

**MYKOLO ROMERIO UNIVERSITETO  
VIEŠOJO ADMINISTRAVIMO FAKULTETO  
PERSONALO VADYBOS IR ORGANIZACIJŲ PLĖTROS KATEDRA**

**DALIA VELIČKAITĖ**

**TARPTAUTINIO TURIZMO RAIDA IR VYSTYMO  
PROGNOZĖS LIETUVOJE IR LENKIJOJE**  
Magistro baigiamasis darbas

**Vadovas  
doc. dr. A. Baležentis**

**VILNIUS, 2008**

## TURINYS

<b>IVADAS</b> .....	5
<b>1. TURIZMO RAIDOS TEORINIAI ASPEKTAI</b> .....	7
<b>1.1. Turizmo sampratos raida</b> .....	7
<b>1.2. Turizmo raidos etapai</b> .....	8
<b>1.3. Turizmo sistemos formavimasis</b> .....	14
<b>2. TURIZMO RAIDOS TYRIMO METODOLOGIJA</b> .....	19
<b>2.1. Lietuvos atvykstamojo turizmo tyrimo metodai</b> .....	19
<b>2.2. Lenkijos atvykstamojo turizmo tyrimo metodai</b> .....	20
<b>2.3. Tarptautinio atvykstamojo turizmo raidos tyrimo metodika</b> .....	21
<b>3. TARPTAUTINIO TURIZMO RAIDA LIETUVOJE IR LENKIJOJE</b> .....	24
<b>3.1. Lietuvos ir Lenkijos turizmas Europoje</b> .....	24
<b>3.2. Lietuvos atvykstamojo turizmo raidos ir situacijos analizė</b> .....	28
<b>3.3. Lenkijos atvykstamojo turizmo raidos ir situacijos analizė</b> .....	36
<b>3.4. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo raidos palyginimas</b> .....	44
<b>4. LIETUVOS IR LENKIJOS ATVYKSTAMOJO TURIZMO VYSTYMO PROGNOZĖS</b> .....	50
<b>4.1. Lietuvos atvykstamojo turizmo prognozės</b> .....	50
<b>4.2. Lenkijos atvykstamojo turizmo prognozės</b> .....	54
<b>4.3. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo prognozių palyginimas</b> .....	60
<b>IŠVADOS IR SIŪLYMAI</b> .....	64
<b>LITERATŪRA</b> .....	68
<b>Anotacija</b> .....	73
<b>Annotation</b> .....	74
<b>Santrauka</b> .....	75
<b>Summary</b> .....	76

**LENTELĖS**

1 lentelė. Turizmo plėtros istoriniai raidos etapai.....	8
2 lentelė. Tarptautinis atvykstamasis turizmas pasaulyje, (mln.).....	25
3 lentelė. Tarptautinio turizmo pajamos (Mln. eurų).....	25
4 lentelė. Tarptautinio atvykstamojo turizmo raida Europoje, 1990-2007, (tūkst.).....	26
5 lentelė. Lietuvos atvykstamasis turizmas pagal regionus, (tūkst.).....	33
6 lentelė. Svečiai užsieniečiai visose Lietuvos apgyvendinimo įmonėse, (tūkst.).....	33
7 lentelė. Lankytojai pagal transporto rūšį, (tūkst.).....	34
8 lentelė. Lenkijos atvykstamasis turizmas pagal šalis 2000-2007 m. (tūkst. užregistruotų pasienyje).....	39
9 lentelė. Atvykstamojo turizmo motyvų raida, (proc.).....	40
10 lentelė. Atvykstamojo turizmo į Lenkiją transporto struktūros 2001-2007 m. raida, (proc.).	41
11 lentelė. Lenkijos atvykstamojo turizmo išlaidų per vieną kelionę 2000-2007 m. raida, (USD) .....	41
12 lentelė. Lenkijos atvykstamojo turizmo su nakvyne 2000-2007 m. raida, (tūkst.).....	43
13 lentelė. Lenkijos ir Lietuvos rinkos dalys 1995-2005 m. Europos turizmo raidos kontekste (tūkst.).....	44
14 lentelė. Apibendrintas Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo raidos palyginimas .....	46

## PAVEIKSLAI

1 pav. Turizmo raidą sąlygojantys veiksniai.....	14
2 pav. Apibendrintas turizmo raidą lemiantis tarptautinio turizmo sistemos modelis.....	17
3 pav. Lietuvos ir Lenkijos turizmo raidos ir prognozių tyrimo etapai.....	21
4 pav. Teorinis atvykstamojo turizmo raidos tyrimo modelis.....	22
5 pav. Tarptautinis atvykstamasis turizmas pasaulyje, (mln.).....	24
6 pav. Europos regionų atvykstamojo turizmo raida, (tūkst.).....	27
7 pav. Turistai atvykę į Lietuvą pagal kelionės tikslą.....	34
8 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo pajamų raida 2000-2007 m., (mlrd. Lt) .....	35
9 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo išlaidų per vieną kelionę 2007 m. palyginimas, proc.....	35
10 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo iš Lietuvos turistų išlaidų per vieną kelionę 2000-2007 m. raidos palyginimas, (USD) .....	42
11 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo pajamų raida, (mln. USD).....	43
12 pav. Lenkijos ir Lietuvos duomenų palyginimas.....	45
13 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo trendo tiesė 2008-2015 m. prognozei.....	50
14 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo 2008-2015 m. prognozė, (tūkst.).....	51
15 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo iš Lenkijos trendo tiesė.....	51
16 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo iš Lenkijos 2008-2015 m. prognozės, (tūkst.).....	52
17 pav. Svečių iš užsienio bendrai ir iš Lenkijos apgyvendinimo Lietuvos įmonėse 2008-2015 m. prognozė, (tūkst.) .....	52
18 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo pagal kelionės tikslus 2008-2015 m. prognozės, (tūkst.)..	53
19 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo pagal transporto rūšis 2008-2015 m. prognozės, (tūkst.)..	53
20 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo pajamų 2008-2015 m. prognozės, (tūkst. Lt).....	54
21 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo 2008-2015 m. trendo tiesė.....	55
22 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo prognozė 2008-2015 m., (tūkst.).....	55
23 pav. Į Lenkiją atvyksiančių užsieniečių su nakvyne trendo tiesė.....	56
24 pav. Atvykstamojo turizmo iš Lietuvos su nakvyne Lenkijoje trendo tiesė.....	56
25 pav. Užsienio turistų su nakvyne Lenkijoje prognozės 2008-2015 m., (tūkst.).....	57
26 pav. Užsienio turistų vidutiniškų išlaidų Lenkijoje trendo tiesė.....	57
27 pav. Lietuvos turistų išlaidų Lenkijoje trendo tiesė.....	58
28 pav. Užsienio turistų vidutiniškų išlaidų Lenkijoje 2008-2015 m. prognozė, (USD).....	58
29 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo pajamų 2008-2015 m. prognozės, (tūkst. USD).....	59
30 pav. Kelionių į Lenkiją tikslų 2008-2015 m. prognozės, (proc.).....	59
31 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo pagal transporto rūšis 2008-2017 m. prognozės, (proc.)..	60
32 pav. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo 2008-2015 m. prognozių palyginimas, (tūkst.).....	61
33 pav. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo tarp šalių 2008-2015 m. prognozių palyginimas.....	61
34 pav. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo su nakvyne 2008-2015 m. prognozių palyginimas (tūkst.).....	62
35 pav. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo pajamų prognozių palyginimas, mln.....	62

## IVADAS

**Temos aktualumas.** Šiuo metu Lietuva yra ne tik bendroje ES rinkoje, bet ir Šengeno erdvėje. Tai sudaro dar didesnes galimybes turizmo vystymuisi. Turizmas sudaro nemažą dalį Europos Sąjungos bendro vidaus produkto. Šiame sektoriuje sukurta daug darbo vietų, t.y. įdarbinta viena aštuntoji dalis visų europiečių. Ateinantiems dešimčiai ir daugiau metų buvo prognozuojamos turizmo sektoriaus augimo tendencijos. Tačiau šių metų pabaigos turizmo rodikliai ir dabartinės globalios ekonominės krizės padariniai gali pakoreguoti šias prognozes.

Pastarųjų metų tendencijos rodo, kad be tarptautinės konkurencijos, Europos turizmo pramonė turi prisitaikyti prie besikeičiančios demografinės padėties ir vartotojų poreikių, kadangi keliauja vis daugiau pagyvenusių žmonių ir todėl atsiranda didesnis poreikis specifinėms turizmo formoms bei aplinkai nekenksmingoms veiklos rūšims.

Turizmo sektoriaus plėtra svarbi ekonominiu ir socialiniu požiūriu. Daugelyje pasaulio šalių turizmas yra pagrindinė ūkinės veiklos sritis ir pajamų šaltinis. Pajamos iš keliaujančių Lietuvoje užsieniečių yra svarbi visų pajamų uždirbamų turizmo sektoriuje dalis, o ypač tuo, kad tokiu būdu į šalį pritraukiami užsienio šalių finansiniai ištekliai. Sparčiai plečiantis turizmui pasaulinėje rinkoje, yra svarbu įvertinti, kokia atvykstamojo turizmo sektoriaus situacija Lietuvoje ir kokios jo plėtros galimybės.

Lietuvai pagrindinės turizmo rinkos yra Vokietija, Lenkija, Rusija, Latvija, Suomija ir Estija. Tik šiek tiek mažiau svečių susilaukiame iš JK, JAV ir Skandinavijos šalių. Tai rodo, kad Lietuva neturi vienos ar kelių pagrindinių rinkų, į kurias galima būtų koncentruotis ir sulaukti sėkmingų rezultatų.

Lenkija jau seniai yra viena iš prioritetinių Lietuvos turizmo rinkų. Dar 2003 m. lenkai sudarė virš dešimties procentų visų atvykstančiųjų į Lietuvą turistų. Pastaruoju metu Lenkijos rinka auga stabiliai – Lietuva šios šalies gyventojams istoriškai patraukli. Bendra valstybinė siena, patogus susisiekimas, glaudūs istoriniai ir kultūriniai ryšiai lemia augantį Lenkijos turistų susidomėjimą kaimynine Lietuva. Kadangi daugiausiai kaimynų lenkų turistų vyksta į Lietuvą individualiai, buvo būtina įsteigti Lenkijoje Lietuvos turizmo informacijos centrą, teikiantį turistams reikiamą informaciją. Tikimasi, kad ateityje turizmo centrai turės didelės įtakos populiarinant Lietuvos turizmo galimybes Lenkijoje.

Lenkijos turizmo vystymo strategija formuojama kaip dalis šalies socialinės-ekonominės strategijos. Ja siekiama turizmo vaidmens šalies politikos socialinių-ekonominių tikslų realizavimo, taipogi didinti papildomą kitų sektorių veiklą. Kaip vieną iš svarbiausių veiksnių galima pažymėti, kad turizmo vystymas gerina tiek Lenkijos tiek ir Lietuvos įvaizdį tarptautinėje rinkoje. Vystosi bendradarbiavimo galimybės su kaimyninėmis šalimis.

Turizmo planavimo veikla Lietuvoje, pradėta vykdyti šio dešimtmečio pradžioje, intensyviai vystosi tiek nacionaliniame, tiek regioniniame lygmenyje. Valstybinio turizmo departamento vykdoma veikla atitinka Lietuvos turizmo plėtros strategijos suformuotas kryptis, pateiktas Lietuvos ūkio (ekonominės) plėtros iki 2015 metų strategijoje (Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2002 m. birželio 12 d. nutarimas Nr. 853).

Lietuvos turizmo plėtrai parengta keletas reikšmingų programinių dokumentų, kurie reglamentuoja turizmo veiklos sritis. Be to parengti rekomendaciniai bei metodiniai dokumentai, planai, studijos, kurios parodo turizmo veiklos kryptis perspektyvoje.

**Tyrimo objektas** – Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo sektoriai.

**Tyrimo problema** – Lietuvos tarptautinis turizmas pradėtas vystyti palyginus neseniai, todėl yra tikslinga išnagrinėti Lietuvos turizmo raidą, tarptautinius santykius su Lenkija bei jų vystymo galimybes turizmo srityje.

**Tyrimo tikslas** – palyginti Lietuvos ir Lenkijos turizmo raidos vystymąsi ir prognozes.

**Darbo uždaviniai:**

1. Išnagrinėti tarptautinio turizmo vystymosi teorinius aspektus;
2. Išanalizuoti Lietuvos atvykstamojo turizmo raidą 2000-2007 m.;
3. Išanalizuoti Lenkijos atvykstamojo turizmo raidą 2000-2007 m.;
4. Palyginti Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo raidą 2000-2008 m.
5. Nustatyti Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo vystymosi prognozes 2008-2015 m.

**Tyrimo metodai:** nagrinėjimo ir interpretavimo metodas, antrinių statistinių duomenų lyginamoji analizė, kiekybinio prognozavimo metodas, grafinio modeliavimo metodas.

Iškeliamo hipotezę, kad Lietuvos turizmas turi palankias sąlygas ir galimybes ateityje vystyti atvykstamąjį turizmą su Lenkija.

**Darbo rezultatai.** Nustatyta, kad ateinančius dešimt metų turistų srautai į Lietuvą nuosekliai mažės. Tuo tarpu Lenkijos turistų skaičius Lietuvoje padidės. Lenkijos atvykstamasis turizmas taip pat turi turistų srautų mažėjimo prognozę. Turistų su nakvyne skaičius iš Lietuvos per tą patį laikotarpį padidės.

Gauti rezultatai gali būti panaudoti kaip baziniai duomenys lyginant prognozes su realiais kiekvienų metų atvykstamojo turizmo statistiniais duomenimis. Sutapimas su esamais duomenimis ar gauti neigiami duomenys parodys, kad Lietuva ar Lenkija dar nepakankamai deda pastangų turizmo raidos vystymui šalyse.

# 1. TURIZMO RAIDOS TEORINIAI ASPEKTAI

## 1.1. Turizmo sampratos raida

Jau nuo senų laikų žmonės keliavo po pasaulį, skatinami prekybos, naujų šalių atradimo, teritorijų paieškos ar kitais tikslais. Tikriausiai dėl to, turizmo sąvoka, kitusi per šimtmečius, neturi vienareikšmiškai pripažintos išraiškos.

Dar 1954 m. Jungtinių Tautų Organizacijos (JTO) priimtas nutarimas, kuriame turizmas apibūdintas kaip „aktyvus poilsis už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų, padedantis gerinti sveikatą, fiziškai lavinti žmogų“ (Grecevičius ir kt., 2002., p. 26.).

1980 m. Maniloje priimta pasaulio turizmo deklaracija skelbia: „Turizmas suprantamas kaip veikla, turinti svarbią reikšmę tautų gyvenimui, nes tiesiogiai lemia socialinę, kultūrinę, švietimo bei ekonominę valstybių gyvenimo sritis ir jų tarptautinius santykius“ (Manila Declaration on World Tourism, 1980).

1981 m. Madride vykusioje Pasaulinėje turizmo organizacijos (PTO) Pasaulinėje turizmo konferencijoje pateikta turizmo sąvoka: „Turizmas – tai viena iš aktyvaus poilsio rūšių, kelionės, siekiant susipažinti su vienais ar kitais rajonais, šalimis; kelionės dažnai derinamos su sportu“ (Grecevičius ir kt., 2002., p. 26.).

1993 m. JTO Statistikos komisija priėmė tokį turizmo apibūdinimą: „turizmas – tai veikla asmenų, kurie keliauja po vietas, esančias už jiems įprastos aplinkos ribų, ne ilgiau vienerių metų poilsio, verslo ir kitais tikslais“ (Grecevičius ir kt., 2002., p. 26.).

1997 m. Berlyno subalansuoto turizmo (angl. Sustainable tourism) konferencijoje buvo teigiama, kad turizmas yra tarptautinis reiškinys, įtraukiantis vis didesnę kiekį žmonių, kurių kelionės apima vis ilgesnį laikotarpį. Sveika aplinka, gražūs gamtovaizdžiai sudaro turizmo raidos pagrindą (The Berlin Declaration on Biological Diversity and Sustainable Tourism, 1997).

Sąvokos „subalansuotas turizmas“ „etiškas turizmas“, „atsakingas turizmas“, „minkštasis turizmas“, literatūroje bei turizmo praktikoje šiandien vartojamos kaip sinonimai, nes atspindi apskritai *socialiai atsakingą* (t.y. etinį) požiūrį į turizmo verslą (The Berlin Declaration on Biological Diversity and Sustainable Tourism, 1997).

2001 m. Osakos tūkstantmečio deklaracijoje skelbiama, kad turizmas padeda užmegzti ryšius su kitų kultūrų žmonėmis, skatina tarpusavio supratimą ir harmoniją (Osaka Tourism Declaration, 2002).

Apibendrinant daroma išvada, kad mokslinėje literatūroje pateikiama daug įvairių turizmo apibrėžimų, tačiau šiuo metu tikslingiausia vartoti Pasaulinės Turizmo Organizacijos (PTO) pasiūlytą apibrėžimą: Turizmas – visos kelionių, ekskursijų rūšys, kai asmuo palikęs savo darbo ir gyvenimo vietą ilgiau nei vieną parą ir trumpiau nei 12 mėnesių, ir kai išvykos tikslas nėra samdoma, apmokama veikla (Grecevičius ir kt., 2002., p. 26.).

Panašiai turizmas apibrėžiamas ir Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme:

Turizmas – tikslinga žmonių veikla, susijusi su kelione ir laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ne ilgiau kaip vienerius metus, jei ši veikla nėra mokymas ar mokamas darbas lankomoje vietovėje (Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas, 1998).

Taigi, apibendrinant galima teigti, kad turizmas – tai bet kokia turistų pasirinkta kelionės rūšis, į tikslingą geografinę vietovę, kuri atitinka keliautojo poreikį praleisti laisvalaikį ar profesiniais tikslais ir kurios trukmė gali tęstis nuo vienos paros iki metų.

Žmonės ėmė keliauti jau nuo senų laikų, tačiau kiekvienam laikotarpiui yra būdingi tam tikri skirtingi keliavimo bruožai, kuriuos yra tikslinga išnagrinėti detaliau.

## 1.2. Turizmo raidos etapai

Turizmo raida gali būti nagrinėjama nuo antikos epochos. Tuomet pagrindiniai kelionių motyvai buvo siejami su prekyba, religija, gydymu, švietimu, sportu, poilsiu. Dažniausiai keliaudavo turtingi ir pasiturintys žmonės, tačiau kelionių būdų pasirinkimas buvo nedidelis. Vėlesniais laikotarpiais keitėsi kelionių motyvai, bei keliavimo būdai, taip pat, kaip ir keliautojų segmentai.

Anot I. Svetikienės turizmo vystymosi raidą galima tyrinėti siejant ją su mokslo, technikos ir technologijų progreso plėtote, taip pat nagrinėti pagal atskirus istorinius pasauliui reikšmingus etapus (Svetikienė, 2002, p. 38).

D.Labanauskaitės teigimu matematiniai modeliai aprašo ankstesnę raidą ir pritaiko praeities tendencijas ateities planavimui. Tačiau turizmo versle ateities vystymosi tendencijos ne visada seka istorinėmis vystymosi tendencijomis (Labanauskaitė, 1999, p. 171).

Turizmo plėtros istoriniai raidos etapai aprašyti 1 lentelėje. Atkreiptinas dėmesys, kad po nepriklausomybės paskelbimo Lietuvoje turizmas vystėsi stichiškai, neprofesionaliai. Tokia situacija buvo ne tik kelionių organizavime, bet ir turizmo rinkodaroje, kuria rūpintis pradėta tik prieš kelis metus. Šiuo metu jau pradėtas formuoti Lietuvos įvaizdis, jos pristatymas užsienyje ir Lietuvoje, sukurtas Lietuvos prekės ženklas, užsienio šalyse steigiami turizmo informacijos centrai. Visa minėta veikla siekiama užtikrinti tolimesnę Lietuvos turizmo raidą vietinėje rinkoje ir užsienio šalyse.

**1 lentelė. Turizmo plėtros istoriniai raidos etapai**

Laikotarpis	Turizmo raidos bruožai
XVIII a. Turizmo istorijos pradžia	Suaktyvėja kelionės gydymosi tikslais. Didėja mineralinių šaltinių paklausa, pramogų poreikis, atsiranda pramogų organizatoriai. Atsiranda pirmieji kurortai. Vystosi elito turizmas.
XIX a. Elito turizmas	Iki amžiaus vidurio susisiekimo priemonės primityvios. Keliautojų tikslai: prekyba, švietimas, gydymasis, šventų vietų lankymas, elito kelionės. Kelionės ypač padažnėjo atsiradus geležinkeliui ir automobilių transportui. Mokslinis ir techninis progresas nulėmė darbo laiko sutrumpinimą, tai ypač paskatino keliauti. Prie elito turizmo vystosi masinis turizmas.



Laikotarpis	Turizmo raidos bruožai
XX a. iki 1919 m.	Svarbus kelionių plėtotės veiksnys buvo pramonės vystymasis ir 1928 m. įvestos Anglijoje dviejų savaitių, o vėliau ir daugelyje Europos šalių mokamos atostogos. Taip pat įvedus 8 val. darbo dieną, kelionės tapo laisvalaikio praleidimo forma.
Po 1945 m. Masinio turizmo epocha	Turizmas įgyja tikrąjį masinį pobūdį: iš prabangaus dalyko jis tampa ekonomiškai išsivysčiusių šalių daugelio gyventojų poreikiu.  Formuojasi stipri poilsio industrija.
1954-1958 m.	Sukurtas pirmasis „Boingas-707“, tai padėjo atidaryti tarpatlantinius reisus Niujorkas – Paryžius. Kardinalus oro linijų perversmas įvyko atsiradus pirmajam viršgarsiniam lėktuvui „Konkordas“.
1970-1990 m.	Keliautojų rinkos plėtrą lėmė ir vandens transporte technikos pažanga. Kruizų rinka išsiplėtė daugiau nei 5 kartus.  Stiprėja specializuoto ir diferencijuoto turizmo pasiūla, orientuota į skirtingus keliautojų segmentus ir kelionių tikslus. Kartu su rekreaciniu ir dalykiniu turizmu, auga kitų turistinių kelionių poreikis. Jų tikslas – komunikacijos ir humanitarinių ryšių užmezgimas, draugų ir pažįstamų lankymas, religinis ir etnis turizmas.
1992 -1998 m.	Pradėta Lietuvos turizmo, kaip ūkio nacionalinė politika.  Įkurta Vyriausybės Valstybinė turizmo tarnyba.  1994 m. buvo patvirtinta Nacionalinė turizmo plėtojimo programa.  1998 m. kovo 19 d. buvo priimtas Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas.

**Šaltinis:** sudaryta pagal: Svetikienė, 2002., p. 11-41; Dvilevičienė, 1997., p. 16

Turizmo raida tiek pasaulyje tiek ir Lietuvoje, pradėta neseniai (žr. 1 lent.). Pagrindė turizmo raida yra susijusi su technologijų atsiradimu, transporto priemonių išsivystymu, infrastruktūros vystymu, augančiais vartotojų poreikiais.

D. Buhalis ir C. Costa teigimu turizmo raidos tyrimai rodo, kad anksčiau turizmas buvo nagrinėjamas kaip atskira žmogaus veikla trijose disciplinose: geografija, apimanti kelionę ir atvykimo vietą; ekonomika, apimanti turizmo poveikį šalies ekonomikai; ir antropologijų tyrimų reikšmė. Šių disciplinų ribose buvo akcentuojamos šios temos (Buhalis et al, 2006, p. 79):

- ekonomikos veiksniai ir prognozės;
- socialiniai ir kultūriniai veiksniai;
- kelionių tikslai ir įvaizdis;
- keliautojų savybės;
- poveikis aplinkai;
- turizmo politika.

Šalis, siekianti pritraukti turistų srautus, turi būti patraukli savo ištekliais, tokiais kaip: geografinė padėtimi, gamta, turėti išvystytą infrastruktūrą ir turizmo paslaugų kompleksą apimantį pramogų bei apgyvendinimo paslaugas. D. Dvilevičienė pažymi, kad būtent tokių išteklių gausa

išsivysčiusiose Vakarų rinkos ekonomikos šalyse, lėmė turizmo paplitimą šiose šalyse. Minėtų rinkų turizmo raidoje galima išskirti keletą etapų (Dvilevičienė, 1997, p. 16.):

I – iki Pirmojo pasaulinio karo ir Tautų Lygos įkūrimo (iki 1919 m.);

II – 1919-1941 m. (iki Antrojo pasaulinio karo);

III – 1945-1980 m.

IV – nuo 1981 m iki šiol.

Jau prieš Pirmąjį pasaulinį karą kai kurios Europos šalys, tokios kaip: Šveicarija, Anglija, Prancūzija ir kt. turėjo išvystytą turizmą (Dvilevičienė, 1997, p. 16.).

Turizmo raidai taip pat turėjo įtakos šalių demografijos kaita ir darbo organizavimo pokyčiai. Didėjantis vienišų žmonių ir dirbančių moterų skaičius, vėlyvesnių vedybų tendencija, šeimų be vaikų skaičiaus didėjimas. D. Dvilevičienė pažymi, kad Vakarų šalyse, mažėjant gimimų, pakito šeimų dydis. Daugelis moterų ėmė dirbti, todėl išaugo šeimų pajamos, pakilo žmonių gyvenimo lygis ir atsirado galimybė daugiau pajamų skirti kelionėms. Kartu buvo pertvarkomas darbo organizavimas ir plačiai pritaikytas suglausto darbo laiko grafikas. Tai įgalino sudaryti daugiau laisvo laiko savaitgaliui ir jį skirti išvykoms (Dvilevičienė, 1997, p. 16.). 70 – aisiais metais šalyse, turinčiose išvystytą pramonę, atsirado atostogų laikotarpio dalinimo į dvi dalis tendencija, tai suteikė galimybę keliauti du kartus į metus – vieną žiemą ir vieną vasarą (Romanova ir kt., 2002, p. 19). Iš to seka, kad tuo laikotarpiu, t.y. šeštąjį dešimtmetį susiformavo pasaulinė turizmo rinka.

XX a., gerėjant gyvenimo sąlygoms, visuomenė ima domėtis ir ekologinėmis turizmo problemomis. Pagal P. Grecevičių ir kt. 8-ojo dešimtmečio pradžioje mokslininkai prakalbo apie neigiamą turizmo poveikį turizmo aplinkai. Kiekybinio turizmo veiklos augimo apimčių stagnacija bei stiprėjanti visuomenės ekologinė orientacija sąlygojo perėjimą prie naujo turizmo tyrimo metodo. Visame pasaulyje prasidėjo diskusija dėl turizmo teikiamos naudos ir žalos ekonomikai, ekologijai ir visuomenei, kai tuo tarpu anksčiau buvo kalbama tik apie ekonomiką (Grecevičius ir kt., 2002, p. 28).

Tuo pat laikotarpiu ne mažiau svarbi tampa turizmo saugumo sąlyga. 1980 m. Maniloje priimtoje pasaulio turizmo deklaracijoje skelbiama, kad pasaulinio turizmo raida gali vykti taikos ir saugumo sąlygomis, kuri gali būti pasiekta per visų valstybių apjungtas pastangas mažinant tarptautinę įtampą ir vystant bendradarbiavimą draugiškumo dvasioje, pagarboje žmogaus teisėms ir valstybių savitarpio supratimo (Manila Declaration on World Tourism, 1980). Politinių veiksnių įtaka tarptautinio turizmo raidai pirmiausia susijusi su vidiniu šalies, kuri priima turistus, stabilumu. Be to, yra svarbūs draugiški, taikūs, kaimyniniai ryšiai tarp valstybių. A. Romanova ir kt. pažymi, kad rimtu politiniu veiksniu laikomi tarpvalstybiniai ir tarpvyriausybinių bendradarbiavimo susitarimai ekonomikos, prekybos, mokslo ir kultūros ryšių, turizmo ir mainų stiryse (Romanova ir kt., 2002, p. 20). Taigi, galima teigti, kad šalyse vykstančios politinės suirutės, karai, terorizmo atvejai neigiamai įtakoja tarptautinį turizmą ir perorientuoja turistų prioritetus.

Turizmo raidą taipogi lemia ekonominiai svertai, turintys įtaką turistams ir jų pasirenkamoms kelionių vietoms. Nes ne visi žmonės turi galimybę keliauti, pasirinkti kur keliauti, taip pat, kaip ir kiek dažnai ir kokiomis pramogomis naudotis atvykus į pasirinktą šalį. Tuo tarpu Hald D. ir kt. pažymi, kad turistų gausiai lankomos vietos patiria reikšmingas ekonomines pasekmes, kurios pakeičia turistų lankomų vietų kultūrą ir ekonomiką (Held ir kt., 2002, p. 394.). Iš to seka, kad įvairūs veiksniais gali turėti tiek teigiamos tiek ir neigiamos įtakos turizmo raidai. Prie neigiamų priskiriami: gamtos ir ekologinės aplinkos niokojimas.

A.Romanovos ir kt. teigimu turizmo raidos tendencijos nurodo keletą veiksnių grupių, kurie teigiamai įtakojo tarptautinio turizmo raidą (Romanova ir kt., 2002, p. 18): socialiniai-ekonominiai; demografiniai; materialiniai-techniniai; politiniai.

Šiuo metu vis daugiau stiprėja socialinių ekonominių tarptautinio turizmo veiksnių reikšmė. Aktyvėja ekonominiai darbo pasidalijimo tarpvalstybiniai ryšiai. Tarptautinės prekybos vystymas ir transporto priemonių tobulėjimas tapo materialine tarptautinio turizmo vystymosi prielaida. Prie šių veiksnių taip pat galima priskirti didėjančių turistų kultūrinį išprusimą ir poreikį pažinti užsienio šalių papročius. Be to, tarptautiniai ryšiai skatina dalykinį turizmą.

Materialiniai-techniniai veiksniai susiję su turizmo infrastruktūros išsivystymu: transporto priemonių ryšių ir saugumo, kelių, maitinimo ir apgyvendinimo įstaigų, aptarnavimu. Specifinės transporto ryšių savybės pasižymi jų integraciniu charakteriu, kadangi jos sudaro galimybę apjungti įvairias šalis į vieną pasaulinę turizmo erdvę.

Tarptautiniam turizmui svarbu užtikrinti ryšį tarp vietinių, nacionalinių ir tarptautinių susisiekimo priemonių, kad nebūtų pertrūkio tarp transporto susisiekimo (Romanova ir kt., 2002, p. 19).

Turizmas, kaip pasaulinė industrija šiandieną galutinai įgavo savo tolesnio vystymosi „trimatį pagrindą“, suteikiantį jam ekonominę, ekologinę ir socialinę atsakomybę. Tai atsiskleidžia kaip bendras interesas, užtikrinantis visų dalyvavimo ir dalyvių atsakomybę, teisingumą, sąžiningumą bei padorumą – o tai yra būtent etiniai dalykinio aktyvumo turizmo veikloje kriterijai, suteikiantys jam subalansuotumo ir efektyvumo (Vasiljevas, 2004, p. 138).

Besivystant turizmui esmine problema tampa etinė aplinka, tas moralinis klimatas, kuris šiandien betarpiškai įtakoja bet kurią verslo veiklą. Tai susiję tiek su turizmo verslo atstovų veikla, tiek ir su turistų elgsena užsienio šalyse, gerbiant tos šalies papročius ir formuojant savo šalies įvaizdį per šiuos turistus.

Anot N. Langvinienės ir B. Vengrienės turizmo raida šalių ekonomikai turi ir teigiamų ir neigiamų pasekmių. Turizmo paslaugų paklausą didinantys veiksniai (Langvinienė ir kt., 2005, p. 291): pajamų augimas; techninis transporto priemonių ir ryšių tobulėjimas; naujų visuomenės

sluoksnių pritraukimas; urbanizacija; atostogų trukmės trumpėjimo tendencija; palanki įvažiavimo ir išvažiavimo į šalis tvarka.

Teigiamas turizmo poveikis ekonomikai (Langvinienė ir kt., 2005, p. 291):

- darbo tarptautinis pasidalijimas;
- valiutinių įplaukų šaltinis;
- didėja turizmo paslaugų įmonių pajamos;
- išauga kitų paslaugų ir prekių paklausa, nes, pritraukdamos turistų į šalį, įmonės laimi ne tik pačios, bet ir kitos, pvz., viešbučiai, maitinimo, suvenyrų prekyba, pramogų verslas. Turizmo paslaugų verslui būdinga tai, jog viena nakvynė sukuria paklausą dar 10 paslaugų rūšių: maisto pramonės, transporto ir pan.;
- didėja gyventojų, tiesiogiai ar netiesiogiai susijusių su turizmu, pajamos, pavyzdžiui, kultūros paslaugos organizatorių – teatrų, įrangos sportui nuomos ir kitų paslaugų teikėjų pajamos;
- greitina investavimo procesą, atsiranda poreikių statyti naujus viešbučius ir pan.;
- skatina paslaugų kokybės augimą, kadangi, siekiant pritraukti išvystytų šalių vartotojus, kurie palieka nemažai pinigų, turizmo paslaugų įmonės ir visos susijusios įmonės priverstos didinti savo teikiamų paslaugų kokybę;
- kompensuoja mokėjimų balansą;
- didina užimtųjų skaičių ir ne tik turizmo paslaugų įmonėse, bet ir restoranuose, muziejuose, pramogų centruose, naktiniuose klubuose, kazino ir pan.;
- mažina agrarinių ir pramoninių regionų skirtumą;
  - skatina mažų ir vidutinių įmonių augimą.

Neigiama turizmo įtaka ekonomikai (Langvinienė ir kt., 2005, p. 291):

- socialinės ir ekonominės pasekmės;
- kultūrinės, psichologinės;
- ekologinės, nes gamtos ištekliai yra riboti;

R. Ligeikienė ir R. Urbanskienė pažymi, kad nagrinėjant turizmo verslo vystymąsi, pripažįstamas jo įvairiapusiškumas, jo indėlis į šalies ūkį, tačiau vis daugiau domimasi jo galimais poveikiais ekonomikai, sociokultūrinei aplinkai, fizinei aplinkai (Ligeikienė ir kt., 1999, p. 183).

Kelionių dažnėjimo prielaida yra gamybinių jėgų išvystymas ir sukurtas šalyse ekonominis potencialas. Vis dėlto kelionėms būtinas toks ekonomikos lygis, kad susidarytų laisvas laikas ir būtų pasiektas palyginti aukštas svarbiausių reikmių patenkinimo laipsnis, kultūrų rekreacijos ir turizmo poreikis (Dvilevičienė, 1997, p. 15).

V.S. Senin teigimu didėjantis pragyvenimo lygis, ilgėjantis atostogų laikotarpis ir aukštas pensinis aprūpinimas išsivysčiusiose šalyse, daro didelį poveikį turizmo raidai (Seninas, 2005, 11 p.).

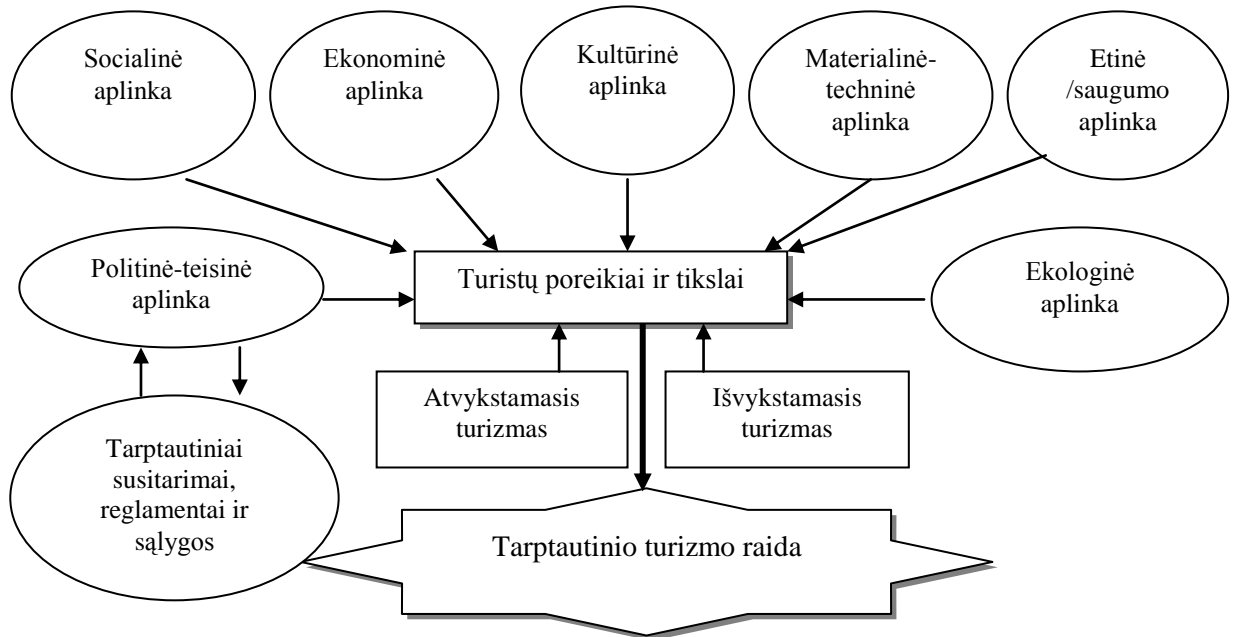
Atsižvelgiant į tai turizmo marketingo tobulinimas turi būti vykdomas įvertinant visus šiuos veiksnius. Tik tuomet jis didžiąją dalimi atspindės turistų, t.y. paslaugų vartotojų paklausos ir šių paslaugų tiekėjų, t.y. turizmo įmonių teikiamų paslaugų pasiūlos atitikimą. Turizmo paslaugų pasiūlos-paklausos problemų sprendimas yra neįmanomas tinkamai neišanalizavus turizmo produkto ir rinkos (Žalys ir kt., 1999, p. 405).

Europos Sąjungos politika bendroje turizmo rinkoje garantuoja sąlygas, leidžiančias turistams laisvai kirsti valstybių narių sienas, keliauti pramoginiiais, darbo ar kitais tikslais. Taip pat, nevaržomas prekių bei paslaugų įsigyjimas, įskaitant ir prekybą internete. Tokios vykdomos politikos fone, be anksčiau aptartų veiksnių, galima dar išskirti sekančias, šiuo metu turizmo paslaugų raidą įtakojančias sąlygas (Kutraitė, 2005, p. 61):

- Evoliucija - palaipsnis pasaulinis vystymasis.
- Vartotojo poreikių pirmenybė – konkurencinė rinka lemia; kad ne vartotojas taikosi prie teikiamų turizmo paslaugų, bet pačios paslaugos formuojamos tam tikrų vartotojų grupių poreikiams patenkinti.
- Nauji turizmo ištekliai – turizmas rytų Europos šalyse intensyviai vystosi. Naujų turistinių nuotolių pasiūla ima konkuruoti su tradicinėmis turistinėmis vietomis Europoje.

Išnagrinėjus turizmo raidos etapus šio darbo autorė sudarė tarptautinio turizmo raidą salygojančių veiksnių modelį (žr. 1 pav.).

Apibendrinant 1 paveiksle pavaizduotus turizmo raidą salygojančius veiksnius galima teigti, kad turizmo raidai turi įtakos ekonominiai, socialiniai, demografiniai veiksniai, tokie kaip: gyventojų pajamos, pajamų dalis skiriama kelionėms, gyvenimo lygis, gimstamumas, šeimos sudėtis, gyventojų amžius ir su juo susiję poreikiai, požiūris į negalią turinčius žmones ir jų keliavimo sąlygų šalyje sudarymas. Materialinė techninė aplinka susijusi su turizmo infrastruktūros išvystymo lygiu šalyje. Kultūrinė aplinkos veiksniai susiję su šalies turimomis kultūros vertybėmis, kultūriniais renginiais. Prie etinės aplinkos galima priskirti sąžiningą turistų aptarnavimą, turizmo organizatorių atsakomybę, gyventojų požiūrį į turistus ir jų užsienio kalbų mokėjimą bei kitus veiksnius. Ekologinė aplinka ypač svarbi turistams turintiems sveikatinimo kelionių tikslus. Neužterštas oras, vandens telkiniai, šalyje siūlomi ekologiški produktai – visa tai yra šalies patrauklumo veiksniai, skatinantys tarptautinio turizmo raidą šalyje. Teisiniai veiksniai susiję su gyventojų darbo teisiniu reglamentavimu t.y. darbo valandų skaičiumi ir laisvalaikiu, galimybe skaidyti atostogas į vasaros ir žiemos laikotarpio.



**Šaltinis:** sudaryta pagal: R. Ligeikienė ir R. Urbanskienė, 1999., p. 183; Senin V.S., 2005, p. 11; Kutraitė A., 2005, p. 61; Langvinienė N.; Vengrienė B., 2005, p. 291.

### 1 pav. Turizmo raidą sąlygojantys veiksniai

Prie svarbių, tarptautinį turizmą skatinančių politinių veiksnių, galima priskirti: šalių tarpusavio santykius, politinį šalies stabilumą, tarpvalstybinius susitarimus, vizų režimus, prekybinius ryšius. Iš to seka, kad šalys, suinteresuotos vystyti tarptautinį turizmą, turi mažinti neigiamų veiksnių poveikį tokių kaip: bedarbystė, infliacija, tarptautinių prekybos santykių pažeidimai, politinis nestabilumas ir kt.

Visi šie veiksniai atskirai, arba veiksnių grupės turi poveikį turisto pasirinkimui šalies, kuri geriausiai atitinka jo turistinius tikslus ir poreikius. Anot C.Holloway turistai turi poreikį grįžti į šalis, kuriose jie patyrė gerus išpūdžius, kuriose jaučiasi saugūs (Holloway, 1998, p. 57). Taigi, galima teigti, kad šalis, kuri turi didelį kiekį teigiamų turizmo veiksnių, tokių kaip: infrastruktūra, gamtiniai ir žmogiškieji išteklių, kultūros bei etninis paveldas ir t.t., turi didžiausias galimybes turizmo raidai. Šiam tikslui pasiekti šalyje turi būti vystoma turizmo sistema, kurios sudedamąsias yra tikslinga išnagrinėti detaliau.

### 1.3. Turizmo sistemos formavimasis

Turizmo raidos procese turizmo sistemos tampa vis sudėtingesnės. Augantys keliautojų poreikiai skatina valstybes ieškoti išteklių, kurie užtikrintų turistų pritraukimą į šalį.

Anot J.C. Holloway, turizmo verslas suprantamas kaip įvairių paslaugų visuma, atnešanti šaliai tam tikras pajamas. Visos turizmo sektoriaus paslaugos kartu formuoja pačią didžiausią pasaulyje ir

greičiausiai augančią pramonę. Vienos iš šių paslaugų yra esminės, kitos yra palaikančios turizmo pramonę (Holloway, 1998, p. 67).

E.V. Vavilovo teigimu turizmas skirstomas į vietinį ir tarptautinį (Vavilovas, 2005., p. 17):

- Vidinis turizmas – laikinas konkrečios šalies gyventojų išvažiavimas iš gyvenamosios vietos tos šalies ribose poilsiui, pažintinių interesų patenkinimui, sportiniams užsiėmimams ir kitiems turistiniams tikslams.
- Tarptautinis turizmas – sisteminė ir tikslinga turizmo organizatorių veikla, susijusi su turistinių paslaugų ir produktų teikimu užsienio turistams kokios nors šalies teritorijoje (atvykstamasis turizmas) ir asmenų kelionėmis, pastoviai gyvenančiais kurioje nors šalyje, į užsienį (išvykstamasis turizmas).

I.Vainienė pažymi, kad ypač reikšmingas kiekvienai valstybei atvykstamasis turizmas, kuris dažnai vadinamas nematomu eksportu. Turizmo eksportas ypatingai svarbus daugeliui pokomunistinių valstybių, pasukusių rinkos ekonomikos keliu. Jos neturi eksportui tinkamų prekių, todėl, norėdamos pakelti savo ekonomiką, turi plėtoti turizmo eksportą. Atvykę užsienio turistai apsigyvena tos šalies viešbučiuose, maitinasi jos restoranuose, naudojami vietiniu transportu, perka suvenyrus ir kt. prekes, įvairius kelionės reikmenis ir tokiu būdu palieka čia savo valiutą. Atvykusių turistų išlaidos – tai tos šalies eksporto pajamos (Vainienė, 2001, p. 14).

Turizmas dar skirstomas pagal tokius požymius kaip: individualus, grupių, organizuotas arba neorganizuotas, kelionių motyvus bei transporto priemonės.

Turizmą, kaip ekonominę sistemą, sudaro dvi posistemės (Svetikienė, 2002, p. 9):

- turizmo subjektas – tai įvairūs turistai, kurie ieško, kaip patenkinti specifinius turizmo paslaugų poreikius;
- turizmo objektas – turizmo vietovių išteklių, turizmo įmonės ir turizmo organizacijos.

Turizmas kaip sistema akumuliuoja daugelį savarankiškų ūkio sektorių, kurie taip pat yra sistemos. Turizmo sektorius persipina tarpusavyje, kadangi į jį įtrauktos privačių įmonių ir viešųjų įmonių paslaugos, tokios kaip turistų matinimas ir apgyvendinimas, transportavimas, komunikacijos ryšiai, laisvalaikio pramogos, rekreacinės paslaugos ir vietovės, kultūriniai bei etniniai produktai ir t.t. Plačiuoju požiūriu turizmo sektorius susijęs su ekonomine šalies aplinka, kuri palaiko turizmą, kaip pavyzdžiui, žemės ūkio produktų tiekimas, žvejybos sektoriaus produktų tiekimas bei liaudies amatų produktų tiekimas (International Tourism Evolution in the Least Developed Countries since the adoption of the Canary Islands Declaration, 2001).

Turizmas yra viena palankiausių ūkinės veiklos šakų, nereikalaujančių atsivežtinių žaliavų. Ji susideda iš keleto veiklos sektorių, kaip apgyvendinimas, pramogos, transportavimas, maitinimas. Kiekvienas turizmo paslaugos teikėjas, priklausomai nuo paslaugų kokybės ir kiekio, gauna atitinkamą atlygį iš paslaugų pirkėjo, t. y. turisto. Vyksta tam tikras procesas, kurį galima pavadinti savita

ekonomikos šaka arba ūkinės veiklos sritimi. Svarbiausias tokios veiklos elementas, kuris į vieningą sistemą jungia turizmo paslaugų teikėją ir pirkėją, yra turizmo produktas (Grecevičius ir kt., 2002, p. 28).

Apibendrinant galima teigti, kad turizmo sektorius nėra atskira pramonės šaka, o greičiau daugelio pramoninių sektorių sandauga, kurioje vyksta tarpusavio mainų procesai. Todėl galima teigti, kad turizmo sistemos paskirtis tenkinti įvairius turistų poreikius. Taigi, siekiant skatinti turizmo raidą šalyje, valstybinė turizmo politika turi būti nukreipta į turizmo operatorių veiklos plėtrą, per įvairius paslaugų paskirstymo kanalus, apimančius įvairias tiekimo kombinacijas ir operacijas, transformuojant turizmo produktus ir paslaugas, nuo gamintojo iki paslaugos gavėjo.

Turizmo sistemos planavimas ir valdymas – tai sistemą sudarančių elementų vykdomų planavimo ir valdymo procesų koordinavimas, siekiant patenkinti turistinio produkto vartotojų poreikius. Būtina akcentuoti, kad pokyčiai viename iš elementų sąlygoja pokyčius ir kituose sistemos elementuose. Be to, turizmo sistemos pokyčius gali suaktyvinti ekonominiai, socialiniai vyksmai. Siekiant pritraukti turistus į tam tikrą turistinį regioną reikalingas sisteminis požiūris į turizmą ir jo valdymą. Vienas iš valdymo etapų yra planavimo procesas, kuris turi būti pagrįstas ne tik turizmo verslo sektorių tinklo analize, gamtinių išteklių įvertinimu, bet ir nustatyta konkurencinė pozicija lyginant su kitais turistiniais regionais, remiantis tolydžios plėtros konceptais (Turizmo plėtros strategijos koncepcija).

Ilgalaikė turizmo raida privalo būti reguliuojama ir valdoma atsižvelgiant į globalizacijos procesus bei konkurencijos įvairiuose rinkos segmentuose. Vykstant globalizacijos procesams pagrindinių rinkos konkuravimo veiksnių nustatymas yra būtinas, siekiant sustiprinti turizmo verslo augimą ir gyvybingumą. Rengiant turizmo strategiją bei jos vykdymo priemones būtina parengti rinkos konkurencingumo veiksnių modelį (Turizmo plėtros strategijos koncepcija).

Viena iš pagrindinių turizmo sistemos sudedamųjų yra turizmo infrastruktūra, kurios vystymas yra būtinas, siekiant užtikrinti darnią turizmo raidą tam tikroje vietovėje.

Pagrindiniai turizmo infrastruktūros elementai (Grecevičius ir kt., 2002, p. 111):

- Transporto sistema – keliai, geležinkeliai, oro uostai, automobilių parkai.
- Inžinerinės komunikacijos – elektra, kiti energijos šaltiniai, vanduo, ryšiai, atliekų tvarkymo sistemos.
- Kitos tarnybos – sveikatos priežiūra, policija, saugos tarnybos ir kt.

Pagrindinės tarptautinio turizmo struktūrinės dalys yra įtakojamos įvairių organizacijų, kurios gali būti skirstomos į šias grupes (Grecevičius ir kt., 2002, p. 112):

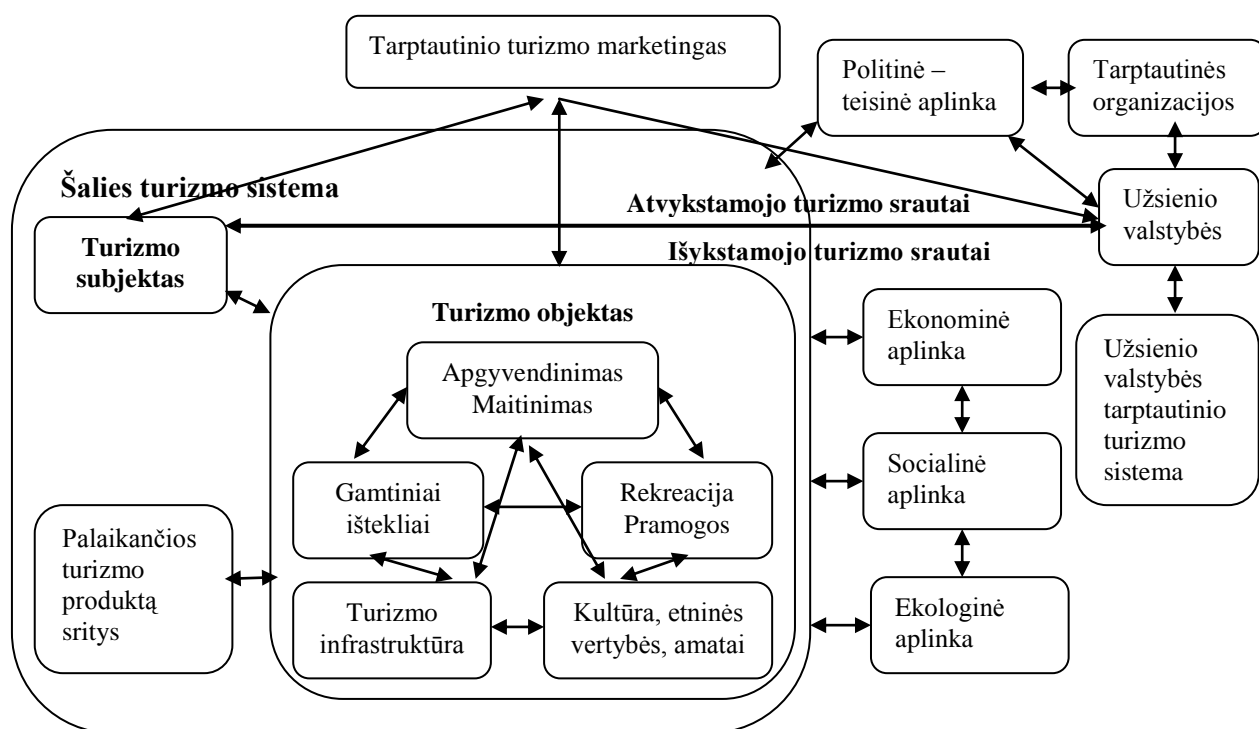
- *tarptautinės organizacijos* – Pasaulinė turizmo organizacija (*WTO*), Europos sąjunga;
- *valstybinės organizacijos* – Nacionalinės ir vietinės turizmo organizacijos;
- *profesinės asociacijos* – Tarptautinė oro transporto asociacija (*IATA*), Europos kelionių



komisija (ETC);

- *tarptautinės kompanijos* – Holiday Inn International, Hertz.

2 paveiksle vaizduojami turizmo sistemų elementai turi abipusį ryšį, kadangi turizmo subjektas daro įtaką turizmo objektui ir atvirkščiai. Turistą vyksti į kitą šalį skatina turizmo objekto įvairovė. Pažymėtina, kad kuo daugiau objektas turi autentiškų ir unikalių etninių vertybių, tuo jis yra patrauklesnis ir tuo labiau skatina turizmo raidą šalyje. Toks pats poveikis yra ir tarp turizmo sistemos ir aplinkos veiksnių. Poveikis ekonominei aplinkai pasireiškia per įvairių kitų ekonomikos sričių plėtrą. Ypač pažymėtinas atvykstamasis turizmas, teikiantis naudą vietiniam biudžetui, skatinantis smulkų ir vidutinį verslą, kuris yra labai reikšmingas kiekvienos šalies ekonomikai. Turizmas taip pat padeda pritraukti užsienio valiutą, į valstybės biudžetą surinkti daugiau mokesčių, skatina vietinių produktų ir paslaugų gamybą, skatina plėsti infrastruktūras ir t.t. Iš turistinės veiklos gaunamos pajamos skiriamos turizmo objektui plėtoti, unikalių gamtovaizdžių apsaugai ir puoselėjimui.



**Šaltinis:** sudaryta pagal: Grecevičius P., Armaitienė A., 2002, p. 28; Svetikienė I. 2002, p. 9; Vainienė I., 2001, p. 14; Holloway J., 1998, p. 67

## 2 pav. Apibendrintas turizmo raidą lemiantis tarptautinio turizmo sistemos modelis

Poveikis socialinei aplinkai pasireiškia per žmogaus gyvybinių jėgų atstatymą. Turistas, patirdamas įvairius kelionės išpūdžius, pailsi psichologiškai. Užsienio šalių kultūros pažinimas skatina žmogaus fizinį ir dvasinį tobulėjimą, didina keliautojų intelektualinį lygį. Savo ruožtu atvykstamasis turizmas skatina naujų darbo vietų sukūrimą. Didėjant darbuotojų užimtumui turizme, didėja gyventojų ir valstybės pajamos, kyla žmonių pragyvenimo lygis.

Ekologinė šalies aplinka skatina atvykstantąjį turizmą, tačiau taip pat sudaro šios aplinkos pažeidimo grėsmę.

Tarptautinio turizmo sistema yra pilnesnė nei šalies turizmo sistema, nes ją papildo užsienio šalių, tarptautinių susitarimų bei užsienio šalies turizmo sistemų elementai ir jų tarpusavio ryšys. Sėkmingai turizmo raidą gali plėtoti tos šalys, kuriose stabili politinė aplinka, aiškūs teisiniai reglamentai, kuriose užsienio turistai jaučiasi saugūs, šalys atviros tarptautiniam bendradarbiavimui.

Turizmo objekto elementai yra tarpusavyje susiję, nes jų visuma ar elementų grupės bei pavieniai elementai daro įtaką turizmo subjekto kelionės tipo ir tikslo pasirinkimui.

Turizmo sistemoje esantis palaikančių turizmo produktą sričių elementas apima įvairių paslaugų tiekimą, kuriomis naudojasi ir kiti žmonės ne turistai. Tai gali būti banko paslaugos, taksi, parduotuvės, savitarnos skalbyklos ir kt.

Tarptautinio turizmo marketingo funkcija susijusi su informacijos apie turizmo objektą skleidimą užsienio valstybėje ir atvykstantiems užsienio turistams. Be informacijos skleidimo funkcijos, tarptautinis marketingas turi atlikti užsienio turistų poreikių tyrimus, kuriais remiantis turi būti formuojama turizmo objekto pasiūla. Tai vienas iš pagrindinių būdų skatinti turizmo raidą šalyje.

## **2. TURIZMO RAIDOS TYRIMO METODOLOGIJA**

### **2.1. Lietuvos turizmo tyrimo metodika**

Nuo 1994 m. Valstybinis turizmo departamentas (VTD) atlieka atrankines lankytojų iš užsienio apklausas. Apklausiami išvykstantys iš Lietuvos užsieniečiai, praleidę Lietuvoje bent vieną naktį, bet ne ilgiau kaip tris mėnesius. Apklausiami ir vieną dieną Lietuvoje praleidę lankytojai, tik jiems pateikiama mažiau klausimų. Apklaustos anketos parengiamos anglų, lenkų, rusų ir vokiečių kalbomis (Lietuvos turizmo statistika, 2006).

2003 m. VTD atliko tris atvykusių lankytojų apklausas gegužės, rugpjūčio ir lapkričio mėn. Apklaustos buvo atliekamos Vilniaus oro uoste ir geležinkelio stotyje, Klaipėdos tarptautinėje jūrų perkėloje bei kelių pasienio su Latvija, Baltarusija, Lenkija ir Rusija postuose. Iš viso surinkta 3100 anketų (Turizmo plėtra, 2003).

2006 m. apklausa atlikta keturiais etapais – vasario, gegužės, rugpjūčio ir lapkričio mėnesiais Vilniaus oro uoste ir geležinkelio stotyje bei Klaipėdos perkėloje, vidutiniškai po vieną savaitę; Medininkų, Lazdijų, Kalvarijų, Panemunės, Saločių, Šalčininkų pasienio postuose, kiekviename poste po 3-4 dienas. Be to, 2006 m. birželio-gruodžio mėnesiais buvo vykdoma užsienio turistų, išvykstančių pigių skrydžių reisais, apklausa Kauno, Karmėlavos oro uostuose. Anketose buvo pateikiami klausimai apie nuolatinę gyvenamąją vietą, pilietybę, buvimo trukmę, lytį, amžių, pagrindinį kelionės tikslą, giminystės ryšius, kelionės pobūdį, išlaidas, kaip vertina apsilankymą Lietuvoje. Buvo apklausti 2359 turistai ir 2739 vienadieniai lankytojai, gauta informacijos apie 2797 turistų ir 4665 vienadienių lankytojų išlaidas. Gauti duomenys grupuojami pagal šalis (Lietuvos turizmo statistika, 2006). 2007 m. turizmo sektoriaus tyrimo metodika patvirtinta Lietuvos statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės.

1. Statistinių tyrimų reglamentuojantys teisės aktai (Atvykstantojo turizmo statistinio tyrimo aprašymas):

1.1. Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2006-2008 metų programos įgyvendinimo priemonės, patvirtintos Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2006 m. spalio 17 d. nutarimu Nr. 1020 (Žin., 2006, Nr.112-4273).

1.2. Lietuvos Respublikos Statistikos įstatymas (Žin., 1993, Nr. 54-1048; 1999, Nr. 114-3299).

2. Tyrimo atlikimo metodai:

Tyrimas yra imčių tyrimas.

Tyrimo imtis – apie 5000 asmenų.

Imties elementas – išvykstantis užsienietis (vienadienis lankytojas arba lankytojas su nakvyne (turistas)).

Tiriamasis laikotarpis – kiekvieną ketvirtį apklausa atliekama 7 dienas. Tyrimas vykdomas savaitę. Savaitė išrenkama slenkančiu grafiku.

Tyrimas vykdomas pasienio kontrolės punktuose, atsižvelgiant į transporto priemonės rūšį, srautų per pasienio kontrolės punktą intensyvumą ir Lietuvos valstybės sienas su kitomis valstybėmis. Pasienio kontrolės punktai sugrupuojami į 7 sluoksnius pagal transporto rūšį ir Lietuvos valstybės sienas (Atvykstamojo turizmo statistinio tyrimo aprašymas): 1. Oro transportas; 2. Geležinkelių transportas; 3. Jūrų transportas; 4. Kelių transportas, Lietuvos valstybės siena su Baltarusija; 5. Kelių transportas, Lietuvos valstybės siena su Latvija; 6. Kelių transportas, Lietuvos valstybės siena su Lenkija; 7. Kelių transportas, Lietuvos valstybės siena su Rusija.

Atrenkant pasienio kontrolės punktus, kiekviename sluoksnyje taikoma tikimybinė imtis. Atrinktuose pasienio kontrolės punktuose renkama vyresnių negu 15 metų amžiaus užsieniečių sisteminė imtis.

Statistinio tyrimo periodiškumas. Atvykstamojo turizmo tyrimas – ketvirtis. Apklausos atliekamos kiekvieną ketvirtį po 7 dienas.

Rezultatų vertinimas ir analizė. Neatsakymo į atskirą klausimą atveju, trūkstamo kintamojo reikšmė įrašoma panaudojant tinkamą įrašymo metodą. Pvz. įvertinamas kintamojo vidurkis, atsižvelgiant į kelionės tikslą, užsieniečio gyvenamąją šalį, transporto rūšį, nakvynių skaičių. Parametrai vertinami tikimybinių imčių metodais. Parametrų vertinimui taikome atsitiktinės sluoksninės imties plano svorius. Gauti rezultatai lyginami su atitinkamais administraciniais duomenimis: kelionių ir nakvynių skaičius lyginamas su apgyvendinimo įstaigų, kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių statistinių tyrimų duomenimis.. Statistiniai duomenys lyginami su ankstesniu laikotarpiu ir su praėjusių metų atitinkamu laikotarpiu pagal turistų, kelionių, ir nakvynių skaičių, išlaidų rūšis (Atvykstamojo turizmo statistinio tyrimo aprašymas).

Rezultatų pateikimas vartotojams. Tyrimo rezultatai skelbiami metiniuose turizmo leidiniuose.

## **2.2. Lenkijos turizmo tyrimo metodika**

Lenkijos turizmo tyrimus atlieka Lenkijos turizmo institutas.

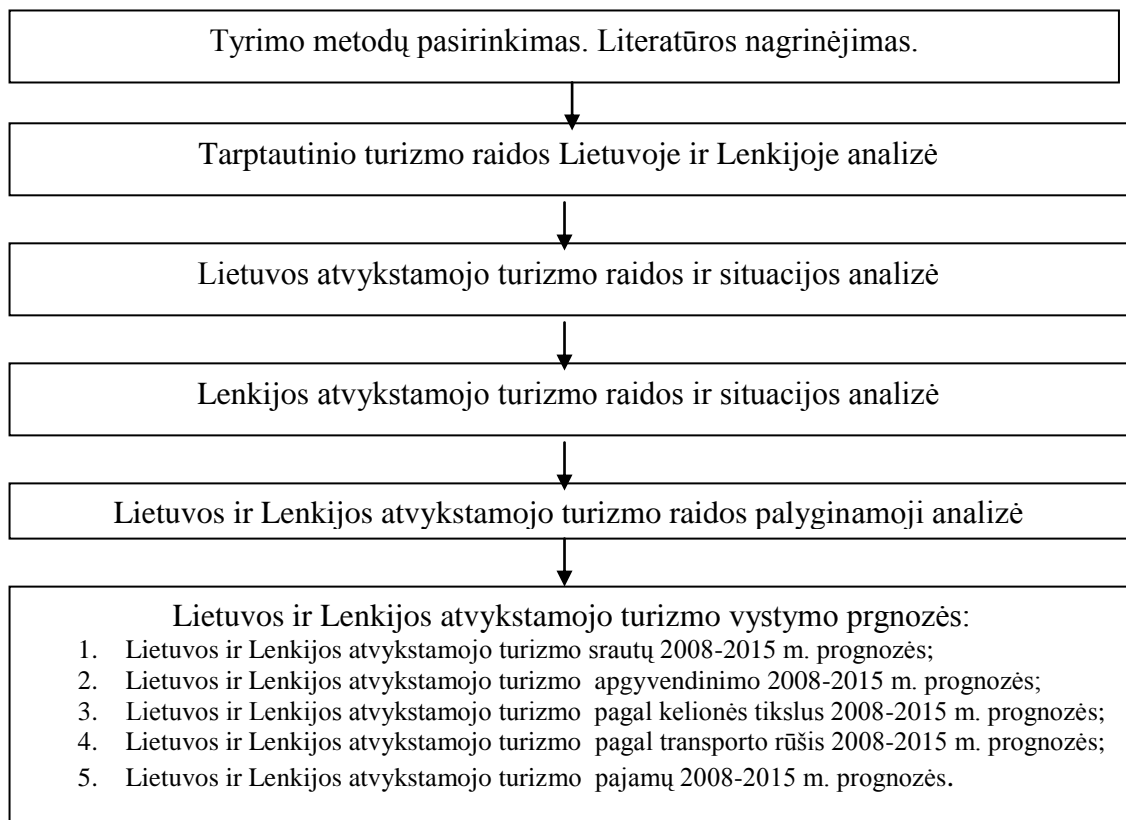
Rezultatų pateikimas. Pirmoje eilėje visuomenei pateikiami viso pasaulio turizmo rezultatai, po to kaimyninėse šalyse nuo vakarų pusės (Vokietija) ir nuo rytų (Rusija, Ukraina, Baltarusija apskritai). Paskui seka turistai iš Europos Sąjungos 15 (Vokietija, pristatoma atskirai) ir nauji Europos Sąjungos nariai. Paskutinė grupė apima JAV, Kanadą, Japoniją, Australiją ir Korėjos Atstovą (Current Information).

2007 m. Lenkija prisijungė prie Šengeno Zonos. Kadangi nėra jokios sienos kontrolės zonos viduje, nėra pilnų duomenų iš pasienio punktų. Pasienio duomenys pateikiami apie srautus iš Rusijos, Ukrainos, Baltarusijos). Gauti duomenys publikuojami Lenkijos turizmo instituto apžvalgose, mėnesiniuose Centrinio Statistikos departamento pranešimuose (Current Information). Turizmo duomenys yra apytikriai. Lenkijos turizmo įstaigos neturi jokių metodų išmatuoti tikslų turistų skaičių (užsienio lankytojai, leidžiantys Lenkijoje bent jau vieną naktį) atvykstantys į Lenkiją, ypač atvykstantys iš kaimyninių šalių (Inbound traffic to Poland).

Pagal tarpusavio susitarimą gauti duomenys siunčiami į Centrinį statistikos departamentą. Nuo 2000 m. Statistikos departamentas nerenka duomenų apie privatų apgyvendinimo sektorių. 2007 kolektyvinio turizmo bendras skaičius nesikeitė, tačiau viešbučių ir motelių skaičius auga kiekvienais metais (Accommodation).

### 2.3. Tarptautinio turizmo raidos tyrimo metodika

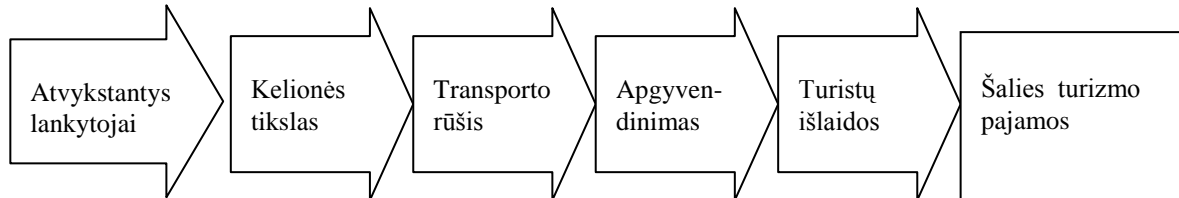
Šiame darbe buvo taikoma keletas tyrimo metodų, tai nagrinėjimo ir interpretavimo metodas, antrinių statistinių duomenų lyginamoji analizė, kiekybinio prognozavimo metodas, grafinio modeliavimo metodas. Visi minėti tyrimo metodai buvo pritaikyti tam tikrais tyrimo etapais (žr. 3 pav.).



3 pav. Lietuvos ir Lenkijos turizmo raidos ir prognozių tyrimo etapai

Pirmiausia darbe atliekamas mokslinės literatūros pasirinkta tema nagrinėjimas ir interpretavimas. Pirmiausia buvo surinkti Lietuvos bei užsienio autorių mokslinių darbų duomenys – modeliai ir teorijos. Šių darbų nagrinėjimas buvo pagrindas interpretacijoms ir naujų teorinių modelių sukūrimui.

Pirmojo etapo rezultate sudarytas teorinis atvykstamojo turizmo raidos tyrimo modelis (žr. 4 pav.).



4 pav. **Teorinis atvykstamojo turizmo raidos tyrimo modelis**

Pagal teorinėje dalyje apibrėžtą struktūrą ir remiantis teoriniu atvykstamojo turizmo raidos tyrimo modeliu buvo renkami antriniai duomenys ir pritaikius lyginamosios analizės metodą analizuojami Lietuvos ir Lenkijos nacionaliniai statistikos duomenys apie atvykstamojo turizmo sektorių raidos didėjimo ir mažėjimo skirtumus.

Lietuvos ir Lenkijos turizmas yra neatsiejama Europos turizmo dalis, todėl pradžioje buvo analizuojamas Europos turizmas pasaulio kontekste. Tai yra: atvykstamasis turizmas, gaunamos pajamos, tarptautinio atvykstamojo turizmo raida Europoje ir regionuose. Atlikta analizė parodė, kad Lietuvos ir Lenkijos turizmo rinka pasaulyje vystosi nevienodai.

Sekančiame etape buvo atliekama Lietuvos atvykstamojo turizmo raidos ir dabartinės situacijos analizė. Susiejant su teorinėje šio darbo dalyje nagrinėtais turizmo veiksniais buvo analizuojama kaip per daugelį metų vystėsi Lietuvos turizmo infrastruktūra, ir kaip tai įtakojo turizmo raidą šalyje. Pastarųjų septynių metų laikotarpio turizmo 2000-2007 m. raida analizuojama pagal: Lietuvos atvykstamąjį turizmą regionuose, užsienio svečių apgyvendinimą, lankytojai pagal transporto rūšį, kelionės tikslą, turizmo pajamas ir išlaidas.

Aprašytu aukščiau metodu buvo analizuojama ir Lenkijos atvykstamojo turizmo raida ir situacija. Analizės periodas 2000-2007 m..

Remiantis pirmos ir trečios dalies rezultatais ketvirtoje darbo dalyje, pritaikius prognozavimo metodą, atliekama 2008-2015 m. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo sektorių raidos prognozė.

Naudojant kiekybinį prognozavimo metodą, praeito laikotarpio atvyktamasis turizmas ir laikas yra pagrindiniai kintamieji, leidžiantys spėti turizmo srautus ateityje.

Šiame darbe pritaikytas tendencijos (trendo) ekstrapoliavimas. Tendencijos ekstrapoliavimo metodas paprasčiausiai apima praeities duomenų perkėlimą į ateitį. Jį naudojant, praeities duomenis dažniausiai galima atvaizduoti grafiškai. Ekstrapoliuoti galima iš akies arba matematiškai (Dikčius,

2005, 176 p). Čia pritaikyta geriausiai tinkanti matematinė išraiška yra tiesė, kuri apskaičiuojama pagal formulę, pavyzdžiui, Lietuvos atvykstamojo turizmo prognozė:

$$Y = -65,358 * X + 4098,2;$$

čia: Y – prognozuojamas atvykstamasis turizmas;

X – metų skaičius nuo 2000 m.

Kiekvienų metų reikšmės apskaičiuojamos pagal formulę naudojant Microsoft Excel programą. Ši dalis baigiama apibendrintomis išvadomis.

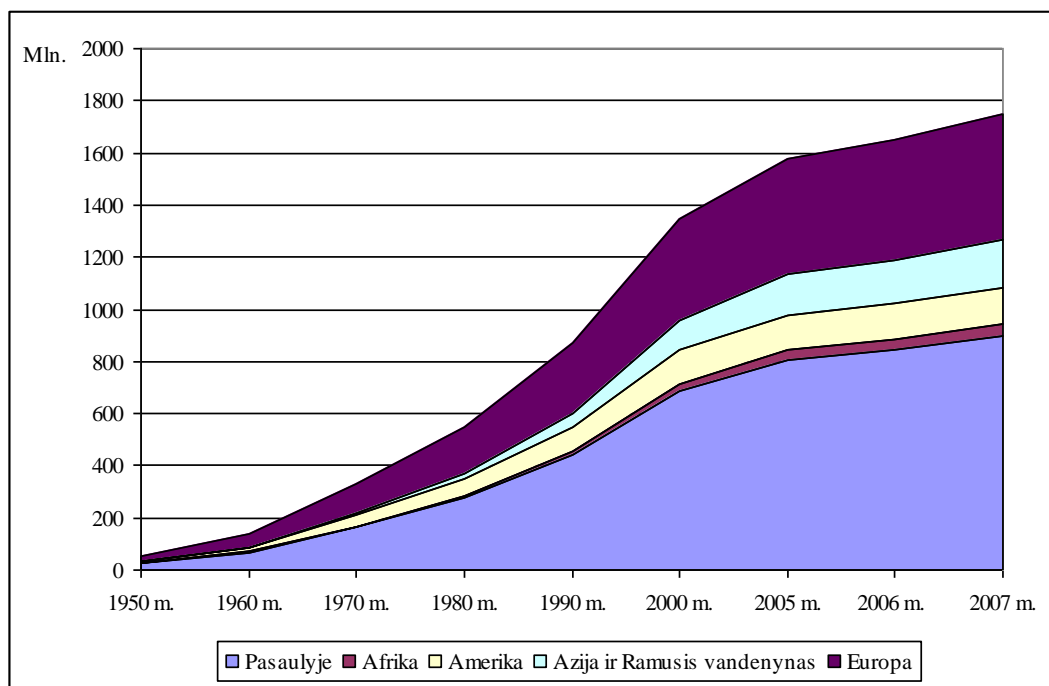
### 3. TARPTAUTINIO TURIZMO RAIDA LIETUVOJE IR LENKIJOJE

#### 3.1. Lietuvos ir Lenkijos turizmas Europoje

Lietuvos ir Lenkijos turizmas yra neatsiejama Europos turizmo dalis, todėl pradžioje yra tikslinga apžvelgti Europos turizmą pasaulio kontekste.

Per pastaruosius trisdešimt metų daugiausia turistinių kelionių buvo tarp Šiaurės Amerikos ir Vakarų Europos. Tarptautinių kelionių šiuo laikotarpiu palyginti smarkiai padaugėjo Japonijoje ir Australijoje (Held ir kt. 2002, p. 395).

Žymus turizmo veiklos vystymasis aiškiai rodo turizmą kaip vieną iš labiausiai nepaprastų ekonominių ir socialinių praėjusio šimtmečio reiškinių. Tarptautinių atvykimų skaičius rodo augimą nuo 25 milijonų 1950 m. iki apytiksliai 898 milijonų 2007 m., vidutinį metinį 6,5 % kilimo tempą (Europoje 6%) (Historical perspective of world tourism) (žr. 5 pav.).



Šaltinis: sudaryta pagal: International Tourism Arrivals//[http://unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA\\_1950\\_2005.pdf](http://unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf) [žiūrėta 2008 06 28]; UNWTO World Tourism Barometer//<http://www.unwto.org/media/news/en/pdf/PR0801003en.pdf> [žiūrėta 2008 08 28]

5 pav. Tarptautinis atvykstamasis turizmas pasaulyje, (mln.)

Europa ir Amerika buvo svarbiausi atvykstamojo turizmo regionai tarp 1950 ir 2000. Abi šalys turėjo daugiau kaip 95 procentų jungtinės turizmo rinkos dalies 1950 m., 83 proc. – 1990 m. ir 79 proc. – 2000 m. Po 2000 m. situacija ėmė keistis, nes Ameriką pagal atvykstamąjį turizmą aplenkė Azija ir Ramaus vandenyno regionas (žr. 2 lent).



**2 lentelė. Tarptautinis atvykstamasis turizmas pasaulyje, (mln.)**

	1990 m.	2000 m.	Dalis, %	2005 m.	Dalis, %	2006 m.	Dalis, %	2007 m.	Dalis, %
Pasaulyje	439,5	687	100	806,8	100	846	100	898	100
Afrika	15,2	28,3	4	37,3	5	40,9	5	44,2	5
Amerika	92,8	128,1	19	133,5	17	135,7	17	142,1	17
Azija ir Ramusis vandenynas	56,2	110,5	17	155,4	20	167,8	21	184,9	22
Europa	265,6	395,9	60	441,5	58	460,8	57	480,1	56

**Šaltinis:** sudaryta pagal: International Tourism Arrivals//[http://unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA\\_1950\\_2005.pdf/](http://unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf/). [žiūrėta 2008 06 28]; UNWTO World Tourism Barometer//<http://www.unwto.org/media/news/en/pdf/PR0801003en.pdf/> [žiūrėta 2008 08 28].

Nuo 2005 m. Amerikos atvykstamojo turizmo rinkos dalis išlieka vienoda (po 17 proc.), Taip pat kaip ir Afrikos – po 5 proc. Tuo tarpu po 1 proc. kasmet mažėja Europos rinkos dalis ir po tiek pat didėja Azijos ir Ramiojo vandenyno regiono tarptautinis atvykstamasis turizmas. Remiantis šiomis tendencijomis galima daryti prielaidą, kad ateityje tai gali turėti neigiamą poveikį tiek Lietuvos, tiek ir Lenkijos turizmui, nes turistai vis labiau domisi egzotiškais šalimis, tuo tarpu nei Lietuva nei Lenkija prie tokių šalių nepriskiriamos. Vertinant bendrą atvykstamojo turizmo situaciją pasaulyje galima teigti, kad 2007 m. atvykstančių turistų skaičius siekia beveik 900 mln, tuo tarpu kai prieš du metus šios kategorijos turistų skaičius vos viršijo 800 mln. Tai rodo, kad tarptautinis turizmas sparčiai vystosi kasmet padidėdamas arti 50 mln. turistų, tuo tarpu kai per 1990-2000 m. periodą tesudarė 248 mln. tai vidutiniškai po 24,8 mln. per metus.

Panaši situacija ir su turistų išlaidomis. 1995 m. 75 proc. turistų išlaidų teko Europai ir Amerikai. 2005 m. ši dalis sumažėjo iki 72 proc. (žr. 3 lent).

**3 lentelė. Tarptautinio turizmo pajamos (Mln. eurų)**

Šalys	1995 m.	2000 m.	2005 m.
Amerika	75,259	141,614	116,193
Europa	162,199	251,714	279,931
Vidurio rytai	8,337	19,02	22,15
Azija ir Ramusis vandenynas	61,697	97,667	113,146
Afrika	6,498	11,372	17,302

**Šaltinis:** sudaryta autorės pagal International Tourist Arrivals & Tourism Receipts by country//<http://unwto.org/facts/eng/ITA&TR.htm/> [žiūrėta 2008 08 15].

Nuo 1995 m. iki 2000 m. Amerikos atvykstamojo turizmo pajamos padidėjo 88,2 proc. Tačiau nuo 2000 m. iki 2005 m. šios pajamos sumažėjo apie 18 proc. Atkreiptinas dėmesys, kad pastaruoju laikotarpiu turistų skaičius šalyje padidėjo (žr. 2 lent), taigi galima daryti prielaidą, kad 2005 m. turistai Amerikoje išleido mažiau pinigų nei iki 2000 m. Iš to seka, kad Amerikos turizmo pajamų raida turi nuosmukio tendenciją. Europos atvykstamojo turizmo pajamos nuo 1995 m. iki 2000 m. padidėjo apie 55 proc., o iki 2005 m. – apie 11 proc. Šis rodiklis beveik atitinka padidėjusį turistų

skaičių Europoje, todėl galima daryti prielaidą, kad Europos turistų poreikiai mažai kinta. Iš to seka, kad Europos turizmo raida turi tolygaus vystymosi tendenciją.

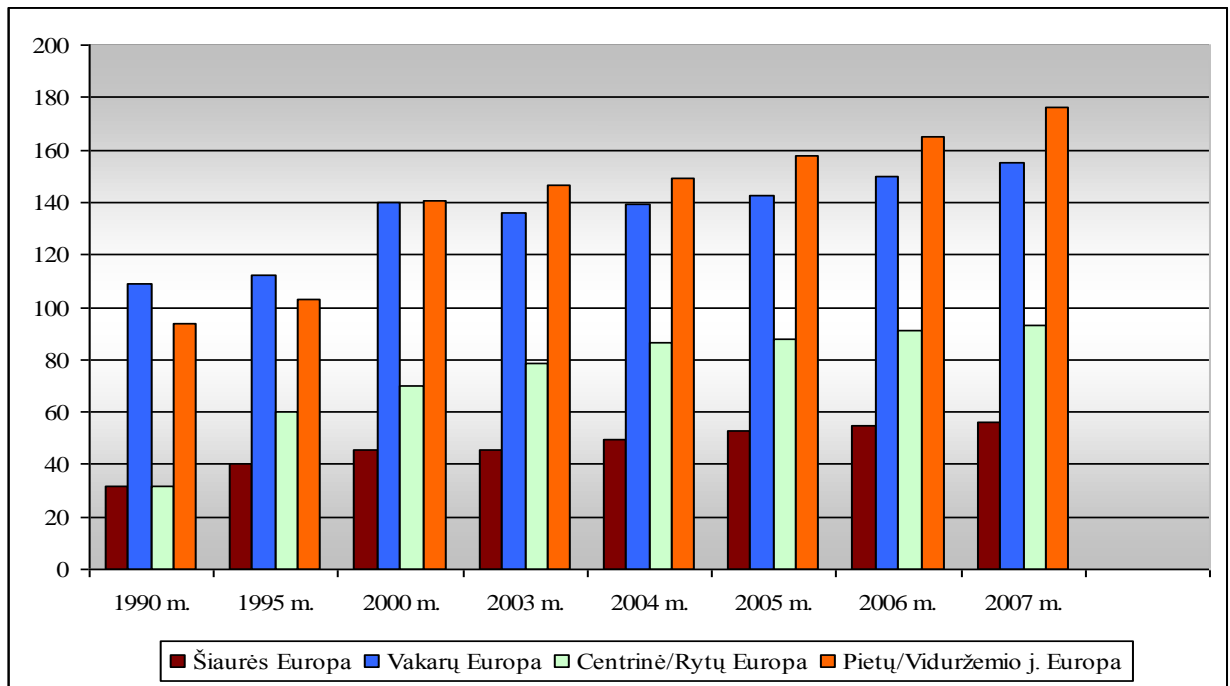
Pastebima netolygi Europos regionų atvykstamojo turizmo raidos tendenciją (4 lent.). Tai patvirtina teorinėje šio darbo dalyje N.Langvinienės ir B. Vengrienės nagrinėta teiginį, kad turizmo rinka pasaulyje vystosi nevienodai. Populiariausia turistų tarpe yra Vakarų ir Pietų/Viduržemio jūros Europa. Trečioje vietoje pagal populiarumą – Centrinė/Rytų Europa. Lenkijos rinkos dalis, palyginus su kitomis šio regiono šalimis, sudaro virš 15 proc. rinkos. Žymiai mažesnę dalį šios rinkos užima Lietuva (apie 2 proc.). Tačiau būtina pažymėti, kad 2004-2006 m. Lietuvoje apskaitomi tik atvykę trečiųjų šalių piliečiai. Į 2007 m. atvykstamojo turizmo statistinio tyrimo duomenis neįeina keliaujantys geležinkelio transportu tranzitu. Todėl realiai įvertinti atvykstamojo turizmo situaciją Lietuvoje yra sudėtinga. Mažiausiai patraukli turistams yra Šiaurės Europa.

**4 lentelė. Tarptautinio atvykstamojo turizmo raida Europoje, 1990-2007, (tūkst.)**

	1990 m.	1995 m.	2000 m.	2003 m.	2004 m.	2005 m.	2006 m.	2007 m.
<i>Šiaurės Europa</i>	31,624	40,077	45,768	45,814	49,641	52,868	54,9	56,0
Jungtinė Karalystė	18,013	23,537	25,209	24,715	27,754	29,97	..	..
Airija	3,666	4,818	6,646	6,764	6,953	7,333	..	..
Kitos šalys	9,945	11,722	13,913	14,335	14,934	15,565	..	..
<i>Vakarų Europa</i>	108,626	112,184	139,658	136,076	139,043	142,689	149,8	155,0
Prancūzija	52,497	60,033	77,19	75,048	75,121	76,001	..	..
Austrija	19,011	17,173	17,982	19,078	19,373	19,952	..	..
Kitos šalys	37,118	34,978	44,486	41,95	44,549	-75,878	..	..
<i>Centrinė/Rytų Europa</i>	31,49	60,028	69,712	78,457	86,278	87,927	91,3	92,8
Lenkija	..	19,215	17,4	13,72	14,29	15,2	..	..
Lietuva	..	0,65	4,09	3,635	2,019	2,08	2,317	4,214
Kitos šalys	..	40,163	48,222	61,102	69,969	70,647	..	..
<i>Pietų/Viduržemio Europa</i>	93,907	102,72	140,756	146,766	149,488	158,043	164,8	176,3
Ispanija	34,085	34,92	47,898	50,854	52,43	55,577	..	..
Italija	26,679	31,052	41,181	39,604	37,071	36,513	..	..
Kitos šalys	33,143	36,748	51,677	56,308	59,987	65,953	..	..

**Šaltinis:** sudaryta pagal: International tourist Arrivals by Country of destination/[http://unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA\\_europe.pdf](http://unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA_europe.pdf) [žiūrėta 2008 07 22]; UNWTO World Tourism Barometer/<http://www.unwto.org/media/news/en/pdf/PR0801003en.pdf>/ prisijungimo laikas: 2008-08-28.; Atvykusių užsieniečių skaičius pagal šalis. Lietuvos Statistikos Departamentas// <http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=1269/> [žiūrėta 2008 08 20].

Netolygus pasiskirstymas tarp regionų. Labiausiai atsilieka Šiaurės Europa (5 lent.). Visų Europos regionų turizmo raida turi augimo tendenciją.



Šaltinis: sudaryta pagal: International tourist Arrivals by Country of destination//[http://unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA\\_europe.pdf](http://unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA_europe.pdf) [žiūrėta 2008 07 22]; UNWTO World Tourism Barometer//<http://www.unwto.org/media/news/en/pdf/PR0801003en.pdf> [žiūrėta 2008 08 28].

#### 6 pav. Europos regionų atvykstamojo turizmo raida, (tūkst.)

PTO atstovas Europai Luidžis Kabrinis pastebi, kad Europos turizmas yra regioninis – per 80 proc. turistų, atvykstančių į ES šalis, yra iš kitų Europos šalių. Išsiplėtus Europai, gerėja susisiekimai tarp ES narių, mažiau formalumų, keliautojai Europoje jaučiasi saugesni. Jiems užtikrinta medicininė pagalba, be to, nereikia baimintis teroristų išpuolių, stichijų. Ypač populiarėja savaitgalinės kelionės. PTO atstovų nuomone Baltijos regionas taip pat laikomas pakankamai saugiu (Budvytienė G. Kelionių troškulio pavojai nenustelbia, 2006).

Lietuvoje turizmui skiriamas vis didesnis dėmesys, nes tarptautinis turizmas yra viena iš prioritetinių ūkio šakų. Šalies narystė ES suteikė Lietuvai daugiau turizmo raidos, kaip bendros turizmo erdvės vystymosi galimybių ir naujo tarptautinio turizmo regiono Europos rinkoje pripažinimo. Dėl to suaktyvėjo turistų srautai.

Lietuvą kertantys tarptautiniai transporto srautai ir artimos didžiulės turizmo rinkos yra tarptautinio turizmo plėtrai svarbūs veiksniai. Istorinė raida lėmė gausius etninius ir kultūrinius ryšius tarp Lietuvos ir jos išeivių į kitas šalis – Lenkiją, Rusiją, Vokietiją, Izraelį, Jungtines Amerikos Valstijas – užsimezgimą. Tokie ryšiai taip pat yra svarbūs tarptautinio turizmo plėtrai. Dar vienas svarbus turizmo plėtros veiksnys – kultūrinis paveldas ir įvairovė. Siekiama pritraukti kuo daugiau investicijų į šalies paveldo išsaugojimą, menų ir kultūros propagavimą (Daukšys, 2006).

2009 metais, minint Lietuvos vardo tūkstantmetį, mūsų šalies sostinė Vilnius drauge su Austrijos miestu Lincu taps Europos kultūros sostine. Į UNESCO pasaulio paveldo objektų sąrašą įtraukti Vilniaus senamiestis, Kuršių nerija, Kernavė ir Lietuvos kryždirbystė. Lietuva aktyviai dalyvauja ir

tokiuose tarptautiniuose kultūrinio turizmo projektuose kaip „Baroko kelias“, „Vienuolynų kelias“, „Gintaro kelias“, „Kulinarinis paveldas“, „Hanzos kelias“, „Parkai ir sodai“. Vis dėlto šiuo metu iš daugiau kaip 10 tūkst. Lietuvos paveldo objektų tarptautiniam turizmui panaudojama tik 110, todėl turime iš tiesų didelį neišnaudotą kultūrinį potencialą (Daukšys, 2006).

Apibendrinat Lietuvos ir Lenkijos turizmą Europoje galima teigti, kad turizmo rinka pasaulyje vystosi nevienodai. Europos turizmas turi augimo tendenciją ypač Vakarų ir Pietų/Viduržemio jūros Europa. Centrinėje Europoje esanti Lenkija ir Lietuva yra mažiau populiarios. Ypač mūsų šalies turizmo rinkos dalis, kuri beveik septynis kartus mažesnė nei Lenkijos.

### **3.2. Lietuvos atvykstamojo turizmo raidos ir dabartinės situacijos analizė**

Teorinėje šio darbo dalyje nagrinėjome, kad turizmo infrastruktūra yra vienas iš svarbių veiksnių sąlygojančių turizmo vystymąsi. Taigi, galima daryti prielaidą, kad turizmo raidą Lietuvoje galėjo skatinti arba stabdyti sausumos ar kitų kelių situacija šalyje.

XIII a. susikūrusioje Lietuvos valstybėje buvo gana daug sausumos kelių. XIV a. Lietuvos vakarinėje dalyje buvo apie 100 įvairiomis kryptimis ėjusių sausumos kelių. Manoma, kad kelias per Kuršių neriją, Klaipėdą ir toliau pakrante į Livoniją yra vienas seniausių. Jis Kryžiuočių ir Kalavijuočių ordinų žemes jungė nuo pat šių ordinų įsikūrimo. Nuo XIV a. Vilnius, kaip Lietuvos Didžiosios Kunigaikštystės sostinė, ilgainiui virto svarbiu susisiekimo keliu, ypač sausumos, mazgu, turinčiu politinę, strateginę ir ūkinę reikšmę. Sausumos keliai sujungė Vilnių su Pskovu, Vitebsku, Polocku, Lyda, Gardinu, Brestu, Trakais, Kaunu, Ukmerge, Ryga ir kitais miestais bei gyvenvietėmis (Petkevičienė, 2000).

XIV a. pabaigoje, kai nusistovėjo glaudūs politikos ir prekybos ryšiai su Lenkija, susiformavo pastovūs sausumos keliai, iš Lietuvos einantys į pagrindinius Lenkijos prekybos centrus: Poznanę, Krokuvą, Liubliną. Prie svarbesnių kelių buvo įrengtos išnuomojančios arklius pašto stotys. Keleiviai buvo vežami kariatomis arba furgonais, kuriuos traukdavo 4–6 arkliai ir kuriuose tilpdavo 10–15 žmonių. Kai kurios pašto stotys teikdavo keleiviams ir kitas paslaugas, jos turėjo poilsio kambarius, arklides, karčemas ar užkandines (Petkevičienė, 2000).

Lietuvos geopolitinė padėtis yra daug palankesne nei kaimynų lenkų, latvių ar kt. Šia padėtimi, beje, jau senų senovėje naudojosi mūsų proteviai plėtodami prekybą Didžiuoju Gintaro keliu. Ir šiandien virš mūsų kertasi oro linijos jungiančios Uralą, Maskvą su Berlynu, Londonu ir kt., Sankt Peterburgą, Taliną, Helsinkį su Kijevu, Stambulu, Viduržemio jūros šalimis. Čia susikerta ir svarbiausi regiono geležinkeliai, plentai (Laužadis, 2005, p. 71). Tai sudaro palankias sąlygas panaudoti šalies automobilių kelius tranzitui, turistų bei vietinėms reikmėms. Lietuva turi gana tankų šiuolaikinių automobilių kelių tinklą, šalyje gana tolygiai išsidėstę miestai, keliams ir jų tinklui tobulinti nėra

didelių gamtinių kliūčių. Siekiant sujungti Lietuvos automobilių kelių tinklą su Vakarų Europos šalių vientisa kelių sistema, nutiestas tarptautinis magistralinis kelias Talinas – Ryga – Kaunas – Varšuva („Via Baltica“). Šiuo keliu naudojami Baltijos šalys, Suomija, Švedija ir Lenkija (Petkevičienė, 2000).

Lietuvos turizmo raidą taip pat formavo dviejų galingų kultūrų sandūros. Tarpukario Lietuvoje formavosi atostogų poilsinis turizmas. Taip suklestėjo Palanga ir Birštonas. Dalis aktyvių žmonių dalyvavo nuotykių turizme. Iš principo masinis turizmas atsirado tik po II pasaulinio karo. Čia didžiausią vaidmenį atliko profsajungų organizacijos, kurios organizavo turizmą darbo žmonėms. Toks turizmas nešė didelį pelną Lietuvai, nes Lietuva buvo įdomi kaip vakarietiškos kultūros centras, kita vertus daug Lietuvos žmonių laisvai galėjo keliauti į Sibirą, Vidurinę Aziją, Ukrainą, Baltarusiją, Rusiją (ypač Maskvą, Leningradą). Atkūrus nepriklausomybę susiformavo nauji turistiniai srautai, tiek atvykstančių, tiek išvykstančių žmonių (Kavaliauskas, 2006).

Atvykstamasis turizmas Lietuvoje susikūrė tik per pastaruosius šešiolika metų. Šiuo metu jis vystomas, reorganizuojamas ir pertvarkomas, atsižvelgiant į augančius vartotojų poreikius.

Kaip jau buvo minėta Lietuvos turizmo politika buvo pradėta 1992 m. 1994 m. buvo patvirtinta Nacionalinė turizmo plėtojimo programa, kurios strateginis tikslas – asmenybės vystymas, sveiko gyvenimo būdo skatinimas, ekonominė nauda. 1999 m. teikti turizmo paslaugas licencijas turėjo 295 įmonės (Svetikienė I. Turizmo marketingas. – Vilnius: Vilniaus kolegija, 2002., p. 39). Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą, Lietuvos turizmo sektoriaus paslaugos tapo integralia Europos turizmo paslaugų dalimi, galinčia prisidėti prie ES turizmo paslaugų pasaulinėje rinkoje konkurencingumo augimo. Turizmo produktų konkurencingumo didinimas tampa vienu Europos šalių, turizmo raidos prioritetų turizmo politikoje siekiant aktyviau skverbtis į tarptautines turizmo rinkas (Tarptautinis verslas: tarptautinio turizmo vadybos šaka). Lietuva – pirmoji iš trijų Baltijos šalių, 2003 m. priimtų į PTO (Pasaulinę turizmo organizaciją) tikrąją narę (Lietuva atstovaus Europos regionui Pasaulio turizmo organizacijoje, 2007).

2002 m. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymo redakcija įtvirtino pakeitimus, kuriais siekiama geriau apsaugoti vartotojų teises, numatytos palankesnės sąlygos imtis kaimo turizmo, nustatytas privalomas apgyvendinimo įstaigų klasifikavimas. Lietuvos Respublikos pridėtinės vertės mokesčio įstatyme iki 5 procentų sumažintas pridėtinės vertės mokesčio tarifas apgyvendinimo paslaugoms, kurias teikia juridiniai asmenys (Lietuvos Respublikos pridėtinės vertės mokesčio įstatymas, 2002). Tačiau turizmo srautų ir infrastruktūros plėtrą stabdo vizų gavimo sunkumai Rytų rinkos turistams, nepakankamai skatinama investuoti į kultūros paveldo išsaugojimą ir pritaikymą turizmui, sudėtingos statybos leidimų išdavimo ir projektų derinimo procedūros, nelanksti žemės mokesčių politika turizmo objektams, naudojančiams didelius žemės sklypus (kempingai, atrakcionų parkai ir panašiai), taikomas nevienodas pridėtinės vertės mokesčio tarifas apgyvendinimo paslaugoms (Nacionalinė turizmo plėtros 2003–2006 metų programa, 2003).

2003 metai itin reikšmingi Lietuvos turizmui. Lietuva pirmoji iš Baltijos valstybių tapo Pasaulio turizmo organizacijos nare. Daug nuveikta formuojant šalies turizmo politiką. Parengti ir patvirtinti Lietuvos Respublikos turizmo įstatymo įgyvendinimo teisės aktai, Vyriausybės patvirtinta Nacionalinė turizmo plėtros 2003–2006 metams programa, pradėta kurti moderniausia Lietuvos turizmo informacijos sistema. Toliau buvo vykdomi trys PHARE finansuojami projektai: „Nacionalinė turizmo informacija ir bandomoji turizmo infrastruktūra Utenos apskrityje“, „Bandomojo Vakarų Lietuvos dviračių žiedo plėtra“ ir „Nemuno upės turizmo trasos bandomoji infrastruktūros plėtra“. Aktyviai bendradarbiauta su kaimyninėmis šalimis. Su Lenkijos turizmo organizacijos delegacija aptartos galimo glaudesnio bendradarbiavimo perspektyvos, pasirašytas keturių šalių – Lietuvos, Latvijos, Estijos ir Lenkijos – bendradarbiavimo protokolas. Daug dėmesio 2003 m. skirta teigiamam valstybės turizmo įvaizdžiui kurti. Šis darbas buvo vykdomas pagal bendrą Lietuvos turizmo rinkodaros planą, kurį finansavo valstybė, savivaldybės ir turizmo verslo atstovai. VTD leido informacinius-reklaminius leidinius, dalyvavo tarptautinėse turizmo parodose, verslo misijose, sudarė tarptautines sutartis, vykdė kitus aktyviosios rinkodaros projektus (Turizmo plėtra, 2003).

Lietuvos Respublikoje prioritetą suteikiamas vietiniam ir atvykstamajam turizmui, kurio plėtojimo priemonės ir būdai nustatomi Nacionalinėje turizmo plėtojimo programoje, kuri atnaujinama kas ketveri metai (Svetikienė, 2002, 39 p.).

Lietuvoje daug kalbama apie atvykstamojo turizmo plėtrą, tačiau šalies turizmo sektoriaus įtraukimas į tarptautinę turizmo rinką priklauso nuo adekvačios turizmo plėtros strategijos bei jos įgyvendinimo kiekybinio ir kokybinio turizmo produkto plėtojimo srityje, jo marketingo metodų ir pozicionavimo tarptautinėse turizmo rinkose (Petrilovskaja ir kt., 2007, 142 p.).

Turizmo reikšmė Lietuvos ekonomikai atspindi turizmo būklę vertinantys rodikliai: atvykstamojo turizmo srautų, turistų išlaidų ir buvimo trukmės rodikliai; turizmo verslo išsivystymo lygį kiekybinio aspekto nurodo apgyvendinimo įmonių skaičius, vietų ir numerių skaičius, užimtumo procentas, gamtinių išteklių, transporto infrastruktūros, turizmo ir kelionių veiklos organizavimų užsiimančių įmonių skaičius bei aptarnautų atvykstamojo ir išvykstamojo turizmo vartotojų srautų rodikliai (Turizmo plėtros projektas).

Tarptautinio turizmo požiūriu Lietuva pripažįstama kaip naujas turistinis regionas ir kartu – Baltijos jūros valstybių turistinio regiono dalis. Efektyviausiai šalies turistinis potencialas gali būti panaudojamas bendrame Baltijos jūros valstybių regiono kontekste. Atskirų turizmo produktų planavimas šalies mastu gali būti strategiškai orientuotas į tikslinius regionus ir centrus, atsižvelgiant į turizmo išteklių koncentravimąsi ir kitas vietas galimybes. Tiksliniais turizmo plėtros regionais laikytini Pajūrio, Žemaitijos aukštumų, Rytų Aukštaitijos, Pietryčių Dzūkijos geografiniai regionai, Vilniaus–Trakų–Kauno, Nemuno slėnio teritorinės zonos ir šie pagrindiniai turizmo centrai: Vilniaus,

Kauno, Klaipėdos, Šiaulių, Trakų miestai, Druskininkų, Birštono, Palangos ir Neringos kurortai (Nacionalinė turizmo plėtros 2003–2006 metų programa, 2003).

Lietuvos kultūriniai turizmo ištekliai ir ypač etnokultūra vertinami dėl savitumo, bet šis potencialas menkai panaudojamas turizmui. Įregistruota daugiau kaip 10700 kultūros paveldo objektų, tačiau tik apie 350 galima panaudoti turizmui, iš jų trečdalį – tarptautiniam turizmui. Ryškiausi tarptautinio turizmo objektai yra Vilniaus, Kauno, Klaipėdos ir Kėdainių senamiesčiai, Kernavės ir Trakų istorinis paveldas, Lietuvos baroko paminklai, pilys (Nacionalinė turizmo plėtros 2003–2006 metų programa, 2003).

Lietuvos kultūros ištekliai sudaro palankias sąlygas kurti patrauklius kultūrinio turizmo produktus, įskaitant ir savaitgalio keliones. Lietuvos kultūrinio turizmo produktai šiuo metu yra populiariausi užsienio turistų rinkoje. Lietuvoje vykstantys gausūs kultūros renginiai ir festivaliai menkai pristatomi turizmo parodose ir netampa žinomais tarptautinio turizmo objektais. Įdomus kultūrinis miestų gyvenimas galėtų būti geriau panaudojamas savaitgalio turizmui. Svarbią šalies turizmo išteklių dalį sudaro specialaus (dalykinio) intereso objektai: muziejai ir galerijos, parodų centrai, laisvalaikio ir sveikatingumo parkai (Nacionalinė turizmo plėtros 2003–2006 metų programa, 2003).

Lietuva turi palyginti didelį ir įdomų gamtinį turizmo potencialą. Pirmiausiai tai pajūrio gamtinis kompleksas ir vidaus vandens telkiniai.

Lietuvos pajūrio perlas – Kuršių nerija – susilaukia vis daugiau tarptautinio pripažinimo. Britų dienraštis „The Guardian“ teigia, jog lietuviai gali pasigirti vienu gražiausių Europos kurortų. Britų sudarytame 10 geriausių Europos paplūdimių sąrašė Kuršių nerija nusileidžia tik saulėtosios Ispanijos Ibizos salos vietai Kala den Serai, garsėjančiai nuošaliomis, tik pėsčiomis pasiekiamomis jūros įlankomis, stačiomis uolomis ir smėlėtais paplūdimiais. „The Guardian“ pabrėžia, kad geriausi Europos paplūdimiai tinka poilsiui ir rudenį. Trečioje šio vertinimo vietoje yra Lenkijos paplūdimys Sopote („The Guardian“, 2008).

Lietuvoje yra 4 kurortai, žinomi ir populiarūs tarp užsienio turistų. Tai Druskininkai, Neringa, Palanga ir Birštonas, kuriuos ypač vertina turistai iš Izraelio, Rusijos, Vokietijos.

Lietuvos turizmo plėtros prioritetais laikoma viešosios turizmo infrastruktūros plėtojimą (dviračių ir vandens turizmo trasų, kultūros paveldo vertybių pritaikymas turizmo reikmėms) ir turizmo paslaugų kokybės gerinimą (Daukšys, 2006).

2006 m. 332 mln. Europos Sąjungos struktūrinių fondų paramos lėšos buvo panaudotos viešosios turizmo infrastruktūros ir paslaugų plėtros projektams. Remiami poilsio bei sveikatingumo, aktyvaus, sportinio turizmo infrastruktūros kūrimo ir modernizavimo projektai. Paramos lėšomis atstatomi, restauruojami ir turizmui pritaikomi kultūros paveldo objektai, kuriamos turizmo rinkodaros priemonės, skatinamas atvykstamasis turizmas (Apie Lietuvos ūkį, 2007).

Lietuvoje turistinis sezonas yra trumpas. Todėl, siekiant paskatinti tolygesnę turizmo raidą, būtinas tam tikras kūrybinis potencialas. Tarptautinis bendradarbiavimas – turistiniai maršrutai per kelias šalis, festivaliai bei kiti kultūriniai renginiai, aktyvaus turizmo programos padėtų išspręsti netolygių turistų srautų problemas ne tik mūsų šalyje, bet ir kaimyninėse.

2007 birželio mėn. vyko Lietuvos Valstybinio turizmo departamento ir Lietuvos turizmo asociacijos susitikimas su Lenkijos turizmo organizacija. Susitikimo metu buvo įvertintas abiejų šalių interesas bendradarbiauti. Susitarta dėl tikslinės grupės - JAV ir Kanados rinkos pritraukimo į Pabaltijį, Lenkijos ir Lietuvos bendradarbiavimo planų 2008 metams rengimo (Lietuvos turizmo asociacija).

Prie Lietuvos turizmo raidos skatinimo žymiai prisidėtų efektyvus marketingo priemonių panaudojimas, tokių kaip: vartotojų poreikių tyrimai, turizmo produktų kokybės gerinimo propaganda ir finansinė parama, turizmo produktų ir išteklių pristatymas tarptautinėje rinkoje per tarptautinius informacijos centrus, ir šalies turizmo įvaizdžio kryptingas formavimas.

Pagrindinės Valstybinio turizmo departamento vykdomos rinkodaros priemonės yra dalyvavimas pasaulinėse, regioninėse, vietinėse turizmo parodose, turistinės literatūros leidyba ir kitų tarptautinių turizmo rinkodaros projektų vykdymas (Nacionalinė turizmo plėtros 2003–2006 metų programa, 2003).

Apibendrinant daroma išvada, kad Lietuvos turizmo raidą dar trylikto amžiuje sąlygojo sausumos kelių gausa ir galimybė jais keliauti į Lenkiją, Livoniją, Baltarusiją, Latviją ir kitas vietas. Lietuvos geopolitinė padėtis yra daug palankesne nei Lenkijos, nes mūsų šalyje susikerta sausumos, jūrų ir geležinkelių keliai tarp daugelio Europos šalių, Skandinavijos ir Azijos. Tai sudarė palankias sąlygas panaudoti šalies automobilių kelius tranzitui, turistų bei vietinėms reikmėms. Dėka to, jau Tarpukario Lietuvoje formavosi atostogų poilsinis ir nuotykių turizmas, kuris paskatino kurortinių miestų ir pokario masinio turizmo vystymąsi. Tuo metu Lietuva pasauliui buvo įdomi kaip vakarietiškos kultūros centras. Atvykstamasis turizmas Lietuvoje susikūrė tik per pastaruosius šešiolika metų. Šiuo metu jis vystomas, reorganizuojamas ir pertvarkomas atsižvelgiant į augančius vartotojų poreikius. Šalies turizmo sektoriaus įtraukimas į tarptautinę turizmo rinką priklauso nuo šalies politinių, ekonominių, socialinių, technologinių ir marketingo veiksnių, tokių kaip: turizmo plėtros strategijos, įvažiavimo į šalį barjerų mažinimo, aptarnautų atvykstamojo turizmo srautų, apgyvendinimo ir kitų paslaugų išsivystymo lygio, turizmo produkto kokybės ir kiekybės bei gebėjimo pristatyti turizmo produktus tarptautinei rinkai.

Tiek turizmo raidos pradžioje, tiek ir pastaruoju metu Lietuvai ypač svarbus atvykstamasis turizmas, kuris, kaip jau buvo minėta, yra prilyginamas šalies eksportui. Užsienio turistų lankymasis atneša Lietuvai nemažas pajamas, skatina smulkaus ir vidutinio verslo, tiesiogiai ir netiesiogiai



susijusio su turizmu, vystymąsi, turizmo raidą. Į Lietuvą atvyksta turistai iš įvairių šalių, tačiau didžiausi lankytojų srautai stebimi iš kaimyninių šalių (žr. 5 lent).

**5 lentelė. Lietuvos atvykstamasis turizmas pagal regionus, (tūkst.)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Viso atvyko į šalį užsieniečių	4092,1	4195,2	3999,4	3635,2	3589	3432	3276	4214,4
Lenkija	216	275,5	304,9	455,2	420,05	470,87	521,7	973,7
Rusija ir NVS	1140	1183,8	1172,8	886,6	672,8	1190	1,328	1230,5
Baltarusija	682	641	646,8	626	405,5	458	525,4	597,3
Estija	243	232	233,8	..	..	..	..	140,4
Latvija	1384	1342,5	1152	1051	..	..	..	1220,8

Pastaba: 2007 m. asmenų srautų pasienio kontrolės punktuose statistinio tyrimo duomenys. \* (96-98 m. užsienio svečių kolektyvinėse apgyvendinimo įstaigose);

**Šaltinis:** sudaryta pagal Trumpos Lietuvos turizmo statistikos apžvalgos 1998..2007// [http://www.tourism.lt/turizmo\\_statistika/apzvalgos.php/](http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/apzvalgos.php/) [žiūrėta: 2008 07 25]; Turizmas Lietuvoje, 2007 m. Statistikos departamentas prie Lietuvos Vyriausybės. Vilnius, 2008., p. 159.; Atvykusių užsieniečių skaičius. Požymiai: valstybė ir metai//<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280/> [žiūrėta 2008 08 22].

2002 m. atvykstamojo turizmo srautų mažėjimui greičiausiai turėjo įtakos rugsėjo 11 įvykiai Niujorke bei pradėjus galioti naujiems senų automobilių įvežimo muitams. 2002 metais taip pat žymiai sumažėjo lankytojų iš Latvijos skaičius. Tai galėjo lemti nuo kovo 1 d. įvestas įvažiuojančių į Lietuvą automobilių privalomas civilinės atsakomybės draudimas. 2003 m. srautų nuosmukį iš NVS šalių galėjo sąlygoti vizų atvykti iš Rusijos ir Baltarusijos į Lietuvą išdavimo problemomis.

2007 m. duomenimis Lietuvos pagrindinė atvykstamojo turizmo rinka NVS šalys 32%, Latvija 24% ir Lenkija 19 proc. 2007 m. turizmo srautai iš Lenkijos padidejo daugiau nei du kartus. Galima daryti prielaidą, kad lenkai į Lietuvą ir ypač Vilniaus rajoną vyksta skatinami bendros istorinės šalies praeities ir giminystės ryšių, ypač vyresnio amžiaus. Be to, atvykstamajam turizmui iš Lenkijos didelę įtaką turi ir tai, kad daugelyje vietų dar galima sutikti lenkiškai kalbantį personalą apgyvendinimo ir maitinimo įstaigose, muziejuose. Lenkija yra viena iš daugiausiai vienadienių turistų srautų rinka Lietuvoje (29,9 proc. visų vienadienių lankytojų) (Turizmas Lietuvoje, 2007).

Lenkijos turistų srautus galima įvertinti ir pagal svečių apgyvendinimo įmonėse skaičių (žr. 6 lent.).

**6 lentelė. Svečiai užsieniečiai visose Lietuvos apgyvendinimo įmonėse, (tūkst)**

Metai	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Svečių iš Lenkijos apgyvendinimo įmonėse	38,7	45,9	59,8	59,6	85,4	94,7	100,7	114,1
Viso apgyvendinta užsieniečių	332,6	354	358,9	409,2	590	681,5	756,9	845

**Šaltinis:** Apgyvendinta svečių. Požymiai: valstybė ir metai// <http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280/> [žiūrėta 2008 07 25].

Nuo 2000 m. svečių iš Lenkijos apgyvendinimo įmonėse nuosekliai didėja (6 lent.). Bendros ES erdvės atsiradimas sąlygojo Lenkijos svečių apgyvendinimo didėjimą – 2004 m. 25,8 tūkst. (43 proc.).

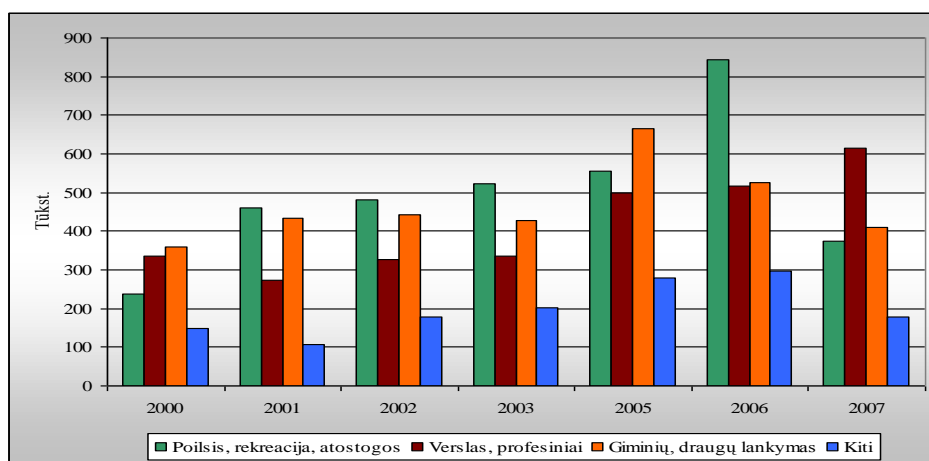
Galima daryti išvadą, kad tam turėjo įtakos Lietuvos ir Lenkijos bevizis režimas įsigalėjęs abiem šalims įstojus į ES. 2007 m. Lenkijos turistų rinka Lietuvos apgyvendinimo įmonėse sudarė 13,5 proc. visų apgyvendintų užsieniečių. Per devynis 2008 metų mėnesius Lietuvos apgyvendinimo įstaigose apsistojo 4,8 procento daugiau svečių nei 2007 m. tuo pačiu laikotarpiu (Apgyvendinimo įmonių statistika). Lenkijos svečiai sudaro didžiausią 17 proc. visų apgyvendintų svečių rinką Lietuvoje.

**7 lentelė. Lankytojai pagal transporto rūšį, (tūkst)**

Transportas.	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Oro	158	164	168	192,9	200	211	223	546,1
Geležinkelio	642	630	551	451	408	344	281	119,1
Kelių	3212	3318	3203	2926	2925	2826	2727	3310
Jūrų	80	84	64	62	56	51	45	73,6

Šaltinis: sudaryta pagal Trumpos Lietuvos turizmo statistikos apžvalgos 2000m...2007m.// [http://www.tourism.lt/turizmo\\_statistika/apzvalgos.php](http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/apzvalgos.php) [žiūrėta 2008 07 25]; Turizmas Lietuvoje, 2007 m. Statistikos departamentas prie Lietuvos Vyriausybės. Vilnius, 2008., p. 159, 163.

Kelionės oro transportu per septynis metus padidėjo beveik 3,5 karto (7 lent.). Kelionės geležinkeliu per tą patį laikotarpį sumažėjo 5,3 karto. Nežiūrint žymiai pabrangusių degalų, kelionės kelių transportu nuosekliai didėja. Tai galima paaiškinti tuo, kad kelių transportas patogiasias dėl jo geriausios galimybės pasiekti įvairius turizmo objektus. Jūrų transporto naudojimo turizmui pokyčiai, lyginant su kitomis transporto priemonėmis nežymūs, per nagrinėjamą laikotarpį varijuoja 2-23 tūkst. ribose. Lenkijos vienadieniai turistai į Lietuvą pagrindine keliauja automobiliais (Turizmas Lietuvoje, 2007 m.). Per Lietuvos turizmo raidos laikotarpį nuo 2000 m. iki 2007 metų turistai keliavo į Lietuvą skatinami tam tikrų tikslų (žr. 7 pav.).

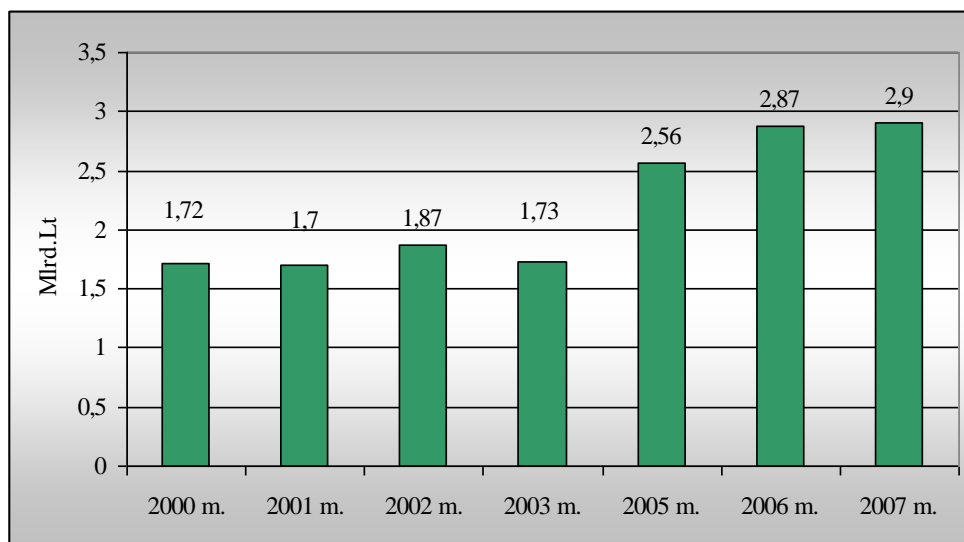


Šaltinis: sudaryta pagal Trumpos Lietuvos turizmo statistikos apžvalgos: 1999, ..., 2007//[http://www.tourism.lt/turizmo\\_statistika/apzvalgos.php](http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/apzvalgos.php) [žiūrėta 2008 07 25]; Turizmas Lietuvoje, 2007 m. Statistikos departamentas prie Lietuvos Vyriausybės. Vilnius, 2008., p. 159.

**7 pav. Turistai atvykę į Lietuvą pagal kelionės tikslą, (tūkst)**

Stebima netolygi turistų tikslų raida (7 pav.). 2000 m. – giminių bei draugų lankymas ir verslo reikalai. 2002 m. stebimas žymus poilsio ir rekreacijos tikslų, taip pat kaip ir giminių bei draugų

lankymo tikslų padidėjimas. 2006 m. labai padidėjo kelionės poilsio ir rekreacijos tikslais. 2007 m. rinkos lyderiu vėl tapo verslo tikslas. Tai galėjo lemti padidėjusios užsienio investicijos Lietuvoje, bendros ES ekonominės erdvės atsiradimas. Nors bendras į Lietuvą atvykusių užsieniečių skaičius nuo 2000 m. nuosekliai mažėjo (žr. 5 lent.), pajamos iš atvykstamojo turizmo (išskyrus 2001,2002, 2003 m.) didėjo (žr. 8 pav.). Tai turėjo teigiamos įtakos Lietuvos bendrojo vidaus produkto augimui.



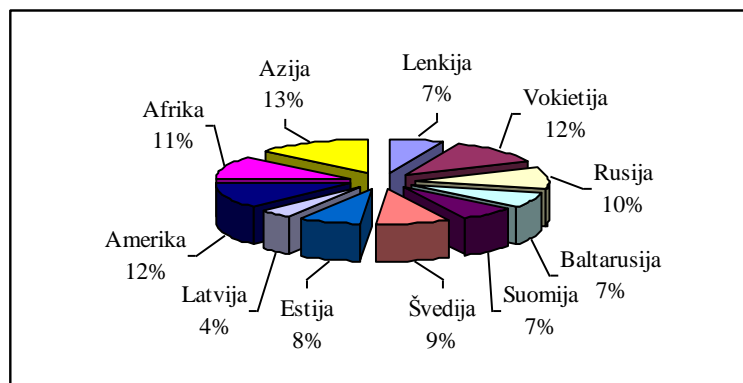
Šaltinis: sudaryta pagal Lietuvos turizmo statistinės apžvalgos 2000,...2007 m.// [http://www.tourism.lt/turizmo\\_statistika/apzvalgos.php](http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/apzvalgos.php) [žiūrėta 2008 07 25]

#### 8 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo pajamų raida 2000-2007 m., (mlrd. Lt)

Per septynis metus atvykstamojo turizmo pajamos padidėjo 1,18 milijardo litų (8 pav.).

Planuojama, kad per 2008 m. pirmą pusmetį Lietuvos atvykstamojo turizmo pajamos bus apie 1350 mln. litų, t.y. 11% didesnės lyginant su 2007 I pusmečiu. Mokėjimų balansas už 2008 m. I pusmetį planuojamas neigiamas – 350 mln., nes išvykstamojo turizmo pajamos (debetas) auga sparčiau nei atvykstamojo turizmo (Lietuvos turizmo 2008 I pusmečio apžvalga).

Lietuvos atvykstamojo turizmo išlaidos per vieną kelionę 2007 m. vidutiniškai sudarė 1179,9 Lt. Užsienio šalių turistų išlaidų pasiskirstymas pavaizduotas 9 paveiksle.



Šaltinis: sudaryta pagal Turizmas Lietuvoje, 2007 m. Statistikos departamentas prie Lietuvos Vyriausybės. Vilnius, 2008., p. 165. ISBN 9955-9366-3-0.

#### 9 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo išlaidų per vieną kelionę 2007 m. palyginimas, proc.

Daugiausiai Lietuvoje išleidžia Azijos šalių turistai – 13 proc. (arba 1761,8 Lt) (žr. 9 pav.). Antroje vietoje Amerikos ir Vokietijos turistų išlaidos – po 12 proc. (atitinkamai 1541,6 Lt; 1467,9 Lt). Mažiausiai Lietuvoje išleidžia Latvijos turistai – 4 proc. (arba 477,7 Lt). Lenkijos turistai Lietuvoje išleidžia 7 proc. (arba 828,5 Lt).

Siekiant pritraukti daugiau Lenkijos turistų būtina skirti daugiau dėmesio marketingui. Lenkijos turistai tikisi lenkiškai kalbančio personalo kurortuose, viešbučiuose, muziejuose, restoranuose. Išskirtinė lenkų turistų savybė: reikalaujama kokybiško aptarnavimo už mažą kainą. Net labiausiai nutolusiuose Lietuvos kampeliuose pageidaujama lenkiškai kalbančių gidų, lenkų kalba parašytos reklaminės medžiagos (Lenkijoje finansuojamas šalyje organizuojamas poilsis).

Apibendrinant daroma išvada, kad nors Lietuvoje turistų srautas keletą metų mažėjo, pajamos iš atvykstamojo turizmo turėjo ženklų indėlį į bendrąją šalies vidaus produktą. Tai galėjo lemti turizmo paslaugų brangimas ir šių paslaugų pasiūlos padidėjimas. Paskutinių metų rezultatai rodo, kad didžiausi turistų motyvai vykti į Lietuvą yra verslo reikalai. Iš įvairių šalių, tame tarpe ir iš Lenkijos, į Lietuvą vykstama kelių transportu. Rečiausiai naudojamosi jūrų ir geležinkelio transportu. 2007 m. Lenkijos turistų rinka Lietuvos apgyvendinimo įmonėse sudarė 13,5 proc. visų apgyvendintų užsieniečių, viso atvykstamojo turizmo tuo pačiu laikotarpiu – 23 proc. rinkos. Taigi Lenkijos turistai sudaro ženkliai Lietuvos turizmo rinkos dalį.

### **3.3. Lenkijos atvykstamojo turizmo raidos ir situacijos analizė**

Kaip ir kitos rytų Europos šalys, Lenkija yra auganti turizmo rinka Europoje. Nežiūrint to, kad turistų srautų didžiąją dalį sudaro vietinis turizmas, tarptautinio turizmo raida taipogi yra labai svarbi šalies ekonomikai.

Lenkija, kaip ir Lietuva, yra kryžkelėje tarp Vokietijos ir Rusijos – dviejų galingiausių priešų Europos istorijoje (Laužadis, 2005, p. 80).

Lenkija išsidėsčiusi Centrinėje Europoje. Valstybinės šalies sienos ribojasi su (Польша в Европе. Представительство Польской Туристической Организации):

- vakaruose – Vokietija;
- pietuose – Čekija ir Slovakija;
- rytuose – Ukraina, Baltarusija ir Lietuva;
- šiaurėje – Rusija, ir pagal jūros pasienį – Švedija ir Danija.

Lenkijos Suchovolio vietovėje Podliasko vaivadijoje yra seniausiai apskaičiuotas geometrinis Europos centras. Lenkijos pasienio ruože esantys miestai įeina į 18 euroregionų sudėtį, išsidėsčiusių palei sausumos pasienį ir Baltijos jūros krantą. Jų teritorijose organizuoti turistiniai maršrutai, tokie kaip Rytne-Karluv (euroregionas Glaciensis), aplink Žemutinę Odrą (euroregionas Pomerania).

Pasieniu taip pat išsidėstę tematiniai turistiniai maršrutai, tokie kaip Šauniojo kareivio Šveiko ir naftos maršrutas Karpatų regione ir Gintarinis kelias Beskitų euroregione (Польша в Европе. Представительство Польской Туристической Организации).

Visos Lenkijos sostinės – Gnezno, Plockas, Krokuva, Varšuva – tai būtinos istorinio turizmo lankymo vietos. Tačiau verta aplankyti ir mistinę sostinę Krušvicą, kurioje gyveno karalius Popelis I. Ir keletą neoficialių sostinių, kaip Poznanė arba Bečis, kuriame rado prieglobstį karalius Vladislavas Loketekas. 1652 metais garbingu laikinu šalies centru tapo Neporentas, tuo metu kai Varšuvoje siautė apidemija, čia persikraustė visa karališkoji šeima. Dabartiniu metu kiekviena save gerbianti pilis organizuoja riterių turnyrus, leidžiančius nors trumpam pasinerti į to meto epochą (Польша в Европе. Представительство Польской Туристической Организации).

Senoji Lenkijos sostinė Krokuva, vienas gražiausių ne tik Lenkijos, bet ir Europos miestų, ypač suklestėjo XVI a. viduryje. Miestas pritraukė to meto žymiausius menininkus, o jų kūriniai išliko iki šiol. Vien senamiestyje yra keli šimtai vertingų objektų: didžiausia Europoje Sukienicų aikštė, gotikinio stiliaus Šv. Marijos bazilika su Vito Stvošo iš medžio drožtu altoriumi, kuris laikomas vienu iš vertingiausių gotikinių altorių Europoje, didžiausias Europoje Barbakanas, Lenkijos ir Krokuvos perlas – istorinė lenkų karalių rezidencija – Vavelis. Seniausia Europoje veikiančia druskos kasykla garsėja Veličkos miestelis netoli Krokuvos. Ten nuo 64 iki 135 metrų gylyje driekiasi koridoriai su kameromis, kur buvo kasama druska, stebina originalios druskoje iškaltos koplyčios, telkšo požeminiai druskos ežerai. Ši unikali vieta yra įtraukta į UNESCO saugomų pasaulinio paveldo objektų sąrašą. Šiaurinėje šalies dalyje, iki pat jūros, plyti lygumos besipuikuojančios Pamarės ir Mazūrijos ežerynais. Kaip gamtos ir technikos paminklas garsėja Augustavo kanalas, kuris seniau jungė Vyslą su Nemunu. Pradėtas statyti 1824 m., o baigtas – 1838 m kanalas, Dubysos upe, turėjo pasiekti Baltijos jūrą (Laužadis, 2005, p. 90).

Žymiausias Lenkijos kalnų kurortas nuo seno yra Zakopanė, kur keltuvu galima pasikelti į Kasprovy Vierch viršūnę, iškilusią 1985 m virš jūros lygio, pasigrožėti nuostabia Lenkijos Aukštųjų Tatrų panorama, kalnų didybe, ežerėliais, o nusileidus – apsilankyti nacionaliniame Guralių (kalniečių) turguje, pasivaikščioti Krupovki pėsčiųjų gatve. Tuo tarpu dauguma šalies kultūros bei istorijos paminklų susitelkę jos centrinėje dalyje, kur nuo seno buvo įsikūrusios Lenkijos sostinės: Gnieznas, Krokuva bei Varšuva (Laužadis, 2005, p. 89).

Lenkijai šiuo metu priklauso net 524 km Baltijos jūros pakrantės ruožas. Lenkijos teritorijoje glūdi didžiuliai gintaro klodai, net 70 proc. pasaulinės gintaro rinkos sudaro gaminiai iš Lenkijos. Žymiausi pajūrio miestai – Gdanskas, Gdynė, Ščecinas, daugumos mūsų žinomas kurortas – Sopotas, praėjusio šimtmečio antroje pusėje išgarsėjęs dainų festivaliais. Lenkija, kaip minėta, yra artimiausia vakarų kaimynė, todėl ir lietuvių – lenkų santykiai yra seni (Laužadis, 2005, p. 91).

Lenkijoje gyvena 38,6 mln. gyventojų, kurių didžioji dalis gyvena miestuose. Didžiausias šalies miestas yra sostinė Varšuva su 1,65 mln. gyv. Lodzėje gyvena 851 tūkst. gyv., Krokuvoje – 748 tūkst. gyv., Vroclave – 642 tūkst. gyv., Poznanėje – 588 tūkst. gyv., Gdanske – 464 tūkst. gyventojų (Laužadis, 2005, p. 80).

Lenkai yra religinga tauta. Ir nors daugiau nei 90 proc. lenkų deklaruoja savo priklausomybę Romos katalikų bažnyčiai, Lenkijoje sutinkamos cerkvės, mečetės, sinagogos, sentikių bažnyčios, budos centrai ir bendruomenių namai (Польша в Европе. Представительство Польской Туристической Организации).

Šių dienų Lenkijos teritorija istoriškai suformuota neseniai, tik po Antrojo pasaulinio karo. Dabartinis jos plotas 312,6 tūkst. km<sup>2</sup>. Šalis suskirstyta į 16 vaivadijų. Daugelis šalies sienų yra natūralios (Laužadis, 2005, p. 88). Lenkai prigimtiniai demokratai. Jau XV amžiuje Lenkijoje egzistavo dvarininkų demokratija, garantuojanti išrinktiems piliečiams galimybę spręsti valstybės likimą. Todėl nenuostabu, kad pirmoji šiuolaikinė konstitucija Europoje atsirado būtent šioje šalyje (Польша в Европе.). Nuo 1989 m. Lenkija tampa daugiapartinė respublika. Seimas ir senatas – tai įstatyminė valdžia, kuri renkama keturiems metams, ir susideda iš 460 pasiuntinių ir 100 senatorių (Польша в Европе. Представительство Польской Туристической Организации).

Į Pasaulinę turizmo organizaciją Lenkija priimta 1976 m. (Member States. World Tourism Organization).

Lietuvos nepriklausomybę Lenkija pripažino 1991 m. rugpjūčio 26 d., o diplomatiniai santykiai atkurti tų pačių metų rugsėjo 5 d. Tiek artimiausi, tiek tolimesni Lietuvos ir Lenkijos tikslai yra panašūs, todėl, siekiant paspartinti dvišalių projektų įgyvendinimą, 1997 m. įkurti: Lietuvos ir Lenkijos Prezidentų Konsultacinis Komitetas, Lietuvos ir Lenkijos Vyriausybės Bendradarbiavimo Taryba, Lietuvos ir Lenkijos Seimų narių Asamblėja. Nuo 1999 m. Lenkija yra NATO narė. 2004 m. įstojo ir į Europos Sąjungą. Lenkija yra ir viena svarbiausių Lietuvos ekonominių partnerių, vykdomi bendri infrastruktūros projektai. Tai – automagistralė Via Baltica, geležinkelio Vilnius – Varšuva modernizavimas ir geležinkelio linijos Kaunas – Varšuva tiesimo, elektros sistemų sujungimo projektai, greitkelis Vilnius – Varšuva (Laužadis, 2005, p. 101).

2007 m. gruodžio 21 d. Europos Parlamento sprendimu panaikinta Lenkijos su Vokietija, Čekija, Slovakija ir Lietuva pasienio pasų kontrolė. Šis sprendimas susijęs su Šengeno erdvės plėtra devyniose naujose valstybėse. Bendrame ES vizų politikos adaptacijos procese Lenkija atsisakė vizų reikalavimų tų šalių, kurios turi bevizį susitarimą su Europos Sąjunga (Польша в Шенгене).

Nauja Lenkijos Vyriausybė, įgyvendindama 2006 m. sausio mėn. priimtą „2007-2013 m. turizmo plėtros strategija“ programos nuostatus, ypatingą dėmesį skiria ES struktūrinių fondų lėšų efektyvesniam panaudojimui, didindama Lenkijos turizmo rinkos konkurencingumą, remdama regioninių turizmo organizacijų veiklą, tobulindama. Lenkijos turizmo sektoriuje, lyginant su kitomis

ūkio šakomis, netaikoma ypatingų mokesčių lengvatų. Kai kurioms turizmo paslaugoms dar taikomi ES pereinamojo laikotarpio lengvatiniai PVM tarifai. Tam tikra Lenkijos turizmo sektoriaus paramos priemonė yra 1994 kovo 4 d. įstatymas dėl socialinės prievolės fondo, pagal kurio nuostatus Fondo lėšomis finansuojamas poilsio organizavimas šalyje. PVM mokestis netaikomas kaimo turizmo versle, jeigu tenkinami šie pagrindiniai reikalavimai: poilsis organizuojamas kaime, gyvenamajame name, apgyvendinimas tik turistams, ne daugiau kaip 5 kambariai, ūkis didesnis kaip 1 ha (Lenkijos turizmo informacijos sistemą Lenkijoje finansuojamas šalyje organizuojamas poilsis).

Apibendrinant daroma išvada, kad Lenkijos geopolitinė padėtis yra palanki turizmo raidai. Kadangi šalies sienos ribojasi su septyniomis ir iš jūros pusės dviejomis šalimis galima daryti prielaidą, kad Lenkija yra ypač palanki vienadieniems turistams, tokiems, kurie, pavyzdžiui, atvyksta apsipirkimo tikslais. Lenkija turi išvystytus tematinis bei kitus turizmo maršrutus. Lenkijos sostinės, turinčios išlikusius senamiesčius ir pasaulinį paveldą, yra turizmo traukos centrai, ypač senoji sostinė Krokva. Pažintinio turizmo tikslais atvykę turistai gali pamatyti šioje šalyje įvairių religijų architektūros paminklų. Turistai turintys sveikatinimo ir rekreacijos tikslų gali apsilankyti Lenkijos kurortuose ir paplūdimiuose. Lietuvių – lenkų santykiai yra seni. Diplomatiniai ryšiai atkurti kai Lenkija pripažino Lietuvos nepriklausomybę. Kadangi Lietuvos ir Lenkijos tikslai yra panašūs, dvišalių turizmo, infrastruktūros ir ekonominių projektų įgyvendinimui įkurtos tam tikros bendradarbiavimo institucijos.

Kaip jau buvo minėta Lenkijos sienos ribojasi su daugeliu šalių. Lenkiją lanko turistai iš daugelio kaimyninių ir tolimų šalių (8 lent.).

**8 lentelė. Lenkijos atvykstamasis turizmas pagal šalis 2000-2007 m. (tūkst. užregistruotų pasienyje)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Viso	84514,9	61431,3	50734,6	52129,8	61917,8	64606,1	65114,9	66207,8
Vokietija	48902,7	31010,5	23654,7	25456,5	34122,1	37436,3	37192,1	38102,7
Rusija, Baltarusija, Ukraina	14379,2	13583,9	11939	10193,9	9466,2	10528,6	11275,9	10931,6
15 ES (be Vokietijos)	2110,1	1861	1700,3	1681,9	1834,4	2066,4	2430,4	2720,5
Naujos ES šalys**	16740,1	12707,9	11184,4	12532,8	14129,7	12010	11412,6	11694,7
Lietuva	1414,3	1393,2	1397,7	1365,8	1336	1344,2	1459,4	1391,7
Pagrindinės užjūrio šalys*	365,7	340,9	311,1	333,8	405,1	516,8	561,9	567,5
Kitos šalys	602,8	533,9	547,4	565,1	624,3	703,8	782,6	799

\*) JAV, Kanada, Japonija, Australija, Pietų Korėja; \*\* Priskirtos šiai kategorijai, nors iki 2004 m. dar nebuvo įstojusios į ES (autorės pastaba).

Šaltinis: sudaryta pagal: Arrivals by country in 2007 (.000)//<http://www.intur.com.pl/itenglish/current.htm#arriv/> prisijungimo laikas: 2008-08-18.; Inbound traffic to Poland// <http://www.intur.com.pl/itenglish/arrivals.htm> [žiūrėta 2008 08 18]

2001-2002 m. žymiai sumažėjo atvykstamojo turizmo srautų (8 lent.). Nuo 2003 m. stebimas Lenkijos atvykstamojo turizmo srautų augimas, ypač stebimas nuo Lenkijos ir kitų naujų narių

įstojimo į ES laikotarpio. Pagrindinė šalies atvykstamojo turizmo rinka – Vokietija (59 proc. 2000 m. ir 57 proc. 2007 m.). Antroje vietoje – naujosios ES šalys (21 proc. 2000 m. ir 20 proc. 2007 m.). Iš to seka, kad Vokietija ir naujosios ES šalys sudaro apie 80 proc. Lenkijos atvykstamojo turizmo rinkos. Trečioje vietoje pagal lankytojų srautus – NVS šalys (17 proc. – 2000 m. ir 14 proc. – 2007 m.). Senosios ES šalys (be Vokietijos) 2000 m. sudarė 2 proc. ir 2007 m. 4 proc. Lenkijos atvykstamojo turizmo rinkos. Turistų srautai iš Lietuvos 2000 ir 2006 m. buvo didžiausi (sudarė 2 proc. rinkos). 2007 m. stebimas mūsų šalies turistų srauto mažėjimas apie 67,7 tūkst. Tačiau Lietuvos rinkos dydis išlieka 2 proc.

Per pirmą 2008 pusmetį į Lenkiją atvyko 29 mln. užsienio turistų (tai 9 % mažiau nei 2007 m. tą patį laikotarpį) (Current Information). Per 2007 metus į šalį atvyko 66,2 mln. užsienio turistų (apie 1,7 % daugiau nei 2006 m.) (Tourism Sector - Data, Analyses, Forecasts).

Turistai į užsienio šalį gali vykti skatinami įvairių motyvų, pavyzdžiui: šventės, laisvalaikis, verslas, draugų ir giminaičių lankymas bei kt.

Lenkijos atvykstamasis turizmas turi kai kurias ypatingas savybes – apsipirkimo ir tranzito turizmo tikslų palyginti didelis kiekis. Šios rinkos yra susikūrusios daugiausiai iš rytinės Lenkijos pasienio šalių turistų, nežiūrint to, kad skaičiai pirkėjų iš Baltarusijos, Ukrainos ir Rusijos nuolat mažėja, tačiau, tranzito srautas per Lenkiją yra vis dar yra labai reikšmingas Tourism Sector - Data, Analyses, Forecasts (žr. 9 lent).

**9 lentelė. Atvykstamojo turizmo motyvų raida, (proc.)**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Pagrindiniai motyvai							
Laisvalaikio turizmas	25	24	28	21	25	20	18
Giminių, draugų lankymas	21	20	23	20	18	18	16
Verslo kelionės	26	28	29	26	27	27	27
Atsitiktinis darbas	1	1	0	2	1	1	1
Apsipirkimas	10	9	6	8	7	13	12
Religiniai tikslai	0	2	1	1	1	1	1
Tranzitas	9	12	9	12	13	16	19
Sveikatinimas	..	..	..	2	1	1	1
Mokslas	..	..	..	2	2	0	0
Kiti tikslai	6	5	4	6	5	3	3

**Šaltinis:** sudaryta pagal: Characteristics of inbound tourism in 2001-2007 (%)/http://www.intur.com.pl/itenglish/bazy/zag/zag.php?rok=2001-2006&c=5 [žiūrėta 2008 08 22]; Results from our survey on inbound tourism in 2007/http://www.intur.com.pl/itenglish/inbound07.htm/ [žiūrėta 2008 08 22].

Verslo kelionės yra vienas iš pagrindinių kelionių į Lenkiją motyvų (9 lent.), jau kelis metus iš eilės turintis tolygią tendenciją. Antrą vietą 2007 m. užima tranzito kelionės, kurio svarba per pastaruosius šešis metus padidėjo 10 proc. Trečią vietą užima laisvalaikio turizmas. Pastarojo motyvas turi mažėjimo tendenciją (-7 proc.). Iš to seka, kad Lenkijos patrauklumas daugeliui šalių pasižymi kaip svarbus ekonominis verslo partneris.



Turistai į Lenkiją atvyksta įvairiomis transporto priemonėmis, tačiau kai kurių transporto priemonių populiarumas patiria tam tikrus pokyčius (žr. 10 lent.).

**10 lentelė. Atvykstamojo turizmo į Lenkiją transporto struktūros 2001-2007 m. raida, (proc.)**

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Oro transportas	9	8	10	13	13	18	21
Automobiliai	78	78	82	72	70	55	51
Sunkvežimiai	8	7	3	8	10	17	19
Geležinkelio tr.	1	0	0	0	0	1	1
Keltai	1	2	2	3	3	3	3
Autobusai	3	5	2	1	3	5	4
Kita	0	1	0	3	1	1	1

**Šaltinis:** sudaryta pagal: Characteristics of inbound tourism in 2001-2007 (%)//<http://www.intur.com.pl/itenglish/bazy/zag/zag.php?rok=2001-2006&c=5/> [žiūrėta 2008 08 22].; Results from our survey on inbound tourism in 2007//<http://www.intur.com.pl/itenglish/inbound07.htm/> [žiūrėta 2008 08 22]

Automobilių transportas praranda populiarumą (10 lent.). Tai galima paaiškinti brangstančiais degalais, dėl kurių individualūs keleiviai pasirenka alternatyvias transporto priemones, pavyzdžiui, keliones lėktuvu. Tačiau kelių transportas yra pats populiariausias kelionei į Lenkiją.

Tarptautinis Okenco oro uostas Varšuvoje aptarnauja reisu į daugelį Europos sostinių ir kitų miestų, o taip pat reisu į Čikagą, Niujorką, Torontą, Beirutą ir Tel-Avivą. Tarptautiniai reisai vykdomi ir iš kitų miestų: Gdansko – į Kopenhagą, Frankfurtą, Gamburgą; Katovicės – į Niujorką, Čikagą, Frankfurtą, Londoną, Paryžių, Romą, Vieną, Ciurichą; Poznanės – į Kopenhagą, Diuseldorfą, Honoverį; Ščecino – Kopenhagą; Vroclavo – Frankfurtą, Miuncheną, Kopenhagą (Польша: полезные сведения).

Kaip ir daugeliui šalių turizmas pirmiausia turi ekonominę naudą, kuri pasireiškia gaunamomis pajamomis į šalies biudžetą.

2006 atvykstamojo turizmo pajamos siekė 7187 mln. JAV dolerių, iš kurių 3447 mln. buvo gauta iš vienadienių turistų. Vidutinės turistų išlaidos 2007 pasiekė apytiksliai 253 JAV dolerius iš kiekvieno. Kasdieninės kiekvieno turisto išlaidos vidutiniškai siekė 42 JAV dolerius (Tourism Sector - Data, Analyses, Forecasts ) (žr. 11 lent.).

**11 lentelė. Lenkijos atvykstamojo turizmo išlaidų per vieną kelionę 2000-2007 m. raida, (USD)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Vidutiniškai	137	136	132	114	160	156	167	253
Austrija	143	171	151	134	143	154	152	236
Baltarusija	121	99	116	74	94	92	59	135
Čekija	129	176	146	120	100	112	97	105
Prancūzija	161	170	182	129	178	169	205	394
Lietuva	102	111	69	70	106	108	80	147

11 lentelės tęsinys kitame puslapyje

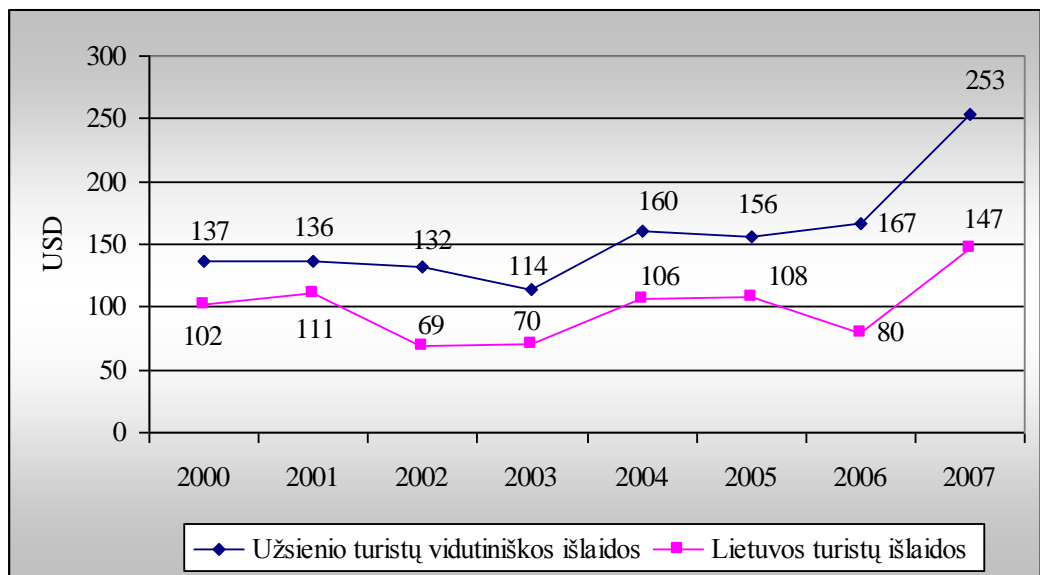
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Vokietija	141	143	145	124	177	186	191	327
Rusija	151	124	88	83	106	85	104	177
Skandinavija	124	128	137	133	147	177	215	384
Slovakija	131	174	150	106	106	116	84	124
Ukraina	115	105	92	76	144	92	134	169
Jungtinė Karalystė	199	203	193	174	191	190	249	346
Užjūrio šalys*	305	324	302	265	297	327	388	557

\*) JAV, Kanada, Japonija, Australija, Pietų Korėja

Šaltinis: sudaryta pagal Tourism Sector - Data, Analyses, Forecasts// <http://www.intur.com.pl/itenglish/statistics.htm/>  
[žiūrėta 2008 08 20]

Duomenys 11 lentelėje rodo, kad Lenkijoje daugiausiai per dieną 2000 m. išleido užjūrio šalių turistai, kurių išlaidos per vieną kelionę viršijo vidutinišką išlaidų kiekį šalyje daugiau nei 2 kartus. Antroje pagal išlaidas pozicijoje yra Jungtinės Karalystės turistai ir trečioje – Vokietijos turistai. 2007 m. ši tendencija kiek pasikeitė ir pirmoje pagal išlaidas vietoje tapo Prancūzijos turistai, antroje – Skandinavijos ir trečioje – Jungtinės Karalystės turistai. Mažiausiai turizmo pajamų 1997 m. Lenkija gavo iš Čekijos (71 USD), Baltarusijos (96 USD) ir Slovakijos (98 USD). 2007 m. Čekijos (105 USD), Slovakijos (124 USD) ir Baltarusijos (135 USD) turistai išlieka mažiausiai naudingi Lenkijai. Lyginant 2003 m. ir 2007 m. duomenis daroma išvada, kad vidutinės išlaidos smarkiai pakilo nuo 160 iki 253 JAV dolerių kiekvienam asmeniui. Tai galima paaiškinti šalies įstojimu į ES ir bendros turistinės rinkos atsivėrimu, padidėjusia turizmo paslaugų pasiūla, turizmo paslaugų ir produktų brangimu. Vienos dienos turistai išleidžia vidutiniškai apie 120 JAV dolerių, pagrinde apsipirkimui.

Lietuvos turistų išlaidų Lenkijoje palyginimas su vidutinėmis išlaidomis šalyje (žr. 10 pav.).

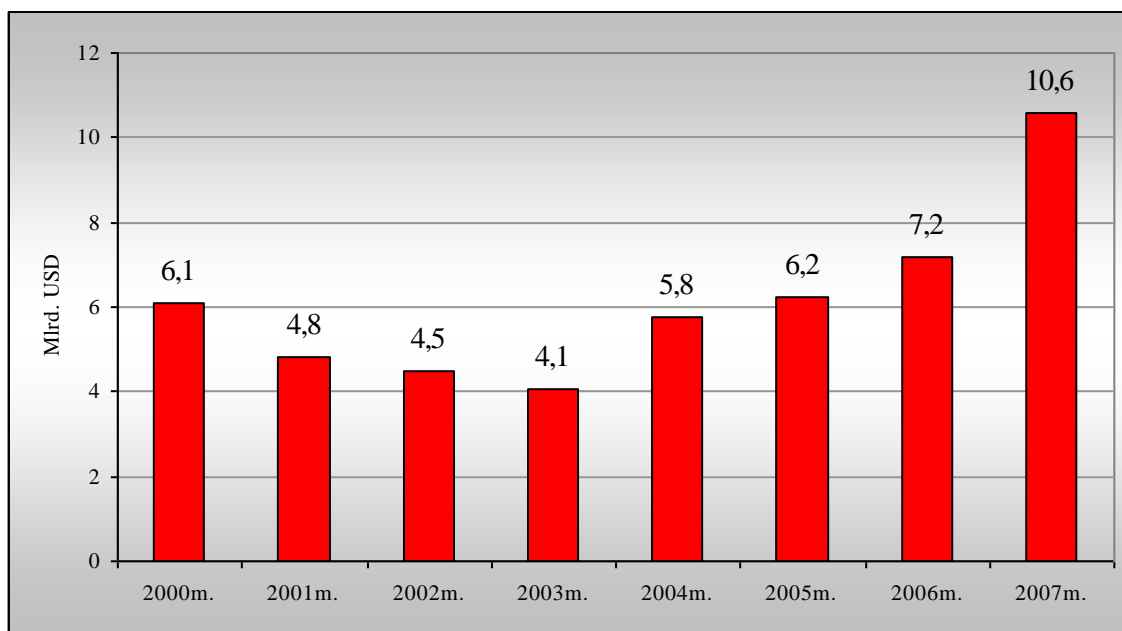


Šaltinis: sudaryta pagal Tourism Sector - Data, Analyses, Forecasts//  
<http://www.intur.com.pl/itenglish/statistics.htm/> prisijungimo laikas: 2008-08-20.

10 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo iš Lietuvos turistų išlaidų per vieną kelionę 2000-2007 m. raidos palyginimas, (USD)

Lietuvos turistų išlaidos nesiekia vidutiniškų turistų išlaidų šalyje (10 pav.). Todėl Lietuvos turistus galima priskirti prie mažiausią naudą Lenkijos turizmo sektoriaus pajamų duodančiųjų grupės.

Lenkijos atvykstamojo turizmo pajamų raida (žr. 11 pav.).



Šaltinis: sudaryta pagal Foreign Visitors' Expenditures In Poland//<http://www.intur.com.pl/itenglish/expendit.htm> [žiūrėta 2008 09 04]

#### 11 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo pajamų 2000-2007 m. raida, (mlrd. USD)

2003 m. Lenkija iš atvykstamojo turizmo gavo mažiausiai pajamų – 4,1 milijardo JAV dolerių (11 pav.). Praeitais metais šalis per visą nagrinėjamą laikotarpį gavo daugiausiai pajamų – virš 10,5 milijardų JAV dolerių.

Atvykstamojo turizmo rezultatai lemia apgyvendinimo įstaigų veiklos rezultatus. Apgyvendinimo įstaigose apsistoja lankytojai turintys motyvų pasilikti šalyje daugiau nei vieną dieną (12 lent.). Atvykstamojo turizmo iš Lietuvos raida pateikta 12 lentelėje.

#### 12 lentelė. Lenkijos atvykstamojo turizmo su nakvyne 2000-2007 m. raida, (tūkst.)

Metai	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Atvykstamasis turizmas iš Lietuvos (tūkst.)	54,3	51,4	54,4	62,7	74	76	88,7	108,0
Viso atvykusių užsieniečių (tūkst.)	3122	3158	3150	3332	3935	4310	4314	4387

Šaltinis: sudaryta pagal: Foreign tourists accommodated. Bank Danych Regionalnych. Polskie Główny Urząd Statystyczny// [http://www.stat.gov.pl/bdr\\_n/app/dane\\_podgrup.katgrup/](http://www.stat.gov.pl/bdr_n/app/dane_podgrup.katgrup/) [žiūrėta 2008 09 04]

Lenkijos atvykstamasis turizmas iš Lietuvos per septynis metus padidėjo beveik dvigubai (12 lent.). Pastaruosius keletą metų turistų srautai su nakvyne iš Lietuvos turėjo 2 proc. rinkos dalį. Paskutinių metų duomenimis ši rinka padidėjo 0,4 proc. Atkreiptinas dėmesys, kad abiejų šalių

stojimas į ES neturėjo įtakos šios rinkos dalies padidėjimui, nes didėjant turistų skaičiui iš Lietuvos, didėjo ir kitų šalių turistų kiekis.

### 3.4. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo raidos palyginimas

Lietuvos ir Lenkijos turizmo raida daug kuo skiriasi, nes Lenkija šį sektorių pradėjo vystyti žymiai anksčiau, tuo metu, kai Lietuva dar priklausė Tarybų Sąjungai. Lenkija į Pasaulinę turizmo organizaciją priimta 1976 m. Lietuva – 2003 m. Taigi Lenkija Lietuvą lenkia trisdešimčia metų.

Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo rinkos dalys Europos turizmo raidos kontekste (žr. 13 lent.).

**13 lentelė. Lenkijos ir Lietuvos rinkos dalys 1995-2005 m. Europos turizmo raidos kontekste (tūkst.)**

	1995 m.	2004 m.	2007 m.
Lenkija	19,2	14,3	15,0
Lietuva	0,7	1,8	4,2
Kitos Europos šalys	315,0	424,4	484,4

**Šaltinis:** sudaryta pagal: International tourist Arrivals by Country of destination [http://unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA\\_europe.pdf](http://unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA_europe.pdf) [žiūrėta 2008 07 22]; UNWTO World Tourism Barometer//<http://www.unwto.org/media/news/en/pdf/PR0801003en.pdf> [žiūrėta 2008 08 28]

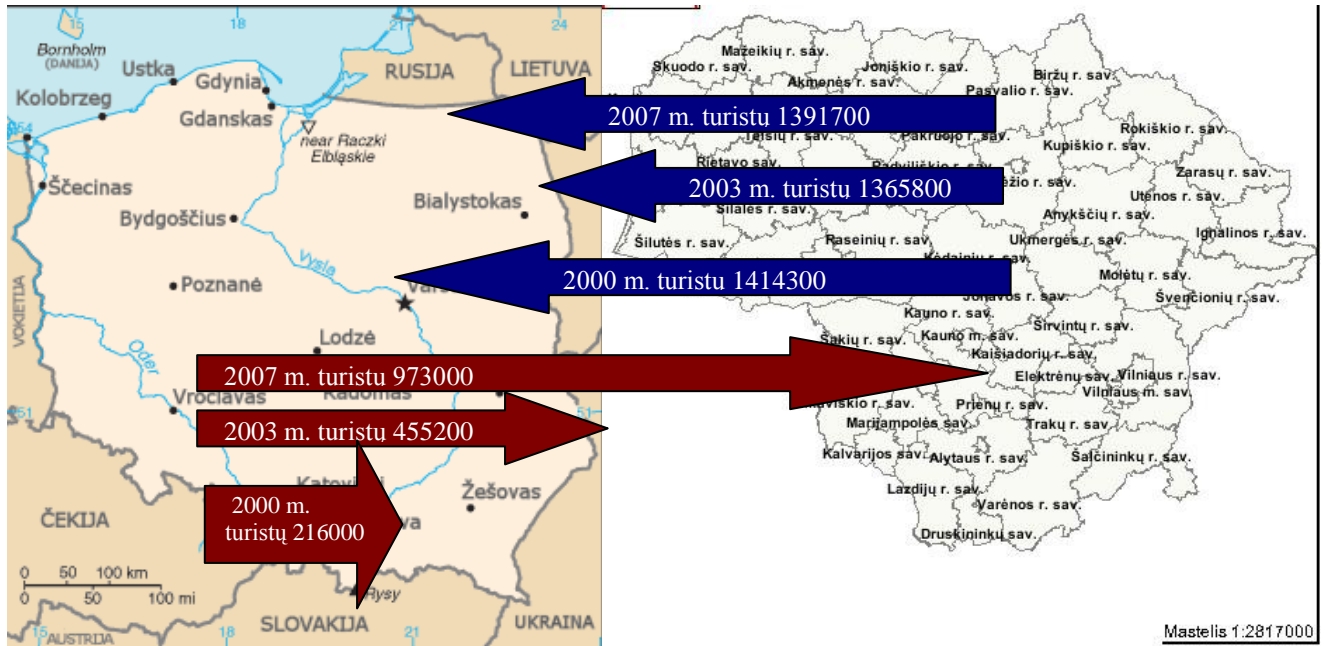
Lenkijos rinkos dalis Europos turizme 1995 m. sudarė 6 proc. 2004 m. sumažėjo iki 3 proc. ir tokia išliko iki 2007 m. Lietuvos rinkos dalis Europos turizme per šį laikotarpį nesiekė nė vieno procento, tačiau 2007 m. padidėjo iki 1 proc. Tai rodo, kad Europoje lenkų turistų mažėja ir daugėja lankytojų iš kitų šalių.

Lenkijos plotas 4,8 karto didesnis nei Lietuvos (žr. 12 pav.). Atitinkamai gyventojų skaičius viršija 11,4 karto, turistų skaičius viršija – 14,8 karto. Tame tarpe ir Lietuvos turistų. Tai rodo, kad Lenkija, turizmo prasme, yra daug pranašesnė nei Lietuva, nes turi daugiau geografinių išteklių, žmonių išteklių, be to yra patrauklesnė turistams.

Varšuvoje dirbančių turizmo specialistų teigimu Lietuvos turizmo atstovai sugeba efektyviau išnaudoti ES struktūrinių fondų lėšas. Bendrijos paramos išnaudojimo rezultatai ypatingai atsispindi dinamiškai besiplėtojančiame Lietuvos kaimo turizmo sektoriuje. Po ES integracijos akivaizdžių pasikeitimų sulaukė Vilnius, kuriame per kelis metus buvo pastatyti modernūs viešbučiai (Lenkijoje finansuojamas šalyje organizuojamas poilsis).

Deja, būtina paminėti ir bendrų trūkumų. Lietuvoje ir Lenkijoje pasigendama aukštesnio aptarnavimo lygio restoranuose, sveikatingumo kurortuose. Lietuvos turizmui būtina daugiau dėmesio

skirti rinkodaros priemonėms, dalyvauti tarptautinėse parodose, prezentacijose, reklamuotis užsienio žiniasklaidoje (Lenkijoje finansuojamas šalyje organizuojamas poilsis).



Lenkija:

Plotas – 312 685 km<sup>2</sup>

Gyventojų – 38 116 000

Turistų skaičius 2007 m. – 66,2 mln.

Lietuva:

Lietuvos plotas – 65 200 km<sup>2</sup>

Gyventojų – 3 354 700

Turistų skaičius – 4,214 mln.

Šaltinis: Lenkija.// <http://lt.wikipedia.org/wiki/Lenkija#Geografija/> [žiūrėta 2008 11 24]; Gyventojų skaičius//<http://www.stat.gov.lt/lt> [žiūrėta 2008 11 24]

## 12 pav. Lenkijos ir Lietuvos duomenų palyginimas

Apibendrintas Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo raidos palyginimas parodė tam tikrus skirtumus (žr. 14 lent.). Lietuvos ir Lenkijos turizmo infrastruktūra nėra iki galo sutvarkyta. Abi šalys palaipsniui įsisavina ES paramos lėšas, kurios investuojamos į viešbučių, maitinimo įstaigų, pramogų, kelių bei kitus turizmo sektorius. Kaip jau buvo minėta, Lietuvai pasaulinis bendras konkurencingumo rodiklis priskirtas aukštesnis nei Lenkijai, tačiau turizmo išteklių panaudojami neefektyviai arba jų nepakanka. Abiejų šalių turizmas nukenčia dėl žemos aptarnavimo kokybės. Siekiant pagerinti turizmo aplinką abi šalys vykdo bendradarbiavimo projektus gerinančius turizmo infrastruktūrą, marketingą bei kitus veiksnius. Lietuva užima net aštuonis kartus mažesnę rinkos dalį Europos turizme nei Lenkija (žr. 14 lent.). Šį skirtumą galima paaiškinti labai besiskiriančiu gyventojų skaičiumi šalyse.

Pagrindinė Lenkijos atvykstamojo turizmo rinka – Vokietija vidutiniškai 58 proc. rinkos per nagrinėjamą laikotarpį. Antroje vietoje – naujosios ES šalys vidutiniškai apie 20 proc. per tą patį laikotarpį. Iš to seka, kad Vokietija ir naujosios ES šalys sudaro apie 80 proc. Lenkijos atvykstamojo turizmo rinkos.

14 lentelė. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo palyginamoji analizė

Rodikliai	Palyginimas		Išvados	Siūlymai
	Lietuva	Lenkija		
	<b>Panašumai</b>			
1. Infrastruktūra	Vystomi turizmo maršrutai	Išvystyti turizmo maršrutai	Lenkijos turizmo sektorius neefektyviai išsivina ES fondų paramą. Lietuva nepakankamai išnaudoja turizmo paveldo potencialą.	Lenkijai siūloma padidinti fondų išsavinimo smulkiam ir vidutiniams verslui galimybes. Lietuvai siūloma paveldo objektų išnaudojimui pritraukti verslo struktūras.
2. Turizmo kelionių motyvai 2007 m.	2007 m. – verslas. 2008 m. verslo tikslai turi mažėjimo tendenciją (-12%). Poilsio ir rekreacijos tikslų didėjimas (2,3%)	2007m. – verslas, tranzitas. 2008 m. laivalaikio motyvas turi mažėjimo tendenciją (-7%).	Tai galėjo lemti padidėjusios užsienio investicijos Lietuvoje, bendros ES ekonominės erdvės atsiradimas.	Investicijų panaudojimas turizmo paslaugų vystymui paskatintų kitų verslų vystymąsi ir tuo pačiu kitų tikslų kelionių į Lietuvą bei Lenkiją reišmės didėjimą.
3. Pagrindinis kelionių transportas	Kelių Mažėjanti tendencija Didėja oro transporto paklausa.	Kelių Mažėjanti tendencija. Didėja oro transporto paklausa.	Nors kelių transportas patogiausias dėl jo geriausios galimybės pasiekti įvairius turizmo objektus, pigių skrydžių pasiūla mažina šio transporto pasirinkimo motyvus.	Lietuvai siūloma vystyti motelių infrastruktūrą, kuri aptarnautų kelių transportu atvykstančius turistus. Lenkijai siūloma investuoti į kelių renovaciją.
4. Transportas	Lietuvos oro uostas teikia mažesnę reisų į užsienio miestus pasiūlą.	Oro uostas Varšuvoje aptarnauja reisu į daugelį Europos, Amerikos, Kanados, Izraelį ir kitus miestus.	Keliaujant Lietuvos oro transportu dažnai būtinas persėdimas kitoje užsienio šalyje. Tai sudaro papildomus nepatogumus užsienio turistams.	Lietuvai siūloma išigyti daugiau transatlantinių lėktuvų bei vystyti oro maršrutų pasiūlą.
5. Aptarnavimo kokybė	Nepakankama	Nepakankama	Lietuvos ir Lenkijos turizmo paslaugų sektorius stokoja personalo, kuris galėtų užtikrinti profesionalų užsienio turistų aptarnavimą.	Siūloma sudaryti palankias sąlygas naujų darbo vietų steigimui, aptarnaujančio personalo skaičiaus didinimui bei jų kvalifikacijos tobulinimui.
6. Plėtra	Auganti turizmo rinka Europoje	Auganti turizmo rinka Europoje	Lietuvos turizmo sektorius dar neatitinka išsivysčiusių šalių standartų.	Lietuvos ir Lenkijos turizmo sektoriui siūloma išnaudoti naujumo veiksnį, ir siūlyti užsienio turistams unikalias etninio paveldo paslaugas, efektyviai panaudoti turimą gamtinį bei kultūrinį potencialą.
7. Strateginiai tikslai	Turizmo produktų konkurencingumo didinimas, turizmo infrastruktūros vystymas	Turizmo produktų konkurencingumo didinimas, turizmo infrastruktūros vystymas	Turizmo sektorius Lietuvoje pradėtas vystyti neseniai, todėl nebuvo skiriama pakankamai dėmesio turizmo plėtros strategijai, dideli barjerai įvažiavimo iš NVS šalių, nepakankamas apgyvendinimo ir kitų paslaugų išsivystymo	Siūloma ne tik nustatyti strateginius tikslus, bet ir sudaryti sąlygas verslo struktūroms vystyti turizmo produktų pasiūlą, skatinant pasinaudoti ES parama, bei pagal galimybę supaprastinant jų gavimo bei išsavinimo sąlygas.

			lygis, turizmo produkto kokybė ir kiekybė bei gebėjimas pristatyti turizmo produktus tarptautinei rinkai.	14 lentelės tęsinys
8. Geopolitinė padėtis	Daug palankesne nei lenkų, susikerta svarbiausi regiono geležinkeliai, plentai. Turi šiuolaikinius kelių tinklus, tarptautinę automagistralę.	Ribojasi su daugeliu šalių, palanki turizmo raidai; palanki vienadieniams turistams; Kelių kokybė sudaro sudėtingas ir pavojingas judėjimo sąlygas.	Lietuvos situacija sudaro palankias sąlygas panaudoti šalies automobilių kelius tranzitui, turistų bei vietinėms reikmėms. Lenkijos keliai sudaro pavojingas judėjimo sąlygas ir neskatina atvykstamojo turizmo.	Vystyti tarptautinių kelių infrastruktūrą, bendradarbiavimą tarp šalių, rengti bendrus turizmo maršrutus.
9. Mokesčiai	PVM mokesčio lengvatos turizmui	PVM mokesčio lengvatos turizmui	Sudėtingos verslo pradžios Lietuvoje ir Lenkijoje sąlygos neskatina naujų darbo vietų bei turizmo paslaugų kūrimo.	Būtina skatinti smulkaus ir vidutinio verslo vystymąsi, sudarant palankias verslo pradžios sąlygas, darbo vietų steigimo subsidijomis, darbuotojų kvalifikacijos tobulinimo programomis ir apmokėjimu, suteikiant mokesčių lengvatas.
<b>Skirtumai</b>				
10. Demografija	3,35 mln. gyventojų	38,1 mln. gyventojų	Lenkijos gyventojų skaičius daugiau nei 10 kartų viršija Lietuvos demografinius rodiklius. Lietuva turi didesnę potencialią vartotojų rinką.	Lietuvos turizmo sektoriui siūloma vykdyti daugiau marketinginių programų potencialiai vartotojų rinkai pritraukti.
11. Plotas	65 200 km <sup>2</sup>	312 685 km <sup>2</sup>	Lenkijos plotas beveik 5 kartus viršija Lietuvos teritorijos plotą. Iš to seka, kad Lietuva turi mažiau gamtinių išteklių.	Siūloma vystyti turizmo infrastruktūrą ir paslaugų kokybę, kuri kompensuotų teritorinius trūkumus.
12. Turistų skaičius, 2007 m.	4,214 mln.	66,2 mln. Turistų srautai turi mažėjimo tendenciją – 9 proc. per 2008 m.	Lenkijos atvykstamasis turizmas 15 kartų viršija Lietuvos atv. turizmą.	Skatinti atvykstamąjį turizmą Lietuvoje, tokiomis priemonėmis kaip: palankios vizų gavimo sąlygos; turistų poreikių tyrimai; rinkodaros programos; dalyvavimas turizmo parodose; tiesioginis bendradarbiavimas su užsienio šalių turizmo centrais; tarptautinių turizmo projektų vykdymas.
13. Turizmo pajamos 2007 m.	2,9 mlrd	10,6 mlrd	Lenkijos turizmo pajamos 3,6 karto viršija Lietuvos t. pajamas. Tai lėmė didesnis turistų skaičius Lenkijoje. Tačiau lyginant su turistų skaičiaus skirtumais (15	Siūloma skatinti turizmo paslaugų optimalų kainos ir kokybės santykį, tai padidintų Lietuvos turizmo produktų patrauklumą.

			kartu) galima daryti išvada, kad Lietuvos turizmo produktai yra žymiai brangesni.	14 lentelės tęsinys
14. Turizmo rinkos dalys Europoje	2 %	17%	Lenkijos turizmas Europoje sudaro 15 proc. didesnę rinkos dalį nei Lietuvos. Šalies turizmo sektoriaus įtraukimas į tarptautinę turizmo rinką priklauso nuo adekvačios turizmo plėtros strategijos bei jos įgyvendinimo kiekybinio ir kokybinio turizmo produkto plėtojimo srityje. Visi išvardinti veiksniai Lietuvoje dar tik pardinėje vystymosi stadijoje.	Tarptautinis bendradarbiavimas – turistiniai maršrutai per kelias šalis, festivaliai bei kiti kultūriniai renginiai, aktyvaus turizmo programos padėtų išspręsti netolygių turistų srautų problemas ne tik mūsų šalyje, bet ir kaimyninėse.
15. Turistų apgyvendinta šalyje	Lenkijos turistų 13,5 proc.	Lietuvos turistų 2 proc.	Lenkijos turistai sudaro ženklia Lietuvos apgyvendinimo paslaugų vartotojų rinkos dalį. Lietuvos turistai dažniausiai yra vienadieniai Lenkijos lankytojai, todėl apgyvendinimo įmonėms neduoda reikšmingos ekonominės naudos.	Lietuvos turizmo specialistus siūloma skatinti mokytis lenkų kalbą. Lenkijai siūloma didinti turizmo paslaugų pasiūlą turistams.
16. Pagrindinė atvykstamojo turizmo rinka, 2007 m.	NVS šalys 32%, Latvija 24% ir Lenkija 19%. Vienadienių turistų iš Lenkijos 29,9 proc.	Vokietija 57 proc. ES šalys 20 proc. Lietuvos turistų per 2007 m. sumažėjo 4,8 proc.	Lenkijos tvykstamajame turizme dominuoja Vakarų šalys, didesnes pajamas gaunantys turistai, kuriems Lenkijos produktai yra palyginti pigūs. Tuo tarpu Lietuvos pagrindinė rinka iš Baltijos ir Rytų šalių, kurių perkamoji galia yra mažesnė.	Siūloma didinti turizmo paslaugų konkurencinius pranašumus, kokybės ir kainos santykį, produktų ir paslaugų pasiūlą. Mažinti vizų gavimo barjerus NVS šalių turistams.
17. Turistų išlaidos 2007 m.	Vidutiniškai – 1179,9 Lt. – 431 USD Lenkijos turistai Lietuvoje išleidžia 828,5 Lt. – 303 USD	253 USD. Lietuvos turistai Lenkijoje išleidžia apie 147 USD.	Daroma išvada, kad turizmo produktai ir paslaugos Lietuvoje yra brangesnės. Lietuvos turistus galima priskirti prie mažiausią naudą Lenkijos turizmo sektoriaus pajamų duodančiųjų grupės.	Siūloma skatinti turizmo paslaugų asortimento plėtrą, skatinti unikalų turizmo produktų vystymą, pvz. nacionalinio paveldo.
18. Priimta į PTO	2003 m.	1976 m.	Lenkija yra žymiai labiau žinoma pasaulinėje turizmo rinkoje.	Siūloma Lietuvai plačiau pristatyti šalį užsienio rinkai, formuoti palankų šalies įvaizdį, didinti turizmo produktų patrauklumą.

Lyginant Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo rinkų raidos struktūrą daroma išvada, kad Lietuvos atvykstamąjį turizmą pagrindė sudaro turistai iš Latvijos ir Rusijos. Tuo tarpu Lenkijos atvykstamojo turizmo pagrindinę rinką sudarė turistai iš Vokietijos ir naujų ES šalių.



Nuo 1996 m. kelionių į Lietuvą tikslai nuolat kito, tačiau tiek nagrinėjamo laikotarpio pradžioje tiek ir 2007 m. duomenimis pagrindinis kelionių į Lietuvą tikslas – verslas.

Verslo kelionės taip pat yra ir vienas iš pagrindinių kelionių į Lenkiją motyvų, jau kelis metus iš eilės turintis tolygią tendenciją. Antrą vietą užima tranzito kelionės, kurio svarba per pastaruosius šešis metus padidėjo 10 proc. Lenkijos patrauklumas daugeliui šalių pasižymi kaip svarbus ekonominis verslo partneris.

Į Lenkiją ir į Lietuvą užsienio turistai daugiausiai atvyksta kelių transportu. Lenkijos vienadieniai turistai į Lietuvą pagrinde keliauja automobiliais.

Nors bendras į Lietuvą atvykusių užsieniečių skaičius nuo 1999 m. nuosekliai mažėjo, pajamos iš atvykstamojo turizmo padidėjo. Per 11 metų atvykstamojo turizmo pajamos padidėjo 1,64 milijardo litų ir 2007 m. sudarė 2,9 milijardo litų.

Tuo tarpu Lenkijos turizmo pajamos 2007 m. sudarė 10,573 milijardų JAV dolerių. Tai 3,6 karto daugiau nei Lietuvos atvykstamojo turizmo pajamos.

Lietuvos atvykstamojo turizmo išlaidos per vieną kelionę 2007 m. vidutiniškai sudarė 1179,9 Lt. Daugiausiai Lietuvoje išleidžia Azijos šalių, Amerikos ir Vokietijos turistai.

Lenkijos daugiausiai per dieną 1997 m. išleido vidutiniškai turistai išleisdavo po 203 USD. Lyginant 2003 m. ir 2007 m. duomenis daroma išvada, kad vidutinės išlaidos smarkiai pakilo nuo 160 iki 253 JAV dolerių kiekvienam asmeniui. Tokių išlaidų didėjimą iš dalies galima paaiškinti dolerio kurso kritimu. Daugiausiai šalyje išlaidų 2007 m. patyrė užjūrio šalių turistai (557 USD vienam asmeniui), kurių išlaidos per vieną kelionę viršijo vidutinišką išlaidų kiekį šalyje daugiau nei 2 kartus. Antroje pagal išlaidas pozicijoje yra Prancūzijos turistai ir trečioje – Vokietijos turistai. Lietuvos turistų išlaidos nesiekia vidutiniškų turistų išlaidų Lenkijoje.

Lenkijos turistų rinka Lietuvos apgyvendinimo įmonėse sudarė 13,5 proc. visų apgyvendintų užsieniečių. Tuo tarpu turistų srautai su nakvyne iš Lietuvos turėjo tik 2 proc. rinkos dalį.

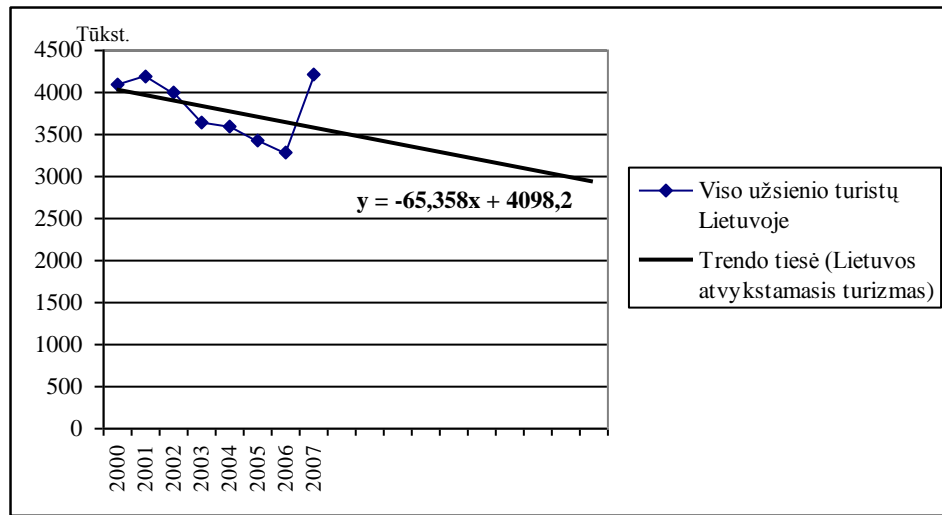
## 4. LIETUVOS IR LENKIJOS ATVYKSTAMOJO TURIZMO VYSTYMO PROGNOZĖS

Prognozavimo tikslas – nustatyti Lietuvos ir Lenkijos turizmo sektoriaus sudedamųjų vystymosi galimybes ir palyginti galimus vystymosi skirtumus.

### 4.1. Lietuvos atvykstamojo turizmo prognozė

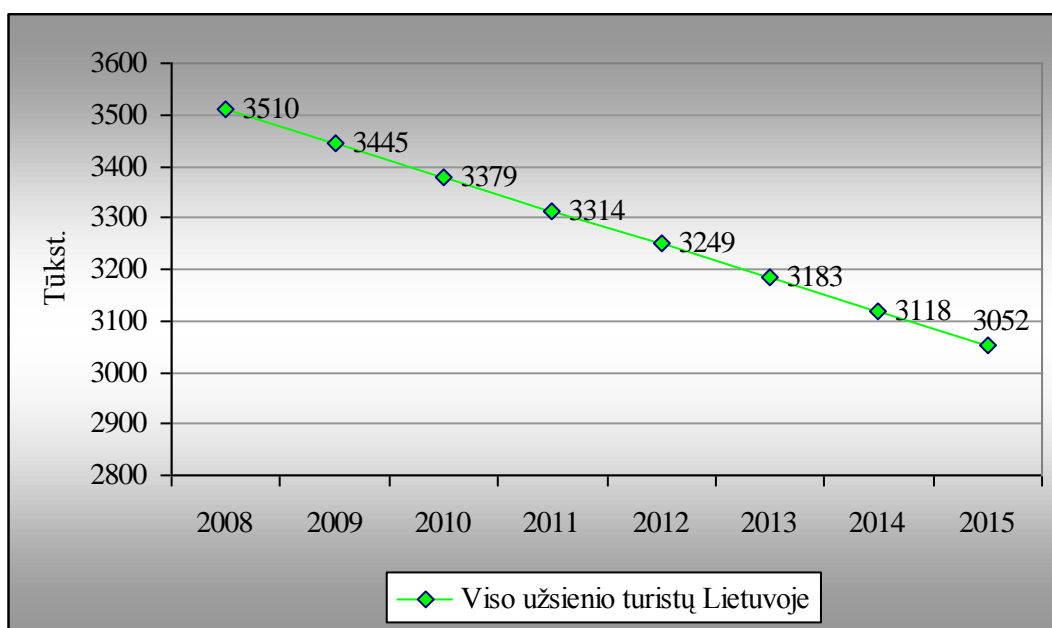
Pirmas tyrimo uždavinys – nustatyti Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo srautų, apgyvendinimo, tikslų, pagal transporto rūšis ir turizmo pajamų 2008-2015 m. prognozes.

Lietuvos atvykstamojo turizmo 2008-2015 m. prognozės apskaičiuojamos naudojant formulę (žr. 13 pav.).



13 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo trendo tiesė 2008-2015 m. prognozei

2008-2015 m. prognozės skaičiavimo formulė viena iš reikšmių gauta su minuso ženklu.

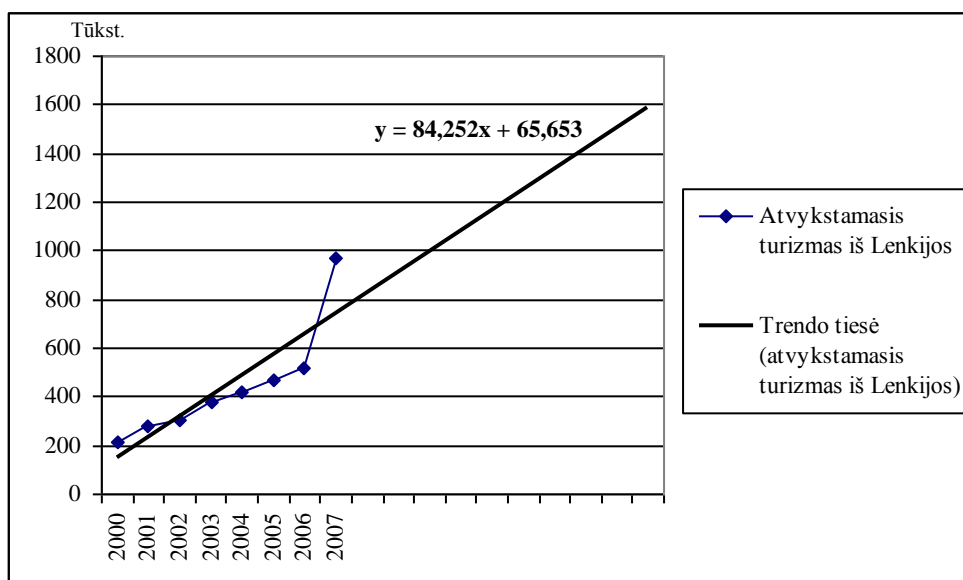


14 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo 2008-2015 m. prognozė, (tūkst.)

Lietuvos atvykstamojo turizmo 2008-2015 m. prognozė rodo turizmo srautų kasmetinį mažėjimą apie 1,8 proc. Taigi iki 2015 m. turizmo srautai į Lietuvą gali sumažėti apie 15 proc. Jei prognozės pasitvirtins tai turės neigiamos įtakos turizmo sektoriaus ekonomikai bei kitoms sritims.

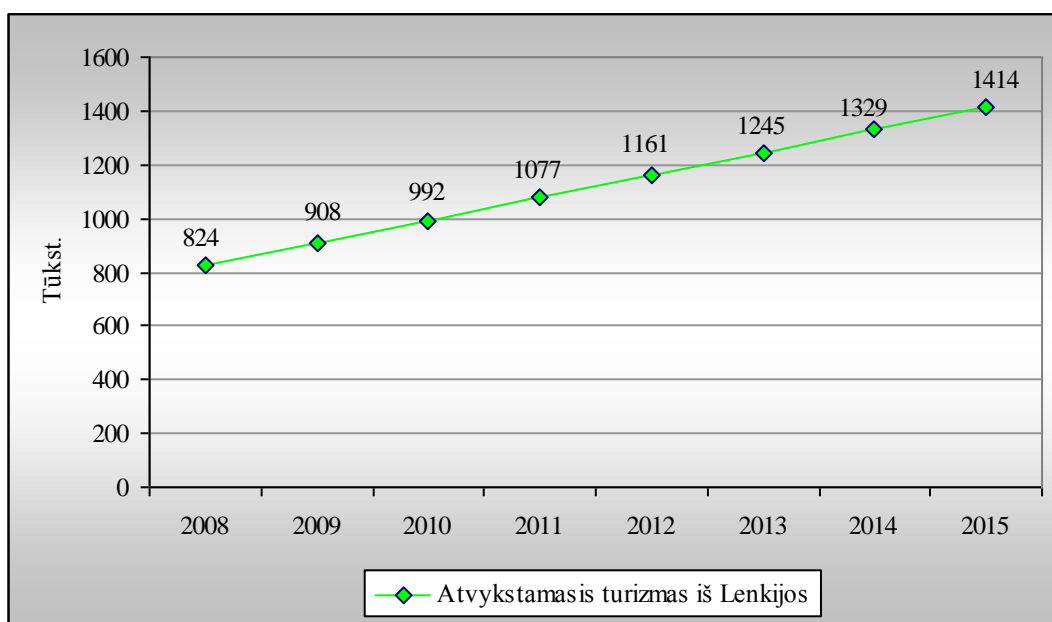
Prognozuojama, kad ateinančius septynis metus turistų srautai į Lietuvą nuosekliai mažės.

Lietuvos turizmo srautų iš Lenkijos prognozės skaičiavimo formulė (15 pav.).



15 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo iš Lenkijos trendo tiesė 2008-2015 m. prognozei

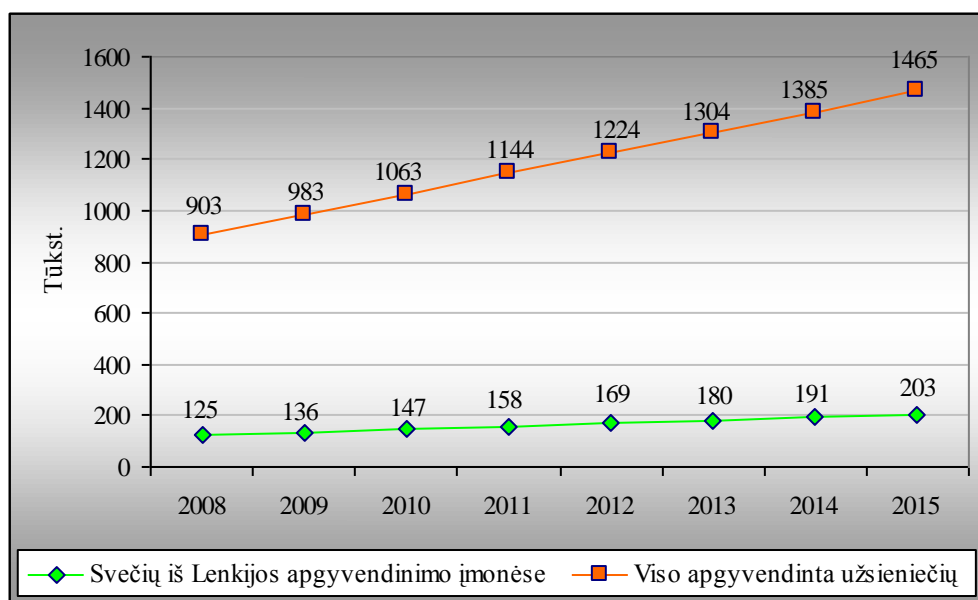
Pritaikius formulę apskaičiuojama 2008-2015 m. turizmo srautų iš Lenkijos prognozė (žr. 16 pav.).



16 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo iš Lenkijos 2008-2015 m. prognozės, (tūkst.)

Galima prognozuoti turizmo srautų iš Lenkijos į Lietuvą didėjimą kiekvienais metais vidutiniškai apie 6,7 proc. Daroma išvada, kad per ateinančius septynis metus Lenkijos turistų skaičius Lietuvoje padidės 72 proc.

Sekančiame tyrimo etape prognozuojami užsienio turistų srautai pagal jų apgyvendinimą Lietuvos įmonėse (žr. 17 pav.).

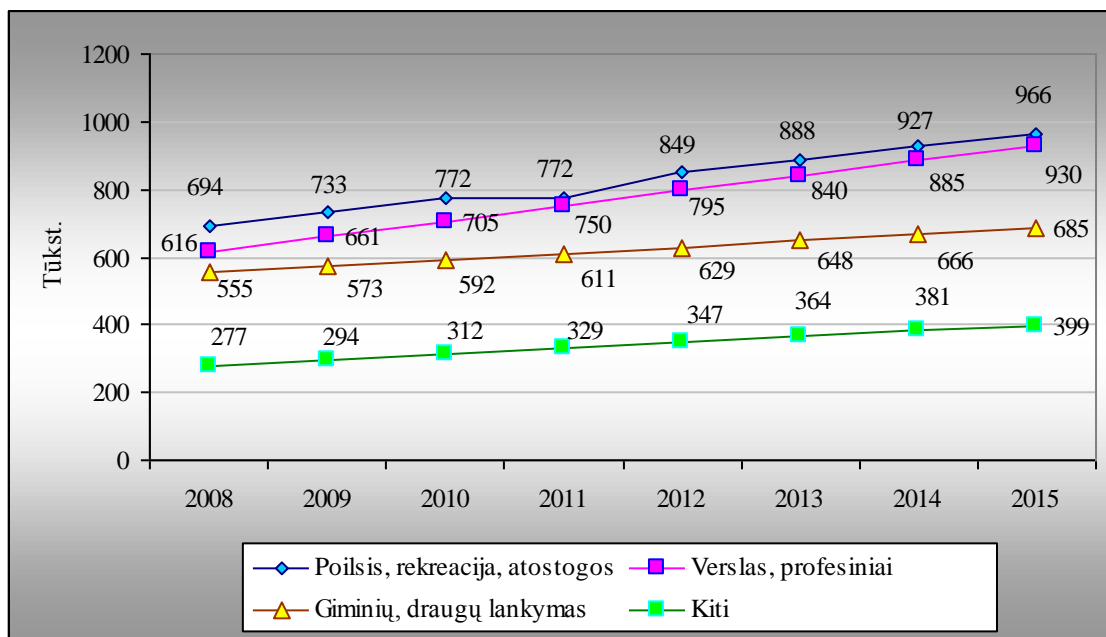


17 pav. Svečių iš užsienio bendrai ir iš Lenkijos Lietuvos apgyvendinimo įmonėse 2008-2015 m. prognozė, (tūkst.)

Svečių Lietuvos apgyvendinimo įmonėse ateinančius septynis metus daugės – kiekvienais metais vidutiniškai po 8 proc. svečių bendrai tiek ir iš Lenkijos atskirai. Svečiai iš Lenkijos 2015 m. sudarys 13,8 proc. visų svečių rinkos.

Atsižvelgiant į gautas prognozes galima teigti, kad Lietuvos apgyvendinimo įmonėms yra aktualu numatyti Lenkijos turistų srautų augimą ir atsižvelgti į šios rinkos poreikius, pavyzdžiui, būtina įdarbinti aptarnaujantį personalą mokantį lenkų kalbą, vertybes ir t.t.

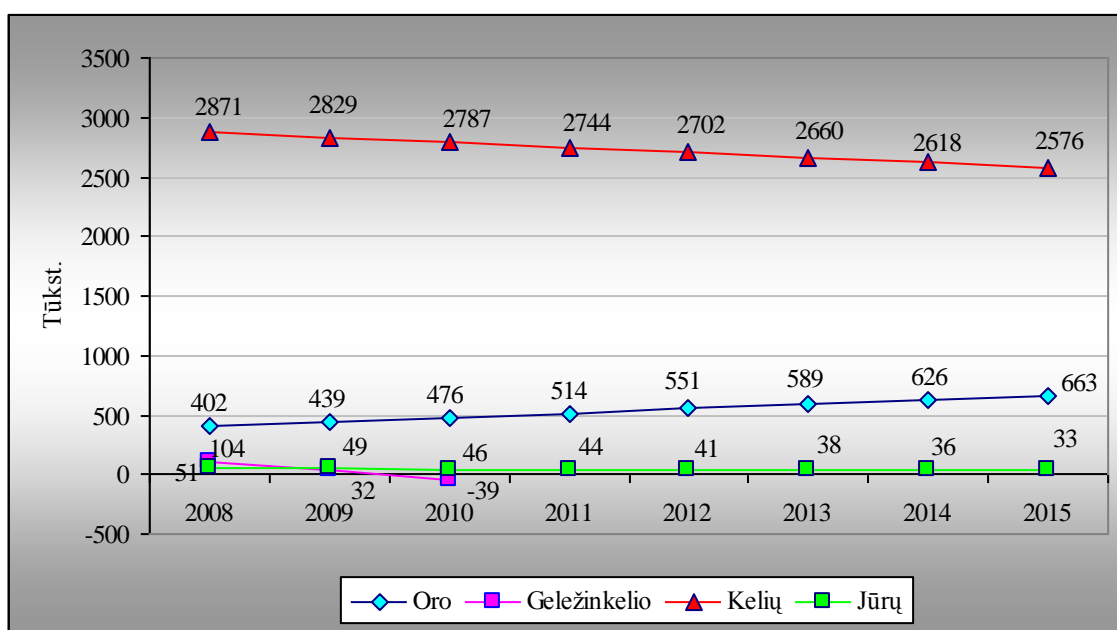
Turistų kelionės į Lietuvą susijusios su įvairiais tikslais (žr. 18 pav.).



18 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo pagal kelionės tikslus 2008-2015 m. prognozės, (tūkst.)

Svarbiausiais į Lietuvą kelionių tikslais išliks poilsis-rekreacija-atostogos bei verslo-profesiniai tikslai (18 pav.). Kiti tikslai daugeliu atvejų apima apsipirkimo tikslus.

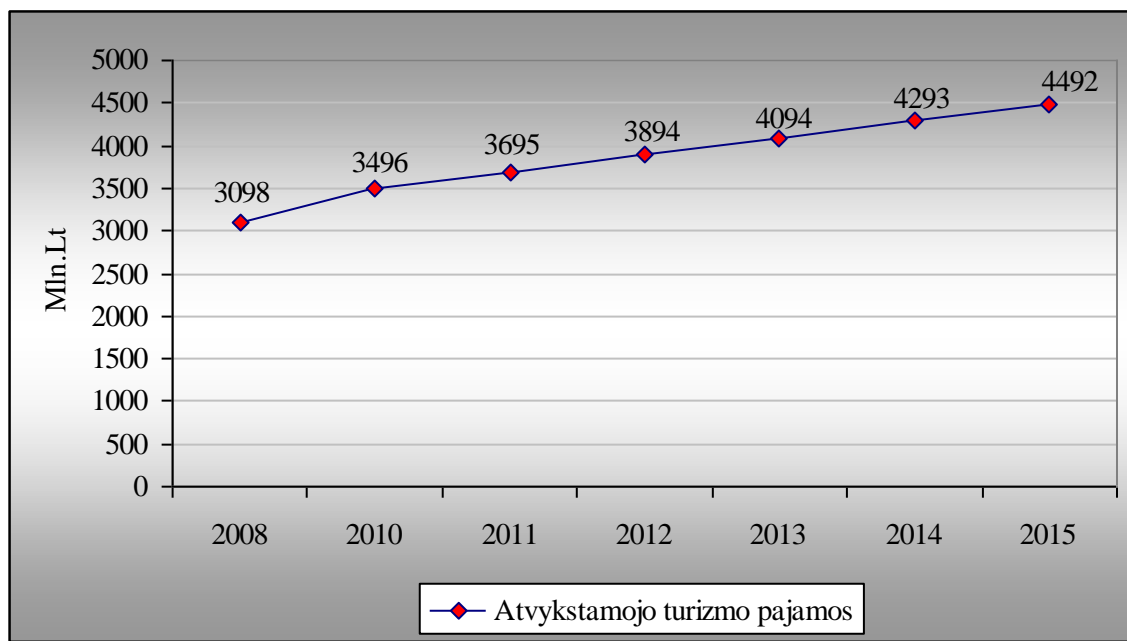
Daroma išvada, kad Lietuvai pirmiausia tikslinga vystyti laisvalaikio turizmo sektorių bei sudaryti palankias verslo vystymo sąlygas.



19 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo pagal transporto rūšis 2008-2015 m. prognozės, (tūkst.)

Kelių transporto reikšmė mažės ir oro transporto populiarumas didės (žr. 19 pav.). Geležinkelio transportas pagal prognozes nuo 2010 m. turi neigiamą tendenciją (-39 tūkst.).

Daroma išvada, kad kelių transportas ateityje išliks populiariausia kelionių į Lietuvą priemone. Antroje vietoje – oro transportas. Atkreiptinas dėmesys, kad geležinkelio transportas patiria didelę konkurenciją tarp kitų turizmo transporto rūšių. Jūrų transporto populiarumas ateityje taip pat mažės.



20 pav. Lietuvos atvykstamojo turizmo pajamų 2008-2015 m. prognozės, (mln. Lt)

Lietuvos atvykstamojo turizmo pajamų prognozės rodo jų didėjimą apie 1,4 mlrd. Lt per ateinančius septynis metus (žr. 20 pav.).

Remiantis gautomis turizmo srautų į Lietuvą mažėjimo prognozėmis (žr. 14 pav.) galima daryti išvadą, kad pajamų augimas bus sąlygotas brangstančių turizmo produktų ir paslaugų.

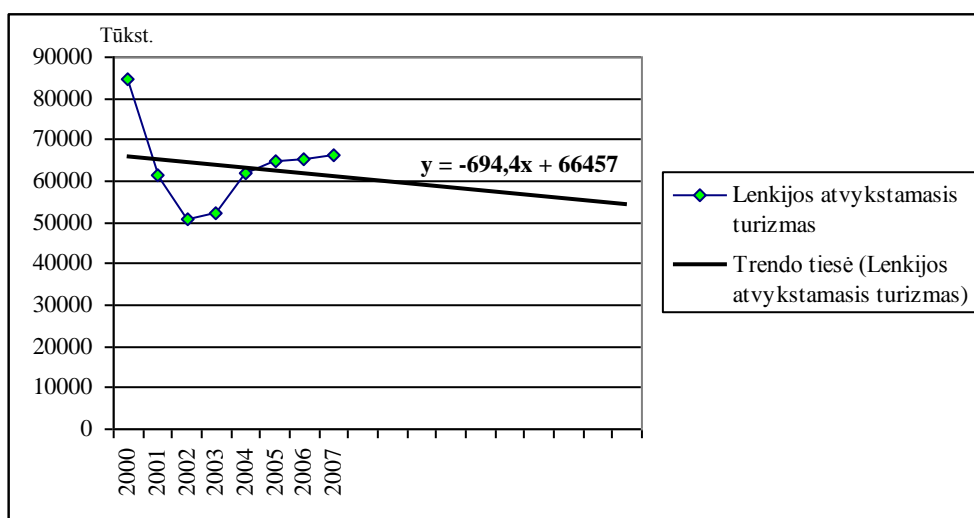
Apibendrinant galima teigti, kad nors turistų srautai ateityje turi prognozuojamo mažėjimo tendenciją, turistų srautai iš Lenkijos padidės, taip pat kaip ir pajamos iš turizmo.

Sekantis tyrimo etapas apima Lenkijos atvykstamojo turizmo prognozes.

#### 4.2 Lenkijos atvykstamojo turizmo prognozės

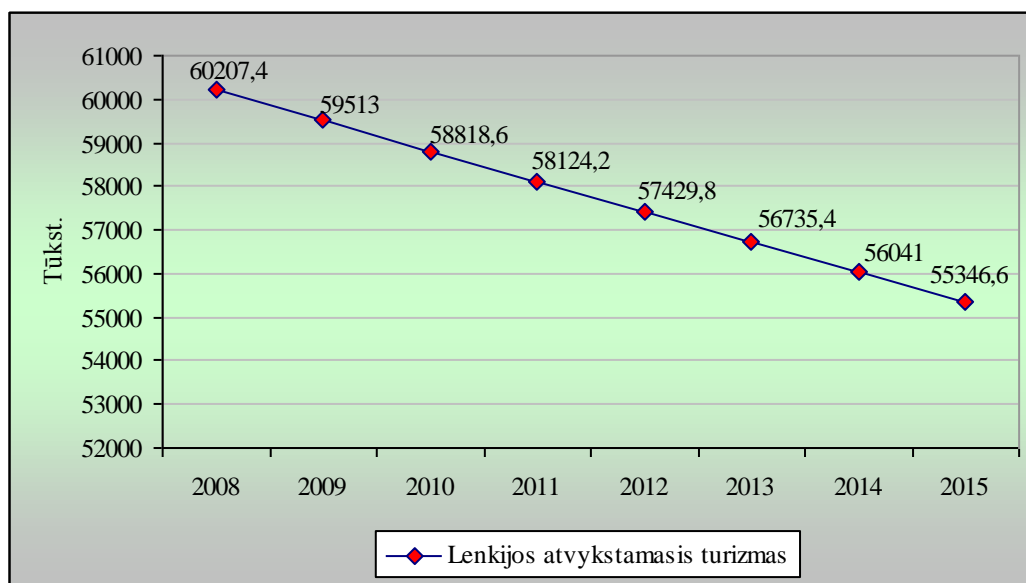
Antras tyrimo uždavinys nustatyti Lenkijos atvykstamojo turizmo srautų, apgyvendinimo, tikslų, pagal transporto rūšis, išlaidų ir pajamų 2008-2015 m. prognozes.

Lenkijos atvykstamojo turizmo prognozės, rodančios lankytojų skaičiaus pokyčius apskaičiuotos pagal trendo tiesės formulę (žr. 21 pav.).



21 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo 2000-2015 m. trendo tiesė

Atkreiptinas dėmesys, kad formulėje vienas iš gautų kintamųjų yra minusinis. Tai turėjo įtakos Lenkijos atvykstamojo turizmo neigiamoms tendencijoms (žr. 22 pav.). Paveikslas vaizduoja, kad atvykstančių turistų, per nagrinėjamą laikotarpį, šalyje mažės.



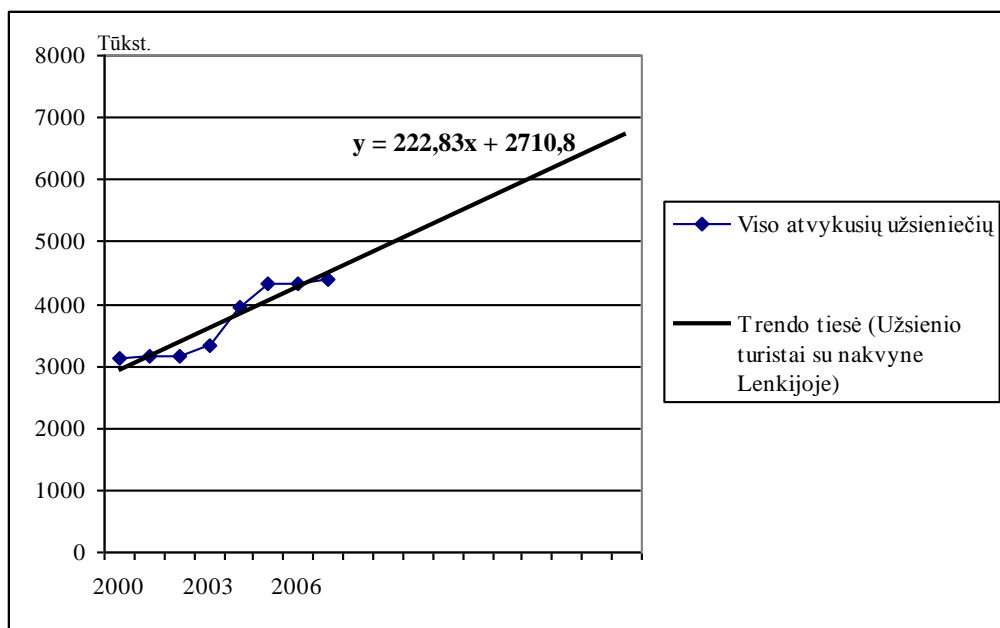
22 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo prognozė 2008-2015 m., (tūkst.)

Kaip ir Lietuvos, Lenkijos atvykstamasis turizmas turi srautų mažėjimo prognozę, apie 1,2 proc. per metus.

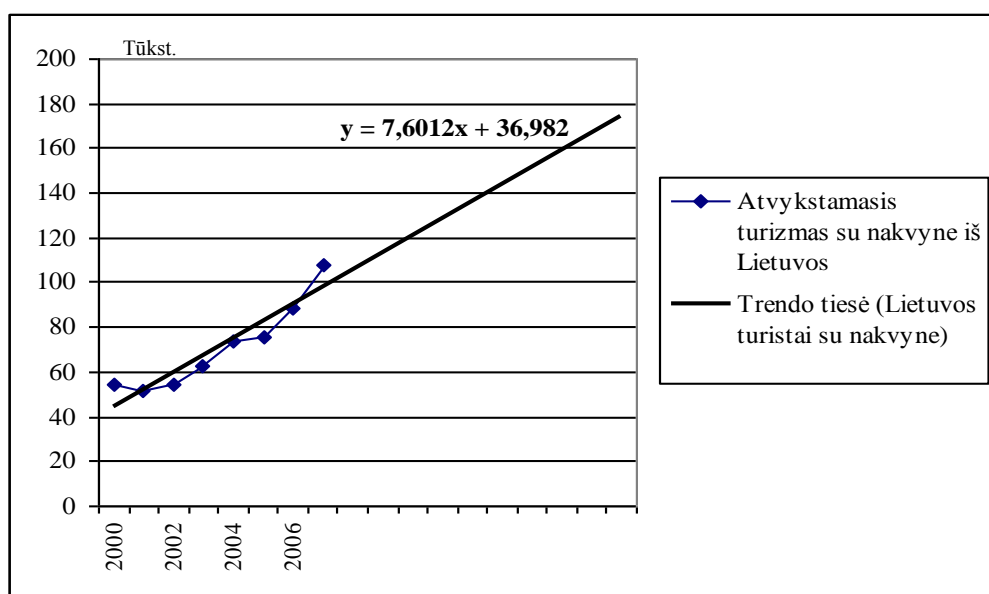
Daroma išvada, kad Lenkijos atvykstamojo turizmo srautai ateityje gali sumažėti, tai neigiamai atsilieps Lenkijos turizmo sektoriui.

Toliau apskaičiuojamos į Lenkiją atvykstančių užsienio turistų su nakvyne srautų trendo tiesės (žr.23 ir 24 pav.).

Gauti duomenys rodo, kad apgyvendinimo paslaugomis kiekvienais metais naudosis vis daugiau į šalį atvykstančių turistų.



23 pav. Į Lenkiją atvyksiančių užsieniečių su nakvyne trendo tiesė

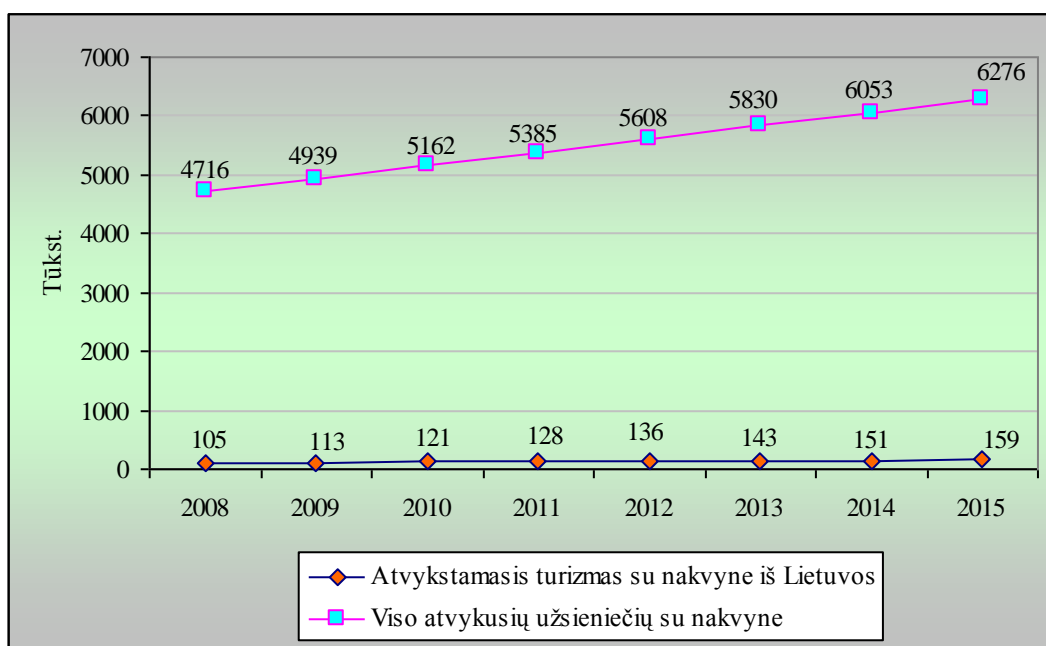


24 pav. Atvykstamojo turizmo iš Lietuvos su nakvyne Lenkijoje trendo tiesė

Pagal gautas formules apskaičiuojama Lenkijos svečių apgyvendinimo įstaigose prognozės (žr. 25 pav.).

Prognozuojant nustatyta, kad svečių apgyvendinimo įmonėse daugės. Ši tendencija stebima tiek bendrame atvyksiančių turistų skaičiuje, tiek ir turistų iš Lietuvos.



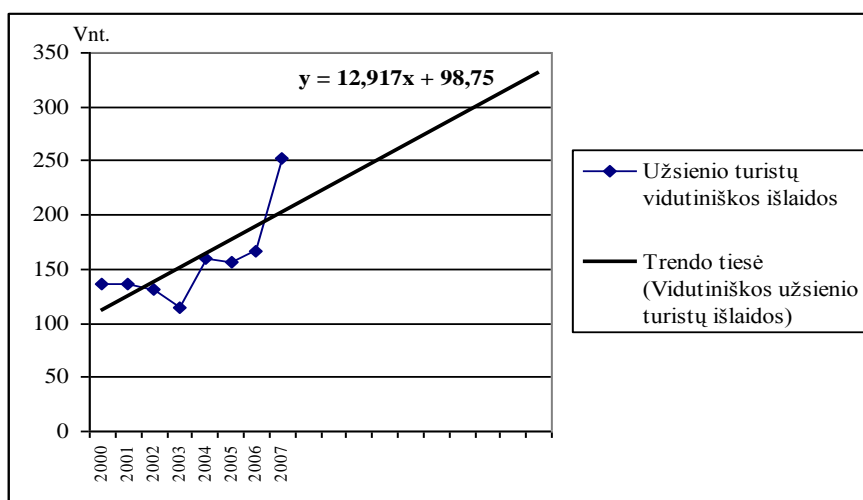


25 pav. Užsienio turistų su nakvyne Lenkijoje prognozės 2008-2015 m., (tūkst.)

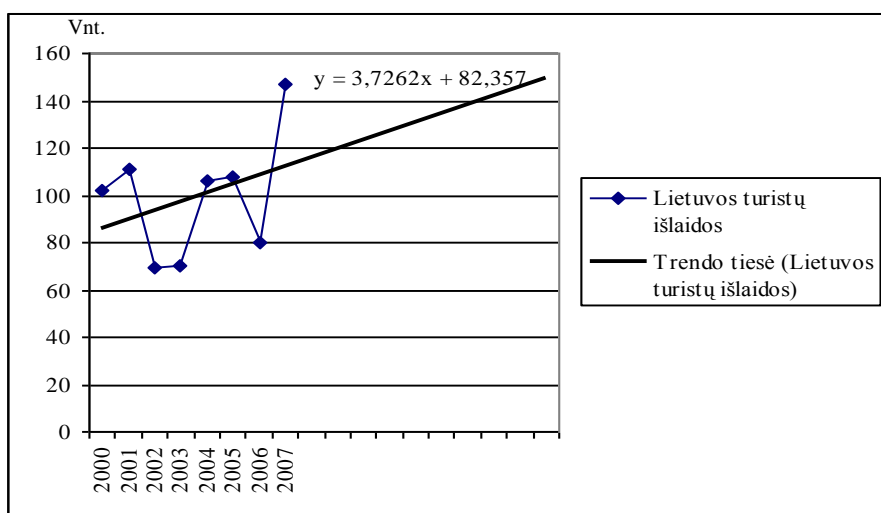
Stebima tolygi atvykstamojo turizmo su nakvyne srautų į Lenkiją augimo prognozė – kiekvienais metais vidutiniškai po 4,7 proc., per septynis metus 33 proc. Turistų su nakvyne skaičius iš Lietuvos per tą patį laikotarpį padidės 51 proc. Lietuvos turistų skaičius 2015 m. sudarys 2,5 proc. bendros turistų su nakvyne rinkos dalies.

Daroma išvada, kad Lenkijos svečių apgyvendinimo įstaigose, tame tarpe ir iš Lietuvos, prognozuojamas skaičius didės.

Toliau pagal formulę (žr. 26, 27 pav.) apskaičiuojama užsienio turistų išlaidų Lenkijoje prognozė.

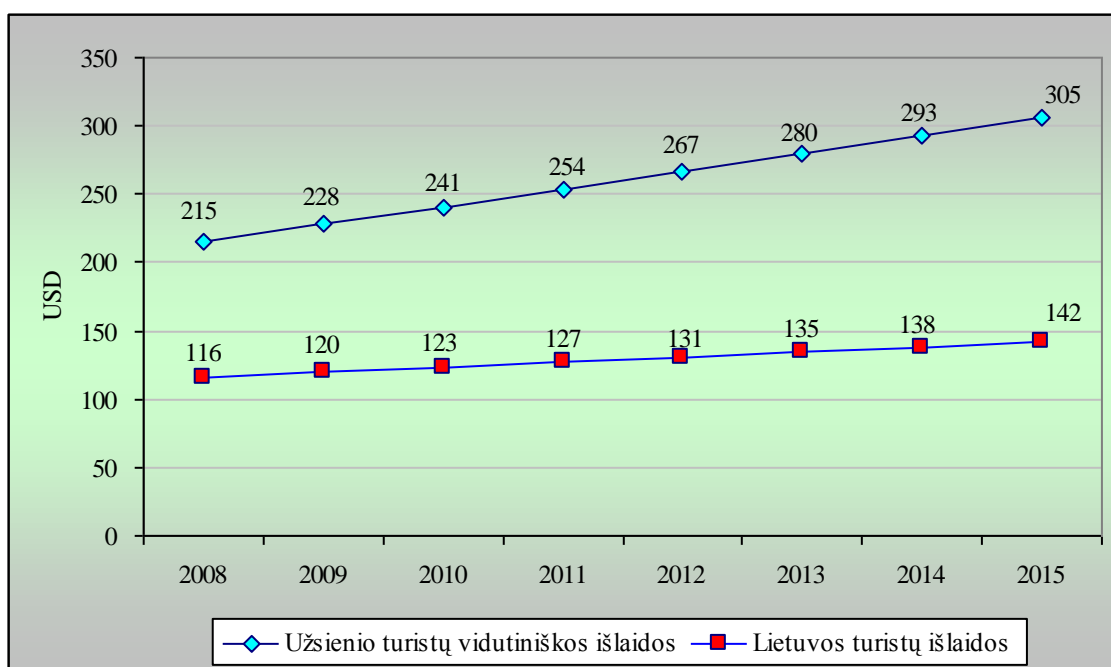


26 pav. Užsienio turistų vidutiniškų išlaidų Lenkijoje trendo tiesė



27 pav. Lietuvos turistų išlaidų Lenkijoje trendo tiesė

Apskaičiuojami turistų išlaidų Lenkijoje prognozės duomenys (žr. 28 pav.).

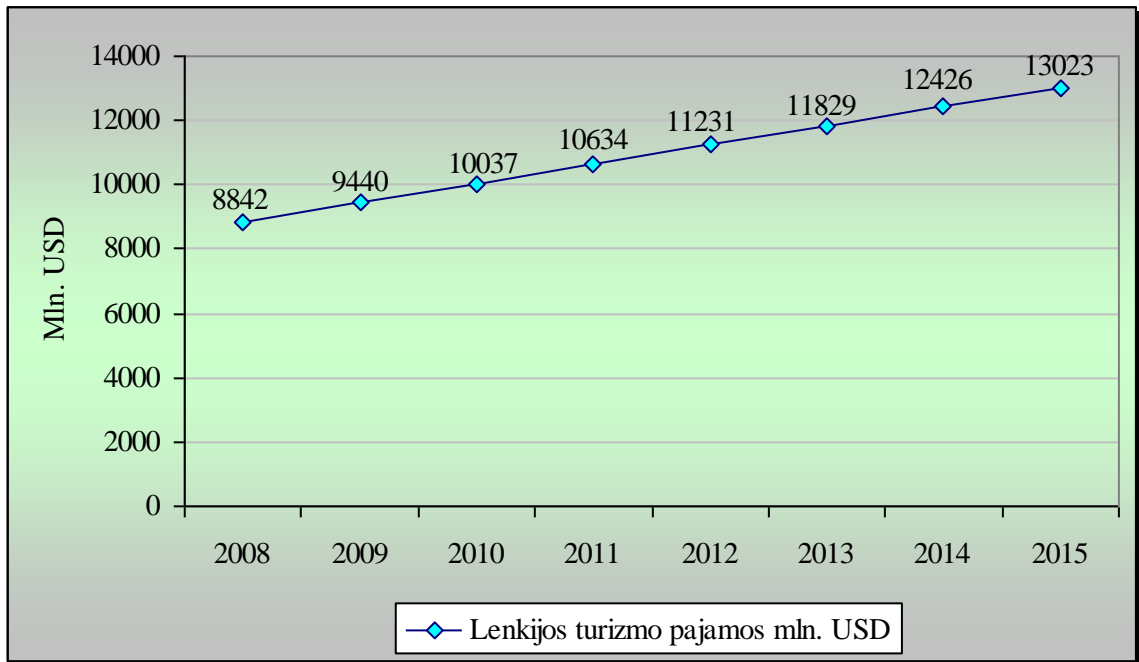


28 pav. Užsienio turistų vidutiniškų išlaidų Lenkijoje 2008-2015 m. prognozė, (USD)

Prognozavimo būdu išsiaiškinta, kad per ateinančius septynis metus vidutiniškos turistų išlaidos Lenkijoje padidės – 41 proc. visų užsienio turistų ir 22 proc. Lietuvos turistų.

Toliau apskaičiuojamos Lenkijos turizmo sektoriaus bendrų pajamų prognozės (žr. 29 pav.).

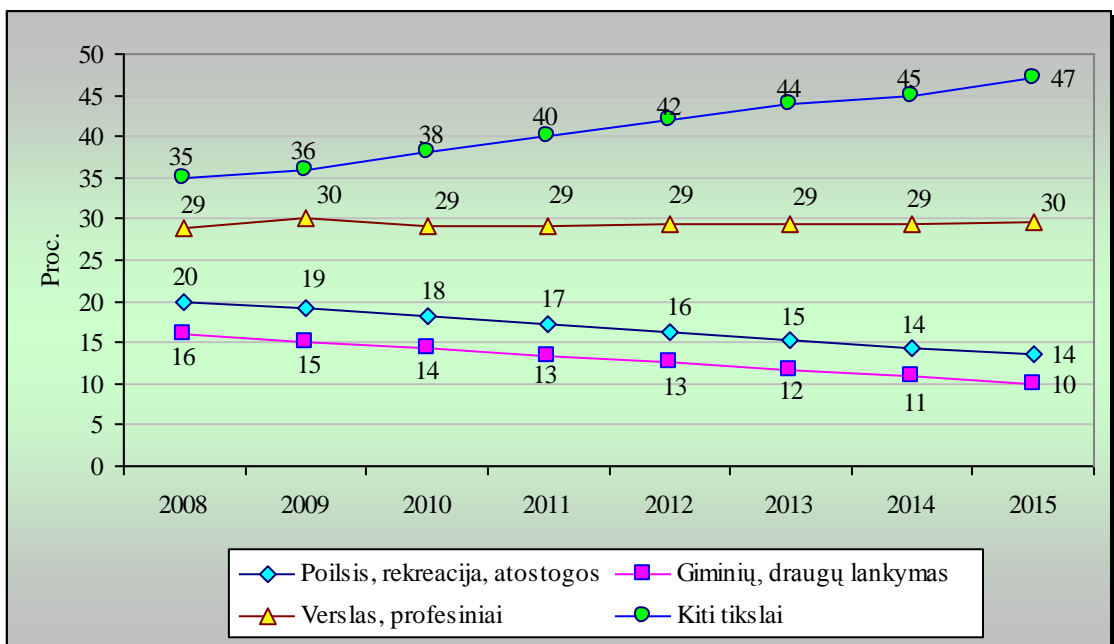
Pagal gautus duomenis, turizmo pajamos Lenkijoje per prognozuojamą laikotarpį didės.



29 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo pajamų 2008-2015 m. prognozės, (tūkst. USD)

Prognozės duomenys rodo, kad iki 2015 m. Lenkijos atvykstamojo turizmo pajamos padidės 47,3 proc.

Daroma išvada, kad ateityje, dėl didėjančių turistų išlaidų, Lenkijos turizmas gaus daugiau pajamų. Tai gali būti sąlygota padidėjusia turizmo produktų ir paslaugų pasiūla ir kaina, bei augančiais turistų vartojimo poreikiais.

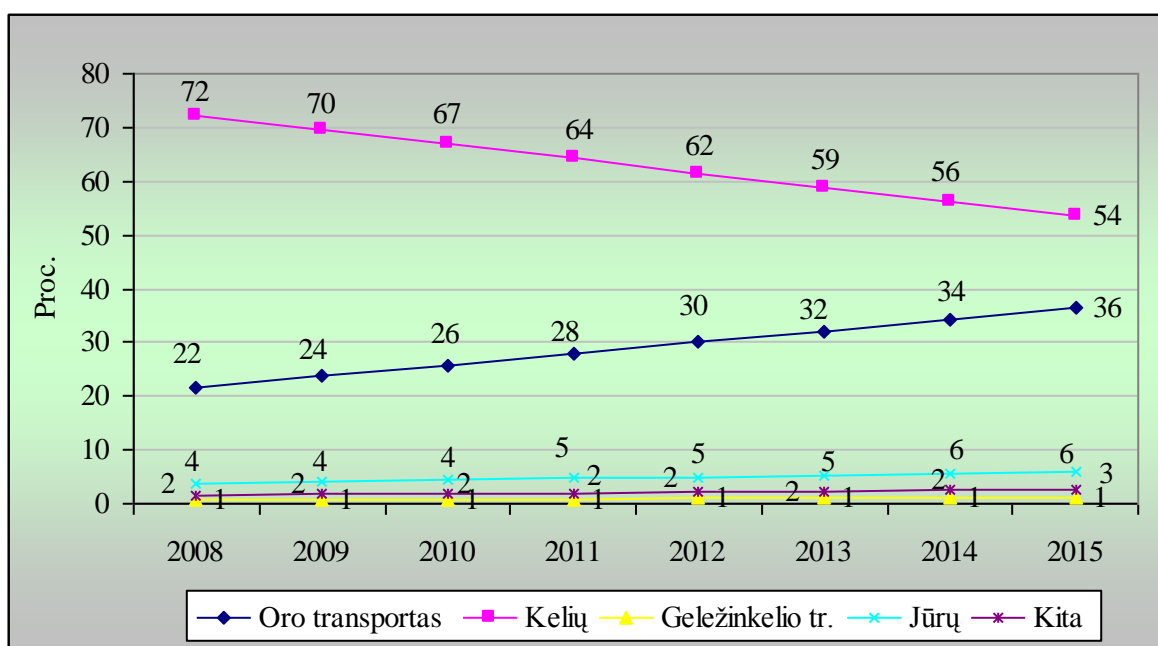


30 pav. Kelionių į Lenkiją tikslų 2008-2015 m. prognozės, (proc.)

Svarbiausi kelionių į Lenkiją tikslai yra tie, kurie priskiriami prie kitų tikslų kategorijos (žr. 30 pav.). Į šiuos tikslus daugeliu atvejų įeina tanzito ir apsipirkimo, be to, religiniai ir kiti tikslai. Antroje vietoje yra verslo-profesiniai tikslai. Poilsis ir rekreacija yra mažiau populiarus tikslas, kaip ir giminių bei draugų lankymas.

Prognozės rodo, kad ateinačius septynis metus didės apsipirkimo, tranzitinių ir verslo-profesinių tikslų Lenkijoje reikšmės. Galima daryti prielaidą, kad Lenkijos prekės ir paslaugos turi paklausą užsienio turistų tarpe.

Toliau prognozuojamas Lenkijos atvykstamasis turizmas pagal transporto rūšis (žr. 31 pav.).



31 pav. Lenkijos atvykstamojo turizmo pagal transporto rūšis 2008-2015 m. prognozės, (proc.)

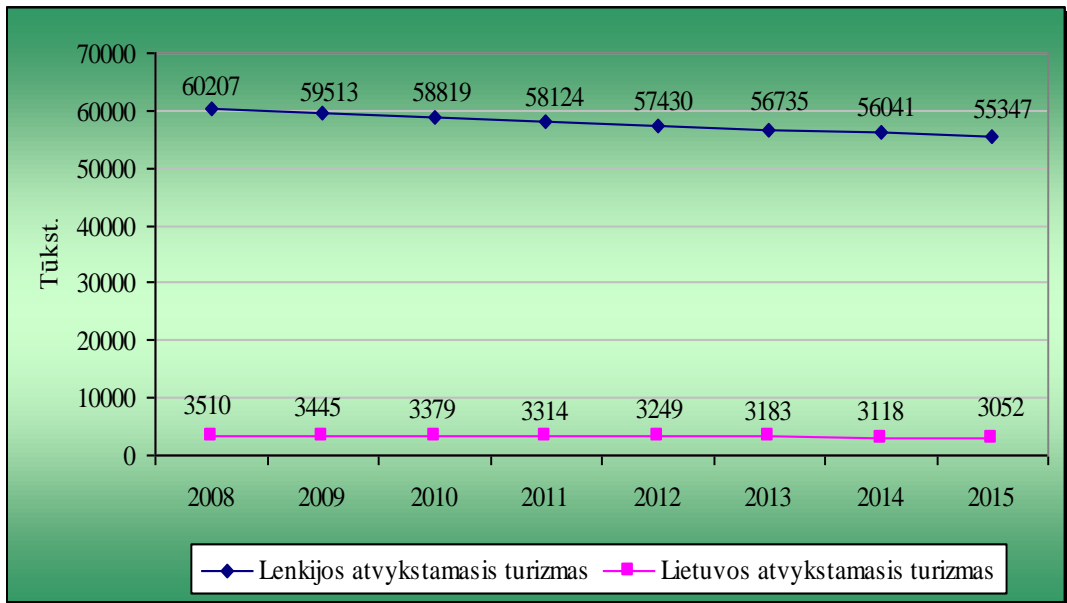
Kelių transportas turi mažėjančios reikšmės tendenciją – per prognozuojamus septynis metus ji sumažės 18 proc. Tuo tarpu oro transportas populiarės – 14 proc. per tą patį laikotarpį. Nežymus 3 proc. pokytis prognozuojamas kelionėms jūrų transportu. Tuo tarpu geležinkelio ir kitos transporto priemonių paklausa sumažės.

Daroma išvada, kad oro ir kelių transportas kelionėms į Lenkiją ateityje turės didžiausią paklausą užsienio turistų tarpe.

#### 4.3. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo prognozių palyginimas

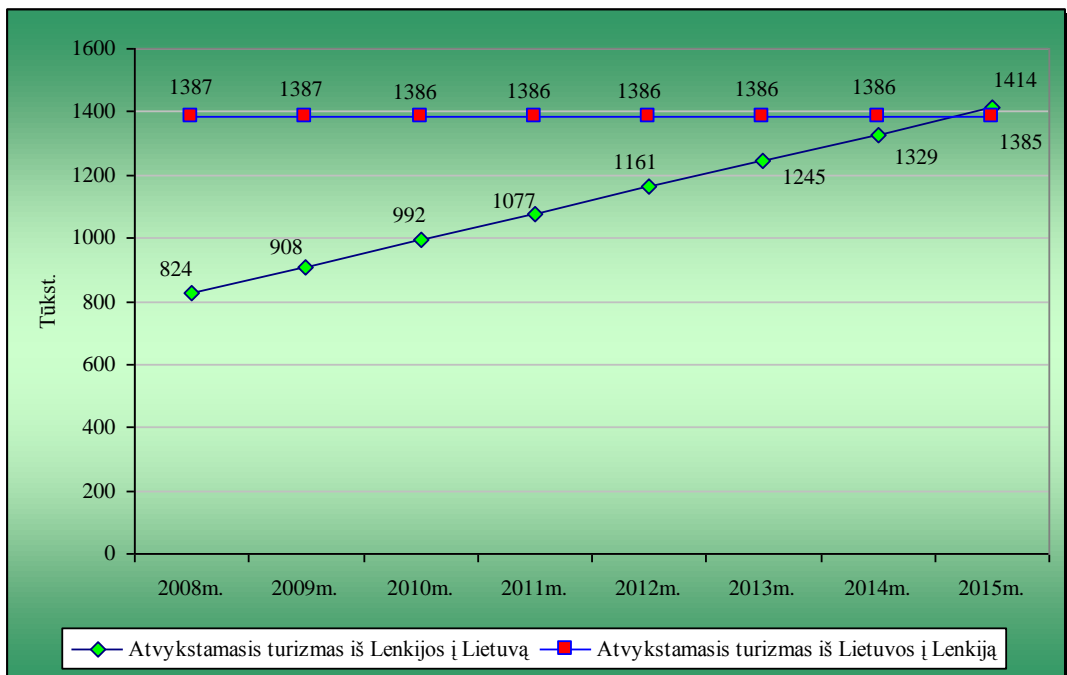
Kaip jau minėjome Lietuva ir Lenkija daug kuo skiriasi. Nežiūrint to bendros prognozių tendencijos yra kažkiek panašios. Abi šalys turi potencialą tolimesnei vystymosi raidai, tačiau tam turi būti gera valia, abipusės pastangos ir priemonės šio tikslo įgyvendinimui.

Prognozių palyginimas parodys skirtumus tarp Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo, kuriuos tikslinga vystyti.



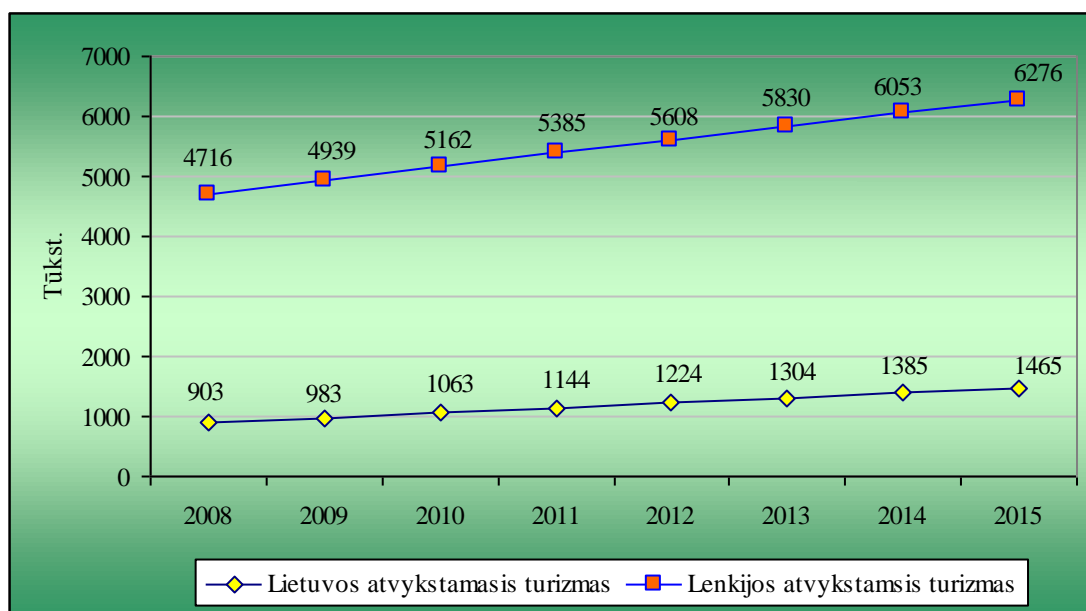
32 pav. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo 2008-2015 m. prognozių palyginimas, (tūkst.)

Lyginant Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo prognozes stebimas žymus skirtumas tarp šios srities šalių turizmo vystymosi. 2008 m. šis skirtumas sieks 17 kartų, 2015 m. – 18 kartų (žr. 32 pav.).



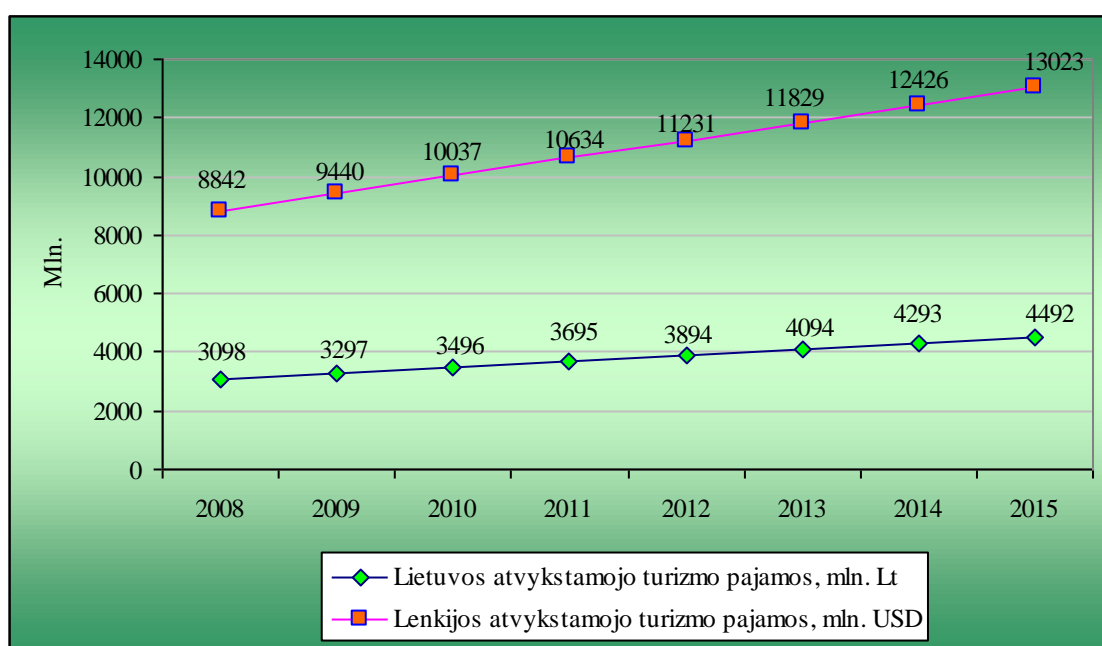
33 pav. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo tarp šalių 2008-2015 m. prognozių palyginimas

Stebimas tolygus Lietuvos turistų skaičius Lenkijoje per ateinančius septynis metus su nedidele (apie 2 tūkst. turistų per prognozuojamą laikotarpį) mažėjimo tendencija (žr. 33 pav.). Tuo tarpu Lenkijos turistų Lietuvoje skaičius didės, per septynis metus – 68 proc. 2009 m. Lietuvos turistų Lenkijoje bus 53 proc. daugiau nei Lenkijos turistų Lietuvoje. 2015 m. Lenkijos turistų skaičius Lietuvoje viršys Lietuvos turistų skaičių Lenkijoje apie 29 tūkst.



34 pav. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo su nakvyne 2008-2015 m. prognozių palyginimas (tūkst.)

Pagal prognozes į Lenkiją ir į Lietuvą turistų skaičius su nakvyne palaipsniui didės (žr. 34 pav.). 2008 m. Lenkijos atvykstamasis turizmas su nakvyne daugiau nei 5 kartus viršys Lietuvos analogiškus rodiklius. 2015 m. šis skirtumas sumažės iki 4,3 karto.



35 pav. Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo pajamų prognozių palyginimas, mln.

Lenkijos atvykstamojo turizmo pajamos 2008 m. viršys Lietuvos turizmo pajamas daugiau nei 7 kartus (konvertavus valiutą). 2015 m. šis skirtumas padidės iki 7,8 kartų.

Apibendrinus gautus duomenis galima daryti išvadą, kad Lenkijos atvykstamasis turizmas pagal pagrindinius kriterijus vystysis sparčiau nei Lietuvos turizmas, išskyrus tarpusavio turizmo vystymąsi – Lietuvos turistų skaičius Lenkijoje viršys Lenkijos turistų skaičių Lietuvoje. Tačiau ir šis rodiklis 2015 m. pasikeis į Lietuvai neigiamą pusę. Atvykstamojo turizmo srautai per ateinančius septynis metus mažės, tačiau apgyvendinimo įmonėse svečių daugės. Pagrindiniai kelionių tikslai yra panašūs – verslas ir profesiniai. Turizmo pajamos abiejose šalyse didės. Šios tendencijos rodo, kad turizmo raida tiek Lenkijoje tiek ir Lietuvoje turi tam tikras vystymosi tendencijas. Tačiau šalys turi dėti pastangų atvykstamojo turizmo skatinimui.

### **Tyrimo apibendrinimas.**

1. Lietuvos atvykstamojo turizmo 2008-2015 m. prognozė rodo turizmo srautų kasmetinį mažėjimą apie 1,8 proc. Jei prognozės pasitvirtins, tai turės neigiamos įtakos turizmo sektoriaus ekonomikai bei kitoms sritims. Per ateinančius septynis metus Lenkijos turistų skaičius Lietuvoje padidės 72 proc.
2. Svečiai iš Lenkijos 2015 m. sudarys 13,8 proc. visų svečių rinkos. Todėl Lietuvos apgyvendinimo įmonėms yra aktualu numatyti Lenkijos turistų srautų augimą ir atsižvelgti į šios rinkos poreikius.
3. Svarbiausiais į Lietuvą kelionių tikslais išliks poilsis-rekreacija-atostogos bei verslo-profesiniai tikslai. Kelių transporto reikšmė mažės ir oro transporto populiarumas didės.
4. Lietuvos atvykstamojo turizmo pajamų prognozės rodo jų didėjimą apie 1,4 mlrd. Lt per ateinančius septynis metus.
5. Lenkijos atvykstamasis turizmas turi srautų mažėjimo prognozę, apie 1,2 proc. per metus. Atvykstamojo turizmo su nakvyne srautų į Lenkiją augimo prognozė – per septynis metus 33 proc. Turistų su nakvyne skaičius iš Lietuvos per tą patį laikotarpį padidės 51 proc.
6. Iki 2015 m. Lenkijos atvykstamojo turizmo pajamos padidės 47,3 proc.
7. Svarbiausi kelionių į Lenkiją tikslai bus tanzito, apsipirkimo ir verslo bei profesiniai. Kelių transporto paklausa per prognozuojamus septynis metus sumažės 18 proc. Tuo tarpu oro transportas taps populiariesnis – 14 proc.
8. Lyginant Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo prognozes stebimas žymus skirtumas tarp šios srities šalių turizmo vystymosi. 2008 m. šis skirtumas sieks 17 kartų, 2015 m. – 18 kartų.
9. Lietuvos turistų skaičius Lenkijoje mažės, o Lenkijos turistų Lietuvoje daugės. 2015 m. Lenkijos turistų skaičius Lietuvoje viršys Lietuvos turistų skaičių Lenkijoje apie 29 tūkst.

## IŠVADOS IR SIŪLYMAI

Atlikus mokslinės literatūros apžvalgą, Lietuvos ir Lenkijos turizmo raidos bei situacijos analizę, prognozavimo metodu nustačius šalių atvykstamojo turizmo vystymosi prognozes ir jas palyginus, padaromos tokios išvados:

1. Lietuvos pagrindinė atvykstamojo turizmo rinka 2007 m. NVS šalys 32%, Latvija 24% ir Lenkija 19 proc. Turistų srautai iš Lenkijos nuosekliai didėja nuo 2000 m. daugiau nei tris kartus. Šiuo metu Lenkijos vienadieniai turistai sudaro didžiausią šios rinkos dalį Lietuvoje. Teigiamą atvykstamojo turizmo raidą sąlygojo istoriniai bendros erdvės ryšiai su kaimyninėmis šalimis, išvystyta kelių ir geležinkelių infrastruktūra. Prognozuojant nustatyta, kad ateinančius septynis metus turistų srautai į Lietuvą nuosekliai mažės. Jei Lietuva nesiims operatyvių turizmo vystymo ir patrauklumo didinimo priemonių, šios prognozės pasitvirtins. Tuo tarpu Lenkijos turistų skaičius Lietuvoje iki 2015 m. padidės 68 proc.
2. 2007 m. Lenkijos svečiai sudarė didžiausią 17 proc. visų apgyvendintų svečių rinką Lietuvoje. Pagal prognozes 2015 m. šis skaičius sudarys 13,8 proc. visų svečių. Lenkijos svečių rinkos dalies mažėjimas sąlygotas svečių iš kitų šalių apgyvendinimo rinkos didėjimu. Nustatyta, kad svečių Lietuvos apgyvendinimo įmonėse ateinančius 7 metus daugės – kiekvienais metais vidutiniškai po 8 proc. Iš to seka, kad apgyvendinimo įmonės ateityje bus patrauklios užsienio turistams savo paslaugų ir produktų kokybe bei kaina.
3. Kelionių į Lietuvą tikslai nuolat kito: 2000 m. – giminių bei draugų lankymas ir verslas; 2002 m. – poilsio ir rekreacijos. Pagrindiniai tikslai 2007 m. – verslas. Tai galėjo lemti padidėjusios užsienio investicijos Lietuvoje, bendros ES ekonominės erdvės atsiradimas. Pagal ateinančių 7 metų prognozes svarbiausiais į Lietuvą kelionių tikslais bus: poilsis-rekreacija-atostogos (33 proc. 2015 m.), verslo-profesiniai tikslai (31 proc., 2015 m.). Tai galima pagrįsti išvystyta Lietuvos kurortų paklausa, turimais gamtiniais ištekliais, vandens telkinių gausa, apgyvendinimo paslaugų padidėjusia pasiūla, bendra ekonomine ES verslo ir darbo rinka. Investicijų panaudojimas turizmo paslaugų vystymui paskatintų kitų verslų vystymąsi ir tuo pačiu kitų tikslų kelionių į Lietuvą bei Lenkiją reišmės didėjimą.
4. Kelionės į Lietuvą oro transportu per septynis metus padidėjo beveik 3,5 karto. Kelionės geležinkeliu sumažėjo 5,3 karto. Nežiūrint žymiai pabrangusių degalų, kelionės kelių transportu nuosekliai didėja. Tai galima paaiškinti tuo, kad kelių transportas patogiausias dėl jo geriausios galimybės pasiekti įvairius turizmo objektus, ypač vienadieniams turistams atvykusiems apsipirkimo tikslu. Pagal prognozes kelių transportas ateityje išliks populiariausia kelionių į Lietuvą priemonė (79 proc. 2015 m.). Antroje vietoje – oro transportas (20 proc. 2015 m.). Geležinkelių transportas patirs didelę konkurenciją ir praras paklausą.



5. Lenkijos turizmo pajamos 3,6 karto viršija Lietuvos turizmo pajamas (2,9 mlrd.). Tai lėmė didesnis turistų skaičius Lenkijoje. Tačiau lyginant su turistų skaičiaus skirtumais (Lenkijos viršija 15 kartų) galima daryti išvadą, kad Lietuvos turizmo produktai yra žymiai brangesni. Lietuvos atvykstamojo turizmo pajamų prognozės rodo jų didėjimą 1,8 mln. Lt per ateinančius 7 metus. Kadangi turistų skaičius turi mažėjimo prognozę, pajamų augimas gali būti sąlygotas brangstančių turizmo produktų ir paslaugų.
6. Lenkijos atvykstamajame turizme dominuoja Vokietija 57 proc. ir ES šalys 20 proc. Lietuvos turistų per 2007 m. sumažėjo 4,8 proc. Nustatyta, kad Lenkijos atvykstamasis turizmas turi srautų mažėjimo prognozę. Šią tendenciją patvirtina ir Lenkijos turizmo instituto pateikti statistiniai duomenys, kurie rodo, kad per pirmą 2008 pusmetį į Lenkiją atvyko 9 % mažiau turistų nei 2007 m. tą patį laikotarpį. Jei iki metų galo ši tendencija išliks tai patvirtins gautus prognozavimo duomenis pagal kuriuos 2008 m. atvykstamasis turizmas būtų 9,9 proc. mažesnis nei 2007 m. ir siektų 60,2 mln. turistų.
7. Lietuvos turistai dažniausiai yra vienadieniai Lenkijos lankytojai, todėl apgyvendinimo įmonėms neduoda reikšmingos ekonominės naudos. Per ateinančius 7 metus didės atvykstamojo turizmo Lenkijos apgyvendinimo įmonių paslaugų paklausa. Turistų su nakvyne skaičius iš Lietuvos per tą patį laikotarpį padidės 51 proc.
8. Prognozuojant nustatyta, kad vidutiniškos visų užsienio turistų išlaidos Lenkijoje per 7 metus padidės 41 proc., o Lietuvos turistų išlaidos 22 proc. Tai sąlygos reikšmingą Lenkijos turizmo sektoriaus pajamų indėlį į bendrąjį vidaus produktą. Tam įtakos gali turėti ne tik padidėjusi turizmo produktų ir paslaugų pasiūla ir kaina, bet ir augantys turistų vartojimo poreikiai.
9. Svarbiausi kelionių į Lenkiją tikslai yra tranzito ir apsipirkimo, antroje vietoje yra verslo ir profesiniai tikslai. 2008 m. laisvalaikio motyvas turi mažėjimo tendenciją (-7%). Tai rodo Lenkijos geografinės padėties patrauklumą. Be to, kaip verslo ir vartojimo prekių rinkos patrauklumą užsienio turistams. Tai gali būti sąlygota pigia darbo jėga, palankiomis produktų ir paslaugų kainomis, atitinkama produktų kokybe.
10. Oro ir kelių transportas kelionėms į Lenkiją ateityje turės didžiausią paklausą užsienio turistų tarpe. Tai sąlygota pigių skrydžių pasiūlos bei kelių transporto patogumo.
11. Lenkijos atvykstamasis turizmas pagal pagrindinius prognozių rodiklius vystysis sparčiau nei Lietuvos turizmas, išskyrus atvykstamojo turizmo vystymąsi tarp Lietuvos ir Lenkijos – Lietuvos turistų skaičius Lenkijoje viršys Lenkijos turistų skaičių Lietuvoje. Tačiau ir šis rodiklis 2015 m. pasikeis į Lietuvai neigiamą pusę.
12. Patvirtiname iškeltą hipotezę, kad Lietuvos turizmas turi palankias sąlygas ir galimybes ateityje vystyti atvykstamąjį turizmą su Lenkija, nes turi pakankamai užsienio turistų srautų, apgyvendinimo, transporto, turizmo infrastruktūros, kelionių tikslų ir pajamų turizmo raidos

vystymui. Tačiau jei šalys neefektyviai išnaudos turimus turizmo išteklius ateityje užsienio turistų srautai į šalis sumažės.

Remiantis padarytomis analizės ir prognozių išvadomis parengti turizmo vystymą galintys paskatinti **siūlymai**:

1. Siūloma didinti turistų srautus į Lietuvą tokiomis turizmo vystymo priemonėmis kaip: palankios vizų gavimo sąlygos NVS piliečiams; reguliariai tirti turistų poreikius; vykdyti reklamą per turizmo informacijos centrus užsienyje, dalyvauti tarptautinėse turizmo parodose; vykdyti tiesioginį bendradarbiavimą su užsienio šalių turizmo įstaigomis; vystyti tarptautinius turizmo projektus, pavyzdžiui: festivaliai, tarptautiniai pažintiniai maršrutai, folklorinės šventės.
2. Didėjant Lenkijos turistų skaičiui Lietuvoje, siūloma turizmo sektoriaus personalui kelti kvalifikaciją mokantis lenkų kalbą. Kadangi NVS šalių turistai yra pagrindinė Lietuvos atvykstamojo turizmo rinka, siūloma turizmo sektoriaus personalui kelti kvalifikaciją mokantis rusų kalbą.
3. Kadangi ateinančius 7 metus svarbiausiais į Lietuvą kelionių tikslais bus: poilsis-rekreacija-atostogos ir verslo-profesiniai tikslai, siūloma vystyti poilsio, sveikatinimo bei laisvalaikio turizmo sektorius bei sudaryti palankias smulkaus ir vidutinio verslo vystymo sąlygas tokiomis priemonėmis kaip: subsidijos naujų darbo vietų steigimui, turizmo darbuotojų kvalifikacijos kėlimo programos, mokesčių lengvatos verslo pradžiai.
4. Kadangi kelių transportas ateityje išliks populiariausia kelionių į Lietuvą priemonė (79%), siūloma vystyti motelių infrastruktūrą, kuri aptarnautų kelių transportu atvykstančius turistus. Lietuvai siūloma įsigyti daugiau transatlantinių lėktuvų ir plėsti maršrutų pasiūlą į įvairias užsienio šalis.
5. Kadangi geležinkelių transportas patirs didelę konkurenciją ir praras paklausą, siūloma didinti geležinkelių patrauklumą tokiomis priemonėmis, kaip: modernių traukinių įsigijimas, keleivių vežimo vagonų komforto didinimas, spaudos ir gėrimų automatų vagonuose įrengimas, geležinkelio stočių modernizavimas.
6. Kadangi pajamų augimas (45%) gali būti sąlygotas brangstančių turizmo produktų ir paslaugų, siūloma siekti turizmo paslaugų optimalių kainų ir kokybės santykio, tai padidintų Lietuvos turizmo produktų patrauklumą. Mokesčių lengvatos būtų efektyvi priemonė šiam tikslui įgyvendinti.
7. Siūloma didinti turistų srautus į Lenkiją tokiomis turizmo vystymo priemonėmis kaip: reklama per turizmo informacijos centrus užsienyje, tarptautinę televiziją, pavyzdžiui CNN, dalyvauti tarptautinėse turizmo parodose; vykdyti tiesioginį bendradarbiavimą su užsienio šalių turizmo

- įstaigomis; vykdyti tarptautinius turizmo projektus, pavyzdžiui: etnografinės šventės, muzikos festivaliai, tarptautiniai pažintiniai maršrutai.
8. Kadangi kelionių į Lenkiją laisvalaikio motyvas turi mažėjimo tendenciją, siūloma vystyti Lenkijos poilsio, rekreacijos ir pramogų infrastruktūrą, statant pramogų parkus, sanatorijas, rengti tarptautinius koncertus ir kitas priemones, skatinančias laisvalaikio turizmą.
  9. Kadangi kelių transportas kelionėms į Lenkiją ateityje turės didžiausią paklausą, Lenkijai siūloma investuoti į kelių renovaciją, kuri sumažintų kelionių į šalį riziką.
  10. Kadangi Lenkijos atvykstamasis turizmas pagal prognozes vystysis sparčiau nei Lietuvos turizmas (18 kartų), Lietuvai siūloma vystyti turizmo infrastruktūrą, paslaugų kokybę ir unikalumą panaudojant nacionalinį, kuris didintų šalies patrauklumą Lenkijos ir kitų šalių turistams.

*Dėkoju už dėmesį.*

## LITERATŪRA

1. Accommodation//<http://www.intur.com.pl/itenglish/accomm.htm/> prisijungimo laikas: 2008-11-05.
2. Apgyvendinta sviečių. Požymiai: valstybė ir metai. <http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280/> [žiūrėta 2008 07 25].
3. Apie Lietuvos ūkį. <http://www.xxiamzius.lt/archyvas/priedai/horizontai/20070425/2-1.html/> [žiūrėta 2008 09 04].
4. Arrivals by country in 2007. <http://www.intur.com.pl/itenglish/current.htm#arriv/> [žiūrėta 2008 08 18].
5. Atvykusių užsieniečių skaičius . Požymiai: valstybė ir metai//<http://db1.stat.gov.lt/statbank/default.asp?w=1280/> [žiūrėta 2008 08 22].
6. Atvykusių užsieniečių skaičius pagal šalis. Lietuvos Statistikos Departamentas// <http://www.stat.gov.lt/lt/pages/view/?id=1269/> [žiūrėta 2008 08 20].
7. Atvykstamojo turizmo statistinio tyrimo aprašymas Statistikos departamentas// [http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/transportas\\_tur\\_a\\_tr.doc/](http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/transportas_tur_a_tr.doc/) [žiūrėta 2008 08 15].
8. Budvytienė G. Kelionių troškulio pavojai nenustelbia, 2006// [http://www.info.lt/index.php?page=naujienos&view=naujiena\\_arch&id=66976](http://www.info.lt/index.php?page=naujienos&view=naujiena_arch&id=66976) [žiūrėta 2008 03 04].
9. Buhalis D.; Costa C. Tourism Management Dynamics: Trends, management and tools.-Oxford: Elsevier ButterworthHeinemann, 2006., p. 79.
10. Characteristics of inbound tourism in 2001-2007 (%)//<http://www.intur.com.pl/itenglish/bazy/zag/zag.php?rok=2001-2006&c=5/> [žiūrėta 2008 08 22].
11. Current Information//<http://www.intur.com.pl/itenglish/current.htm> [žiūrėta 2008 11 05].
12. Daukšys K. Pranešimas konferencijai „Europos Sąjungos plėtros poveikis turizmo raidai Europoje“ ir santrauka leidiniu. Vilnius, 2006 m. kovo 1–3 d.// [http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTO%20konf/Dauksio\\_kalba.doc/](http://www.tourism.lt/lt/skelbimai/PTO%20konf/Dauksio_kalba.doc/) [žiūrėta 2008 06 25].
13. Dikčius V. Marketingo tyrimai: teorija ir praktika. Vilnius: Vilniaus vadybos akademija, 2005. – 176 p. – ISBN 9955-528-04-4.
14. Dvilevičienė D. Kelionių paslaugų industrija ir komercija.-Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 1997. – 188 p. – ISBN 9986-19-225-0.
15. Estimated numbers of tourist arrivals (.000)//<http://www.intur.com.pl/itenglish/arrivals.htm> [žiūrėta 2008 08 29].

16. Foreign Visitors' Expenditures In Poland//<http://www.intur.com.pl/itenglish/expedit.htm/>  
[žiūrėta 2008 09 04].
17. Foreign tourists accommodated. Bank Danych Regionalnych. Polskie Główny Urząd Statystyczny// [http://www.stat.gov.pl/bdr\\_n/app/dane\\_podgrup.katgrupg](http://www.stat.gov.pl/bdr_n/app/dane_podgrup.katgrupg) [žiūrėta 2008 09 04].
18. Grecevičius P., Armaitienė A. et al. Turizmas. K. Kauno kolegijos leidybos centras, 2002. – 320 p. – ISBN 9955-9366-3-0.
19. Held D., Megrew A., Goldblatt D., Perraton J. Globaliniai pokyčiai: politika, ekonomika ir kultūra. – Vilnius: Margi raštai, 2002. – 540 p. – ISBN 1392-1673.
20. Historical perspective of world tourism. <http://unwto.org/facts/eng/historical.htm> [žiūrėta 2008 03 04].
21. Holloway J. C. The Business of Tourism. Fifth edition. – New York : Addison Wesley Longman Limited 1998. – p. 350. – ISBN 0 582 32881-0.
22. Inbound traffic to Poland// <http://www.intur.com.pl/itenglish/arrivals.htm/> prisijungimo laikas: 2008-08-18.
23. International Tourism Evolution in the Least Developed Countries since the adoption of the Canary Islands Declaration (2001), 2007. [http://www.unctad.org/sections/wcmu/docs/Uxii\\_dite\\_tncdb\\_023\\_en.pdf/](http://www.unctad.org/sections/wcmu/docs/Uxii_dite_tncdb_023_en.pdf/) [žiūrėta 2008 03 04].
24. International tourist Arrivals by Country of destination/  
[http://unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA\\_europe.pdf/](http://unwto.org/facts/eng/pdf/indicators/ITA_europe.pdf/) [žiūrėta 2008 07 22].
25. Kaimo turizmo organizavimas. Sudarė: Vainienė I. -Vilnius, Eugrimas, 2001. , p. 14.
26. Kavaliauskas S. Kultūra ir visuomenė, 2006. <http://www.lkka.lt/get.php?f.3574/> [žiūrėta 2008 07 30].
27. Kutraitė A. veiksniai įtakojantys turizmo paslaugų raidą Europoje. Mokslinė konferencija – Tarptautinio turizmo plėtra: aktualijos, problemos, perspektyvos, 2005. – Kaunas: Kauno kolegija., p. 61.
28. Labanauskaitė D. Turizmo paslaugų paklausos prognozavimo metodai. Ekonomika ir vadyba: konferencijų medžiaga. – Kaunas: Technologija, 1999., p. 171.
29. Langvinienė N.; Vengrienė B. Paslaugų teorija ir praktika. – Kaunas: Technologija, 2005. – 363 p. ISBN 9955-09-924-0.
30. Laužadis Š. Žvilgsnis į šiaurės ir vidurio Europos šalis: istorija, aplinka, ekologija. Vilnius: UAB „Ciklonas“, 2005. – 203, [1] p. – ISBN 9955-497-79-3.
31. Lenkijoje finansuojamas šalyje organizuojamas poilsis. <http://www.kontrastai.lt/?p=349/>  
[žiūrėta 2008 09 04].

32. Lenkijos turizmo informacijos sistemą Lenkijoje finansuojamas šalyje organizuojamas poilsis. <http://www.kontrastai.lt/?p=349>. [žiūrėta 2008 08 30].
33. Lietuva atstovaus Europos regionui Pasaulio turizmo organizacijoje, 2007. <http://www.vtv.lt/naujienos/lietuvoje/lietuva-atstovaus-europos-regionui-pasaulio-turizmo-organizac.html> [žiūrėta 2008 06 22].
34. Lietuvos Respublikos pridėtinės vertės mokesčio įstatymas, 2002 kovo 5 d. Nr. IX-751. [http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=163423](http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=163423) [žiūrėta 2008-06-22].
35. Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2002 m. birželio 12 d. nutarimas Nr. 853. <http://www.ukmin.lt/files/Docs/Ilgalaikie/galutine040121.doc> [žiūrėta 2007 12 15].
36. Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas, 1998 m. kovo 19 d. Nr. VIII-667, Vilnius. [http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=52605](http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=52605) [žiūrėta 2008 03 04].
37. Lietuvos turizmo asociacija. [http://www.ltas.lt/?\\_nm\\_mid=Tml3d0xEQXNNQ3d3&\\_nm\\_lid=0&\\_nm\\_sid=alkzTnpNNU9ERXVNVF11TWpNeUxqWTVN/](http://www.ltas.lt/?_nm_mid=Tml3d0xEQXNNQ3d3&_nm_lid=0&_nm_sid=alkzTnpNNU9ERXVNVF11TWpNeUxqWTVN/) [žiūrėta 2008 09 04].
38. Lietuvos turizmo 2008 I pusmečio apžvalga// [http://www.tourism.lt/lt/stat/TURIZMAS\\_apzvalga\\_2008\\_I\\_pusm\\_UM\\_2.doc](http://www.tourism.lt/lt/stat/TURIZMAS_apzvalga_2008_I_pusm_UM_2.doc) [žiūrėta 2008 09 02].
39. Lietuvos turizmo statistika, 2006. <http://www.tourism.lt/lt/stat/LT%20statistika.pdf/> [žiūrėta 2008 09 06].
40. Ligeikienė R., Urbanskienė R. Ekonomika ir vadyba: konferencijų medžiaga.– Kaunas: Technologija, 1999., p. 183.
41. Manila Declaration on World Tourism, 1980. <http://www.world-tourism.org/sustainable/doc/1980%20Manila-eng.pdf> [žiūrėta 2008 03 03].
42. Member States. World Tourism Organization. <http://www.unwto.org/states/index.php> [žiūrėta 2008 07 03].
43. Nacionalinė turizmo plėtros 2003–2006 metų programa, 2003//. [http://www.lrv.lt/teises\\_aktai/files/2003/12/1975.doc](http://www.lrv.lt/teises_aktai/files/2003/12/1975.doc) [žiūrėta 2008 03 04].
44. Osaka Tourism Declaration, 2002. <http://www.pref.osaka.jp/kanko/sengen/honbun-e.htm/>; [žiūrėta 2008 03 03].
45. Petkevičienė B. Lietuvos automobilių kelių funkcinės paskirties tobulinimas. Geografijos metraštis, t.33, 2000. 370-380 p. <http://www.geo.lt/metraštis/33/PDF/370-380.pdf> [žiūrėta 2008 03 11].
46. Petrilovskaja K.; Miškinis A. Atvykstamojo turizmo Lietuvoje konkurencingumas baltijos šalių kontekste. Ekonomika, t. 79. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2007. p. 142 -153.

47. Results from our survey on inbound tourism in 2007. <http://www.intur.com.pl/itenglish/inbound07.htm> [žiūrėta 2008 08 22].
48. Svetikienė I. Turizmo marketingas.– Vilnius: Vilniaus kolegija, 2002. – 335 p.– ISBN 9955-519-02-9.
49. Tarptautinis verslas: tarptautinio turizmo vadybos šaka. <http://www.tvm.lt/lt/main/studies/bakalauras/turizmas> [žiūrėta 2008 07 15].
50. The Berlin Declaration on Biological Diversity and Sustainable Tourism, 1997. <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/berlin.html>. [žiūrėta 2008 03 03].
51. „The Guardian“: Kuršių nerija antra tarp 10 geriausių Europos paplūdimių. Pranešimas spaudai, 2008 08 22. <http://www.tourism.lt/aktualijos/detaliai.php?ID=2111> [žiūrėta 2008 08 15].
52. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2008. <http://www.weforum.org/pdf/CGR08/Rankings.pdf>. [žiūrėta 2008 07 22].
53. Tourism Arrivals. [http://unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA\\_1950\\_2005.pdf](http://unwto.org/facts/eng/pdf/historical/ITA_1950_2005.pdf). [žiūrėta 2008 06 28].
54. Tourism Sector – Data, Analyses, Forecasts. <http://www.intur.com.pl/itenglish/statistics.htm> [žiūrėta 2008 08 20].
55. Trumpos Lietuvos turizmo statistikos apžvalgos 1998,..2007. [http://www.tourism.lt/turizmo\\_statistika/apzvalgos.php](http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/apzvalgos.php) [žiūrėta 2008 07 25].
56. Turizmas Lietuvoje, 2007 m. Statistikos departamentas prie Lietuvos Vyriausybės. – Vilnius, 2008. – 182 p.
57. Turizmo plėtra. [http://www.ukmin.lt/lt/nuorodos/leidiniai/ukmin\\_ataskaita\\_2003/lt/ukmin\\_turizmo\\_pletra.html](http://www.ukmin.lt/lt/nuorodos/leidiniai/ukmin_ataskaita_2003/lt/ukmin_turizmo_pletra.html) [žiūrėta 2008 09 04].
58. Turizmo plėtos projektas. [http://www.lrti.lt/veikla/proj\\_TurPletrStrat.doc](http://www.lrti.lt/veikla/proj_TurPletrStrat.doc) [žiūrėta 2008 07 15].
59. Turizmo plėtos strategijos koncepcija. [http://www.lrti.lt/veikla/proj\\_TurPletrStrat.doc](http://www.lrti.lt/veikla/proj_TurPletrStrat.doc) [žiūrėta 2008 04 20].
60. UNWTO World Tourism Barometer. <http://www.unwto.org/media/news/en/pdf/PR0801003en.pdf> [žiūrėta 2008 08 28].
61. Vasiljevas A. Subalansuotos turizmo plėtos etinės dimensijos. Konferencija „Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas“. – K.: Kauno kolegija, 2004., p. 138
62. Žalys L.; Žalienė I. Kauno apskrities turizmo plėtos problemos. Ekonomika ir vadyba: konferencijų medžiaga. – Kaunas: Technologija, 1999., p. 405.

63. Вавилова Е.В. Основы международного туризма. – М.: Гардарики, 2005. –160 с. – ISBN 5-8297-0216-9.
64. Сенин В.С. Организация международного туризма. – М. Финансы и статистика, 2005. – 397 р. – ISBN 5-279-02409-0.
65. Романов А. А., Саакянц Р.Г. География туризма.–М.: Советский спорт, 2002. – 460 с. – ISBN 5-85009-709-0.
66. Польша в Европе. Представительство Польской Туристической Организации.  
[http://www.poland.travel/ru/Artykuly/informacje\\_o\\_polsce-ru/polska\\_w\\_europie/pot\\_category\\_view](http://www.poland.travel/ru/Artykuly/informacje_o_polsce-ru/polska_w_europie/pot_category_view) [žiūrēta 2008 07 30].
67. Польша в Шенгене. <http://www.poland.gov.pl/Польша,в,шенгенской,зоне,1794.html> [žiūrēta 2008 07 30].
68. Польша: полезные сведения. <Http://www.poland.gov.pl/Полезные,сведения,1426.html>. [žiūrēta 2008 08 20].
69. Политическое устройство. Представительство Польской Туристической Организации//  
[http://www.poland.travel/ru/Artykuly/informacje\\_o\\_polsce-ru/informacje\\_podstawowe/ustroj/pot\\_category\\_view](http://www.poland.travel/ru/Artykuly/informacje_o_polsce-ru/informacje_podstawowe/ustroj/pot_category_view) [žiūrēta 2008-07-30].



**Veličkaitė D.** Tarptautinio turizmo raida ir vystymo prognozės Lietuvoje ir Lenkijoje/ Tarptautinio turizmo administravimo magistro baigiamasis darbas, mokslinis vadovas dr. A. Baležentis. – Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, Viešojo administravimo fakultetas, Personalo vadybos ir organizacijų plėtros katedra, 2008, 76 p.

## ANOTACIJA

Magistro baigiamajame darbe išanalizuota ir įvertinta Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo raida 2000-2007 m., užsienio turistų srautai, apgyvendinimo paslaugų paklausa, turistų tikslai ir kelionių transporto pasirinkimas, turistų išlaidos ir šalių turizmo pajamos, iškeltos atvykstamojo turizmo problemos bei pateikti jų sprendimų siūlymai. Pirmoje darbo dalyje teoriniu aspektu nagrinėjama turizmo sampratos raida, turizmo raidos etapai ir įtakojantys veiksniai, turizmo sistemos formavimasis turizmo raidos kontekste. Antroje dalyje aprašoma šiame darbe taikoma turizmo raidos tyrimo metodologija. Trečioje dalyje analizuojami ir lyginami Lietuvos ir Lenkijos turizmo raidos statistiniai duomenys, tendencijos, atskleidžiamos problemos, panašumai ir skirtumai. Ketvirtoje dalyje atliekama 2008-2015 metų Lietuvos ir Lenkijos turizmo raidos prognozės.

**Pagrindiniai žodžiai:** atvykstamasis turizmas, turizmo raida, turizmo veiksniai, infrastruktūra, apgyvendinimas, kelionių tikslai, pajamos, išlaidos.

**Veličkaitė D.** International tourism development and the development forecasts in Lithuania and Poland/ International tourism administration master's final work, scientific guide dr. A. Baležentis. – Vilnius: university of Mykolas Romeris, Faculty of Public Administration, Personnel management and organizational development department, 2008, 76 p.

### ANNOTATION

In the final master work Lithuanian and Poland arriving tourism development in years 2000-2007 was analyzed and evaluated, as well as foreign tourism streams, accommodation service demand, tourist objectives and tour transportation choice, tourist expenditure and the tourism revenue. Incoming tourism problems were lifted and proposals for their solutions were submitted. In the first part, tourism concept development is analyzed in theoretical aspect, as well as tourism development stages and influencing factors, formation of tourism system in context of tourism development. In the second part the tourism development research methods applied in this work are described. In the third part statistical data of Lithuanian and Polish tourism development are analyzed and compared, as well as tendencies, problems revealed, similarities and differences. In the fourth part the prognoses of Lithuanian and Polish tourism development in years 2008-2015 are made.

**Key words:** arriving tourism, tourism development, tourism factors, infrastructure, accommodation, travel objectives, income, expenditure .

**Veličkaitė D.** Tarptautinio turizmo raida ir vystymo prognozės Lietuvoje ir Lenkijoje/ Tarptautinio turizmo administravimo magistro baigiamasis darbas, mokslinis vadovas dr. A. Baležentis. – Vilnius: Mykolo Romerio universitetas, Viešojo administravimo fakultetas, Personalo vadybos ir organizacijų plėtros katedra, 2008, 76 p.

## SANTRAUKA

Temos aktualumas. Šiuo metu Lietuva yra ne tik bendroje ES rinkoje, bet ir Šengeno erdvėje. Tai sudaro dar didesnes galimybes turizmo vystymuisi. Ateinantiems dešimčiai ir daugiau metų buvo prognozuojamos turizmo sektoriaus augimo tendencijos. Tačiau šių metų pabaigos turizmo rodikliai ir dabartinės globalios ekonominės krizės padariniai gali pakoreguoti šias prognozes.

Tyrimo problema – Lietuvos tarptautinis turizmas pradėtas vystyti palyginus neseniai, todėl yra tikslinga išnagrinėti Lietuvos turizmo raidą, tarptautinius santykius su Lenkija bei jų vystymo galimybes turizmo srityje.

Tyrimo tikslas – palyginti Lietuvos ir Lenkijos turizmo raidos vystymąsi.

Darbo uždaviniai: išnagrinėti tarptautinio turizmo vystymosi teorinius aspektus; išanalizuoti Lietuvos atvykstamojo turizmo raidą; išanalizuoti Lenkijos atvykstamojo turizmo 2000-2007 m.raidą; nustatyti Lietuvos ir Lenkijos atvykstamojo turizmo vystymosi prognozes 2008-2015 m.

Tyrimo metodai: nagrinėjimo ir interpretavimo metodas, antrinių statistinių duomenų lyginamoji analizė, kiekybinio prognozavimo metodas, grafinio modeliavimo metodas.

Darbo rezultatai: Nustatyta, kad ateinančius dešimt metų užsienio turistų srautai į Lietuvą ir Lenkiją nuosekliai mažės. Iš dalies patvirtiname iškeltą hipotezę, kad Lietuvos turizmas turi palankias sąlygas ir galimybes ateityje vystyti atvykstamąjį turizmą su Lenkija, nes turi pakankamai užsienio turistų srautų, apgyvendinimo, transporto, turizmo infrastruktūros, kelionių tikslų ir pajamų turizmo raidos vystymui. Tačiau jei šalys neefektyviai išnaudos turimus turizmo išteklius ateityje užsienio turistų srautai į šalis sumažės.

Darbo struktūra. Pirmoje darbo dalyje teoriniu aspektu nagrinėjama turizmo sampratos raida, turizmo raidos etapai ir įtakojantys veiksniai, turizmo sistemos formavimasis turizmo raidos kontekste. Antroje dalyje aprašoma šiame darbe taikoma turizmo raidos tyrimo metodologija. Trečioje dalyje analizuojami ir lyginami Lietuvos ir Lenkijos turizmo raidos statistiniai duomenys, tendencijos, atskleidžiamos problemos, panašumai ir skirtumai. Ketvirtoje dalyje atliekama 2008-2015 metų Lietuvos ir Lenkijos turizmo raidos prognozės.

Gauti rezultatai gali būti panaudoti kaip baziniai duomenys lyginant prognozes su realiais kiekvienų metų atvykstamojo turizmo statistiniais duomenimis. Sutapimas su esamais duomenimis ar gauti neigiami duomenys parodys, kad Lietuva ar Lenkija dar nepakankamai deda pastangų turizmo raidos vystymui šalyse.

**Veličkaitė D.** International tourism development and the development forecasts in Lithuania and Poland/ International tourism administration master's final work, scientific guide dr. A. Baležentis. – Vilnius: university of Mykolas Romeris, Faculty of Public Administration, Personnel management and organizational development department, 2008, 76 p.

## SUMMARY

Topics relevance. Currently, Lithuania is not only the single EU market. But in the Schengen area aswell. This mekes greater opportunities for tourism development. The tourism sector growth trends were forecasted for the next ten years and more. However, the end of the year tourism indicators and the current global economic crisis can adjust these forecasts.

Research problem – Lithuania international tourism began to develop relatively recently, it is therefore appropriate to examine the Lithuanian tourism development, international relations with Poland and their development opportunities in the field of tourism.

Research goal – compare the Polish and Lithuanian tourism development.

Work objectives: to examine theoretical aspects of international tourism development; to analyze incoming tourism development of Lithuania; to analyze incoming tourism development of Poland; to determine the prognosis of Lithuanian and Polish incoming tourism development for years 2008-2015.

Methods of research: examination and interpretation method, comparative analysis of secondary statistical data, quantitative prediction method, graphical modeling method.

Work results: It was estimated, that streams of foreign tourists into Lithuania and Poland will gradually decline for next ten years. In part to confirm the hypothesis raised that Lithuanian tourism has favorable conditions and opportunities for the future development of inbound tourism with Poland, because it has a sufficient flow of foreign tourists, accommodation, transport, tourism infrastructures and income for tourism development. However, if the parties will inefficiently use their existing tourism resources, the streams of foreign tourist into the countries will fall.

Work structure. In the first part tourism concept development is examined in theoretical aspect, as well as tourism development stages and influencing factors, tourism system formation in concept of tourism development. In the second part the tourism development research methods applied in this work are described. In the third part statistical data of Lithuanian and Polish tourism development are analyzed and compared, as well as tendencies, problems revealed, similarities and differences. In the fourth part the prognoses of Lithuanian and Polish tourism development in years 2008-2015 are made. The results can be used as a baseline data comparing forecasts with actual each year incoming tourism statistics. Overlapping with the existing data or revealed negative data will show that Lithuania and Poland are still making insufficient efforts for tourism development in the countries.