



**KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS**  
**EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS**

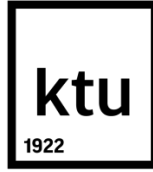
Silvija Aukštuolytė

EKONOMINĖS KRIZĖS POVEIKIO TURIZMO SEKTORIUI VERTINIMAS

**MAGISTRO DARBAS**

**Darbo vadovė:** doc. dr. Akvilė Čibinskienė

**KAUNAS 2017**



**KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS  
EKONOMIKOS IR VERSLO FAKULTETAS**

**EKONOMINĖS KRIZĖS POVEIKIO TURIZMO SEKTORIUI VERTINIMAS**

Verslo ekonomika, 621L17001

**MAGISTRO DARBAS**

**Darbą atliko:**

VMGMVE-5, Silvija Aukštuolytė

**2017 m. 05 mėn. 15 d.**

**Vadovė:**

Doc. dr. Akvilė Čibinskienė

**2017 m. 05 mėn. 15 d.**

**Recenzentas:**

Prof. dr. Jadvyga Čiburienė

**2017 m. 05 mėn. 15 d.**

**KAUNAS, 2017**



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS

Ekonomikos ir verslo fakultetas  
Silvija Aukštuolytė  
Verslo ekonomika (621L17001)

„Ekonominės krizės poveikio turizmo sektoriui vertinimas“  
**AKADEMINIO SAŽININGUMO DEKLARACIJA**

2017 m. gegužės mėn. 15 d.

Kaunas

Patvirtinu, kad mano **Silvijos Aukštuolytės** baigiamasis magistro darbas tema „Ekonominės krizės poveikio turizmo sektoriui vertinimas“ yra parašytas visiškai savarankiškai, o visi pateikti duomenys ar tyrimų rezultatai yra teisingi ir gauti sąžiningai. Šiame darbe nei viena dalis nėra plagijuota nuo jokių spausdintinių ar internetinių šaltinių, visos kitų šaltinių tiesioginės ir netiesioginės citatos nurodytos literatūros nuorodose. Įstatymų nenumatytų piniginių sumų už šį darbą niekam nesu mokėjęs.

Aš suprantu, kad išaiškėjus nesąžiningumo faktui, man bus taikomos nuobaudos, remiantis Kauno technologijos universitete galiojančia tvarka.

---

*(vardą ir pavardę įrašyti ranka)*

---

*(parašas)*

Aukštuolytė, Silvija. Assessment of the Economic Crisis Impact on Tourism Sector. Master's Final Thesis in Business Economics. Study Programme (621L17001) / supervisor Doc. dr. Akvilė Čibinskienė.

Department of Economics, the School of Economics and Business, Kaunas University of Technology.

Social Sciences: 04S Economics

Key words: *economic crisis, tourism, international tourism.*

Kaunas, 2017. 70 p.

## SUMMARY

**Relevance of the topic**–The growth of the tourism sector is one of the largest among all business areas. More and more countries around the world starting to invest in the tourism sector and the development of tourism in the economic progress the same as an important part of the creation of new jobs, attract new revenue and the ability to develop new business. To improve the use of the infrastructure costs in addition to the direct economic cost of the tourism business, Government and society. In the original the tourism sector is reflected in the following direct effects: catering services, accommodation, retail trade, transportation and other entertainment. Tourism is steadily growing, dynamic branch.

**Research object** – The Economic Crisis Impact on Tourism Sector.

**Research objective** - to find out how economic crisis affects the tourism sector.

### Tasks:

- Describe the tourism sector before and after the economic crisis;
- Overview the economic crisis on tourism and the concepts of their evaluation;
- Describe the types of tourism and how the tourism sector falling;
- To provide the reasons for the economic crisis in the tourism sector is valued at;
- Describe the problems faced in tourist sector during the economic crisis;
- Compare the Lithuanian and foreign statistics refer to the number of incoming tourists.
- To compare how different indicators in countries to improve the conditions in the tourism sector.
- Investigate the impact on the economy of the country of incoming tourists, comparing the Greek parties of Lithuania and of the development of tourism in hotels.

**The methods used in the reach** – online analysis of tourism statistics and interview with the sales managers of Greece and Lithuanian's

### The main results of the research and their application areas.

When we are comparing the countries of Lithuania and Greece, it appears that the impact of the crisis in Greece, the most affected by shipping and other tourism services, travel tourism had external and internal factors, it is the image of the country, the provision of services, organisational

actions property. In the meantime, Lithuania do not feel the impact of the crisis. Lithuania is not drawn up a long-term strategy to strengthen the tourism sector, because of the tourist flows as noticing the statistics are high.

## TURINYS

ĮVADAS.....	10
1. TURIZMO SEKTORIAUS REIŠMĖ EKONOMIKAI IR VEIKLOS REZULTATŲ STATISTINĖ ANALIZĖ.....	12
1.1. Turizmo sektoriaus svarba ūalių ekonomikai .....	13
1.2. Turizmo sektoriaus veiklos rezultatų analizė .....	15
2. TEORINIAI EKONOMINĖS KRIZĖS IR TURIZMO ASPEKTAI.....	20
2.1. Ekonominės krizės priežastys ir sprendimo būdai .....	20
2.2. Teoriniai ekonominės krizės poveikio vertinimo aspektai.....	29
2.3. Ekonominės krizės poveikis kitiems verslo sektoriams .....	33
2.4. Teoriniai turizmo sektoriaus vertinimo aspektai .....	35
2.5. Turizmo modeliai, rūšys ir klasifikavimas .....	37
2.6. Ekonominė turizmo sektoriaus augimo reikšmė .....	40
3. EKONOMINĖS KRIZĖS POVEIKIO TURIZMO SEKTORIUI TYRIMO METODOLOGIJA ....	41
4. EKONOMINĖS KRIZĖS POVEIKIO TURIZMO SEKTORIUI TYRIMŲ REZULTATAI.....	46
4.1. Lietuvos ir Graikijos turizmo sektorių veiklos rezultatų analizė: lyginamasis aspektas.....	46
4.2. Interviu duomenų analizė .....	56
4.2.1 Viešbučio „Aegean Melathron” trumpa charakteristika .....	57
4.2.2. Viešbučio „Amberton Vilnius” veiklos trumpa charakteristika .....	58
4.2.3 Lietuvos ir Graikijos viešbučių vadovų bei darbuotojų interviu rezultatų analizė .....	58
IŠVADOS.....	65
REKOMENDACIJOS.....	67
LITERATŪROS IR INFORMACINIAI ŠALTINIAI.....	68
PRIEDAI .....	71

## Paveikslų sąrašas

1 pav. Tarptautinių turistų skaičius (mln.) turizmo regionuose, 2014-2015 m. (Šaltinis: Pasaulio turizmo organizacija).....	14
2 pav. Tarptautinių turistų skaičius (mln.), 1995-2015 m. (Šaltinis: Pasaulio turizmo organizacija)....	15
3 pav. Turizmo rodikliai į Graikijos ekonomikos indėlį (%) 2003-2013 m. laikotarpiui. Šaltinis: WTTC, Economic Data Search Tool, Greece, 2013 m. ....	17
4 pav. 2003 – 2014 m. atvykstančiųjų turistų skaičius (mln.) Graikijoje. Šaltinis: UNWTO Elibrary – Tourism Factbook, 2014 m. ....	17
5 pav. 2007 – 2015 m. atvykstančiųjų turistų skaičius (mln.) į Lietuvą. Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas.....	18
6 pav. Ekonominio poveikio procesas. Sudarytas darbo autorės remiantis: E. Meilienė, E. Baroniūnaitė, Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai, straipsniu. ....	24
7 pav. Materialinių išteklių skirstymas. Sudaryta darbo autorės, remiantis G. Dubausko “Ekonomikos ir finansų teorijos, 2013m.” .....	30
8 pav. Krizės etapų dinamikos ciklas. Sudaryta darbo autorės, remiantis Beržinskienės et al., 2006 m. ....	31
9 pav. Statistinių duomenų kontingentas. Sudaryta darbo autorės.....	41
10 pav. Apgyvendinimas turistų (tūkst.) visose apgyvendinimo įstaigose pagal šalis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis .....	46
11 pav. Suteikta nakvynių (tūkst.) visose apgyvendinimo įstaigose pagal šalis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis .....	48
12 pav. Viešbučiuose ir jiems prilygintose įstaigose apgyvendintų svečių skaičiaus (tūkst.) pokytis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis.....	50
13 pav. Atvykstamojo turizmo (užsieniečiai), kai keliones organizuoja kelionių agentūros ir kiti organizatoriai skirstymas pagal šalis (tūkst.). Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis .....	52
14 pav. Išvykstamasis turizmas (išvykę Lietuvos gyventojai) , kai keliones organizuoja kelionių agentūros ir kiti organizatoriai šalis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis .....	53
15 pav. Keliaujančių asmenų tikslai 2014 m. ir 2015 m. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis .....	54

16 pav. Atvykusių iš užsienio šalių turistų ir išvykusių turistų iš Lietuvos išlaidos (mln. Eur). Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis ..... 55



## Lentelių sąrašas

1 lentelė. Europos Sąjungos šalių kelionių įplaukos ir išlaidos mokėjimų balanse 2010–2014 m. Šaltinis: Eurostatas 2015 m. ....	19
2 lentelė. Krizinių įvykių paveiktos vietovės patrauklumą atstatančios priemonės. Sudaryta darbo autorės, remiantis I. Jucaitės, J. Maščinskienės „Turizmo vietovių po krizinių įvykių patrauklumo valdymas“, 2012 m. ....	25
3 lentelė. Ekonominių krizių klasifikavimas. Sudaryta darbo autorės, remiantis Kiyak D., Labanauskaitė D., Reichenbachas T., Finansų krizių tipai, jų palyginamoji analizė Lietuvoje. ....	32
4 lentelė. Turizmo sampratos raida sudaryta darbo autorės, remiantis A. Baležentis ir B. Žuromskaitė “Verslo vadyba”, 2012 m. ....	35
5 lentelė. Turizmo formos ir kategorijos, sudaryta darbo autorės, remiantis A. Baležentis ir B. Žuromskaitė “Verslo vadyba”, 2012 m. ....	38
6 lentelė. Asmenų, apsistojusių apgyvendinimo įstaigose, skaičiaus (tūkst.) pokytis Lietuvoje ir Graikijoje. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis .....	47
7 lentelė. Suteiktų nakvynių (tūkst.) visose apgyvendinimo įstaigose pokytis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis .....	49
8 lentelė. Viešbučiuose ir jiems prilygintose įstaigose apgyvendintų asmenų skaičiaus (tūkst.) pokytis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis .....	51
9 lentelė. Atvykstamojo turizmo (užsieniečiai) , kai keliones organizuoja kelionių agentūros ir kiti organizatoriai Graikijoje ir Lietuvoje, pokytis (tūkst.). Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis .....	53
10 lentelė. Tyrimo dalyvių esminės charakteristikos. Sudaryta darbo autorės .....	59
11 lentelė. Krizės poveikis viešbučių veiklai. Sudaryta darbo autorės .....	60

## IVADAS

**Temos aktualumas.** Turizmo sektoriaus augimo mastai yra vieni iš didžiausių tarp visų verslo sričių, iš jo gaunama ženkli pajamų dalis. Tad vis daugiau pasaulio šalių ima investuoti į turizmo sektorių ir jo vystymą, pačiam turizmui tampant ekonominio progreso svarbiaja dalimi, sukuriant naujas darbo vietas, pritraukiant vis naujas įplaukas ir gebėjimą kurtis naujoms įmonėms.

Ekonominė kaina ir nauda, kurią suteikia turizmas, yra iš esmės skirta pasiekti subjektą vienokiu ar kitokiu būdu. Infrastruktūrai gerinti panaudojami ekonominiai kaštai be tiesioginių turizmo verslo kaštų, valdžios kaštų ir visuomenės įtraukimo. Per pirminius turizmo sektorius atsispindi tokie tiesioginiai efektai: maitinimo paslaugos, apgyvendinimas, mažmeninė prekyba, transportavimo paslaugos ir kitos pramonės. Antraeilis turizmo efektas – didelė reikšmė kitiems verslo sektoriams. Gerai apgalvotas ir tinkamai išvystytas turizmas gali būti tikras pagalbininkas valstybėms siekiant įgyvendinti užsibrėžtus ekonominius tikslus ir siekius. Pats turizmas - tai nuolatos auganti, dinamiška ūkio šaka.

Kaip ir pati ekonomika, turizmo sektorius neišvengiamai turi įvairių nuosmukio ar pakilimo laikotarpių. Kalbant apie priežastis, kurios galėtų lemti krizių atsiradimą, paminėtina, kad jos yra įvairialypės. Plitimo regionai ir trukmė yra kintantys.

Nagrinėjant pačią turizmo krizės sąvoką, galima ją apibūdina kaip aplinkybes, kai turizmo industrija, jos nariai, turistai susiduria su tam tikrais pakitimais. Krizės apibrėžimai nuo turizmo krizės apibrėžimų skiriasi nedaug. Esminis skirtumas, tai sukonkretinta turizmo sritis, kuri yra paliesta ekonominės krizės. Atsižvelgiant į Lietuvos ir užsienio šalių mokslininkų apibrėžimus, aiškiai matyti, kad mintys yra analogiškos. Akcentuojama, jog krizė - tai kažkoks įvykis, esamos situacijos pokytis, kuris išbalansuoja esamą ar buvusią sistemą bei ją griaua. Stabilus finansų sektorius yra svarbus kiekvienai šaliai, jeigu jame kyla problemos, tai gali lemti ekonominį tos šalies nuosmukį. Viso pasaulio šalių finansinės sistemos yra susijusios, dėl to finansų problemos vienoje šalyje gali stipriai paveikti kitas. Tiek regioninių, tiek vietinių ar globalių finansų krizių poveikis skirtingų šalių ekonomikoms nėra vienodas.

Apibendrinant, galima teigti, kad turizmo ekonominės krizės sąvoką galima vartoti tokią, kokia tuo metu atitinka esamą įvykį ar susidariusią situaciją.

**Darbo problema.** Koks yra ekonominės krizės poveikis turizmo sektoriui?

**Tyrimo objektas** – Ekonominės krizės poveikis turizmo sektoriui.

**Tyrimo tikslas** – Įvertinus teorinius ekonominės krizės poveikio turizmo sektoriui aspektus atlikti krizės poveikio turizmo sektoriui vertinimą.

***Darbo uždaviniai:***

- Apžvelgti ekonomikos ir turizmo sektoriaus rezultatų problematiką;
- Ištirti ekonominius ir turizmo sektoriaus aspektus;
- Parengti ekonominės krizės poveikio turizmo sektoriui tyrimo metodologiją;
- Atlikti ekonominės krizės poveikio turizmo sektoriui statistinę duomenų analizę ir ekspertinę apklausą.

***Darbo metodologija:***

- mokslinės literatūros šaltinių analizė;
- statistinių duomenų lyginamoji analizė;
- santykinų rodiklių analizė;
- kokybinis tyrimas.

## 1. TURIZMO SEKTORIAUS REIŠMĖ EKONOMIKAI IR VEIKLOS REZULTATŲ STATISTINĖ ANALIZĖ

Greičiausiai augančių ekonomikos sektoriumi XXI a. tapo turizmas. Vertinant paskutinių penkių metų kelionių ir turizmo augimą (2010-2015 m.), jis 2,3 % aplenkė net gamybos ir mažmeninės prekybos sektorių (Travel & Tourism economic impact 2016 world). Vertinant tarptautiniu aspektu kiekvienais metais daugiau kaip vienas milijardas turistų keliauja po pasaulį ir taip turizmas tampa vienu iš pirmaujančių ekonomikos sektorių bei prisideda prie pasaulinio BVP (10%) augimo ir sudaro apie 6% viso pasaulio eksporto. Šie skaičiai atspindi didelį turizmo potencialą bei didina jo gebėjimą spręsti kai kuriuos pasauliui aktualius iššūkius: socialinį-ekonominį augimą, integracinį vystymąsi ir aplinkos išsaugojimą (UNWTO Annual report 2015).

Visame pasaulyje turizmo sektorius generuoja 7,2 trilijonus JAV dolerių ir sukuria maždaug 284 mln. darbo vietų bei suteikia galimybę dalyvauti pačioje darbo rinkoje, ypač moterims ir jaunimui. Stiprus turizmo sektoriaus augimas visame pasaulyje leidžia veiksmingai koordinuoti palankią verslo plėtrai aplinką tarp valstybės institucijų ir privataus sektoriaus (Travel & Tourism economic impact 2016 world).

Pasaulinė 2008-ųjų metų finansinė krizė buvo išprovokuota įvykių, kurie vyko JAV bankininkystės sektoriuje. Dėl buvusių blogų investicijų žlugo vienas didžiausių JAV bankų, kurio situacija išgąsdino investuotojus ir kitus bankus, kurie turėjo tam tikrų verslo ryšių su juo. Mąstant apie tolesnius bankų bankrotus buvo imtasi atsargumo priemonių. Skolinimasis vieniems iš kitų baigėsi, nors kai kam tokios būtinos paskolos buvo labai svarbios. Tuo metu labai stipriai nukentėjo Europos bankai. Jie investavo į JAV paskolų rinką, o šiai patyrus nuosmukį paaiškėjo, kad bankų gelbėjimo kaina buvo per didelė. Dėl šios priežasties mažai trūko iki bankroto Airijos valstybei, kuri bankroto išvengė, nes finansiškai padėjo kitos ES šalys. 2009 m. bankus ištikusi krizė pradėjo veikti nacionalinius biudžetus. Investuotojai į valstybės finansus žiūrėjo su nerimu. Skirtingose šalyse, kurios patyrė ekonominę krizę, turistai mažiau dėmesio teikė saulės ir jūros paskirčiai, o susitelkė į geriausios kainos dviejų valandų skrydžius. Tai paskatino didesnę turizmą tokiose šalyse kaip Turkija ir Egiptas, o paliktos tokios euro zonos šalys kaip Graikija, Ispanija, Portugalija, kuriose sumažėjo turizmo srautas. Krizių atsiradimo priežastis galima įvardyti kaip atsižvelgiant į endogenines priežastis, kurios yra organizacijos vidinėje aplinkoje: personalo klaidos, klaidinga pačios organizacijos vadyba, finansinės ir ekonominės klaidos. Taip pat analizuojant egzogenines priežastis krizės atsiradimui už organizacijos ribų: organizacijos konkurencinė, ekonominė, technologinė, teisinė, socialinė aplinka (Valackienė, 2005)

Viena iš daugelio priežasčių, kodėl tam tikros valstybės tapo priklausomos nuo paskolų, buvo jų ekonomikos konkurencingumo mažėjimas. Kuo toliau tuo daugiau šalių buvo ekonominės krizės

sūkuryje. Finansinis nestabilumas sukėlė lėtą ekonomikos augimą, dėl to sumažėjo mokestinės pajamos, o valstybės skolos tik didėjo. Dėl išaugusių skolų skaičiaus valstybėms sparčiai pabrango paskolos. Kaip tik dėl šios priežasties buvo svarstoma, ar institucinė ekonominės bei pinigų sąjungos sąranka yra geras sprendimas kriziniu laikotarpiu.

Tokie įvykiai lėmė Graikijos, Portugalijos, Ispanijos negalėjimą toliau skolintis finansų rinkoje už tuo metu priimtinas palūkanas. Todėl buvo parengti dideli rezervaciniai fondai ekonominių sunkumų turinčioms Europos Sąjungos šalims, esant ekstremaliai situacijai, paremti.

Gana didelis dėmesys buvo skiriamas Graikijos ekonominei būklei, kuri ir šiuo metu nėra visiškai atsigavusi. Viena kitą keitusios vyriausybės padidino valstybės skolas tiek, jog ji padvigubėjo ir pranoko visą šalies ekonominę vertę. Pačių bankų žlugimo grėsmės akiratyje gera valstybės finansų padėtis pasidarė kur kas svarbesnė nei anksčiau.

Vyriausybės, kurios įprato nuolat skolintis dideles sumas savo biudžetams finansuoti, suprato, jog rinkos yra daug mažiau linkusios dalinti pinigus ir duoti paskolas. Reiškinys, kuris buvo bankų krizė, tapo valstybės skolos krize (Ekonomikos ir finansų reikalai, 2014). Turizmo plėtra skatina viešbučių, transporto ir kitos infrastruktūros plėtrą ir jį lemia didėjanti išorinė vartotojų paklausa, pasaulinė konkurencija ir nuolat kintantys standartai, kultūrų ir žmonių maišymasis visuomenėje padeda atsirasti naujoms idėjoms, naujiems produktams bei paslaugų teikimo būdams.

### **1.1. Turizmo sektoriaus svarba šalių ekonomikai**

Turizmas ir jo šakos yra labai svarbus globalinis reiškinys, kuris apėmė visą pasaulį. Išsivysčiusiose šalyse turizmo verslas užima labai svarbią vietą. Jungtinių Tautų (JT) Pasaulio turizmo organizacija (PTO) paskelbė, kad 2015 metais tarptautinis turizmas išaugo 4 %, jo gaunamos pajamos siekia 1,4 trln. JAV dolerių. Tuo tarpu tarptautinės prekybos apimtys ūgtelėjo tik 2,8 % ką rodo Pasaulio prekybos organizacijos (PPO) duomenys (UNWTO Annual report 2015).

Vis sparčiau auga pasaulinė turizmo reikšmė, nes 2015 metais:

- a) išaugo turistų skaičius 4,4% (iki 1 184 mln.) lyginant su 2014 metais;
- b) iš turizmo gaunamos pajamos siekė 1,4 trln. JAV dolerių;
- c) turizmas sudarė 9,8 % viso pasaulio BVP;
- d) 1 iš 11 darbo vietų yra būtent turizmo sektoriuje;
- e) taip pat turizmas sudaro 7 % viso pasaulio eksporto (2014 metais sudarė 6% ).

Turizmo sektoriui teko patirti nemažai finansinių krizių ir bėgant metams išlieka didelės žinių, kaip elgtis su finansais, kokios strategijos laikytis įmonėms esant finansiniam stresui, spragos. Šio ekonomikos sektoriaus įtraukimas į naujų produktų kūrimą, investavimą, rinkodaros ir personalo

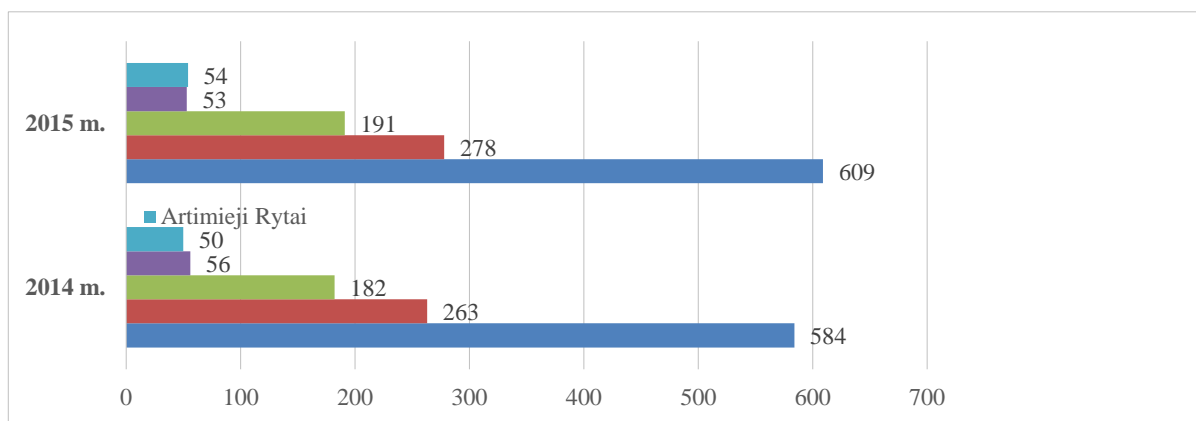
klausimus taip ir lieka nesuprastas. Be to, strateginės galimybės padėti įmonėms išlikti gyvybingoms per ekonominį nuosmukį nėra gerai iširtos.

Taip pat mažai žinoma apie finansų ir ekonomikos krizės poveikį renginių rėmimui, verslo susitikimams ir kelionėms. Yra galimybės ekonomiškai modeliuoti finansų krizės poveikį plėtojant tvarias turizmo iniciatyvas kaip, pavyzdžiui, atsižvelgiant į klimato kaitą. Istoriniai sąskaitų ir tyrimų atvejai apie turizmo ekonominius nuosmukius gali suteikti vertingų pamokų ateičiai. Dėl pramonės restruktūrizavimo šios krizės rezultatai suteikia galimybę strateginėms diskusijoms ir vizijoms turizmo produktovizijoms iš abiejų: privataus ir viešojo sektorių. Pramonė yra žinoma kaip atsparioji ekonomikos dalis dėl klimato kaitos ir daugelio atsigavimų kriziniu etapu praėityje. Tačiau ši krizė yra ganėtinai sudėtinga, nes turizmo vadovai turi ne tik susidoroti su ekonominiu iššūkiu, bet taip pat susidoroti su grėsmėmis, klimato kaita ir kitais aplinkos klausimais, demografiniais pokyčiais, naftos kainomis ir esminiais pokyčiais kelionių paklausoje. Atkūrimui šįkart bus priimtas visų suinteresuotųjų šalių bendradarbiavimas, kaip jos kūrybiškai iš naujo pažvelgs į ateities turizmo viziją, kaip nustatys pagrindinius konkurencingus išteklius, kurių reikės išgyvenimui ateinančiais metais.

Analizuojant Pasaulio turizmo organizacijos pateiktus duomenis, galima išskirti 5 didžiausius turizmo regionus:

1. Europą;
2. Afriką;
3. Aziją;
4. Okeaniją;
5. Artimuosius Rytus;
6. Ameriką.

Šiuose regionuose turistų pasiskirstymo skaičius yra gan nevienodas (1 pav.).



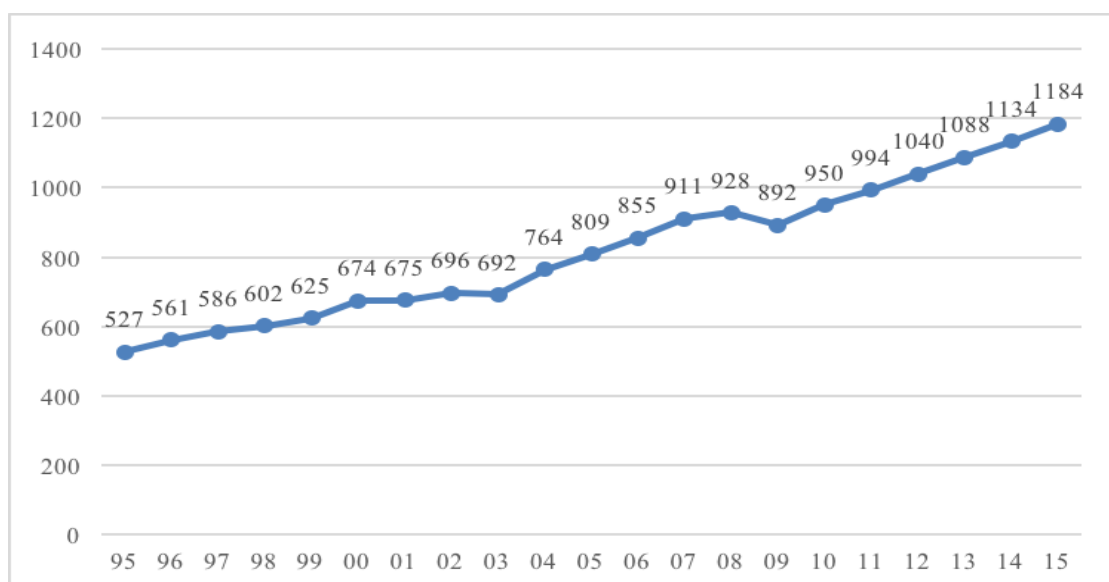
**1 pav. Tarptautinių turistų skaičius (mln.) turizmo regionuose, 2014-2015 m. (Šaltinis: Pasaulio turizmo organizacija)**

Iš 1 pav. matome, kad Europos, Amerikos ir Azijos bei Ramiojo vandenyno regionuose užfiksuotas turistų skaičiaus padidėjimas maždaug 5% 2014 -2015 m. Artimuosiuose Rytuose turistų skaičius padidėjo 4 mln., o Afrikoje sumažėjo - 3 mln. Europos turistų skaičiaus augimą lėmė silpnesnis euras JAV dolerio ir kitų valiutų atžvilgiu.

## 1.2. Turizmo sektoriaus veiklos rezultatų analizė

2009 m. per Jungtinių Tautų Pasaulio turizmo organizacijos posėdį buvo pasakyta: “Yra jaučiamas labai didelis turizmo srauto mažėjimas, kas sudaro struktūrinę krizę, kuri gali tęstis iki 2012 m. maždaug. Kadangi turizmas turi savybę atsigauti po bet kokios krizės, jis atsities. Žmonija niekada nepraras noro keliauti, atrasti, pažinti. Tam reikia, jog suaktyvėtų turizmo politika ir geras krizės valdymas. Kiekviena valstybė turi dėti visas įmanomas pastangas, tam kad išsaugotų darbo vietas ir užkirstų kelią situacijos blogėjimui” (PTO, 2009).

Finansinės ekonominės krizės laikotarpiu turistų skaičius labai sumažėjo (2 pav.)



2 pav. Tarptautinių turistų skaičius (mln.), 1995-2015 m. (Šaltinis: Pasaulio turizmo organizacija)

Iš 2 pav. pateiktų duomenų matyti, kad finansinės ekonominės krizės laikotarpiu sumažėjo 36 mln. PTO duomenimis, pasaulio rinkoje 2008 m.pirmoje pusėje, turizmo augimas siekė 5 %, antrąjį pusmetį buvo iš karto pastebėtas 1 % staigus smukimas. Tačiau kai kurie regionai 2008 m. pasiekė ne tokių blogų rezultatų.:

- Viduriniai Rytai + 11 %;
- Afrika + 5 %;
- Amerika + 4 %.

Per antrąjį pusmetį 2008 m. Europos ir Azijos regionų turistų skaičius smuko 3 %. Tačiau ir sunkumų metu galima pasiekti gerų rezultatų, kaip pvz.: Panama, Korėja, Indonezija, Egiptas, Libanas, Turkija. 2009 m., PTO numato vietinio ir tarptautinio turizmo sąstingį. 2009 m. jau buvo mažiau keliaujama, mažiau leidžiama pinigų, trumpesnės kelionės planavimas ir kt. Sumažėjusios pajamos, neefektyvūs valdžios sprendimai nulėmė ir turizmo sektoriuje dirbančių darbuotojų atleidimus. Viena didžiausių turizmo bendrovių TUI, tikėjosi, kad šaltasis sezonas bus stabilesnis dėl žiemos sporto. Prabangiųjų viešbučių grandinės atstovai informavo, kad rezervacijų skaičius krito 53 %. Norint įveikti ekonominės krizės padarinius šalys ėmėsi veiksmų turistų srautų išlaikymui, pavyzdžiui kaip: Argentina įgyvendino naują reklamos kompaniją; Egiptas sumažino oro uosto mokesčius.

Pasaulinė ekonominė krizė padarė didelę įtaką įvairių šalių turizmui. Tai ypač svarbu, nes ekonomika grindžiama paslaugų, tame tarpe ir turizmo, sektoriumi. Šiame sektoriuje kaip du pagrindiniai ekonomikos ramsčiai ir potencialas ekonomikai minimi: laivyba ir turizmas (European Commission, 2012, p.5). Pačių kelionių ir turizmo sektorius yra labai jautrus įvairiems šiems vidiniams ir išoriniams veiksniams, dėl kurių atsiranda neigiama turistų nuomonė ir įžvalgos apie skirtingą šalį (Proff & Hosie, 2009).

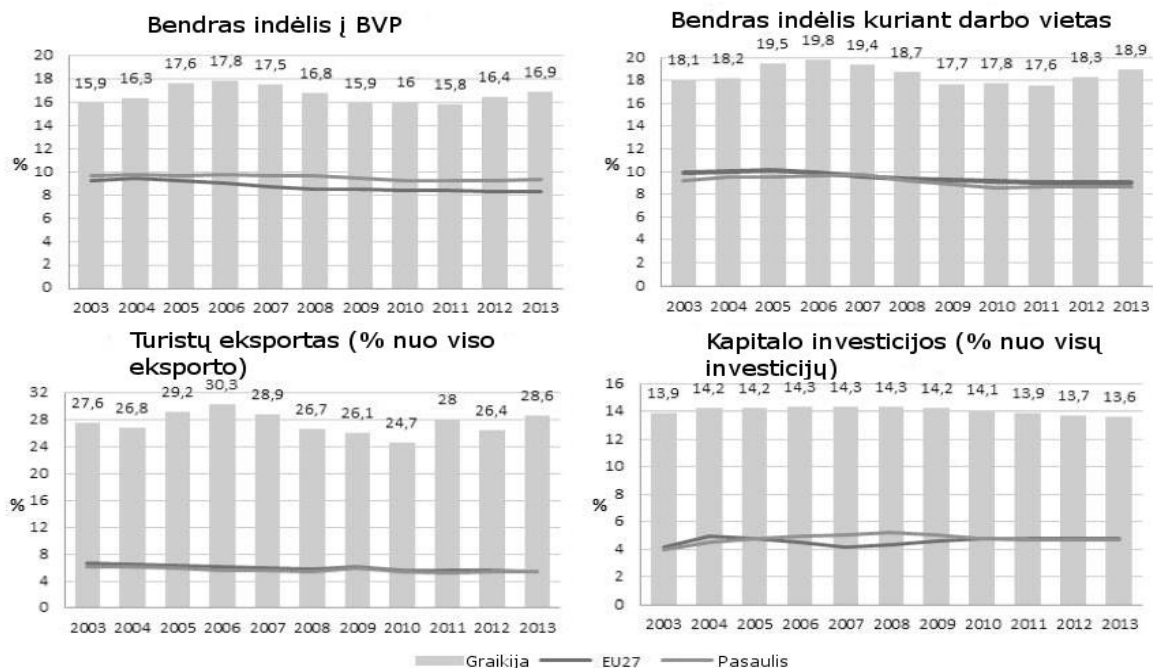
Išorinės ir vidinės ekonomikos krizės grėsmės turizmo sektoriuje yra (Sian et al., 2009):

- išorinės – valiutų kurso svyravimas ir apmokestinimas, nuosmukis;
- vidinės grėsmės – mažėjančios pajamos, didėjančios išlaidos, nuostoliai.

Pasaulinės ekonominės krizės padarinių neišvengė ir Graikija. Turizmo sektorius yra ypač svarbi Graikijos ekonomikos dalis, nes turi tiesioginį ir netiesioginį stiprų poveikį skirtingai ekonominei veiklai. Pasak pasaulio kelionių ir turizmo tarybos, Graikija yra 40-toji šalis iš 184, įnešančių indėlį į turizmo ekonomiką. Kapitalo investicijos į turizmą sudarė 13,7 % ir 3,1 milijardo (pasaulyje 4,7 %). Pateikiami rodikliai rodo ganėtinai didelę turizmo sektoriaus priklausomybę nuo Graikijos ekonomikos turizmo sektoriui. (WTTC, 2013, p. 1-8).

Keturi rodikliai rodo turizmo indėlio nuo 2003- 2013 m. judėjimą. Nuo 2008 m. sumažėjo BVP investicijos. Be investicijų, kiti trys rodikliai sumažėjo dar iki 2008 m. 2 pav. pateikti pagrindiniai turizmo rodikliai į Graikijos ekonomikos indėlį (%) 2003-2013 m. laikotarpiui.

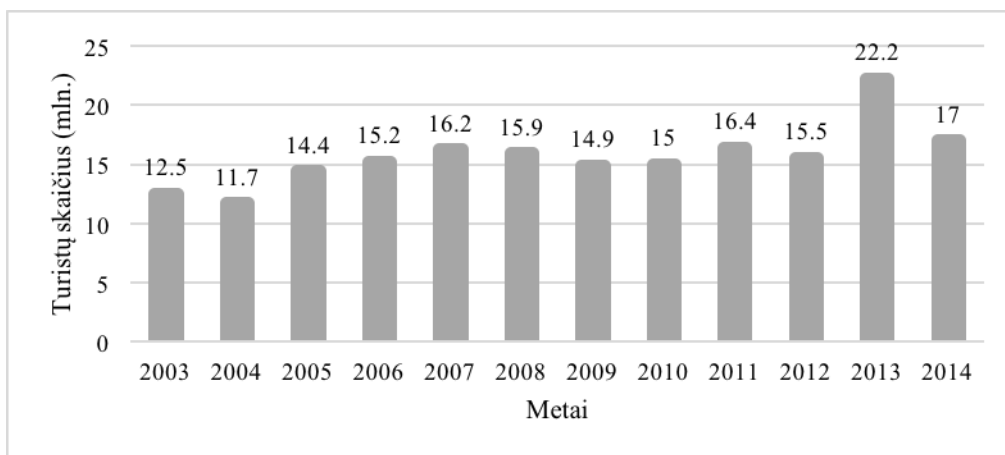




**3 pav. Turizmo rodikliai į Graikijos ekonomikos indėlių (%) 2003-2013 m. laikotarpiui. Šaltinis: WTTC, Economic Data Search Tool, Greece, 2013 m.**

3 pav. pateikti duomenys rodo, kad Graikijos bendras indėlis į BVP 2011 m krito 0,2 % punktais, o 2012 m. pakilo iki 16,4% arba 0,6 % punktais. Tačiau 2013 m. vėl stebimas kilimas 0,5% punktais. Bendras indėlis kuriant darbo vietas 2009 m. 1% punktu, o jau 2013 m. siekė 18,9% arba padidėjo 1,2 % punktais lyginant su 2009 m. Turistų eksportas per 2009-2013 m. labai svyravo ir 2013 m. siekė 28,6 % kas atitiko prieškrizinį laikotarpį. Graikijos kapitalo investicijos kol kas nepasiekė 2006-2008 m. rezultato ir vis dėl to investicijos mažėja.

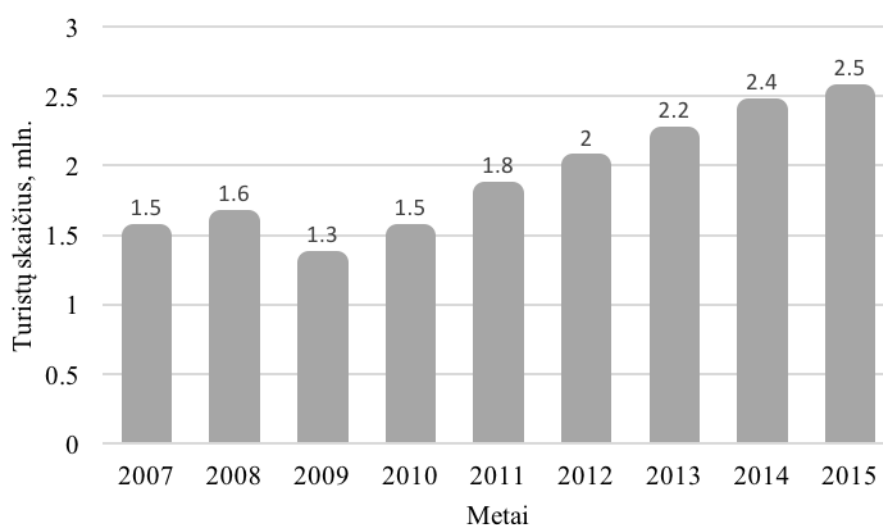
Tarptautinės ekonomikos krizė labai paveikė atvykstančių į Graikiją turistų skaičių (4 pav.), kuris ypač dėl krizės poveikio sumažėjo 2009 metais.



**4 pav. 2003 – 2014 m. atvykstančiųjų turistų skaičius (mln.) Graikijoje. Šaltinis: UNWTO Elibrary – Tourism Factbook, 2014 m.**

4 pav. pateikti skaičiai parodo, kad pasaulinė finansinė krizė 2009 m. sumažino į Graikiją atvykstančių turistų skaičių 1 mln. 2010 m. turistų skaičius padidėjo nežymiai, o 2011 m. Graikiją jau aplankė 16,4 mln. Turistų. 2012 m. į minėtą šalį atvyko 0,9 mln. mažiau turistų, bet 2013 m. stebimas rekordinis atvykusių skaičius - 22,2 mln., kuris 2014 m. mažėja iki 17 mln. Pagal atvykstančių turistų skaičių visame pasaulyje Graikija iš 16 vietos 2008 m. persikėlė į 17 2011 m., taip aplenkdamą Tailandą ir Saudo Arabiją (World Bank, 2013).

Žvelgiant į turizmo sektorių Lietuvoje, galima išvelgti daug daugiau optimizmo. Analizuojant Valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos duomenis, matoma, kad Lietuva vis dar siekia dviženklis turistų didėjimo srautus (+12,4%). Duomenys pateikti atsižvelgiant į apgyvendinimo įstaigų statistinius duomenis.



**5 pav. 2007 – 2015 m. atvykstančiųjų turistų skaičius (mln.) į Lietuvą. Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas**

Iš 5 pav. matyti, kad pasaulinė finansinė krizė palietė ir į Lietuvą atvykstančiųjų turistų skaičių. 2009 m. jis sumažėjo 0,3 mln., 2010 m. padidėjo 0,2 mln. 2011 m. Lietuvoje esančių turistų skaičius siekė 1,8 mln. ir pastebima didėjimo tendencija iki 2015 m. Statistikos departamentas informuoja, kad turistų skaičius iš Europos Sąjungos (ES) šalių Lietuvoje 2015 m. išaugo 11,9 proc., ne iš ES šalių sumažėjo 8,6 proc. Vokietija 2015 m. pirmą kartą tapo užtikrinta Lietuvos atvykstamojo turizmo lydere. Pernai Lietuvoje svečiavosi 170 tūkst. vokiečių turistų, 4,9 proc. daugiau nei 2014 m. Vokietijos apgyvendintų turistų dalis Lietuvos apgyvendinimo rinkoje 2015 m. siekė 13 proc. Baltarusija ir Rusija 2015 m. užėmė panašią Lietuvos apgyvendinimo rinkos dalį (12 % Baltarusija ir 11% Rusija). Nors 2014 m. Rusija užėmė net 17 proc. Lietuvos apgyvendinimo rinkos, Baltarusijos dalis siekė 14 proc. Lygiant 2015 m. su 2014 m., Rusija nukrito iš pirmos pozicijos į trečiąją, o Baltarusija nepaisant kritimo, išlaikė antrąją vietą. Lenkija ir Latvija 2015 m. užėmė po tokią pačia

Lietuvos apgyvendinimo rinkos dalį – 9 %, kadangi dėl geopolitinės situacijos Lietuva prarado daug turistų Rusijos ir Baltarusijos, tačiau vis tiek pavyko išlaikyti atvykstančių turistų skaičiaus augimą. Reikia paminėti, jog turistų augimas iš ES šalių (+12,7 %) buvo nežymiai didesnis, nei iš kitų šalių (-12,0 %).

Ekonominę tarptautinio turizmo svarbą galima įvertinti pagal tarptautinių kelionių įplaukų ir BVP santykį (1 lentelė).

**1 lentelė. Europos Sąjungos šalių kelionių įplaukos ir išlaidos mokėjimų balanse 2010–2014 m. Šaltinis: Eurostatas 2015 m.**

	Receipts			Expenditure			Net (million EUR) 2014
	(million EUR)		Relative to GDP 2014 (%)	(million EUR)		Relative to GDP 2014 (%)	
	2010	2014		2010	2014		
<b>EU-28 (*)</b>	<b>76 630</b>	<b>109 532</b>	<b>0.8</b>	<b>88 748</b>	<b>98 038</b>	<b>0.7</b>	<b>11 494</b>
Belgium	8 620	10 544	2.6	14 313	17 935	4.5	-7 391
Bulgaria	2 626	2 980	7.0	626	903	2.1	2 077
Czech Republic	5 419	5 148	3.3	3 216	3 875	2.5	1 273
Denmark	4 420	5 746	2.2	6 809	7 667	3.0	-1 921
Germany	26 159	32 613	1.1	58 934	70 261	2.4	-37 648
Estonia	809	1 366	6.8	478	877	4.4	488
Ireland	:	3 656	1.9	:	4 561	2.4	-905
Greece	9 611	13 393	7.5	2 156	2 077	1.2	11 316
Spain	41 218	49 010	4.7	12 788	13 573	1.3	35 437
France	35 464	43 234	2.0	29 016	36 657	1.7	6 577
Croatia	6 221	7 394	17.2	629	634	1.5	6 760
Italy	29 257	34 241	2.1	20 415	21 713	1.3	12 528
Cyprus	1 629	2 142	12.3	956	946	5.4	1 196
Latvia	484	719	3.0	490	536	2.3	183
Lithuania	729	1 042	2.9	644	796	2.2	245
Luxembourg	3 128	3 899	8.0	2 670	2 916	6.0	983
Hungary	4 235	4 421	4.2	1 821	1 531	1.5	2 891
Malta	814	1 146	14.4	234	300	3.8	846
Netherlands	8 850	11 062	1.7	14 473	16 082	2.4	-5 020
Austria	14 027	15 675	4.8	7 717	8 148	2.5	7 527
Poland	7 259	8 450	2.1	6 505	6 679	1.6	1 772
Portugal	7 600	10 394	6.0	2 953	3 318	1.9	7 076
Romania	860	1 379	0.9	1 238	1 825	1.2	-446
Slovenia	1 926	2 056	5.5	923	732	2.0	1 324
Slovakia	1 684	1 941	2.6	1 471	1 860	2.5	81
Finland	2 301	:	:	3 251	:	:	:
Sweden	6 565	9 557	2.2	9 880	13 942	3.2	-4 384
United Kingdom	24 982	35 255	1.6	42 223	47 762	2.1	-12 507
Iceland	:	1 028	8.0	:	734	5.7	294
Montenegro	:	682	:	:	35	:	647
FYR of Macedonia	:	222	2.6	:	112	1.3	110
Serbia	:	863	2.6	:	622	1.9	241
Turkey	17 202	22 299	:	3 923	3 827	:	18 472

(\*) Extra EU-28 flows.

Source: Eurostat (online data codes: bop\_c6\_q, bop\_eu6\_q and nama\_10\_gdp)

Kaip matome iš 1 lentelės duomenų Lietuvos įplaukos iš turizmo 2010 m. buvo 729 mln. Eur, o 2014 m. padidėjo iki 1042 mln. Eur ir bendrame šalies BVP sudarė 2,9 %. Tuo tarpu Graikijos 2010 m. įplaukos sudarė 9611 mln. Eur ir padidėjo iki 13393 mln. Eur 2014 m. Bendrame šalies BPV sudarė 7,5 %.

Viena iš geresnių turizmo savybių yra geras ekonomikos atsparumas verslo nuosmukiams. Statistikos duomenimis, finansų krizė turizmo nepaveikė 2010 metais, nes atostogaujančių buvo 940 milijonų visame pasaulyje, 57 milijonais netgi daugiau už 2009 metus. Nors Europoje vyravo ekonominė bei politinė krizė, jos patrauklumas dėl to nesumažėjo. Europa yra viena iš populiariausių krypčių visuose esančiuose žemynuose. Graikijoje, kuri susiduria su ypatingomis problemomis, turistų skaičius išaugo iki 9,5%. Viena iš priežasčių, kam yra labai jautrus turizmas, tai kariniai veiksmai ir politinės revoliucijos (Bagdonas, 2012).

## 2. TEORINIAI EKONOMINĖS KRIZĖS IR TURIZMO ASPEKTAI

### 2.1. Ekonominės krizės priežastys ir sprendimo būdai

Pagal M. Jonaitį (2015) galima išskirti keletą ekonominės krizės atsiradimo priežasčių, tačiau pirmiausia reikėtų atkreipti dėmesį į politiką ir pačią žmogaus psichologiją. Žvelgiant į užsienio šalis, jų krizės įvyksta perskirstant galių įsigyjimą, kapitalą.

Kapitalizmas šių dienų pasaulio ekonominė koncepcija. Dalis mokslininkų teigia, jog vienas pagrindinių kapitalizmo išskirtinių ženklų yra privati nuosavybė, o kiti teigia, kad tai yra žinių, finansinio kapitalo, naujovių judėjimas arba kitaip tariant globalizacija. Galima išskirti kelias kapitalizmo rūšis (stadijas):

- 1) merkantilizmas – tai prekių pervežimas ir pardavimas už žymiai didesnę kainą, šalims kurios vienos ar kitos prekės neturi;
- 2) pramoninis kapitalizmas – tai vienas iš pagrindinių pelno variklių, kuris daugiausiai įsikūrė naujose augančio kapitalizmo bei pigios darbo jėgos šalis.;
- 3) finansinis kapitalizmas – leidimas investuoti ir tikėjimasis pelno ateityje. Atvejis Azijos su Rytų Indija, kai buvo pardavinėjamos ekspedicijų akcijos.

Šios šakos dar ir šiais laikais egzistuoja bei sudaro kapitalizmą. Viso to esmė yra pelnas bet kokia kaina, jeigu nėra galimybių tam vystytis vienoje šalyje, jis migruoja į kitą. Taip mažiausiomis sąnaudomis galimas didžiausias pelnas.

Finansinės krizės paveikia kiekvieną šalį, nepriklausomai nuo jos dydžio, ekonominių galimybių. Kiekviena krizė kyla tiek iš vidinių, tiek iš išorinių priežasčių. Tai gali būti privataus arba viešojo sektoriaus viduje. Nepaisant koks esamos krizės dydis, ji sklinda labai greitai ir už šalies, kurioje tuo metu ji vyksta ribų. Pastarųjų metų įvykiai, tik dar labiau leido įsitikinti, kaip svarbu yra valstybėms ir ekonomikos formuotojams turėti tvirtą ir vieningą supratimą, kas tai yra krizė (Claessens S., Kose M. A., 2013).

Vienas pagrindinių valstybių ir organizacijų negalėjimo veikti faktorių yra trūkumas žinių apie nuoseklaus supratimo apie ryšius tarp finansų rinkos, sisteminės rizikos ir ekonominių procesų. Kai nėra vieningos nuomonės apie teorines struktūras, visi empiriniai tyrimai tai tik išvalgos kurios nėra sutelktos (Dungey M., Tambakis D., 2005).

Tikslesnio ekonominės krizės apibrėžimo nėra. Tai galima apibūdinti kaip sutrikimus, kurie išsivysto iki krizės lygio finansų rinkose, tuomet kreditų srautas yra suvaržomas ir prekių bei paslaugų rinka yra neigiamai paveikta (Jickling M., 2008).

Nagrinėjant pasaulio ekonomikos istoriją yra daugybė šalių kurioms teko susidurti su ekonominiiais sukrėtimais. Aišku, kiekviena buvusi krizė savotiškai yra tarpusavyje susijusi.

Analizuojant informacinius šaltinius bei literatūrą, galima atrasti įvairių ekonominės krizės klasifikavimų.

Tejvan R. Pettinger Oksfordo ekonomistas išskiria šiuos krizių tipus:

1) Finansų krizė – tai sunkumai dėl likvidumo trūkumo ieškant prieinamų lėšų. Bankų ir kitų rinkoje dalyvaujančių negalėjimas pasiskolinti, taip sukeldama destruktivų ciklą.

2) Kredito krizė – finansinio sektoriaus krizė. Siejama su likvidumo trūkumu ne tik bankuose, bet ir kituose finansiniuose sektoriuose (institucijose). Vienas ir pavyzdžių, kaip 2008 metais bankams kilo sunkumų randant prieinamus kreditus.

3) Fiskalinė krizė – susijusi su skolų išmokėjimu ir pakankamo pinigų kiekio pasiskolinimu, biudžeto padengimo deficitui. Auganti palūkanų norma ir mažėjantis VVP kredito reitingas įtraukia valstybę į ciklą, kai rinkos nebeskolina, todėl valstybė yra priversta mažinti deficitą išlaidų apkarpymu, tai mažina BVP ir mažesnes mokestines pajamas. Fiskalinę krizę išgyvenanti valstybė turi kreiptis tarptautinės pagalbos.

4) Valiutų krizė – kai yra nepasitikėjimas valstybės aktyvais, todėl smarkiai krenta valiutos vertė. Visa tai gali sukelti fiskalinę krizę. Valiutos krizė kyla taip ir dėl pusiau fiksuoto kurso. Jeigu rinkoje kyla pamąstymai, kad valiuta yra gerokai pervertinama.

5) Ekonominė krizė – apima rimtas ekonomines problemas kaip, hiperinfliaciją, valiutos žlugimą ir panašius reiškinius). Tai yra viena rimčiausių ekonominių krizių, kuri veda prie didžiausio neigiamo poveikio vartotojų gerovei.

Viena įsimintiniausių krizių 2005 - 2008 metų. Žmonės jautė poreikį nekilnojamojo turto įsigijimui, valdantiems tai buvo puiki proga pasinaudoti esama situacija ir kelti kainas. Kainų kėlimas peržengė visus standartus, todėl žmonės buvo priversti imti dideles paskolas iš bankų, kurie jas lengvai suteikdavo. Sistemos veikimas buvo puikus, tačiau tik tol kol žmonės galėjo išsimokėti už paskolas. Tad bankai nusprendė nebesuteikti taip lengvai paskolų ir tai buvo vienas esminių kritinių padėčių verslams. Kaip tik tada ir buvo griauinama visa ekonomika.

2007 metais prasidėjus nekilnojamojo turto kainų kritimui, JAV sukėlė finansų krizę, kuri prasidėjo visame pasaulyje. Buvo susidurta su Europos, Azijos ir Amerikos šalių nemokumu, kreditavimo mažėjimu, bankų krizėmis, sukeltu dideliu nepasitikėjimu finansų institucijomis. 2008-2009 m. Ekonominė krizė pasireiškė per BVP mažėjimą. Viena iš pagrindinių priežasčių buvo pokyčiai naftos rinkoje ties kainodara.

Aiškinantis J. Stiglitz (2010) požiūrį, finansų krizės mastai yra įvertinti tik 2009 m., kuomet ekonomika išgyveno didžiausią recesiją nuo "Didžiosios depresijos" 1930 m.

Pirmoji priežastis, kuri lėmė krizės atsiradimą, buvo ciklinis pasaulio ekonomikos bei išsivysčiusių šalių vystymasis. Visi globalizacijos procesai trumpina ciklą ir ekonominio stabilumo fazių trukmę. Antroji priežastis, tai kad finansinė sistema neatitinka keliamų šiuolaikinių reikalavimų,

tačiau atitinka esamuosius. Pati globalizacija – tai vienas iš sudėtingiausių pasaulio ekonomikos reiškinių. Tai vienos dominuojančios valiutos JAV dolerio pasitikėjimas. Yra rodomas ignoravimas bet kokiems kardinaliems finansų pakeitimams. Tikima, jog esama finansinė sistema turi defektus, kadangi finansiniai procesai neatitinka ekonominių išteklių panaudojimo. Trečioji, tai prižasčių grupė, kuri apima socialinius veiksnius: ekonominė nelygybė, poliarizacija, etikos, moralės verčių krizės didėjimas. Socialinė nelygybė lemia ekonominę krizę. Europos Sąjungoje tai pastebėta daug anksčiau, kaip tik dėl to ji buvo pasiskelbusi, kad yra atsakinga už socialinę politiką globalizacijos procese (Rakauskienė, 2009).

2008 metais, kai finansų krizė peraugo į realaus sektoriaus krizę, visai pasaulio ekonomikai buvo vieni sudėtingiausių laikų per pastaruosius dešimtmečius. Sparčiai didėjanti krizė sukėlė sunkumų vartotojų pasitikėjimui, verslui, mažėjo pats vartojimas ir investicijos. Savo statusą prarado ir tarptautinės prekybos apimtys, būsto rinka, menko pramonės aktyvumas ir didėjo nedarbas. Galima paminėti Lietuvos ekonomiką 2002 - 2007 m., kai buvo spartus augimo tempas, tik nebuvo tvarus. Prasidėjo privataus sektoriaus skolų didėjimas ir nekilnojamojo turto plėtimasis. Kaip tik dėl šios priežasties, ekonomika tapo priklausoma nuo imamų paskolų. 2008 metų Lietuvos augimas sulėtėjo. Taigi tai panašu į kompleksinę Lietuvos finansų krizę.

Visi šie neigiami veiksniai galiausiai pasiekė šiuos rezultatus:

- BVP smukimas 2009 m. pasiekė 14,7 %;
- nedarbas išaugo iki 17,8 %.

Tai vienas didžiausių rodiklių svyravimų per dvidešimt metų. Jonaičio (2015) teigimu iš kur kyla finansinės ir ekonominės krizės, yra keletas pasvarstymų. Pirmasis, tai aukštas pelno siekimas be jokių suvaržymų. Norėjimas gauti pelną bet kokia kaina, sunaudojant mažiausiai sąnaudų. Antrasis, krizės bent jau XX amžiuje nebuvo tokios ir neplanuotos. Visa tai buvo susiję su federalinio rezervo banku ir už jo esančiais asmenimis, kurie ir inicijavo krizes. Turint gan didelius finansinius išteklius, kai didžioji dalis firmų išgyvena sunkų laikotarpį imti ir supirkti jų kapitalą, taip tampant stipresniems ir eliminuoti esančius konkurentus.

Be išimčių kiekviena krizė labai sukrečia visą visuomenę. Krintantis BVP, augantis nedarbo lygis, mažėjantis vartojimas, o kartu ir pelnas kažkam paliečia kiekvieną.

Apibendrinant visą straipsnį galima teigti, kad dabar dominuoja liberalus kapitalizmas. Krizė tai viena iš natūraliųjų kapitalizmo būsenų. Jei pasaulis vis labiau integruosis į vieną sistemą, tuo sudėtingesnės bus krizių pasekmės. Augant pelnui stambusis kapitalas bus suinteresuotas platesniu globalizacijos lygiu.

Aiškinantis ekonominės krizės poveikį turizmo sektoriui, visi turistai yra dalyvaujantys darbo vietų kūrimo, mokestinių įplaukų ir pajamų gavimo, pardavimuose bei pelno kūrimo. Šis ekonominis veiksnys yra svarbus priimant marketingo ir valdymo sprendimus. Įvairių regionų ekonomikos žinovai

išskiria tris ekonominius poveikius: tiesioginį, netiesioginį ir dirbtinį. Kartais antriniu poveikiu gali būti vadinami kartu siejami netiesioginis ir dirbtinis poveikiai. Kiekvienas iš šių poveikių gali būti traktuojamas kaip bendroji produkcija arba kitaip tariant, pardavimai, užimtumas, pajamos ar netgi pridedamoji vertė.

*Dirbtinis poveikis.* Ekonominės veiklos pakitimai, kurie daro įtaką namų ūkių išlaidų pajamoms, kurios yra gaunamos turizmo išlaidų rezultate. Kaip pavyzdį galime pateikti viešbučių ir lininių audinių darbuotojus, kurie yra išlaikomi turizmo. Pardavimai, pajamos ir darbo vietos, kurios atsiranda dėl namų ūkių išlaidų iš darbo užmokesčio, vadinami dirbtiniu poveikiu.

*Tiesioginis poveikis.* Tai yra pasikeitimai ekonominėje veikloje per pirmą išlaidų ciklą. Toks veiksnys ima pasireikšti per pačią turizmo šaką. Šis poveikis atsiranda pirmuose turizmo sektoriuose kaip: restoranuose, apgyvendinime, pramogose, transportavime bei mažmeninėje prekyboje. Pavyzdys, turistų skaičius, kurie lieka nakvoti viešbutyje, padidėjimas daro įtaką pardavimų didėjimui šiame sektoriuje.

*Netiesioginis poveikis.* Gamybos pokytis, kuris atsiranda per tolimesnius išlaidų ciklus. Kuomet turizmo pramonė savosiomis išlaidomis veikia kitas ūkio šakas (pvz., pramonės šakas, paslaugomis ir prekėmis aprūpinančias viešbučius). Verslo šakos, kurios aprūpina produktais ir įvairiomis paslaugomis, atvaizduoja kitą netiesioginio poveikio ciklą. Galiausiai viešbučiai yra glaudžiai susiję su daugeliu kitų ekonominių sektorių.

Galima teigti, jog turizmo išlaidų pasikeitimai faktiškai gali daryti įtaką bet kokiam ūkio sektoriui, naudojantis netiesioginio ir dirbtinio poveikių apibrėžimais. Dirbtinis poveikis labiausiai pastebimas, kai kažkuriame iš regionų yra uždaroma didelė įmonė. Tuomet dėl pajamų sumažėjimo regionuose nukenčia ne tik kitos įmonės aprūpinančios pramonės šakos, tačiau ir visa ekonomika vietos. Mažmenininkai bankrutuoja, o pinigų nutekėjimas iš regionų tik didėja.

Turizmo poveikio ekonomikai sąvokos patikslinimui sudaryta schema 6 pav.:



**6 pav. Ekonominio poveikio procesas. Sudarytas darbo autorės remiantis: E. Meilienė, E. Baroniūnaitė, Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai, straipsniu.**

Turizmas yra sudėtinga ūkio šaka, kuri sudaryta iš įvairių sektorių, kurie teikia ir padeda teikti turizmo paslaugas. Pats turizmas veikia kaip ekonominė sistema, kuri turi išorinius ir vidinius ryšius. Turizmą sudaro paslaugų vartotojas ir paslaugų sistemos. Analizuojant R. Navickienės teiginius, turizmo paslauga – veikla, turistų poreikių tenkinimui, į kurią įeina transporto, apgyvendinimo, maitinimo ir kitos paslaugos. Apgyvendinimas – tai vienas iš pagrindinių pelno šaltinių turizmo sektoriuje. Kiekvienoje šalyje, tai svarbiausia turizmo struktūrinė dalis, neatsiejamas kiekvienos šalies biudžeto pajamų šaltinis. Daugiau nei 30 % visų kelionių išlaidų tenka būtent šiam sektoriui, kurį sudaro apgyvendinimo produktas ir paslaugos. Apgyvendinimo paslauga yra kaip teigiama arba neigiama kliento patirtis (potyris), kuris naudojasi apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės svetingumu.



**2 lentelė. Krizinių įvykių paveiktos vietovės patrauklumą atstatančios priemonės. Sudaryta darbo autorės, remiantis I. Jucaitės, J. Maščinskienės „Turizmo vietovių po krizinių įvykių patrauklumo valdymas“, 2012 m.**

<b>ATSAKAS KRIZINIAMS ĮVYKIAMS</b>					
<b>P R I E Š</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Strateginio krizinių įvykių valdymo plano parengimas</li> <li>• Vietovės įvaizdžio stiprinimas</li> <li>• Informacijos sklaida apie vietovę</li> <li>• Už komunikaciją atsakingos darbo grupės subūrimas</li> <li>• Turizmo rinkos plėtra</li> <li>• Bendradarbiavimas su žiniasklaida</li> </ul>	<b>P E R</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Greitas reagavimas likviduojant krizės padarinius</li> <li>• Tikslios informacijos žiniasklaidai apie krizinių įvykių pateikimas, informacijos sklaidos kontrolė</li> <li>• Neteisingų pranešimų žiniasklaidoje paneigimas</li> <li>• Informacijos apie krizę patalpinimas vietovės (dažniausiai – šalies) interneto svetainėje</li> <li>• Krizinio įvykio aukų prisiminimas, jų gelbėjimo veiksmų analizė</li> <li>• Bendradarbiavimas su kelionių organizatoriais ir oro linijų bendrovėmis</li> <li>• Atvykstančiųjų saugumo užtikrinimas</li> </ul>	<b>P O</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visuomenės informavimas apie krizinius įvykius turizmo vietovėje</li> <li>• Krizinių įvykių valdymo grupės subūrimas</li> <li>• Strateginio krizinių įvykių valdymo plano įgyvendinimas</li> <li>• Žurnalistų ir kelionių organizatorių kelionių organizavimas siekiant supažindinti su situacija pokrizinėje vietovėje</li> <li>• Tarptautinių vežėjų, kelionių organizatorių ir valstybinio sektoriaus bendradarbiavimas</li> <li>• Specialių kainų ir kainų nuolaidų pasiūlymai, siekiant pritraukti turistus</li> <li>• Turistų saugumo sistemos įvertinimas</li> </ul>

Anot I. Jucaitės, J. Maščinskienės (2012) atsižvelgiant į esamą, krizinių įvykių paliestų vietovių situaciją, esminiai krizinių įvykių ištiktos turizmo vietovės patrauklumą atstatantys sprendimai turėtų būti priimami apimant visas krizinių įvykių stadijas – prieš krizę, per krizę, po krizės (2 lent).

## *Prieš krizę.*

Ištikus krizei šaliai dažnai gręsia ilgalaikės arba trumpalaikės pasekmės. Sušvelninti pasėkmes pavyktų tada, kai būtų parengtas strateginis krizių įveikimo valdymo planas, kuriame būtų numatyti įvairūs veiksmai, padedantis krizės metu. Įvaizdį vietovėje gali padėti stiprinti ne tik infrastruktūros ir ekonomikos gerinimas, stereotipų atsisakymas, pokyčių rėmimas, bet ir valstybės politika, kuri užtikrina šalies saugumą. Taip pat prie krizės valdymo gali prisidėti ir unikalios, greitos idėjos, siūlomos patrauklios kelionės, žinių sklaidos priemonės, kurie padėtų prišaukti naujus atvykstančiuosius turistus. Susidomėjimas vietove priklauso nuo to, kaip žiniasklaida sugeba pateikti išsamią informaciją. Taip pat svarbu pabrėžti, kad žinomumą padeda išpopuliarinti gausus agentūrų, ambasadų ir atstovybių skaičius pasaulyje. Kiek turistų apsilankys šalyje priklauso ir nuo to kaip valdžios struktūros ir turizmo agentūros prisidės prie turizmo vietovių gerinimo. Tarp valstybinių įstaigų ir kitų organizacijų turi vykti sklandus bendradarbiavimas, tam kad būtų pasiektas geras rezultatas. Išpopuliarint valstybę, į kurią nori atvykti turistas, gali padėti ir internetinis puslapis, kuriame pateikiama svarbiausia informacija apie lankytinas vietas, kur gali galima pigiausiai apsisotiti ir patenkinti kitus poreikius. Viena iš svarbesnių žingsnių yra sukurti atsakinga ir komunikaciją skatinančią darbo grupę, Grupės dėka turistai galėtų bendrauti, bendradarbiauti ir sužinoti atsakymus į visus rūpimus klausimus apie šalį, kurioje lankosi arba nori apsilankyti.

Piligrimų kelionės, ekoturizmas, sporto ir nuotykių pilni maršrutai, kaimo turizmas padės išpopuliarinti turizmo sektorių. Taip pat svarbu atsižvelgti ir į kvalifikacijos kėlimą darbuotojams. Reikia orientuotis į tai, kad ne visi turistai gali sau leisti turistauti, nes turizmo paslaugos yra brangios, kvalifikuoti darbuotojai turėtų pasiūlyti kiekvienai žmogui kelionę už jam prieinamą kainą. Svarbu yra, kad tiek valstybinio, tiek privataus sektorio bendradarbiavimas būtų taikomas įvairiems alternatyviems sprendimams, prisidėtų prie krizės įveikimo plano. Labai svarbu krizės metu bendradarbiauti su žinių sklaidos atstovais, kurie ištikus krizei privalo pateikti tik teisingą informaciją, kad nedeinformuotų turistų, kuri tik pablogintų esamą situaciją. Visa reikalinga informacija apie vyriausybės subsidijas, finansavimą, paramą verslui, turto praradimo atveju turi būti parengtos kriziniame plane.

Paskutinis etapas, aprašytas kriziniame plane turi skelbti veiksmus ir priemones, užtikrinančias turistų saugumą turizmo sektoriuje, sąrašas. Rengiant šį sąrašą, turėtų bendradarbiauti gelbėjimo tarnybos, vietos ir užsienio vežėjai, kelionių organizatoriai ir turistai. Pastarųjų nuomonė leistų parinkti saugumo priemones, sustiprinančias jų saugumą šalyje.

### *Per krizę.*

Ištikus krizei, vyriausybė ir privatus sektorius turi greitai reaguoti ir sutelkti visas jėgas tam, kad būtų evakuoti nukentėjusieji. Vienas iš svarbiausių aspektų per krizę yra žiniasklaidos teikiama tikslinga informacija apie nukentėjusiuosius, saugumo užtikrinimą turistams, veiksmus, kurių imasi žmonės, gelbėjant nukentėjusiuosius nuo krizės. Neigiamo šalies įvaizdžio formavimui ir turistų skaičiaus mažėjimui žiniasklaidos priemonės turi bene didžiausią įtaką. Krizės metu pasitaiko neteisingų pranešimų, kuriuos būtina paneigti, tam kad būtų išvengta didelių nesusipratimų ir blogo šalies įvaizdžio. Vietovės valdžios institucijos privalo informuoti turistus apie krizę, pranešti tikslią informaciją, rengti spaudos konferencijas, kuriose aiškiai būtų pateikiamos visos naujienos. Taip pat labai svarbu yra nuolat atnaujinti informaciją vietovės arba šalies internetinėje svetainėje. Svarbu atsižvelgti, kad krizė ne visada vyksta visoje šalyje, tad internetinėje svetainėje reiktų nuolat pateikti informaciją apie šalyje esančias vietas, kuriose turistai galėtų jaustis saugiai. Aukų pagerbimas ir jų prisiminimas yra svarbi vietovės įvaizdžio formavimo dalis.

Reikia nepamiršti, kad vienas iš svarbiausių žingsnių krizės metu yra atlikti gelbėjimo veiksmų analizę. Bendradarbiavimas su kelionių organizatoriais ir oro linijų bendrovių atstovais padėtų vykdant gyventojų evakuaciją. Krizės metu labai svarbu užtikrinti turistų saugumą vietovėje. Būtina įrengti saugumo sistemas oro uostuose, viešajame transporte, padidinti specialiųjų gelbėjimo tarnybų efektyvumą, tam, kad turistai jaustųsi, jog jais gali pasirūpinti bet kokios nelaimės atveju.

### *Po krizės.*

Po krizės, kaip ir krizės metu, svarbiausia yra informuoti gyventojus apie jų saugumą, kad nekiltų dar didesnis sąmyšis šalyje ar vietovėje. Už informacijos sklaidą turi būt atsakingi ne tik vietos, bet užsienio kelionių organizatoriai. Rengiamose konferencijose turėtų pasisakyti visi, kurie atsakingi už turistus, tai oro linijų atstovai, vežėjai, vietos organizatoriai. Suvažiavimuose jie turėtų galimybę išsakyti nuomonę apie susidariusią padėtį ir kartu pabandyti atrasti geriausius sprendimo būdus. Darbo grupės krizės metu atstovai būtų atsakingi už kontrolę ir tolimesnius veiksmus, kurie padėtų atstatyti vietovės patrauklumą turistams.

Svarbiausias aspektas po krizės yra įgyvendinti dar prieš krizę parengtą krizinių įvykių valdymo planą, kuris padėtų įveikti neigiamus krizės padarinius, padėtų greičiau ir efektyviau susidoroti su blogu vietovės įvaizdžiu, pritraukti naujų turistų, atstatyti patirtą žalą architektūrai, pastatams ir šalies ekonomikai. Svarbu padėti įvertinti realiai, todėl reiktų žurnalistams, ir kelionių organizatoriams suteikti galimybes apsilankyti krizės ištiktoje vietoje, kad šie galėtų informuoti turistus apie padėtį šalyje ir neskleistų nepalankių pranešimų apie vietovę.

Kaip ir prieš krizę, taip ir po jos yra svarbu, kad ne nukentėjusioje vietovėje, bet ir visoje šalyje bei tarptautiniu mastu būtų pasiektas glaudus bendradarbiavimas tarp vežėjų, kelionių organizatorių ir valstybinio sektoriaus. Jų bendradarbiavimas turi įtakos turistų srautų padidėjimui, leidžia siūlyti patrauklias kainas, naujus kelionių maršrutus, patogų bei greitą susisiekimą. Turistų saugumo sistemos įvertinimas yra baigiamasis krizinių įvykių valdymo etapas, kuriame turistų apklausos rezultatų pagrindu pateikiami saugumo priemonių panaudojimo privalumai ir trūkumai. Visa informacija apie strateginius įgyvendinimo planus padeda atgaivinti turizmo vietovės įvaizdį, pritraukti naujus turistus, leidžia apsisaugoti nuo kitų krizių, o išvardytos priemonės pritraukia netgi naujų turistų. Vis dėlto galima teigti, jog didžiausias dėmesys turėtų būti skirtas infrastruktūrai, kuriai būna padaryta daugiausia žalos. Pasak I. Jucaitės, kriziniai įvykiai ir jų padariniai struktūrai daugiausia lemia ar žmonės norės, ar nenorės vykti į atitinkamą krizės paliestą vietą. Žmonės visada nori jaustis saugūs, o krizės paliesta vieta nėra ta vieta, kur galima jaustis saugiai, niekas nėra garantuotas, kad vietovės nepalies kito pobūdžio krizė (I. Jucaitės, J. Maščinskienės, 2012).

Nepaisant dėl ekonominės krizės kilusių turizmo pajamų pokyčių reikėtų apvarstyti ir galimus pasikeitimus ir poveikį kainoms. Neklasikinės ekonomikos kontekste, prekių ir paslaugų kainų, darbo užmokesčio tarifams yra būdingas didėjimo ir mažėjimo lankstumas. Todėl turizmo paklausa dėl sumažėjusių pajamų, taip pat gali sumažinti kainas tarp turizmo paslaugų tiekėjų, tam, kad išliktų konkurencingi rinkoje (Ritchie et al 2010).

Analizuojant Graikijos atvejį, galima teigti, jog krizė labai paveikė šios šalies turizmo sektorių, tiek atvykstantį, tiek vidinį ir išvykstantį turizmą. Ekonominė krizė Graikiją paveikė daug labiau nei Šiaurės Europos šalis. Tačiau Graikijai tai lyg pranašumas kalbant apie atvykstantojo turizmo srautus. Šios šalies turizmo paslaugų teikėjai gali sumažinti kainas ir taip įgyti konkurencingumą, o Šiaurės Europa ilgainiui gali siekti tokių pačių rezultatų.

Pasak S. Jakeliūno: “Esminės priežastys, kodėl Graikija kaip ir kitos pietinės ES valstybės susidūrė su labai rimtomis finansų požiūriu sukeltomis problemomis yra dvi. Pirmoji, euro zoną sudaro labai skirtingos savo ekonomine struktūra ir valdymo kokybe šalys. Antroji, šios zonos priežiūros ir ekonominis mechanizmas yra nepakankamas.” Maastrichto kriterijų neužtenka, o juk dauguma valstybių jų tiesiog nesilaiko kaip numatyta. Europos Vadovų Tarybos pirmininkas D. Tuskas teigė: “Atsakingi yra visi dėl Graikijoje susiklosčiusios padėties. Išeitį galima rasti tik visiems kartu bendromis pastangomis. Nors pagrindinė našta tenka graikų politikams, tačiau atsakomybę prisiimti turi ir kitų daug labiau išsivysčiusių šalių politikai” (Graikijos krizės pamokos Lietuvai, 2015).

## 2.2. Teoriniai ekonominės krizės poveikio vertinimo aspektai

Pradedant nagrinėti pačią ekonomiką, paprastai reikia turėti aiškų, suprantamą apibrėžimą. Yra labai daug šios teorijos apibrėžimų, štai keletas iš jų:

- ekonomikos mokslas, tai yra veiklos susijusios su mainais ir piniginiiais sandėriais tarp žmonių;
- ekonomikos mokslas, tai kaip žmonės naudoja retus arba ribotus gamybos išteklius įvairioms prekėms gaminti ir skirstyti jas tarp žmonių, jog šie galėtų jas naudoti;
- tai mokslas apie kasdienę žmonių veiklą, kaip gauti priemonių savo gyvenimo užtikrinimui ir kaip jas panaudoti tam;
- ekonomikos mokslas, tai kaip žmonija susitvarko su savo uždaviniais vartojimo ir gamybos srityse;
- ekonomikos mokslas yra apie turta.

Ekonomikos mokslas yra apie tai kokius išteklius žmonių visuomenė ilgainiui įsigyja pagaminti prekėms ir paskirstyti tarp įvairių visuomenės grupių, tam kad jas būtų galima vartoti dabar ir ateityje (Jakutis, Šečkutė et al, 2000).

Vilniaus universiteto ekonomikos teorijos autoriai teigia, kad tai yra mokslas apie žmonių ūkinę veiklą, kurios metu tenkinami žmonių poreikiai, naudojant įvairius išteklius. Šis mokslas apibūdina bendruosius ekonomikos veikimo principus, kurie yra pritaikomi bet kokiai žmogaus veiklai.

Yra išskiriamos dvi ekonomikos teorijos dalys – mikroekonomika ir makroekonomika.

*Mikroekonomika.* Nagrinėja skirtingų ūkio šakų bei rinkų funkcijas ir individualių subjektų elgseną rinkos ūkio sąlygomis. Šis mokslas tyrinėja pajamų ir išteklių išskirstymo esančias problemas.

Galimi mikroekonomikos tyrimo objektai:

- įmonė, tai privačios ūkinės veiklos forma, kai keletas arba vienas iš asmenų, turėdamas savo ir skolintą kapitalą, siekia ne tik ekonominės naudos, bet ir paslaugų bei prekių gamybos realizavimo;
- rinkos dalyviai ir pati rinka;
- institucijos viešojo sektoriaus, tai reguliavimo ir ekonominės politikos įstaigos (teisėsauga, Seimas, Vyriausybė, teisėtvarkos institucijos).

*Makroekonomika.* Tai teorijos dalis nagrinėjanti ekonominę sistemą kaip pačią visumą. Ji aiškina ir leidžia mums suprasti ekonomikos dėsnių ir dėsningumų veiksmus.

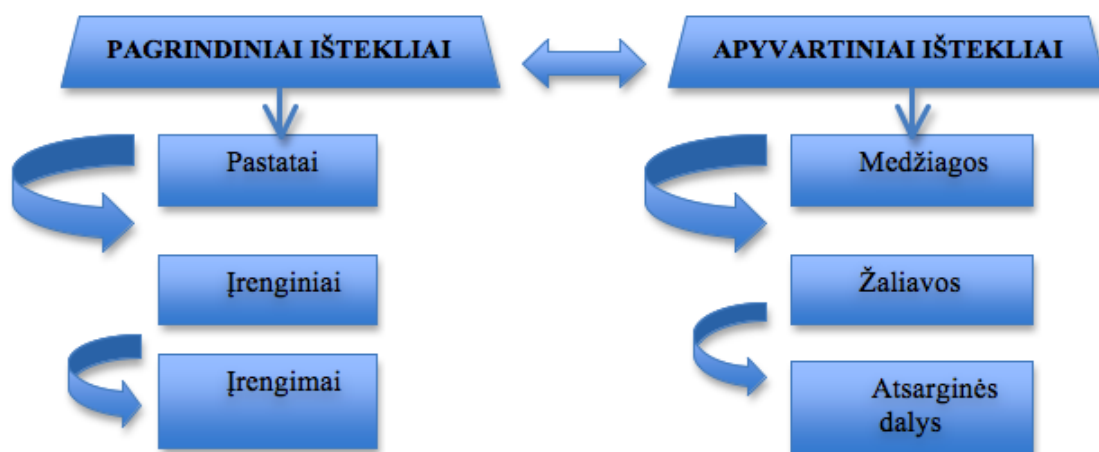
*Ūkinės veiklos rezultatai bei ekonomikos ištekliai.* Vieni iš pagrindinių ekonominės veiklos rezultatų – tai yra prekės ir paslaugos. Naudingumas priklauso nuo sugebėjimo tenkinti poreikius bei

sąnaudų jiems kurti ir pateikti vartotojui. Prekėms ir paslaugoms gaminti juk reikalingos žaliavos, mašinos, įrenginiai, medžiagos darbuotojai, energija ir kt., apibendrinant, ištekliai.

Žemė. Tai ne tik dirbamoji žemė, bet ir visi esantys gamtos turtais kaip, vanduo, miškai, naudingosios iškasenos, gyvūnija ir augalija, pati saulės energija ir dar daug kitų.

Darbas. Žmogaus fizinis ir protinis gebėjimas atlikti ūkines arba gamybines funkcijas. Tai yra sąmoninga ir tikslinga veikla.

Kapitalas. Gamybos procese naudojami daiktai, kitos prekės skirtos gamybai (žaliavos, įrenginiai, pastatai, medžiagos). Materialiniai ištekliai sukurti žmogaus rankomis ir darbu, jie gali būti skirstomi į 7 pav.:



**7 pav. Materialinių išteklių skirstymas. Sudaryta darbo autorės, remiantis G. Dubausko “Ekonomikos ir finansų teorijos, 2013m.”**

Taip pat svarbų vaidmenį atlieka finansinis kapitalas, toks kaip banko indėliai, akcijos, obligacijos, vekseliai, visi vertybiniai popieriai.

Aiškinantis žodžio krizė kilmę, paaiškėjo jog jis kilęs iš graikiško žodžio “crisis”. Jis reiškia lemiamą baigtį, sprendimą (Rochet et al., 2008). Ši sąvoka yra vartojama ekonomikoje, kaip finansų krizė, taip pat medicinos moksluose, kaip ligos stadija. Taip pat gali būti naudojama kalbant apie politines, karines krizes. Žodyne žodžio krizė atitikmuo yra sudėtinga situacija, pereinamoji padėtis, netgi pavojingas laiko tarpas (Macmillan English Dictionary). Analizuojant Coombs (2007) pasisakymus, krizė yra staigus, netikėtas įvykis lemiantis grėsmę ne tik organizacijos veiklai, bet ir finansiniai būklei, ką jau kalbėti apie reputaciją.

Organizacijos krizė – tai nenusipėjamas, baisus įvykis. Išsamesnis krizės apibrėžimas analizuojamas Argenti (2007), tai nelaimė išskylanti dėl žmogiškųjų klaidų, arba tyčinių veiksmų. Vadybos požiūriu krizė yra staigus įvykis arba atvejis, svarbus nutikimas, kuris kelia didelę grėsmę organizacijai galintis sugriauti jos reputaciją (Valackienė, 2005, p.8).

Nagrinėjant ekonominių ciklų teoriją, egzistuoja nuolatinė ir nuspėjama struktūra. Jos dėka įmanoma aiškintis esamus ar buvusius pokyčius ekonomikoje. Autoriai (Kvainauskienė, 2005; Stankevičius, 2010) kartu su skirtingomis teorijomis, netinkančias ekonominio ciklo fazes apibūdina skirtingai. Pagrindinės ciklo stadijos yra 4: smukimas, žemiausias taškas, pagyvėjimas ir pakilimas. Kiekviena ciklo stadija nagrinėjama atsižvelgiant į pokyčius. R. Urniežius (2006) teigė, jog krizė yra viena pagrindinių ciklo fazių. Visos likusios yra tiesiog išvestos iš pačios krizės. Nuosmukis, sukelia begalę sutrikimų ekonomikoje, pvz.: mažėja pajamos, gamybos ir prekybos apimtis, žmonių užimtumas, prekių perkamumas (vartotojų perkamoji galia). Vis labiau didėjantis nedarbas mažina visuomenines išlaidas, kas lemia gamybos nedarbą bei nuosmukį. Pats terminas krizė, apibrėžiamas, kaip sistemos būseną. Krizės gali būti asmeninės ir visuomeninės, techninės ir gamtinės, ekonominės, sausros, politinės, karinės, kūrybinės. Jos gali būti įveikiamos sprendžiant vidinius prieštaravimus arba išorinius sukeltus konfliktus. Taip pat vykdant sisteminės ir struktūrinės naujoves.

XIX - XX amžiuje, didžioji dalis krizių buvo susijusios su bankais, kurie sukeldavo paniką – ekonominę recesiją, akcijų mažėjimą, valiutų ir užsienio paskolų krizes, dėl šios priežasties dažniausia ekonominė krizė yra vadinama *finansų krize*.

Brockner et al. (2008) teigimu krizių valdymo procesų tyrimai yra pažengę į priekį, nors tyrėjai retai skiria tam dėmesio, nes sunku suvokti kaip krizė gali būti ir naudinga organizacijai. Tinkamai suvaldyta krizė gali organizacijai padėti pasiekti geresnę būseną nei buvusioji iki tol. Tad valdant krizinę situaciją yra geras požiūris atkreipti į tai dėmesį kaip iš galimybių pusės (Brockner, 2008). Jeigu organizacija sėkmingai suvaldo krizę, ji yra tik dar labiau gerbiama nei iki kriziniu laikotarpiu (Argenti et al., 2007; Wang, 2008).

Analizuojant Beržinskienės (2006) teiginius, galima išvelgti, kad kiekviena krizė, nepaisant ją sukeliančių priežasčių, turi savitą dinamikos ypatumą, kurį svarbu įvertinti ieškant sprendimo alternatyvų. Krizės įmonės išvengti negali, tačiau reikia pabrėžti, kad yra svarbu atpažinti ją sukeliančius veiksnius bei išmanyti krizės dinamiką. Galimi keturi krizių etapai 8 pav.:



8 pav. Krizės etapų dinamikos ciklas. Sudaryta darbo autorės, remiantis Beržinskienės et al., 2006 m.

**3 lentelė. Ekonominių krizių klasifikavimas. Sudaryta darbo autorės, remiantis Kiyak D., Labanauskaitė D., Reichenbachas T., Finansų krizių tipai, jų palyginamoji analizė Lietuvoje**

<b>Ekonominės krizės tipas</b>	<b>Ekonominės krizės kilimo priežastys</b>	<b>Pirminis krizės poveikis ekonomikai</b>	<b>Galimas antrinis krizės poveikis ekonomikai</b>
1. Finansinės panikos sukeltos krizės	1. Nepasitikėjimas. 2. „Bandos jausmas“. 3. Finansinis svertas išsigyjant turta	1. Nelikvidus turtas. 2. Staigus turto kainų kritimas	1. Bankų ir kitų finansinių institucijų bankrotai. 2. Ekonominis nuosmukis
2. Sproge finansų burbulai	1. Pervertintas nansinis turtas. 2. Finansinio sverto naudojimas perkant turta. 3. Perdėti lukesčiai dėl turto kainos kilimo. 4. Spekuliacija turta (turto pirkimas siekiant brangiau jį parduoti)	1. Nelikvidus turtas. 2. Staigus turto kainų kritimas. 3. Susijusio turto kainų kritimas	1. Su atitinkamu turta susijusių ekonominių vienetų nuostoliai ir bankrotas. 2. Ekonominis nuosmukis
3. Finansinių garantijų krizė	Neatsakingai suteiktos finansinės garantijos (dažniausiai valstybinės)	Institucijos ar šalies, suteikusios garantijas, nuostoliai	Institucijos ar šalies, suteikusios garantijas, nemokumas
4. Likvidumo išsekimas – priverstinių paskolų gražinimo krizė	Finansinių institucijų bankrotas	Likvidumo mažėjimas finansų rinkose (tarp bankų arba obligacijų)	1. Kitų finansų institucijų bankrotas. 2. Kitų tipų finansų krizės (pvz., bankų panika)
5. Skolos krizė	1. Per didelis skolos augimas ekonominio pakilimo metais. 2. Išaugusios skolų aptarnavimo sąnaudos. 3. Per daug optimistinis skolos aptarnavimo sąnaudų vertinimas	Finansinės institucijos ar šalies nemokumas / bankrotas	1. Įmonių nemokumo grandinė. 2. Ekonomikos nuosmukis
6. Bankų sistemos krizė	1. Nepasitikėjimas bankų sistema. 2. Per didelė bankų sektoriaus ekspansija. 3. Ekonomikos nuosmukis, padaugėjęs „blogųjų“ paskolų. 4. Finansinio turto burbulai ir su tuo susijusios blogosios paskolos. 5. Indeksų fondų kritimas	1. Bankų nemokumas. 2. Kreditavimo mažėjimas. 3. Bendro bankų paskolų portfelio mažėjimas. 4. Kapitalo „išėjimas“ iš šalies. 5. Panika finansų rinkose, akcijų ir obligacijų nuvertėjimas	1. Bankų bankrotų grandinė. 2. Likvidumo problemos bankininkystės sistemoje. 3. Ekonominis nuosmukis (masinė bedarbystė, gyventojų pajamų ir gamybos mažėjimas). 4. Indelininkų santaupų praradimas
7. Mokejimo balanso krizė	1. Fiksuotas valiutos kursas. 2. Išorės kapitalo „ištekejimas“. 3. Šalies eksporto tarptautinio konkurencingumo mažėjimas. 4. Investuotojų pasitraukimas iš šalies ar didelių įmonių	1. Fiksuoto valiutos kurso atsisakymas. 2. Valiutos kurso pasikeitimas. 3. Ekonomikos nuosmukis	1. Bankų sistemos problemos dėl valiutos kurso pasikeitimo. 2. Šalies nemokumas
8. Valiutos krizė	1. Valstybės biudžeto de cito finansavimas iš šalies tarptautinių atsargų. 2. Spekuliacinės atakos prieš fiksuotą valiutos kursą. 3. Dideli kapitalo srautai iš/ar į šalį. 4. Einamosios sąskaitos deficitas	1. Fiksuoto valiutos kurso atsisakymas. 2. Valiutos kurso keitimas. 3. Išsivysčiusių šalių nacionalinės valiutos nuvertėjimas. 4. Fondų indeksų mažėjimas. 5. Ekonomikos nuosmukis	1. Kapitalo „ištekejimas“ iš šalies. 2. Ekonomikos nuosmukis. 3. Šalies nemokumas
9. Pasaulinės krizės	Vyriausybių visuotinis užsienio emitentų vertybinių popierių išpardavimas	Žlugimas visose – tiek prekybos, tiek pinigų ir fondų – pasaulio rinkose.	1. Masiniai bendrovių bankrotai. 2. Akcijų rinkos griūtis. 3. Gamybos mažėjimas. 4. Vartojimo mažėjimas 5. Bedarbystė



P. Honohan (2005) teigia, kad 1976–2000 metais pasaulyje įvyko daugiau nei 400 finansų krizių, nors jos ir turi panašumų, skirtumų yra labai daug, taigi krizės kils nuolatos ir bus nenuspėjamos. Tačiau autorių nuomone, finansinių krizių klasifikavimas ir skirstymas pagal panašius požymius leistų jas geriau suprasti bei palengvinti jų poveikio ekonomikai analizę. Todėl sudaryta finansinių krizių klasifikacinė lentelė (2 lentelė), kurioje analizuojami finansų krizių tipai, jų poveikis ekonomikai (Honohan, 2005).

### **2.3. Ekonominės krizės poveikis kitiems verslo sektoriams**

S. Jakeliūnas (2011) savo knygoje teigė: “Nuo 2008 metų pabaigos Vyriausybė jau pasiskolino apie 20 milijardų litų ir viso valdžios sektoriaus skola 2010 m. pabaigoje beveik pasiekė 36 milijardus litų. Skolinamasi buvo finansų rinkose labai aukštomis palūkanomis (ypatingai – 2009 metais), nors beveik visos aplinkinės valstybės 2008 – 2009 metais sudarė skolinimosi susitarimus su Tarptautiniu valiutos fondu. Dėl brangaus skolinimosi valstybės biudžeto išlaidos palūkanoms nuo 800 milijonų litų 2008 metais išaugo iki 1,9 milijardo litų 2011 metais. Tai – bene labiausiai augęs valstybės biudžeto išlaidų straipsnis. 2011 metais Lietuva palūkanoms apmokėti išleis beveik du kartus daugiau lėšų negu krašto apsaugai, o išlaidų palūkanoms prieaugis per 2011 – 2008 metus du kartus viršija 2010 m. sutaupytas biudžeto lėšas dėl sumažintų pensijų”.

Milžiniški palūkanų mokėjimai ir nuolatinė skolos augimo bei jos perfinansavimo rizika – papildoma jau kelių nekompetentingų Lietuvos vyriausybių ir Seimo kadencijų išlaikymo kaina. Ją mokesčių mokėtojai turėtų pridėti prie biudžete numatytų išlaidų išlaikyti valdžios institucijas ir taip vertinti šalies valdymo efektyvumą bei tikruosius kaštus. Oficialus bedarbių skaičius vis dar viršija 300 tūkstančių – per dvejus metus jis išaugo daugiau kaip tris kartus. Tai – taip pat milžiniška problema, kuri kilo sprogus kredito ir nekilnojamojo turto burbulams. Išlaidos bedarbių išlaikymui, socialinė įtampa, didžiulis nepasitenkinimas Vyriausybės bei Seimo vykdoma politika ir nuolatinė politinio nestabilumo grėsmė – taip pat šios krizės ir netinkamo jos valdymo padariniai.

Statistikos departamento duomenimis dėl krizės vėl išaugo emigracija, dar labiau išryškėjo neigiamos demografinės tendencijos, todėl kyla reali grėsmė valstybės ateičiai bei jos gyvybingumui. Ir ne už kelių dešimtmečių, kaip kad skaičiuoja politikai, o žymiai greičiau. Apie tai plačiai kalbama ir diskutuojama, tačiau realių ir efektyvių veiksmų imtis neskubama, o gal ir nesugebama.

Jau minėtos krizės Lietuvoje priežastys turėtų būti oficialiai ir objektyviai ištirtos. Europos centrinis bankas savo leidiniuose pažymėjo, kad krizės tyrimai jau atlikti Islandijoje ir Airijoje. Švedijos parlamente praėjusiais metais buvo tiriami Švedijos valdžios institucijų veiksmai krizės Baltijos valstybėse akivaizdoje. Bus nesuprantama, jeigu krizė nebus ištirta čia, kur jis vyksta - Lietuvoje. Tik objektyviai įvertinus jos priežastis ir atsakingų institucijų veiksmus galima tikėtis

politinio ir visuomenės pritarimo ją įveikiant bei galimybių užkirsti kelią panašioms krizėms ateityje. Deja, kol kas nepanašu, kad valdančiosios ir opozicinės politinės partijos būtų pasirengusios tokiam tyrimui, nes jo metu tikriausiai išryškėtų visų jų indėlis į ją.

2011 m. Lietuvos ekonomika ir biudžetas didele dalimi priklauso nuo dviejų finansinių išteklių srautų – nuolatinio valdžios sektoriaus skolinimosi (apie 10 mlrd. litų 2009 m. ir apie 8 mlrd. – 2010 m.) ir ES paramos lėšų (daugiau kaip 5 milijardai litų 2009 m. ir pernai). Prie šių skaičių pridėjus dar apie 2-3 milijardus litų emigravusiųjų piliečių lėšų pervedimų per metus, Lietuvos ekonomika ir biudžetas kasmet yra finansuojami 15 – 18 proc. metinio šalies BVP dydžio laikinų išorinių finansų srautų. Tai – milžiniška finansinė ir ekonominė priklausomybė. Kol kas šie pinigai palaiko ekonominį ir finansinį šalies funkcionavimą, jais dengiami biudžeto bei užsienio prekybos deficitai – taip gesinami krizės sukelti gaisrai. Šiems pinigų srautams reikšmingai sumažėjus ar nutrūkus, šalį ištiktų ekonominis ir finansinis paralyžius. Tokia milžiniška šalies ekonomikos ir viešojo sektoriaus priklausomybė nuo išorės finansavimo šaltinių yra kelis kartus pavojingesnė nei energetinė ar kokia nors kita priklausomybė ir tai būtina suvokti visiems šalies piliečiams ir politikams.

Atskira problema yra ES paramos lėšų panaudojimo efektyvumas. Karštligiškai siekiama panaudoti jų kuo daugiau, nekreipiant dėmesio į ilgalaikį poveikį šalies biudžetui, ekonomikos procesams, iškraipant konkurencinę aplinką ir skatinant korupcines bei išlaikytinių nuostatas valstybėje. Nei dabartinė Prezidentė, kritikavusi G. Kirkilo Vyriausybę 2007 metais, nei dabartinė Vyriausybė nemato reikalo nustatyti šios paramos naudojimo ilgalaikio ekonominio efektyvumo kriterijų. Ar kas nors skaičiavo, kiek mokesčių mokėtojams kainuos išlaikyti brangias sporto arenas, infrastruktūrinius objektus ir informacines sistemas, kurie buvo ir yra finansuojami ES lėšomis. Dažnai į ES paramos lėšas žiūrima tik kaip į trumpalaikio ekonomikos skatinimo šaltinį ir negalvojama apie ilgalaikes tokių “investicijų” sąnaudas ir našta mokesčių mokėtojams ateityje”, (Jakeliūnas, 2011).

M. Leikos teigimu: “Ekonominės krizės teorijas galima suskirstyti pagal tai, ar finansų krizė aiškinama vidinėmis, ar išorinėmis priežastimis. Teorijos, aiškinančios vidinėmis priežastimis, jas sieja su nepakankama finansinių institucijų priežiūra, apgaulėmis, perinvestavimu ir pan. Ekonominės krizes siejant su išorinėmis priežastimis, nurodomos tokios priežastys, kaip spekuliaciniai kapitalo srautai, fiksuotasis valiutos kursas, skolinimosi tarptautinėse rinkose sunkumai. Kiekviena finansų krizė yra sukeliama skirtingų priežasčių“ (Leika, 2008).

Krizės pavojingumo priežastis šalių ekonomikai yra tokia, kad turi tiesioginę įtaką gamybos apimčiai, įmonių išlaidoms, investicijų lygiui ekonomikoje. Bankų (finansinė) krizė paveikia ekonomiką per kreditus. Taip yra sunaikinama finansiniai aktyvai, todėl sumažėja turtas, o vėliau krinta vartojimo išlaidos. Barrell, Davis ir Pomerantz (2006) nagrinėjo vartotojų išlaidų mažėjimo poveikį, žvilgsnis krypo į gamybos apimčių ir turto smukimą. Jie įrodė, kad yra pakitęs skolintojų elgesys. Padidėjus blogų paskolų skaičiui, bankai laisva ranka nebeteikia paskolų verslininkams ir

namų ūkio atstovams. Kuo didesnis kredito normavimas, tuo mažesnis vartojimas. Kai krizė yra susijusi su bankais, tai trunka daug ilgiau. Teigiamas požiūris ir čia įmanomas, kaip infliacijos mažėjimo aspektas. Bet vis gi, neigiamas gamybos augimas kaip reikiant padidina defliacijos riziką (Barell, Davis, Pomerantz, 2006). Norint sumažinti krizės poveikį šalis privalo imtis tam tikrų veiksmų. Kurti organizacijas, grupes, kurios būtų atsakingos už krizės valdymo plano kūrimą. Plane turėtų būti nupaskota kokius sprendimus priimti ir kaip greičiau įveikti krizę, tai turėtų būti vienas iš svarbiausių aspektų norint, kad šalyje plėstųsi turizmas ir pagerėtų ekonomikos lygis.

## 2.4. Teoriniai turizmo sektoriaus vertinimo aspektai

Apie pačią turizmo sampratą yra kilę labai daug diskusijų. Vieni šio žodžio kilmę bando versti iš prancūzų kalbos, kiti iš lotynų. Tačiau bendroji turizmo reikšmė – tai keliavimas iš vienos vietos į kitą, sugrįžtant atgal į gyvenamąją vietą.

Pagrindiniai trys komponentai turizmo, be kurių šis žodis neegzistuos:

- a) turistai;
- b) lankoma vieta;
- c) transportas.

Skiriant didesnę dėmesio dalį turizmui, jo sąvoka nuo nuolat vykstančių šio sektoriaus permainų kinta (4 lent.).

**4 lentelė. Turizmo sampratos raida sudaryta darbo autorės, remiantis A. Baležentis ir B. Žuromskaitė “Verslo vadyba”, 2012 m.**

Šaltinis	Turizmo sampratos apibrėžimai
P. Bernecker (1961)	Turizmas – visuma tarpusavio santykių ir paslaugų, kurios yra susijusios su savanorišku laikinu turistų gyvenamosios vietos pakeitimu neprofesiniais ar komerciniais tikslais.
Pasaulinė turizmo organizacija (1981)	Turizmas – tai visos kelionių arba ekskursijų rūšys, kai asmuo palieka savo gyvenamąją ar darbo vietas, ne ilgiau kaip 12 mėnesių. Tikslas neturi būti samdoma ar mokama veikla.
Hagos turizmo deklaracija (1989)	Turizmas – tai paslaugų sfera, sukurta tenkinti žmonių poreikius, iškilusius jų judėjimo metu, už savo įprastos gyvenamosios ar darbo ribų.
JTO Statistikos deklaracija (1993)	Turizmas – asmenų veikla, kai vyksta keliavimas po vietoves, esančias už jiems įprastos aplinkos esančių ribų. Ne ilgiau kaip vienus metus verslo, poilsio ar kokiais nors kitais tikslais.
S. Wanhill (1996)	Turizmas apima trumpalaikį asmenų išvykimą iš gyvenamosios vietovės

	bei visą vykdomą veiklą jų kelionės metu.
A. Kenward ir J. Whittington (1999)	Turizmas – veikla, keliavimas savo malonumui.
O. Junevičienė, D. Labanauskaitė, E. Slušnys, A. Vaidelys, A. Armaitienė, P. Grecevičius A. Lukšaitienė (2002)	Turizmas – visos kelionių, ekskursijų rūšys, kai asmuo palieka savo gyvenamąją vietą ne ilgiau kaip 12 mėn. Išvykos tikslas turi būti neapmokama ir nesamdoma veikla. Tačiau yra teigiama, jog į turizmo sąvoką įtraukiami žmonės, dalyvaujantys konferencijose ar keliauja verslo, mokslo tikslais.
C. R. Goeldner, J. R. Brent Ritchie (2006)	Turizmas tai toks procesas, veikla ir jos rezultatai, kurie gali išsivystyti į santykius tarp turistų ir turizmo paslaugų tiekėjų, bendruomenės, šalies valdymo sprendimų ir aplinkos sąlygų.
Lietuvos Respublikos turizo įstatymas (2011)	Turizmas – tikslinga žmonių veikla, susijusi su kelione, laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ne ilgiau kaip vienerius metus, jeigu ši veikla nėra mokymasis ar mokamas darbas lankytinoje vietovėje.

Turizmas yra tapęs masišku reiškiniu, nors jo plėtra priklauso nuo pasaulyje vykstančių permainų. Veiksniai turintys įtakos turizmo plėtrai:

- 1) politiniai, tokie kaip mokesčiai;
- 2) ekonominiai, kaip valiutos kursas, rizika dėl darbo netekimo;
- 3) saugumas arba nesaugumas, įvairūs gamtos reiškiniai;
- 4) demografiniai, išsilavinimo lygis, migracija;
- 5) kultūriniai;
- 6) technologiniai, komunikacija, transportas;
- 7) mada.

Būtina paminėti kitus labai svarbius turizmo vystymuisi aspektus:

- turizmo politika;
- žmonių išsilavinimas;
- infrastruktūros plėtra;
- kintantis gyvenimo būdas;
- urbanizacijos ir industrializacijos procesai;
- kultūriniai pokyčiai;
- aplinkos kaita, klimato atšilimas, užterštumas.

Turizmo plėtra reaguoja labai neramiai į visus pasaulyje vykstančius pakeitimus. Vienas iš neigiamų veiksnių yra terorizmas bei didelę įtaką padarė ekonominė krizė.

## 2.5. Turizmo modeliai, rūšys ir klasifikavimas

Visas turizmo modelio formavimas siejamas su mokslininko atstovaujama sritimi ir pažiūriu į turizmą. Galima išskirti keletą esminių požiūrių:

1. institucinis požiūris (skirtingų institucijų veiklos ir tikslų pažinimas, tarpusavio pozicijos ir ryšiai);
2. istorinis požiūris (turizmo istorijos paieška regionuose, skirtingose epochose);
3. turizmo produktų pažinimas (svarbi turizmo pasiūla, jo produktas);
4. ekonominis požiūris (kainos, pasiūla ir paklausa, turizmo sektoriuje susikūrusios darbo vietos, išlaidos, investicijos);
5. sisteminis požiūris (skirtingų požiūrių sujungimas į vientisą turizmo funkcionavimo sistemą);
6. organizacinis požiūris (turizmo vadyba ir jos veikla);
7. geografinis (vietovių ir regionų ištekliams skirtas dėmesys, visa tai naudojant turizmui vystyti);
8. prognozinis (analizių ir prognozių ruošimas tyrinėjant turizmo sektorių).

Pagrindinius turizmo modelius autoriai Beležentis A. ir Žumorskaitė B. (2012) išskiria šiuos:

- turizmo ir turistų modelis pagal J. Jafari;
- turizmo, svečių priėmimas;
- centrinės vietovės teorija pagal W. Christallerį;
- inovacijų skaida pagal E. Rogersą;
- turistinės vietos gyvavimo ciklo modelis pagal R. W. Butlerį;
- turistinio verslo teorija pagal D. Getzą;
- turizmo vartotojų elgsenos modelis;
- konflikto teorija turizme;
- rekreacinių teritorijų sistemos (Beležentis, Žumorskaitė, 2012).

Pasirinkti vieną iš šių modelių galima pagal tyrimo problematiką ir mokslininko atstovaujamą šaką. Tiriamojoje mokslinėje literatūroje bei šaltiniuose yra keletas požiūrių į turizmo klasifikavimą. Palankiausia dėmesį skirti tiems, kurie padeda įsisavinti turizmo prasmę. Vieną iš turizmo klasifikacijų patvirtino Jungtinių Tautų Komisija ir Pasaulio turizmo organizacija. Joje yra išskiriamos šios turizmo

formos: vietinis (šalies gyventojų keliavimas neišvykstant iš pačios šalies), atvykstamasis (turistai kurie įžengia į priimančią šalį) ir išvykstamasis (gyventojai kurie išvyksta į kitą šalį).

Bandant suderinti šias visas formas, galima išskirti tokias turizmo kategorijas (5 lent.):

**5 lentelė. Turizmo formos ir kategorijos, sudaryta darbo autorės, remiantis A. Baležentis ir B. Žuromskaitė “ Verslo vadyba”, 2012 m.**

<b>Turizmo formos/kategorijos</b>	<b>Sąvokos</b>
Tarptautinis turizmas	Atvykstamasis turizmas – ne rezidentų šalies lankymo; Išvykstamasis – gyventojai aplankantys kitą šalį.
Vidinis turizmas	Gyventojai kurie keliauja savo šalies viduje.
Vietinis turizmas	Atvykstamasis turizmas; Apgyvandinimo paslaugos ir pramogos šalies viduje.
Nacionalinis turizmas	Vidinis turizmas; Turizmo rinka, kuri apima oro linijas ir turizmo agentūras.

Vienas iš pagrindinių kelionių skirstymo kriterijų yra kelionės tikslas. Tai kaip motyvacija, kuri skatina turistus leisti į keliones. Kaip tik todėl turizmą galima suskirstyti į šias rūšis: laisvalaikio ir pramogų, verslo, pažintinis, sportinis, kaimo bei gydomasis turizmas. Galima išskirti ir kitokius klasifikavimo kriterijus, kaip metų laikai, kelionės trukmė, esamas turistų skaičius, renginių specializacija ir keliavimo būdai.

Remiantis Lietuvos Respublikos turizmo įstatymo 3-uoju straipsniu, kuris buvo atnaujintas 2015

metais, galima išskirti šias turizmo paslaugų rūšis:

- a) informacijos suteikimo turistams paslaugos;
- b) turistinių kelionių organizavimo paslaugos;
- c) apgyvendinimo paslaugos;
- d) turistų sveikatingumo paslaugos;
- e) pramogų, konferencijų organizavimo, vežimo, maitinimo, vandens bei kitos galimos turizmo paslaugos.

Analizuojant turizmo paslaugų išteklių panaudojimą, apsaugą ir planavimą, galima apibendrintai pasakyti, kad turizmo išteklius sudaro poilsio ir turizmo infrastruktūros objektai, specialūs turistų interesų objektai.

Rekreaciniai ištekliai yra šie:

- 1) gamtiniai ištekliai (vandens telkiniai, miškai, mineraliniai vandenys, gydomasis purvas, gamtos parkai ir kt.);

- 2) kultūros paveldas (kultūros renginiai, nekilnojamosios ir kilnojamosios vertybės saistomos su kultūra);
- 3) socialinės aplinkos reiškiniai;
- 4) turistinės traukos vietovės (saugomos teritorijos, kurortai);
- 5) poilsio ir turizmo infrastruktūros objektai;
- 6) gamtiniai veiksniai siejami su sveikata.

Prie to paties galima išskirti vartotojų segmentavimo tikslą, tai pasirinkti ir aptarnauti siauresnę tikslinę rinką. Išsiaiškinti teikiamų paslaugų realius ir potencialius jos vartotojus. Siekiant aiškiau suprasti turizmo sąvoką, būtina išanalizuoti pagrindines turizmo formas ir kokią įtaką jos daro vartotojams.

Vienas iš svarbiausių turistų keliavimo kriterijų yra kelionės tikslas, kuris kiekvienu atveju gali būti skirtingas. Išskiriami šie (Hopėnienė, Grabienė, Pukienė, 2001):

- kultūrinis turizmas – kitų kultūrų pažinimas, galerijų, parodų lankymas;
- etninis turizmas – siekis sužinoti daugiau apie savo gimtosios šalies kultūrą, papročius;
- istorinis turizmas – noras sužinoti viską apie praeitį;
- profesinis turizmas – užsiimti veikla kuri gali būti aktyvi ir pasyvi;
- aplinkos turizmas – siekis pailsėti nuo blogo oro, pamatyti vandenyną ir kt.;
- pramoginis turizmas – pramogavimas ir gurmaniškų patiekalų paragavimas;
- interpersonalinis turizmas – asmeninės kelionės, draugų ar giminaičių aplankymas;
- socialinio statuso turizmas – noras būti pripažintam, lankymasis tose vietose kur jau yra lankęsi draugai, giminės. Suvenyrų pirkimas ir statuso patvirtinimas.

Analizuojant požiūrį A. Damulienės (2003), turizmas yra viena iš perspektyviausių ir pačių dinamiškiausių ekonomikos šakų pasaulyje. Po nepriklausomybės atkūrimo į pasaulinę ir pačios Europos rinkas prisijungė ir Lietuva, pradėjusi intensyvų turizmo plėtojimo verslą.

Apibendrinant, galimas toks turizmo apibrėžimas, tai kryptingas, laikinas, savanoriškas pažintinis, poilsinis, kultūrinis, dalykinis keliavimas profesiniais ar kitais rekreaciniais, tik jokia būdu ne mokymo ar darbo tikslais. Turizmas skirtomas psgal tam tikras sritis, tai gali būti istorinis, susijęs su vietovės istorija, pažintinis, aplankomas turistų iš svetimų šalių, ir daugelis kitų, tačiau svarbiausias vaidmuo atitenka sisteminiam požiūriui, kuriuo vertinamas turizmas. Sisteminis požiūris leidžia sujungti kitus požiūrius, tokius kaip ekonominis, institucinis, organizacinis, geografinis, kurie padeda sistemingai funkcionuoti turizmo sektoriui. Turistai į kitas šalis dažniausiai vyksta dėl tikslo, kaip paaikškėjo, vieni iš svarbiausių kriterijų, kodėl turistai vyksta į kitas šalis, tai pramoginis ir kultūrinis, kai žmonės keliones renkasi tam, kad pailsėtų, atostogų metu arba pamatyti dar neatrastas vietas Taip pat

pasitaiko atveju, kai turistai keliauja profesiniais tikslais, vykdomos komandiruotės, konferencijos, siekiant asistuoti firmos, kurioje dirba žmogus tikslus ir taip populiarinant firmos įvaizdį

## **2.6. Ekonominė turizmo sektoriaus augimo reikšmė**

Turizmo sektorius Lietuvoje arba kitose šalyse, ekonomiką veikia vienas iš ekonomikos sektorių tiesiogiai. Literatūroje yra išskiriama ir kokybinė įtaka, kuri pasireiškia šiuose ekonominiuose reiškiniuose:

- 1) Atvykstamojo turizmo daugiklio efektas. Kuo daugiau piniginių vienetų įeina į ekonomiką ir kuo ilgiau ši dalis paskirstoma visuomenėje, tokiu būdu atvykstamasis turizmas atneša didesnę ekonominę naudą.
- 2) Naujos verslininkystės galimybės. Plečiantis turizmo sektoriui yra kuriama ir daugiau naujų darbo vietų. Galima išskirti iki 50 įvairių darbo kategorijų, taip pat daugiau kaip 200 unikalių profesijų. Turizmas tai yra dar viena skatinamoji priemonė naujų paslaugų ir produktų įvedimui į rinką.
- 3) Demografiniai pokyčiai. Šalyje apsistoją ilgesniam gyvenimui turistai paįvairina ir padidina vidinę šalies vartotojų bazę.
- 4) Plėtros skatinimas ir infrastruktūrų tobulėjimas. Turizmas skatina transporto, viešbučių ir kitų infrastruktūrų plėtrą. Tokį skatinimą lemia pasaulinė konkurencija, daugėjantys išoriniai vartotojai ir nuolat augantys standartai.
- 5) Visuomenės plėtra. Atvykstamojo turizmo metu yra skatinamos įvairios naujos idėjos, kuriamos naujos gamybos, produktai, paslaugos (Theobald, 2005).



### 3. EKONOMINĖS KRIZĖS POVEIKIO TURIZMO SEKTORIUI TYRIMO METODOLOGIJA

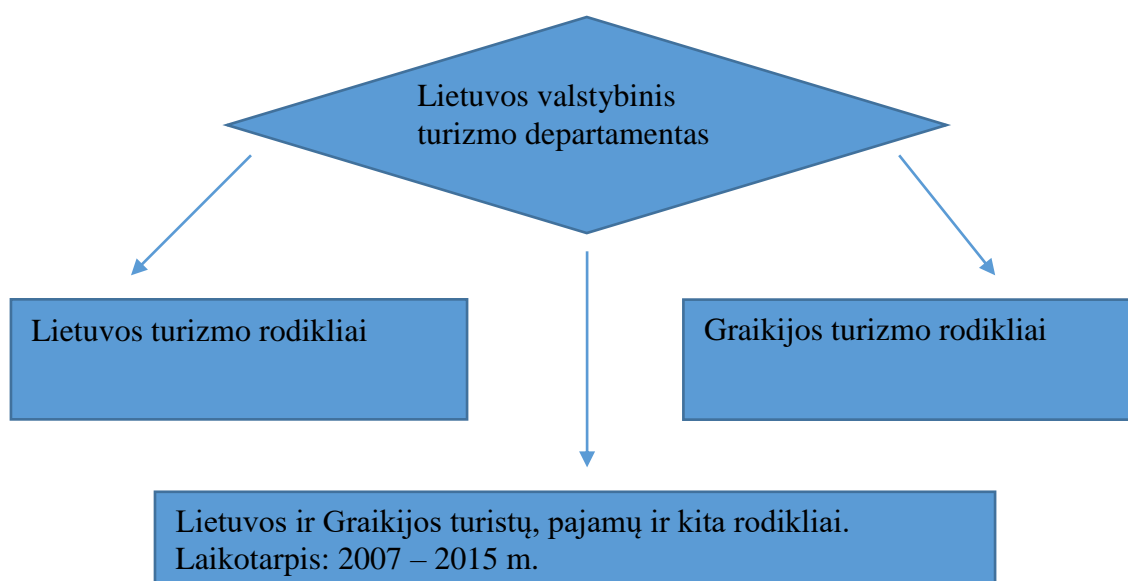
**Tyrimo objektas** – ekonominės krizės poveikis Lietuvos bei Graikijos turizmo sektoriui.

**Empirinio tyrimo tikslas** – remiantis statistiniais duomenimis, ekspertų apklausos duomenimis, palyginti Lietuvos ir Graikijos turizmo sektorių pagrindinius bruožus bei įvertinti ekonominės krizės poveikį minėtiesiems sektoriams.

Norint pasiekti išsikeltąjį empirinio tyrimo tikslą, buvo atliekama keletas skirtingo pobūdžio tyrimų, tad pasirinkta ir keletas metodų:

- **statistinė duomenų analizė** (atliktas statistinių Lietuvos bei Graikijos turizmo sektoriaus rodiklių tyrimas, kurio tikslas – požymių, ypatumų identifikavimas analizavimas, lyginimas. Siekiama statistiškai pagrįsti objekto esminius požymius.
- **interviu.**
- Siekiant įgyvendinti išsikeltą empirinio tyrimo tikslą, buvo ne tik pasirinkta keletas skirtingų (kokybinis ir kiekybinis) tyrimo metodų, bet taip pat naudojamas ir gautos informacijos **lyginimas (lyginamasis metodas)**. Minėtasis metodas – tai ryšių ir priežastinių sąryšių tarp reiškinių analizės metodas, kurio pagalba atrandami kintamųjų tarpusavio ryšių dėsniai. Tyrimo metu buvo lyginami Lietuvos valstybinio turizmo departamento prie Ūkio ministerijos pateikiami statistiniai duomenys apie Lietuvos turizmo situaciją bei tendencijas ir Eurostat bei kt. statistinių duomenų bazėse pateikiami duomenys apie Graikijos turizmo sektoriaus ypatumus.

Tyrimui atlikti pasirinkti tam tikri Lietuvos ir Graikijos statistinių duomenų rodikliai (9 pav.)



9 pav. Statistinių duomenų kontingentas. Sudaryta darbo autorės.

Lyginamoji statistinio duomenø analizė atliekama, kad būtų galima palyginti kokia padėtis Lietuvoje ir Graikijoje buvo susiformavusi ekonominės krizės metu ir minėtajai krizei pasibaigus. Todėl magistro baigiamajame darbe nagrinėjami 2007 - 2015 m. duomenys, padedantys išsiaiškinti, kaip kito padėtis Lietuvos bei Graikijos turizmo sektoriuose, pradedant nuo á abi valstybes atvykstanèiøjø turistø skaièiaus bei jo kaitos analizės.

Lietuvos statistikos departamento ir Graikijos turizmo departamentų pateikiami duomenys, kurie rasti statistikos departamento, Eurostat duomenų bazės interneto svetainėse, taip pat leidžia išsiaiškinti vietas, kuriose dažniausiai apsistoja turistai: viešbučiai, moteliai, pensionatai ir t.t. Taip pat magistro baigiamajame darbe analizuotų duomenų pagalba galime matyti, kaip analizuojamuoju laikotarpiu kinta tarptautinio turizmo plėtra, galima iširti naudotas išlaidas ir kt. Norint išanalizuoti ekonominės krizės poveikį turizmui, taip pat buvo pasirinkta 2007 – 2015 metų turistų srautų rodikliai, apibūdinantys atvykstančių turistų, nakvynių skaičių, turistų išlaidas ir kt. Šis laiko tarpas pasirinktas, nes norima atskleisti rodiklių kaitą: prieš krizę, krizės metu ir pokriziniu laikotarpiu turizmo sektoriuje.

Antrasis darbe pasirinktas metodas – **interviu**. Tai yra kokybinis tyrimo metodas. Siekiant magistro baigiamojo darbo išsamumo bei detalumo, trumpai aptartina ir kokybinių metodų specifika.

Kokybiniai tyrimai mokslinėje literatūroje dažniausiai asocijuojami su tam tikromis mokyklomis, tyrimų tradicijomis, kurios plačiai žinomos kaip interpretacinė sociologinė tradicija, ypač fenomenologija, etnometodologija ir simbolinis interakcionizmas (J. Mason, 1996). Mokslo metodologinėje literatūroje kokybiniai tyrimai neretai apibūdinami kaip natūralistiniai (M. Smith, G. Glass, 1987). Jie apima ilgalaikį objekto (asmens, grupės, organizacijos) tyrimą, kurio tikslas - suprasti asmenį, jo elgesį ir jūtimus bei fizinės, socialinės ir psichologinės aplinkos poveikį jam. Prie tokių tyrimų gali būti priskirti ir lauko tyrimai, pabrėžiantys, jog duomenys apie subjektus yra renkami natūralioje, o ne laboratorinėje aplinkoje. Kartais kokybinis tyrimas nusakomas kaip etnografinis (R. Stake, 1995), kuris gali būti susijęs su individo ar grupės elgsenos tam tikroje aplinkoje tyrimais. Toje aplinkoje gali būti savi papročiai, vertybės, bendravimo būdas. Etnografiniai tyrimai paprastai remiasi atitinkamos žmonių veiklos stebėjimu, neformaliu pokalbiu, o dažnai ir tiesioginiu tyrėjo dalyvavimu toje veikloje. Jais stengiamasi atskleisti kas atsitiko tam tikroje socialinėje aplinkoje, kaip palaikomi socialiniai ryšiai ir ką tie įvykiai ir ryšiai reiškia dalyviams.

Kokybiniams tyrimams apibūdinti dažnai vartojama sąvoka atvejo tyrimas, kuri akcentuoja, kad tyrimas remiasi atskirų atvejų studijomis. Dar kitur jie įvardinami kaip interpretaciniai tyrimai, pabrėžiantys tyrėjų siekį interpretuoti reiškinius tomis prasmėmis, kurias jiems suteikia tiriami žmonės (M. Gall, 1996).

Pagrindinės kokybinių tyrimų metodų naudojimo kryptys yra:

- *žvalgyba* (siekiama geriau (detaliau) nustatyti problemas; siekiant išvystyti hipotezes, kurios bus testuojamos tolimesniame tyrime; siekiant išgeneruoti naujas produktų ir

paslaugų idėjas, prekių privalumus, problemos sprendimus; siekiant gauti pirmines reakcijas į naujos prekės koncepciją; testuojant struktūrizuotus klausimynus);

- susipažinimas (su vartotojo žodynu; su nežinoma aplinka: poreikiai, pasitenkinimai, naudojimo situacijos ir problemos);
- klinikinė (siekiant gauti požiūrius apie temas, apie kurias neįmanoma gauti informacijos struktūrizuotais tyrimo metodais).

Grįžtant prie interviu metodo esminių aspektų aptarimo, paminėtina, kad nurodytasis kokybinis tyrimo metodas gali būti kelių rūšių, tad prieš atliekant interviu tyrimą, yra labai svarbu nuspręsti, kokį interviu būdą rinktis ir koku remtis sudarinėjant klausimus. Interviu metodinėje literatūroje klasifikuojamas taip:

- **Standartizuotas (struktūrizuotas, formalizuotas) interviu.** Struktūrizuoto interviu dažniausiai „uždari“ klausimai pateikiami griežtai laikantis iš anksto nustatytos jų eilės ir formulavimo. Struktūrizuotų interviu respondentams iš anksto numatyta seka užduodami klausimai, kurių numatyti ir atsakymai. Atsakant į „uždarus“ klausimus, yra maža laisvo pasirinkimo galimybė, kurią suteikia „atviri“ klausimai. Jeigu interviu yra labai standartizuotas, tai visi respondentai gauna tuos pačius klausimus, pateikiamus ta pačia seka, standartizuota forma. Laisvumas ir kintamumas šiuo atveju yra minimalūs. Pasirinkęs šį interviu, klausėjas siekia užimti neutralią poziciją, ir individualus elgesys bei manieras yra nukreiptos šiam vaidmeniui atlikti. Interviu procedūros standartizavimas padeda tyrėjui kontroliuoti apklausos sąlygas ir eigą, gretinti ir palyginti gautus rezultatus. Šiuo atveju standartizuojami ne tik formalizuoto interviu klausėjo klausimai ir respondento atsakymai, o ir klausėjas kaip asmuo (lytis, amžius, išsilavinimas, kvalifikacija), jo elgsena ir net interviu vedimo sąlygos. Standartizuotas interviu – viena iš labiausiai paplitusių masinių apklausos rūšių.
- **Nestruktūrizuotas (laisvasis) interviu.** Numatomas tik bendras apklausos planas, o klausimai formuluojami pagal situaciją. Nestruktūrizuotas interviu, kartais dar vadinamas „giluminiu“, vyksta laisviau, pateikiami „atviri“, dažnai netiesioginiai klausimai arba pateikiama tema, kuria prašoma pasisakyti ir pareikšti savo nuomonę. Klausimų eilę ir jų formulavimą lemia pokalbio eiga, jau išsiaiškinti dalykai. Nestruktūrizuotas interviu kartais dar vadinamas etnografiniu. Jis naudojamas kaip kompleksinio (visuminio) žmonių elgesio supratimo priemonė, be jokių išankstinių skirstymų kategorijomis bei kitų tyrimų erdvės ribojimų. Nestruktūrizuotas interviu yra veiksmingas „įrankis“, plačiai naudojamas socialiniuose tyrimuose ir kitose srityse, yra tinkamas vertingiems duomenims gauti. Sėkmingas giluminis interviu yra labai ilgo ir intymaus (konfidencialaus) pokalbio pobūdžio. Tai kelrodis interviu. Nestandartizuotas interviu yra labai dinamiškas, lankstaus pobūdžio, todėl vedėjas turi būti gerai pasirengęs ir mokėti sumaniai vadovauti.

- *Pusiau standartizuotas interviu.* Iš anksto numatomi būtini ir galimi klausimai. Pusiau standartizuoto interviu procedūra ir klausimai standartizuojami tik iš dalies. Ši rūšis patogituo, kad griežtai neformalizuojamas pašnekesys ir tarp klausėjo su respondentu būna laisvesnė atmosfera.

Interviu užrašymas yra būtinas. Tačiau galima naudoti sutrumpinimus, stenografiją arba technines priemones (diktofoną, magnetofoną). Tik reikia turėti galvoje, kad kiekvienas respondento atsakymų fiksavimas jį gali blaškyti. Geriau, kai fiksuoja (užrašo) trečias asmuo – protokoluotojas. Tiksliai užrašyti respondento atsakymus būtina todėl, kad vėliau teks daryti ne tik kokybinius, bet ir kiekybinius apibendrinimus, pasitelkiant statistinius metodus.

Interviu gali būti naudojamas prieš sudarant masinės apklausos anketą, siekiant patikslinti ir išsiaiškinti tiriamosios srities apimtį, turinį, formalizuoti anketos klausimus ir atsakymus, taip pat anketavimo būdu gautiems duomenims patikslinti, jiems interpretuoti. Taip pat šis metodas gali būti taikomas ir kaip savarankiškas metodas nedidelės apimties tyrimui, o pasitelkus pagalbininkų bei juos parengus, gali tikti ir didesniam tyrimui (Tidiklis, 2003).

Interviu metodas vertinant turizmą pasirinktas todėl, kad **interviu** – tai viena svarbiausių ir plačiausiai naudojamų duomenų rinkimo priemonių kokybiniame tyrime, taip pat tai „geras priartėjimo prie žmonių suvokimo, reikšmių, situacijų apibrėžimo ir realybės aiškinimo būdas“ (Kardelis, 2007). Be to, dar paminėtina, kad interviu padeda gauti tikslesnius ir išsamesnius duomenis nei kiti tyrimų metodai (pavyzdžiui, anketos, eksperimentai ar kt.).

Lietuvos ir Graikijos turizmo sektorių atstovų interviu pasirinktas *pusiau standartizuotas interviu* – kai iš anksto numatomi būtini ir galimi interviu klausimai. Metodologijos tyrėjų (Girdzijauskienė, 2006) teigimu, lyginant su kitais interviu metodais, pusiau standartizuotam interviu „reikia daugiau pasiruošimo prieš pokalbį, daugiau susikaupimo ir kūrybiškumo pokalbio metu bei daugiau laiko gautų duomenų analizei ir interpretacijai po interviu. Tačiau tokio pobūdžio interviu suteikia galimybes gauti daugiau reikalingos informacijos, į analizuojamą objektą pažvelgti įvairiapusiškiau ir detaliau jį išnagrinėti“.

Interviu metu gautiems duomenims nagrinėti buvo naudojama surinktų duomenų analizė bei interpretacija. Remiantis metodologų nuostatomis, galima teigti, kad analizė – tai savotiškas atsakymas į klausimus „kas pasakė, ką pasakė, kam, kaip, kokių tikslu ir koks rezultatas“ (Luobikienė, 2005; Tidikis, 2004). Tokio pobūdžio analizės objektu gali būti bet kokios rūšies užrašyta informacija – rašytiniai dokumentai, vaizdiniai dokumentai, garsiniai dokumentai. Šiuo konkrečiu atveju minėtos analizės objektu yra tyrime dalyvavusių informantų užpildyti interviu klausimynai (protokolai).

Kokybiniais metodais surinkta informacija nepateikia tikslų skaičių ar priklausomybių, tačiau įgalina nusakyti tendencijas, idėjas, požiūrius. Tai daugiau „gylio“, o ne „pločio“ informacija, atskleidžianti ne „kiek daug“, „kaip dažnai“, „kaip labai“ ar panašiai, bet susijusi su interpretacija,

aiškinimu, bandanti ieškoti atsakymų į klausimus „kodėl?“, „kaip?“, „kas?“, suteikiant prasmę bei atskleidžiant respondentų motyvaciją, vertybes, požiūrius, suvokimus, patirtis.

Tyrimo metu dalyvavo Graikijoje ir Lietuvoje veikiančiuose viešbučiuose dirbantys, turizmo sektoriuje ilgametę veiklos patirtį turintys asmenys (detalesnė interviu informantų charakteristika pateikta tolesniame magistro baigiamojo darbo poskyryje).

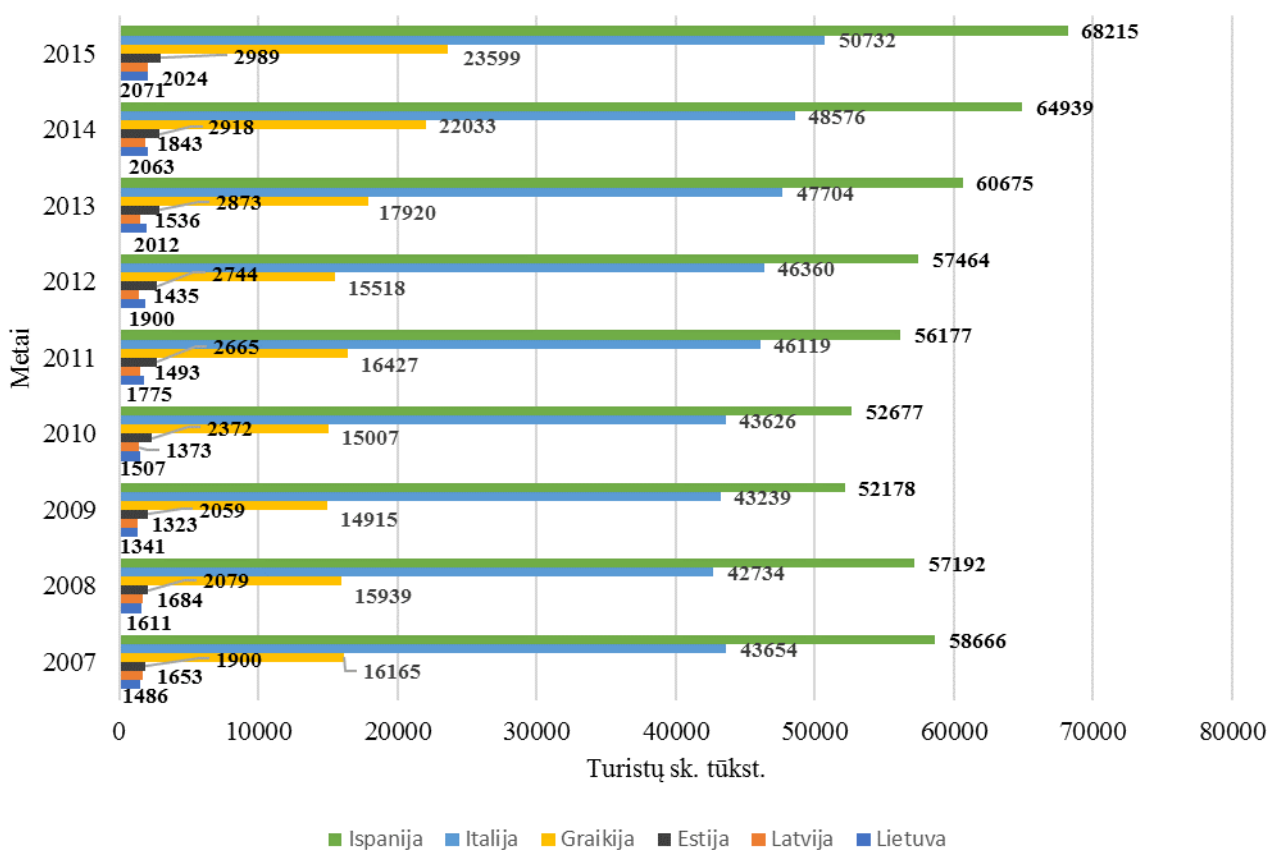
Tyrimo metu vykdyto interviu metu buvo siekiama rasti atsakymus į tokius pagrindinius klausimus: koks metinis viešbučio, kuriame jie dirba, nakvynių skaičius bei pajamų vidurkis buvo prieškriziniu bei krizės laikotarpiais, kaip minėtieji duomenys kito prasidėjus ekonominei krizei ir t.t. Taip pat interviu informantų buvo prašoma nurodyti, kokias strategijas, siekdami įveikti sunkumus bei sėkmingai veikti, viešbučiai taikė ekonominės krizės metu, kas būdinga jų veiklai dabar.

## 4. EKONOMINĖS KRIZĖS POVEIKIO TURIZMO SEKTORIUI TYRIMŲ REZULTATAI

### 4.1. Lietuvos ir Graikijos turizmo sektorių veiklos rezultatų analizė: lyginamasis aspektas

Turizmo sektorius visose pasaulio valstybėse neišvengiamai patiria tiek nuosmukio, tiek pakilimo laikotarpių. Kalbant apie priežastis, kurios galėtų lemti krizių atsiradimą, paminėtina, kad jos yra įvairialypės (politinės, ekonominės ar kt.). Taip pat akcentuotina, kad viso pasaulio šalių finansinės sistemos yra susijusios, dėl to finansinio pobūdžio problemos, atsiradusios bei egzistuojančios vienoje šalyje, gali stipriai paveikti ir kitų valstybių finansų sistemas. Taip pat, žinoma, regioninių, vietinių ar globalių finansų krizių poveikis skirtingų šalių ekonomikoms nėra vienodas.

Lyginant magistro baigiamojo darbo autorės surinktus 2007 - 2015 m. statistinius duomenis apie asmenų (turistų) apgyvendinimą tam skirtose įstaigose skirtingose valstybėse (žr. 10 pav.), galima pamatyti pagrindinius skirtumus tarp turizmo išvystymo Baltijos regione ir aplink Graikiją esančiose šalyse.



10 pav. Apgyvendinimas turistų (tūkst.) visose apgyvendinimo įstaigose pagal šalis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis

Lyginant 2007 – 2015 m. statistinius duomenis apie atvykusių asmenų apgyvendinimo skirtingose valstybėse skaičių pastebima, kad aplink Graikiją esančių šalių: Italiją ir Ispaniją atvykusių

turistų skaičius didesnis negu Graikijoje. Iš Baltijos šalių išsiskiria Estija, kuri atvykusių turistų skaičiumi lenkia tiek Lietuvą, tiek Latviją. Turistų srautų sumažėjimas stebimas ekonominės-finansinės krizės laikotarpiu 2008-2009 m. visose paminėtose šalyse, išskyrus Italiją. Didžiausias sumažėjimas tuo laikotarpiu buvo Latvijoje 2,4% ir Lietuvoje 16,8%. Nuo 2010 m. visose, išskyrus Latviją, stebimas turistų skaičiaus padidėjimas. Per 2007-2015 m. Graikijoje ir Estijoje stebimas didžiausias atvykusių turistų skaičiaus padidėjimas atitinkamai 39,4% ir 57,3%.

Nagrinėjant dviejų Europos šalių: Lietuvos ir Graikijos asmenų, apsistojusių apgyvendinimo įstaigose, skaičių 2007-2015 m. galima teigti, kad analizuojamu laikotarpiu asmenų, apsistojusių apgyvendinimo paslaugas teikiančiose įstaigose skirtingose valstybėse skaičius gana ženkliai kito, nebuvo vienodas.

Detaliau apgyvendintų turistų skaičiaus (tūkst.) pokytis Lietuvoje bei Graikijoje atvaizduotas 6 lentelėje.

**6 lentelė. Asmenų, apsistojusių apgyvendinimo įstaigose, skaičiaus (tūkst.) pokytis Lietuvoje ir Graikijoje. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis**

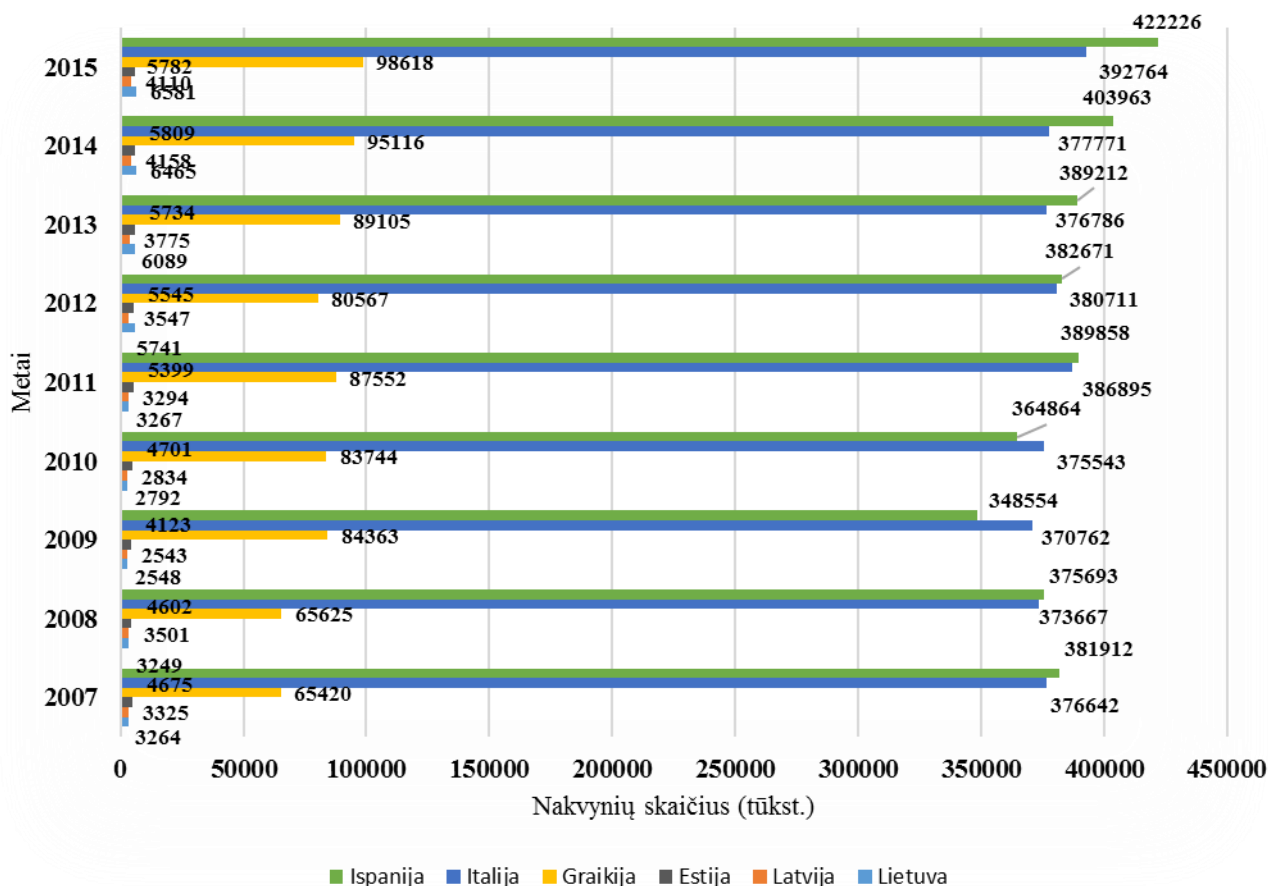
Valstybė	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Lietuva	1486	1611	1341	1507	1775	1900	2012	2063	2071
Pokytis tūkst.	-	125	-270	166	268	125	112	51	8
Pokytis %	-	8,4	-16,8	12,4	17,8	7,0	5,9	2,5	0,4
Graikija	16165	15939	14915	15007	16427	15518	17920	22033	23599
Pokytis tūkst.	-	-226	-1024	92	1420	-909	2402	4113	1566
Pokytis %	-	-1,4	-6,4	0,6	9,5	-5,5	15,5	23	7,1

Remiantis lentelėje pateiktais duomenimis matyti, kad Lietuvoje 2007 – 2008 m. laikotarpiu asmenų, apsistojusių apgyvendinimo įstaigose, skaičius padidėjo 8,4%. Tuo tarpu minėtu laikotarpiu Graikijoje atvykusių bei apsistojusių turistų skaičius sumažėjo 226 tūkst. arba 1,4%. Prasidėjus ekonominei krizei 2008-2009 m. Lietuvoje apgyvendintų asmenų skaičius sumažėjo 270 tūkst. arba 16,8%, o Graikijoje – 1024 tūkst. arba 6,4%. 2011 m. stebimas didžiausias asmenų, apsistojusių apgyvendinimo įstaigose, skaičiaus padidėjimas Lietuvoje - 268 tūkst. Graikijoje didžiausias apgyvendintų turistų skaičiaus didėjimas užfiksuotas 2014 m. – 4113 tūkst. arba 23%. 2012 m. Graikijoje atvykusių asmenų skaičius vėl sumažėjo – 909 tūkst. arba 5,5%. 2013-2015 m. į Lietuvą atvykusių turistų skaičius didėjo, bet labai nežymiai. Tačiau tiek Lietuvoje, tiek Graikijoje 2015 m. atvykusių turistų skaičius didėjo labai nežymiai – atitinkamai 0,4% ir 7,1%.

Apibendrinant lyginamosios analizės duomenis pastebima, kad Lietuvos ir Graikijos turizmo

sektoriuose atvykusių asmenų skaičius 2009 m. sumažėjo, o nuo 2013 – 2015 m. didėjo labai nežymiai. Lietuvoje didžiausias atvykusių turistų didėjimo pokytis užfiksuotas 2011 m., o Graikijoje – 2014 m. Atvykusių turistų skaičius 2015 m. tiek Lietuvoje (39,4%), tiek Graikijoje (46,0%) buvo didesnis negu prieškriziniame laikotarpyje 2007 m.

Duomenys apie skirtingose valstybėse įsikūrusiose turistų apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičių (tūkst.) atvaizduojami 11 paveiksle.



**11 pav. Suteikta nakvynių (tūkst.) visose apgyvendinimo įstaigose pagal šalis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis**

Kaip matyti iš 11 paveiksle pateiktų duomenų, 2007 - 2008 m. Lietuvoje, Estijoje turistų apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičius sumažėjo atitinkamai 0,5% ir 1,6%, o Latvijoje padidėjo 5,3%, nors atvykusių turistų skaičius didėjo visose Baltijos šalyse, bet matyt tai būdavo trumpos trukmės kelionės be nakvynės. Tuo pačiu laikotarpiu Italijoje ir Ispanijoje suteiktų nakvynių skaičius sumažėjo atitinkamai 0,8% ir 1,6%, o Graikijoje padidėjo 0,3%. Nors atvykusių turistų skaičius nagrinėjamu laikotarpiu būtent mažėjo ir Graikijoje, tai reiškia kad buvo pasirenkamos ilgesnės trukmės kelionės. 2008 - 2009 m. visose nagrinėjamose šalyse turistų apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičiaus mažėjo, išskyrus Graikiją, kur šis rodiklis padidėjo net 28,6%., nors apgyvendinamų asmenų skaičius buvo sumažėjęs, jie dažniau rinkdavosi keliones su nakvyne.



2009-2010 m. šalys pradėjo jausti didėjantį nakvynių skaičių, tačiau Graikijoje šis rodiklis sumažėjo 0,7%. Nuo 2011 m. nagrinėjamose šalyse didėjant atvykusiųjų turistų skaičiui atitinkamai ir turistų apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičius didėjo. Per 2007-2015 m. laikotarpį Lietuvoje atvykusiems asmenims suteiktų nakvynių skaičius padidėjo net 101,6%, o mažiausiai - Italijoje tik 4,3%, reiškia minėtoje turistams suteiktų nakvynių skaičius smarkiai nesvyravo ir išliko maždaug stabilus. Detalus turistų apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičiaus pokytis Lietuvoje bei Graikijoje atvaizduotas 7 lentelėje.

**7 lentelė. Suteiktų nakvynių (tūkst.) visose apgyvendinimo įstaigose pokytis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis**

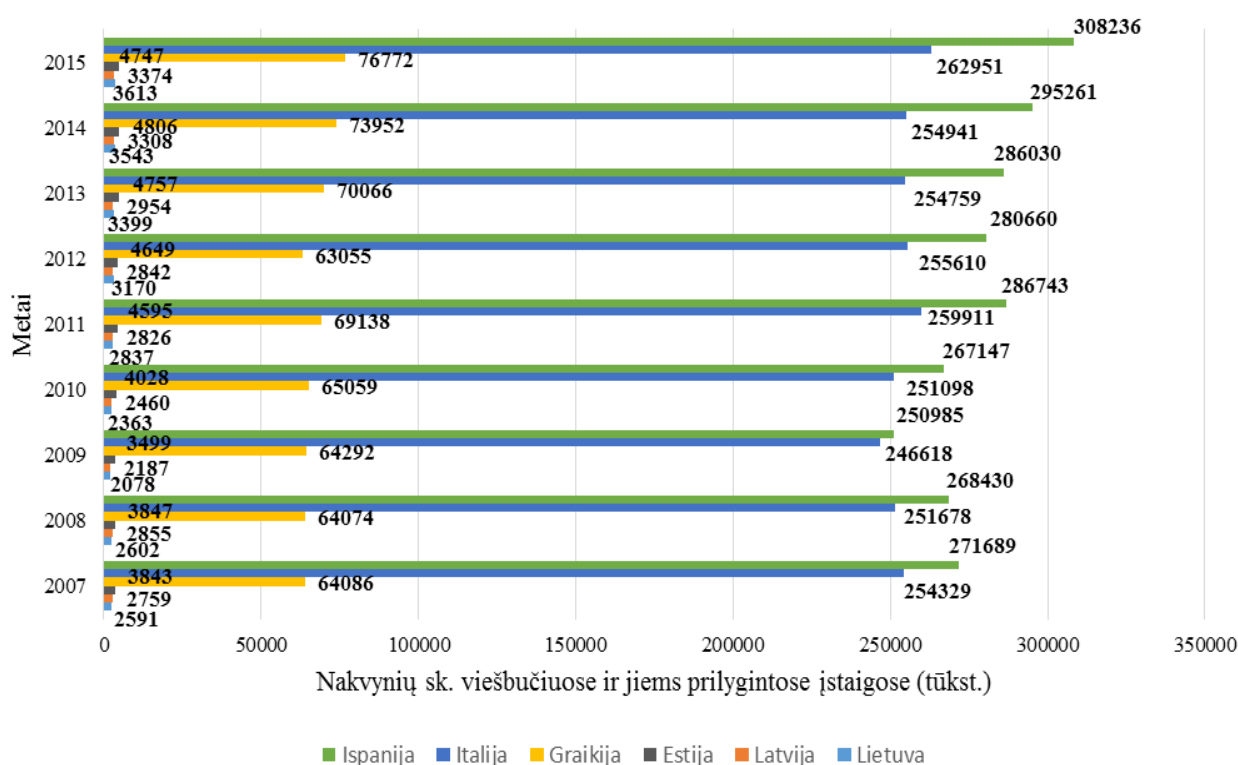
Valstybė	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Lietuva	3264	3249	2548	2792	3267	5741	6089	6465	6581
Pokytis tūkst.	-	-15	-701	244	475	2474	348	376,2	116
Pokytis %	-	-0,5	-21,6	9,6	17,0	75,7	6,1	6,2	1,8
Graikija	65420	65625	84363	83744	87552	80567	89105	95116	98618
Pokytis tūkst.	-	205	18737	-619	3808	-6985	8538	6011	3502
Pokytis %	-	0,3	28,6	-0,7	4,5	-8,0	10,6	6,7	3,7

Analizuojant 7 lentelėje pateiktus duomenis, matyti, kad nuo 2007 m. - 2009 m. laikotarpiu suteiktų nakvynių skaičius Lietuvoje mažėjo, ypač 2009 m., kai minėtasis skaičius sumažėjo daugiau 701 tūkst. arba 21,6%. O Graikijoje tuo pačiu laikotarpiu suteiktų nakvynių skaičius augo nuo 65420 tūkst. nakvynių 2007 m. iki 84363 tūkst. nakvynių 2009 m. Tad analizuojant Graikijos turizmo sektoriaus duomenis, matyti, kad 2007 - 2009 m. laikotarpiu asmenims suteiktų nakvynių skaičius visose apgyvendinimo įstaigose šioje valstybėje tik didėjo. 2010 -2012 m. Lietuvoje pastebima suteiktų nakvynių skaičiaus didėjimo pokytis nuo 2792 tūkst. iki 5741 tūkst. Didėjimo tendencija išlieka ir 2013-2015 m. laikotarpiu, gerėjant šalies ekonominei situacijai taip pat didėja ir turistų skaičius. Tokia pati nakvynių skaičiaus augimo tendencija minėtu laikotarpiu stebima ir Graikijoje: nuo 89105 tūkst. iki 98618 tūkst.

Apibendrinant lyginamosios analizės duomenis matyti, kad Lietuvos ir Graikijos turizmo sektoriuose tais pačiais laikotarpiais pastebimos skirtingos tendencijos – jei Lietuvoje 2007 – 2009 m. laikotarpiu asmenims suteiktų nakvynių skaičius visose apgyvendinimo įstaigose mažėjo, tai Graikijoje tuo pačiu laikotarpiu jis didėjo. 2010 m. ir 2012 m. Graikijoje šis rodiklis mažėjo atitinkamai 0,7% ir 8,0%. Tuo metu 2011-2012 m. Lietuvoje nakvynių skaičius padidėjo net 75,7%. Tokio staigaus nakvynių skaičiaus padidėjimo Graikijoje per visą nagrinėjamą laikotarpį nebuvo

užfiksuota, tad nuo 2012 m. asmenims suteiktų nakvynių skaičius visose apgyvendinimo įstaigose pastebimas didėjimo pokytis tiek Lietuvoje, tiek Graikijoje gerėjant finansinei šalių bei viso pasaulio situacijai.

Siekiant kuo detalesnės magistro baigiamojo darbo temos analizės, toliau aiškinamasi, kaip kito nagrinėjamų valstybių viešbučiuose ir jiems prilygintose įstaigose apgyvendinamų asmenų skaičius. Lyginant magistro baigiamojo darbo autorės surinktus 2007 - 2015 m. statistinius duomenis apie asmenų apgyvendinimą skirtingų valstybių viešbučiuose (žr. 12 pav.), galima pamatyti nurodytojo rodiklio skirtumus tarp turizmo vystymo Baltijos regione ir aplink Graikiją esančiose šalyse.



**12 pav. Viešbučiuose ir jiems prilygintose įstaigose apgyvendintų svečių skaičiaus (tūkst.) pokytis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis**

Statistiniai duomenys rodo, kad mažiausiai žmonių per 2007-2015 m. iš nagrinėjamų Baltijos šalių gyveno Latvijos viešbučiuose, o daugiausia - Estijoje. Graikijos viešbučiuose, tokių gyventojų gyveno mažiau negu Italijos ir Ispanijos viešbučiuose per tą patį laikotarpį. Graikijoje prasidėjusi 2008 m. krizė sumažino turistų srautus, tačiau nuo 2013 m. šis rodiklis pradėjo didėti, todėl manoma, kad kasmet Graikiją aplankys vis daugiau turistų, kurie rinksis komfortišką poilsį ar verslo kelionę su apgyvendinimu viešbučiuose. Detaliau viešbučiuose ir jiems prilygintose įstaigose apgyvendintų svečių pokytis Lietuvoje bei Graikijoje atvaizduotas 8 lentelėje.

**8 lentelė. Viešbučiuose ir jiems prilygintose įstaigose apgyvendintų asmenų skaičiaus (tūkst.) pokytis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis**

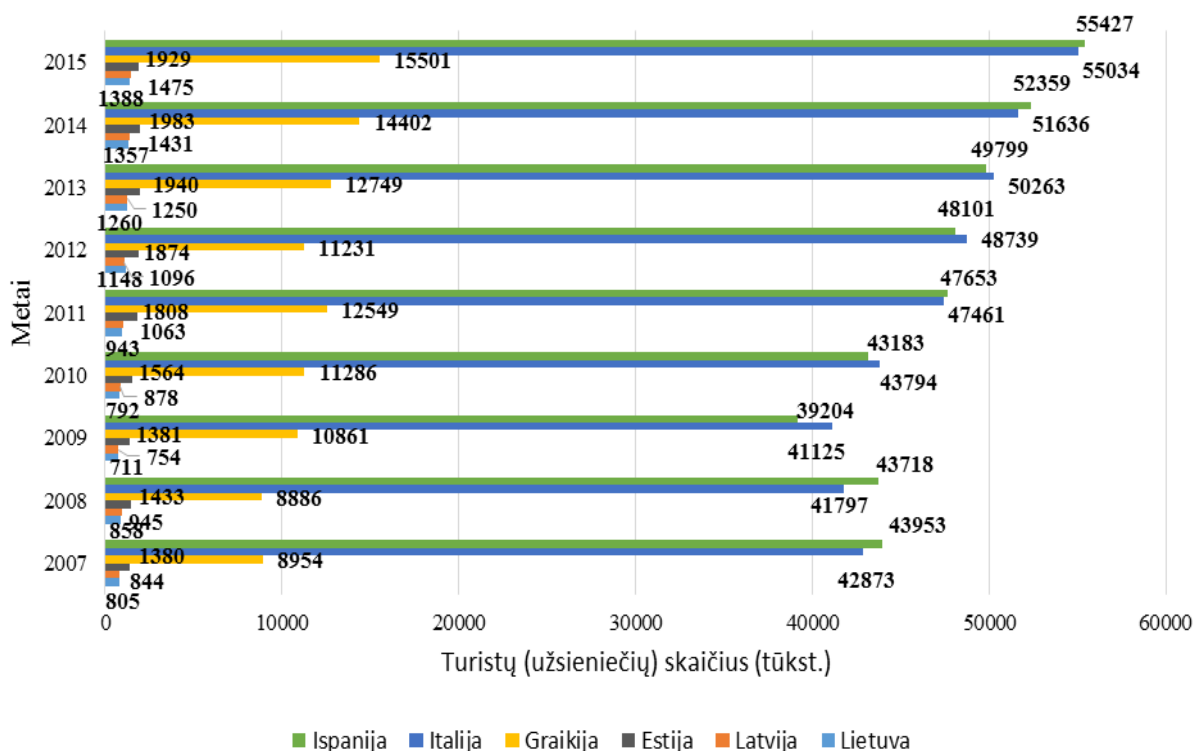
Valstybė	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Lietuva	2591	2602	2078	2363	2837	3170	3399	3543	3613
Pokytis tūkst.	-	11	-524	285	474	333	229	144	70
Pokytis %	-	0,4	-20,1	13,7	20,1	11,7	7,2	4,2	2,0
Graikija	64086	64074	64292	65059	69138	63055	70066	73952	76772
Pokytis tūkst.	-	-12	218	767	4079	-6083	7011	3886	2820
Pokytis %	-	0,0	0,3	1,2	6,3	-8,8	11,1	5,5	3,8

Remdamiesi 8 lentelėje pateiktais duomenimis, matome, kad Lietuvoje 2007 – 2009 m. laikotarpiu viešbučiuose apgyvendinamų asmenų skaičiaus kitimas buvo mažėjantis dėl prasidėjusios ekonominės finansinės krizės. 2008 - 2009 m. turistų, gyvenančių viešbučiuose sumažėjo 524 tūkst. Tuo pačiu laikotarpiu Graikijoje išaugo 218 tūkst. Lietuvoje 2010 – 2015 m. viešbučiuose apgyvendinamų asmenų skaičius gana nuosekliai didėjo. Graikijoje tuo pačiu laikotarpiu pastovios tendencijos nėra – pastebima, nes 2011 m. asmenų, apsistojusių viešbučiuose, skaičius šioje valstybėje padidėjo, o 2012 m. jau pastebimas asmenų, apsistojusių apgyvendinimo vietose skaičiaus mažėjimas, o nuo 2013 m. iki 2015 m. vėl matyti asmenų, apsistojusių viešbučiuose, skaičiaus augimas.

Apibendrinant lyginamosios analizės duomenis, aiškiai matyti, kad Lietuvos ir Graikijos turizmo sektoriuose tais pačiais laikotarpiais pastebimos gana skirtingos viešbučiuose apgyvendinamų asmenų skaičiaus kitimo tendencijos – Lietuvoje nuo 2010 metų stebima minėtųjų asmenų skaičiaus didėjimo tendencija, o Graikijoje pastebima nuo 2013 m.

Labai svarbūs aspektai turizmo segmente yra atvykstamasis turizmas bei išvykstamasis turizmas.

Duomenys apie atvykstančiųjų asmenų skaičiaus (užsieniečių) pokytį nagrinėjamosiose šalyse per 2007 - 2015 m. pateikti 13 pav.



**13 pav. Atvykstamojo turizmo (užsieniečiai), kai keliones organizuoja kelionių agentūros ir kiti organizatoriai skirstymas pagal šalis (tūkst.). Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis**

Magistro baigiamojo darbo autorės sudarytoje diagramoje pavaizduotos šalys ir skaičiai žmonių, užsieniečių, kurie analizuojamuoju laikotarpiu lankėsi nagrinėjamose šalyse. Remiantis surinktaisiais statistiniais duomenimis (apie juos jau buvo rašyta ankstesniuose magistro baigiamojo darbo poskyriuose), matyti, kad daugiausiai užsieniečių atvyksta į Italiją ir Ispaniją, o mažiausiai į Lietuvą.

Remiantis Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiama informacija, 2012-2013 m. laikotarpiu užsieniečių kelionių su nakvyne skaičius padidėjo 5,9% (nuo 1,9 mln. 2012 m. iki 2 mln. 2013 m.), o vienadienių kelionių skaičius padidėjo 5,6% (nuo 3,1 mln. 2012 m. iki 3,3 mln. 2013 m.). 2015 m. atvykstamasis turizmas didėjimo tendenciją išlaikė - 2014-2015 m. laikotarpiu užsieniečių kelionių su nakvyne skaičius padidėjo 0,4 proc. (nuo 2,06 mln. iki 2,07 mln.), o vienadienių kelionių skaičius sumažėjo 5,6 proc. (nuo 3,2 mln. iki 3 mln.).

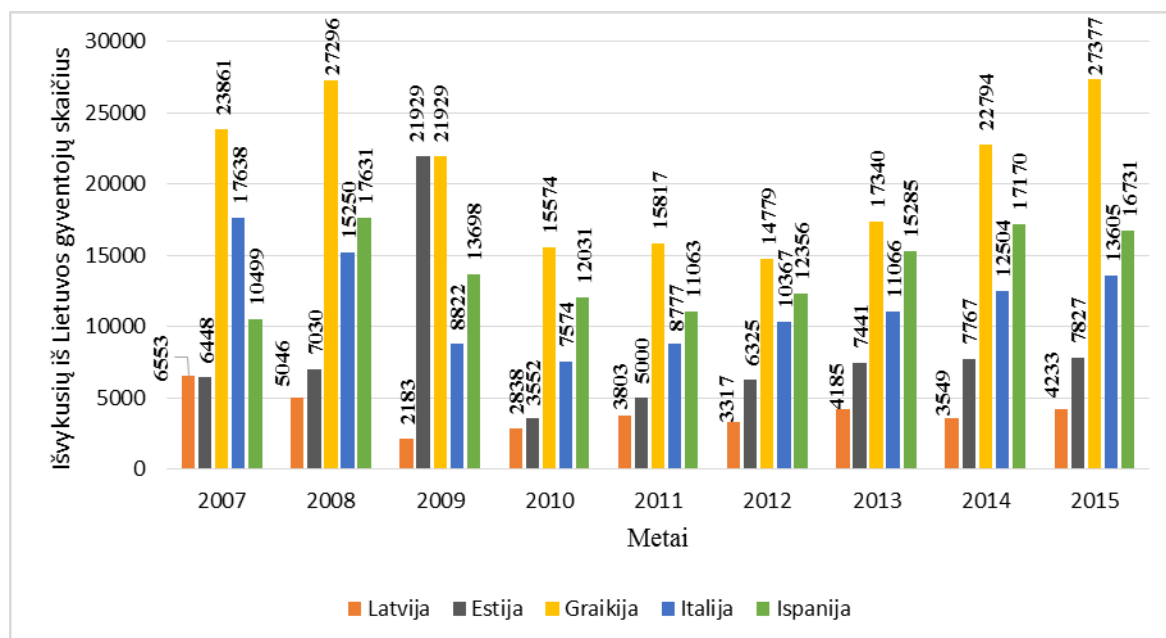
Analizuojant atvykstamąjį turizmą Graikijoje ir Lietuvoje duomenys pateikiami 9 lentelėje.

**9 lentelė. Atvykstamojo turizmo (užsieniečiai), kai keliones organizuoja kelionių agentūros ir kiti organizatoriai Graikijoje ir Lietuvoje, pokytis (tūkst.). Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis**

Valstybė	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Lietuva	805	858	711	792	943	1148	1260	1357	1388
Pokytis tūkst.	-	53	-147	81	151	205	112	97	31
Pokytis %	-	6,6	-17,1	11,4	19,1	21,7	9,8	7,7	2,3
Graikija	8954	8886	10861	11286	12549	11231	12749	14402	15501
Pokytis tūkst.	-	-68	1975	425	1263	-1318	1518	1653	1099
Pokytis %	-	-0,8	22,2	3,9	11,2	-10,5	13,5	13	7,6

Remiantis 9 lentelėje pateiktais duomenimis, reikia pabrėžti, kad turistų užsieniečių į Lietuvą ir Graikiją daugiausia atvyko 2015 m. 2009 m. Lietuvoje užsienio turistų srautas sumažėjo 17,1%, o Graikijoje sumažėjimas įvyko 2012 m. - 10,5%.

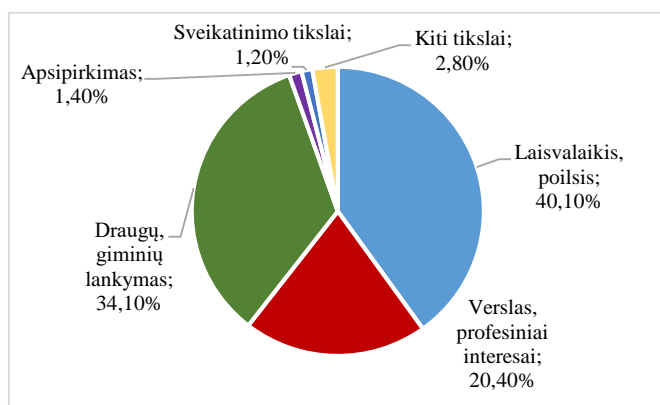
Prieš tai darbo autorės sudarytoje diagramoje buvo pateikti duomenys apie į Lietuvos Respubliką ir Graikijos valstybę atvykusius užsieniečius, toliau baigiamajame darbe analizuojama, kiek Lietuvos gyventojų išvyko į kitas šalis per 2007 – 2015m. laikotarpį, į kurias nagrinėjamas valstybes mūsų šalies gyventojų turistų vyko daugiausia (žr. 14 pav.).



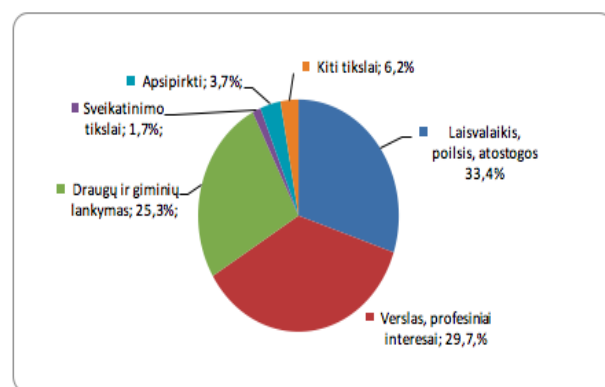
**14 pav. Išvykstamasis turizmas (išvykę Lietuvos gyventojai), kai keliones organizuoja kelionių agentūros ir kiti organizatoriai šalis. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis**

Remiantis 2007-2015 m. išvykstamojo turizmo duomenimis, matyti, kad daugiausia Lietuvos

gyventojų apsilankė Graikijoje (daugiau kaip 20 tūkst.), Italijoje ir Ispanijoje (daugiau kaip 17 tūkst.). Lyginant 14 paveiksle pateiktus nagrinėjamo laikotarpio duomenis, taip pat matyti, kad daugiausia Lietuvos gyventojų - turistų Graikijos valstybėje apsilankė 2008 m. ir 2015 m., nes išvykusių į Graikiją turistų skaičius viršijo 27 tūkst. Mažiausiai Lietuvos Respublikos gyventojų Graikijoje lankėsi 2012 m., tuo laikotarpiu į Graikiją vyko 14 tūkst. turistų. Siekiant papildyti 14 paveiksle pateiktus duomenis apie turistų išvykimą, magistro baigiamajame darbe nagrinėjami turistų išvykimo iš Lietuvos į kitas šalis pagrindiniai tikslai. Duomenys apie asmenų kelionių tikslus 2015 metais, šių tikslų kaitą skirtingais laikotarpiais sisteminami bei pateikiami 15 paveiksle.



2014 m.



2015 m.

**15 pav. Keliaujančių asmenų tikslai 2014 m. ir 2015 m. Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis**

Vertinant 15 paveiksle pateiktus duomenis apie turistų tikslus, matyti, kad tiek 2014 m., tiek 2015 m. dažniausiai pasitaikantys kelionių tikslai pasiskirsto taip:

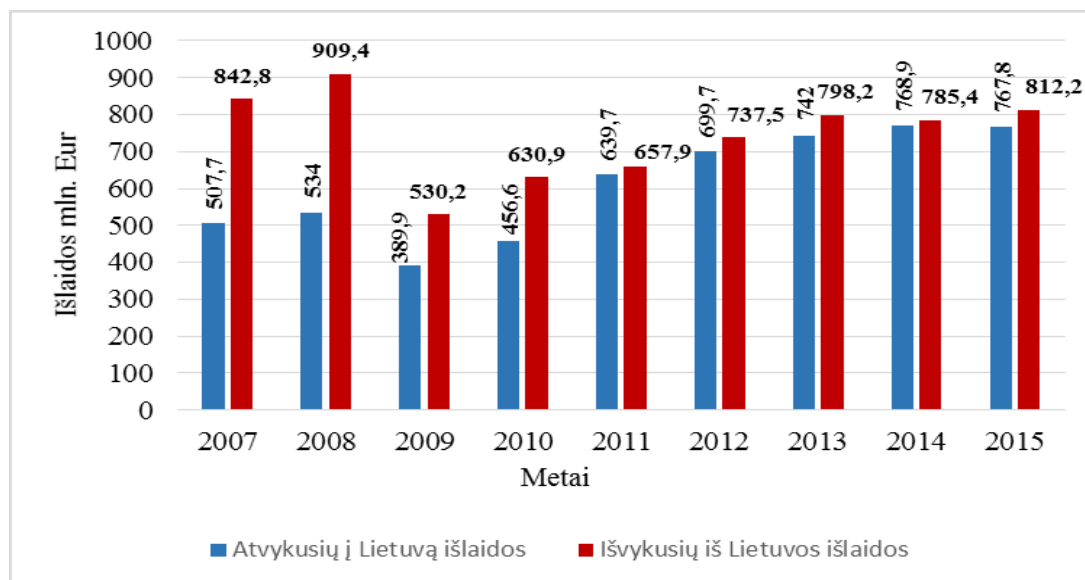
1. Asmenys keliauja laisvalaikiu bei per atostogas;
2. Kelionės verslo, profesiniais interesais, darbo reikalais;
3. Draugų, giminaičių lankymas.

Taigi, neginčytina, kad didesnę kelionių dalį sudaro turistų asmeninės kelionės. Remiantis statistiniais duomenimis, dar galima nurodyti, kad užsienio keliautojų asmeninės kelionės su viena ir daugiau nakvynių sudarė 70,3%, verslo – 29,7%. Asmeninių kelionių skaičius 2015 m., palyginti su 2014 m., padidėjo 0,2%, verslo – 0,9%.

Magistro baigiamajame darbe minėta, kad per pirminius turizmo sektorius atsispindi tokie tiesioginiai efektai: maitinimo paslaugos, apgyvendinimas, mažmeninė prekyba, transportavimo paslaugos ir kitos pramonės. Antraeilis turizmo efektas – didelė reikšmė kitiems verslo sektoriams. Gerai apgalvotas ir tinkamai išvystytas turizmas gali būti tikras pagalbininkas valstybėms siekiant įgyvendinti užsibrėžtus ekonominius tikslus ir siekius. Pats turizmas - tai nuolatos auganti, dinamiška

ūkio šaka. Tad ne mažiau svarbu aptarti ir tai, kokias pajamas turintys asmenys atvyksta į valstybę, kokią savo išlaidų dalį jie valstybėje palieka.

Analizuojamuoju 2007 - 2015 m. laikotarpiu išlaidos atvykusių į Lietuvą bei išvykusių asmenų iš Lietuvos nurodomos 16 paveiksle.



**16 pav. Atvykusių iš užsienio šalių turistų ir išvykusių turistų iš Lietuvos išlaidos (mln. Eur). Sudaryta darbo autorės, remiantis Eurostat bei Lietuvos Respublikos statistikos departamento pateikiamais duomenimis**

Iš 16 pav. pateiktų statistinių duomenų matyti, kad išlaidas, kurias patyrė atvykę turistai į Lietuvą 2007-2009 m. yra mažesnės negu išleistos Lietuvos gyventojų, išvykusių į kitas šalis. Daugiausia išlaidų patyrė atvykę į Lietuvą 2007-2008 m. laikotarpiu, o išvykę - 2013 m. ir 2015 m. Lyginant atvykusių ir išvykusių turistų statistinius duomenis apie iš Lietuvos išvykusių turistų išlaidas galima teigti, jog 2013 - 2015 m. atvykusių turistų išlaidos padidėjo. Remiantis Statistikos departamento pateikiamais duomenimis, dar paminėtina, kad 2015 m. užsienio keliautojas su nakvyne Lietuvoje kelionei vidutiniškai išleido 370,7 EUR – tai 0,6 proc. mažiau nei 2014 m. Išlaidžiausi buvo Airijos, Danijos ir Italijos turistai, Lietuvoje apsistoję vidutiniškai 6 nakvynėms ir išleidę apie 490 EUR, taupiausi – latviai ir čekai – per savo vidutinę 4 nakvynių kelionę išleidę 250 EUR. Iš viso 2015 m. užsieniečiai kelionėse su viena ar daugiau nakvynių išleido 767,8 mln. EUR, arba 0,1 proc. mažiau nei 2014 m.

Apibendrinant analizuotus statistinius rodiklius lyginamuoju aspektu, galima teigti, kad analizuojamu laikotarpiu Lietuvos ir Graikijos turizmo sektoriuose pastebimos gana skirtingos tendencijos – pavyzdžiui, jei Lietuvoje 2007 – 2009 m. laikotarpiu asmenų, apsistousių apgyvendinimo vietose, skaičius tik mažėjo, tai Graikijoje tuo pačiu laikotarpiu jis didėja. Ir atvirkščiai

– jei 2013 – 2015 m. laikotarpiu matyti asmenų, apsistojusių apgyvendinimo vietose, skaičiaus Lietuvoje didėjimas, tai Graikijoje tuo pačiu laikotarpiu matomas turistų skaičiaus padidėjimas, o po metų asmenų, apsistojančių apgyvendinimo vietose, skaičius mažėja. Tolygaus didėjimo, koks matomas Lietuvoje, Graikijoje nėra.

Taip pat reikia paminėti, kad Lietuvos ir Graikijos turizmo sektoriuose tais pačiais laikotarpiais pastebimos ir kitos gana skirtingos tendencijos – jei Lietuvoje 2007 – 2009 m. laikotarpiu asmenų skaičius apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičius tik mažėjo, tai Graikijoje tuo pačiu laikotarpiu minėtasis skaičius didėja. Taip pat paminėtina, jog tokio didelio apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičiaus mažėjimo, koks Lietuvoje fiksuotas nuo 2013m. iki 2015m., kai turistų apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičius sumažėjo beveik per pusę, Graikijoje jokiais analizuojamo laikotarpio metais nebuvo.

Lietuvos ir Graikijos turizmo sektoriuose tais pačiais laikotarpiais pastebimos ir gana skirtingos viešbučiuose apgyvendinamų asmenų skaičiaus kitimo tendencijos – Lietuvoje nuo 2010 metų stebima minėtųjų asmenų skaičiaus didėjimo tendencija, o Graikijoje pastebima, kad 2011 metais asmenų, apsistojusių viešbučiuose, skaičius šioje valstybėje didėjo, 2012 m. jau pastebimas asmenų, apsistojusių apgyvendinimo vietose skaičiaus mažėjimas, 2013 metais vėl matyti asmenų, apsistojusių viešbučiuose, skaičiaus augimas, o 2014 m. ir 2015 m. vėl fiksuojamas asmenų, apsistojusių viešbučiuose, skaičiaus mažėjimas.

Siekiant darbo išsamumo, paminėtina, kad 2014 -2015 metais atvykusių į Lietuvą turistų išlaidos mažėjo. Remiantis Statistikos departamento pateikiamais duomenimis, dar paminėtina, kad 2015 m. užsienio keliautojas su nakvyne Lietuvoje kelionei vidutiniškai išleido 370,7 EUR – tai 0,6 proc. mažiau nei 2014 m. Išlaidžiausi buvo Airijos, Danijos ir Italijos turistai, Lietuvoje apsistoję vidutiniškai 6 nakvynėms ir išleidę apie 490 EUR, taupiausi – latviai ir čekai – per savo vidutinę 4 nakvynių kelionę išleidę 250 EUR. Iš viso 2015 m. užsieniečiai kelionėse su viena ar daugiau nakvynių išleido 767,8 mln. EUR, arba 0,1 proc. mažiau nei 2014 m. Tad gaunamų pajamų skaičius taip pat mažėja.

Graikijos ir Lietuvos turizmo sektoriaus ypatumai analizuoti ir pasitelkus ekspertų, dirbančių analizuojamoje srityje, interviu. Detali interviu rezultatų analizė pristatoma kitame baigiamojo darbo poskyryje.

#### **4.2. Interviu duomenų analizė**

Magistro baigiamajame darbe siekiant analizuojamosios temos nagrinėjimo išsamumo bei detalumo, Graikijos ir Lietuvos turizmo sektoriaus ypatumai analizuoti ir pasitelkus ekspertų, dirbančių analizuojamoje srityje, interviu, kuriame dalyvavo abiejose minėtose valstybėse įsikūrusių



viešbučių vadovaujantį darbą dirbantys darbuotojai. Tyrimui buvo pasirinkti Graikijoje esančio viešbučio „Aegean Melathron“ bei Lietuvoje, Vilniuje, įsikūrusio viešbučio „Amberton Vilnius“ vadovai bei administracijos darbuotojai. Siekiant susidaryti kuo detalesnį vaizdą, magistro baigiamajame darbe pateikiama ir trumpa abiejų viešbučių veiklos charakteristika.

#### **4.2.1 Viešbučio „Aegean Melathron” trumpa charakteristika**

Viešbutis „Aegean Melathron“ – tai prabangus viešbučių tinklui „Aegean star“ priklausantis viešbutis.

Minėtąjį viešbučių tinklą sudaro penki prabangūs 4\* ir 5\* žvaigždučių viešbučiai:

- „Aegean Melathron”,
- „Creta Royal”,
- „Creta Star”,
- „Creta Marine” ,
- „Creta Panorama”.

Visi įvadytojo tinklo viešbučiai įsikūrę puikiose, gamtos apsuptyje esančiose Graikijos vietovėse. Grupės įkūrėjas ir prezidentas – viešbučio savininkas išlaiko nuoseklią ir pastovią filosofiją daugiau nei 30 metų, jos dėka jis stengiasi parodyti tikrąjį graikišką svetingumą. Raktu į sėkmingą plėtrą „Aegean Star” įkūrėjas vadina pasišventimą žmogiškajam faktoriui, klientams ir darbuotojams.

Viešbučių tinklo tikslas yra plėstis, nuolat tobulinti teikiamas paslaugas, išlaikyti draugiškus santykius su darbuotojais bei svečiais.

„Aegean Melathron“ apgyvendinimo paslaugas siūlantis viešbutis, kuris duris atvėrė 2003 metais. Viešbutis įsikūręs Halkidiki pusiasalyje, Graikijoje, vaizdingame, turistų bei vietinių pamėgtame krašte. Profesionalų bei sunkaus darbo dėka, šis viešbutis gali didžiuotis penkių žvaigždučių įvertinimu. Visi „Aegean Star“ viešbučių tinklui priklausantys viešbučiai pritraukia turistų iš įvairių pasaulio kraštų. Tai šeimos verslas, kurio tikslas kad jų tinklo viešbučiai taptu geriausiais visame pasaulyje. Viešbutyje dirba kompetentingi, savo darbą išmanantys darbuotojai, kurių dėka viešbutis kasmet gauna įvairiausių apdovanojimų bei pagyrimų ne tik už puikias apgyvendinimo sąlygas, bet ir už puikų aptarnavimą bei stilingą, jaukų interjerą.

Pagrindinis šio viešbučio tikslas yra patenkinti kiekvieno kliento norus, bei padaryti kad jų viešnagė būtų nepamirštama. Šis viešbutis yra didelis, tačiau be galo jaukus, nes jį supa daugybė tankiai apsodintų miškų, auksiniai paplūdimiai ir krištolo mėlynumo jūra. Viešbutis siūlo jaukius, stilingu interjeru įrengtus šiuolaikiškus net 254 kambarius.

#### **4.2.2. Viešbučio „Amberton Vilnius” veiklos trumpa charakteristika**

Viešbutis „Amberton” priklauso keturių viešbučių grandinei, išsidėsčiusiai didžiuosiuose Lietuvos miestuose (Vilniuje - „Amberton Vilnius”, Kaune - „Amberton Cozy”, Klaipėdoje - „Amberton Klaipėda” ir Palangoje - „Amberton Green Apartments”).

Viešbutis „Amberton Vilnius” yra įsikūręs pačiame Vilniaus centre, priešais Katedrą. Šis viešbutis atidarė duris 2007 metais, nors pats pastatas buvo pastatytas jau 1997 metais. Viešbutis renovuotas 2012 metais. Šiuo metu viešbutyje yra 116 skirtingų kategorijų kambarių:

- vienviečiai;
- dviviečiai;
- liukso klasės;
- apartamentai;
- studio deluxe tipo kambariai.

Šiame viešbutyje nemokamai teikiamos paslaugos yra: nemokamas internetas, kabelinė televizija, vonios kambariai, plaukų džiovintuvas, telefonas, mini baras ir šaldytuvas. Teikiamos mokamos paslaugos:

- apgyvendinimo;
- SPA;
- konferencijų salės;
- prancūzų virtuvės restoranas;
- automobilių statymui skirta aikštelė.

Viešbučio darbuotojų moto - nesvarbu, ar atvyksite verslo reikalais, ar atostogauti, viešbučio darbuotojai pasirūpins, kad Jūsų viešnagė būtų sklandi ir kupina kuo geriausių išpūdžių.

Abiejų charakterizuotųjų viešbučių darbuotojų interviu įvairiais turizmo sektoriaus, viešbučio veiklos klausimais sisteminamas, analizuojamas bei interpretuojamas tolesniame magistro baigiamojo darbo poskyryje.

#### **4.4.3 Lietuvos ir Graikijos viešbučių vadovų bei darbuotojų interviu rezultatų analizė**

Krizės poveikio Lietuvos bei Graikijos turizmo sektoriui tyrime dalyvavusių asmenų pirmiausia buvo prašoma nurodyti, kiek laiko, apskritai, jie dirba šiame versle ir kiek laiko eina dabartines pareigas. Tyrimo dalyvių nurodyta informacija pateikta 10 lentelėje.

**10 lentelė. Tyrimo dalyvių esminės charakteristikos. Sudaryta darbo autorės**

Tyrimo dalyvio pareigos	Darbo laikas turizmo sektoriuje (metais)	Darbo laikas dabartinėse pareigose	Priežastys, dėl kurių pasirinkta dabartinė darbovietė
„Aegean Star“ viešbučių tinklo generalinis direktorius	Nuo 1988 metų, tad beveik 28 metai	14 metų	„ tai, kad kompanijos savininko ir darbuotojų nuoširdumas, eidamas lygiagrečiai, sukuria gerą darbinę atmosferą, o tai ir yra viskas, ko reikia“
„Amberton Vilnius“ viešbučio pardavimų vadybininkė	9 metai	7 metai	„įdomus darbas, draugiškas kolektyvas, galimybės įgyvendinti savo tikslus“

Įvertinus 10 lentelėje nurodytus duomenis apie krizės poveikio Lietuvos bei Graikijos turizmo sektoriui tyrimo dalyvius, galima teigti, jog tyrimo informantai, dirbantys abiejose valstybėse, turi ilgametę darbo patirtį turizmo sektoriuje apskritai, ilgą laiką dirba savo dabartinėse darbovietėse - viešbučiuose, tad neginčytina, jog šie asmenys yra tikrai kompetentingi tinkamai ir išsamiai atsakyti į klausimus apie krizės poveikio Lietuvos bei Graikijos turizmo sektoriui aspektus, išskirti minėtojo laikotarpio ypatumus, nusakyti dabartinę situaciją jų darbovietėse ir t.t.

Siekiant papildyti ankstesniame magistro baigiamojo darbo poskyryje pateiktą informaciją apie Lietuvos ir Graikijos turizmo sektorių, jo situaciją, ir tyrimo informantų buvo prašoma nurodyti, koks metinis viešbučio, kuriame jie dirba, nakvynių skaičius bei pajamų vidurkis buvo prieškriziniu bei krizės laikotarpiais, kaip minėtieji duomenys kito prasidėjus ekonominei krizei. Tyrimo dalyvių pateikta informacija nurodytaisiais klausimais sisteminama bei pateikiama 11 lentelėje.

11 lentelė. Krizės poveikis viešbučių veiklai. Sudaryta darbo autorės

Kategorija	Subkategorija	Graikijos atvejis (patvirtinantys teiginiai)	Lietuvos atvejis (patvirtinantys teiginiai)
Situacija prieš krizę ir šiuo metu: lyginamasis aspektas	Prieš krizę buvo aukštesnės kainos	<Graikijoje krizė prasidėjo 2009 m. Vidurkis pajamų per naktį skiriamas vienam žmogui dabar apie 80 Eur, o prieš krizę buvo 85 Eur. Taigi, daugiau ar mažiau tarp 5 – 6 % kainos krito>...	<Prisimenant kainų sąrašą, vienvietis kambarys kainavo 540 Lt, dvivietis maždaug 650 Lt, o liukso klasės kambarys apie 750 Lt. Visa tai buvo maždaug prie 8 metus (2008 m.) 2009 metais pasijautė didelė konkurencija, ir kainos buvo mažinamos...<2015 m. ir 2016 m. kainų nustatymas yra atsižvelgiant į konkurentus>...
	Buvo didesnis viešbučių užimtumas	<Prieš krizę metinis nakvynių skaičius buvo maždaug 85000. Statistiškai žiūrint, viešbučio užimtumą dabar sudaro 72 – 75 %, o prieš krizę buvo 82 % užimtumas>...	< Prieš euro įvedimą žmogui už kambarį mokėti 600 Lt buvo normali kaina>..
	Mažesnės išlaidos	<Prieškriziniu metu personalo išlaidos sudarė 27 – 28 %, o išlaidos per krizę buvo 32 – 35 %. Dėl šios priežasties krizė pastūmėjo sumažinti darbuotojų skaičių arba ieškoti pigesnės darbo jėgos, tam kad sumažėtų išlaidos. Tai yra labai rizikinga, todėl kad sumažinus sąnaudas, reikia išsaugoti turistų patenkinimo lygį>...	< Ekonominės krizės metu buvo labai svarbu apmokėjimą paimti iš karto, nes daug bankų bankrutuodavo, ir negalima rizikuoti pardavinėti paslaugas be išankstinių apmokėjimų>.. <Dabar irgi svarbu bandymas neatsilikti nuo konkurentų, kainų panašumas>... <Kuo didesnis išlaidų mažinimas, kad kritiniu atveju, būtų galima išlaikyti viešbutį nuo 2 -3 mėnesių bent jau į priekį>...

	Mokesčiai	<šioje srityje šiuo metu yra blogiausias scenarijus. Prieš krizę mokesčių vidurkis buvo 9 – 10 %, o krizės metu išaugo <b>dvigubai</b> , siekia 23 – 30 % iš apgyvendinimo ir maitinimo sektorių>..	<2015 m. ir 2016 m. buvo labai palankus turizmo sektoriui>...< viešbučiai, moteliai, svečių namai, turizmo centrai, poilsio namai, jaunimo nakvynės namai, kaimo turizmo paslaugas teikiantys fiziniai asmenys bei kiti specialaus apgyvendinimo paslaugų teikėjai galės viešbučio tipo ir specialaus apgyvendinimo paslaugas, kurias sudaro nakvynės ir pusryčių arba tik nakvynės paslauga, apmokestinti PVM, taikant <b>9 proc.</b> tarifą>...
--	-----------	---	---

Įvertinus 11 lentelėje nurodytus duomenis apie krizės poveikio Lietuvos bei Graikijos turizmo sektoriui niuansus, galima teigti, jog tyrimo informantai, dirbantys abiejose valstybėse, savo atsakymais leidžia teigti, kad ekonominės krizės poveikis turizmo sektoriui buvo daugiau neigiamas nei teigiamas. Tokią poziciją galima grįsti šiais argumentais:

1. Prieškriziniu laikotarpiu viešbučių pajamos tiek Lietuvoje, tiek Graikijoje buvo aukštesnės, o tai suteikė galimybes išlaikyti daugiau personalo, tolygiau skirstyti darbo krūvį ir kt.
2. Viešbučių, kuriuose dirba informantai, užimtumas prieškriziniu laikotarpiu buvo didesnis nei dabar. Pavyzdžiui, Graikijoje veikiančio viešbučio užimtumas buvo didesnis net 10 proc. „, dabar sudaro 72 – 75 %, o prieš krizę buvo 82 % užimtumas“. Lietuvoje užimtumas taip pat buvo didesnis.
3. Kalbant apie mokesčius, matyti, kad šioje srityje ryškėja nemaži skirtumai. Ženkliai didėję mokesčiai. Graikijoje, lyginant su prieškriziniu laikotarpiu, išaugo dvigubai. Tuo tarpu Lietuvoje nuo 2015 m sausio 1d. viešbučiai, moteliai, svečių namai, turizmo centrai, poilsio namai, jaunimo nakvynės namai, kaimo turizmo paslaugas teikiantys fiziniai asmenys bei kiti specialaus apgyvendinimo paslaugų teikėjai galės viešbučio tipo ir specialaus apgyvendinimo paslaugas, kurias sudaro nakvynės ir pusryčių arba tik nakvynės paslauga, apmokestinti PVM, taikant **9 proc.** tarifą.

Taigi, vertinant pateiktą informaciją lyginamuoju aspektu, aiškiai matyti, kad mokesčių politika Lietuvoje turizmo sektoriui yra palankesnė nei Graikijoje. Abiejų valstybių turizmo sektoriams bendra

tai, kad krizės laikotarpiu gaunamos pajamos bei viešbučių užimtumas mažėjo, sektoriuje jaučiama didelė konkurencija, ir kainos nustatomos atsižvelgiant į konkurentus.

Identifikavus krizės pasekmes viešbučių veiklai, aptarus jas, interviu informantų buvo prašoma nurodyti, kokias strategijas, siekdami įveikti sunkumus bei sėkmingai veikti, viešbučiai taikė ekonominės krizės metu, kas būdinga jų veiklai dabar. Tyrimo dalyvių pateikta informacija nurodytaisiais klausimais sisteminama bei pateikiama 12 lentelėje.

**12 lentelė. Krizės įveikimo ir sėkmingos viešbučio veiklos strategijos esmė. Sudaryta darbo autorės**

Kategorija	Subkategorija	Graikijos atvejis (patvirtinantys teiginiai)	Lietuvos atvejis (patvirtinantys teiginiai)
Krizės įveikimas ir sėkminga tolesnė veikla	Investicijos prieš krizę, pasiruošimas jai	<pirkti geresnės kokybės produktus, įdarbinti daugiau žmonių darbui virtuvėse>... <Žinoma, darbuotojams mokamos buvo didesnės algos>... Pokriziniu laikotarpiu arba kriziniu sunku ką nors planuoti>...	<Ekonominės krizės metu buvo labai svarbu apmokėjimą paimti iš karto, nes daug banku bankrutuodavo, ir negalima rizikuoti pardavinėti paslaugas be išankstinių apmokėjimų>...
	Viešbučio patrauklumo didinimas	<Kambarių renovacijas stengėmės daryti daug dažniau nei dabar. Vienas iš pavyzdžių, prieš krizę kas penkeri metai atlikdavome įvairias renovacijas viešbučiuose>...	<renginiai, konferencijos>...< Estija ir Lietuva tarpusavyje labai konkuruoja. Latvija atsilieka todėl, kad neturi, ką pasiūlyti kaip Lietuva ir Estija, kalbant apie renginius, konferencijas ir panašius traukos objektus>...
	Konkurentų kainų stebėseną ir lyginimą		<Vyksta didelis kainos stebėjimas, nes nėra nei laiko nei vietos rizikai. Konkurentų pateikiamų turistams kainų stebėjimas, kokias kainas jie siūlo>... <Kainas lygiuojant su konkurentais taip po truputi gali daryti sprendimus kurie aktualūs čia ir dabar>...
	Išlaidų mažinimas	<Mes esame atsargūs su darbuotojų, F&B sektoriaus išlaidomis, taip pat atliekame tik pačias reikalingiausias renovacijas ir investicijas>..	<Kuo didesnis išlaidų mažinimas, kad kritiniu atveju, būtų galima išlaikyti viešbuti pora mėnesių bent jau į priekį>..

Taigi, vertinant pateiktą informaciją lyginamuoju aspektu, aiškiai matyti, kad tyrimo dalyvių atsakymai į klausimą „Kokias strategijas naudojote sezonų metu prieš krizę, ir kaip strategijos kito kriziniu laiko tarpu?“, atsakymai leidžia pateikti tokias išvalgas:

1. Lyginant Lietuvos bei Graikijos viešbučių atvejus pasiruošimo ekonominei krizei aspektu, aiškiai matyti, jog abiejose valstybėse veikiančiuose viešbučiuose ekonominiam sunkmečiui stengtasi ruoštis – Graikijoje veikiančiam viešbutis didino personalo skaičių, stengėsi pirkti kokybiškesnes prekes ir kt. Lietuvoje veikiančiame viešbutyje krizės metu stengtasi vykdyti labai griežtą finansų politiką (tai būdinga ir kitoms valstybėms).
2. Abiejose valstybėse veikiančios viešbučiai daug pastangų skyrė viešbučio patrauklumo didinimui. Graikijoje veikiančiame viešbutyje renovacija, remontas būdavo atliekami maždaug kas 5 metai. Šiuo metu minėtiesiems darbams skiriama mažiau lėšų, tad jie atliekami rečiau. Lietuvoje veikiančio viešbučio politika – užtikrinti kuo palankesnes sąlygas verslo renginiams (konferencijoms, seminarams ir pan.). Interviu informantė net akcentavo, kad „kalbant apie Pabaltijo valstybes, reikia paminėti, kad Latvija atsilieka tik todėl, kad neturi, ką pasiūlyti kaip Lietuva ir Estija, kalbant apie renginius, konferencijas ir panašius traukos objektus“.
3. Kalbant apie skirtumus tarp Graikijoje ir Lietuvoje vykdančių veiklą viešbučių, labiausiai į akis krenta tai, kad Lietuvoje ypatingas dėmesys skiriamas konkurentų siūlomų kainų bei paslaugų stebėsenai, analizei, galimybių tobulinti esamą situaciją paieškai. Graikijoje veikiančio viešbučio atstovas tokios aštrios konkurencinės kovos apraiškų neįvardijo, apie konkurentų stebėseną, jų kainų analizę nekalbėjo.
4. Interviu metu išryškėjęs bendras Lietuvos ir Graikijos valstybėse veikiančių viešbučių veiklos bruožas – maksimalus išlaidų taupymas. Graikijoje veikiančio viešbučio vadovas nurodė, kad „mes esame atsargūs su darbuotojų, F&B sektoriaus išlaidomis, taip pat atliekame tik pačias reikalingiausias renovacijas ir investicijas“. Lietuvoje veikiančio viešbučio atstovė taip pat akcentavo, jog „būtinai kuo didesnis išlaidų mažinimas, kad kritiniu atveju, būtų galima išlaikyti viešbuti pora mėnesių bent jau į priekį“.

Taigi, vertinant pateiktą informaciją lyginamuoju aspektu, aiškiai matyti, kad tiek Lietuvos, tiek Graikijos atvejais labai svarbus išlaidų taupymas, tačiau stengiamasi, kiek įmanoma, nesumažinti viešbučių patrauklumo. Tam įgyvendinti Lietuvoje veikiančiame viešbutyje siekiama užtikrinti kuo palankesnes sąlygas verslo renginiams (konferencijoms, seminarams ir pan.). Graikijos atveju daug dėmesio skiriama pastatų komfortui bei estetiniam vaizdui.

Kalbant apie interviu metu išryškėjusius skirtumus tarp Graikijoje ir Lietuvoje vykdančių veiklą viešbučių, labiausiai į akis krenta tai, kad Lietuvoje ypatingas dėmesys skiriamas konkurentų siūlomų

kainų bei paslaugų stebėsenai, analizei, galimybių tobulinti esamą situaciją paieškai. Graikijoje veikiančio viešbučio atstovas tokios aštrios konkurencinės kovos apraiškų neįvardijo.



## IŠVADOS

1. Turizmas, tai vienas iš svarbiausių sektorių, jis padeda pakelti šalies ekonominį lygį. Iš turizmo gautos pajamos yra skiriamos kovojimui su skurdu, bendros pajamos iš turizmo sudaro 2 – 3% BVP, išsivysčiusiose šalyse gali siekti net virš 30% BVP.
2. Turizmo sąvoka apibūdinama, kaip galimybė vykti į kitas šalis, dažniausiai žmonės vyksta pramoginiams, kultūriniais arba verslo tikslais. Krize apibūdinama kaip tam tikra sunki šalies padėtis. Ji skirstoma į politinę, karinę, medicininę, tačiau svarbiausias yra laikomas ekonominės krizės poveikis. Ekonominės krizės poveikis daro didelę įtaką pasaulio turizmui.
3. Krizės priežastys įvardijamos skirtingos, tai pasaulio ekonomikos ciklinis vystymasis, įvairūs globalizaciniai procesai, socialiniai veiksniai, apibūdinami kaip ekonominė nelygybė, etikos ir moralės krizės didėjimas ir poliarizacija. Ekonomikos atžvilgiu turizmo krizė pasireiškia per išlaidas ir pajamas gautas iš turizmo. Pajamų stygius jaučiamas pirmuose turizmo sektoriuose, tai apgyvendinimo įstaigos, transportavimas, mažmeninė prekyba. Gamybos atžvilgiu krizė vertinama pagal įvairias pramonės šakas ir turizmo teikiamas paslaugas. Visos įvardytos priežastys svarbiausią vaidmenį atlieka investicijų lygiui šalies ekonomikoje.
4. Atlikus statistinių duomenų analizę, Lietuvos ir Graikijos turizmo sektoriuose pastebimos gana skirtingos tendencijos – Lietuvoje 2007 – 2009 m. laikotarpiu asmenų, apsistousių apgyvendinimo vietose, skaičius tik mažėjo, tai Graikijoje tuo pačiu laikotarpiu jis didėja. 2013 – 2015 m. laikotarpiu matyti asmenų, apsistousių apgyvendinimo vietose, skaičiaus Lietuvoje didėjimas, tai Graikijoje tuo pačiu laikotarpiu matomas turistų skaičiaus padidėjimas, o po metų asmenų, apsistojančių apgyvendinimo vietose, skaičius mažėja. Tolygaus didėjimo, koks matomas Lietuvoje, Graikijoje nėra.
5. Lietuvos ir Graikijos turizmo sektoriuose tais pačiais laikotarpiais pastebimos ir kitos gana skirtingos tendencijos – jei Lietuvoje 2007 – 2009 m. laikotarpiu asmenų skaičius apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičius tik mažėjo, tai Graikijoje tuo pačiu laikotarpiu minėtasis skaičius didėja, o tokio didelio apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičiaus mažėjimo, koks Lietuvoje fiksuotas nuo 2013m. iki 2015m., kai turistų apgyvendinimo įstaigose suteiktų nakvynių skaičius sumažėjo beveik per pusę, Graikijoje jokiais analizuojamo laikotarpio metais nebuvo.
6. Lietuvos ir Graikijos turizmo sektoriuose tais pačiais laikotarpiais pastebimos ir gana skirtingos viešbučiuose apgyvendinamų asmenų skaičiaus kitimo tendencijos – Lietuvoje nuo 2010 metų stebima minėtųjų asmenų skaičiaus didėjimo tendencija, o Graikijoje pastebima, kad 2011 metais asmenų, apsistousių viešbučiuose, skaičius šioje valstybėje didėjo, 2012 m. jau

pastebimas asmenų, apsistojusių apgyvendinimo vietose skaičiaus mažėjimas, 2013 metais vėl matyti asmenų, apsistojusių viešbučiuose, skaičiaus augimas, o 2014 m. ir 2015 m. vėl fiksuojamas asmenų, apsistojusių viešbučiuose, skaičiaus mažėjimas.

7. Vertinant interviu metu pateiktą informaciją lyginamuoju aspektu, aiškiai matyti, kad mokesčių politika Lietuvoje turizmo sektoriui yra palankesnė nei Graikijoje. Abiejų valstybių turizmo sektoriams bendra tai, kad krizės laikotarpiu gaunamos pajamos bei viešbučių užimtumas mažėjo, sektoriuje jaučiama didelė konkurencija, ir kainos nustatomos atsižvelgiant į konkurentus. Taip pat abi šalys stengėsi kiek įmanoma labiau sumažinti esamas išlaidas, išlaikyti viešbučio reputaciją bei viešbučių svečių pasitenkinimo lygį.

## REKOMENDACIJOS

1. Norint išlaikyti užsienio turistų srautus, tiek Graikija, tiek Lietuva turėtų kurti ilgalaikius strateginius planus, kurie skatintų naudoti šalių esamą potencialą ir didinti pardavimų apimtį, ne tik pietinėse – kurortinėse teritorijose, tačiau ir Baltijos jūros regione.
2. Turizmo sektoriui augant ir užimant su metais vis didesnę ekonomikos dalį, reikėtų numatyti pokyčius, sukurti turizmo politiką, stengtis kuo atsakingiau valdyti turizmo ekonomiką, tam kad kurtųsi konkurencingumas, sėkmingam pasipelnymui iš augančios ūkio srities.
3. Valstybėms reikia kurti ir atlikinėti tyrimus, taikyti ir rengti strategijas didesniai turistų srautų pritraukimui bei stengtis vykdyti kuo daugiau projektų, norint išsaugoti esamus turizmo išteklius.

## LITERATŪROS IR INFORMACINIAI ŠALTINIAI

Argenti, P. A. (2007). *Chapter ten: Crisis Communication // Corporate Communication* (4th ed.) (p. 211-253). McGraw-Hill International edition.

Bagdonas D., Auganti turizmo sektoriaus reikšmė Pasaulio ir Lietuvos ekonomikai, 2012m. [žiūrėta 2016-11-22]. Prieiga per internetą: <http://www.analyst.lt/lietuva/auganti-turizmo-sektoriaus-reiksme-pasaulio-ir-lietuvos-ekonomikai-3/>

Barrell R., Davis P., Pomerantz O., (2006) Assessing The Factors Of Resilience Of Private Consumption In The Euro Area. [žiūrėta: 2016-12-06]. Prieiga per internetą: [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/publications/publication690\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/economy_finance/publications/publication690_en.pdf)

Claessens S. ir Kose M. A. Financial Crises: Explanations, Types, and Implications. IMF Working Paper, 2013. [žiūrėta 2016-12-05]. Prieiga per internetą: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2013/wp1328.pdf>

Coombs, W. T. (2007). Protecting organizational reputations during a crisis: The development and application of Situational crisis communication theory. *Corporate Reputation Review*, 10(3), 163- 176.

Damulienė A. (2003). Lietuvos turizmo infrastruktūra: teorinis ir praktinis aspektai. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai*, Nr. 26.

Dubauskas G., Ekonomikos ir finansų teorijos, 2013 m., p. 9, ISBN 978-609-8074-18-2, Vilnius.

European Commission, 2012 m., Enterprise and Industry. Tourism, Annual Reports – Greece. [žiūrėta: 2016-11-21]. Prieiga per internetą: [https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review-2016\\_en#annual-report](https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review-2016_en#annual-report)

Europos ir finansų reikalai, 2014 m. [žiūrėta 2016-11-27]. Prieiga per internetą: [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/explained/the\\_financial\\_and\\_economic\\_crisis/why\\_did\\_the\\_crisis\\_happen/index\\_lt.htm](http://ec.europa.eu/economy_finance/explained/the_financial_and_economic_crisis/why_did_the_crisis_happen/index_lt.htm)

Eurostat (2016). GDP per capita in PPS. [žiūrėta: 2017-04-28]. Prieiga per internetą: <http://ec.europa.eu/eurostat/tgm/table.do?tab=table&plugin=1&language=en&pcode=tec00114>

Greece GDP – Gross Domestic Product (2016). [žiūrėta: 2017-04-28]. Prieiga per internetą: <http://countryeconomy.com/gdp/greece>

Honohan, P. (2005). *Systemic Financial Crises*. Cambridge: Cambridge University Press.

Jakeliūnas S., 2011 m. Krizė Lietuvoje – jos priežastys, padariniai ir pamokos. [žiūrėta: 2016-12-06]. Prieiga per internetą: <http://www.centropartija.lt/aktualijos/163-kriz-lietuvoje-prieastys-padariniai-ir-pamokos>

Jakeliūnas S., Graikijos krizės pamokos Lietuvai, 2015m. [žiūrėta: 2016-11-19]. Prieiga per internetą: <http://jakeliunas.lt/graikijos-krizes-pamokos-lietuvai/>

Jakutis A., Petraškevičius V., Stepanovas A., Šečkutė L., Zaicev S. “Ekonomikos teorijos pagrindai”,

2000 m., p. 21. Kaunas: Smaltijos leidykla, ISBN 9986-965-35-7

Jickling M. Averting Financial Crisis. CRS report for Congress, 2008 m. [žiūrėta: 2016-12-05]. Prieiga per internetą: <http://fpc.state.gov/documents/organization/103688.pdf>

Jonaitis, M. (2015). Straipsnis: Ekonominės krizės: priežastys, pasekmės ir didžiausios pasaulinės finansų ir ekonominės krizės. [žiūrėta 2016-11-30]. Prieiga per internetą: <http://kulgrinda.lt/415/ekonomines-krizes-priezastys-pasekmes-ir-didziausios-pasaulines-finansu-ir-ekonomines-krizes/>

Kodėl krizė išplito? [žiūrėta: 2016-11-19]. Prieiga per internetą: [http://ec.europa.eu/economy\\_finance/explained/the\\_financial\\_and\\_economic\\_crisis/why\\_did\\_the\\_crisis\\_spread/index\\_lt.htm](http://ec.europa.eu/economy_finance/explained/the_financial_and_economic_crisis/why_did_the_crisis_spread/index_lt.htm)

Leika M., 2008 m. Finansų sistemos stabilumas – centrinio banko tikslas. [žiūrėta: 2016-12-06]. Prieiga per internetą: [http://elibrary.lt/resursai/DB/LB/LB\\_pinigu\\_studijos/2009\\_01/leika.pdf](http://elibrary.lt/resursai/DB/LB/LB_pinigu_studijos/2009_01/leika.pdf)

Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas. Nauja įstatymo redakcija nuo 2011-09-01, 11 ir 12 straipsniai įsigalioja 2011-08-01: Nr. XI-1496, 2011-06-22, Žin., 2011, Nr. 85-4138

*Macmillan English Dictionary* (5th ed.) (2006). Oxford: Bloomsbury Publishing.

Newsome, D., Moore, S. A., Dowling, R. K. Natural area tourism: ecology, impacts and management. Clevedon, UK: Channel View Publications, 2002, 341 p.

Pasaulio Turizmo Organizacijos posėdis, 2008 m. [žiūrėta: 2016-12-06]. Prieiga per internetą: <http://aplinkpasauli.com/2009/02/13/pasaulio-turizmo-organizacija-turizmas-atsigaus-greiciau-nei-kitos-ekonomikos-sakos/#more-23>

Pasaulio turizmo organizacija, 2012 m. [žiūrėta: 2016-11-27]. Prieiga per internetą: [https://smp2014ge.ugdome.lt/mo/11kl\\_visuomenine\\_geografija/GE\\_DE\\_39/index.html](https://smp2014ge.ugdome.lt/mo/11kl_visuomenine_geografija/GE_DE_39/index.html)

Pfarr, C. & Hosie, P. (2009). *Crisis Management in the Tourism Industry* (Eds.). Ashgate, UK

Rakauskienė, O. G., Krinickienė, E. (2009). The Anatomy of A Global financial crisis. *Intellectual economics*, No. 2(6), p. 116–128.

Ritchie J. R. B., Molinar C. M. A., Frechtling D. C. (2010) Impacts of the world recession and economic crisis on tourism: North America, *Journal of Travel Research*, 49(1): 5-15.

Rochet, C., Keramidas, O., Bout L. (2008). Crisis as change strategy in public organizations. *International Review of Administrative Sciences*, 74(1), 65-77.

Sian, T.L., Subramonian, H., Tung, L., San, W.H., Hui, K., Kulampalil, T. (2009). *Fundamentals of Hospitality and Tourism Management*, Open University of Malaysia. Retrieved October 28, 2011

Stankevičius, P. (2010). Ekonominė krizė ir jų raiška Lietuvoje. *Lietuvos ekonomikos konkurencingumas ir socialinė sąglauda: mokslinių straipsnių rinkinys*, Nr. 7, p. 191–217.

Stiglitz, J. (2010). *Freefall: free markets and the sinking of global economy*. Penguin books. London.

The Global Financial Crisis and Tourism: Perspectives of the Academy, 2010m. [žiūrėta: 2016-11-21].

Prieiga per internetą:

[http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/39192305/The\\_Global\\_Financial\\_Crisis\\_.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1479753271&Signature=A5XtB6VxzDcGrjkb2QzDuTqTSyg%3D&responsecontentdisposition=inline%3B%20filename%3DThe\\_Global\\_Financial\\_Crisis.pdf](http://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/39192305/The_Global_Financial_Crisis_.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAJ56TQJRTWSMTNPEA&Expires=1479753271&Signature=A5XtB6VxzDcGrjkb2QzDuTqTSyg%3D&responsecontentdisposition=inline%3B%20filename%3DThe_Global_Financial_Crisis.pdf)

Theobald, W. (2005). Global tourism. – Elsevier Inc. ISB 0-7506-7785-9

Tidikis R., (2003), Socialinių mokslų tyrimų metodologija. ISBN 9955-563-26-5. Lietuvos teisės universitetas, (p. 464 – 471). Vilnius.

UNWTO Annual Report 2010. A year of recovery. 2011, 82 p.

UNWTO Annual Report 2011. UNWTO Press, 2012, 43 p. Madrid.

UNWTO Elibrary – Tourism Factbook, Arrivals of non-resident tourists at national borders by country of residence 2007 – 2011, 2012. Greece.

Urnėžius, R. (2006). Ekonominiai ciklai – realybė ir lūkesčiai. Ekonominės ir socialinės politikos studijos 2. Lietuvos ūkio transformacija 1990–2005 metais: mokslinių straipsnių rinkinys, p. 35–62.

Valackienė, A. (2005). Krizių valdymas ir sprendimų priėmimas. – Technologija. Kaunas.

Valstybinis turizmo departamentas prie ūkio ministerijos. [žiūrėta: 2016-11-21]. Prieiga per internetą: <http://www.tourism.lt/lt/atvykstamasis-turizmas>

WTTC, Economic Data Search Tool, Greece – T&T Total Contribution to GDP; T&T Total Contribution to Employment; Visitor Exports; Capital Investment, 2013.

## **PRIEDAI**

## INTERVIEW WITH „AEGEAN MELATHRON THALASSO SPA HOTEL” GENERAL MANAGER

### *Interview guideline*

Silvija Aukstuolyte, the economic and business master of Kaunas Technology University, Lithuania, conducts an investigation. The aim of investigation is to reveal with which problems are facing „Aegean Melathron Thalasso Spa Hotel” before economic crisis and during/after economic crisis.

First name: Christos	Last name: Tsironas	
Organization and position: General manager of Aegean Star company.		
<i>Interview information</i>		
Date: 2016 – 12 - 10	Place: Aegean Melathron Thalasso Spa Hotel	
Start: 11 h	End: 11:30 h	Duration: 30 min

Qualitative research data will be analysed and published in master only generally, without specifying the name of the person.

### **More focus general questions**

**Silvija:** 1. How many years are you working in tourism industry?

**General hotel manager:** *I am in tourism business since 1988 year.*

**Silvija:** 2. How many years are in total?

**General hotel manager:** *Let me see, oh yes 28 years.*

**Silvija:** 3. How many years are you working at „Aegean Melathron Thalasso Spa Hotel“?

**General hotel manager:** *For this hotel and the all company I am working 14 years.*

**Silvija:** 4. How is it possible to work for the same company so many years?

**General hotel manager:** *If the company is decent and cooperation makes both sides happy the company and general company's manager, why not.*

**Silvija:** 5. Please give me one comparison with numbers how was the annual over night and how much the average income per over night before and during an economic crisis?

**General hotel manager:** *Okay. Speaking about 2016 which is one of the years from crisis, was approximately around 70000 over nights per year and the average the income per over night 880 Eur per over night and before crisis we had total of over nights around 85000. This in % of occupancies now we are around 72 to 75 % occupancy in annual base and before crisis we had around 82 % occupancy. Average of income per over night instead of 80 was around 85 eur per person. So this means that more or r less we have degree of approximately around 5 to 6 % less prices.*

**Silvija:** 6. What is the timing when you are speaking about before economic crisis?



**General hotel manager:** *When we speak about crisis in Greece, we calculate that the first year of crisis was 2009. Or even better 2010. Since then we are in economic crisis.*

**Silvija:** 7. Also please describe with numbers how much in % in comparison with turn over was the staff cost before and during a crisis?

**General hotel manager:** *Sure. During a crisis, we say that the staff cost is during around 27 - 28 % of total turn over the staff cost and before crisis was 32 - 35 %, so this means that crisis pushed the hoteliers to take measure to minimize the staff or to find cheaper staff to change standards of the cost. Which is very risky because in the same time you have to find as hotelier or general hotel manager ways to minimize a cost but to keep the satisfaction average at the same time.*

**Silvija:** 8. How much % was the taxes in annual turn over before and during a crisis?

**General hotel manager:** *This is the worst scenario. Before crisis was around 9 - 10 % an average between accommodation tax and F&B department tax. Now unfortunately, we went to 23 % of F&B and to 30 % of accommodation, so as you understand difference is huge.*

**Silvija:** 9. How was the strategy season to season before a crisis and what kind of changes to this strategy you did because of a crisis?

**General hotel manager:** *Number one thing, always we were trying before crisis to invest in giving a little bit higher cost to F&B departments, I mean buying better quality of components, giving more staff to cuisines. We were trying to renovate the rooms in shorter time then now. For example, we were trying not to pass over the 5 years without renovation. Also, we were a little larger to the salaries of the staff and definately we were doing plans in the depth 3 to 4 years. Now after the crisis or let say during a crisis definately it is very difficult or us to plan because every year we have bad surprises like 3 times selection in 1 year, capital controls in 1 year. Refugees problems in Islands. All this effect the reputation of country to rest European countries and does not allowed us to make big plans. We are trying to be careful with staff cost, with F&B department cost and for sure we are trying to do the necessary renovations and investments. Sure, this is a big risk, cause gives us a possibility that we will not satisfy our guest to the level that we had satisficing before crisis. But we have to live with this and we have to continue working like this because crisis is not 1 or 2 years, it is way of living. It is a real thing. Fact. We learnt to live like this.*

## INTERVIU SU „AEGEAN MELATHRON THALASSO SPA HOTEL“ GENERALINIŲ MENEDŽERIŲ

### Interviu gairės

Silvija Aukštuolytė, verslo ekonomikos magistro studijų studentė vykdo tyrimą. Tikslas – išsiaiškinti kaip ekonominė krizė paveikė ir veikia šiuo metu „Aegean Melathron Thalasso Spa Hotel“. Visa tyrimo metu gauta informacija naudojama tik moksliniais tikslais, griežtai laikantis mokslinių tyrimų etikos.

Vardas: Christos	Pavardė: Tsironas	
Organizacija bei pareigos: Aegean Star viešbučių tinklo generalinis menedžeris		
<i>Interviu duomenys</i>		
Data: 2016 – 12 - 10	Vieta: Aegean Melathron Thalasso Spa Hotel	
Pradžia: 11 val.	Pabaiga: 11:30 val.	Trukmė: 30 min.

Kokybinio tyrimo duomenys bus analizuojami ir skelbiami baigiamojo magistro darbo gynime tik apibendrintai.

### Bendrieji klausimai bei labiau fokusuoti

#### I dalis (Interviu)

**Silvija:** Kiek metų dirbate turizmo sektoriaus industrijoje?

**Generalinis direktorius:** Turizmo versle aš maždaug nuo 1988 metų.

**Silvija:** Kiek iš viso būtų bendrai metų?

**Generalinis direktorius:** Tai būtų 28-eri metai.

**Silvija:** Kiek metų dirbate „Aegean Melathron Thalasso Spa“ viešbutyje?

**Generalinis direktorius:** Šiame viešbutyje ir visoje kompanijoje dirbu 14 metų.

**Silvija:** Kaip yra įmanoma tokį ilgą laiką dirbti vienoje kompanijoje?

**Generalinis direktorius:** Jeigu pati kompanija yra nuoširdi ir bendradarbiavimas jos u darbuotojais daro abi šalis laimingas, o kodėl gi ne.

**Silvija:** Prašau, pateikite skaičiavimų palyginimus, koks buvo metinis nakvynių skaičius ir koks vidurkis pajamų kalbant apie nakvynių skaičių prieš krizę ir per krizinį laikotarpį?

**Generalinis direktorius:** Gerai. Kalbant apie 2016 metus, tai irgi vieni iš ekonominės krizės metų, metinis nakvynių skaičius yra apie 70000. Vidurkis pajamų būtų 880 Eur per naktį. Prieš krizę metinis nakvynių skaičius buvo maždaug 85000. Statistiškai žiūrint, viešbučio užimtumą sudarė 72 – 75 %, o prieš krizę buvo 82 % užimtumas. Vidurkis pajamų per naktį skiriamas vienam žmogui dabar apie 80 Eur, o prieš krizę buvo 85 Eur. Taigi, daugiau ar mažiau tarp 5 – 6 % kainos krito.

**Silvija:** Kai kalbate apie ekonominę krizę, kuriuos metus įvardijate?

**Generalinis direktorius:** *Kai kalbu apie ekonominę krizės pradžią Graikijoje, jos pradžia 2009 metai. 2010 metais mes jau buvome joje.*

**Silvija:** *Taip pat paprašysiu Jūsų pasakyti procentais kokia apyvarta buvo išlaikant darbuotojus prieš ir kriziniu metu?*

**Generalinis direktorius:** *Žinoma. Prieš kriziniu metu personalo išlaidos sudarė 27 – 28 %, o išlaidos per krizę buvo 32 – 35 %. Dėl šios priežasties krizė viešbučių savininkus ir direktorius pastūmėjo sumažinti darbuotojų skaičių arba ieškoti pigesnės darbo jėgos, tam kad sumažėtų išlaidos. Tai yra labai rizikinga, todėl kad sumažinus sąnaudas, reikia išsaugoti turistų patenkinimo lygį.*

**Silvija:** *Kokia procentais buvo/ yra metinė mokesčių apyvarta prieš krizę ir kriziniu metu?*

**Generalinis direktorius:** *Tai ir yra blogiausias scenarijus. Prieš ekonominę krizę buvo 9 – 10 % mokesčių vidurkis tarp apgyvendinimo ir F&B sektorių. Kaip bebūtų gaila, šiuo metu mokesčių vidurkis siekia 23 % iš F&B ir 30 % iš apgyvendinimo. Kaip galite suprasti, skirtumas yra labai didelis.*

**Silvija:** *Kokias strategijas naudojote sezonas iš sezono, prieš ekonominę krizę ir kokius pakeitimus strategijos vykdėte kriziniu laikotarpiu?*

**Generalinis direktorius:** *Pirmiausia, mes visada stengėmės prieš ekonominę krizę investuoti į didesnės kainas F&B sektoriaus. Kaip pvz.: pirkti geresnės kokybės produktus, įdarbinti daugiau žmonių darbu virtuvėse. Kambarių renovacijas stengėmės daryti daug greičiau nei dabar. Vienas iš pavyzdžių, kas penkeri metai atlikdavome įvairias renovacijas viešbučiuose. Žinoma, darbuotojams mokamos buvo didesnės algos. Po kriziniu laikotarpiu arba kriziniu kitaip tariant, sunku ką nors planuoti, todėl kad pastoviai iškyla į paviršių tam tikri nesklaidumai, vienas jų tris kartus daromi rinkimai per metus, dažnos kapitalo kontrolės. Visos šios problemos iššaukia blogą reputaciją prieš kitas Europos šalis, kaip tik dėl to negalime planuoti nieko į ateitį. Mes esame atsargūs su darbuotojų, F&B sektoriaus išlaidomis, taip pat atliekame tik pačias reikalingiausias renovacijas ir investicijas.*

*Žinoma tai yra didelė rizika svečių poreikių nepatenkinimui priešingai nei buvo prieš ekonominę krizę. Mes turime su tuo susigyventi, toliau dirbti, nes ekonominė krizė, tai ne metus ar dvejus trunkantis reiškinys, tai lyg gyvenimo būdas. Tai realu.*

## II dalis (Viešbučio „Aegean Melathron Thalasso Spa” generalinio direktoriaus monologas)

Labas rytas Silvija, malonu vėl tave matyti „Aegean Melathron” viešbutyje. Mane manau atsiminti turėtum iš savo praktikos Graikijoje savo studijų metu. Pasikartosiu ir priminsiu tau, jog turizmo sektoriaus industrijoje dirbu kažkur nuo 1988 metų. Tai būtų beveik 28-eri metai. „Aegean Melathron” viešbutyje ir visai šio viešbučio grandinei jau dirbu 14 metų. Taip tai yra daug metų praleistų vienoje kompanijoje, tačiau viskas įmanoma, kai darbdavys yra nuoširdus, tuomet abiem pusėms yra gerai bendradarbiauti juk.

Kalbant apie ekonominę krizę Graikijoje, norėčiau pateikti tau keletą skaičių palyginimui kaip viskas buvo prieš kriziniu ir kriziniu (po krizės) esančiu laikotarpiu. Vienas iš pirmųjų rodiklių yra turistų nakvynių skaičius per metus ir vidurkis pajamų gaunamų iš nakvynių. Kalbant apie 2016 metus, kurie yra vieni iš tebesitęsiančios ekonominės krizės metų, metinį nakvynių skaičių galėčiau įvardinti kaip 70000. Prisimenant vidurkį pajamų 880 Eur per naktį. Pasižiūrėkime kaip buvo prieš krizę, skaičius nakvynių per metus buvo ganėtinai didesnis 85000. Peržvelgiant statistiškai, viešbučio užimtumą sudarė 72 – 75 %, o prieš krizę buvo net 82 % užimtumas. Taip pat kaina krito maždaug 5 – 6 % ir skiriamam vidurkiui pajamų per parą vienam žmogui. Prieš ekonominę krizę siekė 85 Eur, o per krizę ne įstengė pasiekti 80 Eur. Kalbantis su tavimi apie ekonominės krizės laikotarpį Graikijoje, pradžia visko buvo 2009 metais, nors tikrieji skaitytusi 2010 metai.

Ekonominės krizės metu yra labai sunku išlaikyti tą patį personalo skaičių. Prieš kriziniu laikotarpiu išlaidos personalui sudarė 27 – 38 %, o kriziniu metu 32 – 35 %. Kaip tik dėl tokių duomenų, viešbučio valdžią pastūmėjo atsisakyti dalies darbuotojų ir ieškoti pigesnės darbo jėgos, vien tam kad sumažėtų išlaidos. O kur turistų poreikių patenkinimas sumažinus darbuotojų skaičių? Gera įvaizdį viešbučio labai sunku išlaikyti.

Blogiausias scenarijus yra mokesčių padidėjimas. Prieš ekonominę krizę buvo 9 – 10 % mokesčių vidurkis tarp apgyvendinimo ir F&B sektorių. Kaip bebūtų gaila, šiuo metu mokesčių vidurkis siekia 23 % iš F&B ir 30 % iš apgyvendinimo. Kaip galite suprasti, skirtumas yra labai didelis.

Aptariant ekonominės krizės valdymo strategijas norėčiau paminėti, jog pirmiausia, mes visada stengėmės prieš ekonominę krizę investuoti į didesnės kainas F&B sektoriaus. Kaip pvz.: pirkti geresnės kokybės produktus, įdarbinti daugiau žmonių darbui virtuvėse. Kambarių renovacijas stengėmės daryti daug greičiau nei dabar. Vienas iš pavyzdžių, kas penkeri metai atlikdavome įvairias renovacijas viešbučiuose. Žinoma, darbuotojams mokamos buvo didesnės algos. Po kriziniu laikotarpiu arba kriziniu kitaip tariant, sunku ką nors planuoti, todėl kad pastoviai iškyla į paviršių tam tikri nesklandumai, vienas jų tris kartus daromi rinkimai per metus, dažnos kapitalo kontrolės. Visos šios problemos iššaukia blogą reputaciją prieš kitas Europos šalis, kaip tik dėl to negalime planuoti

nieko į ateiti. Mes esame atsargūs su darbuotoju, F&B sektoriaus išlaidomis, taip pat atliekame tik pačias reikalingiausias renovacijas ir investicijas.

Bet kokių atveju, tai yra didelė rizika svečių poreikių nepatenkinimui priešingai nei buvo prie ekonominę krizę. Mes turime su tuo susigyventi, toliau dirbti, nes ekonominė krizė, tai ne metus ar dvejus trunkantis reiškinys, tai lyg gyvenimo būdas. Tai realu ir gyvenimo apsunkinimo būdų tavo tik daugiau.

## INTERVIU SU „AMBERTON VILNIUS“ PARDAVIMŲ VADYBININKE

### *Interviu gairės*

Silvija Aukštuolytė, verslo ekonomikos magistro studijų studentė vykdo tyrimą. Tikslas – išsiaiškinti ekonominės krizės įtaką turizmo verslui Lietuvoje, bei požiūrį į Baltijos ir pietines šalis. Visa tyrimo metu gauta informacija naudojama tik moksliniais tikslais, griežtai laikantis mokslinių tyrimų etikos.

Kokybinio tyrimo duomenys bus analizuojami ir skelbiami baigiamojo magistro darbo

Vardas: Karina	Pavardė: Pucharskienė	
Organizacija bei pareigos: Amberton Vilnius viešbučio pardavimų vadybininkė		
<i>Interviu duomenys</i>		
Data: 2016 – 12 – 13	Vieta: Amberton Vilnius viešbutis	
Pradžia: 9 val.	Pabaiga: 09:30 val.	Trukmė: 30 min.

gynime tik apibendrintai.

### **Bendrieji klausimai bei labiau fokusuoti**

#### **I dalis (*Interviu*)**

***Silvija:*** Kiek metų dirbate turizmo sektoriuje ir „Amberton Vilnius“ viešbutyje?

***Pardavimų vadybininkė:*** Turizmo sektoriuje dirbu devynis metus, o šiame viešbutyje jau septyneri metai esu.

***Silvija:*** Dirbdama pardavimų vadybininke, ką galėtumėte pasakyti, apie biudžeto situaciją, bei kokia situacija buvo pastebima kalbant apie nuosmukius ir pakilimus?

***Paravimų vadybininkė:*** Per tiek metų iš tikrųjų sunku yra pasakyti ir prisiminti kiekvienų metų buvusias situacijas, reikėtų gilesnės analizės. Kai dar dirbau registratūroje prieš 8 – 9 metus viskas labai išryškėjo kainų aspektu. Prieš euro įvedimą žmogui už kambarį mokėti 600 Lt buvo normali kaina. Prisimenant kainų sąrašą, kaip pavyzdys vienvietis kambarys kainavo 540 Lt, dvivietis maždaug 650 Lt, o liukso klasės kambarys apie 750 Lt. Visa tai buvo maždaug prieš 8 metus (2008 m.), kai tuo metu atlyginimai didėjo ir bendra Lietuvos situacija buvo ganėtinai gera. Kažkur 2009 m. pasijautė didelė konkurencija, ir kainos automatiškai buvo mažinamos. Kainos nustatomos atsižvelgiant į konkurentus, ką jie ekonominės krizės metu galėjo pasiūlyti.

***Silvija:*** Kaip stipriai situacija pasikeitė po euro įvedimo Lietuvoje atsižvelgiant į viešbučių verslą?

***Pardavimų vadybininkė:*** Euro įvedimas, bent jau „Amberton“ viešbučiui neturėjo didelės įtakos mano požiūriu.

***Silvija:*** Kokia situacija Baltijos šalyse šiuo metu?

**Pardavimų vadybininkė:** Panaši situacija yra Estijos ir Lietuvos, tarpusavyje šios dvi šalys labai konkuruoja. Latvija atsilieka ganėtinai nemažai, galbūt todėl kad neturi ką pasiūlyti kaip Lietuva ir Estija, kalbant apie renginius, konferencijas ir panašius traukos objektus. Pati konkurencija ir priklauso nuo atvykstantojo turizmo mano manymu.

**Silvija:** Kaip galėtumėte apibūdinti šių dienų situaciją?

**Pardavimų vadybininkė:** 2015 m. ir 2016 m. buvo labai palankus turizmo sektoriui. Visgi kainų nustatymas yra atsižvelgiant į konkurentus. Imkime pavyzdį „Congress Avenue” viešbuti. Gedimino prospekte įsikūręs 4-rių žvaigždučių viešbutis, jo įėjimas į rinką kažkur nuo 2015 metų, tačiau jokios realios naudos nebuvo, o vilčių buvo labai daug dėta, jog verslas pasiteisins.

**Silvija:** Jeigu lygintumėte Baltijos šalis ir pietines, kaip Graikija, Italija, Ispanija, kokia Jūsų nuomonė ekonominės krizės atžvilgiu? Galbūt pietinėms šalims yra kitos grėsmės?

**Pardavimų vadybininkė:** Manau pietinės šalis labiau veikia bendros situacijos, kaip teroro aktai, visi pasaulinio masto įvykiai. Lietuva – nėra pasaulinio masto šalis, todėl ekonominės krizės metu mes ją labiau išgyvename viduje, ji gali tęstis daug metų, bet tai nesudaro didelio skirtumo turistams iš kitų šalių kalbant ekonominiu atžvilgiu. Jie mato galimybes, geras prieinamas kainas, įdomų produktą kaip pačią Lietuvą. Apsigyventi nėra sunku, daug tiesioginių skrydžių, konferencijos centrų pakankamai didelis kiekis, todėl turistai ir atvažiuoja. O žvelgiant į Graikijos pusę, įvyksta sukilimai, teroro aktai, tuomet žmonėms dominuoja baimės faktorius ir krenta atvykstančiųjų skaičius, bei visos pajamos. Vienas iš esminių skirtumų tarp pietinių šalių kurias minėjome ir Lietuvos yra tai, kad Graikija, Italija, Ispanija yra kurortinės šalys, o Lietuvoje dominuoja verslo klasės klientai (konferencijos, susitikimai ir t.t.), visi su verslu susiję tikslai.

**Silvija:** Kokią strategiją Jūsų manymu buvo galima taikyti ekonominės krizės metu?

**Pardavimų vadybininkė:** Vyksta didelis kainos stebėjimas, nes nėra nei laiko nei vietos rizikai. Konkurentų pateikiamų turistams kainų stebėjimas, kokias kainas jie siūlo. Ekonominės krizės metu buvo labai svarbu apmokėjimas paimti iš karto, nes daug bankų bankrutuodavo, ir negalima rizikuoti pardavinėti paslaugas be išankstinių apmokėjimų. Bandytas neatsilikti nuo konkurentų, kainų panašumas. Kuo didesnis išlaidų mažinimas, kad kritiniu atveju, būtų galima išlaikyti viešbuti pora mėnesių bent jau į priekį.

## **II dalis (Viešbučio „Amberton Vilnius” pardavimų vadybininkės monologas)**

Labas rytas Silvija. Kaip malonu, kad galėsiu padėti tau atliekant magistro baigiamojo darbo tyrimui. Kaip jau esi girdėjusi turizmo sektoriuje dirbu devynis metus, o šiame viešbutyje jau septyneri metai esu. Kiekvienais mano darbo metais situacijos viešbučio versle yra skirtingos ir per tiek metų iš tikrųjų sunku yra pasakyti, bei prisiminti kiekvienų metų buvusias situacijas, reikėtų gilesnės,

išsamesnės analizės. Kai dar dirbau registratūroje prieš 8 – 9 metus viskas labai išryškėjo kainų aspektu. Prieš euro įvedimą žmogui už kambarį mokėti 600 Lt buvo normali kaina. Prisimenant kainų sąrašą, kaip pavyzdys, vienvietis kambarys kainavo 540 Lt, dvivietis maždaug 650 Lt, o liukso klasės kambarys apie 750 Lt. Visa tai buvo maždaug prieš 8 metus (2008 m.), kai tuo metu atlyginimai didėjo ir bendra Lietuvos situacija buvo ganėtinai gera. Kažkur 2009 metais pasijautė didelė konkurencija tarp viešbučių ypač Vilniuje, ir kainos automatiškai buvo mažinamos. Kainos nustatomos pas mus atsižvelgiant į konkurentus, ką jie ekonominės krizės metu galėjo pasiūlyti ir ką jie gali siūlyti dabar.

Aiškinantis ar euro įvedimas turėjo kokios nors įtakos kainų kitimui, pajamoms, išlaidoms, bent jau „Amberton” viešbučiui neturėjo didelės įtakos mano požiūriu.

Lietuva savo turizmo sektoriumi konkuruoja su Estija. Latvija atsilieka ganėtinai nemažai, galbūt todėl kad neturi ką pasiūlyti kaip Lietuva ir Estija, kalbant apie renginius, konferencijas ir panašius traukos objektus. Pati konkurencija ir priklauso nuo atvykstamojo turizmo mano manymu. 2015 m. ir 2016 m. buvo labai palankūs turizmo sektoriui. Visgi kainų nustatymas yra atsižvelgiant į konkurentus. Imkime pavyzdį „Congress Avenue” viešbuti. Gedimino prospekte įsikūręs 4-rių žvaigždučių viešbutis, jo įėjimas į rinka kažkur nuo 2015 metų, tačiau jokios realios naudos nebuvo, o vilčių buvo labai daug dėta, jog verslas pasiteisins.

Analizuojant tavo pasirinktą temą baigiamojo darbo, manau pietinės šalis labiau veikia bendros situacijos, kaip teroro aktai, visi pasaulinio masto įvykiai. Lietuva – nėra pasaulinio masto šalis, todėl ekonominės krizės metu mes ją labiau išgyvename viduje, ji gali tęstis daug metų, bet tai nesudaro didelio skirtumo turistams iš kitų šalių kalbant ekonominiu atžvilgiu. Jie mato galimybes, geras prieinamas kainas, įdomų produktą kaip pačią Lietuvą. Apsigyventi nėra sunku, daug tiesioginių skrydžių, konferencijos centrų pakankamai didelis kiekis, todėl turistai ir atvažiuoja. O žvelgiant į Graikijos pusę, įvyksta sukilimai, teroro aktai, tuomet žmonėms dominuoja baimės faktorius ir krenta atvykstančiųjų skaičius, bei visos pajamos. Vienas iš esminių skirtumų tarp pietinių šalių kurias minėjome ir Lietuvos yra tai, kad Graikija, Italija, Ispanija yra kurortinės šalys, o Lietuvoje dominuoja verslo klasės klientai (konferencijos, susitikimai ir t.t.), visi su verslu susiję tikslai.

Strategijos apžvelgimas mūsų viešbutyje būtų toks: vyksta didelis kainos stebėjimas, nes nėra nei laiko nei vietos rizikai. Konkurentų pateikiamų turistams kainų stebėjimas, kokias kainas jie siūlo. Ekonominės krizės metu buvo labai svarbu apmokėjimas paimti iš karto, nes daug bankų bankrutuodavo, ir negalima rizikuoti pardavinėti paslaugas be išankstinių apmokėjimų. Bandytas neatsilikti nuo konkurentų, kainų panašumas. Kuo didesnis išlaidų mažinimas, kad kritiniu atveju, būtų galima išlaikyti viešbutį nuo 2 -3 mėnesių bent jau į priekį.

Tikiuosi bent kažkiek suteikiau reikiamos informacijos, kurios tau reikėjo.