Zabaliunas\\_Linas.htm](http://www.lzuu.lt/jaunasis_mokslininkas/smk_2004/Ekonomika/Zabaliunas_Linas.htm)>
94. Žvirblytė, J. (2008-09-06). Turizmo verslą pakirto taupymas. *Lietuvos žinios*. [žiūrėta: 2008-12-12]. Prieiga per internetą: <<http://www.vtv.lt/naujienos/ekonomika/turizmo-versla-pakirto-taupymas.html>>

## **PRIEDAI**

**Turizmo rūšys ir formos**

<b>1. Demografiniai kriterijai</b>	<b>Turizmo rūšys ir formos</b>
Amžius	Vaikų, jaunimo, vyresniojo amžiaus žmonių turizmas
Lytis	Moterų kelionės, vyrų kelionės
Šeimyninė padėtis, šeimos sudėtis	Pavienių asmenų, šeimyninis (su/be vaikų) turizmas, specialus: povestuvinės kelionės/turizmas
Pajamos	Socialinis, prabangos turizmas
Išsilavinimas	Darbininkų, studentų, akademikų, bedarbių turizmas
Profesija	Tarnautojų, politikų, diplomatų, namų šeimininkių turizmas
Gyvenamoji vieta	Vietinis, išvykstamasis turizmas; trumpų, tolimų maršrutų turizmas; miesto, kaimo gyventojų turizmas
<b>2. Į elgseną orientuoti požymiai</b>	
Transporto priemonės	Kelionės lengvuoju automobiliu, lėktuvu, traukiniu, autobusu, dviračiais
Kelionės tikslas	Individualus, organizuotas, iš dalies organizuotas turizmas
Kelionės trukmė	Iškylos, trumpos kelionės, savaitgalinės, atostogų, ilgos kelionės
Kelionės klasė (iš dalies kaina)	Pigios, prabangios, išskirtinės, „masinio turizmo“ kelionės
Kelionės laikas	Vasaros, žiemos, aukštojo sezono, žemojo sezono turizmas
Kelionės bagažas	Kelionės su kuprinėmis, lagaminais, portfeliais
Nakvynė	Kempingas, kaimo turizmas, pensionai, viešbučiai
Keliaujančiųjų skaičius	Pavienių asmenų, šeimų, klubo narių, grupinis turizmas
Užsiėmimas	Sportinis, poilsinis, pažintinis, verslo, mokomasis turizmas
Priežastis	Pakvietimas, vizitas, gydomasis turizmas, pasirinktinis turizmas
Motyvai	Poilsinis, kurortinis, gydomasis, kultūrinis, mokomasis, dalykinis, aktyvusis, politinis turizmas

Šaltinis: Freyer W. (2005). Tourismus: Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie. Ouldenburg

**Dirbančiųjų turizmo įmonėse skaičius palyginus su bendru Lietuvos darbuotojų skaičiumi****Turizmo įmonėse dirbantys gyventojai**

	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Lietuvos Respublika</b>												
Dirbančiųjų skaičius	851	1 132	1 462	1 227	1 250	1 252	1 524	1 608	1 821	1 981	2 186	2 381
Įmonių skaičius	202	254	298	295	272	244	269	253	229	254	263	276

Šaltinis: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės [37]

**Užimtos darbo vietos Lietuvoje pagal ekonomines veiklos rūšis**

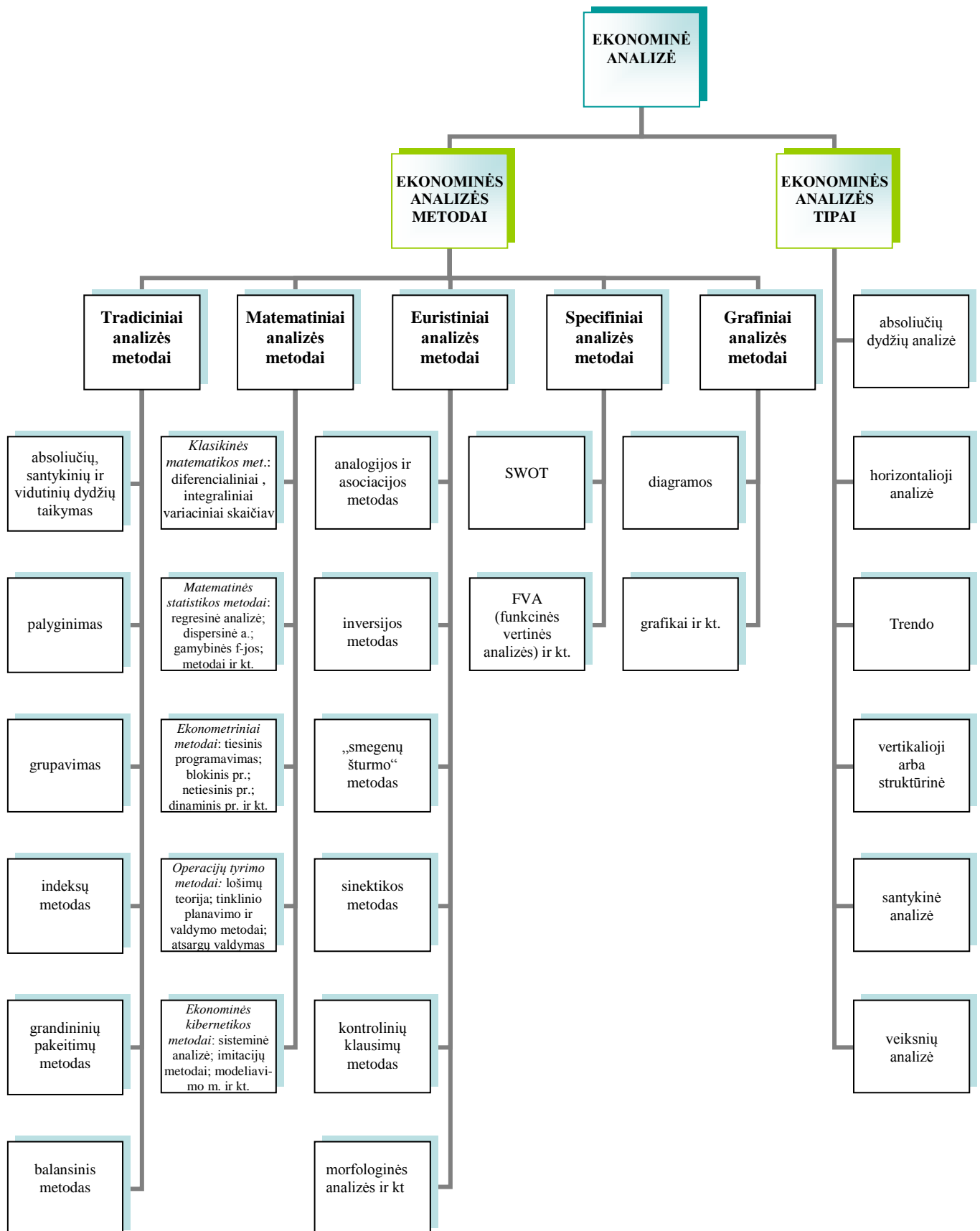
<b>Iš viso pagal darbuotojų skaičių</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
AQ Iš viso pagal ekonomines veiklas	1 210 019	1 250 083	1 296 323
A Žemės ūkis, medžioklė ir miškininkystė	32 769	32 878	32 070
B Žuvininkystė	1 841	1 927	1 822
C Kasyba ir karjerų eksploatavimas	3 481	3 386	3 387
D Apdirbamoji gamyba	248 509	247 157	243 525
E Elektros, dujų ir vandens tiekimas	27 029	25 705	24 732
F Statyba	90 463	103 995	115 463
G Didmeninė ir mažmeninė prekyba; variklinių transporto priemonių ir motociklų remontas, asmeninių ir namų ūkio reikmenų taisymas	206 438	218 655	233 399
H Viešbučiai ir restoranai	29 394	32 339	36 712
I Transportas, sandėliavimas ir ryšiai	89 336	94 800	101 115
J Finansinis tarpininkavimas	17 483	17 291	19 426
K Nekilnojamasis turtas, nuoma ir kita verslo veikla	72 747	83 095	92 907
L Viešasis valdymas ir gynyba; privalomasis socialinis draudimas	78 816	80 990	83 348
M Švietimas	170 585	162 748	160 060
N Sveikatos priežiūra ir socialinis darbas	93 950	95 462	95 798
O Kita komunalinė, socialinė ir asmeninė aptarnavimo veikla	47 178	49 655	52 559

Šaltinis: *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

Remiantis pateiktais statistikos departamento duomenimis, galima teigti, kad turizmo sferoje dirbantieji 2007 m. sudarė apie 0,18 proc. visų dirbančiųjų.

$$D_T = \frac{2381 \cdot 100}{1296323} = 0,18$$

## Ekonominės analizės metodų ir tipų klasifikavimas



Šaltinis: sudaryta darbo autorės, remiantis V.Gronsku<sup>113</sup> ir V.Bagdžiūniene<sup>114</sup>.

<sup>113</sup> Gronskas V. (2006). Ekonominė analizė. Kaunas: Technologija

<sup>114</sup> Bagdžiūniene V. (2006). Įmonių veiklos planavimas ir analizė. Vilnius: Conto litera

### Sezoniškumo nustatymo metodai

**1. Paprastųjų vidurkių metodas.** Vidurkių metodai tinka tuo atveju, kai tiriamieji rodikliai mažai kinta metų metais, t.y. tais atvejais, kai nėra ryškios reiškinio didėjimo ar mažėjimo tendencijos.

Taikant paprastųjų vidurkių metodą apskaičiuojami atitinkamų mėnesių (ketvirčių) kelerių metų vidurkiai ir bendrasis metinis vidurkis. Dalijant mėnesių (ketvirčių) vidurkius iš bendrojo metinio vidurkio gaunamas sezoniškumo indeksas (Bagdonas, 2005).

Sezoniškumas paprastųjų vidurkių metodu gali būti nustatytas pagal pateiktą formulę:

$$Z_i = \frac{\bar{Y}_i}{\bar{Y}_j} \quad (1)$$

Čia:  $Z_i$  – vieno mėnesio (ketvirčio) sezoniškumo indeksas;  $i$  – mėnuo (ketvirtis);  $j$  – metai.

Dvylikos mėnesių arba keturių ketvirčių sezoniškumo indeksai sudaro vadinamąją sezoniškumo bangą, kuri ir rodo svyravimų pobūdį per metus<sup>115</sup>. Vidutiniai kiekvieno mėnesio ar ketvirčio sezoniškumo indeksai turi būti lygūs 1 arba 100 %. Tai reiškia, kad sezoniškumo indeksų suma 12 mėnesių turi būti lygi 12 arba 1200 %, o 4 ketvirčių – 4 arba 400 %. Jei apskaičiuotų sezoniškumo indeksų suma gaunama kitokia, šiuos indeksus reikia koreguoti atitinkamu koeficientu<sup>116</sup>:

1) kai nustatyti mėnesiniai sezoniškumo indeksai:

$$K_{koreg} = \frac{12}{\sum Z_i} \quad (2)$$

2) arba kai šie indeksai ketvirtiniai:

$$K_{koreg} = \frac{4}{\sum Z_i} \quad (3)$$

Pakoreguoti dvylikos mėnesių arba keturių ketvirčių sezoniškumo indeksai sudaro vadinamąją sezoniškumo bangą kuri ir rodo svyravimų pobūdį per metus.

**2. Slankiųjų vidurkių metodas.** Sezoniniai svyravimai gali būti įtraukti į prognozes naudojant sezoninį indeksą, apskaičiuojamą slenkančio vidurkio būdu. Slankusis vidurkis skaičiuojamas iš 12 ar 4 narių, t.y. iš lyginio narių skaičiaus, sudarančio metų periodą, per kurį pasireiškia sezoniniai svyravimai. Slankiųjų vidurkių metodui reikia naudoti minimaliai 4 metų duomenis, nes po pusę pirmų ir paskutinių metų, dėl metodo ypatumo, iš skaičiavimo iškrenta.

Slenkantis vidurkis randamas sudėjus kiekvieno pageidaujamo laikotarpio reikšmes ir sumą padalijus iš laikotarpių skaičiaus. Tai daroma keliais veiksmais:

➤ Keturių laikotarpių slenkančio vidurkio apskaičiavimas. Keturių laikotarpių slenkantis pardavimų apimčių vidurkis apskaičiuojamas, imant paeiliui po keturis ketvirčius, pradedant pirmaisiais pirmųjų metų keturiais ketvirčiais.

<sup>115</sup> Gražytė-Molienė, O. (2004). *Statistika*. D.1. Vilnius: Vilniaus verslo kolegija

<sup>116</sup> Bartosevičienė, V., Vaitkevičius, S., Jančukienė, I. (2004). *Ekonominiai statistiniai tyrimai*. Kaunas: Technologija

$$Y_1 = \frac{X_{11} + X_{12} + X_{13} + X_{14}}{4}; \quad Y_2 = \frac{X_{12} + X_{13} + X_{14} + X_{21}}{4} \dots \quad (4)$$

Čia:  $Y_1, Y_2 \dots$  – keturių laikotarpių slenkantis pardavimų apimčių vidurkis;  $X_{11}$  – pirmų analizuojamų metų pirmo ketvirčio pardavimai;  $X_{21}$  – antrų analizuojamų metų pirmo ketvirčio pardavimai. Kiekvieną kartą skaičiuojant iš naujo atmetame pirmąjį ketvirtį ir pridodame naują eilinį ketvirtį.

➤ Centruoto slenkančio vidurkio apskaičiavimas. Centruotas slenkantis vidurkis kiekvienam ketvirčiui apskaičiuojamas kaip kiekvieno tiesioginės keturių laikotarpių slenkančių vidurkių poros vidurkis.

$$Y'_{13} = \frac{X_1 + X_2}{2}; \quad Y'_{14} = \frac{X_2 + X_3}{2} \dots \quad (5)$$

Čia:  $Y'_{13}$  – pirmų analizuojamų metų trečio ketvirčio centruotas slenkantis vidurkis.

Pirmų metų centruotą slenkantį vidurkį galima apskaičiuoti tik nuo trečio ketvirčio. Paskutinių analizuojamų metų centruoti slenkantys vidurkiai apskaičiuojami tik pirmam ir antram ketvirčiui.

➤ Sezoniškumo indekso apskaičiavimas. Sezoniškumo indeksas apskaičiuojamas, dalijant faktiškas ketvirčių pardavimų apimtis iš centruoto slenkančio vidurkio atitinkamam ketvirčiui.

$$Z_{ij} = \frac{X_{ij}}{Y'_{ij}} \quad (6)$$

Čia:  $Z_j$  –  $i$  metų  $j$  ketvirčio sezoniškumo indeksas;  $X_j$  –  $i$  metų  $j$  ketvirčio pardavimų apimtis;  $Y'_j$  –  $i$  metų  $j$  ketvirčio centruotas slenkantis vidurkis.

➤ Vidutinio sezoniškumo indekso kiekvienam ketvirčiui apskaičiavimas. Norint atlikti tolesnes sezoniškumo analizes arba prognozę reikia paskaičiuoti kiekvieno ketvirčio vidutinį sezoniškumo indeksą. Jis skaičiuojamas išvedant visų analizuojamų metų vidurkius kiekvienam ketvirčiui atskirai. Šie vidutiniai sezoniškumo indekso vidurkiai gali būti koreguojami 2 formulės pagalba, jei sezoniškumas analizuojamas mėnesiais, arba 3 formulės – jei sezoniškumas analizuojamas ketvirčiais. Svarbiau yra ištirti sezoniškumo indeksų reikšmes, norint išsiaiškinti ilgalaikę tendenciją bei kitas elgsenos tendencijas.

Slenkančio vidurkio metodas turi ir privalumų, ir trūkumų:

Privalumai: 1) kaip ilgalaikę tendenciją atskleidžiantis metodas, jis yra paprastas ir lengvas naudoti; 2) jis pateikia realią ilgo laikotarpio judėjimo charakteristiką.

Trūkumai: 1) juo nenustatysime posūkio taškų tendencijos prognozėje; 2) jis naudojamas su prielaida, kad tiriamų duomenų eilučių periodiškumas yra apibrėžtas ir santykinai pastovus; 3) juo negalima apskaičiuoti slenkančių vidurkių duomenų eilučių pradžiai ir pabaigai<sup>117</sup>.

<sup>117</sup> Jyoti Das, B. (2000). *Vadybinė ekonomika*. Kaunas: Technologija

## Rodikliai, naudojami statistinės informacijos analizėje

### Dinamikos eilučių analitiniai rodikliai:

1. *Absoliutus lygio padidėjimas/sumažėjimas* rodo reikšmės padidėjimą (sumažėjimą) absoliutiniu dydžiu per tam tikrą laiką. Apskaičiuojamas baziniu ir grandininio būdu.

$$\text{bazinis } \Delta y = y_n - y_0 \quad (1)$$

$$\text{grandininis } \Delta y = y_n - y_{n-1} \quad (2)$$

Čia:  $y_0$  – pradinio ar bazinio laikotarpio dinamikos eilutės lygis;  
 $y_n$  – esamojo laikotarpio dinamikos eilutės lygis;  
 $y_{n-1}$  – prieš tai buvusio laikotarpio dinamikos eilutės lygis.

2. *Kitimo tempas* parodo reikšmės pasikeitimą procentine arba koeficientine išraiška, kai atskaita prilyginama 0. Jis taip pat skaičiuojamas baziniu ir grandininio būdu:

$$\text{bazinis } T_d = \frac{y_n}{y_0} \times 100 \% \quad (3)$$

$$\text{grandininis } T_d = \frac{y_n}{y_{n-1}} \times 100 \% \quad (4)$$

3. *Padidėjimo/sumažėjimo tempas* rodo, keliais procentais pasikeičia reiškinio lygis per nagrinėjamą laikotarpį.  $T_p$  išreikštas procentais:

$$T_p = T_d - 100 \% \quad (5)$$

### Vidutiniai dinamikos eilučių kitimo rodikliai:

1. *Vidutinis dinamikos eilutės lygis* skaičiuojamas momentinėmis ir intervalinėms dinamikos eilutėms. Turizmo statistikoje naudojamos daugiausia eilutės, atspindinčios požymio kitimą laiko atžvilgiu intervalinėmis dinamikos eilutėmis, kurių vidutinis lygis apskaičiuojamas pagal paprasto aritmetinio vidurkio formulę:

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n} \quad (6)$$

2. *Vidutinis absoliutus padidėjimas/sumažėjimas* parodo, keliais vienetais pasikeičia reiškinio lygis vidutiniškai per laiko vienetą:

$$\Delta \bar{y} = \frac{y_n - y_1}{n - 1} \quad (7)$$

3. *Vidutinis kitimo tempas* skaičiuojamas apibūdinant reiškinio kitimą per ilgesnį laikotarpį. Tai vienas iš tikslesnių rodiklių parodančių ne tik patį kitimą, bet ir kitimo greitį. Jis praverčia ir prognozuojant nagrinėjamą reiškinį. Apskaičiuojamas remiantis geometrinio vidurkiu:

$$\bar{T}_d = \sqrt[n]{T_{d_1} \cdot T_{d_2} \cdot \dots \cdot T_{d_{n-1}}} \quad (8)$$

$$\text{arba} \quad \bar{T}_d = \sqrt[n]{\frac{y_n}{y_1}} \times 100 \quad (9)$$

4. *Vidutinis padidėjimo/sumažėjimo tempas* skaičiuojamas remiantis vidutiniu didėjimo tempu:

$$\bar{T}_p = \bar{T}_d - 100 \% \quad (10)$$



**Turizmo įmonių skaičiaus Lietuvoje dinaminų eilučių rodiklių analizė  
2002 – 2007 m. laikotarpiu**

	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1	2	3	4	5	6	7
<b>Įmonių skaičius, iš viso</b>	269	253	229	254	263	276
Absoliutūs baziniai pokyčiai	25	9	-15	10	19	32
Absoliutūs grandininiai pokyčiai	25	-16	-24	25	9	13
Vidutinis absoliutinis pokytis	5,3					
Bazinis kitimo tempas, proc.	110	104	94	104	108	113
Grandininis kitimo tempas, proc.	110	94	91	111	104	105
Vidutinis kitimo tempas, proc.	102					
Bazinis padidėjimo/sumažėjimo tempas	10,2	-5,9	-9,4	10,9	3,5	4,9
Grandininis padidėjimo/sumažėjimo tempas	10,2	3,6	-6,1	4	7,7	13,1
Vidutinis padidėjimo/sumažėjimo tempas arba vidutinis procentinis pokytis	2 % arba 0,02					

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

## Vietinių turistų kelionių skaičius pagal amžiaus grupes 2003-2007 m., tūkst.

Amžiaus grupės \ Metai	2004	Padidėjimas, sumažėjimas 2004 m., palyginami su 2003 m. (-), proc.	2005	Padidėjimas, sumažėjimas 2005 m., palyginami su 2004 m. (-), proc.	2006	Padidėjimas, sumažėjimas 2006 m., palyginami su 2005 m. (-), proc.	2007	Padidėjimas, sumažėjimas 2007 m., palyginami su 2006 m. (-), proc.
15-24	183,2	4,7	210,2	14,7	178,9	-14,9	191,4	7,0
25-34	162,7	-1,5	145,4	-10,6	187,5	29,0	183,0	-2,3
35-44	182,0	-0,4	196,8	8,1	201,0	2,1	201,8	0,4
45-54	142,9	3,4	165,4	15,7	148,7	-10,1	164,8	10,8
55-64	85,8	-2,8	95,5	11,3	118,2	23,8	111,2	-5,9
65+	71,3	-1,8	69,8	-2,1	115,5	65,5	118,5	2,6
<b>Iš viso</b>	<b>827,9</b>	<b>0,7</b>	<b>883,1</b>	<b>6,7</b>	<b>949,8</b>	<b>7,6</b>	<b>970,7</b>	<b>2,2</b>

**Pastaba.** Pateikiami 2003 – 2007 m. duomenys, kadangi iki 2003 m. Statistikos departamentas vietinių turistų kelionių skaičiaus pagal amžiaus grupes nesegmentavo.

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

**Vietinių turistų kelionės pagal kelionės tikslą 2003 – 2007 m., tūkst.**

Metai	Iš viso	Laisvalaikis, poilsis, atostogos	Sodo namelio, sodybos lankymas	Draugų ir giminių lankymas	Verslas, profesiniai interesai	Kita
2003	2583,4	636,6	205,9	1660,0	38,3	42,5
2004	2192,2	467,0	211,1	594,3	168,1	170,1
2005	2297,0	559,9	168,8	1205,1	188,6	174,4
2006	2485,2	726,6	205,2	1070,6	252,4	230,4
2007	2805,8	865,1	243,4	1074,8	391,6	230,9

**Pastaba.** Pateikiami 2003 – 2007 m. duomenys, kadangi iki 2003 m. Statistikos departamentas vietinių turistų kelionių skaičiaus pagal tikslą nesegmentavo.

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje (2003-2008)*. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

## Vietinis turizmas pagal atvykimo vietą 2003-2007 m.

Apskritis	Atvykusiųjų skaičius, tūkst. (padidėjimas/sumažėjimas lyginant su ankstesniais metais, proc.)				
	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Alytaus apskritis</b>	212,1	219,9 (3,8)	194,3 (-11,6)	203,9 (4,9)	309,0 (51,5)
<b>Kauno apskritis</b>	346,8	291,4 (-16,0)	377,8 (29,6)	360,4 (-4,6)	441,9 (22,6)
<b>Klaipėdos apskritis</b>	635,9	417,2 (-34,4)	412,9 (-1,0)	488,2 (18,2)	585,2 (19,9)
<b>Marijampolės apskritis</b>	98,0	106,3 (8,5)	111,8 (5,2)	98,6 (-11,8)	113,2 (14,8)
<b>Panevėžio apskritis</b>	207,3	225,9 (9,0)	157,8 (-30,1)	172,6 (9,4)	173,4 (0,5)
<b>Šiaulių apskritis</b>	195,0	156,0 (-20,0)	154,6 (-0,9)	190,4 (23,2)	277,1 (45,5)
<b>Tauragės apskritis</b>	67,5	62,2 (-7,9)	63,6 (2,3)	71,8 (12,9)	84,0 (17,0)
<b>Telšių apskritis</b>	73,9	64,6 (-12,6)	77,4 (19,8)	89,3 (15,4)	91,3 (2,2)
<b>Utenos apskritis</b>	262,9	190,6 (-27,5)	290,3 (52,3)	337,1 (16,1)	252,0 (-25,2)
<b>Vilniaus apskritis</b>	484,0	458,0 (-5,4)	456,5 (-0,3)	472,9 (3,6)	478,7 (1,2)
<b>Iš viso</b>	<b>2583,4</b>	<b>2192,2</b> <b>(-15,1)</b>	<b>2297,0</b> <b>(4,8)</b>	<b>2485,2</b> <b>(8,2)</b>	<b>2805,8</b> <b>(12,9)</b>

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

## Į Lietuvą 2001-2007 m. atvykusių užsieniečių skaičius, tūkst.

Metai	Ketvirtis	Iš viso	Europa	Afrika	JAV	Azija	Australija ir Okeanija
2001	I	719,506	712,533	0,294	3,694	2,513	0,472
	II	1073,024	1056,083	0,529	8,960	6,572	0,880
	III	1393,675	1370,174	0,461	10,890	10,801	1,349
	IV	1009,032	999,564	0,314	4,171	3,922	0,515
	<b>Iš viso</b>	<b>4195,237</b>	<b>4138,354</b>	<b>1,598</b>	<b>28,261</b>	<b>23,808</b>	<b>3,216</b>
2002	I	748,057	739,676	0,530	3,951	3,691	0,209
	II	1055,677	1042,658	0,302	8,068	3,779	0,870
	III	1340,821	1315,937	0,755	11,041	11,693	1,395
	IV	854,812	842,676	0,289	4,759	6,628	0,460
	<b>Iš viso</b>	<b>3999,367</b>	<b>3940,947</b>	<b>1,876</b>	<b>27,819</b>	<b>25,791</b>	<b>2,934</b>
2003	I	655,824	646,689	0,874	3,814	4,237	0,210
	II	1026,748	1008,301	0,562	9,913	7,227	0,745
	III	1182,773	1155,974	0,649	11,349	13,514	1,287
	IV	769,898	757,779	0,415	5,490	5,751	0,463
	<b>Iš viso</b>	<b>3635,243</b>	<b>3568,743</b>	<b>2,500</b>	<b>30,566</b>	<b>30,729</b>	<b>2,705</b>
2004	I	623,945	354,049	0,421	4,633	4,467	0,265
	II	272,743*	168,222*	0,646	9,108	8,015	0,927
	III	*	*	0,548	15,644	13,977	2,246
	IV	*	*	0,388	5,457	5,38	0,698
	<b>Iš viso</b>	*	*	<b>2,003</b>	<b>34,842</b>	<b>31,839</b>	<b>4,136</b>
2005	I	370,602	360,913	0,346	4,496	4,459	0,388
	II	516,417	488,637	0,541	14,837	10,649	1,753
	III	698,596	660,037	0,872	18,586	16,345	2,756
	IV	494,797	481,036	0,402	6,157	6,394	0,808
	<b>Iš viso</b>	<b>2080,412</b>	<b>1990,623</b>	<b>2,161</b>	<b>44,076</b>	<b>37,847</b>	<b>5,705</b>
2006	I	413,74	403,256	0,375	4,689	4,965	0,455
	II	571,935	542,52	0,516	14,750	11,853	2,296
	III	764,637	722,229	0,864	20,211	18,079	3,254
	IV	567,018	551,881	0,39	6,355	7,454	0,938
	<b>Iš viso</b>	<b>2317,330</b>	<b>2219,886</b>	<b>2,145</b>	<b>46,005</b>	<b>42,351</b>	<b>6,943</b>
2007	I	505,987	494,406	0,412	4,772	5,957	0,440
	II	626,15	600,646	0,443	12,290	10,562	2,209
	III	722,966	686,258	0,648	16,880	16,000	3,180
	IV	373,459	358,292	0,398	5,969	7,935	0,865
	<b>Iš viso</b>	<b>2228,562</b>	<b>2139,602</b>	<b>1,901</b>	<b>39,911</b>	<b>40,454</b>	<b>6,694</b>

\* Duomenys nepilni.

Šaltinis: *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

**Atvykstamasis turizmas pagal apskritis 2001-2007 m., kai keliones organizuoja  
ir paslaugas teikia turizmo įmonės\***

Apskritis	Atvykusiųjų skaičius (padidėjimas/sumažėjimas lyginant su ankstesniais metais, proc.)						
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Alytaus apskritis</b>	243 (-) <sup>1</sup>	370 (52,3)	776 (109,7)	90 (-88,4)	– <sup>1</sup>	– <sup>1</sup>	– <sup>1</sup>
<b>Kauno apskritis</b>	7596 (-7,4)	6911 (-9,0)	9723 (40,7)	13561 (39,5)	18680 (37,7)	12588 (-32,6)	10639 (-15,5)
<b>Klaipėdos apskritis</b>	8856 (2,6)	15926 (79,8)	10232 (-35,8)	12480 (22,0)	12517 (0,3)	10982 (-12,3)	11998 (9,3)
<b>Šiaulių apskritis</b>	40 (300,0)	214 (435)	18 (-91,6)	18 (0)	– <sup>1</sup>	84	44 (-47,6)
<b>Vilniaus apskritis</b>	56541 (5,0)	72627 (28,5)	82047 (13,0)	88561 (7,9)	105209 (18,8)	100009 (-4,9)	87256 (-12,8)
<b>Iš viso</b>	<b>73293</b> <b>(2,1)</b>	<b>96048</b> <b>(31,0)</b>	<b>102796</b> <b>(7,0)</b>	<b>114710</b> <b>(11,6)</b>	<b>136406</b> <b>(18,9)</b>	<b>123663</b> <b>(-9,3)</b>	<b>109937</b> <b>(-11,1)</b>

\* Duomenis teikia įmonės, registruotos valstybiniame turizmo paslaugų registre

<sup>1</sup> Įmonės duomenų nepateikė

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

**Kelionių su keturiomis ir daugiau nakvynių skaičius ES šalyse, tūkst.**

Šalis	Metai			
	2004	2005	2006	2007
Airija	3937	4298	4790	5856
Austrija	18475	18048	18385	18384
Belgija	6983	7715	6648	6865
Čekija	9583	9942	8933	9433
Danija	4430	5064	5895	5991
Estija	246	292	279	409
Graikija	3937	4298	4790	5856
Ispanija	7022	8634	8578	8522
Italija	37137	40057	41134	:
Kipras	488	688	708	817
Latvija	:	759	909	867
Lenkija	16639*	16522	17808	17687
<b>Lietuva</b>	<b>927</b>	<b>1079</b>	<b>1090</b>	<b>1196</b>
Liuksemburgas	681	725	680	705
Olandija	18475	18048	18385	18384
Portugalija	4165	3936	3663	3483
Prancūzija	81071	84224	83136	85331
Rumunija	4249	3857	3387	5402
Slovakija	4509	4200	4555	4886
Suomija	6200	6443	6620	6698
Vengrija	5457	7115	6711	7742
Vokietija	103947	113686	105431	99533

: nėra duomenų, \* apytikslė vertė

Šaltinis: Eurostat. ES Statistikos portalas. [žiūrėta 2009-01-25]. Prieiga per internetą:

<[http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?\\_pageid=1090,30070682,1090\\_33076576&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1090,30070682,1090_33076576&_dad=portal&_schema=PORTAL)>

## Vietinių turistų kelionės pagal nakvynių skaičių 2003 – 2007 m., tūkst.

Buvimo laikas	Vietinių turistų kelionių skaičius, tūkst. (padidėjimas/sumažėjimas lyginant su ankstesniais metais, proc.)				
	2003	2004	2005	2006	2007
1 nakvynė	902,5	822,5 (-8,8)	916,1 (11,3)	918,8 (0,3)	995,4 (8,3)
1 – 3 nakvynės	2049,4	1817,2 (-11,3)	1897,2 (4,4)	2059,4 (8,5)	2273,0 (10,3)
4 – 7 nakvynės	400,8	240,6 (-39,9)	254,09 (5,6)	271,0 (6,6)	323,4 (19,3)
8 – 14 nakvynių	96,1	108,8 (13,2)	121,9 (12,0)	121,8 (-0,1)	183,3 (50,4)
15 – 28 nakvynių	22,9	22,2 (-3,0)	20,8 (-6,3)	31,5 (51,4)	22,4 (-28,8)
29 ir daugiau	14,2	3,5 (-75,3)	3,1 (-11,4)	1,6 (-48,3)	3,6 (125)
<b>Iš viso</b>	<b>2583,4</b>	<b>2192,2</b> <b>(-15,1)</b>	<b>2297,0</b> <b>(4,7)</b>	<b>2485,2</b> <b>(8,1)</b>	<b>2805,8</b> <b>(12,9)</b>

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius



**Vietinių turistų kelionės pagal transporto rūšį 2003-2007 m., tūkst.**

<b>Transporto priemonė</b>	<b>Vietinių turistų kelionių skaičius, tūkst. (padidėjimas/sumažėjimas lyginant su ankstesniais metais, proc.)</b>			
	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>
Lengvasis automobilis	11477,4	11911,3 (3,7)	13084,4 (9,8)	13008,5 (-0,5)
Autobusas	5616,6	4977,3 (-11,3)	4346,2 (-12,6)	3493,9 (-19,6)
Traukinys	360,8	242,7 (-32,7)	225 (-7,2)	151 (-32,8)
Kita	345,1	405,5 (17,5)	503,2 (24,0)	1028,7 (104,4)
<b>Iš viso</b>	<b>17799,8</b>	<b>17536,9 (-1,4)</b>	<b>18158,9 (3,5)</b>	<b>17143,8 (-5,5)</b>

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

## Pajamų, gautų Lietuvos turizmo įmonėse, pokytis 2001 – 2007 m. laikotarpiu

	2002	Padidėji mas, sumažėji mas 2002 m., palyginti su 2001 m. (-), proc.	2003	Padidėji mas, sumažėji mas 2003 m., palyginti su 2002 m. (-), proc.	2004	Padidėji mas, sumažėji mas 2004 m., palyginti su 2003 m. (-), proc.	2005	Padidėji mas, sumažėji mas 2005 m., palyginti su 2004 m. (-), proc.	2006	Padidėji mas, sumažėji mas 2006 m., palyginti su 2005 m. (-), proc.	2007	Padidėji mas, sumažėji mas 2007 m., palyginti su 2006 m. (-), proc.
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
<b>Gauta pajamų, iš viso</b>	352247,5	15,0	424132,6	20,4	567115,9	33,7	663991,5	17,0	799434,3	20,3	1023593	28,0
Užsieniečių sumokėta už suteiktas turizmo paslaugas	33964,4	40,1	41743,9	22,9	59726,4	43,0	79225,3	32,6	79623,1	0,5	78420,4	-1,5
Lietuvos gyventojų sumokėta už suteiktas turizmo paslaugas	318283,1	12,9	382388,7	20,1	507389,5	32,7	584766,2	15,2	719811,2	23,0	945172,9	31,3

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

## Vietinių turistų išlaidos pagal apskritis 2003–2007 m., tūkst. Lt

Apskritis	Vietinių turistų išlaidos (padidėjimas/sumažėjimas lyginant su ankstesniais metais, proc.)				
	2003	2004	2005	2006	2007
<b>Alytaus apskritis</b>	4196,7	22900,5 (81,6)	23997,2 (4,5)	33257,2 (27,8)	54328,0 (38,7)
<b>Kauno apskritis</b>	8395,6	21070,0 (60,1)	29390,3 (28,3)	32714,3 (10,1)	45026,0 (27,3)
<b>Klaipėdos apskritis</b>	10047,9	87711,1 (88,5)	111610,6 (21,4)	125954,0 (11,3)	159930,6 (21,2)
<b>Marijampolės apskritis</b>	2439,6	6807,6 (64,1)	7542,2 (9,7)	8224,3 (8,3)	11328,6 (27,4)
<b>Panevėžio apskritis</b>	3528,6	14275,9 (75,3)	11786,0 (-21,1)	14055,9 (16,1)	16636,2 (15,5)
<b>Šiaulių apskritis</b>	4114,6	11791,3 (65,1)	11800,7 (0,08)	14825,1 (20,4)	22230,2 (33,3)
<b>Tauragės apskritis</b>	1546,5	5090,2 (69,6)	5469,2 (6,9)	5611,9 (2,5)	10363,8 (45,8)
<b>Telšių apskritis</b>	1166,9	3524,7 (66,9)	5844,4 (39,6)	7575,1 (22,8)	10036,2 (24,5)
<b>Utenos apskritis</b>	5139,8	15698,8 (67,2)	24692,1 (36,4)	27485,8 (10,1)	26418,8 (-4,0)
<b>Vilniaus apskritis</b>	14120,0	35697,3 (60,4)	44802,8 (20,3)	49516,8 (9,5)	64163,7 (22,8)
<b>Iš viso</b>	<b>54696,2</b>	<b>224567,4</b> <b>(75,6)</b>	<b>276935,5</b> <b>(18,9)</b>	<b>319220,4</b> <b>(13,2)</b>	<b>420462,1</b> <b>(24,1)</b>

Šaltinis: apskaičiuota darbo autorės, remiantis *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

## Vietinių turistų išlaidos apskrityse pagal paskirtį 2003–2007 m., proc.

Apskritis	2003					2004					2005					2006					2007							
	Transportas	Apyvadinimas	Maistas, gėrimai	Pirkiniai	Kitos išlaidos	Transportas	Apyvadinimas	Maistas, gėrimai	Pirkiniai	Kitos išlaidos	Transportas	Apyvadinimas	Maistas, gėrimai	Pirkiniai	Kitos išlaidos	Transportas	Apyvadinimas	Maistas, gėrimai	Pirkiniai	Kitos išlaidos	Transportas	Apyvadinimas	Maistas, gėrimai	Pirkiniai	Kitos išlaidos			
<b>Alytaus apskritis</b>	24	13	30	17	16	19	46	15	10	10					15	37	25	7	16	16	45	17	7	15				
<b>Kauno apskritis</b>						–	–	–	–	–									22	21	23	14	20	22	22	25	15	16
<b>Klaipėdos apskritis</b>						19	43	26	5	7									13	27	33	4	23	16	29	33	8	14
<b>Marijampolės apskritis</b>						24	9	32	21	14									23	22	22	11	22	23	19	27	15	16
<b>Panevėžio apskritis</b>						32	7	23	24	14									25	18	21	15	21	27	13	28	18	14
<b>Šiaulių apskritis</b>						25	19	20	22	14									23	25	22	12	18	25	17	26	18	14
<b>Tauragės apskritis</b>						25	8	14	40	13									28	19	19	14	20	24	11	27	25	13
<b>Telšių apskritis</b>						32	17	21	14	16									25	16	24	15	20	26	16	29	15	14
<b>Utenos apskritis</b>						27	19	27	13	14									21	16	29	11	23	23	25	32	8	12
<b>Vilniaus apskritis</b>						25	19	24	19	13									24	24	23	13	16	21	28	23	13	15

**Pastaba:** 2005 m. duomenų apie vietinių turistų išlaidas pagal paskirtį Statistikos departamentas nepateikia.

Šaltinis: *Turizmas Lietuvoje* (2003-2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius

**Turizmo produktų ir paslaugų pardavimo pajamų analizė slankiųjų vidurkių metodu**

Metai	Ketvirtis	Pardavimų apimtys, Lt	Keturių laikotarpių slankusis vidurkis	Centruotas slankusis vidurkis	Sezoniškumo indeksas	Koreguotas Sezoniškumo indeksas	Koreguotos pardavimų apimtys, Lt
2003	I	319,78				0,648	493,4876543
	II	503,75	485,9975			1,057	476,5846736
	III	659,23	482,235	482,235	1,367030597	1,412	466,8767705
	IV	461,23	486,315	484,275	0,952413401	0,88	524,125
2004	I	304,73	528,705	507,51	0,600441371	0,648	470,2623457
	II	520,07	541,0875	534,89625	0,972282008	1,057	492,0245979
	III	828,79	583,3825	562,235	1,474098909	1,412	586,9617564
	IV	510,76	615,78	599,58125	0,851861195	0,88	580,4090909
2005	I	473,91	630,64	623,21	0,760433883	0,648	731,3425926
	II	649,66	640,39	635,515	1,022257539	1,057	614,6263009
	III	888,23	649,85	645,12	1,376844618	1,412	629,0580737
	IV	549,76	673,415	661,6325	0,830914443	0,88	624,7272727
2006	I	511,75	686,6825	680,04875	0,75251958	0,648	789,7376543
	II	743,92	711,1225	698,9025	1,064411703	1,057	703,8032167
	III	941,3	681,26	696,19125	1,352071001	1,412	666,6430595
	IV	647,52	697,225	689,2425	0,939466153	0,88	735,8181818
2007	I	392,3	733,16	715,1925	0,548523649	0,648	605,4012346
	II	807,78	724,6525	728,90625	1,10820836	1,057	764,2194891
	III	1085,04	736,805	730,72875	1,484873833	1,412	768,4419263
	IV	613,49	751,45	744,1275	0,824442048	0,88	697,1477273
2008	I	440,91	777,1925	764,32125	0,576864767	0,648	680,4166667
	II	866,36	778,6475	777,92	1,113687783	1,057	819,640492
	III	1188,01				1,412	841,3668555
	IV	619,31				0,88	703,7613636

**Turizmo produktų ir paslaugų pardavimo apimčių koreguoto sezoniškumo indekso apskaičiavimas slankiųjų vidurkių metodu**

Metai	Ketvirčiai				Suma
	I	II	III	IV	
2003			1,3670306	0,9524134	
2004	0,600441371	0,972282	1,4740989	0,8518612	
2005	0,760433883	1,0222575	1,3768446	0,8309144	
2006	0,75251958	1,0644117	1,352071	0,9394662	
2007	0,548523649	1,1082084	1,4848738	0,824442	
2008	0,576864767	1,1136878			
Vidutinis sezoniškumo indeksas	0,64775665	1,0561695	1,4109838	0,8798194	3,994729368
Koregavimo koeficientas					1,001
Koreguotas sezoniškumo indeksas	0,648404407	1,0572256	1,4123948	0,8806993	4