

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA**

Ona KUNCIENĖ

TURIZMO POLITIKOS FORMAVIMAS LIETUVOJE

Magistro darbas

Šiauliai, 2010

SANTRAUKA

Ona Kuncienė

Turizmo politikos formavimas Lietuvoje

Magistro darbas.

Magistro baigiamajame darbe analizuojami turizmo politikos formavimo ypatumai Lietuvoje. Teorinėje darbo dalyje apžvelgiama turizmo sistema, kurios planavimas ir valdymas vykdomas trimis lygmenimis. Akcentuojama, kad veiksminga turizmo plėtra mūsų šalyje galima tik suderinus visų lygių organizacines struktūras ir esant tvirtiems koordinavimo ryšiams. Atlikus Lietuvos turizmo išteklių ir paslaugų bei PEST ir SSGG analizes, daroma išvada, kad svarbiausi prioritetai formuojant turizmo politiką Lietuvoje yra vietinio turizmo plėtotė ir atvykstamojo turizmo plėtotė.

Praktinėje darbo dalyje analizuojama Lietuvos turizmo įmonių vadovų turizmo politikos suvokimo būklė, vertinama, kaip šie darbuotojai yra susipažinę su valstybinėmis ir regioninėmis strategijomis. Remiantis atlikto tyrimo metu gautais duomenimis daroma išvada, kad dabartinėje turizmo sistemoje nėra kompleksiško, t.y. turizmo politika nėra pilnai suderinta valstybiniu, instituciniu ir regioniniu lygmeniu. Atsižvelgiant į tai pateikiamos rekomenduojamos Lietuvos turizmo politikos formavimo gerinimo kryptys.

SUMMARY

Ona Kuncienė

Tourism policy formulation in Lithuania.

Master's work.

Master's final paper focuses on the characteristics of tourism policy formation in Lithuania. The theoretical part gives an overview of the tourism system, the way it is being planned and managed at three levels. It is emphasized that the effective development of tourism in our country can be achieved only by cooperation of organizational structures at all levels and by having tight coordination. Based on completion of the Lithuanian tourism resources and services as well as PEST and SWOT analysis conclusion can be drawn that the most important priorities in shaping the tourism policy in Lithuania are development of local and inbound tourism.

The practical part of the paper analyzes Lithuanian tourism business managers understanding of state policy on tourism, assessing their knowledge of national and regional strategies. Based on survey data collected conclusion can be drawn that there is no complexity in the current tourism system. i.e. Tourism policy is not fully aligned to state, institutional and regional level. Therefore, recommendations on how to improve Lithuanian Tourism policy are presented.

TURINYS

ĮVADAS	4
1. TURIZMO PLĖTOTĖS STRATEGIJA.....	7
1.1. Strategijos samprata ir formavimas	7
1.2. Turizmo esmė	10
1.3. Turizmo plėtros politikos vieta turizmo sistemoje	15
1.4. Turizmo plėtros politikos apžvalga	16
1.5. Tarptautiniai turizmo plėtrotės aspektai	22
2. ESAMOS TURIZMO SITUACIJOS TYRIMAS	26
2.1. Tyrimo metodika ir organizavimas.....	26
2.2. Nacionalinės turizmo plėtros 2007-2013 metų programos analizė	27
2.3. Turizmo išteklių ir paslaugų tyrimas	31
2.4. Lietuvos turizmo PEST ir SSGG (SWOT) analizė	37
2.5. Lietuvos turizmo įmonių vadovų turizmo politikos suvokimo tyrimas	40
2.5.1. Respondentų charakteristika.....	40
2.5.2. Lietuvos turizmo plėtros strategijų ir programos žinomumo analizė	43
2.5.3. Tyrimo metu iškilusios problemos	48
3. LIETUVOS TURIZMO POLITIKOS FORMAVIMO GERINIMAS IR KRYPTYS	51
IŠVADOS	56
REKOMENDACIJOS	57
LITERATŪRA	58
PRIEDAI	62

ĮVADAS

Aktualumas. Visame pasaulyje turizmo verslas yra laikomas viena pelningiausių verslo rūšių. Todėl visos pasaulio šalys skatina turizmo plėtojimą, formuoja ir įgyvendina šalies turizmo politiką, skiria lėšas šio proceso finansavimui.

Turizmas tampa svarbiu ekonomikos sektoriumi ir prioritetine ūkio šaka Lietuvoje, kuri, naudodama išteklius, veikia gamtos aplinką bei įtakoja ekonomikos vystymą. Turizmo organizacijos vis labiau inicijuoja savarankiškas programas bei veiklas, turizmo ekonominės naudos maksimizavimu suinteresuotos organizacijos ir institucijos vis plačiau naudoja ekonominio poveikio tyrimus, daugiau dėmesio skiriant turizmo verslo plėtrai tiek pasauliniu tiek valstybiniu bei regioniniu mastu.

Turizmo politikos formavimas yra labai svarbus klausimas ir Lietuvoje, nes numatant turizmo plėtros strategiją yra apibrėžiamos ilgalaikės prioritetingos turizmo plėtotos kryptys, būtinos šalies ir jos regionų turizmo verslo plėtotei skatinti ir efektyviai panaudoti šalies turistinį potencialą (gamtinius, kultūrinius, rekreacinius, žmogiškuosius bei verslo infrastruktūros išteklius). Būtina numatyti tikslus ir veiksmus, kurie sustiprintų atskirų valdžios institucijų ir privataus verslo sektorių bendradarbiavimą ir ryšių galimybes, įsisavinant ir racionaliai panaudojant ES struktūrinių fondų lėšas turizmo sektoriaus konkurencingumui stiprinti.

Temos naujumas. Darbe analizuojama Lietuvos turizmo įmonių vadovų turizmo politikos suvokimo būklė, vertinama, kaip šie darbuotojai yra susipažinę su valstybinėmis ir regioninėmis strategijomis. 2004 m. kovo – balandžio mėn. panašų tyrimą buvo atlikusi I. Janulienė, kurio rezultatus pateikė magistro baigiamajame darbe „Lietuvos turizmo strategijos formavimo ir įgyvendinimo tobulinimas“. Šio tyrimo metu buvo nustatyta, kad valstybiniu, regioniniu ir instituciniu lygmenimis nėra akcentuojamas ir nekontroliuojamas suderinamumas. Tačiau per pastaruosius šešerius metus Lietuvos politiniame ir ekonominiame gyvenime įvyko daug permainų: Lietuva tapo Europos Sąjungos ir NATO nare, iki visą pasaulį apėmusios ekonominės krizės sparčiai augo šalies ekonomika, vystėsi atvykstatamasis ir išvykstatamasis turizmas, steigėsi naujos turizmo įmonės, agentūros. Todėl tikėtina, kad ir tyrimo metu gauti rezultatai skirsis nuo 2004 m. tyrimo metu gautų rezultatų.

Tyrimo problema. Pertvarkant Lietuvos ekonomiką ir plėtojant šalies bendruomenės verslo galimybes, reikia formuoti konkurencingą turistinį kraštą kaip svarbią Baltijos jūros turizmo regiono grandį. Siekiant tapti turizmui patraukliu regionu, Lietuvai reikia formuoti šalies turizmo įvaizdį, kurį įtakoja įvairių lygių turizmo institucijos. Todėl labai svarbu, kad pagrindiniai turizmo politikos formavimo įvairiuose lygiuose aspektai būtų darnūs, kompleksiški ir vienas kitą papildantys.

Tyrimo objektas - turizmo politikos formavimo ypatumai Lietuvoje

Tyrimo tikslas – ištirti turizmo politikos formavimą Lietuvoje

Tyrimo uždaviniai :

1. Išanalizuoti strategijos esmę bei jos formavimo etapus
2. Ištirti turizmo esmę, bei plėtros politiką
3. Išanalizuoti nacionalinę turizmo plėtros 2007-2013 m. programą
4. Ištirti Lietuvos turizmo išteklius ir paslaugas
5. Atlikti Lietuvos turizmo PEST ir SSGG analizę
6. Ištirti Lietuvos turizmo įmonių vadovų turizmo politikos suvokimo būklę
7. Nustatyti Lietuvos turizmo politikos formavimo gerinimo kryptis

Tyrimo hipotezė – turizmo įmonių vadovai yra pakankamai susipažinę su Lietuvos turizmo formavimo politika.

Literatūros šaltinių apžvalga. Sprendžiant numatytus uždavinius pirmiausiai buvo suklasifikuota gauta informacija. Tai leido atrinkti svarbiausius tyrimo objektus ir tuo pačiu įgyvendinti užsibrėžtą tikslą. Norint sukaupti galimai pilnesnę informaciją, medžiaga darbui buvo parinkta iš jau paskelbtų mokslinės literatūros šaltinių. Tolimesniuose darbo etapuose visa sukaupta medžiaga buvo susisteminta ir apibendrinta, numatytas jos išdėstymo eiliškumas, detalizuotas darbo turinys. Ne mažiau svarbi darbo dalis buvo iliustracijų parengimas.

Darbe panaudotas informacijos šaltinius galima būtų suskirstyti į tris grupes. *Pirmąją* grupę sudaro informaciniai šaltiniai, kuriuose pateikiama bendro pobūdžio informacija apie turizmo politikos formavimo ypatumus Lietuvoje, turizmo sistemą bei turizmo politikos formavimo teorinius aspektus. Tai autorių teorinė medžiaga, moksliniai straipsniai. *Antrąją* grupę sudaro turizmo veiklą reglamentuojančių teisės aktų, turizmo plėtros programų ir įstatymų apžvalga. *Trečiąją grupę* sudaro informacija, kuri buvo gauta atliekant anketinį tyrimą.

Tyrimo metodai: rašant teorinę darbo dalį buvo taikoma mokslinės literatūros analizė, dokumentų analizė; atliekant tyrimą buvo naudojamas anketinės apklausos metodas; tyrimo metu gauti duomenys pateikti duomenų statistinės analizės ir tyrimų rezultatų apibendrinimo metodų pagalba.

Darbo struktūra: trys skyriai, išvados ir literatūros sąrašas. Pirmajame darbo skyriuje analizuojami turizmo plėtotės strategijos teoriniai aspektai. Antrajame darbo skyriuje atliekamas Lietuvos turizmo situacijos tyrimas. Trečiajame skyriuje pateikiamas Lietuvos turizmo politikos formavimas ir kryptys.

Teorinis rezultatų reikšmingumas. Teorinėje darbo dalyje pateikta susisteminta mokslinės literatūros, turizmo veiklą reglamentuojančių teisės aktų, turizmo plėtros programų

apžvalga turizmo politikos formavimo klausimais, išskiriama turizmo sistema ir apžvelgiami šios sistemos lygiai.

Teorinis rezultatų reikšmingumo lygmuo sprendžiant turizmo politikos formavimo klausimus paaiškės vėliau, priklausomai nuo to, kokių mastu šią informaciją bus galima panaudoti.

Praktinis rezultatų reikšmingumas. Tyrimas naudingas visoms turizmo srityje veikiančioms įmonėms, suinteresuotos verslo plėtra. Tyrimo metu gauti rezultatai paskatins šių įmonių vadovus aktyviau domėtis šalies turizmo politikos formavimo klausimais. Tyrimas naudingas ir visos Lietuvos rajonų savivaldybių administracijoms, kurios suinteresuotos verslo plėtra rajone.

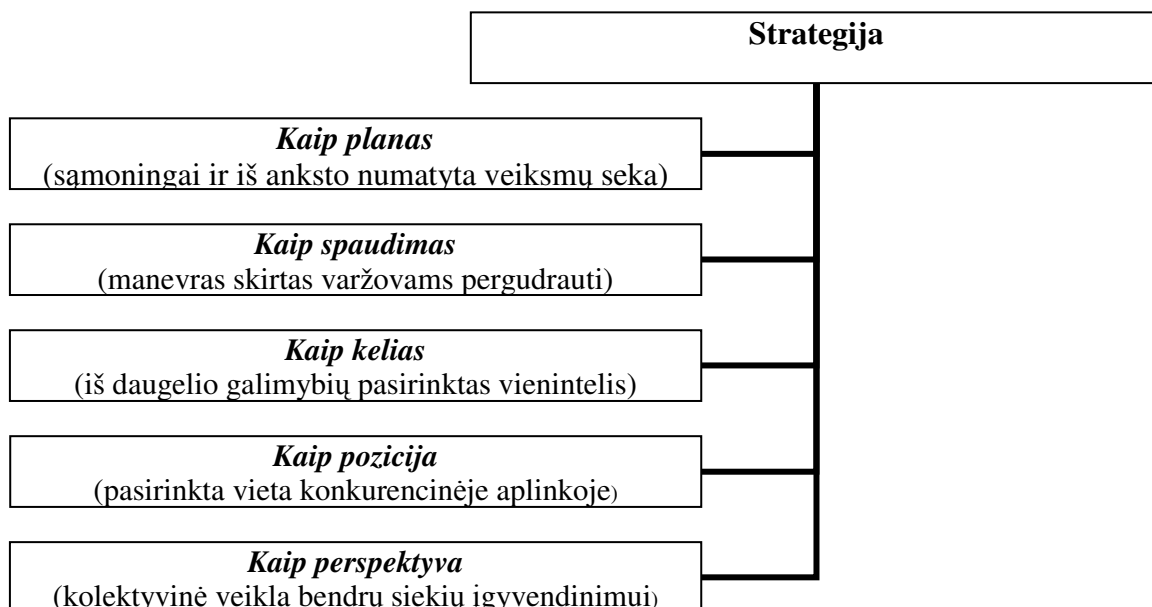
1.TURIZMO PLĖTOTĖS STRATEGIJA

1.1. Strategijos samprata ir formavimas

Žodis strategija kilęs iš graikų kalbos, kur „*stratos*“ reiškia kariuomenę, armiją, o „*agein*“ – vesti, vadovauti, vesti. Kaip teigia V. Urbelis (2001), iki XX a. strategija buvo suprantama kaip karo vedimo menas. Tačiau laikui bėgant jos turinys išsiplėtė ir dabartiniu metu apima planavimo ir sprendimo priėmimo arba veikimo elementus, kurie kartu sudaro „didžiojo“ strateginio plano pagrindą.

XX a. antroje pusėje A. Chandleris (Chandler, 1962) pateikė mokslinį strategijos apibrėžimą, kuriuo remiantis strategija suprantama kaip įmonės pagrindinių ilgalaikių tikslų ir uždavinių suformulavimas, veiksmų kurso parinkimas ir išteklių, reikalingų šiems tikslams įgyvendinti, paskirstymas. Buvo išskirti ir trys esminiai strategijos elementai: pagrindinių idėjų siekimo procesas, veiksmų seka užsibrėžtiems tikslams pasiekti ir strategijos formuluotė.

Pastebėtina, kad iki šių dienų mokslininkai neturi vieningos nuomonės ir diskutuoja apie strategijos sampratą. Vienų autorių darbuose (Harrison, 2003) ji suprantama kaip planas veiksmų, kaip elgtis įvairiose situacijose, kitų autorių (Stoner, Freeman, Gilbert, 2001) nuomone, tai plati programa, apimanti organizacijos tikslų suformulavimą ir įgyvendinimą: Tai organizacijos atsakas savo aplinkai laike. G. Minsbergas ir kt. strategijai interpretuoti siūlo penkis apibrėžimus (žr. 1 pav.).



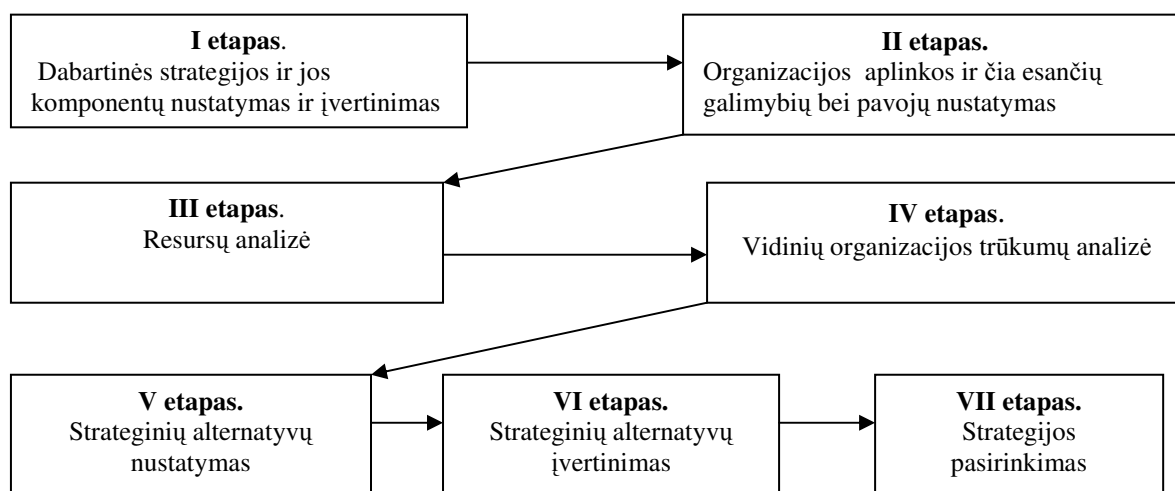
1 pav. Strategijos interpretacijos

Šaltinis: Минсберг Г., Альстрэнд Б., Лэмпел Д.(2000) Школы стратегий. - Санкт–Петербург.

B. Martinkus (2003) į strategiją siūlo pažvelgti kaip į perspektyvą. Remdamasis mokslininkų nuomone, jis teigia, kad tai ne laiko, o požiūrio perspektyva. Kitaip sakant, ji nusako, kaip žmonės ir jų organizacijos mato, pastebi ir pažįsta aplinkinį pasaulį ir jame vykstančius procesus.

Apibendrinant visas išsakytas mintis galima teigti, kad strategija – tai veiklos planas, kuriame numatyti visi galimi sprendimai bei priemonės siekiant svarbiausių ateities tikslų.

K.R. Andrews (1965) nurodo, kad formuluojant strategiją labai svarbu identifikuoti visas galimybes ir grėsmes, įvertinti riziką ir visa tai suderinti su turimais resursais. Tuo tarpu S. Hofer ir D. Schendel (1979) strategijos formavimo procesą siūlo interpretuoti kaip strateginių problemų sprendimo procesą. Jų nuomone, šis procesas yra sudarytas iš septynių etapų (žr. 2 pav.).



2 pav. Strategijos formavimo etapai

Šaltinis: Schendel, D., Hofer C. (1979) *Qualitative Research Methods in Strategic Management, Strategic Management: A New View of Business Policy and Planning*. Boston. 1 (10) 1-6.

Neatsiejamos ir labai svarbios strateginio valdymo dalys yra organizacijos visija, misija ir filosofija. Kaip pastebi J.S. Harrison (2003), *vizija* yra plačiausia, o tuo pačiu ir konkrečiausia kategorija ir įvardina ją sąmoningu, nukreiptu į ilgalaikę perspektyvą veiklos pradžia ir atspirties tašku. Kitaip sakant, vizija apibūdina atieties organizacijos įvaizdį ir nusako būdus, kaip šį įvaizdį pasiekti. Tuo tarpu *misija* – tai organizacijos ir vertybių tikslų suvokimas bei sėkmingos veiklos pojūtis, supratimas, kaip realizuoti organizacijos tikslus (Martinkus, 2003). A. Makštutis (2001) teigia, kad tikslai, kurie apibrėžia konkrečius organizacijos siekiamus rezultatus, yra naudingi dėl trijų pagrindinių priežasčių:

- jie aiškiai nusako, kas ir kada turi būti pasiekta;

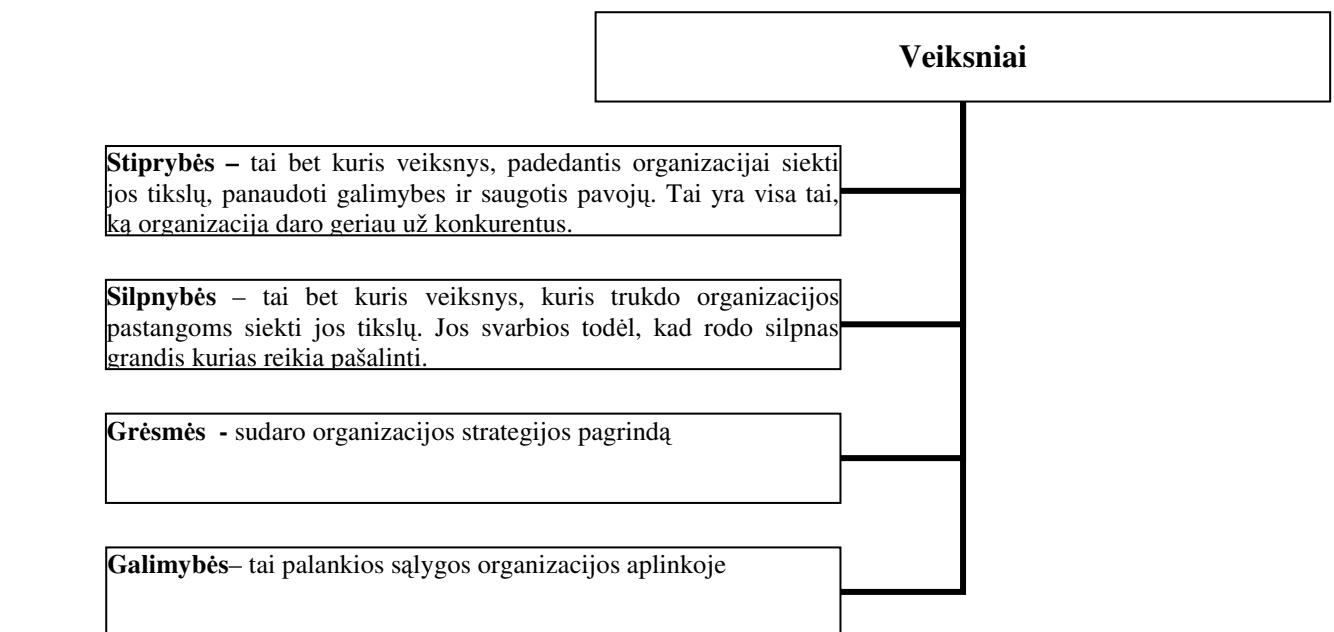
- kai tikslai išskelti, jie tampa veiklos vertinimo matais;
- logiški tikslai naudingi kaip darbuotojų motyvatorius.

Kaip teigia G.T. Palubinskas (1997), filosofija apibūdina organizacijos kultūrą, t.y. tiksliai nusako pagrindinius siekius, įsitikinimus, vertybes; paaiškina, kaip plėtojamas verslas ir priimami sprendimai. Svarbiausia filosofijos formulavimo taisyklė – akcentuoti stipriausias organizacijos ir vadovybės savybes ir neminėti trūkumų (Palubinskas, 1997).

Pastebėtina, kad organizacijos stipriąsias ir silpnąsias savybes, jos galimybes bei potencialias grėsmes, o taip pat misiją, tikslus, uždavinius ir strategijas padeda formuoti organizacijos išorinės ir vidinės aplinkos analizė (PEST analizė). Strateginio planavimo metodikoje (2002) teigiama, kad aplinkos analizė – tai ūkio šakos (sektoriaus) arba institucijos politinių, ekonominių, socialinių ir technologinių (PEST) aplinkos veiksnių įvertinimas.

R. Jucevičius (2000) išskiria vidinę (organizacijos išteklių kiekis ir kokybė) ir išorinę (teisiniai, socialiniai, makroekonominiai veiksniai, esantys už organizacijos ribų ir galintys paveikti jos veiklą). Kaip pastebi A. Makštutis (2001, p. 280), „išorinę aplinką sudaro visuma pasaulio bendrijos raidos veiksnių, kurie daro nuolatinę įtaką Lietuvos respublikos visuomenės (žmogaus, šeimos, kolektyvo), šalies ūkio, rinkos raidos politiniam, ekonominiam, socialiniam efektyvumui, o šis efektyvumas riboja organizacijos veiklos plėtrą tiek laike, tiek erdvėje“.

Strateginio planavimo metodikoje (2002) nurodoma, kad analizė, kuri apibendrina ir išvien sujungia aplinkos ir išteklių analizės rezultatus yra vadinama SSGG (arba SWOT) analizė. Ši analizė suklasifikuoja strategiją lemiančius veiksnius į keturias grupes (žr. 3 pav.).



3 pav. Strategiją lemiantys veiksniai

Šaltinis: Vasiliauskas, A. (2002). *Strateginis valdymas*. Vilnius: Enciklopedija.

A. Vasiliausko (2002) nuomone, ši analizė leidžia įvertinti ryšius tarp stipriųjų ir silpnųjų organizacijos pusių (žr. 1 lent.).

1 lentelė.

SSGG (SWOT) analizės modelis

STIPRYBĖS	SILPNYBĖS
Dominavimas rinkoje Mažos sąnaudos Vadybos patirtis Finansinis potencialas Novatoriškumas Reputacija Paslaugos kokybė Paslaugos diferenciacija	Silpna pozicija rinkoje Nusenusios technologijos Pernelyg didelės sąnaudos Nepatyrusi vadyba Silpnas finansinis potencialas Žema reputacija Menka kokybė
GALIMYBĖS	GRĖSMĖS
Naujos rinkos Naujos paslaugos Diversifikacijos galimybės Rinkos augimas Silpna konkurencija Politinė situacija Ekonominis pakilimas Tarptautinės galimybės	Nauji konkurentai Augantis klientų spaudimas Pakaitalų grėsmė Lėtas ekonomikos augimas Ekonominis nuosmukis Technologinės naujovės Politinė situacija Tarptautiniai barjerai

Šaltinis: Vasiliauskas A. (2002). *Strateginis valdymas*. Vilnius: Enciklopedija.

SSGG (SWOT) analizės metodas yra labai plačiai taikomas praktikoje rengiant organizacijų strategiją. A. Vasiliausko (2002) nuomone, objektyvi vidaus veiksnių analizė svarbi dėl dviejų priežasčių: 1) ji rodo realų organizacijos galimybių profilį; 2) organizacija turi priemonių, kovoti su pavojais ir pasinaudoti galimybėmis, kurias nustatė išorės veiksnių analizė. Jei ši analizė parodys, kad įmonė neturi būtinų išteklių, reikalingų tikslams siekti, tai organizacija gali keisti veiklos kryptį ir išvengti nesėkmių.

1.2. Turizmo esmė

Kaip pastebi D. Labanauskaitė ir V. Jusčius (2001), turizmas pradėjo formuotis tada, kai žmogaus poreikis maistui bei kitoms išgyvenimui reikalingoms sąlygoms buvo patenkintas ir pradėjo formuotis kitas būtinas poreikis – informacijos ir kelionių. Taigi, turizmo produkto formavimą lėmė kelionių ir įvairaus pažinimo poreikis. Tačiau pripažįstama, kad turizmo produktas nėra pirmo būtinumo prekė, kuria žmogus naudojasi tik tada, kai jis turi užtektingai

pajamų pragyvenimui ir kai visuomenės pragyvenimo bei kultūros lygis yra pakankamai aukštas. Kitaip sakant, tai verslas, kuriame dominuoja būtent žmogiškasis faktorius (Danulienė, 1995).

I. Žalienė ir A. Sabaliauskaitė (2002) turizmą apibrėžia kaip santykių, ryšių ir reiškinių visumą, kuri lydi žmogų kelionėje ir būnant tose vietose, kuriose nėra nuolatinės jo gyvenamosios vietos ir nesusijusios su darbo veikla. L. Žalys ir kt. (2006) akcentuoja, jog turizmas yra atviros šalies įvaizdis, paslaugų sferos plėtojimas, geresnis šalies infrastruktūros naudojimas, naujų darbo vietų sukūrimas, geresnis veiklos pasiskirstymas regionuose, aktyvesnė užsienio valiutos apyvarta, šalies pajamų didėjimas, mažų ir vidutinių įmonių plėtra ir ryšių su kitais ekonomikos sektoriais stiprėjimas. Pasak H. W. Faulkner ir D. J. Walmsley (1998), turizmas gali būti apibūdinamas ir kaip pasaulinės pramonės šaka, apimanti masinį žmonių judėjimą ir dideles išlaidas prekėms ir paslaugoms.

K. Smith (2007) teigia, jog, iš tikrųjų kultūros ir turizmo vystymasis gali tapti katalizatoriais regeneracijai, kartais suteikdami naują vilties lygį miestams, kurie jau nebeturėjo šansų. Taipogi turizmas padeda sustiprinti ekonomiką ir pakelti socialinį lygį.

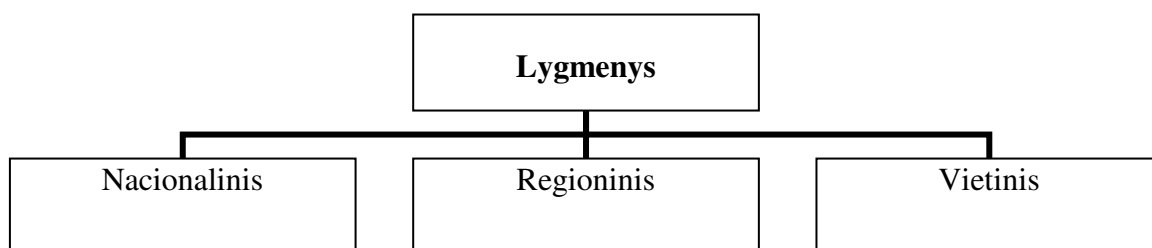
Remiantis R. Hopeniene, A. Kamičaityte (2004), turizmui yra būdingas multiplikatoriaus efektas, kuris susijęs su gaunamomis pajamomis iš turizmo veiklos. Taigi turizmo sektorius panaudojamas, kaip efektyvus katalizatorius, skatinantis kitų sektorių plėtrą. Todėl labai svarbu stiprinti ryšius tarp turizmo ir kitų šalies ekonomikos sektorių. Tai padeda kurti papildomas darbo vietas, didinti užimtumą, tuo pačiu sumažina 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.

Pastebėtina, jog turizmo augimas XX a. tapo vienu pagrindinių ekonomikos ir visuomenės fenomenų. Visuotinis pasaulio globalizacijos procesas tiesiogiai įtakoja tarptautinio turizmo plėtrą. Pastaruosius 50 metų turizmas vystėsi stulbinančiu tempu ir tapo pasauline pramonės šaka. Remiantis PTO prognozėmis, tolimų kelionių po visą pasaulį skaičius per kitus dešimtmečius sparčiau didės (5,4 proc. kasmet) nei kelionių regionų viduje (3,8 proc.). 2002 m. PTO statistinių duomenų paskaičiavimais tarptautinių turistų įplaukos siekė 463 milijardus, iš viso po Žemės rutulį keliavo 693 milijonai turistų, ir prognozuojama, kad šis skaičius išaugs iki 1 milijardo 2010 metais. Europos turizmas sudaro 2/3 pasaulinio turizmo ir tikimasi, kad iki 2025 metų šių kelionių padvigubės. Viduržemio jūros baseinas pirmauja pasaulyje pagal turistų apsilankymus ir generuoja 1/3 pasaulio pajamų, gaunamų iš turistų (Turizmo esmė).

Pasaulinė turizmo Organizacija prognozuoja, kad 2020 metais tarptautiniai atvykimai pasieks 1,56 milijardo. Vidinės kelionės sudarys 1,2 milijardo pasaulinių atvykimų, o tolimosios kelionės – 0,4 milijardo. Pagal turistų srautų apimtį, 2020 metais prognozuojami trys labiausiai

lankomi regionai: Europa (717 mln. Turistų), Rytų Azija ir Ramiojo vandenyno regionas (397 mln.) ir Amerika (282 mln.) (Turizmo pramonės prognozės).

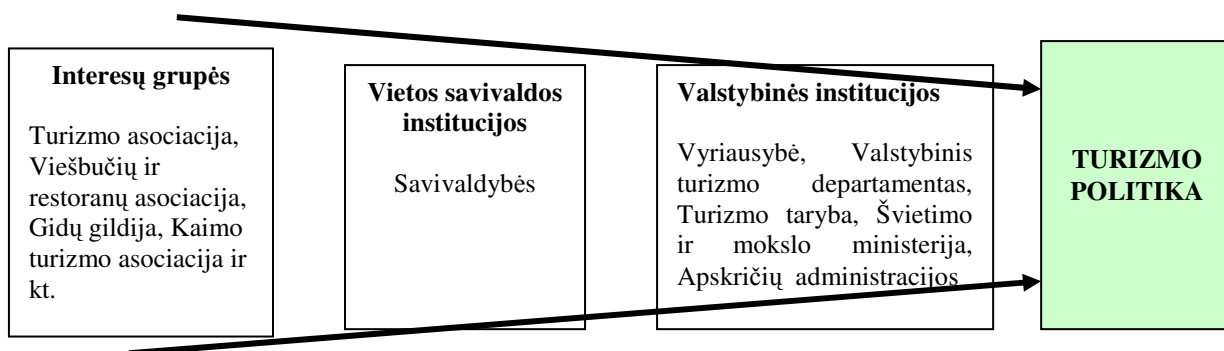
Pasak R.Hopenienės, A.Kamičaitytės (2004), turizmui tinkamų vietovių planavimas ir plėtra turėtų remtis tos vietovės gamtinių išteklių sisteminė analize, kas ir sukuria regiono unikalumą ir konkurencinį pranašumą. Konkurencinį pranašumą sukuria: klimatas, geografinė padėtis, gamtiniai išteklių, vietinių gyventojų turizmo supratimas ir toleravimas bei vietinė kultūra. Kiti konkurencinį pranašumą kuriantys bei su turizmo plėtra susiję bruožai yra vietovės prieinamumas, žemės ir paslaugų panaudojimo galimybės, gamtiniai pajėgumai, infrastruktūra ir darbo vietų pasiūla. Dėl to turizmo regionus valdančios ir planuojančios institucijos turi kaupti duomenis apie konkurencingumą lemiančius veiksnius. Tam yra reikalinga sistema. Kaip teigia S. Stoškus (2001), sistema suprantama kaip tam tikrais ryšiais ir tam tikru būdu sutvarkytų komponentų (objektų, elementų, procesų reiškinių ir pan.) visuma su jai būdingomis savybėmis, kurių neturi ją sudarantys komponentai. V. Žilinskas ir kt. (2007) nurodo, kad turizmo sistemos planavimas ir valdymas vykdomas trimis lygmenimis (žr. 4 pav.).



4 pav. Turizmo sistemos lygmenys (Žilinskas ir kt., 2007)

Pastebėtina, kad šie lygmenys skiriami pagal planuojamos teritorijos dydį ir konkretizavimo lygį, kur nacionalinis lygmuo suprantamas kaip visa valstybės teritorija, regiono – kaip apskritis, t.y. valstybės teritorijos dalis, o vietinis – kaip rajono, t.y. regiono dalis, savivaldybė ir vietovės, t.y. kaip savivaldybės dalis.

I. Vainienė (2001) visus turizmo sistemoje veikiančius administracinės teisės subjektus apjungia bendram tikslui – turizmo politikos formavimui (žr. 5 pav.).



5 pav. Turizmo politika (Vainienė, 2001)

Turizmo politikos formavimą ir turizmo valdymą mūsų šalyje reglamentuoja Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas (1998). Šio įstatymo 18 str. teigia, kad *Lietuvos Respublikos Vyriausybė* turizmo srityje atlieka šias pagrindines funkcijas: tvirtina Nacionalinę turizmo plėtros programą, nustatančią valstybės turizmo plėtros ir investicijų į turizmą prioritetus ir priemones; tvirtina valstybinės reikšmės turizmo, rekreacijos bei kurortų infrastruktūros projektus; steigia Valstybinį turizmo departamentą prie įgaliotos ministerijos ir tvirtina šio departamento nuostatus.

Turizmo srityje Vyriausybės įgaliota ministerija – tai *Lietuvos Respublikos Ūkio ministerija*, kuri vykdo strateginį šalies turizmo veiklos planavimą bei rengia ir teikia pasiūlymus Vyriausybei dėl valstybinės reikšmės turizmo, rekreacijos bei kurortų infrastruktūros projektų įgyvendinimo.

Turizmo veiklą Lietuvoje koordinuoja ir turizmo politiką formuoja *Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos*. Pagrindiniai jo uždaviniai yra dalyvauti vykdant strateginį šalies turizmo veiklos planavimą ir rengti Nacionalinę turizmo plėtros programą, pagal savo kompetenciją įgyvendinti šios programos priemones. Departamentas atlieka pakankamai daug funkcijų, susijusių su turizmo informacinių paslaugų sistema ir yra atsakingas už turizmo politikos formavimą bei įgyvendinimą. Jo veikla grindžiama Lietuvos turizmo plėtros strategijos kryptimis, pateiktomis Valstybės ilgalaikės raidos (2002) ir Lietuvos ūkio (ekonominės) plėtros iki 2015 metų ilgalaikėje strategijoje.

Turizmo taryba – tai nuolat veikiantis kolegialus patariamasis organas, nagrinėjantis ir vertinantis svarbiausias šalies turizmo plėtros problemas ir teikiantis pasiūlymus Ūkio ministerijai, Valstybiniam turizmo departamentui, kitoms valstybės institucijoms, įgyvendinančioms valstybės politiką turizmo srityje bei Nacionalinę turizmo plėtros programą (Turizmo tarybos nuostatai, 2003).

Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymo 21 str. reglamentuoja, kad pagrindinė *apskritis viršininko* funkcija turizmo srityje yra turizmo plėtros apskrityje planavimas, turizmo ir rekreacijos projektų tvirtinimas ir įgyvendinimas. Apskričių viršininkų administracijoms tenka svarbus vaidmuo panaudojant struktūrinių fondų paramą ekonominei plėtrai, ypač rengiant ir finansuojant strateginius socialinės ir ekonominės plėtros projektus. Įstatymo 22 str. reglamentuoja *savivaldybių institucijų* funkcijas turizmo srityje, kur teigiama, jog jos steigia savivaldybės turizmo informacijos centrą (nesant savivaldybės įsteigto turizmo informacijos centro, tvarko ir teikia turizmo paslaugų ir išteklių duomenis Nacionalinei turizmo informacijos sistemai); planuoja ir vykdo priemones, reikalingas rekreacinių teritorijų apsaugai, poilsio ir turizmo veiklai jose plėtoti, tvarko šių teritorijų apskaitą, tvirtina rekreacinių teritorijų naudojimo reglamentus; vykdo savivaldybės teritorijos turizmo išteklių ir paslaugų rinkotyrą ir rinkodarą ir kt.

Turizmo politiką Lietuvoje formuoja ir kelios viešosios įstaigos bei nevalstybinės organizacijos. *Lietuvos turizmo asociacija (LTA)* – tai pirmoji asocijuota turizmo verslo struktūra Lietuvoje, kurios uždaviniai: kurti ir vystyti Lietuvoje turizmo industriją ir infrastruktūrą; užmegzti naujus ir stiprinti esamus ryšius su užsienio turistinėmis organizacijomis; kelti turistų aptarnavimo kultūrą ir lygį; gilinti dirbančiųjų turizmo industrijoje profesines žinias; reklamuoti Lietuvos turizmo galimybes užsienyje; palaikyti glaudžius kontaktus su valstybinėmis ir visuomeninėmis organizacijomis, vystant vidaus ir užsienio turizmą. *VšĮ „Lietuvos verslo paramos agentūra“ (LVPA)* – tai pelno nesiekianti institucija, kuri pagal Lietuvos Respublikos Ūkio ministerijos priskirtas funkcijas administruoja nacionalines ir ES paramos lėšas, skirtas Lietuvos verslo, turizmo ir energetikos sektoriams plėtoti (VšĮ LVPA įstatai, 2007). *Lietuvos Turizmo informacijos centrų asociacijos (LTICA)* pagrindinis tikslas - plėtoti ir populiarinti turizmo informacijos tinklą, skatinti naujų turizmo informacijos centrų steigimą, jų veiklos kokybę, modernizavimą. Ši asociacija siekia apjungti Lietuvos turizmo informacijos centrus, atstovauti jų interesus valstybės valdžios ir valdymo bei savivaldos institucijose bei kuo efektyviau ir mažesnėmis sąnaudomis plėtoti savo veiklą.

Kaip matome, turizmas - tai ūkio šaka, apjungianti įvairias paslaugas, profesijas ir yra susijusi su daugeliu ekonominės veiklos sričių. Turizmo sektoriaus vystymas yra svarbus ekonomine, socialine, šalies įvaizdžio bei tarptautinio bendradarbiavimo prasmėmis. Lietuvoje turizmo sektoriaus valdymo funkcijas atlieka Lietuvos Respublikos Vyriausybė, Ūkio ministerija, Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos, apskričių viršininkai ir savivaldybės. Šalyje veikia turizmo verslo atstovus vienijančios asociacijos. Turizmo rinkodaros projektus įgyvendina Lietuvos ekonominės plėtros agentūros Turizmo plėtros departamentas, o kurortų plėtros stebėseną ir tyrimus vykdo viešoji įstaiga Lietuvos kurortologijos tyrimų centras.

Ūkio ministerija vykdo strateginę šalies turizmo veiklos planavimą bei dalyvauja formuojant ir įgyvendinant kurortų ir kurortinių teritorijų plėtros politiką.

1.3. Turizmo plėtros politikos vieta turizmo sistemoje

A. R. Ligeikienės (2003) nuomone, turizmo plėtra gali būti traktuojama kaip turistų ir vietovės visuomenės gyvenimo kokybės lygio gerėjimo prielaida. Šio darbo autorė pritaria šiam teiginiui, nes turizmo plėtra siejasi su tokiais valstybės veiklos sektoriais kaip aplinkos apsauga, transporto plėtra, žemės ūkiu, regionų plėtra, smulkaus ir vidutinio verslo plėtra. Tai reiškia, kad plečiantis turizmui ekonominę naudą pajus ir kiti sektoriai.

Kaip teigia I. Žalienė ir kt. (2004), formuojant valstybės turizmo politiką, kuri apima galimus strategijos įgyvendinimo veiksmus ir priemones, svarbus aspektas yra tarptautiniai santykiai, naujos partnerystės galimybės ir plėtra, turizmo įvaizdžio kūrimas konkurencinėje rinkoje.

R. Hopeniene, A. Kamičaitytė (2004) akcentuoja, kad Lietuva yra transregioninių Rytai – Vakarai ir Šiaurė – Pietūs ryšių sankirtos zonoje bei ypač svarbių tranzitinių trasų erdvėje, teikiančių galimybę plėtoti turizmą. Tačiau, kaip pastebi R. Žilinskas ir L. Petravičienė (2007), tarptautinio turizmo požiūriu Lietuva pripažįstama kaip atskiras turistinis regionas ir kartu kaip Baltijos jūros valstybių turistinio regiono dalis. Todėl efektyviausiai šalies turistinis potencialas gali būti panaudojamas bendrame Baltijos jūrų valstybių regiono kontekste. Tuo tarpu atskirų turizmo produktų planavimas šalies mastu gali būti strategiškai orientuotas į tikslinius regionus ir centrus, atsižvelgiant į turizmo išteklių koncentravimąsi. Tiksliniais turizmo plėtros regionais laikytini Pajūrio, Žemaitijos aukštumų, Rytų Aukštaitijos, Pietryčių Dzūkijos geografiniai regionai, Vilniaus, Trakų, Kauno, Nemuno slėnio teritorinės zonos ir šie pagrindiniai turizmo centrai: Vilnius, Kaunas, Klaipėda, Šiauliai, Trakai bei Druskininkų, Birštono, Palangos ir Neringos kurortai (Nacionalinė turizmo plėtros 2003–2006 metų programa).

Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 metų ilgalaikėje strategijoje (2002) teigiama, kad veiksminga turizmo plėtra galima tik suderinus visų lygių organizacines struktūras ir esant tvirtiems koordinavimo ryšiams. Reikia pastebėti, kad Lietuvoje turizmo plėtros politikos kryptis priimdamas įstatymus nustato Lietuvos Respublikos Seimas, turizmo valdymo funkcijas atlieka Vyriausybė, įgaliodama Ūkio ministeriją. Lietuvos Respublikos Ūkio ministerija, numatydama veiklos kryptis, turizmo veiklą dabartiniu metu Lietuvoje reglamentuoja šiais teisės aktais:

- Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas
- Nacionalinė turizmo plėtros 2007-2013 metų programa (Nacionalinės reikšmės turistinių maršrutų zonų žemėlapis)

- Jono Pauliaus II piligrimų kelio kūrimo ir jo objektų pritaikymo piligrimų ir turizmo reikmėms 2007–2013 m. programa
- Kurorto statuso suteikimo gyvenamosioms vietovėms reikalavimų aprašas, kurortinės teritorijos statuso suteikimo gyvenamosioms vietovėms reikalavimų aprašas ir kurorto ar kurortinės teritorijos statuso suteikimo gyvenamosioms vietovėms ir panaikinimo taisyklės
- Nacionalinių vandens turizmo trasų specialusis planas
- Nacionalinių autoturizmo trasų specialusis planas
- Lietuvos hipodromų plėtros 2009-2013 metų programa

1.4. Turizmo plėtros politikos apžvalga

Per pastaruosius dešimt metų turizmas pasaulyje išaugo 46 proc. Tai viena pagrindinių sričių, kurioje kuriamos darbo vietos. Pasak Pasaulio turizmo organizacijos analitikų, 83 proc. pasaulio šalių turizmas yra vienas iš penkių pagrindinių pajamų šaltinių. 2006 metais pasaulinis turizmas išaugo 4,5 proc., o tai papildomi 36 mln. turistų. Iš viso praėjusiais metais po pasaulį keliavo 842 mln. žmonių. Ši verslo šaka pagaliau atrado ir Lietuvą – 2006 metais į mūsų šalį atvyko 2,18 mln. turistų, tai yra 10 proc. daugiau nei 2005 metais. Daugiausia keliautojų atvyksta iš Vokietijos (17,5 proc.), Lenkijos (13,5 proc.), Rusijos (7,9 proc.), Latvijos (7,4 proc.), Anglijos (5,3 proc.). Lietuvoje turizmas yra laikomas prioritetine ūkio šaka ir neatsitiktinai, atsižvelgiant į bendrąją Europos Sąjungos turizmo strategiją, šiuo metu parengta jau IV nacionalinė turizmo plėtros 2007-2010 m. programa. Taip pat parengtas Turizmo įstatymo pakeitimo projektas bei parengta ir patvirtinta Kaimo turizmo ir tradicinių amatų plėtros 2007-2013 m. programa. Turizmo plėtros tikslai bendroje šalies ūkio struktūroje turi įtakos ir glaudžiai siejasi su kitų ūkio šakų strategijomis, jose numatytais veiksmais bei priemonėmis (Turizmo pramonės prognozės)

Turizmo plėtra siejasi su tokiais valstybės veiklos sektoriais kaip aplinkos apsaugos, transporto, žemės ūkio, integracijos į ES, regionų, smulkaus ir vidutinio verslo plėtra. Taigi, dalis turizmo plėtros funkcijų tiesiogiai ar netiesiogiai patenka į daugelio ministerijų, kitų institucijų kompetencijos sritį. Veiksminga turizmo plėtra galima tik esant subalansuotai visų lygių organizacinei struktūrai ir tvirtiems koordinavimo ryšiams. Plėtros priemonių vykdymas ir koordinavimas turėtų būti užtikrinamas remiantis Nacionaline turizmo plėtros programa.

Turizmo plėtros politikos uždaviniai, numatyti Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 metų ilgalaikėje strategijoje. **Pagrindiniai turizmo plėtros politikos uždaviniai:**

1. Stiprinti šalies turizmo ir rekreacijos administravimą bei sukurti veiksmingą turizmą skatinančią teisinę aplinką. Turizmo valdymo sistemos optimizavimas. Rekreacijos ir turizmo

komisijos LR Seime įsteigimas. Lietuvos kurortų ir rekreacinių teritorijų įstatymo parengimas. Lengvatų ir kompensacijų, susijusių su veiklos apribojimais saugomose teritorijose ir kultūros paveldo objektuose, turizmo paslaugų teikėjams mechanizmo sukūrimas.

2. Parengti kompleksines programas, turizmo planavimo dokumentus bei projektus.

Nacionalinės turizmo plėtros programos rengimas, ją pastoviai atnaujinant ir įvertinant įgyvendinimą. Regionų ir savivaldybių turizmo plėtros programų, projektų rengimas ir įgyvendinimas.

3. Veiksmingai išnaudoti šalies integracijos į ES privalumus.

Iki 2002 metų gautos paramos ir investicijų panaudojimo įvertinimas. Pasirengimas panaudoti ES struktūrinius fondus turizmo plėtrai.

4. Kurti Lietuvos, kaip patrauklios turizmo šalies, įvaizdį.

Šalies tarptautinio turizmo įvaizdžio kūrimo sistemos parengimas ir jos realizavimas. Lietuvos arba Baltijos šalių turizmo informacijos centrų pagrindinėse turizmo rinkose: Vokietijoje, Lenkijoje, Suomijoje, Rusijoje, Japonijoje, steigimas. Dalyvavimas tarptautinėse ir regioninėse turizmo mugėse. Nacionalinės turizmo informacinės sistemos sukūrimas ir palaikymas. Turizmo informacijos centrų visose šalies savivaldybėse steigimas, jų sujungimas į bendrą sistemą. Dalyvavimas Pasaulio turizmo organizacijos, Europos turizmo komisijos, Baltijos turizmo komisijos darbe. Dalyvavimas tarptautiniuose turizmo plėtros projektuose.

5. Išplėsti apgyvendinimo, turizmo paslaugų ir pramogų sektoriaus įvairovę turizmo centruose ir rekreacinėse vietovėse.

Kempingų tinklo plėtra. Ekonominės klasės viešbučių tinklo plėtros skatinimas. Pramogų ir vandens parkų įrengimas. Mažųjų prieplaukų tinklo plėtra. Dviračių takų sistemų plėtra kurortuose ir didžiuosiuose miestuose, nacionalinių dviračių trasų tinklo šalyje sukūrimas. Laisvalaikio ir pramogų centrų savivaldybių teritorijose investicinių projektų parengimas ir investuotojų paieška. Konferencijų turizmo centrų įkūrimas. Kurortinio turizmo atgaivinimas Palangoje, Druskininkuose, Birštone, Likėnuose ir kt. vietovėse.

6. Sukurti Lietuvos jūrinio ir vidaus vandens turizmo infrastruktūrą.

Klaipėdos kruizinių laivų terminalo statybos užbaigimas. Keleivinių laivų terminalo projektavimas ir statyba. Mažųjų uostų ir prieplaukų tinklo Kuršių mariose sukūrimas. Jūrinių jachtų uostų projektavimas ir statyba. Jūrinių keltų maršrutų su Skandinavijos šalimis skaičiaus didinimas. Nemuno vandens turizmo trasos sukūrimas.

7. Užtikrinti regioninių turizmo srautų judėjimą šalies teritorijoje.

Turizmo informacijos kelio ženklų ir pakelės serviso aikštelių sistemos sukūrimas bei įgyvendinimas. Europinių vėžių geležinkelio linijos „Rail Baltica“ projekto realizavimas. 2–3 Nemuno upės perkėlų į Rusijos Federacijos Kaliningrado sritį atidarymas. Rytų - Vakarų automobilių kelių turizmo infrastruktūros projekto parengimas ir įgyvendinimas. Tarptautinių kelių (Via Hanzos,

Gintaro, Valdovų kelio ir kt.) infrastruktūros projektų parengimas ir įgyvendinimas. ES reikalavimus piliečių judėjimui atitinkančių pasienio punktų veiklos užtikrinimas.

8. Pagerinti turizmo sektoriaus statistinę apskaitą, skatinti mokslinius tyrimus turizmo srityje. Statistiniai vidaus ir atvykstamojo turizmo tyrimai. Lietuvos nacionalinių rekreacinių išteklių banko sudarymas. Reprezentaciniai atvykstamojo ir vietinio turizmo tyrimai. Teritorinio planavimo ir mokslinio tyrimo darbai. Lietuvos Baltijos jūros kranto zonos apsauga. Lietuvos nacionalinių ir regioninių parkų turizmo ir rekreacijos plėtros planavimas.

9. Tobulinti turizmo ir rekreacijos specialistų rengimą. Turizmo ir rekreacijos specialistų poreikio tyrimai. Turizmo ir rekreacijos verslo paslaugų specialistų (įvairių grandžių) rengimo profesinėse, aukštesniosiose mokyklose, kolegijose ir universitetuose sistemos sukūrimas. Apskričių, savivaldybių, mokymo įstaigų darbuotojų tęstinis mokymas ir kvalifikacijos kėlimas. Monografijų, vadovėlių, mokymo priemonių turizmo ir rekreacijos problematika leidyba, stažuočių rėmimas.

Planuodami turizmo plėtrą ir siekdami užsibrėžtų tikslų, numatome svarbiausias šalies galimybes ir veiksnius, kurie daro didžiausią įtaką rinkos procesams. Orientuojamės į darniosios plėtros principus, kurie reiškia ekonominių, socialinių, ekologinių interesų suderinimą. Skatinama kuo geriau išnaudoti gamtos, žmogiškuosius, kultūros ir finansinius išteklius, kuriant konkurencingus ir vartotojui patrauklius turizmo produktus. Plėtros tendencijos turizmo sektoriuje gali garantuoti nuolatinį sektoriaus augimą, konkurencingumą, gyvybingumą ir komercinę sėkmę. Artimiausiu metu Lietuvoje tikimasi ir naujos viešbučių plėtros bangos. Lietuva rengiasi svarbiems šalies įvykiams: 2011 metais Lietuvoje vyks Europos vyrų krepšinio čempionatas. 2013 metais Lietuva perims vadovavimą Europos Sąjungai, tad šia proga intensyviai kuriama verslo turizmo infrastruktūra. Informaciją apie Lietuvą užsienyje skleidžia mūsų šalies turizmo informacijos centrai. 2006 metais veikė 7 Lietuvos turizmo informacijos centrai užsienyje: Vokietijoje, Suomijoje, Rusijoje, Ispanijoje ir Lenkijoje, veiklą pradėjo turizmo informacijos centras Jungtinėje Karalystėje, Londone. Atidarytas centras Prancūzijoje, planuojama atidaryti ir centrą Italijoje, Japonijoje, Tokijuje.

Daug dėmesio skirta šalies turizmo infrastruktūrai gerinti ir plėsti. Pradėtas rengti Nacionalinių autoturizmo trasų specialusis planas ir Nacionalinis vandens turizmo trasų specialusis planas. Juose bus pateikti projektiniai pasiūlymai ir suformuluoti turistinių trasų plėtros prioritetai, ypač atkreipiant dėmesį į turistines trasas, kuriose yra gausiausi kultūros paveldo (dvarų, malūnų ir kitų objektų) ištekliai ir galimybės juos panaudoti kultūrinio turizmo reikmėms. Sėkmingai įgyvendinamas PHARE projektas "Nemuno turistinės trasos pilotinis

infrastruktūros išvystymas”. Bendra projekto vertė – 9,2 mln. Lt (2,67 mln. EUR). Pastatytos 6 stacionariosios prieplaukos ir 12 mobiliųjų prieplaukų (Turizmas atranda Lietuvą).

2004 metų rudenį pradėjo funkcionuoti Nacionalinė turizmo informacijos sistema (toliau – NTIS). NTIS kaupiami duomenys apie turizmo paslaugas ir išteklius, informacija apie turizmo produktus pateikiama per viešą svetainę www.travel.lt.

Per beveik keturis NTIS egzistavimo metus pasikeitė VTD ir, be abejonės, turisto, ieškančio informacijos internete, mobiliajame įrenginyje, poreikiai, keitėsi ir turizmo elektroninės rinkodaros, e-paslaugų, interneto žemėlapių technologijos. Šios Nacionalinės turizmo informacijos sistemos plėtros ir modernizavimo galimybių studijos ir techninės sistemos pertvarkymo užduoties dokumento parengimo tikslas yra nustatyti technologines NTIS plėtros ir modernizavimo galimybes, prioritetus ir priemones, reikalingus finansinius resursus. Sistema pradėjo veikti iškart dviem kalbomis: lietuvių ir anglų. Įgyvendinant Lietuvos Respublikos Vyriausybės programos priemones, NTIS kasmet turėjo būti įdiegiama nauja kalba. 2006 m. NTIS svetainėje pradėjo veikti rusų, lenkų ir vokiečių kalbos. 2007 m. pradėta diegti italų kalba. Pagrindinė problema su kuria buvo susidurta – informacijos trūkumas (Nacionalinė turizmo informacijos sistema). NTIS objektai, apie kuriuos kaupiami, tvarkomi ir teikiami duomenys, yra turizmo ištekliai :

- rekreaciniai ištekliai (gamtos ištekliai, kultūros objektai, poilsio infrastruktūros objektai);
- specialaus (dalykinio) intereso objektai (mokslo ir technikos centrai, verslo centrai, kongresų centrai, visuomeninių organizacijų centrai ir kiti turistinės traukos objektai).
- turizmo paslaugos:
 - kelionės organizavimo paslaugos;
 - turizmo informacijos paslaugos;
 - apgyvendinimo paslaugos;
 - maitinimo paslaugos;
 - pramogų, laisvalaikio ir kitos paslaugos;
 - vežimo paslaugos.

Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2002 m. spalio 29 d. nutarimu Nr. 1713 pritarta Lietuvos kurortų plėtros koncepcijai. Lietuvos Respublikos teritorijos administracinių vienetų ir jų ribų įstatymo (Žin., 1994, Nr. 60-1183; 2001, Nr. 41-1420) 3 straipsniu **kurorto statusas suteiktas Birštonui, Druskininkams, Neringai ir Palangai** (toliau vadinama - kurortai). Kurortą galima apibūdinti ir kaip turizmo, sporto bei poilsio objektą, padedantį kurti šalies

įvaizdį. Atvykę užsienio turistai sudaro sąlygas užmegzti naujus ekonominius ryšius, skatina investicijų pritraukimą, išsiveža šalies ekonominės, socialinės galios įspūdį.

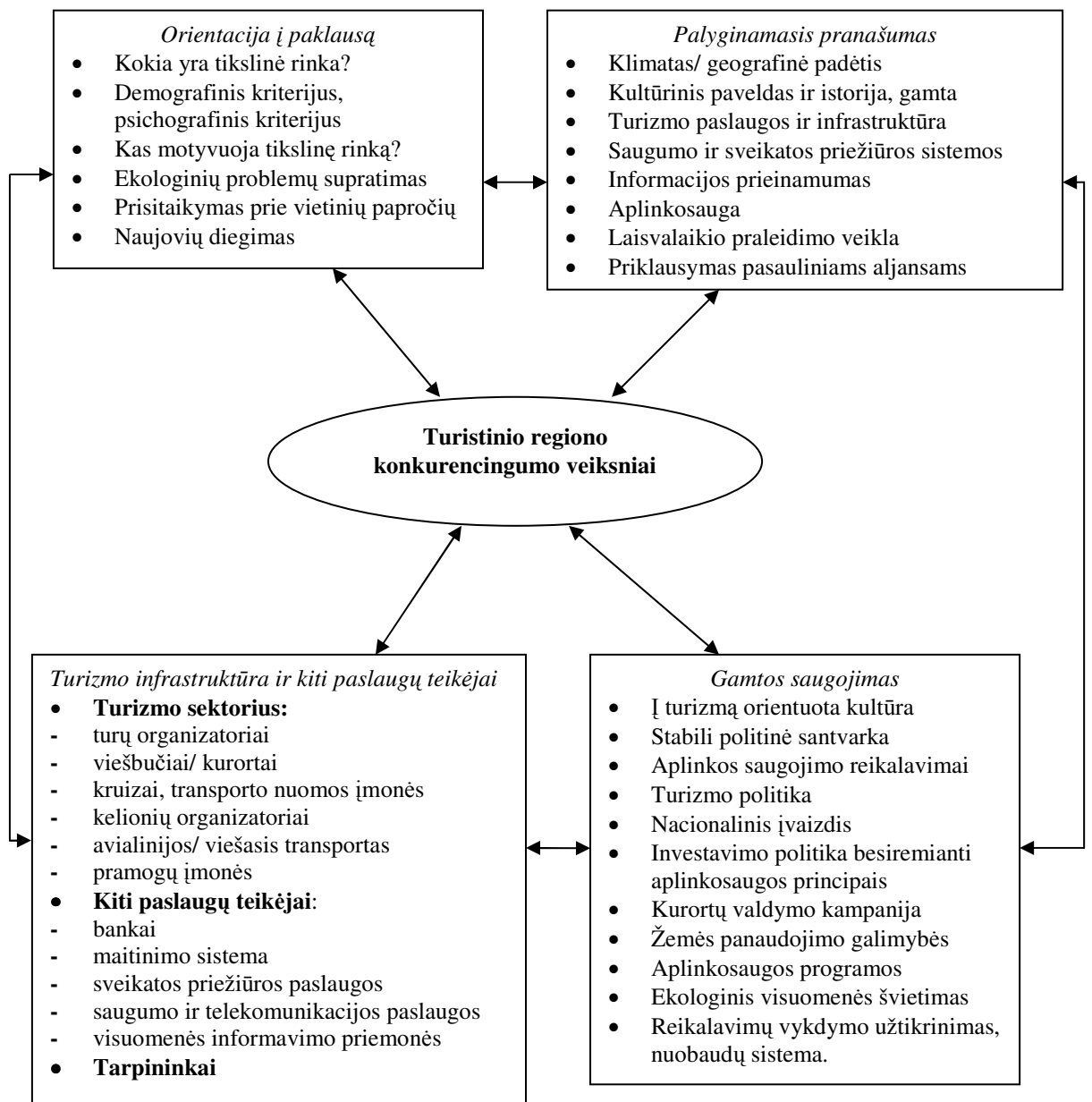
Kurortai yra tas varomasis mechanizmas, kuris realizuoja valdžios, vartotojų, bei paslaugų teikėjų gydymo ir rekreacijos srityse tikslus, atsižvelgiant į kiekvieno apribojimus ir skatinimus. Tai ta ašis, apie kurią sukasi visi kurortams darantys įtaką veikėjai: valstybės valdžios atstovai (vyriausybė, savivaldybės, politikai ir kt.), vartotojai bei paslaugų teikėjai. Didelę įtaką kurortų sistemai turi verslo aplinka.

Lietuvos kurortai – išskirtinės reikšmės Lietuvos Respublikos teritoriniai vienetai, teikiantys rekreacines paslaugas žmonių sveikatos atstatymui bei poilsiui ir turintys aukštą pridėdamąją vertę, formuojantys šalies įvaizdį. Ypatingą dėmesį reikia skirti gydomųjų kurortų plėtrai. Šie kurortai už paprastus kurortus pranašesni tuo, kad ištisus metus veikiančiose sanatorijose sukuriama pastovios darbo vietos. Papildomai darbo vietų atsiranda sezono metu, taip pat nepilnai darbo dienai. Tuo tarpu kurortuose gyventojų užimtumas smarkiai išauga tik sezono metu. Greta sanatorinio gydymo, kurortuose plečiamas paslaugų spektras: intensyvesnis kultūrinis gyvenimas (muzikos festivaliai ir jų ciklai, dailės plenerai ir parodos, mokslinės konferencijos).

Regiono palyginamasis pranašumas apima veiksnius, susijusius su makro ir mikro aplinka, kuri yra ypač svarbi kuriant konkurencinį turizmo rinkos pranašumą. Regiono galimybė lanksčiai reaguoti į besikeičiančią aplinką ir rinkos paklausą tiesiogiai įtakoja jo konkurencingumą pasaulinėje rinkoje. Organizuotos su turizmu susijusios infrastruktūros egzistavimas arba nebuvimas gali būti susijęs su regiono konkurencinėmis galimybėmis. Regiono gamtinių išteklių apsauga sukuria potencialą tolydžios turizmo rinkos konkurencingumui.

S.Hassan (2000) išskyrė keturis konkurencingumą lemiančius veiksnius (žr. 6 pav.):

- Palyginamasis pranašumas. Regiono palyginamasis pranašumas apima veiksnius, susijusius su makro ir mikro aplinka, kuri yra ypač svarbi kuriant konkurencinį turizmo rinkos pranašumą
- Orientacija į paklausą. Regiono galimybė lanksčiai reaguoti į besikeičiančią aplinką ir rinkos paklausą tiesiogiai įtakoja jo konkurencingumą pasaulinėje rinkoje.
- Pramonės struktūra. Organizuotos su turizmu susijusios infrastruktūros egzistavimas arba nebuvimas gali būti susijęs su regiono konkurencinėmis galimybėmis.
- Gamtos saugojimas. Regiono gamtinių išteklių apsauga sukuria potencialą tolydžios turizmo rinkos konkurencingumui.



6 pav. Turistinio regiono konkurencingumą lemiančių veiksnių sistema

Šaltinis: adaptuota autoriaus pagal Hassan, 2000

Plėtros priemonių vykdymas ir koordinavimas turėtų būti užtikrinamas per Vyriausybės programą ir Nacionalinę turizmo plėtros programą (*Turizmo plėtotės strategija*):

Vizija: Lietuva turtingos istorijos ir etninės kultūros, įvairaus gamtinio landšafto ir gamtinių išteklių turizmo šalis, teikianti įvairius aukštos kokybės turizmo produktus, tenkinančius individualius turistų poreikius.

Valstybės Misija - Formuoti ir įgyvendinti racionalią turizmo politiką, sukuriant palankias teisines, investicines sąlygas visiems turizmo verslo dalyviams efektyviai kurti

patrauklius turizmo produktus vidaus ir tarptautinėse rinkose, užtikrinant racionalų Lietuvos gamtinio, kultūrinio ir socialinio potencialo išnaudojimą, kas sąlygos konkurentišką integraciją į Europos ir pasaulinę turizmo rinką.

Bendras strateginis tikslas : Šiuolaikinės, atitinkančios pasaulio ir Europos kokybinius reikalavimus, turizmo infrastruktūros sukūrimas, leidžiančios kurti ir pateikti į tarptautinę turizmo rinką kokybiškus ir konkurencingus turistinius produktus, užtikrinančius pastovų vietinių ir atvykstančiųjų turistinių srautų didėjimą, bei pasiekti turizmo dalies bendrame vidaus produkte ES vidurkį (8%).

Siekiant įgyvendinti iškeltą tikslą, numatomos pagrindinės strateginės kryptys:

1. Užtikrinti ES kokybinius reikalavimus, atitinkančią šalies turizmo infrastruktūros bei gyvenamosios aplinkos kokybę, siekiant bendrų ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 metų ir tolimesnėje perspektyvoje tikslų.
2. Plėtoti apgyvendinimo sektoriaus pajėgumus, paslaugų ir pramogų įvairovę, užtikrinant jų kokybę.
3. Sukurti tarptautinio turizmo ir Lietuvos kaip patrauklios šalies įvaizdžio formavimo sistemą, skatinančią atvykstamojo turizmo plėtrą.
4. Racionaliai naudoti šalies kultūros paveldo ir gamtines vertybes, sukuriant Lietuvos kaip savito krašto identitetą stiprinančias naujas vertybes, suderinant ekonominės naudos ir aplinkos išsaugojimo tikslų dualizmą.

Formuojant valstybės turizmo politiką svarbu gerinti tarptautinius santykius, plėtoti naują partnerystę, kurti turizmo įvaizdį konkurencinėje aplinkoje.

1.5. Tarptautiniai turizmo plėtotės aspektai

Kadangi tarptautinis turizmas yra varomoji turizmo jėga, tai tarptautinis bendradarbiavimas yra neatsiejama turizmo plėtotės dalis. Tarptautinio turizmo plėtotei didelę įtaką turi ir tiesiogiai su turizmu nesusijusių tarptautinių santykių raida. Tarptautinis bendradarbiavimas turizmo srityje yra labai įvairus: pradedant susitarimais tarp valstybių ir baigiant tiesioginiu bendravimu tarp žmonių.

Svarbiausi tarptautinio bendradarbiavimo aspektai (Ūkio ministerija):

- *Lietuvos Respublikos tarpvalstybinės ir tarpžinybinės tarptautinio bendradarbiavimo sutartys turizmo srityje.*

Šiuo metu pasirašyta 12 tokių sutarčių: su Baltarusija, Graikija, Gruzija, Italija, Kazachstanu, Kipru, Lenkija, Portugalija, Rusija, Turkija, Ukraina, Uzbekistanu. Artimiausiu

metu planuojama tokias sutartis pasirašyti su Bulgarija, Islandija, Ispanija, Kroatija, Slovėnija, Vengrija ir trišalę su Estija ir Latvija. Šiomis sutartimis apibrėžiami draugiški šalių santykiai plėtojant tarptautinį turizmą, sudaromos prielaidos išskylančių problemų sprendimui bei tolimesniai tiesioginiai bendradarbiavimai. Be to, daugelis šių šalių yra prioritetinės bei potencialios turizmo rinkos, todėl su šiomis šalimis turi būti plečiami tarptautiniai ryšiai.

- *Lietuvos Respublikos ir įvairių institucijų bei organizacijų dalyvavimas tarptautinių organizacijų veikloje.*

2002 m. Lietuva įstojo į Europos kelionių komisiją (ETC). Ši organizacija užsiima šalių narių rinkodara ir rinkotyra tolimose turizmo rinkose: JAV, Kanadoje, Lotynų Amerikoje, Japonijoje, Australijoje, Kinijoje, taip pat aktyviai bendradarbiauja su ES institucijomis, susijusiomis su turizmo plėtote.

Baltijos jūros šalių komisijos (BTC) nariai yra 7 Lietuvos įstaigos ir įmonės. Jos dalyvauja BTC rengiamose konferencijose, verslo misijose ir parodose. Šios organizacijos pagrindinis tikslas – pristatyti Baltijos jūros šalių turizmo galimybes tolimesnėms rinkoms bei tarpusavio bendradarbiavimo plėtojimas.

- *Lietuvos įstaigų ir įmonių tarptautinis bendradarbiavimas vykdant komercinę bei kitokią veiklą.*

Tai ir įvairūs tarptautiniai projektai, ir savivaldybių bendradarbiavimas, ir tiesioginiai kontaktai tarp turizmo veikla užsiimančių objektų.

- *Integracija į ES.*

Viena iš pagrindinių Lietuvos integracijos į ES sąlygų yra Lietuvos teisės aktų, reglamentuojančių turizmo sektorių, suderinimas su ES teisės aktais. Tai garantuoja vienodas paslaugų teikimo sąlygas, steigimosi galimybes, suvienodina konkurencijos sąlygas bei garantuoja vienodą turistų teisių apsaugą ES vidaus rinkoje.

Lietuvos Respublikos įstatymai ir institucijų sistema sudaro sąlygas visiškai įgyvendinti Tarybos 1998 m. gruodžio 22 d. sprendimo 86/664/EEC, steigiančio konsultavimo ir bendradarbiavimo procedūrą, turizmo srityje reikalavimus.

- *Direktyva 90/314/EEC.*

Ši direktyva skirta kelionės organizavimo paslaugų vartotojų teisių apsaugai užtikrinti. Ši direktyva nustato informacijos turistui pateikimo tvarką, būtinybę sudaryti turizmo paslaugų teikimo sutartis ir šių sutarčių sąlygas bei privalomą sąlygą kelionių organizatoriams turėti pakankamas finansines garantijas. Lietuvos Civilinis kodeksas, Turizmo įstatymas ir Kelionės organizavimo paslaugų teikimo taisyklės bei Kelionės organizavimo paslaugų finansinių garantijų taisyklės suderintos su minėtos direktyvos nuostatomis.

Turizmas yra tikrai tarptautinė veikla, greitoje transformacijoje atspindinti informatyvios/informacinės visuomenės pažangą. Viena vertus, pramonė yra įvairių valstybinių institucijų ir intervencijų junginys, kita vertus intensyvių ir nesukoordinuotų veiksmų priimtų begalybės mažų veikėjų. Tiek iš valstybinės, tiek iš privačios pusės yra veiksmų nesuderinamumas, kas apsunkina atpažinimo ir naudojimo galimybes didesnėms strateginėms iniciatyvoms šioje srityje (Roest, 2004).

Jei išnaudota iniciatyviai, turizmo jėga gali būti panaudota skatinant milžiniškus ekonominius, aplinkos ir socialinius pelnus/naudas. Tai reikalauja konstruktyvaus bendradarbiavimo tarp vienatipių veikėjų su skirtingomis kompetencijomis, perspektyvomis ir interesais, ir gan dažnai potencialiai svarbioms iniciatyvoms trūksta stimulo. Tai ką IKED (International Organisation For Knowledge Economy And Enterprise Development) apžvelgė, esminės nepanaudotos galimybės egzistuoja palankiam bendradarbiavimui tarp viešojo ir privataus sektorių Baltijos jūros regione. Sustiprėję kaimyniniai glaudūs ryšiai pačiame regione galėtų padėti įgyvendinti didesnę dinamiškumą veikloje.

Anot M. Roes (2004), progresas sutvirtinant Turizmo vystymąsi ir sustiprinant jo indėlį į regiono ekonomiką ir bendruomenes gali būti pasiektas, jei tam tikras skaičius svarbių svarstytiųjų klausimų yra sėkmingai nukreipti:

1) *Regiono marketingas* yra tvarkomas/vykdomas keliuose lygmenyse skirtingų veikėjų, bet ta pačia kryptimi gan panašiais veikimo būdais. Turėtų būti įmanoma gauti ekonominę naudą per trumpą laiką dėl geresnio koordinavimo, turint omenyje sinergijų priviliojimą sudominant/patraukiant regioninio marketingo pastangomis. Paklausos įvertinimas ir ekonominiai rezultatai galėtų būti palengvinti su įvadu apie standartinius įvertinimo būdus ir didesnę suprantamumą apie išlaidų įpročius susijusius su Turizmu, ir netgi bendrus paskirstymo kanalus. Iš marketingo pusės, bendra platforma su bendra pagrindine brendo identifikacija, galėtų sustiprinti regiono įvaizdį potencialiems lankytojams kaip galimą Turizmo ir Kelionės tikslo pasirinkimą. Tai galėtų pasiūlyti geresnes perspektyvas naujoms tarptautinėms sąjungoms/aljansams tarp jungtinių iniciatyvų, suteikiant kiekvienai šaliai lankstumą prisistatant patiems.

2) *Turizmo industrijos veiklos įvertinimas* daugeliu atvejų remiasi informacija, paremta kartais netiksliais industrinių standartų, kurie nelabai aiškiai atspindi su Turizmu susijusią veiklą. Įstatymų leidėjai yra priversti pasikliauti pasenusia ar nesuderinta informacija iš komercinių šaltinių, kad suformuoti veiklos strategiją. Vis dėlto, jei regioninės atstovybės yra tinkamai informuotos, turi būti svarstomas papildomų ir labiau veiksmingų metodų ir įrankių įgyvendinimas, tam, kad parodyti, kaip gerai sektorius veikia ekonomiškai. Tai yra sunki, bet įmanoma užduotis.

3) *Profesinis mokymas.* Veikėjų įgūdžiai ir kompetencijos Turizmo srityje tiesiogiai veikia pramonės rezultatus. Profesionalūs, draugiški ir patikimi aukštos kokybės paslaugų tiekėjai sudaro esminę įtaką pramonės suvokimui. Yra svarbu nurodyti vieną pavyzdį, tokį kaip „Guide Rouge“ pademonstruojant, kokie atsiranda skirtumai jei yra aiškumas ir įnirtinga konkurencija tarp veikėjų, norint nustatyti ryšį su vartotojų interesais. Mokymo standartų apibūdinimas ir įgyvendinimas įvairiose Turizmo industrijos veiklos ir profesijų srityse aprūpina darbdavius, darbuotojus ir mokytojus su praktine informacija ir tikslais, uždaviniais, reikalingais Turizmo profesijų atlikimui.

2. ESAMOS TURIZMO SITUACIJOS TYRIMAS

2.1. Tyrimo metodika ir organizavimas

Tyrimo tipas ir duomenų rinkimo metodai. Esamos turizmo situacijos būklės įvertinimui buvo atliekama: dokumentų, reglamentuojančių turizmo veiklą Lietuvoje; turizmo išteklių ir paslaugų; Lietuvos turizmo PEST ir SSGG; turizmo įmonių vadovų turizmo politikos suvokimo tyrimai.

Turizmo įmonių vadovų turizmo politikos suvokimo būklės tyrimui buvo pasirinktas kiekybinis metodas. Darbo autorės nuomone, atliekant kiekybinį tyrimą sudaromos palankios sąlygos apklausti didesnę skaičių respondentų bei gauti išsamią informaciją apie tai, ar turizmo įmonių vadovai yra susipažinę su valstybinio lygio turizmo plėtros strateginėmis kryptimis ir turizmo plėtrotės formavimo ypatumais.

Atliekant kiekybinę apklausą, respondentai atsakinėjo į anketos klausimus jiems patogiu metu, buvo išsaugotas jų suteiktos informacijos privatumas.

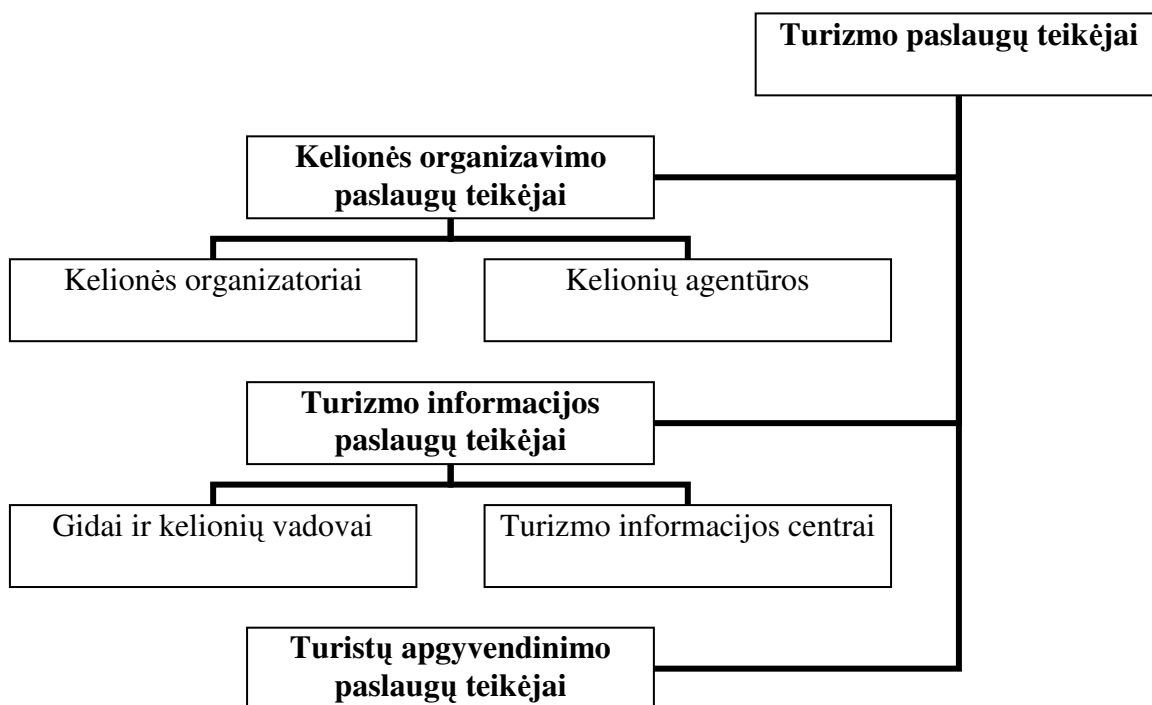
Tyrimo instrumentas. Tyrimo tikslui ir uždaviniams įgyvendinti darbo autorė sukūrė tyrimo instrumentą - respondentų kiekybinės apklausos anketą, sudarytą iš 14 klausimų. Juos sudarė 3 klausimų blokai:

1. Klausimai skirti nustatyti, ar turizmo įmonių vadovai yra susipažinę su Lietuvos turizmo plėtros strategijomis ir programa.
2. Klausimai skirti įvertinti turizmo plėtrotės formavimo ypatumus.
3. Klausimai skirti informacijai apie respondentus surinkti.

Tyrimo vieta, imtis ir organizavimas. Anketinė apklausa buvo vykdoma apklausiant turizmo įmonių vadovus Lietuvoje. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas reglamentuoja turizmo paslaugų teikėjus, kuriuos galima sugrupuoti į keletą grupių (žr. 7 pav.).

Kaip matome, turizmo paslaugas teikia daugybė nepriklausomų, skirtinga veikla užsiimančių įmonių, kurias tikslinga suskirstyti į dvi grupes: 1) specializuotos turizmo paslaugas teikiančios įmonės (kelionės organizatoriai, kelionių agentūros, turizmo informacijos centrai), kurių veikla tiesiogiai susijusi su turizmo paslaugų teikimu; 2) paslaugas teikiančios įmonės (maitinimo, apgyvendinimo, transporto įmonės), kurių veikla nėra nukreipta vien tik turizmo paslaugų teikimui.

Tyrimo dalyvavo ir specializuotos turizmo paslaugas, ir apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių bei kaimo turizmo sodybų, savo veiklą vykdančių visoje Lietuvoje, vadovai. Tyrimui atlikti buvo parengta 200 anketų, tačiau duomenų apdorojimui buvo tinkamos 122 anketos.



7 pav. Turizmo paslaugų teikėjų klasifikacija

Šaltinis: Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. 1998 m. kovo 19 d. Nr. VIII-667, Vilnius.

Tyrimą atliko pati darbo autorė. Su turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovais buvo bendrauta nuvykus į jų darbo vietą, telefonu arba elektroniniu paštu. Pastebėtina, kad daugiausiai duomenų apdorojimui tinkamų anketų gauta tiesiogiai bendraujant su įmonių vadovais, o mažiausiai – siunčiant jas elektroniniu paštu.

Tyrimo laikas. Tyrimas vyko 2009 m. gruodžio mėn. – 2010 m. kovo mėn.

Duomenų apdorojimas. Statistinei gautų duomenų analizei naudojamas Exel (2003) programinis paketas, kuriuo skaičiuojama aprašomoji statistika. Taikant matematinės statistikos metodą duomenys pateikiami paveiksluose, analizuojami ir apibendrinami.

2.2. Nacionalinė turizmo plėtros 2007-2013 metų programos analizė

Lietuvos turizmo sektoriaus valdymo ir finansavimo vertinimas: Lietuvoje turizmo sektoriaus valdymo funkcijas atlieka Lietuvos Respublikos Vyriausybė, Ūkio ministerija, Valstybinis turizmo departamentas, apskričių viršininkai ir savivaldybės. Šalyje veikia turizmo verslo atstovus vienijančios asociacijos, taip pat ir savaveiksmio turizmo organizacijos. Turizmo rinkodaros projektams įgyvendinti įsteigta viešoji įstaiga Lietuvos turizmo plėtros agentūra, o

kurortų plėtros stebėsenai ir tyrimams atlikti – viešoji įstaiga Lietuvos kurortologijos tyrimų centras.

Svarbiausias šalies turizmo problemas nagrinėja, vertina ir pasiūlymus, kaip jas spręsti, teikia Turizmo taryba, kurią sudaro valstybės institucijų, Lietuvos savivaldybių asociacijos, turizmo verslo atstovus vienijančių asociacijų ir savaveiksmių turizmo organizacijų atstovai. Turizmo tarybos darbas organizuojamas jos komisijų pagrindu.

Valstybinio turizmo departamento veikla grindžiama Lietuvos turizmo plėtros strategijos kryptimis, pateiktomis Valstybės ilgalaikės raidos strategijoje ir Lietuvos ūkio (ekonominės) plėtros iki 2015 metų ilgalaikėje strategijoje. Pagrindinis turizmo sektoriaus plėtrą reglamentuojantis vidutinės trukmės strateginis dokumentas – Nacionalinė turizmo plėtros programa. Parengtos ir įgyvendintos 3 nacionalinės turizmo plėtros programos.

Nacionalinėje turizmo plėtros 2003–2006 metų programoje, patvirtintoje Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2003 m. gruodžio 18 d. nutarimu Nr. 1637 (Žin., 2003, Nr. 121-5481), nurodyti 3 pagrindiniai tikslai, kuriems įgyvendinti numatytos 58 tikslinės priemonės. Šios programos priemonėms įgyvendinti Valstybiniam turizmo departamentui 2003–2006 metais skirta 13,8 mln. litų Lietuvos Respublikos biudžeto lėšų, iš kurių 2003 metais – 1,8 mln. litų, 2004 metais – 2,9 mln. litų, 2005 metais – 3,8 mln. litų ir 2006 metais – 5,3 mln. litų (2007 metais skirta 8,4 mln. litų).

Lietuvos pasirengimas narystei ir narystė Europos Sąjungoje (toliau vadinama – ES) suteikė daug galimybių pasinaudoti specialiuųjų ES programų ir struktūrinių fondų parama. Bendra ES parama turizmo plėtrai 2004–2006 metais buvo beveik 520 mln. litų, ES struktūrinių fondų parama – 88 procentai, PHARE – 6 procentai, INTERREG – 5 procentai, SAPARD – tik 1 procentas.

Pagal Lietuvos 2004–2006 metų bendrąjį programavimo dokumentą, patvirtintą Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2004 m. rugpjūčio 2 d. nutarimu Nr. 935 (Žin., 2004, Nr. 123-4486) (toliau vadinama – BPD), turizmo plėtrai skirta 410 mln. litų. Daugiausia lėšų skirta 3 prioriteto 4 priemonėje „Viešoji turizmo infrastruktūra ir paslaugos“ nurodytai veiklai vykdyti. Parama suteikta 45 projektams (skirta 332 mln. litų). Turizmo paslaugoms plėtoti ES struktūrinių fondų parama buvo skiriama pagal BPD 3 prioriteto 1 priemonės „Tiesioginė parama verslui“ veiklos rūšių grupę „Apgyvandinimo, konferencijų ir pramogų objektų kūrimas ir plėtra bei kultūros ir istorinio paveldo objektų pritaikymas turizmo poreikiams“, finansuota 14 projektų (78 mln. litų).

Savivaldybių pateiktais duomenimis, 2003–2006 metais savivaldybės iš savo biudžetų turizmui plėtoti skyrė 81 mln. litų (2003 metais skirta 16 mln. litų, 2004 metais – 20 mln. litų, 2005 metais – 19 mln. litų, 2006 metais – 26 mln. Litų).

Turizmo teisinės bazės ir planavimo dokumentų vertinimas: 2003–2006 metais turizmo sektoriaus teisinio reguliavimo bazė patobulinta 2002 metais priėmus naujos redakcijos Lietuvos Respublikos turizmo įstatymą ir naujus apgyvendinimo, kelionės organizavimo ir turizmo informacijos paslaugų teikimą reglamentuojančių įstatymų įgyvendinamuosius teisės aktus.

Nagrinėjamu laikotarpiu sukurta kurortų plėtrą reglamentuojanti teisinė bazė. Lietuvos Respublikos teritorijos administracinių vienetų ir jų ribų įstatyme apibrėžtas kurorto statusas ir kurortinės teritorijos statusas, o Kurortų statuso suteikimo gyvenamosioms vietovėms reikalavimų apraše, Kurortinės teritorijos statuso suteikimo gyvenamosioms vietovėms reikalavimų apraše ir Kurorto ar kurortinės teritorijos statuso suteikimo gyvenamosioms vietovėms ir panaikinimo taisyklėse nustatyti konkretūs kurorto ir kurortinės teritorijos statuso įgijimo reikalavimai ir tvarka. Pakeistas Lietuvos Respublikos rinkliavų įstatymas – įteisinta rinkliava kurortuose už naudojimąsi viešąja kurortų infrastruktūra. Siekdama kuo tinkamiau naudotis Lietuvos kurortų potencialu ir spręsti kurortų plėtros ir veiklos sezoniškumo problemas, Ūkio ministerija 2003–2006 metais parengė studijas: kurorto statuso Lietuvoje reglamentavimo studiją, kurortinės rinkliavos Lietuvoje nustatymo, galimybių ir pasekmių įvertinimo praktinių taikymo priemonių parengimo studiją, tarptautinių konferencijų turizmo plėtros programinę studiją, golfo laukų plėtros Lietuvoje galimybių analizę ir studiją.

Valstybiniuose parkuose (saugomose teritorijose) rekreacijos ir viešosios turizmo infrastruktūros plėtrą, vadovaudamasi planavimo dokumentais ir parkų nuostatais, organizuoja šių parkų direkcijos. Turizmo plėtrą saugomų teritorijų sistemoje reglamentuojančių planavimo dokumentų 2003–2006 metais labai padaugėjo. Taigi turizmo plėtros galimybės Lietuvos saugomose teritorijose dar labiau reglamentuotos ir kryptingai orientuotos į ekologinį (pažintinį) (toliau vadinama – ekologinis) ar aktyvaus poilsio turizmą: šiems tikslams įrengta viešoji infrastruktūra (pažintiniai takai, poilsio ir apžvalgos vietos privatus sektorius orientuotas į darnią rekreacinių paslaugų plėtrą, pirmenybė teikiama kaimo turizmui. Aplinkosaugos ir veiklos prioritetus nustatantys valstybinių parkų tvarkymo planai, informacinės nuorodos), juridškai įteisina parkų teritorijos skirstymą į funkcines ir tvarkomas zonas, kurioms būdingas skirtingas naudojimo režimas, apibrėžiantis turizmo ir rekreacijos plėtros galimybes kiekvienoje valstybinio parko vietoje ir infrastruktūros sistemos plėtrą visoje saugomoje teritorijoje. Saugomose teritorijose yra didžiausias šalies rekreacinis potencialas, tačiau jis kol kas naudojamas nepakankamai, nes pirmenybė teikiama apsaugai ir reguliuojamam lankymui, o ne rekreacinei gamtonaudai, t. y. rekreacinės veiklos zonos yra minimalios, o ūkinės veiklos zonose neišskiriamas poilsio veiklos prioritetas. Taigi neatsižvelgiama į visus turizmo infrastruktūros

plėtos poreikius, o infrastruktūros stoka riboja turizmo veiklą, trukdo plačiau naudotis esamomis rekreacinėmis galimybėmis.

Dėl sudėtingos kultūros vertybių registravimo tvarkos, tikslų registravimo ir priežiūros reglamentų nebuvimo, aiškiai neapibrėžtų kultūros vertybių tvarkybos reglamentų kultūros vertybes pritaikyti turizmui gan sunku. Kultūros paveldo objektų pritaikymas turizmui ir viešiesiems poreikiams užtikrintų šių objektų išsaugojimą ir sudarytų sąlygas organizuoti juose kultūrinio, dalykinio turizmo ir poilsio veiklą, skatintų regionų plėtrą.

Darni turizmo plėtra užtikrinama planuojant turizmo plėtrą ir rengiant turizmo specialiojo teritorijų planavimo dokumentus pagal Turizmo ir rekreacijos schemų ir planų (projektų) rengimo taisykles. Valstybinis turizmo departamentas nuo 2005 metų pradėjo rengti nacionalinės svarbos viešosios turizmo infrastruktūros specialiuosius planus: nacionalinių dviračių turizmo trasų specialųjį planą, nacionalinių vandens turizmo trasų specialųjį planą ir nacionalinių autoturizmo trasų specialųjį planą. Parengti ir patvirtinti specialieji planai leis nustatyti turizmo plėtos regioninius prioritetus ir rengti ir įgyvendinti viešosios turizmo (aktyvaus poilsio) infrastruktūros projektus, naudojantis ES struktūrinių fondų ir kitais finansavimo šaltiniais. Įgyvendinami aktyvaus poilsio infrastruktūros projektai skatins investuoti ir į turizmo paslaugų infrastruktūros plėtrą. Plėtojama turizmo infrastruktūra atvers galimybes tinkamiau naudoti šalies rekreacinius ir kultūrinius išteklius aktyviam poilsiui organizuoti, vietiniam ir atvykstamajam turizmui skatinti, o didėjanti paklausa skatins turizmo paslaugų verslo plėtrą, naujos darbo vietos padės spręsti socialines problemas.

Darniai turizmo plėtrai svarbūs ir kiti valstybės ir vietos savivaldos lygmens turizmo plėtos planavimo dokumentai, parengti pagal Nacionalinės turizmo plėtos 2007–2013 metų programos įgyvendinimo priemonės ir sudarysiantys sąlygas rengti specialiuosius turizmo planus. Per šį laikotarpį Valstybinio turizmo departamento užsakymu parengtos 26 valstybinio ir vietos savivaldos lygmens turizmo plėtos galimybių studijos. Jose aptarti tam tikrų vietovių gamtos, kultūros ir žmogiškųjų išteklių potencialo naudojimo turizmui plėtoti veiksmai, nustatyti viešosios turizmo infrastruktūros projektų rengimo prioritetai ir turizmo skatinimo savivaldybėse priemonės.

2003–2006 metais ypač suaktyvėjo turizmo plėtos strateginis planavimas apskrityse ir savivaldybėse. Šalies apskričių ir savivaldybių parengtuose ar rengiamuose jų plėtos planuose ir teritorijų planavimo dokumentuose aptariami turizmo plėtos klausimai. Daugeliui apskričių ir savivaldybių turizmas – viena iš prioritetinių regiono plėtos kryptių. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas nustato sąlygą koordinuoti turizmo plėtos planavimą tiek valstybiniu, tiek vietos savivaldos lygmenimis, vadovaujantis Nacionaline turizmo plėtos programa. Kad gerėtų turizmo planavimo rezultatai, racionaliau būtų plėtojamas turizmo sektorius, geriau naudojami

finansiniai ir žmogiškieji ištekliai, tiek Valstybinis turizmo departamentas, tiek apskričių viršininkai turėtų labiau prisidėti prie turizmo plėtros planų koordinavimo. Turizmas visų pirma turėtų būti plėtojamas didžiausią rekreacinį potencialą turinčiuose turistiniuose centruose (kurortuose, kurortinėse teritorijose) ir vietovėse (pajūryje, Žemaitijos aukštumose, Nemuno zonoje, rytų Aukštaitijoje, pietų Dzūkijoje, valstybiniuose parkuose), kurie nustatyti turizmo strateginiuose ir teritorijų planavimo dokumentuose.

Vykdyti strateginį ir teritorinį turizmo planavimą ar rengti turizmo projektus visų pirma kliudo statistikos duomenų ir operatyvios informacijos visuomenei stoka. Esama turizmo statistikos apskaita neatitinka didėjančių rinkos poreikių, kliudo tinkamai vertinti ir planuoti turizmo sektoriaus veiklą. **Siekiant užtikrinti turizmo sektoriaus plėtros stebėseną ir gerinti planavimą, tikslinga tobulinti turizmo statistikos apskaitą, sistemingai vykdyti tarptautinio ir vietinio turizmo statistinius tyrimus** (Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas dėl nacionalinės turizmo plėtros 2007-2013 m. programos patvirtinimo).

2.3. Turizmo išteklių ir paslaugų tyrimas

Išnagrinėjus Nacionalinę turizmo plėtros programą ir Bendrąjį programavimo dokumentą, galima išskirti sekančias turizmo išteklių ir plėtros galimybes:

1. Lietuva turi didelį gamtinį turizmo potencialą: pajūrio gamtinis kompleksas, vidaus vandenų telkiniai (Lietuvoje yra 2850 ežerų, 760 upių) ir miškai, augantys 32 procentuose šalies teritorijos. Turizmui ypač patrauklios saugomos teritorijos (5 nacionaliniai ir 30 regioninių parkų, 26 draustiniai), kurių bendras plotas 2003–2006 metais padidėjo daugiau kaip 3 procentais (15,3 procento visos šalies teritorijos). Į saugomų gamtinių teritorijų pritaikymą lankyti investuota apie 10 mln. litų, įrengta 120 pažintinių takų, 390 poilsio vietų, per 50 apžvalgos aikštelių, 11 lankytojų centrų. Būtina aktyviau plėtoti saugomų teritorijų viešąją turizmo infrastruktūrą. Įrengus mokomuosius ir pažintinius takus, turizmui galėtų būti pritaikytos Lietuvos pelkės, kurios gamtinėmis vertybėmis ir unikalumu gali privilioti daug užsienio turistų.

2. Gausūs kurortų gydomieji ir rekreaciniai ištekliai gali patenkinti didžiulius sveikatingumo paslaugų ir kurortų plėtros poreikius. Kurorto statusą turi Birštono, Druskininkų, Neringos ir Palangos miestai, kuriuose gausu moksliskai ištirtų mineralinio vandens ir gydomųjų durpių išteklių, sveikatinimui (reabilitacijai) palankus mikroklimatas. Kurortų gamtos išteklių pakanka ir intensyvesnei rekreacinei veiklai plėtoti. Druskininkuose ir Birštone šiai veiklai tinkami vidaus vandenys ir rekreaciniai miškai, Palangoje – Baltijos jūra, jūros paplūdimiai, rekreaciniai miškai, unikalus botanikos parkas, Neringoje – Baltijos jūra, Kuršių marios, paplūdimiai ir kopos, rekreaciniai miškai. Rekreacijai ir ypač aktyviam poilsiui kurortai dar per

mažai naudoja miškų potencialą ir vandens telkinius. Palangos ir Neringos kurortų patrauklumą ateityje gali mažinti paplūdimių erozija ir negerėjanti paplūdimių infrastruktūra. Lietuvos kurortų plėtros prioritetas – sveikatingumo ir reabilitacijos veikla. **Taigi ypač daug dėmesio turi būti skiriama didelį gydomųjų išteklių potencialą turinčių kurortų ir kurortinių teritorijų plėtrai – pirmiausia plėtojama sveikatingumo, aktyvaus poilsio ir turistų apgyvendinimo infrastruktūra ir kartu veiksmingiau naudojamas esamas potencialas.**

3. Didžiulį rekreacinį potencialą turintys miškai naudojami lankymui ir visuomenės poilsiui organizuoti, šiems tikslams įrengta rekreacinė infrastruktūra. Valstybinės įmonės miškų urėdijos kasmet miškuose įrengia, atnaujina, tvarko ir prižiūri įvairius rekreacinius objektus. Per 2002–2006 metus šiems tikslams išleista daugiau kaip 16 mln. litų miškų urėdijų lėšų. Pagrindinės rekreacinės infrastruktūros plėtros kryptys ne trumpiau kaip 20 metų numatomos regiono mastu rengiamose miškų tvarkymo schemose, o konkrečios tvarkymo priemonės – miškų urėdijų miškų ūkio veiklos planuose ir individualiuose rekreacinių objektų projektuose. Siekiant skatinti miškų rekreacinį naudojimą, generalinio miškų urėdo 2006 m. kovo 30 d. įsakymu Nr. 1B-77 patvirtinta Rekreacinės infrastruktūros plėtros ir tvarkymo valstybiniuose miškuose programa 2006–2008 metams. Taigi spartesnę rekreacinės infrastruktūros plėtra, aktyvesnę informacijos apie miškų rekreacines galimybes sklaidą, teisinio miškų pritaikymo ne tik lankymui, bet ir turizmui reguliavimo tobulinimas turėtų tapti geresnio miškų rekreacinių išteklių naudojimo turizmo reikmėms veiklos kryptimi.

4. Lietuvos kultūros vertybių registre užregistruota apie 25000 kultūros paveldo objektų, iš jų daugiau kaip 7000 – valstybės saugomi kultūros paveldo objektai. Turizmui svarbios išlikusios pilys, gynybinio paveldo objektai, bažnyčios ir vienuolynai, dvarai ir dvarų sodybos, istoriniai parkai, etnografiniai kaimai ir pramonės paveldas. Didelį turistų susidomėjimą kelia į UNESCO pasaulio paveldo sąrašą įtraukti Vilniaus senamiestis, Kuršių nerija, Valstybinis Kernavės kultūrinis rezervatas, Struvės geodezinio lanko objektai, nematerialaus paveldo sąrašė esantys Lietuvos kryždirbystė ir lietuvių dainų švenčių tradicija ir simbolika. Prie kultūrinio turizmo plėtros itin prisideda unikalūs Lietuvos sakralinis paveldas. Siekiant išlaikyti didžiulę meninę vertę turinčius kulto objektus ir naudoti juos turizmui, ypač piligriminiam, plėtoti, svarbu tenkinti keliaujančiųjų poreikius, sukurti atitinkamą aplinkos infrastruktūrą, sudaryti turizmo maršrutus. Kultūrinį turizmą gali skatinti muziejuose sukauptų archeologijos, istorijos, meno ir kitokių kilnojamųjų kultūros vertybių gausa, plečiant jų eksponavimo galimybes: šalyje veikia 3 nacionaliniai muziejai, 15 respublikinių muziejų ir 3 apskričių muziejai, 63 savivaldybių muziejai (kraštotyros ir memorialiniai), 18 žinybinių muziejų ir 7 nevalstybiniai muziejai.

Kultūros paveldo objektų pritaikymas viešiesiems turizmo poreikiams finansuotas ES struktūrinių fondų lėšomis. 2004–2006 metais pagal BPD 3 prioriteto 4 priemonės „Viešojo

turizmo infrastruktūra ir paslaugos“ veiklos rūšių grupę „Viešųjų kultūros ir istorijos paveldo objektų ir nenaudojamų pastatų atstatymas, restauravimas ir pritaikymas viešiesiems turizmo poreikiams“ finansuota 15 projektų, skirta daugiau kaip 80 mln. litų paramos, iš jų 50 mln. litų – 9 dvarų sodybų pritaikymo viešiesiems turizmo poreikiams projektams įgyvendinti. Tai sudaro 24 procentus visos 3 prioriteto 4 priemonei „Viešoji turizmo infrastruktūra ir paslaugos“ skirtos paramos. Pagal BPD 3 prioriteto 1 priemonę „Tiesioginė parama verslui“ tik vienam projektui įgyvendinti skirta 3,5 mln. litų (kultūros paveldo objektui pritaikyti turizmo paslaugų plėtrai).

Didžiama kultūros paveldo objektų – nepatenkinamos arba net avarinės būklės, mažai naudojami viešiesiems poreikiams ir neparengti eksponuoti, o tai mažina jų patrauklumą turistams. Kasmet visiems paveldo objektams prižiūrėti ir restauruoti valstybė skiria itin mažai lėšų (apie 20 mln. litų). Didžiama dvarų, turinčių kultūros vertybės statusą, priklauso privatiems savininkams, ir jų pritaikymas turizmo poreikiams priklauso nuo privačios iniciatyvos ar nuosavo turto naudojimo tikslų. Turizmo požiūriu vertingiausi paveldo objektai – Lietuvos pilys, tačiau daugelis jų tik iš dalies naudojami turizmui. Kultūros paveldo objektus naudoti turizmui dažnai trukdo nepritaikyta turistams lankyti aplinka ir patys objektai, viešosios turizmo infrastruktūros ir turistinių paslaugų, o neretai ir planavimo bei iniciatyvos stoka.

5. Kvalifikuoti darbuotojai irgi kuria turizmo paslaugų teikėjų ir visos šalies turizmo įvaizdį. Turizmo plėtra skatina kurti darbo vietas apgyvendinimo ir maitinimo įmonėse, kituose sektoriuose, pvz., prekybos, transporto, finansinio tarpininkavimo, nuomos, reklamos. Viešbučių ir restoranų darbuotojų pastaraisiais metais daugėjo: 2005 metais jų jau buvo 33,1 tūkstančio. Tačiau, 2005 metų duomenimis, Lietuvos viešbučiuose ir restoranuose dirbo tik 2,3 procento visų šalies darbuotojų (Slovakijoje – 4,1 procento, Čekijoje – 3,8 procento, Estijoje – 3,6 procento). Lietuvai tapus ES nare, daug viešbučių ir restoranų specialistų išvyksta į kitas ES valstybes visų pirma dėl mažo darbo užmokesčio (2006 metų III ketvirtį sudarė 60 procentų vidutinio darbo užmokesčio Lietuvoje).

Turizmo paslaugų sektoriaus darbuotojus Lietuvoje rengia 4 universitetinės aukštosios mokyklos, 8 aukštosios mokyklos (kolegijos) ir 20 profesinių mokyklų. Universitetai ir kolegijos rengia darbuotojus apgyvendinimo ir kelionių organizavimo paslaugų įmonėms. 2006 metais šios mokymo įstaigos parengė 350 turizmo specialistų, iš jų 90 – universitetai ir 260 – kolegijos. Turizmo profesijų darbuotojų poreikis priklauso nuo užsienio ir vietos turistų gausėjimo, sezoniškumo ir bendros turizmo paslaugų sektoriaus plėtros. Įvairaus lygio turizmo specialistus rengiančių mokymo įstaigų yra visuose svarbiausiuose turizmo plėtros regionuose. Darbdavių teigimu, didžiausia profesinio rengimo problema – studentų praktinio pasirengimo, sisteminių žinių ir motyvacijos stoka. Siekdamas spręsti esamas problemas, Profesinio mokymo metodikos centras įgyvendina projektą „Nacionalinės profesinio rengimo standartų sistemos

plėtra“. Pagal šį projektą, be kita ko, bus tiriamas specialistų poreikis, rengiami su turizmo sektoriumi susijusių profesijų standartai.

Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme nustatytas funkcijas 9 apskričių viršininkų administracijose atlieka 12 turizmo darbuotojų, 26 savivaldybių administracijose turizmo klausimais dirba po vieną darbuotoją, 12 savivaldybių administracijų įsteigti turizmo padaliniai, kitose 22 savivaldybėse neįsteigtos pareigybės tiesioginėms turizmo funkcijoms atlikti. Už turizmo koordinavimą ir plėtrą atsakingų valstybės institucijų ir savivaldybių tarnautojų ir kitų turizmo sektoriaus darbuotojų mokymą ir kvalifikacijos tobulinimą inicijuoja Valstybinis turizmo departamentas, 2005 metais įgyvendinęs projektą „Apskričių ir savivaldybių administracijų žmogiškųjų gebėjimų vystymas ir tobulinimas“. Pagal šį projektą 141 apskričių ir savivaldybių administracijų bei turizmo informacijos centrų darbuotojas tobulino turizmo planavimo ir kokybės valdymo kvalifikaciją. Savivaldybių ir turizmo informacijos centrų darbuotojų kvalifikacijai palaikyti ir tobulinti būtina nuolat vykdyti mokymo priemones, sprendžiančias darbuotojų kaitos ir veiklos plėtros klausimus.

Siekiant efektyviau naudoti gamtinius rekreacijos išteklius ir kultūros paveldą turizmui, spręsti viešosios turizmo infrastruktūros plėtros klausimus ir efektyviai naudoti finansinius išteklius, **tikslinga planuoti ir įgyvendinti kompleksines turizmo plėtros priemones, o daugiausia investicijų skirti labiausiai turizmui plėtoti tinkamiems išteklių turintiems regionams, kurių patrauklumas iki šiol pakankamai neišplėtotas, turistinė veikla neįvairi, o rekreacinis potencialas nenaudojamas.** Taigi pirmiausia numatomos investicijos į Nemuno slėnio–Kuršių marių ir pajūrio zonos, Šiaurės Rytų Aukštaitijos, Vidurio Žemaitijos, Vidurio Lietuvos regionus ir formuojamus nacionalinės reikšmės turistinius maršrutus, taip pat pavienius unikalius turistinius objektus, galinčius suformuoti patrauklią turistinę vietovę. Nacionalinės reikšmės turistiniai maršrutai – šalies ar regiono turizmo galimybes pristatančių ir tarpusavyje turizmo trasomis jungiamų turizmo objektų ir vietovių tinklas – formuojami atsižvelgiant į kultūros paveldo objektų turtingumą ir sankaupas (istorinės pilys ir piliakalniai, dvarų sodybų ir parkų kompleksai, senamiesčiai, istoriniai miesteliai ir etnografiniai kaimai, sakraliniai objektai, unikalūs muziejai ir inžineriniai statiniai), vietovių gamtinių rekreacijos ir gydomųjų išteklių gausą, saugomų teritorijų tinklą, susisiekimo infrastruktūros (kelių tinklo, oro uostų, pramoginių laivų uostų ir prieplaukų) galimybes. Pagal šalies regionų turistinių vietovių ir pavienių turistinių objektų turistinį patrauklumą, jų kompleksinio naudojimo ir pritaikymo turizmui galimybes, turizmo objektų koncentraciją ir paslaugų, kurių reikia turistams aptarnauti, poreikį, taip pat pasiekiamumo ir turistinių maršrutų planavimo ypatumus siūloma plėtoti šiuos nacionalinės reikšmės turistinius maršrutus:

- Nemuno, Kuršių marių, pajūrio turistinį maršrutą.

Šio turistinio maršruto zona apima Lazdijų rajono, Druskininkų, Varėnos rajono, Alytaus miesto, Alytaus rajono, Prienų rajono, Birštono, Kaišiadorių rajono, Kauno miesto, Kauno rajono, Šakių rajono, Jurbarko rajono, Tauragės rajono, Pagėgių, Šilutės rajono, Klaipėdos rajono, Klaipėdos miesto, Neringos, Palangos miesto, Kretingos rajono savivaldybių teritorijas. Turizmo infrastruktūros plėtros prioritetas teikiamas objektams ir vietovėms, turintiems dideles plėtros galimybes, – kultūriniam, aktyvaus poilsio, sveikatingumo (kurortiniam) ir ekologiniam (pažintiniam) turizmui.

- Rytų Aukštaitijos turistinį maršrutą.

Šio turistinio maršruto zona apima Anykščių rajono, Ukmergės rajono, Molėtų rajono, Utenos rajono, Švenčionių rajono, Ignalinos rajono, Kupiškio rajono, Rokiškio rajono, Visagino, Zarasų rajono savivaldybių teritorijas. Turizmo infrastruktūros plėtros prioritetas teikiamas objektams ir vietovėms, turintiems dideles plėtros galimybes, – aktyvaus poilsio, ekologiniam (pažintiniam) ir kultūriniam turizmui.

- Žemaitijos turistinį maršrutą.

Šio turistinio maršruto zona apima Akmenės rajono, Skuodo rajono, Raseinių rajono, Šilalės rajono, Kelmės rajono, Rietavo, Plungės rajono, Telšių rajono, Mažeikių rajono, Šiaulių rajono, Šiaulių miesto savivaldybių teritorijas. Turizmo infrastruktūros plėtros prioritetas teikiamas objektams ir vietovėms, turintiems dideles plėtros galimybes, – kultūriniam, aktyvaus poilsio, ekologiniam (pažintiniam) turizmui.

- Vidurio Lietuvos turistinį maršrutą.

Šio turistinio maršruto zona apima Jonavos rajono, Joniškio rajono, Kėdainių rajono, Panevėžio miesto ir Panevėžio rajono, Radviliškio rajono, Pakruojo rajono, Pasvalio rajono, Biržų rajono savivaldybių teritorijas. Turizmo infrastruktūros plėtros prioritetas teikiamas objektams ir vietovėms, turintiems dideles plėtros galimybes, – kultūriniam, aktyvaus poilsio ir ekologiniam (pažintiniam) turizmui.

- Suvalkijos turistinį maršrutą.

Šio turistinio maršruto zona apima Kalvarijos, Kazlų Rūdos, Marijampolės, Vilkaviškio rajono savivaldybių teritorijas. Turizmo infrastruktūros plėtros prioritetas teikiamas objektams ir vietovėms, turintiems dideles plėtros galimybes, – kultūriniam ir aktyvaus poilsio turizmui.

- Istorinių sostinių turistinį maršrutą.

Šio turistinio maršruto zona apima Elektrėnų, Šalčininkų rajono, Širvintų rajono, Trakų rajono, Vilniaus miesto, Vilniaus rajono, Kauno miesto savivaldybių teritorijas. Turizmo infrastruktūros plėtros prioritetas teikiamas objektams ir vietovėms, turintiems dideles plėtros galimybes, – kultūriniam ir aktyvaus poilsio turizmui.

- Lietuvos senamiesčių turistinį maršrutą.

Šiam turistiniam maršrutui priskiriami Vilniaus, Trakų, Kauno, Šilutės, Klaipėdos, Telšių, Kėdainių, Ukmergės senamiesčiai. Turizmo infrastruktūros plėtros prioritetas teikiamas dideles kultūrinio turizmo plėtros galimybes turintiems objektams.

- Jono Pauliaus II piligrimų kelio maršrutą.

Šis maršrutas jungia piligrimų ir turistų lankomas sakralines vietas (objektus). Šie objektai būtų pritaikyti tarptautiniam piligriminiam turizmui pagal Jono Pauliaus II piligrimų kelio kūrimo ir jo objektų pritaikymo piligrimų ir turizmo reikmėms 2007–2013 metų programą, patvirtintą Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2007 m. rugpjūčio 8 d. nutarimu Nr. 842 (Žin., 2007, Nr. 92-3687)

Pavieniams unikaliems turizmo objektams priskiriami reikšmingi kultūros paminklai ar kiti valstybės saugomi kultūros paveldo objektai, turintys didelę istorinę, archeologinę, architektūrinę, meninę, etninę vertę, mažai pakitusią planinę struktūrą, kai jų pritaikymas kompleksinei veiklai (šviečiamajai, renginių (konferencijų) organizavimo, laisvalaikio ir pramogų) gali didinti turistinės vietovės patrauklumą ir gausinti turistų, taip pat skatinti privačias investicijas į paslaugų verslą.

Turizmo infrastruktūros plėtros investicijų prioritetas teikiamas:

- objektams, esantiems nacionalinės reikšmės turistiniuose maršrutuose ir įtrauktiems į specialiuosius nacionalinio lygmens turizmo planavimo dokumentus arba numatytiems apskričių bendruosiuose planuose ar saugomų teritorijų tvarkymo planuose;
- reikšmingiems kultūros paveldo objektams;
- didelio rekreacinio potencialo vietovėms (kurortai, kurortinės teritorijos, saugomos teritorijos);
- objektams, pritaikomiems kompleksinei turizmo veiklai (numatomos apgyvendinimo, maitinimo, konferencijų organizavimo, sveikatingumo, aktyvaus poilsio ir kita veikla) ir sukuriantiems didesnę pridėtinę vertę;
- valdžios ir privataus sektorių partnerystės principu įgyvendinamiems projektams;
- projektams, skirtiems turizmo sezoniškumui mažinti.

Nurodytieji investicijų prioritetai, teikiant Europos Sąjungos struktūrinių fondų paramą, gali būti detalizuojami Ūkio ministerijos nustatyta tvarka.

2.4. Lietuvos turizmo PEST ir SSGG (SWOT) analizė

Viena iš Lietuvos turizmo strategijos dalių yra Lietuvos turizmo PEST analizė. Pradedant nuo PEST analizės, išskiriami dabartinę turizmo būklę įtakojantys išoriniai ir vidiniai veiksniai, kurie apima politinę, ekonominę, socialinę ir teisinę aplinką. Šie veiksniai yra vertinami atsižvelgiant į Europos Sąjungos reikalavimus ir pateikiami 2 lentelėje.

2 lentelė

Lietuvos turizmo PEST analizė

POLITINĖ –TEISINĖ APLINKA	
<p>PRIVALUMAI</p> <p>Išstojus į ES, pradėta skatinti konkurenciją, remti smulkų ir vidutinių verslų siekiant sumažinti monopolijų ir oligopolijų įtaką rinkoms. Valstybė bei ES deda pastangas, kad ir toliau būtų mažinamas valstybinių įmonių skaičius bei didinama monopolijų priežiūra. Lietuvos įstatymuose yra įteisinta rasių, kultūrų bei religijų lygybė. Valstybė yra ES, Pasaulio prekybos organizacijos ir kitų smulkesnių prekybą reguliuojančių organizacijų narė.</p>	<p>TRŪKUMAI</p> <p>Dažna vyriausybių kaita, politinis nestabilumas kenkia ne tik valstybės institucijų veiklai, bet ir ekonominei šalies aplinkai, apsunkina verslo steigimą bei jo vystymą. Seimas tvirtina LR Vyriausybės pateiktus įstatymų projektus. Dažna jos kaita nesuformuoja vienakryptės politikos, mokesčių dydžio įstatymų bei jų apskaičiavimo reglamentuotos tvarkos, įmonių steigimo, apskaitos ir kontrolės taisyklių.</p>
EKONOMINĖ APLINKA	
<p>PRIVALUMAI</p> <p>BVP spartus augimas, per 2006 metus padidėjo net 6,9 proc. Nors dabar yra prognozuojamas BVP augimo tempo lėtėjimas, tačiau jis turėtų išlikti aukštas ir ateityje (pagal Finansų ministerijos prognozes – apie 5 proc. per metus iki 2010 m.). 2006 m., palyginti su 2005 m., vidutinis mėnesinis bruto darbo užmokestis valstybiniame sektoriuje padidėjo 19,1 proc. ir sudarė 1802 Lt, o privačiame sektoriuje augo 20,7 proc. ir sudarė 1687 Lt.</p>	<p>TRŪKUMAI</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Lietuvoje pastebima aukštesnė nei kitose ES šalyse infliacijos norma, ją lemia sparčiai augantis ūkis, didėjantis vidaus vartojimas. 2. Lėti vidurinio sluoksnio formavimosi tempai. 3. Nepakankama valstybės parama SVV vystytis. 4. Lietuvoje infliacija neatitinka Mastroichto kriterijaus reikalavimų. ES tobula metine infliacija laiko tokią, kuri yra kiek mažesnė nei 2 proc. 2006 m. infliacija buvo 3,8 proc., 2005 m. 2,7 proc. Kaip matyti, infliacija yra linkusi kilti, dėl to nuo 2007 m. sausio 1 d. neįvesta ir bendra ES valiuta – euras.
SOCIALINĖ APLINKA	
<p>Žemas pragyvenimo lygis, didėjantis nusikalstamumas (ne tik Lietuvoje, bet ir emigrantų iš Lietuvos užsienio šalyse, blogėjanti kriminogeninė situacija, blogai funkcionuojantis teisėsaugos sistema, jaunų išsilavinusių žmonių emigravimas iš Lietuvos – visi šie veiksniai neigiamai veikia Lietuvos įvaizdį potencialių turistų iš užsienio atžvilgiu.</p>	
TECHNOLOGINĖ APLINKA	
<p>Dėl lėšų stokos nepakankamas inovacinių-informacinių technologijų diegimas, kuriant ir rekonstruojant turizmo verslo infrastuktūrą yra vienas iš veiksnių turintis neigiamos įtakos turizmo produktų kūrimo, paskleidimo (informacija užsienio šalims) kokybei.</p>	
TEISINĖ APLINKA	
<p>Neužbaigta formuoti turizmo verslui palanki teisinė sistema kuriant turizmo infrastruktūrą, paprastinant turistams vizų išdavimo bei kitas įvažiavimo į Lietuvą procedūras, reglamentuojant valstybinių institucijų, nevyriausybinių organizacijų, verslininkų sąveikos teisinę bazę. Šios teisinės spragos apsunkina verslininkų investicijas į turizmo infrastruktūrą bei kitas paslaugas.</p>	

Šaltinis: Parengta remiantis Turizmo plėtros iki 2015 metų strategija

Apibendrinant galima teigti, jog tik gerėjant Lietuvoje ekonominei, socialinei ir technologinei aplinkoms, susidarytų palankesnės sąlygos atvykstamojo ir vietinio turizmo plėtrai.

Sėkminga turizmo plėtra gali būti įgyjama tik siekiant konstruktyvios partnerystės tarp turizmo infrastruktūros, vietinės bendruomenės ir juos reprezentuojančios valdžios kaip tolydaus vietovės vystymosi sąlygos (Turizmo plėtros projektas).

SSGG analizė paremta pagrindinėmis stiprybėmis, silpnybėmis, galimybėmis ir grėsmėmis, nustatytomis per dabartinės padėties analizę. Joje taip pat atsižvelgiama į papildomus geografinius, socialinius ir ekonominius veiksnius. Ši analizė yra pagrindas rengiant plėtros strategiją ir formuluojant atskirus prioritetus ir priemones. Turizmo sektoriaus SSGG analizė pateikiama 3 lentelėje.

3 lentelė

Turizmo plėtros SSGG (SWOT) analizė

Stiprybės	Silpnybės
<p>Teisinis reglamentavimas Parengti ir tobulinami šalies turizmo plėtrą reglamentuojantys teisės aktai. Turizmo įstatymas ir rengiamos Turizmo įstatymo pataisos Kurortų įstatymo projektas. Geografinė padėtis ir gamtinė aplinka Patogi geografinė padėtis, greta esančių didelių turizmo rinkų: Baltijos regiono šalys, Vokietija, Skandinavijos šalys ir Rusija bei kitos NVS šalys. Lietuvą kertantys tarptautiniai transporto ir keleivių srautai Rytai-vakarai; Šiaurė-Pietūs Pakankamai tankus kelių tinklas. Didelis rekreacinių vietovių ir gamtinių išteklių potencialas. Kultūriniai-istoriniai ištekliai Turtingas istorinis-kultūrinis paveldas. Istoriniai-kultūriniai, etniniai ryšiai tarp Lietuvos ir kitų šalių (Lenkija, Vokietija, Rusija, Izraelis, JAV bei Estija, Latvija). Turizmo infrastruktūra: Apgyvandinimo įmonių skaičiaus didėjimas Poilsio namų ir sanatorių paslaugų kokybės gerinimas. Specialiųjų interesų turizmo produktų kūrimo potencialas: kaimo, vandens turizmo vystymas</p> <p>Turizmo plėtra skatina kultūros paveldo apsaugą ir ekologinį kilimą</p> <p>Stiprėjanti rinkos ekonomika atveria galimybes vietinio ir atvykstamojo turizmo plėtrai</p>	<p>Lietuvos įvaizdžio kaip valstybės ir kaip turistinio regiono nepakankamas žinomumas užsienio rinkose: Lietuvos kaip valstybės įvaizdžio nepakankamas formavimas. Lietuvos kaip turistinio regiono potencialo neskatinimas valstybės atžvilgiu: nederinami rengiami teisės aktai su Valstybiniu turizmo departamentu dėl įvažiavimo į Lietuvą, vizų išdavimo, rekreacinių zonų/teritorijų, vandens telkinių turistiniams poreikiams tenkinti. Informacijos nepakankamumas užsienio rinkose. Kitų valstybės institucijų rengiamų teisės aktų nesuderinamumas su turizmo plėtra: Įvažiavimo sunkumai dėl vizų Rytų rinkos turistams. Griežti ir nelankstūs reikalavimai ir formalumai statyboms, pernelyg dideli apribojimai, turizmo infrastruktūros plėtrai rekreacinėse teritorijose. Nepakankamai išnaudojami kultūros paveldo objektai kaip turistinio potencialo išnaudojimas tiek verslo, tiek individualių turistų atžvilgiu. Kaimyninių šalių sudaromi barjerai užsienio rinkoms pasiekti Lietuvą kaip turistinį regioną: Lenkijos kelių infrastruktūros būklė, kriminogeninė būklė stabdo kitų šalių įvažiavimą į Lietuvą. Turizmo paslaugų infrastruktūros trūkumai: Siauras apgyvendinimo paslaugų asortimentas: silpnai plėtojamas kempingų, jaunimo namų bei ekonominės klasės apgyvendinimo paslaugų tinklas. Mažos pramogų ir laisvalaikio galimybės Nesukurta konferencijų turizmo infrastruktūra. Neparengti turimi turistiniai gamtiniai, kultūriniai, istoriniai ištekliai. Apskričių lygmens sudaromi trukdžiai: Nepakankamas turizmo sektoriaus administravimo pajėgumai savivaldybėse. Mažas dėmesys turizmo planavimui ir rinkodarai vietiniame lygmenyje. Nėra nuolatinio bendradarbiavimo bei tarpusavio ryšių palaikymo su vietos turizmo paslaugas teikiančiais verslininkais, ypač kaimo sodybų savininkų požiūriu.</p>

	<p>Kita: Savivaldybėse dirbantys specialistai, neturi patirties tiek praktinių, tiek ir mokslinių žinių turizmo ir regionų vadybos srityse. Turizmo paslaugų teikėjų aptarnavimo, svetingumo, kalbų mokėjimo trūkumai. Nepakankamos investicijos turizmo sektoriuje tiek valstybės, tiek ir privataus sektorių atžvilgiu. Trumpas turistinis sezonas.</p>
<p style="text-align: center;">Galimybės</p> <p>Teisinių aktų parengimas azartinių lošimų, pramogų vystymo galimybėms. Smulkaus ir vidutinio verslo rėmimo ir vystymo skatinimas: kaimo turizmo atžvilgiu. Didėjantys turizmo šaltiniai ir rinkų diferenciacija. Specialiųjų interesų turizmo produktų poreikis (kaimo, ekologinis, kultūrinis, konferencijų, kruizinis). Vieningo Baltijos turistinio regiono galimybių išnaudojimas. Investicinės aplinkos gerėjimas (patrauklumas). Išnaudojimas Rytų rinkos galimybių. Efektyvesnis šalies rekreacinio potencialo išnaudojimas Vykstantis šalies restruktūrizacijos proceso poveikis naujų specialiųjų interesų turizmo produktų poreikio patenkinimui. Užsienio investicijų susidomėjimas: viešbučių tinklų plėtra, dviračių trasų rengimas, žiemos pramogų, azartinių lošimų centrų kūrimas ir plėtra. Rengiamos ekonominės verslo šakų strategijos suteiks platesnes galimybes turizmo vystymui šalies ir atskirų turistinių regionų plėtrai.</p>	<p style="text-align: center;">Grėsmės</p> <p>Nuolat keičiami valstybės numatomi prioritetai. Šalies kultūrinio-istorinio ir gamtinio patrauklumo praradimas. Nesugebėjimas padidinti turistinių srautų dėl turizmo plėtros metodologijos neturėjimo. Artimų turizmo rinkų konkurencija Lietuvos turizmo produktui. Nusikalstamumo nemažėjimas. Didelė darbuotojų migracija į ES valstybes Nesugebėjimas sukurti patrauklų Lietuvos turizmo įvaizdį Neorganizuoto turizmo šaltinio didėjimas</p>

Šaltinis: Parengta pagal Nacionalinės turizmo plėtros 2007-2013 metų programą

Atsižvelgiant į Lietuvos turizmo sektoriaus PEST ir SSGG (SWOT) analizes galima teigti, kad svarbiausi prioritetai yra **vietinio turizmo plėtotė ir atvykstamojo turizmo plėtotė**.

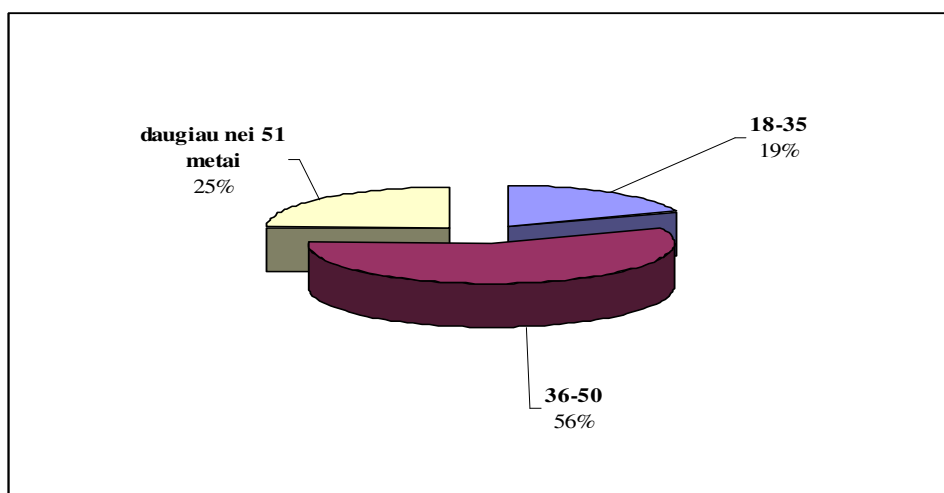
Įvertinus turizmo konkurencinius pranašumus ir atsižvelgiant į Lietuvos specifinių turizmo produktų diferenciaciją bei turizmo išteklių specializaciją Lietuvoje, integruojantis į ES bei įgyvendinant numatytus Lietuvos turizmo plėtotės strateginius tikslus ir uždavinius, išryškėja tokių prioritetinių turizmo rūšių plėtotė:

- Kultūrinis ir pažintinis turizmas.
- Verslo ir dalykinis turizmas.
- Kurortinis turizmas.
- Vandens (jūrų ir upių) turizmas.
- Ekologinis ir kaimo turizmas.

2.5. Lietuvos turizmo įmonių vadovų turizmo politikos suvokimo tyrimas

2.5.1. Respondentų charakteristika

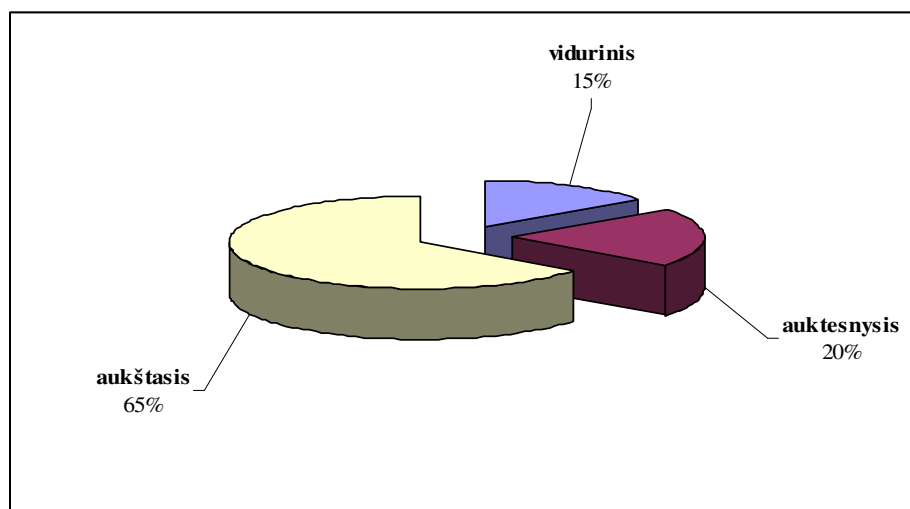
Kaip jau buvo minėta, į anketos klausimus atsakinėjo 122 turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovai. Didesnės daugumos amžius nuo 36 iki 50 metų (žr. 8 pav.). Atsižvelgiant į tai galima daryti prielaidą, jog turizmo įmonėms Lietuvoje vadovauja patirties turintys vadovai.



8 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių, *proc.*

Didžioji dauguma – moterys (žr. Priedas 2). Atsižvelgiant į tai galima daryti prielaidą, jog silpnosios lyties atstovės turi daugiau kompetencijos vadovauti turizmo paslaugas teikiančioms įmonėms.

Atsižvelgiant į tai, kad didžioji dauguma tyrime dalyvavusių respondentų turi aukštąjį išsilavinimą (žr. 9 pav.), galima teigti, jog turizmo paslaugas teikiančioms įmonėms vadovauja išsilavinę žmonės.



9 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą, *proc.*

Tyrime dalyvavo įvairias turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovai (žr. 10 pav.). Pastebėtina, kad šių įmonių veikla iš esmės skiriasi. Turizmo įstatymo 6 str. reglamentuoja kelionės organizatoriaus veiklą ir nurodo, kad ją sudaro:

- organizuotų turistinių kelionių rengimas, jų reklama ir (ar) pardavimas;
- sutarčių sudarymas su turizmo paslaugų teikėjais dėl jų paslaugų turistams teikimo kelionės organizatoriaus organizuojamų turistinių kelionių metu;
- atskirų turizmo paslaugų užsakymas (vietų rezervavimas) ir (ar) pardavimas;
- kongresų, konferencijų ir kitų panašių renginių organizavimas, kai tai susiję su turizmo paslaugų teikimu;
- kitų turizmo paslaugų teikimas.

Minėtasis įstatymo straipsnis reglamentuoja ir kelionių agentūros veiklą:

- organizuotų turistinių kelionių pardavimas kelionės organizatoriaus vardu;
- atskirų turizmo paslaugų užsakymas (vietų rezervavimas) ir (ar) pardavimas;
- kitų turizmo paslaugų teikimas.

Kaip matome, kelionės organizatoriai ir kelionių agentūros vykdo labai panašią veiklą, tik pastarosios pačios kelionių neorganizuoja, o parduoda kelionių organizatorių keliones.

Turizmo informacijos paslaugas teikia gidai ir kelionių vadovai bei turizmo informacijos centrai. Įsakymo „Dėl kvalifikacinių reikalavimų gido kategorijai...“ 4 str. nurodo, kad *gidas* – tai asmuo, kuris teikia specialią informaciją apie lankomus muziejus, meno galerijas, gamtos, kultūros, mokslo, parodų ar kitus objektus arba vietas, o *kelionių vadovas* – tai asmuo, kuris teikia kelionės informaciją ir lydi turistus kelionėse šalies viduje ar užsienyje. Atsižvelgiant į tai galima teigti, kad ekskursijos metu informacijos paslaugas teikia gidas, tuo tarpu kelionės metu

kelionės organizatoriui atstovauja kelionių vadovas. Reikia pastebėti, kad tiek gidas, tiek ir kelionių vadovas gali teikti paslaugas tik turėdami jų kvalifikaciją patvirtinantį pažymėjimą. Gidų kvalifikacija vertinama suteikiant antrą, pirmą ar aukščiausią kategoriją. Kvalifikacinius reikalavimus gido ir kelionių vadovo pažymėjimui gauti, taip pat pažymėjimo išdavimo tvarką nustato Valstybinis turizmo departamentas.

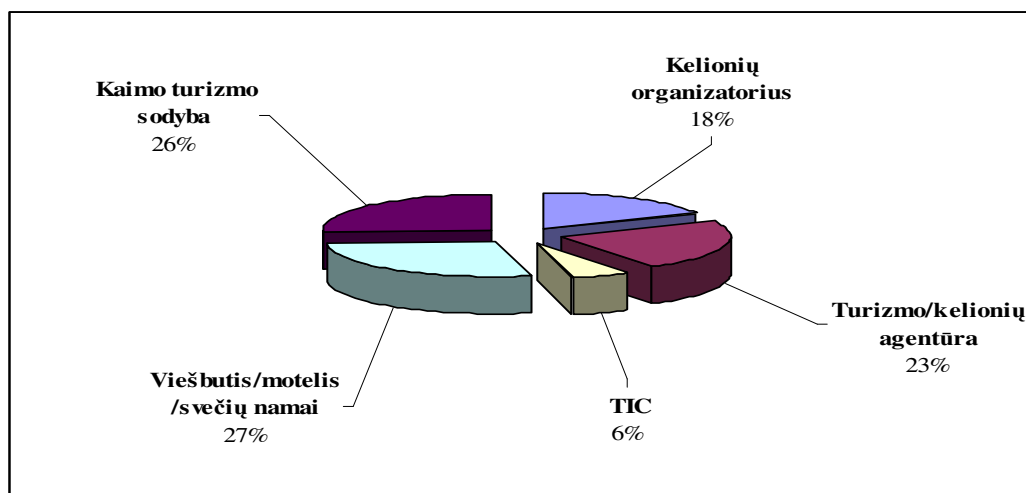
Turizmo informacijos centro (TIC) veiklą reglamentuoja Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. Šio įstatymo 9 str. nurodo, kad turizmo informacijos centrai gali būti steigiami ir veikti kaip įmonės, biudžetinės ar viešosios įstaigos. Turizmo informacijos centras, naudojantis turizmo informacijos centro ženklo („i“ raidė žalios spalvos stačiakampyje ir užrašas „Turizmo informacija“, o užsienio valstybėse – „Lietuvos turizmo informacija“), privalo:

- rinkti, kaupti ir nemokamai teikti informaciją apie turizmo paslaugas, lankomus objektus ir vietas;
- rengti, leisti ir platinti informacinius bei kartografinius leidinius apie turizmo paslaugas, objektus ir vietas.

Reikia pastebėti, kad turizmo informacijos centrai, kurių steigėjai yra savivaldybių ar valstybės institucijos, tvarko ir teikia turizmo paslaugų ir išteklių duomenis Nacionalinei turizmo informacijos sistemai. Tuo pačiu jie gali užsakyti (rezervuoti) apgyvendinimo paslaugas, transporto bilietus, bilietus į teatrus, koncertus, sporto ir kitus renginius bei prekiauti suvenyrais.

Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymo 10 str. reglamentuoja, kad turistų apgyvendinimo paslaugas teisės aktų nustatyta tvarka gali teikti:

- juridiniai asmenys, teikiantys viešbučio tipo ar specialaus apgyvendinimo paslaugas;
- fiziniai asmenys, teikiantys nakvynės ir pusryčių ar kaimo turizmo paslaugas;
- fiziniai ar juridiniai asmenys, teikiantys turistinės stovyklos paslaugas;
- fiziniai ir juridiniai asmenys, teikiantys apgyvendinimo paslaugas laivuose ir keltuose.

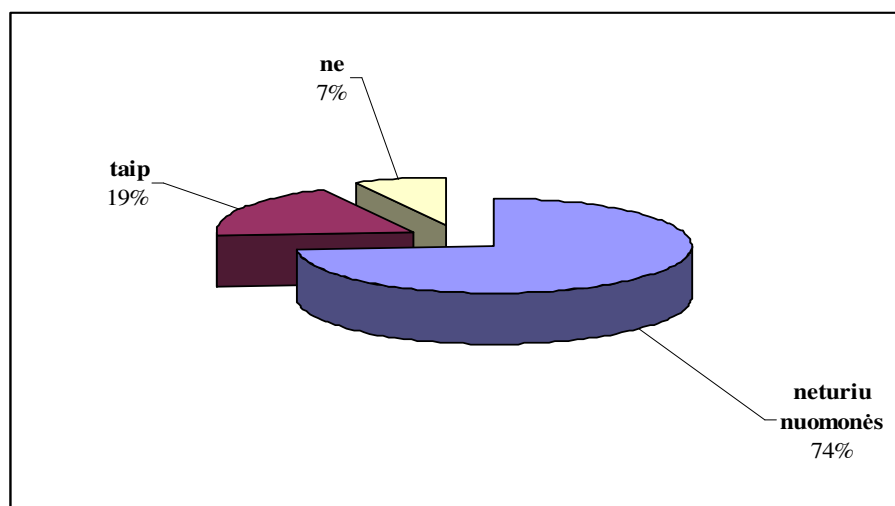


10 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal įmonės veiklos specializaciją, proc.

Apibendrinant galima teigti, kad turizmo paslaugas teikiančioms įmonėms dažniausiai vadovauja 36-50 metų amžiaus moterys, turinčioms aukštąjį išsilavinimą.

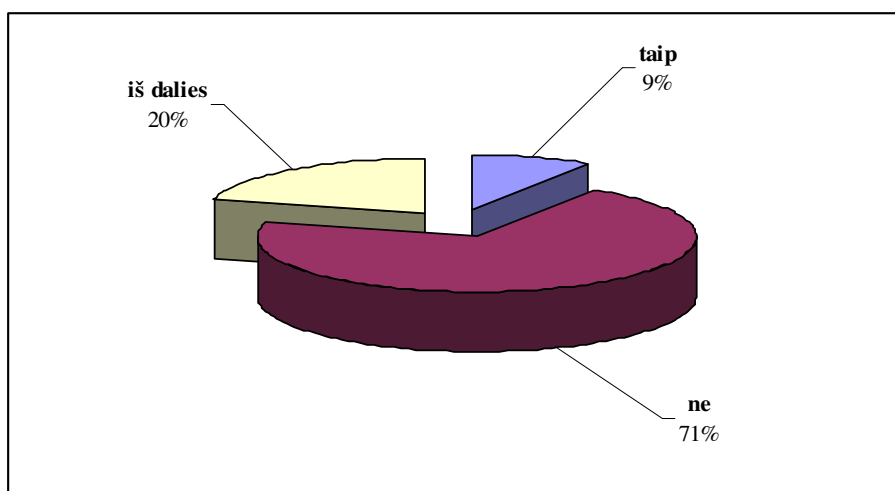
2.5.2. Lietuvos turizmo plėtros strategijų ir programos žinomumo analizė

Tyrimo dalyvavę respondentai dažniausiai neturi nuomonės apie tai, ar mūsų šalyje užtenka mokslinių leidinių turizmo tematika (žr. 11 pav.). Taip dažniausiai atsakė apgyvendinimo (viešbučių, motelių ir svečių namų) bei kelionių organizavimo (kelionių organizatoriai ir turizmo bei kelionių agentūros) ir kaimo turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovai. Tuo tarpu mokslinių leidinių turizmo tematika dažniausiai pasigenda TIC vadovai. Atsižvelgiant į įmonių veiklos specifiką galima daryti prielaidą, jog įmonių vadovai mokslinių leidinių turizmo tematika neskaito, nes dirba praktiniame kelionių pardavime arba paslaugų (apgyvendinimo, kaimo turizmo) teikime. Teigusieji, jog Lietuvoje mokslinių leidinių turizmo tematika pakanka, nuogąstavo, kad nelabai ją galima pritaikyti praktikoje. Dažniausiai respondentai pasigenda mokslinių darbų apie įmonės veiklos strategijų pritaikymo turizmo įmonėse analizę.



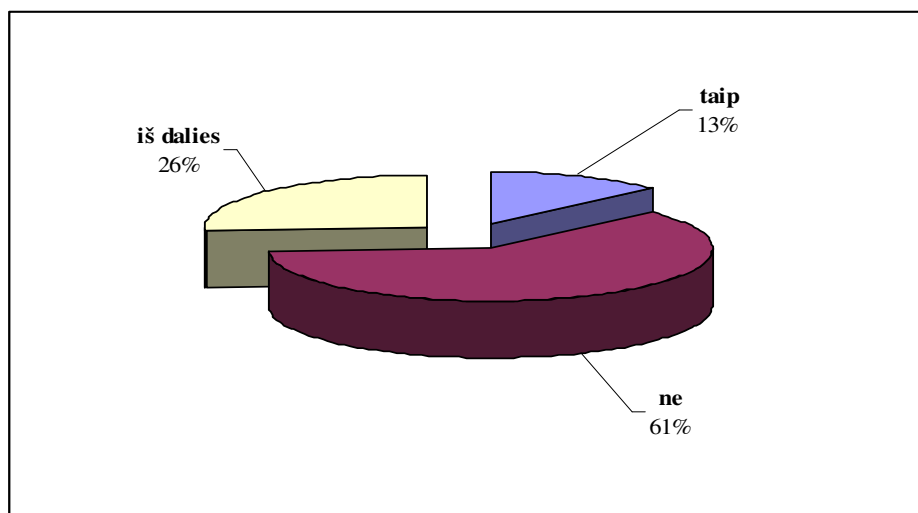
11 pav. Respondentų nuomonė apie turizmo tematika išleštų leidinių skaičių, *proc.*

Didžioji dauguma tyrime dalyvavusių turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovų nėra susipažinę su Lietuvos ūkio ilgalaikės plėtros strategijos iki 2015 m. turizmui skirta dalimi (žr. 12 pav.). Su šia strategija yra susipažinę visi tyrime dalyvavę TIC bei keletas kelionių organizatoriams ir turizmo bei kelionių agentūroms vadovaujantys respondentai. Iš dalies su šia strategija daugiausiai yra susipažinę kaimo turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovai.



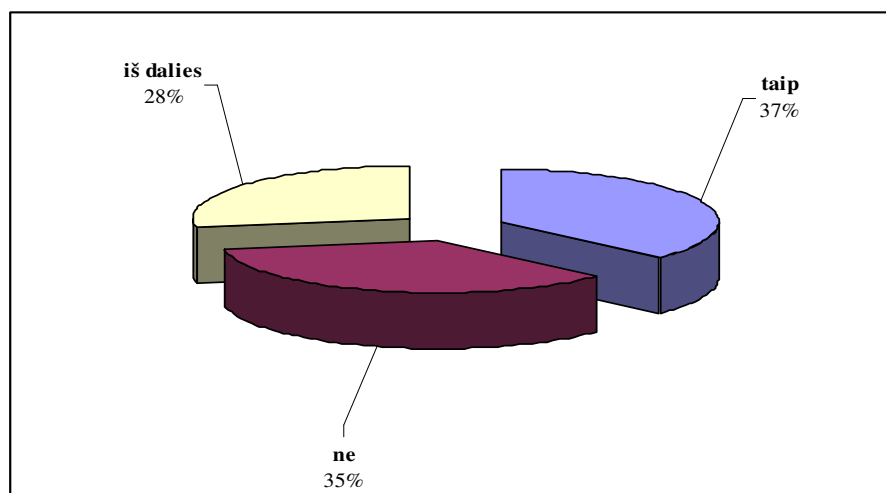
12 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal susipažinimą su Lietuvos ūkio ilgalaikės plėtros strategijos iki 2015 m. turizmui skirta dalimi, *proc.*

Didžioji dauguma tyrime dalyvavusių turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovų nėra susipažinę ir su Nacionaline turizmo plėtros strategija (žr. 13 pav.). Su šia strategija yra susipažinę visi tyrime dalyvavę TIC bei keletas kelionių organizatoriams ir turizmo bei kelionių agentūroms vadovaujantys respondentai. Iš dalies su šia strategija daugiausiai yra susipažinę kaimo turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovai.



13 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal susipažinimą su Nacionaline turizmo plėtros strategija, proc.

Nors didžioji dauguma tyrime dalyvavusių turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovų nėra susipažinę ir su kurortų plėtros programa valstybiniame lygmenyje (žr. 14 pav.), tačiau šis skaičius yra ženkliai mažesnis lyginant su susipažinimu su Nacionaline turizmo plėtros strategija bei Lietuvos ūkio ilgalaikės plėtros strategijos iki 2015 m. turizmui skirta dalimi (žr. 12-13 pav.). Su šia strategija yra susipažinę visi tyrime dalyvavę TIC, dauguma kelionių organizatoriams ir turizmo bei kelionių agentūroms vadovaujantys respondentai bei keletas kaimo turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovų. Pastebėtina, kad iš dalies ši programa žinoma ir apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių vadovams.

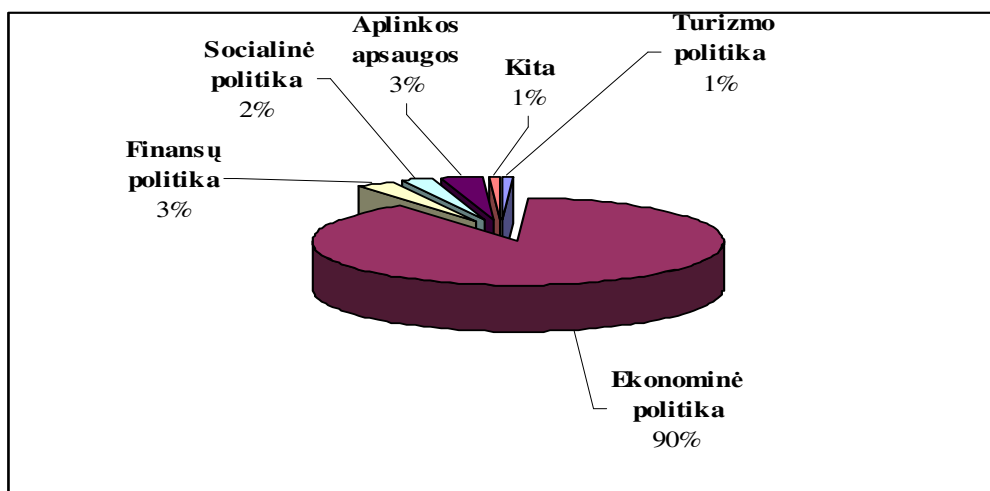


14 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal susipažinimą su kurortų plėtros programa valstybiniame lygmenyje, *proc.*

Didžioji dauguma tyrime dalyvavusių turizmo paslaugas teikiančių įmonių neturi strateginės veiklos planų (žr. Priedas 3). Šiuos planus nurodė turintys tik visi tyrime dalyvavę TIC vadovai ir keli kelionių organizatoriams ir turizmo bei kelionių agentūroms vadovaujantys respondentai.

Apibendrinant galima teigti, kad tik nedidelė tyrime dalyvavusių turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovų dalis yra susipažinę su Nacionaline turizmo plėtros strategija bei Lietuvos ūkio ilgalaikės plėtros strategijos iki 2015 m. turizmui skirta dalimi ir kiek didesnė dalis - su kurortų plėtros programa valstybiniame lygmenyje. Darbo autorės nuomone, kurortų plėtros programa yra bene aktualiausia problema pajūrio zonoje bei šalia kitų vaizdingų vietų įsikūrusioms turizmo paslaugas teikiančioms įmonėms. Tas faktas ir skatina įmonių vadovus aktyviau domėtis šia programa.

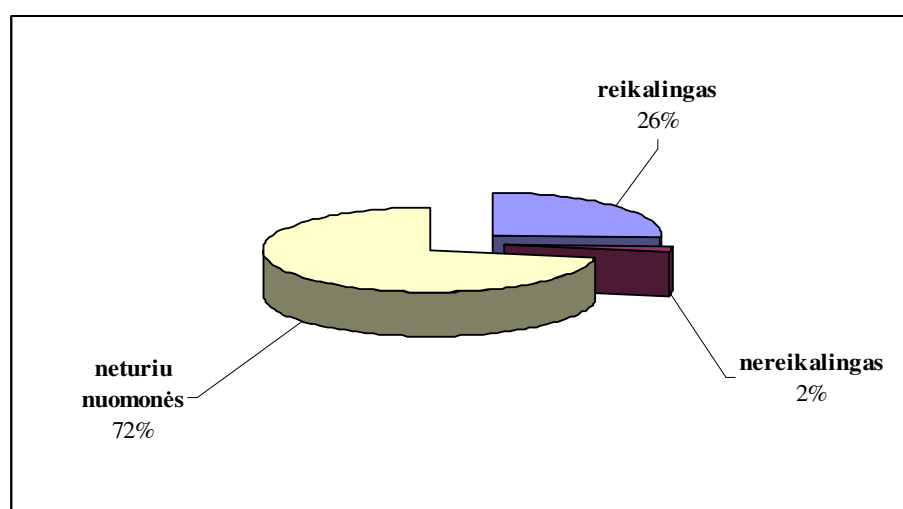
Beveik visi tyrime dalyvavusių turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovų ekonominę valstybės politiką įvardijo kaip labiausiai įtakojančią jų įmonės veiklą (žr. 15 pav.). Pastebėtina, kad dabartiniu metu turizmo paslaugas teikiančios įmonės išgyvena ne pačius geriausius laikus. Visų pirma, apgyvendinimo paslaugoms taikomas aukštas – 21 proc. PVM tarifas, kuris yra daug didesnis nei kaimyninėse Latvijoje ir Estijoje. Atsižvelgiant į tai, kad užsienio šalių turistai Lietuvą, Latviją ir Lenkiją neretai laiko vienu regionu, Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apsistoja rečiau nei kaimyninėse šalyse. Ekonominis sunkmetis ženkliai sumažino ir norinčiųjų išvykti į kitas šalis, ir norinčių atvykti į Lietuvą, skaičių.



15 pav. Respondentų nuomonė apie labiausiai jų įmonės veiklą įtakojančią valstybės politikos kryptį, *proc.*

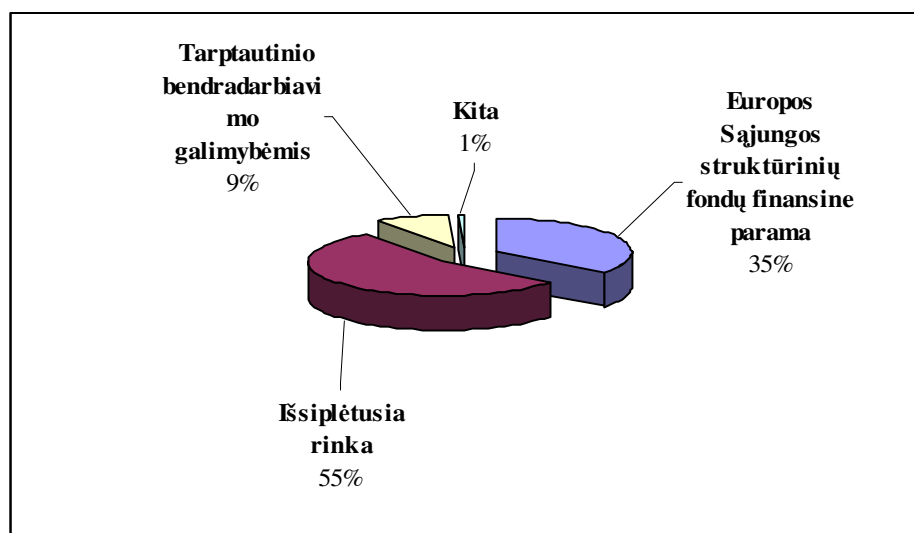
Didžioji dauguma turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovų yra girdėję sąvoką darnusis (subalansuotas, tvarus) turizmas (žr. 4 Priedas). Dažniausiai neigiamų atsakymų buvo sulaukta iš apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių vadovų.

Tačiau didžioji dauguma respondentų neturi nuomonės ar darnusis turizmas Lietuvoje yra reikalingas (žr. 16 pav.). Atsižvelgiant į tai galima daryti prielaidą, jog sąvoka darnusis (subalansuotas, tvarus) turizmas Lietuvoje yra vartojamos, tačiau dažniausiai nedaug kas gilinasi į jų esmę.



16 pav. Respondentų nuomonė apie darnaus turizmo reikalingumą Lietuvoje, *proc.*

Nuo 2004 m. gegužės 1 d., Lietuvai tapus Europos Sąjungos nare, atsivėrė naujos turizmo perspektyvos. Didžioji dauguma tyrime dalyvavusių respondentų siekia pasinaudoti išsiplėtusia rinka, apgyvendinimo paslaugas teikiančioms įmonėms ir kaimo turizmo sodyboms aktualiausia pasinaudoti Europos Sąjungos struktūrinių fondų finansine parama, o TIC labiausia aktualios tarptautinio bendradarbiavimo galimybės (žr. 17 pav.).



17 pav. Respondentų nuomonė apie privalumus Lietuvai tapus Europos Sąjungos nare, *proc.*

Apibendrinant galima teigti, kad turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovai turi nepakankamai žinių apie darnųjį turizmą, o narystės Europos Sąjungoje privalumus kiekviena įmonė traktuoja skirtingai.

2.5.3. Tyrimo metu iškilusios problemos

Apibendrinant tyrimo metu gautus duomenis galima teigti, kad turizmo paslaugas teikiančios įmonės dabartiniu metu susiduria su visa eile problemų. Visų pirma, Lietuvos Vyriausybės vykdoma „mokesčių didinimo politika“ neskatina vietinio ir atvykstamojo turizmo, kas labiausiai atsiliepia apgyvendinimo paslaugas teikiančioms įmonėms. Turizmo agentūrų ir kelionių organizatorių veiklą kurį laiką apsunkino tai, kad Vilniuje buvo uždarytas oro uostas ir keliones lėktuvu teko planuoti per kitų miestų oro uostus. Tai neišvengiamai didino kelionės kainą. Todėl šioms turizmo įmonėms teko taikyti nuolaidas savo pelno sąskaita.

Ne kokios nuotaikos vyrauja ir TIC. Šių įmonių vadovų teigimu, eina kalba apie jų uždarymą, nuolat mažinamas finansavimas, todėl šios įmonės kasdien galvoja kaip išgyventi. Nors Lietuvos Respublikos Ūkio ministerijos ir Valstybinio turizmo departamento planai ir užmojai yra gražūs, tačiau dažnai jie lieka tik popieriuje. Be to, viskas koncentruojama į didžiausius šalies miestus, o provincijai tenka išgyventi sunkų laikotarpį. Pavyzdžiui, TIC vadovų teigimu, Lietuvos Respublikos Ūkio ministerijos ir Valstybinio turizmo departamento planuose buvo numatyta kai kuriuose rajonuose steigti verslo inkubatorių. Tačiau dažniausiai šie planai taip ir liko neįgyvendinti. Bet ir įkūrus inkubatorių jo veikla ne visada yra džiuginanti – neretai jie taip pat būna uždaromi. Be to, provincijose labai sunku panaudoti iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų gautas lėšas. Visų pirma todėl, kad vietovėse, kur nėra daug lankytinų vietų, labai sunku plėtoti atvykstantąjį turizmą.

Lietuvos turizmo įmonėms dažniausiai vadovauja 36-50 m. amžiaus sulaukusios moterys, turinčios aukštąjį išsilavinimą, o ir pačiose įmonėse personalo pagrindą sudaro moterys. Atsižvelgiant į tai galima daryti prielaidą, jog turizmo įmonių verslas – tai moteriškas verslas.

Kalbant apie mokslinius leidinius turizmo tematika reikia pastebėti, kad turizmo įmonėms jie nėra labai svarbūs ir aktualūs. Daugumos respondentų nuomone, šiuose darbuose pateiktą informaciją ir tyrimų rezultatus sunku pritaikyti praktikoje. Pasigendama nebent mokslinių darbų apie įmonės veiklos strategijų pritaikymo turizmo įmonėse analizę.

Strateginius veiklos planus turi tik TIC ir turizmo agentūros bei kai kurios kelionių organizavimu užsiimančios įmonės. Tačiau ir šių įmonių vadovų teigimu, reali įmonių veikla kartais ženkliai skiriasi nuo strateginio planuose numatytos veiklos. Taip yra todėl, kad trūksta finansavimo (TIC atveju) arba smarkiai sumažėjęs turizmo srautas verčia ieškoti kitų būdų kaip išsilaikyti rinkoje (turizmo agentūrų ir kelionių organizatorių atveju).

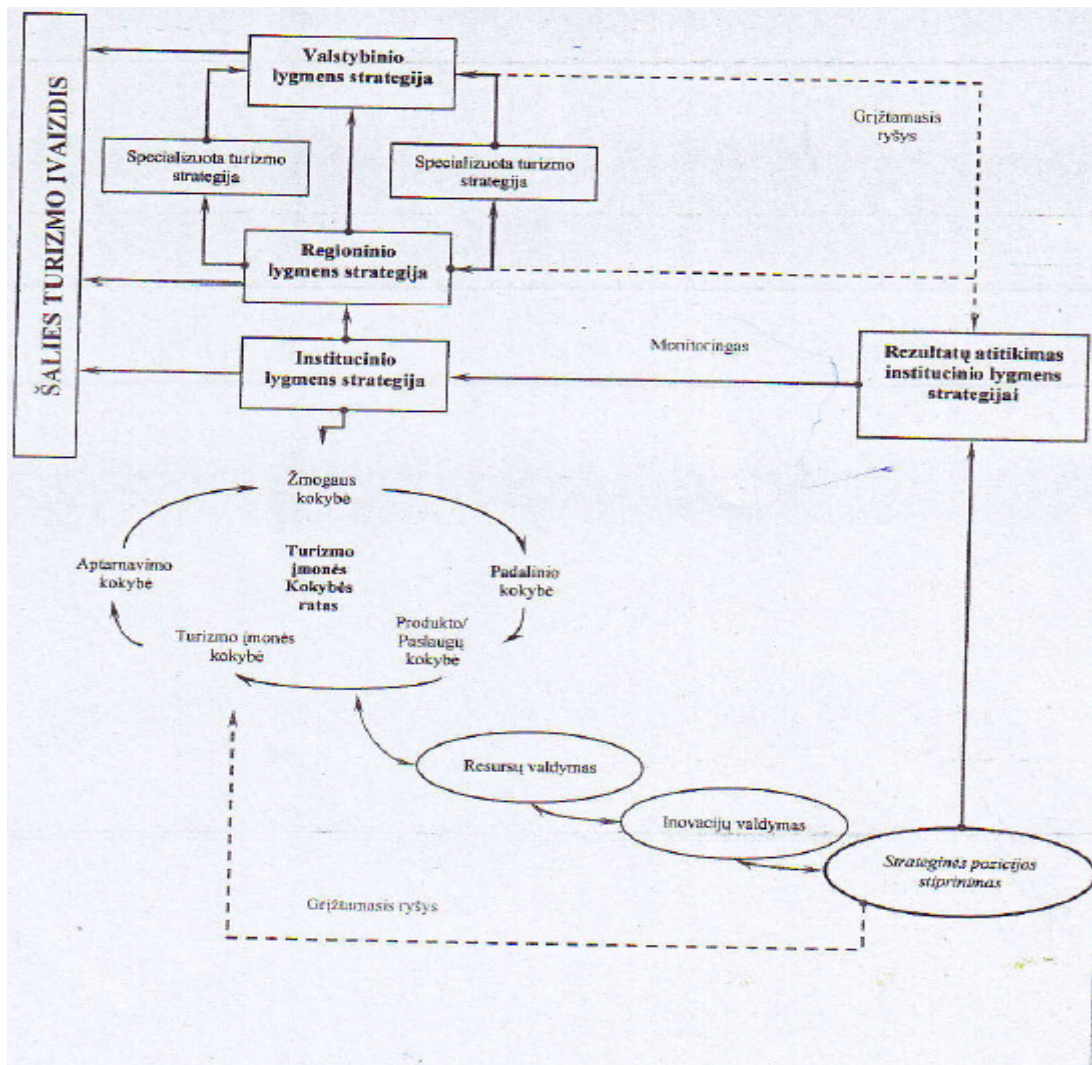
Tik nedidelė tyrime dalyvavusių turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovų dalis yra susipažinę su Nacionaline turizmo plėtros strategija bei Lietuvos ūkio ilgalaike plėtros strategijos iki 2015 m. turizmui skirta dalimi. Kiek didesnė dalis respondentų susipažinę su kurortų plėtros programa valstybiniame lygmenyje. Kaimo turizmo sodybų vadovai, ypač tie, kurie neseniai pradėjo savo verslą, yra kūrę projektus, todėl yra susipažinę su Lietuvos turizmo formavimo politika, bent jau su kaimo turizmo plėtra. Nors didžioji dauguma turizmo paslaugas teikiančių įmonių vadovų yra girdėję sąvoką darnusis (subalansuotas, tvarus) turizmas, tačiau negalėjo atsakyti ar jis reikalingas Lietuvai. Atsižvelgiant į tai galima daryti prielaidą, jog turizmo įmonėms Lietuvoje dabartiniu metu svarbiausia yra išsilaikyti rinkoje, išgyventi šį ekonominį sunkmetį. Ne veltui ekonominę šalies politiką tyrime dalyvavę respondentai įvardino kaip labiausiai įtakojančią jų veiklą. Kurdami trumpalaikius „išgyvenimo“ planus šių įmonių

vadovai visas turizmo plėtros strategijas ir programas valstybės mastu yra palikę geresniems laikams.

3. LIETUVOS TURIZMO POLITIKOS FORMAVIMO GERINIMAS IR KRYPTYS

Kaip teigia R. Hopenienė ir A.Kamičaitytė (2004), siekiant Lietuvos, kaip turistinio regiono, kokurencinio pranašumo, nepakanka vien tik turizmo infrastruktūros vystymo. Šių autorių nuomone, turizmo sektoriaus plėtra besiremiant tolydžios plėtros principais patenkins tiek turistų, tiek vietinių gyventojų bei turizmo paslaugas teikiančių įmonių poreikius, o taip pat leis turistiniams regionams išlaikyti kokurencinį pranašumą kitų atžvilgiu.

Kaip teigia I. Janulienė, turizmo sektoriui gali būti taikomas Poon'o strateginis modelis, kuris akcentuoja specifinius turizmo įmonės kriterijus. Todėl autorė siūlo tokį modelį taikyti ir Lietuvoje (žr. 18 pav.).



18 pav. Siūlomas Lietuvos turizmo strategijos formavimo modelis

Šaltinis: Janulienė I. Lietuvos turizmo strategijos formavimo ir įgyvendinimo tobulinimas

Siekiant efektyvaus Lietuvos turizmo strategijos formavimo ir įgyvendinimo, reikalinga įvairių strateginių lygių suderinimo kontrolė. Pradedant nuo žemiausio lygmens, strategijos formavimo kontrolę gali užtikrinti turo operatoriai, kontroliuojantys kelionių agentūras bei receptyvinius turo operatorius. Šio lygmens strategija turi atitikti regioninio lygmens strategijoje numatytus tikslus ir priemones. Regioninio lygmens strategijai kontroliuoti reikalinga turizmo tarybų veikla. Tačiau tokios yra tik didžiuosiuose miestuose. Tokiu atveju šis vaidmuo gali būti patikėtas TIC. Tiek institucinio, tiek regioninio lygio strategijos turi derintis su valstybinio lygio turizmo strategija. Todėl šią kontrolę turėtų vykdyti ūkio ministerija arba turizmo asociacijos. Be to, prie savivaldybių tikslinga įkurti turizmo tarybas, kurios kontroliuotų regioninio ir valstybinio strategijų lygmenų suderinamumą, tokiu atveju, jei tokios kontrolės nevykdo ūkio ministerija ar turizmo asociacijos.

I. Janulienė, I. Žalienė ir L. Žalys (2004), siekiant užtikrinti efektyvų Lietuvos turizmą ir įvairių turizmo strategijos lygių suderinamumą, siūlo taikyti šį turizmo strategijos formavimo modelį bei kontrolės schemą.

Reikia pastebėti, kad pastaruoju metu kaimo turizmas tampa svarbia regiono – apskrities - rajono plėtros kryptimi, nes Lietuvoje yra gana ryškūs regioniniai ekonominių, demografinių, infrastruktūros ir gamtinių sąlygų, įtakojančių kaimo turizmo paslaugų plėtrą, skirtumai, kurie lemia nemažus gyventojų užimtumo, pajamų lygio ir kitų socialinio - ekonominio regionų išsivystymo rodiklių netolygumus.

Visą Europos kaimo politiką daugiau ar mažiau veikia radikalūs žemės ūkio pokyčiai. Iki 1980 m. buvo manoma, jog pirmoji kaimo vietovių užduotis – maisto produktų gamyba (tiek visuomenės, tiek politikų nuomone), o kaimo politikos varomoji jėga buvo – maisto produktų gamybos didinimas kiek galima žemesnėmis kainomis. Vėliau du labai svarbūs įvykiai iš esmės pakeitė šią nuostatą. Pirmasis, ankstyvaisiais 1980 m. Europos Sąjungoje, Bendrosios Žemės Ūkio politikos pasekmė buvo žemės ūkio produkcijos perprodukcija. Antrasis, 1989 m. geležinės uždangos ir Sovietų Sąjungos žlugimas, kuris sugriovė Sovietų rinką, nuo kurios priklausė Centrinės Europos ūkininkai.

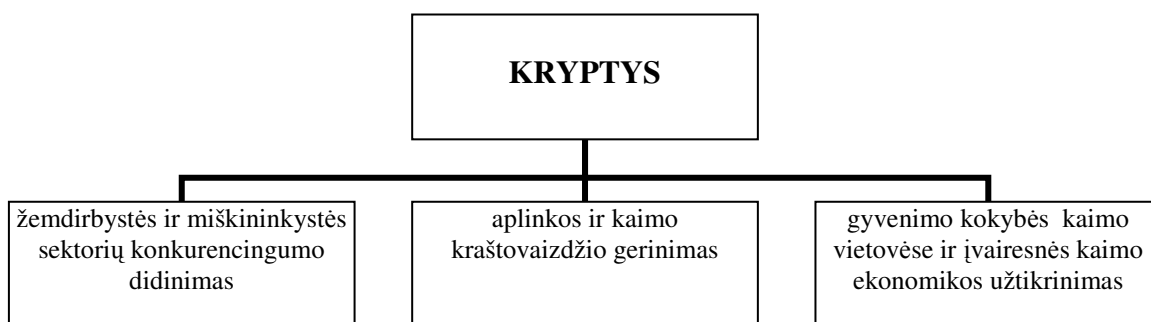
Europos žemės ūkio politika, susidūrusi su šiais dviem įvykiais, pasikeitė pakankamai greitai, bet skausmingai. Politikos pokyčius sukelia ne tik šie du įvykiai, bet ir kiti faktoriai. Pasaulio prekybos derybos gali priversti Europos Sąjungą sumažinti finansinę paramą ūkininkams bei eksporto subsidijas maisto produktams. Didėja visuomenės susirūpinimas gyvūnų gerove ūkiuose, galvijų ligomis ir jų galima įtaka žmonių sveikatai, taip pat intensyvios žemdirbystės poveikiu aplinkai.

Dėl šių ir kitų priežasčių, kaimo politikos tikslas pasikeitė iš „daugiau maisto žemomis kainomis“ į tikslą, apimantį žmonių gerovės, ekonomikos bei aplinkos aspektus kaimo

regionuose. Ypatingas dėmesys skiriamas ekonomikos stiprinimui ir diversifikavimui kaimo regionuose. Ūkininkavimas nebėra vienintelis ar net dominuojantis sektorius šioje ekonomikos šakoje. Ūkininkų vaidmuo daugelyje regionų keičiasi. Tačiau jie vis dar gali būti svarbūs kaip maisto produktų gamintojai: vis dėlto ūkininkų vizija keičiasi - ateities ūkininkai - tai erdvės skirtos rekreacijai kūrėjai, kultūrinio paveldo sergėtojai.

Lietuva, tapusi Europos Sąjungos nare įgyvendina bendrąją žemės ūkio politiką (toliau - BŽŪP), kurios pagrindinis tikslas – įgyvendinti subalansuotą žemės ūkio modelį visoje Europos teritorijoje, nepaisant šalių ir regionų skirtingumo. Šis modelis jungia ekonominių ir socialinių tikslų derinimą, ekosistemų valdymą, orientavimąsi į rinką, taip pat jis turi atitikti žemdirbių, vartotojų, mokesčių mokėtojų interesus bei tarptautines taisykles.

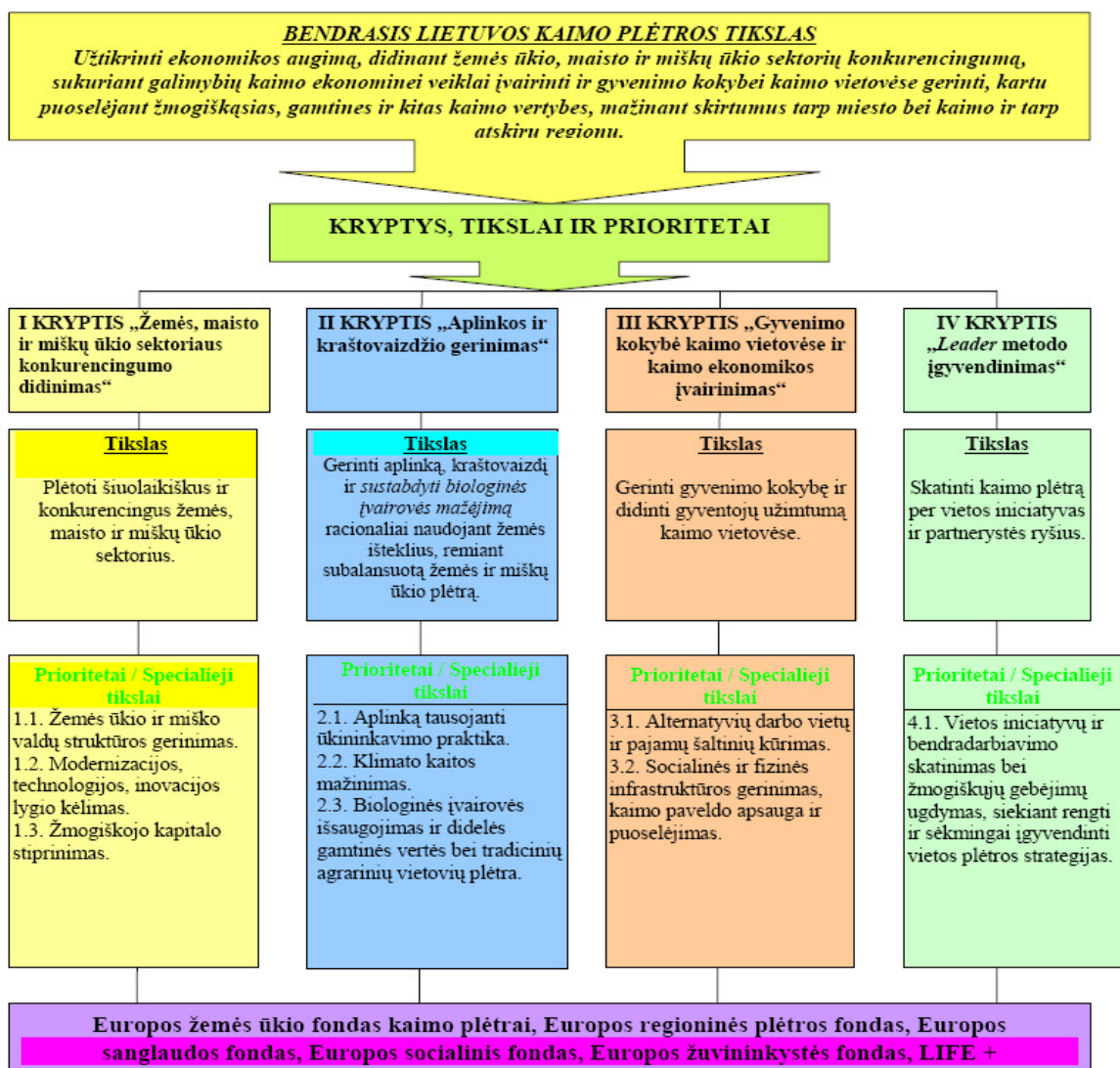
Svarbiausios 2007–2013 m. kaimo plėtros politiką reglamentuojančios taisyklės ir valstybėms narėms bei regionams numatytos politinės priemonės išdėstytos Tarybos reglamente (EB) Nr. 1698/2005. Pagal šį Reglamentą 2007–2013 m. daugiausia dėmesio bus skiriama trims kaimo plėtros politikos kryptims (žr. 19 pav.).



19 pav. Kaimo plėtros politikos kryptys 2007–2013 m.

Šaltinis: Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1698/2005

Lietuvos nacionalinėje kaimo plėtros strategijoje iškeltas Lietuvos kaimo plėtros 2007–2013 m. bendrasis tikslas ir keturių kryptių tikslai bei kiekvienos krypties prioritetai, nustatyti remiantis NKPS pateikta bendrąja kaimo plėtros vizija (žr. 20 pav.).

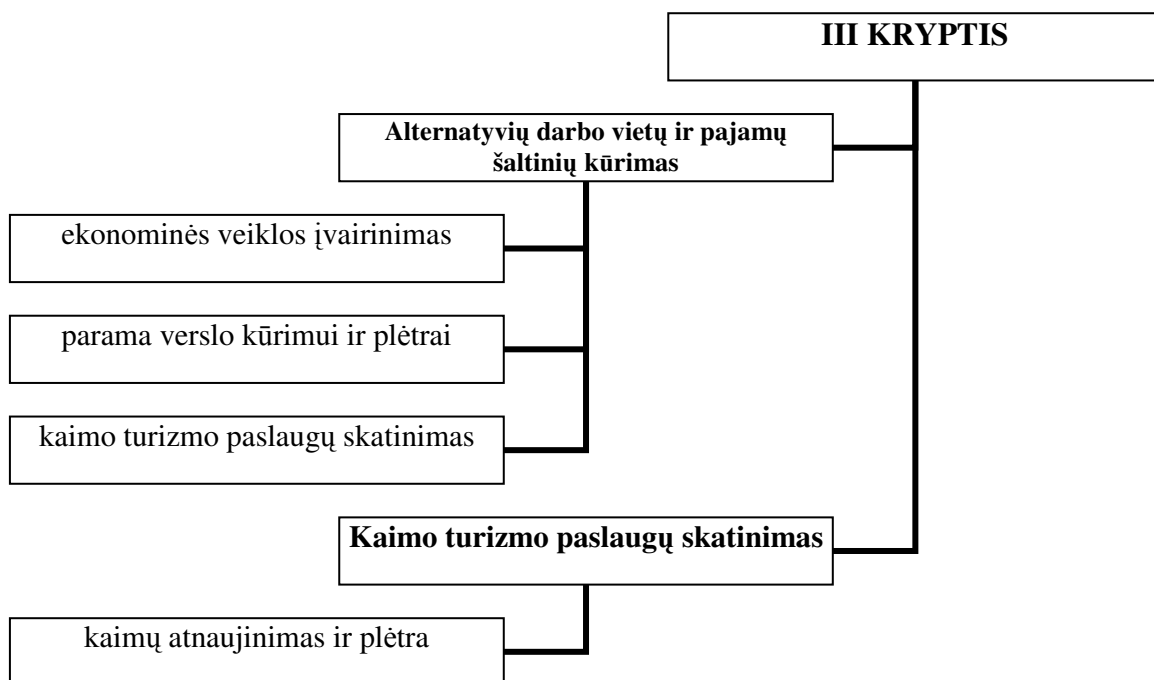


20 pav. Lietuvos kaimo plėtros tikslai, kryptys ir prioritetai

Šaltinis: Lietuvos nacionalinė kaimo plėtros strategija 2007–2013 m.

III kryptis skirta gyvenimo kokybei gerinti ir ūkinės veiklos įvairovei skatinti kaimo vietovėse. Išskiriami prioritetai ir priemonės (žr. 21 pav.). Reikia pastebėti, kad pirmosios priemonės tikslas yra remti ir padėti steigti smulkiam verslui kaimo vietovėse. Šios priemonės įgyvendinimo poveikį aplinkai sunku įvertinti ir aprašyti. Viena vertus, nauja technika, našesnė gamyba ir kitoks modernizavimas galėtų sumažinti neigiamą poveikį, tačiau, kita vertus, veiklos suintensyvėjimas ir įvairovės didėjimas gali sukelti papildomų grėsmių dirvožemiui, vandeniui arba orui, priklausomai nuo remiamos įmonės veiklos. Tuo tarpu turizmo veiklos plėtra pagal šią priemonę yra gera galimybė sukurti naujų pajamų šaltinių. Šios priemonės tikslas yra didinti pajamas ir kurti naujas darbo vietas, suteikiant daugiau paslaugų ir apgyvendinimo galimybių turistams. Pagal antrąją priemonę siekiama atstatyti arba renovuoti kaimų pastatus, užtikrinti

viešąją rekreacinę infrastruktūrą ir apsaugoti kultūros bei kraštovaizdžio elementus. Manoma, kad ši priemonė neturės poveikio aplinkosaugai arba šis poveikis bus teigiamas.



21 pav. III krypties prioritetai ir priemonės

Šaltinis: Lietuvos nacionalinė kaimo plėtros strategija 2007–2013 m.

Apibendrinant galima teigti, kad tolydžioje turizmo plėtroje labai išaugo kaimo turizmo vaidmuo. Dabartiniu metu jis suprantamas kaip ne tik vienas iš reikšmingiausių sektorių diversifikuotoje vietinėje ekonomikoje, bet ir kaip naujos veiklos bei naujų pajamų šaltinis ūkininkams.

IŠVADOS

Strategija – tai veiklos planas, kuriame numatyti visi galimi sprendimai bei priemonės siekiant svarbiausių ateities tikslų. Planuodami turizmo plėtrą ir siekdami užsibrėžtų tikslų, numatome svarbiausias šalies galimybes ir veiksnius, kurie daro didžiausią įtaką rinkos procesams. Atsižvelgiant į Lietuvos turizmo sektoriaus PEST ir SSGG analizes, būsimas varomąsias jėgas Europoje bei ES parengtą turizmo politiką, tikslus, keliamus uždavinius, Lietuvoje suformuota turizmo plėtotės vizija, misija, strateginiai tikslai bei prioritetinės plėtotės kryptys.

Lietuvos Respublikos Ūkio ministerija, numatydama veiklos kryptis, turizmo veiklą Lietuvoje reglamentuoja teisės aktais, iš kurių svarbiausi yra Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas ir Nacionalinė turizmo plėtros 2007-2013 metų programa.

Turizmo plėtra siejasi su tokiais valstybės veiklos sektoriais kaip aplinkos apsaugos, transporto, žemės ūkio, integracijos į ES, regionų, smulkaus ir vidutinio verslo plėtra. Taigi, dalis turizmo plėtros funkcijų tiesiogiai ar netiesiogiai patenka į daugelio ministerijų, kitų institucijų kompetencijos sritį. Veiksminga turizmo plėtra galima tik esant subalansuotai visų lygių organizacinei struktūrai ir tvirtiems koordinavimo ryšiams. Plėtros priemonių vykdymas ir koordinavimas turėtų būti užtikrinamas remiantis Nacionaline turizmo plėtros programa.

Formuojant valstybės turizmo politiką svarbu gerinti tarptautinius santykius, plėtoti naują partnerystę, kurti turizmo įvaizdį konkurencinėje aplinkoje.

Lietuva turi didelį gamtinį ir rekreacinį turizmo potencialą, šalyje gausu kultūros paveldo objektų. Todėl įgyvendinant numatytus Lietuvos turizmo plėtotės strateginius tikslus ir uždavinius, išryškėja tokių prioritetinių turizmo rūšių plėtotė: kultūrinis ir pažintinis turizmas; verslo ir dalykinis turizmas; kurortinis turizmas; vandens (jūrų ir upių) turizmas bei ekologinis ir kaimo turizmas.

Remiantis atlikto tyrimo metu gautais duomenimis galima teigti, kad dabartinėje turizmo politikoje nėra kompleksiško, t.y. turizmo politika nėra pilnai suderinta valstybiniu, instituciniu ir regioniniu lygmeniu.

Lietuvos turizmo sektoriaus PEST ir SSGG analizė parodė, kad svarbiausi prioritetai yra vietinio turizmo plėtotė ir atvykstamojo turizmo plėtotė.

Atsižvelgiant į tyrimo rezultatus galima teigti, kad darbo pradžioje iškelta hipotezė nepasitvirtino - turizmo įmonių vadovai yra nepakankamai susipažinę su Lietuvos turizmo formavimo politika.

Tolydžioje turizmo plėtroje didelį dėmesį reikia skirti kaimo turizmui.

REKOMENDACIJOS

Visos Lietuvos mastu būtina stiprinti šalies turizmo įvaizdį. Dabartiniu metu trūksta net paprasčiausių lankstinukų apie žymias ir lankytinas Lietuvos vietas.

Peržiūrėti provincijos miestuose veikiančių TIC darbo grafiką. Problema yra ta, kad TIC savaitgaliais nedirba, o darbo dienomis retas turistas užsuka į šiuos centrus.

Lietuvos turizmo strategija turi būti formuojama valstybiniu, regioniniu ir instituciniu lygiais pagal hierarchiją.

Tolydžioje turizmo plėtroje didelį dėmesį skirti kaimo turizmui.

LITERATŪRA

1. Andrews, K. R. (1965): *The Concept of Corporate Strategy*. Irwin Homewood, Ilinojus, JAV. p. 128 - 485.
2. Bagdzevičienė, R., Navackaitė, L., Miliukaitė, B.(2004). *Kurortų plėtros koncepcijos teoriniai pagrindai*. KTU
3. Briesh, R.(2005). *Europos ekonomikos ir socialinių reikalų komiteto nuomonė dėl Turizmo politikos ir valstybinio bei privataus sektorių bendradarbiavimo* [žiūrėta 2009-01-19]. Prieiga per internetą: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2005:074:0007:0014:LT:PDF>>.
4. Damulienė, A. (1995). Lietuvos turizmo infrastruktūra: teorinis ir praktinis aspektai // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, Nr. 2
5. Damulienė, A. (1996). *Paslaugų marketingas. Turizmas*. Vilnius.
6. Europos Tarybos direktyva dėl kelionių, atostogų ir organizuotų išvykų paketų 90/314/EEC (1990)[žiūrėta 2009-01-29]. Prieiga per internetą: <http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/90_314_EEC.htm>.
7. Euroverslo naujienos / Nr. 31 (2003, rugpjūtis) [žiūrėta 2009-01-19]. Prieiga per internetą: <>- <http://verslas.banga.lt/>>.
8. Faulkner H. W., Walmsley D. J. (1998). Globalization and the Pattern of Inbound Tourism in Australia.// *Australian Geographer*, Vol 29, No 1.
9. Hassan, S.S (2000). *Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry* // *Journal on Tourism Research*, February.
10. Harrison J.S. (2003). *Strategic Management of Resources and Relationships*. USA: Copyright.
11. Hopenienė, R., Kamičaitytė, A.(2004). Tolydi turizmo plėtra // *organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, Nr. 29.
12. Janulienė, I.(2004). Lietuvos turizmo strategijos formavimo ir įgyvendinimo tobulinimas. Magistro darbas. Šiaulių universitetas,Šiauliai.
13. Jono Pauliaus II Piligrimų kelio kūrimo ir jo objektų pritaikymo piligrimų ir turizmo reikmėms 2007-2013 m. programa (2007) [žiūrėta 2010-02-19]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/lt/veikla/veiklos_kryptys/turizmas/aktai/Piligrimu%20kelio%20programa.doc> .
14. Jucevičius, R. (2000). *Strateginis organizacijų valdymas*. Kaunas: Pasaulio lietuvių kultūros, mokslo ir švietimo centras.

15. Labanauskaitė, D., Jusčius, V. (2001) Turizmo produkto ekonominė samprata ir turinys //Tiltai, priedas, Nr. 10. Transformacijos Rytų Europoje. Klaipėda: KU.
16. Ligeikienė, A. R. (2003). Turizmo plėtros konceptualizavimas ir samprata //Tiltai, priedas Nr. 13. Transformacijos Rytų ir centrinėje Europoje. Klaipėda: KU.
17. Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 metų ilgalaikė strategija (2002) [žiūrėta 2009-06-08]. Prieiga per internetą: < <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/galutine040121.doc>>.
18. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas. Dėl Nacionalinės turizmo plėtros 2007-2013 metų programos patvirtinimo [žiūrėta 2009-06-08]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/lt/veiklos_kryptys/turizmas/aktai/NTPP%202007-2013%20m..doc>.
19. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas. Dėl kurorto statuso suteikimo gyvenamosioms vietovėms reikalavimų aprašas, kurortinės teritorijos statuso suteikimo gyvenamosioms vietovėms reikalavimų aprašas ir kurorto ar kurortinės teritorijos statuso suteikimo gyvenamosioms vietovėms ir panaikinimo taisyklės [žiūrėta 2010-02-08]. Prieiga per internetą:<http://www.ukmin.lt/lt/veikla/veiklos_kryptys/turizmas/aktai/index.php>.
20. Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. 1998 m. kovo 19 d. Nr. VIII-667, Vilnius [žiūrėta 2009-06-11]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=260081>.
21. Lietuvos Respublikos Ūkio ministro įsakymas. Dėl nacionalinių vandens turizmo trasų specialiojo plano patvirtinimo (2009) [žiūrėta 2010-02-19]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/lt/veikla/veiklos_kryptys/turizmas/aktai/vandens_turizmas.php>.
22. Lietuvos Respublikos Ūkio ministro įsakymas. Dėl nacionalinio lygmens autoturizmo specialiojo plano patvirtinimo [žiūrėta 2010-02-19]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/lt/veikla/veiklos_kryptys/turizmas/aktai/Autotrasos.php>.
23. Lietuvos Respublikos Žemės ūkio ministro ir Lietuvos Respublikos Ūkio ministro įsakymas. Dėl Lietuvos hipodromų plėtros 2009-2013 metų programos patvirtinimo (2009) [žiūrėta 2010-02-19]. Prieiga per internetą:<<http://www.zum.lt/lt2/teisine-informacija/isakymai/4832/>>.
24. Lietuvos Respublikos Žemės ūkio ministerija. Nacionalinė 2007-2013 metų kaimo plėtros strategija. 2006 m. liepos 27 d. [žiūrėta 2009-11-21]. Prieiga per internetą: <http://www.zum.lt/min/failai/2006-08-17_Strategija.pdf>
25. Martinkus, B. (2003). *Darbo procesų valdymas*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
26. Makštutis, A. (2001). *Strateginio valdymo principai*. Klaipėda: Klaipėdos universitetas.
27. Nacionalinė turizmo informacijos sistema [žiūrėta 2009-06-08]. Prieiga per internetą: <http://www.tourism.lt/NTIS_galimybiu_studija_20080430.pdf>.

28. Nacionalinė turizmo plėtros 2003–2006 metų programa [žiūrėta 2009-06-08]. Prieiga per internetą: < http://www.lrv.lt/teises_aktai/files/2003/12/1975.doc>.
29. Pagrindiniai teisės aktai [žiūrėta 2009-05-15]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/lt/veiklos_kryptys/turizmas/aktai/index.php>.
30. Palubinskas, G. T. (1997). *Strateginio planavimo procesas*. Kaunas: Technologija.
31. Roest, M. (2004). *Tourism development in the Baltic sea region. Creating Joint Policies as a Win-Win Scenario*. Baltic Development Forum [Denmark, August, 2004].
32. Schendel, D., Hofer C. (1979). *Qualitative Research Methods in Strategic Management*.
33. Smith, M. (2007). *Tourism, Culture & Regeneration*. UK.
34. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės (2001). *Turizmas Lietuvoje = Tourism in Lithuania: statistikos rinkinys*. Vilnius.
35. *Strategic Management: A New View of Business Policy and Planning*. Boston. 1 (10) 1-6.
36. Stoner, J.A.F., Freeman, R.E., Gilbert, D.R. (2001). *Vadyba*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
37. Stoškus, S. *Vadybos pradmenys*. - Kaunas. Technologija, 2001.
38. Tarybos reglamentas (EB) Nr. 1698/2005 dėl Europos žemės ūkio fondo kaimo plėtrai (EŽŪFKP) paramos kaimo plėtrai. 2005 m. rugsėjo 20 d. [žiūrėta 2009-11-21]. Prieiga per internetą: <<http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2005:277:0001:0040:LT:PDF>>
39. Turizmas [žiūrėta 2009-06-05]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/lt/veiklos_kryptys/turizmas/>.
40. Turizmo esmė. Pasaulinis turizmas. [žiūrėta 2009-06-05]. Prieiga per internetą: <<http://www.ku.lt/coastlearn/tourism/introduction.html>>.
41. Turizmas atranda LIETUVĄ [žiūrėta 2009-06-08]. Prieiga per internetą: <http://www.jura.lt/contents/article_lit.php?id_year_issue=200703&id_num=4_2>.
42. Turizmo pramonės prognozės [žiūrėta 2009-06-01]. Prieiga per internetą: <<http://www.ku.lt/coastlearn/tourism/introduction.html>>.
43. Turizmo plėtros projektas. Turizmo plėtros koncepcija [žiūrėta 2009-06-15]. Prieiga per internetą: < http://www.lrti.lt/veikla/proj_TurPletrStrat.doc>.
44. Turizmo tarybos nuostatai. LR ūkio ministro 2003 m. kovo 26 d. įsakymas Nr. 4-109 [žiūrėta 2009-06-01]. Prieiga per internetą: <<http://www.tourism.lt/taryba/>> .
45. Urbelis, V. (2001). Strategija - jos elementai ir sąvokos evoliucija. / *Politologija*, 2001, Nr. 4 (24), p. 52-80.

46. Ūkio ministerija (2002). *Turizmo plėtotės strategija* [žiūrėta 2009-01-20]. Prieiga per internetą:
<<http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/13.%20turizmo%20pletotes%20strategija.doc>>.
47. Vainienė, I. (2001). *Kaimo turizmo organizavimas*. Vilnius: Eugrimas.
48. Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos (2004). *Turizmo sektorių reglamentuojantys teisės aktai: (neoficialus tekstas su pataisymais ir papildymais iki 2004 m. liepos 1 d.)*. Vilnius: Valstybės žinios.
49. Valstybinio Turizmo Departamento direktoriaus įsakymas dėl kvalifikacinių reikalavimų gido kategorijai bei gido ir kelionių vadovo pažymėjimas gauti ir pažymėjimo išdavimo (panaikinimo) tvarkos patvirtinimo. 2001 m. sausio 2 d. Nr. 2. Vilnius. [žiūrėta 2009-05-20]. Prieiga per internetą: <<http://vvf.viko.lt/uploads/file/viko-dokumentai/administravimo-katedros-dokumentai/Valstybinio-turizmo-departamento-direktoriaus-isakymai.doc>>
50. Valstybinio turizmo departamento nuostatai. LR Vyriausybės 2003 m. kovo 25 d. Nr. 351. [žiūrėta 2009-05-20]. Prieiga per internetą: <<http://www.tourism.lt/apie/nuostatai.php>>.
51. Vasiliauskas, A. (2002). *Strateginis valdymas*. Vilnius: Enciklopedija.
52. VšĮ „Lietuvos verslo paramos agentūros įstatai“. LR ūkio ministro 2007 m. gegužės 5 d. įsakymas Nr. 4-171 [žiūrėta 2009-05-20]. Prieiga per internetą: <<http://www.lvpa.lt/lt/content/search/?searchstring=pavadi>>.
53. Žalienė, I., Sabaliauskaitė, A. (2002). *Pasaulio ir Lietuvos turizmo raida*. Kaunas: LKKA.
54. Žalienė, I., Janulienė, I., Žalys, L. (2004) Peculiarities of Lithuania's Tourism Strategy Formation // Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai: 2004.31. Kaunas: VDU.
55. Žalys, L., Žalienė, I., Iždonaitė, I. Lietuvos kaimo turizmo charakteristika ir plėtros politika. // *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. – 2006, Nr. 2(7), p. 180-188.
56. Žilinskas, V. J., Ligeikienė, R., Petravičienė L. (2007). Turizmo strategijos formavimo modelis Lietuvoje // *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. E. Galvanausko tarptautinės mokslinės konferencijos medžiaga. Nr.7. – Šiauliai: VšĮ ŠU.
57. Žilinskas, R., Petravičienė, L. (2007). Turizmo verslas: plėtros konceptualizacija ir tendencijos Lietuvoje // *Ekonomika ir vadyba – 2007*. Tarptautinės mokslinės konferencijos pranešimų medžiaga. – Kaunas: Technologija.
58. Минсберг, Г., Альстрэнд, Б., Лэмпел, Д.(2000) Школы стратегий. - Санкт–Петербург.

PRIEDAI

PRIEDAS 1.

ANKETA

Gerb. Respondentai,

Šios apklausos tikslas – išsiaiškinti, kaip turizmo įmonių vadovai yra susipažinę su valstybinio lygio turizmo plėtros strateginėmis kryptimis, turizmo plėtros formavimosi ypatumais. Tyrimo rezultatai bus panaudoti rašant magistro baigiamąjį darbą.

Apklausą atlieka ŠU socialinių mokslų fakulteto vadybos magistrantė Ona Kuncienė.

Prašome užpildyti anketą, pažymint Jums priimtina variantą arba įrašant savo nuomonę.

1. Jūsų Amžius :

- 18-35
- 36-50
- daugiau nei 51 metai

2. Lytis:

- Mot.
- Vyr.

3. Išsilavinimas :

- Vidurinis
- Aukštesnysis
- Aukštasis

4. Jūsų įmonė yra :

- Kelionių organizatorius
- Turizmo/kelionių agentūra
- TIC
- Viešbutis/motelis/svečių namai (pabraukite)
- Kaimo turizmo sodyba

5. Ar Lietuvoje užtenka mokslinių leidinių, išleistų turizmo tematika?

- Taip

- Ne
- Neturiu nuomonės

6. Jei neužtenka, nurodykite, kokiai turizmo problemai spręsti ar nagrinėti trūksta mokslinės literatūros?.....

7. Ar Jūs esate susipažinę su Lietuvos ūkio ilgalaikės plėtros strategijos iki 2015 m. turizmui skirta dalimi ?

- Taip
- Ne
- Iš dalies

8. Ar Jūsų įmonė yra susipažinusi su Nacionaline turizmo plėtros strategija ?

- Taip
- Ne
- Iš dalies

9. Ar Jūs esate susipažinę su kurortų plėtros programa valstybiniame lygmenyje ?

- Taip
- Ne
- Iš dalies

10. Ar Jūsų įmonė turi strateginės veiklos planą?

- Taip
- Ne

11. Kokia valstybės politikos kryptis labiausiai įtakoja Jūsų įmonės veiklą;

- Turizmo politika
- Ekonominė politika
- Finansų politika
- Socialinė politika
- Aplinkos apsaugos
- Kita (nurodykite).....

12. Ar esate girdėję sąvoką darnusis(subalansuotas, tvarus) turizmas?

- Taip
- Ne

13. Ar manote, kad darnusis turizmas reikalingas?

- Reikalingas
- Nereikalingas
- Neturiu nuomonės

14. Kokiais privalumais manote pasinaudoti Lietuvai esant Europos Sąjungos nare?

- Europos Sąjungos struktūrinių fondų finansine parama
- Išsiplėtusia rinka
- Tarptautinio bendradarbiavimo galimybėmis
- Kita (nurodykite).....

Anketa yra anoniminė, konfidencialumas garantuojamas

Dėkoju už pagalbą ir geranoriškumą ☺