

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA**

Danguolė YČIENĖ

**LIETUVOS APGYVENDINIMO ĮMONIŲ PASLAUGŲ
PAKLAUSOS EKONOMINIS VERTINIMAS IR
PROGNOZAVIMAS**

Magistro darbas

Šiauliai, 2008

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA**

Danguolė YČIENĖ

**LIETUVOS APGYVENDINIMO ĮMONIŲ PASLAUGŲ
PAKLAUSOS EKONOMINIS VERTINIMAS IR
PROGNOZAVIMAS**

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

Magistro darbo autorius **Danguolė Yčienė**
(vardas, pavardė, parašas)

Vadovas **doc. dr. Linas Žalys**.....
(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

Recenzentas
(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

SANTRAUKA

Danguolė Yčienė

Lietuvos apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos ekonominė analizė ir prognozavimas.

Magistro darbas.

Pirmasis darbo skyrius skirtas apgyvendinimo įmonių sampratos ir rūšių, rinkos paklausos terminų analizei. Taip pat analizuojami apgyvendinimo įmonių paklausos vertinimui ir prognozavimui taikomi metodai. Nustatyta, kad pagrindiniai apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos rodikliai – numerių bei vietų užimtumas, svečių nakvynių skaičius. Kaina už paslaugas įvertinama vidutinėmis parduotų numerių pajamomis (ARR) ir pajamomis tenkančioms visiems numeriams (RevPAR). Teorinėje dalyje nustatyta, kad pagrindiniai veiksniai, įtakojantys paklausos pokyčius, yra: nedarbo lygis, vartojimo kainų indekso pokytis, gyventojų skaičius, kuro kaina, valiutų kursas, paslaugų kaina bei pakaitalų kaina.

Antrame skyriuje analizuojama Lietuvos apgyvendinimo įmonių pasiūlos ir paklausos struktūra. Vartotojų segmentavimas pagal atvykimo tikslą ir kilmę atskleidė, kad tarp užsienio svečių daugiausia yra apsistojusių poilsio tikslais, o tarp vietinių svečių – verslo tikslais. Šiame tyrime nustatyta, kad viešbučių vietų paklausa per analizuojamą laikotarpį išaugo 2,66 karto, o pasiūla (metinis siūlomų vietų skaičius) padidėjo apie 2 kartus. Pastebima tendencija, kad apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausa auga didesniu tempu, nei pasiūla. Atlikus ekonominių rodiklių įtakos analizę, reikšmingiausias ryšys nustatytas tarp nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse ir bendrojo vidaus produkto (BVP) 1 gyventojui.

Trečiame skyriuje parengus apgyvendinimo įmonių numerių užimtumo prognozę, patvirtinta hipotezė, kad apgyvendinimo paslaugų paklausa gali viršyti pasiūlą.

SUMMARY

Danguolė Yčienė

Economical estimation and forecasting of accomodation enterprises demand in Lithuania.

Master's work

The first chapter of this study is devoted to definition of accommodation enterprises, their types and market demand. The ways of estimating the accommodation market demand and forecasting methods are analyzed too. Accommodation demand is generally measured by room and place occupancy rate and visitor bed-nights spent in accommodation enterprises. The measure of the price is average room revenue (ARR) and revenue per available room (RevPAR). In theoretical part of this paper was defined, that accomodation demand is mostly influenced by unemployment rate, consumer price index, exchange rate, residents quantity, price of goods and it's substitute price.

The structure of accommodation enterprises supply and demand in Lithuania is analyzed in the second chapter. Segmentation of consumers, based on purpose of travel, represents arrivals of the foreigners for leisure purpose and the greatest part of domestic guest – for business purpose. It's estimated that demand of accomodation places grew 2,66 times, meanwhile supply - only 2 times. The tendency is that demand grows faster than supply. Analysis revealed that there are significant correlation between nights spent in accomodation interprises and GDP per capita.

The prognosis of rooms occupancy rate was calculated in the third chapter of this study and approved research hypothesis that accommodation demand will exceed supply.

TURINYS

LENTELĖS	4
ILIUSTRACIJOS	5
ĮVADAS	6
1. TEORINIAI APGYVENDINIMO ĮMONIŲ RINKOS IR PROGNOZAVIMO ASPEKTAI	10
1.1. Apgyvendinimo įmonių samprata ir klasifikavimas.....	10
1.1.1. Apgyvendinimo įmonių bei jų teikiamų paslaugų samprata	10
1.1.2. Apgyvendinimo įmonių paslaugų rūšys ir įmonių klasifikacija.....	14
1.2. Rinkos elementų ir paklausos veiksnių analizė	19
1.2.1. Pagrindinių rinkos elementų ir jos klasifikacijos analizė	19
1.2.2. Elastingumas ir jį įtakojojantys veiksniai	22
1.2.3. Apgyvendinimo paslaugų paklausos pokyčius įtakojojantys veiksniai.....	25
1.2.4. Apgyvendinimo įmonių makroaplinkos vertinimo ypatumai.....	28
1.3. Ekonominio vertinimo ir prognozavimo samprata bei metodai	34
1.3.1. Ekonominio vertinimo ir prognozavimo samprata bei metodai	34
1.3.2. Kintamųjų priklausomybės vertinimas	37
1.3.3. Tyrime naudojamų prognozavimo metodų analizė	39
1.3.4. Prognozavimo metodo efektyvumo nustatymas.....	41
2. APGYVENDINIMO ĮMONIŲ PASLAUGŲ PAKLAUSOS EMPIRINIS TYRIMAS.....	43
2.1. Apgyvendinimo įmonių skaičiaus dinaminė ir struktūrinė analizė	43
2.2. Apgyvendinimo įmonių paslaugų vartotojų segmentai	52
2.3. Lietuvos apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos ekonominis vertinimas	59
2.3.1. Apgyvendinimo įmonių paklausą ir pasiūlą atspindintys rodikliai	59
2.3.2. Apgyvendinimo paslaugų paklausos analizė	60
2.3.3. Paklausą įtakojojančių makroaplinkos veiksnių analizė.....	71
3. APGYVENDINIMO ĮMONIŲ PAKLAUSOS PROGNOZĖ	79
3.1. Prognozavimo metodo efektyvumo tikrinimas.....	79
3.2. Apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos prognozės rezultatai	81
IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS	84
LITERATŪRA	88
PRIEDAI	92
1 priedas. Pagrindinių sąvokų analizė	93
2 priedas. Kelių kelių klasifikacija.	96
3 priedas. Apgyvendinimo įmonių rūšys Lietuvoje.	97
4 priedas. Apgyvendinimo įmonių klasifikavimo kriterijai.....	98
5 priedas. Turizmo paklausos ir pasiūlos evoliucijos periodai Europos turizmo paslaugų rinkoje nuo 1950 m.	99
6 priedas. Rodikliai naudojami statistinės informacijos analizėje.....	100
7 priedas. 2000 – 2006 m. laikotarpio apgyvendinimo įstaigų skaičiaus Lietuvoje dinaminė ir struktūrinė analizė.....	101
8 priedas. Viešbučių ir restoranų materialinės investicijos ir materialiojo turto kaita.	103
9 priedas. Viešbučiuose ir moteliuose teikiamos paslaugos, jų pasiskirstymas ir bazinis pokytis, proc.	104

10 priedas. Apgyvandinimo įstaigų skaičius pasiskirstymas pagal.....	105
apgyvandinimo įstaigos tipą ir administracinę teritoriją.	105
11 priedas. Apgyvandinimo įstaigų pasiskirstymas pagal apskritis, proc.	107
12 priedas. Svečių skaičiaus dinamika pagal apgyvandinimo įmones.	108
13 priedas. Svečių skaičius pagal kilmę apgyvandinimo įstaigose.	109
14 priedas. Svečių skaičius pagal šalis apgyvandinimo įstaigose.	111
15 priedas. Numerių skaičiaus pokytis pagal apgyvandinimo įstaigas.	112
16 priedas. Apgyvandinimo įmonių numerių paklausa ir pasiūla.	113
17 priedas. Apgyvandinimo įmonių vietų paklausa ir pasiūla.	115
18 priedas. Viešbučių ir motelių metinio numerių skaičiaus vidutinių pajamų,	117
tenkančių metiniam numerių (RevPAR) ir užimtų numerių skaičiui apskaičiavimas (ARR)....	117
19 priedas. Privataus apgyvandinimo sektoriaus metinio numerių skaičiaus vidutinių pajamų,	
tenkančių metiniam užimtų numerių (RevPAR) ir visų numerių skaičiui (ARR) apskaičiavimas.	
.....	118
20 priedas. Viešbučių numerių kainų padidėjimas/ sumažėjimas (-) ir baziniai pokyčiai.	119
21 priedas. Nakvynių skaičius pagal apgyvandinimo įstaigas.	120
22 priedas. Viešbučių ir panašių apgyvandinimo įmonių skaičius ES šalyse.	121
23 priedas. Vietų skaičius viešbučiuose ir panašiose apgyvandinimo įstaigose (tūkst.).....	122
24 priedas. Vartojimo išlaidų dalis restoranams ir viešbučiams esamomis kainomis (proc. nuo	
visų namų ūkių vartojimo išlaidų), proc.	123
25 priedas. ES šalių makroaplinką atspindintys rodikliai.	124
26 priedas. Lietuvių nakvynių skaičiaus ir ekonominių rodiklių koreliacinė matrica.....	125
27 priedas. Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus ir ekonominių rodiklių koreliacinė matrica.	
.....	126
28 priedas. Svečių iš Latvijos nakvynių skaičiaus ir ekonominių rodiklių koreliacinė matrica.	127
29 priedas. Korelogramų grafikai koeficientų prognozavimui ARIMA metodu nustatymui.....	128
30 priedas. ARIMA ir Holt-Winter prognozės rezultatų ir faktinių reikšmių grafikai.....	129
31 priedas. Prognozavimo paklaidų apskaičiavimas.	130
32 priedas. Eksponentinio išlyginimo parametrų reikšmės pagal apgyvandinimo tipą.	131
33 priedas. Numerių užimtumas pagal ketvirtį ir apgyvandinimo įstaigos tipą.	132
34 priedas. Nakvynių skaičius pagal ketvirtį ir apgyvandinimo įstaigos tipą.	133

LENTELĖS

1 lentelė. Didžiausių Europos miestų viešbučių pajamų ir užimtumo rodikliai	26
2 lentelė. Valstybės, kurių gyventojai daugiausiai išleidžia kelionėms	28
3 lentelė. Turizmo paklausos pokyčius įtakojantys veiksniai	28
4 lentelė. Paklausa ir verslo ciklo fazės	30
5 lentelė. Segmentavimo tipai ir pagrindiniai segmentavimo kriterijai	32
6 lentelė. Kintamieji, naudojami tarptautinio turizmo paklausos prognozavimui	33
7 lentelė. Regresijos apskaičiavimo formulės	38
8 lentelė. Turizmo paklausos tyrimuose naudojami metodai	41
9 lentelė. Suklasifikuotų viešbučių ir numerių skaičiaus Lietuvoje pokytis 2004 - 2007 metais	48
10 lentelė. Suklasifikuotų viešbučių skaičiaus pasiskirstymas Lietuvos miestuose 2007 m.	48
11 lentelė. 2007 m. Lietuvoje įgyvendinti projektai	49
12 lentelė. Nauji projektai 2008 – 2009 metams	50
13 lentelė. Lyginamoji Lietuvos ir ES rodiklių vidurkių analizė	50
14 lentelė. Užsienio turistų skaičiaus ir įmokų už apgyvendinimo paslaugas dinamika	52
15 lentelė. Svečių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse padidėjimo tempai	53
16 lentelė. Svečių skaičiaus pagal šalis lyginamoji dalis visų apgyvendinimo įmonių svečių skaičiuje ir nakvynių, tenkančių vienam svečiui 2000 ir 2007 m. lyginamoji analizė	54
17 lentelė. Viešbučių numerių paklausos ir pasiūlos apimčių dinamika	61
18 lentelė. Viešbučių numerių užimtumo ketvirčiais minimalios ir maksimalios reikšmės	62
19 lentelė. Viešbučių ir motelių numerių užimtumo mėnesiais minimalios ir maksimalios reikšmės	63
20 lentelė. Viešbučių vietų paklausos ir pasiūlos apimčių dinamika	64
21 lentelė. Lietuvių nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica	73
22 lentelė. Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica	75
23 lentelė. Svečių iš Latvijos nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica	77
24 lentelė. Faktiškas nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse ir prognozė 2007 m. I-IV ketvirčiams, naudojant pasirinktus prognozavimo metodus	80
25 lentelė. Prognozių rezultatų paklaidų rodikliai	80

ILIUSTRACIJOS

1 pav. Turizmo rūšys pagal turistų kelionės tikslus	10
2 pav. Turizmo formos ir kategorijos tam tikros šalies atžvilgiu	11
3 pav. Turizmo paslaugų rūšys	12
4 pav. Apgyvandinimo produkto savybės	13
5 pav. Apgyvandinimo įstaigų klasifikacija Lietuvoje pagal Statistikos departamento duomenis	15
6 pav. Apgyvandinimo įmonių rūšys kitose šalyse	16
7 pav. Apgyvandinimo įmonių klasifikavimo kriterijai	18
8 pav. Paklausos kreivės poslinkio įtaka kainai	24
9 pav. Pagrindiniai apgyvandinimo paslaugų paklausos pokyčius įtakojantys veiksniai	34
10 pav. Prognozavimo etapai	35
11 pav. Pagrindiniai prognozavimo metodai	36
12 pav. Apgyvandinimo įmonių struktūros dinamika	44
13 pav. Viešbučių ir motelių numerių skaičiaus dinamika Lietuvoje	44
14 pav. Materialinės investicijos ir materialiojo turto kaita viešbučių ir restoranų sektoriuje	45
15 pav. Viešbučių ir motelių pajamų bei sąnaudų dinamika	46
16 pav. Apgyvandinimo įmonių skaičius dinamika pagal apskritis	47
17 pav. Viešbučių skaičiaus kitimo dinamika pagal apskritis	47
18 pav. Lietuvos ir užsienio svečių skaičiaus dinamika apgyvandinimo įmonėse	53
19 pav. Pajamų iš dalykinių ir asmeninių kelionių dinamika, mln. Lt	55
20 pav. Užsienio turistai pagal apsilankymo tikslą viešbučiuose ir moteliuose	56
21 pav. Lietuvių skaičius viešbučiuose ir moteliuose pagal apsilankymo tikslą, proc.	56
22 pav. Nakvynių skaičius pagal Lietuvos apskritis	57
23 pav. Viešbučių ir motelių numerių užimtumo dinamikos palyginimas metais	62
24 pav. Viešbučių ir motelių numerių užimtumo dinamika ketvirčiais	62
25 pav. Viešbučių ir motelių numerių užimtumo dinamika mėnesiais	63
26 pav. Viešbučiuose suteiktų nakvynių skaičiaus dinamika metų ketvirčiais	64
27 pav. Viešbučių numerių kainų dinamika pagal numerių tipą	65
28 pav. Viešbučių ir motelių ARR ir RevPAR dinamika	66
29 pav. Viešbučių numerių užimtumo ir ARR priklausomybė	67
30 pav. Viešbučių RevPAR ir numerių užimtumo priklausomybė	68
31 pav. Viešbučių ARR ir nakvynių skaičiaus viešbučiuose priklausomybė	69
32 pav. Lietuvių nakvynių skaičiaus viešbučiuose ir BVP 1 gyventojui priklausomybė	70
33 pav. Lietuvių nakvynių skaičiaus apgyvandinimo įmonėse priklausomybė nuo BVP 1 gyventojui priklausomybė	74
34 pav. Lietuvių nakvynių skaičiaus apgyvandinimo įmonėse ir VKI priklausomybė	75
35 pav. Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius apgyvandinimo įmonėse priklausomybė nuo BVP vienam gyventojui dydžio.	76
36 pav. Svečių iš Latvijos nakvynių skaičiaus apgyvandinimo įmonėse priklausomybė nuo BVP vienam gyventojui dydžio.	77
37 pav. Numerių užimtumo viešbučiuose ir moteliuose dinamika ir prognozė 2008 – 2010 metams ketvirčiais	81
38 pav. Numerių užimtumo kempinguose ir turizmo centruose dinamika ir prognozė 2008 - 2010 metų ketvirčiais	82
39 pav. Numerių užimtumo nakvynės namuose ir privačiame sektoriuje dinamika ir prognozė 2008 -2010 metų ketvirčiais	82
40 pav. Konferencijų centrų numerių užimtumo dinamika ir prognozė 2008 -2010 metų ketvirčiais	83

ĮVADAS

Darbo pavadinimas: „Lietuvos apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos ekonominė analizė ir prognozavimas“.

Problema. Lietuvoje yra atliktos Lietuvos Pajūrio regiono turizmo plėtros, sveikatingumo ir poilsio kompleksų poreikio ir plėtros Lietuvoje, Tarptautinių konferencijų turizmo programinė ir kurorto statuso Lietuvoje reglamentavimo studijos. Tačiau nėra atlikta Lietuvos apgyvendinimo paslaugų studijos, kurioje būtų analizuojamas apgyvendinimo įmonių vietų poreikis pagal atskiras apgyvendinimo formas.

Pažymėtina tai, kad 2001 m. viešbučių vietų skaičius 10 tūkst. gyventojų siekė 30, o ES 25 šalių vidurkis 2001 m. buvo 233¹. 2006 m. situacija pagerėjo. 2006 m. Lietuvoje viešbučių vietų skaičius 10 tūkst. gyventojų siekė 65, kai tuo tarpu ES 27 šalių narių vidurkis buvo 234 (Eurostat duomenimis). Šiuo atžvilgiu Lietuva dar labai atsilieka nuo ES šalių narių.

Rinkų globalizacijos sąlygomis, didėjant konkurencijai auga paklausos prognozavimo poreikis. Apgyvendinimo industrijoje yra įprastas cikliškumas. Tai taip pat nulemia apgyvendinimo įmonių paklausos prognozavimo poreikį.

Tyrimo aktualumas. Apgyvendinimo paslauga apibrėžiama kaip būtinos apgyvendinti sąlygos ir veikla, kuria tenkinami turistų nakvynės, higienos, maitinimo ir poilsio poreikiai. Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau tekste Statistikos departamentas) duomenimis viešbučių ir kitų laikino apgyvendinimo įmonių sukurta pridėtinė vertė 2006 m. sudarė 301 mln.² litų.

Apgyvendinimo įmonių paslaugos sudaro didžiausią ir labiausiai paplitusį turizmo sektoriaus dalį. Jos yra būtina turizmo struktūrinė dalis. 100 proc. apgyvendinimo įmonių veiklos yra susijusi su turizmu. Lietuvos banko duomenimis kelionių pajamos Lietuvoje 2007 m. sudarė 2,413 mlrd. Lt. Statistikos departamento duomenimis 2006 metais būdingų turizmo veiklų sukurta pridėtinė vertė to meto kainomis sudarė 1959 mlrd. litų, arba 2,7 proc.³. bendrosios pridėtinės vertės. Dirbančiųjų skaičius turizmo sektoriuje 2006 m. siekė 41,3 tūkst.

Daugelyje pasaulio šalių turizmas yra pripažintas viena iš didžiausių ūkio šakų. UNWTO (Pasaulio turizmo organizacija priklausanti Jungtinių Tautų organizacijai) duomenimis 2006 m. turizmo industrija generavo 584 mlrd.⁴ EUR pajamų. Pasaulyje turizmas plėtojasi itin sparčiais tempais. Per 2000 – 2006 metų laikotarpį UNWTO duomenimis tarptautinių turistų skaičius išaugo

¹ Lietuvos 2007–2013 metų Europos Sąjungos struktūrinės paramos panaudojimo strategija. [Žiūrėta 2007 02 10]. Prieiga per internetą: <www.smm.lt/old/es_parama/docs/pasirengimas/STRATEGIJOS%20PROJEKTAS_0818.doc>.

² Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. *Turizmo sektoriaus pridėtinė vertė.* [Žiūrėta 2008 02 02]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=2508>>.

³ Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. *Turizmo sektoriaus pridėtinė vertė.* [Žiūrėta 2008 02 02]. Prieiga per internetą: <<http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=2508>>.

⁴ Tourism highlights 2007 editions. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <http://unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/highlights_07_eng_lr.pdf>.

3,6 proc.. Pasaulio turizmo organizacija (UNWTO) bei Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (OECD) prognozuoja, jog iki 2010 m. tarptautiniu mastu turizmas augs 4 proc. kasmet. Pagal jų prognozę Europoje turizmo augimo tempai bus lėtesni nei bet kokiame kitame pasaulio regione. Analizuojant praėjusį laikotarpį UNWTO pateiktais duomenimis, per 2000 – 2006 m. laikotarpį viso pasaulio mastu tarptautinių turistų skaičiaus vidutinis metinis augimas yra 3,6 proc., Europoje – 2,7 proc.

Per paskutiniuosius penkiolika metų kas penkeri metai maždaug dvigubai padidėja personalo, dirbančio turizmo sektoriuje, skaičius. Greičiaus ir kt. autorių teigimu, gyventojų išlaidos turistinėms kelionėms kas penkmetis išauga pusantro karto.

Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 metų ilgalaikėje strategijoje (Žin., 2002, Nr. 60-2424) turizmas priskirtas prie prioritetinių ūkio šakų.

Objektas – apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausa.

Dalykas – Lietuvos apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausą atspindintys rodikliai: nakvynių skaičius, numerių ir vietų užimtumo rodikliai.

Tyrime atsiribojama nuo apgyvendinimo paslaugų kokybės, apgyvendinimo paslaugų rėmimo komplekso analizės.

Darbo tikslas – remiantis ekonominiais rodikliais išanalizuoti apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausą bei parengti jos prognozę.

Darbo uždaviniai:

1. Išnagrinėti apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių sąvoką ir jų klasifikaciją, taip pat išanalizuoti pagrindinių rinkos elementų sąvokas ir svarbiausius aplinkos veiksnius įtakančius apgyvendinimo įmonių paklausą bei nustatyti pagrindinius prognozavimo metodus ir etapus;
2. Išanalizuoti Lietuvos apgyvendinimo įmonių sektoriaus struktūrą ir dinامينius pokyčius;
3. Išskirti apgyvendinimo įmonių vartotojų segmentus;
4. Atskleisti apgyvendinimo įmonių paklausą remiantis paklausą atspindinčiais rodikliais;
5. Įvertinti apgyvendinimo įmonių paklausą veikiančių ekonominių veiksnių įtaką;
6. Parengti apgyvendinimo įmonių paklausos prognozę.

Hipotezė: Kadangi Lietuvoje viešbučių vietų skaičius 1 gyventojui 4 kartus mažesnis nei Europos Sąjungos šalių vidurkis, tikėtina, kad greitai laiku pasiūla nebeatitiks vis didėjančios apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos.

Tyrimo bazė. Apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos tyrimas pagrįstas mokslinių straipsnių, užsienio bei lietuvių autorių atliktų tyrimų duomenimis, kita mokslinė literatūra. Vertinant Lietuvos apgyvendinimo įmonių paklausą naudojami Statistikos departamento, Valstybinio turizmo departamento, Lietuvos viešbučių ir restoranų asociacijos, Lietuvos banko,

UNWTO, Eurostat statistinė informacija. Lietuvos apgyvendinimo įmonių paklausos tyrimui naudojami 2000 – 2007 m. laikotarpio duomenys. Tačiau kai kurie metiniai statistiniai duomenys pateikiami pavėluotai (2007 metų metiniai duomenys bus pateikiami 2008 m. rugsėjo mėnesį) ir netgi trūksta kai kurių statistinių rodiklių 2006 metų metinių duomenų. Tais atvejais naudojami naujausi viešai skelbiami statistiniai duomenys.

Statistiniai duomenys apdoroti kompiuterine MS Excel programa, socialinių mokslų statistinių programų paketu SPSS.

Darbe naudoti metodai. Tiriant ir analizuojant teorinius paklausos vertinimo ir prognozavimo aspektus darbe naudojami bendramoksliniai tyrimo metodai: sisteminė, lyginamoji ir loginė mokslinės literatūros, norminių aktų analizė, grafinis duomenų vaizdavimo būdas.

Atliekant apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos empirinį tyrimą ir siekiant įvertinti paklausą sąlygojančius veiksnius naudota struktūros ir dinamikos rodiklių skaičiavimas, koreliacinė ir regresinė analizė, apgyvendinimo paslaugų paklausos prognozei atlikti – laiko eilučių prognozavimo metodai.

Tyrimo strategija. Norint išsamiai išanalizuoti apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos sampratą visų pirma atlikta mokslinės literatūros analizė, susisteminta surinkta medžiaga. Apgyvendinimo įmonės yra turizmo struktūros dalis, todėl reikia įvertinti pagrindinius apgyvendinimo paslaugų paklausos ypatybes, vertinimo ir prognozavimo principus. Būtina išanalizuoti pasaulinėje praktikoje apgyvendinimo įmonių paklausos analizei bei prognozavimui naudojamus metodus bei veiksnius įtakojančius paklausos prognozę. Empirinis paklausos tyrimas taikytas Lietuvos apgyvendinimo įmonių paklausos įvertinimui ir prognozavimui.

Rezultatai. Apgyvendinimo paslaugų paklausą atspindi apgyvendinimo numerių ir vietų užimtumas, nakvynių skaičius. Apgyvendinimo įmonių rinkos tyrimuose naudojamas ir parduotų numerių ir vietų skaičiaus rodiklis. Šiame tyrime nustatyta, kad parduotų numerių skaičius lyginant su baziniais 2001 m. išaugo 2,5 karto, o numerių pasiūla lyginant su baziniais 2001 m. išaugo 1,88 karto. Viešbučių vietų paklausa per analizuojamą laikotarpį išaugo 2,66 karto, o pasiūla (metinis siūlomų vietų skaičius) padidėjo apie 2 kartus. Pastebima tendencija, kad apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausa auga didesniu tempu, nei pasiūla.

Nustatyta atvirkštinė reikšminga viešbučių numerių užimtumo ir kainų priklausomybė. Sprendžiant pagal regresijos lygties koeficientą, viešbučių numerių kainai padidėjus vienu litu, viešbučių numerių užimtumas sumažėja 0,5 procento. Apskaičiuotas elastingumo koeficientas lygus -2,3 reiškia, kad viešbučių numerių kainai (ARR) padidėjus vienu procentu, viešbučių numerių užimtumas sumažėja 2,3 procento. Nustatyta reikšminga tiesioginė viešbučių numerių užimtumo ir pajamų gaunamų vienam viešbučio numeriui priklausomybė. Šiuo atveju elastingumas lygus 0,67 – viešbučių numerių užimtumui padidėjus vienu procentu viešbučių pajamos išauga 0,67 proc.

Prognozuojama, kad vidutinis 2010 III ketvirčio viešbučių numerių užimtumo maksimali reikšmė bus 78,87 proc., motelių – 70,83 proc., nakvynių namų numerių užimtumas pasieks netgi 67,99 proc. Maksimali vidutinė ketvirčio konferencijų centrų numerių užimtumo reikšmė pasiekama 2010 m. II ketvirtį 81,75 proc. Tai itin aukšti rodikliai, kurie byloja, kad dalis numerių poreikio nebus patenkinta, atsižvelgiant į tai, kad vidutinės mėnesio numerių užimtumo variacijos užmojis yra apie 30 proc. Tai patvirtina hipotezę, kad apgyvendinimo paslaugų paklausa poreikis gali būti nepatenkintas, jei apgyvendinimo paslaugų pasiūla reikšmingai neišaug.

Darbo teorinis rezultatų reikšmingumas. Atlikus mokslinės literatūros analizę paklausos prognozavimo tema, nustatyta, kad ši tema nėra pilnai atskleista. Lietuvoje turizmo sektorių savo moksliniuose darbuose analizavo Labanauskaitė, D. (2002), Rondonanskaitė, A. (2004). Kvainauskaitė, V. (2002) analizavo konkurencinės rinkos paklausos prognozavimo būdus. Apgyvendinimo įmonių paklausos tyrimas leis įvertinti Lietuvos apgyvendinimo įmonių paklausą ir atlikti prognozę.

Darbo praktinis rezultatų reikšmingumas. Darbe atliekama apgyvendinimo įmonių paklausos rodiklių analizė ir prognozė padės atskleisti esamą padėtį bei numatyti ateities pokyčių tendencijas. Remiantis gautais praktinės analizės rezultatais, įmonių vadovai galėtų tinkamai įvertinti esamą įmonių padėtį.

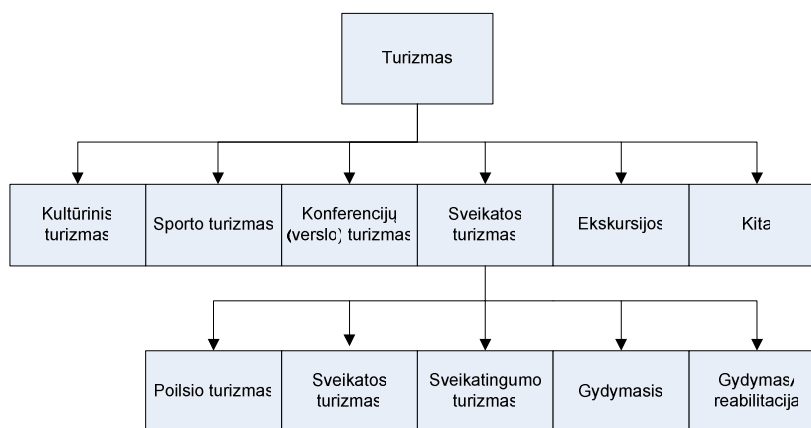
1. TEORINIAI APGYVENDINIMO ĮMONIŲ RINKOS IR PROGNOZAVIMO ASPEKTAI

1.1. Apgyvandinimo įmonių samprata ir klasifikavimas

1.1.1. Apgyvandinimo įmonių bei jų teikiamų paslaugų samprata

Apgyvandinimo įmonės yra neatsiejama turizmo verslo dalis. Remiantis Pasaulinės Turizmo Organizacijos (angl. UNWTO) apibrėžimu: **Turizmas** — visos kelionių, ekskursijų rūšys, kai asmuo palieka savo darbo ir gyvenimo vietą ilgiau nei vieną parą ir trumpiau nei 12 mėnesių, ir kai išvykos tikslas nėra samdoma, apmokama veikla⁵. Panašiai turizmas apibrėžiamas ir Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme: Turizmas – žmonių veikla, susijusi su kelione ir laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ne ilgiau kaip vienerius metus, jei ši veikla nėra mokymasis ar mokamas darbas lankomoje vietoje⁶. Turizmo prigimtis sietina su rekreacinių poreikių tenkinimu ir noru pažinti aplinką, gauti naujus potyrius, tai gamtinis, kultūrinis, socialinis ir politinis reiškinys⁷. Materialus turizmo pagrindas apibūdinamas, kaip sudėtingas įvairių šakų ir pošakių ir veiklos rūšių, kurios tiesiogiai tenkina įvairius turistų poreikius arba sudaro sąlygas, kompleksas.⁸

Pagal turistų kelionės tikslus turizmas skirstomas į kultūrinį, sporto, konferencijų, sveikatos, ekskursijų ir kitas rūšis, kurios savo ruožtu, gali būti klasifikuojamos į dar smulkesnes kategorijas (1 paveikslas).



1 pav. Turizmo rūšys pagal turistų kelionės tikslus

Šaltinis: Adaptuota autorės pagal The Tourism and Leisure Industry. Shapping the Future. (2004).

Tam tikros šalies atžvilgiu apibrėžiamos trys **turizmo formos**⁹:

- a) Vietinis turizmas – apima šalies gyventojus, keliaujančius gyvenamoje šalyje;
- b) Atvykstamasis turizmas – apima kitos šalies gyventojus, keliaujančius priimančioje šalyje;

⁵ Tourism concepts. [Žiūrėta 2006 10 25]. Prieiga per internetą: <http://www.unwto.org/statistics/basic_references/index-en.htm>.

⁶ Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. Lietuvos Respublikos Seimas/ 2002 12 03, Nr. IX-1211. (Žin., 2002, Nr.123-5507).

⁷ Grecevičius P., Slušnys E. ir kt. (2002). Turizmas.Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras. p. 27

⁸ Grecevičius P., Slušnys E. ir kt. (2002). Turizmas.Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras. p. 180.

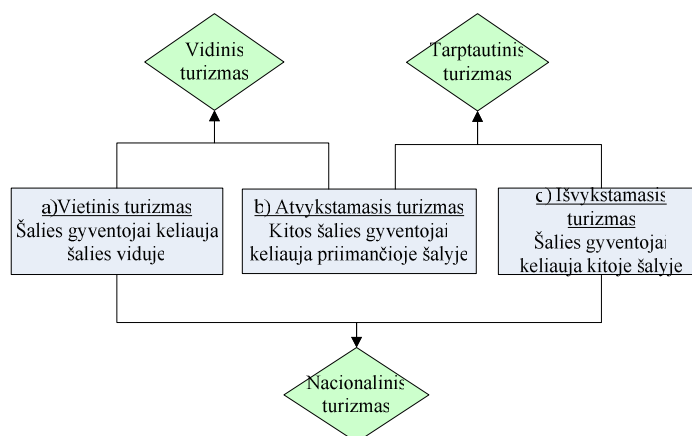
⁹ Lietuvos turizmo statistika 2003 (2004). Valstybinis turizmo departamentas. Vilnius. p. 36.

c) Išvykstamasis turizmas – apima šalies gyventojus, keliaujančius kitoje šalyje.

Kombinuojant šias tris turizmo formas išskiriamos trys **turizmo kategorijos**:

1. Vidinis turizmas – vietinis ir atvykstamasis turizmas (a+b);
2. Nacionalinis turizmas – vietinis ir išvykstamasis turizmas (a+c);
3. Tarptautinis turizmas – atvykstamasis ir išvykstamasis turizmas (b+c).

2 paveikslo schemoje pateiktos turizmo kategorijos ir į jas įeinančios turizmo formos.



2 pav. Turizmo formos ir kategorijos tam tikros šalies atžvilgiu

Šaltinis: Sukurta autorės pagal Turizmas Lietuvoje 2004 (2005).

Kadangi apgyvendinimo įmonėse apsisotja vietinio ir atvykstamojo turizmo atstovai, tyrimo metu bus analizuojami vidinio turizmo kategoriją įtakojantys veiksniai.

Tyrimė labai svarbu atskirti sąvokas: lankytojas ir turistą. (Keliautojų, tamė tarpe lankytojų klasifikacija pateikta 2 priede). Pagal turizmo formas lankytojai skirstomi į tarptautinius lankytojus ir vietinius lankytojus. Pagal lankymosi trukmę lankytojai skirstomi į vienadienius lankytojus ir turistus (lankytojus, kurie apsisotja kolektyvinėse ar privačiose apgyvendinimo įstaigose bent vienai nakčiai). **Lankytojas** – asmuo, keliaujantis į kitą vietą, už jam (jai) įprastos gyvenamosios aplinkos ribų, ne ilgesniam nei 12 mėnesių laikotarpiui, ir jo (jos) pagrindinis kelionės tikslas nėra veikla, už kurią atlyginama lankomoje vietoje¹⁰.

Tyrimui svarbi sąvoka yra turistą, nes bus tiriama turistų nakvynių skaičius. Remiantis jau minėtuoju LR Turizmo įstatymo 2 str., **Turistas** yra fizinis asmuo, kuris pažintiniais, profesiniais-dalykiniais, etniniais, kultūriniais, rekreaciniais, sveikatingumo, religiniais ar specialiais tikslais keliauja po šalį ar į kitą šalį ir apsisotja bent vienai nakvynei, tačiau ne ilgiau kaip vienerius metus už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų, jei ši veikla nėra mokymasis ar apmokamas darbas

¹⁰ Lietuvos turizmo statistika 2003 (2004). Valstybinis turizmo departamentas. Vilnius. p. 36.

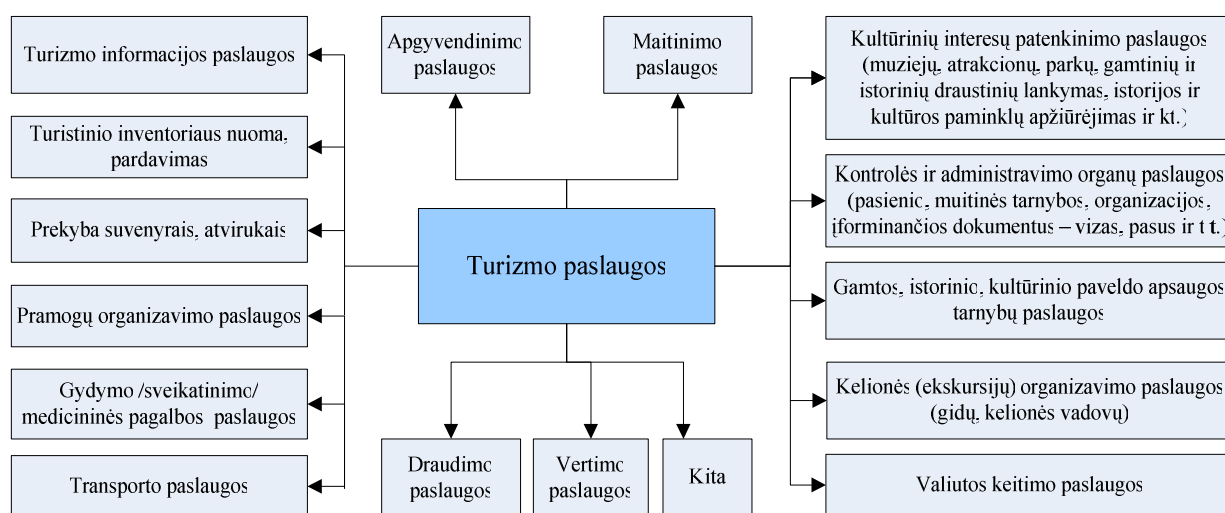
lankomoje vietovėje¹¹. Taigi, apgyvendinimo įmonių klientus galima įvardinti vietiniais ir tarptautiniais lankytojais, arba turistais.

Visų pirma reikėtų apibrėžti paslaugos sąvoką. Dažniausiai sutinkamas paslaugos apibrėžimas yra „**Paslauga** – tai prekė, kurios gamyba ir vartojimas vyksta tuo pačiu metu, kai dalyvauja vartotojas, ir kurios turinys bei kokybė priklauso nuo paslaugos teikėjo, paslaugos vartotojo ir tuo metu veikiančių kitų aplinkybių“¹². Paslauga tuo pačiu metu yra ir veikla, ir rezultatas. Paslaugos, palyginus jas su materialiomis prekėmis, pasižymi 4 išskirtinėmis savybėmis: neapčiuopiamumas, neatskiriamumas, neišsaugomumas, nevienalytiškumas (heterogeniškumas).

Turizmo paslauga – fizinių ir juridinių asmenų veikla, kuria tenkinami turistų kelionės organizavimo, apgyvendinimo, maitinimo, vežimo, informacijos, pramogų ir kiti poreikiai. Lietuvoje pagal LR Turizmo įstatymo 3 str. skiriamos šios turizmo paslaugų rūšys¹³:

1. Kelionės organizavimo paslaugos;
2. Turizmo informacijos paslaugos;
3. Apgyvendinimo paslaugos;
4. Vežimo, maitinimo, pramogų ir kitos turizmo paslaugos.

Papildyta turizmo sektoriaus teikiamų paslaugų rūšių vizualinė schema pateikta 3 paveiksle.



3 pav. Turizmo paslaugų rūšys

Šaltinis: Adaptuota autorės pagal Dovalienė A. (1998), Žalienė I., Žalys L.(2004), Grecevičius P. (2002).

Turizme glaudžiai susipina įvairių komercinių, valstybinių įmonių ir organizacijų interesai. Turizmo produktas yra sudarytas iš trijų tipų paslaugų¹⁴:

¹¹ Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. Lietuvos Respublikos Seimas/ 2002 12 03, Nr. IX-1211. (Žin., 2002, Nr.123-5507).

¹² Svetikienė I. (2002). Turizmo marketingas. Vilnius. p. 39.

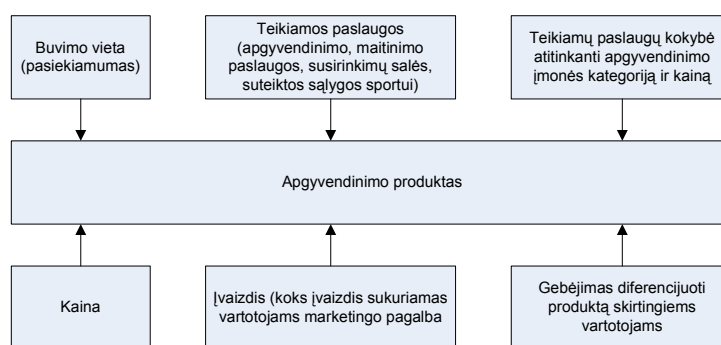
¹³ Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. Lietuvos Respublikos Seimas/ 2002 12 03, Nr. IX-1211. (Žin., 2002, Nr.123-5507).

¹⁴ Vainienė I. (2001). Kaimo turizmo organizavimas. Vilnius.: Eugrimas. p. 269.

1. Pagrindinės paslaugos – tai, kas perkama, t.y. įvairių paslaugų kompleksas, pajėgiantis spręsti vartotojo problemą (nakvynė, maitinimas, poilsio paslaugos ir pan.);
2. Lydinčios paslaugos – įvairios paslaugos, skirtos tam, kad būtų galima sėkmingai naudotis pagrindine paslauga (pvz., išankstinis rezervavimas, atsiskaitymas kreditinėmis kortelėmis ir pan.);
3. Papildomos paslaugos – tos, kurios palaiko pagrindines ir leidžia efektyviau skirtis nuo konkurentų (pvz., pirtis, baseinai, laiveliai, sporto aikštelės ir pan.).

Remiantis LR Turizmo įstatymu, **apgyvendinimo paslauga** – tai būtinos apgyvendinti sąlygos ir veikla, kuria tenkinami turistų nakvynės ir higienos poreikiai¹⁵.

Apyvendinimo paslaugos yra viena iš dominuojančių turizmo sektoriaus paslaugų (3 paveikslas). Jos yra būtina turizmo struktūrinė dalis kiekvienoje vietovėje, kuri nori pritraukti ne tik vienadienius lankytojus, bet ir turistus, praleidžiančius joje bent vieną naktį. Apyvendinimas vaidina esminį vaidmenį daugelio šalių turizmo sektoriuje. Apyvendinimo paslaugos labai svarbios šalies ar regiono ekonomikai kaip biudžeto pajamų šaltinis bei darbo vietos. Turistų išlaidos skirtos apsigyventi yra nevienodos. Jos priklauso nuo pasirinktos apgyvendinimo įstaigos tipo, rinkos bei kitų faktorių. Nustatyta, kad daugiau nei 30 proc. visų kelionės išlaidų tenka šiam sektoriui¹⁶. Ši dalis sumažėja vietinių kelionių išlaidų struktūroje, nes mažiau išlaidų tenka vietiniam transportui. Apyvendinimo paslaugos gali būti parduodamos kaip galimybė padidinti kitų sektorių įplaukas. Pavyzdžiui: ne sezono metu viešbučiai gali sumažinti nakvynės kainas su sąlyga, kad svečiai užsisakys bent minimalų maitinimą, pramogaus, naudosis kitomis vietovėje siūlomomis paslaugomis.



4 pav. Apyvendinimo produkto savybės

Šaltinis: Sudaryta autorės remiantis Holloway J. C. (1999), Page J. St. (2007).

Remiantis jau aptartu apgyvendinimo paslaugos apibrėžimu, galima teigti, kad **apgyvendinimo produktas** – tai prekių bei paslaugų visuma, tenkinanti svečių poreikius nakvynės metu. Jam

¹⁵ Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas 2 str. LR seimas Nr. IX-1211. (Žin., 2002, Nr.123-5507).

¹⁶ Grecevičius P., Armaitienė A., ir kt. (2002). *Turizmas/* vadovėlis. Kaunas : Kauno kolegijos leidybos centras. p. 113.

būdinga kaina, patogi buvimo vieta, įvaizdis pritraukiantis lankytojus, teikiamos paslaugos, atitinkančios apgyvendinimo įmonės kategoriją bei gebėjimas diferencijuoti produktą skirtingiems vartotojams (žr. 4 paveikslą). Būtent šios savybės lemia apgyvendinimo įmonių pasirinkimą. Tai įvertindamos apgyvendinimo įmonės gali įtakoti vartotojų pasirinkimą. Iš apgyvendinimo produkto savybių tyrime bus analizuojama tik kaina, kaip paklausos funkcijos sudėtinė dalis.

Viešbučiai pagal ekonominę veiklos rūšį priklauso viešbučių ir restoranų sektoriui. Lietuvoje 2002 m. yra įkurta Lietuvos viešbučių ir restoranų asociacija, susijungus Lietuvos viešbučių asociacijai (įkurta 1993 m.) bei Nacionalinei viešbučių ir restoranų asociacijai (įkurta 1995 m.)¹⁷. Viešbučių finansinių rodiklių duomenis Statistikos departamentas kaupia kartu su restoranų finansiniais duomenimis. Šis faktas apsunkina tyrimą, nes viešbučiai išskiriami iš kitų apgyvendinimo įmonių formų ir suteikiami netolydūs duomenys.

Viešbučių ir restoranų kai kurie statistiniai duomenys sugrupuojami, nes priklauso svetingumo verslui. **Svetingumas** (hospitality) – tai apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančių įmonių (viešbučių, kavinių ir kt.) privalomasis bruožas, pagal kurį į turizmo paslaugų vartotoją turi būti žiūrima kaip į svečią ir įmonės veikla organizuojama taip, kad geriausiai būtų patenkinami atskirų svečių segmentų poreikiai. Svetingumą galima apibūdinti kaip kompleksą apčiuopiamų (maistas, gėrimai, nakvynė) ir neapčiuopiamų (aptarnavimas, atmosfera, įvaizdis) elementų¹⁸. Šios paslaugos negali būti teikiamos be tiesioginio vartotojo dalyvavimo procese. Vartotojas yra ypač svarbus svetingumo versle, todėl neatsitiktinai apgyvendinimo ir maitinimo įstaigose visi klientai vadinami svečiais.

Tolesniame skyriuje bus analizuojamos apgyvendinimo įmonių paslaugų rūšys ir jų klasifikacija.

1.1.2. Apgyvendinimo įmonių paslaugų rūšys ir įmonių klasifikacija

Pagal LR Turizmo įstatymą 5 skirsnį,¹⁹ apgyvendinimo paslaugos skirstomos į tokias grupes:

- Viešbučio tipo apgyvendinimo paslaugos;
- Specialaus apgyvendinimo paslaugos;
- Kaimo turizmo paslaugos;
- Nakvynės ir pusryčių paslaugos;
- Turistinės stovyklos paslauga;

Viešbučio tipo apgyvendinimo paslaugas teikia viešbučiai, moteliai ir svečių namai.

¹⁷ Lietuvos turizmo plėtros dešimtmetis 1992 – 2002. Valstybinis turizmo departamentas. [Žiūrėta 2008 01 25]. Prieiga per internetą: <<http://www.tourism.lt/lt/stat/turlt10.pdf>>.

¹⁸ Grecevičius P., Armaitienė A., ir kt. (2002). *Turizmas/ vadovėlis*. Kaunas : Kauno kolegijos leidybos centras. p. 112.

¹⁹ Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. Lietuvos Respublikos Seimas/ 2002 12 03, Nr. IX-1211. (Žin., 2002, Nr.123-5507).

Specialaus apgyvendinimo paslaugas teikia kurortų sanatorijos, kurortų rehabilitacijos centrai, kempingai, turizmo centrai, poilsio namai, jaunimo nakvynės namai.

Viešbučio tipo ir specialaus apgyvendinimo tipo apgyvendinimo paslaugas gali teikti įmonės registruotos turizmo paslaugų registre ir turinčios šių paslaugų teikimo pažymėjimus (sertifikatus). Minimalius šių paslaugų teikimo reikalavimus bei pažymų išdavimo tvarką nustato Viešbučio tipo apgyvendinimo paslaugų teikimo taisyklės ir Specialaus apgyvendinimo paslaugų teikimo taisyklės.

Nakvynės ir pusryčių paslaugas teikia individualių patalpų savininkai, turintys patentą apgyvendinimo paslaugoms teikti.

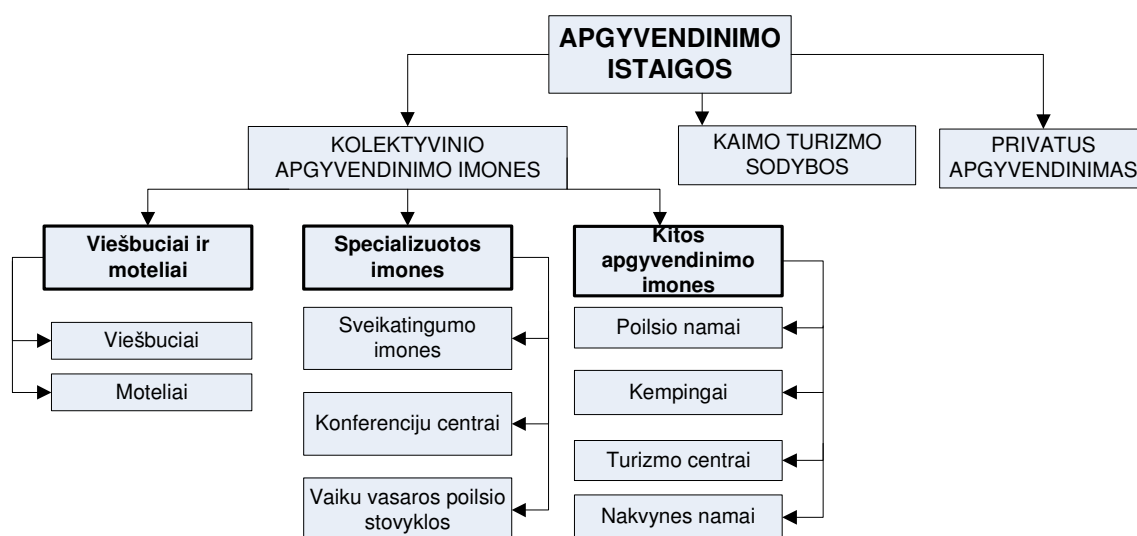
Kaimo turizmo paslaugas kaimo vietovėse teikia individualių patalpų savininkai (turintys patentą apgyvendinimo paslaugoms teikti), papildomai sudarydami aktyvaus poilsio galimybes.

Turistinės stovyklos paslaugos yra paslaugų teikimas ir trumpalaikio poilsio organizavimas žemės ūkio, miško ar kitos paskirties žemėje įrengtoje stovyklavietėje su vietomis palapinėms statyti ir įranga maistui ruošti, higienos poreikiams tenkinti, atliekoms surinkti bei aktyviam poilsiui organizuoti. Nakvynė gali būti suteikiama palapinėse ar apgyvendinimui skirtose patalpose.

Nakvynės ir pusryčių paslaugų, kaimo turizmo be turistinių stovyklų paslaugų minimalius reikalavimus nustato Valstybinis turizmo departamentas.

Skiriasi Lietuvos turizmo įstatyme ir LR Statistikos departamento pateikiamas apgyvendinimo įmonių grupavimas. Apgyvendinimo įmonių grupavimas ir klasifikavimo reikalavimai pagal LR Turizmo įstatymą pateikti 3 priede. Apgyvendinimo įmonių klasifikacija pagal LR Statistikos departamento pateikiamus statistinius duomenis pateikta 5 paveiksle.

Statistikos departamento viešbučių ir turizmo statistiniai duomenys pateikiami dar išskiriant *kitų apgyvendinimo įmonių* grupę, į kurią įeina poilsio namai, kempingai ir nakvynės namai, kurie LR Turizmo įstatyme priklauso *specialaus apgyvendinimo paslaugų* kategorijai.



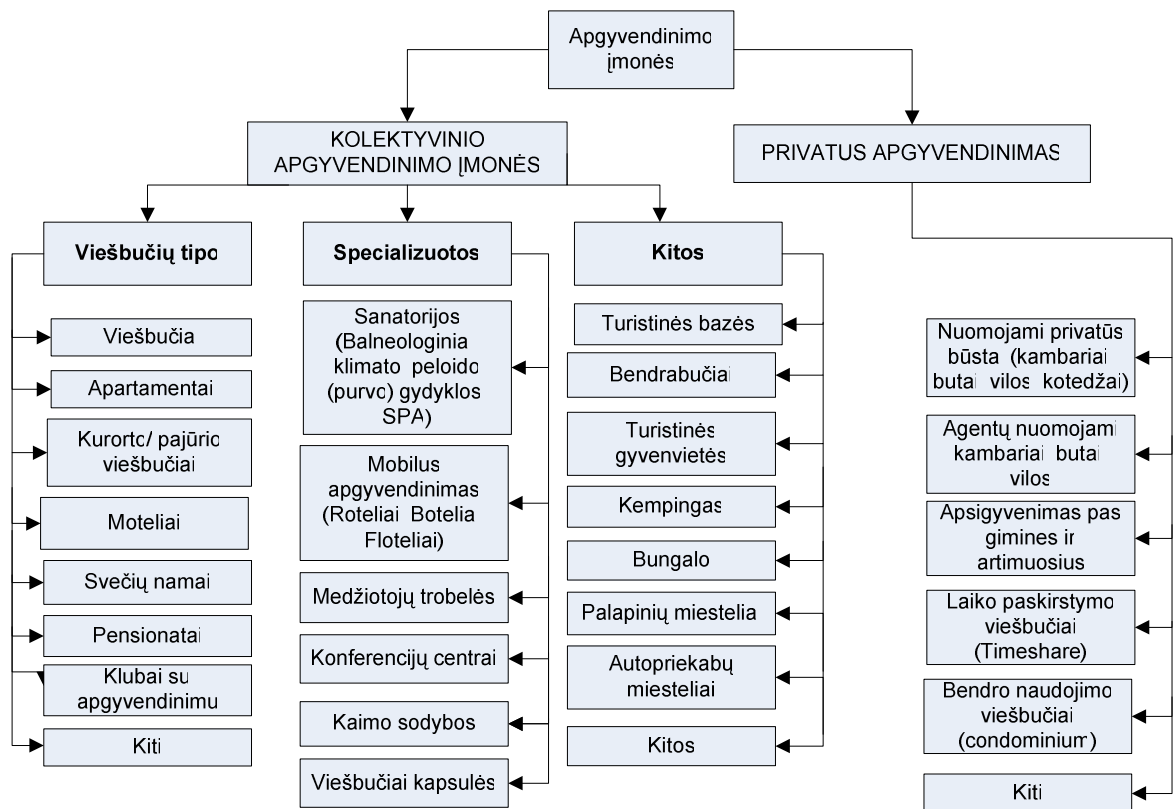
5 pav. Apgyvendinimo įstaigų klasifikacija Lietuvoje pagal Statistikos departamento duomenis

Šaltinis: Sudaryta autorės remiantis Turizmas Lietuvoje, 2006 (2007).

Remiantis Statistikos departamento pateiktu apibrėžimu, **kolektyvinio apgyvendinimo įmonė** yra įmonė, teikianti keliautojui nakvynę kambaryje arba kitoje atskiroje patalpoje, jos teikiamų vietų skaičius turi būti didesnis negu nustatytas minimalus vietų skaičius asmenų grupėms, didesnėms negu viena atskira šeima²⁰. Įmonėje visoms vietoms turi būti taikomas bendras komercinio pobūdžio valdymas.

Privatus turistų apgyvendinimas – tai turistų apgyvendinimo tipas, kuris neatitinka „įmonės“ apibrėžimo. Privatus turistų apgyvendinimas už mokesčių ar be mokesčio teikia ribotą vietų skaičių. Kiekvienas apgyvendinimo vienetas (kambarys, gyvenamosios patalpos) yra savarankiškas ir turistai juo naudojami paprastai savaitę ar savaitgalį, dvi savaites ar mėnesį arba juo naudojami patys savininkai kaip antrais namais ar poilsio namais.

Trečia apgyvendinimo įstaigų kategorija – **kaimo turizmo sodybos**, teikiančios kaimo turizmo paslaugas. Jų savininkai neprivalo teikti statistinės informacijos Statistikos departamentui. Statistikos departamentas vieną kartą per metus atlieka kaimo turizmo sodybų tyrimą – apklausą.²¹



6 pav. Apgyvendinimo įmonių rūšys kitose šalyse

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Stephen J. Page (2007), *Организация туризма*. (2003), Кононыхин С. В. (2004).

Apžvelgus apgyvendinimo įmonių rūšis Lietuvoje, tikslinga susipažinti su apgyvendinimo paslaugų formomis kitose šalyse. Lyginant su Lietuva, kitose šalyse apgyvendinimo paslaugų formos

²⁰ *Turizmas Lietuvoje 2006 metai* (2006). Lietuvos statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius. p. 24.

²¹ *Turizmas Lietuvoje 2006 metai* (2006). Lietuvos statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius. p. 133.

labiau specializuotos. Apgyvandinimo įmonių rūšys, sutinkamos kitose šalyse, pateiktos 6 paveiksle. Viešbučių kategorija apima oro uostų viešbučius, apartamentinius viešbučius, motelius, paplūdimio viešbučius, gyvenamuosius klubus ir panašias įmones, teikiančias viešbučio tipo paslaugas, įvairesnes negu kitose apgyvendinimo įmonėse.

Apartamentiniai viešbučiai (suite hotels) tai tokio tipo viešbučiai, kurių kambarį sudaro gyvenamasis ar priėmimo kambarys ar atskiras miegamasis, taip pat yra virtuvė su šaldytuvu ir gėrimais.

Oro uostų viešbučiai yra arti prie pagrindinių kelionės centrų. Žmonėms tai labai patogiu, todėl šių viešbučių grandinė pasaulyje yra pati didžiausia.

Suvažiavimų viešbučiai (convention hotels) – dauguma viešbučių turi ne daugiau kaip 600 numerių, o suvažiavimų viešbučiai siūlo daugiau kaip 2000 numerių.

Komerciniai viešbučių tipai paprastai įsikūrę prekybinėse miesto dalyse ar judriuose verslo rajonuose. Jie visų pirma teikia paslaugas keliaujantiems verslo žmonėms, daugumai turistinių grupių, pavieniams turistams ir mažoms žmonių grupėms. Daugelis komercinių viešbučių turi pasitarimo kambarius ir banketinę salę. Čia taip pat gali būti baseinas, sveikatos klubas.

Viešbučio SPA: tai SPA, įkurti prie viešbučių, kaip papildoma paslauga viešbučio gyventojams. Jie gali pasiūlyti visas paslaugas, kurias galima rasti dienos ir /ar sporto klubo SPA. Svečiai gali pirkti vieną procedūrą, bet gali čia praleisti ir visą dieną.²²

Skiriasi ir motelių samprata. Moteliai – nedideli, vieno aukšto pastatai šalia kelio. Moteliai skirti automobiliais keliaujantiems turistams, kurie nereikalauja ypatingų paslaugų ir prabangos. Svečias gauna kambarį ir saugią vietą automobiliui pastatyt. Išskirtinis motelių bruožas – atskiras įėjimas kiekvieną numerį²³.

Priklausomai nuo kelionės priežasčių viešbučiai yra skirti verslo arba poilsio žmonėms. Kuo daugiau viešbučiai turi informacijos apie svečius, tuo geriau gali numatyti ir patenkinti jų norus bei poreikius.

Viešbučiai pagal naudojimosi sąlygas gali būti skirstomi į²⁴:

- Laiko paskirstymo (Timeshare);
- Bendri viešbučiai (Condominium);
- Ilgam pragyvenimui;
- Konferencijų paslaugas teikiantys viešbučiai ir pan.

Laiko paskirstymo ir bendri viešbučiai priskiriami dar ir prie privataus apgyvendinimo formos. *Laiko paskirstymo viešbučiai* (Timeshare) – tai tokia sistema, kai žmonės išsiperka nuosavą

²² Sveikatingumo ir poilsio kompleksų poreikio ir plėtros Lietuvoje studija. UAB „BGI Consulting“, Vilnius, 2007 [Žiūrėta 2008 03 25]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc7/SPA_studija.pdf>.

²³ Кононыхин С. В. (2004). Организация гостиничного и ресторанного хозяйства. Донецк. с.11.

²⁴ Организация туризма. (2003). Под редакцией Кабушкина Н. И.. Минск: ООО „Новое знание“.

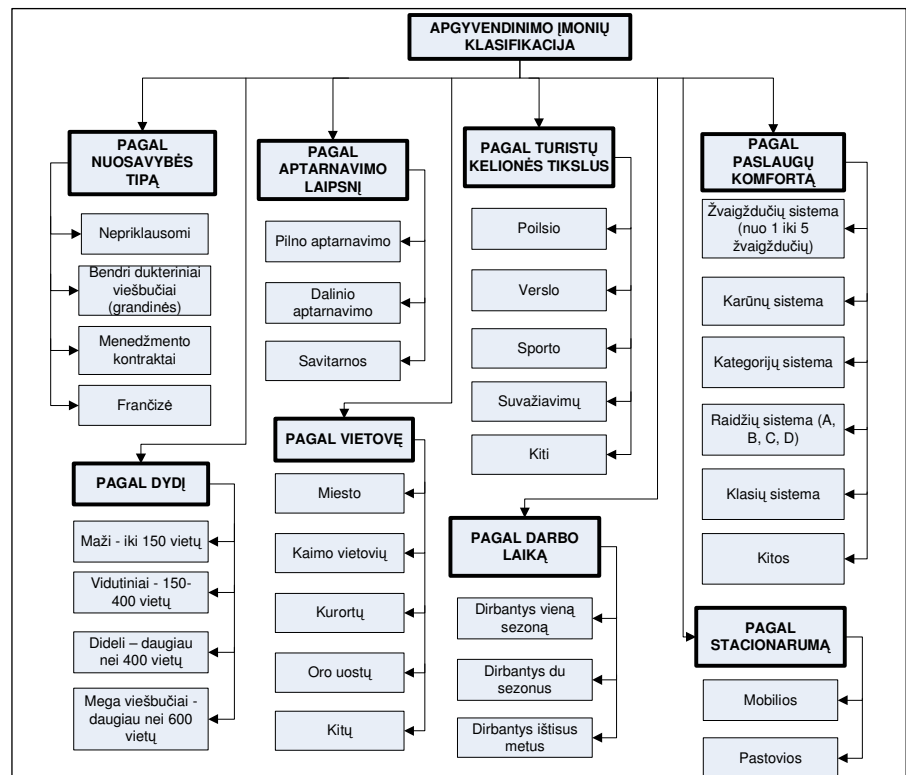
gyvenamą plotą tam tikram periodui – paprastai vienai ar dviem savaitėm per metus. Tuo laikotarpiu jie gali naudotis patys ar išnuomoti kompanijai, kuri valdo viešbučius. Šie viešbučiai ypatingai populiarūs kurorto zonose vietose.

Bendri viešbučiai (Condominium) vietoj kelių savininkų turi vieną. Šio viešbučio savininkas turi informuoti administruojančią kompaniją, kada jis nori užimti plotą. Administruojanti kompanija gali šį plotą išnuomoti likusius metus.

Pagrindinei ir labiausiai paplitusiai apgyvendinimo formai – viešbučiams būdinga²⁵:

- Numerių, kurių skaičius viršija nustatytą minimumą, buvimas;
- Teikiamos pagrindinės/ būtinos (numerių valymas, sanitarinės, lovų klojimas) ir papildomos (skalbyklos paslaugos, drabužių valykla, kirpykla, automobilių nuoma) paslaugos;
- Klasifikavimas, atsižvelgiant į nacionalinius standartus.

Viešbučius labai sunku suklasifikuoti pagal kokį nors vieną bruožą. Todėl egzistuoja keletas vertinimo kriterijų, pagal kuriuos viešbučiai priskiriami skirtingoms grupėms. Viešbučiai klasifikuojami į įvairias kategorijas priklausomai nuo dydžio, vietos, teikiamų paslaugų lygio, rinkos nuosavybės bei valdymo tipo. Pagrindiniai apgyvendinimo įmonių klasifikavimo kriterijai pateikti 7 paveiksle.



7 pav. Apgyvendinimo įmonių klasifikavimo kriterijai

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis *Организация туризма*. (2003), Кононыхин С. В. (2004).

Apgyvendinimo įmonės gali būti skirstomos į tam tikras grupes pagal įvairius kriterijus: pagal aptarnavimo laipsnį – pilno aptarnavimo ar savitarnos, pagal mokėjimą už paslaugas – mokamos ar

²⁵ Организация туризма. (2003). Под редакцией Кабушкина Н. И.. Минск: ООО „Новое знание“. с. 215.

nemokamos, pagal stacionarumą – pastovios arba mobilios (kruizai, traukiniai), pagal vietą – miestuose ar kaimo vietovėse, pagal turistų kelionės tikslus – komerciniai viešbučiai, atostogų centrai ar kt., pagal įmonių savarankiškumo laipsnį – nepriklausomi arba grandinės (priklausantys vietinėms ar tarptautinėms grandinėms, pvz., Holiday Inn).

Siekiant informuoti turistus (paslaugų vartotojus) apie apgyvendinimo paslaugų kokybę bei sudaryti galimybę pasirinkti ir gauti pageidaujamo lygio paslaugas, apgyvendinimo paslaugas teikiantys viešbučiai, moteliai, svečių namai, kempingai ir poilsio namai yra klasifikuojami. Apgyvendinimo įmonės Lietuvoje klasifikuoja Apgyvendinimo paslaugų klasifikavimo komisija, susidedanti iš turizmo verslo asociacijų, turizmo mokymo ir valdymo institucijų bei valstybinių paslaugų priežiūros kontrolės (inspekcijų) atstovų. Klasifikavimo reikalavimus Lietuvoje tvirtina Valstybinis turizmo departamentas.

Apgyvendinimo paslaugų kokybė, jų skaičius ir pasirinkimo galimybė atspindi bei įtakoja lankytojų skaičių vietovėje. Kitaip tariant, apgyvendinimo įmonių pasiūla lemia jų paklausą. Todėl kiekvienos vietovės turizmo strateginio vystymo kryptyse turi būti numatomos ir tai vietovei svarbios bei patrauklios apgyvendinimo formos.

1.2. Rinkos elementų ir paklausos veiksnių analizė

1.2.1. Pagrindinių rinkos elementų ir jos klasifikacijos analizė

Apgyvendinimo paslauga yra paslaugų ir prekių rinkos dalis, todėl galima analizuoti jos paklausą ir pasiūlą. Wonnacot P. pateiktame apibrėžime, **rinka** suprantama kaip erdvė, kurioje formuojami mainai ir prekybiniai ryšiai, pasireiškiantys pardavimo – pirkimo sandėriuose tarp pirkėjų ir pardavėjo²⁶. Pirkėjas ir pardavėjas yra dvi rinkoje veikiančios jėgos. Pirkėjas, kaip veikianti jėga, formuoja rinkos paklausą, o pardavėjas – rinkos pasiūlą²⁷. Rinka klasifikuojama pagal įvairius požymius. Erdvės (geografiniu) požiūriu rinka gali būti pasaulinė, šalies, regioninė, vidaus, užsienio, tarptautinė ir pan. Svarbiausiu prekių rinkos klasifikavimo požymiu laikomas prekių objektas:

- Vartojimo prekių arba vartotojiška rinka;
- Gamybinio pobūdžio prekių rinka;
- Paslaugų (vartojimo ir gamybinio pobūdžio paslaugų) rinka.

Šio tyrimo atveju tiriama apgyvendinimo paslaugų rinka.

Priklausomai nuo susiklosčiusios rinkoje tam tikros prekės pasiūlos ar paklausos, o tiksliau nuo jų santykio, kalbama apie „pardavėjo rinką“ (kai kur vadinamą gamintojo rinką) ir „pirkėjo rinką“

²⁶ Wonnacott P., Wonnacott R. (1993). Mikroekonomika. Vilnius: Littera Universitatis Vytauti Magni.

²⁷ Urbanskienė R., Vaitkienė R., Clotey B., (1998). Rinkos tyrimai ir analizė. Kaunas: Technologija. P. 91.

(arba vartotojo rinką). Pardavėjo rinka susiklosto tada, kai paklausa žymiai viršija pasiūlą. Šiuo atveju, pardavėjui prekių realizavimo problemų nėra, tačiau gali jaustis gamintojo diktatas, nepatenkintos paklausos augimas ir paklausos deficito susidarymas²⁸.

Paklausa, pasiūla ir kaina yra **pagrindiniai rinkos elementai**, o esančios, besiformuojančios tarp jų priešasčių – pasekmių priklausomybės vadinamos rinkos mechanizmu arba paklausos – pasiūlos-kainų mechanizmu. Rinkos kaina yra tas parametras, į kurį įmonė turi atsižvelgti nustatydamą savo pagamintų produktų, paslaugų kainas²⁹.

Remiantis Urbanskienės R. pateiktu apibrėžimu, **pasiūla** suprantama, kaip prekių ir paslaugų visuma, esanti rinkoje arba galinti būti ten pateikta tam tikromis sąlygomis ir esant atitinkamam kainų lygiui. Prekių pasiūlą formuoja gamintojai. Apgyvandinimo įmonių paslaugų pasiūla yra santykinai fiksuota. Išteklių, infrastruktūra negali keistis taip greitai, kaip apgyvendinimo paslaugų paklausa³⁰.

Paklausa suprantama kaip prekės kiekio, kurį pirkėjas nori ir gali pirkti, ryšys su kaina, už kurią ši prekė perkama. Paklausa pasireiškia pirkėjo siekimu įsigyti konkrečią prekę ar paslaugą. Tik pasireiškęs poreikis sukelia paklausą, o tai užtikrina vartojimo prielaidą. Poreikiai – tai tam tikra materialinių ir dvasinių gėrybių visuma, reikalinga visuomenės nariams ir priklausanti nuo socialinių ir ekonominių sąlygų³¹. Vadinasi, paklausą galime apibrėžti kaip troškimą arba poreikį, egzistuojantį drauge su pasiruošimu ir galėjimu užmokėti.

Remiantis įvairių autorių (Urbanskienė R., (1998), Kvainauskaitė V., Snieška V., (2003)) teigimu, rinkos paklausą siūloma klasifikuoti pagal šiuos kriterijus:

1. Objektą (bendroji, atskirų prekių, prekių grupių);
2. Subjektą (atskirų vartotojų grupių, įmonių);
3. Geografinę sritį (šalies, tam tikros teritorijos (krašto, rajono), miesto (kaimo));
4. Rinkos talpumą (esamoji, prognozuojamoji, paslėptoji);
5. Intensyvumą ir stabilumą (kasdieninė, periodinė, sezoninė, pastovi, masinė, dažna, reta, kintanti ir t.t.);
6. Susiformavimo laipsnį (reali, potenciali, besiformuojanti, diskretinė);
7. Pasireiškimo laiką (metinė, sezoninė, ketvirtinė, mėnesinė, savaitinė, dieninė, valandinė);
8. Objekto tarnavimo laiką (ilgalaikio, trumpalaikio, vienkartinio naudojimo prekių);
9. Patenkinimo laipsnį (visiškai patenkinta, iš dalies patenkinta, nepatenkinta);
10. Realizacijos terminą ir paskirtį (atidėta, susikaupusi, pirminė, antrinė);
11. Produkto homogeniškumo laipsnį (homogeninė, heterogeninė) ir t.t.

²⁸ Urbanskienė R., Vaitkienė R., Clotley B., (1998). Rinkos tyrimai ir analizė. Kaunas: Technologija. p. 93.

²⁹ Urbanskienė R., Vaitkienė R., Clotley B., (1998). Rinkos tyrimai ir analizė. Kaunas: Technologija. p. 104.

³⁰ Dovalienė A. (1998). Veiksniai, lemiantys marketingo sprendimų taikymo turizmo versle specifika/Marketingo teorijos ir metodai Lietuvoje. Kaunas: Technologija.

³¹ Kvainauskaitė V., Snieška V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas*/ monografija. Kaunas: Technologija.

Toks rinkos paklausos klasifikavimas apima pagrindines paklausos rūšis ir įveda papildomų kriterijų. Detalus rinkos paklausos klasifikavimas svarbus dėl to, kad skirtingos rūšies paklausos tyrimai skiriasi ir reikalauja atitinkamų paklausos prognozavimo metodų. Praktiškai susiduriama su faktiškai pasireiškusia paklausa (realizuota) ir nepatenkinta paklausa (nepatenkintais vartotojų poreikiais).

Rinkos paklausos prognozė glaudžiai siejasi su rinkos potencialu ir rinkos talpumu. Šie du rodikliai gali nesutapti. Visiškai įmanoma, kad rinkos potencialas bus didesnis už rinkos talpumą.

V. Pranulis pateikia tokius rinkos potencialo ir rinkos talpumo apibrėžimus: **rinkos potencialas** – rodiklis, parodantis, kiek tam tikroje rinkoje gali būti suvartojama ar naudojama iš viso, o **rinkos talpumas** – faktiškai rinkoje parduotų prekių kiekis. Rinkos talpumas yra vienas pagrindinių rinkos tyrimo objektų, nes talpumo rodiklis parodo tam tikros prekės realizavimo apimtį. Rinkos talpumas (dydis, talpa) nustatoma realizuotų (parduotų) per tam tikrą laikotarpį (paprastai per metus) prekių, produktų apimtimi. Rinkos talpumas gali būti nustatytas tiek fizine, tiek vertine apimtimi. Laiko atžvilgiu ir rinka ir jos talpumas keičiasi. Rinkos talpumui įtaką daro ekonominė ir politinė situacija šalyje, vartotojų skaičiaus kitimas, gyventojų migracija, turizmo plėtra, gyventojų perkamoji galia, vartojimo struktūros kitimas, kiti paklausą lemiantys veiksniai.

Paklausa yra dinamiškas reiškinys, todėl ją stebint analizuojant galima išskirti vadinamąjį horizontalųjį ir vertikalųjį paklausos kitimą. Remiantis Urbanskienės R. pateiktu apibrėžimu, **horizontaliosios paklausos** kitimas būdingas šalyse, kur gyventojų skaičius didėja (vieno gyventojų pajamos nekinta). **Vertikaliosios paklausos** kitimas būdingas šalims, kurių gyventojų skaičius lieka nepakitęs, tačiau gyventojų pajamos didėja.

Analizuojant apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos tyrimus bei remiantis Statistikos departamento renkama ir teikiama informacija, nustatyta, kad apgyvendinimo įmonių paklausos įvertinimui reikšmingiausi yra apgyvendinimo įmonių suteiktų nakvynių skaičius bei numerių užimtumo rodiklis.

1. Apgyvendinimo įmonių suteiktų nakvynių skaičius per tam tikrą laikotarpį. Turistų nakvynių skaičius atspindi turistų kelionės trukmę, todėl yra ir geresnis šalies populiarumo rodiklis³².

2. Numerių (vietų) užimtumo rodiklis – tiesiogiai parodo, kokia dalis numerių (vietų) buvo nupirka. Numerių užimtumo rodiklis atspindi mokios paklausos dalį³³.

$$\text{Numerių užimtumas} = \frac{\text{Parduotų numerių skaičius}}{\text{Visų numerių skaičius}} * 100 \%$$

³² Nordstrom, J. (2004). *Estimating and Predicting International Tourism Demand in Sweden*. [Žiūrėta 2006 12 21]. Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/bsi/pdf?vid=8&hid=13&sid=18101132-17b5-40a8-b286-f56872f2b7fc%40sessionmgr7>>.

³³ Hotel market analysis: Anchorage Alaska. (2005). Washington: AIDEA. [Žiūrėta 2007 05 02]. Prieiga per internetą: <<http://www.aidea.org/PDF%20files/Anchorage2005hotelmarketanalysis.pdf>>.

Numerių užimtumas gali būti skaičiuojamas įvairiems laikotarpiams: per metus, pusmetį, ketvirtį, mėnesį, savaitę, parą. Paprastai viešbučiai dirba pelningai, jeigu vidutinis viešbučio užimtumas yra 65 ir daugiau procentų. Didėjant viešbučių užimtumui brangsta paslaugos.

Turizmo paklausą nagrinėjančioje literatūroje (Stephen J. Page (2007), Cooper, C. ir kt., (2005)) išskiriamos trys pagrindinės turizmo paklausos rūšys:

1. Efektyvioji paklausa (Effective (actual) demand) – ją sudaro turizmo produkto vartotojų skaičius, išreikštas keleivių (turistų) skaičiumi. Šalies turizmo paklausą atspindi atvykusiųjų į tikslinę šalį turistų skaičius.

2. Paslėptoji paklausa (suppressed demand) – susideda iš gyventojų dalies, kurie negali keliauti dėl tam tikrų priežasčių. Ji savo ruožtu skirstoma į:

a) Potencialią paklausą (potential demand) – susideda iš asmenų, kurie nori keliauti, tačiau neturi galimybių, nes neturi apmokamų atostogų, per mažos jų pajamos arba dėl sveikatos problemų. Kai aplinkybės pasikeičia potenciali paklausa lengvai gali pereiti į efektyviają paklausą. Atsižvelgiant į potencialią paklausą turizmo bei apgyvendinimo įmonės gali padidinti savo teikiamų paslaugų kiekį, pavyzdžiui, pritaikius siūlomas paslaugas neįgaliesiems.

b) Galimoji paklausa (deferred demand) – atsiranda dėl pasiūlos trūkumo (pvz. apgyvendinimo vietų trūkumo). Ši paklausos rūšis taip pat gali tapti efektyviaja paklausa, kai apgyvendinimo įmonės patenkina paklausos poreikį.

3. Paklausos nebuvimas (no demand) – gyventojų dalis, kurie nenori keliauti bei naudotis apgyvendinimo įmonių paslaugomis.

Ekonominėje analizėje svarbu pažvelgti ir į istorinę nagrinėjamo reiškinių raidą. Kaip matyti 4 priedo lentelėje, turizmo rinka perėjo kelis evoliucijos etapus, jai būdingi oligopolinės³⁴ rinkos bruožai. Kaip matyti lentelėje pastaruoju metu turizmo paslaugų ekologizavimas tampa aktualus dėl vis didėjančių klimatinių problemų, susijusių su globalizacija, pasauliniu atšilimu. Turizmo įmonėms šiuo metu būdingas specializavimasis ir naujų nišų ieškojimas. Vartotojai diferencijuojami atsižvelgiant į jų poreikius. Apgyvendinimo įmonėms svarbu pažinti klientus esamus ir potencialius, todėl svarbu klasifikuoti paslaugų vartotojus pagal apsilankymo tikslus.

1.2.2. Elastingumas ir jį įtakoiantys veiksniai

Atskirų prekių paklausos ir pasiūlos kiekiai skirtingai reaguoja į kainos pasikeitimo lygį. Tokiai reakcijai įvertinti ekonomikoje naudojamas specialus terminas (matas), vadinamas paklausos arba pasiūlos elastingumu kainai, pajamoms ar kitam veiksniumi. (gr. elastikos – lengvai prisitaikantis,

³⁴ Oligopolija – tai tokia rinkos struktūra, kurioje žymi pasiūlos dalis tenka kelioms firmoms. (Skominas V., 2000).

nepastovus). Bendriausia prasme elastingumas – tai vieno ekonominio kintamojo dydžio sugebėjimas reaguoti į kito ekonominio dydžio pokyčius. Skominas V. siūlo tokį elastingumo apibrėžimą: Elastingumas – tai rodiklis, kuris apibūdina pirkėjų ir pardavėjų reakciją į kainų pokyčius³⁵. Kitaip elastingumą nusako Tamašauskienė Z.: Elastingumas – tai dydis, rodantis procentinį vieno kintamojo pokytį vienu procentu pakitus kitam kintamajam³⁶.

Pasiūlos elastingumas kainai – tai laukiamas pasiūlos kiekio (pardavimų apimtys) pasikeitimas pasikeitus prekės kainai. Pasiūlos elastingumas kainai išreiškia gamintojų (pardavėjų) reakciją į kainų pokyčius.

Paklausos elastingumas kainai – tai laukiamas paklausos kiekio (pardavimų apimtys) pasikeitimas pasikeitus prekės kainai. Paklausos elastingumas kainai išreiškia vartotojų (pirkėjų) reakciją į kainų pokyčius.

Elastingumo kainai koeficientas žymimas E_p . Paklausos elastingumo kainai koeficientą galima išreikšti taip:

$$E_p = \frac{\Delta Q\%}{\Delta P\%} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q} * 100}{\frac{\Delta P}{P} * 100} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} * \frac{P}{Q}$$

Čia:

E_p – paklausos elastingumo kainai koeficientas;

$\Delta Q\%$ – prekės paklausos kiekio procentinis pasikeitimas;

$\Delta P\%$ – prekės paklausos kainos procentinis pasikeitimas;

ΔQ – prekės paklausos kiekio pasikeitimas;

ΔP – prekės paklausos kainos pasikeitimas.

Elastingumo koeficiento reikšmė priklauso nuo atskaitos taško pasirinkimo. Be to, paklausos elastingumas yra skirtingas kiekviename tiesios linijos paklausos taške. Ši problema gali būti išspręsta, jei apskaičiuojant elastingumą bus naudojami kainos ir paklausos vidutiniai dydžiai. Tokiu būdu elastingumą galima apskaičiuoti bet kuriame intervale, elastingumas įvertinamas centriniame taške ir vadinamas lanko elastingumu. Lankinis paklausos elastingumas tarp dviejų taškų skaičiuojamas pagal formulę³⁷:

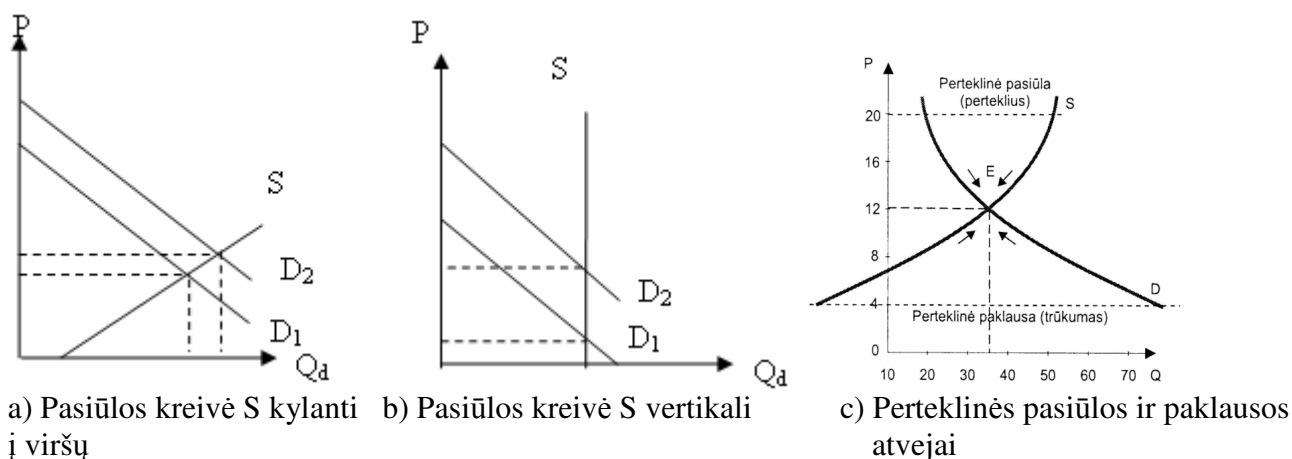
$$E_p = \frac{\frac{\Delta Q}{(Q_1 + Q_2)/2}}{\frac{\Delta P}{(P_1 + P_2)/2}}$$

Prekių, kurių E_p absoliuti reikšmė >1 , paklausa elastinga. Reikalaujamo pirkti prekių kiekio procentinis pokytis yra didesnis už kainos procentinį pokytį. Jeigu $E_p <1$ paklausa neelastinga ir reikalaujamo pirkti prekių kiekio procentinis pokytis yra mažesnis už kainos procentinį pokytį. Kai $E_p =1$, paklausa yra vienetinio elastingumo. Tokiu atveju, reikalaujamo pirkti prekių kiekio procentinis pokytis lygus kainos procentiniam pokyčiui. Elastinga paklausa reiškia, kad net nedidelis kainos pasikeitimas gali palyginti gerokai paveikti įsigyjamą prekės kiekį.

³⁵ Skominas, V. (2000). Mikroekonomika. Vilnius: Enciklopedija. p. 87.

³⁶ Tamašauskienė, Z. (2001). Vartotojo elgsenos teorija. Elastingumas. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla. p. 67.

³⁷ Skominas, V. (2000). Mikroekonomika. Vilnius: Enciklopedija. p. 91.



8 pav. Paklausos kreivės poslinkio įtaka kainai

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Skominas, V. (2000).

Kaip matyti iš paveikslo, pasiūlos kreivei (S) kylant aukštyn, paklausos kreivei D_1 pasislinkus į dešinę, į D_2 padėtį, keičiasi ir kaina (P), ir paklausos kiekis (Q_d) (8 a pav.). Kai pasiūlos kreivė vertikali (8 b pav.) ir pasiūla absoliučiai neelastinga: paklausos pokytis sukels kainos pokytį. Reikia pabrėžti, tai, kad trumpu laikotarpiu apgyvendinimo įmonių vietų/ numerių pasiūla yra neelastinga. 8 c pav. pavaizduota pusiausvyros atvejis E. Pusiausvyra (E) – tai situacija, kai nėra tendencijų kisti prekės kainai ir kiekiui. Pusiausvyros kaina (P_e) – tai tokia kaina, kai paklausos apimtis lygi pasiūlos apimčiai. Jei visi parametrai, išskyrus prekės kainą nekinta, tai pusiausvyrą galima užrašyti taip³⁸: $S(p)=D(p)$. Kai kaina yra didesnė nei pusiausvyros kaina, tai rinkoje esti pasiūlos perteklius, nes pasiūla viršija paklausą. Tuomet kaupiasi atsargos ir kaina mažėja tol, kol pasiekama pusiausvyra. Kai kaina yra mažesnė nei pusiausvyros kaina, tai rinkoje susidaro trūkumas, nes pasiūla mažesnė už paklausą. Tuomet konkuruoja pirkėjai ir kaina didėja tol, kol pasiekama pusiausvyra. Ypač sunku, tačiau svarbu numatyti ekonomiškai pagrįstą prekių pasiūlos ir poreikių atitikimą. Daugumoje atvejų galioja teiginys, kad pasiūla turi viršyti paklausą.

Nagrinėjant kainos ir kiekio priklausomybę, neužtenka išskirti ir analizuoti tik paklausos funkciją. Kadangi kaina ir kiekis priklauso nuo paklausos ir pasiūlos sąveikos, tad į formuojamą modelį reikia įtraukti ir pasiūlos funkciją ir vertinimui naudoti abi funkcijas kartu. Tai sudaro ekonometrinių lygčių sistemą. Nagrinėjant paklausos – pasiūlos modelį, reikia atsižvelgti į tai, kad nagrinėjama pusiausvyros situacija, kai pasiūla sutampa su pakausa.

Formaliai paklausos – pasiūlos modelis užrašomas taip:

$$\begin{cases} y_t^{(1)} = b_1 y_t^{(2)} + \delta_t^{(1)} & \text{– Pasiūlos lygtis} \\ y_t^{(1)} = b_2 y_t^{(2)} + c x_t + \delta_t^{(2)} & \text{– Paklausos lygtis} \end{cases}$$

³⁸ Rasteniene A. (2005). Mikroekonomika. Vilnius: VVA. p. 53.

Čia: $y_t^{(1)}$ – prekės pasiūla; $y_t^{(2)}$ – prekės kaina, x_t – pirkėjų piniginės pajamos, b_1 , b_2 , c – nežinomi koeficientai, kuriuos reikia įvertinti pagal turimus stebinius, $\delta_t^{(1)}$, $\delta_t^{(2)}$ – atsitiktinės paklaidos. Paklausos elastingumą sąlygoja: pakeičiamumas, būtinybė arba prabanga, pajamos, laikas. Plačiau apie šiuos veiksnius:

1. Prekės pakaitalų kiekis. Produktų turinčių daugiau pakaitalų paklausa elastingesnė nei tų, kurie neturi pakaitalų.

2. Nevienodas prekių vaidmuo tenkinant pirkėjo reikmes. Prabangos produktų paklausa yra labiau elastinga. Prie tokių prekių priskiriamos užsienio kelionės.

3. Pirkėjų biudžeto dalis, skiriama atskiroms prekėms pirkti. Paklausos elastingumas kainai priklauso nuo prekių išlaidų lyginamojo svorio vartotojo biudžete. Jeigu toms prekėms pirkti išleidžiama nedaug, tai pirkėjas gali nereaguoti į tų prekių kainų padidėjimą.

4. Laikas. Laikui ilgėjant, elastingumas didėja.

Tyrimė iš šių paminėtų veiksnių bus analizuojama pirkėjų biudžeto dalis. Toliau analizuojami veiksniai įtakojantys paklausos pokyčius.

1.2.3. Apgyvandinimo paslaugų paklausos pokyčius įtakojantys veiksniai

Kalbant apie veiksnius įtakojančius paklausos pokyčius, visų pirma reikia apsibrėžti, apie kokius pokyčius kalbama:

- **Paklausos kiekio pokyčiu** vadinamas judėjimas išilgai paklausos kreivės. Realizuotos paklausos dydis apskaičiuojamas pagal tai, kiek gyventojai išleido pinigų prekėms pirkti (vertinė paklausos išraiška) arba kiek ir kokių prekių gyventojams parduota (fizinė paklausos išraiška)³⁹. Paklausos poslinkiai rodo tam tikros rinkos vartojimo kiekybinę ir kokybinę pažangą.

- **Paklausos pokyčius** rodo paklausos kreivės poslinkiai koordinačių sistemoje. Tai atsitinka veikiant kitiems veiksniams: pasikeitus pirkėjo pajamoms, skoniui, madai ir t.t.

Plačiau apie paklausos pokyčius lemiančius veiksnius:

1. Kaina. Tai vienas iš svarbiausių paklausos veiksnių. Nuo prekės kainos dydžio nemažai priklauso prekės paklausos kiekis. Teoriškai patvirtintas bendras paklausos kiekio dėsningumas, kuo mažesnė prekės kaina, tuo didesnis jos paklausos kiekis, ir atvirkščiai⁴⁰.

Apgyvandinimo įmonių atveju būtų galima naudoti vidutinių pajamų užimtam kambariui rodiklį (ARR).

Vidutinės vieno užimto numerio pajamos (įplaukos) (ARR – average room return) – skaičiuojamos dalinant visas įplaukas gautas per tam tikrą laiką iš užimtų numerių skaičiaus. Vidutinės užimtų numerių kainos apskaičiavimas palengvina kainos ir užimtų numerių skaičiaus

³⁹ Urbanskienė, R., Vaitkienė, R., Clotey, B. (1998). Rinkos tyrimai ir analizė. Kaunas: Technologija. p. 108.

⁴⁰ Lydeka, Z., Drilingas B. (2001). Firmos ekonomikos pagrindai. Vilnius: Pačiolio leidykla. p.28.

sąryšio tyrimus, nes skirtingo tipo kambariai parduodami už skirtingą kainą. Jei per savaitę buvo užimti 400 kambariai ir gautos įplaukos per šį laikotarpį 12 000 Lt, vidutinė kambario kaina bus:

$$= 300 \frac{12\,000}{400} \text{ Lt}$$

Vidutinės vieno kambario pajamos (RevPAR – Revenue per available room) – apskaičiuojamos dviem būdais. Pirmu atveju įplaukos dalinamos iš visų apgyvendinimo įmonės kambarių skaičiaus. Kitas būdas yra vidutinę vieno užimto kambario kainą (ARR) padauginuti iš kambario užimtumo koeficiento. Pavyzdžiui: $\text{RevPAR} = 300 \text{ Lt} * 0,4 = 120 \text{ Lt}$. Į vidutinę vieno kambario kainą yra įtraukti nuostoliai iš negautų pajamų⁴¹.

Palyginimui 1 lentelėje pateikti didžiausių Europos miestų viešbučių užimtumo koeficientai, vidutinės kambario kainos (RevPAR) ir pajamos tenkančios 1 užimtam viešbučio kambariui (ARR), kuris buvo realiai parduotas.

1 lentelė

Didžiausių Europos miestų viešbučių pajamų ir užimtumo rodikliai

Miestas	Numerių užimtumas, proc.		Vidutinės vieno užimto kambario pajamos (ARR)			Vidutinės vieno kambario pajamos (RevPAR)		
	2005	Pokytis, proc. lyginant su praėjusiu laikotarpiu.	2005		Pokytis, proc. lyginant su praėjusiu laikotarpiu.	2005		Pokytis, proc. lyginant su praėjusiu laikotarpiu.
			EUR	Lt		EUR	Lt	
Paryžius	69,3	3,3	186	642,22	7,7	130	448,86	11,4
Londonas	75,2	-2,9	151	521,37	3,5	114	393,62	0,6
Amsterdamas	76,8	2,2	125	431,6	-0,4	97	334,92	1,6
Briuselis	67,8	1,0	96	331,47	5,0	66	227,88	5,7
Berlynas	64,1	-3,6	87	300,40	-1,2	56	193,36	-5,0

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Grant Thornton (2006).

Tačiau vertinant kainas kelių šalių atžvilgiu išskyla tam tikrų keblumų. Viešbučių, restoranų ir kelionių paslaugų kainos su vartojimo kainų lygių koreliuoja 0,99⁴², todėl daugelyje tyrimų turizmo paslaugų kainų palyginimui naudojamas vartojimo kainų lygis (paskirties šalies vartojimo kainų lygio santykis su turistus generuojančios šalies vartojimo kainų lygiu).

2. Pasiūla. Paprastai prekės kainos dydis priklauso nuo paklausos ir pasiūlos santykio. Jeigu paklausa viršija pasiūlą, galima tikėtis kainų padidėjimo.

Kadangi pasiūla įtakoja paklausą, kitaip sakant iššaukia poreikį naudotis paslauga, kai kuriuose turizmo paklausos tyrimuose (Ouerfelli, Chokri (1998), Dicko, Mahamet (2006)) ji įtraukiama kaip nepriklausomas kintamasis.

⁴¹ Hotel market analysis: Anchorage Alaska. (2005). Washington: AIDEA. [Žiūrėta 2007 05 02]. Prieiga per internetą: <<http://www.aidea.org/PDF%20files/Anchorage2005hotelmarketanalysis.pdf>>.

⁴² Nordstrom, J. (2004). *Estimating and Predicting International Tourism Demand in Sweden*. [Žiūrėta 2006 12 21]. Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/bsi/pdf?vid=8&hid=13&sid=18101132-17b5-40a8-b286-f56872f2b7fc%40sessionmgr7>>.

3. Pakaitalų kaina yra svarbus paklausos veiksnys. Pavyzdžiui, kelionių kainos išaugimas į Portugaliją gali įtakoti kelionių į Ispaniją išaugimą. Pakaitalų kaina, remiantis turizmo paklausos tyrimais⁴³, gali būti įvertinama naudojimosi alternatyviomis apgyvendinimo rūšimis kaina. Kadangi kolektyvinių apgyvendinimo įmonių pakaitalu galima laikyti privataus apgyvendinimo sektorių, reikėtų įvertinti privataus apgyvendinimo kainą.

4. Disponuojamos pajamos ir vartojimo išlaidos. Didelis dėmesys teikiamas vartotojų pajamų lygio analizei, kuri atliekama per paklausos elastingumo pajamų atžvilgiu prizmę. Nustatyta, jog svarbu tirti įvairius paklausos elastingumo atvejus, kurie padėtų įvertinti rinkos paklausą, keičiantis įvairių grupių pajamoms ir prekių kainoms, be to paklausos elastingumo tyrimas padeda įvertinti vartotojų reakciją į jų pajamų pasikeitimą. Tačiau tokia nuostata neįvertina kitų, vartotojų poreikius formuojančių ir rinkos paklausą lemiančių, dažnai kokybinių, veiksnių. Didesnės vartojimo galimybės leidžia pirkti daugiau apgyvendinimo paslaugų. Racionalios šeimos išlaidų pagrindu imamas E. Engelio dėsnis, pagal kurį, augant šeimos pajamoms, mažėja maistui tenkanti išlaidų dalis, o išlaidų dalis, tenkanti kultūrinių ir kitų nematerialinių poreikių tenkinimui, kuriuos galima sieti su laisvalaikio praleidimu, iš esmės didėja. Ekonominiais tyrimais yra pagrįsta, kad pajamų augimas ir vartojimo pokyčiai daro tiesioginę įtaką apgyvendinimo įmonių paklausai⁴⁴. Vietoj disponuojamų pajamų regresinėje analizėje, kaip nepriklausomas kintamasis, naudojamas **BVP 1 gyventojui** arba **vidutiniai atlyginimai**⁴⁵. Londono viešbučių tyrimo metu⁴⁶ buvo nustatyta, kad BVP 1 gyventojui 1 proc. kitimas turistų kilmės šalyje (JAV, Prancūzijoje, Vokietijoje), 0,96 procentų padidina turistų nakvynių skaičių Londono viešbučiuose.

5. Gyventojų skaičius. Prekių paklausos kiekis priklauso nuo gyventojų skaičiaus bei prikimo dažnumo. Esant kitoms vienodoms sąlygoms (nesikeičiančioms prekių pakaitalų kainoms, gyventojų pajamoms), paklausa prekėms bus didesnė ten, kur yra didesnis gyventojų skaičius. Tai nėra pagrindinis veiksnys. Paklausai nemažą įtaką daro pirkimų dažnis. Yra prekių, kurios perkamos kasdien ir kartą per keletą metų.

Turistus generuojančios šalies gyventojų skaičius Tikėtina, kad šalis, kurioje gyvena daugiau gyventojų generuoja daugiau turistų. Tarptautinio turizmo paklausos matavimui naudojami atvykusių turistų skaičius. Tarptautinio atvykstamojo turizmo atžvilgiu pagrindinės kelionės tikslo vietos yra Europa, kuri 2007 m. užėmė 54,4 proc. pasaulio turizmo rinkos (UNWTO duomenimis⁴⁷) bei Azijos ir Ramiojo vandenyno regionas (19,8 proc.), iš kurių daugiausia turistų pritraukia Kinija. Amerika pritraukia 16,1 proc. tarptautinių turistų. Viena iš sparčiausiai augančių pasaulio turizmo

⁴³ Witt, S. F., Moutinho, L. (2000). Demand modelling and forecasting// *Strategic Management in tourism*.

⁴⁴ Туризм и гостиничное хозяйство. (2003). Под редакцией Чудновского А. Д. Москва: Юркнига.

⁴⁵ Smeral, E. (1992). *Long-Term Forecasts for Tourism Industries: The Case of Austria and Switzerland*. [Žiūrėta 2006 12 21]. Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/bsi/pdf?vid=9&hid=13&sid=18101132-17b5-40a8-b286-f56872f2b7fc%40sessionmgr7>>.

⁴⁶ Grant Thornton and The Leisure & Tourism Organisation. (2006). London Hotel demand study. [Žiūrėta 2007 05 13]. Prieiga per internetą: <<http://www.london.gov.uk/mayor/planning/docs/hotel-demand-study.pdf>>.

⁴⁷ Tourism highlights 2007 editions. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <http://unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/highlights_07_eng_lr.pdf>.

rinkų išlieka Šiaurės – Rytų Azijos regionas, užimantis 11,1 proc. tarptautinio atvykstamojo turizmo rinkos, tačiau per 2000 – 2006 metų laikotarpį išaugęs 8,3 proc. 2 lentelėje matyti, kad daugiausiai kelionėms išleidžia Vokietijos piliečiai.

2 lentelė

Valstybės, kurių gyventojai daugiausiai išleidžia kelionėms

Vieta	Valstybės	2006m. (mlrd. JAV\$)	Išlaidų augimo dydis (%) 2006/2005	Rinkos dalis (%)	Gyventojų skaičius 2006 m. (mln.)	Turizmo išlaidos 1 gyventojui (JAV\$)
1	Vokietija	74,8	0,53	10,2	82	908
2	JAV	72,0	4,35	9,8	298	241
3	Jungtinė Karalystė	63,1	5,87	8,6	61	1037
4	Prancūzija	32,2	3,21	4,4	61	529
5	Japonija	26,9	-1,47	3,7	127	211

Šaltinis: Tourism Highlights 2007. World Tourism Organisation (UNWTO).

6. Valiutų kursas kai kuriuose tyrimuose naudojamas kaip atskiras nepriklausomas kintamasis atspindi pragyvenimo lygį tiek turistus generuojančioje šalyje, tiek paskirties šalyje. Wonnacott P., R. pateikia tokį pavyzdį, kai dolerio vertė 1980 metų viduryje žymiai padidėjo kitų valiutų atžvilgiu, užsienio kelionės tapo pigios ir išaugo amerikiečių kelionių skaičius į kitas šalis⁴⁸.

7. Kuro kaina. Turizmo verslas labai susijęs su transporto paslaugomis, todėl kuro kainą galima vertinti kaip komplektuojamos prekės kainą.

Panašiai kaip ir paklausos atveju, veiksniai veikiantys pasiūlą laikui bėgant keičiasi ir tuo pačiu pakeičia pasiūlos kreivės padėtį. Prie tokių veiksnių priskiriami: sąnaudos, technologija, gamtinės klimatinės sąlygos, tarpusavyje susijusių prekių kainos⁴⁹.

1.2.4. Apgyvandinimo įmonių makroaplinkos vertinimo ypatumai

Didžiausią įtaką apgyvandinimo įmonių paklausai turi faktoriai lemiantys vidinio turizmo rinkos, kuri susideda iš atvykstamojo ir vietinio turizmo rinkų, pokyčius. Stephen J. Page (2007) daugybę turizmo paklausos veiksnių sugrupavo į tris pagrindines grupes: ekonominius, verslo aplinkos bei socialinius – psichologinius veiksniai. Jie pateikti 3 lentelėje.

3 lentelė

Turizmo paklausos pokyčius įtakojantys veiksniai

Ekonominiai veiksniai	Verslo aplinkos veiksniai	Socialiniai – psichologiniai veiksniai
<ul style="list-style-type: none"> • Disponuojamos pajamos; • BVP 1 gyventojui; • Vartojimo išlaidos; 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasiūlos elementų pakankamumas; • Ekonominis augimas ir stabilumas; • Politinė ir socialinė aplinka; 	<ul style="list-style-type: none"> • Demografiniai faktoriai; • Motyvacija; • Kelionių pirmenybės;

⁴⁸ Wonnacott P., Wonnacott R. (1993). Mikroekonomika. Vilnius: Littera Universitatis Vytai Magni.

⁴⁹ Wonnacott P., Wonnacott R. (1993). Mikroekonomika. Vilnius: Littera Universitatis Vytai Magni.

Ekonominiai veiksniai	Verslo aplinkos veiksniai	Socialiniai – psichologiniai veiksniai
<ul style="list-style-type: none"> • Kelionės kaina; • Gyvenimo kaštai (cost of living); • Gyvenimo kaštai (cost of living) palyginus su kelionės tikslo šalimi; • Apgyvandinimo įmonių kainos; • Valiutų kursai; • Kainų lygis palyginus su kelionės tikslo šalimi; • Išlaidos reklamai; • Marketingo efektyvumas; • Atstumas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonomikos nuosmukis; • Technologinis išsivystymas; • Pasiekiamumas; • Infrastruktūros išvystymas; • Gamtos katastrofos; • Epidemijos; • Urbanizacijos lygis; • Karas, teroristiniai išpuoliai; • Socialinis ir kultūrinis patrauklumas; • Ypatingi įvykiai (pvz.: olimpinės žaidynės); • Trukdžiai laisvai judėti šalyje ir tarp šalių (pvz.: vizos); • Įstatymų kliūtys. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kelionės tikslo šalies įvaizdis; • Kelionės tikslo šalies nuostatos; • Kelionės tikslo šalies pažinimo lygis; • Numanoma nauda; • Ieškoma nauda; • Laisvo laiko kiekis; • Kelionės trukmė; • Apmokamų atostogų trukmė; • Ankstesnių kelionių patirtis; • Fizinės galimybės, sveikata; • Kultūrinis panašumas; • Polinkis keliauti.

Šaltinis: Stephen J. Page (2007).

Remiantis Lydekos Z. pateiktu apibrėžimu: Ekonominė aplinka – tai objektyviai egzistuojanti erdvė, kurioje veikė ir veikia priima sprendimus ūkio dalyviai bei jų veiklą reglamentuojančios institucijos.

Skiriami du aplinkos tipai⁵⁰:

1) Makroaplinka – veiksniai, kurie daro įtaką visiems rinkoje esantiems subjektams. Makroaplinkai priklauso ekonominiai, politiniai ir teisiniai, socialiniai ir kultūriniai, technologiniai ir moksliniai, gamtiniai veiksniai;

2) Pramonės rinkos aplinka – veiksniai būdingi konkrečiai rinkai ar šakai, kurioje funkcionuoja įmonės. Pramonės rinkos aplinka dažniausiai apima konkurentus, tiekėjus, vartotojus.

Analizuojant rinką vartotojų aspektu dažnai taikomas segmentavimas. Rinkos segmentavimas yra visos apibrėžtos rinkos skaidymas į tam tikrą skaičių subrinkų (naudojant identifikuotus segmentavimo požymius). Kiekvienas segmentas yra sudarytas iš klientų ar vartotojų, turinčių panašias charakteristikas.

Makroaplinka suprantama, kaip bet kokią rinką veikiančios išorinės sąlygos, ir skirstoma į skirtingus elementus atsižvelgiant į jų svarbą ir prigimtį. Makroekonomikos pobūdį ir brandumą rinkoje formuoja tam tikros sąlygos. Lydekos Z. teigimu, dabartinė makroekonominė aplinka turi poveikį subjektų konkretiems veiksams šiuo metu. Tuo tarpu ekonomikos dalyvių dabartiniai veiksmai gali paveikti ateities makroaplinkos formavimąsi⁵¹. Makroaplinka nėra ekonomikos subjektų mikroaplinkų suma.

Pagrindiniai veiksniai įtakojantys kelionių paklausą, lemia ir apgyvendinimo įmonių paklausą, nes kaip ir kitų turizmo sektorių veiklą, apgyvendinimo paslaugas kiekvienoje konkrečioje vietovėje

⁵⁰ Kvainauskaitė V., Snieška V. (2003). Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas/ monografija. Kaunas: Technologija. p. 18.

⁵¹ Lydeka Z. (2001). Rinkos ekonomikos tapsmas. Kaunas: VDU leidykla. P. 81.

įtakoja ne vien tik tos šalies ekonomikos makroaplinkos veiksniai, bet ir šalių, iš kurių atvyksta turistai, makroaplinka bei tarptautinė verslo aplinka.

Ekonominė aplinka – tai makroaplinkos elementas, pasireiškiantis tam tikrais ūkio raidos dėsningumais bei tendencijomis, darančiomis poveikį bet kokioms rinkos charakteristikoms. Ekonominės aplinkos poveikis pasireiškia ekonomikos vystimosi cikliškumu, infliacija, nedarbu.

Analizuojant apgyvendinimo įmones ir prognozuojant paklausą svarbu atkreipti dėmesį į verslo ciklus. Apgyvendinimo sektoriuje įprastas cikliškumas ne vien dėl metų laikų kaitos, bet ir kiekvienai verslo šakai būdingų verslo ciklą (4 lentelė).

Kvainauskaitė V. (2002) teigia, kad pagrindinis šakos gyvavimo ciklo fazės atpažinimo kriterijus – šakos produktų paklausos ir pelno normos dinamika. Padidėjusi pelno norma ir paklausos augimo tempas liudija apie šakos augimo fazę, o šių rodiklių augimo tempų sumažėjimas iki vidutinių šakoje reikšmių – signalizuoja apie įžengimą į brandos stadiją.

4 lentelė

Paklausa ir verslo ciklo fazės

Autorius	Verslo ciklo fazės ir požymiai					
Kinduryš V. (2002)	<i>Įvedimo</i>		<i>Augimo</i>	<i>Brandos</i>		<i>Smukimo fazė</i>
	Nedideli pardavimo apimčių didėjimo tempai. Pelno įmonė paprastai negauna, nes turi daug išlaidų.		Greitas pardavimų apimčių augimas ir pelno didėjimas.	Pardavimų apimčių lėtėjimas. Pelnas pasiekęs maksimumą, ima mažėti.		Pardavimų apimčių ir pelno mažėjimas
Butler (1980) ⁵²	<i>Tyrinėjimo</i>	<i>Įsitraukimo</i>	<i>Augimo</i>	<i>Brandos</i>	<i>Sąstingio</i>	<i>Smukimo fazė arba atsinaujinimo</i>
Grant Thornton (2006)	<i>Įvedimo</i>		<i>Augimo</i>	<i>Brandos</i>		
	Lėtas paklausos augimas. Fiksuota pasiūla.		Greitas paklausos augimas.	Paklausos sulėtėjimas; Rinkos prisotinimas; Elastingumo pajamoms sumažėjimas.		

Šaltinis: sudaryta autorės

Butler⁵³ konceptualiajame modelyje naujų viešbučių ir jų numerių pasiūlos išaugimas iššaukia naujus verslo ciklus ir viešbučių numerių paklausos ir pasiūlos pusiausvyrą aukštesniame lygmenyje (kainos ir kiekio atžvilgiu). Pastovūs paklausos svyravimai lemia apgyvendinimo įmonių pajamų nepastovumą ir sukelia ekonomines rizikas. Pagal Чудновский А.Д. (2003) apgyvendinimo įmonių ekonomines rizikas sukelia nepakankamas apgyvendinimo įmonių numerių/ vietų užimtumas su aukštomis pastoviomis išlaidomis bei nepakankamas arba netinkamas užimtumo planavimas ir prognozavimas.

⁵² Yuval Karplus, Shaul Krakover. (2005). Stochastic multivariable approach to modelling tourism area life cycles.// *Tourism and Hospitality Research*. Feb 2005, Volume 5, Number 3. P. 235 – 253.

⁵³ Yuval Karplus, Shaul Krakover. (2005). Stochastic multivariable approach to modelling tourism area life cycles.// *Tourism and Hospitality Research*. Feb 2005, Volume 5, Number 3. p. 235 – 253.

Vakarų Europos mokslininkai, tyrę turizmo priklausomybę nuo bendros ekonominės situacijos, pažymi, kad ekonominės krizės turizmą veikia mažiau nei kitas į ilgalaikio naudojimo prekes orientuotas ūkio šakas. Dalinai tai galima paaiškinti ir tuo, kad turizmas iš prabangos paslaugų transformavosi į būtiną elementarų masinio vartotojo poreikį. Sąlyginis turizmo atsparumas bendros ekonominės situacijos pasikeitimams yra sąlygotas turizmo paslaugų paklausos elastingumo. Krizės metu vyksta paklausos persiorientavimas nuo brangių turizmo formų prie pigesnių, kartu užkertant kelią giliai depresijai turizme. Pavyzdžiui, Šveicarijoje ekonominės krizės metu nakvynių viešbučiuose skaičiaus sumažėjimas buvo didesnis nei mažiau komfortabiliose, pigesnėse apgyvendinimo paslaugas teikiančiose įstaigose: kempinguose, vasarnamiuose, užmiesčio namuose. Bendrais bruožais turizmo paslaugų paklausos svyravimai pakartoja ekonominės sistemos svyravimus, dažniausiai išlaikant 1-1,5 metų atstumą laiko atžvilgiu (Grecevičius P. ir kt., 2002).

2. Socialinė – kultūrinė aplinka lemia laisvalaikio ir poilsio pasiskirstymą. Šiuolaikiniam masiniam turizmo išaugimui turi įtakos išgalėjusi post-pramoninė „darbas vardan pramogų“ filosofija⁵⁴. Dirbama tam, kad daugiau pajamų būtų galima skirti pramogoms. Įvykusi revoliucija darbo srityje „24/7 ekonomika“: darbas 24 valandas per savaitę, darbas namuose reikalauja daugiau poilsio, todėl vis daugiau laiko ir pajamų skiriama kelionėms, pramogoms. Dėl laiko ir pinigų apribojimų dažnos trumpos arba savaitgalio kelionės.

Prie demografinių ir socialinių kintamųjų priskiriama gyventojų senėjimas, ankstesnis išėjimas į pensiją, užtikrinant pakankamą pensijinį aprūpinimą, augantis vienišų asmenų skaičius, dirbančių moterų skaičiaus augimas, šeimose, kuriose dirba du asmenys, vėlesnės santuokos tendencija, bevaikių šeimų skaičiaus augimas, apmokamų atostogų trukmės didėjimas, geresnės galimybės keliauti, rūpinimasis gamta. Gyvenimo būdo ir šeimos vaidmens pasikeitimas lėmė tai, kad moderniose šalyse yra defamilizuotos ir 1/5 asmenų gyvena vieni. 50 proc. JAV suaugusių yra nesusituokę⁵⁵. Demografinės struktūros ir visuomenės socialinio modelio pokyčiai sąlygoja tai, kad vis didesnis žmonių skaičius pasaulyje turi laiko, noro ir finansinių galimybių keliauti. Turizmo augimo tendencijoms turi įtakos demografiškai auganti rinka – tai subrendę keliautojai, 55 metų ir vyresni bei 20–34 metų žmonės.

Prie socialinių veiksnių galima priskirti ir **psichologinius** – tai žmogaus religinės pažiūros, ypatingi interesai ir polinkiai, požiūris į reklamą. Tyrimai rodo, kad antrąkart į tas pačias vietas grįžta nedaugelis turistų, išskyrus tuos atvejus, kai juos veda ekonominiai motyvai arba jausmai. Didėjant pavojams, žmogus, norėdamas išsirinkti naują turistinį maršrutą, pirmenybę teikia psichologiniams motyvams (Žalienė I., Sabaliauskaitė, A., 2002).

⁵⁴ Weaver D., Laura L. (2002). *Tourism management*. (Second edition). Wiley. p. 88.

⁵⁵ *The Tourism and Leisure Industry. Shaping the Future*. (2004). Editors: Weiermair K., Mathies C. New York: The Haworth Hospitality Press. p. 4.

Analizuojant socialinę aplinką svarbus tampa segmentavimas. Pagrindiniai segmentavimo kriterijai pateikti 5 lentelėje.

5 lentelė

Segmentavimo tipai ir pagrindiniai segmentavimo kriterijai

Segmentavimo tipai	Demografinis	Geografinis	Geodemografinis	Psichografinis	Elgsenos
Segmentavimo kriterijai	<ul style="list-style-type: none"> • Amžius; • Lytis; • Gyvenimo etapas; • Gyvenamoji vieta; • Pajamos; • Profesija; • Išsilavinimas; • Religija; • Etninė grupė; • Pilietybė. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pašto kodas; • Miestas, gyvenvietė; • Kontinentinis ar salos; • Šalis; • Regionas; • Ekonominė ar politinė sąjunga; • Populiacija; • Klimatas. 	Vartotojų segmentavimas pagal gyvenamąją vietą-klasifikavimas naudojant demografinius duomenis	<ul style="list-style-type: none"> • Vertybės, požiūriai; • Pomėgiai, nuomonės, gyvenimo būdas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ieškoma nauda; • Pirkimo priežastys; • Pirkimo elgsena; • Vartosena; • Suvokimas ir įsitikinimai.

Šaltinis: Bakanauskas A. (2006). Vartotojų elgsena. Mokomoji knyga. Kaunas: VDU leidykla. p. 98.

3. Teisinė – politinė aplinka. Politinė ir teisinė aplinka apibrėžiama kaip makroaplinkos elementas, apimantis visuomenės politinių struktūrų veiklą bei teisės aktus. Kiekvienoje šalyje veikiančios jėgos suformuoja valdžios ir valdymo struktūras, kurios savo sprendimais priima tam tikrus teisės aktus. Jais savo praktinėje veikloje privalo vadovautis ūkio subjektai.

4. Mokslinė – technologinė aplinka. Šioje srityje pastebimos tokios tendencijos⁵⁶:

- Techninės pažangos spartėjimas;
- Neribotos naujovių galimybės.

Daugelio šiandien naudojamų prekių prieš keletą dešimtmečių dar nebuvo, niekas nežinojo apie magnetofonus, elektronines skaičiavimo mašinas, sintetinius skalbiklius. Laiko tarpas nuo kūrybinio sumanymo iki jo įgyvendinimo vis trumpėja, lygiai taip pat kaip ir laikas nuo prekės įvedimo į rinką iki didžiausios jo realizacijos. Daugėja įmonių, įdiegusių naujas, pažangias technologijas. Pasaulinis internetinis tinklas suteikia informacijos suteikimo, tarpusavio bendradarbiavimo, komunikacijos, apsikeitimo informacija (interaktyvumo), transakcijų galimybes. 10 proc. pasaulinio interneto tinklapių yra susiję su turizmu⁵⁷.

Labai pasikeitė paslaugos tiesiogiai suteikiamos klientams. Kambarių aptarnavimo paslaugos ir registracijos sistemos tampa vis efektyvesnės. Vienuolikoje 2003 m. tirtų tarptautinių rezervavimo sistemų minima keturiasdešimt trijų Vilniaus viešbučių pavadinimai⁵⁸.

⁵⁶ Pranulis V., Pajuodis A. ir kt. (2000). Marketingas. Vilnius: The Baltic Press. p. 75

⁵⁷ The Tourism and Leisure Industry. Shapping the Future. (2004). Editors: Weiermair K., Mathies C. New York: The Haworth Hospitality Press. p. 292.

⁵⁸ Žalienė, I., Žalys, L., Bulavaitė, V. (2004). Lietuvos viešbučių integracija į tarptautines rezervavimo sistemas// Informacinės technologijos verslui – 2004 konferencijos pranešimų medžiaga. Kaunas: Kauno technologijos universitetas. p. 262-266.

5. Gamtinė aplinka. Tai makroaplinkos elementas apimantis klimato sąlygų, gamtos išteklių, jų naudojimo ir aplinkosaugos priemonių įtaką. Reikia atkreipti dėmesį į tris pavojų keliančias tendencijas:

- Gamtinių išteklių stoka;
- Energetinių išteklių svyravimas;
- Aplinkos taršos didėjimas⁵⁹.

Turistus labiausiai traukia saulėti paplūdimiai, švarus smėlis. Ryškėja vartotojų polinkis rinktis egzotinius maršrutus (Azija, Amerika, Ramiojo vandenyno regionas)⁶⁰. Natūralios gamtos turistų traukos objektai (pajūrio vietovės, vandens telkiniai, kalnai, dykumų teritorijos) yra lengvai pažeidžiami ir nuo netinkamos turizmo veiklos, ir nuo pramoninės veiklos. Turizmo paslaugų ekologizavimas tampa aktualus dėl vis didėjančių klimatinių problemų, susijusių su globalizacija, pasauliniu atšilimu bei vis didėjančiu užterštumu. Gamtinių išteklių ir aplinkosaugos nebuvimas gali sumažinti regiono patrauklumą turistų atžvilgiu. Turizmo verslo plėtra priklauso nuo gamtos unikalumo, aplinka turi būti išsaugota, kad neprarastų savo patrauklumo⁶¹.

6 lentelėje pateikti turizmo paklausos prognozavimu moksliniuose tyrimuose naudoti kintamieji.

6 lentelė

Kintamieji, naudojami tarptautinio turizmo paklausos prognozavimui

Autorius	Turizmo paklausą įtakojantys veiksniai	Tarptautinio turizmo paklausos prognozės modelyje naudojami kintamieji
Smeral E. (1992)	<ul style="list-style-type: none"> • Išskiriamos importuojamo ir eksportuojamo turizmo paklausos; • Pajamos; • Kainos; • Socio-demografiniai faktoriai; • Gyvenimo stilius ir mada; • Darbo laiko mažėjimas; • Urbanizacija; • Transporto paslaugos, informacinės technologijos ir organizacijos; • Politiniai įvykiai. 	<ul style="list-style-type: none"> • BVP dydis turistus generuojančiose šalyse; • Palyginamasis kainų lygis.
Witt S. F. (2000)	<ul style="list-style-type: none"> • Turistų kilmės šalies gyventojų skaičių, • Vartojimo išlaidos, • Paskirties šalies vartojimo kainų indeksas, • Valiutų kursas, • Išlaidos marketingui, • Kelionės kainos, • Kelionės pakaitalų kainos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Turistų kilmės šalies gyventojų skaičių; • Vartojimo išlaidos; • Paskirties šalies vartojimo kainų indeksas; • Valiutų kursas; • Išlaidos marketingui; • Kelionės kainos; • Kelionės pakaitalų kainos.
Nordström J. (2004)	<ul style="list-style-type: none"> • Kaina; • Pajamos; • Skonis; • Žodinės rekomendacijos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Vartojimo kainų lygis; • Išlaidos produktui (Industrial Production); • Skonis.

Šaltinis: sudaryta autorės

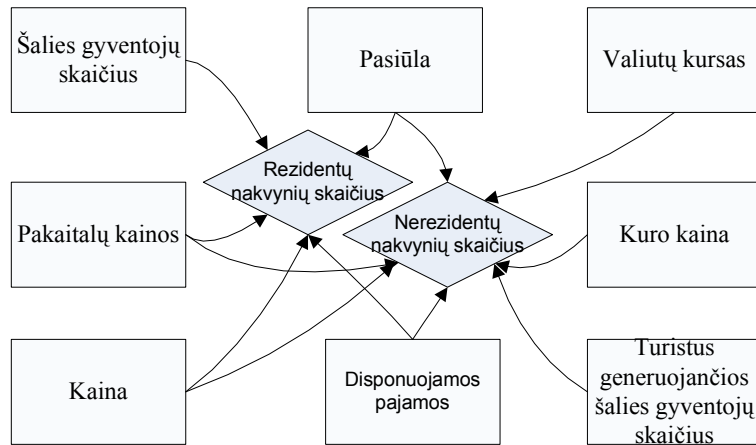
⁵⁹ Pranulis V., Pajuodis A. ir kt. (2000). Marketingas. Vilnius: The Baltic Press. p. 75

⁶⁰ Navickas V., Malakauskaitė A. (2006). Turizmo paslaugų reprezentacija: pažangi užsienio šalių patirtis. Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai. – Kaunas: Vytauto didžiojo universitetas, 2006, 39. p. 179-187.

⁶¹ Hopenienė R., Kamičaitė A. (2004). Tolydi turizmo plėtra. Konkurencingos turizmo sistemos kūrimo prielaidos. Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai. – Kaunas: Vytauto didžiojo universitetas, 2004, 29. p. 49-65.

Nors tyrimuose akcentuojama, kad turizmo paklausą įtakoja daugelis veiksnių, į paklausos prognozavimo modelį paprastai įtraukiami 2-3 veiksniai ir tik atskirais atvejais daugiau veiksnių.

Pagrindiniai apgyvendinimo paslaugų paklausos funkcijos kintamieji pateikiami 9 paveiksle.



9 pav. Pagrindiniai apgyvendinimo paslaugų paklausos pokyčius įtakojuojantys veiksniai
Šaltinis: sudaryta autorės

9 paveiksle pavaizduoti pagrindiniai veiksniai įtakojuojantys apgyvendinimo paslaugų paklausą. Veiksniai atspindintys makroaplinkos elementus:

- Ekonominę aplinką – nedarbas, vartojimo kainų indekso pokytis;
- Socialinę – kultūrinę aplinkos įtaką – gyventojų skaičius;
- Gamtinės aplinkos įtaka pasireiškianti išteklių – kuro kaina.

Remiantis teorine analize paklausos pokyčius turėtų įtakoti valiutų kursas, paslaugos kaina bei jos pakaitalų kaina.

1.3. Ekonominio vertinimo ir prognozavimo samprata bei metodai

1.3.1. Ekonominio vertinimo ir prognozavimo samprata bei metodai

Šiuo metu nėra vienareikšmiško ekonominio vertinimo apibrėžimo tiek Lietuvos, tiek užsienio literatūroje. Buškevičiūtės E. teigimu **ekonominė analizė** yra ekonominių procesų ir jų tarpusavio ryšių nagrinėjimas.⁶² Абрютинa М.С. teigimu **ekonominės analizės objektas** – šiandieninės būklės įvertinimas⁶³. Ekonominės analizės rezultatas turėtų būti išvados apie būklę, padėties įvertinimas. Plačiąja prasme **vertinimas** apibrėžiamas kaip galimas tam tikro ekonominio objekto būsenos nustatymas esamu ir būsimu laikotarpiu, naudojant bet kurį metodą⁶⁴. Remiantis anksčiau

⁶² Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I. (2002). Finansų analizė. Kaunas: Technologija. p. 8.

⁶³ Абрютинa М.С. (2002). Экономический анализ торговой деятельности. Москва: Дело и Сервис. с. 13.

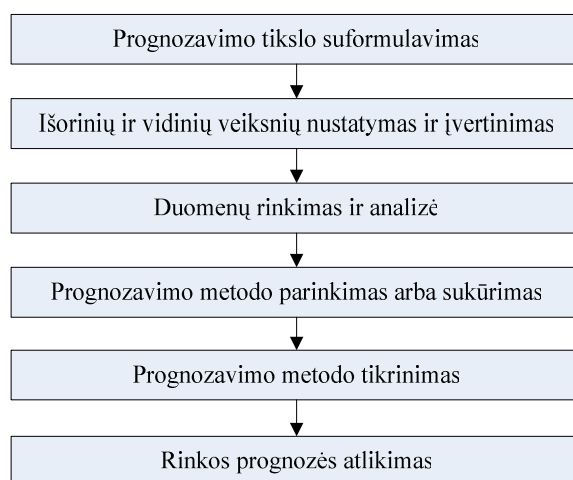
⁶⁴ Kvainauskaitė V., Snieška V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas*/ monografija. Kaunas: Technologija. p. 13.

pateiktais apibrėžimais **ekonominių vertinimą** galima apibūdinti kaip ekonominio objekto esamos būklės nustatymas.

Prognozavimas yra ilgalaikio planavimo pagrindas. Prognozavimo sąvoka ekonominėje literatūroje traktuojama įvairiai. Graikų k. *prognosis* reiškia moksliskai pagrįstą išvadą apie kurio nors objekto galimas būklės ateityje⁶⁵. Boguslauskas V. akcentuoja teorines žinias ir praktinį patyrimą: „**Prognozavimas** – tai būsimos nagrinėjamojo proceso eigos nustatymas, atsižvelgiant į turimą praktinį patyrimą ir priimtas teorines prielaidas“⁶⁶. Snieškos V. pateiktu apibrėžimu: rinkos **paklausos prognozavimas** – procesas, kurio tikslas išanalizuoti esamą rinkos paklausos būseną ir numatyti bei įvertinti rinkos paklausos kitimo tendencijas būsimuoju laikotarpiu. Bendrąja prasme, **prognozė** apibrėžiama, kaip prognozės proceso galutinis rezultatas. **Rinkos paklausos prognozė** – objektyvių ir pagrįstų rinkos paklausos charakteristikų bei jų alternatyvų būsimuoju laikotarpiu tam tikrame regione įvertinimo rezultatas⁶⁷.

Vertinimo ir prognozavimo sampratų sugretinimas parodo, kad prognozavimas suprantamas, kaip vertinimo proceso dalis. Vertinimo sampratos turinys platesnis ir apima daugiau ekonominės informacijos.

10 paveikslo schemoje pavaizduoti įvairių autorių siūlomi prognozavimo etapai.



10 pav. Prognozavimo etapai

Šaltinis: Kvainauskaitė V., Snieška V. (2003).

Šioje struktūroje akcentuojami veiksmai susiję su paklausos išorinių ir vidinių veiksnių, turinčių įtakos prognozei, nustatymu, bei vertinimu, duomenų analize, prognozavimo metodo parinkimu arba sukūrimu ir tikrinimu.

⁶⁵ Kvainauskaitė V., Snieška V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas*/ monografija. Kaunas: Technologija. p. 16.

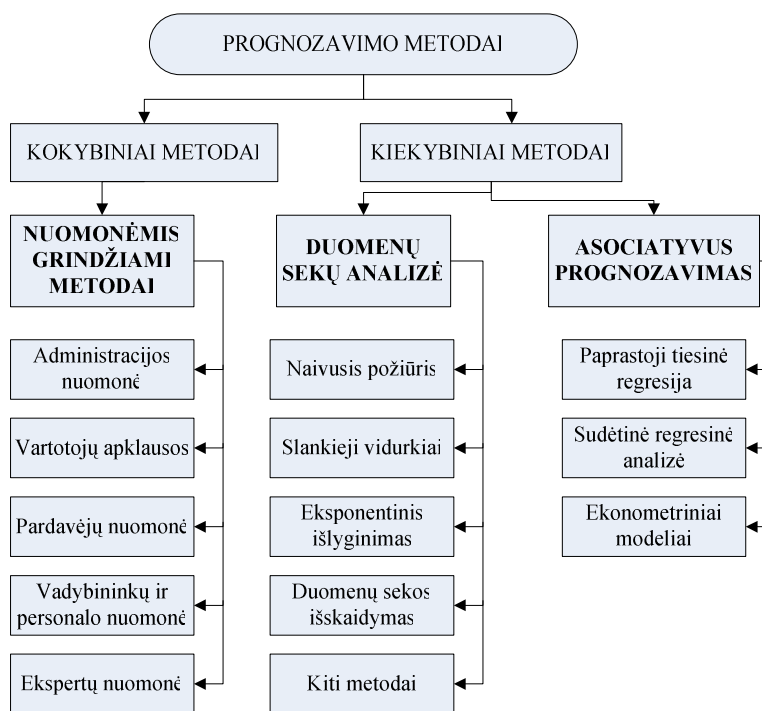
⁶⁶ Boguslauskas V. (2007). *Ekonometrika*. Kaunas: Technologija. p. 329.

⁶⁷ Kvainauskaitė V., Snieška V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas*/ monografija. Kaunas: Technologija. p. 17

Kvainauskaitės V. pastebėjimu, nagrinėjant konkurencinės rinkos paklausos prognozavimo struktūras nuomonės išsiskiria: viena autorių grupė teigia, jog rinkos paklausos prognozė neatsiejama nuo neatsiejama paklausos įmonės produktams prognozavimo dalis, tuo tarpu kiti tikina, kad tiksliai rinkos paklausos prognozuoti neįmanoma, neatlikus makroaplinkos (išorinės aplinkos) įvertinimo arba ekonominio prognozavimo.⁶⁸

Taigi, prognozuojant Lietuvos apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausą būtina atsižvelgti į makroaplinkos kitimo tendencijas ne tik Lietuvos mastu, bet ir užsienio šalių – apgyvendinimo įmonių svečių kilmės šalių makroekonominis rodiklius.

Mokslinėje literatūroje **prognozavimo metodas** apibrėžiamas kaip prognozės uždavinių sprendimas arba prognozės kūrimo būdas, garantuojantis išeičių, kurios skirtos įvairiems prognozės naudotojams, nustatymą. Pagrindiniai prognozavimo metodai pateikti 11 paveiksle.



11 pav. Pagrindiniai prognozavimo metodai

Šaltinis: Štaras R., Žvinklys J. (1996), Snieška V. ir kt. (2002).

Prognozavimas gali būti atliekamas tiek kokybiniu, tiek kiekybiniu būdu. Kokybinė analizė yra intuityvus vertybinis prognozavimo traktavimas, paprastai grindžiamas ekspertų nuomonėmis. Kiekybinės analizės metodai skirstomi į dvi pagrindines grupes: asociatyvaus prognozavimo (regresinė analizė, ekonometriniai modeliai) ir duomenų sekų metodus. Dėl didelės prognozavimo

⁶⁸ Kvainauskaitė V., Snieška V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas*/ monografija. Kaunas: Technologija. p. 31

metodų gausos (ekonominėje literatūroje aprašyta daugiau kaip 200 metodų)⁶⁹ išskyla keblumų juos visus apžvelgti.

1.3.2. Kintamųjų priklausomybės vertinimas

Racionalios veiklos pagrindas yra numatyti įvykių eigą, o tai grindžiama reiškinių ir procesų ryšių žinojimu. Todėl svarbu tuos ryšius tarp dviejų požymių nustatyti – pasekmės (rezultato, priklausomojo kintamojo) ir veiksnio (priežasties, faktoriaus, nepriklausomojo kintamojo)⁷⁰.

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

Tam naudotinas tiesinio koreliacijos koeficiento (Pirsono koreliacijos koeficientas)

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

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

Tiesinio koreliacijos koeficiento standartinis nuokrypis apskaičiuojamas taip:

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

Koreliacijos koeficiento reikšmė gali kisti intervale $[0;1]$. Kuo reikšmė artimesnė vienetui, tuo ryšys tarp dviejų kintamųjų yra glaudesnis ($0 - 0,3$ – nėra ryšio, $0,3 - 0,5$ – ryšys silpnas, $0,5 - 0,7$ – vidutinis, $0,7 - 0,9$ – ryšys stiprus, $0,9 - 1$ – esminis).

Šie empiriniai tiesinio koreliacijos ryšio vertinimai sudaryti neatsižvelgiant į imties didumą, todėl lieka neaišku, ar šis koreliacijos koeficientas statistiškai reikšmingai skiriasi nuo nulio. Tam naudojamas Stjudento skirstinio kritinės reikšmės. Hipotezė apie Pirsono koeficiento r lygybę nuliui ($H_0: r = 0$) tikrinama naudojant t kriterijų:

$$t = \frac{r}{\sqrt{1 - r^2}} \cdot \sqrt{n - 2} \quad (3)$$

Jeigu teisinga nulinė hipotezė, kad $\rho = 0$, tai t turi asimptotinę Stjudento skirstinį su $(n - 2)$ laisvės laipsnių. SPSS pakete pateikiama koreliacijos koeficiento reikšmė ir t kriterijaus dvipusė p reikšmė.

Kreivinio ryšio atveju skaičiuojamas koreliacijos indeksas R :

⁶⁹ Kvainauskaitė V., Snieška V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas*/ monografija. Kaunas: Technologija.

⁷⁰ Bagdonas E. (2004). *Socialinė statistika. I dalis. Metodai*. Kaunas: Technologija. p. 99.

$$R = \sqrt{\frac{\sigma_{y_x}^2}{\sigma_Y^2}} \quad (4)$$

Čia: $\sigma_{y_x}^2$ - faktorinė dispersija rezultatinio požymio, atspindinti y variacija priklausančią tik nuo tiriamo faktoriaus x.
 σ_Y^2 - bendroji dispersija, atspindinti visuminę visų faktorių įtaką.

Koreliacinio koeficiento, arba koreliacinio santykio kvadratas vadinamas determinacijos koeficientu D. Šis koeficientas parodo, kokią priklausomo kintamojo dalį nulemia nepriklausomų kintamųjų kitimas, o (100 – D) kiti neįvertinti veiksniai.

Determinacijos koeficientas apskaičiuojamas taip: $D = R^2 \times 100\%$ (5)

Paprastosios tiesinės regresijos atveju determinacijos koeficientas r^2 sutampa su empirinio Pirsono koreliacijos koeficiento kvadratu.⁷¹ Tai galioja tik paprastosios tiesinės regresijos (vieno nepriklausomo kintamojo) atveju. Determinacijos koeficientas plačiai naudojamas kaip regresijos modelio tinkamumo indikatorius. Taikant tiesinę regresiją reikalaujama, kad $r^2 \geq 0,25$. Kuo daugiau į regresijos modelį įtraukiama kintamųjų, tuo santykinai padidėja determinacijos koeficiento reikšmė.

Regresinė analizė – statistinis metodas, leidžiantis tirti kintamojo Y (priklausomojo kintamojo arba kriterijaus kintamojo) funkcinę priklausomybę nuo vieno ar daugelio kintamųjų X_i (nepriklausomu kintamųjų). Koreliacija parodo dviejų kintamųjų tarpusavio priklausomybės kryptį, stiprumą. Regresija konkretizuoja ryšio formą⁷². Pagal nepriklausomų kintamųjų skaičių – į paprastą ir daugiamatę regresiją. Regresijos funkcijos pavidalas pateiktas 7 lentelėje.

7 lentelė

Regresijos apskaičiavimo formulės

Regresijos formulė	Formulė	Reikšmės	Nr.
Tiesinė regresija	$\hat{y}_i = a + bx + e$ $a = \frac{\sum y_i - b \sum t}{n}$ $b = \frac{n \sum ty_i + \sum t \sum y_i}{n \sum t^2 - (\sum t)^2}$	a – koeficientas, rodantis tiesinės regresijos lygties polinkį; x- nepriklausomas kintamasis b_0, b_1, \dots, b_p - koeficientai	(6)
Daugiamatė regresija	$\hat{y}_i = b_0 + \sum_j b_j x_j$	b_0, b_1, \dots, b_p - koeficientai x_1, \dots, x_j - nepriklausomi kintamieji. $\sum_j b_j x_j$	(7)

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Bartosevičienė, V. (2006).

Regresinė analizė dažnai traktuojama kaip specifinė koreliacinės analizės atmaina. Skirtumas tas, kad koreliacija modeliuoja abipusį statistinį ryšį tarp požymių, o regresinės analizės atveju

⁷¹ Čekanavičius V., Murauskas G. (2004). Statistika ir jos taikymai II. Vilnius: TEV. p. 137.

⁷² Bartosevičienė, V. (2006). Ekonominė statistika. Kaunas: Technologija.

modeliuojamas vienpusis funkcinis ryšys. Vienas iš koreliuojančių požymių būtinai apibrėžiamas kaip determinuojantis faktorius (nepriklausomas kintamasis) ir, abstrahuojantis nuo atsitiktinių faktorių, siekiama charakterizuoti nebe statistinį, bet **funkcinį ryšį** tarp tyrinėtoją dominančių požymių. Koeficientas b parodo, kad faktoriniam požymiui pakitus vienu matavimo vienetu, rezultatinio požymio reikšmė pakinta b (y matavimo) dydžiu). Pagrindiniai regresinės analizės etapai⁷³:

1. Duomenų tinkamumo regresinei analizei tyrimas. Pagrindinės sąlygos – nepriklausomi kintamieji turi koreliuoti su priklausomu kintamuoju, bet nekoreliuoti tarpusavyje, neturi būti išskirčių;

2. Regresinio modelio sudarymas ir jo tinkamumo duomenims įvertinimas;

3. Regresijos modelių koeficientų nustatymas.

4. Regresijos modelio taikymas priklausomam kintamajam prognozuoti, kai turimo nepriklausomųjų reikšmės. Žinant regresijos funkciją, galima apskaičiuoti pasekmės požymio vertes. Tam reikia į regresijos funkcijos lygtį įrašyti veiksnio požymio vertes iš norimo intervalo. Šis etapas yra labai svarbus prognozuojant socialinių-ekonominių procesų eigą bei sudarant įvairius veiklos planus.

Lydeka Z.⁷⁴ akcentuoja svarbią problemą vertinant regresijos paklaidą. Ji gali atsirasti ne todėl, kad kai kurie nepriklausomi kintamieji neįtraukiami į regresinę lygybę, o todėl, kad tiriamu laikotarpiu yra nuosmukio arba pakilimo fazės, kurios sukelia serijinės koreliacijos paklaidą. Jeigu per praėjusį laikotarpį vyko spartus prekių paklausos didėjimas, tada regresijos paklaida bus plusinė ir pranoks vidutinę. Jeigu praėjusiam tiriamajam laikotarpiui buvo būdingas stiprus prekės paklausos nuosmukis, tai regresijos lygybėje paklaida bus neigiama ir gerokai viršys vidutinę. Dėl to nors ir tinkamai apskaičiuoti regresinės lygybės koeficientai gali sumažinti regresijos rezultato patikimumą.

1.3.3. Tyrime naudojamų prognozavimo metodų analizė

Kadangi turizmas ir apgyvendinimo veikla yra itin įtakojama sezoniškumo, paklausos prognozės parengimui reikia parinkti prognozavimo metodus, kurie atsižvelgtų į sezoniškumą.

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

$$y_t = a + b \times t \quad \text{Čia: } a = \frac{\sum y}{n}; b = \frac{\sum y \cdot t}{\sum t^2}; t - \text{laikotarpio numeris. (8)}$$

ARIMA – autoregresijos slankiųjų vidurkių metodas. Šio metodo autoriai yra Boksas ir Dženkinsas. Modelio išraiška konstruojama remiantis laiko eilutės stebinių informacija. Integruotas

⁷³ Vaitkevičius R., Saudargienė A. (2006). Statistika su SPSS psichologiniuose tyrimuose. Kaunas: VDU leidykla. p.161.

⁷⁴ Lydeka, Z., Drilingas B. (2001). Firmos ekonomikos pagrindai. Vilnius: Pačiolių leidykla. p.75

autoregresijos slankiųjų vidurkių metodas aprašo nestacionarias, tačiau išdiferencijavus tampančias stacionariomis, laiko eilutes. Diferencijavimas siekiant stacionarumo - tai skirtumo d reikšmės nustatymas. Šis modelis žymimas ARIMA (p, d, q). Čia iškyla uždavinys apsispręsti, kokias reikšmes reikia suteikti koeficientams p, d, q ir kaip pasirinkti pradinis parametrų įverčius. Parametras d yra eilutės duomenų diferencijavimo laipsnis. Jis parodo, kiek kartų reikia diferencijuoti laiko eilutę, kad ji taptų stacionari. Ar laiko eilutė stacionari parodo eilutės korelogramų grafikas⁷⁵. Stacionaraus ARIMA proceso ACF (autokoreliacinė funkcija) įvertinama pagal šią lygtį:

$$\Phi(B)\rho_k = 0, k > q$$

Stacionariam modeliui būdinga tai, kad ACF greitai gęsta, esant vidutiniams ir dideliems k . Reikalingas stacionarumui laipsnis d yra pasiektas, jei laiko eilutės ACF greitai gęsta. Praktiškai d dažniausiai lygus 0, 1 arba 2. Norint šią reikšmę nustatyti, užtenka peržiūrėti pradinės eilutės pirmo ir antro skirtumų eilučių iki 20 ACF reikšmių.

Radus d , reikia įvertinti p ir q reikšmes. Autoregresijos proceso ACF mažėja tolygiai, o PACF (dalinė autokoreliacinė funkcija) nutrūksta po p poslinkių. Slankiųjų vidurkių proceso ACF nutrūksta po q poslinkių, o PACF tolygiai mažėja.

EkspONENTINIS išlyginimo Holt Winter metodas. Holt Winter tiesinio sezoninio išlyginimo glodinimo metodas tinka tokioms dinamikos eilutėms, kur be trendo aiškiai pasireiškia sezoniškumas. Šis metodas plačiai taikomas tarptautinio turizmo tyrimuose ir juo atliktos prognozės yra pakankamai patikimos. (Cho, Vincent (2003), Chau Jo Vu, Lindsay Turner (2005)).

EkspONENTINIO išlyginimo esmė yra ta, kad senesnio laikotarpio duomenims suteikiamas pastoviai mažėjantis svoris (Martišius, S., Kėdaitis, V., 2003).

Holt Winter metodas yra trijų parametrų, nes turi tris duomenų išlyginimo koeficientus:

1. Bendrasis α (alfa) parametras nusako paskutinio stebėjimo svorį. Kai $\alpha = 1$, prognozei naudojamas išimtinai vienas paskutinis stebėjimas; Kai $\alpha = 0$, visi stebėjimai traktuojami vienodai.

2. Trendo parametras γ (gama) naudojamas tuomet, kai laiko eilutė turi išreikštą kitimo tendenciją. Prie parametro reikšmių, artimų vienetui, prognozei yra naudojamos paskutiniosios laiko eilutės reikšmės, prie parametro reikšmių, artimų 0, prognozei yra naudojamos viso eilutės reikšmės.

3. Sezoniškumo parametras θ (delta) naudojamas tuomet, kai pasireiškia sezoniškumo efektas. Prie parametro reikšmių, artimų vienetui, prognozei yra naudojamos paskutiniosios laiko eilutės reikšmės, prie parametro reikšmių, artimų 0, prognozei yra naudojamos viso eilutės reikšmės.

⁷⁵ Boguslauskas V. (2007). *Ekonometrikos pagrindai*. Kaunas: Technologija. p. 312.

Tačiau šis metodas tinka tik trumpalaikiam prognozavimui ir tiksliausios prognozės gaunamos tik 1 periodui (vieneriems metams)⁷⁶.

8 lentelė

Turizmo paklausos tyrimuose naudojami metodai

Autoriai	Tyrimo tikslas	Tyrimuose naudoti prognozavimo metodai	Prognozavimo metodas, kurio pagalba gautos prognozės su mažiausiomis paklaidomis
Witt S. F., Martin R. (1989) ⁷⁷	Tarptautinių turistų atvykimo skaičiaus prognozė (analizuotos 24 kilmės – tikslinės šalies poros)	Naivieji metodai (Naive1, Naive2) Ekspontentinio išlyginimo metodas Trendo kreivės analizė Autoregresijos metodas Ekonometriniai metodai	Naivusis metodas (Naive1)
Witt S. F. (1992) ⁷⁸	Las Vego atvykusių turistų skaičius (naudoti mėnesiniai atvykusiųjų skaičiaus duomenys)	Naivieji metodai (Naive1) Ekspontentinis išlyginimo metodas	Ekspontentinis išlyginimo metodas
Chau Jo Vu, Lindsay Turner (2005) ⁷⁹	Atvykusiųjų į Korėją turistų skaičiaus prognozavimas: palyginti prognozių pagal atvykusiųjų segmentus tikslumą su bendromis prognozėmis	Ekspontentinio išlyginimo metodas (Holt-Winter Exponential smoothing) BSM Basic Structural Metod	Ekspontentinio išlyginimo metodas (Holt-Winter) Atvykusiųjų skaičiaus prognozavimas pagal atskirus atvykusiųjų segmentus nesuteikia tikslesnių prognozių, nei bendros atvykusiųjų skaičiaus prognozės
Thrane C. (2005) ⁸⁰	Pasirinktų nepriklausomųjų kintamųjų svarbos įrodymas ir tikslesnis pateikimas.	Mažiausių kvadratų metodas (OLS-Ordinary Least Squares) Regresija; Loginės regresijos modelis	Loginės regresijos modelis

Šaltinis: sudaryta autorės

Atlikus mokslinių straipsnių analizę nustatyti ir 8 lentelėje pateikti pagrindiniai turizmo paklausos tyrimuose naudojami prognozavimo metodai. Pasirenkami metodai priklauso nuo tyrimo tikslų. Jei norima gauti tikslesnius prognozės rezultatus, reikia palyginti keliais prognozavimo metodais gautus rezultatus. Rezultatus reikia palyginti su realiais duomenimis, apskaičiuojant prognozavimo paklaidą.

1.3.4. Prognozavimo metodo efektyvumo nustatymas

Prognozavimo metodo efektyvumas nustatomas gautų prognostinių įverčių tikslumu.

1. Prognozavimo paklaida e_t , apskaičiuojama kaip faktiškos ekonominio rodiklio reikšmės y_t ir prognozuojamos ekonominio rodiklio reikšmės \hat{y}_t skirtumas: $e_t = y_t - \hat{y}_t$ (9)

2. Vidutinė absoliutinė santykinė paklaida MAPE (*mean absolute percentage error*) nusako santykinį prognozavimo tikslumą.

⁷⁶ Pukėnas, K. (2006). Laiko eilučių prognozavimas su SPSS, Decision Time & WhatIF? Kaunas: Lietuvos Kūno kultūros akademija.

⁷⁷ Jui-Chi Chen (2000). *Forecasting method applications to recreation and tourism demand*. P.10. [Žiūrėta 2006 12 21]. Prieiga per internetą: <http://proquest.umi.com/dissertations/preview_pickup/56/84/225684/1/00003.gif>.

⁷⁸ Jui-Chi Chen (2000). *Forecasting method applications to recreation and tourism demand*. P.10. [Žiūrėta 2006 12 21]. Prieiga per internetą: <http://proquest.umi.com/dissertations/preview_pickup/56/84/225684/1/00003.gif>.

⁷⁹ Chau Jo Vu, Lindsay Turner. (2005). Data disaggregation in demand and forecasting.// *Tourism and Hospitality Research*. Nov. 2005, Volume 6, Number 1. p. 50.

⁸⁰ Thrane C. (2005). How to present results from logistic regression analysis in hospitality and tourism research.// *Tourism and Hospitality Research*. Aug 2005, Volume 5, Number 4. P. 295 – 305.

$$\text{MAPE} = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{y_t - \tilde{y}_t}{y_t}}{n} = \frac{\sum \left| \frac{e_t}{y_t} \right|}{n} \quad (10)$$

Jei MAPE paklaida neviršija 10 proc., prognozavimo rezultatais vertinami, kaip labai tikslūs ir jais galima pasitikėti. Jei pasiekama didesnė nei 50 proc. MAPE paklaidos reikšmė, prognozavimo tikslumas yra nepakankamas.

3. Vidutinė procentinė paklaida yra santykinis dydis, rodantis prognozės nuokrypį. Ji apskaičiuojama taip:

$$\text{MPE} = \frac{1}{n} \sum_{t=n+1}^{n+n_1} \frac{e_t}{y_t} \cdot 100\% \quad (11)$$

Kai prognozė ideali, tiek nukrypimas į viršų, tiek nukrypimas į apačią turi artėti prie nulio. Praktiškai laikoma, kad šis dydis neturi būti didesnis nei 5 proc.

4. Vienas iš bendros prognozavimo paklaidos apskaičiavimo būdas yra vidutinė kvadratinė paklaida MSE (*mean squared error*):

$$\text{MSE} = \frac{\sum (y_t - \tilde{y}_t)^2}{n} \quad (12)$$

Kuo suklydimas (nukrypimas nuo realios reikšmės) yra mažesnis, tuo tikslesnis prognozavimas. MSE rodiklis leidžia išryškinti pavienius didelius nukrypimus nuo faktinių duomenų. MSE rodiklis naudingas atliekant prognozavimo metodų lyginamąją analizę. Geresnis prognozavimo metodas tas, kur kvadratinės paklaidos apytiksliai panašaus dydžio ir MSE paklaida gaunama sąlyginai nedidelė.

Kai likučių dydžiui turi įtakos dinaminės eilutės matmenų skaičius, bendros paklaidos rodikliui apskaičiuoti tikslinga naudoti santykinius dydžius.

Suprantama, kuo paklaidos rodikliai mažesni, tuo tikslesnis prognozavimo metodas. Paminėti prognozavimo paklaidų matavimo metodai gali būti plačiai pritaikomi lyginant eksponentinius glodinimo metodus ir glodinimo koeficientus. Tiesa, metodams palyginti naudojant įvairius prognozavimo tikslumo rodiklius, galima gauti prieštaringas išvadas. Priimant galutinį sprendimą, reikia atsižvelgti į nagrinėjamos situacijos pobūdį. Tačiau, reikia atminti, kad ideali prognozė yra praktiškai neįmanoma. Egzistuoja per daug faktorių įtakojančių ekonominę situaciją, vartotojų apsisprendimą naudotis apgyvendinimo įmonių paslaugomis, kurių neįmanoma numatyti.

Sudarant rinkos paklausos prognozes remiantis vien tik matematiniais – statistiniais prognozavimo metodais, dažnai neįvertinama makroaplinkos ir ūkio šakos rinkos aplinkos veiksnių įtaka rinkos paklausai. Rinkos paklausos prognozavimui įtakos turi ne tik tinkamai parinktas prognozavimo metodas, bet ir tai, kaip rinkos paklausa yra sąlygojama veiksnių, atspindinčių ekonomines rinkos struktūros ir makroaplinkos charakteristikas.

2. APGYVENDINIMO ĮMONIŲ PASLAUGŲ PAKLAUSOS EMPIRINIS TYRIMAS

2.1. Apgyvendinimo įmonių skaičiaus dinaminė ir struktūrinė analizė

Šio tyrimo tikslas: ekonomiškai įvertinti apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausą ir parengti jos prognozę.

Tyrimo **objektas** yra apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausa, kuri išreiškiama nakvynių skaičiumi, parduotų numerių skaičiumi ir gali būti išreiškiama numerių bei vietų užimtumo rodikliais. Tyrimo metu atsiribojama nuo paslaugų kokybės analizės.

Tyrime išskirti šie žingsniai:

1) Lietuvos apgyvendinimo įmonių skaičiaus bei struktūros pokyčių analizė. Apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos analizė neįmanoma be pasiūlos analizės. Šiame etape būtina išnagrinėti apgyvendinimo įmonių skaičiaus bei struktūros dinaminius pokyčius, įmonių klasifikaciją bei pasiskirstymą pagal apskritis. Apgyvendinimo įmonių skaičiaus dinamikos ir struktūros analizė atliekama apskaičiuojant 6 priede pateiktus rodiklius naudojamus statistinėje analizėje.

2) Apgyvendinimo įmonių vartotojų segmentavimas. Vartotojų segmentavimas būtinas norint atpažinti vartotojų poreikius, tikslus ir naudojimosi paslauga tendencijas. Šiame etape išskiriami vartotojų segmentai pagal kilmės šalį, atvykimo tikslus ir analizuojami 2000 – 2006 m. pokyčiai pagal atrinktus segmentų požymius.

3) Apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos rodiklių analizė sudaro prielaidas identifikuoti paklausą sąlygojančius veiksnius, suteikia informacijos apie reiškinių statiką, dinamiką bei kitimo tendencijas. Siekiant tiriamus rodiklius išanalizuoti išsamiau imti metiniai, ketvirtiniai ir mėnesiniai duomenys. Ketvirtiniai ir mėnesiniai statistikos duomenys būtini ištirti sezoniškumo įtaką apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausai.

4) Paskutinis etapas – apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos, kuri išreiškiama nakvynių skaičiumi bei numerių užimtumu, prognozavimas. Apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos prognozė atlikta remiantis konceptualioje dalyje nustatytais prognozavimo metodais ir principais. Prognozei naudoti apgyvendinimo įmonių statistiniai duomenys ketvirčiais, siekiant įvertinti sezoniškumą. Prognozuojamas 2008 – 2010 metų periodas. Parengus prognozę siekiama palyginti esamą numerių ir vietų pasiūlos situaciją su prognozės rezultatais.

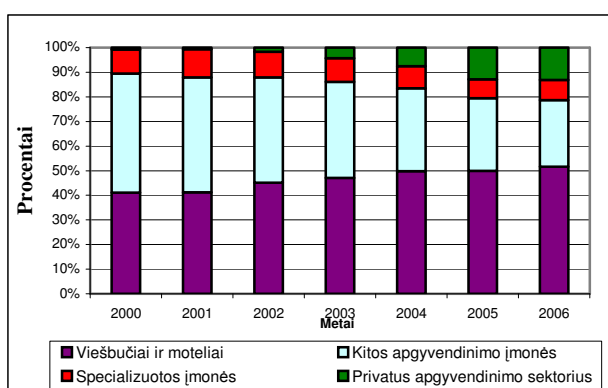
Šiame darbe apsiribota 2000 – 2007 metų apgyvendinimo įmonių statistinių duomenų bei rodiklių statistiniu tyrimu. Pagrindinis darbe panaudotų statistinių duomenų šaltinis yra Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau Statistikos departamentas) ir Europos Sąjungos Statistikos portalas (toliau Eurostat). Aptariamų duomenų šaltinis yra nurodomas tekste.

Metiniai duomenys buvo naudoti įvertinant makroaplinkos veiksnius, siekiant išlaikyti duomenų vientisumą, nes Eurostat makroekonominių rodiklių statistinius duomenis pateikia metais.

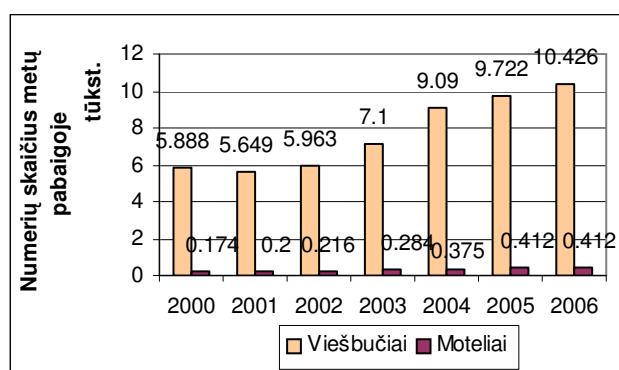
Tyrimą apunkina tai, kad metiniai statistiniai duomenys pateikiami pavėluotai (2007 metų metiniai duomenys bus pateikiami 2008 m. rugsėjo mėnesį) ir netgi trūksta 2006 metų kai kurių statistinių rodiklių metinių duomenų. Be to, Eurostat bei Statistikos departamentas kai kuriuos rodiklius pradėjo rinkti vėliau nei 2000 m. (pavyzdžiui, mėnesinius viešbučių ir motelių užimtumo duomenis Statistikos departamentas pradėjo rinkti nuo 2003 m.).

Apgyvandinimo įmonių skaičius ir struktūra. Šiame skyriuje analizuojama Lietuvos apgyvandinimo įmonių skaičiaus dinamika ir struktūra, pasiskirstymas pagal apskritis, valdymo formą ir klasifikaciją.

Apgyvandinimo įmonių skaičiaus struktūros ir dinamikos analizei naudoti 2000 – 2006 metų laikotarpio statistiniai duomenys. Grafinis apgyvandinimo įmonių struktūros vaizdas pateiktas 12 paveiksle.



12 pav. Apgyvandinimo įmonių struktūros dinamika



13 pav. Viešbučių ir motelių numerių skaičiaus dinamika⁸¹

Lietuvoje⁸²

Vertinant struktūros rodikliais (skaičiavimų rezultatai pateikti 7 priede) 2000 metais viešbučiai ir moteliai Lietuvoje sudarė 41 proc. visų apgyvandinimo įstaigų, o 2006 m. net 51,6 proc. visų apgyvandinimo įstaigų. 2000 m. didžiąją dalį apgyvandinimo įmonių sudarė poilsio namai – net 45,1 proc., o 2006 m. – jau tik 22,4 proc. Analizuojant apgyvandinimo įstaigų rūšis ir jų skaičiaus pokyčius, pastebėta tendencija, kad viešbučiai tampa dominuojančia apgyvandinimo forma, palyginus su kitomis Lietuvoje egzistuojančiomis apgyvandinimo formomis. Colliers International duomenimis 2007 metų pabaigoje Lietuvoje buvo 297 viešbučiai ir 9925 viešbučių numeriai⁸³. Viešbučių sektoriaus augimą paskutiniaisiais metais labiausiai veikė bendras šalies ūkio atsigavimas. Tai savo ruožtu skatino investicijas į paslaugų modernizavimą.

Analizuojant viešbučių ir motelių numerių skaičiaus dinamiką (13 paveikslas) nustatyta, kad viešbučių numerių skaičius per analizuojamą 2000 – 2006 m. laikotarpį išaugo 77 proc., motelių – 123,5 proc. (skaičiavimų rezultatai pateikti 7 priede).

⁸¹ sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis.

⁸² sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis.

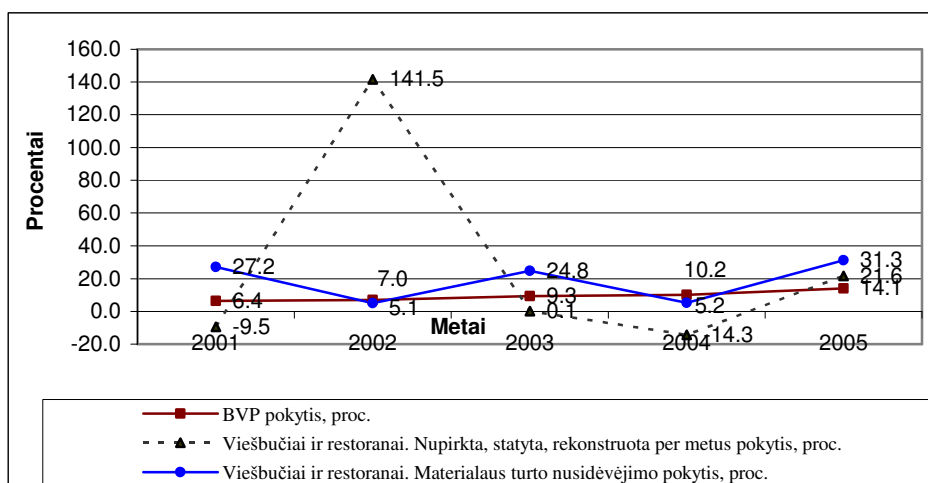
⁸³ Colliers International (2008). Komercinio NT rinkos apžvalga, Baltijos šalis ir Baltarusija [Žiūrėta 2008 03 18]. Prieiga per internetą: <http://www.colliers.lt/lt/main/analyst/marketreview_new>.

Statistikos departamentas į apgyvendinimo įstaigų skaičių įtraukia ir privataus apgyvendinimo sektorių. Privataus apgyvendinimo sektoriaus dalis yra pigesnė apgyvendinimo paslaugų alternatyva ir galima daryti prielaidą, kad atlieka apgyvendinimo įmonių pakaitalo vaidmenį.

Analizuojant turizmo departamento duomenis nustatyta, kad Lietuvoje per 2000 – 2006 metų laikotarpį apgyvendinimo įmonių skaičius išaugo 18,7 proc., viešbučių skaičius išaugo 42,9 proc., motelių skaičius padvigubėjo – išaugo 123,5 proc. Kalbant absoliučiais skaičiais – viešbučių skaičius išaugo 90, motelių – 21. Analizuojamu laikotarpiu daugiausiai išaugo privataus apgyvendinimo sektorius – net 2050 proc. (kalbant absoliučiais skaičiais nuo 4 subjektų iki 86) ir kempingų skaičius – net 166,7 proc. (absoliučiais skaičiais nuo 3 subjektų iki 8) (skaičiavimai pateikti 7 priede).

Analizuojant apgyvendinimo įmonių skaičiaus dinamiką 2000 – 2006 metais, akcentuotina tai, kad 2002 m. apgyvendinimo įmonių skaičius palyginti su 2001 m. Lietuvoje sumažėjo 2,3 proc. Tokius apgyvendinimo įmonių skaičiaus dinaminius pokyčius tais metais įtakojo vaikų poilsio stovyklų (-17,9 proc.), poilsio namų (-11,5 proc.) ir sveikatingumo įmonių (-5,9 proc.) skaičiaus sumažėjimas. Tokios tendencijos pastebimos ir lyginant 2006/2005 m. duomenis – Lietuvos apgyvendinimo įmonių skaičius sumažėjo, tačiau mažesne proporcija, tik 1,2 proc. Tais metais sumažėjo motelių ir poilsio namų skaičius.

Aktualus klausimas yra viešbučių pastatų, patalpų nusidėvėjimo bei investicijų į materialų turtą tendencijos. Įmonių materialiojo turto vertės kaitą parodo rodikliai įvertinantys, įsigyto, statyto ar rekonstruoto materialiojo turto vertės pokyčių ir materialaus turto nusidėvėjimo tempus. Apgyvendinimo įmonių materialiojo turto kaitos analizę apsunkina tai, kad viešbučių finansinių rodiklių duomenys pateikiami kartu su restoranų duomenimis ir tai, kad paskutiniai metiniai duomenys yra pateikiami už 2005 metus. Materialinių investicijų ir materialiojo turto nusidėvėjimo grandininiai padidėjimo/ sumažėjimo (-) tempai pateikti 14 paveiksle.

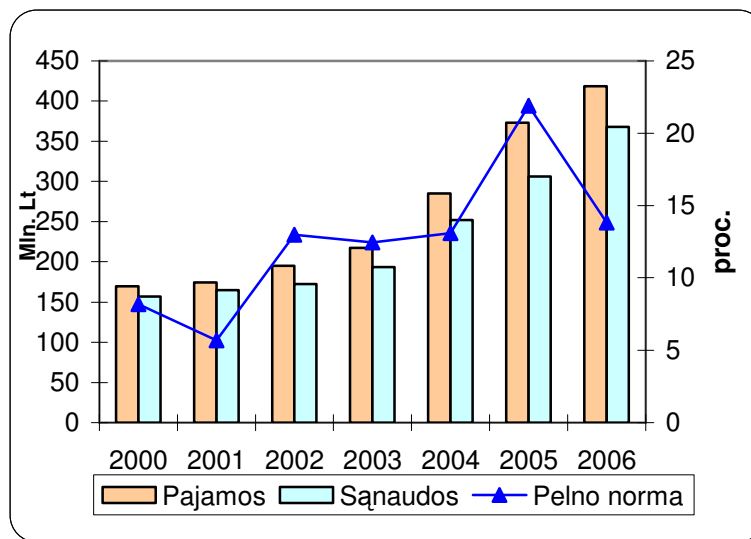


14 pav. Materialinės investicijos ir materialiojo turto kaita viešbučių ir restoranų sektoriuje

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Damulienė A. savo straipsnyje akcentavo, kad 2001 metais, tik 5 proc. viešbučių atitiko Vakarų standartus, o 26 proc. reikėjo atnaujinti.⁸⁴ Kaip matyti 14 paveiksle, daugiausia į viešbučių ir restoranų sektorių investuota 2002 m.. Tais metais materialaus turto nupirkta, statyta ar rekonstruota 2,4 karto daugiau nei prieš tai ėjusiais metais (skaičiavimai pateikti 8 priede). Tačiau 2003, 2004 ir 2005 metais materialaus turto nusidėvėjimo pokytis viršija naujai įsigyto, pastatyto ar rekonstruoto turto vertės dinaminis pokyčius. Tai reiškia, kad nusidėvėjimas viršija investicijas. Turtas greičiau nudėvimas, negu į jį investuojama. Tačiau tokių išvadų negalima taikyti visų apgyvendinimo įmonių sektoriaus atžvilgiu. Nors viešbučiai yra dominuojanti apgyvendinimo forma, Statistikos departamento pateikiama finansinių rodiklių informacija netiksliai reprezentuoja apgyvendinimo įmonių sektoriaus dalį.

Kvinauskaitė V. (2002) teigia, kad pagrindinis šakos gyvavimo ciklo fazės atpažinimo kriterijus – šakos produktų paklausos ir pelno normos dinamika. Padidėjusi pelno norma ir paklausos augimo tempas liudija apie šakos augimo fazę, o šių rodiklių augimo tempų sumažėjimas iki vidutinių šakoje reikšmių – signalizuoja apie įžengimą į brandos stadiją. Turimų viešbučių ir motelių pajamos ir sąnaudų duomenų dinamika bei pelno norma pavaizduota 15 paveiksle.



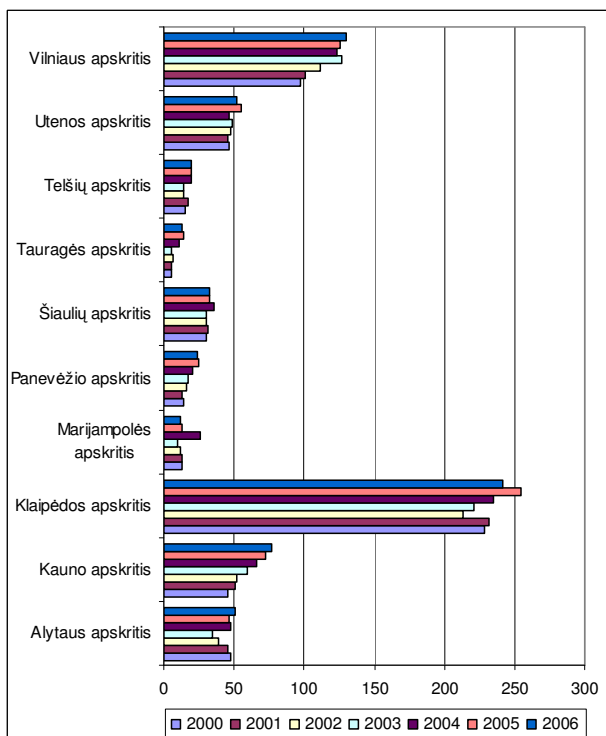
15 pav. Viešbučių ir motelių pajamų bei sąnaudų dinamika
Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

15 paveiksle matyti, kad viešbučių ir motelių pajamos turi teigiamą augimo tendenciją. Aukščiausia pelno norma buvo pasiekta 2005 m.. Toks augimas galėjo būti susijęs su įstojimu į ES ir padidėjusiu turistų skaičiumi atsivėrus sienoms. Paklausos augimo tempai bus analizuojami kitame poskyryje.

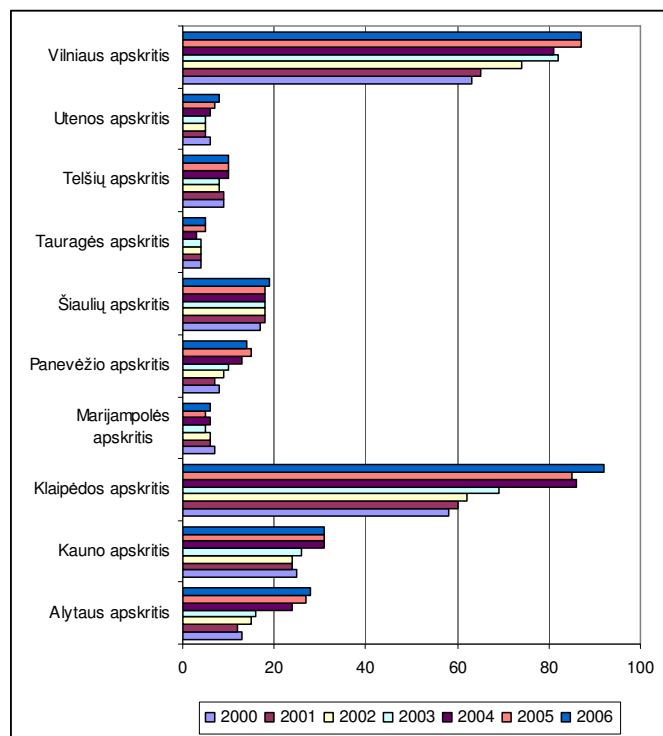
Apgyvandinimo įmonių skaičiaus pasiskirstymas pagal apskritis. Apgyvandinimo įmonių sektoriaus analizei svarbu yra apgyvendinimo įmonių pasiskirstymas pagal apskritis. 10 priede yra

⁸⁴ Damulienė A. (2004). Lietuvos turizmo verslas narystės Europos sąjungoje išvakarėse. // Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas. Kaunas: Kauno kolegija, p. 23-34.

pateikta apgyvendinimo įmonių pasiskirstymas pagal rūšis ir apskritis bei dinamika 2000 – 2006 metais. Lietuvos apgyvendinimo įmonių rinka koncentruojasi Klaipėdos ir Vilniaus apskrityse. 16 paveiksle pateiktas grafinis visų apgyvendinimo įmonių skaičiaus, o 17 paveiksle – tik viešbučių pasiskirstymas pagal apskritis.



16 pav. Apgyvandinimo įmonių skaičius dinamika pagal apskritis⁸⁵



17 pav. Viešbučių skaičiaus kitimo dinamika pagal apskritis⁸⁶

16 ir 17 paveiksluose matyti, kad Klaipėdos apskritis dominuoja tiek apgyvendinimo įmonių skaičiumi, tiek viešbučių skaičiumi Lietuvos mastu. Klaipėdos apskrityje 2000 m. koncentravosi 41,5 proc. visų apgyvendinimo įmonių, o 2006 m. – 36,8 proc. Skaičiavimai pateikti 11 priede. Tokią didelę apgyvendinimo įmonių koncentraciją Klaipėdos apskrityje lemia tai, kad čia daugiausia įkurta poilsio namų (2006 m. net 42 proc. visų poilsio namų Lietuvoje). Svarbu paminėti tai, kad kurortų statusas suteiktas Palangai, Neringai, Druskininkams ir Birštonui 2001 metais⁸⁷. O Klaipėdos apskričiai priklauso net du kurortai: Palanga ir Neringa. Vilniaus apskrityje 2000 m. koncentravosi 17,8 proc. visų apgyvendinimo įmonių, 2006 m. – 19,8 proc..

Viešbučių klasifikacija. Pagal Lietuvos Respublikos turizmo įstatymą nuo 2004 m. balandžio 1-osios visi Lietuvoje veikiantys viešbučiai, moteliai, svečių namai, kempingai turi būti klasifikuojami. (4 priede nurodyti reikalavimai). Nauji viešbučiai turi būti klasifikuoti per 3

⁸⁵ Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis.

⁸⁶ Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis.

⁸⁷ Lietuvos turizmo plėtros dešimtmetis 1992 – 2002. Valstybinis turizmo departamentas. [Žiūrėta 2008 01 25]. Prieiga per internetą: <<http://www.tourism.lt/lt/stat/turlt10.pdf>>.

mėnesius. Viešbučius klasifikuoja Apgyvendinimo paslaugų komisija. Žvaigždutės skiriamos daugiausiai 3 metams. Viešbučiai turi teisę prašyti būti perklasifikuoti. Jiems gali būti sumažintas žvaigždučių skaičius, jei gaunama pranešimų, kad viešbutis neatitinka nustatytai kategorijai taikomų reikalavimų. Privalomasis apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų klasifikavimas numatytas tam, kad vartotojai būtų informuojami apie teikiamų paslaugų lygį, jiems būtų sudarytos galimybės pasirinkti norimą kokybę.

Kaip numatyta Lietuvos Respublikos pridėtinės vertės mokesčio įstatyme, lengvatinis 5 proc. PVM tarifas turizmo veiklą reglamentuojančių teisės aktų nustatyta tvarka, taikomas viešbučiams, moteliams, svečių namams, kempingams bei poilsio namams, turintiems klasifikavimo pažymėjimą.

Kadangi viešbučiai Lietuvoje pradėti klasifikuoti tik nuo 2004 metų, galima atlikti tik 4 metų laikotarpio klasifikuotų viešbučių ir numerių skaičiaus dinaminį pokyčių analizę.

9 lentelė

Suklasifikuotų viešbučių ir numerių skaičiaus Lietuvoje pokytis 2004 – 2007 metais

Žvaigždučių skaičius	Suklasifikuotų viešbučių ir numerių skaičius 2004 m.		Suklasifikuotų viešbučių ir numerių skaičius 2007 m.		Bazinis padidėjimo/ sumažėjimo (-) tempas, proc.	
	Viešbučiai	Numeriai	Viešbučiai	Numeriai	Viešbučiai	Numeriai
5	8	661	8	676	0	2.3
4	47	2537	56	3239	19.1	27.7
3	85	2235	114	3281	34.1	46.8
2	50	1795	55	1753	10	-2.3
1	17	810	17	350	0	-56.8
Neklasifikuoti	71	1052	47	626	-33.8	-40.5
Iš viso	278	9090	297	9925	6.8	9.2

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento ir Colliers International (2008) duomenimis.

9 lentelėje apskaičiavus bazinius padidėjimo tempus, matyti, kad daugiausiai išaugo trijų žvaigždučių kategorijos viešbučių ir numerių skaičius. Trijų žvaigždučių kategorijos viešbučių skaičius išaugo 34,1 proc., o numerių – 46,8 proc. Neklasifikuotų viešbučių skaičius sumažėjo 33,8 proc.. 2000 m. neklasifikuoti viešbučiai sudarė 25,5 proc. visų viešbučių skaičiaus, o 2007 m. – 15,8 proc.. Pastebima neklasifikuotų viešbučių mažėjimo tendencija.

10 lentelė

Suklasifikuotų viešbučių skaičius pasiskirstymas Lietuvos miestuose 2007 m.

Žvaigždučių skaičius	Vilnius		Kaunas		Klaipėda		Kiti miestai		Iš viso	
	Viešbučiai	Numeriai	Viešbučiai	Numeriai	Viešbučiai	Numeriai	Viešbučiai	Numeriai	Viešbučiai	Numeriai
5	5	511					3	165	8	676
4	18	1420	7	303	6	393	25	1123	56	3239
3	22	1116	7	287	9	273	76	1605	114	3281
2	11	435	2	96	2	56	40	1166	55	1753
1	4	104			1	17	12	229	17	350
Iš viso	60	3586	16	686	18	739	156	4288	250	9299

Šaltinis: Colliers International (2008).

Lietuvos viešbučių ir restoranų asociacijai 2007 m. priklausė 250 klasifikuoti viešbučiai, didžioji dalis (45,6 proc.) jų priklausė trijų žvaigždučių kategorijai (10 lentelė). Apžvelgus suklasifikuotų viešbučių pasiskirstymą Lietuvos miestuose matyti, kad Vilniaus mieste 2007 m. buvo 24 proc. visų klasifikuotų viešbučių, Klaipėdoje – 7 proc.

Nors pagal gausumą tarp klasifikuotų viešbučių daugiausiai yra trijų žvaigždučių kategorijos viešbučių, tačiau numerių užimtumas didžiausias yra keturių žvaigždučių kategorijos viešbučių ir pastebima šio tipo numerių užimtumo augimo tendencija, kaip ir kitų tipų numerių taip pat. 2004 m. siekė 42,8 proc.⁸⁸, o 2006 m. - 52,2 proc.⁸⁹.

Viešbučiai ir moteliai išsiskiria tuo, kad teikia daugiau papildomų paslaugų, nei kitos apgyvendinimo įmonės. Viešbučių ir motelių teikiamos papildomos paslaugos ir jų pokyčio dinamika pateikta 9 priede. Iš papildomų paslaugų daugiausiai išaugo viešbučių ir motelių skaičius, teikiančių suvenyrų kiosko (3,2 karto), automobilių nuomos (2,8 karto), konferencijų salių (2,7 karto), baseino (2,7 karto) ir saunos paslaugas (2,5 karto).

Nuosavybės formos. Analizuojant viešbučius ir motelius pagal nuosavybės formą, 2006 metų Statistikos departamento pateiktais metiniais duomenimis 86 proc. Lietuvos viešbučių ir motelių buvo privatūs, valstybiniai – 4 proc. ir 10 proc. bendrų su užsieniu⁹⁰. 2000 m. privačių viešbučių buvo šiek tiek mažiau – 81 proc., 13 proc. visų viešbučių buvo valstybiniai ir 6 proc. bendri su užsieniu⁹¹. Ekspertų duomenimis tarp Baltijos valstybių 3, 4 ir 5 žvaigždučių tarptautinių viešbučių tinklų įvairovė didžiausia yra Lietuvoje⁹².

Lietuvoje veikia tokie tarptautiniai ir regioniniai tinklai kaip: Le Meridien Hotels&Resorts, Summit Hotels&Resorts, Radisson SAS Hotels&Resorts, InterContinental Hotels Group, Crowne Plaza Hotels & Resorts, Best Western Hotels. Pagal tarptautinių ir regioninių viešbučių tinklų skaičių pirmauja Vilniaus miestas. 11 lentelėje pateikti Lietuvoje 2007 įgyvendinti projektai.

11 lentelė

2007 m. Lietuvoje įgyvendinti projektai

Miestas	Žvaigždučių skaičius	Projekto pavadinimas	Numerių skaičius	Operatorius
Vilnius	3	Panorama Hotel and Conference Centre (plėtra)	17	Mikotel
Kaunas	4	Daugirdas	48	Independent
	3	Klaipėda	28	Klaipėda Hotel
Trakai	3	Trasalis	103	Independent
Druskininkai	4	Europa Royal Druskininkai (plėtra)	36	Europa Group Hotel
	4	Best Western Central	36	Best Western
Viso			268	

Šaltinis: Colliers International (2008).

⁸⁸ *Turizmas Lietuvoje 2004 metai* (2005). Lietuvos statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.

⁸⁹ *Turizmas Lietuvoje 2006 metai* (2007). Lietuvos statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.

⁹⁰ *Turizmas Lietuvoje 2006 metai* (2007). Lietuvos statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.

⁹¹ *Turizmas Lietuvoje 2002 metai* (2002). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.

⁹² Colliers International (2008). Komercinio NT rinkos apžvalga, Baltijos šalys ir Baltarusija [Žiūrėta 2008 03 18]. Prieiga per internetą: <http://www.colliers.lt/lt/main/analyst/marketreview_new>.

Remiantis „Colliers International“ duomenimis, be esamų viešbučių tinklų Lietuvoje, tarptautinis prabangių viešbučių tinklas Kempinski Hotels planuoja atidaryti savo tinklo 5 žvaigždučių viešbutį. 12 lentelėje pateikti Colliers International skelbiami suplanuoti projektai, kurie greitu laiku bus įgyvendinti Lietuvoje.

12 lentelė

Nauji projektai 2008 – 2009 metams

Miestas	Planuojama projekto pabaiga	Žvaigždučių skaičius	Projekto pavadinimas	Numerių skaičius	Operatorius
Vilnius	2008	5	AAA Kempinski Hotel Vilnius	110	Kempinski Hotels
		4	Artis Centrum Hotels (plėtra)	36	Centrum Hotels
		3	Viešbutis Algirdo g.	44	City Hotels
Kaunas	2008	4	Taikioji Neris Reval	190	Reval Hotels
	2009	4-5	Konfidencialu (rekonstrukcija)	n.d.	konfidencialu
Panevėžys	Nėra duomenų	2	Panevėžys (rekonstrukcija)	n.d.	Independent
Viso				380	

Šaltinis: Colliers International (2008).

12 lentelės duomenimis Lietuvos viešbučių rinka turėtų pasipildyti 380 numerių, iš kurių apie 190 numerių Vilniuje ir dar tiek pat Kaune. Nėra duomenų, kiek numerių skaičius išaugs po viešbučio rekonstrukcijos Panevėžyje.

Ryškėja tendencija, jog vieną iš Baltijos šalių pasirinkę tarptautiniai viešbučių tinklai, vėliau plėsis į likusias Baltijos šalis (pvz.: Radisson SAS Hotels, Reval Hotels tinklai šiuo metu yra visose trijose Baltijos šalyse, tuo tarpu Unique Stay Hotels yra Lietuvoje ir plečiasi Latvijoje). Tarptautinių viešbučių tinklas, įsitvirtinęs nors viename iš Lietuvos miestų, perspektyvoje turėtų plėstis ir į kitus likusius šalies miestus. Colliers International (2008) numato šias tendencijas viešbučių sektoriuje: ateityje turėtų mažėti nepriklausomų viešbučių, valdymo kontraktai taps vis populiariesni, stiprėjant tendencijai atskirti viešbučio operatoriaus ir savininko funkcijas bei daugėjant investuotojų, kurie linkę įsigyti turtą, pasirašydami valdymo kontraktą.

Palyginimas su ES. Palyginus Lietuvos viešbučių vietų skaičių ir nakvynių skaičių, tenkanti vienam tūkstančiui šalies gyventojų su Europos Sąjungos, kurią šiuo metu sudaro net 27 valstybės, vidurkiu, situacija atrodo prastai. Šioje srityje Lietuva labai atsilieka nuo ES vidurkio (13 lentelė)

13 lentelė

Lyginamoji Lietuvos ir ES rodiklių vidurkių analizė

Netolygumo rodiklis	Metai	Lietuva	ES 27 vidurkis	Netolygumo įvertinimas
Viešbučių vietų skaičius, 1000 gyventojų	2006	6	23,4	Didelis
Turistų (atvykstančių ir vietinių) viešbučiuose nakvynių skaičius, 1000 gyventojų	2006	476	1663	Didelis
Viešbučių ir restoranų apyvarta 1– am dirbančiajam, 1000 eurų	2005	11,0	45,3	Didelis

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento ir Eurostat duomenimis

Pagal viešbučių vietų skaičių, tenkantį vienam tūkstančiui gyventojų, Lietuva labai atsilieka nuo Europos Sąjungos vidurkio – net 3,9 karto. 2006 m. Lietuvoje vienam tūkstančiui šalies gyventojų teko 6 viešbučio vietos, o ES vidurkis buvo 23,4 viešbučio vietos (13 lentelė).

Turistų (atvykstančių ir vietinių) viešbučiuose praleidžiamų naktų skaičius Lietuvoje yra 3,49 karto mažesnis nei ES 27 šalių vidurkis.

Apyvarta vienam dirbančiajam yra vidutinės pajamos uždirbtos viešbučių ir naudojamas kaip produktyvumo indeksas. Viena iš sektoriaus plėtros grėsmių yra žemas produktyvumas. Įmonių darbo našumo augimas būtina prielaida norint ir toliau užtikrinti sėkmingą sektoriaus plėtrą. Tai bendriausias konkrečios šakos augimo indikatorius. Jei sukurama pridėtinė vertė auga, tada didėja produktyvumas. Pagal viešbučių ir restoranų apyvarta vienam dirbančiajam Lietuva nuo ES vidurkio atsilieka 4,12 karto.

Apibendrinat galima daryti šias išvadas:

- Analizuojant struktūrinius rodiklius nustatyta, kad didžiąją dalį apgyvendinimo įmonių 2006 m. sudaro viešbučiai (45,8 proc.) ir poilsio namai (22,4 proc.). Dinaminė analizė parodė, kad viešbučių skaičius per analizuojamą laikotarpį išaugo 42,9 proc., poilsio namų skaičius sumažėjo 41 proc.. Įmonių skaičius Lietuvos apgyvendinimo sektoriuje turi tendenciją augti: per 2000 – 2006 m. laikotarpį įmonių skaičius išaugo 18,7 proc. Apgyvendinimo įmonės koncentruojasi Klaipėdos ir Vilniaus apskrityse.
- Per 2000 – 2005 m. laikotarpį viešbučių ir restoranų sektoriuje lėšos skirtos nupirkti, statyti ir rekonstruoti materialų turtą išaugo 128 proc. Tačiau 2003, 2004 ir 2005 metais materialaus turto nusidėvėjimo pokytis viršija naujai įsigyto, pastatyto ar rekonstruoto turto vertės dinaminis pokyčius. Tai reiškia, kad nusidėvėjimas viršija investicijas.
- Pastebima neklasifikuotų viešbučių skaičiaus mažėjimo tendencija. Neklasifikuotų viešbučių skaičius sumažėjo 33,8 proc. Daugiausia yra trijų žvaigždučių kategorijos viešbučių, kuriai 2007 m. priklausė 38,4 proc. visų viešbučių. Numerių užimtumas yra didžiausias keturių žvaigždučių viešbučiuose – 2006 m. numerių užimtumas siekė 52,2 proc. Apžvelgus suklasifikuotų viešbučių pasiskirstymą Lietuvos miestuose matyti, kad Vilniaus mieste 2007 m. buvo 24 proc. visų klasifikuotų viešbučių, Klaipėdoje – 7 proc.
- 2006 metų Statistikos departamento pateiktais metiniais duomenimis 86 proc. Lietuvos viešbučių ir motelių buvo privatūs, valstybiniai – 4 proc. ir 10 proc. bendrų su užsieniu.
- Pagal pagrindinius apgyvendinimo įmonių struktūros rodiklius Lietuva dar labai atsilieka nuo ES vidurkio. Pagal viešbučių vietų skaičių, tenkantį vienam tūkstančiui gyventojų, Lietuva nuo ES šalių vidurkio atsilieka net 3,9 karto, pagal viešbučių ir restoranų apyvarta 1– am dirbančiajam Lietuva nuo ES vidurkio atsilieka 4,12 karto. Turistų (atvykstančių ir vietinių) viešbučiuose praleidžiamų naktų skaičius Lietuvoje yra 3,49 karto mažesnis nei ES 27 šalių vidurkis.

2.2. Apgyvandinimo įmonių paslaugų vartotojų segmentai

Apgyvandinimo įmonių rinkos paklausos analizė įvertina arba numato turistų skaičių ir tipus tam tikroje vietovėje per tam tikrą laiką⁹³. Nustatant apgyvandinimo paslaugų formas svarbu atsižvelgti į rinkos vartotojų segmentus. Šioje tyrimo dalyje išskirti apgyvandinimo įmonių svečių segmentai pagal kilmės šalį pagal ir pagal atvykimo tikslus.

Turistų skaičius. Lietuvos (vietinių) ir užsienio turistų segmentų išskyrimas, svarbus tuo, kad jų vartojimą apgyvandinimo įmonių paslaugomis įtakoja skirtingos makroaplinkos sąlygos.

Kadangi apgyvandinimo įmonių klientai yra užsienio turistai, tyrimui yra svarbi į Lietuvą atvykusių turistų skaičiaus pokyčių bei tarptautinio turizmo tendencijų analizė. Lietuvos turizmo analizę apsunkina statistinės informacijos trūkumas, nes nuo 2004 metų, Lietuvai tapus Europos Sąjungos nare pasienyje neberenkama informacija apie šalies lankytojus iš Europos Sąjungos.

UNWTO duomenimis į Lietuvą atvykusių turistų skaičius 2006 m. sudarė 0,24 proc. visų tarptautinių turistų. Apžvelgus situaciją Lietuvoje, matyti, kad Lietuvą aplankiusių užsieniečių skaičius 2000 m. buvo 4092,1 tūkst., o 2006 m. siekė tik 2 mln. Tačiau šiuos duomenis negalima sugretinti, nes Lietuvai įstojus į ES Lietuvos pasienyje nebefiksuojamas iš ES ir ELPA šalių atvykusiųjų užsieniečių skaičius. Iš ES ir ELPA šalių atvykusiųjų užsieniečių skaičius buvo registruojami tik iki 2003 metų. 2003 m. užsienio lankytojų skaičius siekė 3999,4 tūkst.. Per ketverių metų laikotarpį nuo 2000 iki 2003 m. užsienio lankytojų skaičius sumažėjo 2,26 proc.

Nuoseklesnę informaciją Statistikos departamentui teikia keliones organizuojančios ir paslaugas teikiančios turizmo įmonės. Pagal jų pateiktus duomenis sudaryta 14 lentelė

14 lentelė

Užsienio turistų skaičiaus ir įmokų už apgyvandinimo paslaugas dinamika

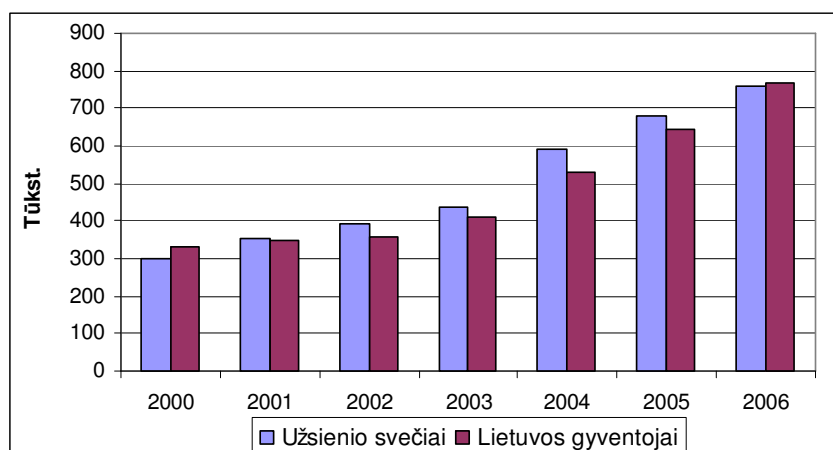
Rodiklis \ Metai	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Turizmo įmonių priimta užsieniečių, tūkst.	90,3	89,5	111,1	117,4	131,8	153,8	139,4
Grandininis padidėjimo/ sumažėjimo (-) tempas, proc.		-0,9	24,1	5,7	12,3	16,7	-9,4
Užsieniečių išbūta dienų, tūkst.	225,2	247,3	324,5	347,0	400,4	473,4	462,6
Vidutinis dienų skaičius	2.5	2.8	2.9	3.0	3.0	3.1	3.3
Užsienio turistų sumokėta už suteiktas turizmo paslaugas, tūkst. Lt	23500,9	24236,6	33964,4	41743,9	59726,4	79225,3	79304,8
Grandininis padidėjimo/ sumažėjimo (-) tempas, proc.		3.1	40.1	22.9	43.1	32.6	0.1
Užsienio turistų sumokėta už apgyvandinimo paslaugas, tūkst. Lt	15788,0	15887,9	21195,2	20276,7	38349,1	51588,2	49652,1
Grandininis padidėjimo/ sumažėjimo (-) tempas, proc.		0,6	33,4	-4,3	89,1	34,5	-3,8

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

⁹³ Baroniūnaitė, E., Meilienė, E. (2001). *Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai*. Kauno technologijos universitetas. [žiūrėta 2006 11 10]. Prieiga per internetą: <http://www.lrti.lt/veikla/bar_turizm.doc>.

Analizuojant 14 lentelės duomenis matyti, kad auga užsieniečių išbūtų dienų skaičius. Vidutinis dienų skaičius išaugo nuo 2,5 dienos iki 3,3. Didesnis atvykusių turistų skaičius susijęs ir su didesnėmis šalies pajamomis. Apskaičiuota koreliacija $r=0,94$ tarp augančio atvykusių užsieniečių skaičiaus ir išlaidų už apgyvendinimo įmonių paslaugas. Daugiausiai už apgyvendinimo paslaugas sumokėta 2005 metais. Didžiausias užsienio turistų išlaidų už apgyvendinimo paslaugas padidėjimo tempas užfiksuotas 2004 m. Tai galėjo būti susiję su įstojimu į ES.

18 paveiksle pateiktas grafinis užsienio ir Lietuvos gyventojų svečių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse pokyčio vaizdas.



18 pav. Lietuvos ir užsienio svečių skaičiaus dinamika apgyvendinimo įmonėse

Šaltinis: parengta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Analizuojant apgyvendinimo įmonių svečių skaičiaus dinamiką, nustatyta, kad per analizuojamą laikotarpį Lietuvos gyventojų apsistojuusių apgyvendinimo įstaigose skaičius išaugo 131 proc., o užsienio svečių skaičius – 153 proc.. Nuo 2004 m. pastebimas užsienio svečių skaičiaus augimo tempo pokytis. 2004 m. užsienio svečių skaičius išaugo ypatingai – net 34,6 proc. (15 lentelė).

15 lentelė

Svečių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse padidėjimo tempai

Rodiklis	Metai	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Vidutinis padidėjimo tempas, proc.
Užsienio svečių skaičiaus padidėjimo tempas T_p , proc.		18,3	11,1	11,5	34,6	15,5	11,1	11,7	16,26
Lietuvos gyventojų skaičiaus padidėjimo tempas T_p , proc.		5,2	2,6	14,0	29,3	21,8	19,4	18,2	15,79

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Skiriasi Lietuvos ir iš užsienio šalių atvykusių svečių skaičiaus padidėjimo tempai. Vidutinis metinis 2000 – 2006 m. laikotarpio užsienio svečių skaičiaus padidėjimas buvo 16,26 proc., kai tuo

tarpu Lietuvos gyventojų skaičiaus vidutinis padidėjimo tempas buvo 15,79 proc. 2003 m. buvo užfiksuotas nedidelis nakvynių skaičiaus nuosmukis, kuris buvo susijęs su bendru turizmo industrijos nuosmukiu dėl SARS epidemijos ir Irako krizės.⁹⁴

Vartotojų segmentai pagal kilmės šalį. Apgyvandinimo įmonių svečių skaičius parodo paslaugų vartotojų skaičių. Kadangi apgyvendinimo įmonių klientai yra ir atvykstantys iš užsienio, ir Lietuvos gyventojai, jų vartojimą apgyvendinimo įmonių paslaugomis įtakoja skirtingos makroaplinkos sąlygos, todėl tikslinga atlikti apgyvendinimo įmonių svečių segmentavimą pagal svečių kilmės šalį. Galima išskirti du pagrindinius paslaugų vartotojų segmentus: vietinius ir užsienio turistus. Šis faktas lemia tai, kad susiduriama su vietinės ir užsienio rinkos įtaka. Apgyvandinimo įmonės yra atvykstamojo ir vietinio turizmo rinkos dalis, taigi pritraukia ir Lietuvos gyventojų, ir užsieniečių. Daugiausia apgyvendinimo įmonėse apsistoja svečiai iš Vokietijos bei kaimyninių šalių: Lenkijos, Rusijos, Latvijos ir Baltarusijos. 16 lentelėje pateikti 10 šalių iš kurių daugiausiai apsistoja Lietuvos apgyvendinimo įmonėse.

16 lentelė

Svečių skaičiaus pagal šalis lyginamoji dalis visų apgyvendinimo įmonių svečių skaičiuje ir nakvynių, tenkančių vienam svečiui, 2000 ir 2007 m. lyginamoji analizė

Nr.	Rodiklis Šalis	Lyginamoji dalis visų apgyvendinimo įmonių svečių skaičiuje, proc.		Nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse tenkantis vienam svečiui	
		2000 m.	2007 m.	2000 m.	2007 m.
1.	Vokietija	8	15	2,6	2,7
2.	Lenkija	6	15	4,7	2,5
3.	Rusija	4	9	3	2,7
4.	Latvija	4	8	1,8	1,7
5.	Baltarusija	2	7	11,2	4,2
6.	Estija	2	5	2	1,7
7.	Jungtinė Karalystė	2	4	2,6	2
8.	Suomija	4	4	2	1,8
9.	Italija	1	3	2,3	2
10.	Švedija	2	3	2,2	1,8

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Reikia paminėti tai, kad vienam Lietuvos svečiui apgyvendinimo įmonėse 2007 m. teko 3,4 nakvynės. Tai, kad daugiausia Vokietijos gyventojų apsistoja Lietuvos apgyvendinimo įmonėse patvirtina faktą, kad Vokietija yra didžiausių turistų skaičių generuojanti ir daugiausia išleidžianti turizmui šalis. Daugiausia nakvynių 1 svečiui teko 2000 m. atvykusiems iš Baltarusijos – net 11,2 nakvynės. Įstojus į Šengeno erdvę, Lietuva sugriežtino reikalavimus turistams iš Rusijos, Baltarusijos bei Kazachstano. Nuo šiol ne per kelionių agentūrą ar be kvietimo į Lietuvą norintys atvykti šių šalių gyventojai privalės įrodyti, kad turi reikiamą pinigų sumą. Dėl šio fakto baiminamasi, kad dėl to sumažės turistų iš šių šalių, nes Latvija bei Lenkija tokių reikalavimų poilsiautojams nekelia. Tokie sugriežtinimai taikomi visoje Europos Sąjungoje.

⁹⁴ Smičius A. (2005). *Viešbučių rinka*. Medžiaga iš 2005 m. sausio 26-27 d. Vilniuje vykusios nekilnojamojo turto konferencijos.

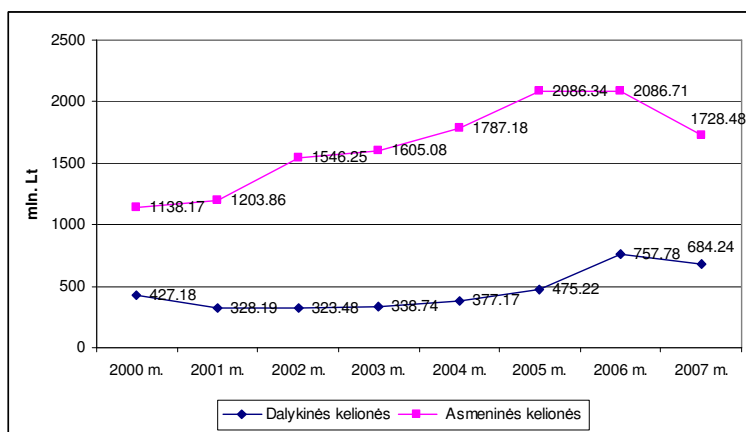
Ekspertų nuomone, aktyvūs ir keliaujantys turistai paprastai linkę pasirinkti netolimas, saugias, ekonomiškai stabilias bei lengvai pasiekiamas nepažintas šalis. Lietuva, atitinkdama šiuos kriterijus ir Europos turistų dar nepažinta, pretenduoja į augančius turistų srautus ateityje (Colliers Baltic, 2006).

Atvykstamojo turizmo segmentai pagal atvykimo tikslą. Apgyvandinimo įmonių paslaugų vartotojai pagal jų atvykimo tikslus paprastai skirstomi pagal jų keliavimo priežastis:

- Atvykę verslo reikalais;
- Atvykę į konferencijas;
- Atostogaujantys;
- Pasiliekančys dėl asmeninių ar šeimos reikalų;
- Atvykę savaitgaliui;
- Atvykę dėl valstybinių ar politinių reikalų;
- Laikiniai dirbantys ar nuomojantys patalpas;
- Sporto varžybų ar kultūrinių renginių lankytojai.

Šių segmentų analizė teikia apgyvendinimo įmonėms informaciją apie apgyvendinimo formos bei papildomų paslaugų paketo poreikį. Apgyvandinimo įmonėms būtina disponuoti informacija apie savo klientų kelionės tikslus. Kuo daugiau informacijos turi apgyvendinimo paslaugas teikianti įmonė, tuo tiksliau ir profesionaliau ji gali aptarnauti savo svečius ir pateikti jiems būtent tokio lygio paslaugas, kokių jie tikisi. Kiekvienas keliautojas renkasi tokį apgyvendinimo būdą, kuris labiausiai atitinka jo kelionės poreikius.

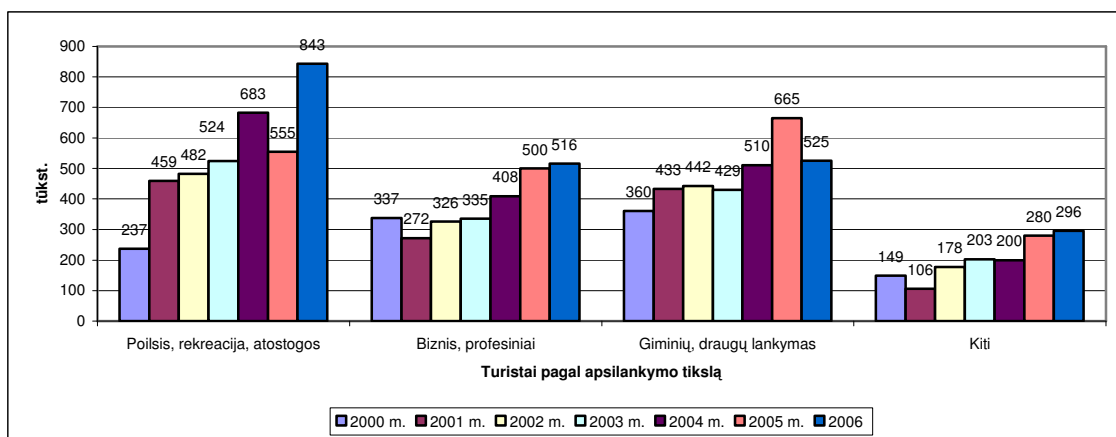
Lietuvos banko mokėjimų balanso duomenimis daugiausia pajamų surenkama iš atvykusiųjų asmeninių kelionių tikslu. Per 2000 – 2007 metų laikotarpį pajamos iš asmeninių kelionių išaugo 60,18 proc., dalykinių kelionių pajamos išaugo 51,86 proc. Šalies pajamų iš kelionių balanso vertės dinamika pavaizduota 19 paveiksle. 2007 m. pastebimas pajamų, tiek iš dalykinių, tiek iš asmeninių kelionių, sumažėjimas.



19 pav. Pajamų iš dalykinių ir asmeninių kelionių dinamika, mln. Lt
Šaltinis: Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Lietuvos banko duomenimis

2007 m. atvykstamojo turizmo 71,64 proc. pajamų sudarė asmeninės kelionės ir tik 28,36 proc. dalykinės, tačiau dalykinių kelionių pajamos sparčiai auga. Atvykstamojo turizmo pajamų struktūra patvirtina faktą, kad į Lietuvą atvyksta individualūs turistai, dominuoja individualus turizmas.

Užsienio turistų kelionės tikslai. 20 paveiksle pavaizduoti užsienio turistų apsistojimo viešbučiuose ir moteliuose tikslai.

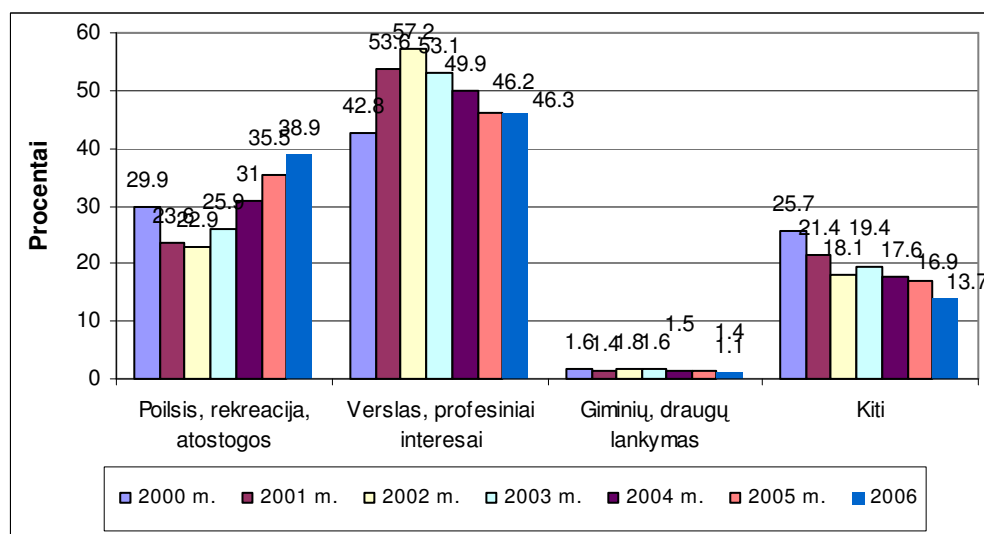


20 pav. Užsienio turistai pagal apsilankymo tikslą viešbučiuose ir moteliuose

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Užsienio turistų skaičius, apsistojusių viešbučiuose ir moteliuose poilsio ir giminių, draugų lankymo tikslais dominuoja. Sparčiausiai auga atvykstančiųjų poilsio tikslais skaičius – net 255 proc.. Verslo reikalais atvykusiųjų skaičius 2006 m. palyginus su 2000 metais išaugo 53 proc.

Lietuvos gyventojų kelionės tikslai. Lietuvos gyventojų apsistojimo viešbučiuose ir moteliuose lyginamosios dalies pagal tikslus dinamika išreikšta grafiškai 21 paveiksle.



21 pav. Lietuvių skaičius viešbučiuose ir moteliuose pagal apsilankymo tikslą, proc.

Šaltinis: Sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

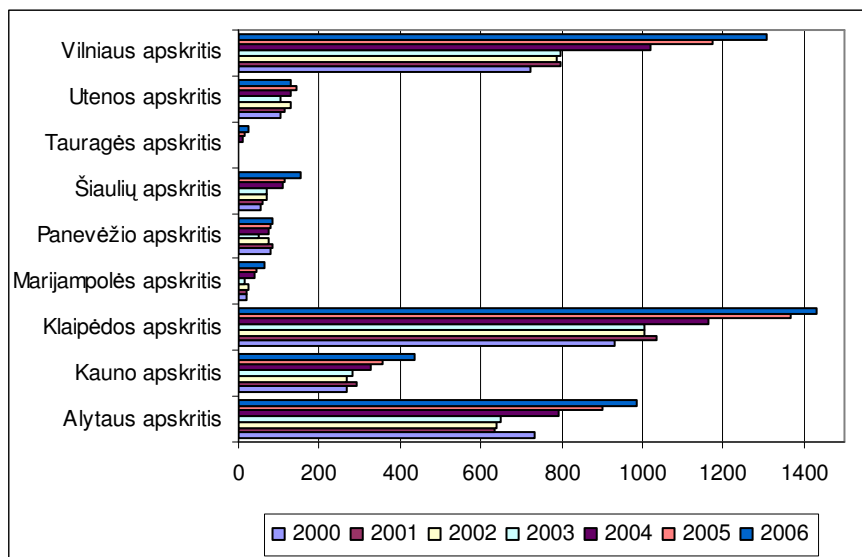
Analizuojant 21 paveikslo grafinius duomenis matyti, kad sparčiai auga Lietuvos gyventojų apsistojusių viešbučiuose ir moteliuose poilsio tikslais lyginamoji dalis ir mažėja apsistojusių verslo tikslais. Tačiau apsistojusių verslo tikslais lyginamoji dalis yra žymiai didesnė, nei poilsio tikslais.

Lietuvos gyventojai apgyvendinimo įstaigose apsistoja 2006 metais apsistojo šiais tikslais:

- verslo ir profesiniais tikslais 46,3 proc.;
- laisvalaikio, pramogų, sveikatingumo ir apsipirkimo tikslais 38,9 proc.;
- giminių ir draugų lankymo tikslais 13,7 proc.
- kitais tikslais 15,42 proc.

Keliaujantys verslo ir profesiniais tikslais 2006 m. apsistojo 1,9 paroms, laisvalaikio tikslais – 2,3 paros. Valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos duomenimis, apie 90 proc. laisvalaikio ar atostogų tikslais atvykstančių turistų yra jaunesni nei 30 metų arba vyresni nei 65 metai, o jų pajamos yra vidutinės arba žemesnės už vidutines. Verslo kelionės yra svarbios turizmo ir apgyvendinimo versle. Verslininkų rinkos segmentas auga. Iš to galima padaryti išvadą, kad šis segmentas yra ir artimiausiu metu bus dar svarbesnis Lietuvos apgyvendinimo versle. Keliaujantys verslininkai labai svarbus segmentas, nes jų kelionės kartojasi ir jie gali tapti nuolatiniais tos kelionių įmonės ar viešbučio svečiais. Jų poreikiams reikia skirti itin didelį dėmesį.

22 paveikslo grafike pateiktas nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse pasiskirstymas pagal apskritis.



22 pav. Nakvynių skaičius pagal Lietuvos apskritis

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

22 paveiksle matyti, kad pagal nakvynių skaičių apgyvendinimo įmonėse dominuoja Klaipėdos, Vilniaus ir Alytaus apskritys. Colliers Baltic (2006) duomenimis, Vilniaus ir Kauno viešbučiai yra orientuoti į verslo turistus ir organizuotas turistų grupes, Klaipėdos miesto viešbučiai populiarūs ir poilsiautojų ir verslo turistų tarpe. Nakvynių skaičiaus dydį Klaipėdos apskrityje galima paaiškinti

tuo, kad Klaipėdos miestas dėl savo geografinės padėties yra populiarus tiek vietinių gyventojų, tiek užsienio turistų tarpe. Klaipėdos apskrityje išsidėstę du kurortiniai miestai: Palanga ir Neringa bei poilsio namai. Jau dabar vis didėjantis sveikatingumo kurortų populiarumas neturėtų sumažėti ir ateityje.

Smičiaus A. teigimu šalies ekonomika tiesiogiai įtakoja viešbučių verslo segmentą, o turizmo industrijos išsivystymas – poilsio svečių segmentą. Viešbučių pajamas iš konferencijų organizavimo įtakoja tiek ekonominis vystimasis, tiek turizmo industrija⁹⁵.

24 priede pateikta Lietuvos ir kitų ES šalių namų ūkių vartojimo išlaidų dalis viešbučiams ir restoranams. Lyginant Lietuvos ir kitų ES šalių polinkį naudotis viešbučių ir restoranų paslaugomis, pagal prieduose pateiktus duomenis matyti, kad Lietuva yra priešpaskutinėje vietoje pagal namų ūkių vartojimo išlaidų procentinę dalį viešbučiams ir restoranams. Lenkija yra paskutinėje vietoje – šioje šalyje viešbučiams ir restoranams skiriama tik 2,9 proc. vartojimo išlaidų. Analizuojamu 2000 – 2006 m. laikotarpiu Lietuvoje vidutiniškai buvo išleidžiama 3,1 proc. vartojimo išlaidų. ES 27 šalių vidurkis tuo laikotarpiu sudarė 8,8 proc. vartojimo išlaidų dalies. Daugiausia išleidžiama Ispanijoje. Ispanijos gyventojai 18,4 proc. vartojimo išlaidų skiria viešbučiams ir restoranams.

Apibendrinant galima daryti šias išvadas:

- Analizuojant apgyvendinimo įmonių svečių skaičiaus dinamiką, nustatyta, kad Lietuvos gyventojų apsistojusių apgyvendinimo įstaigose skaičius išaugo 131 proc., o užsienio svečių skaičius – 153 proc..
- Daugiausiai iš užsienio šalių Lietuvos apgyvendinimo įmonėse apsistoja Vokietijos gyventojų ir tai patvirtina faktą, kad Vokietija yra didžiausią turistų skaičių generuojanti ir daugiausia išleidžianti turizmui šalis.
- 2007 m. atvykstamojo turizmo 71,64 proc. pajamų sudarė asmeninės kelionės ir tik 28,36 proc. dalykinės. Atvykstamojo turizmo pajamų struktūra patvirtina faktą, kad į Lietuvą atvyksta individualūs turistai, dominuoja individualus turizmas.
- Užsienio turistų skaičius, atvykstančių poilsio ir giminių, draugų lankymo tikslais dominuoja. Viešbučiuose ir moteliuose apsistojusiųjų skaičius poilsio tikslais per 2000 – 2006 metų laikotarpį išaugo 3,5 karto. Lietuvos gyventojai apgyvendinimo įstaigose apsistoja daugiausia verslo ir profesiniais tikslais (46,3 proc.) bei laisvalaikio, pramogų, sveikatingumo ir apsipirkimo tikslais (38,9 proc.) Lietuvos gyventojų apsistojusių viešbučiuose ir moteliuose poilsio tikslais lyginamoji dalis sparčiai auga ir mažėja apsistojusių verslo tikslais. Tačiau apsistojusių verslo tikslais lyginamoji dalis yra žymiai didesnė, nei poilsio tikslais.
- Lyginant Lietuvos ir kitų ES šalių polinkį naudotis viešbučių ir restoranų paslaugomis matyti, kad Lietuva yra priešpaskutinėje vietoje pagal namų ūkių vartojimo išlaidų procentinę dalį

⁹⁵ Smičius A. (2005). *Viešbučių rinka*. Medžiaga iš 2005 m. sausio 26-27 d. Vilniuje vykusios nekilnojamojo turto konferencijos.

viešbučiams ir restoranams. Analizuojamu 2000 – 2006 m. laikotarpiu Lietuvoje vidutiniškai buvo išleidžiama 3,1 proc. vartojimo išlaidų. ES 27 šalių vidurkis tuo laikotarpiu sudarė 8,8 proc. vartojimo išlaidų dalies.

2.3. Lietuvos apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos ekonominis vertinimas

2.3.1. Apgyvendinimo įmonių paklausą ir pasiūlą atspindintys rodikliai

Tyrimui svarbu apibrėžti tiriamus rodiklius. Konceptualiojoje darbo dalyje buvo nustatyta, kad pagrindiniai rodikliai, atspindintys apgyvendinimo įmonių paklausą yra apgyvendinimo įmonių **suteiktų nakvynių skaičius** bei **numerių užimtumas**. Dažnai ekonominiuose viešbučių rinkos tyrimuose yra naudojama sąvoka **numerių paklausa** – tai faktiškai parduoti numeriai, apskaičiuoti apgyvendinimo įmonių disponuojamus numerius per tam tikrą laikotarpį dauginant iš numerių užimtumo koeficiento⁹⁶.

Paprasčiausias apgyvendinimo paslaugų paklausos įvertinimo būdas yra numerių ir vietų užimtumo rodiklių analizė. Šie rodikliai parodo, kokia dalis apgyvendinimo įmonės disponuojamų vietų (arba numerių) buvo parduota.

Statistikos departamentas pateikia nakvynių skaičiaus rodiklį pagal atskiras apgyvendinimo formas. Nakvynių skaičius suteikia informaciją apie tai, kiek apgyvendinimo įmonių vietų buvo parduota svečiams. Jei pasirinktume nakvynių skaičių kaip paklausą atspindintį rodiklį, tai pasiūlą turėtų atspindėti apgyvendinimo įmonių suteikiamų vietų skaičius per tam tikrą laikotarpį (per mėnesį, ketvirtį, metus). Nuo pasirinkto laikotarpio priklauso siūlomų vietų skaičius, nes šį rodiklį reikia sudauginti su pasirinkto laikotarpio dienų skaičiumi.

Šį rodiklį galima išreikšti formule:

$$\text{Apgyvendinimo įmonių vietų pasiūla} = \text{Vietų skaičius} \times \text{Pasirinkto laikotarpio dienų skaičius}$$

Šiuo atveju apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausą atspindi:

$$\text{Apgyvendinimo įmonių vietų paklausa} = \text{Nakvynių skaičius}$$

Analizuojant Statistikos departamento pateiktą nakvynių skaičiaus rodiklį, galima gauti informaciją apie svečių kilmės šalį ir pokyčius svečių kilmės šalių struktūroje.

Tačiau dažniausiai apgyvendinimo įmonių paslaugų pasiūla išreiškiama numerių skaičiumi, tad paklausą reikėtų išreikšti svečiams parduotų numerių skaičiumi, kuris yra lygus per tam tikrą laikotarpį siūlomų numerių skaičiaus sandaugai su numerių užimtumo koeficientu.

Šį rodiklį galima išreikšti formule:

⁹⁶ How to use star report. [Žiūrėta 2007 05 06]. Prieiga per internetą: <<http://www.smithtravelresearch.com/SmithTravelResearch/Documents/StarReport.pdf>>.

$$\text{Apgyvandinimo įmonių numerių paklausa} = \text{Numerių skaičius} \times \text{Pasirinkto laikotarpio dienų skaičius} \times \text{Numerių žimtumo koeficientas}$$

Šiuo atveju:

$$\text{Apgyvandinimo įmonių numerių pasiūla} = \text{Numerių skaičius} \times \text{Pasirinkto laikotarpio dienų skaičius}$$

Pasirinkus šį rodiklį prognozei, sudaromos prielaidos apskaičiuoti numerių poreikį.

Ypač svarbu skaičiavimuose atkreipti dėmesį į tai, kad ne visos apgyvendinimo įmonės dirba ištikus metus. Чудновский А. Д. akcentuoja, kad reikia atsižvelgti į numerių technologinio aptarnavimo (valymo, remontavimo) trukmę ir ją atimti iš numerių siūlomų dienų per metus skaičiaus⁹⁷. Apgyvandinimo įmonių numeriai retai būna pilnai užimti.

Dalis vietų ir numerių siūloma tik sezono metu, kuris Lietuvoje formaliai trunka nuo balandžio mėn. 1 d. iki rugsėjo 1 d., tačiau realiai įmonės gali dirbti ir trumpesnį laikotarpį. Skaičiavimuose daroma prielaida, kad įmonės dirba be poilsio dienų ir tokiu atveju sezonas trunka 183 dienas, o II ir III ketvirtis atitinkamai 91 ir 92 dienas. Įmonės dirbančios visus metus savo paslaugas gali siūlyti 365 dienas per metus, arba, skaičiuojant ketvirčiais: I ketv. – 90 dienų, II ketv. – 91 diena, III ketv. – 92, IV ketv. – 92 dienas.

Apgyvandinimo paklausos skaičiavimuose labai svarbu disponuoti numerių ir vietų užimtumo statistiniais duomenimis bei numerių ir vietų skaičiumi, kurį įmonės gali pasiūlyti sezono ir ne sezono laikotarpiu. Šią informaciją Statistikos departamentas pateikia ne pagal visas apgyvendinimo formas. Nėra statistinių duomenų apie numerių bei vietų užimtumo rodiklius visų apgyvendinimo įmonių bendrai paėmus, todėl tikslinga tampa išskaidyti apgyvendinimo paslaugas pagal apgyvendinimo formas. Statistikos departamentas pateikia informaciją apie viešbučių, motelių, kempingų, turizmo centrų, konferencijos centrų, nakvynės namų ir privataus apgyvendinimo sektoriaus numerių ir vietų užimtumą, todėl tyrime bus lyginamos šių apgyvendinimo formų paslaugų paklausa ir pasiūla. Tolesnėje dalyje bus analizuojami pagrindiniai apgyvendinimo paklausos rodikliai pagal pagrindinius Lietuvos apgyvendinimo įmonių tipus.

2.3.2. Apgyvandinimo paslaugų paklausos analizė

Šioje dalyje analizuojama apgyvendinimo įmonių numerių ir vietų paklausa bei pasiūla, remiantis pagrindiniais apgyvendinimo paslaugų paklausos rodikliais: numerių užimtumas, vietų užimtumas, nakvynių skaičius ir kaina.

⁹⁷ Туризм и гостиничное хозяйство. (2003). Под редакцией Чудновского А. Д. Москва: Юркнига. с.58.

Toliau analizuojami numerių paklausos ir pasiūlos kiekiai bei šių rodiklių padidėjimo tempai. Metinė numerių pasiūla apskaičiuota kiekvienai apgyvendinimo formai atskirai. Skaičiavimai pateikti 16 priede. Numerių pasiūla apskaičiuota anksčiau aptartu būdu – apgyvendinimo įmonės konkrečiais metais Statistikos departamento užfiksuotų turimų vietų skaičių padauginus iš veiklos dienų skaičiaus metuose. Šis rodiklis parodo, kiek apgyvendinimo įmonė gali pasiūlyti numerių kiekvieną dieną per metus.

Lyginant metinę viešbučių numerių pasiūlą su visų apgyvendinimo įmonėse teikiamų numerių pasiūla Lietuvos mastu, viešbučių numerių pasiūla 2000 m. sudarė apie 29 proc. visų apgyvendinimo įmonių numerių pasiūlos dalies. Kitą reikšmingą apgyvendinimo pasiūlos rinkos dalį sudarė poilsio namai – 27,2 proc. 2006 m. viešbučiai jau sudarė 60 proc. visų apgyvendinimo įmonių numerių pasiūlos dalies, o poilsio namai tesudarė 11,9 proc. visų per metus siūlomų numerių skaičiaus.

Skaičiavimai yra apytiksliai, nes nėra žinoma tikslios numerių, veikiančių tik sezono metu, sezono trukmės dienomis.

17 lentelėje pateikta viešbučių numerių paklausa ir pasiūla bei jos padidėjimo/sumažėjimo grandininiai tempai. Kadangi Statistikos departamentas 2000 metais nenurodė viešbučių numerių skaičiaus, veikiančių tik tam tikrą sezoną, numerių pasiūlos skaičiai išsikreipia, todėl teisingiau atsižvelgti į 2001 – 2006 metų periodą.

17 lentelė

Viešbučių numerių paklausos ir pasiūlos apimčių dinamika

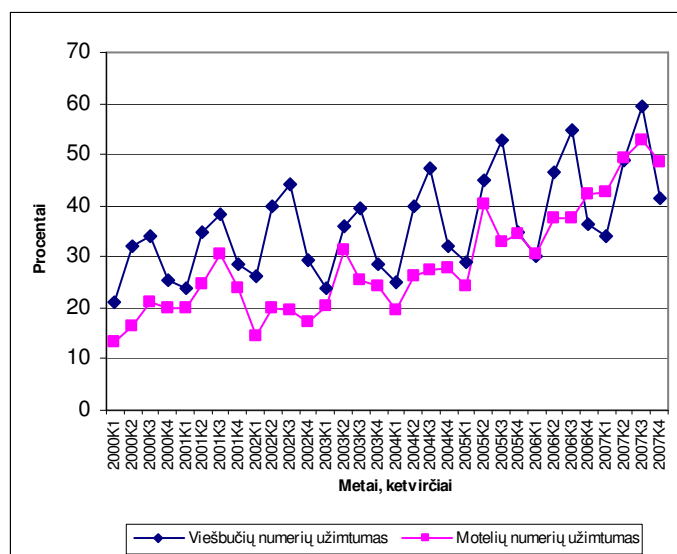
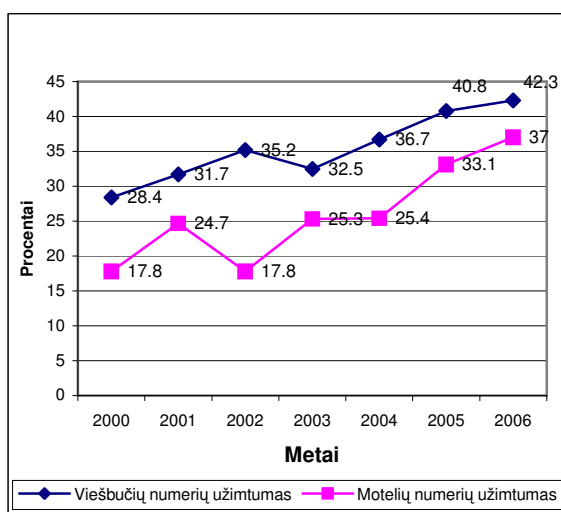
Metai \ Rodiklis	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Viešbučių numerių paklausa	554685	628348	744088	822067	1165284	1391960	1579775
Tp, proc.		13.3	18.4	10.5	41.8	19.5	13.5
Viešbučių numerių pasiūla	6756515	1982169	2113887	2529438	3175162	3411666	3734692
Tp., proc.		-70.7	6.6	19.7	25.5	7.4	9.5
Numerių užimtumas, proc.	28.4	31.7	35.2	32.5	36.7	40.8	42.3

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Apgyvendinimo paslaugų paklausą, kaip jau analizuota ankstesniame skyriuje, atspindi parduotų numerių skaičius. Parduotų numerių skaičius lyginant su baziniais 2001 m. išaugo 151 proc., t.y. 2,5 karto. Analizuojant 17 lentelės duomenis pastebima tendencija, kad viešbučių numerių pasiūla lyginant su baziniais 2001 m. išaugo 88 proc., t.y. 1,88 karto. Paklausa auga didesniu tempu, nei pasiūla.

Vertinant apgyvendinimo rinkos paklausą svarbu atsižvelgti į apgyvendinimo įmonių numerių užimtumo pokyčius. Numerių užimtumo rodiklis parodo kokia dalis siūlomų numerių buvo parduota ir atspindi mokios paklausos dalį. Disponuojamų numerių skaičiaus ir numerių užimtumo koeficiento duomenys analizuojamu laikotarpiu pateikiami metais, ketvirčiais ir mėnesiais. Tam,

kad susiaurinti tyrimo diapazoną, pasirinktas viešbučių ir motelių numerių užimtumo tyrimas ir analizuojami duomenys metais ir ketvirčiais.



23 pav. Viešbučių ir motelių numerių užimtumo dinamikos palyginimas metais⁹⁸

24 pav. Viešbučių ir motelių numerių užimtumo dinamika ketvirčiais

23 paveiksle lyginamas metinis motelių ir viešbučių numerių užimtumas. Grafiškai atvaizdavus vidutinį metinį užimtumą pastebima augimo tendencija tiek viešbučių, tiek motelių sektoriuose. 2002 metais pastebima tai, kad motelių numerių vidutinis metinis užimtumas mažesnis lyginant su praėjusiais metais, kai tuo tarpu viešbučių metinis užimtumas išauga. Absolūtus viešbučių numerių užimtumo padidėjimas lyginant su baziniais 2000 m. yra 13,9 procentinio punkto. Motelių numerių užimtumas lyginant su baziniais 2000 m. išaugo 19,2 procentinio punkto.

Sezoniškumo įtakos atskleidimo tikslu lyginamas viešbučių ir motelių numerių užimtumas ketvirčiais. 24 paveiksle matyti, kad viešbučiai didžiausias numerių užimtumo skaitines reikšmes pasiekia III metų ketvirtį. Motelių užimtumas ne kiekvienais analizuojamais metais pasiekia viešbučių numerių užimtumo lygį.

18 lentelėje pateiktos viešbučių numerių užimtumo ketvirčiais maksimalios ir minimalios reikšmės.

18 lentelė

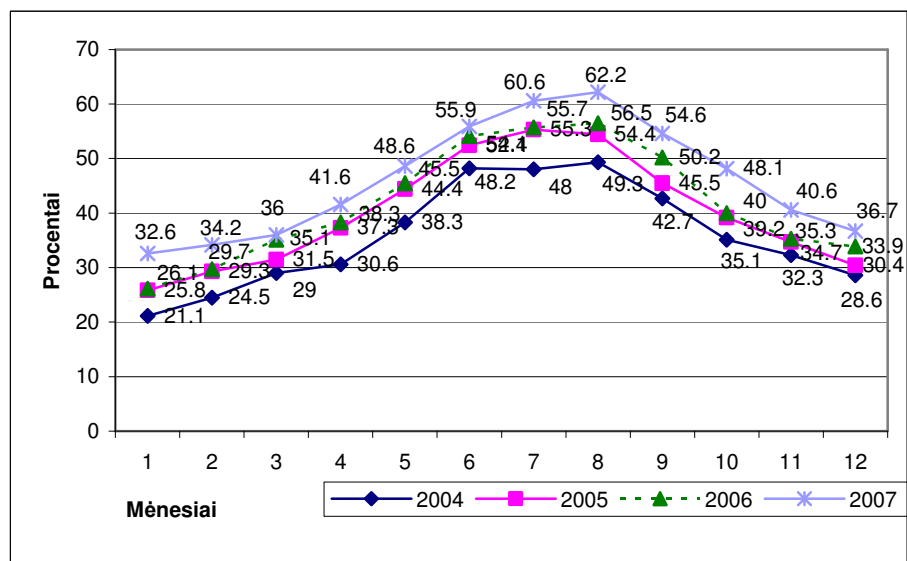
Viešbučių numerių užimtumo ketvirčiais minimalios ir maksimalios reikšmės

Rodiklis		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Metai	Numerių skaičius viešbučiuose ir moteliuose	5888	5649	5963	7100	9090	9722	10426	n.d.
	Maksimali užimtumo reikšmė viešbučiuose, proc.	34,1	38,3	44	39,4	47,4	52,6	54,8	59,5
	Minimali užimtumo reikšmė viešbučiuose, proc.	21,2	23,8	26,3	23,1	23,9	29,1	30,3	33,9
	Variacijos užmojis	12,9	14,5	17,7	16,3	23,5	23,5	24,5	25,6

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis.

⁹⁸ Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis.

Numerių užimtumo dinamikai mėnesiais įvertinti pasirinkta viešbučių ir motelių numerių užimtumo skaitinės reikšmės. Statistikos departamentas viešbučių ir motelių numerių užimtumo duomenis mėnesiais pradėjo rinkti tik nuo 2003 metų, todėl palyginimui galima apimti trumpesni 2004 – 2007 metų laikotarpį.



25 pav. Viešbučių ir motelių numerių užimtumo dinamika mėnesiais

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis.

25 paveiksle pavaizduota viešbučių ir motelių kartu numerių užimtumo reikšmės mėnesiais. Pastebima tendencija, kad kiekvienais sekančiais metais numerių užimtumas vis auga. Maksimalios numerių reikšmės pasiekiamos rugpjūčio mėnesį, o minimalios reikšmės – sausio mėnesį. Kiekvienais metais jos turi tendenciją augti. Aptartos užimtumo reikšmės pateiktos 19 lentelėje.

19 lentelė

Viešbučių ir motelių numerių užimtumo mėnesiais minimalios ir maksimalios reikšmės

Rodiklis	2004	2005	2006	2007
Metai	2004	2005	2006	2007
Numerių skaičius viešbučiuose ir moteliuose	9465	10134	10843	10451
Metinė (vidutinė) užimtumo reikšmė, proc.	36,3	40,5	42,1	n.d.
Maksimali užimtumo reikšmė, proc.	49,3 (rugpjūtis)	55,3 (liepa)	56,5 (rugpjūtis)	62,2 (rugpjūtis)
Minimali užimtumo reikšmė, proc.	21,1 (sausis)	25,8(sausis)	26,1(sausis)	32,6 (sausis)
Variacijos užmojis	28,2	29,5	30,4	29,6

Šaltinis: parengta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Palyginus 18 ir 19 lentelių duomenis, matyti, kad maksimalios reikšmės ir variacijos užmojis yra didesnis pasirinkus duomenų analizę mėnesiais. Tačiau Statistikos departamentas numerių užimtumo duomenis mėnesiais pateikia tik vienu pjūviu – kartu viešbučių ir motelių 2004 – 2007 metų laikotarpiui.

Vietų pasiūla ir paklausa. Vietų pasiūla apskaičiuota anksčiau aptartu būdu – Statistikos departamento užfiksuotų apgyvendinimo įmonės konkrečiais metais turimų vietų skaičių padauginus iš veiklos dienų skaičiaus metuose. Vietų paklausą atspindi apgyvendinimo įmonėse suteiktų nakvynių skaičius per metus. 20 lentelėje pateikti viešbučių paslaugų paklausos ir pasiūlos dinaminiai pokyčiai.

20 lentelė

Viešbučių vietų paklausos ir pasiūlos apimčių dinamika

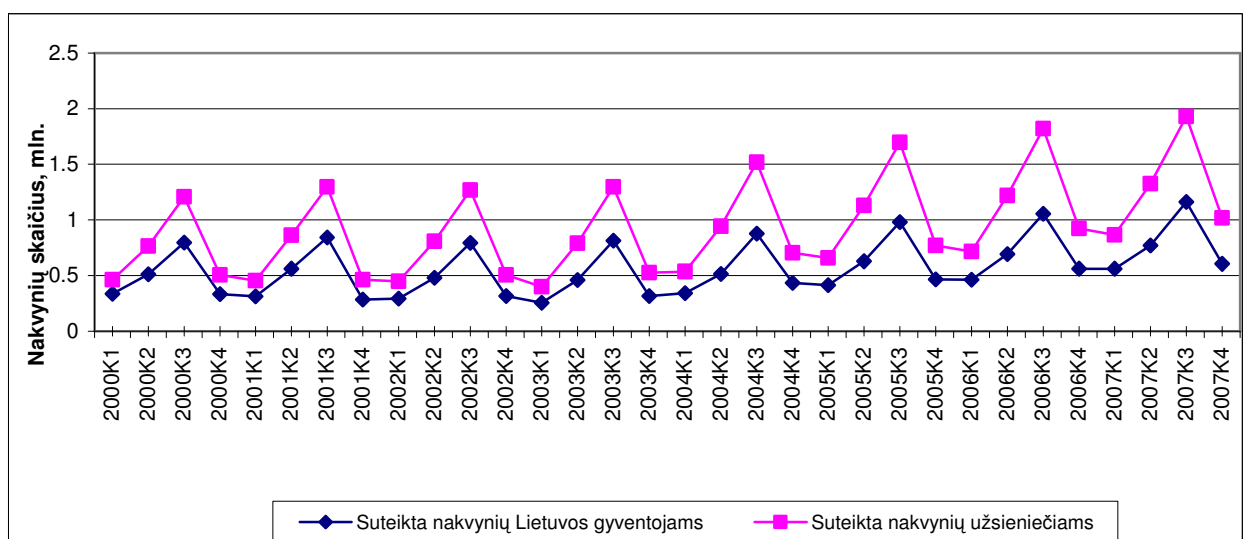
Metai \ Rodiklis	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Viešbučių vietų paklausa	862678	936600	1028195	1071055	1598625	1990511	2298927
Tp, proc.		8,6	9,8	4,2	49,3	24,5	15,5
Viešbučių vietų pasiūla	3830928	3721108	4065386	4879696	6225510	6668627	7342777
Tp., proc.		-2,9	9,3	20,0	27,6	7,1	10,1
Vietų užimtumas, proc.	23,1	25,3	27,8	24,4	28,1	31,9	33,1

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Analizuojant 20 lentelėje grandininius pasiūlos ir paklausos padidėjimo tempus, matyti, kad viešbučių vietų paklausa auga didesniu tempu, nei vietų pasiūla. Tokios tendencijos byloja apie tai, kad paklausa gali viršyti pasiūlą ir dalis vietų poreikio gali būti nepatenkinta.

Analizuojant bazinius padidėjimo tempus nustatyta, kad viešbučių vietų paklausa per analizuojamą laikotarpį išaugo 166 proc., o pasiūla (metinis siūlomų vietų skaičius) padidėjo 91 proc.

26 paveiksle pateikta užsieniečių ir Lietuvos gyventojų nakvynių skaičiaus viešbučiuose dinamika ketvirčiais.

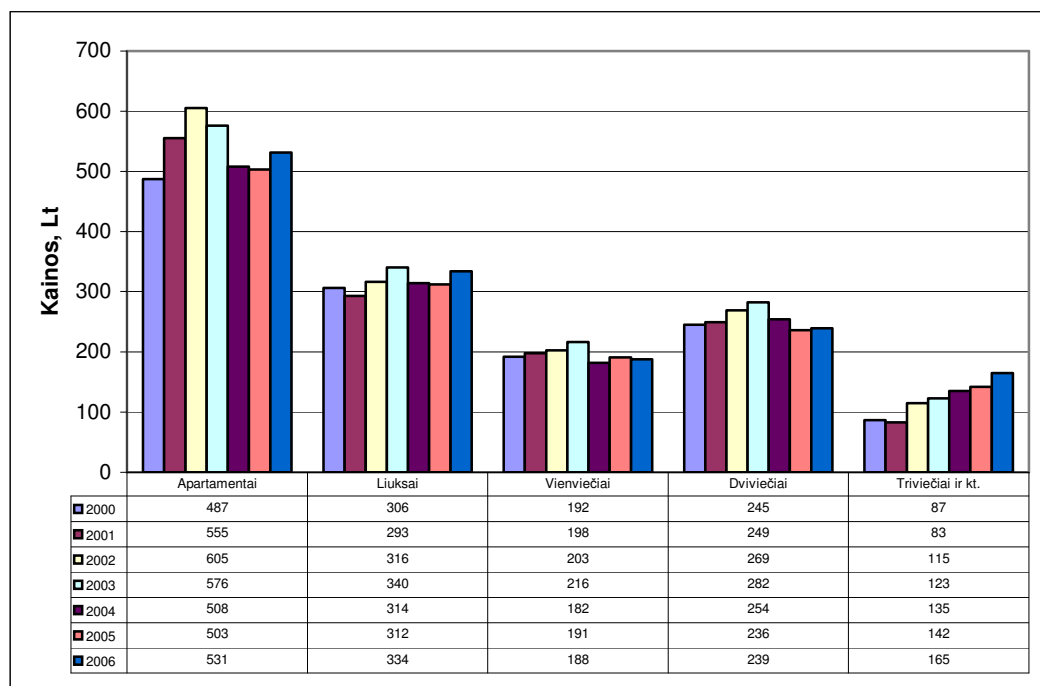


26 pav. Viešbučiuose suteiktų nakvynių skaičiaus dinamika metų ketvirčiais

Šaltinis: parengta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Nors užsieniečiai sudaro apie 50 proc. viešbučių svečių, kaip matyti 26 paveiksle, nakvynių skaičiumi pranoksta Lietuvos gyventojų nakvynių skaičių.

Viešbučių numerių kaina. Lietuvos statistikos departamentas pateikia vidutines kainas tik pagal vieną apgyvendinimo formą – viešbučių nustatytas numerių kainas, kurios yra išskaidytos pagal numerių tipus. Viešbučių numerių kainos yra diferencijuotos pagal 5 numerių rūšis: apartamentų, liuksų, vienviečių, dviviečių bei triviečių numerių ir kt. tipus. 27 paveiksle pateikta viešbučių numerių kainų dinamika pagal numerių rūšis.



27 pav. Viešbučių numerių kainų dinamika pagal numerių tipą

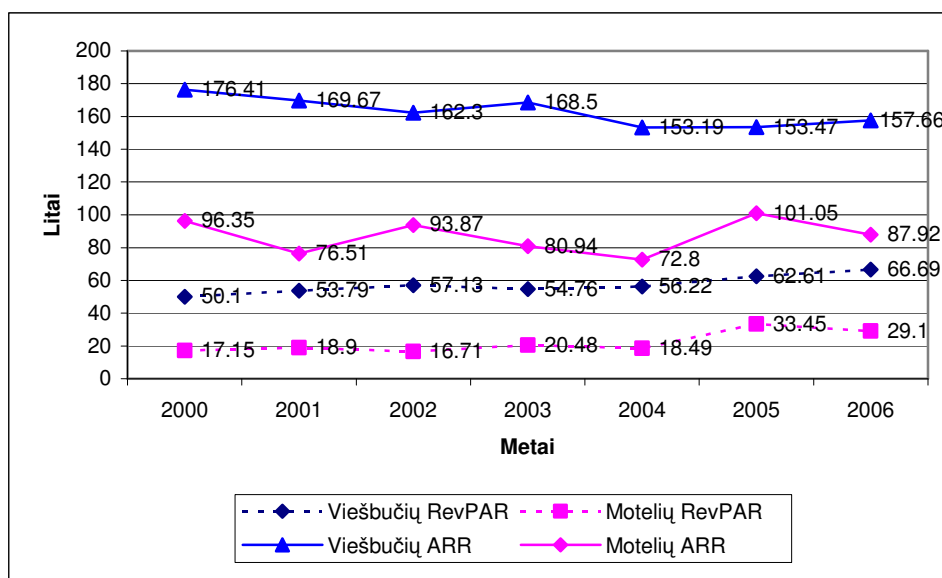
Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Analizuojant viešbučių numerių kainas (skaičiavimai pateikti 20 priede) aukščiausias bazinis padidėjimo tempas nustatytas triviečiams numeriams. Jų kaina per analizuojamą laikotarpį išaugo 89,7 proc. Dviviečių ir vienviečių numerių kainos sumažėjo atitinkamai 2,4 ir 2,1 proc. Apartamentų ir liuksų kainos išaugo panašiai – apie 9 proc.. Taigi keliamos tik triviečių numerių kainos, kurios yra žemiausios, palyginus su kitų numerių tipų kainomis.

Nustatyta, kad 2004 metais sumažinus liuksų, vienviečių bei dviviečių numerių kainas, viešbučių metinis numerių užimtumas sekančiais metais išaugo 12,9 proc.

Viešbučių vidutinės vieno numerio pajamos bei užimto kambario pajamos. Apgyvendinimo paslaugų sektoriuje dėl numerių ir kainų įvairovės sudėtinga apskaičiuoti numerio kainas, todėl rinkos analizei naudojamos vidutinių vieno užimto numerio pajamų (ARR) ir vidutinių pajamų tenkančių vienam numeriui (RevPAR) rodikliai.

Dėl duomenų trūkumo (Statistikos departamentas nepateikia informacijos apie pajamas iš apgyvendinimo veiklos visų rūšių apgyvendinimo įmonėms) analizę pagal pajamas tenkančias 1 numeriui buvo galima atlikti tik viešbučiams ir moteliams bei privačiam apgyvendinimo sektoriui. Atlikti skaičiavimai pateikti 18 ir 19 prieduose. Keblumų kilo apskaičiuojant užimtų numerių skaičių, kuris būtinas nustatyti vidutinę vieno užimto numerio kainą. Statistikos departamentas nepateikia šių duomenų turizmo statistikos metraščiuose. Remiantis atliktais tyrimais, užimtų numerių skaičius per metus apskaičiuojamas visų pirma nustatant siūlomų numerių skaičių per metus (apgyvendinimo įmonių numerių skaičius dauginamas iš 365 dienų (jei veikia visą sezoną)), kuris padauginamas iš metinio numerių užimtumo koeficiento. 28 paveiksle pateiktas viešbučių ir motelių ARR bei RevPAR dinaminis vaizdas.



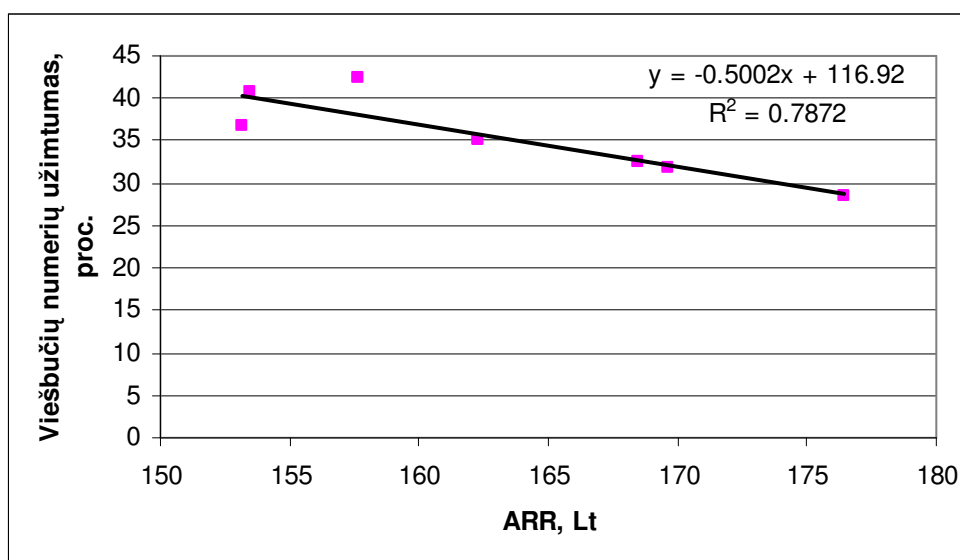
28 pav. Viešbučių ir motelių ARR⁹⁹ ir RevPAR dinamika

Šaltinis: apskaičiuota autorės

Atlikus viešbučių ir motelių metinio užimtų numerių skaičiaus ir vidutinių pajamų tenkančių vienam numeriui analizę, buvo nustatyta, kad, nors metinis viešbučių ir motelių numerių užimtumas žymiai išaugo, vidutinės pajamos tenkančios vienam užimtam kambariui per analizuojamą laikotarpį sumažėjo: viešbučių – 5,2 proc., motelių – 38,50 proc. Analizuojant 28 paveikslo grafinį vaizdą, matyti, kad tiek viešbučių, tiek motelių ARR sumažėjo 2004 metais.

29 paveiksle pateikta viešbučių numerių užimtumo ir viešbučių gaunamų pajamų už parduotus numerius (ARR) priklausomybė.

⁹⁹ ARR – Vidutinės vieno užimto/ parduoto numerio pajamos;
RevPAR – Vidutinės vieno numerio pajamos.



29 pav. Viešbučių numerių užimtumo ir ARR priklausomybė

Šaltinis: apskaičiuota autorės

Nustatyta atvirkštinė reikšminga viešbučių numerių užimtumo ir kainų priklausomybė. Apskaičiuotas koreliacijos koeficientas lygus -0,88.

Viešbučių numerio kaina įtakoja numerių užimtumą, todėl kaina šiame 29 paveikslo grafike traktuojama kaip faktorinis (x) dydis, o numerių užimtumas, kaip rezultatinis (y) dydis. Excel programos pagalba gautas tiesinės regresijos lygties pavidalas: $y = 116,92 - 0,5x$. Regresijos lygties koeficientas b parodo, kiek padidės rezultatinis kintamasis faktoriniam kintamajam padidėjus 1 vienetu. Sprendžiant pagal regresijos lygties koeficientą, viešbučių numerių kainai padidėjus vienu litu, viešbučių numerių užimtumas sumažės 0,5 procento. Kadangi b yra neigiamas, tai ryšys tarp viešbučių numerių užimtumo ir vidutinių pajamų – kainos yra atvirkštinis.

Elastingumo koeficientas parodo, kiek procentų pasikeis rezultatinis kintamasis faktoriniam kintamajam padidėjus vienu procentu. Šis koeficientas šiuo atveju apskaičiuojamas pagal tokią formulę:

$$E = b \cdot \frac{\bar{x}}{\bar{y}}$$

E – elastingumo koeficientas;

b – koeficientas iš regresinės lygties $y = a + bx$;

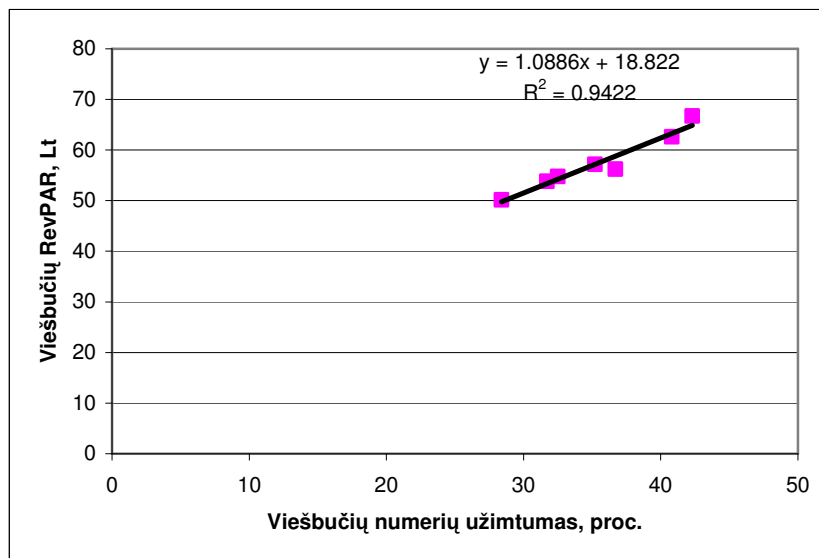
\bar{x} – nepriklausomojo (faktorinio) kintamojo vidurkis;

\bar{y} – priklausomojo (rezultatinio) kintamojo vidurkis.

Apskaičiuotas elastingumo koeficientas lygus -2,3 ($E = -0,5 \cdot \frac{163,03}{35,37} = -2,3$) reiškia, kad viešbučių numerių kainai (ARR) padidėjus vienu procentu, viešbučių numerių užimtumas sumažėja 2,3 procento.

Determinacijos koeficientas R^2 rodo, kad kainos kitimas 78,72 proc. paaiškina viešbučių numerių užimtumo pokyčius.

30 paveiksle pateikta viešbučių gaunamų pajamų už turimus numerius (RevPAR) ir viešbučių numerių užimtumo priklausomybė.



30 pav. Viešbučių RevPAR ir numerių užimtumo priklausomybė

Šaltinis: apskaičiuota autorės

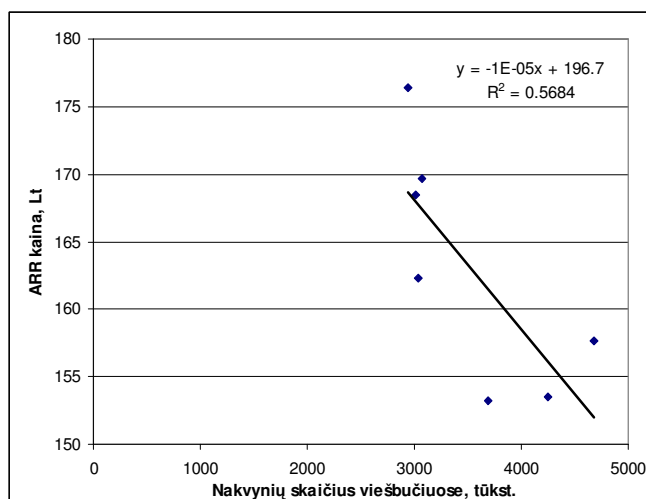
Nustatyta reikšminga tiesioginė viešbučių numerių užimtumo ir pajamų, gaunamų viename viešbučio numeriui, priklausomybė. Apskaičiuotas koreliacijos koeficientas lygus 0,971.

Viešbučių numerių užimtumas įtakoja viešbučių gaunamas pajamas, todėl numerių užimtumas šiame 30 paveikslo grafike yra faktorinis (x) dydis, o viešbučių pajamos viename numeriui – rezultatinis (y) dydis. Gautas tiesinės regresijos lygties pavidalas: $y = 18,822 + 1,0886x$. Viešbučių numerių užimtumui padidėjus vienu procentu, viešbučių pajamos išauga 1,09 lito. Kadangi b yra teigiamas, tai ryšys tarp viešbučio pajamų ir numerių užimtumo yra tiesioginis – didėjant numerių užimtumui didėja ir viešbučių pajamos.

Šiuo atveju elastingumas lygus 0,67- viešbučių numerių užimtumui padidėjus vienu procentu viešbučių pajamos išauga 0,67 proc. ($E = 1,0886 \cdot \frac{35,37}{57,33} = 0,67$). Viešbučių pajamos nėra elastingos viešbučių numerių užimtumui.

Determinacijos koeficientas R^2 nusako, kad viešbučių numerių užimtumas viešbučių pajamų viename numeriui (RevPAR) pokyčius įtakoja 94,22 proc.

Laikantis prielaidos, kad nakvynių skaičius yra paklausos kiekis Q, o vidutinės viename užimtame numeriui tenkančios pajamos (ARR) yra P, sudarytas kainos ir kiekio priklausomybės grafikas pateiktas 31 paveiksle.



31 pav. Viešbučių ARR ir nakvynių skaičiaus viešbučiuose priklausomybė

Šaltinis: apskaičiuota autorės

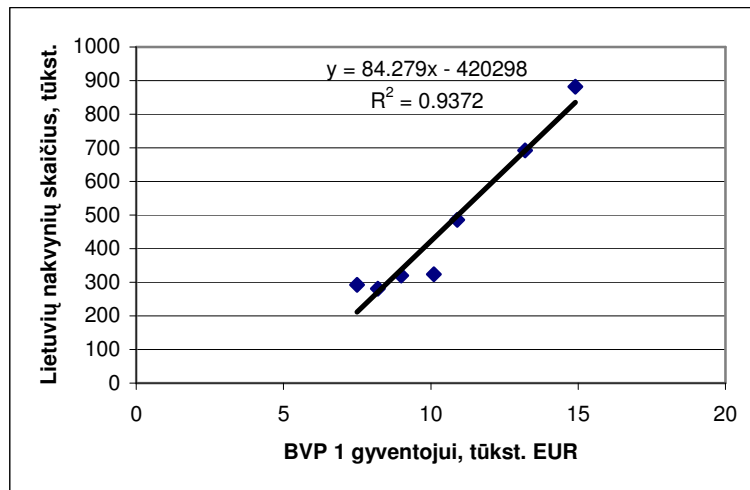
Apskaičiuotas kainos ir nakvynių skaičiaus koreliacijos koeficientas $-0,754$ rodo reikšmingą atvirkštinę priklausomybę tarp kainos ir nakvynių skaičiaus viešbučiuose.

Excel programa apskaičiuota paprastosios tiesinės regresijos lygtis $y=196,7 - 0,00001x$ rodo vidutinių pajamų tenkančių vienam parduotam numeriui priklausomybę nuo nakvynių skaičiaus. Neigiamas b koeficientas parodo, kad sumažėjus nakvynių skaičiui išauga kaina. Nakvynių skaičiui viešbučiuose sumažėjus vienu tūkstančiu, viešbučių kaina išauga 0,01 Lt ir atvirkščiai: išaugus kainai – sumažėja nakvynių viešbučiuose skaičius.

Gautas determinacijos koeficientas R^2 0,5684 parodo, kad nakvynių skaičiaus viešbutyje kitimas 56,84 procentais paaiškina viešbučių vidutinių pajamų vienam užimtam numeriui (ARR) pokyčius.

Nustatyta, kad viešbučių paslaugų paklausa, išreikšta nakvynių skaičiumi, nėra elastinga kainai (ARR). Apskaičiuotas elastingumas ($E = 0,00001 \cdot \frac{3527389,86}{163,03} = 0,22$) yra mažiau už 1. Taigi viešbučių paslaugų paklausa neelastinga kainų atžvilgiu. Tai tikriausiai sąlygoja pakaitalų – kitų apgyvendinimo rūšių kiekis bei laikas. Be to elastingumui svarbi yra ir biudžeto dalis skiriama nakvynei viešbučiuose. Ankstesniame skyriuje buvo nustatyta, kad pusę visų viešbučių klientų sudaro Lietuvos gyventojai, kurie viešbučiams ir restoranams vidutiniškai skiria tik 3,1 visų savo išlaidų. Tokią priklausomybę atspindi viešbučių numerių kainų kitimas nagrinėjamoju laikotarpiu ir kitos Lietuvos ir užsienio šalių ekonomikos tendencijos, kurios bus nagrinėjamos sekančioje tyrimo dalyje.

32 paveiksle pavaizduota Lietuvos gyventojų nakvynių skaičiaus viešbučiuose priklausomybė nuo BVP 1 gyventojui.



32 pav. Lietuvių nakvynių skaičiaus viešbučiuose ir BVP 1 gyventojui priklausomybė

Šaltinis: apskaičiuota autorės

Nustatyta tiesioginė reikšminga priklausomybė tarp BVP 1 gyventojui Lietuvoje ir Lietuvos gyventojų nakvynių skaičiaus viešbučiuose ($R=0,97$). Tiesinės regresijos lygtis šiuo atveju įgavo tokį pavidalą: $y = -420298 + 84,279x$. b koeficientas rodo, kad BVP 1 gyventojui dydžiui pakitus 1 euru, Lietuvos gyventojų nakvynių skaičius išaugtų 84 vienetais.

Determinacijos koeficientas R^2 nusako, kad BVP 1 gyventojui pokytis 93,72 proc. paaiškina Lietuvos gyventojų nakvynių skaičiaus viešbučiuose pokytį.

Paklausos elastingumas pajamoms tai procentinis prekės paklausos kiekio pokytis, pajamoms padidėjus 1 proc. Paklausos elastingumas yra skirtingas kiekviename tiesios linijos paklausos kreivės taške. Elastingumas pajamoms šiuo atveju lygus 1,9 ($E = 84,279 \cdot \frac{10542,857}{468242,86} = 1,9$). Tai reiškia, kad 1,9 proc. pakitus pajamoms lietuvių nakvynių skaičius viešbučiuose išaugs 1,9 proc. Kaip pastebėta tyrimuose, statiniuose modeliuose dažnai neatsižvelgiama į vartojimo įpročius, vartotojai tik palaipsniui reaguoja į kainų ir pajamų pokyčius.¹⁰⁰

Apibendrinant numerių ir vietų užimtumo dinamikos analizę galima daryti išvadą, kad:

- Viešbučių verslas Lietuvoje yra įtakojamas sezoniškumo – didžiausios numerių užimtumo skaitinės reikšmės pasiekiamos vasaros sezono metu: rugpjūčio mėnesį, mažiausios – sausio mėn.
- Apgyvadinimo paslaugų paklausą, kaip jau analizuota ankstesniame skyriuje, atspindi parduotų numerių skaičius. Parduotų numerių skaičius lyginant su baziniais 2001 m. 2,5 karto. Viešbučių numerių pasiūla lyginant su baziniais 2001 m. išaugo 1,88 karto. Viešbučių vietų paklausa (nakvynių skaičius viešbučiuose) per analizuojamą laikotarpį išaugo 166 proc., o pasiūla (metinis siūlomų vietų skaičius) padidėjo 91 proc. Numerių paklausa auga didesniu tempu, nei

¹⁰⁰ Ramesh Durbar (2002) Long Run Structural Tourism Demand Modelling: An Application to France. [Žiūrėta 2007 10 21]. Prieiga per internetą: <http://www.nottingham.ac.uk/ttri/pdf/2002_1.pdf>.

pasiūla. Numerių užimtumas turi tendenciją nuolat augti. Didžiausia užfiksuota viešbučių numerių užimtumo reikšmė 62 proc. 2007 m. rugpjūčio mėnesį.

- Nustatyta atvirkštinė reikšminga viešbučių numerių užimtumo ir kainų priklausomybė. Apskaičiuotas elastingumo koeficientas lygus $-2,3$ reiškia, kad viešbučių numerių kainai (ARR) padidėjus vienu procentu, viešbučių numerių užimtumas sumažėja 2,3 procento.
- Nustatyta reikšminga tiesioginė viešbučių numerių užimtumo ir pajamų gaunamų vienam viešbučio numeriui priklausomybė. Šiuo atveju elastingumas lygus $0,67$. tai viešbučių numerių užimtumui padidėjus vienu procentu viešbučių pajamos išauga $0,67$ proc.
- Apskaičiuotas kainos ir nakvynių skaičiaus koreliacijos koeficientas $-0,754$ rodo reikšmingą atvirkštinę priklausomybę tarp kainos ir nakvynių skaičiaus viešbučiuose. Nustatyta, kad viešbučių paslaugų paklausa, išreikšta nakvynių skaičiumi, nėra elastinga kainai (ARR). Apskaičiuotas elastingumas yra mažiau už 1.
- Determinacijos koeficientas R^2 nusako, kad BVP 1 gyventojui pokytis $93,72$ proc. paaiškina Lietuvos gyventojų nakvynių skaičiaus viešbučiuose pokytį.

2.3.3. Paklausą įtakančių makroaplinkos veiksnių analizė

Apgyvandinimo įmonių sektoriaus veikla priklauso nuo tam tikro skaičiaus kintamųjų makroaplinkoje ir mikroaplinkoje. Identifikuoti visus veiksniai, lemiančius apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos svyravimus nėra lengva dėl jų gausos ir dėl to, kad sudėtinga visus veiksniai kiekybiškai įvertinti.

Makroaplinkos įvertinimui visų pirma reikia apskaičiuoti koreliacinius ryšius tarp priklausomo kintamojo ir nepriklausomų kintamųjų. Daugiamatės regresijos modeliui sudaryti ekonominiai rodikliai pasirinkti, atsižvelgiant į nustatytus svarbiausius kiekybinius makroaplinkos veiksniai. Pagrindiniai makroekonominiai rodikliai įtakoiantys apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausą, kaip nustatyta konceptualioje darbo dalyje yra:

- Bendrasis vidaus produktas (BVP) 1 gyventojui;
- Nedarbo lygis;
- Vartojimo kainų indeksas;
- Vartojimo kainų lygio santykis su Europos Sąjungos vidurkiu (ES 27);
- Gyventojų skaičius.

Atvykusiųjų iš užsienio vartojimą apgyvendinimo įmonių paslaugomis apriboja dar ir:

- Valiutų kursas;
- Kuro kaina.

Tiriant makroaplinkos veiksnių įtaką apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausai, tyrimo objektu pasirinktas nakvynių skaičius. Palyginimui tiriama nakvynių skaičiaus visose apgyvendinimo įmonėse kartu paėmus ir nakvynių skaičiaus viešbučiuose priklausomybė nuo makroaplinkos veiksnių įtakos. Tyrimo metu tiek apgyvendinimo įmonių, tiek viešbučių nakvynių skaičius buvo pažymėtas y (priklausomasis kintamasis), o nagrinėjami makroaplinkos rodikliai: bendrasis vidaus produktas (BVP) 1 gyventojui, vartojimo kainų indeksas (VKI), nedarbo lygis, gyventojų skaičius, vartojimo kainų lygis lyginant su ES27 vidurkiu, kuro kainos – nepriklausomi kintamieji pažymėti x .

Dėl duomenų vientisumo tiek Lietuvos, tiek užsienio šalių makroaplinkos rodiklių statistiniai duomenys buvo paimti iš Eurostat duomenų bazės. Tiriamųjų rodiklių pradinės reikšmės pateiktos 25 priede. Nepriklausomų kintamųjų įtakai įvertinti Lietuvos gyventojų nakvynių skaičiui buvo paimti Lietuvos makroaplinkos rodiklių metiniai duomenys, o užsienio svečiams atitinkamai jų kilmės šalies makroaplinkos rodiklių reikšmės. Kadangi buvo svarbu įvertinti Lietuvos piniginio vieneto vertę apgyvendinimo įmonių svečių kilmės šalies valiutos verte, valiutų kursas perskaičiuotas remiantis Eurostat pateiktais vidutiniais metiniais duomenimis. Skaičiavimai pateikti 25 priede.

Kadangi sudėtinga įvertinti visų užsienio šalių makroaplinkos įtaką, buvo pasirinktos dvi užsienio valstybės: Vokietija ir Latvija. Vokietija pasirinkta, nes analizuojamu 2000 – 2006 m. laikotarpiu daugiausia atvykusiųjų buvo iš Vokietijos. Latvija pasirinkta, norint įvertinti skirtumus tarp kaimyninės šalies ir labiau nutolusios šalies ekonominių rodiklių įtakos nakvynių skaičiui Lietuvos apgyvendinimo įmonėse.

Siekiant nustatyti statistinę priklausomybę ir ryšio stiprumą tarp nakvynių skaičiaus viešbučiuose bei apgyvendinimo įmonėse bendrai ir tiriamų rodiklių, pagal (1) ir (4) formules apskaičiuoti koreliacijos koeficientai. Naudotas tiesinės koreliacijos – Pirsono koreliacijos koeficientas, kuris yra naudojamas kiekybinių reikšmių koreliacijai apskaičiuoti. Skaičiavimai atlikti SPSS statistinio paketo pagalba. Skaičiavimų rezultatai pateikti 26 – 28 prieduose. Poriniai koreliacijos koeficientai surašyti į koreliacijos matricą. Remiantis gauta koreliacijos matrica tolesniam tyrimui atrinktos tik tarpusavyje glaudžiai susijusios rodiklių poros, kurių koreliacijos koeficientas ne mažesnis kaip 0,71. Šioms nakvynių skaičiaus ir nepriklausomų kintamųjų ekonominių rodiklių poroms buvo sudarytos tiesinės regresijos lygtys ir apskaičiuotas determinacijos koeficientas D . Determinacijos koeficientu vadinamas koreliacinio koeficiento arba koreliacinio santykio kvadratas. Šis koeficientas parodo, kokią priklausomo kintamojo dalį nulemia nepriklausomų kintamųjų kitimas, o $(100 - D)$ kiti neįvertinti veiksniai.

Lietuvių nakvynių skaičiaus ir ekonominių rodiklių SPSS programa apskaičiuoti poriniai koreliacijos koeficientai surašyti į koreliacijos matricą 21 lentelėje. Atsižvelgiant į Studento

skirstinio kritines reikšmes, kuri atspindi t statistikos kriterijus, reikšminga koreliacija pažymėta ženklų „**“ ir „*“. Kai gautos p reikšmė mažesnė už 0,05, koreliacijos koeficientai yra statistiškai reikšmingi.

21 lentelė

Lietuvių nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica

Rodiklis	Lietuvių nakvynių skaičius	BVP 1 gyv.	VKI	Nedarbas	Gyv. skaičius	Vartojimo kainų lygis
Lietuvių nakvynių skaičius	1	0,901**	0,917**	-0,848*	-0,843*	0,875*
BVP 1 gyv.		1	0,667	-0,982**	-0,984**	0,773*
VKI			1	-0,579	-0,600	0,880**
Nedarbas				1	-0,962**	-0,703
Gyv. skaičius					1	-0,749
Vartojimo kainų lygis						1

Sutrumpinimai: BVP 1 gyv. – Bendrasis vidaus produktas vienam gyventojui, eurai; VKI – vartojimo kainų indeksas, proc.; Nedarbas – Nedarbo lygis, proc.; Gyv. skaičius – Lietuvos gyventojų skaičius; Vartojimo kainų lygis – vartojimo kainų lygio santykis su ES27 vidurkiu; ** – koreliacija reikšminga, kai $p < 0,01$; * – koreliacija reikšminga, kai $p < 0,05$.

Šaltinis: apskaičiuota autorės SPSS programa

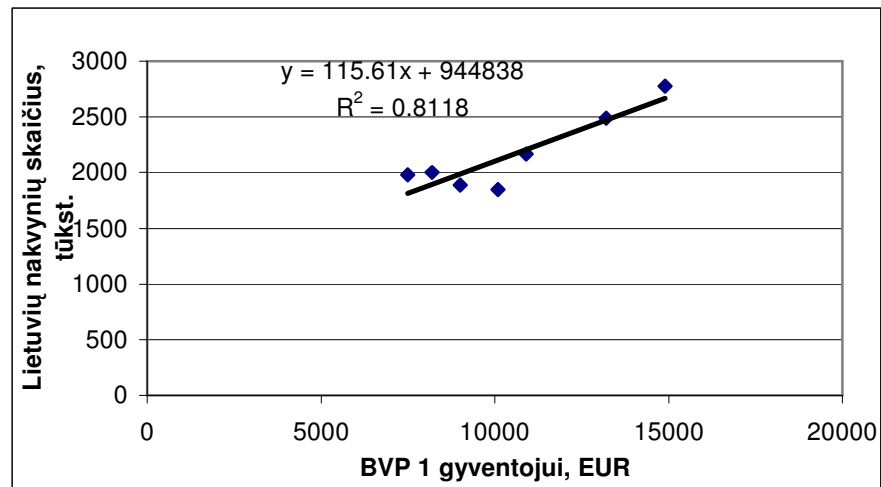
Skaičiavimų rezultatai rodo, kad Lietuvos gyventojų nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse reikšmingai koreliuoja su visais į tyrimą įtrauktais nepriklausomais kintamaisiais. Stipriausias teigiamas koreliacinis ryšys nustatytas tarp nakvynių skaičiaus ir vartojimo kainų indekso ($r=0,917$) bei bendro vidaus produkto 1 gyventojui ($r=0,901$) rodiklių. Koreliacijos koeficientas parodo, kad ryšys tarp nakvynių skaičiaus ir bendro vidaus produkto bei nakvynių skaičiaus ir vartojimo kainų indekso yra glaudus bei ekonomiškai reikšmingas.

Neigiamas koreliacinis ryšys nustatytas tarp nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įstaigose ir nedarbo lygio ($r=-0,848$) bei gyventojų skaičiaus ($r=-0,843$). Susiklosčiusi Lietuvos darbo rinkos situacija ir demografinės tendencijos, lėmė būtent tokius koreliacinius ryšius. Nedarbas sumažėjo 10,8 procentinių punktų: nuo 16,4 proc. 2000 m. iki 5,6 proc. 2006 m. Nedarbo mažėjimas lemia nakvynių skaičius augimą. Gyventojų skaičius per analizuojamą 2000-2006 m. laikotarpį sumažėjo 3,1 proc., todėl dėl neigiamų šio rodiklio skaitinių reikšmių pokyčio tendencijų, gyventojų skaičius yra atvirkščiai proporcingas nakvynių skaičiaus augimui.

Kadangi nedarbo lygio ir gyventojų skaičiaus rodikliai koreliuoja tarpusavyje, jie neatitinka pagrindinės tiesinės regresijos lygties sudarymo sąlygos ir yra netinkami daugiamatės tiesinės regresijos modelio sudarymui.

Dažniausiai ne visada užtenka žinoti, koks yra ryšys tarp dviejų nagrinėjamų požymių, kadangi koreliacijos koeficientas parodo tik tiesinio ryšio stiprumą, bet neparodo šio ryšio pobūdžio. Todėl dažnai duomenų analizė yra papildoma regresine analize, kurios pagrindinis tikslas – nustatyti statistinį modelį, kurio pagalba vieno kintamojo reikšmės galima būtų prognozuoti kito kintamojo reikšmės.

Grafinis lietuvių nakvynių skaičiaus ir BVP 1 gyventojui ir priklausomybės vaizdas pateiktas 33 paveiksle.



33 pav. Lietuvių nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse priklausomybė nuo BVP 1 gyventojui

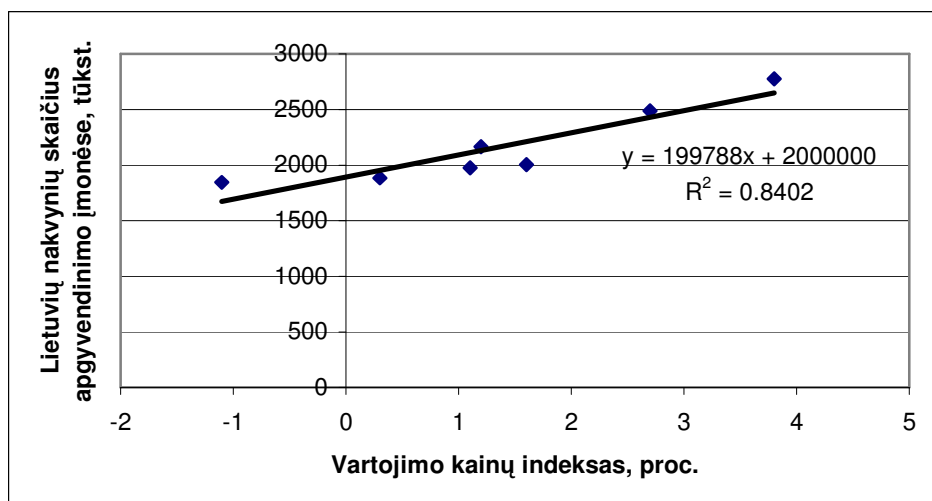
Šaltinis: apskaičiuota autorės

BVP 1 gyventojui įtakoja Lietuvos gyventojų nakvynių skaičių apgyvendinimo įmonėse. Excel programos pagalba buvo sudaryta tiesinės regresijos lygtis $y = 944838 + 115,61x$, kur priklausomas kintamasis y išreiškia Lietuvos gyventojų nakvynių skaičių apgyvendinimo įmonėse, o nepriklausomas kintamasis yra BVP 1 gyventojui. Regresijos lygties koeficientas b parodo, kad BVP 1 gyventojui padidėjus 1 euru, lietuvių nakvynių skaičius išauga 115,61 nakvynėmis. Kadangi b koeficientas yra teigiamas, tai ryšys tarp lietuvių nakvynių skaičiaus ir BVP 1 gyventojui yra tiesioginis – didėjant BVP 1 gyventojui vis daugiau naudojamosi apgyvendinimo įmonių paslaugomis.

Determinacijos koeficientas $R^2 = 0,8118$ nusako, kad 81 proc. nakvynių skaičiaus variacijos apgyvendinimo įmonėse galima paaiškinti bendrojo vidaus produkto 1 gyventojui kitimu.

Remiantis sudaryta koreliacijos matrica 21 lentelėje, nustatyta reikšminga tiesioginė Lietuvos gyventojų nakvynių skaičiaus ir vartojimo kainų indekso tarpusavio priklausomybė. Grafiškai ši priklausomybė pavaizduota 34 paveiksle.

Vartojimo kainų indeksas įtakoja Lietuvos gyventojų nakvynių skaičių apgyvendinimo įmonėse. Excel programos pagalba buvo sudaryta tiesinės regresijos lygtis $y = 2000000 + 199788x$, kur priklausomas (faktorinis) kintamasis y yra vartojimo kainų indeksas, o nepriklausomas kintamasis yra nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse. Regresijos lygties koeficientas b parodo, kad vartojimo kainų indeksui išaugus 1 procentu, lietuvių nakvynių skaičius išauga 199788 nakvynėmis.



34 pav. Lietuvių nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse priklausomybė nuo VKI

Šaltinis: apskaičiuota autorės

Determinacijos koeficientas R^2 rodo, kad Lietuvos vartojimo kainų lygis 98 proc. paaiškina lietuvių nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse variaciją.

Toliau analizuojama užsienio šalių (Vokietijos ir Latvijos) makroaplinkos įtaka svečių iš užsienio nakvynių skaičiui apgyvendinimo įstaigose.

22 lentelėje koreliacijos matricoje pateikta Vokietijos piliečių nakvynių skaičiaus Lietuvos apgyvendinimo įmonėse priklausomybė nuo Vokietijos makroaplinkos rodiklių skaitinių reikšmių.

22 lentelė

Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica

Rodiklis	Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius	BVP 1 gyv.	VKI	Nedarbas	Gyv. sk.	Valiutų kursas	Kuro kainos	Vartojimo kainų lygis
Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius	1	0,969**	0,505	0,669	0,614	-0,648	0,844*	-0,990**
BVP 1 gyv.		1	0,419	0,649	0,661	-0,721	0,934**	-0,964**
VKI			1	0,043	-0,70	-0,055	0,171	-0,481
Nedarbas				1	0,955**	-0,864*	0,512	-0,604
Gyv. sk.					1	-0,956**	0,597	-0,544
Valiutų kursas						1	-0,650	0,569
Kuro kainos							1	-0,862*
Vartojimo kainų lygis								1

Sutrumpinimai: BVP 1 gyv. – Bendrasis vidaus produktas vienam gyventojui, eurai; VKI – Vartojimo kainų indeksas, proc.; Nedarbas – Nedarbo lygis, proc.; Gyv. sk.- Vokietijos gyventojų skaičius; Valiutų kursas – vidutinės metinės šalies valiutos vertė eurai išreikšta litais; Kuro kainos – E95 ir dyzelino kainos, eurai; Vartojimo kainų lygis – vartojimo kainų lygio santykis su ES27 vidurkiu; ** – koreliacija reikšminga, kai $p < 0,01$; * – koreliacija reikšminga, kai $p < 0,05$.

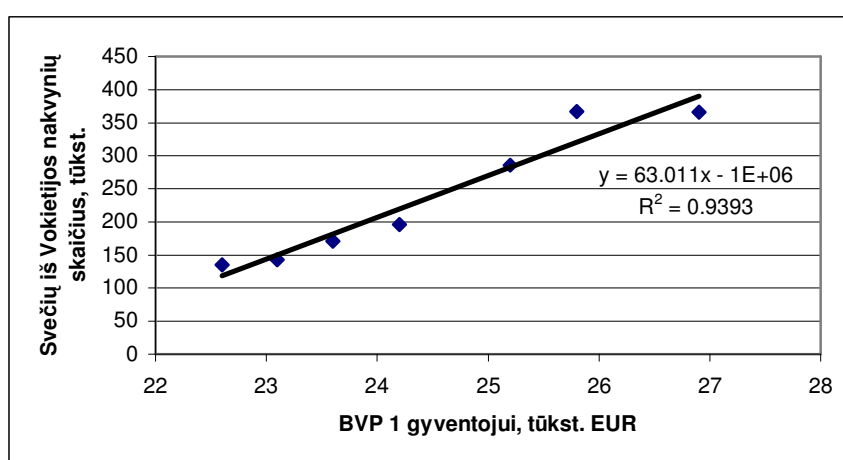
Šaltinis: apskaičiuota autorės SPSS programa

Nors ir apskaičiuoti koreliacijos koeficientai įgavo aukštas skaitines reikšmes, pagal Studento kriterijų ne visi jie reikšmingi. Analizuojant 22 lentelės duomenis matyti, kad reikšmingiausias priklausomybės ryšys yra tarp svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse ir

BVP 1 gyventojui ($r=0,969$), vartojimo kainų santykinio lygio ($r= -0,990$) bei kuro kainų ($r= 0,844$). Atliktais skaičiavimais nustatyta, kad valiutų kursas, atvirkščiai, negu tikėtasi, nekoreliuoja su svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiumi.

Gauta reikšminga tiesioginė priklausomybė tarp kuro kainos Vokietijoje ir svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus Lietuvos apgyvendinimo įmonėse. Analizuojant kuro kainos ir svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus priklausomybę, nustatytas determinacijos koeficientas $D=0.7127$. Tai reiškia, kad kuro kaina 72 proc. įtakoja svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus Lietuvos apgyvendinimo įmonėse pokytį.

35 paveiksle pateiktas BVP 1 Vokietijos gyventojui ir svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus Lietuvos apgyvendinimo įmonėse grafinis priklausomybės vaizdas.



35 pav. Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse priklausomybė nuo BVP vienam gyventojui dydžio.

Šaltinis: apskaičiuota autorės

Excel programos pagalba buvo sudaryta tiesinės regresijos lygtis $y = -1000000 + 63,011x$, kur priklausomas kintamasis y yra svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius Lietuvos apgyvendinimo įmonėse, o nepriklausomas kintamasis yra BVP 1 Vokietijos gyventojui. Regresijos lygties koeficientas b parodo, kad BVP 1 gyventojui padidėjus 1 euru, svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius išauga 63 nakvynėmis.

Determinacijos koeficientas $R^2 = 0,9393$ nusako, kad 94 proc. svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus variacijos Lietuvos apgyvendinimo įmonėse galima paaiškinti bendrojo vidaus produkto 1 Vokietijos gyventojui kitimu.

Toliau analizuojama artimiausios kaimynės Latvijos ekonominės ir socialinės aplinkos priklausomybė Latvijos gyventojų nakvynių skaičiui Lietuvos apgyvendinimo įmonėse. Pagrindinių ekonominių rodiklių ir svečių iš Latvijos nakvynių skaičiaus koreliacijos koeficientai nurodyti 23 lentelėje.

Svečių iš Latvijos nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica

Rodiklis	Svečių iš Latvijos nakvynių skaičius	BVP 1 gyv.	VKI	Gyv. sk.	Valiutų kursas	Nedarbas	Vartojimo kainų lygis
Svečių iš Latvijos nakvynių skaičius	1	0,971**	0,861*	-0,882**	0,852*	-0,944**	0,419
BVP 1 gyv.		1	0,877**	-0,966**	0,911**	-0,989**	0,196
VKI			1	-0,847*	0,943**	-0,833*	0,148
Gyv. sk.				1	-0,900**	0,966**	0,048
Valiutų kursas					1	-0,913**	0,004
Nedarbas						1	-0,132
Vartojimo kainų lygis							1

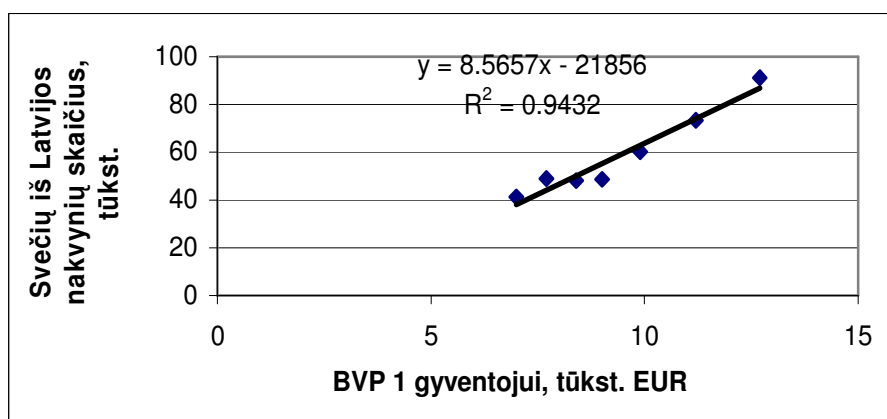
Sutrumpinimai: BVP 1 gyv. – Bendrasis vidaus produktas vienam gyventojui, eurai; VKI – Vartojimo kainų indeksas, proc.; Gyv. sk.- Latvijos gyventojų skaičius; Valiutų kursas – vidutinės metinės šalies valiutos vertė eurai išreikšta litais; Nedarbas – Nedarbo lygis, proc.; Vartojimo kainų lygis – vartojimo kainų lygio santykis su ES27 vidurkiu; ** – koreliacija reikšminga, kai $p < 0,01$; * – koreliacija reikšminga, kai $p < 0,05$.

Šaltinis: apskaičiuota autorės SPSS programa

Svečių iš Latvijos nakvynių skaičius reikšmingai tiesiogiai koreliuoja su BVP 1 gyventojui dydžiu ($R=0,971$), vartojimo kainų indeksu ($R=0,861$), valiutų kursu ($R=0,852$) ir atvirkščiai koreliuoja su gyventojų skaičiumi ($R=-0,852$) bei nedarbo lygiu ($R=-0,944$).

Tačiau, nors nepriklausomi kintamieji reikšmingai koreliuoja su priklausomu kintamuoju, pasirinkti duomenys netinkami regresinei analizei tirti, nes neatitinka pagrindinės sąlygos – šie rodikliai koreliuoja ir tarpusavyje.

Analizuojant Latvijos makroaplinkos rodiklius stipriausias koreliacijos ryšys nustatytas tarp svečių iš Latvijos nakvynių skaičiaus Lietuvos apgyvendinimo įmonėse ir BVP 1 Latvijos gyventojui. 36 paveiksle pateiktas šių rodiklių tarpusavio ryšio grafinis vaizdas.



36 pav. Svečių iš Latvijos nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse priklausomybė nuo BVP vienam gyventojui dydžio.

Šaltinis: apskaičiuota autorės

BVP 1 Latvijos gyventojui įtakoja Latvijos gyventojų nakvynių skaičių Lietuvos apgyvendinimo įmonėse, todėl priklausomas kintamasis yra svečių iš Latvijos nakvynių skaičius Lietuvos apgyvendinimo įmonėse, o nepriklausomas kintamasis yra BVP 1 Latvijos gyventojui. Excel programos pagalba buvo sudaryta tiesinės regresijos lygtis $y = -21856 + 8,565x$, kur regresijos lygties koeficientas b parodo, kad BVP 1 gyventojui padidėjus 1 euru, svečių iš Latvijos nakvynių skaičius išaugs 8 nakvynėmis.

Gautas determinacijos koeficientas ($R^2 = 0,943$) nurodo, kad Latvijos BVP 1 gyventojui apimties kitimas 94,3 proc. paaiškina nakvynių skaičiaus Lietuvos apgyvendinimo įmonėse pokytį.

Palyginus Europos Sąjungos šalių BVP pokytį, matyti, kad Lietuvos BVP augimas vyksta gana sparčiai.

Apibendrinant makroaplinkos įtakos Lietuvos apgyvendinimo įmonių paklausai tyrimo rezultatus galima daryti šias išvadas:

- Analizuojant makroaplinkos rodiklių įtaką nakvynių skaičiui Lietuvos apgyvendinimo įmonėse, nustatyta, kad stipriausias reikšmingas koreliacinis ryšys yra tarp nakvynių skaičiaus ir BVP 1 gyventojui dydžio.

- Buvo nustatyta, kad tarp BVP 1 gyventojui ir lietuvių nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse bendrai koreliacija šiek tiek silpnesnė, nei tarp BVP 1 gyventojui ir lietuvių nakvynių skaičiaus viešbučiuose. Determinacijos koeficientas nusako, kad 81 proc. lietuvių nakvynių skaičiaus pokyčio apgyvendinimo įmonėse galima paaiškinti bendrojo vidaus produkto 1 gyventojui kitimu. Sudarytos tiesinės regresijos lygties koeficientas b parodo, kad Lietuvos BVP 1 gyventojui padidėjus 1 euru, lietuvių nakvynių skaičius išauga 115,61 nakvynėmis.

- Gautas determinacijos koeficientas nurodo, kad Vokietijos piliečių BVP 1 gyventojui dydžio kitimas 93 proc. paaiškina nakvynių skaičiaus Lietuvos apgyvendinimo įmonėse pokytį. Sudarytos tiesinės regresijos lygties koeficientas b parodo, kad BVP 1 gyventojui padidėjus 1 euru, svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius išauga 63 nakvynėmis.

- Latvijos BVP 1 gyventojui apimties kitimas paaiškina 94 proc. nakvynių skaičiaus Lietuvos apgyvendinimo įmonėse pokyčio. Regresijos lygties koeficientas b parodo, kad BVP 1 gyventojui padidėjus 1 euru, svečių iš Latvijos nakvynių skaičius išauga 8 nakvynėmis.

3. APGYVENDINIMO ĮMONIŲ PAKLAUSOS PROGNOZĖ

3.1. Prognozavimo metodo efektyvumo tikrinimas

Atlikus 2000 – 2007 metų apgyvendinimo įmonių numerių užimtumo dinamikos ir nakvynių skaičiaus skaitinių reikšmių išsidėstymo ketvirčiais analizę nustatyta, kad apgyvendinimo įmonėse svečių praleistų nakvynių skaičiui ir numerių bei vietų užimtumui būdingas tiesinis trendas bei pastebimi sezoniniai svyravimai – didžiausias numerių užimtumas viešbučių ir motelių atveju užfiksuotas III ketvirtį (rugpjūčio mėnesį), tuo tarpu mažiausi - I ketvirtį (sausio mėnesį).

Numerių ir vietų užimtumo bei nakvynių skaičiaus skaitinių reikšmių svyravimas skirtingais metų sezonais nulėmė tai, kad prognozavimui pasirinkti duomenys ketvirčiais ir tokie prognozavimo metodai, kurie atsižvelgtų į duomenų sezoninius svyravimus. Prognozės sudarymui pasirinkti 2 metodai: ARIMA ir eksponentinio išlyginimo Holt Winter metodas. Šių prognozavimo metodų pasirinkimą sąlygojo šios priežastys:

- Minėti metodai atspindi pagrindines kiekybinių duomenų prognozavimo metodų grupes, kuriais atsižvelgiama į sezoniškumą;
- Turimos informacijos apie šalies apgyvendinimo rinką pobūdis;
- Sudėtingų prognozavimo metodų naudojimą riboja techninės galimybės.

Prognozavimas buvo atliekamas keliais etapais:

- Pirmame etape, naudojant Statistikos departamento 2000 – 2006 m. Lietuvos apgyvendinimo įmonių nakvynių skaičiaus duomenis ketvirčiais ir ARIMA bei eksponentinio išlyginimo Holt-Winter metodus buvo sudarytos nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse prognozės 2007 metų I-IV ketvirčiams.

- Antrame etape prognozės rezultatai buvo palyginti su faktiniais nakvynių skaičiaus duomenimis ketvirčiais, tam, kad patikrinti šių metodų tinkamumą pasirinktų duomenų prognozavimui. Metodo efektyvumas nustatytas apskaičiavus e_t , MAPE, MPE paklaidas.

- Trečiame etape parengiama nakvynių skaičiaus ir numerių užimtumo prognozė 2008 – 2010 metams pagal atskiras apgyvendinimo įstaigų rūšis pasirinktu prognozavimo metodu.

Remiantis nusistatytais prognozavimo etapais, visų pirma sudaroma nakvynių skaičiaus prognozė 2007 m. I-IV ketvirčiams, naudojant ARIMA ir Holt-Winter metodus.

Naudojant ARIMA autoregresinio slankiojo vidurkio metodą, svarbus momentas yra k , d , q parametrų parinkimas. Reikšmės parenkamos diferencijuojant laiko eilutę ir analizuojamas duomenų grafinis pavidalas. Laiko eilutės korelogramų grafikas parodo, ar laiko eilutė stacionari. Grafinis diferencijuotų duomenų pavidalas pateiktas 29 priede. Atlikus eilę skaičiavimų SPSS programa buvo parinktos tokios k , d , q koeficientų reikšmės, kuriomis gauta mažiausia standartinė paklaida ir pagal korelogramas parinktos tokios koeficientų reikšmės: $k=1$, $d=0$, $q=1$. Naudojantis

šių koeficientų reikšmėmis ir SPSS programa parengta 2007 I – IV ketvirčių nakvynių skaičiaus prognozė.

Taikant eksponentinio išlyginimo Holt-Winter metodą, prognozuojamas nakvynių skaičius buvo apskaičiuotas pasirinkus skirtingas išlyginamųjų konstantų α (alfa), γ (gama), θ (delta) reikšmes. Išlyginamosios konstantos buvo parinktos SPSS programa atrenkant 10 reikšmių su geriausiais modelio variantais.

Prognozės rezultatai, parengti šiais dviem metodais, pateikti 24 lentelėje.

24 lentelė

Faktiškas nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse ir prognozė 2007 m. I-IV ketvirčiams, naudojant pasirinktus prognozavimo metodus

Laikotarpis	Faktiškas	Ekspontinio išlyginimo metodas, $\alpha=0,5, \gamma=0,6, \theta = 1$	ARIMA metodas $k=1, d=0, q=1$
		Prognozė	
07/I	421990	415477	733524
07/II	653581	729957,6	1208631
07/III	852562	961138,6	1776593
07/IV	536163	557385,4	969684
Viso:			

Šaltinis: Apskaičiuota ir sudaryta autorės

Antrajame etape buvo apskaičiuoti prognozių tikslumo įvertinimo rodikliai: prognozavimo paklaida e_t , vidutinė procentinė absoliutinė paklaida MAPE, vidutinė procentinė paklaida MPE. Apskaičiuotos paklaidų rodiklių reikšmės pateiktos 31 priede. Prognozavimo paklaida e_t , apskaičiuojama, kaip faktiškos ekonominio rodiklio reikšmės y_t ir prognozuojamos ekonominio rodiklio reikšmės \hat{y}_t skirtumas: $e_t = y_t - \hat{y}_t$. Vidutinė absoliutinė santykinė paklaida MAPE nusako santykinę prognozavimo tikslumą. Ji apskaičiuojama pagal 10 formulę. Jei MAPE paklaida neviršija 10 proc., prognozavimo rezultatai vertinami, kaip labai tikslūs ir jais galima pasitikėti. MPE vidutinė procentinė paklaida yra santykinis dydis, rodantis prognozės nuokrypį. Ji apskaičiuojama pagal 11 formulę. Praktiškai laikoma, kad MPE dydis neturi būti didesnis nei 5 proc. Kai prognozė ideali, tiek nukrypimas į viršų, tiek nukrypimas į apačią turi artėti prie nulio. Apskaičiuotų paklaidų reikšmės pateiktos 25 lentelėje.

25 lentelė

Prognozių rezultatų paklaidų rodikliai

Prognozės efektyvumo nustatymo rodikliai	Ekspontinio išlyginimo metodas, $\alpha=0,5, \gamma=0,6, \theta = 1$	ARIMA metodas $k=1, d=0, q=1$
e_1 07/I	84477	131369
e_2 07/II	-51869	115045
e_3 07/III	-266072	152344
e_4 07/IV	-30888	48408
MAPE, proc.	7,6	9,1
MPE, proc.	-2,7	9,1

Šaltinis: Apskaičiuota ir sudaryta autorės

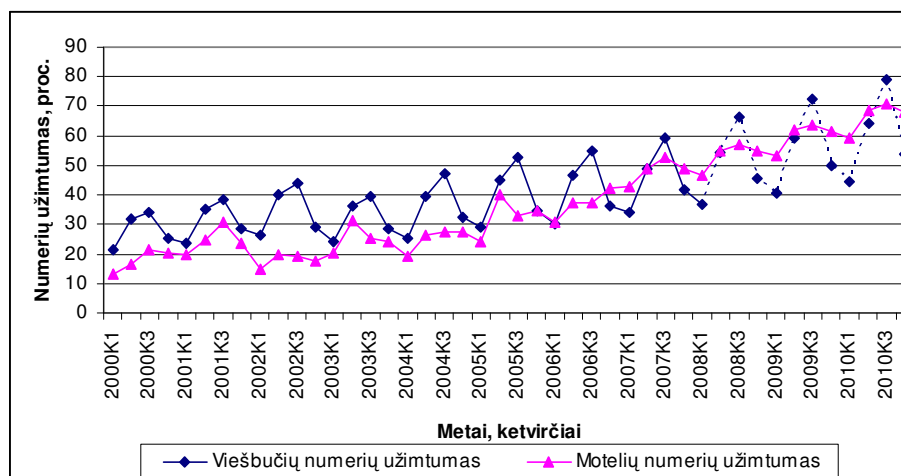
Mažiausios paklaidos gautos atlikus 2007 I-IV ketvirčių nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse prognozes Holt Winter metodu. Prognozės reikšmės, parengtos šiuo metodu, vertinamos, kaip pakankamai tikslios (MAPE >10 proc., o MPE>5 proc.). MAPE ir MPE paklaidų reikšmės mažesnės už ARIMA metodu gautas prognozių reikšmes, todėl tolesnėje tyrimo dalyje prognozės parengimui pasirinktas eksponentinio išlyginimo Holt Winter metodas. Toliau einama prie trečiojo etapo – nakvynių skaičiaus ir numerių užimtumo prognozės.

3.2. Apgyvandinimo įmonių paslaugų paklausos prognozės rezultatai

Prognozė parengta naudojant 2000 – 2007 metų numerių užimtumo duomenis ketvirčiais. Imti iš viso 8 periodai (metai). Prognozei naudotas eksponentinio išlyginimo Holt-Winter metodas, kuriuo įvertinamas tiesinis trendas ir sezoniškumas. Skaičiavimai atlikti naudojant statistinių programų paketą SPSS. Numerių užimtumo bei nakvynių skaičiaus ketvirčiais prognozė atlikta pagal atskiras apgyvendinimo formas: viešbučių, motelių, kempingų, turizmo centrų, nakvynės namų bei privataus sektoriaus. Šioje tyrimo dalyje siekiama nustatyti pasiūlos – numerių skaičiaus augimo tendencijų ir paklausos – numerių užimtumo augimo tendencijų suderinamumą.

Eksponentinio išlyginimo koeficientų reikšmės (kurios pateiktos 32 priede) rodo, kad ne visi apgyvendinimo įmonių tipai yra veikiami sezoniškumo: nakvynės namų, konferencijų ir privataus sektoriaus numerių užimtumas yra mažiau priklausomas nuo metų laikų sezono (sezoniškumo parametras θ (delta) < 1), nei kitos apgyvendinimo formos. Numerių užimtumo prognozės rezultatai pateikti 33 priede.

37 paveiksle grafike pateiktos faktinės 2000 I ketv. – 2007 IV ketv. numerių užimtumo viešbučiuose ir moteliuose reikšmės ir prognozuojamos 2008 – 2010 metų reikšmės.

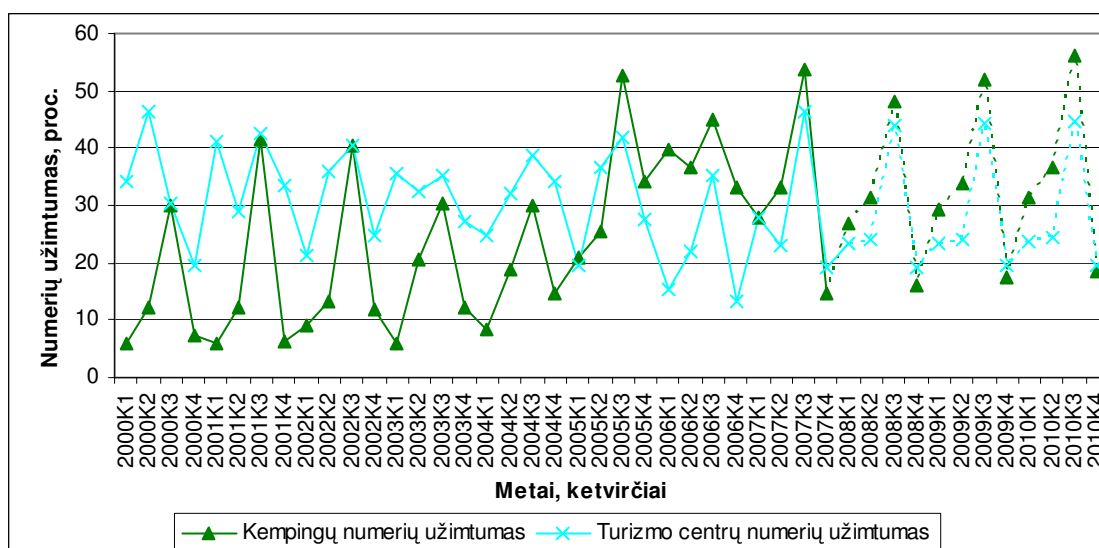


37 pav. Numerių užimtumo viešbučiuose ir moteliuose dinamika ir prognozė 2008 – 2010 metams ketvirčiais

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Lyginant viešbučių ir motelių užimtumo dinamiką, pastebima, kad viešbučių užimtumas itin įtakojamas sezono – I metų ketvirtį jis yra mažiausias, III – didžiausias. Motelių užimtumas ne taip stipriai įtakojamas sezoniškumo. Pagal prognozės rezultatus, viešbučiai ir moteliai numerių užimtumo maksimalias reikšmes pasieks 2010 m. III ketv. Viešbučių numerių užimtumo maksimali reikšmė 78,87 proc., motelių – 70,83 proc.

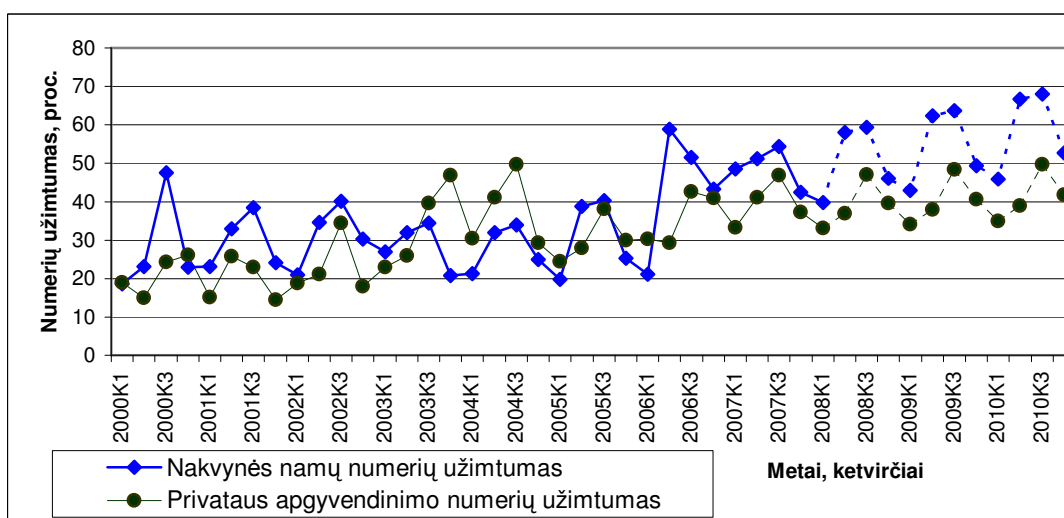
38 paveiksle pateiktos kempingų ir turizmo centrų užimtumo faktinės ir Holt Winter metodu prognozuojamos 2008 – 2010 metų reikšmės.



38 pav. Numerių užimtumo kempinguose ir turizmo centruose dinamika ir prognozė 2008 - 2010 metų ketvirčiais

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis LR Statistikos departamento duomenimis

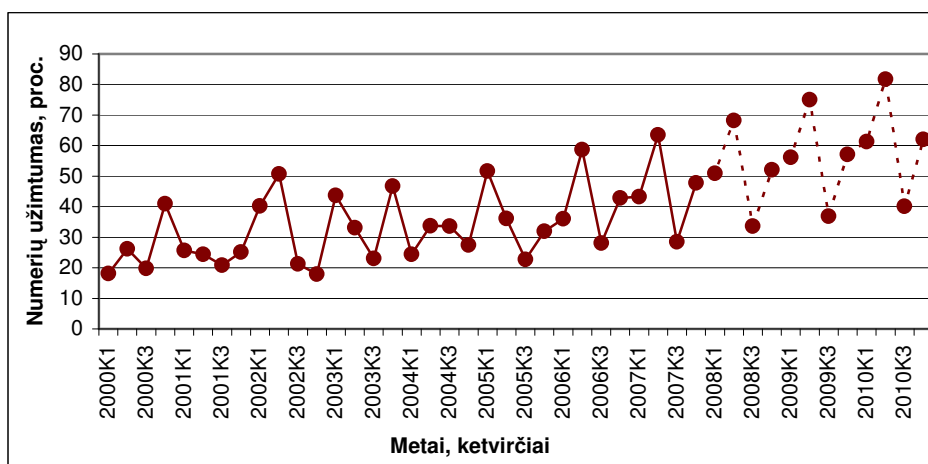
Pastebima kempingų užimtumo augimo tendencija. Nors jų numerių užimtumas didžiausias vasaros sezono metu, tačiau kasmet jų užimtumas vis didėja. Ypač stebint faktines 2005 – 2006 metų vasaros sezono numerių užimtumo tendencijas. Turizmo centrų neigiamas trendo koeficientas (32 priedas) rodo mažėjančią šio apgyvendinimo tipo numerių užimtumo tendenciją.



39 pav. Numerių užimtumo nakvynės namuose ir privačiame sektoriuje dinamika ir prognozė 2008 -2010 metų ketvirčiais

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis LR Statistikos departamento duomenimis

39 paveiksle pavaizduotas nakvynės namų ir privataus sektoriaus numerių užimtumas ir eksponentinio išlyginimo metodu parengtos prognozės reikšmės 2008 – 2010 metams. Atlikus prognozę nustatyta, kad numerių užimtumas nakvynės namuose pasiekia maksimumą 2010 m. III ketvirtį. Prognozuojama, kad vidutinis šio ketvirčio nakvynių namų numerių užimtumas pasieks netgi 67,99 proc. Tai byloja apie tai, kad ne visa paklausa bus patenkinta. Nustatyta, kad nakvynės namai yra ketvirtoje vietoje pagal paklausiausias apgyvendinimo įmonių rūšis.



40 pav. Konferencijų centrų numerių užimtumo dinamika ir prognozė 2008 -2010 metų ketvirčiais

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis LR Statistikos departamento duomenimis

Skiriasi apgyvendinimo įmonių didžiausios paklausos sezonai. Konferencijų centrų aukščiausio užimtumo laikotarpis yra II metų ketvirtis. Maksimali vidutinė ketvirčio konferencijų centrų numerių užimtumo reikšmė pasiekama 2010 m. II ketvirtį 81,75 proc. Tai itin aukštas rodiklis, kuris byloja, kad dalis konferencijų centrų numerių poreikio bus nepatenkinta.

Apibendrinant galima teigti:

- Lyginant du prognozavimo metodus: ARIMA ir eksponentinio išlyginimo Holt Winter metodą, nustatyta, kad sezoninėms laiko eilutėms prognozuoti šiam tyrimui efektyvesnis yra eksponentinio išlyginimo Holt-Winter metodas. Juo parengtos prognozės rezultatai buvo tikslesni, apskaičiuotos mažesnės MAPE, MPE paklaidos.
- Pagal prognozės rezultatus, viešbučiai ir moteliai numerių užimtumo maksimalias reikšmes pasieks 2010 m. III ketv. Viešbučių numerių užimtumo maksimali reikšmė bus 78,87 proc., motelių – 70,83 proc. Prognozuojama, kad vidutinis šio ketvirčio nakvynių namų numerių užimtumas pasieks netgi 67,99 proc. Maksimali vidutinė ketvirčio konferencijų centrų numerių užimtumo reikšmė pasiekama 2010 m. II ketvirtį 81,75 proc. Tai 81,75 proc. Tai itin aukštas rodiklis, kuris byloja, kad dalis konferencijų centrų numerių poreikio bus nepatenkinta ir pavirtina tyrimo pradžioje suformuluotą hipotezę.

IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

- Apgyvandinimo įmonės skiriasi pagal jų tipus, dydį, organizacinę struktūrą, kategorijas. Pasaulyje nėra vieningos apgyvandinimo įmonių klasifikavimo sistemos. Pasaulinėje praktikoje apgyvandinimo įmonės yra labiau specializuotos, pritaikytos tam tikram vartotojų segmentui, nei Lietuvoje. Tam tikros apgyvandinimo formos pasirinkimas priklauso nuo kelionės pobūdžio, turistų poreikių, esamos pasiūlos, tradicijų, ekonominės padėties bei daugelio kitų faktorių. Nustatyta, kad pagrindiniai apgyvandinimo įmonių paslaugų paklausos rodikliai – numerių bei vietų užimtumas, svečių nakvynių skaičius. Kaina už paslaugas įvertinama vidutinėmis parduotų numerių pajamomis (ARR) ir pajamomis tenkančioms visiems numeriams (RevPAR). Teorinėje dalyje nustatyta, kad pagrindiniai veiksniai, įtakoję paklausos pokyčius, yra: nedarbo lygis, vartojimo kainų indekso pokytis, gyventojų skaičius, kuro kaina, valiutų kursas, paslaugų kaina bei pakaitalų kaina.

Empirinio tyrimo pagrindinės išvados:

- Įmonių skaičius Lietuvos apgyvandinimo sektoriuje turi tendenciją augti. Dinaminė analizė parodė, kad viešbučių skaičius per analizuojamą laikotarpį labiausiai išaugo, o labiausiai sumažėjo poilsio namų skaičius. Apgyvandinimo įmonės koncentruojasi Klaipėdos ir Vilniaus apskrityse. Analizuojant struktūriniais rodikliais nustatyta, kad beveik pusę visų apgyvandinimo įmonių 2006 m. sudarė viešbučiai. Kitas savo skaičiumi gausus apgyvandinimo tipas yra poilsio namai. Jie sudaro virš penktadalio visų Lietuvos apgyvandinimo įmonių Lietuvoje.
- Per 2000 – 2005 m. laikotarpį viešbučių ir restoranų sektoriuje lėšos, skirtos nupirkti, statyti ir rekonstruoti materialų turtą, išaugo 1,3 karto. Tačiau 2003, 2004 ir 2005 metais materialaus turto nusidėvėjimo pokytis viršija naujai įsigyto, pastatyto ar rekonstruoto turto vertės dinaminis pokytis. Tai reiškia, kad nusidėvėjimas viršija investicijas.
- Pastebima neklasifikuotų viešbučių skaičiaus mažėjimo tendencija. Apgyvandinimo įmonės Lietuvoje pradėtos klasifikuoti 2004 m. Tais metais neklasifikuoti viešbučiai sudarė ketvirtadalį visų viešbučių skaičiaus, o 2007 m. – šiek tiek daugiau nei šeštadalį. Daugiausiai yra trijų žvaigždučių kategorijos viešbučių, kuriai 2007 m. priklausė mažiau šiek tiek mažiau nei trečdalis visų viešbučių. Numerių užimtumas yra didžiausias keturių žvaigždučių viešbučiuose – 2006 m. numerių užimtumas siekė 52,2 proc. Tai rodo, kad jie yra labiausiai patrauklūs klasifikuotų viešbučių tarpe. Apžvelgus suklasifikuotų viešbučių pasiskirstymą Lietuvos miestuose, matyti, kad Vilniaus mieste 2007 m. buvo ketvirtadalio visų klasifikuotų viešbučių, Klaipėdoje – 7 proc.

- 2006 metų Statistikos departamento pateiktais metiniais duomenimis, didžioji dalis Lietuvos viešbučių ir motelių buvo privatūs, 1/25 dalis – valstybiniai, o dešimtadalis – bendrų su užsieniu.
- Pagal pagrindinius apgyvendinimo įmonių struktūros rodiklius, Lietuva dar labai atsilieka nuo ES vidurkio. Pagal viešbučių vietų skaičių, tenkantį vienam tūkstančiui gyventojų, Lietuva nuo kitų Vakarų Europos šalių atsilieka net 3,9 karto, pagal viešbučių ir restoranų apyvartą 1– am dirbančiajam Lietuva nuo ES vidurkio atsilieka 4,12 karto. Turistų (atvykstančių ir vietinių) viešbučiuose praleidžiamų naktų skaičius Lietuvoje yra 3,5 karto mažesnis nei ES priklausančių 27 šalių vidurkis.
- Analizuojant apgyvendinimo įmonių svečių skaičiaus dinamiką, nustatyta, kad Lietuvos gyventojų, apsistojusių apgyvendinimo įstaigose, skaičius išaugo 2,3 karto, o užsienio svečių skaičius – 2,5 karto. Lietuvos apgyvendinimo įmonėse apsistoja daugiausiai svečių iš Vokietijos ir tai patvirtina faktą, kad Vokietija yra didžiausią turistų skaičių generuojanti ir daugiausiai išleidžianti turizmui šalis. Reikia paminėti tai, kad vienam Lietuvos svečiui apgyvendinimo įmonėse 2007 m. teko 3,4 nakvynės. Nustatytas viešbučių ir kitų apgyvendinimo įmonių išskirtinumas – viešbučiuose daugiausia nakvynių praleidžia užsieniečiai, tuo tarpu kai apgyvendinimo įmonėse bendrai – lietuviai.
- 2007 m. didžiąją dalį atvykstamojo turizmo pajamų sudarė asmeninės kelionės ir tik apie trečdalį – dalykinės. Atvykstamojo turizmo pajamų struktūra patvirtina faktą, kad į Lietuvą atvyksta individualūs turistai, dominuoja individualus turizmas. Užsienio turistų skaičius, atvykstančių poilsio ir giminių, draugų lankymo tikslais dominuoja. Viešbučiuose ir moteliuose apsistojusiujų skaičius poilsio tikslais per 2000 – 2006 metų laikotarpį išaugo 3,5 karto. Lietuvos gyventojai apgyvendinimo įstaigose apsistoja daugiausiai verslo ir profesiniais tikslais. Lietuvos gyventojų, apsistojusių viešbučiuose ir moteliuose poilsio tikslais, lyginamoji dalis sparčiai auga ir mažėja – apsistojusiujų verslo tikslais.
- Lyginant Lietuvos ir kitų ES šalių polinkį naudotis viešbučių ir restoranų paslaugomis, matyti, kad Lietuva yra priešpaskutinėje vietoje pagal namų ūkių vartojimo išlaidų procentinę dalį viešbučiams ir restoranams. Analizuojamu 2000 – 2006 m. laikotarpiu Lietuvoje vidutiniškai buvo išleidžiama 3,1 proc. vartojimo išlaidų. ES 27 šalių išlaidų viešbučiams ir restoranams vidurkis šiuo laikotarpiu sudarė vos mažiau nei dešimtadalį visų vartojimo išlaidų. Šios tendencijos rodo mažesnę lietuvių polinkį bei galimybes naudotis viešbučių ir restoranų paslaugomis.
- Pagrindiniai apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausos rodikliai – numerių bei vietų užimtumas, svečių nakvynių skaičius. Vidutinę numerio kainą atspindi ARR – pajamos tenkančios 1 parduotam (užimtam) numeriui. Jos apskaičiuojamos apgyvendinimo įmonių iš

apgyvendinimo veiklos gautas pajamas padalinus iš per tą laikotarpį parduotų numerių skaičiaus. Kitas rodiklis atspindintis kainą yra RevPAR – vidutinė numerio kaina, kuri apskaičiuojama pajamas iš apgyvendinimo veiklos padalinus iš visų per tam tikrą laikotarpį siūlomų numerių skaičiaus. Apgyvendinimo paslaugų paklausą atspindi parduotų numerių skaičius. Parduotų numerių skaičius, lyginant su baziniais 2001 m., išaugo 2,5 karto, o numerių pasiūla lyginant su baziniais 2001 m. išaugo 1,88 karto. Viešbučių vietų paklausa per analizuojamą laikotarpį išaugo 2,66 karto, o pasiūla (metinis siūlomų vietų skaičius) padidėjo apie 2 kartus. Pastebima tendencija, kad apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausa auga didesniu tempu, nei pasiūla. Skiriasi paklausos sezonai tarp apgyvendinimo įmonių tipų: konferencijų centrų aukščiausio užimtumo laikotarpis yra II metų ketvirtis., viešbučiuose – III ketvirtis.

- Nustatyta atvirkštinė reikšminga viešbučių numerių užimtumo ir kainų priklausomybė. Sprendžiant pagal regresijos lygties koeficientą, viešbučių numerių kainai padidėjus vienu litu, viešbučių numerių užimtumas sumažėja 0,5 procento. Apskaičiuotas elastingumo koeficientas lygus -2,3 reiškia, kad viešbučių numerių kainai (ARR) padidėjus vienu procentu, viešbučių numerių užimtumas sumažėja 2,3 procento. Nustatyta reikšminga tiesioginė viešbučių numerių užimtumo ir pajamų gaunamų vienam viešbučio numeriui priklausomybė. Šiuo atveju elastingumas lygus 0,67 – viešbučių numerių užimtumui padidėjus vienu procentu viešbučių pajamos išauga 0,67 proc. Apskaičiuotas kainos ir nakvynių skaičiaus koreliacijos koeficientas -0,754 rodo reikšmingą atvirkštinę priklausomybę tarp kainos ir nakvynių skaičiaus viešbučiuose. Gautas determinacijos koeficientas nusako, kad nakvynių skaičiaus viešbutyje kitimas 56,84 proc. paaiškina viešbučių vidutinių pajamų vienam užimtam numeriui pokyčius. Nustatyta, kad viešbučių paslaugų paklausa, išreikšta nakvynių skaičiumi, nėra elastinga kainai (ARR). Apskaičiuotas elastingumas yra mažiau už 1.
- Nustatyta, kad iš, teorinėje dalyje parinktų ekonominių rodiklių, labiausiai nakvynių skaičių apgyvendinimo įmonėse įtakoja BVP 1 gyventojui dydis. Lietuvos BVP 1 gyventojui padidėjus 1 euru, lietuvių nakvynių skaičius išauga 115,61 nakvynėmis. 81 proc. lietuvių nakvynių skaičiaus pokyčio apgyvendinimo įmonėse galima paaiškinti bendrojo vidaus produkto 1 gyventojui kitimu. Vokietijos piliečių BVP 1 gyventojui dydžio kitimas 93 proc. paaiškina nakvynių skaičiaus Lietuvos apgyvendinimo įmonėse pokytį. BVP 1 Vokietijos gyventojui padidėjus 1 euru, svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius Lietuvoje išauga 63 nakvynėmis. Latvijos BVP 1 gyventojui apimties kitimas paaiškina 94 proc. nakvynių skaičiaus Lietuvos apgyvendinimo įmonėse pokyčio. BVP 1 Latvijos gyventojui padidėjus 1 euru, svečių iš Latvijos nakvynių skaičius išauga 8 nakvynėmis.
- Remiantis kiekybinio prognozavimo metodo parinkimo eigos ir gautų prognozių tikslumo

įvertinimo rezultatais, 2008 – 2010 m. viešbučių numerių užimtumo prognozė sudaryta Holt Winter metodu. Holt Winter tiesinio ir sezoninio eksponentinio išlyginimo metodas tinka tokioms dinamikos eilutėms, kur be trendo aiškiai pasireiškia sezoniškumas. Šis metodas plačiai taikomas tarptautinio turizmo tyrimuose. Tačiau jis naudojamas prognozei trumpu laikotarpiu (vienam periodui). Pagal prognozės rezultatus, viešbučiai ir moteliai numerių užimtumo maksimalias reikšmes pasieks 2010 m. III ketv. Viešbučių numerių užimtumo maksimali reikšmė bus 78,87 proc., motelių – 70,83 proc. Prognozuojama, kad vidutinis šio ketvirčio nakvynių namų numerių užimtumas pasieks netgi 67,99 proc. Maksimali vidutinė ketvirčio konferencijų centrų numerių užimtumo reikšmė pasiekama 2010 m. II ketvirtį 81,75 proc. Tai itin aukštas rodiklis, kuris byloja, kad dalis konferencijų centrų numerių poreikio bus nepatenkinta. Tai patvirtina hipotezę, kad apgyvendinimo paslaugų paklausa poreikis gali būti nepatenkintas, jei apgyvendinimo paslaugų pasiūla reikšmingai neišaugs.

Remiantis atliktos analizės rezultatais, siūloma:

- Atsižvelgiant į tendenciją, kad apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausa auga didesniu tempu, nei pasiūla, būtina reaguoti ir kurti daugiau Lietuvos gyventojų ir užsienio svečių apgyvendinimui skirtų vietų.
- Padidinti viešbučių ir motelių bei pigesnių apgyvendinimo formų, tokių kaip nakvynės namai, numerių skaičių, nes jų prognozuojamas užimtumas turi tendenciją nepatekinti vis augančio apgyvendinimo paslaugų poreikio.

LITERATŪRA

1. Bagdonas, E. (2004). Socialinė statistika. I dalis. Metodai. Kaunas: Technologija. p. 99.
2. Bagdzevičienė, R., Hopeninienė, I. ir kt. (2003). Kurorto statuso Lietuvoje reglamentavimo studija. Kaunas. [Žiūrėta 2008 03 25]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/kurortu%20kriterijai.pdf>>.
3. Bakanauskas, A., (2006). Vartotojų elgsena. Mokomoji knyga. Kaunas: VDU leidykla. p. 98
4. Baroniūnaitė, E., Meilienė, E. (2001). *Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai*. Kauno technologijos universitetas. [žiūrėta 2006 11 10]. Prieiga per internetą: <http://www.lrti.lt/veikla/bar_turizm.doc>.
5. Bartosevičienė, V. (2006). Ekonominė statistika. Kaunas: Technologija.
6. Buškevičiūtė, E., Mačerinskienė I. (2002). Finansų analizė. Kaunas: Technologija.
7. Boguslauskas, V. (2007). *Ekonometrikos pagrindai*. Kaunas: Technologija.
8. Boguslauskas, V. (2003). *Ekonometrikos pagrindai*. Kaunas: Technologija.
9. Chau Jo Vu, Lindsay Turner. (2005). Data disaggregation in demand and forecasting. // *Tourism and Hospitality Research*. Nov. 2005, Volume 6, Number 1. p. 38 – 52.
10. Cho, Vincent. (2003). A comparison of three different approaches to tourist arrival forecasting. [Žiūrėta 2007 04 02]. Prieiga per internetą: <http://www.sba.muohio.edu/abas/2001/Quebec/Cho_Three%20ApproachestoTouristForecasting.pdf>
11. Colliers International (2008). Komercinio NT rinkos apžvalga, Baltijos šalys ir Baltarusija [Žiūrėta 2008 03 18]. Prieiga per internetą: <http://www.colliers.lt/lt/main/analyst/marketreview_new>.
12. Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D., Wanhill, S. (2005). *Tourism Principles & Practice* (Third Edition). Pearson Education, Harlow.
13. Čekanavičius, V., Murauskas, G. (2004). Statistika ir jos taikymai I. Vilnius: TEV.
14. Čekanavičius, V., Murauskas, G. (2004). Statistika ir jos taikymai II. Vilnius: TEV.
15. Dicko Mahamet (2006). Time Series Seasonality: Tourism in Mali. *Journal of Applied Sciences* 6 (4). P. 726 – 730. [Žiūrėta 2007 06 08]. Prieiga per internetą: <<http://www.ansijournals.com/jas/2006/726-730.pdf>>.
16. Damulienė, A. (2004). Lietuvos turizmo verslas narystės Europos sąjungoje išvakarėse. // *Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas*. Kaunas: Kauno kolegija, p. 23-34.
17. Dovalienė A. (1998). Veiksniai, lemiantys marketingo sprendimų taikymo turizmo versle specifika // *Marketingo teorijos ir metodai Lietuvoje*. Kaunas: Technologija.
18. Eurostat. ES Statistikos portalas. [Žiūrėta 2007 02 25]. Prieiga per internetą: <<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>>
19. Grant Thornton and The Leisure & Tourism Organisation. (2006). London Hotel demand study. [Žiūrėta 2007 05 13]. Prieiga per internetą: <<http://www.london.gov.uk/mayor/planning/docs/hotel-demand-study.pdf>>.
20. Grecevičius, P., Armaitienė, A., ir kt. (2002). *Turizmas/ vadovėlis*. Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras.

21. How to use star report. [Žiūrėta 2007 05 06]. Prieiga per internetą: <<http://www.smithtravelresearch.com/SmithTravelResearch/Documents/StarReport.pdf>>.
22. Holloway, J. C. (1999). *The business of tourism*. (Fifth Edition). Harlow: Pearson Education.
23. Hopenienė, R., Kamičaitė, A. (2004). Tolydi turizmo plėtra. Konkurencingos turizmo sistemos kūrimo prielaidos. Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai. Kaunas: Vytauto didžiojo universitetas. 29. p. 49-65.
24. Hospitality 2010 Deloitte & Touch [Žiūrėta 2007 05 02]. Prieiga per internetą: <<http://www.scps.nyu.edu/docs/general/marketing/Hospitality2010.pdf>>.
25. Hotel market analysis: Anchorage Alaska. (2005). Washington: AIDEA. [Žiūrėta 2007 05 02]. Prieiga per internetą: <<http://www.aidea.org/PDF%20files/Anchorage2005hotelmarketanalysis.pdf>>.
26. Yuval Karplus, Shaul Krakover. (2005). Stochastic multivariable approach to modelling tourism area life cycles. // *Tourism and Hospitality Research*. Feb 2005, Volume 5, Number 3. P.235 – 253.
27. Jui-Chi Chen (2000). *Forecasting method appliccations to recreation and tourism demand*. [Žiūrėta 2006 12 21]. Prieiga per internetą: <http://proquest.umi.com/dissertations/preview_pickup/56/84/225684/1/00003.gif-000026.gif>.
28. Kvainauskaitė, V., Snieška V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas*/ monografija. Kaunas: Technologija.
29. Labanauskaitė, D. (2002). Atvykstamojo turizmo ekonominio produkto vertinimas/ daktaro disertacijos santrauka. Kaunas: Technologija.
30. Lietuvos bankas. Mokėjimų balansas. [Žiūrėta 2008 03 18]. Prieiga per internetą: <<http://www.lb.lt/statistics/statbrowser.aspx?group=7232&lang=lt&orient=vert>>.
31. Lietuvos Pajūrio regiono turizmo plėtros studija. (2007). Mokslinis tiriamasis darbas. UAB „Eurointegracijos projektai“. Vilnius. [Žiūrėta 2008 03 25]. Prieiga per internetą: <<http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc7/Pajurio-regiono-studija.doc>>.
32. Lietuvos 2007–2013 metų Europos Sąjungos struktūrinės paramos panaudojimo strategija. [Žiūrėta 2007 02 10]. Prieiga per internetą: <www.smm.lt/old/es_parama/docs/pasirengimas/STRATEGIJOS%20PROJEKTAS_0818.doc>.
33. Lietuvos Respublikos mokėjimų metinis balansas. [Žiūrėta 2008 03 02]. Prieiga per internetą: <<http://www.lb.lt/statistics/statbrowser.aspx?group=7232&lang=lt&orient=vert>>.
34. Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. Lietuvos Respublikos Seimas/ 2002 12 03, Nr. IX-1211. (Žin., 2002, Nr.123-5507).
35. Lietuvos statistikos metraštis 2007 (2007). Lietuvos statistikos departamentas. Vilnius.
36. Lietuvos turizmo statistika 2003 (2004). Valstybinis turizmo departamentas. Vilnius.
37. Lietuvos turizmo statistika 2005 (2006). Valstybinis turizmo departamentas. Vilnius.
38. Lietuvos turizmo plėtros dešimtmetis 1992 – 2002. Valstybinis turizmo departamentas. [Žiūrėta 2008 01 25]. Prieiga per internetą: <<http://www.tourism.lt/lt/stat/turlt10.pdf>>.
39. Lietuvos Viešbučių ir restoranų asociacija. Klasifikuotų viešbučių sąrašas. [Žiūrėta 2007 04 02]. Prieiga per internetą: <<http://www.lvra.lt/index.php?-1959624135>>.
40. Lydeka, Z. (2001). Rinkos ekonomikos tapsmas. Kaunas: VDU leidykla.
41. Lydeka, Z., Drilingas, B. (2001). Firmos ekonomikos pagrindai. Vilnius: Pačiolio leidykla.

42. Martišius, S., Kėdaitis, V. (2003). Statistika: I dalis. Statistinės analizės teorija ir metodai. Kaunas: Technologija.
43. Meilienė, E., Bagdzevičienė, R. (2001). Pagrindiniai turizmo industrijos ekonominiai aspektai// *Ekonomika ir vadyba – 2001*. Kaunas: Technologija.
44. Navickas, V., Malakauskaitė, A. (2006). Turizmo paslaugų reprezentacija: pažangi užsienio šalių patirtis. Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai. Kaunas: Vytauto didžiojo universitetas, nr. 39, p. 179-187.
45. Nordstrom, J. (2004). *Estimating and Predicting International Tourism Demand in Sweden*. [Žiūrėta 2006 12 21]. Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/bsi/pdf?vid=8&hid=13&sid=18101132-17b5-40a8-b286-f56872f2b7fc%40sessionmgr7>>.
46. Ouerfelli, Chokri. (1998). La demande touristique européenne en Tunisie. [Žiūrėta 2007 03 04]. Prieiga per internetą: <<http://econpapers.repec.org/paper/latlateco/1998-14.ht>>
47. Pranulis, V., Pajuodis, A. ir kt. (2000). Marketingas. Vilnius: The Baltic Press.
48. Pukėnas, K. (2006). Laiko eilučių prognozavimas su SPSS, Decision Time & WhatIF? Kaunas: Lietuvos Kūno kultūros akademija.
49. Rastėnienė, A. (2005). Mikroekonomika. Vilnius: VVA.
50. Ronomanskaitė, A. (2004). Šalies turizmo pramonės konkurencingumas./ Daktaro disertacijos santrauka. Kaunas: Technologija.
51. Skominas, V. (2000). Mikroekonomika. Vilnius: Enciklopedija.
52. Snieška, V. ir kt. (2002). Makroekonomika. Kaunas: Technologija. P.40.
53. Smeral, E. (1992). *Long-Term Forecasts for Tourism Industries: The Case of Austria and Switzerland*. [Žiūrėta 2006 12 21]. Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/bsi/pdf?vid=9&hid=13&sid=18101132-17b5-40a8-b286-f56872f2b7fc%40sessionmgr7>>.
54. Smičius, A. (2005). Viešbučių rinka. Medžiaga iš 2005 m. sausio 26-27 d. Vilniuje vykusios nekilnojamojo turto konferencijos.
55. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. *Verslo statistika/ Turizmas* [Žiūrėta 2008 02 02]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.
56. Stephen, J. Page (2007). *Tourism Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann Elsevier.
57. Sveikatingumo ir poilsio kompleksų poreikio ir plėtros Lietuvoje studija. UAB „BGI Consulting“, Vilnius, 2007 [Žiūrėta 2008 03 25]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc7/SPA_studija.pdf>.
58. Svetikienė, I. (2002). Turizmo marketingas/ vadovėlis. Vilnius: Vilniaus kolegija. P. 39.
59. Štaras, R., Žvinklys, J. (1996). Prognozavimo metodai, jų ypatumai ir taikymas. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
60. Tamašauskienė, Z. (2001). Vartotojo elgsenos teorija. Elastingumas. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
61. Tarptautinių konferencijų turizmo programinė studija. [Žiūrėta 2008 03 25]. Prieiga per internetą: <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/KONFERENCIJU_TURIZMAS.doc>.
62. *The Tourism and Leisure Industry. Shapping the Future*. (2004). Editors: Weiermair K., Mathies C. New York: The Haworth Hospitality Press.

63. Thrane, C. (2005). How to present results from logistic regression analysis in hospitality and tourism research. // *Tourism and Hospitality Research*. Aug 2005, Volume 5, Number 4. P. 295 – 305.
64. Tourism concepts. [Žiūrėta 2006 10 25]. Prieiga per internetą: <http://www.unwto.org/statistics/basic_references/index-en.htm>.
65. Tourism highlights 2007 editions. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <http://unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/highlights_07_eng_lr.pdf>.
66. Turizmas Lietuvoje 2006 metai (2007). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.
67. Turizmas Lietuvoje 2004 metai (2005). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.
68. Turizmas Lietuvoje 2002 metai (2003). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.
69. Turizmo plėtros iki 2015 metų strategija. VšĮ Lietuvos regioninių tyrimų institutas.
70. Urbanskienė, R., Vaitkienė, R., Clotey, B. (1998). Rinkos tyrimai ir analizė. Kaunas: Technologija.
71. Profesinio mokymo metodikos centras. (2004). Viešbučių ir restoranų sektoriaus studija.
72. Vainienė, I. (2001). Kaimo turizmo organizavimas. Vilnius: Eugrimas. p. 269.
73. Vaitkevičius, R., Saudargienė, A. (2006). Statistika su SPSS psichologiniuose tyrimuose. Kaunas: VDU leidykla. P.161.
74. Valstybinio Turizmo Departamento prie Lietuvos Respublikos Ūkio Ministerijos Direktorius įsakymas. Dėl viešbučių, motelių, svečių namų klasifikavimo reikalavimų patvirtinimo. 2003 m. kovo 26 d. Nr. 20-V, Vilnius.
75. Weaver, D., Laura, L. (2002). *Tourism management*. (Second edition). Wiley. p. 88.
76. Witt, S. F., Moutinho, L. (2000). Demand modelling and forecasting // *Strategic Management in tourism*.
77. Wonnacott, P., Wonnacott, R. (1993). *Mikroekonomika*. Vilnius: Littera Universitati Vytauti Magni.
78. Žalienė, I., Žalys, L. (2004). Turizmo specialistų rengimo Lietuvoje ir užsienio šalyse palyginimas // *Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas*. Kaunas: Kauno kolegija. p. 174-182.
79. Žalienė, I., Žalys, L., Bulavaitė, V. (2004). Lietuvos viešbučių integracija į tarptautines rezervavimo sistemas // *Informacinės technologijos verslui – 2004 konferencijos pranešimų medžiaga*. Kaunas: Kauno technologijos universitetas. p. 262-266.
80. Žalienė, I., Sabaliauskaitė, A. (2002). *Pasaulio ir Lietuvos turizmo raida*. Kaunas: LKKA.
81. Абрютинa, М.С. (2002). *Экономический анализ торговой деятельности*. Москва: Дело и Сервис. с. 13.
82. Кононыхин, С. В. (2004). *Организация гостиничного и ресторанного хозяйства*. Донецк.
83. *Организация туризма*. (2003). Под редакцией Кабушкина Н. И.. Минск: ООО „Новое знание“.
84. *Туризм и гостиничное хозяйство*. (2003). Под редакцией Чудновского А. Д. Москва: Юркнига.

PRIEDAI

1 priedas. Pagrindinių sąvokų analizė

Boguslauskas V. (2007). Ekonometrikos pagrindai. Kaunas: Technologija; Buračas, A., Svecevičius, B. (1994). Biznio, bankų, biržos terminų žodynas – žinynas. Vilnius: Žodynas; Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. Lietuvos Respublikos Seimas/ 2002 12 03, Nr. IX-1211. (Žin., 2002, Nr.123-5507). 2 str.; Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I. (2002). Finansų analizė. Kaunas: Technologija.

A

Apgyvandinimo paslauga – būtinos apgyvendinimui sąlygos ir veiklos, kuria tenkinami turisto nakvynės ir higienos poreikiai, rezultatas.

B

BVP (Bendrasis vidaus produktas) – tai bendrosios pajamos, sukurtos šalies teritorijoje, taip pat užsienio gamybos veiksnių gautos pajamos konkrečioje šalyje, minus šios šalies piliečių gautos pajamos užsienyje.

D

Determinacijos koeficientas – statistinis dydis, parodantis, kokia priklausomojo kintamojo dinamikos dalis yra paaiškinama tiesine nepriklausomojo kintamojo įtaka.

H

Hipotezė – neįrodytas ir patikrinimo reikalaujantis atskirų procesų ar įvykių bei jų galimos sekos aiškinimas;

I

Infliacija – prekių ir paslaugų bendrojo kainų lygio didėjimas, pasireiškiantis piniginio vieneto perkamosios galios smukimu.

J

Jaunimo nakvynės namai – apgyvendinimui pritaikytos patalpos bei sudarytos sąlygos tenkinti nakvynės ir higienos poreikius. Jaunimo nakvynės namai gali būti steigiami ir veikti kaip įmonė ar viešoji įstaiga, organizuojanti keitimąsi jaunaisiais turistais ir propaguojanti krašto pažinimą.

K

Kaimo turizmo paslaugos – kaimo gyvenamojoje vietovėje ar mieste, kuriame gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų, ūkininko sodyboje ar individualiame gyvenamajame pastate teikiama turizmo paslauga, kurios teikėjai privalo turėti turistams apgyvendinti pritaikytą sodybą ar atskirus pastatus, kuriuose apgyvendinimui skirtų kambarių (numerių) yra ne daugiau kaip 20 ir sudaryti kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimus atitinkančias sąlygas.

Kempingas – apgyvendinimo paslaugoms teikti skirta, suplanuota aikštelėmis ir įrengta teritorija, kurioje turistai apgyvendinami palapinėse, mobiliuose ar stacionariuose nameliuose, ir yra sudarytos sąlygos transporto priemonėms statyti. Kempingai privalo būti klasifikuoti ir turėti klasifikavimo pažymėjimą. Jiems taikoma 4 žvaigždučių klasifikavimo sistema.

Konferencijų centrai – tai įvairios profesinio tobulinimo ir kvalifikacijos kėlimo kursus, paskaitas ir konferencijas organizuojančios įstaigos, savo klausytojams teikiančios ir apgyvendinimo paslaugas.

Kotedžai – nedideli atskiri gyvenamieji nameliai. Ir yra vienas didesnis pastatas, kuriame įsikūrusi administracija – atvykęs svečias čia užsiregistruoja, susimoka ir gauna namelį. Atskirame pastate gali būti kavinė.

Kriterijus – sprendimo, veiklos, dokumento, operacijų vertinimo analizė;

Kurortas – įstatymo suteiktas statusas gyvenamajai vietai, kurioje yra gamtinių gydomųjų veiksnių (mineralinių vandenių, gydomojo purvo, sveikatai palankus klimatas, rekreacinių želdinių, vandens telkinių) bei speciali infrastruktūra šiems veiksniams naudoti gydymui, profilaktikai ir poilsiui bei turizmui.

Kurortų reabilitacijos centras – apgyvendinimo paslaugoms teikti skirtas (pritaikytas) pastatas ar jų grupė, kur teikiamos sveikatingumo, fizinės kultūros, maitinimo ir kitos reabilitacijos paslaugos, tam tikslui naudojant rekreacinius išteklius.

Kurortų sanatorija – apgyvendinimo paslaugoms teikti skirtas (pritaikytas) pastatas ar jų grupė, kuriame taip pat teikiamos gydymo, antirecidyvinės, sveikatą gražinančios, reabilitacinės, fizinės

kultūros, dietinio maitinimo ir kitos paslaugos, tam tikslui naudojant gamtinius gydomuosius ir rekreacinius išteklius. Kurortų sanatorija privalo turėti Sveikatos apsaugos ministerijos išduotą licenciją teikti medicininės reabilitacijos paslaugas.

L

Laiko eilučių išlyginimas – tai procedūra, kai iš pradinių laiko eilutės reikšmių eliminuojamas atsitiktinio triukšmo dėmens poveikis.

M

Materialinės investicijos – tai išlaidos pastatams, inžineriniams įrengimams, mašinoms, transporto priemonėms įsigyti; statybai ir esamam ilgalaikiui materialiam turtui atnaujinti (išskyrus einamąjį remontą).

Modelis – realaus objekto dirbtinis ar realus atvaizdas, leidžiantis nagrinėti tam tikras originalo savybes.

N

Nedarbo lygis – tai nedarbančios darbo jėgos, tačiau galinčios ir norinčios dirbti, bet nerandančios tinkamo darbo, santykio su visa darbo jėga procentinė išraiška.

Nominalusis BVP – visų galutinių prekių ir paslaugų, pagamintų per tam tikrą laikotarpį, apskaičiuota faktiškais kainomis.

Numeris (Kambarys) – apgyvendinimui skirtame pastate specialiai įrengta patalpa ar jų grupė ir apgyvendinimo paslaugų teikėjo siūloma asmenims nuomotis kaip nedaloma visuma.

Numerių užimtumas – užimtų apgyvendinimo įmonės numerių skaičiaus santykis su visu įmonės numerių skaičiumi.

O

Organizuota turistinė kelionė (turizmo paslaugų rinkinys) – iš anksto parengta, už bendrą kainą parduodama turistinė kelionė, kurią sudaro ne mažiau kaip dvi turizmo paslaugos (apgyvendinimo, vežimo, kita esminę kelionės dalį sudaranti turizmo paslauga, nesusijusi su vežimu ar apgyvendinimu) ir kuri tęsiasi ilgiau kaip 24 valandas arba yra įtraukta nakvynė.

P

Pajamos – įplaukos, uždarbis.

Paklausos kreivė (demand curve) – grafinis prekės kainos ir paklausos ryšio vaizdas (1.8 pav.). Tai yra linija (grafike žymima D), rodanti atvirkščią prekės kiekio (Q) ir jos kainos (P) priklausomybę. Paklausos kreivė rodo maksimalią kainą, kurią pirkėjas pasirengęs sumokėti už įvairius prekių kiekius. Daugelio prekių paklausos kreivė yra žemėjanti. Neigiamas paklausos kreivės nuolydis rodo, kaip pirkėjas reaguoja į kainos pokytį. Kainai mažėjant, kai kitos sąlygos yra nekintamos, paklausos kiekis auga ir atvirkščiai, paklausos kreivė, būdama funkcijos $q = f(P)$ išraiška, yra paklausos kiekio reikšmių geometrinė vieta. Jei pasikeistų vienas iš pastoviais laikomų veiksnių, pasikeistų priklausomybės tarp kainos ir paklausos kiekio ryšys. Tektų brėžti naują paklausos kreivę.

Pridėtinė vertė – tai skirtumas tarp firmos pagamintos produkcijos rinkos kainos ir gamybai pirktų prekių ir paslaugų kainų.

Rekreacinė teritorija – vietovė, turinti gamtines ar kultūrinės aplinkos savybes ir sąlygas žmonių visaverčiam fiziniam bei dvasiniam poilsiui organizuoti.

Rekreaciniai ištekliai – gamtinės ar kultūrinės aplinkos savybės, tinkamos žmonių visaverčiam fiziniam bei dvasiniam poilsiui organizuoti.

Rodiklis – veiklos rezultatų lygis/santykis.

S

SPA – „Sanitus per aqua“ sveikata per vandenį) paslauga – tai kvalifikuotų specialistų specialiai įrengtose patalpose atliekamos ir/ar prižiūrimos procedūros, kurių atlikimui turi būti naudojamas vanduo ir kurios skirtos fizinės ir psichinės sveikatos gerinimui, galimų susirgimų prevencijai, atsipalaidavimui, geros savijautos skatinimui, kūno gražinimui ir lepinimui.

T

Tendencija – tipiška, būdinga, kryptis;

Turistas – fizinis asmuo, kuris pažintiniais, profesiniais-dalykiniais, etniniais, kultūriniais, rekreaciniais, sveikatingumo, religiniais ar specialiais tikslais keliauja po šalį ar į kitas šalis ir apsistoja bent vienai nakvynei, tačiau ne ilgiau kaip vienerius metus už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų, jei ši veikla nėra mokymasis ar apmokamas darbas lankomoje vietovėje.

Turistinės stovyklos paslauga – trumpalaikio poilsio organizavimas ir (ar) nakvynės suteikimas palapinėse ar apgyvendinimui skirtose patalpose rekreacinėse teritorijose, žemės ūkio, miško ar kitos paskirties žemėje įrengtoje stovyklavietėje. Stovyklavietėje privalo būti nustatytos vietos palapinėms statyti ir įranga maistui ruošti, higienos poreikiams tenkinti, atliekoms surinkti bei aktyviam poilsiui organizuoti.

Turizmas – žmonių veikla, susijusi su kelione ir laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ne ilgiau kaip vienerius metus, jei ši veikla nėra mokymasis ar mokamas darbas lankomoje vietoje.

Turizmo centras – apgyvendinimui bei poilsiui pritaikyti (skirti) statiniai, kuriuose turistai apgyvendinami atskiruose nameliuose ar kambariuose, o maitinimo, higienos ir kitos paslaugos teikiamos centralizuotai paslaugų komplekse. Turizmo centras turi turėti įrangą aktyviam poilsiui bei turistiniams žygiams organizuoti.

Turizmo išteklių – turistinių interesų turintys objektai ar vietovės.

Turizmo paslauga – fizinių ir juridinių asmenų veikla, kuria tenkinami turistų kelionės organizavimo, apgyvendinimo, maitinimo, vežimo, informacijos, pramogų ir kiti poreikiai.

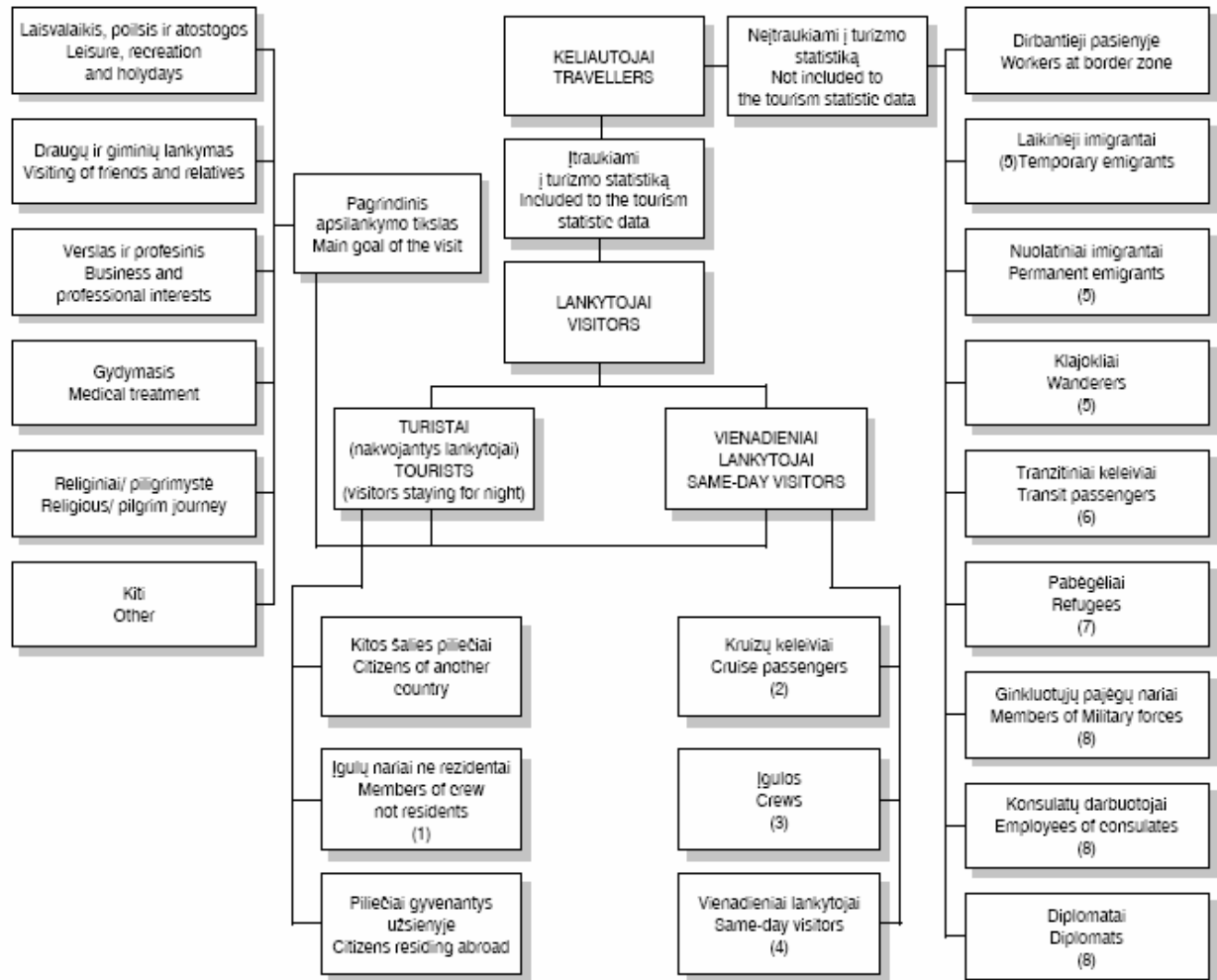
U

UNWTO- World tourism organisation (specialized agency of the United Nation) PTO Pasaulinė turizmo organizacija.

V

Vartojimo prekių kainų indeksas – vidutinis vartotojų nupirktų prekių ir paslaugų kainų lygis, apskaičiuojamas lyginant fiksuoto skaičiaus pirmojo būtinumo vartojimo prekių ir paslaugų vartotojo krepšelio vertinę išraišką atskirais laikotarpiais.

2 priedas. Keliautojų klasifikacija.



1 pav. Keliautojų klasifikacija
Šaltinis: Turizmas Lietuvoje 2004 (2005).

3 priedas. Apgyvandinimo įmonių rūšys Lietuvoje.

Apgyvandinimo įmonių rūšys	Apgyvandinimo įmonių skiriamieji bruožai	Klasifikavimas
Viešbutis	Turi turėti ne mažiau kaip 10 vienviečių ir (ar) dviviečių kambarių (numeriu) su įranga nakvynės, higienos, maitinimo ir poilsio poreikiams tenkinti.	5 žvaigždučių klasifikavimo sistema
Svečių namai	Turi turėti ne mažiau kaip 5 kambarius (numerius) su įranga nakvynės ir higienos poreikiams tenkinti. Maitinimo ir poilsio paslaugos gali būti teikiamos specialiai įrengtose bendro naudojimo patalpose. Svečių namai privalo būti klasifikuoti ir turėti klasifikavimo pažymėjimą.	4 žvaigždučių klasifikavimo sistema
Moteliai	Turi turėti ne mažiau kaip 5 kambarius (numerius) su įranga nakvynės, higienos, maitinimo ir poilsio poreikiams tenkinti. Motelyje turi būti sudarytos sąlygos transporto priemonėms saugoti ir teikiamos transporto priemonių priežiūros paslaugos. Tai įmonė, teikianti apgyvendinimo paslaugas viešbučio tipo statinyje, turinti geras sąlygas autotransportui privažiuoti ir papildomai teikianti transporto priemonių saugojimo bei aptarnavimo (autoserviso) paslaugas.	5 žvaigždučių klasifikavimo sistema
Sanatorija	Tai įmonė, naudojanti specialius rekreacinius išteklius, statinius ir įrangą, kurie sudaro sąlygas teikti apgyvendinimo, specialaus maitinimo, fizinio parengimo, sveikatingumo procedūrų bei kitas paslaugas. Kurortų sanatorija privalo turėti Sveikatos apsaugos ministerijos išduotą licenciją teikti medicininės reabilitacijos paslaugas.	-
Kitos kolektyvinio apgyvendinimo įmonės		
Kurortų reabilitacijos centras	Tai – apgyvendinimo paslaugoms teikti skirtas (pritaikytas) pastatas ar jų grupė, kur teikiamos sveikatingumo, fizinės kultūros, maitinimo ir kitos reabilitacijos paslaugos, tam tikslui naudojant rekreacinius išteklius.	-
Kempingas	Tai – apgyvendinimo paslaugoms teikti skirta, suplanuota aikštelėmis ir įrengta teritorija, kurioje turistai apgyvendinami palapinėse, mobiliuose ar stacionariuose nameliuose, ir yra sudarytos sąlygos transporto priemonėms statyti.	4 žvaigždučių klasifikavimo sistema
Turistinė stovykla	Trumpalaikio poilsio organizavimas ir (ar) nakvynės suteikimas palapinėse ar apgyvendinimui skirtose patalpose rekreacinėse teritorijose, žemės ūkio, miško ar kitos paskirties žemėje įrengtoje stovyklavietėje. Stovyklavietėje privalo būti nustatytos vietos palapinėms statyti ir įranga maistui ruošti, higienos poreikiams tenkinti, atliekoms surinkti bei aktyviam poilsiui organizuoti.	-
Turizmo centras	Tai – apgyvendinimui bei poilsiui pritaikyti (skirti) statiniai, kuriuose turistai apgyvendinami atskiruose nameliuose ar kambariuose, o maitinimo, higienos ir kitos paslaugos teikiamos centralizuotai paslaugų komplekse. Turizmo centras turi turėti įrangą aktyviam poilsiui bei turistiniams žygiam organizuoti.	-
Poilsio namai	Tai – pastatas ar pastatai, kuriuose kambariai (ar nameliai) yra pritaikyti apgyvendinimui ir poilsiui organizuoti šeimoms ar pavieniams asmenims.	4 žvaigždučių klasifikavimo sistema
Kaimo turizmo paslaugos	Kaimo turizmo paslaugas kaimo vietovėse teikia nuomojamos patalpos savininkas, dažniausiai ūkininkai, ir jo šeimos nariai. Savininkai taip pat sudaro turistams aktyvaus poilsio galimybes.	-
Jaunimo nakvynės namai	Apgyvandinimui pritaikytos patalpos bei sudarytos sąlygos tenkinti nakvynės ir higienos poreikius.	-

Šaltinis: Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas. Lietuvos Respublikos Seimas/ 2002 12 03, Nr. IX-1211. (Žin., 2002, Nr.123-5507).

4 priedas. Apgyvandinimo įmonių klasifikavimo kriterijai

Pretendavimą į atitinkamą klasę, paslaugų, aptarnavimo, įrangos bei patalpų kokybė vertinama taikant šiuos kriterijus:

- **viena žvaigždutė** – patalpos ir įranga prižiūrimi ir tvarkingi, garantuotas nuolatinis kambarių ir aplinkos tvarkos, švaros bei saugumo palaikymas, sudarytos būtinos sąlygos nakvynės ir higienos poreikiams patenkinti;
- **dvi žvaigždutės** – sudarytos techninės ir profesinės aptarnavimo garantijos, siūlomi patogūs ir su geromis higienos poreikių tenkinimo sąlygomis kambariai, veikia aptarnavimo organizavimo sistema;
- **trys žvaigždutės** – profesionaliai suformuota priėmimo bei bendro naudojimo patalpų erdvė ir kokybiška įranga, kambarių apstatymas ir įranga atitinka aukštus standartus, siūlomos ne tik su apgyvendinimu susijusios paslaugos, maitinimo paslaugos teikiamos restorane ar kavinėje su plataus pasirinkimo patiekalų galimybe, aukštas darbuotojų kvalifikacijos lygis;
- **keturios žvaigždutės** – siūloma įvairių paslaugų ir patogumų aukšta kokybė, garantuojama aukštais įrangos, apstatymo bei interjero kokybės standartais, didesnė visų patalpų erdvė, restoranas pasižymi profesionalia techniniu ir patiekalų ruošos požiūriu virtuve, aptarnavimą užtikrina pakankamas aukštos kvalifikacijos darbuotojų skaičius;
- **penkios žvaigždutės** – sudarytos erdvaus ir prabangaus apgyvendinimo sąlygos, vidaus interjeras sukuria aukšto lygio komfortą ir eleganciją bei pasižymi visapusišku dėmesiu kokybei ir atskiroms detalėms, visos paslaugos atliekamos profesionaliai, dalykiškai (formaliai) pagal etiketą ir kontroliuojamos bei dauguma jų teikiamos operatyviai, restoranas privalo pasižymėti aukštomis techninėmis galimybėmis bei aukštu aptarnavimo lygiu ir aptarnauti svečius visą parą, darbuotojų profesionalumas atitinka aukščiausius kvalifikacinius standartus ir pasižymi paslaugumu, nuovoka visose situacijose bei sugebėjimu suderinti aptarnavimo efektyvumą ir paslaugumą.

Bendrosios nuostatos, taikomos visiems klasifikuojamiems viešbučiams, moteliams ir svečių namams

Patalpos turi būti nuolat prižiūrimos ir apgyvendinimo paslaugos teikiamos vadovaujantis šiomis nuostatomis ir reikalavimais:

- eksploatavimas vykdomas vadovaujantis: įstatymais ir poįstatymiais aktais nustatytais statybos ir planavimo normomis, reikalavimais maisto, maitinimo, higienos, vandens tiekimo, kanalizacijos, priešgaisrinio ir bendro saugumo srityse bei atitinkamomis paslaugų teikimo taisyklėmis;
- garso pralaidumas: kambarių garso izoliacija turi neviršyti 38 dB. Koridoriuose privaloma garsą sugerianti grindų danga;
- šildymas: šildymo sistema turi užtikrinti patalpose temperatūrą ne žemesnę kaip +18°C;
- elektros tiekimas: saugi tiekimo sistema. Rezervinis elektros tiekimas – reikalavimas 5 žvaigždučių viešbučiams (moteliams);
- ryšių sistema: prijungta prie viešosios telefonų tinklų sistemos;
- apšvietimas ir ventiliacija: apšvietimas ir ventiliacija atitinkanti normatyvinius reikalavimus ir šiuose reikalavimuose pateiktas charakteristikas;
- sandėliai: pagal higienos normas pritaikyti valymo medžiagoms, patalpei, antklodėms ir kitiems reikmenims laikyti;
- vandens tiekimas: vietinis arba prijungtas prie centrinės vandentiekio sistemos, atitinkantis higienos normos reikalavimus;
- privažiavimas neįgaliesiems: takeliai invalidams pagal galimybes įrengiami visuose viešbučiuose (moteliuose, svečių namuose);
- automobilių parkavimas: įrengti privažiavimai ir parkavimo aikštelės tarnybiniams ir svečių automobiliams;
- pastato architektūra: 4–5 žvaigždučių viešbučiams pastato architektūrinis projektas originalus arba pastatas visiškai rekonstruotas;
- išorinė reklama (informacija): gali būti pateikiama dviem kalbomis, kurių viena – lietuvių;
- apsauga: parengta speciali instrukcija, kaip elgtis pavojaus atveju, nurodytas pagalbos telefono numeris, atsakingas darbuotojas, į kurį kreiptis pavojaus atveju. Įėjimas saugomas arba užrakinamas nakčiai ir nuolat dirba budintis darbuotojas.
- Už viešbutyje, motelyje, svečių namuose teikiamų paslaugų kokybę atsako paslaugų teikėjas.

Šaltinis: Valstybinio Turizmo Departamento prie Lietuvos Respublikos Ūkio Ministerijos Direktorius įsakymas. DĖL viešbučių, motelių, svečių namų klasifikavimo reikalavimų patvirtinimo. 2003 m. kovo 26 d. Nr. 20-V, Vilnius

5 priedas. Turizmo paklausos ir pasiūlos evoliucijos periodai Europos turizmo paslaugų rinkoje nuo 1950 m.

Laikotarpis	Turizmo paklausos dinamika	Pasiūlos pasikeitimai	
		Struktūriniai	Funkciniai
1950 m.	<ul style="list-style-type: none"> Turizmo paslaugų paklausos pagyvėjimas. 	<ul style="list-style-type: none"> Turizmo įmonių plėtros aktyvumas. 	<ul style="list-style-type: none"> Laisva konkurencija.
1960 – 1970 m. vidurys	<ul style="list-style-type: none"> Spartus ir ekspansyvus turizmo paslaugų paklausos augimas. 	<ul style="list-style-type: none"> Koncentraciniai procesai Oligopolinės rinkos struktūros formavimasis; Kapitalo persilieėjimas iš kitų ūkio šakų į turizmą. 	<ul style="list-style-type: none"> Standartinė, pagal prieinamą kainą, turizmo paslaugų gamyba masiniam vartotojui; Šiurkšti konkurencija mažinant kainas.
Nuo 1970 m. vidurio iki 1980 m. pradžia	<ul style="list-style-type: none"> Turizmo paklausos augimo tempų, palyginti su pasiūla sulėtėjimas; Perėjimas nuo gamintojų rinkos prie vartotojų rinkos. 	<ul style="list-style-type: none"> Stambių turizmo įmonių dalyvavimo rinkoje sumažėjimas; Smulkių ir vidutinių specializuotų turo operatorių veiklos aktyvumas. 	<ul style="list-style-type: none"> Stiprėja turizmo pasiūlos specializavimas bei individualumas, ir tarp smulkių bei vidutinių, ir tarp stambių įmonių; Šiurkšti konkurencija palaipsniui pereina į kooperaciją ir ieškoma tikslinių vartotojų grupių.
Nuo 1980 m. vidurio iki 2000 m. pradžios	<ul style="list-style-type: none"> Turizmo apimčių paklausos strategija pasiekia aukštą paklausos diferencijavimo gilėjimo lygį; Paklausos ekologizavimas. 	<ul style="list-style-type: none"> Specializuotų turizmo įmonių aktyvėjimas. 	<ul style="list-style-type: none"> Pasiūlos specializavimo tendencijų gilėjimas; Konkurentų atžvilgiu dominuoja rinkoje laisvų nišų ieškojimo ir kooperacijos strategija. Turizmo produkto ekologizavimas, pasiūlos specializavimasis, didėjantis kelionių operatorių vaidmuo, įvaizdžio ir prekybinio ženklo kūrimas.
Nuo 2000 m.	<ul style="list-style-type: none"> Ypatingai išauga turizmo apimtys; Vartotojų charakteristikos evoliucija. Turizmo sistemos klientai globalios ekonomikos sąlygomis tampa labiau informuoti, rafinuoti, ir tai padidina jų gebėjimą daryti spaudimą turizmo paslaugų įmonėms. 	<ul style="list-style-type: none"> Stambių turizmo įmonių dalyvavimo išaugimas. Informacinių technologijų pritaikymas marketinge ir atsiskaitymų sistemose. 	<ul style="list-style-type: none"> Pasiūlos specializavimo tendencijų gilėjimas (SPA, verslo centrai); Konkurencinė kova vyksta ne tik tarp turizmo paslaugų teikėjų, bet ir kitų laisvalaikio paslaugų rinkos dalyvių: pramogų verslo organizacijų ir laisvalaikio centrų.

Šaltinis: Adaptuota autorės pagal Žalienė I., Sabaliauskaitė A. (2002), Navickas, V., Malakauskaitė, A. (2006).

6 priedas. Rodikliai naudojami statistinės informacijos analizėje

Struktūros santykiniai dydžiai parodo nagrinėjamų reiškinių sudėtį, t.y. atskirų visumos vienetų procentinę dalį. Lyginant vienos visumos struktūrą skirtingais laiko tarpais, galima pastebėti struktūrinius pokyčius laiko atžvilgiu.

$$S_{\text{struktūros}} = \frac{\text{visumos dalis } (a_i)}{\text{visa visuma } (a)} \times 100 \% \quad (1)$$

Dinamikos eilučių analitiniai rodikliai:

1. Absoliutus lygio padidėjimas/sumažėjimas rodo, keliais vienetais pasikeičia reiškinio lygis per tam tikrą laikotarpį. Apskaičiuojamas baziniu ir grandininio būdu.

$$\text{bazinis } \Delta y = y_i - y_0 \quad (2)$$

$$\text{grandininis } \Delta y = y_i - y_{i-1} \quad (3)$$

Čia: y_0 – pradinio ar bazinio laikotarpio dinamikos eilutės lygis;

y_i – esamojo laikotarpio dinamikos eilutės lygis;

y_{i-1} – prieš tai buvusio laikotarpio dinamikos eilutės lygis.

2. Didėjimo/mažėjimo tempas rodo, kiek kartų padidėjo ar sumažėjo lygis šio laikotarpio atžvilgiu arba kiek procentų siekia esamojo laikotarpio reiškinio lygis, lyginant su praėjusiu. Jis taip pat skaičiuojamas baziniu ir grandininio būdu:

$$\text{bazinis } T_d = \frac{y_i}{y_0} \times 100 \% \quad (4)$$

$$\text{grandininis } T_d = \frac{y_i}{y_{i-1}} \times 100 \% \quad (5)$$

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

$$T_p = T_d - 100 \% \quad (6)$$

Vidutiniai dinamikos eilučių kitimo rodikliai:

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

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n} \quad (7)$$

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

$$\Delta \bar{y} = \frac{y_n - y_1}{n - 1} \quad (8)$$

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

$$\bar{T}_d = \sqrt[n-1]{T_{d_1} \cdot T_{d_2} \cdot \dots \cdot T_{d_{n-1}}} \quad (9) \quad \text{arba} \quad \bar{T}_d = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}} \quad (10)$$

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

$$\bar{T}_p = \bar{T}_d - 100 \% \quad (11)$$

Variacijos rodikliai

Variacijos rodikliai skaičiuojami tam, kad galėtume pasakyti, koku laipsniu vidutinė reikšmė yra nutolusi nuo visų duotų požymio reikšmių. Bus naudojami šie kiekybinio požymio variacijos rodikliai:

1. Variacijos užmojis (R) – skirtumas tarp didžiausios ir mažiausios požymio variantų reikšmių:

$$R = x_{\max} - x_{\min} \quad (12)$$

2. Dispersija (σ^2) – tai variantų nuokrypio nuo vidurkio kvadratų variantų vidurkinis dydis. Šis dydis apskaičiuojamas

$$\text{pagal šią formulę: } \sigma^2 = \frac{\sum (x - \bar{x})^2}{n} \quad (13)$$

3. Vidutinis kvadratinis nuokrypis (σ) – parodo, kiek vidutiniškai požymio reikšmė skiriasi nuo vidurkio. Tai šaknis iš dispersijos.

$$\sigma = \sqrt{\sigma^2} \quad (14)$$

4. Variacijos koeficientas (V) – tai procentinis vidutinio kvadratinio nuokrypio ir vidurkio santykis: $V = \frac{\sigma}{\bar{x}}$ (15). Jei

variacijos koeficientas nesiekia 10, variacija maža.

Šaltinis: Bartosevičienė V. (2006). Ekonominiai statistiniai tyrimai. Kaunas: Technologija.

**7 priedas. 2000 – 2006 m. laikotarpio apgyvendinimo įstaigų skaičiaus Lietuvoje
dinaminė ir struktūrinė analizė**

**a) Apgyvendinimo įstaigų skaičiaus Lietuvoje absoliutus grandininiai ir baziniai pokyčiai 2000 –
2006 m. laikotarpiu**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006 – 2000
Įmonių skaičius, iš viso	9	-13	26	63	26	-8	103
Viešbučiai ir moteliai	4	16	23	47	14	7	111
Viešbučiai	0	15	18	35	12	10	90
Moteliai	4	1	5	12	2	-3	21
Kitos apgyvendinimo įmonės	-5	-27	-11	-9	-19	-19	-90
Poilsio namai (nameliai)	-6	-28	-15	-7	-17	-29	-102
Kempingai	0	0	1	2	1	1	5
Turizmo centrai	-1	1	0	-1	-1	2	0
Nakvynės namai	2	0	3	-3	-2	7	7
Specializuotos įmonės	10	-7	-2	2	-6	3	0
Sveikatingumo įmonės	3	-2	-2	-1	-3	0	-5
Konferencijų centrai	0	0	0	1	0	0	1
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	7	-5	0	2	-3	3	4
Privatus apgyvendinimo sektorius	0	5	16	23	37	1	82

b) Grandininiai ir baziniai apgyvendinimo įmonių skaičiaus padidėjimo/sumažėjimo tempai, proc.

	2001/2000	2002/2001	2003/2002	2004/2003	2005/2004	2006/2005	2006/2000
Įmonių skaičius, iš viso	1.6	-2.3	4.7	11.0	4.1	-1.2	18.7
Viešbučiai ir moteliai	1.8	6.9	9.3	17.4	4.4	2.1	48.9
Viešbučiai	0.0	7.1	8.0	14.4	4.3	3.4	42.9
Moteliai	23.5	4.8	22.7	44.4	5.1	-7.3	123.5
Kitos apgyvendinimo įmonės	-1.9	-10.3	-4.7	-4.0	-8.8	-16.5	-33.7
Poilsio namai (nameliai)	-2.4	-11.5	-7.0	-3.5	-8.8	-16.5	-41.0
Kempingai	0.0	0.0	33.3	50.0	16.7	14.3	166.7
Turizmo centrai	-16.7	20.0	0.0	-16.7	-20.0	50.0	0.0
Nakvynės namai	22.2	0.0	27.3	-21.4	-18.2	77.8	77.8
Specializuotos įmonės	18.5	-10.9	-3.5	3.6	-10.5	5.9	0.0
Sveikatingumo įmonės	9.7	-5.9	-6.3	-3.3	-10.3	0.0	-16.1
Konferencijų centrai	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	33.3	-17.9	0.0	8.7	-12.0	13.6	19.0
Privatus apgyvendinimo sektorius		125.0	177.8	92.0	77.1	1.2	2050.

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus remiantis Statistikos departamento Turizmo rodiklių duomenų baze. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

c) Apgyvandinimo įstaigų struktūra, palyginus su bendru įstaigų skaičiumi, proc.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Įmonių skaičius, iš viso	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Viešbučiai ir moteliai	41.1	41.2	45.1	47.0	49.8	49.9	51.6
Viešbučiai	38.0	37.4	41.1	42.3	43.6	43.7	45.8
Moteliai	3.1	3.7	4.0	4.7	6.1	6.2	5.8
Kitos apgyvendinimo įmonės	48.4	46.7	42.9	39.0	33.8	29.6	27.0
Poilsio namai (nameliai)	45.1	43.3	39.2	34.8	30.3	26.5	22.4
Kempingai	0.5	0.5	0.5	0.7	0.9	1.1	1.2
Turizmo centrai	1.1	0.9	1.1	1.0	0.8	0.6	0.9
Nakvynės namai	1.6	2.0	2.0	2.4	1.7	1.4	2.4
Specializuotos įmonės	9.8	11.4	10.4	9.6	8.9	7.7	8.2
Sveikatingumo įmonės	5.6	6.1	5.8	5.2	4.6	3.9	4.0
Konferencijų centrai	0.4	0.4	0.4	0.3	0.5	0.5	0.5
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	3.8	5.0	4.2	4.0	3.9	3.3	3.8
Privatus apgyvendinimo sektorius	0.7	0.7	1.6	4.4	7.5	12.8	13.1

d) Apgyvandinimo įstaigų struktūra, palyginus su bendru tos rūšies įstaigų skaičiumi, proc.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Viešbučiai ir moteliai	100	100	100	100	100	100	100
Viešbučiai	92.5	90.9	91.1	90.0	87.7	87.6	88.8
Moteliai	7.5	9.1	8.9	10.0	12.3	12.4	11.2
Kitos apgyvendinimo įmonės	100	100	100	100	100	100	100
Poilsio namai (nameliai)	93.3	92.7	91.5	89.3	89.8	89.8	83.1
Kempingai	1.1	1.1	1.3	1.8	2.8	3.6	4.5
Turizmo centrai	2.2	1.9	2.6	2.7	2.3	2.0	3.4
Nakvynės namai	3.4	4.2	4.7	6.3	5.1	4.6	9.0
Specializuotos įmonės	100	100	100	100	100	100	100
Sveikatingumo įmonės	57.4	53.1	56.1	54.5	50.9	51.0	48.1
Konferencijų centrai	3.7	3.1	3.5	3.6	5.3	5.9	5.6
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	38.9	43.8	40.4	41.8	43.9	43.1	46.3

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus remiantis Statistikos departamento Turizmo rodiklių duomenų baze. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

8 priedas. Viešbučių ir restoranų materialinės investicijos ir materialiojo turto kaita.

		2000	2001	2002	2003	2004	2005
Viešbučiai ir restoranai	Įmonių skaičius, vienetai	1 063	1 056	1 166	1 311	1 301	1 450
	Materialinės investicijos, mln. Lt	84.5	88.5	187.7	188.1	160.4	197.5
	Materialinių investicijų grandininis padidėjimas/ sumažėjimas (-), proc.		4.7	112.1	0.2	-14.7	23.1
	Pelnas, nuostolis (-) prieš apmokestinimą, tūkst. Lt	-24336	-29131	-11072	-12349	-22152	35482
	Pelno, nuostolio (-) prieš apmokestinimą grandininis padidėjimas/ sumažėjimas (-), proc.	-	-	-	-	-	-
	Nupirкта, statyta, rekonstruota per metus, tūkst. Lt	85443	77364	186849	187006	160283	194942
	Nupirкта, statyta, rekonstruota per metus grandininis padidėjimas/ sumažėjimas (-), proc.		-9.5	141.5	0.1	-14.3	21.6
	Apskaičiuota nusidėvėjimo per metus, tūkst. Lt	31962	40643	42710	53305	56086	73625
	Materialaus turto nusidėvėjimo grandininis padidėjimas/ sumažėjimas (-), proc.		27.2	5.1	24.8	5.2	31.3
BVP to meto kainomis, mln. Lt	45673.8	48584.6	51971.2	56804	62586.7	71380.4	
BVP grandininis padidėjimas/ sumažėjimas (-), proc.		6.4	7.0	9.3	10.2	14.1	

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus remiantis LR Statistikos departamento Verslo rodiklių duomenų baze. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

9 priedas. Viešbučiuose ir moteliuose teikiamos paslaugos, jų pasiskirstymas ir bazinis pokytis, proc.

Nr.		2000		2001		2002		2003		2004		2005		2006		Pokytis palyginus su 2000 m.
			Proc.		Proc.		Proc.		Proc.		Proc.		Proc.		Proc.	
	Viešbučių ir motelių skaičius	227		231		247		270		317		331		338		48.9
1	Automobilių nuoma	12	5.3	15	6.5	21	8.5	35	13.0	46	14.5	42	12.7	34	10.1	183.3
2	Automobilių stovėjimo aikštelė	69	30.4	87	37.7	97	39.3	120	44.4	143	45.1	152	45.9	136	40.2	97.1
3	Baras	76	33.5	95	41.1	93	37.7	118	43.7	140	44.2	144	43.5	161	47.6	111.8
4	Baseinas	29	12.8	40	17.3	42	17.0	55	20.4	73	23.0	73	22.1	78	23.1	169.0
5	Biliardinė	24	10.6	32	13.9	27	10.9	36	13.3	40	12.6	44	13.3	44	13.0	83.3
6	Bufetas	9	4.0	11	4.8	7	2.8	12	4.4	17	5.4	21	6.3	15	4.4	66.7
7	Kavinė	62	27.3	69	29.9	73	29.6	81	30.0	110	34.7	120	36.3	116	34.3	87.1
8	Kirpykla	16	7.0	20	8.7	16	6.5	12	4.4	17	5.4	18	5.4	20	5.9	25.0
9	Konferencijų salė	54	23.8	78	33.8	83	33.6	99	36.7	161	50.8	140	42.3	149	44.1	175.9
10	Parduotuvė	10	4.4	11	4.8	10	4.0	17	6.3	15	4.7	18	5.4	22	6.5	120.0
11	Restoranas	54	23.8	66	28.6	82	33.2	88	32.6	108	34.1	118	35.6	119	35.2	120.4
12	Sauna	49	21.6	64	27.7	63	25.5	80	29.6	114	36.0	122	36.9	123	36.4	151.0
13	Skalbykla	35	15.4	51	22.1	57	23.1	60	22.2	78	24.6	74	22.4	83	24.6	137.1
14	Spaudos kioskas	17	7.5	22	9.5	26	10.5	34	12.6	35	11.0	36	10.9	32	9.5	88.2
15	Sporto salė	21	9.3	25	10.8	25	10.1	27	10.0	43	13.6	45	13.6	48	14.2	128.6
16	Suvenyrų kioskas	20	8.8	24	10.4	32	13.0	38	14.1	49	15.5	58	17.5	65	19.2	225.0
17	Vaistinė	1	0.4	2	0.9	1	0.4	1	0.4	2	0.6	2	0.6	2	0.6	100.0
18	Valiutos keitykla	11	4.8	13	5.6	15	6.1	16	5.9	17	5.4	16	4.8	16	4.7	45.5
19	Žaidimų kambarys	5	2.2	5	2.2	6	2.4	6	2.2	9	2.8	10	3.0	10	3.0	100.0

Šaltiniai:

1. *Turizmas Lietuvoje 2006 metai* (2007). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.
2. *Turizmas Lietuvoje 2004 metai* (2005). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.
3. *Turizmas Lietuvoje 2002 metai* (2003). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.

10 priedas. Apgyvandinimo įstaigų skaičius pasiskirstymas pagal apgyvandinimo įstaigos tipą ir administracinę teritoriją.

Iš viso pagal apgyvandinimo įstaigas	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Lietuvos Respublika	552	561	548	574	637	663	655
Alytaus apskritis	48	45	39	35	48	47	51
Kauno apskritis	46	51	52	60	66	73	77
Klaipėdos apskritis	229	232	213	221	235	254	241
Marijampolės apskritis	13	13	12	10	26	13	12
Panevėžio apskritis	14	13	16	17	21	25	24
Šiaulių apskritis	30	31	30	30	36	33	32
Tauragės apskritis	5	5	6	5	11	14	13
Telšių apskritis	15	17	14	14	20	20	20
Utenos apskritis	47	46	48	49	47	55	52
Vilniaus apskritis	98	101	112	127	124	126	130
Viešbučiai ir moteliai	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Lietuvos Respublika	227	231	247	270	317	331	338
Alytaus apskritis	15	14	16	17	25	28	29
Kauno apskritis	29	30	31	33	40	41	41
Klaipėdos apskritis	58	60	63	70	87	86	92
Marijampolės apskritis	9	9	8	7	8	8	9
Panevėžio apskritis	8	7	10	12	15	17	16
Šiaulių apskritis	21	22	21	22	26	26	26
Tauragės apskritis	4	4	4	4	4	7	7
Telšių apskritis	10	11	10	10	13	13	13
Utenos apskritis	6	5	5	5	6	7	8
Vilniaus apskritis	67	69	79	90	93	98	97
Viešbučiai	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Lietuvos Respublika	210	210	225	243	278	290	300
Alytaus apskritis	13	12	15	16	24	27	28
Kauno apskritis	25	24	24	26	31	31	31
Klaipėdos apskritis	58	60	62	69	86	85	92
Marijampolės apskritis	7	6	6	5	6	5	6
Panevėžio apskritis	8	7	9	10	13	15	14
Šiaulių apskritis	17	18	18	18	18	18	19
Tauragės apskritis	4	4	4	4	3	5	5
Telšių apskritis	9	9	8	8	10	10	10
Utenos apskritis	6	5	5	5	6	7	8
Vilniaus apskritis	63	65	74	82	81	87	87
Kitos kolektyvinio apgyvandinimo įstaigos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Lietuvos Respublika	267	262	235	224	215	196	177
Alytaus apskritis	19	17	11	6	7	7	9
Kauno apskritis	5	6	6	9	6	6	8
Klaipėdos apskritis	161	156	135	134	127	107	87
Marijampolės apskritis	3	3	4	3	4	5	2
Panevėžio apskritis	2	2	2	2	2	3	3
Šiaulių apskritis	5	5	4	3	5	3	3
Tauragės apskritis	1	1	1	1	2	2	2
Telšių apskritis	5	6	4	3	5	5	5
Utenos apskritis	39	37	39	38	36	40	37
Vilniaus apskritis	20	22	23	19	18	15	18

10 priedo tęsinys							
Poilsio namai (nameliai)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Lietuvos Respublika	249	243	215	200	193	176	147
Alytaus apskritis	19	17	11	6	7	7	5
Kauno apskritis	2	2	1	1	1	1	1
Klaipėdos apskritis	156	151	130	128	119	101	84
Marijampolės apskritis	2	2	3	2	3	3	..
Panevėžio apskritis	2	2	2	2	2	3	2
Šiaulių apskritis	4	4	3	2	3	2	2
Tauragės apskritis	1	1	1
Telšių apskritis	5	6	4	3	5	5	5
Utenos apskritis	36	34	36	35	33	37	32
Vilniaus apskritis	16	18	19	15	16	13	12
Specializuotos apgyvendinimo įstaigos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Lietuvos Respublika	54	64	57	55	57	51	54
Alytaus apskritis	12	13	12	12	11	9	9
Kauno apskritis	11	14	13	12	12	12	14
Klaipėdos apskritis	10	16	14	12	13	12	12
Marijampolės apskritis	1	1	1	..	1
Panevėžio apskritis	4	4	4	3	4	4	4
Šiaulių apskritis	3	3	3	3	3	3	3
Tauragės apskritis	1	1	1
Telšių apskritis	1	1	2	2
Utenos apskritis	2	3	3	3	2	2	2
Vilniaus apskritis	11	10	8	9	9	6	6
Sveikatingumo įstaigos	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Lietuvos Respublika	31	34	32	30	29	26	26
Alytaus apskritis	11	12	11	11	10	8	8
Kauno apskritis	6	6	6	5	5	5	5
Klaipėdos apskritis	6	7	7	7	6	6	6
Marijampolės apskritis
Panevėžio apskritis	1	1	1	..	1	1	1
Šiaulių apskritis	1	1	1	1	1	1	1
Tauragės apskritis	1	1	1
Telšių apskritis
Utenos apskritis	1	2	2	2	1	1	1
Vilniaus apskritis	5	5	4	4	4	3	3
Privatus apgyvendinimo sektorius	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Lietuvos Respublika	4	4	9	25	48	85	86
Alytaus apskritis	2	1	5	3	4
Kauno apskritis	1	1	2	6	8	14	14
Klaipėdos apskritis	1	5	8	49	50
Marijampolės apskritis	13
Panevėžio apskritis	1	1
Šiaulių apskritis	1	1	2	2	2	1	..
Tauragės apskritis	1	..	4	4	3
Telšių apskritis	1
Utenos apskritis	..	1	1	3	3	6	5
Vilniaus apskritis	2	9	4	7	9

Šaltinis: LR Statistikos departamento Turizmo rodiklių duomenų base. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

11 priedas. Apgyvandinimo įstaigų pasiskirstymas pagal apskritis, proc.**a) Apgyvandinimo įstaigų pasiskirstymas pagal apskritis, proc.**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Lietuvos Respublika	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Alytaus apskritis	8.7	8.2	7.1	6.3	8.7	8.5	9.2
Kauno apskritis	8.3	9.1	9.5	10.5	10.4	11.0	11.8
Klaipėdos apskritis	41.5	41.4	38.9	38.5	36.9	38.3	36.8
Marijampolės apskritis	2.4	2.3	2.2	1.7	4.1	2.0	1.8
Panevėžio apskritis	2.5	2.3	2.9	3.0	3.3	3.8	3.7
Šiaulių apskritis	5.4	5.5	5.5	5.2	5.7	5.0	4.9
Tauragės apskritis	0.9	0.9	1.1	0.9	1.7	2.1	2.0
Telšių apskritis	2.7	3.0	2.6	2.4	3.1	3.0	3.1
Utenos apskritis	8.5	8.2	8.8	8.5	7.4	8.3	7.9
Vilniaus apskritis	17.8	18.0	20.4	22.1	19.5	19.0	19.8

b) Viešbučių pasiskirstymas pagal apskritis, proc.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Lietuvos Respublika	100	100	100	100	100	100	100
Alytaus apskritis	6.2	5.7	6.7	6.6	8.6	9.3	9.3
Kauno apskritis	11.9	11.4	10.7	10.7	11.2	10.7	10.3
Klaipėdos apskritis	27.6	28.6	27.6	28.4	30.9	29.3	30.7
Marijampolės apskritis	3.3	2.9	2.7	2.1	2.2	1.7	2.0
Panevėžio apskritis	3.8	3.3	4.0	4.1	4.7	5.2	4.7
Šiaulių apskritis	8.1	8.6	8.0	7.4	6.5	6.2	6.3
Tauragės apskritis	1.9	1.9	1.8	1.6	1.1	1.7	1.7
Telšių apskritis	4.3	4.3	3.6	3.3	3.6	3.4	3.3
Utenos apskritis	2.9	2.4	2.2	2.1	2.2	2.4	2.7
Vilniaus apskritis	30.0	31.0	32.9	33.7	29.1	30.0	29.0

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus remiantis LR Statistikos departamento Turizmo rodiklių duomenų base. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

12 priedas. Svečių skaičiaus dinamika pagal apgyvendinimo įmones.**a) Svečių skaičius pagal apgyvendinimo įmones**

Metai Ištaigos tipas	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
	Apgyvendinta svečių, iš viso, tūkst.	631,7	703,9	752,1	847,5	1119,1	1325,6
Viešbučiuose ir moteliuose	400,9	447,2	498,8	559,8	788,1	969,3	1155,6
Viešbučiuose	388,3	428,7	482,8	534,2	756,5	927,5	1103,1
Moteliuose	12,6	18,5	15,9	25,6	31,5	41,8	52,4
Kitose apgyvendinimo įmonėse	117,0	124,8	135,4	157,1	168,8	183,2	185,3
Poilsio namuo-se (nameliuose)	86,4	84,7	94,2	110,7	128,9	130,1	116,8
Kempinguose	9,6	13,6	15,5	15,7	16,9	31,3	31,7
Turizmo centruose	13,4	14,5	14,3	17,3	13,7	13,3	20,5
Nakvynės namuose	7,6	11,9	11,3	13,5	9,2	8,6	16,3
Specializuotose įmonėse	113,5	131,6	115,7	125,6	147,3	153,1	165,1
Sveikatingumo įmonėse	89,5	96,3	84,3	90,4	112,1	118,6	124,8
Konferencijų centruose	13,9	17,0	15,4	14,7	13,6	13,9	16,7
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	10,1	18,3	16,0	20,4	21,6	20,6	23,6
Privačiame apgyvendinimo sektoriuje	0,4	0,3	2,2	5,1	14,9	20,0	19,9

b) Svečių skaičiaus padidėjimas, sumažėjimas (-) palyginus su ankstesniais metais pagal apgyvendinimo tipą, proc.

Metai Ištaigos tipas	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006/ 2000
	Apgyvendinta svečių, iš viso	11,4	6,8	12,6	32,0	18,5	15,1
Viešbučiuose ir moteliuose	11,6	11,5	12,2	40,8	23,0	19,2	
Viešbučiuose	10,4	12,6	10,6	41,6	22,6	18,9	184,1
Moteliuose	47,4	-13,8	60,7	23,1	32,4	25,6	317,8
Kitose apgyvendinimo įmonėse	6,7	8,5	16,0	7,5	8,5	1,2	
Poilsio namuo-se (nameliuose)	-2,0	11,3	17,5	16,5	0,9	-10,2	
Kempinguose	42,6	13,8	0,9	8,2	84,8	1,4	
Turizmo centruose	8,5	-1,5	20,5	-20,4	-3,4	54,8	
Nakvynės namuose	57,3	-5,3	19,3	-31,7	-6,8	90,0	
Specializuotose įmonėse	15,9	-12,1	8,5	17,3	3,9	7,8	
Sveikatingumo įmonėse	7,6	-12,5	7,3	24,0	5,8	5,2	
Konferencijų centruose	22,3	-9,3	-4,6	-7,7	2,2	20,1	
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	81,4	-12,7	27,9	5,9	-4,6	14,5	
Privačiame apgyvendinimo sektoriuje	-17,5	6,5 k.	125,8	194,2	33,9	-0,4	

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus remiantis LR Statistikos departamento Turizmo rodiklių duomenų baze. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

13 priedas. Svečių skaičius pagal kilmę apgyvendinimo įstaigose.

a) Svečių skaičius pagal kilmę apgyvendinimo įstaigose

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Iš viso pagal apgyvendinimo įstaigas							
Apgyvendinta svečių	631748	703910	752100	847507	1119100	1325624	1525896
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	332571	350021	358974	409208	529057	644137	769039
Apgyvendinta užsieniečių	299177	353889	393126	438299	590043	681487	756857
Viešbučiai							
Apgyvendinta svečių	388302	428661	482842	534178	756541	927532	1103147
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	135256	132123	147981	165245	240110	324283	433553
Apgyvendinta užsieniečių	253046	296538	334861	368933	516431	603249	669594
Moteliai							
Apgyvendinta svečių	12554	18502	15945	25616	31527	41757	52448
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	6900	8666	7938	9348	17502	22306	29707
Apgyvendinta užsieniečių	5654	9836	8007	16268	14025	19451	22741

b) Svečių skaičiaus grandininio ir bazinio padidėjimo/ sumažėjimo tempai, proc.

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2006/ 2000
Iš viso pagal apgyvendinimo įstaigas							
Apgyvendinta svečių	11.4	6.8	12.7	32.0	18.5	15.1	141.5
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	5.2	2.6	14.0	29.3	21.8	19.4	131.2
Apgyvendinta užsieniečių	18.3	11.1	11.5	34.6	15.5	11.1	153.0
Viešbučiai							
Apgyvendinta svečių	10.4	12.6	10.6	41.6	22.6	18.9	184.1
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	-2.3	12.0	11.7	45.3	35.1	33.7	220.5
Apgyvendinta užsieniečių	17.2	12.9	10.2	40.0	16.8	11.0	164.6
Moteliai							
Apgyvendinta svečių	47.4	-13.8	60.7	23.1	32.4	25.6	317.8
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	25.6	-8.4	17.8	87.2	27.4	33.2	330.5
Apgyvendinta užsieniečių	74.0	-18.6	103.2	-13.8	38.7	16.9	302.2

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus remiantis LR Statistikos departamento Turizmo rodiklių duomenų baze. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

c) Svečių skaičiaus iš Lietuvos ir užsienio pasiskirstymas pagal apgyvendinimo įstaigas, proc.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Iš viso pagal apgyvendinimo įstaigas							
Apgyvendinta svečių	100	100	100	100	100	100	100
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	52.6	49.7	47.7	48.3	47.3	48.6	50.4
Apgyvendinta užsieniečių	47.4	50.3	52.3	51.7	52.7	51.4	49.6
Viešbučiai							
Apgyvendinta svečių	100	100	100	100	100	100	100
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	34.8	30.8	30.6	30.9	31.7	35.0	39.3
Apgyvendinta užsieniečių	65.2	69.2	69.4	69.1	68.3	65.0	60.7
Moteliai							
Apgyvendinta svečių	100	100	100	100	100	100	100
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	55.0	46.8	49.8	36.5	55.5	53.4	56.6
Apgyvendinta užsieniečių	45.0	53.2	50.2	63.5	44.5	46.6	43.4

d) Svečių skaičiaus pasiskirstymas pagal apgyvendinimo įstaigas, proc.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Iš viso pagal apgyvendinimo įstaigas							
Apgyvendinta svečių	100	100	100	100	100	100	100
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	100	100	100	100	100	100	100
Apgyvendinta užsieniečių	100	100	100	100	100	100	100
Viešbučiai							
Apgyvendinta svečių	61	61	64	63	68	70	72
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	40.7	37.7	41.2	40.4	45.4	50.3	56.4
Apgyvendinta užsieniečių	84.6	83.8	85.2	84.2	87.5	88.5	88.5
Moteliai							
Apgyvendinta svečių	2	3	2	3	3	3	3
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	2	2	2	2	3	3	4
Apgyvendinta užsieniečių	2	3	2	4	2	3	3
Kitos įmonės							
Apgyvendinta svečių	37	36	34	34	30	27	24
Apgyvendinta Lietuvos gyventojų	57	60	57	57	51	46	40
Apgyvendinta užsieniečių	14	13	13	12	10	9	9

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus remiantis LR Statistikos departamento Turizmo rodiklių duomenų baze. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

14 priedas. Svečių skaičius pagal šalis apgyvendinimo įstaigose.

Šalys	Svečių skaičius 2000 m.	Nakvynių skaičius 2000 m.	Vidutinė nakvynių trukmė 2000 m.	Šalys	Svečių skaičius 2000 m.	Nakvynių skaičius 2006 m.	Vidutinė nakvynių trukmė 2006 m.
Iš viso	631748	2942207	4.7	Iš viso	4680287	1525896	3.07
Airija	553	1414	2.6	Airija	10708	4182	2.56
Austrija	1977	4169	2.1	Austrija	17685	10058	1.76
Belgija	2192	4769	2.2	Baltarusija	197638	37517	5.27
Danija	9831	22578	2.3	Belgija	13444	5496	2.45
Estija	11425	22470	2.0	Čekijos Respublika	16317	8580	1.90
Graikija	418	1212	2.9	Danija	29630	15817	1.87
Ispanija	1504	4275	2.8	Estija	56267	32212	1.75
Italija	6307	14506	2.3	Graikija	4304	1756	2.45
Jungtinė Karalystė	13289	35139	2.6	Ispanija	35971	12055	2.98
Latvija	23362	41232	1.8	Italija	58916	27071	2.18
Lietuva	332571	1979020	6.0	Izraelis	31620	8367	3.78
Lenkija	38736	183962	4.7	Japonija	15631	8833	1.77
Liuksemburgas	295	834	2.8	Jungtinė Karalystė	89388	39926	2.24
Nyderlandai	3319	7934	2.4	Jungtinės Valstijos	51093	21652	2.36
Portugalija	379	951	2.5	Kinija	2776	1197	2.32
Prancūzija	5002	12306	2.5	Kipras	2097	751	2.79
Suomija	22713	45230	2.0	Latvija	91113	56299	1.62
Švedija	15174	33874	2.2	Lenkija	245831	102539	2.40
Vokietija	51559	135029	2.6	Lietuva	2773877	769039	3.61
Rusija	28205	85221	3.0	Liuksemburgas	1168	623	1.87
Baltarusija	14034	156663	11.2	Malta	426	195	2.18
Izraelis	2568	29950	11.7	Nyderlandai	22648	10840	2.09
Japonija	5763	11742	2.0	Portugalija	5876	2491	2.36
Kinija		Prancūzija	41869	20214	2.07
				Rusija	165685	59743	2.77
				Slovakija	13583	2291	5.93
				Slovėnija	5143	1246	4.13
				Suomija	66061	34898	1.89
				Švedija	44062	23410	1.88
				Vengrija	5919	2845	2.08
				Vokietija	365661	132540	2.76

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus remiantis LR Statistikos departamento Turizmo rodiklių duomenų baze. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

15 priedas. Numerių skaičiaus pokytis pagal apgyvendinimo įstaigas.

Rodikliai		Metai						
		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Iš viso pagal apgyvendinimo įstaigas	Numerių skaičius	16996	16386	16838	17341	19050	18844	19062
	Tp, proc.		-3.6	2.8	3.0	9.9	-1.1	1.2
	Numerių užimtumas
Viešbučiai	Numerių skaičius	5888	5649	5963	7100	9090	9722	10426
	Tp, proc.		-4.1	5.6	19.1	28.0	7.0	7.2
	Numerių užimtumas	28.4	31.7	35.2	32.5	36.7	40.8	42.3
	Tp, proc.		11.6	11.0	-7.7	12.9	11.2	3.7
Moteliai	Numerių skaičius	174	200	216	284	375	412	417
	Tp, proc.		14.9	8.0	31.5	32.0	9.9	1.2
	Numerių užimtumas	17.8	24.7	17.8	25.3	25.4	33.1	37
	Tp, proc.		38.8	-27.9	42.1	0.4	30.3	11.8
Poilsio namai (nameliai)	Numerių skaičius	5055	4868	4906	4756	4210	3655	3067
	Tp, proc.		-3.7	0.8	-3.1	-11.5	-13.2	-16.1
	Numerių užimtumas
Kempingai	Numerių skaičius	273	273	273	305	283	326	304
	Tp, proc.		0.0	0.0	11.7	-7.2	15.2	-6.7
	Numerių užimtumas	20.1	25.3	25.5	25.1	23.8	39.6	40.5
	Tp, proc.		25.9	0.8	-1.6	-5.2	66.4	2.3
Turizmo centrai	Numerių skaičius	210	239	266	260	219	163	200
	Tp, proc.		13.8	11.3	-2.3	-15.8	-25.6	22.7
	Numerių užimtumas	32.4	36.5	34.1	33.5	34.2	35.1	24.6
	Tp, proc.		12.7	-6.6	-1.8	2.1	2.6	-29.9
Nakvynės namai	Numerių skaičius	81	95	100	119	110	91	191
	Tp, proc.		17.3	5.3	19.0	-7.6	-17.3	109.9
	Numerių užimtumas	28.1	29.7	31.7	28.5	28	31.3	44
	Tp, proc.		5.7	6.7	-10.1	-1.8	11.8	40.6
Sveikatingumo įstaigos	Numerių skaičius	4110	3920	3958	3353	3396	3004	2875
	Tp, proc.		-4.6	1.0	-15.3	1.3	-11.5	-4.3
	Numerių užimtumas
Konferencijų centrai	Numerių skaičius	279	247	247	276	290	290	296
	Tp, proc.		-11.5	0.0	11.7	5.1	0.0	2.1
	Numerių užimtumas	26.4	24.1	32.5	36.1	29.1	34.3	41.1
	Tp, proc.		-8.7	34.9	11.1	-19.4	17.9	19.8
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	Numerių skaičius	914	883	880	808	899	873	961
	Tp, proc.		-3.4	-0.3	-8.2	11.3	-2.9	10.1
	Numerių užimtumas
Privatus apgyvendinimo sektorius	Numerių skaičius	12	12	29	80	178	308	325
	Tp, proc.		0	141.7	175.9	122.5	73.0	5.5
	Numerių užimtumas	20.7	20.3	24.2	34.8	36.9	31.5	36.9
	Tp, proc.		-1.9	19.2	43.8	6.0	-14.6	17.1

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus remiantis LR Statistikos departamento Turizmo rodiklių duomenų base. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

16 priedas. Apgyvandinimo įmonių numerių paklausa ir pasiūla.

Metai	Apgyvandinimo įmonės tipas	Numerių skaičius			Numerių pasiūlos rinkos dalis	Numerių užimtumas, %	Užimta numerių per metus	Pajamos iš apgyvandinimo veiklos, tūkst. Lt	Pajamų dalis
		Kasdien	Sezono metu	Iš viso per metus					
		1	2	3 (1*365+2*183)					
2000 m.	Apgyvandinimo įmonės	18511		6756515	100	n.d.		199599	100
	Viešbučiai	5351	537	1953115	28.9	28.4	554685	102775.8	51.5
	Moteliai	174	0	63510	0.9	17.8	11305	1089.2	0.5
	Konferencijų centrai	279		101835	1.5	26.4	26884	n.d.	
	Kempingai	26	247	54691	0.8	20.1	10993	n.d.	
	Turizmo centrai	80	130	52990	0.8	32.4	17169	n.d.	
	Nakvynės namai	64	17	26471	0.4	28.1	7438	n.d.	
	Poilsio namai	5055		1845075	27.3	n.d.		10722.8	5.4
	Sveikatinimo įstaigos	4110		1500150	22.2	n.d.		80005.1	40.1
Privatus apgyvendinimas	12		4380	0.06	20.7	907	n.d.		
2001 m.	Apgyvandinimo įmonės	10222	6164	4859042	100	n.d.		198079.9	100
	Viešbučiai	5211	438	1982169	40.8	31.7	628348	106611.2	53.8
	Moteliai	200	0	73000	1.5	24.7	18031	1379.6	0.7
	Konferencijų centrai	247		90155	1.9	24.1	21727	n.d.	
	Kempingai	26	247	54691	1.1	25.3	13837	n.d.	
	Turizmo centrai	52	187	53201	1.1	36.5	19418	n.d.	
	Nakvynės namai	95		34675	0.7	29.7	10298	n.d.	
	Poilsio namai	1111	3757	1093046	22.5	n.d.		10761.3	5.4
	Sveikatinimo įstaigos	3272	648	1312864	27.0	n.d.		72601.2	36.7
Privatus apgyvendinimas	8	4	3652	0.08	20.3	741	n.d.		
2002 m.	Apgyvandinimo įmonės	10534	6304	4998542	100	n.d.		206300.9	100
	Viešbučiai	5619	344	2113887	42.3	35.2	744088	120763.8	58.5
	Moteliai	216	0	78840	1.6	17.8	14034	1317.3	0.6
	Konferencijų centrai	247		90155	1.8	32.5	29300	n.d.	
	Kempingai	26	247	54691	1.1	25.5	13946	n.d.	
	Turizmo centrai	67	199	60872	1.2	34.1	20757	n.d.	
	Nakvynės namai	100		36500	0.7	31.7	11571	n.d.	
	Poilsio namai	976	3930	1075430	21.5	n.d.		12603.1	6.1
	Sveikatinimo įstaigos	3260	698	1317634	26.4	n.d.		65490.2	31.7
Privatus apgyvendinimas	23	6	9493	0.19	24.2	2297	n.d.		
2003 m.	Apgyvandinimo įmonės	11365	5976	5241833	100	n.d.		227559.2	100
	Viešbučiai	6759	341	2529438	48.3	32.5	822067	138518.7	60.9
	Moteliai	278	6	102568	2.0	25.3	25950	2100.3	0.9
	Konferencijų centrai	276		100740	1.9	36.1	36367	n.d.	
	Kempingai	26	279	60547	1.2	25.1	15197	n.d.	
	Turizmo centrai	71	189	60502	1.2	33.5	20268	n.d.	

Metai	Apgyvandinimo įmonės tipas	Numerių skaičius			Numerių pasiūlos rinkos dalis	Numerių užimtumas, %	Užimta numerių per metus	Pajamos iš apgyvendinimo veiklos, tūkst. Lt	Pajamų dalis
		Kasdien	Sezono metu	Iš viso per metus					
		1	2	3 (1*365+2*183)					
		4	5	6 (3*4)					
	Nakvynės namai	119		43435	0.8	28.5	12379	n.d.	
	Poilsio namai	1080	3676	1066908	20.4	n.d.		12745.2	5.6
	Sveikatinimo įstaigos	2702	651	1105363	21.1	n.d.		68454.0	30.1
	Privatus apgyvendinimas	54	26	24468	0.47	34.8	8515	n.d.	

2004 m.	Apgyvandinimo įmonės	13151	5899	5879632	100	n.d.		282063.2	100
	Viešbučiai	8306	784	3175162	54.0	36.7	1165284	178506.1	63.3
	Moteliai	375	0	136875	2.3	25.4	34766	2531	0.9
	Konferencijų centrai	290		105850	1.8	29.1	30802	n.d.	
	Kempingai	40	243	59069	1.0	23.8	14058	n.d.	
	Turizmo centrai	65	154	51907	0.9	34.2	17752	n.d.	
	Nakvynės namai	110		40150	0.7	28	11242	n.d.	
	Poilsio namai	953	3257	943876	16.1	n.d.		12939.3	4.6
	Sveikatinimo įstaigos	2848	548	1139804	19.4	n.d.		85174.4	30.2
Privatus apgyvendinimas	143	35	58600	1.00	36.9	21623	n.d.		

2005 m.	Apgyvandinimo įmonės	13915	4929	5980982	100	n.d.		345577.1	100
	Viešbučiai	8970	752	3411666	57.0	40.8	1391960	213621.3	61.8
	Moteliai	412		150380	2.5	33.1	49776	5029.6	1.5
	Konferencijų centrai	290		105850	1.8	34.3	36307	n.d.	
	Kempingai	55	271	69668	1.2	39.6	27589	n.d.	
	Turizmo centrai	55	108	39839	0.7	35.1	13983	n.d.	
	Nakvynės namai	91		33215	0.6	31.3	10396	n.d.	
	Poilsio namai	948	2707	841401	14.1	n.d.		10273.8	3.0
	Sveikatinimo įstaigos	2875	129	1072982	17.9	n.d.		106852.0	30.9
Privatus apgyvendinimas	198	110	92400	1.54	31.5	29106	n.d.		

2006 m.	Apgyvandinimo įmonės	15049	4013	6227264	100	n.d.		394409.8	100
	Viešbučiai	10037	389	3734692	60.0	42.3	1579775	249067.6	63.1
	Moteliai	403	14	149657	2.4	37	55373	4450.9	1.1
	Konferencijų centrai	296		108040	1.7	41.1	44404	n.d.	
	Kempingai	58	246	66188	1.1	40.5	26806	n.d.	
	Turizmo centrai	95	105	53890	0.9	24.6	13257	n.d.	
	Nakvynės namai	191		69715	1.1	44	30675	n.d.	
	Poilsio namai	986	2081	740713	11.9	n.d.		8752.8	2.2
	Sveikatinimo įstaigos	2825	50	1040275	16.7	n.d.		118753.4	30.1
Privatus apgyvendinimas	137	188	84409	1.36	36.9	31147	n.d.		
Šaltiniai:	STD*	STD	Apskaičiuota		STD	Apskaičiuota	STD	Apskaičiuota	

*STD – Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės

17 priedas. Apgyvandinimo įmonių vietų paklausa ir pasiūla.

Metai	Apgyvandinimo įmonės tipas	Vietų skaičius			Vietų pasiūlos rinkos dalis	Vietų užimtumas. %	Nakvynių skaičius	Rinkos dalis
		Kasdien	Sezono metu	Iš viso per metus				
		1	2	3 (1*365+2*183)				
2000 m.	Apgyvandinimo įmonės	41561	n.d.	15169765	100.0	n.d.	2942207	100.0
	Viešbučiai	9876	1236	3830928	25.3	23.1	862678	29.3
	Moteliai	377		137605	0.9	13.9	19044	0.6
	Konferencijų centrai	659		240535	1.6	17.1	39751	1.4
	Kempingai	66	798	170124	1.1	12	18854	0.6
	Turizmo centrai	234	322	144336	1.0	27.9	31326	1.1
	Nakvynės namai	150	43	62619	0.4	23.5	15269	0.5
	Poilsio namai	13986		5104890	33.7	n.d.	458847	15.6
	Sveikatinimo įstaigos	8721		3183165	21.0	n.d.	1377546	46.8
	Privatus apgyvendinimas	21		7665	0.1	13.9	1511	0.1
2001 m.	Apgyvandinimo įmonės	21044	19524	11253952	100.0	n.d.	3076894	100.0
	Viešbučiai	9713	961	3721108	33.1	25.3	936600	30.4
	Moteliai	397		144905	1.3	20	28035	0.9
	Konferencijų centrai	585		213525	1.9	24.3	55165	1.8
	Kempingai	66	798	170124	1.5	15.9	26262	0.9
	Turizmo centrai	130	474	134192	1.2	31.2	38478	1.3
	Nakvynės namai	259		94535	0.8	23.4	21754	0.7
	Poilsio namai	2728	11141	3034523	27.0	n.d.	452334	14.7
	Sveikatinimo įstaigos	7153	1396	2866313	25.5	n.d.	1357787	44.1
	Privatus apgyvendinimas	13	9	6392	0.1	13.8	1286	0.0
2002 m.	Apgyvandinimo įmonės	21634	19074	11386952	100.0	n.d.	3030606	100.0
	Viešbučiai	10756	762	4065386	35.7	27.8	1028195	33.9
	Moteliai	462		168630	1.5	14.1	21721	0.7
	Konferencijų centrai	585		213525	1.9	23.4	50026	1.7
	Kempingai	66	798	170124	1.5	17.2	28836	1.0
	Turizmo centrai	189	478	156459	1.4	30.9	40666	1.3
	Nakvynės namai	264		96360	0.8	23.1	22153	0.7
	Poilsio namai	2249	11363	2900314	25.5	n.d.	512998	16.9
	Sveikatinimo įstaigos	7018	1516	2838998	24.9	n.d.	1173161	38.7
	Privatus apgyvendinimas	45	15	19170	0.2	17.9	3590	0.1
2003 m.	Apgyvandinimo įmonės	23208	19203	11985069	100.0	n.d.	3015270	100.0
	Viešbučiai	12992	752	4879696	40.7	24.4	1071055	35.5
	Moteliai	592	10	217910	1.8	19.8	36888	1.2
	Konferencijų centrai	633		231045	1.9	28.7	56603	1.9
	Kempingai	68	895	188605	1.6	24.8	32053	1.1
	Turizmo centrai	194	480	158650	1.3	33.6	38583	1.3
	Nakvynės namai	293		106945	0.9	23.8	24618	0.8

Metai	Apgyvandinimo įmonės tipas	Vietų skaičius			Vietų pasiūlos rinkos dalis	Vietų užimtumas. %	Nakvynių skaičius	Rinkos dalis
		Kasdien	Sezono metu	Iš viso per metus				
		1	2	3 (1*365+2*183)				
	Poilsio namai	2459	10833	2879974	24.0	n.d.	460977	15.3
	Sveikatinimo įstaigos	5832	1390	2383050	19.9	n.d.	1130136	37.5
	Privatus apgyvendinimas	145	64	64637	0.5	18.5	9844	0.3
2004 m.	Apgyvandinimo įmonės	26903	18981	13293118	100.0	n.d.	3695373	100.0
	Viešbučiai	16254	1600	6225510	46.8	28.1	1598625	43.3
	Moteliai	776		283240	2.1	18.9	43448	1.2
	Konferencijų centrai	644		235060	1.8	20.4	41902	1.1
	Kempingai	113	707	170626	1.3	21.7	28562	0.8
	Turizmo centrai	160	406	132698	1.0	31.7	29217	0.8
	Nakvynės namai	255		93075	0.7	22.8	20872	0.6
	Poilsio namai	2284	9864	2638772	19.9	n.d.	447155	12.1
	Sveikatinimo įstaigos	5994	1267	2419671	18.2	n.d.	1310403	35.5
	Privatus apgyvendinimas	377	107	157186	1.2	27	23096	0.6
2005 m.	Apgyvandinimo įmonės	28327	15331	13144928	100.0	n.d.	4251092	100.0
	Viešbučiai	17461	1614	6668627	50.7	31.9	1990511	46.8
	Moteliai	865		315725	2.4	24	71173	1.7
	Konferencijų centrai	644		235060	1.8	20.5	46686	1.1
	Kempingai	153	810	204075	1.6	40.1	62527	1.5
	Turizmo centrai	139	289	103622	0.8	34.5	30662	0.7
	Nakvynės namai	219		79935	0.6	27.5	22647	0.5
	Poilsio namai	2236	7589	2204927	16.8	n.d.	445437	10.5
	Sveikatinimo įstaigos	6063	293	2266614	17.2	n.d.	1356464	31.9
	Privatus apgyvendinimas	501	326	242523	1.8	26.9	51981	1.2
2006 m.	Apgyvandinimo įmonės	30890	13618	13766944	100.0	n.d.	4680287	100.0
	Viešbučiai	19679	874	7342777	53.3	33.1	2298927	49.1
	Moteliai	885	66	335103	2.4	29.4	85898	1.8
	Konferencijų centrai	686		250390	1.8	34.7	65428	1.4
	Kempingai	159	728	191259	1.4	42.4	65017	1.4
	Turizmo centrai	295	364	174287	1.3	20.8	36706	0.8
	Nakvynės namai	507		185055	1.3	39.7	54364	1.2
	Poilsio namai	2363	5951	1951528	14.2	n.d.	394817	8.4
	Sveikatinimo įstaigos	5949	100	2189685	15.9	n.d.	1442421	30.8
	Privatus apgyvendinimas	321	499	208482	1.5	30.8	48145	1.0
Šaltiniai:	STD*	STD	Apskaičiuota		STD	STD	Apskaičiuota	

*STD – Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės

18 priedas. Viešbučių ir motelių metinio numerių skaičiaus vidutinių pajamų, tenkančių metiniam numerių (RevPAR) ir užimtų numerių skaičiui apskaičiavimas (ARR).

Metai	Apgyven- dinimo įmonės tipas	Numerių skaičius			Nume- rių užimt umas, %	Užimta numerių per metus	Pajamos iš apgyven- dinimo veiklos, tūkst, Lt	(RevPAR) Pajamos tenkan- čios 1 numeriui, Lt	(ARR) Vidutinė numerio kaina, Lt
		Kasdien	Sezo- no metu *	Iš viso per metus					
		1	2	4 (1*365+ 2*183)	3	5 (3*4)	6	7 (6*1000/4)	8 (6*1000/5)
2000 m.	Viešbučiai	5351	537	2051386	28,4	582594	102775,8	50,10	176,41
	Moteliai	174	0	63510	17,8	11305	1089,2	17,15	96,35
	Iš viso	5525	537	2114896	28,08	593898	103865	67,25	174,89
	Pokytis %			1,03		-8,12		-5,59	8,61
2001 m.	Viešbučiai	5211	438	1982169	31,7	628348	106611,2	53,79	169,67
	Moteliai	200	0	73000	24,7	18031	1379,6	18,90	76,51
	Iš viso	5411	438	2055169	31,45	646379	107991	72,68	167,07
	Pokytis %			-2,82		8,84		8,08	-4,47
2002 m.	Viešbučiai	5619	344	2113887	35,2	744088	120763,8	57,13	162,30
	Moteliai	216	0	78840	17,8	14034	1317,3	16,71	93,87
	Iš viso	5835	344	2192727	34,57	758122	122081	73,84	161,03
	Pokytis %			6,69		17,29		1,59	-3,61
2003 m.	Viešbučiai	6759	341	2529438	32,5	822067	138518,7	54,76	168,50
	Moteliai	278	6	102568	25,3	25950	2100,3	20,48	80,94
	Iš viso	7037	347	2632006	32,22	848017	140619	75,24	165,82
	Pokytis %			20,03		11,86		1,90	2,97
2004 m.	Viešbučiai	8306	784	3175162	36,7	1165284	178506,1	56,22	153,19
	Moteliai	375	0	136875	25,4	34766	2531	18,49	72,80
	Iš viso	8681	784	3312037	36,23	1200051	181037	74,71	150,86
	Pokytis %			25,84		41,51		-0,70	-9,02
2005 m.	Viešbučiai	8970	752	3411666	40,8	1391960	213621,3	62,61	153,47
	Moteliai	412		150380	33,1	49776	5029,6	33,45	101,05
	Iš viso	9382	752	3562046	40,47	1441736	218650,9	61,38	151,66
	Pokytis %			7,55		20,14		12,30	0,53
2006 m.	Viešbučiai	10037	389	3734692	42,3	1579775	249067,6	66,69	157,66
	Moteliai	403	14	152942	37	50624	4450,9	29,10	87,92
	Iš viso	10449	403	3887634	41,94	1630398,5	253518,5	65,21	155,49
	Pokytis %			9,14		13,09		6,24	2,53
Šaltiniai:		STD**	STD	Apskai- čiuota	STD	Apskai- čiuota	STD	Apskai- čiuota	Apskai- čiuota

* Sezono laikotarpis apgyvendinimo įmonėse trunka nuo balandžio 1 d. iki rugsėjo 30 d. – skaičiavimuose taikyta 183 dienos. ** STD – Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės

19 priedas. Privataus apgyvendinimo sektoriaus metinio numerių skaičiaus vidutinių pajamų, tenkančių metiniam užimtų numerių (RevPAR) ir visų numerių skaičiui (ARR) apskaičiavimas.

Metai	Apgyven- dinimo įmonės tipas	Numerių skaičius			Nume- rių užimt umas, %	Užimta numerių per metus	Pajamos iš apgyven- dinimo veiklos, tūkst, Lt	(RevPAR) Pajamos tenkan- čios 1 numerui, Lt	(ARR) Vidutinė numerio kaina, Lt
		Kasdien	Sezo- no metu *	Iš viso per metus					
		1	2	4 (1*365+ 2*183)	3	5 (3*4)	6	7 (6*1000/4)	8 (6*1000/5)
2000 m.	Privatus apgyveni- nimas	12		4380	20.7	907	135.9	31.03	149.89
2001 m.	Privatus apgyveni- nimas	8	4	3652	20.3	741	88.6	24.26	119.51
	Pokytis %			-16.62		-18.23		-21.81	-20.27
2002 m.	Privatus apgyveni- nimas	23	6	9493	24.2	2297	173.1	18.23	75.35
	Pokytis %			159.94		209.88		-24.84	-36.95
2003 m.	Privatus apgyveni- nimas	54	26	24468	34.8	8515	337.5	13.79	39.64
	Pokytis %			157.75		270.65		-24.35	-47.40
2004 m.	Privatus apgyveni- nimas	198	110	92400	31.5	29106	2558.9	15.76	42.71
	Pokytis %			60.18		36.74		14.25	7.75
2005 m.	Privatus apgyveni- nimas	198	110	92400	31.5	29106	2558.9	27.69	87.92
	Pokytis %			60.18		36.74		75.72	105.85
2006 m.	Privatus apgyveni- nimas	137	188	84409	36.9	31147	2515.3	29.80	80.76
	Pokytis %			-8.65		7.01		7.60	-8.14
Šaltiniai:		STD**	STD	Apskai- čiuota	STD	Apskai- čiuota	STD	Apskai- čiuota	Apskai- čiuota

* Sezono laikotarpis apgyvendinimo įmonėse trunka nuo balandžio 1 d. iki rugsėjo 30 d. – skaičiavimuose taikyta 183 dienos. ** STD – Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės

20 priedas. Viešbučių numerių kainų padidėjimas/ sumažėjimas (-) ir baziniai pokyčiai.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Bazinis Tp, proc.
Apartamentai	487	555	605	576	508	503	531	
Tp, proc.		14.0	9.0	-4.8	-11.8	-1.0	5.6	9.0
Liuksai	306	293	316	340	314	312	334	
Tp, proc.		-4.2	7.8	7.6	-7.6	-0.6	7.1	9.2
Vienviečiai	192	198	203	216	182	191	188	
Tp, proc.		3.1	2.5	6.4	-15.7	4.9	-1.6	-2.1
Dvivečiai	245	249	269	282	254	236	239	
Tp, proc.		1.6	8.0	4.8	-9.9	-7.1	1.3	-2.4
Trivečiai ir kt.	87	83	115	123	135	142	165	
Tp, proc.		-4.6	38.6	7.0	9.8	5.2	16.2	89.7

Šaltiniai:

1. *Turizmas Lietuvoje 2006 metai* (2007). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.
2. *Turizmas Lietuvoje 2004 metai* (2005). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.
3. *Turizmas Lietuvoje 2002 metai* (2003). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius.

21 priedas. Nakvynių skaičius pagal pagyvendinimo įstaigas.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Suteikta nakvynių, iš viso, tūkst.	2942,2	3076,9	3030,6	3015,3	3695,4	4251,1	4680,3
Viešbučiuose ir moteliuose	881,7	964,6	1049,9	1107,9	1642,1	2061,7	2384,8
Viešbučiuose	862,7	936,6	1028,2	1071,1	1598,6	1990,5	2298,9
Moteliuose	19,0	28,0	21,7	36,9	43,4	71,2	85,9
Kitose apgyvendinimo įmonėse	524,3	538,8	604,7	556,2	525,8	561,3	550,9
Poilsio namuose (nameliuose)	458,8	452,3	513,0	461,0	447,2	445,4	394,8
Kempinguose	18,9	26,3	28,8	32,1	28,6	62,5	65,0
Turizmo centruose	31,3	38,5	40,7	38,6	29,2	30,7	36,7
Nakvynės namuose	15,3	21,8	22,2	24,6	20,9	22,6	54,4
Specializuotose įmonėse	1534,7	1572,1	1372,4	1341,3	1504,4	1576,2	1696,4
Sveikatingumo įmonėse	1377,5	1357,8	1173,2	1130,1	1310,4	1356,5	1442,4
Konferencijų centruose	39,8	55,2	50,0	56,6	41,9	46,7	65,4
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	117,4	159,2	149,3	154,5	152,1	173,0	188,6
Privačiame apgyvendinimo sektoriuje	1,5	1,3	3,6	9,8	23,1	52,0	48,1
Padidėjimas, sumažėjimas (-), palyginus su ankstesniais metais, proc.							
Suteikta nakvynių, iš viso	-17,7	4,6	-1,5	-0,5	22,6	15,0	10,1
Viešbučiuose ir moteliuose	-4,1	9,4	8,8	5,5	48,2	25,6	15,7
Viešbučiuose	-4,2	8,6	9,8	4,2	49,3	24,5	15,5
Moteliuose	0,1	47,2	-22,5	69,8	17,8	63,8	20,8
Kitose apgyvendinimo įstaigose	-46,6	2,8	12,2	-7,9	-5,5	6,7	-1,8
Poilsio namuose (nameliuose)	-50,6	-1,4	13,4	-10,1	-3,0	-0,4	-11,4
Kempinguose	-23,4	39,3	9,8	11,2	-10,9	118,9	4,0
Turizmo centruose	86,2	22,8	5,7	-5,1	-24,3	4,9	19,7
Nakvynės namuose	33,2	42,5	1,8	11,1	-15,2	8,5	140,0
Specializuotose įmonėse	-8,4	2,4	-12,7	-2,3	12,2	4,8	7,6
Sveikatingumo įmonėse	-16,0	-1,4	-13,6	-3,7	16,0	3,5	6,3
Konferencijų centruose	10,6	38,8	-9,3	13,1	-26,0	11,4	40,1
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	-	35,6	-6,2	3,5	-1,6	13,7	9,0
Privačiame apgyvendinimo sektoriuje	-	-14,9	179,2	174,2	134,6	125,1	-7,4
Numerių užimtumo koeficientas, %							
Viešbučiuose	28,4	31,7	35,2	32,5	36,7	40,8	42,3
Moteliuose	17,8	24,7	17,8	25,3	25,4	33,1	37,0
Kempinguose	20,1	25,3	25,5	25,1	23,8	39,8	40,5
Turizmo centruose	32,4	36,5	34,1	33,5	34,2	35,1	24,6
Nakvynės namuose	28,1	29,7	31,7	28,5	28,0	31,3	44,0
Konferencijų centrai	26,4	24,1	32,5	36,1	29,1	34,3	41,1
Privatus apgyvendinimas	20,7	20,3	24,2	34,8	36,9	31,5	36,9
Vietų užimtumo koeficientas, %							
Viešbučiuose	23,1	25,3	27,8	24,4	28,1	31,9	33,1
Moteliuose	13,9	20,0	14,1	19,8	18,9	24,0	29,4
Kempinguose	12,0	15,9	17,2	24,8	21,7	40,1	42,4
Turizmo centruose	27,9	31,2	30,9	33,6	31,7	34,5	20,8
Nakvynės namuose	23,5	23,4	23,1	23,8	22,8	27,5	39,7
Konferencijų centrai	17,1	24,3	23,4	28,7	20,4	20,5	34,7
Privatus apgyvendinimas	13,9	13,8	17,9	18,5	27,0	26,9	30,8

Šaltinis: Statistikos departamento Turizmo rodiklių duomenų bazė. [Žiūrėta 2008 03 12]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280>>.

22 priedas. Viešbučių ir panašių apgyvendinimo įmonių skaičius ES šalyse.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ES (27 šalys)	205451	204918	204524	204438	205343	193889	200838
ES (25 šalys)	202270	201558	201004	200600	201026	189051	195365
ES (15 šalių)	192331	191122	190145	189412	189542	177340	183623
Euro zona	135883	143915	143269	143043	142599	142075	142155
Belgija	1998	2034	2010	1957	1922	1899	1955
Bulgarija	648	679	755	849	1016	1230	1348
Čekija	3960	4112	4335	4377	4311	4278	4314
Danija	472	484	482	478	485	482	473
Vokietija	38551	38529	38129	37547	36839	36593	36201
Estija	350	353	193	230	267	317	341
Airija	5449	5222	5009	4821	4554	4407	4296
Graikija	8342	8342	8329	8689	8899	9036	9111
Ispanija	16287	16369	16732	17102	17402	17607	18304
Prancūzija	18773	18768	18617	18598	18689	18361	18135
Italija	33361	33421	33411	33480	33518	33527	33768
Kipras	583	801	813	829	803	785	753
Latvija	166	199	223	261	278	337	321
Lietuva	227	231	247	270	317	331	338
Luksmeburgas	315	309	316	307	297	293	284
Vengrija	1928	1994	2167	2261	1952	2061	1921 (p)
Malta	246	210	194	194	194	173	173
Olandija	2835	2858	2933	2908	3129	3135	3099
Austrija	15517	15293	14914	14708	14435	14267	14051
Lenkija	1449	1391	1478	1547	2139	2200	2301
Portugalija	1786	1781	1898	1934	1954	2012	2028
Rumunija	2533	2681	2765	2989	3301	3608	4125
Slovėnija	448	381	393	381	350	344	358
Slovakija	582	764	816	838	873	885	922
Suomija	1011	989	971	992	961	938	923
Švedija	1906	1979	1737	1765	1833	1857	1888
Didžioji Britanija	45728	44744	44657	44126	44625	32926	39107
Kroatija	733	694	788	832	940	1015	762
Makedonija	145	142	150	:	:	:	:
Islandija	244	248	273	283	303	319	308
Lichtenšteinas	50	47	50	46	45	46	46
Norvegija	1166	1160	1124	1099	1079	1136	1119
Šveicarija	5754	5701	5643	:	:	:	

Šaltinis: Eurostat. ES Statistikos portalas. [Žiūrėta 2008 02 23]. Prieiga per internetą:
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1996,45323734&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen=welcomeref&open=/&product=Yearlies_new_industry&depth=3.

23 priedas. Vietų skaičius viešbučiuose ir panašiose apgyvendinimo įstaigose (tūkst.).

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ES (27 šalys)	10367	10493	10687	10900	11164	11190	11533
ES (25 šalys)	10047	10177	10356	10555	10785	10773	11095
ES (15 šalių)	9326	9447	9597	9771	9954	9928	10241
Euro zona	7347	8056	8161	8314	8470	8599	8713
Belgija	119	122	123	122	122	121	124
Bulgarija	121	117	133	144	171	201	212
Čekija	218	219	223	227	230	232	236
Danija	63	66	67	68	70	70	71
Vokietija	1590	1603	1608	1611	1609	1621	1632
Estija	16	17	16	18	23	25	26
Airija	139	141	145 (s)	146	145	149	148
Graikija	608	608	606	645	668	682	693
Ispanija	1316	1333	1394	1452	1512	1580	1615
Prancūzija	1214	1235	1236	1241	1266	1258	1254
Italija	1854	1891	1930	1969	2000	2028	2087
Kipras	84	88	90	91	92	91	89
Latvija	12	13	14	15	18	19	20
Lietuva	11	11	12	14	19	20	22
Liuksemburgas	14	14	15	15	14	14	14
Vengrija	144	148	155	159	158	162	154 (p)
Malta	41	39	40	40	41	37	40
Olandija	173	174	177	180	190	192	192
Austrija	588	587	569	566	571	571	573
Lenkija	120	118	128	134	165	170	178
Portugalija	223	229	240	246	254	264	264
Rumunija	199	199	197	202	208	216	226
Slovėnija	31	28	28	29	30	30	31
Slovakija	44	49	54	55	56	57	58
Suomija	117	118	118	120	120	118	118
Švedija	188	195	181	185	190	197	201
Didžioji Britanija	1119	1130	1188	1204	1223	1062	1256
Kroatija	199	188	188	194	199	203	163
Makedonija	16	16	16	:	:	:	:
Islandija	12	13	14	15	15	17	17
Lichtenšteinas	1	1	1	1	1	1	1
Norvegija	141	144	144	144	141	144	151
Šveicarija	260	260	259	:	:	:	:

Šaltinis: Eurostat. ES statistikos portalas. [Žiūrėta 2008 02 23]. Prieiga per internetą:

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page?_pageid=1996,39140985&_dad=portal&_schema=PORTAL&screen=detailref&language=en&product=Yearlies_new_industry&root=Yearlies_new_industry/D/D6/ebb11024>.

24 priedas. Vartojimo išlaidų dalis restoranams ir viešbučiams esamomis kainomis (proc. nuo visų namų ūkių vartojimo išlaidų), proc.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	Vidurkis
ES 27	8.7	8.7	8.8	8.8	8.9	9	9	8.8
Belgija	5.3	5.3	5.4	5.4	5.2	5.2	5.1	5.3
Bulgarija	8.6	8.4	8.5	8.7	8.9	8.9	:	8.7
Čekija	7.4	7.3	6.7	6.4	6.4	6.6	6.2	6.7
Danija	5.1	5.1	4.9	4.9	4.5	:	:	4.9
Vokietija	5.7	5.6	5.5	5.4	5.4	5.4	5.4	5.5
Estija	6.2	6.3	6.3	6.5	6.9	6.9	7.1	6.6
Airija	16.5	16.6	16.7	16.8	16.3	15.8	15.4	16.3
Graikija	16.8	17.3	17.2	17.6	18.4	:	:	17.5
Ispanija	18.1	17.9	18.2	18.6	18.7	18.6	18.5	18.4
Prancūzija	6.2	6.2	6.3	6.3	6.3	6.2	6.2	6.2
Italija	9.5	9.7	9.7	9.7	9.8	9.8	9.9	9.7
Kipras	13.6	13.6	12.5	12.4	11.8	12.4	12	12.6
Latvija	4.9	5.1	4.7	4.1	4.1	5.4	:	4.7
Lietuva	3.2	3.2	3.2	3.2	3.1	3.1	2.9	3.1
Liuksemburgas	7.3	7.4	7.3	7.3	7.4	7.4	7.2	7.3
Vengrija	4.8	4.8	4.7	4.6	4.9	5	5.1	4.8
Malta	15.2	14.4	14.6	14.2	13.6	13.2	13.1	14.0
Olandija	5.6	5.5	5.5	5.2	5.2	5.1	5.3	5.3
Austrija	11.2	11.5	11.9	12.2	12.2	12	12.1	11.9
Lenkija	3.1	3	2.9	2.9	2.9	2.9	2.8	2.9
Portugalija	10.4	10.5	10.6	10.3	10.4	:	:	7.5
Rumunija	4.9	4.6	4.4	4.1	4.3	5.2	5.2	4.7
Slovėnija	6.5	6.5	6.5	6.8	6.8	6.5	6.6	6.6
Slovakija	7.6	7.6	7.5	7.1	6.6	6.7	7.2	7.2
Suomija	6.4	6.4	6.2	6.3	6.4	6.5	6.4	6.4
Švedija	4.9	5	5	4.9	4.9	5	:	5.0
Didžioji Britanija	11.5	11.5	11.7	11.5	11.6	11.9	11.8	11.6

Šaltinis: Eurostat. ES statistikos portalas. [Žiūrėta 2008 02 23]. Prieiga per internetą:

<<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=dbb10000>>.

25 priedas. ES šalių makroaplinką atspindintys rodikliai.**Bendras vidaus produktas 1 gyventojui suderintomis kainomis, EUR**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ES (27 šalys)	19000	19700	20400	20600	21600	22400	23500	24700
Vokietija	22600	23100	23600	24200	25200	25800	26900	28300
Latvija	7000	7700	8400	9000	9900	11200	12700	14200
Lietuva	7500	8200	9000	10100	10900	11900	13200	14900

Vidutinio metinio harmonizuoto vartojimo kainų indekso pokytis, proc.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ES	1.9	2.2	2.1	2.0	2.0	2.2	2.2	2.3
Vokietija	1.4	1.9	1.4	1.0	1.8	1.9	1.8	2.3
Latvija	2.6	2.5	2.0	2.9	6.2	6.9	6.6	10.1
Lietuva	1.1	1.6	0.3	-1.1	1.2	2.7	3.8	5.8

Valiutų kursas

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1 Eurais Lietuvos litų	1	3.6952	3.5823	3.4594	3.4527	3.4529	3.4528	3.4528
1 Eurais Vokietijos markių	2	1.95583	1.95583	1.95583	1.95583	1.95583	1.95583	1.95583
1 Eurais Latvijos latų	3	0.5592	0.5601	0.5810	0.6407	0.6652	0.6962	0.6962

Valiutų (markės ir latų) perskaičiavimas į litus

		2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1 Lt /EUR	4	0.2706	0.2792	0.2891	0.2896	0.2896	0.2896	0.2896
1 Markė, Lt	2:4	7.2272	7.0064	6.7660	6.7529	6.7533	6.7531	6.7531
1 Litas, Lt	3:4	2.0664	2.0064	2.0099	2.2121	2.2969	2.4038	2.4038

Nedarbo lygis, proc.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
EU (27 countries)	8,6	8,4	8,8	9,0	9,0	8,7	7,9
Vokietija	7,2	7,4	8,2	9,0	9,5	9,4	8,4
Latvija	13,7	12,9	12,2	10,5	10,4	8,9	6,8
Lietuva	16,4	17,4	13,8	12,4	11,4	8,3	5,6

Palyginamasis namų ūkių vartojimo kainų lygis, įtraukiant netiesioginius mokesčius (ES-27 = 100), proc.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
EU (27 countries)	100	100	100	100	100	100	100
Vokietija	106.6	107	106.6	106.1	104.7	103.7	103.3
Latvija	58.8	59	57	54.4	56.1	57.1	60.6
Lietuva	52.7	54.1	54.2	52.3	53.5	55.1	56.6

Gyventojų skaičius, analizuojamų metų sausio 1 dieną

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
ES (27 šalys)	482760665	483781678	484613561	486617424	488756726	491023535	492975207	495128529
Vokietija	82163475	82259540	82440309	82536680	82531671	82500849	82437995	82314906
Latvija	2381715	2364254	2345768	2331480	2319203	2306434	2294590	2281305
Lietuva	3512074	3486998	3475586	3462553	3445857	3425324	3403284	3384879

E95 benzino ir dyzelino kainos, EUR

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
ES (25 šalys)	:	:	:	:	:	1.042	1.201
ES (15 šalys)	1.011	1.024	0.98	1.051	1.023	1.062	1.225
Vokietija	0.956	0.972	0.989	1.11	1.077	1.111	1.262
Latvija	:	:	:	:	:	0.717	0.855
Lietuva	:	:	:	:	:	0.708	0.89

Šaltinis: Eurostat. ES statistikos portalas. [Žiūrėta 2008 02 23]. Prieiga per internetą:

<<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=dbb10000>>.

26 priedas. Lietuvių nakvynių skaičiaus ir ekonominių rodiklių koreliacinė matrica.

Correlations

		Lietuvių nakvynių skaičius viešbučiuose	BVP 1 gyventojui, eurai	Vartojimo kainų indeksas, proc.	Nedarbo lygis, proc.	Lietuvos gyventojų skaičius	Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100	Viešbučių vietų skaičius per metus	RevPAR	ARR
Lietuvių nakvynių skaičius viešbučiuose	Pearson Correlation	1	,968**	,815*	-,943**	-,924**	,845*	,934**	,935**	-,706
	Sig. (2-tailed)	,	,000	,025	,001	,003	,017	,002	,002	,076
	N	7	7	7	7	7	7	7	7	7
BVP 1 gyventojui, eurai	Pearson Correlation	,968**	1	,667	-,982**	-,984**	,773*	,955**	,952**	-,768*
	Sig. (2-tailed)	,000	,	,101	,000	,000	,042	,001	,001	,044
	N	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Vartojimo kainų indeksas, proc.	Pearson Correlation	,815*	,667	1	-,579	-,600	,880**	,642	,707	-,462
	Sig. (2-tailed)	,025	,101	,	,173	,154	,009	,120	,076	,297
	N	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Nedarbo lygis, proc.	Pearson Correlation	-,943**	-,982**	-,579	1	,962**	-,703	-,949**	-,925**	,764*
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,173	,	,001	,078	,001	,003	,045
	N	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Lietuvos gyventojų skaičius	Pearson Correlation	-,924**	-,984**	-,600	,962**	1	-,749	-,945**	-,944**	,837*
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,154	,001	,	,053	,001	,001	,019
	N	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100	Pearson Correlation	,845*	,773*	,880**	-,703	-,749	1	,649	,898**	-,589
	Sig. (2-tailed)	,017	,042	,009	,078	,053	,	,115	,006	,164
	N	7	7	7	7	7	7	7	7	7
Viešbučių vietų skaičius per metus	Pearson Correlation	,934**	,955**	,642	-,949**	-,945**	,649	1	,845*	-,826*
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,120	,001	,001	,115	,	,017	,022
	N	7	7	7	7	7	7	7	7	7
RevPAR	Pearson Correlation	,935**	,952**	,707	-,925**	-,944**	,898**	,845*	1	-,753
	Sig. (2-tailed)	,002	,001	,076	,003	,001	,006	,017	,	,051
	N	7	7	7	7	7	7	7	7	7
ARR	Pearson Correlation	-,706	-,768*	-,462	,764*	,837*	-,589	-,826*	-,753	1
	Sig. (2-tailed)	,076	,044	,297	,045	,019	,164	,022	,051	,
	N	7	7	7	7	7	7	7	7	7

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Lietuvių nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse	BVP 1 gyventojui, eurai	Vartojimo kainų indeksas, proc.	Nedarbo lygis, proc.	Lietuvos gyventojų skaičius	Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100
Lietuvių nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse	Pearson Correlation	1	,901**	,917**	-,848*	-,843*	,875**
	Sig. (2-tailed)	,	,006	,004	,016	,017	,010
	N	7	7	7	7	7	7
BVP 1 gyventojui, eurai	Pearson Correlation	,901**	1	,667	-,982**	-,984**	,773*
	Sig. (2-tailed)	,006	,	,101	,000	,000	,042
	N	7	7	7	7	7	7
Vartojimo kainų indeksas, proc.	Pearson Correlation	,917**	,667	1	-,579	-,600	,880**
	Sig. (2-tailed)	,004	,101	,	,173	,154	,009
	N	7	7	7	7	7	7
Nedarbo lygis, proc.	Pearson Correlation	-,848*	-,982**	-,579	1	,962**	-,703
	Sig. (2-tailed)	,016	,000	,173	,	,001	,078
	N	7	7	7	7	7	7
Lietuvos gyventojų skaičius	Pearson Correlation	-,843*	-,984**	-,600	,962**	1	-,749
	Sig. (2-tailed)	,017	,000	,154	,001	,	,053
	N	7	7	7	7	7	7
Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100	Pearson Correlation	,875**	,773*	,880**	-,703	-,749	1
	Sig. (2-tailed)	,010	,042	,009	,078	,053	,
	N	7	7	7	7	7	7

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

27 priedas. Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus ir ekonominių rodiklių koreliacinė matrica.

Correlations

		Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius viešbučiuose	BVP 1 gyventojui, eurai	Vartojimo kainų indeksas, proc.	Darbo valandos kaštai, eurai	Nedarbo lygis, proc.	Kuro kaina, eurai	Valiutų kursas, 1 Markė/LTL	Vokietijos gyventojų skaičius	Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100	ARR	RevPAR	Viešbučių vietų skaičius per metus
Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius viešbučiuose	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 . 7	,059 ,899 7	,188 ,687 7	,117 ,803 7	,621 ,136 7	-,190 ,684 7	-,259 ,575 7	,414 ,356 7	-,166 ,722 7	-,451 ,310 7	-,059 ,901 7	,181 ,698 7
BVP 1 gyventojui, eurai	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,059 ,899 7	1 . 7	,419 ,350 7	,954** ,001 7	,649 ,115 7	,934** ,002 7	-,721 ,068 7	,661 ,106 7	-,964** ,000 7	-,825* ,022 7	,926** ,003 7	,975** ,000 7
Vartojimo kainų indeksas, proc.	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,188 ,687 7	,419 ,350 7	1 . 7	,228 ,623 7	,043 ,927 7	,171 ,714 7	-,055 ,906 7	-,070 ,881 7	-,481 ,275 7	-,536 ,215 7	,453 ,307 7	,451 ,309 7
Darbo valandos kaštai, eurai	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,117 ,803 7	,954** ,001 7	,228 ,623 7	1 . 7	,777* ,040 7	,917** ,004 7	-,880* ,009 7	,836* ,019 7	-,863* ,012 7	-,824* ,023 7	,878** ,009 7	,898** ,006 7
Nedarbo lygis, proc.	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,621 ,136 7	,649 ,115 7	,043 ,927 7	,777* ,040 7	1 . 7	,512 ,240 7	-,864* ,001 7	,955** ,001 7	-,604 ,151 7	-,825* ,022 7	,481 ,274 7	,669 ,100 7
Kuro kaina, eurai	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,190 ,684 7	,934** ,002 7	-,171 ,714 7	,917** ,004 7	,512 ,240 7	1 . 7	-,650 ,114 7	,597 ,157 7	-,862* ,013 7	-,593 ,160 7	,856* ,014 7	,880** ,009 7
Valiutų kursas, 1 Markė/LTL	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,259 ,575 7	-,721 ,068 7	-,055 ,906 7	-,880* ,009 7	-,864* ,001 7	-,650 ,114 7	1 . 7	-,956** ,001 7	,569 ,182 7	,805* ,029 7	-,687 ,088 7	-,629 ,130 7
Vokietijos gyventojų skaičius	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,414 ,356 7	,661 ,106 7	-,070 ,881 7	,836* ,019 7	,955** ,001 7	,597 ,157 7	-,956** ,001 7	1 . 7	-,544 ,207 7	-,764* ,045 7	,536 ,215 7	,620 ,138 7
Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,166 ,722 7	-,964** ,000 7	-,481 ,275 7	-,863* ,012 7	-,604 ,151 7	-,862* ,013 7	,569 ,182 7	-,544 ,207 7	1 . 7	,797* ,032 7	-,871* ,011 7	-,990** ,000 7
ARR	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,451 ,310 7	-,825* ,022 7	-,536 ,215 7	-,824* ,023 7	-,825* ,022 7	-,593 ,160 7	,805* ,029 7	-,764* ,045 7	,797* ,032 7	1 . 7	-,753 ,051 7	-,826* ,022 7
RevPAR	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,059 ,901 7	,926** ,003 7	,453 ,307 7	,878** ,009 7	,481 ,274 7	,856* ,014 7	-,687 ,088 7	,536 ,215 7	-,871* ,011 7	-,753 ,051 7	1 . 7	,845* ,017 7
Viešbučių vietų skaičius per metus	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,181 ,698 7	,975** ,000 7	,451 ,309 7	,898** ,006 7	,669 ,100 7	,880** ,009 7	-,629 ,130 7	,620 ,138 7	-,990** ,000 7	-,826* ,022 7	,845* ,017 7	1 . 7

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Correlations

		Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse	BVP 1 gyventojui, eurai	Vartojimo kainų indeksas, proc.	Nedarbo lygis, proc.	Kuro kaina, eurai	Valiutų kursas, 1 Markė/LTL	Vokietijos gyventojų skaičius	Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100
Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 . 7	,969** ,000 7	,505 ,247 7	,669 ,100 7	,844* ,017 7	-,648 ,115 7	,614 ,143 7	-,990** ,000 7
BVP 1 gyventojui, eurai	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,969** ,000 7	1 . 7	,419 ,350 7	,649 ,115 7	,934** ,002 7	-,721 ,068 7	,661 ,106 7	-,964** ,000 7
Vartojimo kainų indeksas, proc.	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,505 ,247 7	,419 ,350 7	1 . 7	,043 ,927 7	,171 ,714 7	-,055 ,906 7	-,070 ,881 7	-,481 ,275 7
Nedarbo lygis, proc.	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,669 ,100 7	,649 ,115 7	,043 ,927 7	1 . 7	,512 ,240 7	-,864* ,012 7	,955** ,001 7	-,604 ,151 7
Kuro kaina, eurai	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,844* ,017 7	,934** ,002 7	,171 ,714 7	,512 ,240 7	1 . 7	-,650 ,114 7	,597 ,157 7	-,862* ,013 7
Valiutų kursas, 1 Markė/LTL	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,648 ,115 7	-,721 ,068 7	-,055 ,906 7	-,864* ,012 7	-,650 ,114 7	1 . 7	-,956** ,001 7	,569 ,182 7
Vokietijos gyventojų skaičius	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,614 ,143 7	,661 ,106 7	-,070 ,881 7	,955** ,001 7	,597 ,157 7	-,956** ,001 7	1 . 7	-,544 ,207 7
Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,990** ,000 7	-,964** ,000 7	-,481 ,275 7	-,604 ,151 7	-,862* ,013 7	,569 ,182 7	-,544 ,207 7	1 . 7

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

28 priedas. Svečių iš Latvijas nakvynių skaičiaus ir ekonominių rodiklių koreliacinė matrica.

Correlations

		Svečių iš Latvijas nakvynių skaičius viešbučiuose	Vartojimo kainų indeksas, proc.	Valiutų kursas, 1 LAT/LTL	Gyventojų skaičius	BVP 1 gyventojui	Nedarbo lygis, proc.	Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100	Viešbučių vietų skaičius per metus	ARR	RevPAR
Svečių iš Latvijas nakvynių skaičius viešbučiuose	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 , 7	,884** ,008 7	,875** ,010 7	-,901** ,006 7	,980** ,000 7	-,951** ,001 7	,376 ,405 7	,940** ,002 7	-,750 ,052 7	,951** ,001 7
Vartojimo kainų indeksas, proc.	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,884** ,008 7	1 , 7	,943** ,001 7	-,847* ,016 7	,877** ,010 7	-,833* ,020 7	,148 ,751 7	,968** ,000 7	-,826* ,022 7	,756* ,049 7
Valiutų kursas, 1 LAT/LTL	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,875** ,010 7	,943** ,001 7	1 , 7	-,900** ,006 7	,911** ,004 7	-,913** ,004 7	,004 ,994 7	,974** ,000 7	-,738 ,059 7	,770* ,043 7
Gyventojų skaičius	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,901** ,006 7	-,847* ,016 7	-,900** ,006 7	1 , 7	-,966** ,000 7	,966** ,000 7	,048 ,919 7	-,935** ,002 7	,865* ,012 7	-,900** ,006 7
BVP 1 gyventojui	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,980** ,000 7	,877** ,010 7	,911** ,004 7	-,966** ,000 7	1 , 7	-,989** ,000 7	,196 ,673 7	,957** ,001 7	-,794* ,033 7	,955** ,001 7
Nedarbo lygis, proc.	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,951** ,001 7	-,833* ,020 7	-,913** ,004 7	,966** ,000 7	-,989** ,000 7	1 , 7	-,132 ,778 7	-,937** ,002 7	,734 ,061 7	-,928** ,003 7
Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,376 ,405 7	,148 ,751 7	,004 ,994 7	,048 ,919 7	,196 ,673 7	-,132 ,778 7	1 , 7	,111 ,812 7	,107 ,819 7	,315 ,491 7
Viešbučių vietų skaičius per metus	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,940** ,002 7	,968** ,000 7	,974** ,000 7	-,935** ,002 7	,957** ,001 7	-,937** ,002 7	,111 ,812 7	1 , 7	-,826* ,022 7	,845* ,017 7
ARR	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,750 ,052 7	-,826* ,022 7	-,738 ,059 7	,865* ,012 7	-,794* ,033 7	,734 ,061 7	,107 ,819 7	-,826* ,022 7	1 , 7	-,753 ,051 7
RevPAR	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,951** ,001 7	,756* ,049 7	,770* ,043 7	-,900** ,006 7	,955** ,001 7	-,928** ,003 7	,315 ,491 7	,845* ,017 7	-,753 ,051 7	1 , 7

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

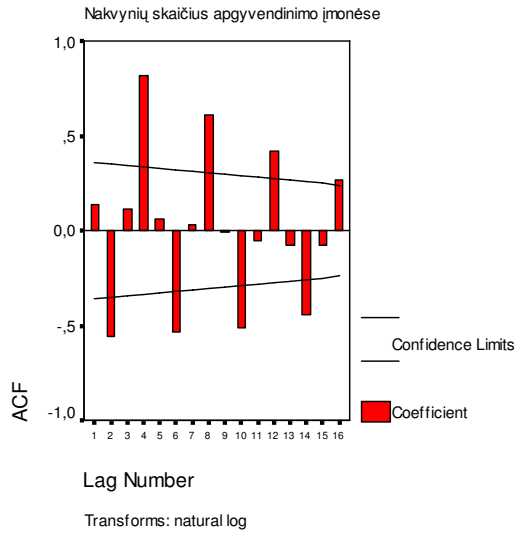
Correlations

		Svečių iš Latvijas nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse	Vartojimo kainų indeksas, proc.	Valiutų kursas, 1 LAT/LTL	Gyventojų skaičius	BVP 1 gyventojui	Nedarbo lygis, proc.	Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100
Svečių iš Latvijas nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 , 7	,861* ,013 7	,852* ,015 7	-,882** ,009 7	,971** ,000 7	-,944** ,001 7	,419 ,350 7
Vartojimo kainų indeksas, proc.	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,861* ,013 7	1 , 7	,943** ,001 7	-,847* ,016 7	,877** ,010 7	-,833* ,020 7	,148 ,751 7
Valiutų kursas, 1 LAT/LTL	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,852* ,015 7	,943** ,001 7	1 , 7	-,900** ,006 7	,911** ,004 7	-,913** ,004 7	,004 ,994 7
Gyventojų skaičius	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,882** ,009 7	-,847* ,016 7	-,900** ,006 7	1 , 7	-,966** ,000 7	,966** ,000 7	,048 ,919 7
BVP 1 gyventojui	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,971** ,000 7	,877** ,010 7	,911** ,004 7	-,966** ,000 7	1 , 7	-,989** ,000 7	,196 ,673 7
Nedarbo lygis, proc.	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-,944** ,001 7	-,833* ,020 7	-,913** ,004 7	,966** ,000 7	-,989** ,000 7	1 , 7	-,132 ,778 7
Lyginamasis kainų lygis, proc., kai ES 27=100	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,419 ,350 7	,148 ,751 7	,004 ,994 7	,048 ,919 7	,196 ,673 7	-,132 ,778 7	1 , 7

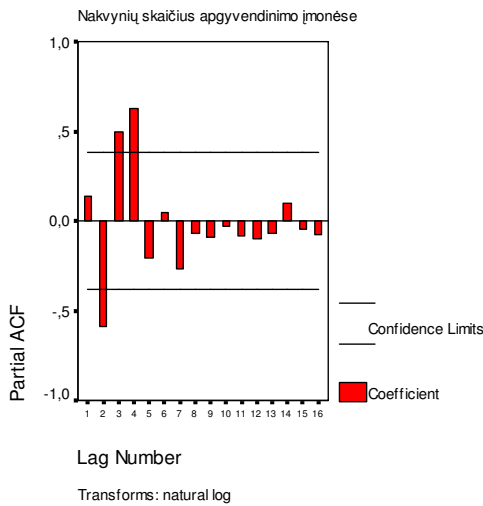
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

29 priedas. Korelogramų grafikai koeficientų prognozavimui ARIMA metodu nustatymui.



1 pav. ACF korelograma



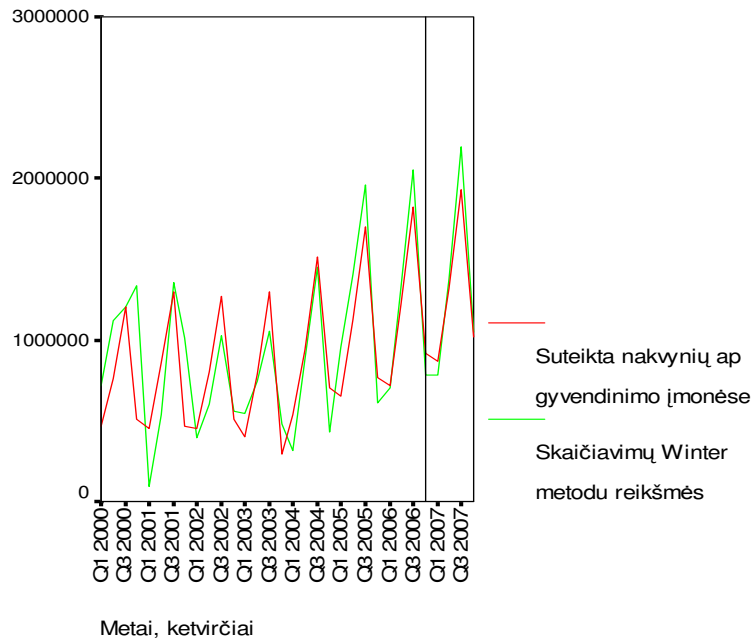
2. pav. PACF korelograma

1 lentelė. ARIMA modelio identifikavimo sąlygos

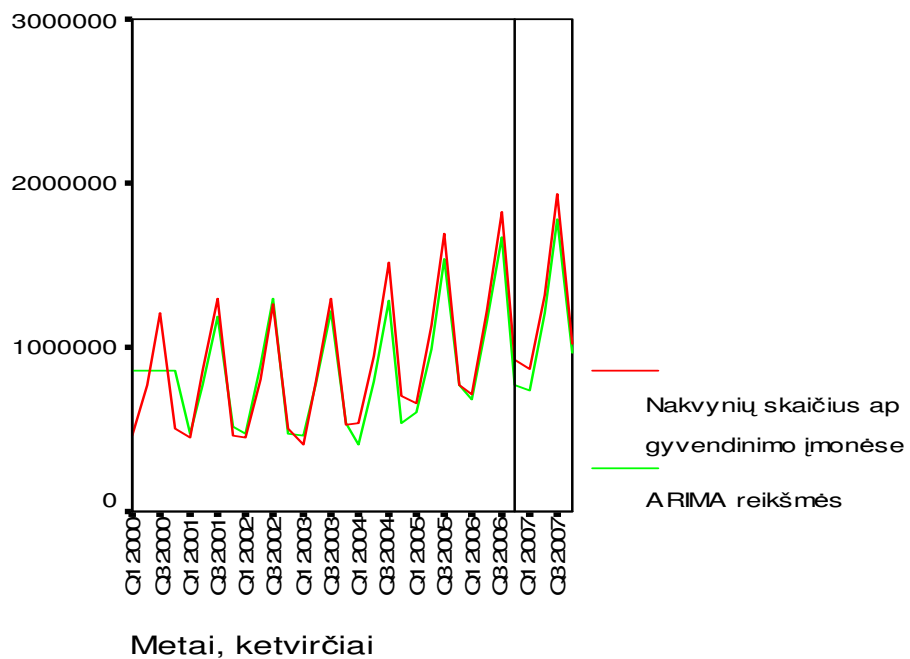
ARIMA modelio identifikavimo sąlygos

Rodiklis	(1,d,0)	(0,d,1)	(1,d,1)	(2,d,0)	(0,d,2)
ϕ_1 tikslumas	Neapibrėžtumas gresia	Tik $\phi_1 \neq 0$	Neapibrėžtumas gresia, nes gresia prafekcija	Neapibrėžtumas ir apibrėžtumas gresia	Tik $\phi_1 \neq 0, \phi_2 \neq 0$
ϕ_2 tikslumas	Tik $\phi_2 \neq 0$	Neapibrėžtumas gresia	Neapibrėžtumas gresia	Tik $\phi_2 \neq 0, \phi_1 \neq 0$	Neapibrėžtumas ir apibrėžtumas gresia
Pradiniai lygtiniai	$\phi_1 = \phi_2$	$\phi_1 = \frac{-\phi_2}{1 + \phi_2^2}$	$\phi_1 = \frac{(1 - \phi_1 \phi_2)(\phi_2 - \phi_1)}{1 + \phi_2^2 - 2\phi_1 \phi_2}$ $\phi_2 = \phi_1 \phi_2$	$\phi_1 = \frac{\phi_2(1 - \phi_2)}{1 - \phi_2^2}$ $\phi_2 = \frac{\phi_1 - \phi_2^2}{1 - \phi_2^2}$	$\phi_1 = \frac{-\phi_2(1 - \phi_2)}{1 + \phi_2^2 + \phi_2^4}$ $\phi_2 = \frac{-\phi_1}{1 + \phi_2^2 + \phi_2^4}$
Tikslum sąlygos	$-1 < \phi_1 < 1$	$-1 < \phi_1 < 1$	$-1 < \phi_1 < 1$ $-1 < \phi_2 < 1$	$-1 < \phi_2 < 1$ $\phi_2 + \phi_2^3 < 1$ $\phi_2 - \phi_2^3 < 1$	$-1 < \phi_2 < 1$ $\phi_2 + \phi_2^3 < 1$ $\phi_2 - \phi_2^3 < 1$

30 priedas. ARIMA ir Holt-Winter prognozės rezultatų ir faktinių reikšmių grafikai.



Holt – Winter Eksponentinio išlyginimo metodu gautų prognozavimo įverčių palyginimas su faktinėmis nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse duomenimis



ARIMA metodu apskaičiuotų reikšmių palyginimas su faktinėmis nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įmonėse duomenimis

31 priedas. Prognozavimo paklaidų apskaičiavimas.

	Faktinės reikšmės	Prognozės Eksponentinio išlyginimo metodu rezultatai	Prognozės ARIMA metodu rezultatai
07/I	864893	780416	733524
07/II	1323676	1375545	1208631
07/III	1928937	2195009	1776593
07/IV	1018092	1048980	969684

	Eksponentinio išlyginimo metodo prognostinių įverčių nustatymas	ARIMA metodo prognostinių įverčių nustatymas
Prognozavimo paklaidos e_t apskaičiavimas		
e_1 07/I	84477	131369
e_2 07/II	-51869	115045
e_3 07/III	-266072	152344
e_4 07/IV	-30888	48408

$$MAPE = \frac{\sum \left| \frac{e_t}{y_t} \right|}{n} \cdot 100\% \quad \text{paklaidos apskaičiavimas}$$

$\left \frac{e_1}{y_1} \right $	0.0977	0.1519
$\left \frac{e_2}{y_2} \right $	0.0392	0.0869
$\left \frac{e_3}{y_3} \right $	0.1379	0.0790
$\left \frac{e_4}{y_4} \right $	0.0303	0.0475
$\sum \left \frac{e_t}{y_t} \right $	0.3051	0.3653
$\sum \left \frac{e_t}{y_t} \right / n$	0.0763	0.0913
MAPE, proc.	7,6	9,1

$$MSE = \frac{\sum (Y_t - \tilde{Y}_t)^2}{n} \quad \text{paklaidos apskaičiavimas}$$

$(Y - \hat{Y})^2$	7 136 363 529	17 257 814 161
$(Y - \hat{Y})^2$	2 690 393 161	13 235 352 025
$(Y - \hat{Y})^2$	70 794 309 184	23 208 694 336
$(Y - \hat{Y})^2$	954 068 544	2 343 334 464
SUMA \sum	81 575 134 418	56 045 194 986
MSE	20 393 783 605	14 011 298 747

$$MPE = \frac{1}{n} \sum_{t=n+1}^{n+n} \frac{e_t}{y_t} \cdot 100\% \quad \text{paklaidos apskaičiavimas}$$

$\frac{e_1}{y_1}$	0.097673	0.15189
$\frac{e_2}{y_2}$	-0.03919	0.086913
$\frac{e_3}{y_3}$	-0.13794	0.078978
$\frac{e_4}{y_4}$	-0.03034	0.047548
$\sum \frac{e_t}{y_t}$	-0.10979	0.36533
$\sum \frac{e_t}{y_t} / n$	-0.02745	0.091332
MPE, proc.	-2,7	9,1

32 priedas. Eksponentinio išlyginimo parametrų reikšmės pagal apgyvendinimo tipą.

Užimtumas pagal apgyvendinimo tipus	α (alfa) Paskutinio stebėjimo svoris	γ (gama) Trendo parametras	θ (delta) Sezoniškumo parametras	Trendo koeficientas
Viešbučių numerių užimtumas	0,4	0,4	1	0,63393
Motelių numerių užimtumas	0,5	0,2	1	1,08839
Kempingų numerių užimtumas	0,3	0,0	1	0,66071
Turizmo centrų numerių užimtumas	0,6	0,2	1	-0,12679
Nakvynės namų numerių užimtumas	0,5	0,2	0,6	0,75268
Konferencijų centrų numerių užimtumas	0,2	0,6	0,6	0,69643
Privataus apgyvendinimo numerių užimtumas	0,5	0,2	0,6	0,47054

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus SPSS programos pagalba

Nakvynių skaičius pagal apgyvendinimo tipus	α (alfa) Paskutinio stebėjimo svoris	γ (gama) Trendo parametras	θ (delta) Sezoniškumo parametras	Trendo koeficientas
Nakvynių skaičius apgyvendinimo įmonėse	0,5	0,4	1	19583,84821
Nakvynių skaičius viešbučiuose	0,4	0,6	1	14300,16071
Užsieniečių nakvynių skaičius viešbučiuose	0,4	0,6	1	7867,72321
Lietuvių nakvynių skaičius viešbučiuose	0,3	1	0,6	6432,43750
Nakvynių skaičius moteliuose	0,7	0,2	1	961,91964
Nakvynių skaičius kempinguose	0,0	0,0	0,8	481,34821
Nakvynių skaičius turizmo centruose	0,6	0,0	1	132,24107
Nakvynių skaičius nakvynės namuose	0,6	0,0	0,2	912,05357
Nakvynių skaičius konferencijų centruose	0,3	0,2	0,8	170,75893
Nakvynių skaičius poilsio namuose	0,2	1	1	-203,29464
Nakvynių skaičius sveikatingumo įstaigose	0,7	0,2	1	1452,7500
Nakvynių skaičius privataus apgyvendinimo sekt.	0,8	0,2	1	912,05357

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus SPSS programos pagalba

33 priedas. Numerių užimtumas pagal ketvirtį ir apgyvendinimo įstaigos tipą.

Apgyvendinimo tipas Metai, ketv.	Viešbučiai	Moteliai	Kempingai	Turizmo centrai	Nakvynės namai	Konferencijų centrai	Privatus apgyvendinimo sektorius
Faktinės reikšmės							
2000K1	21.2	13.2	5.8	34.2	18.6	18.1	18.9
2000K2	32	16.6	12.1	46.5	23.2	26.2	15
2000K3	34.1	21.3	30.1	30.3	47.5	19.8	24.2
2000K4	25.3	20.1	7.5	19.6	23	41	26.1
2001K1	23.8	19.8	5.9	41.1	23.1	25.7	15.1
2001K2	35	24.7	12.1	29	33	24.4	25.7
2001K3	38.3	30.5	41.5	42.5	38.5	20.9	22.9
2001K4	28.4	23.7	6.3	33.4	24.1	25.1	14.5
2002K1	26.3	14.6	9.1	21.3	20.9	40.2	18.8
2002K2	40	19.8	13.2	36	34.6	50.7	21.2
2002K3	44	19.4	40.4	40.3	40.1	21.3	34.4
2002K4	29.2	17.3	11.7	24.6	30.3	17.9	17.9
2003K1	23.9	20.3	5.8	35.6	26.9	43.7	23
2003K2	36.1	31.2	20.5	32.4	32	33.1	25.9
2003K3	39.4	25.4	30.5	35.2	34.5	23	39.6
2003K4	28.5	24.1	12.3	27.1	20.8	46.7	46.9
2004K1	25.1	19.4	8.4	24.9	21.3	24.4	30.4
2004K2	39.7	26.3	18.7	32	32	33.7	41
2004K3	47.4	27.3	30.1	38.8	34	33.6	49.8
2004K4	32.2	27.7	14.7	34.3	24.9	27.4	29.3
2005K1	29.1	24.3	20.8	19.6	19.8	51.7	24.4
2005K2	45	40.2	25.5	36.5	38.7	36.1	28
2005K3	52.6	32.9	52.6	41.8	40.2	22.7	38.1
2005K4	34.8	34.6	34.1	27.4	25.3	32	29.9
2006K1	30.3	30.5	39.8	15.3	21.2	36	30.3
2006K2	46.4	37.5	36.5	21.9	58.8	58.7	29.3
2006K3	54.8	37.4	44.9	35.4	51.6	28.1	42.5
2006K4	36.2	42.2	33.3	13.1	43.2	42.9	40.9
2007K1	33.9	42.7	27.9	28	48.6	43.3	33.2
2007K2	48.7	49.1	33.1	23	51.2	63.5	41
2007K3	59.5	52.7	53.8	46.3	54.4	28.5	46.9
2007K4	41.5	48.6	14.7	19.1	42.4	47.8	37.2
Prognozuojamos reikšmės							
2008K1	37.03	46.92	26.82	23.25	39.81	50.92	33.08
2008K2	54.16	54.98	31.34	23.92	58.01	68.18	36.87
2008K3	66.51	56.94	48.05	43.84	59.34	33.62	47.12
2008K4	45.65	55.13	16.01	19.3	46.08	52.12	39.54
2009K1	40.64	53.02	29.16	23.49	42.83	56.12	34.02
2009K2	59.32	61.9	34.01	24.17	62.31	74.97	37.92
2009K3	72.69	63.89	52.06	44.28	63.67	36.89	48.42
2009K4	49.79	61.65	17.32	19.49	49.38	57.06	40.64
2010K1	44.25	59.11	31.5	23.73	45.84	61.31	34.96
2010K2	64.47	68.81	36.69	24.41	66.62	81.75	38.96
2010K3	78.87	70.83	56.08	44.73	67.99	40.15	49.74
2010K4	53.94	68.18	18.63	19.69	52.68	62	41.74

Šaltinis: apskaičiuota autoriaus SPSS programos pagalba remiantis Statistikos departamento duomenimis

34 priedas. Nakvynių skaičius pagal ketvirtį ir apgyvendinimo įstaigos tipą.

	Nakvynių skaičius apgyvendini mo įmonėse	Nakvynių skaičius viešbučiu ose	Nakvynių skaičius moteliuose	Nakvyni ų skaičius kemping uose	Nakvynių skaičius turizmo centruose	Nakvynių skaičius nakvynės namuose	Nakvynių skaičius konferencij ų centruose	Nakvynių skaičius privataus apgyvendi nimo sekt.	Nakvynių skaičius poilsio namuose	Nakvynių skaičius sveikating umo įstaigose
Faktinės reikšmės										
2000K1	464191	137590	3706	230	4076	2638	6421	284	19133	290113
2000K2	764300	241924	4581	4703	10415	3541	9356	314	99584	372061
2000K3	1207330	296549	5543	13650	12020	6443	8350	568	303546	461151
2000K4	506386	186615	5214	271	4815	2647	15624	345	36584	254221
2001K1	453888	147322	5194	345	3090	3430	12677	181	20621	261028
2001K2	861539	268271	7146	5291	11010	7153	16090	358	91864	393801
2001K3	1297501	326017	8732	20322	19269	7612	10768	558	315030	491073
2001K4	463966	194990	6963	304	5109	3559	15630	189	24819	211885
2002K1	449691	170997	3674	434	2166	3387	15697	429	25964	226123
2002K2	806481	296009	5876	6936	14001	6869	16668	522	122562	305189
2002K3	1266795	353741	6289	20911	18882	6981	8695	1924	331614	402027
2002K4	507639	207448	5882	555	5617	4916	8966	715	32858	239822
2003K1	401404	152208	7522	329	6141	4397	15915	883	21893	192116
2003K2	788382	295223	12186	5980	11181	7443	15778	2038	108000	298897
2003K3	1297502	387898	8796	25251	18295	8028	11125	4568	301347	409697
2003K4	527982	235726	8384	493	2966	4750	13785	2355	29737	229426
2004K1	535440	229222	7028	359	2585	3224	12121	4729	18250	257753
2004K2	941124	421695	11135	6712	8144	5752	10545	6667	102200	341731
2004K3	1517479	614719	13094	20436	13752	8080	9684	7774	298784	406092
2004K4	701330	332989	12191	1055	4736	3816	9552	3926	27921	304827
2005K1	655989	306679	11199	1082	2326	2894	10231	5206	22215	294037
2005K2	1129576	553894	18032	13406	9543	7113	10684	8292	96684	369344
2005K3	1697393	720225	21247	44667	14646	8191	11717	31557	297139	418159
2005K4	768134	409713	20695	3372	4147	4449	14054	6926	29399	274924
2006K1	714565	361281	17148	3659	3654	5076	18817	6028	22345	282250
2006K2	1218106	630278	20521	19820	10150	18122	17983	7992	84893	372663
2006K3	1820863	823613	24119	38006	19598	18313	12297	25027	265812	444330
2006K4	920725	483755	24110	3532	3232	12873	16331	9098	21819	343178
2007K1	864893	421990	25170	3232	3285	21682	14886	7335	29812	337060
2007K2	1323676	653581	35845	24020	11373	32527	16139	9869	90996	404897
2007K3	1928937	852562	35315	42443	26176	35383	10820	22842	282996	451831
2007K4	1018092	536163	30449	3070	5303	27827	17031	9573	32274	346466
Prognozuojamos reikšmės										
2008K1	891434	434390	28733	3649	4840	23350	15800	29449	39683	331193
2008K2	1389674	688953	37694	25863	15375	45054	16573	50603	122891	408589
2008K3	2100221	924487	38253	47207	29199	49902	11822	54525	389085	480466
2008K4	1090302	573094	35451	3555	5681	27734	17385	37968	43336	360310
2009K1	953559	463804	33267	4007	5179	25607	16370	39285	52211	344296
2009K2	1484864	734829	43417	28339	16434	49306	17165	66202	158850	424596
2009K3	2241659	985038	43847	51619	31175	54502	12240	70129	495175	499106
2009K4	1162512	610025	40453	3880	6059	30233	17995	48108	54398	374155
2010K1	1015684	493219	37801	4365	5518	27863	16939	49121	64739	357399
2010K2	1580053	780704	49139	30814	17492	53557	17757	81800	194809	440603
2010K3	2383098	1045589	49442	56032	33151	59103	12659	85734	601264	517746
2010K4	1234722	646957	45455	4205	6437	32732	18605	58249	65460	387999

Saltinis: apskaičiuota autoriaus SPSS programos pagalba remiantis Statistikos departamento duomenimis