

**VILNIAUS UNIVERSITETO
KAUNO HUMANITARINIO FAKULTETO**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

Tarptautinio verslo studijų programa
Kodas: 62403S113

JULIUS MEŠKAUSKAS

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

**APGYVENDINIMO PASLAUGŲ SEKTORIAUS VYSTYMO SI LIETUVOJE
GALIMYBĖS**

Kaunas 2009

**VILNIAUS UNIVERSITETO
KAUNO HUMANITARINIS FAKULTETO**

VERSLO EKONOMIKOS IR VADYBOS KATEDRA

JULIUS MEŠKAUSKAS

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

**APGYVENDINIMO PASLAUGŲ SEKTORIAUS VYSTYMO SI LIETUVOJE
GALIMYBĖS**

Darbo vadovas _____
(parašas)

(darbo vadovo laipsnis,
mokslo pedagoginis vardas,
vardas ir pavardė)

Magistrantas _____
(parašas)

Darbo įteikimo data _____

Registracijos Nr. _____

Kaunas 2009

TURINYS

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS	4
LENTELIŲ SĄRAŠAS.....	5
PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS.....	6
ĮVADAS.....	7
1. APGYVENDINIMO PASLAUGŲ VERSLO TEORINIAI ASPEKTAI	9
1.1. Apgyvendinimo paslaugos samprata ir pagrindinės ypatybės	9
1.2. Apgyvendinimo formos ir jų grupavimas	11
1.3. Apgyvendinimo paslaugų klasifikavimas	22
1.4. Apgyvendinimo rinkos segmentai.....	24
1.5. Pagrindiniai apgyvendinimo įstaigų rodikliai	26
2. APGYVENDINIMO PASLAUGŲ VERSLAS LIETUVOJE	27
2.1. Apgyvendinimo paslaugų formos ir jų grupavimas Lietuvoje.....	27
2.2. Apgyvendinimo paslaugų klasifikavimas Lietuvoje	30
2.3. Apgyvendinimo paslaugų rinka Lietuvoje	31
2.4. Apgyvendinimo paslaugų užimtumo charakteristikos	37
2.5. Apgyvendinimo paslaugų sektoriaus problemos ir ateities tendencijos.....	43
3. VIEŠBUČIŲ SEKTORIAUS PLĖTROS LIETUVOJE GALIMYBIŲ TYRIMAS	47
3.1. Tyrimo metodika	47
3.2. Tyrimo rezultatų aptarimas	50
IŠVADOS.....	60
SUMMARY	62
LITERATŪRA.....	63
1 PRIEDAS	66

SANTRUMPŲ SĄRAŠAS

ES – Europos sąjunga

LR – Lietuvos Respublika

LVRA – Lietuvos viešbučių asociacija

NVS – nepriklausomų valstybių sandrauga

PVM – pridėtinės vertės mokestis

WATA – Pasaulinė kelionių agentūrų asociacija

WTO – Pasaulinė turizmo organizacija

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė Apgyvandinimo įstaigų klasifikavimas	11
2 lentelė Apgyvandinimo būdų klasifikavimas	15
3 lentelė Tarptautinės viešbučių grandinės (tinklai) Lietuvoje	18
4 lentelė Specialaus apgyvendinimo būdai ir jų ypatybės.....	21
5 lentelė Specialaus apgyvendinimo paslaugos	28
6 lentelė Apgyvandinimo įstaigų skaičius Lietuvoje 2000-2008 m.	32
7 lentelė Numerių ir vietų skaičius apgyvendinimo įstaigose 2008 m.....	33
8 lentelė Apgyvandinimo įstaigos pagal numerių skaičių 2008 m.....	34
9 lentelė Apgyvandinimo įstaigų pasiskirstymas pagal apskritis.....	35
10 lentelė Viešbučių ir svečių namų pasiskirstymas pagal žvaigždučių skaičių 2007-2008 m.	36
11 lentelė Apgyvendinta svečių apgyvendinimo įstaigose 2008 m.	38

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Apgyvandinimo produkto elementai	10
2 pav. Apgyvandinimo paslaugų struktūra pagal savarankiškumo laipsnį	12
3 pav. Apgyvandinimo paslaugų struktūra pagal J.C.Holloway	13
4 pav. Apgyvandinimo paslaugų struktūra pagal C.R.Goeldner ir J.R.Brent	14
5 pav. Apgyvandinimo būdai	15
6 pav. Pagrindiniai viešbučių klasifikavimo tikslai	23
7 pav. Apgyvandinimo įstaigų skaičius Lietuvoje 2000-2008 m.	31
8 pav. Apgyvandinimo įstaigų skaičius Lietuvoje	32
9 pav. Numerių ir vietų skaičius apgyvendinimo įstaigose 2008 m.	33
10 pav. Apgyvandinimo įstaigų pasiskirstymas pagal apskritis 2008 m. IV ketvirtį.....	36
11 pav. Apgyvendintas svečių skaičius Lietuvos apgyvendinimo įstaigose 2000-2008 m.	37
12 pav. Viešbučių ir motelių numerių užimtumas 2000-2008 m.	38
13 pav. Apgyvendinta svečių apgyvendinimo įstaigose pagal mėnesius.....	39
14 pav. Užsieniečiai pagal šalis apgyvendinimo įstaigose 2008 m.	40
15 pav. Svečių užsieniečių dalis Lietuvos apgyvendinimo įstaigose pagal tipus 2007-2008 m.	40
16 pav. Svečių užsieniečių viešbučiuose ir svečių namuose pagal šalis 2008 m.	41
17 pav. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų užsieniečių geografinis pasiskirstymas 2008 m.	42
18 pav. Svečių užsieniečių dalis Lietuvos apgyvendinimo įstaigose pagal tipus 2007-2008 m.	42
19 pav. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų lietuvių geografinis pasiskirstymas 2008 m.	43
20 pav. Viešbučių pasiskirstymas pagal dydį.....	51
21 pav. Apklaustųjų viešbučių geografinis pasiskirstymas.....	51
22 pav. Apklaustų viešbučių pasiskirstymas pagal žvaigždučių skaičių	52
23 pav. Paslaugų rūšys viešbučiuose.....	52
24 pav. Lankytojų skaičius viešbučiuose pagal šalių grupes	53
25 pav. Lankytojų skaičius viešbučiuose pagal šalis	54
26 pav. Lietuvių dalis viešbučiuose	54
27 pav. Svečių, apsistojančių viešbučiuose, atvykimo tikslai.....	55
28 pav. Svečių pasirenkami kambariai, maitinimo būdas ir apsistojimo trukmė.....	56
29 pav. Svečių apsisprendimą, pasirenkant viešbutį apsigyvenimui, veiksniai	57
30 pav. Apgyvandinimo paslaugų Lietuvoje plėtros perspektyvos.....	57
31 pav. Viešbučių savininkų ketinimai plėsti verslą.....	58
32 pav. Vyriausybės vaidmuo skatinant apgyvendinimo paslaugų verslą.....	59

ĮVADAS

Daugelyje pasaulio šalių turizmas yra pripažintas viena iš svarbiausių ūkio šakų. Remiantis Pasaulio turizmo organizacijos (WTO) analize, 83 proc. pasaulio šalių turizmas yra vienas iš penkių pajamas teikiančių sektorių ir 38 proc. pasaulio šalių pagrindinis užsienio valiutos šaltinis. Lietuva, kaip naujas tarptautinio turizmo regionas, formuojasi Vidurio Europos ir pietryčių Baltijos jūros šalių geografinėje ir ekonominėje erdvėje, išsidėščiusioje geografiniu požiūriu strateginėje vietoje. Lietuvą kertantys tarptautiniai transporto srautai bei didžiulės artimos turizmo rinkos yra svarbūs veiksniai tarptautinio turizmo vystymui, o turizmo vystymas yra glaudžiai susijęs su apgyvendinimo paslaugų verslo sferos plėtra.

Apgyvendinimo paslaugų verslo sfera pagal augimą yra trečiasis tarp Lietuvos ūkio sričių po apdirbamosios pramonės ir prekybos. Jo augimas prilygsta bendram ūkio augimui. Nors ir kaip sparčiai šis sektorius plečiasi, Lietuvos viešbučių asociacija (LVRA) prognozuoja, kad apgyvendinimo paslaugų verslas Lietuvoje vis dar turi kur plėstis. Negalima sakyti, kad šiandien yra pakankamai viešbučių ir kitų apgyvendinimo formų. Dažnai užsieniečiai atvažiuoja į Lietuvą tyrinėti rinkos ir svarsto, kaip vieną ar kitą pastatą pavertus viešbučiu ar moteliu. Lietuvoje toks verslas traktuojamas kaip prioritetinga šaka. Pastaraisiais metais pastebima, kad Lietuva tampa patrauklia turizmo šalimi, padidėjo atvykstančiųjų srautas. Tai puikios sąlygos plėsti apgyvendinimo paslaugų verslą, bet tam reikia žinoti, kur plėtros potencialas yra didžiausias.

Daugelyje paslaugų ir turizmo teorijos vadovėlių apie apgyvendinimo verslą nėra kalbama tiesiogiai, užsimenama, tik kad tai yra turizmo paslaugų dalis. Daugiausia apgyvendinimo paslaugų verslo sfera analizuojama mokslinių konferencijų medžiagoje ir moksliniuose straipsniuose bei vadovėliuose, tačiau tik atskirais aspektais (viešbučių paslaugų vartotojų elgsena ir pan., viešbučių veiklos rodikliai ir pan.). Informacijos apie šią sferą taip pat galima rasti informaciniuose leidiniuose (laikraščių, žurnalų straipsniuose) bei LR įstatymuose, bet tai pavieniai straipsniai, atspindintys tik to meto problemas.

Darbo objektas – apgyvendinimo paslaugos.

Darbo tikslas – įvertinus apgyvendinimo paslaugų rinką Lietuvoje, išsiaiškinti jos plėtros galimybes.

Darbo uždaviniai. Siekiant iškelto tikslo, yra nagrinėjami tokie uždaviniai:

- ištirti teorinius apgyvendinimo paslaugų verslo aspektus;
- išanalizuoti apgyvendinimo paslaugų rinkos situaciją Lietuvoje;
- atlikti tyrimą, siekiant išsiaiškinti apgyvendinimo paslaugų rinkos plėtros galimybes Lietuvoje;
- Pateikti apibendrintus tyrimo rezultatus.

Hipotezė: Lietuvoje didėja apgyvendinimo paslaugų paklausa.

Darbą sudaro trys pagrindinės dalys. Pirmoje dalyje aptariami teoriniai apgyvendinimo paslaugų verslo sektoriaus rinkos aspektai: pateikiama apgyvendinimo paslaugų samprata bei pagrindinės ypatybės, apžvelgiamos apgyvendinimo paslaugų formos ir pateikiamas jų grupavimas bei klasifikacija, išskiriami apgyvendinimo paslaugų rinkos segmentai, apibūdinami pagrindiniai apgyvendinimo įstaigų rodikliai. Antroje dalyje nagrinėjama apgyvendinimo paslaugų verslo situacija Lietuvoje – apgyvendinimo paslaugų pasiūla, paklausa bei artimiausios prognozės. Trečioje dalyje aprašoma tyrimo metodika: naudoti tyrimo metodai, tyrimo eiga, rezultatų apdorojimas bei pagrindžiamas instrumentarijus. Šioje dalyje taip pat atliekama viešbučių verslo sektoriaus plėtros Lietuvoje galimybių tyrimo rezultatų analizė.

Rašant darbą, buvo naudojami tokie tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, aprašomoji ir palyginamoji analizė, anketinė apklausa bei duomenų sisteminimo ir statistinės analizės metodai.

Darbe yra panaudota 33 literatūros šaltiniai: 16 mokslinių-teorinių bei mokomųjų darbų, iš jų 7 anglų kalba ir 1 rusų kalba, bei 17 informacinių šaltinių, iš kurių 2 rusų kalba ir 16 elektroninių šaltinių.

Šis darbas yra naudingas tuo, kad jame pateikiami susisteminti pagrindiniai apgyvendinimo paslaugų verslo sektoriaus aspektai. Be teorinių tyrimų, darbe pateikta statistinių duomenų apie apgyvendinimo paslaugų verslo sektorių Lietuvoje analizė bei pateikiami tyrimo, siekiant išsiaiškinti viešbučių verslo sektoriaus plėtros galimybes, rezultatai. Šis darbas bus naudingas ne tik verslo, ekonomikos, vadybos ir kt. studentams, bet ir verslininkams, nes apgyvendinimo paslaugų verslas yra dinamiškas ir greitai besikeičiantis. Aktyvūs apgyvendinimo paslaugų įstaigų savininkų veiksmai yra būtini, jei jie siekia išsilaikyti konkurencingai. Žinant apgyvendinimo paslaugų sektoriaus plėtros tendencijas, lengviau prisitaikyti prie rinkos ir išlaikyti esamą poziciją, o galbūt ją netgi pagerinti.

Darbą sudaro įvadas, 3 dalys, išvados, santrauka anglų kalba. Pagrindinė darbo medžiaga aprašyta 55 puslapiais, įskaitant 11 lentelių ir 32 paveikslus. Taip pat pateikiamas 1 priedas. Panaudotos mokslinės literatūros sąrašą sudaro 16 šaltinių, informacinių leidinių – 17.

1. APGYVENDINIMO PASLAUGŲ VERSLO TEORINIAI ASPEKTAI

Šioje dalyje pateikiama apgyvendinimo paslaugų samprata bei pagrindinės ypatybės, apžvelgiamos apgyvendinimo paslaugų formos ir pateikiamas jų grupavimas bei klasifikacija, išskiriami apgyvendinimo paslaugų rinkos segmentai, apibūdinami pagrindiniai apgyvendinimo įstaigų rodikliai.

1.1. Apgyvendinimo paslaugos samprata ir pagrindinės ypatybės

Pagal LR Turizmo įstatymą, *apgyvendinimo paslauga* – tai būtinos apgyvendinti sąlygos ir veikla, kuria tenkinami turisto nakvynės, higienos, maitinimo ir poilsio poreikiai. Daugelis autorių, ypač užsieniečiai, apgyvendinimo paslaugų verslo sąvoką tapatina su svetingumo verslo (angl. – *hospitality*) sąvoka, tik pastaroji, jų nuomone, apima platesnį paslaugų spektrą, įtraukdama ir maitinimo paslaugas bei pramogas. anot nepriklausomos rusų viešbučių sektoriaus konsultantės Mikhailin Horozova (2007), svetingumas yra sistema priemonių, užtikrinančių aukšto lygio komfortą, kuris pasiekiamas įvairių buitinių ir su pramogomis susijusių paslaugų teikimu.

Apgyvendinimo paslaugos sudaro didžiausią ir labiausiai paplitusią pasaulyje turizmo sektorių. Jos yra būtina turizmo struktūrinė dalis kiekvienoje vietovėje, norint pritraukti ne tik vienadienius lankytojus, atvykstančius 3-4 valandoms, bet ir turistus, praleidžiančius joje vieną naktį ar ilgesnį laikotarpį (Turizmas, 2002).

Apgyvendinimo paslaugos padeda pritraukti ne tik turistus, bet ir investicijas į atitinkamos vietovės bendrą turizmo produktą, nes kartais būtent nuo apgyvendinimo paslaugų kokybės ir įvairovės priklauso vietovės patrauklumas ir populiarumas turistų atžvilgiu. Dėl šių priežasčių kiekvienos vietovės turizmo strateginio vystymo kryptyse turi būti numatomos ir tai vietai svarbios ir patrauklios apgyvendinimo formos bei jų plėtros galimybės.

Apgyvendinimo paslaugos labai svarbios šalies ar regiono ekonomikai kaip biudžeto pajamų šaltinis bei darbo vietos. Sunku apibrėžti bendrą turistų kelionės išlaidų dalį, tenkančią apgyvendinimo paslaugų įsigijimui, nes turistų patiriamos išlaidos stipriai svyruoja priklausomai nuo rinkos, apgyvendinimo tipo ir kitų faktorių. C.Cooper ir kt. (2005) manymu, apie 33 proc. visų kelionės išlaidų tenka šiam sektoriui. Autoriaus teigimu, ši dalis sumažėja perkant pilnus turizmo paslaugų paketus, kadangi kelionių operatoriai užsako labai daug vietų žemomis kainomis. Ir priešingai – ši dalis ženkliai didėja vietinių kelionių atveju, nes mažiau išlaidų tenka transportui.

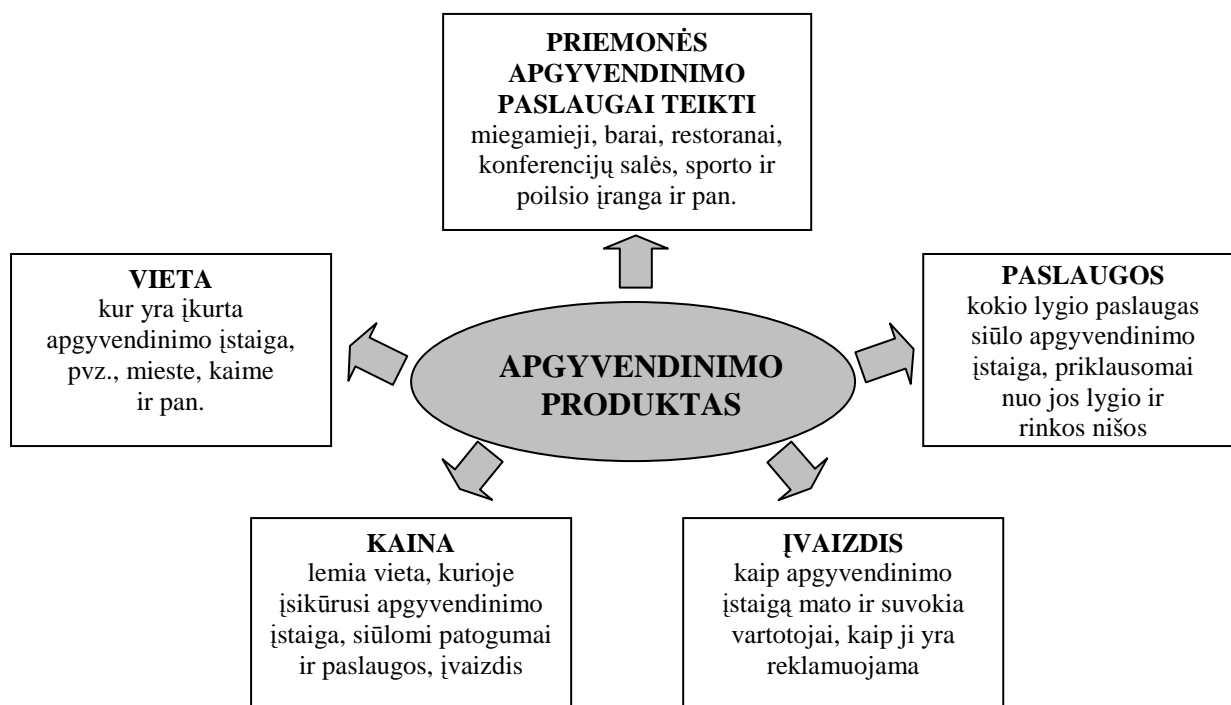
Apgyvendinimo paslaugos gali būti parduodamos labai pigiai, kaip galimybė padidinti kitų turizmo sektorių įplaukas. Pavyzdžiui, ne sezono metu viešbučiai dažnai sumažina nakvynės kainas su sąlyga, kad svečiai užsisakys bent minimalų maitinimą, pramogaus, naudosis kitomis viešbučio

siūlomomis paslaugomis. C.Cooper ir kt. (2005) teigimu, ši strategija atskleidžia dvi svarbias apgyvendinimo paslaugų sektoriaus savybes:

- paklausa yra labai nepastovi ir stipriai priklauso nuo sezono ir savaitės dienų;
- apgyvendinimo paslaugos gali skatinti kitų turizmo sektorių paslaugų pardavimus. Pvz., viešbučiai, kuriuose veikia kazino, dažnai siūlo pigesnę nakvynę tikėdamiesi, kas turistai daugiau pinigų išleis prie lošimo stalų, arba viešbučiai, turintys golfo aikštynus, gali stengtis pritraukti pajamas iš mokesčių, susijusių su golfu, o ne nakvyne (Cooper ir kt., 2005).

Panašias apgyvendinimo paslaugų verslo savybes išskiria ir S.J.Page ir J.Connell (2006). Jų teigimu, sezoniškumas ypač pasireiškia tuose regionuose, kurie yra populiarūs karštuoju metų laikotarpiu. Tokiu atveju apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės marketingo veiksmai yra nukreipti į pastangas užpildyti kambarius ne piko laikotarpiu, taikant įvairias nuolaidas ir bandant pritraukti vartotojus kitais būdais.

Pagal Medlik ir Ingram (2002), pats apgyvendinimo produktas susideda iš penkių elementų: vietos, priemonių, paslaugų, įvaizdžio ir kainos (žr. 1 pav.).



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal PAGE, Stephen J.; CONNELL, Joanne, *Tourism: A Modern Synthesis*, 2006, p. 203

1 pav. Apgyvendinimo produkto elementai

Kaip ir kitose verslo šakose, taip ir apgyvendinimo paslaugų sektoriuje pastebimas globalizacijos procesas. Terminas „globalizacija” yra neatsiejamas nuo internacionalizacijos proceso, kuris yra siejamas su augančia pasaulinio masto tendencija, jog produktus teikia ir vartotojų skonius tenkina tarptautinės kompanijos. S.J.Page ir J.Connell (2006) teigimu, kai kurie kritikai įrodinėja, kad apgyvendinimo paslaugų sektoriaus globalizacija priveda prie turizmo verslo

„McDonaldizacijos“, kur vartotojo išpūdžiai apie viešbutį vienoje šalyje yra identiški išpūdžiams kitoje šalyje. Kitaip tariant, tarptautinės kompanijos produktus ir paslaugas homogenizuoja įvairiuose valstybėse, ypač tais apgyvendinimo paslaugų atvejais, kai vartotojai yra užtikrinami dėl paslaugos standartinio lygmens, nepriklausomai nuo šalies, kurioje jie lankosi. Bet kuri apgyvendinimo sektoriaus įmonė, taikanti globalią strategiją, gali įsikurti kitoje šalyje, negu įsikūrusi jos pagrindinė kompanija, ir tą gali daryti keliais būdais:

- suteikiant frančizę veikti ir vystyti kompanijos verslą kitose šalyse;
- suteikiant licenciją kitoms kompanijoms naudoti savo prekinį ženklą;
- sudarant ne investicines valdymo sutartis;
- įsigyjant užsienio turto ir akcijų;
- horizontalus įmonių jungimasis tam, kad veiktų tarptautiniu mastu daugelyje valstybių (Page ir Connell, 2006).

1.2. Apgyvendinimo formos ir jų grupavimas

Pasaulyje yra daug apgyvendinimo įstaigų. Skiriasi jų tipai, dydis, organizacinė struktūra, kategorijos ir pan. Apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių grupavimas yra reikalingas tam, kad būtų lengviau palyginti jų ūkinę veiklą bei nustatyti, kokiais tikslais laukiami svečiai. Grupuojant šias įmones į grupes yra lengviau apskaičiuoti statistinius rodiklius ir sudaryti įvairias ataskaitas. Siūlomi įvairūs apgyvendinimo sektoriaus struktūriniai modeliai, kurių pagrindu imami skirtingi kriterijai. Kauno kolegijos ir Klaipėdos universiteto sudarytame vadovėlyje „Turizmas“ (2002) nurodoma, kad aptarnavimo paslaugos gali būti skirstomos į tam tikras grupes pagal įvairius kriterijus (žr. 1 lentelę).

1 lentelė

Apgyvendinimo įstaigų klasifikavimas

Kriterijus	Apgyvendinimo įstaigų grupės
Aptarnavimo laipsnis	Pilno aptarnavimo ir Savitarnos
Mokėjimas už paslaugas	Mokamos ir Nemokamos
Stacionarumas	Pastovios ir Mobilios
Vieta	Miestuose ir Kaimo vietovėse
Turistų kelionės tikslai	Komerciniai viešbučiai, Atostogų centrai ir kt.
Savarankiškumo laipsnis	Nepriklausomi ir Grandinės (vietinėms ir tarptautinės)

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal Kauno kolegija; Klaipėdos universitetas, *Turizmas*, 2002, p. 114

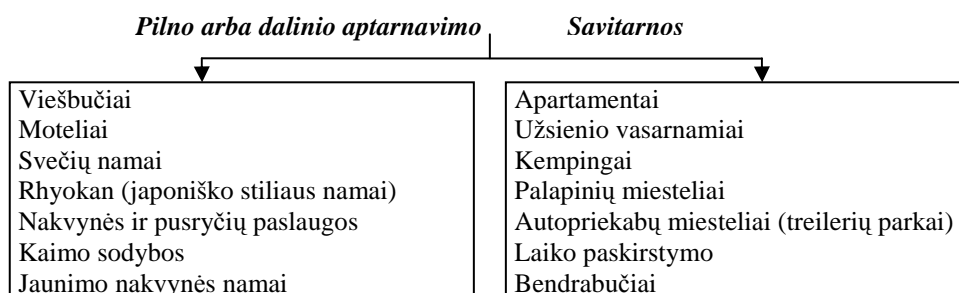
C.Cooper ir kt. (1993) išskiria labai panašius apgyvendinimo įstaigų grupavimo principus:

- *Mokamas/nemokamas*. Skiriamos mokamos komercinės apgyvendinimo įstaigos ir nemokamos arba tik už simbolinį mokestį nuomojamos įstaigos.

- *Pilno ar dalinio aptarnavimo/savitarnos*. Pilno/dalinio aptarnavimo apgyvendinimo įstaigose yra teikiamos papildomos paslaugos, ne tik nakvynė. Savitarnos apgyvendinimo įstaigose lankytojas gauna tik vietą nakvynei, tačiau jis gali įsigyti tam tikrų paslaugų už papildomą kainą.
- *Nuosavas/nuomojamas*. Dauguma turistus ir kitus lankytojus apgyvendinančių įstaigų yra nuomojamos, tačiau gali pasitaikyti ir nuosavų apgyvendinimo vietų, pvz., vasarnamis užsienyje, laiko paskirstymo formos.
- *Pagrindinis tikslas/antrinis apgyvendinimas*. Kai kurios apgyvendinimo įstaigos yra skirtos būtent nakvynės paslaugai teikti, tačiau yra ir tokių apgyvendinimo formų, kurios teikiamos ne specialiai turistų ir kitų lankytojų apgyvendinimui skirtuose pastatuose ar vietovėse.
- *Statiškas/mobilus*. Dauguma apgyvendinimo būdų yra stacionarūs, t.y. jie tvirtai stovi ant žemės, tačiau gali būti ir mobilių apgyvendinimo būdų, tokių kaip nameliai ant ratų, jachtos ir pan.
- *Kelionės tikslas*. Vienos apgyvendinimo įstaigos gali būti skirtos daugiau turistų apgyvendinimui, kitos gali labiau orientuotis į verslo keliautojus ir pan.

Taigi matome, jog apgyvendinimo įstaigų grupavimo kriterijų yra na vienas, priklausomai nuo dominančios apgyvendinimo įstaigos charakteristikos. Daugelis autorių savo darbuose kalbėdami apie apgyvendinimo įstaigas jas skirsto pagal aptarnavimo laipsnį į savitarnos ir pilno/dalinio aptarnavimo arba pagal mokėjimą už apgyvendinimą – komercines ir nekomercines.

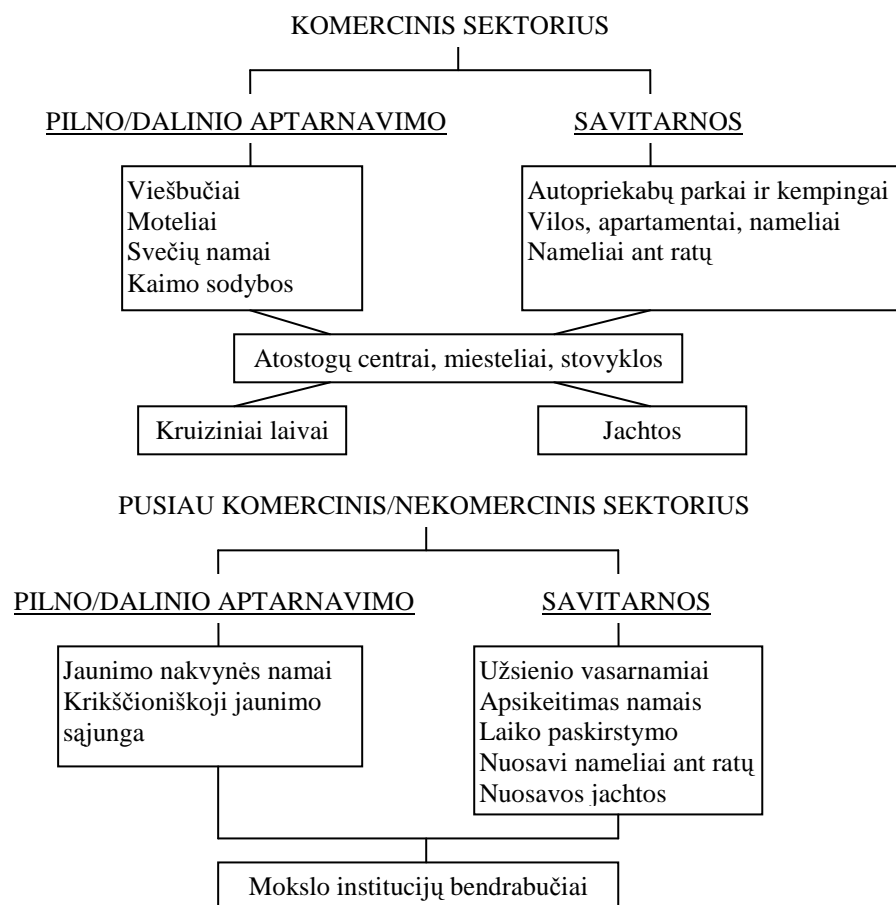
Kauno kolegijos ir Klaipėdos universiteto sudarytame vadovėlyje „Turizmas“ (2002) pateiktas apgyvendinimo įstaigų grupavimas pagal aptarnavimo laipsnį, kur visos apgyvendinimo formos skirstomos į pilno arba dalinio aptarnavimo ir savitarnos (žr. 2 pav.). Vadovėlio sudarytojų teigimu, grupuojant pagal minėtą kriterijų, pilno arba dalinio aptarnavimo grupei priklauso tos apgyvendinimo formos, kur svečias gauna ne tik nakvynę, bet ir pilną arba dalinį maitinimą. Savitarnos formoms būdinga tai, jog svečias gauna nakvynę, o maitinimu ir kitomis paslaugomis turi rūpintis pats už papildomą kainą.



Šaltinis: Kauno kolegija; Klaipėdos universitetas, *Turizmas*, 2002, p. 114

2 pav. Apgyvendinimo paslaugų struktūra pagal savarankiškumo laipsnį

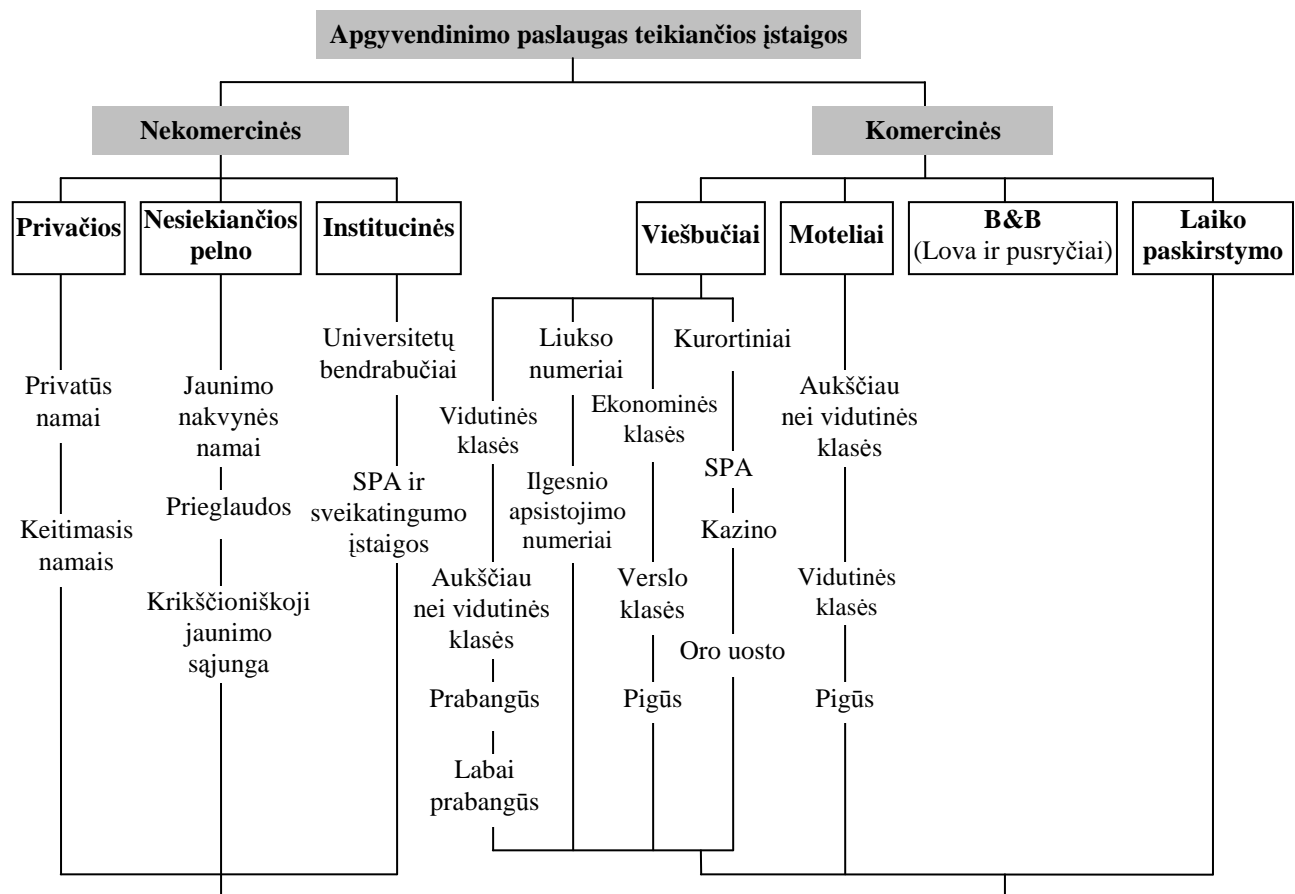
Aptarnavimo laipsnio kriterijų taip pat naudoja J.C.Holloway (1994). Skirtumas tik tas, jog šis autorius visus apgyvendinimo būdus iš pradžių skirsto į dvi pagrindines grupes: komercinį ir pusiau komercinį/nekomercinį sektorius, o tik paskui kiekvieną jų dar skirsto į pilno/dalinio aptarnavimo ir savitarnos grupes, priskirdamas joms atskiras apgyvendinimo formas (žr. 3 pav.). J.C.Holloway teigia, jog skirstymas į pilno/dalinio aptarnavimo ir savitarnos kategorijos nėra visiškai griežtas, nes kai kurios apgyvendinimo formos, tokios kaip atostogų centrai/miesteliai/stovyklos arba mokslo įstaigų bendrabučiai, gali siūlyti tiek visišką ar dalinį aptarnavimą, tiek savitarnos galimybes. Autoriaus teigimu, tokios įstaigos yra tarpinės ir nubrėžia aiškesnes ribas tarp visiško/dalinio aptarnavimo ir savitarnos įstaigų.



Šaltinis: HOLLOWAY, J.Christopher, *The Business of Tourism*, 1994, 118 p.

3 pav. Apgyvendinimo paslaugų struktūra pagal J.C.Holloway

Panašiai kaip J.C.Holloway, C.R.Goeldner ir J.R.Brent (2003) visą apgyvendinimo paslaugų sektorių taip pat skirsto į dvi pagrindines grupes: komercinį ir nekomercinį sektorius, tačiau šie autoriai neakcentuoja savarankiškumo laipsnio kriterijaus. Autoriai dvi pagrindines grupes skirsto į smulkesnius pogrupius atitinkamai komercinį į viešbučius, motelius, B&B (lova ir pusryčiai) bei laiko paskirstymo, o nekomercinį į privačių, nesiekiančių pelno ir institucinių įstaigų (žr. 4 pav.). kiekvienam smulkesniam pogrupiui priskiriami konkretūs apgyvendinimo būdai.

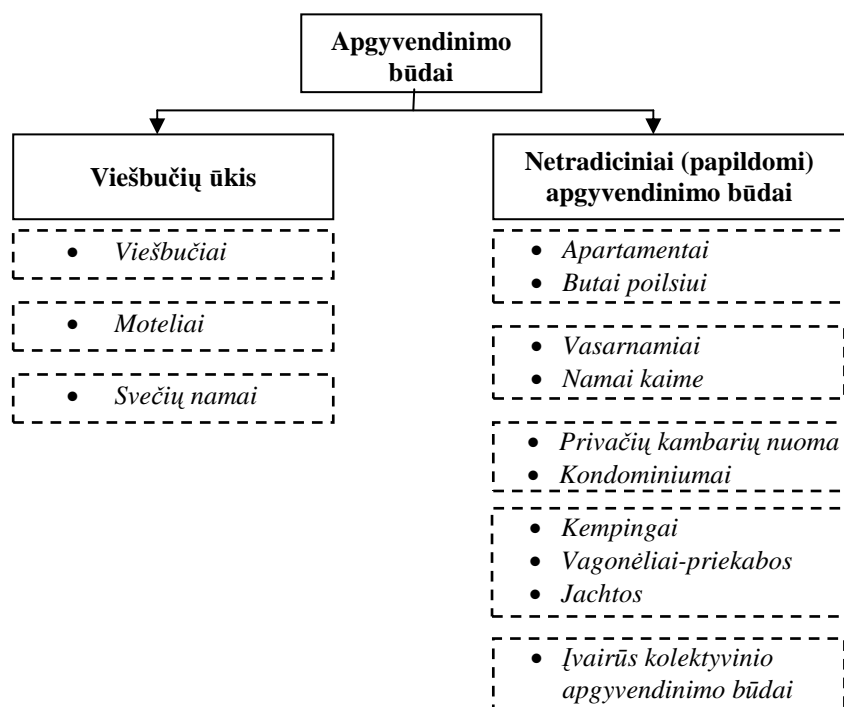


Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal GOELDMAN, Charles R.; RITCHIE, J.R.Brant, *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, 2003, 154 p.

4 pav. Apgyvendinimo paslaugų struktūra pagal C.R.Goeldner ir J.R.Brent

Kaip matome iš 4 pav., pagal C.R.Goeldner ir J.R.Brent (2003), daugiausiai atskirų tipų turi viešbučių pogrupis. Autorių nuomone, viešbučiai gali būti įvairių tipų ir kategorijų, priklausomai nuo jų paslaugų, vartotojų, kainų lygio ir pan. Moteliai dažniausiai būna trijų kategorijų: pigūs, vidutinės klasės ir aukščiau nei vidutinės. Autoriai neišskiria aukštos klasės motelių, kadangi motelis yra tokia apgyvendinimo forma, kuri labiau orientuota į automobiliais keliaujančius turistus, dažniausiai apsistojančius tik nakvynei.

Visiškai kitoki, nei anksčiau minėti, apgyvendinimo būdų klasifikavimą pateikia I.Svetikienė (2002). Autorė visus apgyvendinimo būdus skiria į dvi grupes: viešbučių ūkį ir netradicinius (papildomus) apgyvendinimo būdus (žr. 3 pav.). Autorės išskiria viešbučių verslą iš kitų apgyvendinimo būdų dėl to, kad, jos nuomone, pagrindinis viešbučių ūkio ypatumas, yra visas siūlomų paslaugų kompleksas: svečio priėmimas, nakvynė, maitinimas, aptarnavimas ir kitos paslaugos. Netradicinių apgyvendinimo būdų paslaugos yra ribotos. Jos paprastai svečiui teikiamos tik duodant nakvynę. Maitinimas ir kiti patarnavimai (kambarių tvarkymas ir kt.) gali būti teikiami tik svečio prašymu, už papildomą mokestį.



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal SVETIKIENĖ, Irena, *Turizmo marketingas*, 2002, p. 213

5 pav. Apgyvandinimo būdai

I.Svetikienė (2002) pateikia ir kitokią apgyvandinimo paslaugas teikiančių įmonių klasifikaciją. Ištyrusi užsienio šalių turistų apgyvandinimo rinką analizuojančių autorių nuomones, autorė apibendrina, kad keliautojų būstai gali būti privatūs ir visuomeniniai, komerciniai ir pelno nesiekiantys, stacionarūs ir kilnojami (žr. 2 lentelę).

2 lentelė

Apgyvandinimo būdų klasifikavimas

Būstai			
		Stacionarūs	Kilnojami
		Privatūs	A
Komerciniai	Butai Svečių namai	Namai-laivai (išnuomoti) Laivai	
Būstai, nesiekiantys pelno		Svečių namai sodybose	Kempingas sodyboje Atskiras kempingas
Komerciniai	B	Įvairaus tipo viešbučiai; Viešbučiai gyvenamuosiuose namuose; Mokamos buveinės kaime; Kondominiumai	Kelionių laivai Kempingai Nameliai-automobilių priekabos
Būstai, nesiekiant pelno, arba visuomeniniai	C	Visuomeninio tipo buveinės kaime; Moksleivių kempingai; Šeimų poilsio namai; Jaunimo nakvynės namai; Trumpam poilsiui skirtos trobelės ir patalpos.	Kempingai
A – individualūs būstai, namai B – vieši poilsio namai C – būstai, skirti grupėms			

Šaltinis: SVETIKIENĖ, Irena, *Turizmo marketingas*, 2002, p. 215

Apgyvandinimo formos pasirinkimas priklauso nuo kelionės pobūdžio, turisto poreikių, esamos pasiūlos, tradicijų, ekonominės padėties bei daugelio kitų faktorių. Nemaža dalis turistų mėgsta apsistoti pas draugus ar gimines arba nuosavose apsigyvenimo priemonėse (palapinėse, jachtose ar automobilių priekabose). Nepaisant to, ir šie turistai yra svarbūs bendrai turizmo ir apgyvandinimo paslaugų sistemai. Nors viešbučiai yra dominuojanti apgyvandinimo forma tarptautiniame turizme, kitos apgyvandinimo formos gali būti gana patrauklios ir svarbios vietinio turizmo plėtrai. Šiuolaikinėje apgyvandinimo rinkoje prie pagrindinio viešbučių ūkio greitai plinta ir kiti apgyvandinimo būdai.

Viešbučių tipo apgyvandinimo paslaugos. Pagal LR Turizmo įstatymą, viešbučių tipo apgyvandinimo paslaugas teikia viešbučiai, moteliai ir svečių namai. Daugelis autorių pabrėžia, kad viešbučių verslas yra svarbiausia ir didžiausia apgyvandinimo paslaugų sektoriaus dalis. I.Svetikienės teigimu, *viešbučiai* dažniausiai apibūdinami kaip daugiaaukščiai pastatai, turintys dažnai iš pietų pusės kambarius, susitikimų sales ir viešąsias patalpas lankytojams. Viešbutį galima apibrėžti ir kaip įstaigą, kurios pagrindinė veikla yra teikti nakvynę žmonėms ir kartu siūlyti vieną ar daugiau šių paslaugų: maitinimo, skalbimo ir kitas panašias paslaugas, relaksacijos paslaugas, pramogas.

LR Turizmo įstatyme viešbutis apibūdinamas kaip įmonė, kurioje apgyvandinimo paslaugos teikiamos tam tikslui skirtame statinyje (ar jų grupėje) specialiai suplanuotose patalpose – skiriant kambarius (numerius) ir bendro naudojimo patalpas, taip pat inžinerinę įrangą bei reikiamą įrangą apgyvandinimo paslaugoms teikti. Kambariai (numeriai) turi būti numeruoti, turi būti bendras komercinis valdymas. Kambarių turi būti nemažiau už nustatytą minimalų kiekį.

Viešbučių paslaugos labai specifinės ir įvairios, nemaža jų dalis yra individualaus pobūdžio. Aukštos kategorijos viešbučiai, be prabangiai įrengtų kambarių, turi erdvius holus, barus, restoranus, saunas, baseinus, sportinių žaidimų aikšteles, sales skirtas kongresams organizuoti, ir pan. Viešbutyje apsigyvenęs žmogus, iš jo neišeidamas turi galimybę pasinaudoti daugeliu paslaugų. Kuo daugiau siūlomų paslaugų – tuo aukštesnė viešbučio kategorija (Dvilevičiūtė, 1997).

Siekiant išsilaikyti konkurencinėje kovoje ir daugiau prisivilioti keliautojų, keičiama viešbučių specializacija. Daugelyje šalių atsirado viešbučiai, kurie specializuojasi priimti verslo žmones. Tokiuose viešbučiuose yra speciali tarnyba su visais reikalingais įrenginiais informacijai rinkti, apdoroti ir teikti. Kartu atsirado nauja mokslinio bendravimo forma: telepasitarimai, audio- ir videokonferencijos, organizuojamos pasitelkus televiziją ir videosistemas. Tokias paslaugas teikia daugelio pasaulio šalių viešbučiai bei jų filialai (Dvilevičiūtė, 1997).

Viešbučiai – pagrindinė ir labiausiai paplitusi apgyvandinimo forma. Daugelį metų viešbučių versle dominavo maži, iki 30 kambarių, nepriklausomi šeimyniniai viešbučiai kurortuose, kaimo vietovėse arba miestuose. Tačiau didėjant konkurencijai, plečiantis turizmo geografijai,

kaičiantis vartotojų poreikiams, atsirandant marketingo, technologijų, vadybiniams pokyčiams rinkoje vis sunkiau sėkmingai plėtoti verslą. Globalizacija ir koncentracija apgyvendinimo paslaugų versle lėmė, jog pradėjo formuotis stambios viešbučių korporacijos ir tinklai, leidžiantys lengviau pritraukti papildomus išteklius bei sėkmingiau plėtoti verslą (R.I. Skopiņa, 2005).

Pagal Papiryyan, (2002), yra keturi pagrindiniai viešbučių valdymo modeliai:

- Viešbučių kompanijos pačios valdo joms visiškai arba iš dalies priklausančius viešbučius.
- Viešbučiai valdomi pagal frančizės sutartį. Viešbučio savininkas įgyja teisę naudotis žinomos kompanijos viešbučio vardu, marketingo sistema, pagalba įrengiant viešbutį bei organizuojant jo veiklą. Paprastai pagal frančizės sutartį mokamas pradinis mokestis ir reguliarus mokestis – tam tikri procentai nuo pelno arba apyvartos. Šie mokesčiai priklauso nuo konkrečių sąlygų: viešbučio tipo, paslaugų, šalies ir t.t. Pagal frančizės sutartį dirbančių viešbučių sparčiai daugėja, ypač ekonominės klasės rinkoje.
- Viešbučiai, dirbantys pagal vadybos kontraktus. Šis modelis taikomas stambiose viešbučių kompanijose, pavyzdžiui, Marriott, Inter-Continental. Viešbučio ir žemės savininkai nesuinteresuoti patys valdyti nuosavybe, todėl pagal sutartį įgalioja valdyti viešbutį kompaniją, kuri turi viešbučių vadybos patirties ir nori plėsti savo veiklą. Viešbučių kompanija valdo turtą savininko vardu ir jo naudai. Vadybos kompanija gali gauti pastovų metinį mokestį bei papildomus mokesčius (komisinius), priklausančius nuo viešbučių pelno arba bendrųjų įplaukų. Investicijų rizika tenka savininkui.
- Kai kurios viešbučių kompanijos parduoda dalį jiems priklausančių viešbučių kitiems savininkams, patys toliau valdydami šiuos viešbučius pagal vadybos kontraktus, pvz., Hilton.

Vis didesnę vaidmenį viešbučių versle vaidina tarptautinės grandinės arba grupės. Jos gali būti įvairios: tikrosios, frančizės pagrindu, mišrios, konsorciumai. Visame pasaulyje žinomos Marriott, Ramada, Holiday Inns, Granada, Sheraton, Mandarin viešbučių grandinės. Kai kurioms grandinėms, arba grupėms, priklausančios visi viešbučiai teikia panašaus lygio paslaugas (pvz., aukščiausios klasės). Didžiausia Prancūzijos viešbučių kompanija – Accor grupė, turinti Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis, Formulė 1 Etap grandines, gali priimti įvairių lygių (nuo 1 iki 5 žvaigždučių) apgyvendinimo paslaugų ieškančių svečius. Įvairių tipų grandinėms (tinklams) Europoje priklauso nuo 5 iki 30 proc. viešbučių, pietryčių Azijoje ir Šiaurės Amerikoje šie skaičiai yra kur kas didesni (*Turizmas*, 2002). Lietuva šiuo metu veikia 11 tarptautinių viešbučių grandinių (žr. 3 lentelę).

Tarptautinės viešbučių grandinės (tinklai) Lietuvoje

Viešbučių grandinė	Viešbučiai Lietuvoje
„Best Western“	„Vilniaus“ Vilniuje „Santaka“ Kaune
„Relais & Chateaux“	„Stikliai“ Vilniuje
„Scandic“	„Neringa“ Vilniuje
„Le Meridien Hotel & Resorts“	„Villon“ Vilniuje
„Crown Plaza Hotels & Resorts“	„Crown Plaza“ Vilniuje
„Holliday Inn Hotels & Resorts“	„Holliday Inn Vilnius“ Vilniuje
„Radisson SAS“	„Radisson SAS Astorija“ Vilniuje „Radisson SAS“ Klaipėdoje
„Ramada“	„Ramada“ Vilniuje
„Reval Hotel Group“	„Reval Hotel Lietuva“ Vilniuje „Reval hotel Neris“ Kaune
„Summit Hotels Resorts“	„Narutis“ Vilniuje
„Novotel“	„Novotel“ Vilniuje

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal Miknius, 2007

Lietuvoje pamažu atsiranda ir lietuviškų viešbučių tinklai. Tai „Mikotel group“ viešbučių grupė, su viešbučiais „Mikotel“, „Comfort Vilnius“ bei „Panorama“. Kai kurie lietuviški viešbučių tinklai, kaip „Centrum“, „Europa group“, jau turi viešbučius ir užsienio šalyse – Latvijoje.

Pasaulinė praktika ir statistika rodo, kad viešbučiams, kurie jungiasi į tinklus, lengviau išgyventi konkurencijos sąlygomis, o tinklo vardas kelia daugiau pasitikėjimo viešbučio svečiams. Mažiems, nepriklausomiems viešbučiams svarbi išlikimo strategija yra narystė nacionalinio arba tarptautinio lygmens rinkodaros ar kituose konsorciumuose.

Pagal R.Miknių (2007), konsorciumas (lot. *consorcium* – bendras dalyvavimas) – tai nepriklausomų viešbučių sąjunga, turinti bendrą tikslą: bendrai plėtoti rinkodarą. Šiuo pagrindu besijungdami viešbučiai sudaro dideles viešbučių grandines. Konsorciumo centrinė rezervavimo sistema padeda pardavinėti viešbučių kambarius įvairiose pasaulio vietose. Vienas didžiausių ir labiausiai žinomas pasaulyje nuolat besiplečiančių viešbučių konsorciumas yra „Best Western“. Jam priklauso per 4 tūkst. individualiai valdomų viešbučių su daugiau kaip 300 tūkst. kambarių. Kiti didžiausi konsorciumai yra „Utell/Unirez“, „SynXis Corp“, „World-hotels“, „Minotel International“, „Small Luxury Hotels of the World“.

Nepaisant viešbučių tinklų ir grandinių privalumų, rinkoje vis tiek išliko nepriklausomų viešbučių. M.Jonikienės ir A.Mikulskienės (2007) manymu, jie yra efektyviau valdomi, nes yra savarankiški. Jie gali greičiau pasiekti norimų rezultatų, nes patys priima visus sprendimus, jų nereikia su nieko derinti. Norėdami išlikti nepriklausomi, šie viešbučiai privalo daug reikia investuoti į naujas technologijas ir į maitinimo sektoriaus plėtrą.

Moteliai dažnai suprantami kaip nakvynės įstaigos, kuriose daugiausia aptarnaujami svečiai, kurie atvažiuoja automobiliais. Remiantis LR Turizmo įstatymu, motelis yra įmonė, teikianti apgyvendinimo paslaugas viešbučio tipo statinyje, turintis geras sąlygas autotransportui privažiuoti

ir papildomai teikianti transporto priemonių saugojimo bei aptarnavimo (autoserviso) paslaugas. Taigi be nakvynės paslaugos, motelis taip pat turi visą automobilių aptarnavimo kompleksą: garažus, stovėjimo aikšteles, remonto bei techninę priežiūros įrenginius. Pradžioje moteliai keliautojams teikė mažiau paslaugų. Dabar jų padaugėjo ir moteliai pagal teikiamą keliautojams komfortą priartėjo prie viešbučių lygio. Kita vertus, didesni viešbučiai taip pat turi automobilių aikšteles ar garažus bei techninio aptarnavimo stotis (Dvilevičiūtė, 1997).

XX amžiaus pradžioje atsiradus naujai transporto rūšiai – automobiliams, šalia pagrindinių kelių esmė kurtis vadinamieji transporto viešbučiai, kurie greitai buvo pertvarkyti į naujo tipo svetingumo įmonę – motelį. Tai buvo žemesnio lygio statiniai, kuriuose ribotas maitinimas ir mažiau viešųjų patalpų (I.Svetikienė, 2002).

Svečių namai LR Turizmo įstatyme apibūdinami kaip įmonė, veikianti viešbučio tipo statinyje, teikianti tik apgyvendinimo paslaugas ir patarnavimus, reikalingus turistus priimant. Svečių namų paslaugos yra skiriamos laikinai svečiams apgyvendinti. Mažiausiai turi būti įrengti penki kambariai. Paprastai svečių namai yra mažesni už viešbučius (iki 10 kambarių) ir juose teikiamų paslaugų mažiau, nes tai priklauso nuo apgyvendinimo poreikių ir pobūdžio. Be atskirų kambarių, svečių namuose turi būti valgomasis, virtuvė, poilsio kambarys, rūbinė ir tualetai.

Netradiciniai (papildomi) apgyvendinimo būdai. Pagal LR turizmo įstatymą, specialaus apgyvendinimo paslaugas teikia kurortų sanatorijos, kurortų reabilitacijos centrai, kempingai, turizmo centrai, poilsio namai, jaunimo nakvynės namai bei kiti specialaus apgyvendinimo paslaugų teikėjai (specialaus apgyvendinimo paslaugos gali būti teikiamos keleivių vežimui skirtuose arba plaukiojimui nenaudojamuose laivuose, konferencijų centruose, medžioklės nameliuose ir kt.).

Lietuvoje netradiciniai apgyvendinimo būdai kol kas nelabai paplitę. Susistemintos oficialios informacijos apie šių priemonių rūšis Lietuvoje beveik nėra. Plačiau šią apgyvendinimo paslaugų grupę nagrinėja I.Svetikienė (2002). Jos teigimu, specialaus (papildomo) apgyvendinimo paslaugų plitimą lemia:

- Visuomenės gerovės augimas ir gyventojų pajamų didėjimas;
- Gyventojų siekimas investuoti savo kapitalą į poilsio verslą;
- Esminis nekilnojamo turto kainų skirtumas šalies centre ir provincijoje;
- Visuomenės telkimosi didėjimas (automobilių bumas) išsivysčiusiose šalyse;
- Turizmo paklausos didėjimas (atostogų kelionės tampa prieinamos ne tik pasiturintiems, bet ir vidutiniškai gyvenantiems bei neturtingiems gyventojų sluoksniams). Pirmieji įdeda kapitalą į turizmą, nekilnojamąjį turtą, į tai, ką mes vadiname netradicinio (papildoma) apgyvendinimo būdais: įsigyja butus atostogoms, vasarnamius, jachtas, gyvenamuosius vagonėlius-namelius, kuriais naudojasi

keliaudami automobiliais ir t.t. Antri ir treči atostogų metu nuomojasi pagal prieinamą kainą vietas netradiciniuose apgyvendinimo būstuose, norėdami pailsėti ir kartu duoda papildomą pelną pasiturintiems gyventojams;

- Keičiasi turizmo paslaugų vartotojų elgesys ir psichologija, atsiranda nauji naujam vartotojui būdingi bruožai: patogumų ieškojimas, noras būti gamtoje, sprendimų spontaniškumas ir individualumas, laisvas ir nepriklausomas poilsio būdas, nenoras kasdieniškai ilsėtis, valgyti. Tai skatina norą įsigyti antruosius namus poilsiui.
- Netradiciniai apgyvendinimo būdai skatina žmogų atostogų metu integruotis į neįprastą aplinką, naudotis iš dalies priprastais patogumais, laikantis individualaus gyvenimo būdo.
- Turizmo paklausos individualizavimas ir jo segmentavimo plėtotė yra ilgalaikiai veiksniai, lemiantys struktūrinius poslinkius apgyvendinimo paslaugų rinkoje.
- Įvairūs nauji, dar vadinami netradiciniai ar papildomi apgyvendinimo būdai (kondominiumai, kempingai, vasarnamiai, antrieji butai, namai kaime ir t.t.) sudaro konkurenciją viešbučiams.
- Šalies turizmo specializacija.

Paprastai pagrindiniai viešbučių klientai yra užsienio turistai. Tuo tarpu šalies piliečiai linkę savo poilsį organizuoti laisvai ir nepriklausomai, mieliau pasirinkdami netradicinio apgyvendinimo būdus. Tačiau sparčiai besiplėtojantys netradiciniai apgyvendinimo būdai turi keletą neigiamų pasekmių. Neigiamais veiksniais I.Svetikienė pirmiausia laiko viešbučių ūkio struktūrinius pasikeitimus. Jos teigimu, daugelis turizmo tyrinėtojų pabrėžia, kad netradicinio apgyvendinimo būdų krūvio koeficientas daug mažesnis negu viešbučių. Netradicinio apgyvendinimo sektorius sukuria svarbius rezervus, kurių apgyvendinimo krūvis daugiausia būna trumpą laiką per sezoną. Šitaip netradiciniai apgyvendinimo būdai atima klientus iš viešbučių. O kalbant apie nedidelius turizmo centrus, kuriuose skirtingai negu dideliuose miestuose, daugiausia veikia vidutiniai ir maži viešbučiai, netradiciniai apgyvendinimo būdai labai konkuruoja su viešbučiais ir todėl neaukštos aptarnavimo klasės viešbučiai vegetuoja. Dėl to, daugelio turizmo centrų viešbučių ūkyje stiprėja koncentracijos procesas

Kitas I.Svetikienės (2002) nurodomas neigiamas veiksnys – netradiciniai (papildomi) apgyvendinimo būdai kenksmingai veikia turizmo centrų ekologiją. Didelė papildomų apgyvendinimo būdų plėtra (vasarnamių, antrųjų butų arba namų statyba) turi neigiamą poveikį naikindama turistinių centrų ekologiją: naikinamas lanšaftas, mažėja neužstatytos, teritorijos, apkraunamos vietinio komunalinio ūkio sistemos (vandens teikimo, šildymo). Tai sudaro vietos valdžiai finansinių sunkumų. Be to, netradicinių apgyvendinimo būdų plėtra verčia tobulinti

turizmo infrastruktūrą ir, žinoma, reikia nemažų investicijų, kurios dažnai per didelės pagal vietines administracines ir finansines galimybes.

Šalia negatyvių veiksnių, I.Svetikienės (2002) teigimu, netradicinio apgyvendinimo sektorius turi ir pozityvią reikšmę:

- palengvina perpildytų viešbučių sąlygas, ypač turistinio sezono metu;
- tampa papildomų pajamų šaltiniu antrų butų savininkams;
- įtraukia į turizmo veiklą vidutinius ir mažai pasiturinčius gyventojų sluoksnius;
- plečia turizmo paklausą bei skatina tolesnę turizmo plėtotę.

4 lentelėje pateikti pagrindiniai netradicinio apgyvendinimo būdai ir jų trumpi jų apibūdinimai. Skirtingi būdai skirtingose šalyse yra nevienodai populiarūs, pasitaiko netgi tik tam tikrai valstybei būdingų apgyvendinimo formų.

4 lentelė

Specialaus apgyvendinimo būdai ir jų ypatybės

Apgyvendinimo būdas	Apibūdinimas
<i>Poilsio namai</i>	Dažniausiai įrengiami patraukliose kurortinėse vietovėse ir yra skirti apsistojantiems poilsio ir rekreacijos ilgesniam laikotarpiui. Poilsio namai įrengiami panašiai kaip ir viešbučiai, tik skirtingai negu pastaruosiuose visos paslaugos čia orientuojamos į laisvalaikio rinkos segmentą ir ypač dėmesys skiriamas aplinkai.
<i>Apartmentai</i>	Butų tipo apgyvendinimo įstaigos, viena iš populiarių savitarnos tipo apgyvendinimo formų daugelyje Viduržemio jūros kurortų bei kitose vietovėse.
<i>Kaimo turizmo paslaugos</i>	Teikia įvairios apgyvendinimo įstaigos, esančios kaimo vietovėje. Kaimo turizmo paslaugas kaimo vietovėse teikia ūkininkai ar individualių namų savininkai, papildomai sudarydami aktyvaus poilsio galimybes.
<i>Atostogų centrai, kaimeliai ar parkai</i>	Anksčiau buvo sezoninio tipo stovyklavietės, kuriose gyvenama palapinėse ar mediniuose nameliuose. Šiuo metu jų veikla plečiasi, kuriami tarptautiniai tinklai. Vienas iš sėkmingai veikiančių tokių centrų pavyzdžių – Centre Parcs, turintis 14 atostogų centrų Europoje. Įvairių tipų nameliai, maitinimosi galimybės (virtuvėlės su reikalinga įranga, restoranai, barai), platus poilsio ir pramogų pasirinkimas (baseinai, įranga, inventorius), galimybės ilsėtis visus metus pritraukia vis daugiau vietinių ir užsienio turistų.
<i>Laiko paskirstymo formos (kondominiumai)</i>	Taikomos dažniausiai kurortuose (ypač – populiariuose visus metus). Jos parduodamos keliems savininkams, kurių kiekvienas perka teisę naudotis ja tam tikrą laikotarpį (paprastai nuo vienos iki kelių savaitių). Kainos paprastai priklauso ne tik nuo trukmės, bet ir nuo metų laiko.
<i>Jaunimo nakvynės namai</i>	Teikia pigias bendrabučių tipo paslaugas jaunimui. Dažniausiai tai nepelno siekiančios organizacijos.
<i>Studentų bendrabučiai</i>	Tam tikrais periodais (studentų atostogų metu) gali būti naudojami apgyvendinti turistus. Juose dažnai apsistoja konferencijų, susitikimų dalyviai, taip pat ir laisvalaikio turistai, ypač jeigu bendrabučiai yra populiariuose, turistų lankomose vietovėse. Kai kurie studentų bendrabučiai turi įrengtas nuolatinės viešbučio tipo patalpas.
<i>Kempingai ir treilerių parkai</i>	Nameliuose, palapinėse ar nameliuose ant ratų (autopreikabose) teikiamos apgyvendinimo paslaugos tam skirtose vietose. Priklausomai nuo paslaugų lygio bei įvairovės kempingai gali būti skirstomi į atskiras kategorijas. Visos poilsivietės įrengiamos komfortabiliai. Patogumus teikia įvairūs maisto pardavimo kioskai ir maži restoranai. Paprastai kempingai išsidėstę vietovėse su patraukliu gamtovaizdžiu. Aukštos kategorijos kempinguose yra restoranai, barai, teniso kortai bei kitos sporto aikštelės.

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal Kauno kolegija; Klaipėdos universitetas, *Turizmas*, 2002, p. 115-116; COOPER, Chris; FLETCHER, John; FYALL, Alan; GILBERT, David; WANHILL, Stephen, *Tourism: Principles and Practice*, 2005, p.393-395.

Gana populiaros yra apgyvendinimo įtaigos, charakteringos kokiai nors konkrečiai šaliai, pavyzdžiui: Ispanijoje įrengtos „parador“ tipo apgyvendinimo vietos restauruotose pilyse, vienuolynuose ar kituose istoriniuose pastatuose, „Chalet“ tipo nedideli mediniai nameliai Šveicarijos kalnų kurortuose, „pousada“ tipo nedideli viešbutukai Portugalijoje ar „haciendas“ tipo rančos Meksikoje. Atskirą grupę sudaro apgyvendinimo paslaugos, teikiamos transporto priemonėse: kruiziniuose laivuose, keltuose, traukiniuose, nuomojamuose laivuose.

1.3. Apgyvendinimo paslaugų klasifikavimas

Apgyvendinimo įstaigos įvairiose vietovėse gali būti specifinės, turėti tam tikrų išskirtinių požymių. Lyginant skirtingas apgyvendinimo formas, neužtenka įvertinti kambarių skaičių, vietų skaičių, teikiamų paslaugų kompleksą. Labai svarbu įvertinti teikiamų paslaugų kokybę. Ypač tai aktualu viešbučio tipo apgyvendinimo įstaigoms. Kokybė apibūdinama suteikiant apgyvendinimo įstaigoms tam tikrą kategoriją pagal įvairias klasifikavimo sistemas. Gana plačiai paplitusios žvaigždučių (Prancūzija, Austrija, Vengrija, Egiptas, Kinija, Lietuva ir daugelis kitų šalių) klasių, deimantiukų (Pietryčių Azijos šalyse), karūnų, raktų bei kitos sistemos. Įvairiose šalyse tas procesas vyksta skirtingai, nes taikomi skirtingi klasifikavimo principai. Kai kuriose šalyse apgyvendinimo paslaugų rinka vertinimo standartus nusistato pati, kitose – apgyvendinimo įstaigų kategorijos nustatymai susiję su mokesčiais, dar kitur griežtai priešinamasi bet kokiai formaliai klasifikacijai. Tokia klasifikavimo sistemų įvairovė sukelia nemažai problemų pasirenkant apgyvendinimo įstaigas tiek patiems vartotojams, tiek kelionių tarpininkams.

Kol kas dar nėra bendros tarptautinės klasifikavimo sistemos. Pasaulinė turizmo organizacija (WTO) yra pasiūliusi sistemą, pagal kurią viešbučiai ir kitos apgyvendinimo įstaigos skirstomi į penkias klases:

- liukso klasė;
- pirma klasė;
- antra klasė;
- trečia klasė;
- ketvirta klasė (Turizmas, 2002).

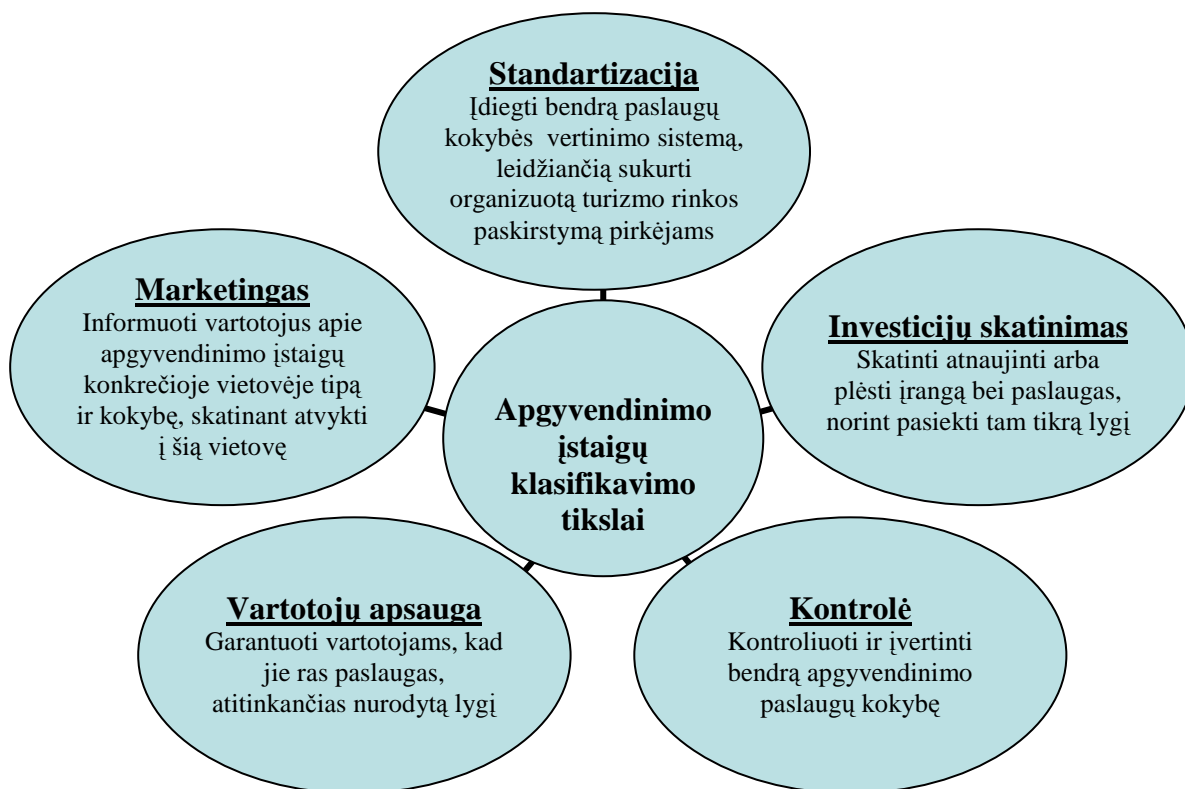
Pasaulinė kelionių agentų organizacija (WATA) siūlė taikyti 4 klasių sistemą:

- liukso klasė;
- pirma klasė;
- turistinė, arba standartinė klasė;
- biudžetinė, arba ekonominė, klasė (Turizmas, 2002).

Tačiau netgi tarptautinės sistemos negali objektyviai įvertinti apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų visose šalyse. Kiekviena šalis ar regionas gali turėti savitą klasifikavimo sistemą (apgyvendinimo įstaigos gali būti žymimos žvaigždutėmis, deimantais, raktais, karūnomis, raidėmis A, B, C, D ir pan.). Sistemos gali būti sukuriamos ir taikomos tiek valstybinių institucijų, tiek privačių organizacijų. Apgyvendinimo įstaigų teikiamų paslaugų kokybę vertina ir įvairios nepriklausomos organizacijos, skelbiančios vertinimo rezultatus masinės informacijos priemonėse bei populiariuose kelionių giduose.

Dažniausia viešbučiai klasifikuojami pagal žvaigždučių skaičių. Jiems taikoma penkių žvaigždučių klasifikavimo sistema. Suteikiant žvaigždučių, pirmiausia įvertinamas jų suplanavimas, kambarių (numerų) ir bendrųjų patalpų įrengimas, priėmimo sąlygos, teikiamų paslaugų pasirinkimas ir kokybė, darbuotojų profesinis parengimas ir jų skaičius bei apgyvendinimo vietų skaičiaus įmonėje santykis. Tačiau anot M.Jonikienės ir A.Mikulskienės (2007), vertinimas žvaigždutėmis per daug remiasi apgyvendinimo įstaigų technine įranga ir ignoruoja svarbiausius elementus – priėmimą ir paslaugų kokybę. Bendras apgyvendinimo įstaigų kokybės vertinimas pagal žvaigždučių yra gana sąlyginis. Kuo daugiau žvaigždučių, tuo geresnis viešbutis, tačiau kas vienoje šalyje vertinama penkiomis žvaigždutėmis, kitoje šalyje gali prilygti tik keturioms.

Bendra tarptautinė klasifikavimo sistema labai reikalinga. Pagrindiniai apgyvendinimo įstaigų, klasifikavimo tikslai pagal Ch. Cooper (2002) pateikti 4 pav.



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal Turizmas. Vadovėlis, 2002, p. 117

6 pav. Pagrindiniai viešbučių klasifikavimo tikslai

Kaip matome iš 4 pav., bendra apgyvendinimo paslaugas teikiančių įmonių klasifikavimo sistema būtų labai naudinga tiek gyventojams, tiek ir patiems paslaugų teikėjams. Tačiau apgyvendinimo rinka yra per daug heterogeniška. Kiekviena valstybė yra savita, o ir išsivystymo lygis atskirose valstybėse yra skirtingas. Tad kas yra gerai vertinama vienoje valstybėje, kitoje gali būti vertinama vidutiniškai. Taip pat, jeigu valstybėse yra skirtingas išsivystymo lygis, tai mažiau pažengusioje valstybėje labai gerai vertinamos apgyvendinimo sąlygos kitoje, ekonomiškai stipresnėje valstybėje gali pasirodyti primityvios. Tad kol kas bendra apgyvendinimo paslaugų klasifikacijos sistema yra tik siekiamybė, tačiau ji aktyviai bandoma įgyvendinti.

1.4. Apgyvandinimo rinkos segmentai

Visą apgyvendinimo paslaugų rinką galima suskirstyti į kelis segmentus. Tai padeda apgyvendinimo įstaigoms įvertinti savo esamus ir potencialius klientus pagal daugelį kriterijų. Segmentacija šiuo atveju yra marketingo plano pagrindas, sutelkiant dėmesį į atskirų vartotojų grupių poreikių tenkinimą ir naujų galimų rinkų paiešką. Apgyvandinimo rinka gali būti skirstoma pagal įvairius kriterijus. P.Jones ir A.Lockwood (1997) pateikia penkis rinkos kriterijus, pagal kuriuos galima išskirti apgyvendinimo rinkos segmentus:

- kelionės tikslas (verslo, laisvalaikio kelionės);
- keliaujančiųjų skaičius (individualūs keliautojai, grupės);
- tautybė (vietiniai keliautojai, keliautojai iš Europos sąjungos šalių, tarptautiniai keliautojai);
- kelionės lygis (apsisistojimo vieta yra galutinis kelionės taškas arba tik tarpinis apsisistojimas keliaujant į galutinį);
- kainos grupė (ekonominė klasė, vidutinė klasė ir aukštesnioji klasė).

Nors paminėjome penkis apgyvendinimo paslaugų rinkos segmentavimo būdus, plačiau aptarsime tik vieną iš jų – pagal kelionės tikslą, nes keliaujančių žmonių tikslai užima svarbią vietą tiriant apgyvendinimo paslaugų rinką. Kiekvienas keliautojas renkasi tokį apgyvendinimo būdą, kuris labiausiai atitinka jo kelionės poreikius bei galimybes. Apgyvandinimo įstaigoms tiesiog būtina disponuoti informacija apie klientų kelionės tikslus. Kuo daugiau informacijos ji turi, tuo tiksliau ji gali aptarnauti savo svečius ir pateikti jiems būtent tokio lygio paslaugas, kokių jie tikisi.

Svečių interesų ir tikslų diapazonas yra gana platus, todėl skirtingi autoriai išskiria skirtingas svečių kategorijas. Pvz., I.Svetikienė (2002) apgyvendinimo paslaugų rinką pagal apsisistojančių svečių tikslus siūlo segmentuoti į tokias grupes:

- Verslo kelionės, komandiruotės;

- Kelionės savo malonumui (atostogų leidimas, pažintinės kelionės, įžymių vietų lankymas, kelionės atvykstant gydytis, kultūrinių, sporto renginių lankymas ir t.t.);
- Kelionės, atvykstant dalyvauti įvairiuose renginiuose (konferencijose, suvažiavimuose, pasitarimuose, susitikimuose).

Labai panašias keliautojų grupes pagal pagrindinį atvykimo į konkrečią vietą tikslą išskiria ir S. Medlik (1994):

- *Laisvalaikio keliautojai*. Tai įvairios laisvalaikio kelionės, pradedant trumpais apsistojimais pakeliui į kitą vietą ir baigiant ilgesniais vizitais, kai apsistojimo vieta yra galutinis kelionės tikslas. Šio keliautojų segmento paklausa apgyvendinimo paslaugoms yra orientuota į lankytinas vietas, sezoninė ir labai priklauso nuo kainos.
- *Verslo keliautojai*. Tai darbuotojai ir kt., keliaujantys dėl savo darbo, žmonės, atvykstantys į parodas, prekybos mugės arba keliaujantys kartu į susirinkimus ir konferencijas kaip profesinės ar komercinės organizacijos nariai. Jų kelionės orientuotos į miesto viešbučius ar kitas mieste esančias apgyvendinimo įstaigas, nepasižymi sezoniškumu ir ne taip stipriai priklauso nuo kainos.
- *Kiti keliautojai*. Tai keliautojai, atvykstantys į konkrečią vietą dėl įvairių priežasčių (išskyrus atostogas ir verslą). Tai žmonės, atvykstantys į šeimos narių ar pažįstamų vestuves, tėvai, lankantys mokslo institucijas, specialių renginių lankytojai, bendrų interesų grupės, susitinkančios ne dėl atostogų ar verslo tikslų, persikraustančios šeimos ir pavieniai asmenys, ieškantys nuolatinio būsto ir laikinai apsistojantys apgyvendinimo paslaugas teikiančioje įstaigoje, žmonės, nuolat gyvenantys viešbutyje. Šio segmento charakteristikos yra įvairesnės nei prieš tai aptartų dviejų tipų, todėl dažnai šis segmentas išskirstomas į smulkesnes grupes.

Kiti autoriai, kaip, pvz., R. Miknius (2002), išskiria dar kitokias apgyvendinimo verslo svečių grupes. Jis siūlo visus turistus skirstyti į šešias grupes:

- vietinius turistus kurie apsistoja apgyvendinimo įstaigoje savaitgaliais;
- turistus, kurie nori tik apsigyventi, jiems dažniausiai nereikia jokio maitinimo;
- turistų grupes, keliaujančias pagal turistinę programą. Jie siekia išleisti kuo mažiau pinigų. Apgyvendinimą, kartais ir maitinimą iš anksto užsako turizmo agentūroje;
- turistus, turinčius ypatingų interesų (kai grupė žmonių keliauja vienijama bendro tikslo, pvz., aplankyti Afrikos parkus, Europos pilis ir pan.);
- dėl verslo reikalų (komandiruotės) keliaujantiems žmonėms nesvarbus sezoniškumas. Jie keliauja visus metus, šiek tiek mažiau per vasaros atostogas ar valstybines šventes. Jie linkę nuolat apsistoti tame pačiame viešbutyje ir taip sutrumpinti apgyvendinimo procedūros laiką;

- kelionės, atvykstant dalyvauti įvairiuose renginiuose (konferencijose, suvažiavimuose, pasitarimuose, susitikimuose).

Kaip matome, čia vėl galima rasti daug bendrumų su kitų autorių klasifikacijomis. Taigi, kad ir kiek apgyvendinimo įstaigų svečių grupių išskiria skirtingi autoriai, pagrindiniai trys apgyvendinimo rinkos segmentai pagal kelionės tikslą yra verslo kelionės, laisvalaikio kelionės bei kelionės, siejamos su įvairiais renginiais (grupinės kelionės).

1.5. Pagrindiniai apgyvendinimo įstaigų rodikliai

Viešbučių vadovai, norėdami sėkmingai plėtoti verslą, privalo analizuoti viešbučio veiklos rodiklius, matyti problemas bei taikyti įvairias priemones joms spręsti. Norint įvertinti bendrą šalies apgyvendinimo padėtį, daugelyje šalių yra renkami ir sisteminami viešbučių ir kitų apgyvendinimo įstaigų fizinių bei pagrindinių finansinių rodiklių statistiniai duomenys (Lietuvoje tuo užsiima Statistikos departamentas prie LR vyriausybės).

Kaip teigiama Kauno kolegijos ir Klaipėdos universiteto sudarytame vadovėlyje „Turizmas“ (2002), patikima statistinė informacija apie turizmo paslaugų paklausą ir pasiūlą atskirose šalyse bei regionuose, turizmo pobūdį, išlaidas ir įplaukas, sezoniškumo įtaką apgyvendinimo paslaugoms yra labai svarbi tiek vartotojams, tiek verslo atstovams, tiek ir valstybinėms institucijoms, rengiančioms turizmo plėtros strategijas.

Vienas iš pagrindinių viešbučių ir kitų apgyvendinimo įstaigų veiklos rodiklių yra kambarių ir vietų (lovų) užimtumas. Kambarių užimtumas skaičiuojamas pagal žemiau pateiktą formulę:

$$\text{Apgyvendinimo įstaigos kambarių užimtumas} = \frac{\text{Užimtų kambarių skaičius}}{\text{Bendras kambarių skaičius}} \times 100 \text{ proc.}$$

Vietų (lovų) užimtumas skaičiuojamas labai panašiai, tik vietoj kambarių skaičiaus imamas vietų skaičius:

$$\text{Vietų (lovų) užimtumas} = \frac{\text{Užimtų vietų (lovų) skaičius}}{\text{Bendras vietų (lovų) skaičius}} \times 100 \text{ proc.}$$

Apgyvendinimo įstaigos užimtumas gali būti skaičiuojamas įvairiems laikotarpiams: per parą, per savaitę, per mėnesį, per metus. Paprastai laikoma, jog apgyvendinimo įstaiga dirba pelningai, jeigu vidutinis jos užimtumas yra 65 arba daugiau procentų.

Kitas apgyvendinimo įstaigų rodiklis yra vidutinė vieno kambario kaina. Ji skaičiuojama dalinant visas gautas įplaukas per nurodytą laikotarpį iš užimtų kambarių skaičiaus. Taip pat gali būti skaičiuojamos vidutinės vieno svečio išlaidos apgyvendinimo įstaigoje gautas įplaukas per atitinkamą laikotarpį padalinus iš svečių skaičiaus per tą patį laikotarpį (Turizmas, 2002).

2. APGYVENDINIMO PASLAUGŲ VERSLAS LIETUVOJE

Šioje dalyje aptariamos pagrindinės apgyvendinimo formos ir jų grupavimas bei klasifikavimas Lietuvoje, analizuojama apgyvendinimo paslaugų rinka Lietuvoje.

2.1. Apgyvendinimo paslaugų formos ir jų grupavimas Lietuvoje

LR Turizmo įstatyme nurodyta, kad turistų apgyvendinimo paslaugas teikia įmonės, teikiančios viešbučio tipo ar specialaus apgyvendinimo paslaugas, ir individualių gyvenamųjų patalpų ir butų savininkai, teikiantys nakvynės ir pusryčių bei kaimo turizmo paslaugas. Taigi pagal LR Turizmo įstatymą, apgyvendinimo paslaugos Lietuvoje skirstomos į tokias grupes:

- viešbučio tipo apgyvendinimo paslaugos;
- specialaus apgyvendinimo paslaugos;
- nakvynės ir pusryčių paslaugos;
- kaimo turizmo paslaugos;
- turistinės stovyklos.

Viešbučio tipo apgyvendinimo paslaugas teikia viešbučiai, moteliai ir svečių namai. Kaip nurodyta Statistikos departamento leidinyje „Turizmas Lietuvoje 2007“, viešbučiai ir moteliai apima viešbučius, apartamentinius viešbučius, motelius, pakelės užėigos namus, paplūdimio viešbučius, gyvenamuosius klubus ir panašias įstaigas, teikiančias viešbučio tipo paslaugas, įvairesnes negu lovų klojimas ir kambario bei sanitarinių patalpų valymas. Įmonė, norinti teikti šio tipo apgyvendinimo paslaugas, registruojama turizmo paslaugų registre ir jai išduodamas pažymėjimas. LR Turizmo įstatyme yra nurodyti minimalūs reikalavimai, kuriuos turi atitikti viešbučio tipo apgyvendinimo paslaugas teikianti įmonė:

- specialiai įrengta mažiausiai 10 vienviečių ir dviviečių kambarių (numeriu) viešbutyje ir mažiausiai 5 kambariai (numeriai) motelyje ir svečių namuose;
- kiekviename kambarielyje (numeryje) atskirai įrengta vonios (dušo) patalpa arba praustuvas, tiekiamas šaltas ir karštas vanduo;
- įrengta mažiausiai dvi bendrojo naudojimo patalpos asmens higienos poreikiams dešimčiai apgyvendinimo vietų (jeigu nėra šios įrangos kambariuose (numeriuose));
- įrengta speciali bendrojo naudojimo patalpa maitinimui ir poilsiui arba atskiros patalpos šioms paslaugoms teikti;
- įrengta virtuvė maistui ruošti ir tiekti;
- įrengta priėmimo patalpa su telefono ryšiu, informacine ir registravimo apskaitos sistema;

- įrengti sandėliai ir atskira patalpa darbuotojams;
- viešbutyje sudarytos sąlygos teikti maitinimo paslaugas kambariuose (numeriuose);
- kambariai (numeriai) kas dieną tvarkomi ir valomi;
- patalpos atitinka bendro saugumo, priešgaisrinio saugumo ir higienos normų reikalavimus;
- darbuotojai turi einamas pareigas atitinkantį kvalifikacinį pasirengimą.

Taip pat gali būti teikiama pusryčių paslauga. Jos kaina yra įskaičiuojama į bendrą apgyvendinimo paslaugos kainą. Apgyvendinimo paslaugų kaina negali būti didinama vartotojo apgyvendinimo metu arba jei kaina buvo deklaruota informacijos šaltiniuose ir nurodytas jos galiojimo laikotarpis, arba jei nėra galiojimo laikotarpio, – metus nuo šios informacijos paskelbimo.

Taigi viešbučio tipo paslaugas sudaro ne vien apgyvendinimo, bet ir papildomos paslaugos. Klientui prie nakvynės paslaugos sudaromos poilsio galimybės bei teikiamos maitinimo paslaugos. Tačiau LR Turizmo įstatymas nustato tik minimalius reikalavimus viešbučio tipo paslaugoms teikti. Smulkiau šio tipo paslaugos aprašomos 1998 m. liepos 31 d. Valstybinio turizmo departamento patvirtintose Viešbučio tipo apgyvendinimo paslaugų teikimo taisyklėse.

LR Turizmo įstatyme nurodoma, kad *specialaus apgyvendinimo paslaugas* teikia sanatorijos, sveikatingumo kompleksai, kempingai, turizmo bazės, poilsio namai, nakvynės paslaugų namai, jaunimo nakvynės namai (žr. 5 lentelę).

5 lentelė

Specialaus apgyvendinimo paslaugos

Specialaus apgyvendinimo paslaugos rūšis	Apibūdinimas
<i>Sanatorija</i>	Įmonė, naudojanti specialius rekreacinius išteklius, statinius ir įrangą, kurie leidžia teikti apgyvendinimo paslaugas kambariuose (numeriuose), taip pat specialaus maitinimo, fizinio parengimo, sveikatingumo procedūrų ir kitas paslaugas. Šiuo įstatymu neregamentuojamos sanatorinės-kurortinės įstaigos, akredituotos teikti nustatyto sąrašo medicininės reabilitacijos paslaugas.
<i>Sveikatingumo kompleksas</i>	Įmonė, naudojanti rekreacinės paskirties žemės sklypą, statinius ir įrangą, leidžiančius teikti apgyvendinimo paslaugas kambariuose (numeriuose) ar patalpose (numeriuose), specialias maitinimo, fizinio parengimo ir kitas socialinės reabilitacijos paslaugas.
<i>Kempingas</i>	Įmonė, naudojanti rekreacinės paskirties žemės sklypą bei statinius, kurie leidžia teikti apgyvendinimo paslaugas patalpose (numeriuose) ar įrengtose aikštelėse palapinėms bei karavanams (su transporto priemonėmis) statyti. Šioje įmonėje turi būti sudarytos sąlygos maitinimo, higienos ir poilsio poreikiams tenkinti.
<i>Turizmo bazė</i>	Įmonė, naudojanti rekreacinės paskirties žemės sklypą bei statinius, kuriuose turistai apgyvendinami atskirose patalpose (numeriuose), o maitinimo, higienos ir kitos paslaugos teikiamos centralizuotai paslaugų komplekse. Turizmo bazė turi turėti įrangą aktyviam poilsiui organizuoti.
<i>Poilsio namai</i>	Įmonė, naudojanti rekreacinės paskirties žemės sklypą bei statinius, kuriuose kambariai (numeriai) yra pritaikyti nakvynei ir poilsiui pavieniams žmonėms ar šeimoms. Šioje įmonėje turi būti sudarytos sąlygos maitinimo, higienos ir poilsio poreikiams tenkinti.
<i>Nakvynės paslaugų namai</i>	Įmonė, teikianti apgyvendinimo paslaugas nakvynės ir higienos poreikiams tenkinti. Tai gali būti ir įstaiga, organizuojanti keitimąsi jaunaisiais turistais ir propaguojanti krašto pažinimą.
<i>Jaunimo nakvynės namai</i>	Įmonė arba viešoji įstaiga, teikianti apgyvendinimo paslaugas, organizuojanti keitimąsi jaunaisiais turistais ir propaguojanti krašto pažinimą.

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal *Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas*, 2002 m. gruodžio 3 d. Nr. IX-1211, Vilnius

Pagal LR Turizmo įstatymą, be 5 lentelėje nurodytų specialaus apgyvendinimo paslaugų, gali būti teikiamos specialaus apgyvendinimo paslaugos keleivių vežimui skirtuose arba plaukiojimui nenaudojamuose laivuose, konferencijų centruose, medžioklės nameliuose ir kitos specialaus apgyvendinimo paslaugos. Kaip nurodoma Statistikos departamento leidinyje „Turizmas Lietuvoje 2007“, *konferencijų centrai* – tai įstaigos, siūlančios apgyvendinimo paslaugas ir turinčios specializuotą įrangą suvažiavimams, konferencijoms, kursams, profesiniam mokymui, meditacijai ir religijai arba jaunimo kolegijoms.

LR Turizmo įstatyme be viešbučio tipo ir specialaus apgyvendinimo paslaugų atskirai yra išskirtos nakvynės ir pusryčių, kaimo turizmo, turistinės stovyklos bei vandens turizmo paslaugos. *Nakvynės ir pusryčių*, taip pat *kaimo turizmo paslaugos* yra apgyvendinimo paslaugos, kai už nustatytą mokestį ar be mokesčio išnuomojama apgyvendinimui įrengta individuali gyvenamoji patalpa (individualūs gyvenamieji namai, ūkininkų sodybos ar jų dalys, atskiri butai ar kambariai, vasarnamiai, sodo nameliai) arba atskiri kambariai ir nuomojamų kambarių yra ne daugiau kaip 6. Jeigu kambarių yra daugiau, taikomi apgyvendinimo paslaugų įmonės reikalavimai. Nakvynės ir pusryčių ar kaimo turizmo paslaugą teikia nuomojamos patalpos savininkas ir jo šeimos nariai.

Nakvynės ir pusryčių paslaugą miestuose teikiama individualių gyvenamųjų patalpų savininkai. Kaimo turizmo paslaugą kaimo vietovėse teikia ūkininkai ar individualių namų savininkai, papildomai sudarydami aktyvaus poilsio galimybes. Jie turi turėti patentą apgyvendinimo paslaugoms teikti.

Turistinės stovyklos paslaugų atveju, stovykla yra turistinių paslaugų teikimo vieta, kai fizinių ar juridinių asmenų bei personalinių įmonių nuomojama ar kitais pagrindais naudojama teritorija ir joje esanti įranga naudojama turistams priimti, nakvynę suteikiant palapinėse ar apgyvendinti skirtose patalpose, ir turistams sudaroma galimybė užsiimti kokia nors veikla, susijusia su stovyklos organizavimo tikslais. Stovykloje turi būti įranga maistui ruošti ir tiekti arba tiekti (kai maistas pristatomas), taip pat įranga higienos poreikiams tenkinti. Stovyklas registruoja ir jų įrengimą kontroliuoja savivaldybės valdyba, o kai jos nėra, – meras.

Vandens turizmo paslauga yra turistų vežimas laivais turistiniais maršrutais, turistų apgyvendinimas laivuose, maitinimo ir kitų paslaugų teikimas laivuose. Turistinėse trasose įrengiamos priplaukos arba keleivių įlaidinimo ir išlaidinimo punktai, turintys infrastruktūrą, kuri užtikrintų minimalius turistų poreikius.

Nors LR turizmo įstatyme ir nenurodoma, bet taip pat reikėtų aptarti *privatų turistų apgyvendinimo sektorių*. Statistikos departamento leidinyje „Turizmas Lietuvoje 2007“ nurodoma, jog privatus turistų apgyvendinimas apima turistų apgyvendinimo tipus, neatitinkančius įmonės apibrėžimo. Tai privatus turistų apgyvendinimas už mokestį teikiantis ribotą vietų skaičių.

Kiekvienas apgyvendinimo vienetas (kambarys, gyvenamosios patalpos) yra savarankiškas ir turistai juo naudojami paprastai savaitę ar savaitgalį, dvi savaites ar mėnesį.

2.2. Apgyvendinimo paslaugų klasifikavimas Lietuvoje

Siekiant informuoti turizmo paslaugų vartotojus apie viešbučių, motelių, svečių namų, kempingų teikiamų apgyvendinimo paslaugų kokybę, sudaryti šių paslaugų vartotojams galimybę pasirinkti bei gauti pageidaujamo lygio paslaugas ir aptarnavimą yra vykdomas viešas viešbučių, motelių, svečių namų bei kempingų klasifikavimas, kurį atlieka Apgyvendinimo paslaugų klasifikavimo komisija. Pagrindiniai jos uždaviniai – vykdyti privalomą viešbučių, motelių, svečių namų ir kempingų klasifikavimą ir stebėti, kaip laikomasi nustatytų klasifikavimo reikalavimų.

Komisija vadovaujasi LR Turizmo įstatymu, LR vartotojų teisių gynimo įstatymu, kitais teisės aktais, reguliuojančiais paslaugų teikimą, nustatyta tvarka patvirtintais viešbučių, motelių, svečių namų ir kempingų klasifikavimo reikalavimais ir Apgyvendinimo paslaugų klasifikavimo komisijos nuostatais, patvirtintais Valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos direktoriaus 2003 m. kovo 26 d. įsakymu Nr. 22-V. Pastarieji nuostatai yra pagrindinis dokumentas, reglamentuojantis Apgyvendinimo paslaugų klasifikavimo komisijos veiklą.

Norint informuoti paslaugų vartotojus apie paslaugų kokybę, sudaryti galimybę rinktis ir gauti pageidaujamo lygio paslaugas, apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės pagal LR Turizmo įstatymą skirstomos į:

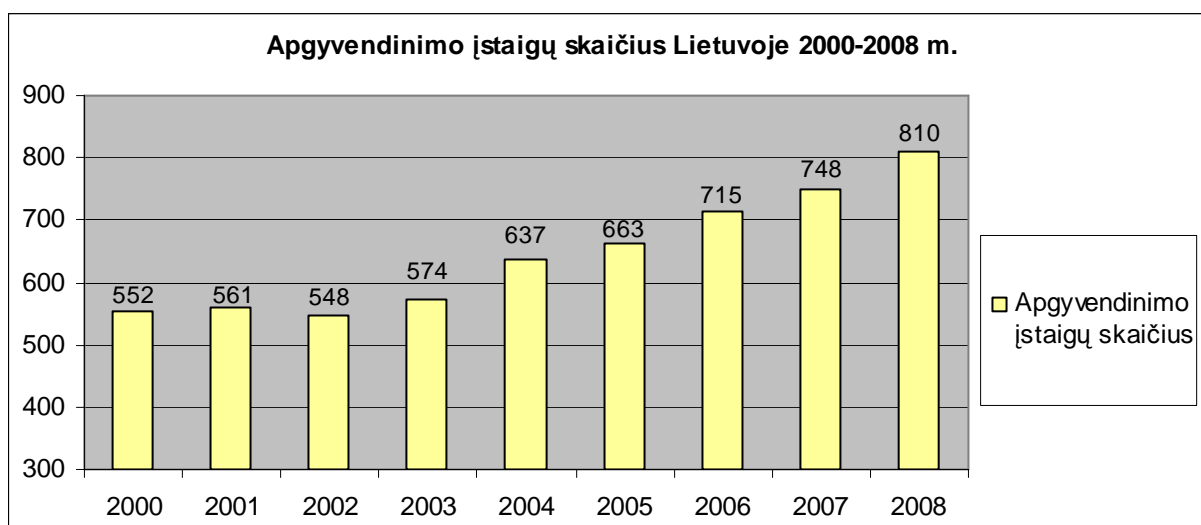
- viešbučius ir motelius, kuriems taikoma 5 žvaigždučių klasifikavimo sistema, žemiausiai klasei suteikiant vieną žvaigždutę, taip pat nustatomas poilsio viešbučių tipas. Klasifikuojant viešbučius ir motelius, įvertinamas jų suplanavimas, kambarių (numerijų) ir bendrųjų patalpų įrengimas, priėmimo sąlygos, teikiamų paslaugų pasirinkimas ir kokybė, darbuotojų profesinis parengimas ir jų skaičiaus bei apgyvendinimo vietų skaičiaus įmonėje santykis;
- svečių namus, kuriems taikoma 4 žvaigždučių klasifikavimo sistema, žemiausiai klasei suteikiant vieną žvaigždutę. Klasifikuojant svečių namus, panašiai kaip viešbučių ir motelių atveju, turi būti įvertinamas patalpų suplanavimas, kambarių (numerijų) ir bendrųjų patalpų įrengimas bei įrangos kokybė, priėmimo sąlygos, teikiamų paslaugų pasirinkimas ir kokybė, darbuotojų profesinis pasirengimas bei kiti kriterijai, patvirtinantys bendrą teikiamų apgyvendinimo paslaugų kokybę;
- kempingus, kuriems taikoma 4 žvaigždučių klasifikavimo sistema, žemiausiai klasei suteikiant vieną žvaigždutę. Klasifikuojant kempingus, įvertinamas jų suplanavimas, patalpų ir įrangos būklė, priėmimo sąlygos, paslaugų pasiūla ir kokybė;

- poilsio namus, kuriems taikoma 4 žvaigždučių klasifikavimo sistema, žemiausiai klasei suteikiant vieną žvaigždutę. Klasifikuojant turi būti įvertinamas patalpų suplanavimas, kambarių (numeriu) ir bendrųjų patalpų įrengimas bei įrangos kokybė, priėmimo sąlygos, teikiamų paslaugų pasirinkimas ir kokybė bei kiti kriterijai, patvirtinantys bendrą teikiamų apgyvendinimo ir poilsio paslaugų kokybę.

Šių įmonių klasifikavimo reikalavimai nustatyti atskiruose teisiniuose aktuose, tačiau šie reikalavimai plačiau aptariami nebus.

2.3. Apgyvendinimo paslaugų rinka Lietuvoje

Nuo pat 2003 m. pastebimas nepertraukiamas apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų skaičiaus Lietuvoje didėjimas (žr. 7 pav.). Didžiausias augimas buvo 2004 metais, kai apgyvendinimo įstaigų skaičius, palyginus su 2003 m., šoktelėjo 11 proc. Šiam padidėjimui didžiausią įtaką turėjo faktas, jog būtent tais metais Lietuva tapo Europos sąjungos nare, kas padidino turistų srautus į Lietuvą, todėl atitinkamai padidėjo ir apgyvendinimo paslaugų pasiūla.



Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Metiniai apgyvendinimo įstaigų duomenys: Apgyvendinimo įstaigų veikla.*

7 pav. Apgyvendinimo įstaigų skaičius Lietuvoje 2000-2008 m.

Kalbant apie atskirus apgyvendinimo būdus, 2000-2008 m. sparčiausiai plėtojosi privatus apgyvendinimo sektorius (žr. 6 lentelę). Šio tipo apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų skaičius per 2000-2008 m. išaugo 54 kartus – nuo 4 iki 217 įstaigų. Beveik tris kartus padidėjo kempingų skaičius – nuo 4 iki 11. Taip pat stipriai išaugo (apie 1,3 karto) motelių ir nakvynės namų skaičius. Viešbučių ir svečių namų skaičius per minėtą laikotarpį beveik padvigubėjo – nuo 210 iki 326. Tuo tarpu poilsio namų (namelių) ir sveikatingumo įstaigų skaičius mažėjo atitinkamai 43,8 proc. ir 19,4 proc. Didelį poilsio namų (namelių) skaičiaus sumažėjimą visų pirma lemia faktas, jog

renovuoti poilsio namai dažniausiai pereina į svečių namų ar viešbučių kategoriją. Antra priežastis ta, kad mažėja pačių poilsio namų populiarumas tiek tarp užsieniečių, kurie renkasi aukštesnio lygio apgyvendinimo paslaugas, tiek tarp lietuvių. Trečia, didžioji dalis poilsio namų dirba tik turistinio sezono metu (Valstybinis turizmo departamentas, 2006).

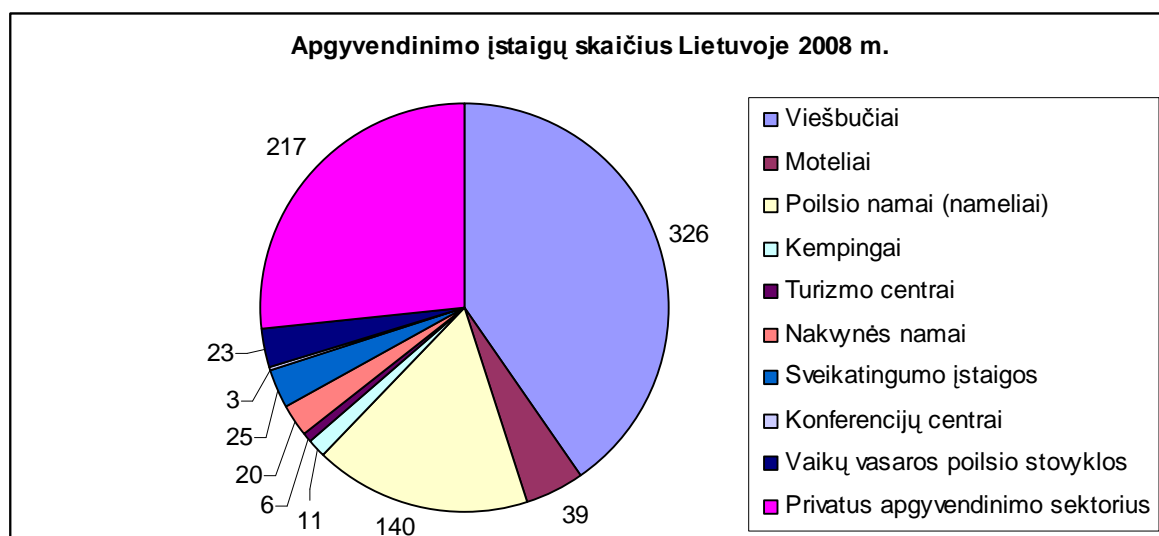
6 lentelė

Apgyvandinimo įstaigų skaičius Lietuvoje 2000-2008 m.

Apgyvandinimo įstaigų rūšys	Apgyvandinimo įstaigų skaičius								
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<i>Viešbučiai</i>	210	210	225	243	278	290	300	309	326
<i>Moteliai</i>	17	21	22	27	39	41	38	39	39
<i>Poilsio namai (nameliai)</i>	249	243	215	200	193	176	147	144	140
<i>Kempingai</i>	3	3	3	4	6	7	8	10	11
<i>Turizmo centrai</i>	6	5	6	6	5	4	6	6	6
<i>Nakvynės namai</i>	9	11	11	14	11	9	16	21	20
<i>Sveikatingumo įstaigos</i>	31	34	32	30	29	26	26	25	25
<i>Konferencijų centrai</i>	2	2	2	2	3	3	3	3	3
<i>Vaikų vasaros poilsio stovyklos</i>	21	28	23	23	25	22	25	26	23
<i>Privatus apgyvendinimo sektorius</i>	4	4	9	25	48	85	146	165	217
Iš viso	552	561	548	574	637	663	715	748	810

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Metiniai apgyvendinimo įstaigų duomenys: Apgyvandinimo įstaigų veikla.*

Kaip matome iš 6 lentelės, 2008 m. bendras apgyvendinimo įstaigų skaičius Lietuvoje buvo 810. Kaip ir daugelyje kitų pasaulio šalių, didžiausią ir svarbiausią rinkos dalį užima viešbučių sektorius – net 40 proc. visų apgyvendinimo įstaigų skaičiaus. (žr. 8 pav.). Tuo tarpu moteliai Lietuvoje nėra plačiai paplitę, jie užima vos 5 proc. apgyvendinimo paslaugų rinkos. Nors ir nedidelis motelių skaičius, tačiau jis padidina bendrą viešbučio tipo apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų dalį iki 45 proc. Taigi viešbučių tipo apgyvendinimo paslaugos Lietuvoje užima beveik pusę apgyvendinimo paslaugų rinkos.



Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Metiniai apgyvendinimo įstaigų duomenys: Apgyvandinimo įstaigų veikla.*

8 pav. Apgyvandinimo įstaigų skaičius Lietuvoje

Taip pat didelę dalį, beveik 27 proc., užima privatus apgyvendinimo sektorius. Statistikos departamento duomenimis, 2008 m. iš viso Lietuvoje privataus apgyvendinimo paslaugas teikė 217 įstaigų. Nors privataus apgyvendinimo įstaigų skaičius, palyginus su kitomis apgyvendinimo formomis, yra gana didelis, tačiau šio tipo įstaigos negali apgyvendinti daug svečių vienu metu, todėl apgyvendinimo paslaugas teikiančiais įstaigas reikėtų vertinti ne tik pagal faktinį jų skaičių, bet ir pagal numerių bei vietų skaičių kiekvienoje iš jų (žr. 7 lentelę).

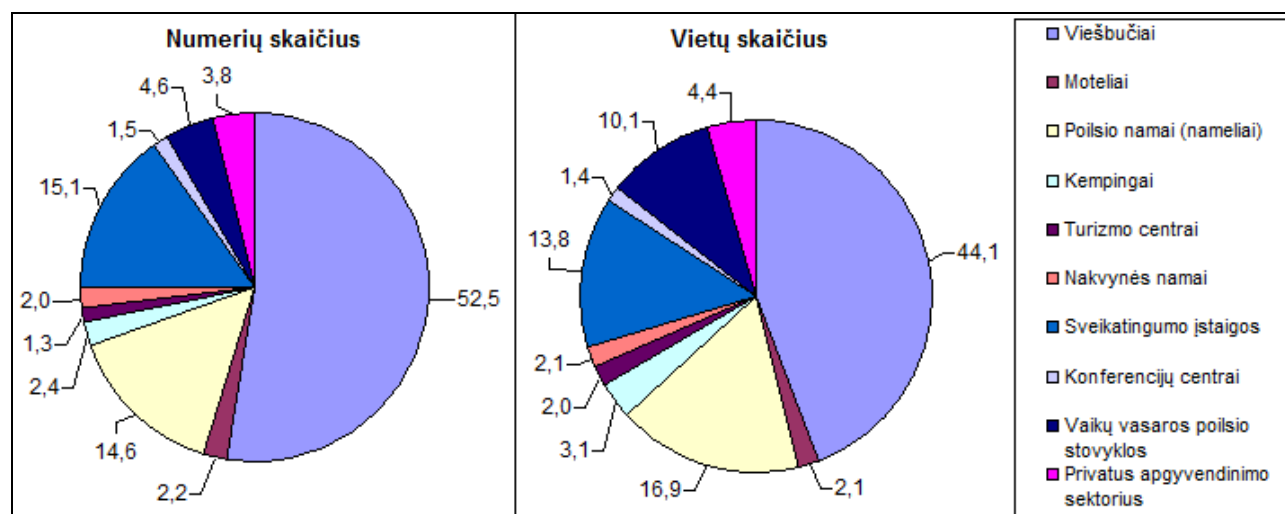
7 lentelė

Numerių ir vietų skaičius apgyvendinimo įstaigose 2008 m.

Apgyvendinimo įstaigos tipas	Įstaigų skaičius	Numerių skaičius	Vietų skaičius
Viešbučiai	326	10 684	21 037
Moteliai	39	457	987
Poilsio namai (nameliai)	140	2 979	8 069
Kempingai	11	480	1 496
Turizmo centrai	6	270	944
Nakvynės namai	20	398	978
Sveikatingumo įstaigos	25	3 064	6 557
Konferencijų centrai	3	296	670
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	23	933	4 808
Privatus apgyvendinimo sektorius	217	776	2 119
Iš viso	810	20 337	47 665

Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009), *Metiniai apgyvendinimo įstaigų duomenys: Apgyvendinimo įstaigų veikla.*

Nors privatus apgyvendinimo sektorius įstaigų gausumu yra antras po viešbučių, tačiau pagal numerių ir vietų skaičių yra tik penktoje vietoje po viešbučių, poilsio namų, sveikatingumo įstaigų ir vaikų vasaros poilsio stovyklų. Didžiausias numerių ir vietų skaičius, kaip ir įstaigų skaičius, priklauso viešbučiams (žr. 9 pav.). Numerių ir vietų skaičius juose sudaro atitinkamai 52,5 proc. ir 44,1 proc. visų apgyvendinimo įstaigų numerių ir vietų skaičiaus. Taigi neabejotinai viešbučiai yra didžiausia ir svarbiausia apgyvendinimo sektoriaus dalis.



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009), *Metiniai apgyvendinimo įstaigų duomenys: Apgyvendinimo įstaigų veikla.*

9 pav. Numerių ir vietų skaičius apgyvendinimo įstaigose 2008 m.

Kalbant apie apgyvendinimo įstaigų pasiskirstymą pagal numerių skaičių, Lietuvoje didžiausią dalį, beveik tris ketvirtadalius visų apgyvendinimo įstaigų, 2008 m. spalio-gruodžio mėn. sudarė nedidelės, iki 30-ies numerių turinčios apgyvendinimo įstaigos (žr. 8 lentelę). Daugiausiai iš jų yra viešbučiai ir svečių namai, taip pat nemažą dalį sudaro privatus apgyvendinimo sektorius. Tačiau šie duomenys ne visiškai tiksliai atspindi bendrą situaciją, kadangi 8 lentelėje pateikiami ne visų metų, o tik paskutiniojo 2008 m. ketvirčio duomenys ir lentelėje neatsispindi didelė dalis privataus apgyvendinimo sektoriaus įstaigų duomenų, nes jos dažniausiai veikia tik vasaros sezonu. Dėl šios priežasties, bendra smulkių (iki 30 numerių) apgyvendinimo įstaigų dalis bei privataus apgyvendinimo sektoriaus dalis toje dalyje turėtų būti dar didesnės, kadangi 2007 m. Statistikos departamento pateiktais duomenimis, visos privataus apgyvendinimo paslaugas teikiančios įstaigos turėjo iki 10 numerių, o 2008 m. Lietuvoje iš viso veikė 217 privataus apgyvendinimo įstaigų (tuo tarpu lentelėje atsispindi tik 81).

8 lentelė

Apgyvendinimo įstaigos pagal numerių skaičių 2008 m.*

Apgyvendinimo įstaigos tipas	>100 numerių	50-99 numerių	30-49 numerių	10-29 numerių	<10 numerių
Viešbučiai	23	30	43	152	72
Moteliai	-	-	4	14	21
Poilsio namai (nameliai)	1	12	15	56	48
Kempingai	1	4	1	4	1
Turizmo centrai	1	1	1	3	-
Nakvynės namai	-	3	2	5	8
Sveikatingumo įstaigos	11	4	3	5	1
Konferencijų centrai	2	-	-	1	-
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	1	7	3	9	1
Privatus apgyvendinimo sektorius	-	-	-	-	81
Iš viso	40	61	72	249	233

Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV*, 32-34 p.

Daugiau nei 100 numerių turi 40, t.y. 6 proc., apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų. Iš jų yra 23 viešbučiai ir svečių namai (7 proc. visų viešbučių ir svečių namų), 11 iš 24 iš viso Lietuvoje veikiančių sveikatingumo įstaigų bei 2 iš 3 iš viso Lietuvoje veikiančių konferencijos centrų. Taigi matome, jog virš 100 numerių turi tik labai maža visų tipų apgyvendinimo įstaigų dalis (išskyrus sveikatingumo įstaigas, virš 100 numerių turi beveik pusė visų sveikatingumo įstaigų Lietuvoje).

Lietuvos apgyvendinimo paslaugų rinka iš esmės koncentruojasi Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos miestuose bei kurortuose (pajūrio kurortai – Neringa, Palanga, sveikatingumo kurortai – Druskininkai ir Birštonas) (žr. 9 lentelę).

* Lentelėje pateikiami 2008 m. IV ketvirčio duomenys, todėl gali būti neatitikimų su bendrais 2008 m. duomenimis, kadangi kai kurios apgyvendinimo įstaigos veikia tik vasaros sezono metu.

Apgyvandinimo įstaigų pasiskirstymas pagal apskritis*

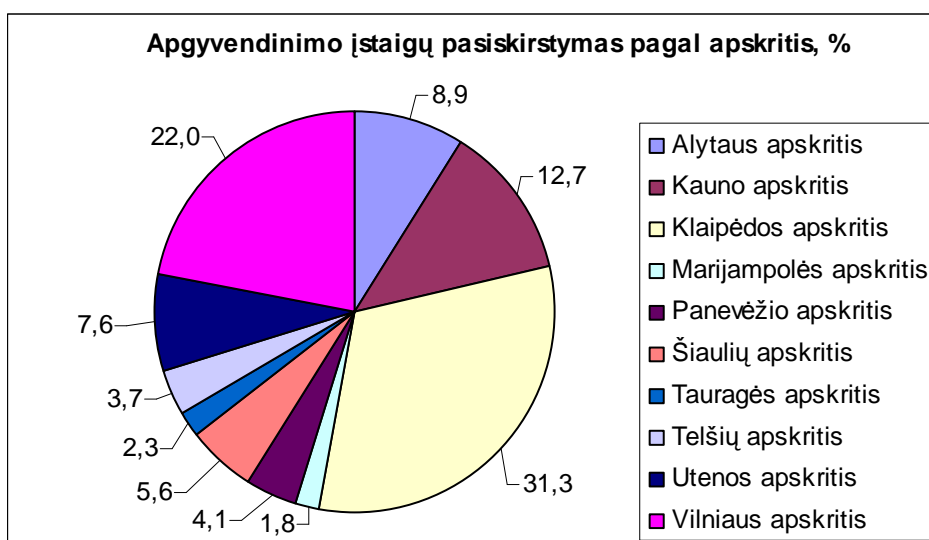
	Iš viso	Viešbučiai	Moteliai	Poilsio namai (nameliai)	Kempingai	Turizmo centrai	Nakvynės namai	Sveikatingum o įstaigos	Konferencijų centrai	Vaikų vasaros poilsio stovyklos	Privatus apgyvendinim o sektorius
Vilniaus apskr..	144	85	10	9	1	2	3	2	2	2	28
Vilniaus m. sav.	108	74	5	-	-	-	2	2	2	-	23
Kauno apskritis	83	38	10	1	-	-	8	5	1	5	15
Kauno m. sav.	45	21	5	-	-	-	4	1	-	-	14
Birštono sav.	9	6	-	-	-	-	-	2	1	-	-
Klaipėdos apskr.	205	83	1	84	3	-	2	6	-	5	21
Klaipėdos m. sav.	33	25	-	4	-	-	1	-	-	-	3
Neringos sav.	44	12	-	24	1	-	-	-	-	-	7
Palangos m. sav.	111	37	-	55	2	-	1	6	-	1	9
Alytaus apskritis	67	35	1	6	2	-	2	7	-	1	4
Alytaus m. sav.	11	4	1	-	-	-	-	-	-	-	4
Druskininkų sav.	32	23	-	2	1	-	-	6	-	-	-
Marijampolės apskritis	12	8	1	-	2	-	-	-	-	1	-
Marijampolės sav.	6	5	1	-	-	-	-	-	-	-	-
Panevėžio apskr.	27	15	3	1	-	-	1	1	-	3	3
Panevėžio m. sav.	7	5	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Šiaulių apskritis	36	24	7	2	-	-	2	1	-	1	-
Šiaulių m. sav.	16	15	-	-	-	-	1	-	-	-	-
Tauragės apskr.	15	5	3	1	-	1	-	1	-	-	4
Telšių apskritis	25	14	3	6	-	-	-	-	-	2	-
Utenos apskritis	50	13	-	23	3	3	-	1	-	1	6
Iš viso	664	320	39	132	11	6	18	24	3	21	81

Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV*, 54, 63, 68, 73, 75, 77, 80, 85, 87-88 p.

Daugiausiai apgyvendinimo įstaigų, net 30,8 proc., 2008 m. yra Klaipėdos apskrityje (žr. 9 pav.). Tai nenuostabu, kadangi pajūris, ypač vasaros sezono metu, pritraukia daug tiek užsienio, tiek ir vietinių lankytojų. Antroje vietoje yra Vilniaus apskritis (21,7 proc.), trečioje – Kauno apskritis (12,5 proc.). Reikia pridurti, jog 9 lentelėje pavaizduoti 2008 m. paskutiniojo ketvirčio duomenys, taigi čia, kaip ir anksčiau minėtu atveju, ne visai tiksliai atsispindi duomenys dėl mažesnio privataus apgyvendinimo sektoriaus duomenų skaičiaus.

Viešbučiai koncentruojasi didžiuosiuose Lietuvos miestuose bei kurortuose: Vilniuje 2008 m. IV ketvirtį buvo 74 viešbučiai ir svečių namai, t.y. 21 proc. visų Lietuvos viešbučių ir svečių namų, Palangoje – 37, Klaipėdoje – 25, Druskininkuose – 23, Kaune – 21, Šiauliuose – 15, Neringoje – 12 (žr. 10 pav.). Tuo tarpu poilsio įstaigos dominuoja Palangoje – 55 (41,7 proc. visų poilsio namų), Neringoje – 24 (18,2 proc. visų poilsio namų), o imant pasiskirstymą pagal apskritis, daugiau kaip pusė (63,6 proc.) visų Lietuvos poilsio namų yra Klaipėdos apskrityje, 17,4 proc. Utenos apskrityje ir 4,5 proc. Vilniaus apskrityje.

* Lentelėje pateikiami 2008 m. IV ketvirčio duomenys, todėl gali būti neatitikimų su bendrais 2008 m. duomenimis, kadangi kai kurios apgyvendinimo įstaigos veikia tik vasaros sezono metu.



Šaltinis: sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV*, 32-34 p.

10 pav. Apgyvandinimo įstaigų pasiskirstymas pagal apskritis 2008 m. IV ketvirtį

Taigi, didžiausia yra viešbučių rinkos plėtra ir sparčiausiai ji vyksta Vilniuje dėl šiam miestui būdingo didžiausio turistų srauto visos Lietuvos mastu. Statistikos departamento duomenimis, Vilnių aplanko daugiau kaip 50 procentų visų turistų, tačiau didžioji dalis jų – verslo žmonės, kurie gyvena 4, 5 žvaigždučių viešbučiuose. Turistams paprastai reikalingi 2, 3 žvaigždučių viešbučiai, kurių Vilniuje, Statistikos departamento tvirtinimu, vis dar trūksta. Na, o kurortuose yra kitokia situacija – ten trūksta aukštos kokybės paslaugų, pvz., Palangai tikrai per mažai 2 penkių žvaigždučių viešbučių.

Klaipėdos miestas dėl savo geografinės padėties yra populiarus tiek vietinių gyventojų, tiek užsienio turistų tarpe. Pakankamai mažas viešbučių skaičius yra Kaune, palyginus su Vilniumi ir Klaipėda. Tai rodo, kad Kaunas turi didelį apgyvendinimo paslaugų rinkos plėtros potencialą, ypač įvertinus istorinių lankytinų vietų bei kultūrinių renginių gausą šiame mieste, tolygų visos šalies įžymių vietų pasiekiamumą iš Kauno. Kauno miesto viešbučių verslo plėtrai palanki sąlyga yra ir tai, jog Kaune savo veiklą pradėjo vykdyti pigių skrydžių aviakompanijos „Ryanair“ ir „Wizz Air“.

10 lentelė

Viešbučių ir svečių namų pasiskirstymas pagal žvaigždučių skaičių 2007-2008 m.

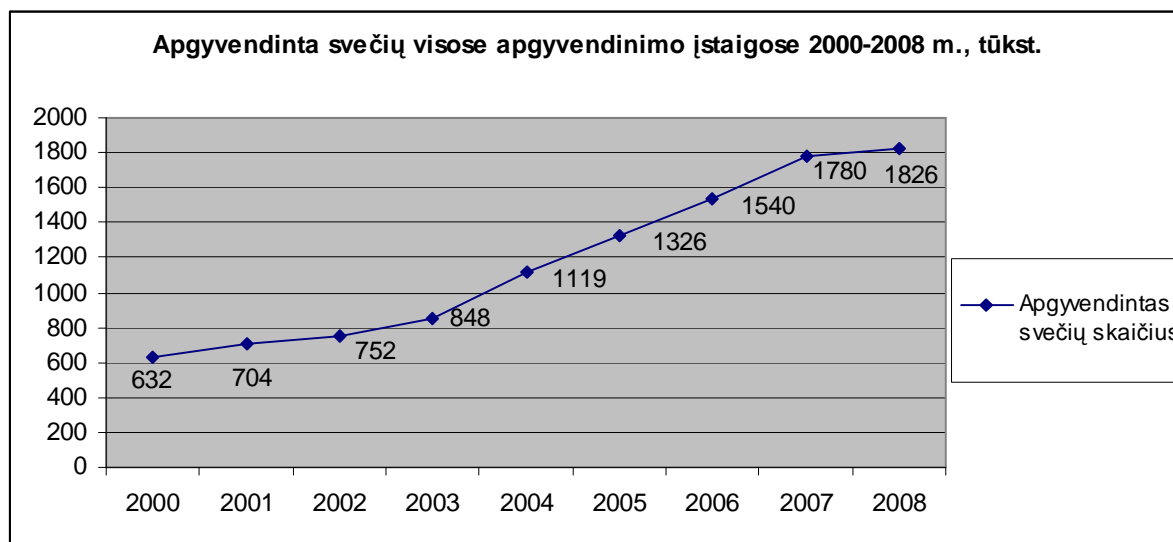
Žvaigždučių skaičius	Įstaigų skaičius		Numerių skaičius		Vietų skaičius	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008
*****	8	8	676	669	1336	1 329
****	59	70	3219	3771	5996	7 040
***	122	132	3426	3594	6971	7 293
**	57	55	1790	1784	3561	3 500
*	18	12	844	271	1787	643
Neklasifikuota	45	43	563	485	1190	1 046
Iš viso	309	320	10518	10 574	29841	20 851

Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal: Statistikos departamentas (2009), Pranešimai spaudai, *Apgyvandinimo įmonių statistika*; Statistikos departamentas (2008) *Turizmas Lietuvoje 2007*, 165 p.

Kaip matome iš 10 lentelės, Lietuvoje 2008 m. gruodžio 31 d. veikė 8 penkių žvaigždučių viešbučiai, tiek pat, kiek ir 2007 m., tačiau numerių ir vietų skaičius juose šiek tiek sumažėjo. Didžiausią viešbučių ir svečių namų dalį sudaro trijų žvaigždučių viešbučiai – 132 įstaigos (41,3 proc.). Jų skaičius, kaip ir keturių žvaigždučių viešbučių ir svečių namų skaičius, 2008 m. palyginti su 2007 m. didėjo. Tuo tarpu vienos žvaigždutės, dviejų žvaigždučių ir neklasifikuotų viešbučio ir svečių namų skaičius 2008 m. sumažėjo. tai rodo, jog paklausiausi yra vidutinės klasės (trijų ir keturių) viešbučiai ir svečių namai.

2.4. Apgyvendinimo paslaugų užimtumo charakteristikos

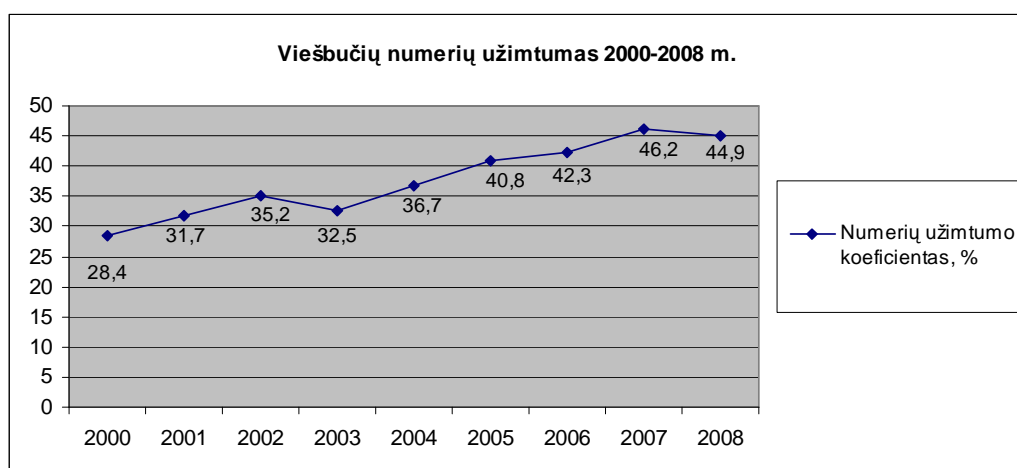
Statistikos departamento duomenimis, nuo 2000 m. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų svečių skaičius kasmet auga (žr. 11 pav.). Sparčiausiai apgyvendintų svečių skaičius išaugo 2004 m., kai Lietuva tapo Europos sąjungos nare. Dėl šios priežasties padaugėjo keliautojų iš ES šalių ir 2004 m. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apsigyveno beveik trečdaliu daugiau svečių lyginant su 2003 m. 2003 m. fiksuotas nedidelis nuosmukis, susijęs su bendru pasaulio turizmo pramonės nuosmukiu dėl SARS epidemijos (vadinamojo kiaulių gripo) ir Irako krizės (Stankevičiūtė, 2005). Iš viso per 2000-2008 m. laikotarpį apgyvendintų svečių skaičius padidėjo 1,7 karto, tad nenuostabu, jog ir apgyvendinimo įstaigų skaičius kasmet auga.



Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009), *Metiniai apgyvendinimo įstaigų duomenys: Apgyvendinimo įstaigų veikla*.

11 pav. Apgyvendintas svečių skaičius Lietuvos apgyvendinimo įstaigose 2000-2008 m.

Viešbučių ir svečių namų užimtumo koeficientas nuo 2000 m. iki 2008 padidėjo 1,6 karto nuo 28,4 iki 44,8 proc. 2008 m. viešbučių ir svečių namų numerių užimtumas sudarė 44,8 proc., kai tuo tarpu 2007 m. buvo 46,2 proc. (žr. 12 pav.).



Šaltinis: sukurta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009), *Metiniai apgyvendinimo įstaigų duomenys: Numerių ir vietų užimtumas viešbučiuose ir moteliuose*

12 pav. Viešbučių ir motelių numerių užimtumas 2000-2008 m.

Nors spaudoje ir tarp politikų nenutyla kalbos apie krizę, 2008 m. visose šalies apgyvendinimo įstaigose apsistojo 2,6 proc. daugiau svečių nei 2007 m. (žr. 11 lentelę). Užsieniečių skaičius Lietuvos apgyvendinimo įstaigose padidėjo net 7,2 proc., o tuo tarpu lietuvių skaičius sumažėjo 1,6 proc. Tokiam lietuvių skaičiaus sumažėjimui didžiausią įtaką turėjo ekonominė krizė, Lietuvoje pradėta jausti trečiąjį 2008 m. ketvirtį, kai apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų lietuvių skaičius pradėjo mažėti ir paskutinįjį 2008 m. ketvirtį nukrito net 9 proc. Paskutinįjį 2008 m. ketvirtį 2,1 proc. sumažėjo ir apgyvendintų užsieniečių skaičius.

11 lentelė

Apgyvendinta svečių apgyvendinimo įstaigose 2008 m.

	Apgyvendinta svečių 2008 m., tūkst.			2008 m., palyginti su 2007 m., padidėjimas, sumažėjimas (-), %		
	Iš viso	Lietuvos gyventojų	Užsieniečių	Iš viso	Lietuvos gyventojų	Užsieniečių
Visos apgyvendinimo įstaigos						
Iš viso	1825,8	915,8	910,0	2,6	-1,6	7,2
I ketv.	309,4	183,3	126,1	8,1	6,8	10,2
II ketv.	503,6	227,3	276,2	5,2	0,8	9,2
III ketv.	677,7	323,7	354,0	3,0	-3,0	9,0
IV ketv.	335,1	181,5	153,6	-6,1	-9,3	-2,1
Iš jų:						
Viešbučiai ir svečių namai	1326,7	531,0	795,7	5,3	0,4	8,9
Moteliai	62,7	33,596	29113	-15,9	-12,2	-17,9
Poilsio namai (nameliai)	118,0	109,9	8,1	-9,3	-7,6	-27,6
Kempingai	35,7	24,992	10747	-1,7	-7,6	15,7
Turizmo centai	20,9	16,372	4564	-8,1	5,9	-37,6
Nakvynės namai	27,1	17,285	9765	-1,6	-2,4	-0,2
Sveikatingumo įstaigos	132,7	106,4	26,3	1,2	0,8	2,9
Konferencijų centrai	16,0	11,124	4919	-2,4	-13,3	36,4
Vaikų vasaros poilsio stovyklos	29,3	29,276	9	-17,1	-15,6	-98,5
Privatus apgyvendinimo sekt.	56,6	35,881	20712	22,4	12,8	43,6

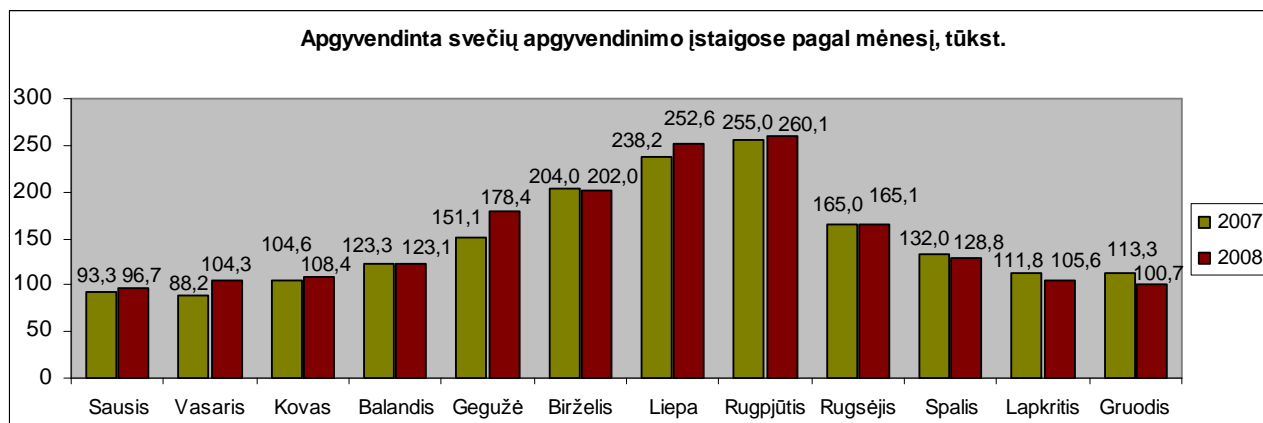
Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV*, 36-39 p.

Kaip matome iš 11 lentelės, 2008 m. apgyvendinimo įstaigose nakvojo 1,8 mln. svečių, iš jų beveik pusė užsieniečių. Viešbučiuose ir svečių namuose apsistojo 1,3 mln. svečių, t.y. 5,3 procento daugiau svečių nei 2007. Poilsio namuose (nameliuose) ilsėjosi 118 tūkst., iš kurių net 93 proc. sudaro Lietuvos gyventojai. Per 2008 m., lyginant su 2007 m., užsieniečių skaičius poilsio namuose (nameliuose) stipriai sumažėjo – net 27,6 proc. Dėl tokio didelio užsieniečių skaičiaus sumažėjimo, mažėjo ir bendras poilsio namuose (nameliuose) apgyvendintų svečių skaičius. Sveikatingumo įstaigose 2008 m. ilsėjosi ir gydėsi 132,7 tūkst. svečių, t.y. 0,8 proc. daugiau nei 2007 m. Šio tipo apgyvendinimo paslaugomis, taip pat kaip ir poilsio namų (namelių) atveju, daugiausiai naudojosi Lietuvos gyventojai – net 80 proc. visų svečių skaičiaus.

Lietuvos kurortų apgyvendinimo įstaigose, Statistikos departamento duomenimis, palyginti su 2007 m., Druskininkų sav. apgyvendinimo įstaigose apsistojo 3,9 proc. daugiau svečių, Neringos sav. – 18,6 proc., Birštono sav. – 48,5 procento daugiau, o Palangos m. sav. apgyvendinta 10,6 proc. mažiau svečių.

Pažymėtina, kad stipriai išaugo užsienio svečių skaičius Lietuvos kempinguose, lyginant su 2007 m. padidėjimas yra 15,7 proc. ir sudarė 10,7 tūkst. Tokie rodikliai akivaizdžiai rodo, kad Lietuvoje ir toliau būtina investuoti į kempingų sektorių.

Analizuojant svečių skaičių Lietuvos apgyvendinimo įstaigose pagal mėnesius, aiškiai pastebimas apgyvendintų svečių skaičiaus padidėjimas vasaros sezonu, jau nuo gegužės mėnesio iki rugpjūčio mėnesio, kada svečių skaičius didžiausias (žr. 13 pav.)

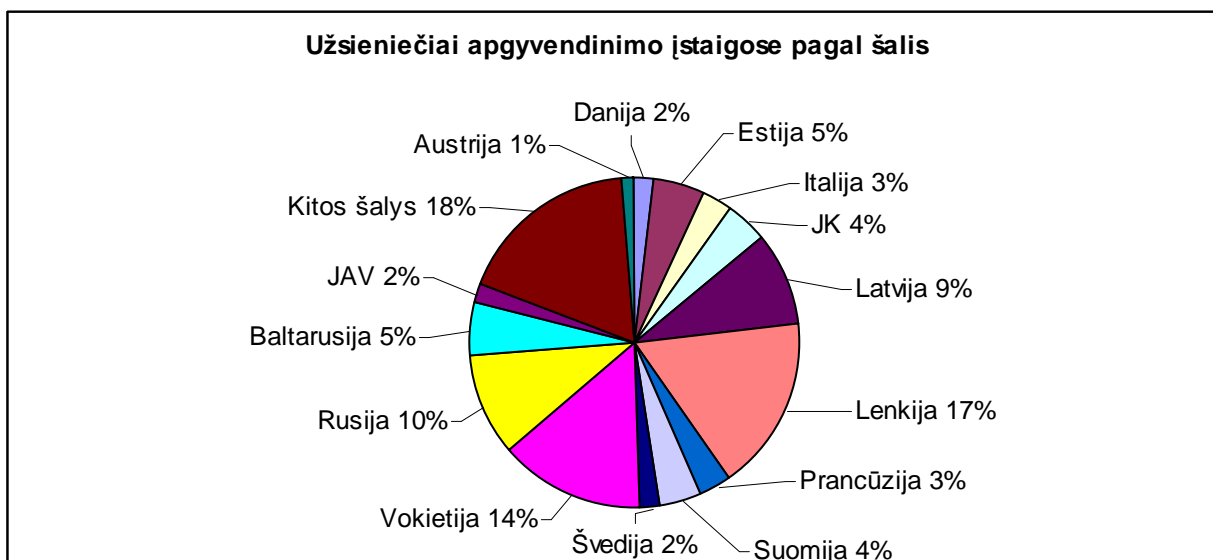


Šaltinis: Statistikos departamentas (2009), Pranešimai spaudai, *Apgyvendinimo įmonių statistika*.

13 pav. Apgyvendinta svečių apgyvendinimo įstaigose pagal mėnesius

Kaip matome iš 13 pav., 2008 m., lyginant su 2007 m., svečių skaičius apgyvendinimo įstaigose beveik kiekvieną mėnesį buvo didesnis. Nuo spalio mėnesio iki metų pabaigos 2008 m. apgyvendintų svečių skaičius, lyginant su 2007 m. buvo mažesnis. Tokį sumažėjimą galima aiškinti tuo, jog Lietuvoje 2008 m. antroje pusėje buvo pradėtos jausti ekonominės krizės pasekmės, todėl sumažėjo lietuvių skaičius apgyvendinimo įstaigose.

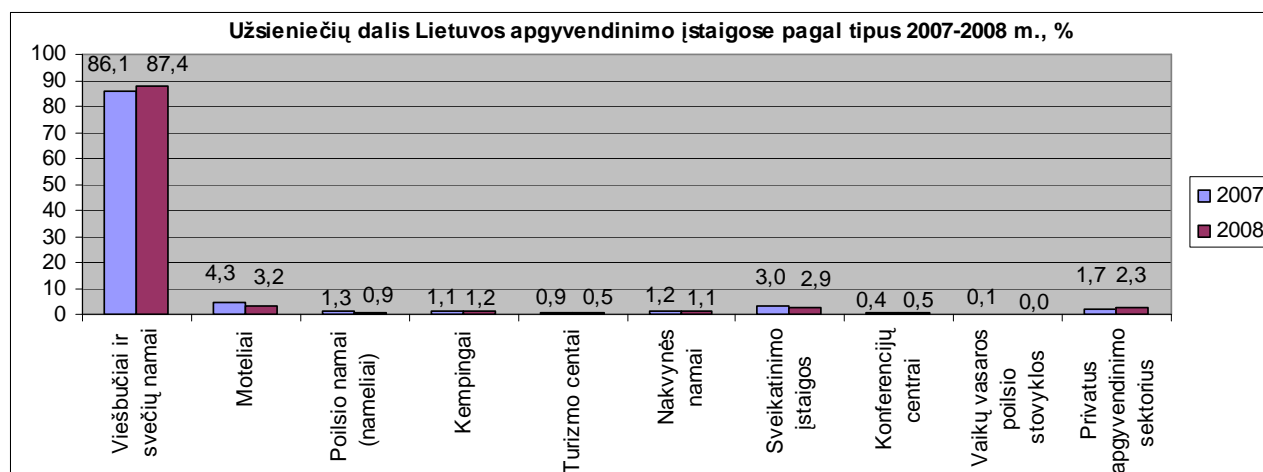
Didžiausią dalį užsienio svečių per 2008 m. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose sudarė svečiai iš ES (27, neįskaitant Lietuvos) šalių – 658,9 tūkst. (74 proc.). Pagal šalis daugiausiai užsienio svečių per 2008 m. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose buvo iš Lenkijos (17,3 proc.), Vokietijos (15,7 proc.), Rusijos bei Latvijos (po 9,2 proc.) (žr. 14 pav.). Svečių augimo tempai iš šių šalių buvo nevienodi: svečių iš Lenkijos skaičius išaugo 22 proc., Latvijos – 28,2 proc., Rusijos – 17 proc., o iš Vokietijos tik 0,9 proc. Lietuvos išiliejimas į Šengeno erdvę – svečių iš Baltarusijos skaičiaus mažėjimo (per 2008 m. sumažėjo 18,2 proc.) viena pagrindinių priežasčių.



Šaltinis: Statistikos departamentas (2009), Pranešimai spaudai, *Apgyvendinimo įmonių statistika*.

14 pav. Užsieniečiai pagal šalis apgyvendinimo įstaigose 2008 m.

Didžiausia dalis atvykusių užsieniečių 2008 m. apsistojo viešbučiuose – 87,4 proc., ir tai yra 1,3 proc. daugiau nei 2007 m. (žr. 15 pav.). 3,2 proc. užsieniečių apsistojo moteliuose, 2,9 proc. – sveikatingumo įstaigose (0,1 proc. mažiau nei 2007 m.), 2,3 proc. užsieniečių naudojami privataus apgyvendinimo sektoriaus paslaugomis.

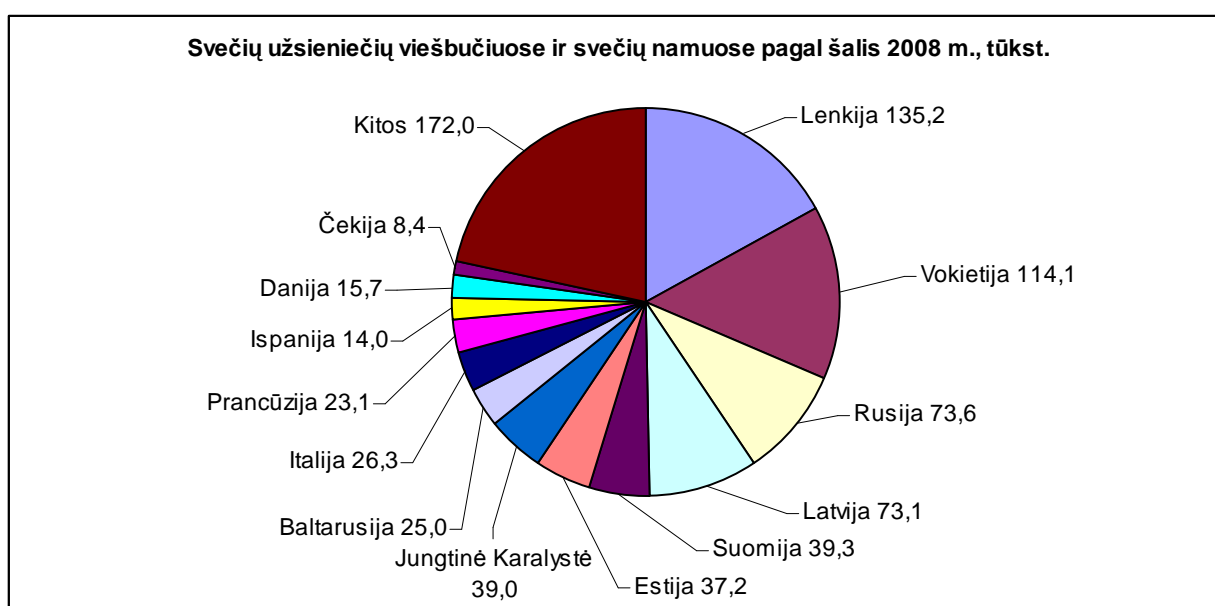


Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV*, 26-43 p.

15 pav. Svečių užsieniečių dalis Lietuvos apgyvendinimo įstaigose pagal tipus 2007-2008 m.

Statistikos departamento duomenimis, viešbučiuose ir svečių namuose 2008 m., palyginti su 2007 m., apgyvendinta 5,3 proc. daugiau svečių, užsieniečių – 8,9 proc. daugiau. Svečių iš ES šalių apsistojo 10 proc. daugiau. Padaugėjo svečių iš kaimyninių šalių – Ukrainos (33,6 proc.), Rusijos (30,0 proc.), Latvijos (22,4 proc.), Lenkijos (20,6 proc.), Estijos (1,2 proc.), taip pat iš Vakarų Europos šalių – Airijos (60,1 proc.), Austrijos (20,3 proc.), Nyderlandų (12,2 proc.), Suomijos (12,1 proc.), Prancūzijos (11,4 proc.), Danijos (5,8 proc.), Jungtinės Karalystės (5,6 proc.).

Daugiausia svečių atvyko iš Lenkijos – 135,2 tūkst. (2007 m. – 112,2 tūkst.), Vokietijos – 114,1 tūkst. (2007 m. – 111,6 tūkst.), Rusijos – 73,6 tūkst. (2007 m. – 56,6 tūkst.), Latvijos – 73,1 tūkst. (2007 m. – 59,7 tūkst.), Suomijos – 39,3 tūkst. (2007 m. – 35,1 tūkst.), Jungtinės Karalystės – 39,0 tūkst. (2007 m. – 36,9 tūkst.) (žr. 16 pav.).

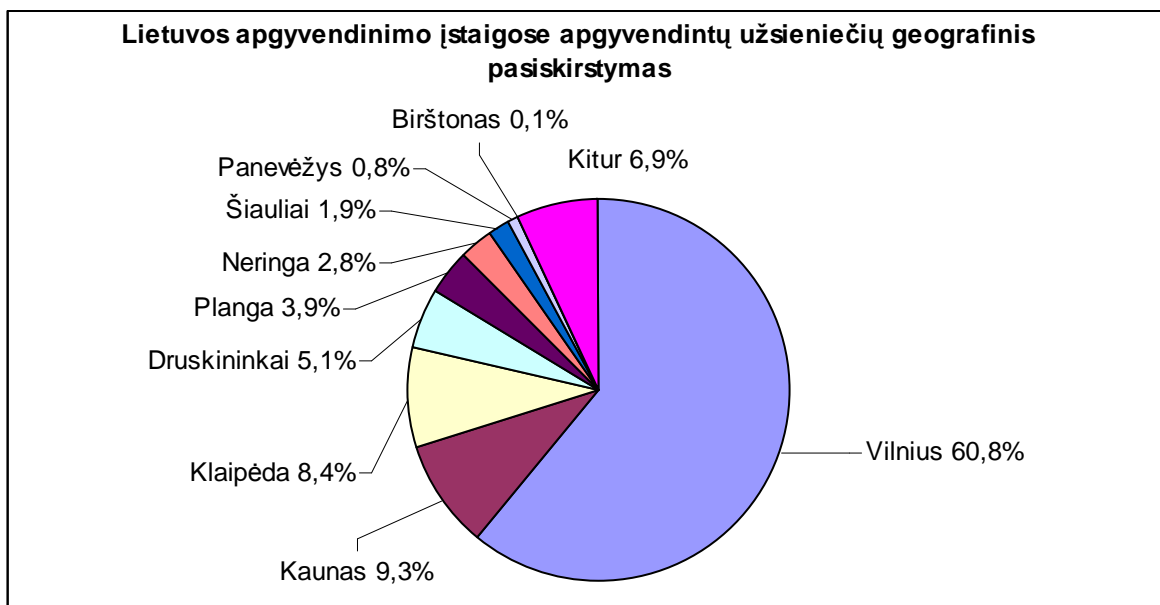


Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV*, 26 p.

16 pav. Svečių užsieniečių viešbučiuose ir svečių namuose pagal šalis 2008 m.

Užsienio svečių geografinis pasiskirstymas akivaizdžiai parodo, kad pagrindinė užsieniečių lankymo vieta yra Vilniaus miestas – net 60,8 proc. visų atvykusių užsieniečių (žr. 17 pav.). Pagrindinę šių svečių dalį sudaro turistai, atvykstantys verslo tikslais, kurių poreikius pilnai tenkina keturių ir penkių žvaigždučių viešbučiai, tačiau turistinės klasės viešbučių sostinėje vis dar trūksta.

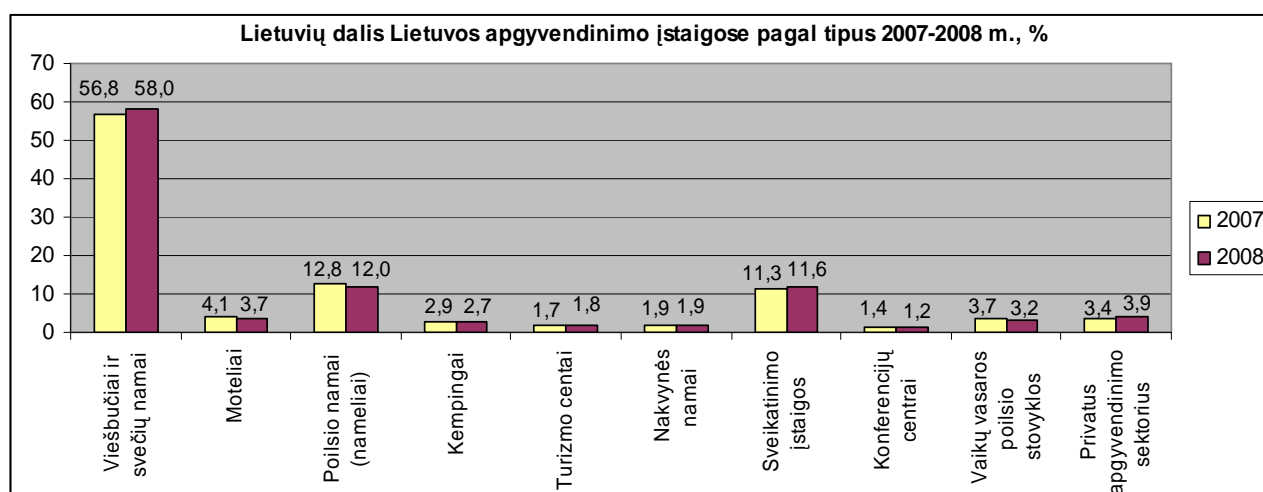
Kituose Lietuvos miestuose apsistojo mažesnioji užsieniečių dalis: Kaune – 9,3 proc., Klaipėdoje – 8,4 proc. Lietuvos kurortų apgyvendinimo įstaigose per 2008 m. apsistojo: Druskininkų – 5,1 proc. visų užsienio svečių, Palangoje – 3,9 proc., Neringoje – 2,8 proc., Birštone – 0,1 proc.



Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV*, 60 p.

17 pav. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų užsieniečių geografinis pasiskirstymas 2008 m.

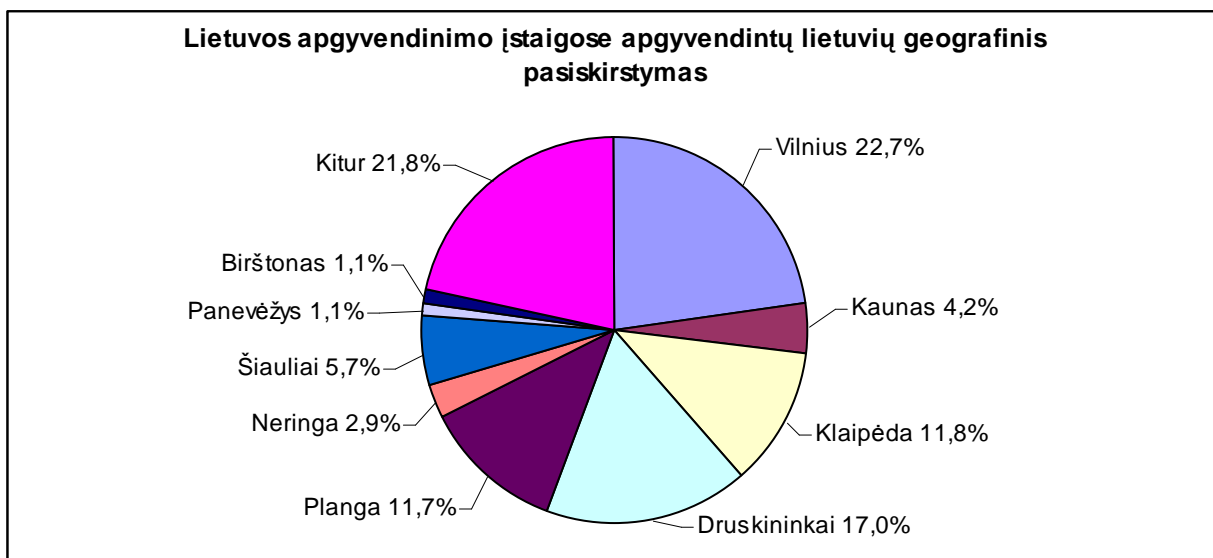
2008 m. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose bent vienai nakvynei buvo apsisotę 916 tūkst. lietuvių – 1,6 proc. mažiau nei 2007 m. Didžioji dalis lietuvių per 2008 m. buvo apsisotę Lietuvos viešbučiuose ir svečių namuose – 58 proc. visų lietuvių, 12 proc. – moteliuose, 11,6 proc. – svečių namuose (žr. 18 pav.). Pažymėtina, kad per 2008 m. lietuvių dalis, be viešbučių ir svečių namų, augo privataus apgyvendinimo sektoriuje (0,5 proc.), sveikatingumo įstaigose (0,3 proc.) bei turistinėse bazėse (0,1 proc.) lyginant su 2007 m., o moteliuose, poilsio namuose (nameliuose), kempinguose, konferencijų centruose bei vaikų vasaros poilsio stovyklose mažėjo. Taigi, mažėjantis svečių skaičius sveikatingumo įstaigose, moteliuose, kempinguose akivaizdžiai rodo, kad lietuviai pradeda rinktis kokybiškesnės apgyvendinimo paslaugas



Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV*, 26-43 p.

18 pav. Svečių užsieniečių dalis Lietuvos apgyvendinimo įstaigose pagal tipus 2007-2008 m.

Pagal viešnageis vietą lietuvių turistų pasiskirstymas ženkliai skiriasi nuo užsienio turistų. Nors didžiausias lietuvių turistų skaičius per 2008 m. apsistojo taip pat Vilniuje, tačiau lietuvių, apsistojusiu Lietuvos sostinėje, dalis žymiai mažesnė nei užsieniečių – 22,7 proc. (žr. 19 pav.). Taip pat didelė dalis lietuvių apsistojo Druskininkuose – 17 proc., Klaipėdoje – 11,8 proc. bei Palangoje – 11,7 proc. Pažymėtina, kad lietuvių skaičius Palangoje, lyginant su 2007 m. sumažėjo net 9 proc.



Šaltinis: Sudaryta autoriaus pagal Statistikos departamentas (2009) *Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV*, 60 p.

19 pav. Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų lietuvių geografinis pasiskirstymas 2008 m.

Palyginti didelė lietuvių dalis – 21,8 proc., apsistojo kituose Lietuvos miestuose, esančiuose Utenos ir Telšių apskrityse (atitinkamai 13,9 tūkst. ir 13,8 tūkst. visose apgyvendinimo įstaigose apsigyvenusių lietuvių). 2008 m. sparčiai išaugo lietuvių skaičius Marijampolėje (136,9 daugiau nei 2007 m.), Birštone (104,5 daugiau nei 2007 m.), Telšių apskrityje (58,9 proc. daugiau nei 2007 m.).

2.5. Apgyvendinimo paslaugų sektoriaus problemos ir ateities tendencijos

Lietuvos gamtiniai ir kultūriniai turizmo ištekliai sudaro palankias sąlygas kurti patrauklius turistinius produktus. Daugelis šalies kultūrinių turizmo išteklių – tokie kaip Vilniaus senamiestis, Kuršių Nerija bei Lietuvos kryždirbystė – yra įtraukti į pasaulio paveldo objektų sąrašą. Didžiausią turizmo plėtros potencialą turi keturi pagrindiniai turizmo centrai – Vilniaus, Kauno, Klaipėdos bei Šiaulių miestai, pajūrio kurortai Palanga ir Neringa, gydomieji (mineraliniai) kurortai Druskininkai ir Birštonas (BPD).

Tačiau Lietuvos kultūrinis ir gamtinis turizmo potencialas nėra pilnai išnaudojamas. Valstybinis turizmo departamentas išskiria keturias turizmo potencialo neišnaudojimo problemų grupes. Visų pirma, egzistuoja ryškus rinkodaros nepakankamumas. Lietuva, nepaisant investicijų į

rinkodarą, kaip naujas turistinis regionas dar neturi suformavusi savito turistinio įvaizdžio (arba tai daroma tik epizodiškai) ir trūkstant turistinės informacijos, lieka nežinoma vakarų šalių turistams.

Antra Valstybinio turizmo departamento nurodoma problema yra aiškūs infrastruktūriniai užsienio turistų srauto į Lietuvą apribojimai. Pagrindinis srautas užsienio lankytojų atvyksta į Lietuvą kelių transportu, o kitomis transporto rūšimis, tokiomis kaip geležinkeliai, oro transportas, jūrų transportas, atvykstančiųjų srautai žymiai mažesni. Taigi jei kelių infrastruktūra yra išplėta gana gerai, tai geležinkelių transporto potencialas nėra išnaudojamas. Pastaruoju daugiausiai naudojasi atvykstantys Rusijos turistai bei vietiniai gyventojai vykstantys į pajūrį, tačiau žema geležinkelio paslaugų kokybė bei silpna rinkodara apsprendžia mažą kelionių geležinkeliais skaičių. Be to, valstybinio turizmo departamento duomenimis, Lietuva vienintelė iš Baltijos jūros šalių neturi jūrinio turizmo, nes nėra sukurtos keleivinio uosto ar jachtų priplaukų infrastruktūros. Neišvystyta ir vidaus vandenų trasų bei priplaukų infrastruktūra neleidžia pasinaudoti Lietuvos tankiu vidaus kelių tinklu, kuris leistų nesunkiai aplankyti įvairias vietas.

Trečia problema yra Lietuvos turizmo paslaugų materialinės bazės neišvystymas nei kiekybiniu, nei kokybiniu aspektu. Valstybinio turizmo departamento teigimu, dauguma kultūros paveldo objektų yra neparengti turistų lankymui, nors jie galėtų būti pritaikomi turizmui įrengiant juose ekspozicijas, pritaikant juos turizmo paslaugų infrastruktūrai. Labiausiai besivystantis turizmo paslaugų sektorius – viešbučių apgyvendinimo sektorius – daugiausia orientuojasi į verslo klientus. Tuo tarpu turizmo agentūros bei turistai nurodo aiškų turistinės klasės viešbučių, kuriuose galima būtų mažesnėmis kainomis apgyvendinti turistų grupes, stygių. Tad akivaizdu, jog apgyvendinimo sektorius tebeturi didelį plėtos potencialą.

Valstybinio turizmo departamento duomenimis, problematiški ir kiti apgyvendinimo infrastruktūros segmentai: kempingai, poilsio namai, sanatorijos, kt. Visoje Lietuvoje veikia 11 kempingų, tačiau toks skaičius yra per mažas, ypač padidėjus keliautojų srautams iš Skandinavijos, kurie teikia pirmenybę būtent šiai apgyvendinimo fiormai. Rekreacinėse vietovėse pagrindinė apgyvendinimo priemonė yra poilsio namai. Tačiau poilsio namų skaičius nuolat mažėja. Sveikatingumo įstaigos – sanatorijos, daugiausiai sutelktos gydomuosiuose kurortuose, visų pirma, Druskininkuose, Birštone, Palangoje. Tačiau sanatorių vietų skaičius taip pat sparčiai mažėja, o apgyvendinimo paslaugų kokybės lygis yra pakankamai žemas. Aktualiausios sanatorių problemos – tai jų renovavimas bei veiklos perorientavimas prie rinkos sąlygų reikalavimų ir rinkodaros priemonių vykdymas.

Nagrinėjamų turizmo paslaugų sektoriaus struktūrinių trūkumų tarpe svarbi vieta tenka neišvystytam laisvalaikio pramogų sektoriui, kuris Lietuvoje yra labiausiai neišvystytas Baltijos šalių regione. Pramogų stygius neskatina užsienio turistų ilgiau pasilikti Lietuvoje, mažina Lietuvos turizmo produkto konkurentiškumą, nes mažėja galimybės pritraukti turistus į kurortus savaitgaliais

bei ne sezono metu. Ypač pramogų sektorius neišvystytas Kaune. Nors turistų skaičius šiame mieste didėja, dažnas vos kelioms valandoms į miestą užsukantis atvykėlis čia nepalieka krūvos pinigų pramogoms, nešluoja suvenyrų parduotuvių, nesinaudoja taksi ar vietos turizmo agentūrų paslaugomis. Kad laikinoji sostinė viliotų turistus, būtinos kelios sąlygos. Pirmiausia reikia turėti bent keletą rimtų traukos centrų, antra – skleisti informaciją apie teigiamą Kauno įvaizdį užsienio žiniasklaidoje, įvairiose parodose. Vienu iš traukos objektų mieste neabejotinai turėtų tapti Kauno pilis. Ją būtina kuo greičiau atgaivinti. Autentiškai atkurtas istorinis objektas tikrai taptų viena lankomiausių miesto vietų. Ekskursijos į fortus taip pat viliotų tūkstančius atvykėlių iš viso pasaulio (Skliutaitė, 2005).

Galiausiai, tiek minėta rinkodaros trūkumo problema, tiek nepatenkinama turizmo paslaugų kokybė, Valstybinio turizmo departamento teigimu, yra glaudžiai susijusi su ketvirtąja problema – nepakankama kvalifikacija. Kaip ir kitų paslaugų turizmo paslaugų kokybės pagrindinis veiksnys yra profesionalūs darbo išteklių. Tuo tarpu esminis mokymo įstaigose parengtų specialistų trūkumas yra silpni praktiniai įgūdžiai, nes nėra išvystyta praktinio mokymo bazė ir nėra sukurti simuliacinio mokymo firmų. Dažnas reiškinys yra turizmo verslo atstovų vadybinių žinių stoka. Visa tai neleidžia tikėtis stiprios rinkodaros atsiradimo įmonių lygmenyje.

Taigi, kaip jau minėta anksčiau, labiausiai besivystantis turizmo paslaugų sektorius yra viešbučių apgyvendinimo sektorius, todėl plačiau aptarsime šiuo sektoriaus plėtros galimybes. Viešbučių verslas Lietuvoje labai perspektyvus. Kasmėt auga viešbučių numerių užimtumas (tiesa, 2008 m. pastebimas nedidelis viešbučių ir svečių namų užimtumo sumažėjimas dėl krizės). Šis rodiklis auga didėjant apgyvendinimo įstaigų skaičiui, o tai rodo, kad ši verslo šaka Lietuvoje yra itin perspektyvi ir dar nepasiekusi išsistotinio taško. Užsienio investicijų viešbučių sektoriuje Lietuvoje kasmet daugėja. Per nepriklausomybės laiką šalyje radosi 13 užsienio viešbučių grandinių ir 3 Lietuvos. Lietuviams mėginant pritraukti užsienio investicijų, viešbučių rinkos specialistai tikina, kad šis sektorius jau kurį laiką traukia kitų šalių kapitalą, o dėl gerų perspektyvų ir toliau nestokos investuotojų dėmesio (*Apie viešbučius specialistų lūpomis*).

Viešbučių verslas pradėjo vystytis kaip vientisa paslaugų rūšis. Augant rinkos poreikiams viešbučiai skyrė didesnę dėmesį paslaugų kompleksiskumui tobulinti t.y. konferencijų, atvykstamojo turizmo organizavimas ir kt. Lietuvos viešbučių ir restoranų asociacijos prezidentės E.Šiškauskienės nuomone, šiuo metu yra trys pagrindinės plėtros kryptys, kurias palaiko ir Valstybinis turizmo departamentas, ir Ūkio ministerija – tai konferencinis turizmas, golfas ir SPA. Taip pat didelis dėmesys skiriamas paveldo restauravimui bei pritaikymui turizmui.

Tačiau pastaruojų metu ankstesnės optimistinės prognozės nustoja pildytis. Daugelis valstybių šiuo metu išgyvena ekonominę krizę ir tai stipriai atsiliepia ne tik apgyvendinimo paslaugų sektoriui, bet ir visai ekonomikai. Prognozuojama, jog turistų skaičius mažės, šalies viduje

žmonės taip pat keliauja ir išlaidauja mažiau. Bendrą situaciją apgyvendinimo paslaugų versle stipriai pablogina PVM lengvatos apgyvendinimo paslaugoms panaikinimas.

Padidinus viešbučių paslaugų PVM tarifą iki 19 proc., Lietuva turi vieną didžiausių PVM iš visų ES šalių. Lietuvos turizmo departamento pateiktais duomenimis, didžiausias Europoje PVM tarifas apgyvendinimo paslaugoms šiuo metu yra taikomas Danijoje – 25 proc. Vengrijos viešbučių verslas moka 20 proc. mokesčių, Slovakijos ir Vokietijos – 19 proc., Jungtinės Karalystės verslas – 17,5 proc. 5 proc. tarifas yra taikomas Estijoje, Latvijoje, Maltoje, Portugalijoje ir iki 2009 m. sausio 1 d. Lietuvoje. Mažiausiai valstybei sumoka Liuksemburgo verslininkai - vos 3 procentus (Žvirblytė, 2008).

Nacionalinės viešbučių ir restoranų asociacijos prezidentės E.Šiškauskienės teigimu, pakėlus apgyvendinimo paslaugoms taikomą PVM tarifą net 14 proc. – nuo 5 proc. iki 19 proc., Lietuva nebus pajėgi konkuruoti net su gretimomis šalimis. Apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų savininkai nerimauja, kad gali tekti užsidaryti, nes mokesčiai viršys gaunamas pajamas. Prognozuojama, kad kitais metais turizmo mastas bus 5 proc. mažesnis nei šiemet. Pridėjus papildomus 14 proc. mokesčių nesunku apskaičiuoti, kad apgyvendinimo paslaugų verslas patirs beveik 20 proc. kritimą. Prie išsilaikymo ribos šiuo metu jau yra 50 proc. apgyvendinimo sektoriaus, todėl, situacija, anot Žvirblytės (2008) yra kritinė.

Ekonominės krizės metu ir taip mažėja tiek verslo svečių, tiek paprastų turistų, todėl paslaugų kainų apgyvendinimo įstaigų savininkai didinti negali. Priešingai, mažėjant turistų srautams ir spaudžiant konkurencijai, apgyvendinimo įstaigos turėtų mažinti paslaugų kainas. Tai jau privertė padaryti sezoniškumo veiksnys – žiemos sezonu pradėtos taikyti 25 proc. nuolaidos. (Žvirblytė, 2008).

3. VIEŠBUČIŲ SEKTORIAUS PLĖTROS LIETUVOJE GALIMYBIŲ TYRIMAS

Šioje dalyje aprašoma tyrimo metodika, pagrindžiamas instrumentarijus ir pateikiami bei analizuojami tyrimo rezultatai.

3.1. Tyrimo metodika

Tyrimo aktualumas ir probleminės situacijos pristatymas. Labiausiai besivystantis turizmo paslaugų sektorius yra viešbučių apgyvendinimo sektorius. Viešbučių sektorius pagal augimą yra trečiasis tarp Lietuvos ūkio sričių po apdirbamosios pramonės ir prekybos. Jo augimas prilygsta bendram ūkio augimui.

Nors ir kaip sparčiai apgyvendinimo verslo paslaugų sektorius plečiasi, Lietuvos viešbučių asociacija (LVRA) prognozuoja, kad viešbučių verslas Lietuvoje vis dar turi kur plėstis. Negalima sakyti, kad šiandien yra pakankamai viešbučių. Pastaraisiais metais pastebima, kad Lietuva tampa patrauklia turizmo šalimi, padidėjo atvykstančiųjų srautas. Tai puikios sąlygos plėsti viešbučių verslą.

Viešbučių verslas Lietuvoje labai perspektyvus. Kasmet auga viešbučių numerių užimtumas. Šis rodiklis auga didėjant apgyvendinimo įstaigų skaičiui, o tai rodo, kad ši verslo šaka Lietuvoje yra itin perspektyvi ir dar nepasiekusi išsotinimo taško. Tačiau 2008 m. antroje pusėje pastebimas viešbučių ir svečių namų kambarių užimtumo sumažėjimas. Viešbučių ir apskritai visose Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apgyvendintų svečių skaičius 2008 išaugo mažiau, nei 2007 m. Kyla klausimas, kodėl pradėjo lėtėti Lietuvos viešbučiuose ir svečių namuose apgyvendintų svečių skaičius bei kaip tai įtakos viešbučių verslo plėtros galimybes ateityje.

Tyrimo tikslas – ištirti Lietuvos viešbučių verslo sektoriaus padėtį ir plėtros galimybes Lietuvoje.

Tyrimo objektas – Lietuvos viešbučiai.

Tyrimo dalykas – viešbučių veiklos charakteristikos bei jas veikiančios aplinkybės.

Tyrimo uždaviniai:

- išsiaiškinti Lietuvos viešbučių pagrindines veiklos charakteristikas;
- ištirti viešbučių vadovų nuomonę apie esamą situaciją Lietuvos apgyvendinimo rinkoje;
- ištirti viešbučių verslo sektoriaus plėtros galimybes;
- išsiaiškinti valstybės įtaką viešbučių sektoriaus plėtrai.

Hipotezė – viešbučių verslas Lietuvoje turi geras plėtros perspektyvas.

Atliekant tyrimą, darbas buvo skirstomas į šiuos **tyrimo etapus**:

1. Iškelti tiriamą problemą, tyrimo tikslą, uždavinius;
2. Apibrėžti tyrimo objektą ir dalyką;
3. Suformuluoti hipotezes;
4. Nustatyti pirminių duomenų poreikį ir sudaryti anketos klausimyną pirminei informacijai surinkti;
5. Atlikti Lietuvos viešbučių ir svečių namų apklausą;
6. Apdoroti gautus duomenis ir pateikti rezultatus.

Tyrimo metodų parinkimas. Šiam tyrimui, siekiant ištirti Lietuvos viešbučių verslo sektoriaus padėtį ir plėtros galimybes Lietuvoje, buvo taikomi aprašomojo pobūdžio tyrimų metodai. Aprašomieji tyrimai sudaro didžiausią rinkos tyrimų dalį. Jų tikslas – pateikti tikslią informaciją apie tam tikrus marketingo aplinkos aspektus. Tyrimų rezultatai yra naudingi nuodugniau nagrinėjant iškilusią problemą.

Tyrimo problemai išspręsti vien tik antrinių duomenų nepakanka. Tam, kad būtų gauta tikslesnė informacija, reikia rinkti pirminius duomenis. Pirminiams duomenims surinkti pasirinktas apžvalginis (apklausos) tyrimas. Apžvalginis (apklausos) tyrimas – tai informacijos gavimas struktūrizuotos apklausos būdu (Pranulis, 1998, p. 59).

Siekiant įgyvendinti apžvalginį (apklausos) tyrimą, buvo sukurtas tyrimo instrumentas – anketa. Socialiniuose moksluose anketinė apklausa yra plačiai paplitęs tyrimo metodas. Tai rodo šio metodo patikimumą. Anot Pranulio (1998), anketa – tai klausimynas, kuris naudojamas tyrimo duomenų surinkimo tikslais, arba kitaip sakant, anketa yra į tam tikrą formą bei loginį nuoseklumą sudėliotų klausimų komplektas, kuris naudojamas iš apklausiamųjų asmenų informacijai surinkti.

Tyrimo problemai išspręsti anketinė apklausa pasirinkta todėl, kad:

1. užtikrina pakankamą atrankos dydį;
2. šimtaprocentinis arba artimas jam anketų gražinimo lygis;
3. galimybė apklausėjui instruktuoti respondentus;
4. galimybė respondentams pasikonsultuoti su apklausos organizatoriumi;
5. galimybė apklausėjui kontroliuoti situaciją: sekti atsakymų į klausimus eigą, gauti papildomą informaciją stebėjimo būdu;
6. pagal respondentų reakciją, preliminariai spręsti apie problemos reikšmingumą, anketos klausimų sudarymo ir išdėstymo techniką;
7. anketavimas trumpiau trunka ir yra pigesnis nei interviu.

Sudarant anketą buvo stengiamasi laikytis jai keliamų reikalavimų (pagal Pranulis, 1998) :

- apklausiamiesiems buvo pateikiami logiški, nuoseklūs, mandagia forma, suprantamai sudaryti bei išdėstyti klausimai;

- anketos kalba ir intelektualus lygis apklausiamiesiems buvo suprantamas ir priimtinas;
- anketa parengta patogiai naudoti, ji yra tinkama kodavimui ir duomenų įvedimui į kompiuterį;
- Daugiausiai klausimų anketoje yra uždaro tipo todėl, kad respondentams būtų lengviau ją užpildyti.
- Respondentams buvo užtikrintas anonimiškumas.

Derinant uždarus, atvirus ir pusiau atvirus klausimus, siekta gauti tikslesnę, išsamesnę ir patikimesnę informaciją. Pusiau atvirais klausimais suteikiama galimybė respondentui išsakyti savo nuomonę ir laisvai papildomai komentuoti, reikšti pastabas šiam tyrimui ypatingai svarbiais klausimais.

Tyrimo anketą sudarė 17 uždaru, atviru bei pusiau atviru klausimų (1 priedas):

- **Bendra informacija (1–4 klausimai).** Šios dalies tikslas buvo nustatyti miestą, kuriame įsikūrusęs viešbutis, dydį (pagal vietų ir numerių skaičių), kvalifikacijos laipsnį (žvaigždučių skaičius arba nekvalifikuota) bei pagrindines teikiamas paslaugas.
- **Informacija apie apklausiamų apgyvendinimo įstaigų lankytojus (5-14 klausimai).** Šios dalies tikslas buvo nustatyti, kokios viešbučiuose apsistojančių svečių charakteristikas, t.y. šalis, iš kurių jie atvyko, kokią dalį visų svečių sudaro Lietuvos gyventojai, apsistojimo motyvus, viešnagės trukmę ir sąlygas, dabartinius svečių srautus, tam, kad būtų galima spręsti, kokia dabartinė situacija viešbučių rinkoje ir kokius svečius bei jų poreikius reikėtų labiau orientuotis plečiant viešbučių sektorių.
- **Informacija apie plėtros galimybes (15-17 klausimai).** Paskutinės dalies tikslas buvo nustatyti viešbučių savininkų prognozes, susijusias su viešbučių verslo plėtros galimybėmis ir kryptimis Lietuvoje.

Tyrimo imtis. Tyrimo metu buvo apklausiami viešbučių, įsikūrusių įvairiuose Lietuvos miestuose, vadovai.

Atrankinio tyrimo rezultatai visada turi didesnę ar mažesnę neapibrėžtumą, kuris mažėja, o didėja daromų išvadų tikslumas, didinant atrankos apimtį. Todėl iškyla uždavinys – nustatyti minimalų atrankos dydį n_{\min} (Bagdonavičius ir kt., 2007):

$$n_{\min} = \frac{z^2 \times N \times p(1-p)}{(\Delta p)^2(N-1) + z^2 \times p(1-p)}$$

N – visumos dydis (326).

p – požymio tikimybė. Ji dažniausiai mums nežinoma. Kadangi neturime kitų žinių apie p dydį, galima imti $p=0,5$.

Δp – požymio dalies paklaida. Darbe rezultatus pateiksime su 5 proc. paklaida.

z – normaliojo skirsnio koeficientas. Moksliniame darbe paprastai pasikliaujama 95 proc. patikimumu. Tada normaliojo skirsnio koeficientas $z = 1,96$ (Bagdonavičius ir kt., 2007).

Visus dydžius įtraukę į formulę, gausime, kad $n_{\min} = 179$, t. y. norint rezultatus gauti su 95 proc. tikimybe bei 5 proc. paklaida, duomenys turi būti surinkti mažiausiai iš 179 viešbučių.

Tyrimo organizavimas. Norint atlikti anketinę apklausą, reikia tinkamai atlikti respondentų atranką. Atranka – tai procedūra, kurios metu atrenkama dalis visumos elementų, kurie bus tiriami, o remiantis gautais rezultatais, nustatomi visumą atitinkantys rodikliai. Pasirinkus tyrimo metodus galima nuspręsti, kokį atrankos metodą naudoti.

Respondentų atranka atlikta vadovaujantis aukščiau pateikto modelio klausimais:

1. Generalinė aibė – visi Lietuvos viešbučiai (Statistikos departamento duomenimis, 2008 m. jų buvo 326).
2. Buvo apklausta 117 viešbučių vadovai.
3. Tyrimui atlikti buvo naudojama tikimybinė atranka. Buvo svarbu, kad respondentai maksimaliai reprezentuotų visos Lietuvos viešbučius ir svečių namus. Atliekant atranką, naudotas stratifikuotos atsitiktinės atrankos metodas. Jis yra dviejų pakopų. Pirmoje pakopoje visa tikslinė grupė suskaidoma į tam tikras nepasikartojančias grupes. Antrame etape viešbučiai buvo atrenkami pagal jų įsikūrimo vietą. Stratifikuotos atrankos pagalba atrenkant respondentus, išvengta galimo jų pasikartojimo visoje tiriamoje aplinkoje.

Iš viso buvo išsiųsta 180 anketų ir gauti 117 atsakymai. Visos anketos užpildytos teisingai. Todėl tyrime buvo naudojami 117 anketų duomenys. Tyrimas truko 3 savaites (2009 m. balandžio mėn.).

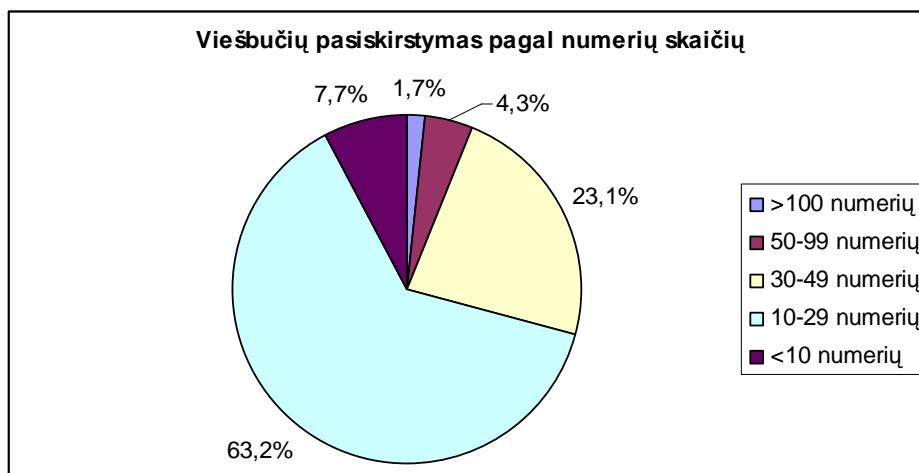
Anketos buvo siunčiamos elektroniniu paštu (100 proc.). Visos užpildytos anketos gražintos el. paštu. Tokio pasirinkimo priežastis – per trumpą laiką galima apklausti didelį kiekį respondentų ir gauti operatyvius atsakymus.

3.2. Tyrimo rezultatų aptarimas

Remiantis anketinės apklausos duomenimis, buvo atliktas viešbučių rinkos segmentavimas pagal miestą, kuriame įsikūrusi apgyvendinimo įstaiga, dydį bei kategoriją (žvaigždučių skaičius). Šie požymiai pasirinkti neatsitiktinai. Jie padeda įvertinti apgyvendinimo įstaigos rodiklius, klientų grupę, į kurią ji orientuota bei plėtros galimybes.

Segmentuojant apklaustus viešbučius pagal dydį, nustatyta, jog didžioji dalis apklaustų viešbučių – 63,2 proc., turi nuo 10 iki 29 kambarių (žr. 20 pav.). Beveik ketvirtadalis viešbučių turi

nuo 30 iki 49 numerių, 7,7 proc. viešbučių turi iki 10 numerių, 4,3 proc. – nuo 50 iki 99 numerių ir 1,7 proc., t.y. 2 viešbučiai, - daugiau nei 100 numerių.

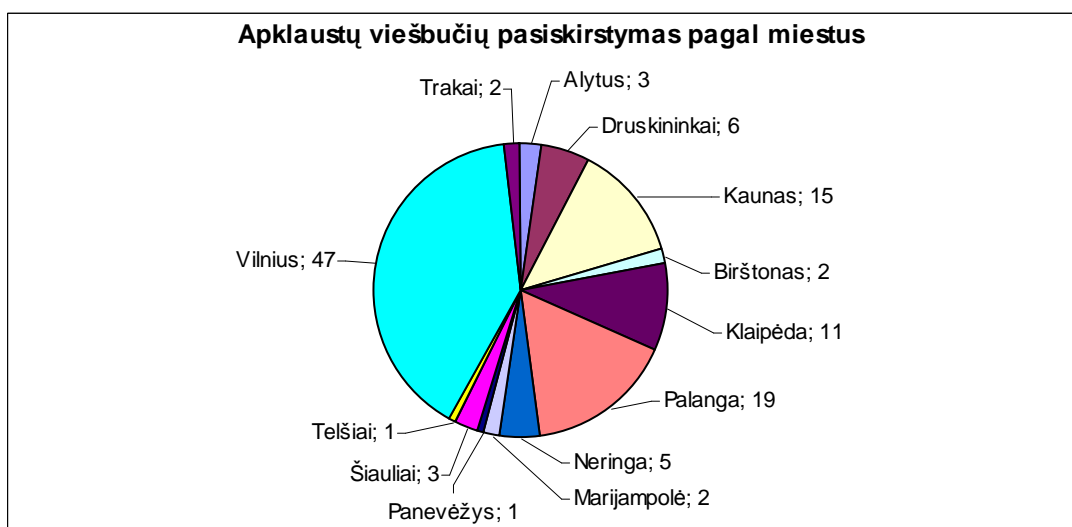


Šaltinis: sukurta autoriaus

20 pav. Viešbučių pasiskirstymas pagal dydį

Viešbučių geografinis pasiskirstymas pavaizduotas 21 pav. Kaip matome, daugiausiai apklausta viešbučių, esančių Vilniuje – iš viso 47. Kaune apklausta 15, Palangoje – 19, Klaipėdoje – 11 viešbučių. Taip pat buvo apklausta po keletą įstaigų esančių Druskininkuose, Neringoje, Alytuje, Šiauliuose, Birštone, Marijampolėje, Trakuose, po vieną viešbutį Telšiuose ir Panevėžyje.

Pasirenkant viešbučius ir svečių namus pagal miestą, buvo stengtasi išlaikyti proporcijas pagal Statistikos departamento duomenis tam, kad dėl skirtingų atskirų miestų rinkos ypatybių nebūtų iškraipyti apklausos rezultatai.

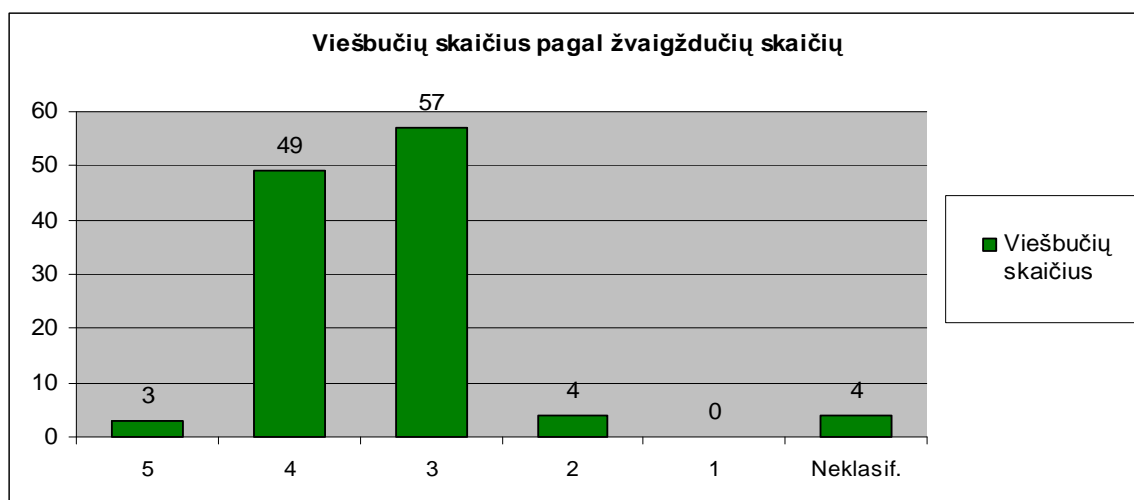


Šaltinis: sukurta autoriaus

21 pav. Apklaustųjų viešbučių geografinis pasiskirstymas

Išanalizavus apklaustus viešbučius pagal žvaigždžių skaičių pastebime, jog daugiausiai apklausta viešbučių, turinčių tris ir keturias žvaigžduotes, atitinkamai 57 ir 49 (žr. 22 pav.) Taip pat

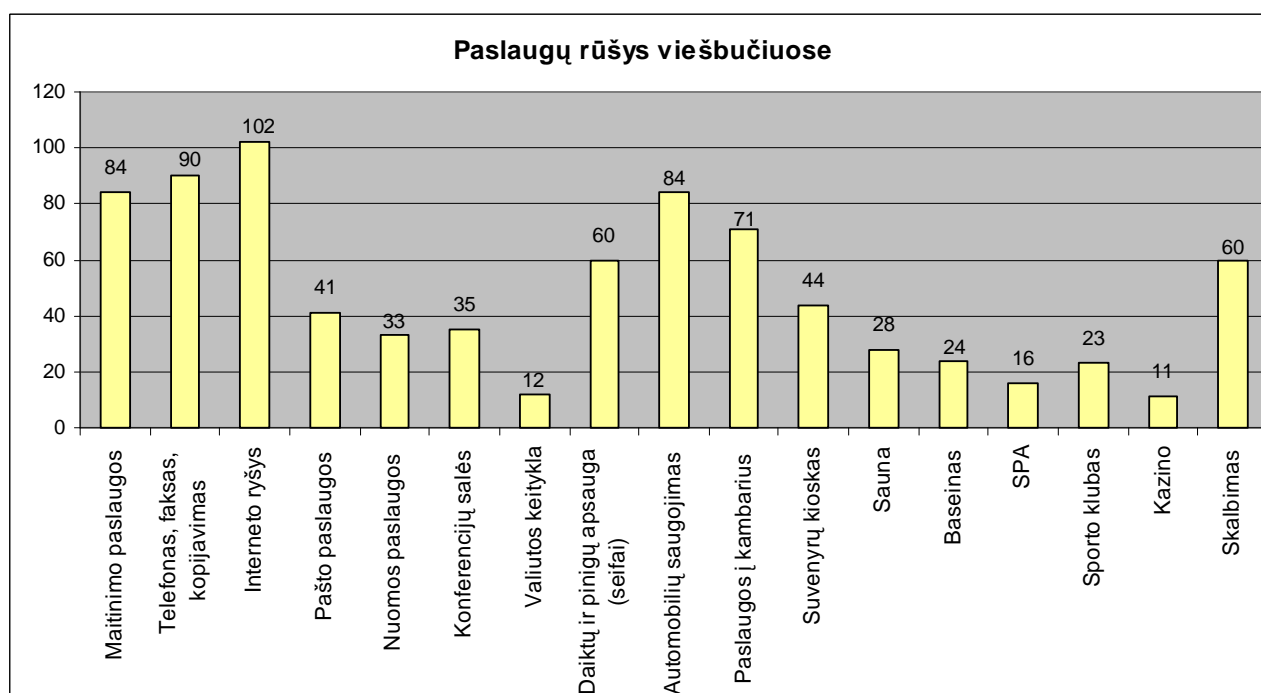
apklausti 3 viešbučiai, klasifikuoti penkiomis žvaigždutėmis, 4 viešbučiai, įvertinti dvejomis žvaigždutėmis, ir 4 išvis neklasifikuoti viešbučiai.



Šaltinis: sukurta autoriaus

22 pav. Apklaustų viešbučių pasiskirstymas pagal žvaigždučių skaičių

Apklaustų viešbučių teikiamos papildomos paslaugos (be apgyvendinimo) labai įvairios (žr. 23 pav.). Dažniausiai viešbučiuose pasitaikančios paslaugos yra telekomunikacinės paslaugos: internetas (102 iš 117 apklaustų įstaigų), telefono, fakso ir kopijavimo paslaugos (90 iš 117 apklaustų įstaigų). Taip pat viešbučiai dažnai teikia maitinimo (baras, kavinė, restoranai) bei automobilių saugojimo paslaugas (84 iš 117 apklaustųjų), paslaugas į kambarius (71 iš 117 apklaustųjų), daiktų ir pinigų saugojimo (seifai) bei skalbimo, lyginimo ir valymo paslaugas (60 iš 117 apklaustųjų). Rečiau pasitaiko suvenyrų kioskų, pašto, valiutos keityklų, paslaugos.



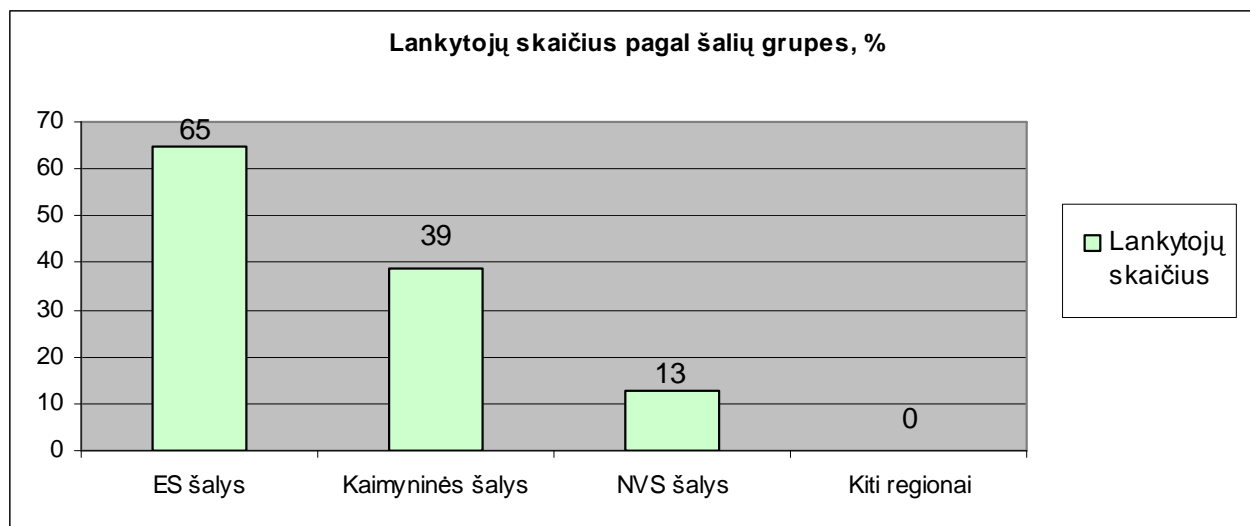
Šaltinis: sukurta autoriaus

23 pav. Paslaugų rūšys viešbučiuose

Kaip atskirą paslaugų grupę reikėtų aptarti konferencijų salių, SPA, sporto klubo, ir kazino paslaugas. Šios paslaugų grupės yra gana specifinės, orientuotos į tam tikros grupės klientus, pvz., aišku, jog viešbučiai, turintys konferencijų sales, labiau orientuojasi į verslo klientus. Tuo tarpu SPA viešbučiai yra labiau orientuoti į poilsio ir sveikatos tikslais atvykusius klientus. Iš 117 apklaustų viešbučių 35 viešbučiai gali pasiūlyti konferencijų sales, 28 viešbučiuose galima pasinaudoti sauna, 23 viešbučiuose pasinaudoti sporto klubu. SPA paslaugas teikia 16 viešbučių iš 117 apklaustų ir jie telkiasi Lietuvos kurortuose: Palangoje, Druskininkuose, Birštone, po vieną SPA paslaugas teikiančių viešbutį yra Vilniuje ir Trakuose.

Išanalizavus viešbučių teikiamas paslaugas, pastebima tendencija, kad daugiau žvaigždučių turintys viešbučiai siūlo platesnį papildomų paslaugų asortimentą ir tai nenuostabu, kadangi žvaigždučių skaičius suteikiamas remiantis siūlomų paslaugų gausa ir kokybe. Mažesni viešbučiai siūlo tik pagrindinius svečių poreikius tenkinančias paslaugas, tokias kaip interneto ir telefono ryšys, maitinimas bei automobilių saugojimas.

Norint nustatyti viešbučių plėtros galimybes, būtina išsiaiškinti paklausą jų apgyvendinimo paslaugoms. Visų pirma ištyrėme lankytojus pagal šalis, iš kurių jie atvyko. (žr. 24 pav.). Ši informacija yra svarbi tuo, jog kiekviena šalis turi savo kultūrą, tradicijas ir ypatumus. Gerai pažįstant aplinką, iš kurios atvyko klientas, galima pajvairinti teikiamas paslaugas, taip pritraukiant daugiau svečių iš tos šalies.

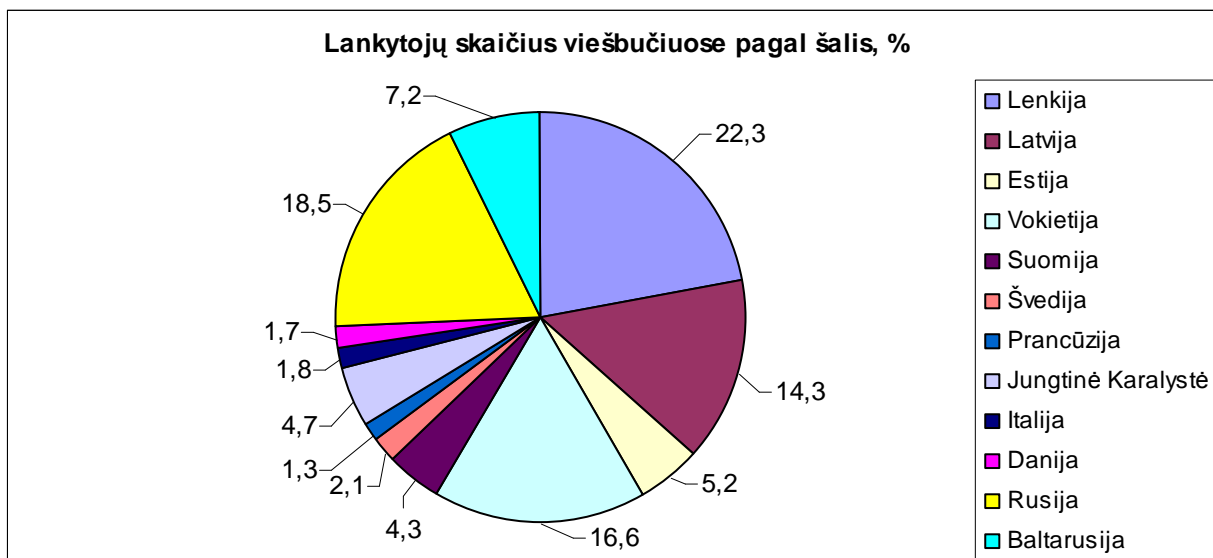


Šaltinis: sukurta autoriaus

24 pav. Lankytojų skaičius viešbučiuose pagal šalių grupes

Daugiau nei pusė apklaustų viešbučių savininkų nurodė, jog daugiausiai jų įstaigose apsistoja svečiai iš Europos Sąjungos šalių. Trečdalis nurodė, jog daugiausiai apsistojančių svečių atvyksta iš kaimyninių šalių, 11 proc. (daugiausiai Vilniuje) – iš NVS šalių. Tuo tarpu kitų regionų nenurodė nei vienas respondentas. Tačiau tai nereiškia, kad apklaustose apgyvendinimo įstaigose neapsistoja svečiai iš kitų šalių, tiesiog jie sudaro mažesnę svečių dalį.

Išanalizavus apkaustuose viešbučiuose apsistojančių svečių srautus pagal šalis, iš kurių jie atvyksta, matome, jog daugiausiai lankytojų viešbučiai sulaukia iš Lenkijos – 22,3 proc., Rusijos – 18,5 proc., Vokietijos – 16,6 proc. (žr. 25 pav.). Taip pat nemaža dalis lankytojų atvyksta iš Baltarusijos – 7,2 proc., Estijos – 5,2 proc., Jungtinės Karalystės – 4,7 proc., Suomijos – 4,3 proc. Kaip vienas iš dažniau pasitaikančių šalių, iš kurių atvyksta svečiai, viešbučių savininkai įvardija Švediją, Italiją, Daniją bei Prancūziją.

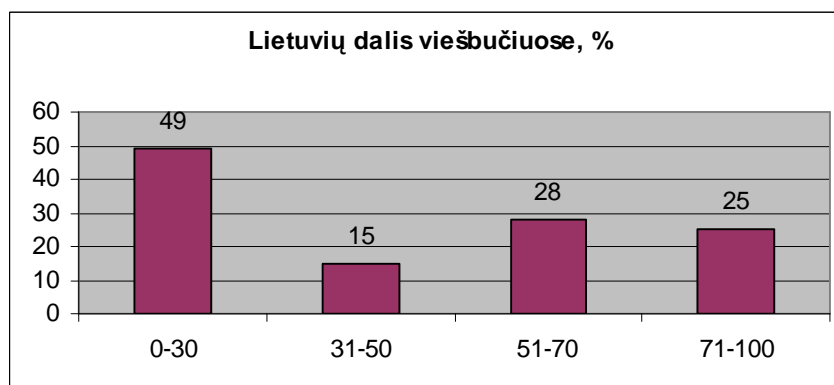


Šaltinis: sukurta autoriaus

25 pav. Lankytojų skaičius viešbučiuose pagal šalis

Taigi galima daryti išvadą, jog organizuodami savo viešbučio veiklą, viešbučių vadovai visų pirma turėtų atkreipti dėmesį į lankytojų iš kaimyninių šalių – Lenkijos, Rusijos, Vokietijos bei Latvijos, poreikius, nes jie sudaro didžiausią dalį visų viešbučiuose apsistojančių lankytojų dalį.

Ištyrus lietuvių, apsistojančių viešbučiuose, dalį galima daryti išvadą, jog daugumoje apklaustų viešbučių Lietuvos svečiai sudaro mažesniąją dalį lankytojų (žr. 26 pav.). Iš 117 apklaustų viešbučių, beveik pusė jų (42 proc.) nurodė, jog lietuviai sudaro iki 30 proc. jų svečių. 13 proc. respondentų nurodė, kad Lietuvos svečiai sudaro iki pusės visų lankytojų, 24 proc. – daugiau nei pusė lankytojų; ir 21 proc. – jog didžioji dalis svečių yra lietuviai.

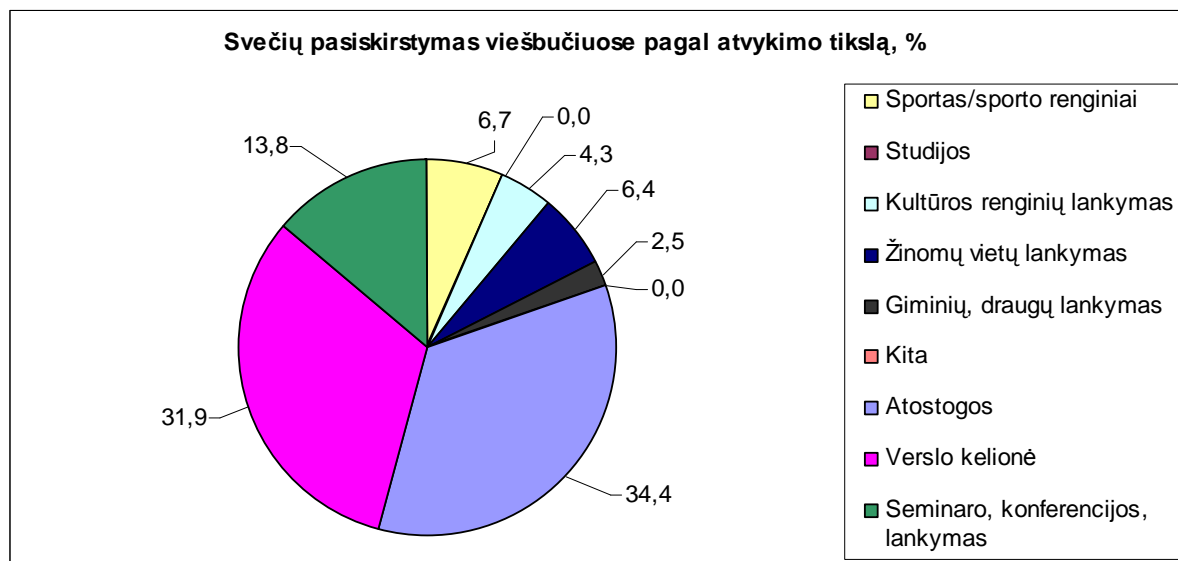


Šaltinis: sukurta autoriaus

26 pav. Lietuvių dalis viešbučiuose

Išanalizavus apklaustų viešbučių savininkų atsakymus pagal miestą, kuriame įsikūręs jų viešbutis, galima daryti išvadą, kad lietuviai didžiąją dalį svečių sudaro kurortiniuose Lietuvos miestuose: Palangoje, Neringoje, Klaipėdoje, Druskininkuose ir Birštone. Apie pusę visų apsistojančių svečių sudaro lietuviai tokiuose miestuose kaip Šiauliai, Telšiai, Alytus, Marijampolė. Tuo tarpu mažiausia dalis lietuvių apsistoja Vilniuje ir Kaune. Taigi kurortinių miestų viešbučių savininkai turi atkreipti dėmesį, jog visų pirma jiems reikia užtikrinti Lietuvos gyventojų kuo geresnį poreikių tenkinimą, kadangi didžiąją dalį jų įstaigose apsistojančių svečių sudaro lietuviai. Tuo tarpu Vilniuje ir Kaune reikėtų labiau rūpintis užsieniečių interesais.

Viešbučių savininkų paprašius įvardinti pagrindinius tikslus, kuriuos nurodo svečiai, apsistojančys jų viešbutyje, dauguma jų atsakė, kad dažniausiai svečiai atvyksta atostogų ir verslo tikslais – atitinkamai 34,4 proc. ir 31,9 proc. (žr. 27 pav.). Palyginti nemažą dalį (13,8 proc.) apsistojančių svečių sudaro atvykstantys lankyti įvairių seminarų ir konferencijų, 6,7 proc. – sporto tikslais, 6,4 – lankyti žinomų vietų, 4,3 proc. – kultūros renginių. Tik 2,5 proc. apsistojusiujų tikslas nurodomas kaip giminių lankymas, o studijų ir kitais tikslais atvykstančių svečių, respondentų teigimu, visai nėra.



Šaltinis: sukurta autoriaus

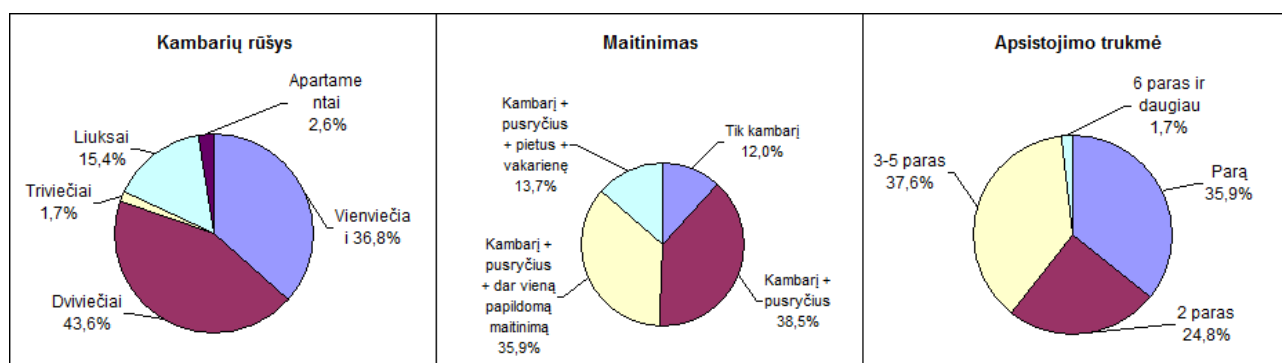
27 pav. Svečių, apsistojančių viešbučiuose, atvykimo tikslai

Didžiausia dalis verslo ir seminarų bei konferencijų lankymo tikslais atvykusių svečių apsistoja Vilniuje, Kaune, Šiauliuose, Telšiuose, Panevėžyje. Pajūryje – Klaipėdoje, Palangoje ir Neringoje, bei Druskininkų ir Birštono kurortuose dažniausiai apsistoja svečiai, atvykę atostogų ir poilsio tikslais. Svečiai, atvykstantys lankyti įvairių kultūros renginių bei žinomų vietų dažniausiai apsistoja Vilniaus ir Kauno viešbučiuose.

Išsiaiškinus pagrindinius viešbučių lankytojų tikslus galima teigti, jog pagrindinės viešbučių veiklos kryptys turėtų būti poilsio ir verslo tikslais atvykusių svečių poreikių tenkinimas. Į poilsiauti

atvykusių svečių interesus turėtų gilintis kurortinių miestų viešbučiai, o tuo tarpu verslo tikslais atvykusių svečių poreikius tenkinti didžiųjų Lietuvos miestų viešbučiai.

Viešbučių savininkų paklausus, kokius kambarius ir maitinimo planus dažniausiai renkasi svečiai bei kiek laiko trunka jų viešnagė viešbutyje, respondentai nurodė, jog dažniausiai svečiai apsistoja dviviečiuose kambariuose ir pasirenka „Kambarys + pusryčiai“ paslaugų paketą, apgyvendinimas dažniausiai trunka nuo 3 iki 5 parų (žr. 28 pav.). Taip pat didelė dalis svečių apsistoja vienviečiuose kambariuose (36,8 proc.) ir pasirenka planą „Kambarys + pusryčiai + dar vienas papildomas maitinimas“. 15,4 proc. apklaustų viešbučių savininkų nurodė, jog dažniausiai svečiai apsistoja liukuose, o tuo tarpu triviečiai ir apartamentai, apklaustų viešbučių savininkų teigimu, nėra populiarūs (atitinkamai po 1,7 ir 2,6 proc.).

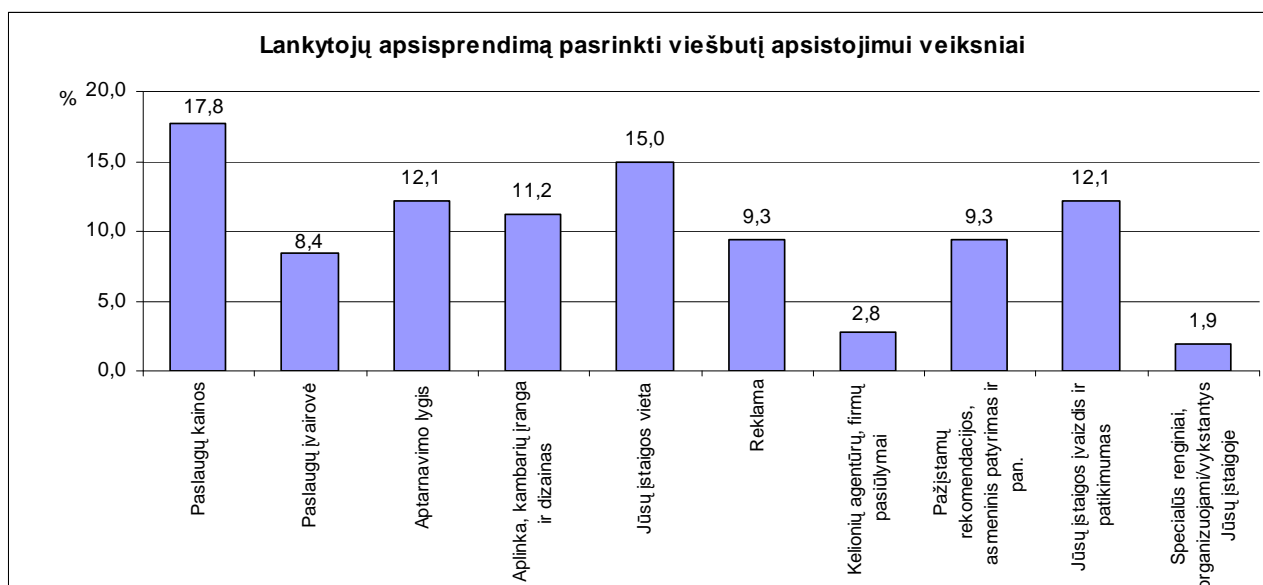


Šaltinis: sukurta autoriaus

28 pav. Svečių pasirenkami kambariai, maitinimo būdas ir apsistojimo trukmė

Taigi, populiariausi tarp viešbutiuose apsistojančių svečių yra vienviečiai ir dviviečiai kambariai, dažniausiai pasirenkamas paslaugų paketas su vienu ar dviem maitinimais per dieną, todėl plečiam viešbučių sektorių būtina atsižvelgti į šias charakteristikas. Viešbutiuose svečiai dažniausiai apsistoja nuo 1 iki 5 parų, 6 parų ir ilgesnės viešnagės nėra dažnai pasitaikančios.

Apklaustų viešbučių savininkų teigimu, svarbiausias veiksnys, lemiantis apgyvendinimo įstaigos pasirinkimą tarp jų klientų, yra paslaugų kainos (nurodė 17,8 proc. apklaustųjų) (žr. 29 pav.). Pasirenkant apgyvendinimo įstaigą taip pat labai svarbi apgyvendinimo įstaigos vieta (15 proc.), apgyvendinimo įstaigos įvaizdis ir patikimumas (12,1 proc.), aptarnavimo lygis (12,1 proc.), kambarių įranga ir dizainas (11,2 proc.). Nemažą svarbą turi reklama (9,3), pažįstamų rekomendacijos ir asmeninis patyrimas (9,3 proc.), teikiamų paslaugų įvairovė (8,4 proc.). Mažiau svarbūs veiksniai yra kelionių agentūrų pasiūlymai (2,8 proc.) bei specialūs renginiai, organizuojami/vykstantys apgyvendinimo įstaigoje.

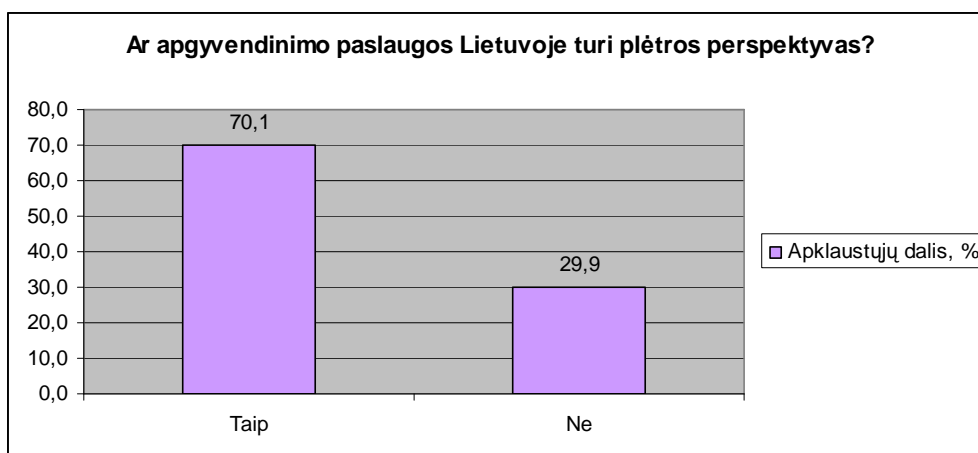


Šaltinis: sukurta autoriaus

29 pav. Svečių apsisprendimą, pasirenkant viešbutį apgyvendinimui, veiksniai

Taigi matome, kad daugelio viešbučių savininkų nuomone, didžiausią įtaką svečių apsisprendimui pasirenkant apgyvendinimo įstaigą šiuo metu yra paslaugų kainos, todėl norint sėkmingai vystyti viešbučių ir svečių namų verslą būtina užtikrinti gerą kainos ir kokybės santykį.

Paklausus viešbučių savininkų nuomonės, ar apgyvendinimo verslas Lietuvoje turi perspektyvas, didžioji dalis respondentų (70,1 proc.) atsakė teigiamai ir tik mažiau nei trečdalis respondentų (29,9 proc.) nurodė, jog perspektyvų nėra (žr. 30 pav.).



Šaltinis: sukurta autoriaus

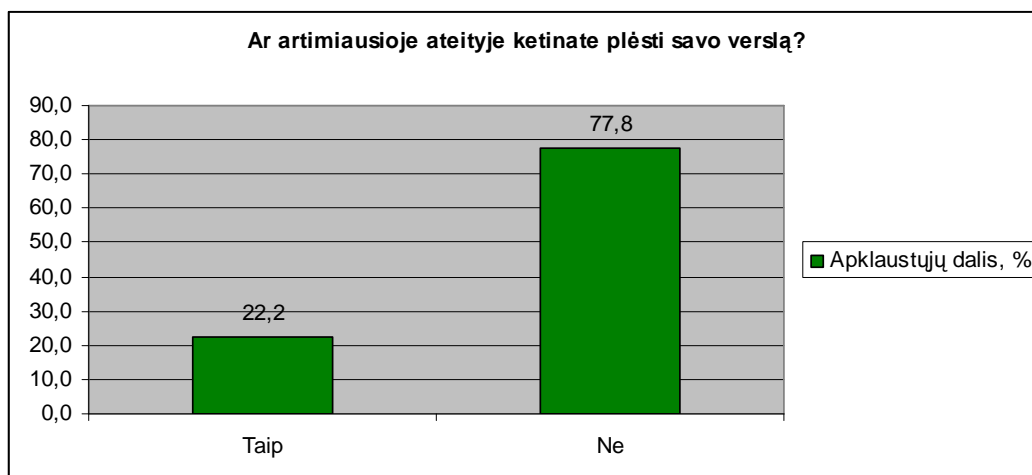
30 pav. Apgyvendinimo paslaugų Lietuvoje plėtros perspektyvos

Paprašius viešbučių savininkų pagrįsti savo atsakymą į anksčiau minėtą klausimą, daugiau nei pusė (56,1 proc.) respondentų, manančių jog apgyvendinimo verslas Lietuvoje dar turi kur plėstis, teigia, kad bendrame kontekste apgyvendinimo paslaugos turi plėtros perspektyvas, bet šiuo metu nėra tam sąlygų dėl susiklosčiusios nepalankios ekonominės situacijos ne tik apgyvendinimo rinkoje, bet visuose verslo sektoriuose. 22 proc. atsakiusiųjų teigiamai nurodė, jog šiuo metu

perspektyviausios yra pigaus apgyvendinimo paslaugos, tokios kaip dviejų žvaigždučių viešbučiai ir svečių namai, 4,9 proc. mano, jog apgyvendinimo paslaugų sektoriaus plėtra priklauso nuo Lietuvos, kaip turistinio regiono, įvaizdžio ir beveik 17,1 proc. jokių argumentų nenurodė.

Respondentai, manantys, kad apgyvendinimo paslaugų verslas perspektyvų Lietuvoje neturi, daugiausiai nurodė, jog dėl to kalta dabartinė ekonominė situacija (77,8 proc.), 8,3 proc. apgyvendinimo paslaugų sektoriaus plėtrą vertina neigiamai, nes, jų nuomone, Lietuvoje apgyvendinimo paslaugų pasiūla viršija paklausą, 5,6 proc. nurodo, kad Lietuvoje nepalanki teisinė aplinka (nepalankūs apgyvendinimo paslaugų verslui įstatymai ir jų kaita), 8,3 proc. argumentų nenurodė.

Nors daugumos respondentų teigimu, apgyvendinimo paslaugų verslas Lietuvoje yra perspektyvus, visgi dauguma viešbučių savininkų (77,8 proc.) artimiausioje ateityje neketina plėsti savo verslo (žr. 31 pav.). Kaip pagrindines to priežastis, dauguma jų (86,8 proc.) nurodo nepalankią dabartinę ekonominę situaciją, 4,4 proc. nurodo, jog nėra galimybių plėsti turimą viešbutį, o naujam objektui įsigyti nepakanka lėšų, 3,3 proc. nenori plėsti verslo dėl nepalankios įstatyminės bazės ir 5,5 proc. savo atsakymo nekommentavo.



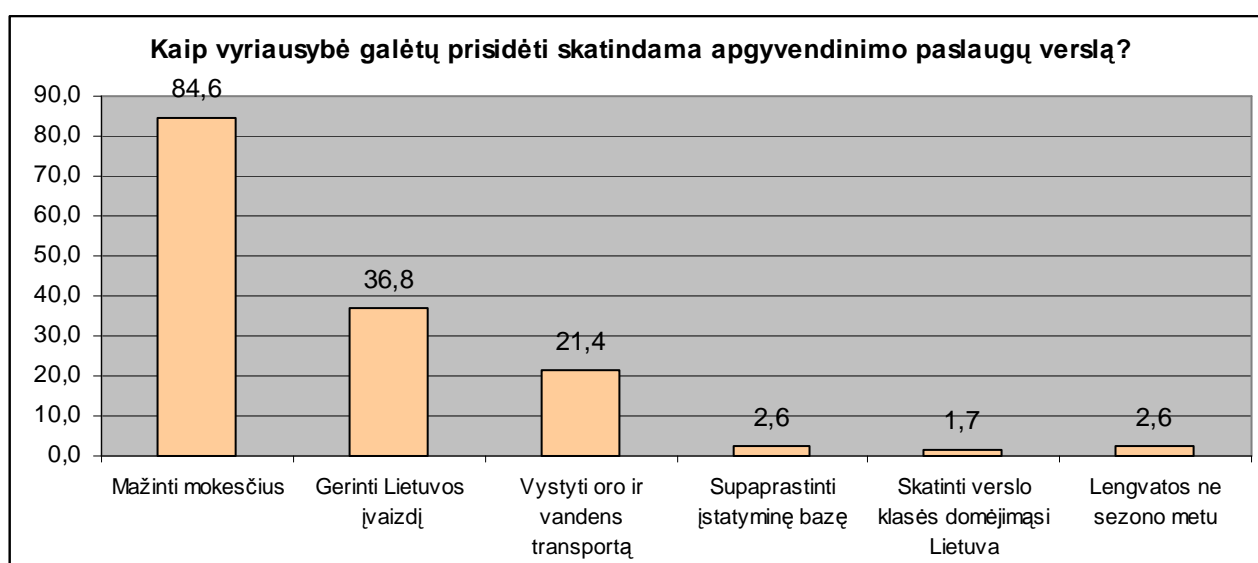
Šaltinis: sukurta autoriaus

31 pav. Viešbučių savininkų ketinimai plėsti verslą

Nors pastaruoju metu visur girdėti kalbos apie krizę, ne visų viešbučių savininkai yra taip pesimistiškai nusiteikę. Artimiausiu metu savo veiklą plėsti planuoja 22,2 proc. respondentų. 57,7 proc. iš jų nurodė plėsiantys paslaugų asortimentą arba kitaip gerinantys savo įstaigos būklę (pavėsinių statymas, automobilių saugojimo vietų įrengimas ir pan.). daugiausiai tai iki 29 numerių turinčių viešbučių savininkų. 19,2 proc. respondentų teigia pradėsia teikti pigesnio apgyvendinimo paslaugas, papildomai įsigydami naujų patalpų, reorganizuojant kitą turimą turtą, ir 23,1 proc. respondentų savo ateities planų neišdavė.

Paskutinis tyrimo aspektas buvo Lietuvos vyriausybės įtakos apgyvendinimo paslaugų plėtrai nustatymas. Paklausti, kaip vyriausybė galėtų prisidėti skatindama apgyvendinimo paslaugų

verslą, didžioji dalis respondentų (84,6 proc.) nurodė, kad visų pirma vyriausybė turėtų mažinti mokesčius, t.y. grąžinti PVM lengvatą, mažinti nekilnojamojo turto mokestį, ypač tai aktualu sunkmečio sąlygomis (žr. 32 pav.). 36,8 proc. respondentų mano, jog reikėtų gerinti Lietuvos įvaizdį, nes Lietuvos, kaip turizmo regiono, galimybės nėra išnaudojamos, užsieniečiams trūksta informacijos apie Lietuvą ir jos traukos objektus. 21,4 proc. respondentų nurodė, kad svarbi yra Lietuvos pasiekiamumo problema, t.y. reikėtų plėtoti oro ir vandens transportą Lietuvoje. Po 2,6 proc. respondentų nurodė, kad reikėtų supaprastinti įstatyminę bazę, reglamentuojančią apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų veiklą Lietuvoje, bei teikti lengvatas ne sezono metu, kada lankytojų srautai mažiausi. 1,7 proc. respondentų mano, jog vyriausybė turėtų skatinti verslo klasės domėjimąsi Lietuva bei skatinti užsienio investicijas.



Šaltinis: sukurta autoriaus

32 pav. Vyriausybės vaidmuo skatinant apgyvendinimo paslaugų verslą

Taigi matome, jog dauguma viešbučių savininkų bendrame kontekste mato teigiamas apgyvendinimo paslaugų verslo perspektyvas Lietuvoje ir dalis jų netgi planuoja plėsti savo veiklą. Tačiau visgi dauguma respondentų sutinka, jog artimiausiu metu plėtos galimybės ribotos dėl Lietuvą ir daugelį pasaulio šalių apėmusios ekonominės krizės. Pagrindiniai vyriausybės veiksmai, siekiant pagyvinti apgyvendinimo paslaugų verslą Lietuvoje, respondentų teigimu, visų pirma turėtų būti mokesčių mažinimas, ypač šiuo sunkiu ekonomikai laikmečiu, kada dauguma įmonių atsiduria ant bankroto ribos. Taip pat vyriausybė turėtų prisidėti prie Lietuvos, kaip turistinio regiono, įvaizdžio gerinimo bei Lietuvos pasiekiamumo oro ir vandens transportu gerinimo.

IŠVADOS

1. Atlikus apgyvendinimo paslaugų rinkos teorinę analizę, galima teigti, kad:

- Apgyvendinimo paslaugos sudaro didžiausią ir labiausiai paplitusią pasaulyje turizmo sektorių, jos yra būtina turizmo struktūrinė dalis. Apgyvendinimo paslaugų sektorius padeda pritraukti ne tik turistus, bet ir investicijas į atitinkamos vietovės bendrą turizmo produktą.
- Egzistuoja daug ir įvairių apgyvendinimo formų. Apibendrintai visas jas galima suskirstyti į dvi pagrindines grupes: viešbučių sektorių – pagrindinę ir labiausiai paplitusią apgyvendinimo formą; ir specialaus apgyvendinimo paslaugas.
- Visą apgyvendinimo paslaugų rinką pagal kelionės tikslą galima suskirstyti į tris pagrindinius segmentus: verslo kelionės, laisvalaikio kelionės, kelionės, siejamos su įvairiais renginiais (grupinės kelionės).

2. Išanalizavus apgyvendinimo paslaugų rinką Lietuvoje galime daryti tokias išvadas:

- Nuo 2000 m. pastebimas apgyvendinimo paslaugų pasiūlos ir paklausos didėjimas.
- Didžiausią visų apgyvendinimo įstaigų dalį sudaro viešbučiai, dažniausiai turintys iki 30-ies numerių.
- Viešbučiai koncentruojasi didžiuosiuose Lietuvos miestuose bei kurortuose: Vilniuje, Palangoje, Klaipėdoje, Druskininkuose, Kaune, Šiauliuose, Neringoje. Tuo tarpu poilsio įstaigos dominuoja Palangoje ir Neringoje.
- Didžiausia yra viešbučių rinkos plėtra ir sparčiausiai ji vyksta Vilniuje dėl šiam miestui būdingo didžiausio turistų srauto visos Lietuvos mastu. Pakankamai mažas viešbučių skaičius yra Kaune, palyginus su Vilniumi ir Klaipėda. Tai rodo, kad Kaunas turi didelį apgyvendinimo paslaugų rinkos plėtros potencialą.
- Daugiausiai Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apsistojančių svečių atvyksta iš ES šalių. Pagal šalis daugiausiai užsienio svečių per Lietuvos apgyvendinimo įstaigose yra iš Lenkijos, Vokietijos, Rusijos bei Latvijos.
- Daugiau nei pusė visų užsieniečių apsistoja Vilniaus apgyvendinimo įstaigose, tuo tarpu lietuviai geografiniu aspektu pasiskirsto plačiau: didžiausia dalis lietuvių apsistoja taip pat Vilniuje, taip pat didelė dalis Druskininkuose, Klaipėdoje ir Palangoje.
- Lietuva turi didelį neišnaudotą apgyvendinimo paslaugų plėtros potencialą, tačiau pastaruosiu metu pastebimas apgyvendinimo paslaugas teikiančių įstaigų užimtumo rodiklių mažėjimas dėl ekonominės krizės daugelyje pasaulio šalių. Situaciją dar labiau apsunkina padidėjęs PVM tarifas apgyvendinimo paslaugoms.

3. Siekiant praktiškai išsiaiškinti viešbučių verslo plėtros galimybes Lietuvoje, buvo atliktas žvalgomasis (apklausos) viešbučių tyrimas, kurio metu buvo apklausta 117 viešbučių savininkų,

atrinktų atsitiktinės atrankos būdu. Tyrimui atlikti buvo pasirinkta anketinė apklausa, anketas respondentams išsiunčiant elektroniniu paštu. Tyrimas truko 3 savaites, 2009 m. balandžio mėn.

4. Remiantis viešbučių savininkų apklausos rezultatais, galima teigti, kad:

- Dažniausiai viešbučiuose pasitaikančios paslaugos yra telekomunikacinės paslaugos: internetas, telefono, fakso ir kopijavimo paslaugos, taip pat maitinimo bei automobilių saugojimo paslaugos, paslaugos į kambarius, daiktų ir pinigų saugojimas bei skalbimo, lyginimo ir valymo paslaugos.
- Dažniausiai viešbučiuose apsistoja svečiai iš ES šalių. Daugiausiai lankytojų pagal šalis yra iš Lenkijos ir Rusijos ir Vokietijos, nemaža dalis iš Latvijos, Baltarusijos, Estijos, Jungtinės Karalystės, Suomijos. Taigi organizuojant viešbučio veiklą, visų pirma turėtų atkreipti dėmesį į lankytojų iš šių šalių poreikių tenkinimą.
- Daugumoje apklaustų apgyvendinimo įstaigų Lietuvos svečiai sudaro mažesniąją dalį lankytojų. Lietuviai didžiąją dalį svečių sudaro kurortiniuose Lietuvos miestuose: Palangoje, Neringoje, Klaipėdoje, Druskininkuose ir Birštone.
- Populiariausi tarp viešbučiuose apsistojančių svečių yra vienviečiai ir dviviečiai kambariai, dažniausiai pasirenkamas paslaugų paketas su vienu ar dviem maitinimais per dieną, todėl plečiant viešbučių sektorių būtina atsižvelgti į šias charakteristikas.
- Didžiausią įtaką svečių apsisprendimui pasirenkant apgyvendinimo įstaigą šiuo metu yra paslaugų kainos, todėl norint sėkmingai vystyti verslą būtina užtikrinti gerą kainos ir kokybės santykį.
- Dauguma viešbučių savininkų mano, kad apgyvendinimo paslaugos Lietuvoje turi geras plėtros perspektyvas, tačiau šiuo metu nėra tam sąlygų dėl susiklosčiusios nepalankios ekonominės situacijos ne tik apgyvendinimo rinkoje, bet visuose verslo sektoriuose.
- Artimiausiu metu savo veiklą plėsti planuoja penktadalis respondentų. Daugiau nei pusė jų nurodė plėsiantys paslaugų asortimentą arba kitaip gerinantys savo viešbučio būklę, dalis teigia pradėsia teikti pigesnio apgyvendinimo paslaugas, papildomai įsigydami naujų patalpų, reorganizuojant kitą turimą turtą.
- Pagrindiniai vyriausybės veiksmai, siekiant skatinti apgyvendinimo paslaugų verslą Lietuvoje, visų pirma turėtų būti mokesčių mažinimas šiuo sunkiu ekonomikai laikmečiu. Taip pat vyriausybė turėtų prisidėti prie Lietuvos, kaip turistinio regiono, įvaizdžio gerinimo bei Lietuvos pasiekiamumo oro ir vandens transportu gerinimo.

MEŠKAUSKAS, Julius. (2009) *Possibilities of Accommodation Service Development in Lithuania*. MBA Graduation Paper. Kaunas: Kaunas Faculty of Humanities, Vilnius University. 68 p.

S U M M A R Y

Business area of accommodation services is the third Lithuanian economic sector, according to the growth, following the manufacturing and trade. Its growth corresponds to general economic growth. However rapidly this sector is expanding, the Lithuanian Association of Hotels (LVRA) predicts that the business of accommodation services in Lithuania should continue expanding. It cannot be said that today we have enough hotels and other accommodation forms. Such business is treated as a priority branch in Lithuania. Recently it was noticed that Lithuania is becoming an attractive tourism country, and the incoming flow has increased. These are excellent conditions to expand the business of accommodation services, but this needs knowing where the expansion potential is the biggest. Thus the purpose of the work is after evaluating the market of accommodation services in Lithuania to learn its expansion possibilities. The object of the work is the accommodation services.

In order to achieve the goal, the following tasks are analyzed:

- To analyse the theoretical aspects of the business of accommodation services;
- To learn the situation of the Lithuanian market of accommodation services;
- To do the survey in order to learn the expansion possibilities of the Lithuanian market of accommodation services;
- To present the generalized research results.

The practical research on the expansion possibilities of hotel sector in Lithuania revealed that the demand for accommodation services has been growing until now together with the growth of supply. The majority of the questioned owners of the hotels consider that the accommodation services in Lithuania have good expansion perspectives, but now there are no conditions because of unfavorable situation in the accommodation market, as well as in all business sectors. The main actions of the government in order to help the business of accommodation services in Lithuania should first of all include the tax abatement during this economically difficult period when a lot of companies are close to the bankruptcy. Besides, the government should contribute to the improvement of the Lithuanian image as the tourist region and the accessibility of Lithuania by air and water transport.

The paper consists of 68 pages including 11 tables and 32 picture. The main material is described in 55 pages.

LITERATŪRA

Moksliniai šaltiniai:

1. BAGDONAVIČIUS, Juozas; ŠIAUDYTIS, Vytautas; VAITELIENĖ, Angelė (2007). Statistikos metodai socialiniuose-ekonominiuose tyrimuose. Vilnius: Vilniaus pedagoginio Universiteto leidykla. 192 p. ISBN 978-9955-20-177-9.
2. DVILEVIČIENĖ, D. (1997). Kelionių paslaugų industrija ir komercija. Vilnius: VU leidykla. 188 p. ISBN 9986-19-225-0.
3. JONIKIENĖ, Marija; MIKULSKIENĖ, Alfreda (2007). *Viešbučių verslo pagrindai*. Vilnius: Homo Liber. 144 p. ISBN 978-9955-716-27-3.
4. Kauno kolegija ir Klaipėdos universitetas. *Turizmas. Vadovėlis* (2002). Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras. 320 p. ISBN 9955-9366-3-0.
5. MIKNIUS, Rimantas (2007). *Viešbučio valdymas*. Vilnius: Petro ofsetas. 304 p. ISBN 978-9955-726-61-6.
6. PRANULIS, V. (1998) *Marketingo tyrimai*. Vilnius: Kronta. 168 p. ISBN 9986-879-10-8.
7. SVETIKIENĖ, Irena (2002). *Turizmo marketingas*. Vilnius: Ciklonas. 335 p. ISBN 9955-519-02-9.
8. VAITKIENĖ, R. (2001) Marketingo tyrimai: paskaitų konspektai.
9. COOPER, Chris; FLETCHER, John; FYALL, Alan; GILBERT, David; WANHILL, Stephen (1993). *Tourism: Principles and Practice*. Harlow: Longman. 290 p. ISBN 0582-28694-8.
10. COOPER, Chris; FLETCHER, John; FYALL, Alan; GILBERT, David; WANHILL, Stephen (2005). *Tourism: Principles and Practice*, Madrid: Mateu-Cromo Artes Graficas. 290 p. ISBN 978-0-273-71471-2.
11. GOELDNER, Charles R.; RITCHIE, J.R.Brent (2003). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc. 606 p. ISBN 0-471-40061-0.
12. HOLLOWAY, J.Christopher (1994). *The Business of Tourism*. Harlow: Longman. 282 p. ISBN 0582-29042-2.
13. JONES, Peter; LOCKWOOD, Andrew (1997). *The Management of Hotel Operations*. Trowbridge: Redwood Books. 182 p. ISBN 0-304-31572-9.
14. MEDLIK, S. (1994). *The Business of Hotels*. Bodmin: MPG Books Ltd. 211 p. ISBN 0-7506-2080-3.
15. PAGE, Stephen J.; CONNELL, Joanne (2006). *Tourism: A Modern Synthesis*. London: Thomson Learning. ISBN 978-1-84480-198-5.
16. ПАПИРЯН, Г.А. (2000) *Менеджмент В Индустрии Гостиприимства: Отели И Рестораны*. Москва: Экономика. 207 p. ISBN: 5282019809.

Informaciniai leidiniai:

17. *Apie viešbučius specialistų lūpomis* [interaktyvus]. Entertainment Bank: Pramogos Lietuvoje. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 20 d.] Prieiga per internetą: <<http://www.eb.lt/lt.php3?vid=56&cat=29&nid=19279>>.
18. *Bendrasis programavimo dokumentas* [interaktyvus]. Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos [žiūrėta 2009 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/BPD_turizm.doc>.
19. DAMBRAUSKAS, Arūnas (2007). *Kaune planuojamas viešbučių plėtros proveržis* [interaktyvus]. Lietuvos rytas, 2007 m. spalio 11 d., ketvirtadienis. Nr. 233 (5099). [žiūrėta 2009 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.lrytas.lt/?data=20071011&id=iso11_a8071011&view=2>.
20. *Dėl apgyvendinimo paslaugų klasifikavimo komisijos nuostatų patvirtinimo*, patvirtinta Valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos direktoriaus 2003 m. kovo 26 d. įsakymu Nr. 22-V [interaktyvus]. Lietuvos Respublikos Seimas, Vilnius [žiūrėta 2009 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=207972&p_query=>>.
21. GRIGOLYTĖ, Rūta; ČYVAS, Tomas (2009). *Lietuva užsidaro* [interaktyvus]. *Balsas.lt Savaitė*. [žiūrėta 2009 m. balandžio 20 d.] Prieiga per internetą: <<http://www.balsas.lt/naujiena/242261/lietuva-uzsidaro/rubrika:naujienos-lietuva-politika>>.
22. *Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymo pakeitimo įstatymas, 2002 m. gruodžio 3 d. Nr. IX-1211*. Lietuvos Respublikos Seimas, Vilnius. Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=197451>.
23. *Metiniai apgyvendinimo įstaigų duomenys: Apgyvendinimo įstaigų veikla* [interaktyvus]. (2009). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. [žiūrėta 2009 m. gegužės 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/selectvarval/saveelections.asp?MainTable=M4090301&PLanguage=0&TableStyle=&Buttons=&PXSID=4657&IQY=&TC=&ST=ST&rvar0=&rvar1=&rvar2=&rvar3=&rvar4=&rvar5=&rvar6=&rvar7=&rvar8=&rvar9=&rvar10=&rvar11=&rvar12=&rvar13=&rvar14=>>>.
24. *Metiniai apgyvendinimo įstaigų duomenys: Numerių ir vietų užimtumas viešbučiuose ir moteliuose* [interaktyvus]. (2009). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. [žiūrėta 2009 m. gegužės 2 d.]. Prieiga per internetą: <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/selectvarval/saveelections.asp?MainTable=M4090301&PLanguage=0&TableStyle=&Buttons=&PXSID=4656&IQY=&TC=&ST=ST&rvar0=&rvar1=&rvar2=>>>.

[&rvar3=&rvar4=&rvar5=&rvar6=&rvar7=&rvar8=&rvar9=&rvar10=&rvar11=&rvar12=&rvar13=&rvar14=>](#).

25. SERAFINIENĖ, Zita (2009). Pranešimai spaudai: *Apgyvandinimo įmonių statistika*. [interaktyvus]. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, Vilnius. [žiūrėta 2009 m. gegužės 2 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.stat.gov.lt/lt/news/view/?id=6599>.
26. SKLIUTAITĖ, IVETA (2006). *Užsieniečiai Kaune vis dar neranda ką veikti* [interaktyvus]. Pramogų ruletė, Dienraščio "Laikinoji sostinė" informacija [žiūrėta 2009 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.pramogurulete.lt/index.php?cid=1&nshow=362&lang=lt>.
27. Stankevičiūtė, Rūta (2005). *Viešbučius stiprina tarptautiniai tinklai* [interaktyvus]. 2005 m. kovo 18 d., Verslo žinios, Nr. 53, 8p., Žinios [žiūrėta 2009 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://archyvas.vz.lt/news.php?strid=1002&id=186782>.
28. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (2008). *Turizmas Lietuvoje 2007*. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės, Vilnius. 180 p. ISSN 1392-9925.
29. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (2009). *Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV* [interaktyvus]. Vilnius: Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. 122 p. ISSN 1648-5068 [žiūrėta 2009 m. gegužės 2 d.]. Prieiga per internetą: http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/66_Viesb_tur_2008_IV.pdf.
30. *Viešbučio tipo apgyvendinimo paslaugų teikimo taisyklės*, patvirtintos Valstybinio turizmo departamento 1998 m. liepos 31 d. įsakymu Nr. 31 [interaktyvus]. Valstybinis turizmo departamentas prie Ūkio ministerijos [žiūrėta 2009 m. sausio 10 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.tourism.lt/lt/dokumentai/viesb.htm>.
31. ŽVIRBLYTĖ, Jolita (2008). *Lietuva - turizmui per brangi šalis?* [interaktyvus]. Lietuvos žinios. [žiūrėta 2008 m. gruodžio 20 d.] Prieiga per internetą: <http://www.balsas.lt/naujiena/223727/lietuva-turizmui-per-brangi-salis/rubrika:naujienos-verslas-valdzia>.
32. РОГАЧЕВ, А.Ф.; СКОПИНА, И.В. (2005). *Гостиничный маркетинг и конкурентноспособность сегодня* [interaktyvus]. Otel-E. [žiūrėta 2009 m. vasario 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://otel-e.com/ru/design/inv/29/1883>.
33. ХОРОЗОВА, Михайлина (2007). *Гостеприимство против гостиничного хозяйства*. [interaktyvus]. Hoteliero [žiūrėta 2009 m. vasario 7 d.]. Prieiga per internetą: <http://www.hoteliero.com/ru/articles/hospitality/>.

ANKETOS PAVYZDYS

Gerb. Respondente,

Esu Vilniaus universiteto Kauno humanitarinio fakulteto II magistrantūros kurso studentas ir šiuo metu rašau baigiamąjį magistro darbą bei atlieku tyrimą tema „Apgyvandinimo paslaugų verslo sektoriaus plėtros Lietuvoje galimybės“. Būsiu labai dėkingas, jei atsakysite į žemiau pateiktus klausimus pažymėdami ir/ar įrašydami Jums tinkamą atsakymo variantą. Anketa yra anoniminė, atsakymai bus naudojami tik apibendrinti, atlikti mokslinei analizei bei daryti išvados. Jūsų nuoširdūs ir objektyvūs atsakymai padės nustatyti tikslesnius tyrimo rezultatus. Iš anksto dėkoju už atsakymus!

1. Miestas, kuriame įsikūrusi Jūsų apgyvendinimo įstaiga:

- a) Kaunas;
- b) Vilnius;
- c) Klaipėda;
- d) Palanga;
- e) Druskininkai
- f) Kita _____

2. Kelių žvaigždučių Jūsų viešbutis/motelis/svečių namai?

- a) 1 žvaigždutės;
- b) 2 žvaigždučių;
- c) 3 žvaigždučių;
- d) 4 žvaigždučių;
- e) 5 žvaigždučių;
- f) neklasifikuotas;

3. Numerių ir vietų skaičius Jūsų įstaigoje:

Numerių skaičius: _____

Vietų skaičius: _____

4. Svarbiausios Jūsų įstaigos teikiamos papildomos paslaugos:

- Maitinimo paslaugos (baras, kavinė, restoranas)
- Telefonas, faksas ir kopijavimas
- Interneto ryšys
- Pašto paslaugos
- Nuomos paslaugos
- Konferencijų salės
- Valiutos keitykla
- Daiktų ir pinigų apsauga (seifai)
- Automobilių saugojimas
- Paslaugos į kambarius
- Suvenyrų kioskas (dovanų pardavimas)
- Sauna
- Baseinas
- SPA
- Sporto klubas
- Kazino
- Skalbimas, lyginimas, valymas
- Kita _____

5 Regionas, iš kurio sulaukiate daugiausiai lankytojų:

- a) Kaimyninės šalys
- b) ES šalys
- c) NVS šalys
- d) Lietuva
- e) Kiti regionai _____

6. Šalis (-ys) iš kurios (-ių) sulaukiate daugiausiai lankytojų:

7. Kokią dalį Jūsų įstaigos lankytojų apytiksliai sudaro Lietuvos gyventojai?

- a) Mažesnioji dalis lankytojų (0-30%)
- b) Iki pusės visų lankytojų (31-50%)
- c) Daugiau negu pusė (51-70%)
- d) Didžioji dalis lankytojų (71-100%).

8. Pagrindinis atvykimo tikslas, kurį nurodo svečias, apsistojęs Jūsų įstaigoje:

- a) Atostogos
- b) Verslo kelionė
- c) Seminaro, konferencijos, lankymas
- d) Sportas/sporto renginiai
- e) Studijos
- f) Kultūros renginių lankymas
- g) Žinomų vietų lankymas
- h) Giminių, draugų lankymas
- i) Kita _____

9. Kokios rūšies kambariuose Jūsų įstaigos lankytojai apsistoja dažniausiai (galimi keli variantai)?

- Vienviečiuose
- Dvivečiuose
- Trivečiuose
- Liuksuose
- Apartamentuose

10. Kurį variantą svečiai renkasi dažniausiai?

- a) Tik kambarį
- b) Kambarį + pusryčius
- c) Kambarį + pusryčius + dar vieną papildomą maitinimą
- d) Kambarį + pusryčius + pietus + vakarienę
- e) Kita _____

11. Kiek parų vidutiniškai lankytojai praleidžia Jūsų įstaigoje?

- a) Parą
- b) 2 paras
- c) 3-5 paras
- d) 6 paras ir daugiau

12. Kas, Jūsų nuomone, labiausiai lemia lankytojų sprendimą pasirinkti Jūsų įstaigą (galimi keli variantai):

- Paslaugų kainos
- Paslaugų įvairovė
- Aptarnavimo lygis
- Aplinka, kambarių įranga ir dizainas
- Jūsų įstaigos vieta
- Reklama
- Jūsų įstaigos
- Kelionių agentūrų, firmų pasiūlymai
- Pažįstamų rekomendacijos, asmeninis patyrimas ir pan.
- Jūsų įstaigos įvaizdis ir patikimumas
- Specialūs renginiai, organizuojami/vykstantys Jūsų įstaigoje
- Kita _____

13. Kaip pasikeitė lankytojų srautai pastaraisiais metais?

- a) Lankytojų ženkliai padaugėjo
- b) Lankytojų šiek tiek padaugėjo
- c) Lankytojų srautai išliko (beveik) nepakitę
- d) Lankytojų šiek tiek sumažėjo.
- e) Lankytojų ženkliai sumažėjo

14. Kurioje (-iose) lankytojų grupėje (-ėse) pastebimi didžiausi srautų pasikeitimai pastaraisiais metais?

- a) Vieni ar su šeima/draugais keliaujantys užsieniečiai
- b) Verslininkai
- c) Vietiniai (Lietuvos gyventojai) keliautojai
- d) Sportininkai
- e) Įvairios turistinės grupės
- f) Kita _____

15. Ar, Jūsų nuomone, apgyvendinimo paslaugos Lietuvoje turi plėtros perspektyvas?

- a) Taip
- b) Ne

Nurodykite argumentus: _____

16. Ar artimiausioje ateityje ketinate plėsti savo verslą?

- c) Taip
- d) Ne

Jeigu taip, tai trumpai apibūdinkite planus, o jeigu ne – nerodykite priežastis: _____

17. Jūsų nuomone, kaip vyriausybė galėtų prisidėti skatindama apgyvendinimo paslaugų verslą?

