



## ŠIUOLAIKINIO TURIZMO TENDENCIJOS IR PLĖTRA

Jekaterina KORNEIČIUK<sup>1</sup>, Vida PIPIRIENĖ<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>*Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Verslo vadybos fakultetas, Tarptautinės ekonomikos ir vadybos katedra, adresas: Saulėtekio al. 11, LT-10223 Vilnius, Lietuva*

*El. paštas: <sup>1</sup>jekaterina.korneiciuk@stud.vgtu.lt, <sup>2</sup>vida.pipiriene@vgtu.lt*

**Santrauka.** Augant urbanizacijai ir spartėjant gyvenimo tempui, turizmas tapo natūraliu šiuolaikinio žmogaus poreikiu. Turizmas tai ne tik veikia leidžianti žmogui atstatyti fizines bei dvasines jėgas, malonumų bei nuotykių šaltinis, bet dar ir vienas iš pelningiausių ir sparčiausiai augančių ekonomikos sektorių. Pagal WTO, tiesiogiai turizmo sektoriuje dirba 3 proc. visų pasaulyje dirbančių žmonių ir sukuriama 6 proc. viso eksporto. Vienas turistai sukuria 11 darbo vietų. Šiame straipsnyje analizuojami turizmo augimą skatinantys ir įtakojantys faktoriai, taip pat kaip ir paties turizmo daroma įtaka šalies ekonomikai. Taip pat identifikuojamos šiuolaikinio turizmo tendencijos, kurioms įtakos turėjo socialiniai, demografiniai, ekonominiai ir politiniai faktoriai.

**Reikšminiai žodžiai:** turizmas, išvykstamasis turizmas, tarptautinis turizmas.

### Įvadas

Pasaulyje šiandien turizmo plėtros ir klestėjimo laikas. Turizmas, anksčiau laikytas kaip viena iš prabangos paslaugų, šiandien yra daugeliui įperkama ir lengvai prieinama paslauga. Turizmo svarbos padidėjimą įtakuoja tai, kad dažnas žmogus, pavargęs nuo darbų ir kasdieninių rūpesčių, ieškojo kaip pailsėti, atgauti dvasines ir fizines jėgas. Taip pat turizmas yra viena iš svarbiausių rekreacinės veiklos sudedamųjų dalių. Be socialinės ir kultūrinės naudos turizmas duoda ir didelę ekonominę naudą. Turizmo sektorius vienas iš sparčiausiai augančių pasaulyje ir daro itin didelį poveikį viso pasaulio ir atskirų šalių ekonomikoms. Atvykstamojo ir išvykstamojo turizmo poveikis yra skirtingas, tačiau abi šios turizmo formos, tinkamai organizuojamos gali atnešti didelę naudą šaliai. Norint gauti kuo didesnę naudą iš turizmo reikia išnagrinėti jo plėtrą įtakojančius faktorius bei šiuolaikines tendencijas.

Darbo aktualumas. Turizmo sektorius yra vienas sparčiausiai besivystančių pasaulyje. Atvykstamasis turizmas atneša didelę naudą bet kuriai šaliai. Tinkamai organizuotas ir valdomas išvykstamasis turizmas irgi gali būti labai naudingas šalies ekonomikai. Norint gauti maksimalią naudą iš turizmo yra svarbu išnagrinėti turizmo plėtrą skatinančius veiksniai bei apžvelgti turizmo tendencijas.

Straipsnio objektas – Tarptautinio turizmo sektorius, Lietuvos išvykstamasis turizmas. Dalykas – Tarptautinio turizmo sektoriaus plėtra ir tendencijos. Lietuvos išvykstamojo turizmo sektoriaus plėtra, tikslas – nustatyti Lietuvos išvykstamojo turizmo sektoriaus plėtrai įtaką darančius veiksniai.

Atsižvelgiant į iškeltą tikslą, formuojami darbo uždaviniai:

1. Išanalizuoti ekonominę turizmo sektoriaus reikšmę, problemas ir tendencijas;
2. Išnagrinėti atvykstamojo turizmo ekonominę reikšmę šaliai;
3. Išnagrinėti išvykstamojo turizmo ekonominę reikšmę šaliai
4. Identifikuoti išvykstamojo turizmo sektoriaus plėtrai įtaką darančius veiksniai ir atlikti jų analizę;

Tyrimo metodika. Identifikuojant Lietuvos išvykstamojo turizmo ir tarptautinio turizmo sektoriaus bendrai plėtrai įtaką darančius veiksniai ir tendencijas naudojami bendrieji mokslinio tyrimo metodai – mokslinės literatūros lyginamoji ir sisteminė loginė analizė. Tiriant ir analizuojant nustatytų veiksmų daromą įtaką sektoriui 2008–2013 m. naudotas statistinis koreliacijos skaičiavimo metodas. Straipsnis grindžiamas moksline literatūra, statistiniais

duomenimis, matematine statistine analize, Valstybinių institucijų teikiama informacija, specializuotais elektroniniais informacijos šaltiniais.

## **Turizmo sektoriaus apžvalga**

Savo prigimtimi turizmas pirmiausia yra keliavimas, kurio metu gaunama nauja informacija, potyriai. Keliaujant atgaunamos dvasinės ir fizinės jėgos, žmogus patiria nuotykių, bendrauja, kuria, sportuoja (Grecevičius 2002). Keliavimas yra natūralus žmogaus poreikis. Jo tenkinimas sukūrė vieną didžiausių ekonominių sektorių pasaulyje. Ekonominis turizmo sektoriaus poveikis pasireiškia skirtingose srityse.

Turizmas kaip eksporto kategorija užima 5 vietą pasaulyje po kuro, cheminių medžiagų, maisto bei automobilių transporto eksporto. Ir tuo pačiu metu pirmą vietą daugelyje išsivysčiusių šalių.

Pagal Tarptautinės Turizmo Organizacijos (UNWTO) duomenis 38 proc. pasaulio valstybių turizmas yra pagrindinis pajamų šaltinis, o 83 proc. yra vienas iš 5 pagrindinių šaltinių. Kas 2,5 sekundes sektoriuje sukuriama nauja darbo vieta. Turizmas apima vidutiniškai 7 proc. bendrųjų pasaulinių investicijų, 11 proc. vartojimo išlaidų. 2011 m. pasaulio turizmo ir kelionių tarybos ir ES statistikos departamento duomenimis, jo BNP dalis siekia 9 proc. pasauliniu ir nuo 4 proc. iki 11 proc. (vid. 7 proc.) Europos sąjungos mastu. Pagal UNWTO duomenis, 2013 metais apie 1 milijardas turistų keliavo į kitą šalį. Populiariausios šalys buvo Prancūzija, JAV ir Ispanija.

## **Turizmo sektoriaus tendencijos ir problemos**

Šiuo metu turizmo sektoriuje vyrauja tokios tendencijos:

1. Turizmo srautus vis labiau įtakoja turistų amžiaus struktūra. Statistika rodo, kad aktyviausi turistai yra žmonės nuo 30 iki 50 metų. Ne mažiau nei 1/5 visų turistų yra jaunuoliai, kurie gyvena išsivysčiusiose valstybėse, turintys pakankamai lėšų, patenkinti savo poreikį keliauti ir atrasti kažką naujo. Taip pat didėja ir vyresnio amžiaus turistų skaičius (vyresni nei 65 metai). Turizmo rinką įtakoja tokios šiuolaikinės visuomenės tendencijos kaip: vėlyvos santuokos; šeimos, kurios neturi vaikų.
2. Auga, keliaujančių į gretimas šalis ar regionus, turistų skaičius. Kai kurie ekspertai sieja tai su pasaulio terorizmo grėsme, kiti su padidėjusiu kelionių skaičiumi per metus (Тхамитлокова 2014).
3. Didesnė Europos gyventojų dalis gyvena tankiai apgyvendintuose, urbanizuotuose rajonuose. Tai lemia, kad vis dažniau turistai teikia pirmenybę kaimo turizmui, trumpalaikiam poilsiui, kelionėms ne piko metu, aktyviajam turizmui, bei apsisostojimui ne viešbučiuose, o privačiuose apartamentuose.
4. Turizmo srautai koncentruojasi Europoje ir Azijoje. Labiausiai turizmas yra išvystytas vakarų Europos šalyse. Šiam regionui priklauso apie 70 proc. pasaulines turizmo rinkos ir apie 60 proc. valiutos įplaukų. Apie 20 proc. rinkos priklauso Amerikai ir mažiau nei 10 proc. Azijai, Afrikai ir Australijai.
5. Net 70-80 procentų turistų yra individualūs turistai ir tik 20-30 procentų yra grupiniai turistai (Полещук 2012).
6. Ilgėja kelionių laikas ir didėja kelionių skaičius per metus. Kelionių laikas ilgėja, daugiausiai, garbaus amžiaus turistų dėka. Kelionių per metus skaičius didėja dėl to, kad jauni žmonės teikia pirmenybę 2-3 dienų kelionėms, savaitgalio metų Tokių būdu jie gali sau leisti dažniau keliauti ir taip pat ilgesniam laikui nepalikti darbo (Полещук 2012).
7. Taip pat didėja vartotojų reikalavimai turizmo paslaugoms. Kuo daugiau žmonės keliauja tuo daugiau jie sužino apie šiuolaikinį, kokybišką aptarnavimą ir jų poreikiai vis didėja. (Полещук 2012).

Tarp pagrindinių faktorių lemiančių turizmo ateitį yra: konkurencija, IT, oro transportas, kelionių operatorių paslaugos, taip pat socialinės ir politinės vystymosi sąlygos (Тхамитлокова 2014). Pastaruoju metu turizmo sektoriuje pasireiškia vis daugiau problemų. Tarp jų yra ir ekonominės ir neekonominės problemos.

Viena didžiausių problemų yra turistų saugumo užtikrinimas. Augant turistų srautams yra vis sunkiau užtikrinti jų saugumą. Čia didelė problema yra terorizmas. Britų laikraštis „Hollyday week“ (2004) paskelbė, kad kas 200 turistas pasaulyje yra užpuolamas. Turistų aukų skaičius Italijoje yra 2, 2 proc. Izraelį - 2,6 proc., Maroke -3 proc. Centrinėje ir Rytų Europoje rodikliai yra dar didesni: Vengrijoje - 5,9 proc., Lenkijoje - 5,3 proc., NVS valstybėse - 4,3 proc. (Маринин 2012) Per pastaruosius 20 metų pasaulyje įvyko keliasdešimt teroristinių aktų nukreiptų prieš turistus Egipte, Turkijoje, Ispanijoje ir kitose šalyse. Terorizmas tapo didele karine bei politine problema, todėl visos pasaulio valstybės turėtų kooperuotis bei sujungti savo jėgas kovojant su ja.

Saugių tarptautinių turistinių mainų poreikis paskatino sukurti tarptautinių organizacijų ir institucijų veiklos tarptautinį teisinį reguliavimą. Siekiant šio tikslo, veikia tarptautinės turizmo organizacijos, kurios nustato pagrindines vystymosi kryptis, skatina bendradarbiavimą tarp šalių bei užtikrina tarptautinio turizmo saugumą.

Šio metu egzistuoja daugiau nei 200 tarptautinių turizmo organizacijų, kurios užsiima skirtingo profilio veikla. Visos šios veiklos koordinatorius yra UNWTO. 1994 metais UNWTO sukūrė turistinių paslaugų kokybės padalinį, kuris taip pat atsakingas už turizmo saugumo priemonių kūrimą (Гайдукевич 2005).

Kita aktuali turizmo problema - tai turizmo daromas poveikis aplinkai. Intensyvus žemės ir vandens resursų naudojimas, per didelis energijos vartojimas, kraštovaizdžio pakeitimas dėl turizmo statinių ir infrastruktūros, oro ir aplinkos teršimas, nepatogumai vietiniams gyventojams. Šiai problemai spręsti, bent kol kas, nėra atrastas efektyvus metodas. Vis dėlto sparčiai populiarėja ekoturizmas, kuris padeda sumažinti neigiamą turizmo poveikį.

Tarp ekonominių problemų aktualiausias yra infliacija ir sezoniškumas. Dažnai didelės valiutos įplaukos, sąlygojamos turizmo, veda prie infliacijos. Kartais šalies vyriausybė pati nusprendžia devaluoti savo valiutą, taip skatindama turistų atvykimą ir infliaciją, kuri mažina vietinių gyventojų pirkimo galią. Infliaciją galima stabdyti mažinant tarptautinių ir vietinių vartotojų paklausa arba didinant importą, naudojant pajamas gautas iš užsienio turistų.

Sezoniškumo problema yra taip pat aktuali, nes žiemos metu ryškiai sumažėja kelionių skaičius. Taip yra todėl, nes šaltuoju metu laiku, poilsinių kelionių, kurios yra labiausiai paklausios, pasiūla sumažėja. Didžiąją dalį kelionių sudaro poilsinės kelionės į šiltuosius kraštus. Vis dėlto nėra tiek daug šalių, kurios gali džiaugtis palankiu klimatu visus metus. Ši problema yra ypač didelė Viduržemio jūros regione. Norint išspręsti šią problemą reikia kurti naują strategiją, kuri leistu tenkinti klientų norus ir šaltuoju laikotarpiu. Tai gali būti kelionių į naujas šalis organizavimas arba jau esamų rinkų adaptavimas kliento poreikiams, toks kaip viešbučiuose įrengti vidaus baseinai ir t.t.

### **Atvykstamojo turizmo poveikis valstybės ekonomikai**

Atvykstamasis turizmas valstybei yra ypač svarbus, jis įtakoja šalies ekonomiką skirtingose srityse. Visų pirma, turizmo sektorius sukuria daug darbo vietų. Pagal UNWTO (Pasaulinė turizmo organizacija) duomenis, kas 8-as darbingo amžiaus žmogus dirba turizmo sektoriuje. 2013 metais šis sektorius sukūrė 4 mln. naujų darbo vietų. Vidutiniškai sektorius suteikia 350 mln. darbo vietų. o vienas turistą sukuria 11 darbo vietų įvairiuose srityse.

Šalims su gerai išplėtotu atvykstamuoju turizmu aptartas sektorius skatina dideles užsienio valiutų į šalį įplaukas. 38 proc. pasaulio šalių tai yra pagrindinis užsienio valiutos šaltinis (UNWTO statistika). Tam tikrais metais, Ispanijoje, turizmo valiutų įplaukos viršijo eksporto įplaukas. Tiesioginis turizmo produktas (paslauga) kurią perka turistai priimančiai šaliai yra paslaugos eksportas. Tai savo ruožtu, teigiamai atsiliepia šalies einamajame balanse. Remiantis PTO analize, 83 proc. pasaulio šalių turizmas yra vienas iš penkių pagrindinių pajamas teikiančių sektorių.

Turizmas įtakoja tokius svarbius ūkio sektorius kaip transportas, prekyba, statyba. Šio sektoriaus dėka gerinama infrastruktūra, statomi nauji keliai. Atnaujinamas ir geriau prižiurimas transportas. Turistus priimančios šalys daugiau rūpinasi gamtą ir šalies įvaizdžiu. Palaikoma švara. Daugelis pasaulio paveldo objektų tokių kaip Egipto Piramidės, Graikijos Akropolis ir t.t. buvo išsaugoti jo dėka.

Turizmas skatina plėtoti šalies, regionų kultūrinį identitetą, savitumą. Jei ne šis sektorius, galbūt, neturėtumėme Egipto piramidžių, Senojo Paryžiaus. Turizmo dėka, daugelis pasaulio šalių išsaugojo švaresnę gamtinę aplinką, unikalesnę, savitesnę kraštovaizdį, savitas tradicijas. Turizmo sektorius skatina didesnę šalių, ekonominių, politinių ir socialinių, bendradarbiavimą.

### **Išvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai**

Išvykstamasis turizmas yra turistinių paslaugų importas, todėl dažnai ekonominių požiūriu jis yra vertinamas labiau neigiamai nei teigiamai. Išvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai yra dvejetas. ( Боголюбов, Орловская 2005).

Kaip ir atvykstamasis turizmas, išvykstamasis didina gyventojų užimtumą šalyje. Gyventojų norą keliauti skatina turizmo industrijos įmonių darbas (turizmo organizatoriai, turizmo agentai, pervežimo sektorius, draudimo ir finansinės kampanijos). Taip pat skatinama tarptautinių ekonominių ryšių plėtra. Bendradarbiavimo ryšiai tarp šalių užmegzti, išsiunčiant gyventojus į užsienį, gali būti sėkmingai naudojami ir kitose verslo srityse. Išvykstamasis turizmas didina įplaukas į šalies biudžetą – gaunamos pajamos iš tiesioginės turizmo veiklos apmokestinimo ir pajamos iš transporto bei kitų netiesioginių aptarnavimo paslaugų apmokestinimo. (Папирян 2000)

Tačiau, atvirkščiai nei atvykstamasis turizmas, išvykstamasis reiškia pinigų išvežimą iš šalies. Piliečiai atostogaujant užsienyje išleidžia pinigus apgyvendinimui, maitinimui, transportui, suvenyrams, pramogoms ir kt. Visa tai valstybės ekonomikoje yra paslaugų importas ir neigiamai atsiliepia šalies mokėjimo balanse. (Langvinienė 2013) Tai yra

pagrindinė priežastis, kodėl įvairių šalių politika yra nukreipta į atvykstantojo turizmo plėtrą, o išvykstantasis lieka antraeilis.

Tačiau tinkamai organizuota išvykstantojo turizmo politika gali iš neigiamo poveikio šaliai duoti teigiamą. Tam egzistuoja du modeliai. Jų pagrindas yra tarptautiniai ekonominiai santykiai tarp priimančios šalies turistų (recipientas) ir turistus išsiunčiančios šalies (donoras).

Pirmas modelis nukreiptas į prekių ir paslaugų gamybos stimuliavimą donoro šalyje. Valstybė turi organizuoti išvykstantojo turizmo srautus į tas valstybes, kurios yra prekybinės donoro šalies partnerės. Tokiu būdu, tikimasi, kad gautas iš atvykusių turistų pajamas, šalis recipientas galės išleisti prekių ir produktų, gaminamų donoro šalyje, pirkimui.

Tokiam modeliui funkcionuoti turi būti tenkinamos šios sąlygos:

- Šalis donoras (eksportuotojas) ir šalis recipientas –prekybos partneriai, kurie jau ilgai bendradarbiauja.
- Šalis donoras turi tam tikros prekės ar paslaugos pranašumą, kuriai paklausi recipiento šalis, gamyboje. O galimybė, kad atsiras kitas sėkmingai konkuruojantis tos pačios prekės ar paslaugos gamintojas yra maža.
- Šalis ( donoras ir recipientas) – geografiškai yra arti viena kitos, kas sąlygoja žemesnį transporto išlaidų lygį.
- Šalis donoras suinteresuota didinti savo eksportą, todėl supaprastina prekybinius ir muitinius formalumus.

Šiuolaikinė globalizacija ir tarptautinių ekonominių santykių plėtra leidžia naudoti ir kitą išvykstantojo turizmo modelį. Ši modelį galima laikyti egoistiniu dėl to, kad jį naudojant neatsižvelgiama į šalies recipiento ekonominius interesus.

Šio modelio esmė yra užtikrinti šalies donoro dalyvavimą kitos šalies turizmo sektoriaus funkcionavime, įdedant savo kapitalą. Pirmiausiai, investuotojai (šalis donoras) įvertina šalies recipiento turizmo sektorių ir išskiria perspektyvius objektus (restoranai, viešbučiai, transportas, ekskursijų verslas). Įvertinę turizmo rinką investuotojai investuoja savo kapitalą į perspektyviausius objektus. Tiesioginės investicijos tarp kurių yra įmonės akcijų pirkimas arba visos įmonės įsigijimas leidžia investuotojams vykdyti savo „kadru politiką“ kitos šalies turizmo sektoriuje. Įmonėse samdomi ne vietiniai gyventojai bet šalies donoro piliečiai.

Tokio modelio funkcionavimo rezultatas yra turizmo sektorius, kuriame vyrauja šalies donoro kapitalas ir samdomieji darbuotojai, sukūrimas recipiento šalyje. Pelnas, gautas iš šalies recipiento turizmo veiklos, priklauso šalies donoro investuotojams, kurie turi viešbučius, restoranus ir kt. recipiento šalyje. Samdomieji darbuotojai iš donoro šalies gauna darbo užmokestį šalies recipiento sąskaita. Toks modelis daro šalies donoro išvykstantąjį turizmą pelningą jai pačiai. Išvykstantasis turizmas atneša pelną verslui veikiančiam ir pačioje donoro šalyje: kelionių agentūros, transporto paslaugos, sukuriamos naujos darbo vietos. Dar daugiau pajamų gali būti gaunama jeigu šalis donoras turi pranašumą papildomų turizmo prekių gamyboje (gėrimai, fotokameros, nardymo ir kita įranga, suvenyrai ir t.t.), kurio neturi šalis recipientas. Tokiu atveju šalies (donoro) gyventojų papildomos išlaidos kurortuose atneš naudą išsiunčiančios šalies ekonomikai.

Tokio modelio veikimui reikia tenkinti šias sąlygas:

- šalies donoro ekonomika yra imli kapitalui ir tai leidžia investuoti kapitalą į kitos šalies turizmo industriją, nekenkiant investuojančios šalies ekonomikai;
- šalis recipientas turi būti populiarus šalies donoro gyventojų kelionių vieta tam, kad investuotojai būtų tikri, kad jų kapitalo investavimas atsipirks.
- nepakankamas vietinio kapitalo kiekis ir valdžios palankus požiūris į užsienio investicijas recipiento šalyje.
- griežtų apribojimų užsienio kapitalui ir darbo jėgos migracijai recipiento šalyje nebuvimas.
- šalis recipientas ekonomiškai mažiau išsivysčiusi ir neturi didelių pranašumų, reikalingų tinkamai organizuoti turizmo sritį ( kvalifikuoti darbuotojai, gerai išplėtotą infrastruktūrą).

Abu modeliai rodo, kad išvykstantasis turizmas gali būti labai pelninga veikla šaliai, kuri stimuliuos vietinę gamybą ir paslaugų sektorių. Tam reikalinga sukurti nuoseklią išvykstantojo turizmo politiką:

- A) organizuoti išvykstantojo turizmo srautus į šalies prekybinius partnerius;
- B) didinti investicijas į šalies recipiento turizmo industriją;
- C) užsienio verslo subjektų (oro pervežimai, kelionių operatoriai), vietiniame turizmo sektoriuje, ribojimas.

Lentelė 1. Lietuvos atvykstantojo ir išvykstantojo turizmo statistika ( LR Statistiko departamento duomenimis)

|  | 2008    | 2009    | 2010    | 2011    | 2012    | 2013    |
|--|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Atvykusių turistų kelionių skaičius   tūkst. | 1 611,3 | 1 341,1 | 1 506,8 | 1 775,0 | 1 899,5 | 2 011,9 |
| Išvykusių turistų kelionių skaičius   tūkst. | 1757,2  | 1288,4  | 1410,9  | 1526,5  | 1707,5  | 1764,1  |

Daugeliui šalių, neturinčių gamtinių ir istorinių bei kultūrinių sąlygų, užtikrinančių pranašumą atvykstamojo turizmo rinkoje, išvykstamojo turizmo apgalvotas plėtojimas gali atnešti didelę ekonominę naudą.

Pastaruoju metu (2009-2013m.) išvykstamojo turizmo Lietuvoje rodikliai yra žemesni nei atvykstamojo. Prieš tai buvo aptarta išvykstamojo turizmo ekonominė ir socialinė nauda, todėl yra tikslinga plėtoti Lietuvos išvykstamąjį turizmą.

## Išvykstamojo turizmo plėtra Lietuvoje

Dažniausiai literatūroje įvardinami šie išvykstamąjį turizmą įtakojantys veiksniai:

1. Bendrosios gerovės ir gyventojų pajamų augimas – augant pajamoms gyventojai gali išleisti daugiau pinigų kelionėms.
2. Darbo laiko trumpėjimas ir laisvo laiko didėjimas. Tai reiškia, kad turint daugiau laisvo laiko gyventojai gali sau leisti dažniau keliauti.
3. Automobilių ir oro transporto, informacinių technologijų komunikacijos priemonių raida. Gerėjant infrastruktūrai, keliavimas iš vieno taško į kitą tampa pigesnis ir greitesnis.
4. Prioritetai dvasinių visuomenės vertybių sistemoje. Išsilavinę žmonės labiau linkę keliauti, nes labiau domisi pasaulio aktualijomis, kultūra, istorija.
5. Verslo inovacijos- rezervavimo sistemų gerinimas, geresnis kelionių organizavimo būdas.

Remiantis literatūros analizėje pateiktais, išvykstamojo turizmo sektoriaus plėtrai įtaką darančiais veiksniais, tolimesnėje straipsnio dalyje analizuojama pasirinktų veiksnių įtaka išvykstamajam turizmui Lietuvoje. Analizė daroma tam, kad būtų iširta teigiama ar neigiama atskirų veiksnių įtaka išvykstamojo turizmo kelionių skaičiui per metus.

Įvardytų veiksnių įtaką išvykstamųjų kelionių skaičiui per metus buvo nustatyta remiantis šiais duomenimis:

Lentelė 2. Išvykstamąjį turizmą įtakojančių veiksnių klasifikavimas (sudaryta autorės)

|  |  |
|--|--|
| Bendrosios gerovės ir gyventojų pajamų augimas   | Vidutinis mėnesinis darbo užmokestis   |
| Darbo laiko trumpėjimas ir laisvo laiko didėjimas                                      | Vidutinis darbo valandų skaičius per savaitę   |
| Prioritetai dvasinių visuomenės vertybių sistemoje, žmonių išsilavinimas               | 25-64 metų žmonių, turinčių aukštąjį išsilavinimą, procentinė išraiška                         |
| Verslo inovacijos  | Verslo sektoriuje dirbantis personalas užsiimantis moksliniais tyrimais ir technologijų plėtra |
| Automobilių ir oro transporto, informacinių technologijų komunikacijos priemonių raida | Orlaivių skirtų keleivių pervežimui skaičius Lietuvoje   |

Tyrimui buvo panaudoti Eurostato ir Lietuvos statistikos departamento duomenys. Dėl duomenų prieinamumo nagrinėjamas 2008–2013 m. laikotarpis.

Lentelė 2. Lietuvos išvykstamojo turizmo ir jį įtakojančių veiksnių statistika (Statistikos departamento duomenimis)

| Metai  | 2008    | 2009   | 2010   | 2011   | 2012    | 2013   |
|--|---------|--------|--------|--------|---------|--------|
| Išvykusių turistų kelionių skaičius (tūkst.)   | 1757,2  | 1288,4 | 1410,9 | 1526,5 | 1707,5  | 1764,1 |
| Vidutinis mėnesinis darbo užmokestis (Lt)  | 2181,33 | 2085,7 | 2012,5 | 2072,3 | 2152,53 | 2256,9 |
| Orlaivių skirtų keleivių pervežimui skaičius Lietuvoje   | 40      | 34     | 32     | 40     | 41      |        |
| Vidutinis darbo valandų skaičius per savaitę (Val.)  | 39,125  | 38,625 | 38,4   | 38,25  | 38,05   | 38,2   |
| 25-64 metų žmonės turintys aukštąjį išsilavinimą (procentai)   |         | 30,8   | 32,4   | 33,5   | 34,1    | 35,2   |
| Verslo sektoriuje dirbantis personalas užsiimantis moksliniais tyrimais ir technologijų plėtra (procentai) | 0,13    | 0,1    | 0,14   | 0,14   | 0,12    | 0,16   |

Buvo nustatyta koreliacinė priklausomybė tarp Lietuvos išvykstamojo turizmo (kelionių per metus skaičiaus) ir prieš tai įvardytų penkių veiksnių. Koreliacijos koeficientui apskaičiuoti buvo panaudota žemiau pateikta formulė:

$$r_{xy} = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(y_i - \bar{y})}{\sqrt{\sum (x_i - \bar{x})^2 \cdot \sum (y_i - \bar{y})^2}} \quad (1)$$

Kur x yra vienas iš 5-ių išvykstamąjį turizmą įtakančių veiksnių o y- išvykusių turistų kelionių skaičius per metus.

Pagal lentelės duomenis randame, kad išvykusių iš Lietuvos kelionių skaičius visais metais nuo 2008 iki 2013 teigiamai koreliuoja ( $r=0,78933356$ ). Koreliacija yra stipri ir tai leidžia daryti prielaidą, kad vidutinio darbo užmokesčio augimas stipriai įtakoja lietuvių kelionių į kitas šalis skaičių.

Išvykusių lietuvių kelionių skaičius taip pat stipriai priklauso nuo Lietuvos turimų orlaivių, skirtų keleiviams pervežti, skaičiaus. Jų tarpusavio koreliacija yra labai didelė ( $0,831025757$ ).

Vidutinis savaitės išdirbtų valandų skaičius turėjo minimalų poveikį išvykstamajam turizmui. Buvo pastebėta labai maži neigiama priklausomybė ( $-0,024647525$ ). Tai reiškia, kad mažėjant darbo valandų skaičiui išvykstamasis turizmas didėja, bet labai mažai.

Labiausia Lietuvos išvykstamąjį turizmą 2008-2013 metais įtakojo žmogaus dvasiniai ir kultūriniai prioritetai. Itin didelė priklausomybė užfiksuota tarp 25-64 metų amžiaus žmonių skaičiaus ir kelionių skaičiaus ( $r=0,973113247$ ). Tai reiškia kad įsilavinę žmonės labiau linkę keliauti. Taigi kuo daugiau tokių žmonių bus Lietuvoje tuo labiau plėsis išvykstamasis turizmas.

Vidutinė teigiama priklausomybė buvo pastebėta tarp išvykstamųjų kelionių skaičiaus ir verslo sektoriaus darbuotojų, kurie atlieka mokslo tyrimus ir plečia technologijas ( $r=0,532457976$ ). Tai reiškia, kad mokslo ir technologijos plėtra taip pat daro nedidelį poveikį išvykstamajam turizmui.

## Išvados

Kuriant turizmo politiką reikia atsižvelgti į šiuolaikinės turizmo problemas ir tendencijas. Didžioji dalis turistų yra 30-50 metų ir virš 65 metų. Atsižvelgiant į tai, reiktų organizuoti daugiau aktyvaus laisvalaikio kelionių jauno amžiaus turistams ir organizuoti keliones, pritaikytas vyresnio amžiaus turistams. Dėl augančio turistų kiekio, keliaujančių į gretimas šalis ar regionus, reikia stiprinti bendradarbiavimą tarp gretimų šalių turizmo srityje, tam kad siūlyti klientui geresnį produktą. Kadangi ilgėja kelionių laikas ir didėja kelionių skaičius per metus, turizmo įmonės turi gebėti pasiūlyti įvairios trukmės keliones, priklausomai nuo kliento pageidavimų. Kuo daugiau žmonės keliauja - tuo daugiau jie sužino apie šiuolaikinį, kokybišką aptarnavimą ir jų poreikiai didėja. Norėdamos patenkinti klientų poreikius, kelionių agentūros ir operatoriai turėtų taip pat plėsti savo akiratį ir žinoti svarbiausias ir aktualiausias turizmo sektoriaus naujienas. Saugumo užtikrinimas yra vieną didžiausių problemų turizmo sektoriuje. Įmonė, organizuojanti išvykstamuosius turizmo srautus turėtų dirbti su patikimais partneriais ir atidžiai stebėti politinę situaciją pasaulyje. Sezoniskumo problema gali būti dalinai sprendžiama kelionių operatoriui atrandant naujas kryptis, tokias kur turistai nepriklausomai nuo metų laiko galėtų atrasti tai ko jam reikia.

Atvykstamasis turizmas daro didelį teigiamąjį poveikį šalies ekonomikai: darbo vietų kūrimas, valiutų įplaukos, biudžeto pajamos, infrastruktūros plėtra, pramonės šakų diversifikacija, tarptautinių ekonominių santykių plėtra.

Išvykstamasis turizmas taip pat daro teigiamą poveikį šalies ekonomikai. Kaip ir atvykstamasis turizmas, išvykstamasis skatina naujų darbo vietų kūrimą, infrastruktūros plėtrą, pramonės šakų diversifikaciją bei tarptautinių ekonominių santykių plėtrą. Jo neigiamas poveikis, atvirkščiai nei atvykstamojo turizmo, pasireiškia tuo kad pinigai yra išvežami iš šalies. Būtent, todėl išvykstamojo turizmo plėtra nėra valstybių prioritetinga politika. Šio neigiamo poveikio šalies ekonomikai galima atsikratyti arba jį sumažinti, naudojant vieną iš dviejų išvykstamojo turizmo modelių. Vienas iš jų reikalauja sukurti išvykstamojo turizmo politiką, kuri remiasi turistinių srautų persiorientavimu į eksporto partnerių šalis. Pagal šį modelį, šalies x gyventojų pinigai, išleisti kelionės metu partnerio šalyje y, šalies y gyventojų bus panaudoti šalies x eksportuojamoms prekėms nusipirkti. Antras modelis orientuotas į savo turizmo industrijos sukūrimą kitoje šalyje. Šalies x piliečiai investuoja į šalį y, kuri turi gamtinį pranašumą, turizmo industriją. Jie ten įdarbina ten savo piliečius ir taip gauna pelną iš išvykstamojo turizmo.

Tyrimas parodė, kad didžiausią poveikį išvykstamajam turizmui daro žmonių išsilavinimas, darbo užmokesčio augimas, transporto priemonių (orlaivių) šalyje didėjimas. Darbo užmokesčio lygio įtaka reiškia, kad žmonės nori

keliauti, tačiau tam dažnai neužtenka pajamų. Darbo užmokesčiui padidėjus daugiau žmonių tampa pajėgus savo norą keliauti. Šioje atveju, yra tikslinga siūlyti daugiau pigių kelionių su žemesne aptarnavimo kokybe.

Žmonių išsilavinimo poveikis išvykstamajam turizmui rodo, kad žmonės gavę aukštą išsilavinimą labiau linkę keliauti. Atsižvelgiant į tai, rinkoje gali būti paklausios kelionės, atnešančios ne tik fizinį, bet ir dvasinį pasitenkinimą. Tokių kelionių egzistuoja labai daug, tai ir saffari, edukacinės kelionės, piligrimystė.

Transporto priemonių (orlaivių) šalyje didėjimas, kas reiškia infrastruktūros plėtrą dažniausiai veikia kelionių kainą ir patogumą. Geresnes transporto technologijas dažnai reiškia mažesnį, susijusį su keleivio pervežimu, išlaidų lygį. Tai mažina visos kelionės kainą ir daugiau žmonių tampa pajėgus ją įsigyti.

## Literatūra:

Europos statistikos departamentas.

Europos sąjungos transporto statistika. [online]. [accessed 29 December 2014]. Available from Internet: <<http://ec.europa.eu/eurostat/web/transport/data/database>>.

Europos sąjungos vidutinio darbo valandų skaičiaus statistika. [online]. [accessed 29 December 2014]. Available from Internet :<<http://ec.europa.eu/eurostat/web/lfs/data/database>>.

Europos sąjungos aukštojo mokslo statistika. [online]. [accessed 29 December 2014]. Available from Internet: < <http://ec.europa.eu/eurostat/web/education-and-training/data/database>>.

Europos sąjungos mokslinių tyrimų verslo srityje statistika. [online]. [accessed 29 December 2014]. Available from Internet: < <http://ec.europa.eu/eurostat/web/science-technology-innovation/data/database>>.

Grecevičius, P. 2002 .*Turizmas*. Third edition. Kaunas. 318 p. ISBN 9955-9366-3-0

Langvinienė, N. 2013 .*Tarptautinė paslaugų prekyba*. Kauno technologijos universitetas. Kaunas: Technologija. 196 p. ISBN 9786090209523.

Lietuvos statistikos departamentas .

Lietuvos išvykstamojo turizmo statistika . [online]. [accessed 29 December 2014]. Available from Internet: <<http://osp.stat.gov.lt/web/guest/statistiniu-rodikliuanalize?portletFormName=visualization&hash=cc7c8279-15bd-49f5-92dd-8b98abe52a89>>.

Lietuvos darbo vidutinio mėnesinio darbo užmokesčio statistika. [online]. [accessed 29 December 2014]. Available from Internet : <<http://osp.stat.gov.lt/web/guest/statistiniu-rodikliuanalize?portletFormName=visualization&hash=a34d65f1-5150-4fda-bd2a-dc4abc5c3888>>.

Боголюбов В., Орловская В. 2005. Экономика туризма. (Economics of tourism). Third edition. Moscow.

ISBN: 978-5-7695-4134-6.311.

Гайдукевич, Л. 2005. РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИЗМА И ОБЕСПЕЧЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ ТУРИСТОВ. (Development of international tourism and security of tourists) Minsk. [online]. [accessed 29 December 2014].

Available from Internet: < <http://evolutio.info/content/view/753/113/>>.

Кулачинская, Ю. 2012 . Основные проблемы развития туризма. (Main problems of tourism sector). Экономическая наука и практика: материалы междунар. науч. конф. Chita. 2012. p. 187-189.

Маринин, М.2004. *Туристские формальности и безопасность в туризме. (Formalities and safety in tourism )*. Финансы и статистика. Third edition. Moscow. 144 p.

Папирян, Г. 2000. *Международные экономические отношения. Экономика туризма. (International Economics Relations). Ecomoty of tourism sector*. Third edition Moscow. 208p.

Pasaulinė turizmo organizacija (UNWTO). Turizmo statistika pasaulyje. [online]. [accessed 29 December 2014]. Available from Internet: <<http://www2.unwto.org/>>.

Полещук, Н. 2012. Основные тенденции развития международного туризма.

(Main trends of international tourism). *Научный сборник Белорусского государственного университета*. Minsk. 2012.Inc.176-179.

Тхамитлокова, Ю. 2014 . *Особенности, тенденции и перспективы развития международного туризма в условиях современного рынка.. (Features, trends and prospects of the development of international tourism in today's market)*. ISSN 1991-3087.Kursk. [online]. [accessed 29 December 2014]. Available from Internet: < <http://jurnal.org/articles/2014/ekon9.html>>.

## TOURISM SECTOR DEVELOPMENT AND TRENDS

Jekaterina KORNEIČIUK, Vida PIPIRIENĖ

**Summary.** At the age of urbanization, stress and stock of time, tourism became irreplaceable way to relax and revive energy. However, tourism is not simply traveling and source of pleasure or adventures, it is also one of the most productive and quickly-developing economic sector. According to WTO statistics 3 percent of employed population is working in tourism sector, and this industry creates 6 percent of World's GDP. One tourist creates 11 work places

in different sectors: restaurants, hotels, souvenir shops and ect. This article is focused on analyzing factors, which influence growth of tourism sector and tourism influence on economics. Also tourism trends what depend on social, demographic, economics, political and other factors are identified.

**Keywords:** tourism, tourism, outbound tourism, international tourism.