



KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ, HUMANITARINIŲ MOKSLŲ IR MENŲ FAKULTETAS

Vilma Balčiūnaitė

LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS POLITIKOS ĮGYVENDINIMO
ANALIZĖ: KAUNO MIESTO SAVIVALDYBĖS ATVEJIS

Baigiamasis magistro projektas

Vadovas
Prof. dr. Algis Junevičius

KAUNAS, 2017

KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ, HUMANITARINIŲ MOKSLŲ IR MENŲ FAKULTETAS

**LIETUVOS TURIZMO PLĖTROS POLITIKOS ĮGYVENDINIMO
ANALIZĖ: KAUNO MIESTO SAVIVALDYBĖS ATVEJIS**

Baigiamasis magistro projektas
Viešasis administravimas (kodas 621N70001)

Vadovas

(parašas) Prof. dr. Algis Junevičius
(data)

Recenzentas

(parašas) Lekt. dr. L. Šarkutė
(data)

Projektą atliko

(parašas) Vilma Balčiūnaitė
(data)

KAUNAS, 2017

KAUNO TECHNOLOGIJOS UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ, HUMANITARINIŲ MOKSLŲ IR MENŲ FAKULTETAS

.....Vilma Balčiūnaitė.....
(Studento Vardas Pavardė)
.....Viešasis administravimas, II kursas.....
(Studijų programa, kursas)

Baigiamojo projekto „Pavadinimas“
AKADEMINIO SAŽININGUMO DEKLARACIJA

.....2017-05-29.....
(Data)
.....Kaunas.....
(Vieta)

Patvirtinu, kad mano Vilmos Balčiūnaitės baigiamasis projektas tema „*Lietuvos turizmo plėtros politikos įgyvendinimo analizė: Kauno miesto savivaldybės atvejis*“ 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)

Balciunaite, Vilma. *Analysis of Lithuanian Tourism Development Policy Implementation: Case Study of Kaunas City Municipality: Master's thesis* in Public Administration / supervisor Prof. dr. Algis Junevicius. The Faculty of Social Sciences, Arts and Humanities, Kaunas University of Technology.

Research area and field: 03S .

Key words: tourism, tourism policy, tourism development.

Kaunas, 2017. 95 pages.

SUMMARY

Tourism sector is widely considered both global and Lithuanian scientists. Tourism contributes to regional development and creates added value for the national economy. Every year tourist area attracts more and more investments, create new companies, development of infrastructure, promotion of employment and innovation. When developing the tourism sector it is important to focus on the right goals and objectives, as all these factors have to be appropriate and consistent with local capabilities and the proper use of the available resources in tourism. In order to smooth the development of the tourism sector, it led to the introduction of tourism management models that helped to clarify the understanding of the whole tourism sector specifics and identify factors affecting the environment. Studying tourism and its interaction with the environment, the researchers focused on competitiveness. Competitiveness in the tourism sector is used as an indicator to evaluate local opportunities with other tourist destinations. The importance of competitiveness in the tourism sector is high, since it makes it possible to evaluate the current situation of the tourism sector influenced by the external factors. Thus, the only proper and effective implementation of tourism development policy can ensure countries reach the set economic goals by creating competitive products, which provide large flow of tourists and attract new investment to the area. Therefore, it is always important to monitor developments in the tourism sector, to analyze and evaluate properly, because tourism is strongly associated with economic, social, cultural, political and ecological environment that is rapidly changing as society changes and affect the tourism sector. Therefore, previous tourism sector development objectives may become irrelevant and inappropriate for the successful development of the tourism sector. Tourism is an integral part of the natural, cultural and historic resources and storage. Tourism increases visibility and attractiveness of the area, as is the development of tourism in the creation of new services, trade, development and improvement of local infrastructure, which encourages tourists to come and take interest in the area and its culture. Kaunas city is no exception. It is therefore very important that Kaunas city could offer the widest variety of services and entertainment for tourists to the city. In addition, tourism development is important not only to attract more tourists, but also to maintain the competitiveness of the city, not only at the national level, but also among the other cities in the world. The object of research of this master's thesis is Lithuanian

tourism development policy. The aim of research is to identify development opportunities in the tourism sector in the municipality of the city of Kaunas. In order to achieve this aim three objectives of research were formulated: identify the tourism system and governance; to analyze the legal regulation of tourism policy in the European Union and Lithuania; perform the tourism development policy in Kaunas analysis. The work consists of three parts - the first part analyzes the concept of the tourism system and tourism competitiveness factors affecting tourism and management functions and principles of local self-government level. The second part analyzes the strategic documents and legislation regulating the tourism sector in the development and management of the European Union and Lithuania, discussed the tourism sector's institutional structure and its function. The third part is performed in Kaunas tourism development policy analysis, the results obtained by selecting SWOT analysis method and makes recommendations Kaunas City Municipality, which would enable to improve the tourism development policy in Kaunas.

TURINYS

LENTELĖS	7
PAVEIKSLAI.....	9
ĮVADAS	10
1. TURIZMO VALDYMO FUNKCIJOS IR JŲ SUDERINAMUMAS.....	13
1.1 Turizmo samprata ir planavimo sistema	13
1.2 Turizmo sektoriaus konkurencingumą lemiančių veiksnių analizė	20
1.3 Turizmo valdymo funkcijos ir principai vietiniame savivaldos lygmenyje.....	24
2. TURIZMO POLITIKA LIETUVOJE: TEISINIS REGLAMENTAVIMAS IR INSTITUCINĖ STRUKTŪRA	29
2.1 Turizmo sistemos ypatumai ir jos reglamentavimas Europos Sąjungoje.....	29
2.2 Turizmo politikos formavimas Lietuvoje.....	34
2.3 Turizmo sektoriaus institucinė sandara ir jos funkcijos	38
3. KAUNO MIESTO TURIZMO PLĖTROS POLITIKOS ĮGYVENDINIMO VERTINIMAS.....	44
3.1 Tyrimo metodologija.....	44
3.2 Tyrimo rezultatų analizė	47
3.3 Kauno miesto turizmo plėtros politikos formavimo gerinimo kryptys: stiprybių, silpnybių, grėsmių ir galimybių (SSGG) analizę	67
IŠVADOS.....	72
REKOMENDACIJOS.....	73
LITERATŪRA.....	75
PRIEDAI.....	80

LENTELĖS

1 lentelė. Turizmo valdymo principai vietiniame lygmenyje.....	25
2 lentelė. Savivaldybės funkcijos turizmo plėtros kontekste.....	27
3 lentelė. Lietuvos institucijos ir jų funkcijos turizmo sektoriuje.....	42
4 lentelė. Struktūruoto interviu klausimyno sudarymo pagrindimas.....	46
5 lentelė. Turizmo sektoriaus teisinis reglamentavimas	48
6 lentelė. Kauno miesto savivaldybės institucijų funkcijų laikymąsi.....	49
7 lentelė. Netinkamai vykdomos turizmo politikos padariniai	49
8 lentelė. Kauno miesto savivaldybės vaidmuo turizmo sektoriuje.....	50
9 lentelė. Projekto „Kaunas tvarkosi“ įgyvendinimas.....	51
10 lentelė. Kauno miesto išskirtinumas.....	51
11 lentelė. Turizmo valdymas Kauno mieste.....	52
12 lentelė. Kauno miesto savivaldybės strateginio plano iki 2022 metų tikslų įgyvendinimas.....	52
13 lentelė. Turizmo verslo įmonių situacija Kauno mieste.....	53
14 lentelė. Turizmo sektoriaus konkurencingumo veiksniai.....	54
15 lentelė. Priemonės turizmo sektoriaus gerinimui Kauno mieste.....	54
16 lentelė. LR turizmo įstatymo tinkamumas.....	55
17 lentelė. Kauno miesto savivaldybės institucijų funkcijų laikymasis.....	55
18 lentelė. Netinkamai įgyvendinamos turizmo politikos padariniai.....	56
19 lentelė. Turizmo politika Kauno mieste.....	56
20 lentelė. Kauno miesto savivaldybės vaidmuo turizmo sektoriuje.....	57
21 lentelė. Turizmo sektoriaus valdymo klaidos Kauno mieste.....	58
22 lentelė. Kauno miesto savivaldybės strateginio plano iki 2022 m. įgyvendinimas.....	58
23 lentelė. Kauno miesto išskirtinumas turizmo sektoriuje.....	59
24 lentelė. Privataus sektoriaus situacija Kauno mieste.....	59
25 lentelė. Turizmo sektoriaus konkurencingumo veiksniai.....	60
26 lentelė. Turizmo sektoriaus tobulinimo priemonės.....	60
27 lentelė. Turizmo sektoriaus teisinis reglamentavimas Lietuvoje.....	61

28 lentelė. Kauno miesto savivaldybės institucijų veikla.....	62
29 lentelė. Turizmo politika Kauno mieste.....	62
30 lentelė. Kauno miesto savivaldybės vaidmuo plėtojant turizmo sektorių.....	63
31 lentelė. Netinkamas turizmo politikos vykdymas.....	63
32 lentelė. Kauno miesto savivaldybės strateginio plano iki 2022 metų turizmo tikslas.....	64
33 lentelė. Kauno miesto išskirtinumas turizmo sektoriuje.....	65
34 lentelė. Kauno miesto verslo įstaigos turizmo sektoriuje.....	65
35 lentelė. Turizmo sektoriaus konkurencingumą lemiantys veiksniai.....	66
36 lentelė. Priemonės turizmo sektoriaus gerinimui Kauno mieste.....	67
37 lentelė. Problemos ir trūkumai Kauno miesto turizmo sektoriaus valdyme.....	69
38 lentelė. Kauno miesto turizmo sektoriaus SSGG analizė.....	71

PAVEIKSLAI

1 pav. Turizmo formos ir kategorijos.....	16
2 pav. Leiperio turizmo sistemos modelis.....	17
3 pav. Miesto konkurencingumo modelis.....	22
4 pav. Turizmo konkurencingumo ir darnios plėtros modelis.....	23
5 pav. Turizmo politikos reglamentavimas Europos Sąjungoje.....	31
6 pav. Turizmo institucinė struktūra Lietuvoje.....	40
7 pav. Kauno miesto turizmo sektoriaus išskirtinumas.....	70

ĮVADAS

Temos aktualumas. Turizmo sektoriaus veikla yra plačiai nagrinėjama tiek pasaulio, tiek Lietuvos kontekste. Turizmas sektoriaus vystymas prisideda prie regionų plėtros ir kuria pridėtinę vertę šalies ekonomikai. Turizmo verslas yra vienas iš sparčiausiai besivystančių sektorių pasaulyje. Kas metus turistinės vietovės pritraukia vis daugiau investicijų, kuriamos naujos įmonės, plėtojama infrastruktūra, skatinamas užimtumas, ir inovacijų diegimas. Turizmo sampratos, kaip vienos negalima išskirti, kadangi turizmas yra ūkio šaka apimanti kelis ūkio objektus. Turizmo sąvokos reikšmę nagrinėjo daug mokslininkų (Rachie ir Goldner, 1994; Juščius ir Labanauskaitė, 2001; Spiriajevas, 2013; ir kiti). Masonas (2003) savo darbe mėgino parodyti turizmo sąvokos pokyčius nuo jos atsiradimo iki dabar. Plėtojant turizmo sektorių, yra svarbu orientuotis į tinkamą tikslų ir uždavinių įgyvendinimą, kadangi visi šie veiksniai turi būti tikslingi ir atitinkantys vietovės galimybes ir tinkamai išnaudojant turimus turizmo išteklius. Siekiant sklandžios turizmo sektoriaus plėtros, buvo pradėti naudoti turizmo valdymo modeliai, kurie padėjo aiškiau suvokti visą turizmo sektoriaus specifiką ir išskirti darančius įtaką aplinkos veiksnius. Mokslininkai, kurie tyrinėjo turizmo sistemos modelius (Leiper, 1990; Neal ir Gursoy, 2008; Lamont 2008; ir kiti) mėgino juos vaizduoti, kaip struktūrinius darinius įtraukiant viešąjį ir verslo sektorius, tačiau labiausiai paplito mokslininko Leiperio (1990) sukurtas turizmo sistemos modelis. Tyrinėjant turizmą ir jo sąveiką su aplinka, mokslininkai daug dėmesio skyrė konkurencingumo veiksniams. Konkurencingumas turizmo sektoriuje yra naudojamas kaip rodiklis norint įvertinti vietovės galimybes su kitomis turistinėmis vietovėmis. Konkurencingumo svarba turizmo sektoriuje yra didelė, kadangi juo remiantis galima įvertinti turizmo sektoriaus esamą padėtį įtakojamą išorinių veiksnių.

Taigi, tik tinkamai ir efektyviai įgyvendinama turizmo plėtros politika gali užtikrinti valstybėms pasiekti užsibrėžtus ekonominius tikslus sukuriant konkurencingus produktus, kurie užtikrintų didelius turistų srautus ir pritrauktų naujas investicijas į vietovę. Todėl, visada svarbu stebėti turizmo sektoriaus pokyčius, juos analizuoti ir tinkamai įvertinti, kadangi turizmas yra stipriai susijęs su ekonominė, socialinė, kultūrinė, politinė ir ekologine aplinkomis, kurios sparčiai kintant visuomenei keičiasi ir taip įtakoja turizmo sektorių. Todėl, ankstesni turizmo sektoriaus plėtros tikslai gali tapti nereikšmingais ir netinkamais sėkmingam turizmo sektoriaus plėtojimui.

Problemos pagrindimas. Turizmas yra neatsiejamas nuo gamtinių, kultūrinių, istorinių išteklių naudojimo ir saugojimo. Turizmas didina vietovės žinomumą ir patrauklumą, kadangi plėtojant turizmą yra sukuriama naujos paslaugos, prekės, plėtojama ir gerinama vietovės infrastruktūra, kas skatina turistus atvykti ir domėtis vietove ir jos kultūra. Kauno miestas nėra išimtis. Tai antras pagal dydį miestas Lietuvoje, įsikūręs ant dviejų upių santakos, kas metus sulaukiantis gausaus turistų srauto, ne tik iš kitų

Lietuvos miestų, bet ir iš užsienio šalių. Todėl yra labai svarbu, kad Kauno miestas galėtų pasiūlyti kuo didesnę paslaugų ir pramogų įvairovę skirtą į miestą atvykstantiems turistams. Be to, plėtojant turizmą yra svarbu ne tik pritraukti kuo daugiau turistų, bet ir išlaikyti miesto konkurencingumą ne tik šalies lygmenyje, bet ir tarp kitų pasaulio miestų. Todėl, labai svarbu tinkamai identifikuoti turizmo sektoriaus vystymosi problemas ir galimybes, kad būtų galima užtikrinti efektyvią ir nenutrūkstamą turizmo plėtrą Kauno mieste.

Tyrimo problema – kokios turizmo plėtros priemonės padeda užtikrinti efektyvų turizmo politikos plėtros įgyvendinimą ?

Tyrimo objektas – Lietuvos turizmo plėtros politika.

Tyrimo dalykas – turizmo plėtros politikos įgyvendinimo analizė Kauno miesto savivaldybėje.

Darbo tikslas – nustatyti turizmo sektoriaus plėtros galimybes Kauno miesto savivaldybėje.

Darbo uždaviniai:

1. Identifikuoti turizmo sistemą ir valdymo principus.
2. Išanalizuoti turizmo politikos teisinį reglamentavimą Europos Sąjungoje ir Lietuvoje.
3. Atlikti turizmo plėtros politikos įgyvendinimo Kauno mieste analizę.

Darbo metodai: darbui atlikti buvo naudojama mokslinės literatūros analizė, kurios metu buvo nagrinėjimai mokslininkų ir tyrėjų darbai apibrėžiantys turizmo sąvokos svarbą ir pokyčius, naudojamus turizmo sistemos valdymo modelius ir veiksnius įtakančius turizmo konkurencingumą, internetinių šaltinių ir teisės aktų analizės metu buvo analizuojami pagrindiniai ir svarbiausi teisės dokumentai, kurie nustato turizmo sektoriaus veiklą ir institucijų funkcijas tiek Europos Sąjungos kontekste, tiek Lietuvoje. Pasirinkus antrinių šaltinių analizę buvo nagrinėjama turizmo sektoriaus rodikliai ir jų pokyčiai metų eigoje, o struktūrizuotas interviu atskleidė Kauno miesto turizmo sektoriaus ekspertų nuomonę ir pastebėjimus apie dabar esamą turizmo sektoriaus padėtį Kauno mieste ir leido pateikti išvadas ir rekomendacijas turizmo plėtros politikos įgyvendinimo gerinimui Kauno mieste.

Darbo struktūra: darbą sudaro trys dalys – *pirmojoje dalyje* analizuojama turizmo samprata ir sistema, turizmo konkurencingumui įtaką darantys veiksniai ir turizmo valdymo funkcijos bei principai vietos savivaldos lygmenyje. *Antrojoje dalyje* analizuojami strateginiai dokumentai ir teisės aktai reglamentuojantys turizmo sektoriaus formavimą ir valdymą Europos Sąjungoje ir Lietuvoje, aptariama turizmo sektoriaus institucinė sandara ir jos funkcijos. *Trečiojoje dalyje* atliekama Kauno miesto turizmo plėtros politikos įgyvendinimo analizė, gauti rezultatai sisteminami pasirinkus SSGG analizės metodą

ir pateikiamos rekomendacijos Kauno miesto savivaldybei, kuriomis vadovaujantis būtų galima pagerinti turizmo plėtros politiką Kauno mieste.

Darbo apimtis - 95 puslapių, informacija pateikiama 38 lentelėse, 7 paveiksluose, 4 prieduose. Rašant darbą išanalizuoti 33 šaliniai, 21 teisės aktas.

1. TURIZMO VALDYMO FUNKCIJOS IR JŲ SUDERINAMUMAS

Šiame skyriuje analizuojama turizmo samprata, jos įvairovė bei turizmo formos ir kategorijos. Aptariama turizmo sistema, pagrindiniai jos bruožai bei aprašomi pagrindiniai turizmo sistemos modeliai. Taip pat, analizuojamos turizmo sistemos svarbiausios sudedamosios dalys ir veikėjai. Be to, nagrinėjami pagrindiniai turizmo sektoriaus konkurencingumo bruožai ir kriterijai, aprašomas miesto turizmo konkurencingumo modelis. Paskutiniame poskyryje aprašomas savivaldos institucijų vaidmuo turizmo sektoriaus plėtros klausimu, išskiriamos pagrindinės savivaldybės funkcijos ir jų svarba turizmo plėtros kontekste.

1.1 Turizmo samprata ir planavimo sistema

Turizmo sektorius yra vienas iš labiausiai aptariamų ir mokslininkų tyrinėjamų objektų šių dienų kontekste. Ne paslaptis, jog turizmo sektorius yra vienas iš naudingiausių valstybėms, kadangi dėl jo yra skatinamas užimtumas, investicijų augimas ir infrastruktūros plėtra (Dapkus, 2009). Turizmo kaip veiklos ištakos yra palyginti senos. Pasak Juščiaus ir Labanauskaitės (2001) žmonėms išmokus patenkinti bazinius ir išgyvenimui reikalingus poreikius, atsirado kiti poreikiai kaip informacijos, pažinimo ir kelionių, kurių dėka pradėjo formuotis turizmas, kaip socialinis ir ekonominis reiškinys. Turizmas šių dienų pasaulyje yra suprantamas skirtingai ir nėra tik bendro sutarimo jam įvardinti, todėl gausu įvairių turizmo sąvokos apibrėžimų. Dažniausiai turizmas yra siejamas su keliavimu, buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietovės ribų, dalyvavimu ir pažinimu nuolat kintančios gamtinės, socialinės, kultūrinės bei ekonominės aplinkos (Spiriajevas, 2013). Taip pat, turizmas yra įvardijamas, kaip viena didžiausių pasaulio industrijų, dėl kurios yra sukuriama ekonominė vertė ir gerovė šalies gyventojams. Turizmas daro didelę įtaką ir pasaulio ekonomikos raidai, nes didina šalies pajamas, skatina užsienio valiutos apyvartą, bendradarbiavimą tarp regionų, vidutinių ir mažų įmonių veiklą, sukuria naujų darbo vietų bei plėtoja kitas ūkinės veiklos sritis (Hopenienė, 2016).

Remiantis *Valstybinio Turizmo Departamento* išleistu aiškinamuoju turizmo terminų žodynu, turizmas apibrėžiamas, kaip sporto, laisvalaikio ar aktyvaus poilsio viena veiklų – kelionė, išvyka, žygis pavieniui arba grupėmis sveikatai stiprinti, fizinėms ir asmenybės ypatybėms ugdyti, pramogai ar šviečiamuoju tikslu. Be to, turizmas apibūdinamas, kaip kelionių organizavimo, apgyvendinimo, maitinimo, kultūros paslaugų turistams teikimo verslas arba veikla, susijusi su kelionėmis ir jų tikslų įgyvendinimu (Valstybinis turizmo departamentas, 2009). Pasak *Pasaulinės Turizmo Organizacijos* (toliau – PTO) yra siūloma naudoti tokį turizmo apibrėžimą: „turizmas – visos kelionių, ekskursijų rūšys,

kai asmuo palieka savo darbo ir gyvenimo vietą ilgiau negu vieną parą ir trumpiau, negu dvylika mėnesių ir kai išvykos tikslas nėra samdoma ar apmokama veikla. (WTO, 2017). Panašiai turizmo sąvoka buvo apibrėžiama *Lietuvos turizmo įstatyme* (2002) - „turizmas tai tikslinga žmonių veikla, susijusi su kelione ir laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ne ilgiau nei vienerius metus, jeigu ši veikla nėra mokymas ar mokamas darbas lankomoje vietovėje“ (LR Seimas, 2002). Tačiau, vėliausioje Lietuvos turizmo įstatymo redakcijoje nebeliko turizmo sąvokos, galime rasti tik turisto sąvokos apibrėžimą, kuriuo yra teigiama, jog „turistas, tai fizinis asmuo kuris, pažintiniais, profesiniais dalykiniais, etniniais, kultūriniais, rekreaciniais, sveikatinimo, sveikatingumo, religiniais ar specialiais tikslais keliauja po savo šalį ar į kitas šalis ir bent vienai nakvynei, tačiau ne ilgiau kaip vienus metus apsistoja ne savo nuolatinėje gyvenamojoje vietoje, jeigu ši veikla nėra mokymasis ar mokamas darbas lankomoje vietovėje“ (LR Seimas, 2015).

Savo knygoje Hopenienė ir Rūtelionė (2016) pateikia autorių Ritchie ir Goeldnerio platesnį požiūrį į turizmą. Pasak jų, turizmas įvardinamas, kaip procesų, veiklos ir rezultatų sąveika tarp turistų, turizmo paslaugų teikėjų ir kitų rinkos dalyvių, kurie dalyvauja į keliautojų pritraukimo ir priėmimo procesą. Taip pat, išskiriamos keturios grupės, kurios yra tiesiogiai sąlygojamos turizmo ir pačios daro įtaką turizmo plėtrai:

- Pirmoji grupė - *keliautojai*, kurių tikslas - emocinė ir fizinė patirtis bei pasitenkinimo sukūrimas. Tai daro įtaką jų geografinės vietovės ir veiklos pasirinkimui.
- Antroji grupė – pelno siekiančios *organizacijos*, kuriančios ir teikiančios turizmo prekes ir paslaugas.
- Trečioji grupė - *vietos valdžios institucijos*, kurioms turizmas atlieka pajamų šaltinio vaidmenį siekiant pagerinti vietos ekonomiką, bei turi daug įtakos turizmo plėtros ir investicijų pritraukimo klausimais.
- Ketvirtoji grupė - *vietos bendruomenė*, kuriai turizmas yra kaip kultūrinių mainų ir užimtumo funkcijos įgyvendinimo objektas.

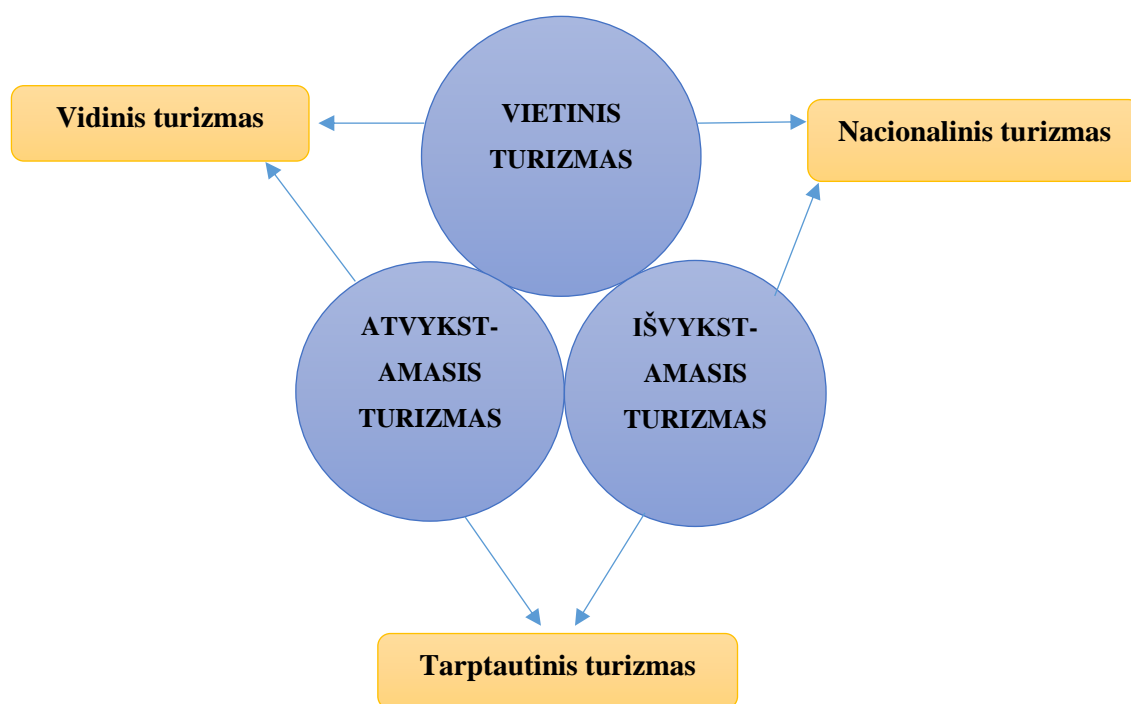
Be to, autorės teigimu, turizmas, kaip tarptautinis ir nacionalinis reiškinys, gali būti nagrinėjamas keletu skirtingų požiūrių – tai yra socialiniu, ekonominiu, ekologiniu, politiniu ir technologiniu (Hopenienė, Rūtelionė 2016). Turizmas kaip socialinis reiškinys apima visus santykius tarp vietos gyventojų, turizmo įstaigų, turistų ir kitų organizacijų, kurios dalyvauja turizme ir jo valdyme. Ekonominiu požiūriu, turizmas yra vienas iš veiksnių prisidedančių prie ekonomikos augimo ne tik konkrečioje vietovėje, bet ir visame pasaulyje. Turizmo politika yra kiekvienos valstybės ir vietovės sudedamoji dalis, kuri glaudžiai susijusi su politikos šakomis, kaip kultūros, sveikatos, ūkio ir kitomis. Turizmui tampant jau nebe prabangos preke, vis daugiau gyventojų gali leisti sau keliauti. Tačiau, dažnai

kelionės būna tolimos ir joms įveikti dažniausiai pasirenkamos priemonės, kurios yra varomos degalais, kurie sudegę į aplinką išmeta didžiulius kiekius teršalų, todėl yra labai svarbu, kad plėtojant turizmą būtų atsižvelgiama į šią ir kitas panašias problemas. Turizmas, kaip ir kitos ūkio šakos, siekdamas kuo labiau prisitaikyti prie sparčiai besivystančios aplinkos ir naujų technologijų, savo veikloje taip pat stengiasi pritaikyti ir naudoti vis labiau pažangias technologijas, kurios leistų ne tik patiemis turizmo sektoriaus atstovams efektyviau dirbti, bet ir suteiktų turistams sąlygas greičiau ir patogiau gauti informacijos apie lankomas vietas, teikiamas paslaugas ir kita. Visi šie požymiai yra tarpusavyje susiję ir svarbūs, todėl nagrinėjant turizmą kiekvienu požymiu atskirai, reikia nepamiršti ir kitų.

Peteris Masonas (2003) savo darbe išskyrė net keletą turizmo sąvokos apibrėžimų, taip norėdamas parodyti, jog turizmo sąvokos reikšmė keitėsi kartu su laikotarpiu. Pirmasis turizmo apibrėžimas, kurį išskiria autorius, buvo parašytas 1982 m., juo teigiama, jog turizmas – tai laikinas žmonių judėjimas į vietas už savo normalaus darbo vietas ir gyvenamosios vietos, veikla atliekama tose vietovėse vizito metu ir paslaugos, kuriomis siekiama patenkinti savo poreikius. Toliau, autorius pateikia 1991 metais PTO sukurtą apibrėžimą, kurio tikslas buvo padėti sudarinėjant turizmo statistiką, todėl ir pats apibrėžimas nurodo, jog tai yra veikla, asmeniui keliaujant už jo ar jos įprastinės aplinkos, trunkanti mažiau nei nustatytas laikas, kurio pagrindinis kelionės tikslas yra kita, neatlygintina veikla toje vietovėje. Taip buvo išskiriama, kurie keliautojai buvo laikomi turizmo dalyviais ir patekdavo į turizmo statistiką. Tačiau, autoriaus teigimu, nei vienas iš šių apibrėžimų neatskleidė turizmo poveikio, todėl darbe pateikiamas dar vienas turizmo sąvokos apibrėžimas, kuriame apibrėžiamas turizmo poveikis: „turizmas – tai studija apie žmogaus esančio už savo įprastos buveinės ribų ir pramonės, kuri reaguoja į jo poreikius, daromą jiems priimančios vietovės poveikį priimti vietovės sociokultūrinę, ekonominę ir fizinę aplinkas“ (Mason, 2003). P. Masonas taip pat savo darbe išskiria pagrindinius komponentus, be kurių jo nuomone nebūtų galima paaiškinti turizmo sąvokos reikšmės: „judėjimas“, „laikinas buvimas“, „veiklos ir patirtys įgytos kelionės ir vizito metu“, „reikalingi ištekliai ir įranga“ bei „poveikis gautas iš kelionės ir viešnagės“ (Mason, 2003). Taigi, nepaisant turizmo apibrėžimų įvairovės ir skirtumų, galima įžvelgti tai, jog turizmas bet kokiame atveju yra siejamas su žmogaus judėjimu iš vienos vietovės į kitą, įprastos aplinkos pakeitimu į naują, tačiau apribotą tam tikru laiko tarpu.

Remiantis Žalio ir kt. (2006) turizmas yra verslas, kuriame pagrindinis vaidmuo atitenka žmogiškajam faktoriui – kai žmonės teikia paslaugas kitiems žmonėms. Turizmą išskirtiniu nuo kitų šakų padaro veikiantys kelionių tarpininkai. Vienu pagrindiniu turizmo bruožu galime įvardinti turizmo sezoniškumą, t. y., jog tam tikros vietovės ir regionai yra populiariausi tik tam tikru metų laiku, todėl yra svarbu turizmo rinkos atstovams savo veiklą planuoti jiems aktualaus sezono metu. Tačiau reikia paminėti, jog svarbu nepamiršti ir turistų, kurie lankosi ne sezono laikotarpiu, todėl būtina planuoti veiklas ir tuo metu, kai turizmo paklausa sumažėja (Žalys ir kt., 2006).

Apžvelgus turizmo sąvokų įvairovę, galima teigti, jog skirtumai tarp jų atskleidžia turizmo ir jo proceso kompleksumą. Todėl, siekiant kuo geriau išanalizuoti ir suprasti kiekvieną sudedamąją turizmo reikšmės dalį ir jos veikimo principus, turizmas buvo pradėtas skirstyti pagal tam tikrus kriterijus į smulkesnes grupes. Pagal turizmo vietovės bruožus ir sritį, galima išskirti tris turizmo formas – vietinį turizmą, atvykstamąjį ir išvykstamąjį turizmą. Priklausomai nuo turizmo formų sąveikos tarpusavyje dar galima išskirti tris turizmo kategorijas – vidinis turizmas, nacionalinis turizmas ir tarptautinis turizmas (žr. 1 pav.).



1 pav. Turizmo formos ir kategorijos

(Sudaryta autorės remiantis Žaliu, L., Žaliene, I., Iždonaitė, I., 2006)

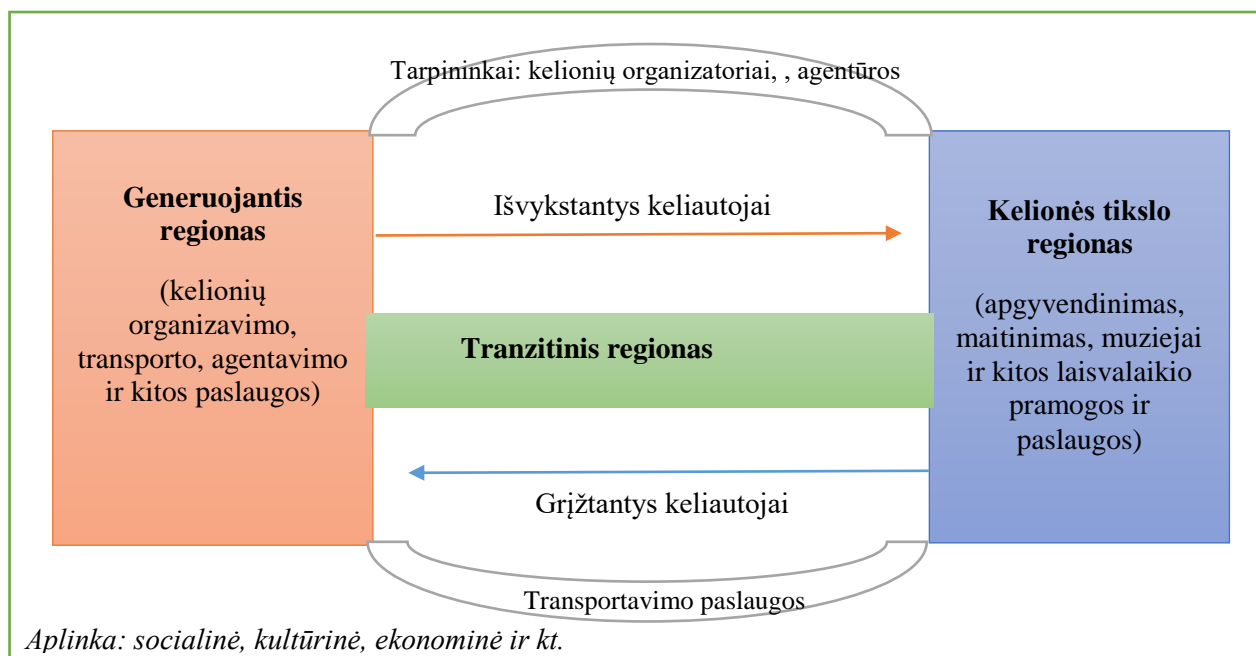
- *Vietinis turizmas* tai kada gyventojai keliauja savo šalyje, t. y. kai keliaujama į tos pačios šalies kitas vietas ir miestus.
- *Išvykstamasis turizmas*, kuomet vietiniai gyventojai išvyksta iš savo šalies į kitas šalis.
- *Atvykstamasis turizmas*, kada gyventojai iš kitos šalies atvyksta ir keliauja priimančioje šalyje.

Nacionalinį turizmą sudaro vietinis ir išvykstamasis turizmas, kadangi abi turizmo formos apima tos pačios šalies gyventojus, tik vienu atveju jie keliauja pačioje šalyje, o kitu – kitose šalyse. Tarptautinio turizmo kategorijai priskiriamas atvykstamasis ir išvykstamasis turizmas, kadangi abi

turizmo formos yra susiję su keliavimu tarp šalių, pirmuoju atveju turistai atvyksta iš kitų šalių, o antruoju – patys šalies gyventojai išvyksta į užsienio šalis. Trečiajai turizmo kategorijai - vidiniam turizmui - yra priskiriamas vietinis ir atvykstamasis turizmas, kadangi šios turizmo formos orientuojasi tik į savo šalyje vykdomą turizmo veiklą, pristatant savo šalį vietos gyventojams ir atvykusiems turistams.

Lamontas (2008) nagrinėdamas turizmo sektoriaus kilmę, pastebėjo, jog turizmas buvo pradėtas tapatinti su bendrąja sistemos teorija 1970 metais. Sisteminis mąstymas kilo benagrinėjant santykį tarp sudedamųjų elementų. Pati sistemos teorija išskiria atvirą ir uždarą sistemas. Atvira sistema sąveikauja su aplinka ar aplinkomis, kuriose ji egzistuoja, o turizmo sistema yra vienas iš pavyzdžių, kitaip tariant turizmas sąveikauja su socialine, ekonomine, politine ir kitomis aplinkomis. Pavyzdžiui, tokios sistemos dalyviai, kaip viešbučiai priklausantys socialinei aplinkai, gali pajauti paklausos pokyčius dėl tam tikrų aplinkos įvykių, kaip teroro išpuolio ar panašiai (Lamont, 2008).

Mokslininkams pradėjus turizmą tyrinėti kaip sistemą, buvo pasiūlyti keli sistemos modeliai. Dalis mokslininkų turizmo sistemą įvardino, kaip įvairių viešojo ir privataus sektoriaus dalių kompoziciją. Kiti turizmo sistemą aiškino, kaip turistui teikiamo produkto procesą, kurio metu įvairios paslaugos, požiūriai ir galimybės yra sujungiamos siekiant sukurti produktą, kuris patenkintų jo poreikius. Tačiau, labiausiai paplitęs ir dažniausiai naudojamas yra Leiperio turizmo sistemos modelis (Neal ir Gursoy, 2008) (žr. 2 pav.).



2 pav. Leiperio turizmo sistemos modelis
(Sudaryta autorės, remiantis R. Hopeniene, 2016)

Sistema dažniausiai yra suvokiama kaip tam tikrų tarpusavyje derančių ir susietų dalykų ar elementų grupė, kuri sukuria bendrą visumą. Turizmo sistemą sudaro gamyba ir vartoseną bei patirtys, kurios yra generuojamos. Taip pat, norėdami aiškiau ir tiksliau suprasti patį turizmą, yra svarbu domėtis ir tais veiksniais, kurie yra sudedamoji gamybos ir vartosenos dalis. Vienas iš jų - judėjimas, kuris yra neatsiejama turizmo sampratos dalis. Todėl, vienas iš turizmo sistemos sampratos aiškinimo būdų yra atsižvelgiant į turizmo vartotojų (turistų) maršruto pasirinkimas. Šis būdas vadinamas turizmo geografine sistema arba kitaip dar vadinama Leiperio turizmo sistemos modeliu. Jis sudarytas iš keturių dalių:

- *Generuojamasis arba išteklių regionas* – nuolatinė turisto gyvenamoji vieta ir vieta kurioje kelionė prasideda ir baigiasi;
- *Tranzito maršrutas* – kelias per regioną, kurį turi įveikti turistai norėdami pasiekti savo kelionės tikslą;
- *Paskirties regionas* – regionas, kurį turistai nusprendžia aplankyti ir kuris yra laikomas pagrindiniu turizmo elementu;
- *Aplinka* – viskas kas yra aplinkui prieš tai išvardintų trijų regionų.

Naudojantis turizmo geografinės sistemos modeliu, galima nustatyti turistų srautus iš vienos vietovės į kitą. Taip pat, galima nustatyti ryšio tarp generuojamojo (išteklių) ir paskirties regionų svarbą (Cooper ir Hall, 2013). Mokslininko Leiperio sukurtas viso turizmo sistemos modelis yra daugiausiai kartų cituota turizmo konceptualizacija, kuri buvo sukurta remiantis sistemos teorija. Šiame modelyje turizmas apibrėžiamas kaip atvira sistema, kurią sudaro penki elementai:

- Vienas žmogaus elementas – turistai;
- Vienas pramonės/organizacijos elementas – turizmo pramonė;
- Trys geografiniai elementai – keliautojų generuojantis regionas, tranzitinis regionas, turisto kelionės tikslo regionas.

Visi šie penki elementai yra įtakos veiksniai išorės aplinkoje – teisinėje, ekonominėje ir politinėje (Lamont, 2008).

Turizmo pramonė su turistu sąveikauja visuose kelionės regionuose. Generuojančiame regione esantys kelionių organizatoriai ir agentūros siekia patenkinti turistų poreikius, kurie bus įgyvendinti pasiekus kelionės tikslo regioną (Hopenienė, 2016). Taip pat, šis regionas yra keliautojo namų regionas, todėl šiame regione kelionė planuojama, prasideda ir baigiasi. Tranzitinis regionas, tai regionas kuriame keliautojas keliauja į ir iš savo kelionės tikslo regiono. Be to, grįžtamosios kelionės metu lūkesčiai yra linkę būti didesni, dėl to šis kelionės etapas buvo naudojamas pamatuoti kelionės patirties aspektą (Neal

ir Gursoy, 2008). Kelionės tikslo regione turizmo paslaugų teikėjai formuoja turizmo pasiūlą pasinaudodami tos vietovės išskirtiniais traukos ištekliais ir objektais (Hopenienė, 2016). Taip pat, šiame regione turistai gali užsiimti įvairiausia veikla, pradedant poilsiu, deginimusi, sportu ir kita (Neal ir Gursoy, 2008). Turizmo paslaugų vartotojas (turistas), lemia turizmo sistemos ir jos dalių egzistavimą ir plėtojimąsi per siekį patenkinti savo poreikius konkrečiame turistiniame regione (Hopenienė, 2016). Kuo daugiau bus galimybių turistui patenkinti savo poreikius konkrečiame regione, tuo tas regionas bus patrauklesnis ir konkurencingesnis kitų regionų atžvilgiu.

Toliau analizuojant turizmo sistemą, svarbu paminėti, jog viena iš svarbiausių turizmo sistemos dalių yra turizmo paslaugų teikėjai – turistus aptarnaujančios įmonės, kurios dažniausiai įvardinamos, kaip ekonominė šaka ir turizmo infrastruktūra. Turizmo paslaugų teikėjus galima suskirstyti į tris grupes, kurie tiesiogiai ar netiesiogiai teikia paslaugas turizmo vartotojams (Hopenienė, 2016):

- Kelionių agentūros, įmonės, kurios gamina turistines prekes bei jomis prekiauja, keleivinio transporto įmonės, išskyrus miesto transportą, viešbučiai ir finansinės įstaigos.
- Miesto transporto, komunalinio ūkio, buitinio aptarnavimo, maitinimo, ryšių įmonės, informacinės ir kultūros įstaigos, reklamos agentūros.
- Žemės ūkio, maisto ir kitos pramonės šakos teikiančios turistines prekes ir paslaugas, įvairios įmonės besirūpinančios turistinių objektų kūrimu ir priežiūra, įmonės teikiančios viešbučiams ir restoranams inventorių, turizmo specialistų rengimo įstaigos.

Dalis šių įmonių rūpinasi tik turistų aptarnavimu ir paslaugų jiems suteikimu, kita dalis – ne tik turistais, bet ir vietos gyventojais, likusios yra atsakingos už prieš tai išvardintų įmonių veiklos efektyvumą siekiant turistų priėmimo ir jų poreikių patenkinimo. Į turizmo infrastruktūrą įeina ir viešojo sektoriaus įstaigos, nevyriausybines organizacijos ir asociacijos, kurios taip pat prisideda prie turizmo plėtros planavimo ir vykdymo (Hopenienė, 2016).

Turizmo sistema yra viena iš sudėtingiausių ir daugiausiai kartu apimanti skirtingus sektorius visuma. Turizmas apima ne tik veiklas susijusias su turistų kelionių tikslais ir jų įgyvendinimu, bet kartu apimanti ir visą paslaugų verslą - transportą, draudimą, sveikatos priežiūrą, finansines ir kitas paslaugas (Sektorinė studija, 2010). Baggio (2007) savo darbe pabrėžė, jog turizmą yra sunku pamatuoti ir analizuoti, kadangi turizmas, autoritetais teigimu, yra „pramonė“ neturinti jokių tradicinių gamybos funkcijų, nėra aiškiai išmatuotos ar nustatyto išeišios, nėra bendros struktūros, kuri tikrų visoms šalims. Taip pat, turizmo veikla dažnai viršija tradicinės ekonomikos sektorių skaičių bei nėra laikoma kaip visuma nacionalinėse sąskaitose.

Taigi, turizmo sąvokos, kaip vienos ir konkrečios negalima išskirti, kadangi turizmo procesas yra sudėtingas ir apimantis daug skirtingų sferų. Kiekvienas turizmo apibrėžimas yra atitinkamai pritaikytas pagal mokslininkų pasirinktą nagrinėti sritį, išskiriant ryškiausius turizmo požymius ir bruožus joje. Atitinkamai, turizmo sistema egzistuoja veikiama skirtingų aplinkų – politinės, ekonominės, socialinės, ekologinės ir kitų. Todėl, siekiant turizmo sistemos tvarumo ir efektyvumo būtina įvertinti kiekvieną iš aplinkos veiksnių ir atsižvelgti į galimas grėsmes ir galimybes.

1.2 Turizmo sektoriaus konkurencingumą lemiančių veiksnių analizė

Konkurencingumo terminas nurodo tam tikrą prekę, paslaugos ar kito rinkos subjekto lygį, užimamą konkurencinę padėtį ir gebėjimą tame pačiame lygmenyje veikti su panašiomis prekėmis, paslaugomis ar kitais rinkoje dalyvaujančiais subjektais. Dažnai kalbant apie konkurencingumą yra įsivaizduojama apie tam tikro konkurencinio pranašumo įgijimą ir turėjimą. Tačiau, globalioje ekonomikoje konkurencinis pranašumas neapsiriboja tik gamtinių išteklių gausa ar kokybe. Konkurencingumą nulemia ir kiti ištekliai, dažniausiai nematerialūs kaip profesiniai įgūdžiai, informacijos naujumas ir gausa, kultūrinė aplinka, moksliniai pasiekimai ir svarbiausia – technologinės naujovės ir tinkamas mokėjimas jomis pasinaudoti (Mitkutė ir Nagreckaitė, 2005).

Vietovės konkurencingumas siejamas su gebėjimu pateikti prekes ir paslaugas savo vartotojams, o turizme tai geriausiai gali įvertinti turistai. Turizmo konkurencingumo sąvoka apibrėžiama kaip reiškinys apimantis valiutų kursų nepastovumą, kainų pokyčius, turizmo pramonės našumo lygį ir kokybinius veiksnius įtakojančius patrauklumo ar nepatrauklumo atsiradimą vietovėje. Taip pat, reikia nepamiršti gebėjimo išlaikyti savo rinkos padėtį ir ją tobulinti, o turizmo plėtra turi išlikti tvari ne tik ekonominiu ar ekologiniu, bet ir socialiniu, politiniu ir kultūriniu apsektu. Reikia orientuotis į ilgalaikius ekonominius gerovės kriterijus, pagal kuriuos vietovė bus vertinama konkurencingai per sugebėjimą sukurti tvarią gerovę savo gyventojams (Dwyer, Kim, 2010).

Nors konkurencingumas dažniausiai nagrinėjamas įmonėse, pramonės šakose ar šalies lygmeniu, tačiau šis reiškinys gali būti tyrinėjamas ir kur kas plačiau – bloko, šalies regionų, tarptautinių kompanijų, tarptautinės prekybos, vietinės prekybos šalyje ir kitose srityse. Mokslinėje literatūroje konkurencingumą dažniausiai apibrėžia, kaip šalies sugebėjimą gaminti prekes ir teikti paslaugas, kurios patenkintų tarptautinių rinkų poreikius taip užtikrinant didėjančias realias pajamas savo šalies gyventojams. Kartais, konkurencingumui aprašyti naudojami tik tam tikri rodikliai, dažniausiai eksporto (užsienio prekybos) ir bendrojo vidaus produkto (makroekonominiai). Tačiau svarbu nepamiršti, jog konkurencingumas yra sudėtingas ir daugialypis reiškinys, todėl norint jį įvertinti svarbu atsižvelgti ne

tik į pagrindinius (ekonominius) pasiekimus, bet ir rezultatus pasiektus kitose srityse (Mitkutė ir Nagreckaitė, 2005).

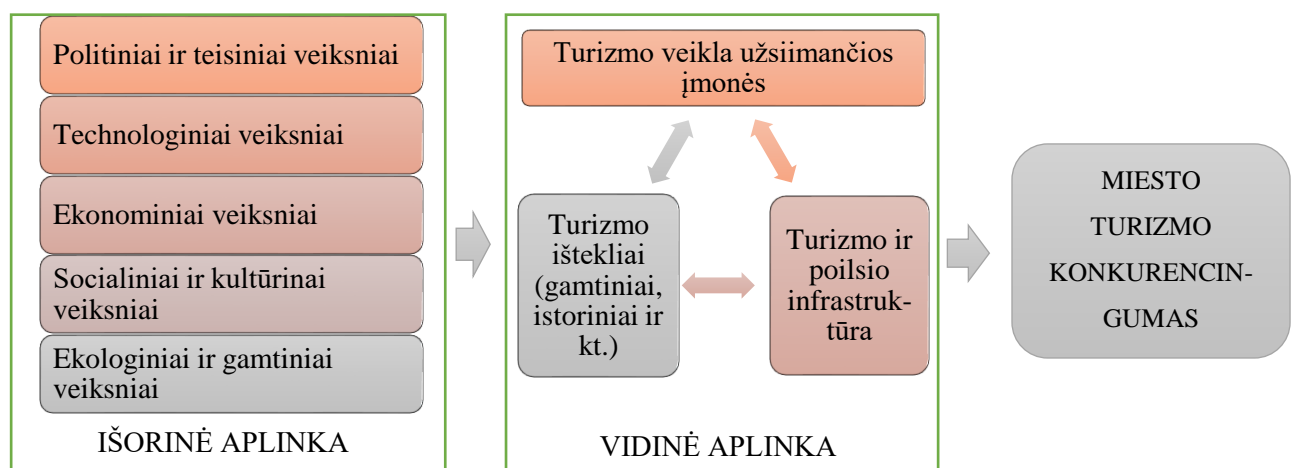
Turizme konkurencingumas yra siejamas su pačios turistinės vietovės patrauklumu. Dažnai turistinės vietovės patrauklumas yra tapatinamas su pačios šalies tarptautiniu įvaizdžiu. Daug įtakos daro ir pačio turistų požiūris ir ryšys su ta vietove, kitaip tariant, ar turistui ta vietovė atrodo atvira ar uždara, ar turistai yra stipriai nusiteikę keliauti į tą vietovę ar ne ir kitos panašios nuostatos turimos apie tą šalį. Didelę reikšmę turi ir turistų asmeninė savybės – amžius, išsilavinimas, materialinė padėtis, politinės ir religinės pažiūros. Be to įtakoti gali ne tik pačio turistų susidaryta nuomonė, bet ir kiti veiksniai, kaip atstumas iki jos, klimatas, turimi gamtiniai išteklių, kultūra, politinė situacija šalyje bei kita. Siekiant turistinių vietovių patrauklumo atliekamas stebėjimas, kurio metu keliami aukšti reikalavimai turizmo produkto kūrimui ir įvedimui į rinką, kurio atsiradimui daug įtakos daro ir pati aplinka – natūralūs procesai, rinkos subjektai, su jais susijusios kitos institucijos, įvairios vykdomos veiklos bei jų padariniai. Aplinka dar yra skirstoma į dvi grupes – vidinę (mikroaplinką) ir išorinę (makroaplinką). Vidinė aplinka mokslininkų dar įvardinama kaip įsamenintas reiškinys – kiekvienas dalyvis formuoja savo mikroaplinką, o išorinė aplinka - neįsamenintas reiškinys, kuris formuojasi dėka rinkos dalyvių veiklą reglamentuojančių institucijų veiklos ir natūralių veiksnių (Labanauskaitė ir Jonuškienė, 2015).

Pasak Dapkaus ir Gaižauskienės (2009), turizmo sektoriaus konkurencingumas yra priklausomas nuo vietos turistinio potencialo ir vadybos efektyvumo. Čibinskienės (2013) teigimu, turizmo rinkos konkurencingumą galima apibūdinti kaip rinkos aplinkos, turizmo išteklių ir nacionalinės turizmo infrastruktūros galimybę sukurti pridėtinę vertę taip išsaugant turimus išteklius ir didinant valstybės gerovę, kartu išsaugant savo padėtį rinkoje tarp kitų konkuruojančių turizmo subjektų. Taip pat, savo darbe autorė pažymi, jog pati konkurencingiausia turizmo vietovė yra ta, kuri patiria didžiausią sėkmę – sukuria didžiausią ir tvariausią gerovę savo gyventojams. Be to, turizmo plėtra turi būti tvari ne tik ekonominiu ir ekologiniu pagrindu, bet kartu ir socialiniu, kultūriniu ir politiniu, kadangi užtvirtinus šiuos veiksnius bus pasiektas vietovės turizmo konkurencingumas (Čibinskienė, 2013).

Siekiant plėtoti turizmo sektorių yra svarbu ne tik užtikrinti konkurencingumą sektoriuje, bet svarbu kad ir pati vietovė – miestas ar kaimas – būtų konkurencinga, kitų, jiems panašių subjektų atžvilgiu. Čibinskienė (2013) savo darbe pažymi, jog vienu svarbiausiu miesto konkurencingumo iššūkiu tampa išlaikant esamą sistemą pasiekti užsibrėžto konkurencingumo ribą ir sukurti dinamišką ir inovatyvią vietos ekonomikos struktūrą. Miestai konkuruoja ne tik siekdami pritraukti ir išlaikyti kuo daugiau aukštą kvalifikaciją turinčių darbuotojų bei verslininkų, bet daug dėmesio yra skiriama turizmo sektoriui. Nors miestų konkurencija neapsiriboja tik regioniniu lygmeniu, jie konkuruoja ir nacionaliniu bei tarptautiniu mastu, tačiau nepaisant konkurencingumo lygio visi siekia to pačio tikslo – tapti patraukliu miestu gyventojams, verslo sektoriui, investicijoms, turistams, finansinei Europos Sąjungos

paramai ir kita. Nors skirtingi autoriai ir išskiria daug skirtingų miesto konkurencingumo veiksnių, tačiau visi vieningai sutinka su teigiu, jog konkurencingumą įtakoja ne vienas, o daug ir vienas su kitu tarpusavyje susijusių veiksnių. Ko pasekmėje, vieno iš veiksnių plėtra turi įtakos kito veiksnio plėtrai ir pačios vietovės konkurencingumui (Čibinskienė, 2013).

Kalbant apie miesto turizmą yra svarbu paminėti, kad tai sunkiai apibrėžiamas, daugialypis ir priklausomas nuo miesto dydžio, istorijos, paveldo, aplinkos bei kitų veiksnių. Miesto turizmo sėkmingumas vertinamas pagal gebėjimą sėkmingai susidoroti su iškilusiomis problemomis, kaip eismas, oro užterštumas, nusikalstama veikla, nedarbas. Taip pat, įtakos turi ir gebėjimas suteikti aukštos kokybės prekes ir paslaugas. Miesto konkurencingumo sąvoka iš esmės yra sudaryta iš dviejų sąvokų, tai miesto konkurencingumo ir turizmo konkurencingumo, todėl miesto turizmo konkurencingumas yra apibrėžiamas, kaip miesto sugebėjimas pateikti save kaip patrauklią, geriau už kitus miestus teikiančią paslaugas ir prekes turistams vietovę. Dažniausiai, miesto turizmo konkurencingumas yra matuojamas apsilankančių turistų skaičiumi bei vizito trukme jame.



3 pav. Miesto turizmo konkurencingumo modelis

(Sudaryta autorės, remiantis Čibinskiene, 2013)

Navickas (2009) savo darbe išskiria pagrindinius faktorius nulemiančius turizmo konkurencingumą: natūrali aplinka (geografinė vietovė, klimatas ir kt.), dirbtinė aplinka (turizmo infrastruktūra, transportas, aprūpinimas laisvalaikio ir pramogų paslaugomis, viešbučiai ir kt.) ir rinkos globalizacija. Taip pat, autorius teigia, kad turizmas gali būti įvardintas kaip konkurencingas tik tuo atveju, kuomet turistų lankoma vietovė yra patraukli ir gali pasiūlyti aukštos kokybės produktus (paslaugas) ir gali konkuruoti kokybės atžvilgiu. Be to, pabrėžia, jog turizmo konkurencingumo sąvoka negali būti atskirta nuo aukštos kokybės produktų kūrimo ir jų įtraukimo į turizmo rinką, tuo pačiu metu išlaikant didesnę rinkos dalį palyginti su savo konkurentais (Navickas, 2009).

Nagrinėjant konkurencingumą svarbu paminėti rodiklius, kuriais remiantis galima įvertinti ar vietovė pakankamai konkurencinga ar ne. Vietos konkurencingumo rodikliai yra grupuojami, pagal įvairius elementus, sudarančius konkurencingumo pagrindą, į objektyvius ir subjektyvius. Juos siūloma dar suskirstyti į „griežtas“ ir „negriežtas“ priemones. „Griežtos“ priemonės tai tos, kurias galima objektyviai ar kiekybiškai pamatuoti, pavyzdžiui, kalbant apie natūralius išteklius, rodikliu taptų nacionaliniams parkams ir rezervatams skirtos teritorijos dydis, vidutinė oro temperatūra ir kiti. „Negriežtos“ priemonės yra siejamos su lankytojų suvokimu, todėl dažniausiai jos yra subjektyvios ir kokybinės formos. Iš natūralių išteklių konkurencingumo rodikliais būtų susiję su estetika, grožiu ir kita. (Dwyer, Kim, 2010).



4 pav. Turizmo konkurencingumo ir darnios plėtros modelis
(Sudaryta autorės, remiantis Navicku, V., Malakauskaite, A. 2009)

Ketvirtame paveiksle pavaizduotas turizmo konkurencingumo ir darnios plėtros modelis, kuriame pavaizduoti patys svarbiausi veiksniai įtakojantys konkurencingumą. Pagrindiniai/pridėtiniai turistų traukos vietovėje ištekliai ir veiksniai apima natūralius ir dirbtinus turizmo sektoriaus išteklius, kaip parkai, stovyklavietės, paplūdimiai, muziejai, teatrai, istoriniai ženklai ir kita bei įvairias savybes, kurios suteikia daugiau patrauklumo turistinėms vietovėms. Kalbant apie dirbtinus turizmo vietovių išteklius

keletas iš jų yra ypač aktualūs šiuolaikinėje ekonomikoje, pavyzdžiui, renginiai kurie skirti tam tikroms žmonių auditorijoms (masėms) (Navickas ir Malakauskaitė, 2009).

Turistinės vietovės administracijos veiksnys yra skirtas padidinti pagrindinių išteklių patrauklumui ir prisidėti prie dirbtinų išteklių formavimo. Efektyvi administracija yra kaip įrankis padedantis sukurti naujus kokybės, veiksmingumo ir pritaikomumo standartus, kurie yra vieni iš pagrindinių šiuolaikinio turizmo sektoriaus kliento reikalavimų.

Turizmo rinkos ir su gyvenimo kokybe susiję konkurencingumo ir darnaus vystymosi veiksniai apima įvairius faktorius, kaip paklausos sąlygas – rinkos tipas, sezoniškumas, prekės ženklo žinomumas, vartotojų teikiamas pirmumas ir kita, regioninė ir/arba nacionalinė gerovė. Konkurencingumo vaidmuo turizmo sektoriuje užima svarbią vietą, kadangi remiantis konkurencingumo lygiu, galime numatyti, kaip vietovė vystosi ir tobulėja, ar yra teisingai įgyvendinama vietovės įvaizdžio formavimo politika, kokie veiksmai pasiteisina ir ko geriau atsisakyti. Konkurencingumą įtakoja daug skirtingų veiksnių, tiek iš išorės aplinkos, tiek iš vidinės aplinkos, todėl norint optimizuoti konkurencingumą reikia suderinti išorės ir vidaus veiksnių sąveiką tarpusavyje ir ja pasinaudoti teigiamiems rezultatams gauti.

Apibendrinant, galima teigti, jog konkurencingumas yra neapčiuopiamas ir sudėtingas reiškinys, tačiau turizmo sektoriuje turintis didelę reikšmę, kadangi jo dėka galima stebėti kaip vietovė prisitaiko prie sparčiai kintančios aplinkos ir ar tinkamai įgyvendinama vietovės politika. Siekiant užtikrinti vietovės konkurencingumą turizme yra svarbu sugebėti nustatyti ir tinkamai panaudoti vietovės turimus išteklius ir privalumus. Be to, svarbu atkreipti dėmesį ir įvertinti aplinkos poveikius ir grėsmes galinčias sutrukdyti konkurencingumo užtikrinimui.

1.3 Turizmo valdymo funkcijos ir principai vietiniame savivaldos lygmenyje

Siekiant sėkmingo turizmo sektoriaus augimo yra svarbu, kad atsakingos institucijos veiktų tinkamai ir efektyviai. Todėl yra tikslinga atsižvelgti, kad vienas iš pagrindinių valstybės uždavinių – sukurti viešojo administravimo sistemą, kuri veiktų geriau ir kainuotų mažiau, o jos vykdoma veikla būtų orientuota verslo plėtrai ir gyventojams, jų poreikių tenkinimui ir gerovės kūrimui, o paslaugos būtų prieinamos kiekvienam – būtų sėkmingai įgyvendintas (Dapkus ir Gaižauskienė, 2009). Turistinę vietovę pagal valdymo požiūrį galima suskirstyti į kelis lygmenis: vietinį – savivaldybės ir seniūnijos, nacionalinį – šalies ir tarptautinį – kontinento ar regiono (Paulauskienė, 2013).

Pastaruoju laikotarpiu, funkcijų tenkančių savivaldybės skaičius gerokai išaugo ir dar nėra baigtinis, todėl atitinkamai su turizmo sektoriumi susijusios veiklos - skatinimas ir rinkos kūrimas – yra priskiriamos savivaldybių atsakomybei. Šios pareigybės atsispindi kiekvieną savivaldybę

reglamentuojančiuose teisės aktuose (Paulauskienė, 2013). Taip pat, svarbu atkreipti dėmesį, jog savivaldos institucijos - savivaldybė, savivaldybės taryba, administracija bei seniūnija – glaudžiai bendradarbiautų ne tik tarpusavyje, bet ir su vietos gyventojais, verslo struktūromis (Dapkus, Gaižauskienė 2009)

Pasak Paulauskienės (2013) siūloma išskirti turizmo valdymo principus, kuriais remiantis būtų galima lengviau suprasti turizmo valdymo vertybes ir pagerinti valdymo procesą. Autorė pabrėžia, jog turistinės vietovės nėra vienodos ir skiriasi ne tik savo ištekliais, jų gausa, sektoriaus išsivystymo lygmeniu bet ir daugeliu kitų faktorių, nepamirštant socialinės, politinės, ekonominės ir kitų įtaką darančių aplinkų. Turizmo valdymo principai sudaryti atsižvelgiant į turistinių vietovių skirtumus ir galimybę joms visoms vienodai juos adaptuoti (žr. 1 lentelė). Išskiriami keturi turizmo valdymo principai: darnus vystymasis, geras valdymas, pozityvi kultūra, aiškus planavimas ir vietinės valdžios indėlis (Paulauskienė, 2013).

1 lentelė. Turizmo valdymo principai vietiniame lygmenyje

(Šaltinis: Paulauskienė, 2013)

Principo pavadinimas	Principo apibūdinimas
Darnusis vystymasis	Turizmo valdymas yra paremtas darnumo principais, apimančiais gamtinės socialinės, kultūrinės ir ekonominės aplinkos kontekstą.
„Geras“ valdymas	Išteklių ir procesų valdymo sistema paremta konstruktyviu dialogu, informacijos sklaida, komunikavimu ir bendru sprendimų priėmimu, siekiant bendrų interesų ir problemų sprendimo.
Pozityvi kultūra	Vystyti ir skatinti turistinės vietovės pozityvios kultūros plėtojimą, paremtą bendru supratimu, vizija ir sprendimais.
Aiškus planavimas	Turizmo planavimas paremtas kompetencijomis ir aiškumu, kurie pasižymi kūrybišku ir pritaikančiu prie besikeičiančios aplinkos požiūriu.
Vietinės valdžios indėlis	Turizmo valdymas paremtas etika ir visapusišku dalyvavimu, siekiant palankiausių sprendimų vietinei bendruomenei, verslui ir kitoms suinteresuotoms pusėms.

Pirmasis principas - *darnusis vystymas* – siekia panaikinti ne darnų turizmą ir visą turizmo sektorių padaryti draugišku aplinkai, kitaip tariant, turizmo sektoriaus vykdoma veikla neturėtų kenkti ir naikinti aplinkos, kurioje jis egzistuoja. Siekiant šių tikslų yra svarbu atkreipti dėmesį, jog turizmas yra skatinamas kaip ekonominė veikla, o ne skiriamas dėmesys turizmo plėtrai, kuri reikalauja daugiau

išlaidų ir dėmesio, todėl dažnai silpnesnės valstybės nėra pajėgios įgyvendinti darnaus turizmo plėtros. Sekantis principas – „geras“ valdymas – orientuojasi į vietos lygmens turizmo valdymo problemas, analizuoja ir ieško geriausių sprendimų vietos valdžios efektyvumui padidinti. Be to, reikia pabrėžti, kad sėkmingą turizmo politikos įgyvendinimą vietos lygmenyje sudaro ne tik konkrečių veiksmų įgyvendinimas, bet ir geranoriška individų įtaka juos įgyvendinant. *Pozityvios kultūros* principas pažymi, jog turizmo valdymas yra stipriai priklausomas nuo skirtingų individų tarpusavio sutarimo ir komunikavimo, žinių ir kompetencijų dalijimosi, pasitikėjimo. Kuo daugiau toje srityje dirbančių individų tarpusavyje sutaria, pasitiki vieni kitais, yra panašios kompetencijos ir dirba bendrai vardan vieno tikslo, tuo turizmo valdymas tampa efektyvesniu ir vientisu procesu. Dar vienas principas – *aiškus planavimas* – atkreipia dėmesį, jog turizmo planavimas vietos lygmenyje negali būti atskirtas nuo nacionalinio turizmo konteksto, kadangi turizmo planavimas vietos lygmenyje turi atsižvelgti ir vadovautis kintančia turizmo strategija, kurioje atsispindi aplinkos, gyventojų poreikių ir tam laikotarpiui būdingų sąlygų pokyčiai bei ypatybės. Dažnai Lietuvos savivaldybių strateginiuose dokumentuose didžiausias dėmesys yra skiriamas ES strateginių fondų lėšoms gauti. Turizmo valdymas Lietuvoje daugiausiai paremtas ekonominiais principais siekiant padidinti ekonominius rodiklius, o dėmesio tikslingam prioritetų ir rezultatų formavimui stinga. Paskutinis principas, kurį išskyrė autorė – *vietinės valdžios indėlis*. Šis principas orientuojasi į kompromiso, tarp aplinkos išsaugojimo, vietos bendruomenės poreikių ir turistų srautų, kūrimą ir išsaugojimą. Pagrindiniais administraciniais vienetais turizmo planavime tampa miestai ir gyvenvietės, kuriuose stipriai jaučiamas teigiamas ir neigiamas poveikiai ekonominėje, ekologinėje ir kultūrinėje aplinkose. Be to, turizmo skatinimui didelę svarbą daro kaimyninių savivaldybių bendradarbiavimas, kurio metu būna įtraukiamos ne tik pačios savivaldybės ir turizmo informacijos centrai, bet ir kitos privačios turizmo agentūros bei įstaigos (Paulauskienė, 2013). Taigi, aptarus visus turizmo valdymo principus, galime teigti, jog nors kiekvienas principas yra skirtingas, tačiau jie visi bendrai siekia, kad turizmo skatinimas ir plėtra būtų paremti ne tik rodiklių, kaip turistų skaičius didinimu, bet atsižvelgtų ir į jų aplinkoje dalyvaujančius veikėjus, kaip vietos bendruomenę bei gamtą ir jais rūpintųsi ir saugotų. Ekonominiai rodikliai taip pat nebeturi būti pagrindiniai siekiai vystant turizmo sektorių, kadangi turizmas neturi tapti veikla besiorientuojančia tik į pelno siekimą.

Remiantis šiuolaikiniu viešuoju administravimu, galima išskirti du valstybinio valdymo aspektus – įstatymų įgyvendinimo priežiūra ir viešųjų paslaugų teikimo ypatybės. Svarbu atkreipti dėmesį, jog viena opiausių problemų, su kuria susiduriama Lietuvos viešajame administravime - vietos savivaldos institucijų savarankiškumas. Taip pat, gausu poįstatyminių teisės aktų, kurie apriboja savivaldybių veiklą dėl ko užtrunka derinimo ir leidimų išdavimo terminai norint priimti tam tikrus sprendimus. Pagrindinis įstatymas reglamentuojantis savivaldų veiklą yra *LR vietos savivaldos įstatymas*. Juo remiantis, yra sudaromos savivaldybių institucijos ir jų veikla, principai, įgaliojimai ir funkcijos, kurios

yra suskirstytos į tam tikras grupes. Pirmoji - savarankiškosios funkcijos – savivaldybės turi sprendimų iniciatyvos, sprendimų priėmimo ir sprendimų išgyvendinimo laisvę ir atsakingos už šių funkcijų įgyvendinimą. Antroji – ribotos savarankiškosios funkcijos – įstatymų įgyvendinimas priklausomai nuo vietos sąlygų ir aplinkybių. Trečioji – valstybinės funkcijos – valstybės funkcijos perleistas savivaldybėms priklausomai nuo gyventojų turimų interesų. Taip pat, galima išskirti pagal veiklos pobūdį: savivaldybės taryba atlieka vietos valdžios funkcijas, savivaldybės taryba kartu su savivaldybės administracijos direktoriumi, kitais savivaldybės įstaigų ir tarybų vadovais bei valstybės tarnautojais – viešojo administravimo funkcijas, o savivaldybės įsteigtos įstaigos atsakingos už viešųjų paslaugų funkcijų atlikimą (Dapkus, Gaižauskienė, 2009).

2 lentelė. **Savivaldybės funkcijos turizmo plėtros kontekste**

(Sudarytas autorės, remiantis Dapkumi ir Gaižauskiene, 2009)

Savarankiškumo lygis	Įtakos sritys
<i>Savarankiškos funkcijos</i>	Kūno kultūros ir sporto plėtojimas; Turizmo ir gyventojų poilsio organizavimas; Savivaldybės saugomų teritorijų steigimas, vietinės reikšmės gamtos ir kultūros paveldo objektų paskelbimas savivaldybės saugomais objektais; Sąlygų verslo plėtrai sudarymas ir šios veiklos skatinimas.
<i>Ribotos savarankiškos funkcijos</i>	Teritorijų planavimas; Gyventojų bendros kultūros ugdymas ir etnokultūros puoselėjimas; Kraštovaizdžio, nekilnojamųjų kultūros vertybių ir savivaldybės įsteigtų saugomų teritorijų tvarkymas bei apsauga; Infrastruktūros, socialinės ir ekonominės raidos planavimas, turizmo verslo plėtros programų rengimas; Aplinkos kokybės gerinimas ir apsauga; Vietinės reikšmės kelių ir gatvių priežiūra, taisymas, tiesimas ir saugaus eismo sąlygų užtikrinimas; Dalyvavimas formuojant ir įgyvendinant regionų plėtros programas.

Dapkus ir Gaižauskienė (2009) savo darbe išskiria savivaldybės funkcijas susijusias su turizmo plėtra (žr. 2 lentelė). Savivaldybės taryba įgyvendindama savivaldos teisę kartu yra atsakinga ir už tam tikrų sprendimų priėmimą turizmo plėtros klausimais. Pirmiausia, savivaldybės taryba priima sprendimus susijusius su savivaldybės teritorijos raidos analize, bendrųjų ilgalaikių socialinių, kultūrinių, ūkinių, demografinių, investicinių, ekologinių, sveikatos bei kitų programų rengimu. Be to, tvirtina teritorijų planavimo dokumentus ir savivaldybės socialinės ir ekonominės plėtros, kaimo plėtros

programas. Sprendžia dėl gyventojų vietos apklausų paskelbimo, įstatymų numatyta tvarka steigia savivaldybės saugomas teritorijas, skelbia vietinės reikšmės gamtos ir kultūros paveldo objektus bei priima sprendimus dėl aplinkos būklės gerinimo (Dapkus ir Gaižauskienė, 2009).

Pasak Žilinsko ir Skrodenienės (2008) turizmo plėtros efektyvumą galima užtikrinti tik tuo atveju, kai yra suderintos visų lygių organizacinės struktūros. Kadangi, turizmas yra tarpsektorinė veikla, o pagrindinė problema Lietuvoje turizmo plėtros klausimu yra tarpinstitucinė, todėl priemonių planavimo ir jų įgyvendinimo veikla yra priklausoma nuo tarpinstitucinio bendradarbiavimo, interesų tarpusavyje suderinimo ir kitų sektorių plėtros užtikrinimo (Dapkus, Gaižauskienė, 2009). Turizmo plėtros funkcijos priklauso ne tik LR ūkio ministerijai, bet dalis funkcijų yra ir kitų ministerijų kompetencijos srityse, todėl jų suderinamumas ir bendradarbiavimas tampa svarbia turizmo plėtros dalimi (Žilinskas, Skrodenienė, 2008). Be to, svarbu paminėti, jog vietiniame savivaldos lygmenyje vis dar stinga dokumentų reglamentuojančių turizmo plėtrą, kas neigiamai įtakoja kiekvienos savivaldos turizmo plėtrą jų teritorijoje (Dapkus, Gaižauskienė, 2009).

Apibendrinant galime teigti, jog nors savivaldos lygmenyje vykdant turizmo plėtros politiką daugiausiai funkcijų atitenką savivaldybėms ir jų institucijoms, tačiau nesant tarpinstitucinio suderinamumo nacionaliniu lygiu, efektyvios ir sklandžios turizmo plėtros nebus galima užtikrinti. Turizmo sektorius yra glaudžiai susijęs su socialine, kultūrine, ekonomine, ekologine, politine ir kitomis aplinkomis, todėl yra svarbu, kad būtų užtikrintas ne tik šių sričių tarpusavio suderinamumas, bet ir tolygi jų plėtra. Taip pat svarbu užtikrinti viešojo ir verslo sektorių tarpusavio bendradarbiavimą ir bendrų tikslų įgyvendinimą.

2. TURIZMO POLITIKA LIETUVOJE: TEISINIS REGLAMENTAVIMAS IR INSTITUCINĖ STRUKTŪRA

Šiame skyriuje apžvelgiamas turizmo politikos reglamentavimas Europos sąjungoje ir Lietuvoje. Išskiriami pagrindiniai teisės aktai, kuriais nurodomi turizmo politikos plėtros tikslai ir siekiai tarptautiniame, nacionaliniame ir vietos lygmenyje. Be to, aptariama turizmo sektoriaus institucinė struktūra ir išskiriamos pagrindinės institucijų veiklos ir funkcijos, kurios įtakoja turizmo politikos plėtrą ir prisideda prie jos įgyvendinimo.

2.1 Turizmo sistemos ypatumai ir jos reglamentavimas Europos Sąjungoje

Europos Sąjunga tai 28 Europos valstybių ekonominė ir politinė sistema, kuri bendradarbiauja su kitomis pasaulio šalimis ir valstybių sąjungomis siekdama užtikrinti laisvę, taiką, gerovę ne tik sąjungos šalyse bet ir pasaulyje. Taip pat, ES piliečiai yra skatinami dalyvauti politiniame procese, kuriame įgyjama vis daugiau teisių priimti svarbius sprendimus ir padėti užtikrinti vykdomos politikos demokratiškumą ir skaidrumą. Todėl, Lietuvai yra svarbu atsižvelgti į vykstančius procesus ES ir prie jų prisidėti siekiant visiems bendrų tikslų (ES, 2017).

Analizuojant Europos Sąjungos teisiniu dokumentus reglamentuojančius turizmo sektorių, pirmiausia svarbu aptarti strateginius dokumentus, kuriuose nurodomos turizmo sektoriaus plėtros gairės ir tikslai. Viena svarbiausių strateginių dokumentų ES tai 2010 m. Europos Komisija išleistas Komunikatas 2020 m. *Europa: pažangaus, tvaraus ir integracinio augimo strategija*. Strategija buvo parengta po didžiosios ekonominės krizės, po kurios buvo sunaikinta ekonominė ir socialinė pažanga kuriai sukurti prireikė daugelio metų. Todėl, siekiant atkurti ekonominę ir socialinę aplinkas ir kartu užtikrinti Europos Sąjungos gyventojams saugią ir tvarią ateitį, ES parengė strategiją, kurios prioritetai ir tikslai sukurti atsižvelgiant į pasaulyje vykstančius pokyčius: globalizaciją, išteklių mažėjimą, senstančią visuomenę. Strategijoje iškelti trys vienas kitą papildantys ir tarpusavyje susiję prioritetai:

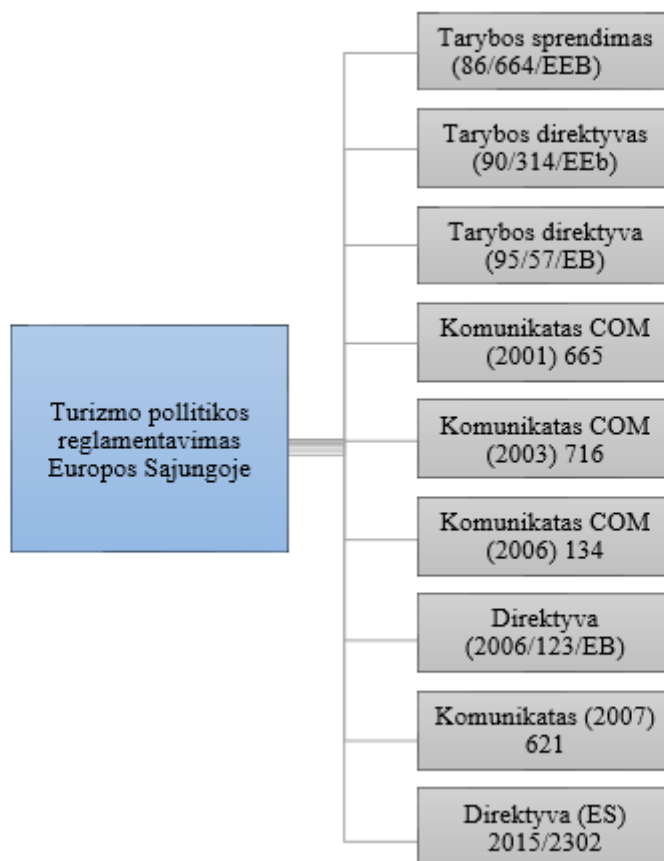
- Pažangus augimas: žiniomis ir inovacijomis pagrįsto ūkio vystymas;
- Tvarus augimas: tausiau išteklius naudojančio, ekologiškesnio ir konkurencingesnio ūkio skatinimas;
- Integracinis augimas: didelio užimtumo ūkio, kuriame užtikrinta socialinė ir teritorinė sanglauda, skatinimas (ES Komisija, 2010).

Siekiant įgyvendinti antrąjį prioritetą, yra siūloma įgyvendinti dvi pavyzdines iniciatyvas – „Tausiai išteklius naudojanti Europa“ ir „Globalizacijos erai pritaikyta pramonės politika“. Antroji iniciatyva orientuojasi į visus sektorius ir bando jų veiklą priderinti prie mažai anglies dioksido į aplinką

išskiriančių technologijų. Kiekvienas sektorius į šiuos pokyčius reaguos skirtingai ir jų pasekmės taip pat bus skirtingos, kadangi vieni iš jų turės keisti veiklos pobūdį, o kitiems tai tiesiog padidins veiklos galimybes. Į šiuos pokyčius bus įtraukti visi aspektai, kurie vis dažniau yra įvardinami, kaip tarptautinės vertės, t. y., pradedant galimybe gauti žaliavas ir iki paslaugų, kurios teikiamos po pardavimo. Todėl, ES lygmeniu Komisija užsibrėžė siekius, kuriais mėgins įgyvendinti šią iniciatyvą. Vienas iš siekių yra stiprinti Europos turizmo sektoriaus konkurencingumą (ES Komisija, 2010). Todėl, galima teigti, jog ir Lietuva, būdama ES nare, turės prisidėti prie bendro tikslo siekimo stiprindama savo turizmo sektorių.

Europos Komisija 2014 m. kovo 19 d. išleido *projektą „Teminių gairių atmintinė atsakingiems pareigūnams: turizmas“*. Šis dokumentas buvo parašytas remiantis Europos struktūrinių ir investicinių fondų taisyklėmis. Šioje atmintinėje siekiama sukurti gaires, kuriomis naudojantis būtų galima skirti Europos regioninės plėtros fondų lėšas turizmo sektoriui. Pirmiausia, šioje atmintinėje apžvelgiama turizmo pramonės svarba Europos ekonomikai, kadangi turizmas užima svarbią vietą skatinant ekonomikos augimą ir darbo vietų kūrimą, turizmo pramonėje gausu smulkių ir vidutinio dydžio įmonių, kurios apima įvairias paslaugų sektoriaus sritis: apgyvendinimas, transportas, maitinimas ir kiti. Taip pat, Europa yra viena iš labiausiai lankomų turistinių vietovių, todėl yra svarbu plėtoti turizmą, kadangi ateityje labiausiai lankomomis turistinėmis vietovėmis taps, kuriose turizmo politika bus paremta inovacijų panaudojimu. Taip pat, šiose gairėse yra apibrėžiamos strateginio planavimo ir reguliavimo sritys, pagal kurias bus atsižvelgiama kam bus teikiama Europos fondų finansinė parama. Dokumento paskutiniame skyriuje išskiriamos anksčiau padarytos klaidos skiriant finansavimą, todėl remiantis šiomis gairėmis, finansavimas bus skiriamas tik tiems turizmo sektoriams, kurie atitiks numatytus kriterijus ir užtikrins tvarią turizmo sektoriaus plėtrą (ES Komisija, 2014).

Apžvelgus ES strateginius dokumentus, svarbu aptarti ir teisės aktus reguliuojančius turizmo sektoriaus veiklą. Europos Sąjungos turizmo politikos reglamentavimas remiasi Lisabonos sutartimi. Iki tol turizmo politika sutartyse nebuvo minima, tačiau turizmas yra sritis, kuria galima pasiekti Lisabonos sutartyje numatytus tikslus – turizmo plėtra prisideda prie ES valstybėse narėse Europos turizmo pramonės augimo bei naujų darbo vietų kūrimo. Turizmas tampa vis svarbesne sritimi Europos Sąjungos politikoje (ES Komisija, 2006). Lietuvai tapus Europos Sąjungos nare, kaip ir kitoms sąjungos valstybėms narėms, teko pritaikyti savo teisinę bazę prie ES direktyvų, komunikatų ir sprendimų, siekiant įgyvendinti pagrindinius turizmo sektoriaus tikslus ir uždavinius. Europos Sąjungoje buvo išleisti keturi tarybos sprendimai, keturi komunikatai ir viena direktyva, kuriuose yra numatytas turizmo politikos reglamentavimas, kurių turi laikytis valstybės narės (žr. 5 pav)



5 pav. Turizmo politikos reglamentavimas Europos Sąjungoje
(Sudaryta autorės)

Europos Bendrijų Taryba 1986 m. gruodžio 22 d. priėmė *Sprendimą (86/664/EEB) nustatantį konsultavimosi ir bendradarbiavimo turizmo srityje tvarką*. Sprendime teigiam, jog norint palengvinti keitimąsi informacija, konsultacijomis bei prireikus bendradarbiavimą turizmo (ypatingai pažymint paslaugų teikimą turistams) srityje, įsteigiamas komitetas, kurį sudaro kiekvienos valstybės narės paskirti atstovai. Be to, kiekviena valstybė narė kartą per metus siunčia Komisijai ataskaitą, kurioje išdėstomos svarbiausios priemonės, kurių valstybė ėmėsi ir ,kiek įmanoma, priemonės, kurias tikisi panaudoti turizmo paslaugų srityje ir kurios galėtų turėti pasekmių keliautojams iš kitų valstybių narių (ES Taryba, 1986).

1990 m. birželio 13 d. išleista ES Tarybos *direktyva (90/314/EEB) dėl kelionių, atostogų ir organizuotų išvykų paketų*. Šia direktyva siekiama suderinti valstybių narių įstatymus, teisės aktus bei administracines nuostatas, susijusias su parduodamais ar siūlomais parduoti paketais. Direktyvoje nustatytos pagrindinės normos, kuriomis reglamentuoja kelionių organizatorių bei turistų pagrindines teises ir pareigas, atsakomybių rūšis ir ribas, atsakomybę panaikinancias teises (ES Taryba, 1990).

1995 m. priimta Tarybos *direktyva (95/57/EB) dėl statistinės informacijos turizmo srityje rinkimo, kurios tikslas yra sukurti Bendrijos turizmo statistikos informacinę sistemą*. Valstybės narės remdamosi turimais duomenimis, šaltiniais ir sistemomis renka, kaupia, apdoroja ir pateikia Bendrijai suvienodintą

turizmo pasiūlos ir paklausos statistinę informaciją. Informaciją turi atitikti būtinus minimalius tikslumo reikalavimus, valstybės narės turi imtis visų jų nuomone reikalingų priemonių duomenų kokybei ir jų palyginamumui užtikrinti (ES Taryba, 1995).

2001 m. Komisija paskelbė *Komunikatą COM (2001) 665 „Dirbti kartu turizmo ateities Europoje labiau“*. Jame siūloma visų suinteresuotųjų šalių atviro koordinavimo pagrindu sukurti veikiančią turizmo sistemą. Remiantis šiuo tikslu, suinteresuotoms šalims, buvo pasiūlyta daugybė priemonių ir veiksmų, užtikrinančių Europos turizmo ateities tvarumą ir konkurencingumo principu gerinat informaciją, mokymą ir kokybę, naudojant naujausias technologijas. Vienas iš komunikato pasiektų rezultatų – kasmetinis Europos turizmo forumas, kuris yra rengiamas nuo 2002 m. ir jame dalyvauja aukšto rango turizmo pramonės, ES institucijų bei ES valstybių narių vyriausybių atstovai (ES Komisija 2001).

2003 m. Komisija priėmė *Komunikatą COM (2003) 716 „Pagrindinės Europos turizmo tvarumo kryptys“*, kuriame buvo apibrėžtos Bendrijos indėlio turizmo srityje didinimo priemonės. Pagrindinis tikslas – tvari veikla ir augimas. Be to, siekiama subalansuoto požiūrio į trijų ramsčių tvarumą, darnaus vartojimo įpročių, tvarios gamybos modelių. Komunikate Komisija planuoja tam tikras nuostatas, kuriomis sieks padidinti Europos Bendrijos įnašą turizmo tvarumui išlaikyti. Pirmiausia, Komisija pasinaudos tinkamomis darbo priemonėmis pagerinti Bendrijos politikos indėlį Europos turizmo tvarumui. Be to, Komisija skatins suinteresuotųjų šalių sąveiką ir bendradarbiavimą. Trečia, Komisija galėtų padėti skatinti tvaraus turizmo modelio naudojimą ir gamybos skatinimą, bei perduoti metodiką, iniciatyvas, priemones ir gerąją praktiką žaidėjams ant žemės (ES Komisija, 2003).

2006 m. Komisija paskelbė *Komunikatą COM (2006) 134 „Atnaujinta ES turizmo politika: tvirtesnės partnerystės Europos turizmo sektoriuje link“*. Jame skelbiama, jog Komisija ketina įgyvendinti atnaujintą Europos turizmo politiką, remiantis iki šiol įgyta patirtimi it atsakant į šių dienų iššūkius. Pagrindinis šios politikos tikslas – padidinti Europos turizmo pramonės konkurencingumą ir sukurti daugiau ir geresnių darbo vietų darniai augant turizmo pramonei Europoje ir visame pasaulyje. Įgyvendinant šią politiką, Europos Komisija prisižada glaudžiai bendradarbiauti su valstybių narių valdymo institucijomis ir turizmo pramonės atstovais. Komunikate išskiriamos pagrindinės politikos sritys: pagrindinės priemonės, turinčios įtakos turizmui (geresnis reguliavimas; politikos koordinavimas; esamų Europos finansinių priemonių geresnis panaudojimas), turizmo darnumo skatinimas (Europos darbotvarkė 21 turizmo sektoriui; specialūs papildomi veiksmai dėl Europos darnaus turizmo), supratimo apie turizmą ir jo matomumo gerinimas (supratimo apie Europos turizmą gerinimas; parama Europos, kaip turistinės rinkos, reklamai; bendras tikslas; turizmo matomumo gerinimas) (ES Komisija, 2006).

Tais pačiais metais, gruodžio 12 d., buvo priimta Europos Parlamento ir Tarybos *Direktyva (2006/123/EB) dėl paslaugų vidaus rinkoje yra taikoma valstybėse narėse įsisteigusiu teikėjų teikiamoms paslaugoms*. Ši direktyva numato didinti skaidrumą bei kartu užtikrinti gavėjams siūlomų ir

teikiamų paslaugų kokybės vertinimą. Direktyva yra siekiama palengvinti paslaugų teikėjų steigimąsi kitose ES šalyse. Todėl yra numatyta, jog įmonė arba individualūs verslininkai gali teikti paslaugas kitoje ES šalyje remdamiesi toje šalyje galiojančiomis įstatymų nuostatomis. Paslaugų teikėjo steigimosi kitoje ES šalyje visą dokumentaciją tvarko viena įstaiga. Nieko nepaisant verslininkai privalo laikytis šalies, kurioje jie teikia paslaugas, socialinės apsaugos įstatymų – darbo užmokesčio, darbo laiko, atostogų, darbo saugos, lyčių lygybės, motinystės, higienos, nediskriminavimo ir kitų (ES Taryba, 2006).

2007 m. spalio 10 d. išleistas Komisijos *Komunikatas COM (2007) 621 „Darnaus ir konkurencingo Europos turizmo darbotvarkė“*. Remiantis Komunikatu, siekiant tinkamos turistų gerovės, gamtos ir kultūrinės aplinkos poreikių, turizmo vietovių ir įmonių plėtros bei konkurencingumo pusiausvyros, reikia integruoto ir holistinio strateginio metodo, kuriuo visos suinteresuotosios šalys siektų tų pačių tikslų. Tinkamas pagrindas šiems tikslams - ekonominės gerovės, socialinės lygybės ir sanglaudos bei aplinkos ir kultūros apsaugos – siekti yra galiojanti ES ekonominės, socialinės ir aplinkos politikos vystymo sistema, kuri pagrįsta Partneryste ekonomikos augimui ir darbo vietų kūrimui skatinti bei Darnaus vystymosi strategija. Vadovaujantis tikslais, Europos turizmo sektoriaus dalyviai turi ruošti strategijas ir veiksmus, turinčius įtakos Europos išvykstamojo turizmo poveikiui. Be to, tai turėtų padėti turizmui siekti priimančių šalių darnaus vystymosi. Siekiant šių tikslų reikės įgyvendinti šiuos uždavinius: darnus gamtos ir kultūrinių išteklių saugojimas ir valdymas, kuo mažesnis turizmo vietovių išteklių naudojimas ir tarša, įskaitant atliekų gamybą; prie pokyčių būtina prisitaikyti vadovaujantis bendruomenės interesais, siekti, kad paklausa būtų mažiau priklausoma nuo metų laiko, spręsti turizmo transporto poveikio aplinkai problemą, stengtis, kad turizmas būtų prieinamas visiems bei gerinti darbo vietų turizmo sektoriuje kokybę, be kitų dalykų sprendžiant nelegaliai ES gyvenančių trečiųjų šalių piliečių užimtumo klausimą vadovaujantis Komisijos migracijos politika. Taip pat, užtikrinti, kad turistai ir turizmo vietovių vietos bendruomenės būtų saugios. Šiuo komunikatu oficialia įtvirtinta ir įgyvendinama vidutinio laikotarpio darbotvarkė. Visos suinteresuotos šalys turi imtis atitinkamų veiksmų, jog darni veikla padėtų stiprinti Europos, kaip patraukliausios turizmo vietovės, konkurencingumą (ES Komisija, 2007).

2015 m. lapkričio 25 d. išleista Europos parlamento ir Tarybos *direktyva (ES) 2015/2302 dėl kelionės paslaugų paketų ir susijusių kelionės paslaugų rinkinių, kuria iš dalies keičiami Europos Parlamento ir Tarybos reglamentai (EB) Nr. 2006/2004 ir Direktyva 2011/83/ES bei panaikinama Tarybos direktyva 90/314/EEB*. Šia direktyva siekiama prisidėti prie tinkamo vidaus rinkos veikimo ir užtikrinti kuo vienodesnę vartotojų apsaugos lygmenį. Direktyva užtikrina, kad klientas gavęs kelionių paketą jį aiškiai suprastų, o iškilus sunkumams organizatorius be nepagrįsto delsimo suteiktų numatytą pagalbą. Remiantis direktyvos VIII skyriaus, 28 straipsnio pirmuoju punktu, valstybės narės ne vėliau kaip 2018 m. sausio 1 d. priima ir paskelbia įstatymus ir kitus teisės aktus, privalomus šios direktyvos

laikymuisi, bei nedelsdamos Komisijai pateikia tų teisės aktų nuostatų tekstus. Be to, direktyvos 29 straipsniu yra panaikinama Direktyva 90/314/EEB nuo 2018 m. liepos 1 d. (ES Taryba, 2015).

Apžvelgus Europos Sąjungos teisės aktus galime pastebėti, jog daugelis iš jų yra rekomendacinio pobūdžio ir yra skirtas visoms ES valstybėms narėms. Daugiausiai yra orientuojamasi į tarpusavio bendradarbiavimą ir bendro tikslo siekimą gerinant turizmo sektorių. Be to, norima, kad kiekviena ES valstybė narė prisidėdama prie Europos turizmo sektoriaus tobulinimo nepamirštų ir savo šalies turizmo, bei pasidalintų gerąja patirtimi su kitomis Sąjungos narėmis.

2.2 Turizmo politikos formavimas Lietuvoje

Pradedant analizuoti turizmo sektoriaus teisinius dokumentus, svarbu išskirti strateginius dokumentus, kuriuose planuojama turizmo sektoriaus plėtra ir veiksmai. 2014 m. kovo 12 d. buvo išleistas LR Vyriausybės nutarimas (Nr. 238) kuriuo buvo patvirtinta *Lietuvos turizmo plėtros 2014-2020 metų programa*, kuria siekiama nustatyti valstybės turizmo plėtros tikslus ir uždavinius. Programos strateginis tikslas – didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą. Programoje numatyta, kad visi paslaugų gavėjai paslaugas gautų vienodai, atsižvelgiant į turimus specialius poreikius. Taip pat, siekiama kad turistai ne tik atvyktų į Lietuvą, bet ir lietuviai turistai važiuotų į kitas užsienio šalis. Programa parengta siekiant, jog turizmas, kaip viena iš ūkio šakų, tinkamai naudodamas turizmo išteklius ir siūlydamas paklausių, kokybiškų ir konkurencingų turizmo produktų užsienio ir vidaus rinkoms, padėtų didinti gyventojų pajamas, kurti naujas verslo nišas, pritraukti privačias investicijas, didintų šalies bendrąjį vidaus produktą (BVP), o taip pat spręsti regionų ekonominės ir socialinės raidos klausimus, o drauge – saugoti kraštovaizdžio (gamtos ir kultūros) vertybes, racionaliai naudoti gamtos ir kultūros išteklius (Lietuvos turizmo plėtros 2014-2020 m. programa).

Kitas svarbus teisinis dokumentas Lietuvos turizmo politikos reglamentavimui yra „*Globalios Lietuvos*“ – *Užsienio Lietuvių įsitraukimo į valstybės gyvenimą – kūrimo 2011 – 2019 metų programa*, kuria siekiama užsienyje gyvenantiems lietuviams įsitraukti į Lietuvos gyvenimą – tautinio tapatumo, lietuvių išlaikymą bei LR pilietybės išsaugojimą. Vienas iš programos tikslų yra skatinti Lietuvos diasporos įsitraukimą į informacijos apie Lietuvą sklaidą pasaulyje. Svarbus vaidmuo pristatant Lietuvą bei Lietuvos turizmo išteklius tenka Lietuvos turizmo informacijos centrams įsikūrusiems užsienio šalyse, kuriuose neretai dirba aktyvūs užsienio lietuvių bendruomenių nariai. Todėl siekiant racionaliai naudoti finansinius ir žmogiškuosius išteklius, būtina skatinti Lietuvos diasporą aktyviau įsitraukti į šių centrų veiklą pristatant patrauklias turizmo galimybes Lietuvoje tuo pačiu plečiant Lietuvos turizmo rinką užsienio šalyse (Globalios Lietuvos kūrimo 2011-2019 m. programa).

Be to, 2003 metais LR Vyriausybė patvirtino *Nacionalinę darnaus vystymosi strategiją*, pagal kurią kas dveji metai turi būti rengiamos Strategijos įgyvendinimo ataskaitos. Pagrindinės darnaus

vystymosi nuostatos buvo suformuluotos ir priimtos 1992 m. pasaulio viršūnių susitikime, Rio de Žaneire. Darnus vystymas įteisintas kaip pagrindinė ilgalaikė visuomenės vystymosi ideologija. Darnaus vystymosi koncepciją sudaro 3 lygiaverčiai komponentai: aplinkosauga, ekonominis ir socialinis vystymas. Be to, Rio de Žaneire priimta darnaus vystymosi įgyvendinimo veiksmų programa – „Darbotvarkė 21“. Pagrindinis Lietuvos darnaus vystymosi siekis - pagal ekonominio ir socialinio vystymosi, išteklių naudojimo efektyvumo rodiklius iki 2020 metų pasiekti 2003 metų ES valstybių narių vidurkį, pagal aplinkos taršos rodiklius, neviršyti ES leistinių normatyvų, laikytis tarptautinių konvencijų, ribojančių aplinkos taršos rodiklius ir poveikį pasaulio klimatui, reikalavimų. Strategijoje analizuojama ir turizmo sritis. Išskiriamos turizmo stiprybės, silpnybės, galimybės ir grėsmės. Vienas iš ilgalaikių strategijos tikslų – įgyvendinti darnaus vystymosi principus, planuojant ir vykdant teritorinę turizmo plėtrą, įgyvendinant turizmo infrastruktūros projektus nacionaliniu ir savivaldybių lygmenimis. Be to, strategijoje išskiriama turizmo sritis, kurioje pabrėžiami ilgalaikiai turizmo tikslai – plėtoti turizmą ir rekreaciją, drauge užtikrinti gamtinių ir kultūrinių Lietuvos regionų savitumo išsaugojimą, kuo mažesnę neigiamą poveikį aplinkai, teigiamus ekonominius bei socialinius pokyčius kaimiškose teritorijose, sudaryti sąlygas kuo geriau pažinti kraštą ir formuoti jo teigiamą įvaizdį (LR Vyriausybė, 2003).

2015 m. balandžio 2 d. Kauno miesto savivaldybės taryba sprendimu Nr. T-127 patvirtino „*Kauno miesto savivaldybės strateginį plėtros planą iki 2022 metų*“. Strategijoje apibrėžta miesto vizija – „Kaunas – tvarus ir pilietiškas miestas, pažangaus verslo ir inovacijų lyderis, modernios ir įtraukiančios kultūros centras, besimokančių ir laimingų žmonių namai“ (Kauno miesto savivaldybės taryba, 2015). Strategiją sudaro trys prioritetinės sritys:

- tvarios ekonominės raidos skatinimas ir konkurencingumo didinimas;
- sumanios ir pilietiškos visuomenės ugdymas;
- darnus teritorijų ir infrastruktūros vystymas.

Siekiant prioritetinių sričių įgyvendinimo, kiekvienai sričiai buvo išskirti pagrindiniai tikslai ir uždaviniai tiems tikslams pasiekti. Vienas iš prioritetinės sritys, tvarios ekonominės raidos skatinimo ir konkurencingumo didinimo, tikslų – kurti viešąją turizmo informacinę sistemą ir vystyti miesto turizmo rinkodarą. Šis tikslas orientuojasi į vietinį ir atvykstantįjį turizmą, sąlygų jam sukūrimą ir plėtrą. Kartu siekiama didinti Kauno miesto, kaip turistinės vietovės, žinomumą tarptautiniu lygiu, gerinti miesto reputaciją, padidinti atvykstančių į miestą turistų skaičius bei iš turizmo gaunamas pajamas. Tikslui pasiekti yra išsikeltas uždavinys – plėtoti viešąją turizmo ir miesto įvaizdį gerinančią infrastruktūrą ir sudaryti palankias sąlygas turizmo paslaugų plėtrai. Įgyvendinant uždavinį bus gerinama turizmo sektoriaus paslaugų kokybė, darbuotojų gebėjimai, turizmo informacinės sklaidos skatinimas ir palaikymas, Kauno miesto žinomumo ir pasiekiamumo didinimas bei kita veikla susijusi su turizmo plėtra Kauno mieste (Kauno miesto savivaldybės taryba, 2015).

2015 m. gruodžio 23 d. LR ūkio ministras išleido įsakymą „*Dėl Lietuvos turizmo rinkodaros 2016-2020 metų strategijos patvirtinimo*“. Lietuvos turizmo rinkodaros 2016-2020 metų strategija buvo parengta siekiant įgyvendinti Lietuvos turizmo plėtros 2014-2020 metų programą. Strategijos tikslas yra siekti, kad Lietuvos turizmo sektorius būtų konkurencingas, kurio dėka padaugėtų investicijų, išsaugotų gyventojų pajamos, didėtų bendrasis vidaus produktas šalyje bei būtų sprendžiamos regionų ekonominės ir socialinės problemos. Strategijoje numatoma didinti Lietuvos, kaip turistinio regiono, žinomumą, kurti konkurencingus turizmo sektoriaus produktus, užtikrinti efektyvią komunikaciją bei sukurti veiksmingą rinkodaros planą. Šiame dokumente apžvelgiama turizmo vystymasis pasaulio kontekste, analizuojami turizmo vartotojų elgesio pokyčiai, apžvelgiama dabartinė Lietuvos turizmo situacija, atskirai įvertinant atvykstantįjį, vietinį ir išvykstantįjį turizmą ir jų rinkas. Strategijos pabaigoje pateikiami pasiūlymai galintys pagerinti Lietuvos turizmo sektoriaus veiklą, užtikrinti konkurencingumą bei pritraukti naujas investicijas (LR ūkio ministras, 2015).

Kauno miesto savivaldybės taryba 2017 m. vasario 7 d. priėmė sprendimą, kurio patvirtino „*Kauno miesto savivaldybės 2017-2019 metų strateginį veikos planą*“. Šia strategija siekiama užtikrinti teikiamų viešojo administravimo ir viešųjų paslaugų lygį atitinkantį Kauno miesto gyventojų poreikius, kartu plėtojant vietos savivaldą, didinant Kauno miesto patrauklumą bei gerinant gyvenimo kokybę mieste. Šis dokumentas buvo parengtas remiantis *Kauno miesto savivaldybės strateginiu plėtros planu iki 2022 metų* siekiant jame įgyvendinti prioritetinėse srityse numatytus tikslus, uždavinius bei priemones. Parengtame trumpalaikiam 2017-2019 metų Kauno miesto savivaldybės strateginiame plane išskiriamos trys pagrindinės programos, kurios atitinka išsikeltas prioritetines sritis: Ekonominės raidos skatinimo programa, Sumanios ir pilietiškos visuomenės ugdymo programa, Darnaus teritorijų ir infrastruktūros vystymo programa. Kiekvienoje programoje numatyti pagrindiniai įgyvendinimo darbai ir siekiami rezultatai. Siekiant kokybiško Ekonominės raidos skatinimo programos įgyvendinimo, programa yra suskirstyta į keturias veiklos sritis: palankesnių sąlygų verslui sudarymą, investicijų pritraukimą, turizmo skatinimą bei kultūros paslaugų plėtrą. Programa siekiama:

- Skatinti vietinį ir atvykstantįjį turizmą;
- Skleisti informaciją apie Kauno miestą;
- Organizuoti projektus ir renginius kartu bendradarbiaujant su kitais miestais ir regionais;
- Supažindinti visuomenę su Kauno miesto plėtros galimybėmis šalies ir tarptautiniuose renginiuose;
- Ieškoti bendradarbiavimo partnerių užsienyje;
- Skirtas programos lėšas panaudoti plėtojant viešąjį turizmo ir miesto įvaizdį gerinančią infrastruktūrą (Kauno miesto savivaldybės taryba, 2017).

Teisės aktai reglamentuojantys turizmą

Lietuvos aukščiausias įstatymas *LR Konstitucija*, kuri buvo priimta Lietuvos Respublikos piliečių 1992 m. spalio 25 d. referendume, nustato, jog valstybės valdžia Lietuvoje vykdo LR Seimas, LR prezidentas ir LR Vyriausybė, Teismas. Valdžios galios yra apribotos Konstitucijos, o vadžios įstaigos dirba žmonėms. Taip pat, Konstitucijos 32 straipsnis skelbia, jog pilietis gali nevaržomai persikelti ir pasirinkti gyvenamąją vietą Lietuvoje bei laisvai išvykti iš šalies. 46 straipsniu pažymi, jog valstybė remia visuomenei naudingas ūkines veiklas, reguliuoja jas taip, kad tarnautų tautos gerovės, bei draudžia gamybos ir rinkos monopolizaciją ir saugo konkurencijos laisvę (LR Vyriausioji rinkimų komisija, 2015).

LR Seimas 1999 m. birželio 17 d. nutarimu Nr. VIII-1234 patvirtino *LR viešojo administravimo įstatymą*, kuriuo sudaro prielaidas įgyvendinti LR Konstitucijos nuostatą teigiantį, jog visos valdžios įstaigos tarnauja žmonėms. Taip pat, įstatymas nustato viešojo administravimo principus, sritis, subjektus bei administracinių procedūrų organizavimo pagrindus, suteikia teisę asmenims apskūsti viešojo administravimo subjektų veiklą, neveikimą ir sprendimus. Įstatyme apibrėžti viešojo administravimo sistema, subjektai, jų funkcijos. LR viešojo administravimo įstatyme nustatytos pagrindinės administravimo sritys:

- Administracinis reglamentavimas;
- Teisės aktų ir kitų administracinių sprendimų įgyvendinimo kontrolė;
- Administracinių paslaugų teikimas;
- Viešųjų paslaugų teikimo administravimas;
- Viešojo administravimo subjekto vidaus administravimas (LR Seimas, 1999).

Taip pat, įstatymas numato ūkio subjektų veiklos priežiūrą, kuri apima ūkio subjektų konsultavimą, vykdomos veiklos tikrinimą ir vertinimą paremtą teisės aktų nustatyta tvarka bei poveikio priemonių taikymą ūkio subjektams (LR Seimas, 1999).

Vienas svarbiausių turizmo politiką tiesiogiai reglamentuojančių teisės aktų Lietuvoje yra *LR turizmo įstatymas*, kuris buvo priimta 1998 m. kovo 19 d., naujausia jo galiojanti suvestinė redakcija (2015) nuo 2015 m. lapkričio 1 d. 1998 metais įstatymo projektas buvo parengtas remiantis tuo metu galiojusiais Prancūzijos, Italijos, Airijos, Kanados, Norvegijos, Lenkijos teisės aktais bei Pasaulinės turizmo organizacijos rekomendacijomis. Šis įstatymas nustato turizmo verslo organizavimo principus, reikalavimus, turizmo paslaugų teikimui ir turistų teisių apsaugai, valstybės ir savivaldybių institucijų kompetenciją turizmo srityje. Remiantis įstatymu, turizmo politikos valdymas priklauso LR Vyriausybei, Vyriausybės įgaliotai ministerijai, Valstybiniam turizmo departamentui bei savivaldybių institucijoms. Šiuo įstatymu įgyvendinami šie Europos Sąjungos teisės aktai: Tarybos direktyva 90/314/EEB dėl kelionių, atostogų ir organizuotų išvykų paketų, tarybos direktyva 95/57/EB dėl

statistinės informacijos turizmo srityje rinkimo, Komisijos sprendimas dėl Tarybos direktyvos 95/57/EB dėl statistinės informacijos turizmo srityje rinkimo ir Europos parlamento ir Tarybos direktyva 2006/123/EB dėl paslaugų vidaus rinkoje (LR Seimas, 1998).

Dar vienas svarbus teisės aktas turizmo politikos reglamentavimui Lietuvoje yra *LR Civilinis kodeksas* priimtas 2000 m. liepos 18 d., galiojanti suvestinė redakcija nuo 2016 m. pradžios. Direktyva 90/314/EEC yra pirminis teisės aktas, kurio nuostatos yra perkeltos į LR Civilinio kodekso XXXV skyriaus 3 skirsnį Turizmo paslaugų teikimas. Šiame skirsnyje nustatoma: turizmo paslaugų teikimo sutarties samprata, pareiga teikti informaciją, turistinių paslaugų teikimo sutarties forma bei jos turinys, turistų teisė atsisakyti sutarties, kelionių organizatoriaus teisė atsisakyti sutarties, sutarties sąlygų pakeitimas, sutarties šalių pasikeitimas, tinkamas sutarties vykdymas ir atsakomybė už netinkamą jos vykdymą bei draudimas panaikinti ar riboti civilinę atsakomybę (LR Seimas, 2000).

Turizmo sektoriaus reglamentavimas Lietuvoje daugiausiai remiasi LR turizmo įstatymu ir strateginiais dokumentais, kuriuose nurodomi tikslai ir siekiai ateityje. Taip pat, nuo įstojimo į ES Lietuva savo teisinę bazę turėjo pritaikyti pagal ES reikalavimus. Ne išimtis ir turizmo sektorius, kurio teisiniuose dokumentuose atsispindi ES Komisijos ir Tarybos išleistos direktyvos ir komunikatai apibrėžiantys turizmo sektoriaus valdymą.

2.3 Turizmo sektoriaus institucinė sandara ir jos funkcijos

Turizmo sektoriaus veiklą organizuoja ir įgyvendina daug ir skirtingų institucijų, tačiau pati svarbiausia yra Jungtinių Tautų Pasaulio Turizmo Organizacija (toliau – PTO), kuri buvo įsteigta 1970 m. rugsėjo 27 d. Kaip pirmaujanti turizmo organizacija, PTO atsakinga už tvaraus ir visiems prieinamo turizmo užtikrinimą (PTO, 2015). Organizacijos misija – „propaguoti ir plėtoti turizmą, kaip svarbią priemonę, skatinančią taiką ir supratimą, ekonominę plėtrą ir tarptautinę prekybą“ (LRV, 2017). PTO politika ir veikla yra orientuota į darnios turizmo plėtros skatinimą, tyrimus susijusius su turizmu, statistinių duomenų rinkimą, ekonomikos plėtrą, prekybos liberalizavimą, viešojo ir privataus sektorių tarpusavio bendradarbiavimo skatinimą, turizmo paslaugų kokybės užtikrinimą, turizmo veiklos regionuose skatinimą bei su turizmu susijusių mokymų, seminarų, konferencijų organizavimą. Lietuva pirmoji iš Baltijos šalių tapo PTO nare nuo 2003 metų (LRV, 2017). Be Jungtinių Tautų Pasaulio turizmo organizacijos, turizmo sektoriaus veiklą Europos Sąjungoje įgyvendina ir kitos institucijos:

Europos Sąjungos parlamentas – yra teisės aktų leidybos organas ir kartu su Europos Taryba gali priimti ir iš dalies keisti pasiūlymus dėl teisėkūros proceso metu priimamų aktų bei priimti sprendimus dėl ES biudžeto. Be to, prižiūri Komisijos ir kitų ES institucijų veiklą, bendradarbiauja su ES valstybių

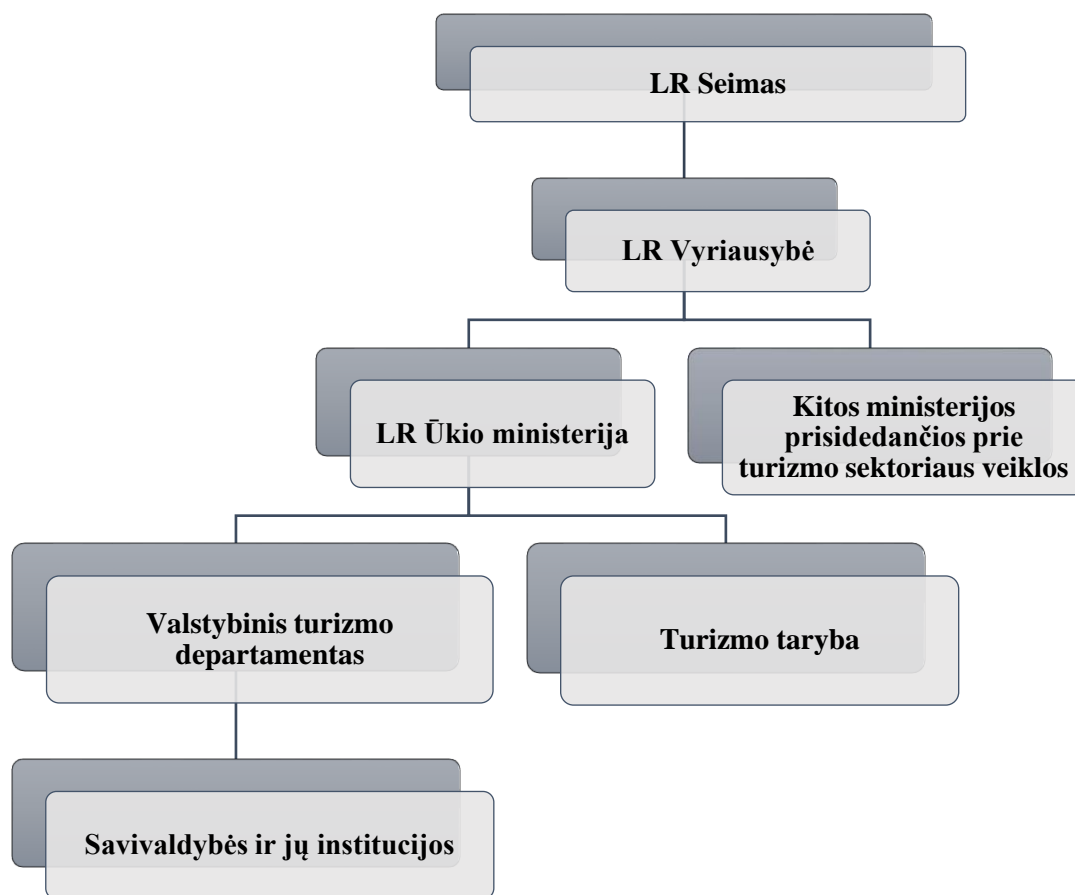
narių parlamentais. Parlamento nariai yra susiskirstę į 20 specializuotų nuolatinių komitetų. Komitetai teikia pasiūlymus dėl teisėkūros procedūra priimamų aktų, siūlo pakeitimus, priima pranešimus, rengia klausymus. Turizmo sektoriui atstovauja transporto ir turizmo komitetas (EP, 2017).

Europos Sąjungos Komisija – įkurta 1958 m. skatina bendrąjį ES interesą, prisideda prie teisės aktų leidybos ir jų siūlymo, karu įgyvendindama politiką, ES biudžetą (ES, 2017). Taip pat, Europos Komisija padeda valstybėms narėms įgyvendinti ES teisės aktus bei kartu su Teisingumo teismu užtikrina, jog būtų laikomasi visų ES teisės aktų (Europa, 2017). Po Lisabonos sutarties (2009) įsigaliojimo, Europos Komisija parengė Europos turizmo strategiją, kurios tikslas išlaikyti Europą pirmoje vietoje, kaip turistinį regioną. Įgyvendinant šią strategiją, Europos Komisija iniciavo daug projektų ir iniciatyvų bei skyrė finansinę paramą turizmui Europos Sąjungoje (Jull, 2015).

Europos Sąjungos Taryba - viena pagrindinių ES institucijų vedanti derybas dėl teisės aktų ir juos priimanti. Koordinuoja valstybių narių politiką tam tikrose srityse: ekonomikos ir fiskalinės, švietimo, kultūros, jaunimo ir sporto, bei užimtumo politikos. Kartu su ES Parlamentu tvirtina ES biudžetą (Consilium, 2014). Kartu su Europos Parlamentu, taryba patvirtina konkrečias valstybių narių priemones, kuriomis siekiama papildyti veiksmus, kuriais būtų pasiekti ES tikslai turizmo sektoriaus srityje (ES, 2012).

Europos Kelionių Komisija – buvo įkurta 1948 m. EKK savo veiklą grindžia remdamasi tikslais: reklamuoti Europą, kaip patrauklią turizmo vietovę, padėti PTO narėms keistis žiniomis ir bendradarbiauti tarpusavyje, suteikti lengva prieigą pramonės partneriams ir kitoms suinteresuotoms pusėms prie atvykstamojo turizmo į Europą duomenų ir statistikos (ECC, 2017).

Lietuvoje turizmo sektorius užima svarbią vietą, kadangi turizmo politika yra svarbi ekonominės politikos dalis, kurią prižiūri ir reguliuoja Vyriausybė. Turizmo sektorius yra glaudžiai susijęs ne tik su ekonomikos sritimi, bet kartu apima ir socialinę ir kultūros aplinkas. Turizmo politika priklauso ne tik nuo Vyriausybės, bet tam įtakos turi ir kitos viešosios įstaigos, privataus sektorius, nevyriausybinių organizacijos, turistai, gyventojų bendruomenės ir patys piliečiai (žr. 2 pav.).



6 pav. Turizmo institucinė struktūra Lietuvoje
(Sudaryta autorės remiantis LR turizmo įstatymu, 1998)

Remiantis LR turizmo įstatymu, pagrindines turizmo valdymo funkcijas atlieka numatytos valdžios institucijos. *Lietuvos Respublikos Vyriausybė* tvirtina turizmo plėtros programą, valstybinės reikšmės projektus susijusius su turizmo, rekreacijos ir kurortų infrastruktūra, kelionių organizatorių rizikos veiksnių nustatymo ir stebėjimo tvarką bei steigia Valstybinį turizmo departamentą ir tvirtina jo nuostatus. *Lietuvos Respublikos Ūkio ministerija* yra įgaliota LR Vyriausybės ministerija turizmo srityje todėl pagrindinės funkcijos yra susiję su strateginiu turizmo veikos planavimu, dalyvavimu formuojant valstybės politiką turizmo, kurortų ir kurortinių teritorijų plėtros srityse, prižiūri šios politikos įgyvendinimą, rengia turizmo sritį reglamentuojančius teisės aktus ir jų projektus, rengia ir teikia Vyriausybei valstybinės reikšmės su turizmu susijusių projektų pasiūlymus, ruošia kelionių organizatorių rizikos veiksnių kriterijus ir stebėseną, dalyvauja ES turizmo politiką formuojančių institucijų veikloje bei įgyvendina ES turizmo srityje reglamentuojamus veiksmus. Taip pat, turi teisę steigti viešąsias įstaigas skirtas turizmo veiklai ir informacijai plėtoti. Tuo tarpu, *Valstybinis turizmo departamentas* taip pat turi daug įtakos turizmo politikos įgyvendinime. Dalyvauja valstybės turizmo politikos ir jos sričių formavimo ir įgyvendinimo veikloje, strateginio planavimo turizmo kūrime, rengia įvairius projektus susijusius su turizmo poilsio infrastruktūros plėtra ir juos įgyvendina, priima teisės

aktus reglamentuojančius turizmo paslaugas, atlieka turizmo paslaugų teikėjų stebėseną, kelionių organizatorių kontrolę, vykdo tyrimus susijusius su turizmo paslaugų kokybe, plečia turizmo paslaugų centrus užsienio šalyse, kontroliuoja ES ir Lietuvos teisės aktų turizmo srityje suderinamumą ir vykdymą ir atlieka kitas įstatyme numatytas funkcijas. Dar viena svarbi institucija Lietuvos turizmo politikos formavime yra *Turizmo taryba*, kurios ne mažiau kaip pusę sudaro turizmo verslo organizacijų atstovai. Turizmo tarybos pagrindinis tikslas yra turizmo plėtros ir skatinimo klausimų nagrinėjimas ir siūlymų teikimas strateginiam Lietuvos turizmo planavimui. Vietos lygmenyje už turizmo formavimą yra atsakinga *savivaldybė ir jos institucijos*. Turizmo verslą skatina kaip naujų darbo vietų ir gyventojų užimtumo priemonę, rengia ir įgyvendina turizmo strategijas, viešosios turizmo ir poilsio infrastruktūros projektus, steigia turizmo informacijos centrus savivaldybėse, prižiūri ir įgyvendina veiklas susijusias su rekreacinių teritorijų apsauga ir naudojimu, atlieka tyrimus susijusius su turizmo išteklių savivaldos ribose, planuoja ir organizuoja stovyklų veiklą ir jas kontroliuoja bei siekdami užtikrinti turistų poilsio rimtį, įstatymų nustatyta tvarka turi teisę sustabdyti darbus, kurie trukdo poilsiui, sezono metu (Seimas, 1998).

Tačiau, be šių institucijų, prie turizmo politikos formavimo ir įgyvendinimo prisideda dar keletas institucijų, kurioms tiesiogiai ar netiesiogiai yra priskiriamos turizmo sektoriaus plėtros funkcijos, kadangi turizmo sektorius apima įvairias sritis ir jose dalyvauja. Taigi, Lietuvos Vyriausybei tenka didelis iššūkis suderinti visų institucijų dalyvaujančių turizmo sektoriuje veiklas ir funkcijas (žr.3 lentelė).

3 lentelė. Lietuvos institucijos ir jų funkcijos turizmo sektoriuje

(Sudaryta autorės remiantis Lietuvos turizmo rinkodaros 2016-2020 metų programa)

Institucijos pavadinimas	Funkcijos ir atsakomybės turizmo sektoriuje
<i>LR Seimas</i>	Leidžia įstatymus ir kitus teisės aktus reglamentuojančius turizmo sektoriaus veiklą
<i>LR Vyriausybė</i>	Atsakinga už turizmo plėtros programas, koordinuoja Valstybinio turizmo departamento vykdomą veiklą
<i>LR ūkio ministerija</i>	Atsakinga už turizmo politikos formavimą ir įgyvendinimą, strateginių turizmo dokumentų rengimą, dalyvauja įgyvendinant ES turizmo politiką formuojančių institucijų veikloje
<i>LR kultūros ministerija</i>	Atsakinga už kultūros objektų panaudojimą turizmo sektoriuje ir už kultūrinio turizmo plėtros priežiūrą
<i>LR sveikatos apsaugos ministerija</i>	Atsakinga už sveikatos turizmo viešosios ir privačiosios infrastruktūros plėtros įgyvendinimą
<i>LR aplinkos ministerija</i>	Atsakinga už gamtinių išteklių panaudojimą turizmo sektoriuje bei už ekologinio turizmo viešosios infrastruktūros plėtros projektus
<i>LR susisiekimo ministerija</i>	Atsakinga už susiekimo infrastruktūros įgyvendinimą ir priežiūrą
<i>LR vidaus reikalų ministerija</i>	Atsakinga už Lietuvos turizmo objektų informacinio ženklavimo sistemos kūrimą ir įgyvendinimą
<i>LR užsienio reikalų ministerija</i>	Atsakinga už tarptautinių turizmo rinkodaros projektų įgyvendinimą ir priežiūrą
<i>Turizmo taryba</i>	Atsakinga už turizmo plėtros ir skatinimo gerinimą ir pasiūlymų teikimą turizmo strategijų kūrime
<i>Savivaldybės ir jų institucijos</i>	Atsakinga už turizmo politikos įgyvendinimą vietos lygmenyje

Apibendrinat, turizmo sektoriaus institucinė struktūra apima ne tik institucijas, kurios yra tiesiogiai įgaliotos aukštesnių organų atlikti turizmo formavimo ir valdymo funkcijas, bet ir tos, kurių veiklos sritis siejasi su turizmo sektoriumi tik iš dalies. Tačiau, siekiant tvarios ir efektyvios turizmo politikos plėtros įgyvendinimo yra svarbu užtikrinti institucijų dalyvaujančių turizmo sektoriuje bendradarbiavimą ir tikslingą funkcijų pasiskirstymą. Institucijų veikla turi būti suderinta ne tik nacionaliniu lygiu, bet ir tarptautiniu, kadangi kiekvieno turistinio regiono sėkmingas turizmo sektoriaus vystymas prisideda prie vis didesnio turistinio regiono turizmo plėtros. Taigi, institucijų dalyvaujančių turizmo sektoriaus valdyme vienas iš prioritetų yra siekti efektyvaus vystymo bendrame turizmo regione suderinant veiksmus ir funkcijas tarpusavyje.

Apibendrinat skyrių, galima teigti, jog turizmo teisinis reglamentavimas yra tikslingai orientuotas į turizmo sektoriaus veiklos vystymą, atsižvelgiant į esamą turizmo situaciją tiek Europos Sąjungoje, tiek Lietuvoje. Lietuvai tapus Europos Sąjungos nare, teisinė turizmo politikos įgyvendinimo bazė buvo

pataisyta remiantis Europos Sąjungos teisiniais dokumentais reglamentuojančiais turizmo sektoriaus veiklą. Vieni svarbiausių turizmo plėtros politikos įgyvendinimo dokumentų – strategijos. Strategijose numatomi tikslai ir uždaviniai, kuriuos įgyvendinus bus pasiekama strategijos misija ir vizija, kas užtikrins turizmo sektoriaus konkurencingumą ir plėtrą konkrečioje vietovėje. Siekiant užtikrinti efektyvią turizmo plėtrą, kiekvienoje politikos srityje yra atsakinga institucija, kuri prižiūri ir koordinuoja įgyvendinamą politiką. Taigi, turizmo politikos plėtra yra paremta teisės aktuose numatytų funkcijų atlikimu ir tarpusavio sutarimu tarp institucijų.

3. KAUNO MIESTO TURIZMO PLĖTROS POLITIKOS ĮGYVENDINIMO VERTINIMAS

Šiame skyriuje aptariama tyrimo metodologija, pasirinktas tyrimo metodas – struktūrizuotas interviu. Analizuojama tyrimo metu surinkti duomenys pagal nustatytus kriterijus. Pirmiausia analizuojama VŠĮ „Kaunas IN“ eksperto požiūris į turizmo plėtros politiką ir galimybes Kauno mieste. Toliau analizuojami interviu metu surinkti turizmo verslo atstovo duomenys ir galiausiai pateikiama nepriklausomo turizmo eksperto nuomonė apie Kauno miesto turizmo plėtros politikos įgyvendinimą ir galimybes. Skyriaus pabaigoje pateikiamos išvados ir rekomendacijos, kuriomis vadovaujantis būtų galima pagerinti turizmo sektoriaus plėtrą Kauno mieste.

3.1 Tyrimo metodologija

Siekiant išanalizuoti dabartinę turizmo politikos įgyvendinimo situaciją Kauno mieste, buvo atliktas tyrimas, pasirinkus kokybinio tyrimo metodą. Kokybinis tyrimas buvo pasirinktas todėl, jog atliekant tokius tyrimus, duomenys dažnai būna pilni detalių ir smulkmenų, kurios leidžia lengviau suprasti respondentų požiūrį, lengviau įsigilinti, pateikiama daugiau ir gilesnės informacijos lyginant su kiekybiniais tyrimo metodais. Sociologų teigimu, kokybinis tyrimo metodas pasižymi kokybe, kadangi objektas yra būtent tas, o ne kitas daiktas ir tuo išsiskiria iš kitų daiktų (Tidikis, 2003). Kokybiniai tyrimai leidžia atskleisti problemos priežastis ir pasekmes, bei nustatyti aplinkybes palaikančias problemos egzistavimą tam tikroje srityje. Todėl, norėdami įvertinti Kauno miesto turizmo plėtros politikos galimybes, remiantis vietos turizmo ekspertų ir verslo sektoriaus atstovų nuomone, buvo pasirinktas kokybinis tyrimo metodas.

Tyrimo tikslas: išanalizuoti dabartinę Kauno miesto turizmo plėtros politikos įgyvendinimą .

Tyrimo objektas: Kauno miesto savivaldybės turizmo plėtros politika.

Tyrimo metodai:

- Struktūrizuotas interviu;
- Tyrimo duomenų analizė.
- Antrinių duomenų analizė.
- Stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizė.

Atliekant kokybinį tyrimą, buvo pasirinkta apklausos rūšis – interviu. Interviu yra abipusis susitarimas tarp asmens imančio interviu ir respondento, kitaip tariant tai tyrėjo inicijuotas pokalbis interviu technika tarp dviejų asmenų. Interviu metu galima labiau pažinti apklausiamąjį asmenį, tačiau šiuo metodu yra mažesnės galimybės apklausti didesnę skaičių asmenų negu naudojant anketinę apklausą. Interviu galima suskirstyti į keturis tipus:

1. Struktūrizuotas interviu, kada visi klausimai ir struktūra yra apibrėžti iš anksto, o tyrimo metu mažai kas kinta;
2. Nestruktūrizuotas interviu, kai klausimai yra užduodami laisva forma, priklausomai kinta nuo pokalbio tyrimo eigoje.
3. Neprimestinis interviu, kilęs iš psichiatrijos, kadangi tyrėjas nesivadovauja nustatyta pokalbio struktūra, o labiau atsižvelgia į respondento pokalbio linkmę;
4. Kryptingas interviu, kai didelis dėmesys tenka į gaunamus subjektyvius respondento atsakymus apie tyrėjui jau žinomą situaciją taip darant išvadas ar išsikeltos hipotezės pasitvirtino ar ne (Kardelis, 2002).

Interviu metodas yra labiau personalizuotas negu anketavimo metodas, kadangi jo metu yra tiesiogiai bendraujama su tiriamuoju asmeniu, stebima jo reakcija ir veiksmai uždavus klausimus. Interviu gali vykti namuose ar darbo vietoje, telefonu, paštu ar naudojant informacines technologijas, kaip internetas ir kompiuteris (Bhattacharjee, 2012). Todėl, šis kokybinio tyrimo metodas yra patogus ir nereikalaujantis didelio pasiruošimo tiek tyrėjui, tiek asmenims dalyvaujantiems jame.

Struktūrizuoti interviu yra labiausiai formalūs ir griežtai apibrėžti, klausimai gali būti atviri – leidžiantys respondentui atsakyti savais žodžiais, bet gali būti ir uždari, verčiantys respondentui pasirinkti tarp nustatytų atsakymų (Estenberg, 2002). Struktūrizuoto interviu metu visiems respondentams užduodami vienodi klausimai ta pačia seka.

Tyrimo klausimyną sudarė 13 struktūrizuotų klausimų. Rengiant klausimyną buvo atsižvelgiama į tyrimo tikslą, tam jog interviu metu būtų gauta kuo daugiau naudingos informacijos galinčios identifikuoti problemos gilumą ir reikšmę visuomeniniame kontekste. Klausimai buvo sudaromi remiantis teisiniu turizmo sektoriaus reglamentavimu ir teorinėmis turizmo plėtros politikos vystymo žiniomis. Be to, klausimai buvo sudaromi taip, kad atitiktų analizės metu naudojamus kriterijus.

Tyrimo uždaviniai:

- 1) Išanalizuoti Kauno miesto turizmo sektoriaus plėtros politikos galimybes.
- 2) Nustatyti Kauno miesto turizmo plėtros politikos gerinimo kryptis.

Imties tūris ir pasirinkimo būdai. Tyrimo imtį sudarė trys ekspertai: 1) Kauno miesto įmonės VšĮ „Kaunas IN“ turizmo skyriaus vyriausioji projektų vadovė; 2) kelionių organizatoriaus ir kelionių pardavimo agento UAB „Mūsų odisėja“ direktorė; 3) nepriklausoma turizmo ekspertė, KTU alumnų asociacijos narė. Tyrimo imtis buvo pasirinkta tikslingai ir leidžia daryti teisingas išvadas ir rekomendacijas turizmo plėtros politikos įgyvendinimui Kauno mieste. Struktūrizuoto interviu trukmė nuo 30 iki 45 min. Interviu buvo atliekamas 2017 m. balandžio – gegužės mėnesiais.

Tyrimo eiga. Tyrimas buvo atliekamas suskirsčius jį į kelis etapus:

1. Apklausos metodo pasirinkimas;
2. Klausimyno sudarymas;
3. Surinktų tyrimo duomenų analizė;
4. Gautų rezultatų apibendrinimas ir išvados.

Tyrimo metu buvo laikomasi pagrindinių socialinių tyrimų etikos principų – sąžiningumo, privatumo, duomenų tikslumo, pagarbos (Kardelis, 2002). Atliekant tyrimą buvo gerbiamas kiekvieno respondento privatumas ir kiekvienas jų buvo informuotas apie atliekamo tyrimo pobūdį ir tikslą. Tyrimo duomenys buvo renkami planingai, iš anksto susitarus tyrimo vietą ir laiką.

Kokybinio tyrimo, struktūruoto interviu, klausimynas buvo parengtas tikslingai remiantis teorinėmis žiniomis ir teisiniu turizmo sektoriaus reglamentavimu, kad tyrimo metu būtų atskleistos pagrindinės turizmo plėtros politikos kryptys ir ypatybės leidžiančios daryti tikslingas išvadas ir rekomendacijos turizmo plėtros gerinimui (žr. 4 lentelė).

4 lentelė. Struktūruoto interviu klausimyno sudarymo pagrindimas

(Sudaryta autorės)

Interviu klausimo nr.	Klausimo tikslas
1, 8	Įvertinti turizmo politikos teisinį reglamentavimą
3, 7, 8	Įvertinti viešojo sektoriaus vaidmenį turizmo sektoriuje
2,11, 12	Įvertinti dabartinę vykdomą turizmo politiką Kauno mieste
5, 6, 9	Įvertinti turizmo sektoriaus plėtros trūkumus ir problemas
4, 10, 13	Nustatyti turizmo plėtros galimybes Kauno mieste

Viešojo sektoriaus atstovais buvo pasirinkta viešoji įstaiga „Kaunas IN“, kuri šiuo metu atlieka savivaldybės turizmo skyriaus vaidmenį. Įmonės tikslas yra skatinti miesto verslo, turizmo ir tarptautinės rinkodaros plėtrą ir pasirūpinti palankių sąlygų sudarymu veiklai įgyvendinti. „Kaunas IN“ taip pat yra

atsakingas už miesto investicinio patrauklumo didinimą ir tarptautinių investicijų pritraukimą, verslo plėtrą ir skatinimą, atvykstamojo ir vietinio turizmo vystymą. Be to, siekia gerinti miesto įvaizdį, kaip patrauklią ekonomikos kūrimo vietą. VšĮ „Kaunas IN“ teikia gidų paslaugas, prekiauja suvenyrais ir dovanų kuponais, rezervuoja viešbučius Kaune ir Lietuvoje, organizuoja ekskursijas pavieniams asmenims ir grupėms tiek Kauno mieste, tiek Lietuvoje, teikia informaciją apie turistines vietas ir objektus Kauno mieste ir yra atsakinga už Kauno miesto pristatymą potencialiems investuotojams (Kaunas IN, 2017).

Turizmo verslo atstovais buvo pasirinkta UAB „Mūsų odisėja“ kelionių organizatorius ir kelionių pardavimo agentas užimantis atvykstamuoju ir vietiniu turizmu. Įmonė įsikūrusi nuo 1997 m. yra viena iš ekskursijų ir kelionių po Lietuvą lyderių, turinti daugiau nei 100 maršrutų. Pagrindinės įmonės veiklos kryptys:

- Ekskursijos po Lietuvą (edukacinės, pažintinės, degustacinės, teatralizuotos ir teminės) kurių metu supažindinama su Lietuvos kraštu ir kultūra;
- Ekskursijos po Pabaltijo šalis (Lietuvą, Latviją ir Estiją) aplankan žymiausias jų vietas ir objektus;
- Egzotinės kelionės į Madagaskarą;
- Kursai gidams ir kelionių vadovams;
- Turizmo specialistų kvalifikacijos kėlimas.

„Mūsų odisėja“ komandą sudaro turizmo profesionalai, kurie yra puikūs savo srities žinovai ž, galintys patenkinti net išrankiausius klientus, nustebinti naujomis idėjomis ir maršrutais, bei suteikti galimybę pakeliauti neakivaizdiniu būdu (Mūsų Odisėja, 2017).

Norėdami išanalizuoti turizmo sektoriaus veiklą iš neutralios pozicijos, tyrimo dalyve buvo pasirinkta nepriklausoma turizmo ekspertė, kuri nepriklauso nei viešajam, nei privačiam turizmo sektoriui, tačiau žino turizmo sektoriaus veiklą ir svarbą tiek miesto, tiek valstybės lygmenyje. Nepriklausomos turizmo ekspertės nuomonė yra svarbi tyrimui, kadangi jos išsakoma nuomonė yra nešališka nei viešojo, nei privataus sektorių kontekste.

3.2 Tyrimo rezultatų analizė

Tyrimo rezultatų analizę galima suskirstyti į du etapus – tyrimo duomenų surinkimą ir turimų duomenų analizavimą. Tyrimo duomenys buvo renkami trimis etapais: iš viešojo sektoriaus, iš verslo sektoriaus ir iš nepriklausomo turizmo eksperto. Tyrimo metu surinkti duomenys analizuojami pateikiant lentelėse, remiantis interviu klausimynu, suskirsčius į tris dalis: kriterijus, subkriterijus ir

teiginys. Be to, papildoma ir kitais tyrimo metu gautais duomenimis bei įžvalgomis. Tyrime dalyvavo trys turizmo sektoriaus ekspertės, visos iš jų buvo moterys, įgijusios aukštąjį išsilavinimą.

„Kaunas IN“ turizmo skyriaus vyriausios projektų vadovės požiūris į turizmo valdymą Kauno mieste

Kauno miesto savivaldybėje nuo 2016 metų visas turizmo funkcijas perdavė naujai įkurtai įstaigai „Kaunas IN“, kurios pagrindiniai tikslai yra investicijų pritraukimas ir turizmo skatinimas Kauno mieste. „Kaunas IN“ atsirado panaikinus Kauno turizmo ir informacijos centrą bei panaikinus turizmo skyrių Kauno miesto savivaldybėje. Miesto savivaldybė toliau atlieka įstatymo numatytas funkcijas ir kuruoja įstaigos veiklą. Todėl, atliekant tyrimą ir buvo pasirinkta ši įstaiga, kadangi visa veikla susijusi su turizmo plėtra ir vystymu Kauno mieste yra čia vykdoma.

Lietuvoje svarbiausias įstatymas nuo 1998 m. reglamentuojantis turizmą yra LR turizmo įstatymas. Kiekvienas dirbantis viešajame turizmo sektoriuje turi būti susipažinęs ir gerai žinoti šio įstatymo nuostatas, bei funkcijas. Todėl, interviu pradžioje, turizmo skyriaus vyriausiajai projektų vadovei buvo užduodamas klausimas apie LR turizmo įstatymo tinkamumą: *„Kaip manote, ar LR turizmo įstatymas tinkamai reglamentuoja turizmo sektoriaus veiklą Lietuvoje?“* (žr. 5 lentelė).

5 lentelė. Turizmo sektoriaus teisinis reglamentavimas
(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo sektoriaus teisinis reglamentavimas	„Manau, kad tinkamai, nes čia apibrėžtos visos turizmo paslaugų teikėjų sritys <...> kaip ir kokie teikėjai gali būti klasifikuojami, nustatomos tvarkos. Tokiu atveju išlaikoma aukšta tokių paslaugų kokybė, išlaikomas vientisumas šalyje, aiškumas“.

Projektų vadovė teigiamai vertina LR turizmo įstatymą ir jame nustatytas nuostatas. Ji taip pat pabrėžė, jog tinkamas įstatymo reguliavimas padeda išlaikyti tvarką ir aiškumą sektoriuje ir kitoje veikloje susijusioje su turizmu. Jos nuomone įstatymas turi nustatyti aiškias ribas ir normas, kad būtų užtikrinta aukšta teikiamų paslaugų kokybė ne tik atskirame turistiniame regione, bet ir visoje šalyje.

LR turizmo įstatyme yra nustatytos savivaldybių institucijų funkcijos turizmo sektoriuje, kurias kiekviena iš institucijų turi tinkamai vykdyti. Analizuojant turizmo plėtros politikos įgyvendinimo problemą Kauno mieste, svarbu ne tik išsiaiškinti ar savivaldybė tinkamai įgyvendina jai priskiriamas funkcijas ir atsakomybes, bet kartu sužinoti ar savivaldybės institucijos laikosi įstatyme numatytų normų ir funkcijų. Vėl „Kaunas IN“ yra viena iš savivaldybės kuruojamų įstaigų, todėl įstaigos atstovės buvo klausama, „Ar Kauno miesto savivaldybės institucijos tinkamai įgyvendina ir laikosi įstatyme numatytų funkcijų?“ (žr. 6 lentelė).

6 lentelė. Kauno miesto savivaldybės institucijų funkcijų laikymasis

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Kauno miesto savivaldybės institucijų LR turizmo įstatymo nuostatų laikymasis	„Taip manau, kad tinkamai, šių funkcijų pakanka turizmo vystymui mieste. <...> skatinti turizmo verslą, darbo vietų kūrimą, gyventojų užimtumą, įgyvendinti įvairius turizmo projektus, steigti turizmo informacijos centrus<...>“.

Respondentės teigimu, Kauno miesto savivaldybės institucijos tinkamai vykdo LR turizmo įstatyme nustatytas funkcijas ir jų pilnai pakanka užtikrinti kokybišką turizmo sektoriaus plėtrą šalyje. Tačiau pridūrė, jog šioje srityje taip pat dar galima tobulėti, tačiau, tai galima įgyvendinti tik padidinus finansavimą. Todėl, galime daryti prielaidą, jog norint ne tik išlaikyti jau esamą turizmo sektoriaus padėtį, bet ją kartu skatinti ir tobulinti, būtini finansiniai ištekliai leidžiantys įgyvendinti turizmo sektoriaus plėtros tikslus.

Turizmo politikos vykdymas ne visuomet yra sėkmingas ir atnešantis rezultatus, kurių buvo tikimasi pradžioje. Tačiau, norint, kad politikos įgyvendinimas vyktų kuo efektyviau ir sklandžiau reikia žinoti, kokios pagrindinės grėsmės ir pasekmės gali iškilti netinkamai įgyvendinant numatytus turizmo plėtros politikos tikslus. Interviu metu, respondentės buvo klausama, *kokias, jos nuomone, pasekmes gali sukelti netinkamai vykdoma turizmo politika* (žr. 7 lentelė).

7 lentelė. Netinkamai vykdomos turizmo politikos padariniai

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Netinkamai vykdomos turizmo politikos pasekmės	„<...>nevystant turizmo projektų, gali kristi turistų srautai mieste, svetingumo verslas negauti pajamų, ekonominis smukimas<...>“.

Pirmiausia, turizmo atstovės teigimu, netinkamas turizmo politikos vykdymas atsilieptų atvykstančių į miestą turistų skaičiui, kadangi miestas nebūtų patrauklus lankytojams ne tik savo išvaizda ar infrastruktūra, bet teikiamų paslaugų kokybe, kainų lygiu ir laisvalaikio pramogų trūkumu. Iš to automatiškai mažėtų pajamos surenkamos per turizmą, kadangi mažiau lankytojų, mažesnis suteikiamų paslaugų kiekis, mažesnė konkurencija. Dalis turizmo verslo įmonių ir įstaigų būtų priversti stipriai sumažinti kainas arba visai nutraukti savo veiklą Kauno mieste. Todėl, galima teigti, jog netinkamas turizmo politikos vykdymas ne tik sumažintų lankytojų skaičių Kauno mieste, bet ir sumažintų miesto, kaip patrauklios vietovės – tiek kelionių, tiek investicijų atžvilgiu, įvaizdį.

Toliau, viešojo sektoriaus atstovės buvo klausama, *kaip vertina dabartinę Kauno mieste vykdomą turizmo politiką*. Šiuo metu, Kauno miesto savivaldybė inicijuoja projektą „Iniciatyvos Kaunui“. Šio projekto tikslas Kauno miesto problemų sprendimas bendradarbiaujant su nevyriausybinėmis organizacijomis ir miesto bendruomene. Šio programos įgyvendinimo laikotarpiu, miesto savivaldybė skiria finansavimą projektams, skirtiems spęsti aktualias problemas, paremtas konkrečių rezultatų siekimu, o ne pačias organizacijas (Kaunas, 2017). Tyrimo dalyvės teigimu, turizmo politika Kauno mieste įgyvendinama yra puikiai, kadangi pati dalyvauja ir prisideda prie šios politikos vykdymo ir įgyvendinimo, todėl žino kokie veiksmai ir priemonės yra naudojamos turizmo sektoriaus skatinimui ir plėtrai. Be to, respondentės buvo klausama apie Kauno miesto savivaldybės indėlį turizmo plėtros organizavime: „*Jūsų nuomone, ar Kauno miesto savivaldybė pakankamai prisideda prie turizmo plėtros organizavimo ir įgyvendinimo?*“ (žr. 8 lentelė).

8 lentelė. Kauno miesto savivaldybės vaidmuo turizmo sektoriuje

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Subkriterijus	Teiginys
Kauno miesto savivaldybės vaidmuo turizmo sektoriuje	Skiriamas finansavimas	„Kauno miesto savivaldybė prisideda prie turizmo skatinimo politikos, finansuodama VŠĮ „Kaunas IN“ veiklą“. „Savivaldybė ir toliau kuruoja įstaigos veiklą, bei atlieka turizmo įstatyme numatytas funkcijas“.
	Vykdoma veikla	„Savivaldybė taip pat gana intensyviai prisideda prie turizmo infrastruktūros plėtros: susisiekimo gerinimas, kelių infrastruktūra, dviračių takai, laivyba, akcentai ir iniciatyvos“.

Respondentės nuomone, Kauno miesto savivaldybė daug prisideda prie turizmo sektoriaus plėtros Kaune. Pirmiausia, Kauno miesto savivaldybė skiria finansavimą VŠĮ „Kaunas IN“, kadangi tai viena iš svarbiausių įstaigų Kauno mieste, kuri atsakinga už turizmo plėtrą. Be to, šiai įstaigai yra perduotos visos turizmo funkcijos, kurios anksčiau priklausė Kauno miesto savivaldybės turizmo skyriui. Nors savivaldybės turizmo skyriaus jau nebėra, tačiau, pati savivaldybė toliau atlieka įstatyme numatytas funkcijas ir prižiūri įstaigos veiklą. Be to, Kauno miesto savivaldybė prie turizmo sektoriaus plėtros prisideda ne tik skirdama finansinę paramą, tačiau yra atsakinga už turizmo infrastruktūros Kauno mieste plėtrą. Daug dėmesio skiriama susisiekimo ir kelių gerinimui, dviračių ir pėsčiųjų takų rengimui, laivybos veiklos gerinimui ir kitoms turizmo iniciatyvoms įgyvendinti. Tai patvirtina kitas Kauno miesto savivaldybės vykdomas projektas „Kaunas tvarkosi“. Šios programos metu yra tvarkoma miesto infrastruktūra – pastatai, gatvės, šaligatviai, parkai ir dviračių takai. Kauno miesto savivaldybė siekdama skatinti šios programos veiklą skiria kasmetinį finansavimą kiekvienai iš sričių (žr. lentelė).

9 lentelė. Projekto „Kaunas tvarkosi“ įgyvendinimas

(Sudaryta autorės ,remiantis Kauno miesto savivaldybės duomenimis)

Sritis	Skirtas finansavimas	Rezultatas
Pastatai	400 tūkst. eurų (2016 m.)	K. Donelaičio g. 19, Gedimino g. 1 (Karmelitų bažnyčia), Laisvės al. 27, Nemuno g. 37, Laisvės al. 99, A. Mickevičiaus g. 4 (Kauno centro poliklinika), Rotušės a. 8 (Kauno Jėzuitų bažnyčia), Karo ligoninės g. 3, Kęstučio g. 72 („AMLIT“ pastatas), Kurpių g. 18, Laisvės al. 25, Laisvės al. 31, V. Putvinskio g. 60, Rotušės a. 12 ir kiti.
Gatvės	Nuo 2015 m. padvigubintas biudžetas skirtas gatvių tvarkymui	Nuo 2015 m. sutvarkyta daugiau negu 200 Kauno miesto gatvių (Žvaigždžių g., Titnago g., Tirkliškių g., K. Škirpos g., Šiaurės pr., R. Kalantos g., Kuršių g., Pakraščio g. ir kitos) ir tiek pat įvažiavimų į kiemus.
Šaligatviai	1,2 mln. eurų (2016 m.)	Baltų pr. ties Nr. 44, Karaliaus Mindaugo per. 54 link Kaunakiemio g., Kuršių g., Piliakalnio g., Vaidoto g. (Nuo Birutės g. iki Vaidoto g. 8A).
Parkai	Dainavo parkui (660 tūks. eurų)	Kalniečių parkas, Dainavos parkas.

Plėtojant turizmo sektorių yra svarbu įvertinti ir žinoti savo vietovės trūkumus ir privalumus. Kiekviena turistinė vietovė turi savo išteklius ir objektus, kurie daro ją išskirtine ir patrauklia atvykstantiems lankytojams, todėl vyriausiosios projektų vadovės buvo klausama: „*Kaip manote, kokie pagrindiniai Kauno miesto turizmo sektoriaus pranašumai?*“ (žr. 10 lentelė).

10 lentelė. Kauno miesto išskirtinumas

(sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Kauno miesto išskirtinumas	„Kaunas išskirtinis miestas, tarp dviejų upių, žalias, akademinis, galintis pasigirti išskirtine tarpukario architektūra, senamiesčiu, aukšta svetingumo įstaigų aptarnavimo kokybė, prieinama kaina, išskirtiniai maršrutai, asmenybės, Sugihara, Laisvės alėja, Diplomatinis Kaunas, Tarpukario Kaunas, Gatvės menas, IX fortas, muziejai, kultūriniai renginiai“.

Respondentė teigimu, Kauno miestas yra išskirtinis, pradant palankia jo geografine vietoje, nes yra įsikūręs ant dviejų upių santakos. Taip pat, mieste gausu išskirtinių senos architektūros kūrinių, daug mokslo įstaigų, pradant darželiais ir mokyklomis, baigiant kolegijomis ir universitetais. Be to, respondentė pažymi, jog Kauno mieste išskirtinis dėmesys skiriamas paslaugų teikimo sferoje, kadangi aukštas svetingumo kultūros lygis, patrauklios paslaugų kainos, daug žymių objektų ir lankytinų vietų, muziejų gausa ir renginių įvairovė.

Kriterijus	Teiginys
Turizmo sektoriaus valdymas Kauno mieste	„Turizmo politikos valdymo klaidų Kaune neakcentuočiau“.

Paklausus „Kaunas IN“ atstovės, „Kokias pagrindines turizmo politikos valdymo klaidas ir problemas galima pastebėti Kauno mieste?“, ji jų neišskyrė (žr. 11 lentelė). Tačiau paminėjo, jog vienas iš pagrindinių ir svarbiausių trūkumų, kuris daro įtaką turizmo plėtros politikos vystymui yra netinkamas turizmo skatinimas ir nepakankamas finansavimas rinkodaros srityje. Galime daryti prielaidą, jog turizmo sektoriaus veikloje susijusioje su skatinimu yra spragų, kurias reikia pašalinti. Taip pat, norėdami išspręsti rinkodaros finansavimo problemą, galima arba didinti skiriamą finansavimą, arba surasti naujus finansų šaltinius, kurie būtų suinteresuoti į turizmo plėtrą.

Kauno miesto savivaldybė yra parengusi „Kauno miesto savivaldybės strateginį planą iki 2022 metų“. Plane yra nustatytos prioritetingos sritys ir tikslai, kuriais siekiama įgyvendinti miesto viziją. Vienas iš strateginio plano tikslų – „Kaunas – konkurencingas kultūrinio ir konferencijų turizmo traukos centras“ yra orientuotas į turizmo sektoriaus veiklą. Interviu metu uždavus klausimą *ar Kauno miesto savivaldybė įgyvendindama turizmo plėtros politiką atsižvelgia į šį tikslą?* VŠĮ „Kaunas IN“ atstovės teigimu, tikslą siekiama įgyvendinti pasitelkiant sektorių tarpusavio bendradarbiavimą ir vystant kultūrinį ir pažintinį turizmą. Galime daryti prielaidą, jog tikslingas uždavinių atlikimas leis pasiekti tikslą, kuris padės miestui priartėti prie siekiamos vizijos (žr. 12 lentelė).

12 lentelė. Kauno miesto savivaldybės strateginio plano iki 2022 metų tikslų įgyvendinimas

Kriterijus	Teiginys
Kauno miesto savivaldybės strateginio plano iki 2022 metų turizmo tikslo siekimas	„Taip, atsižvelgia. Plėtoja kultūrinio ir pažintinio turizmo infrastruktūrą, vykdo marketingo strategiją, bendradarbiauja su privačiu sektoriumi<...>“.

Plėtojant turizmo sektorių yra svarbu ne tik viešojo sektoriaus veikla, bet ir bendradarbiavimas su kitais sektoriais. Todėl, tyrimo eigoje buvo klausama, *su kokiomis problemomis dažniausiai susiduria Kauno mieste esantys turizmo paslaugų teikėjai? Ar miesto savivaldybė sudaro tinkamas sąlygas naujoms turizmo verslo įmonėms?* (žr. 13 lentelė).

13 lentelė. Turizmo verslo įmonių situacija Kauno mieste

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo verslo įmonių padėtis Kauno mieste	„<...> miesto savivaldybė sudaro tinkamas sąlygas. Žinoma, visada yra kur tobulėti, kurti naujus skatinimo modelius“.

Nuo 2013 m. iki 2015 m. Kauno mieste veikiančių kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių skaičius išsaugo nuo 59 iki 64 įmonių mieste. Nors palyginat su Vilniaus mieste esančiu kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių įmonių skaičiumi yra daugiau negu tris kartus mažiau, tačiau lyginant su kitu didžiuoju Lietuvos miestu – Klaipėda, tai sudaro beveik tris kartus tokio tipo įmonių (LST, 2016). Todėl, galima teigti, jog Kauno miesto savivaldybė sukuria sąlygas ir suteikia galimybes kurtis ir veikti turizmo verslo įmonėms ir agentūroms mieste. Tačiau, visuomenės poreikiams ir norams augant reikia skatinti kuo įvairesnių paslaugų ir pramogų užtikrinimą mieste, todėl yra būtina kurti naujus modelius, kurie pritrauktų daugiau naujų ir įdomesnių verslo atstovų tam, kad kiekvienas atvykęs į Kauno miestą galėtų pasirinkti tokias paslaugas ir pramogas, kurios tenkintų jų turimus poreikius ir būtų prieinamos pagal jų turimas pajamas.

Turizmo sektoriaus plėtra yra orientuota į miesto, kaip patrauklios, įdomios ir paslaugų įvairovę siūlančios vietovės, pateikimą miesto lankytojams. Plėtojant turizmą daug dėmesio skiriama ne tik paslaugų kokybės gerinimui, pramogų pasiūlos didinimui, bet ir miesto infrastruktūros, kultūros kūrimui. Miesto įvaizdis – tai ne tik tvarkinga aplinka, paslaugos, patogus susisiekimas, bet ir vietos gyventojai, kurie yra dalis miesto. Todėl, plėtojant turizmo sektorių, reikia nepamiršti ir miesto gyventojų, kurie taip pat turi savo norų ir lūkesčių. Tyrimo metu, respondentės buvo klausiami: „*Kaip manote, ar turizmo plėtros planavimas Kauno mieste atsižvelgia į vietos gyventojų turimus tikslus ir poreikius?*“. Pašnekovės teigimu, įgyvendinant turizmo plėtrą Kaune – kuriant viešąją turizmo infrastruktūrą, yra atsižvelgiama į vietos gyventojus ir jų poreikius.

Konkurencingumas yra vienas iš rodiklių, kuriais remiantis galima nustatyti miesto patrauklumą kitų vietovių atžvilgiu. Kauno miestas yra konkurentas ne tik Lietuvos miestams ir miesteliams, bet ir užsienio miestams. Todėl, norint išlikti konkurencingu turizmo sektoriuje, yra svarbu identifikuoti pagrindinius konkurencingumo veiksnius (žr. 14 lentelė).

14 lentelė. Turizmo sektoriaus konkurencingumo veiksniai

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo sektoriaus konkurencingumo veiksniai	„Politiniai, ekonominiai, socialiniai veiksniai: Miesto palaikymas, turizmo politika, infrastruktūros kokybė, tiesioginių skrydžių plėtra, marketingo strategija, vidiniai veiksniai: aukštos kokybės turizmo paslaugos, vietovės specifika, viešo ir privataus sektoriaus bendradarbiavimas <...>“.

Konkurencingumo veiksnius, kaip juos ir išskyrė respondentė, galima suskirstyti į dvi grupes: išorinius ir vidinius. Būtina įvertinti abi konkurencingumo veiksmų grupes, kadangi šios dvi grupės yra tarpusavyje stipriai susiję ir jeigu viena iš grupių bus neįvertinta, kitos grupės veiksniai bus neefektyvūs turizmo plėtros skatinime.

Nors Kauno turizmo sektorius pastaruoju metu sulaukia vis daugiau dėmesio, tačiau turizmo plėtrą vis tiek būtina skatinti toliau. Interviu pabaigoje turizmo skyriaus vyriausiosios projektų vadovės buvo prašoma įvardinti *kokiomis priemonėmis ir veiksmais būtų galima pagerinti ir paskatinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kauno mieste*. Respondentė, kaip pagrindinę priemonę, akcentavo sektoriaus finansavimo didinimą. Taip pat, paminėjo, jog dar reikia gerinti susisiekimo infrastruktūrą, skatinti miesto įvaizdžio gerinimą bei daugiau dėmesio skirti miesto pristatymui ir reklamai (žr. 15 lentelė).

15 lentelė. Priemonės turizmo sektoriaus gerinimui Kauno mieste

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Priemonės ir veiksmai padėsiantys pagerinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kaune	„<...> finansavimo klausimas, skatinant tiesioginių skrydžių pritraukimą, infrastruktūros gerinimą, turizmo produktų kūrimą, marketingo srityje ir taip toliau.“

Apibendrinant, galima teigti, jog VšĮ „Kaunas IN“ turizmo sektoriaus vyriausioji projektų vadovė yra susipažinusi su turizmo sektorių reglamentuojančiais teisės aktais ir juos išmano. Turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kauno mieste vertina gana pozityviai, tačiau daug kur pabrėžė finansavimo trūkumą. Be to, kaip tobulintiną sritį išskyrė turizmo infrastruktūrą ir paslaugų kokybę.

UAB „Mūsų Odisėja“ vadovės nuomonė apie turizmo plėtrą Kauno mieste

Turizmo sektoriuje didelį vaidmenį atlieka privatus sektorius, kadangi jo dėka yra sukuriama naujų darbo vietų, teikiamos paslaugos - transporto, kelionių organizavimo, apgyvendinimo, maitinimo ir dar

daugelis kitų. Todėl norint išanalizuoti turizmo sektoriaus plėtros politikos galimybes Kauno mieste buvo pasirinkta UAB „Mūsų Odisėja“. Interviu metu į klausimus atsakinėjo bedrovės direktorė.

Tyrimo pradžioje buvo užduodamas klausimas apie LR turizmo įstatymą, siekiant sužinoti *ar tinkamai reglamentuoja turizmo sektoriaus veiklą Lietuvoje*. Vadovės teigimu, turizmo sektorius yra reglamentuojamas tinkamai, kadangi įstatyme yra pateikiamos nuostatos, kuriomis vadovaujantis tvarkoma teisinė turizmo sektoriaus pusė, t .y. visa dokumentacija, jos kontrolė ir kita. Tačiau, respondentė pabrėžė, jog įstatymas tik tam ir yra, o veiklos susijusios turizmo paslaugų rengimu, kaip ekskursijos rengimo taisyklės, įstatymas nenustato (žr. 16 lentelė).

16 lentelė. LR turizmo įstatymo tinkamumas

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo sektoriaus teisinis reglamentavimas	„Teisiniu požiūriu taip. <...> kaip išsiimti licencijas, kaip ten jas kontroliuoti, viskas yra tvarkoj <...> reglamentuoja tiktais teisine bazę ir viskas“.

Interviu metu buvo klausama *ar Kauno miesto savivaldybės institucijos tinkamai įgyvendina ir laikosi įstatyme numatytų funkcijų*. UAB „Mūsų odisėja“ vadovės teigimu, institucijos laikosi joms paskirtų kompetencijų ir nemato jokių trūkumų jų veikloje (žr. 17 lentelė). Taip pat, neišskyrė jokių papildomų funkcijų, kurių galėtų papildomai imtis savivaldybės institucijos sėkmingam turizmo sektoriaus valdymui. Taigi, galime daryti išvadą, jog Kauno miesto savivaldybės institucijos tinkamai įgyvendina ir laikosi LR turizmo įstatymo nustatytų normų ir funkcijų.

17 lentelė. Kauno miesto savivaldybės institucijų funkcijų laikymasis

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Kauno miesto savivaldybės institucijų LR turizmo įstatymo nuostatų laikymasis	„Viską gerai, viskas tvarkoj čia. Kolkas pakanka.“

Nors turizmo politikos valdymo didelių klaidų ir neišskyrė, tačiau svarbu žinoti, kokios pasekmės gali atsirasti netinkamai įgyvendinant turizmo politiką mieste (žr. 18 lentelė). Kaip ir minėjo anksčiau tiek viešojo sektoriaus atstovė, tiek verslo sektoriaus atstovė, kaip pagrindinę grėsmę išskiria turistų skaičiaus sumažėjimą mieste. Taip pat, tai iškart įtakos padarytu ir verslo sektoriui, kadangi sumažėjęs turistų skaičius mieste, sumažintų paklausą turizmo paslaugų sektoriuje, kas priverstų verslo sektoriaus atstovus dar stipriau konkuruoti tarpusavyje, mažinti kainas ir tai privestų prie dalies verslo atstovų

bankroto ir pasitraukimo iš turizmo sektoriaus rinkos. Be to, sumažėjęs turistų srautas sumažintų ir gaunamas pajamas į miesto biudžetą, kas stipriai atsispindėtų miesto ekonomikoje. Tačiau, vertinant dabartinę turizmo sektoriaus veiką ir remiantis 2015 metų duomenimis, galime teigti, jog turizmo sektoriaus indėlis į šalies biudžetą didėja, kadangi lyginant su 2014 m. turizmo sektoriuje sukurta pridėtinė vertė išaugo 2,2 proc. ir sudarė 1 mlrd. 41 tūkst. eurų šalies pridėtinės vertės (LSD,2016). Taigi, galime daryti išvadą jog dėl netinkamo turizmo politikos valdymo, kas metus šalis prarastų apie 3 proc. pridėtinės vertės.

18 lentelė. Netinkamai įgyvendinamos turizmo politikos padariniai

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Netinkamai vykdomos turizmo politikos pasekmės	„Turistų atbaidymą. Ir verslo atstovų bankrutavimą.“

Uždavus klausimą *kaip vertinate dabar vykdomą Kauno miesto turizmo politiką*, UAB „Mūsų odisėja“ direktorė atsiliepė teigiamai (žr. 19 lentelė). Jos nuomone, dabar Kauno mieste vykdoma turizmo politika yra pagerėjusi, kadangi daug dėmesio skiriama turizmo infrastruktūros gerinimui, padidėjo rengiamų renginių skaičius. Be to, pažymėjo, jog daug padėjo bendradarbiavimas su užsienio rinkomis. Kaunas keičiasi ne tik savo išvaizda, bet ir susisiekimo klausimais, viskas krypsta į gerąją pusę.

19 lentelė. Turizmo politika Kauno mieste

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo politikos vykdymas Kauno mieste	„Gerai. <...> man labai patinka, nes jaučiamas „pajudėjimas“, labai gerinama infrastruktūra, kreipiamas didelis dėmesys, organizuojama labai daug renginių. <...> aktyviai dirbama su užsienio rinkomis, daug aktyviau, kurios pritraukia turistus. <...> išklausoma mūsų nuomonė. <...> man tai labiausiai patinka, kad Kaunas gražėja, infrastruktūra gerėja, patogiau turistams keliauti. Taip, kad jei vertinu, tai labai teigiamai“.

Siekiant įvertinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimo galimybes Kaune, yra svarbu sužinoti *ar Kauno miesto savivaldybė pakankamai prisideda prie turizmo plėtros organizavimo ir įgyvendinimo* (žr. 20 lentelė). Prieš tai tyrimo metu sužinojus viešojo sektoriaus atstovės atsakymą į šį klausimą, jis taip pat buvo užduotas ir privataus sektoriaus atstovei.

20 lentelė. Kauno miesto savivaldybės vaidmuo turizmo sektoriuje

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Subkategorija	Teiginys
Kauno miesto savivaldybės vaidmuo turizmo sektoriuje	Skiriamas finansavimas	„<...> įkurtas toksai vat būtent „Kaunas IN“, kurio vienas iš tikslų skatinti turizmą per investicijų pritraukimą. Nu tai jie irgi rašo kažkokius tai projektus, aktyviai dalyvauja ten su Japonija, labai didelis dėmesys skiriamas, būtent važiuoja net atskiri darbuotojai, paskiri kurie atsakingi ir kurie skatina turizmą iš Japonijos.“
	Vykdoma veikla	„<...> prisideda labai daug infrastruktūroj. Kas buvo iki šio, labai apleista buvo, labai blogi keliai, nebuvo tualetų, gatvės duobėtos, nėra kur autobusų statyti ir taip toliau. Dabar vat, tos problemos sprendžiamos, kažkokie privažiavimai, asfaltuojama, gražinama, fasadai tvarkomi, nu infrastruktūros požiūriu šimtas balų.“

Kauno miesto savivaldybė pastaruoju metu daug dėmesio skiria miesto išvaizdos ir kelių infrastruktūros priežiūrai. Respondentės teigimu, tam daug įtakos padarė atėjęs naujas meras su komanda, kadangi prieš tai buvę valdžios atstovai nebuvo kompetentingi šiuo klausimu ir nežinojo, kaip tinkamai pritraukti investicijas į miestą. Taigi, galime daryti prielaidą, jog savivaldybės veikla priklauso ne tik nuo nustatytų veiklų įgyvendinimo, bet ir nuo pačių asmenų, kurie parengė tuos veiksmus ir žino, kaip tinkamai juos įgyvendinti išgaunant optimaliausią naudą.

Tyrimo eigoje, buvo klausama: *Kokias pagrindines turizmo politikos valdymo klaidas ir problemas galima pastebėti Kauno mieste?* Nors respondentė ir neišskyrė turizmo politikos valdymo klaidų Kauno mieste, tačiau išskyrė sritis kurias būtų galima patobulinti siekiant kokybiškesnio turizmo politikos valdymo mieste. Jos teigimu, trūksta bendradarbiavimo tarp verslo sektoriaus dalyvių, kurie šiuo metu tik konkuruoja dėl savęs. Kiekvienas siekia pritraukti turistus žemesnėmis kainomis pasiūlant daugiau patogumų turistui. Tokia konkurencija, dažnai turizmo sektoriaus verslo dalyvius priveda prie bankroto. Taip pat, verslo atstovės teigimu, trūksta bendrų turizmo sektoriaus dalyvių sezoninių aptarimų, kurių metu būtų aptariamai sezono pradžioje tikslai, o sezono pabaigoje rezultatai, pasidalinama gerą patirtimi su kitais dalyviais. Be to, pastebi, kad informacija iš savivaldybės apie susirinkimus susijusius su turizmo veikla pasiekia ne visus turizmo dalyvius ir nėra aišku, kas tai įtakoja (žr. 21 lentelė). Todėl, galima daryti prielaidą, kad turizmo politikos valdymas Kaune nėra tolygus ir apimantis visus suinteresuotus turizmo sektoriaus dalyvius, kas be abejonės neužtikrina pilnavertiškos turizmo plėtros mieste.

21 lentelė. Turizmo sektoriaus valdymo klaidos Kauno mieste

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo sektoriaus valdymas Kauno mieste	„Sakykim ne klaidas, o aš galvoju sakyčiau gal, nu kaip pagerinti dar. Aš nesakyčiau kad klaidos yra, aš pasakyčiau, kaip dar pagerint.“ „Nu dar nėra tokio bendradarbiavimo, tarp verslo atsovų bet visų sričių, bet nežinau kas tai turi imtis iniciatyvos. Nežinau, ar tai savivaldybės būtų funkcija<...>“ „<...> komunikacija biški šlubuoja iš savivaldybės, organizuoja kažkokius susitikimus ir pavyzdžiui ne visi gauna tuos kvietimus, tada klausimas, pagal kokius kriterijus jie atsirenka, kurie nežinomi.“

Kauno miesto savivaldybė rengdama miesto strateginį planą, vieną iš tikslų skyrė turizmo sektoriaus gerinimui – „*Kaunas – konkurencingas kultūrinio ir konferencijų turizmo centras*“. Tikslą įgyvendinimui yra išskirti du uždaviniai, vienas jų atsižvelgia į turizmo infrastruktūros plėtrą, o kitas į teikiamų turizmo paslaugų plėtrą ir jų kokybės užtikrinimą. UAB „Mūsų odiseja“ vadovės teigimu, yra siekiama šio tikslo įgyvendinimo, kadangi mieste daug dėmesio yra skiriama infrastruktūros gerinimui, kurio dėka didelė dalis gatvių jau yra sutvarkyta arba dar tvarkoma. Taip pat, gerinant paslaugų kokybę yra atsižvelgiama į turistų poreikius, todėl po vėlyvų renginių mieste važiuoja naktiniai autobusai leidžiantys turistams patogiau ir pigiau pasiekti savo gyvenamas vietas (žr. 22 lentelė). Taigi, galime daryti prielaidą, jog Kauno miesto savivaldybė siekia savo išsikeltų tikslų įgyvendindama jiems numatytus uždavinius pasirinktomis priemonėmis.

22 lentelė. Kauno miesto savivaldybės strateginio plano iki 2022 m. įgyvendinimas

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Kauno miesto savivaldybės strateginio plano iki 2022 metų turizmo tikslo siekimas	„Atsižvelgia, aišku. Ir infrastruktūra, ir privažiavimai, naktiniai autobusai iš po renginių Žalgirio arenos važiuoja ir viskas tvarkoj šitoj vietoj.“

Kiekvienas regionas ir vietovė, kurioje yra plėtojamas turizmas, turi gerai žinoti veiksnius, kuriais gali išsiskirti iš kitų jiems panašių vietovių ar regionų siekiant tinkamai konkuruoti. Todėl, privataus sektoriaus atstovės buvo klausama, kokie yra Kauno miesto turizmo sektoriaus pranašumai. Kauno miestas pasižymi susisiekimo infrastruktūros patogumu, kultūriniu paveldu, bei gamtos ištekliais. Be to, pašnekovės teigimu, reikia įvertinti ir tai, kad netoliese yra Birštono kurortas, turime dideles marias, zoologijos ir botanikos sodus. Be to, Kauno mieste esantys architektūros paminklai bus įtraukti į UNESCO kultūros paveldą (žr. 23 lentelė).

23 lentelė. Kauno miesto išskirtinumas turizmo sektoriuje

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Kauno miesto išskirtinumas	„Aš tai matau vien pranašumus. Vien. <...> strategiškai geroje vietoje <...> turimes savo oro uostą, kuris yra šalia Kauno. Toliau, mes turime daugiausiai muziejų Lietuvoje, kaip miestas. Toliau, mes esam labai patrauklus ir žalias, todėl kad visai šalia mūsų, visai šalia yra toksai Birštonas, ir Kauno marių regioninis parkas, ir botanikos sodas, ir zoologijos sodas. <...> turim labai daug visokių SPA ir grožio, nu sakykim, industrijos, nu kur galima nueiti ten ir pasimasažuoti, ir pasipliūškenti, ir pasitinginiauti vakarais. Bet turim daug, sakykime, vietų kur galima kultūriškai, renginių ir vietų. <...> Vyksta, sakykime, ir muzikos festivaliai, ir ten dailės festivaliai ir ten įvairūs sporto renginiai.“

Turizmo sektoriuje svarbią vietą užima verslo sektorius. Jo dėka yra kuriamos ir teikiamos įvairios turizmo paslaugos: apgyvendinimas, maitinimas, transportas, pramogos ir kita. Be to, nuo verslo sektoriaus veiklos priklauso ir miesto ekonominė padėtis, kadangi kuo daugiau verslo atstovai savo paslaugomis pritraukia klientų (turistų), tuo miesto ekonomika gauna didesnę naudą. Todėl, tyrimo eigoje, verslo sektoriaus atstovės, buvo klausama *ar miesto savivaldybė sudaro tinkamas sąlygas naujoms turizmo verslo įmonėms?* (žr. 24 lentelė). Respondentės teigimu, savivaldybė nesudaro trukdžių verslo atstovams kurtis Kauno mieste. Tačiau, VšĮ „Kaunas IN“, kuri kuruoja miesto savivaldybė turistams siūlo ekskursijas po Kauno miestą, kas pasak verslo atstovės yra ne viešojo sektoriaus funkcija. Todėl, tai iš dalies sudaro nepatogumų ir konkuruoja su verslo sektoriumi, kadangi viešojo sektoriaus paslaugos yra kur kas pigesnės ir labiau prieinamos didesniai turistų skaičiui. Taigi, galime daryti išvadą, jog viešojo sektoriaus veikla apima ne tik turizmo sektoriaus koordinavimą ir valdymą, bet atlieka ir dalį verslo sektoriui priklausančios veiklos.

24 lentelė. Privataus sektoriaus situacija Kauno mieste

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo verslo įmonių padėtis Kauno mieste	„Tikrai, stabdymų nėra, čia ne miesto funkcija yra įsikurti ar neįsikurti <...> .“ „<...> „Kaunas IN“ aš nežinau ar jis tą daro ar ne, bet dubliuota buvo verslininkų veiklas, organizuoja gidų kursus, parduoda lėktuvo bilietus, toliau, kuria turistinius maršrutus ir patys organizuoja ekskursijas, tai vat čia kažkokia visiška nesąmonė, nes čia yra ne valstybinės institucijos tikslas toksai. Tai vat jie kaip ir dubliuoja, kadangi jie gauna finansavimą iš savivaldybės, patalpų nemokamų, tai jų kainos yra daug pigesnės ir jie tampa labai rimti konkurentai bet aš dabar nežinau, ar „Kaunas IN“ bedarys šita, o gal nebedarys šitų dalykų“.

Konkurencingumas yra vienas svarbiausių turizmo sektoriaus veiksnių, kuris nurodo vietovės galimybę konkuruoti su kitomis į ją panašiomis vietovėmis. Konkurencingumo veiksnių įvertinimas ir panaudojimas leidžia būti pranašesniu miestu už kitus, todėl yra svarbu žinoti kokie tai yra veiksniai ir juos tinkamai integruoti į turizmo valdymo sistemą vietovėje. Nors konkurencingumą apima daug veiksnių, kaip paslaugų kokybės ir įvairovės būvimas, vietovės įvaizdis, išskirtinumas ir kita, tačiau, kaip interviu metu išskyrė verslo sektoriaus atstovė, miesto žinomumas yra svarbus veiksnys, ypač užsienio turistams. Dauguma labiausiai lankomų vietovių turi savo išskirtinumo (žinomumo) objektus, todėl paminėjus juos iš karto žinoma, kokiame tai mieste ar šalyje. Nors Kaunas ir žinomas, kaip laikinoji Lietuvos sostinė Lietuvos gyventojams, tačiau dažnas užsienio gyventojas nežino kokioje šalyje jis yra, ar visai nežino kas ta Lietuva. (žr. 25 lentelė). Taigi, galima teigti, jog siekiant padidinti Kauno miesto konkurencingumą yra būtina skatinti miesto žinomumą – skleisti informaciją ir reklamuoti per įvairiausias žiniasklaidos ir internetinės erdvės šaltinius.

25 lentelė. Turizmo sektoriaus konkurencingumo veiksniai

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo sektoriaus konkurencingumo veiksniai	„Konkurencingumą įtakoja viskas.<...> Tai vadinasi miesto žinomumas, tai jau čia savivaldybės ir viešojo sektoriaus funkcija, kad miestas būtų žinomas, tai šitoj vietoj gerai viską daro, kad atvažiuotų iki mūsų, kad pritrauktų tuos turistus“.

Interviu pabaigoje respondentės buvo klausiami *kokiomis priemonėmis ir veiksmais būtų galima pagerinti ir paskatinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kauno mieste*. Jos teigimu, reikėtų rengti susitikimus, kurie skatintų bendradarbiavimą tarp turizmo sektoriaus dalyvių. Jų metu būtų vertinama, kaip vieniems ar kitiems sekėsi sezono metu, būtų aptariama su kokiomis problemomis teko susidurti ir būtų ieškoma bendro jų sprendimo (žr. 26 lentelė). Taigi, galima daryti išvadą, jog norint pagerinti turizmo sektoriaus plėtros politikos įgyvendinimą Kaune reikia sutelkti visus turizmo sektoriaus dalyvius kartu ir skatinti geranorišką tarpusavio bendradarbiavimą.

26 lentelė. Turizmo sektoriaus tobulinimo priemonės

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Priemonės ir veiksmai padėsiantys pagerinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kaune	„<...> kad būtų va tas, kaip sakykime bendradarbiavimas, sezono atidarymas –uždarymas, kurio metu mes aptartume, kaip mums sekėsi ir ką mes matom geriau, arba ką mes matom blogiau.“

Apibendrinat galima teigti, jog vadovė išmano ir žino turizmo sektoriaus teisinę bazę ir aktyviai prisideda prie turizmo plėtros skatinimo Kauno mieste. Nors ji turizmo politikos vykdymą Kauno mieste vertina teigiamai, o Kauno miestą įvardina kaip daug privalumų ir galimybių turintį miestą, tačiau pastebi ir keletą turizmo sektoriaus formavimo ir valdymo vietų, kurias yra būtina tobulinti ir stiprinti. Net ir palyginti mažai reikšmingos klaidos ar netikslumai, laiko bėgyje gali virsti pagrindinėmis turizmo sektoriaus silpimo priežastimis į jas laiku ir tinkamai nesureagavus.

Nepriklausomos turizmo ekspertės nuomonė apie turizmą Kauno mieste

Išanalizavus turizmo sektoriuje dalyvaujančių viešojo ir privataus sektorių atstovų nuomonę apie turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kauno mieste, yra svarbu sužinoti ir turizmo eksperto, nepriklausančio nei viešajam nei privačiajam sektoriui, nuomonę.

Interviu pradžioje, kaip ir visų tyrimo dalyvių, buvo klausiama apie LR turizmo įstatymo reglamentavimo tinkamumą. Ekspertės teigimu, įstatymas šiuo metu reglamentuoja visas privalomas funkcijas, kurios yra reikalingos turizmo sektoriaus veiklai vykdyti. Tačiau pastebi, kad pats įstatymas buvo keistas ir papildytas jau ne vieną kartą dėl vis kintančios aplinkos ar įvykių (žr. 27 lentelė). Todėl galime daryti prielaidą, jog turizmo įstatymo pakeitimai užtikrina tinkamą turizmo sektoriaus veiklą, kadangi keičiant ar pildant įstatymą yra atsižvelgiama į iškilusias problemas ir veiksnius, kurie sukuria problemas tikslingam turizmo sektoriaus vystymui.

27 lentelė. Turizmo sektoriaus teisinis reglamentavimas Lietuvoje

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo sektoriaus teisinis reglamentavimas	„<...> įstatymas buvo keičiamas atsižvelgiant visą laiką į tam tikrą situaciją.“ „Ar reglamentuoja tinkamai, visada yra sudėtinga pasakyti, tol kol neiškyla tam tikros problemos. Kai išškyla problemos, tada žiūrime ko įstatyme trūksta.“ „<...> kol kas jis reglamentuoja tai, kas yra privaloma – kokios funkcijos, kas atlieka ir taip toliau.“

Kauno miesto savivaldybės institucijos – savivaldybės taryba ir administracija, yra atsakingos už įstatyme nustatytų nuostatų laikymąsi. Ekspertės teigimu, jie tą tikslingai ir daro, kadangi skatina turizmo verslą ir jo neriboja, rūpinasi miesto infrastruktūra, rengia ir įgyvendina įvairius projektus ir kita. Savivaldybės ir jos institucijų vaidmuo yra svarbus ne tik pačiam miestui, bet ir pačiai valstybei, kadangi savivaldos veiksmai ir padaryti darbai šalies valdžiai parodo koks iš tikrųjų yra miestas. Miesto savivaldybė yra atsakinga, kaip ją įvertins aukštesni valdžios organai, ko pasekmėje tai suteiks daugiau

galimybių gauti ne tik didesnę paramą miestui, bet ir padės pritraukti daugiau investicijų ir naujovių, kurios tik pagerins miesto įvaizdį ir veiklą (žr. 28 lentelė).

28 lentelė. Kauno miesto savivaldybės institucijų veikla

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Kauno miesto savivaldybės institucijų LR turizmo įstatymo nuostatų laikymasis	<p><...> nemanyčiau, kad mūsų savivaldybė trukdo turizmo verslui. <...> be abejo aišku savivaldybės žingsniai pritraukti ar pigias avialinijas ar kitas avialinijas į Kauno miestą, kaip oro uosto veikla tai būtų dar didesnis žingsnis<...>“.</p> <p>„Ar, tarkim įgyvendina ir rengia viešosios ir turizmo infrastruktūros projektus? Be abejo, dviračių takai, parkai, tai kas pritaikoma tiek... tai kas gerina gyvenimo kokybę miesto gyventojui, turi įtakos ir turistui, nes tarkime vaikščiojant po miestą ir matant sutvarkytus parkus, padailintas pagrindines gatves, miesto tos laisvalaikio zonos ir taip toliau, tarkime Kauno pilies, Laisvės alėjos ir taip toliau. Be abejo, tai prisideda prie turizmo politikos.“</p>

Turizmo politikos įgyvendinimas yra glaudžiai susijęs su miesto įvaizdžio ir infrastruktūros kūrimu. Formuojant miesto įvaizdį – tvarkinga aplinka, keliai, patogus susisiekimas, viešasis transportas, paslaugų gausa, jų kokybės ir kainos santykis ir visa kita prisideda prie turizmo vystymo mieste. Tai paminėjo ir ekspertė, kuomet buvo klausama apie vykdomą turizmo politiką Kaune. Todėl yra labai sunku išskirti, kas yra daroma tik dėl turizmo gerinimo, o kas ne, kadangi kuo miestas yra tvarkingesnis, įdomesnis ir kitaip patrauklesnis žmonėms, tuo daugiau juo susidomi ir kiti žmonės, kurie negyvena šiame mieste (žr. 29 lentelė). Taigi, galima teigti, jog sparčiai tvarkomos Kauno miesto gatvės, renovuojami architektūros paminklai, gražinama Laisvės alėja – yra dalis vykdomos turizmo politikos, kurią galima vertinti teigiamai.

29 lentelė. Turizmo politika Kauno mieste

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo politikos vykdymas Kauno mieste	<p>„Turbūt išskirti, kaip vieną turizmo politiką sudėtinga būtų, nes turizmas apskritai yra labai tokia sakykim plati, didelė sistema ir jai turi labai daug įvairių dalykų dalykai poveikyje. Visų pirma paties miesto įvaizdžio formavimas, miesto infrastruktūros tvarkymas jau prisideda prie turizmo vystymo<...>“</p>

Interviu metu, uždavus klausimą apie Kauno miesto savivaldybės vaidmenį turizmo sektoriuje, ekspertė savivaldybės darbą įvertino puikiai, kadangi mieste yra organizuojama daug įvairiausių renginių, yra informacijos centrai, kuriuose galima pasiteiravus sužinoti visą reikalingą informaciją apie apgyvendinimo galimybes, maitinimą, transportą, pramogas ir kitas reikalingas turistams paslaugas (žr.

30 lentelė). Taip pat, vėl pabrėžiama infrastruktūros svarba, kuri formuoja miesto įvaizdį ir užtikrina patogų susisiekimą mieste. Be to, nors miesto savivaldybės vaidmuo yra didelis ir svarbus turizmo sektoriaus plėtroje, tačiau daug priklauso ir nuo pačių turistų, kadangi kiekvienas asmuo turi skirtingus tikslus ir poreikius, todėl nors ir turėdami daug renginių, puikią infrastruktūrą negalime garantuoti, jog visi atvykę keliautojai bus patenkinti. Todėl galime daryti išvadą, jog kuriant miesto įvaizdį, paslaugas, infrastruktūrą yra svarbu, jog visa tai būtų įgyvendinama ne tik kiekybiniu aspektu, bet ir atsižvelgiama į kokybės ir įvairovės kūrimą. Tokiu atveju miestas taptų patrauklesnis ne tik vietos gyventojams, bet ir užsieniečiams, kurie turi skirtingus poreikius ir tikslus.

30 lentelė. Kauno miesto savivaldybės vaidmuo plėtojant turizmo sektorių

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Subkategorija	Teiginys
Kauno miesto savivaldybės vaidmuo turizmo sektoriuje	Vykdoma veikla	„Kauno savivaldybė tvarkosi puikiai ir tai atsiliepia tiems bet kuriems aspektams<...>.“ „<...> renginius turime, centrus turime, infrastruktūra sutvarkyta <...>“.

Viešojo sektoriaus svarba turizmo vystyme užima didelę vietą, kadangi viešojo sektoriaus subjektai dažniausiai yra atsakingi už visus priimamus sprendimus susijusius su miesto nuosavybe ir veikla. Dažnai seni ir apleisti pastatai būna nugriaunami ir vietoje jų pastatomi nauji verslo centrai. Tačiau, kaip teigia turizmo ekspertė, tinkamai neįvertinus tokių objektų ar gamtos išteklių jie būna sunaikinami negrįžtamai. Kas kitu atveju būtų panaudojami, kaip traukos į miestą veiksniai (žr. 31 lentelė). Taigi, netinkamai ir neapgalvotai priimami politiniai sprendimai gali paveikti ne tik ekonominę, sociokultūrinę aplinkas, bet ir fizinę. Norint to išvengti būtina politinius sprendimus pagrįsti ir įvertinti prieš juos realizuojant veikloje.

31 lentelė. Netinkamas turizmo politikos vykdymas

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Netinkamai vykdomos turizmo politikos pasekmės	„Be abejo, tai gali turėti pasekmių ekonomikai, sociokultūrinei aplinkai ir fizinei. Tarkime, jeigu žiūrėt iš tos pusės sakykime, kad tarkim neadekvačiai panaudojami kultūros objektai, kultūriniai objektai, gamtiniai išteklių dėl netinkamos politikos jie gali būti sunaikinami. Jei norima panaudoti visai kitais tikslais nugriaunama ar dar kažkas performuojama, tai tokia aš matyčiau daugiau fizinei aplinkai sukelti. Be abejo, tai atsilieptų ir ekonomikai<...>“

Kauno mieste svarbiausias dokumentas yra Kauno miesto savivaldybės strateginis plėtros planas iki 2022 metų. Jame yra išskirtas tikslas - „*Kaunas – konkurencingas kultūrinio ir konferencijų turizmo traukos centras*“. Turizmo ekspertės buvo klausama, ar Kauno miesto savivaldybė įgyvendindama turizmo plėtros politiką atsižvelgia į šį tikslą. Tikslas yra siekiama, kadangi daug dėmesio skiriama Kauno iniciatyvos paraiškoms. Be to, pramogų pasiūla mieste iš tiesų yra nemaža ir įvairi, todėl kiekvienas atvykęs į Kauną gali rasti jam patinkančią pramogą ar veiklą (žr. 32 lentelė).

32 lentelė. Kauno miesto savivaldybės strateginio plano iki 2022 metų turizmo tikslas

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Kauno miesto savivaldybės strateginio plano iki 2022 metų turizmo tikslo siekimas	„Nu taip <...> visos tos paraiškos Kauno iniciatyvai, renginių rėmimas, renginių gausa Kaune, aš manau tai irgi vienas iš traukos tokių šaltinių<...>“.

Taip pat, galima paminėti, jog Kauno 2022 metais tapimas Europos kultūros sostine sutelks didesnę susidomėjimą iš užsienio valstybių. Todėl, tai skatins dar labiau siekti užsibrėžto tikslo įgyvendinimo ir sėkmingo uždavinių vykdymo.

Tyrimo metu analizuojant turizmo politikos plėtros įgyvendinimą Kauno mieste yra svarbu sužinoti, kokios miesto savybės ar objektai gali tapti plėtros gerinimo galimybėmis. Turizmo ekspertės teigimu, nors Kauno miestas ir nėra kurortinis, neturi jūros, tačiau jį iš kitų galima išskirti dėl turimo kultūrinio paveldo gausos. Kauno mieste gausu architektūros paminklų – Šv. Gertrūdos bažnyčia, Soboras, Šv. Petro ir Povilo arkikatedra bazilika, Rotušė ir kiti, kuriuos žadama įtraukti į UNESCO kultūros paveldą. Taip pat, Kauno miestą išskirtiniu daro yra tinkama komunikacija ir reklama į išorinę aplinką apie miestą ir jo galimybes. Be to, ekspertės teigimu turizmo galimybes padidina ir iniciatyvų bei projektų steigimas ir įgyvendinimas (žr. 33 lentelė). Taigi, galime išskirti, jog Kauno miestą išskirtiniu daro ne tik konkretūs objektai – architektūra, bet ir tikslingai vykdoma valdžios veikla, iniciatyvų kūrimas ir jų realizavimas mieste.

33 lentelė. Kauno miesto išskirtinumas turizmo sektoriuje

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Kauno miesto išskirtinumas	„<...> mūsų kultūrinis paveldas, kurį turbūt puikiai žinote.<...> Tarpukario tas visas paveldas jisai traukia ir tai ką turime – tuos visus architektūrinius paveldo objektus jie ištikrųjų lemia tą atraktyvumą, pranašumą Kauno, plus gebėjimas tai komunikuoti. <...> kultūrinis paveldas tai išskirtinumas. Kitas - pats mūsų mero vaidmuo, aišku tai užsienio turistams nėra motais, bet sakau, dar kartą, visos savivaldybės darbas sukuria miesto įvaizdį, kas tampa patrauklu ir turbūt tada ta komunikacija į išorę apie miestą ir jo galimybes vėl gi sudaro privalumus. Negana to <...> Kaunas ėmėsi įvairių tų iniciatyvų ir projektų bei paraiškų. Iniciatyvos Kaunui kurios vienaip ar kitaip iš dalies siejasi su turizmu. Tam tikros paraiškos steigtos tam tikroms veikloms jos stiprina ir turizmo galimybes Kaune.“

Verslas turizmo sektoriuje yra pagrindinis veiksnys, todėl būtina sudaryti palankias sąlygas jo plėtrai. Interviu metu turizmo ekspertės buvo klausama *su kokiomis problemomis dažniausiai susiduria Kauno mieste esantys turizmo paslaugų teikėjai*. Pašnekovės teigimu, ji negali išskirti problemų su kuriomis susiduria turizmo teikėjai Kaune, kadangi daugiau įtakos tam gali turėti valstybės vykdoma politika. Kaip pavyzdį išskyrė galimą alkoholio kontrolės įstatymo pataisą - leisiančia alkoholiu prekiauti tik stacionariose kavinių patalpose. Šios pataisos priėmimas apribotų daugelį verslo sektoriaus atstovų, kurie užsiima maitinimo paslaugomis. Be to, dalis verslininkų prarastų savo klientus, kadangi dalis turistų pasirinktų kitas kavines ar maitinimo įstaigas, kuriose būtų galimybė įsigyti alkoholio (žr. 34 lentelė). Taigi, galima teigti, jog turizmo verslo įmonėms įtakos turi ne tik pačio miesto vykdoma politika, bet ir politiniai sprendimai priimami šalies mastu. Nors Kauno mieste nėra pastebima problemų ar kliūčių turizmo verslo sektoriaus veiklos įgyvendinimui, tačiau bendri šalies įstatymai gali neigiamai įtakoti jų veiklą.

34 lentelė. Kauno miesto verslo įstaigos turizmo sektoriuje

(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo verslo įmonių padėtis Kauno mieste	„Nežinau Kauno mieste turizmo teikėjų problemų. Turbūt turizmo paslaugų teikėjams daugiau problemų gali sudaryti šalies politika. Tarkime, maitinimas nepriskiriama, nu jisai toks viešasis maitinimas yra ir turistams, ir miesto gyventojams ir tarkime alkoholio draudimas, vartojimas ir taip toliau, kavinėse ten man atrodo lauko, be abejo sumažins.“

Kaip prieš tai apklausoje dalyvavę respondentai, taip pat ir nepriklausoma turizmo ekspertė, užavus klausimą: *„Kokie veiksniai įtakoja turizmo sektoriaus konkurencingumą?“* pabrėžė, kad

veiksnių yra daug ir įvairiausių. Pasak jos, turizmo konkurencingumui daug įtakos daro ne tik politiniai, teisiniai, ekonominiai veiksniai, bet ir turizmo klasterių susikūrimas. Kaip jau išsiaiškinome prieš tai, bendradarbiavimas su kitais sektoriais ir institucijomis turi daug įtakos sėkmingai turizmo sektoriaus plėtrai. Nepaisant sektorių skirtumų, kiekvienas jų yra naudingas kitam, kadangi savivaldybė norėdama sutvarkyti miesto infrastruktūrą turi bendradarbiauti su verslo sektoriumi, kuris įgyvendina numatytus viešojo sektoriaus tikslus. Verslo sektorius, norėdamas išlikti miesto rinkoje taip pat turi atsižvelgti į miesto įstatymus ir tvarką (žr. 35 lentelė). Taigi, galima daryti išvadą, jog siekiant užtikrinti Kauno miesto konkurencingumą turizmo sektoriuje, visi sektoriaus dalyviai turi būti vieningi ir bendromis pastangomis siekti bendro tikslo – Kauno miesto konkurencingumo užtikrinimo, kas garantuotų kiekvieno iš turizmo sektoriaus dalyvių naudos gavimą.

35 lentelė. Turizmo sektoriaus konkurencingumą lemiantys veiksniai
(Sudaryta autorės)

Kriterijus	Teiginys
Turizmo sektoriaus konkurencingumo veiksniai	„<...>veiksnių yra labai daug, mes galime imti tuos pačius makro veiksnius - politinius, teisinius sprendimus, ekonominius, mes galime imti turizmo infrastruktūros kokybinius aspektus kaip tokius reglamentavimą, apgyvendinimui, kainos aspektą. Tai daugelis veiksnių lemia sektoriaus konkurencingumą. Kitas dalykas, turizmo sektoriaus konkurencingumui gali turėti labai didelės įtakos būtent turizmo klasterių susidarymas, kas tarkim tų turizmo įmonių bendradarbiavimas, kooperacija kartu su viešosioms organizacijoms ir mokslo institucijoms gali padėti sukurti geresnius turizmo produktus.“

Tyrimo pabaigoje, apžvelgus visus su turizmo plėtros politikos įgyvendinimu susijusius aspektus Kauno mieste, turizmo ekspertės buvo prašoma įvardinti jos nuomone galimas turizmo sektoriaus plėtros galimybes mieste. Respondentės teigimu, vienas iš svarbiausių veiksnių buvo neseniai įgyvendintas – Kauno tapimas Europos kultūros sostine 2022 metais. Tai buvo pasiekta tikslingai ir efektyviai įgyvendinant užsibrėžtus tikslus, atliekant konkrečius uždavinius pasirinkus geriausias priemones jiems įgyvendinti. Todėl, kaip pagrindines priemones turizmo plėtros gerinimui galima išskirti tikslingą veiksnių plano įgyvendinimą siekiant norimo tikslo (žr. 36 lentelė).

Kriterijus	Teiginys
Priemonės ir veiksmai padėsiantys pagerinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kaune	„<...> mes labai stiprų žingsnį jau padarėm, kad Kaunas taps 2022 metais Europos kultūros sostine. Tai dar kartą įrodo, kad tam tikri veiksmai ir priemonės atliekamos ir vykdomos, įgyvendinamos tendencingai siekiant va tos politikos įgyvendinimo. Sakau, nes tai yra krūva priemonių, nuo miesto infrastruktūros tvarkymas, gamtinių, kultūrinių išteklių išlaikymo vystymo dviračių infrastruktūros, tai duota ir visų tų priemonių įgyvendinimo, nes jei kažkas kažką nori daryti turbūt savivaldybė racionaliai įvertinus leidžia, yra skatinama<...>.“

Apibendrinant gautus tyrimo duomenis, galima teigti, jog tyrime dalyvavę turizmo sektoriaus ekspertai išmano turizmo sektoriaus teisinę bazę ir svarbiausius jos teisės aktus. Taip pat, aktyviai dalyvauja turizmo sektoriaus plėtros Kauno mieste veikloje ir pastebi iškilusias problemas ir trūkumus. Nors ekspertų teigimu, Kauno mieste nėra pastebima didelių turizmo politikos valdymo ir įgyvendinimo klaidų, tačiau būtina atkreipti dėmesį ir spręsti mažas problemas, kurios kartais atrodo nėra reikšmingos. Tačiau, nekreipiant dėmesio į tokias problemas, jos gali išaugti į kur kas didesnes ir daugiau pastangų ir išteklių reikalaujančias pasekmes. Todėl yra svarbus įvertinti kintančia aplinką ir veiksnius, kurie daro įtaką turizmo sektoriaus veiklai, tam kad tinkamai būtų priimami sprendimai.

3.3 Kauno miesto turizmo plėtros politikos formavimo gerinimo kryptys: stiprybių, silpnybių, grėsmių ir galimybių (SSGG) analizė

Atlikus kokybinį tyrimą ir išanalizavus jo metu gautus duomenis, galime teigti, jog LR turizmo įstatymas, kuris jau beveik dvidešimt metų reglamentuoja turizmo sektorių Lietuvoje, turizmo ekspertų teigimu yra tinkamas ir jame nepastebima didelių trūkumų. Nors, vieno iš ekspertų teigimu, turizmo įstatymas yra priklausomas nuo esamos turizmo sektoriaus situacijos šalyje, kadangi jau iki dabar įstatymo tobulinimui buvo priimta dešimt teisės akto pakeitimų. Tačiau, galime daryti prielaidą, jog toks įstatymo tobulinimas užtikriną tinkamą turizmo sektoriaus veiklą ir jame dalyvaujančių subjektų įstatyme numatytų funkcijų atlikimą, o ekspertų teigimu reglamentuoja tinkamą turizmo institucijų veiklą. Todėl, galime daryti išvadą, jog teisiniame turizmo sektoriaus valdyme nereikia daryti pakeitimų, kadangi jo reglamentuojama veikla yra tikslinga ir atitinka esamą dabartinę turizmo sektoriaus situaciją.

Svarbu pastebėti, jog turizmo sektoriaus atstovų teigimu, netinkamai vykdoma turizmo politika gali sukelti nelaukiamas pasekmes. Kaip daugelis turizmo ekspertų išskyrė, viena didžiausių ir iškart pastebimų problemų taptų atvykstančių į miestą turistų skaičiaus sumažėjimas. Šios problemos

atsiradimas iš karto leistų atsirasti nenorimoms pasekmėms – miesto ekonominio sektoriaus smukimui. Turizmo sektorius yra vienas iš ekonomikos rodiklių veiksnių, kadangi turizmo sektorius sukuria pridėtinę bendrąją vertę tiek šalyje, tiek konkrečioje vietovėje. Turistų srautų sumažėjimas yra svarbus veiksnys turizmo rinkoje, kadangi sumažėjus turizmo paslaugų paklausos skaičiams ir esant didelei pasiūlai, dalis turizmo verslo atstovų bekonkuruodami tarpusavyje bus priversti pasitraukti iš turizmo verslo sektoriaus vietovėje. Taigi, galime daryti išvadą, jog netinkamas turizmo politikos vykdymas iššauktų vieną po kitos problemų atsiradimą, kurios turėtų neigiamos įtakos tiek miestui, tiek turizmo sektoriaus dalyviams, tiek pačiai valstybei.

Tyrimo dalyvių teigimu, turizmo politika Kauno mieste yra vykdoma tinkamai. Nors turizmo politiką, kaip teigė vienas iš ekspertų, išskirti yra gana sudėtinga, kadangi turizmas yra stipriai susijęs su pačiu miestu ir jo įvaizdžio kūrimu. Visos veiklos susijusios su miesto įvaizdžio gerinimu – miesto infrastruktūros plėtra, įvairiausi renginiai, paslaugų pasirinkimas ir jų kokybės užtikrinimas, miesto reklama, kultūros objektų priežiūra ir kita, jau yra dalis turizmo politikos. Tinkamos turizmo politikos įgyvendinimo pasekmės yra padidėjęs turistų skaičius, ką galima pastebėti per pastaruosius metus Kaune. Nors Kauno mieste vykdoma turizmo politika turizmo ekspertų yra vertinama teigiamai, tačiau svarbu ją toliau išlaikyti tokią pat ir geresnę, kadangi sparčiai modernėjančioje visuomenėje žmonių poreikiai taip pat sparčiai kinta ir didėja.

Svarbų vaidmenį turizmo politikos formavime ir vykdyme atlieka viešasis sektorius. Kauno miesto savivaldybė pastaruoju laikotarpiu daug prisidėjo prie miesto įvaizdžio ir infrastruktūros gerinimo – kelių ir šaligatvių tvarkymas, dviračių takų rengimas, pastatų renovacija, parkų tvarkymas. Viešojo sektoriaus turizmo atstovė pabrėžė, jog visos savivaldybės turizmo sektoriaus funkcijos yra perduotos VšĮ „Kaunas IN“, kadangi ši įstaiga yra atsakinga už investicijų pritraukimą, rinkodarą bei turizmą Kauno mieste. Tačiau, savivaldybė prižiūri įstaigos vykdomą veiklą ir toliau vykdo funkcijas numatytas LR turizmo įstatyme. Taigi, galime daryti išvadą, jog Kauno miesto savivaldybė, siekdama užtikrinti kokybišką ir efektyvią turizmo sektoriaus veiklą mieste atsakomybę perdavė VšĮ „Kaunas IN“, kurioje yra sutelkti specialistai gerai išmanantys turizmo sektoriaus ypatumus ir kartu siekiantys į miestą pritraukti daugiau investicijų bei užtikrinti sėkmingą turizmo sektoriaus plėtrą. Nors Kauno mieste turizmo politiką turizmo ekspertai įvertino gerai, tačiau išskyrė ir keletą turizmo politikos valdymo problemų. Nors problemos ir nėra didelės, tačiau visuomet yra svarbu į jas atsižvelgti (žr. 37 lentelė).

Kauno miesto turizmo plėtros politikos valdymo problemos ir trūkumai
<ul style="list-style-type: none"> • Turizmo skatinimo stoka
<ul style="list-style-type: none"> • Nepakankamas turizmo rinkodaros finansavimas
<ul style="list-style-type: none"> • Silpnas bendradarbiavimo tarp turizmo sektoriaus dalyvių - viešojo ir privataus sektorių
<ul style="list-style-type: none"> • Netolygus informacijos teikimas suinteresuotiems turizmo sektoriaus dalyviams
<ul style="list-style-type: none"> • Nepilnai išnaudojami turizmo sektoriaus ištekliai Kauno mieste

Viešojo sektoriaus atstovės teigimu, vienas didžiausių trūkumų, su kuriuo susiduria yra turizmo skatinimo stoka. Nors turizmo sektorius Kauno mieste palyginti yra gana išvystytas, tačiau galime teigti, jog nepakankamai yra kreipiamas dėmesys į veiksmus prisidedančius prie turizmo sektoriaus tolimesnio vystymo. Prie to prisideda ir rinkodaros finansavimo trūkumas, dėl ko gali sumažėti siūlomų prekių patrauklumas vartotojams ir tai sumažintų jų susidomėjimą prekėmis ir pačia rinka. Verslo sektoriaus atstovės teigimu, nors ji nepastebi trūkumų ar problemų vykdomoje politikoje, tačiau paminėjo, jog būtų tikslinga skatinti bendradarbiavimą tarp viešojo ir verslo sektorių. Norint vystyti sėkmingą turizmo politiką yra svarbu, jog visi turizmo sektoriaus dalyviai gerai žinotų kiekvieno iš dalyvių esamą situaciją, pasiekimus ir nuosmukius. Tokia informacija būtų naudinga toliau formuojant turizmo politikos įgyvendinimo tikslus ir pasirenkant tikslingus uždavinius jiems įgyvendinti. Be to, tarpusavio bendradarbiavimas ir sąmoningas konkurencingumas, neparemtas tik kainų lygio keitimu, užtikrintų tvarią ir sėkmingą turizmo sektoriaus veiklą ir turizmo politikos įgyvendinimą.

Tyrimo metu išanalizavus turizmo ekspertų požiūrį į Kauno mieste vykdomą dabartinę turizmo plėtros politikos įgyvendinimo situaciją. Parengtame Kauno miesto savivaldybės strateginiame plane iki 2022 metų, kuriame vienas iš tikslų yra orientuotas į Kauno kaip konkurencingo kultūrinio ir turistinio traukos centro kūrimą, galime teigti kad šis tikslas yra tikslingai pasirinktas, kadangi Kauno mieste vienas iš svarbiausių turizmo sektoriaus traukos objektų tampa tarpukario architektūros objektai, kurie yra įtraukti į UNESCO kultūros paveldą.

Kiekvienos vietovės turizmo sektoriaus vystymas yra paremtas tai vietai būdingais bruožais ir sugebėjimu juos pristatyti aplinkiniams. Kauno miestas yra antras pagal dydį ir gyventojų skaičių miestas Lietuvoje. Nors ir nebūdamas kurortiniu miestu, Kaunas kas metus apgyvendina apie 21 tūkst.

turistų, tačiau tai sudaro 4 kartus mažiau negu Vilniaus miestas. Todėl, siekiant kuo daugiau pritraukti turistų į Kauno miestą, svarbu tinkamai išnaudoti jame esančius privalumus (žr. 7 pav.).



7 pav. Kauno miesto turizmo sektoriaus išskirtinumas

(Sudaryta autorės)

Atlikus tyrimo metu gautų duomenų analizę, galima pastebėti, jog Kauno mieste gausu įvairių paslaugų ir pramogų, kurios pasižymi aukšta kokybe, miesto strategiškai patogi vieta leidžia lengvai susiekti su kitais Lietuvos miestais ir užsienio valstybėmis. Be to, mieste gausu kultūros paveldo objektų, renginių, aukštojo mokslo įstaigų. Todėl, siekdami užtikrinti aukštą turizmo plėtros politikos įgyvendinimą yra svarbu išnaudoti visus esamus turizmo sektoriaus privalumus esančius Kaune. Turizmo ekspertų teigimu yra svarbu skatinti bendradarbiavimą tarp turizmo sektoriaus dalyvių – viešojo sektoriaus, privataus sektoriaus ir gyventojų. Taip pat, kurti naujus turizmo sektoriaus produktus, kuriais būtų galima pritraukti įvairesnes turistų grupes ir padidinti miesto žinomumą užsienio rinkose. Toliau tvarkyti ir plėtoti miesto įvaizdžio infrastruktūrą leidžiančią gerinti tiek miesto gyventojų, tiek atvykstančių turistų viešnagę mieste, bei užtikrinti patogų ir greitą susisiekimą tarp kitų turistinių vietovių.

Dažniausiai vietovės išteklių įvertinimui naudojama stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analizės modelis, kurio rezultatas yra vidinės ir išorinės aplinkos analizė išskiriant strateginės

plėtos dabartinę situaciją ir numatant būsimus veiksmus ir galimybes. Todėl, siekiant sistemaiškai pateikti išanalizuotus tyrimo metu gautus rezultatus ir pateikti rekomendacijas turizmo plėtos politikos įgyvendinimo gerinimui Kauno mieste buvo atlikta SSGG analizė. Atlikus analizę buvo nustatyti turizmo plėtos politikos įgyvendinimo Kauno mieste privalumai ir trūkumai, bei įvardintos grėsmės ir galimybės tolimesniame turizmo plėtos įgyvendinime panaudojant turimus resursus.

38 lentelė. Kauno miesto turizmo sektoriaus SSGG analizė
(Sudaryta autorės, remiantis gautais tyrimo rezultatais)

Stiprybės	Silpnybės
<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategiškai patogi vieta; 2. Išplėtotas ir gausus kultūros įstaigų tinklas; 3. Programos „Iniciatyvos Kaunui“ skatinimas ir įgyvendinimas; 4. Projekto „Kaunas tvarkosi“ įgyvendinimas; 5. Didelis Kauno miesto savivaldybės indėlis turizmo sektoriuje; 6. Tarpukario architektūros paminklai įtraukti į UNESCO kultūros paveldą. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mažas miesto žinomumas užsienio rinkoms; 2. Didelis konkurencingumas tarp verslo sektoriaus atstovų; 3. Didelė konkurencija su kurortiniais miestais; 4. Nepilnai išvystytas bendradarbiavimas tarp viešojo ir privataus sektorių; 5. Nepilnai išnaudojami turimi turizmo sektoriaus ištekliai.
Galimybės	Grėsmės
<ol style="list-style-type: none"> 1. Turistų skaičiaus augimas iš užsienio valstybių; 2. Kauno miesto tapimas Kultūros sostine 2022 m.; 3. ES struktūrinių fondų lėšų panaudojimas turizmo skatinimui ir rinkodaros plėtrai; 4. Kauno miesto marketingo vystymas. 5. Tiesioginių skrydžių pritraukimas į Kauno oro uostą. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sumažėjęs turistų srautas iš užsienio valstybių ; 2. Investicijų nepritraukimas ir mažėjimas turizmo sektoriuje; 3. Turistinio patrauklumo praradimas, netinkamo įvaizdžio susiformavimas; 4. Turizmo paslaugų pasiūlos įvairovės trūkumas; 5. Turizmo verslo įmonių bankrutavimas.

IŠVADOS

1. Turizmo sistema ir jos plėtra yra labai svarbus veiksnys valstybės ekonominiam vystymui. Formuojant ir vystant turizmą šalyje yra svarbu užtikrinti tinkamą strategijų ir planų įgyvendinimą paremtą išsikeltų tikslų siekimu, kuriuos formuojant buvo pilnai įvertinti besikeičiantys aplinkos veiksniai. Tikslingas ir tolygus turizmo sektoriaus formavimas ir valdymas užtikrina efektyvų išteklių panaudojimą, abipusį bendradarbiavimą tarp turizmo sektoriaus dalyvių, paremtą bendro tikslo siekimu ir pagalba vieni kitiems bei valstybės, kaip patrauklios turizmo ir potencialios investicijų vietovės įvaizdžio kūrimą.
2. Turizmo sektoriaus konkurencingumas apibrėžia turistinės vietovės esamą statusą turizmo sektoriuje. Remiantis turizmo sektoriaus konkurencingumo kriterijumi, galima nustatyti konkrečios turistinės vietovės privalumus ir trūkumus, bei įvertinti galimybes tolesniam turizmo sektoriaus vystymui. Be to, turistinės vietovės konkurencingumo kriterijui įtaką daro aplinkos veiksniai – socialiniai, kultūriniai, ekonominiai ir politiniai. Dėl to, formuojant turizmo plėtros politiką yra būtina atsižvelgti į šiuos veiksnius ir pasirinkti atitinkamas politikos priemones, kurios padėtų didinti turizmo vietovės konkurencingumą.
3. Lietuvos turizmo teisinis reglamentavimas vadovaujasi Europos Sąjungos teisės aktų rekomendacijomis ir pasiūlymais. Įgyvendinant turizmo plėtros politiką, svarbu užtikrinti visų turizmo politikoje dalyvaujančių institucijų funkcijų pasiskirstymą tarpusavyje ir jų laikymąsi. LR turizmo įstatymas jau daugiau negu dvidešimt metų reguliuoja turizmo sektoriaus veiklą šalyje ir suteikia galimybes turizmo sektoriaus plėtrai. Be to, LR turizmo įstatymo priimtos pataisos leidžia efektyviau valdyti turizmo sektorių šalyje. Tačiau, turizmo sektoriaus valdymo funkcijos yra paskirstytos tarp daug skirtingų valdžios institucijų, todėl labai svarbu stebėti, jog būtų užtikrinamas suderinamumas tarp institucijų pagrindinių veiklų ir turizmo sektoriaus tikslų.
4. Atlikus kokybinį tyrimą Kauno mieste ir apklausus turizmo sektoriaus ekspertus buvo nustatytos turizmo plėtros politikos įgyvendinimo problemos bei numatytos turizmo plėtros gerinimo kryptys. Remiantis tyrimo duomenimis, buvo nustatyta, jog Kauno miestas yra potenciali ir patraukli turistinė vietovė, tačiau nėra pilnai išnaudojami turizmo sektoriaus ištekliai, nepakankamai išplėtota rinkodaros sritis ir nepakankamai skiriama dėmesio turizmo skatinimui. Taigi, nors didelių problemų Kauno miesto turizmo sektoriaus politikos valdyje neišskiriama, tačiau yra būtina spręsti išskilusias mažesnes problemas, kurios stabdo turizmo sektoriaus plėtrą mieste. Todėl, buvo pateikiamos konkrečios rekomendacijos ir pasiūlymai Kauno miesto savivaldybei, kuriomis remiantis būtų galima užtikrinti efektyvų ir vientisą turizmo sektoriaus plėtros politikos įgyvendinimą.

REKOMENDACIJOS

Rekomendacijos, kaip pagerinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kauno mieste yra pateikiamos remiantis išanalizuota mokslinė literatūra, turizmo ekspertų nuomonės duomenimis ir stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių (SSGG) analize, kurios rezultatai parodė, jog Kauno mieste nepakankamai skiriama dėmesio turizmo skatinimui ir finansavimui, rinkodaros plėtrai bei per mažas bendradarbiavimas tarp viešojo ir privataus sektoriaus dalyvių.

Rekomendacijos Kauno miesto savivaldybei:

1. Turizmo sektoriaus politikos planavimas yra viena svarbiausių turizmo sektoriaus veiklų Kauno mieste. Siekiant užtikrinti efektyvią ir inovacijomis grystą turizmo sektoriaus plėtrą, svarbu įgyvendinti tikslingai išsikeltus tikslus ir jiems pasiekti numatytus uždavinius. Tam, kad tikslai ir uždaviniai būtų įgyvendinami kokybiškai ir laiku, būtina užtikrinti pastovų ir tinkamą turizmo sektoriaus finansavimą, įgyvendinamos politikos monitoringą ir analizę, vietos bendruomenės poreikių ir nuomonių išklusimą, bei tinkamiausių sprendimų priėmimą.
2. Siekiant padidinti Kauno miesto patrauklumą ir žinomumą tarptautiniu lygiu yra rekomenduojama padidinti rinkodaros ir marketingo sričių finansavimą, tam jog informacija apie Kauno miestą, kaip patrauklią turistinę vietovę, pasiektų kuo daugiau ir įvairesnių užsienio rinkų. Taip pat, svarbu sukurti ir išskirti Kauno miesto turizmo ženklą, kuris atspindėtų Kauno miesto, kaip patrauklios turistinės vietovės įvaizdį, dalyvauti tarptautinėse turizmo parodose, kurių metu būtų reklamuojamas Kauno miestas ir pristatomos galimybės investicijų kūrimui, taip pritraukiant didesnį skaičių investuotojų į Kauno miestą. Taip pat, kurti naujus inovacijomis paremtus turizmo produktus, kurie būtų patrauklūs ir lengvai prieinami miesto lankytojams.
3. Siekiant užtikrinti turizmo sektoriaus veiksmingą plėtrą yra būtina užtikrinti, jog visi turizmo dalyviai būtų vienodai informuoti ir įtraukti į veiklas skirtas turizmo sektoriaus Kauno mieste gerinimui. Todėl, svarbu organizuoti ir rengti susitikimus, kuriuose dalyvautų turizmo atstovai tiek iš viešojo sektoriaus, tiek iš privataus sektoriaus. Informacija visus dalyvius turėtų pasiekti laiku ir jiems patogiu būdu. Susitikimų metu būtų aptariami turizmo sezono tikslai ir prioritetai, kuriais vadovaujantis būtų įgyvendinama turizmo plėtros politika Kauno mieste. Susirinkimai būtų rengiami ir sezono pabaigoje, kada būtų galima įvertinti pasiektus rezultatus, aptarti iškilusias problemas ir padarytas klaidas, bei išklausti visų turizmo sektoriaus dalyvių nuomones ir pastebėjimus turizmo plėtros klausimais.
4. Būtina skatinti kultūrinį turizmą Kauno mieste, kadangi tarpukario architektūros objektai, kurie yra įtraukti į UNESCO kultūros paveldą bei Kauno miesto Europos kultūros sostinės 2022 m. statusas yra vienas iš pagrindinių Kauno miesto turizmo ateities traukos veiksnių.

Todėl, Kauno miesto savivaldybės kultūros skyriui, bendradarbiaujant kartu su VšĮ „Kaunas IN“ svarbu pritraukti kuo daugiau investuotojų, kurie yra suinteresuoti kultūros paveldo išsaugojimu, kad būtų galima užtikrinti tarpukario architektūros objektų priežiūrą ir išlaikymą, taip sukuriant išskirtini miesto įvaizdį ir pritraukiant didesnius turistų srautus į miestą ne tik vasaros sezono metu, bet ir kitais metų laikais. Tai užtikrintų didesnį turizmo sektoriaus sukuriamos pridėtinės vertės augimą Kauno mieste.

LITERATŪRA

1. Baggio, R. (2007) *Symptoms of Complexity in a Tourism System*. Tourism Analysis, Vol. 13, USA. [žiūrėta: 2017.03.29] Prieiga internete: http://www.iby.it/turismo/papers/baggio-tour_anal.pdf
2. Bhattacharjee, A. (2012) *Social Science Research: Principles, Methods, and Practices*. University of South Florida. [žiūrėta: 2017.05.03] Prieiga internete: http://scholarcommons.usf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=oa_textbooks
3. Cooper, C., Hall, C. M. (2013) *Contemporary Tourism: An International Approach*. Goodfellow Publishers Limited. [žiūrėta: 2017.03.31] Prieiga internete: http://www.goodfellowpublishers.com/free_files/Preface,%20contents%20and%20copyright-49fb75618a791b44632d1b317a8d7aa8.pdf
4. Čibinskienė, A. (2013). *Miesto turizmo konkurencingumo vidinės aplinkos veiksniai*. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos. ISSN 1648-9098. [žiūrėta: 2017.03.31] Prieiga internete: http://www.su.lt/bylos/mokslo_leidiniai/ekonomika/2013_2_30/cibinskiene_2.pdf
5. Dapkus, R., Gaižauskienė, E. (2009) *Turizmo plėtros perspektyvos vietos savivaldos lygmeniu*. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, ISSN 1648-9098. [žiūrėta: 2017.03.21]. Prieiga internete: <http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2009~1367170527076/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content>
6. Dwyer, L., Kim, Ch. (2010) *Destination Competitiveness: A Model and Determinants*. Current Issues in Tourism 6(5). [žiūrėta: 2017.03.31] Prieiga internete: <https://pdfs.semanticscholar.org/9cd3/1126d7634a74522e57b272b6a549cca79f0c.pdf>
7. Esterberg, K. G. (2002) *Qualitative Methods in Social Research*. University of Massachusetts – Lowell. [žiūrėta: 2017.05.03] Prieiga internete: https://is.muni.cz/el/1423/jaro2010/GEN507/um/11882482/qualitative_methods_in_social_research.pdf
8. European Commission. (2017) [žiūrėta: 2017.04.03] Prieiga internete: https://ec.europa.eu/commission/priorities_en
9. European Council. (2017) [žiūrėta: 2017.04.03] Prieiga internete: https://ec.europa.eu/taxation_customs/business/excise-duties-alcohol-tobacco-energy/general-overview/common-provisions_en
10. European Parliament. (2017) [žiūrėta: 2017.04.03] Prieiga internete: <http://www.europarl.europa.eu/aboutparliament/en>
11. European Travel Commission. (2017) [žiūrėta: 2017.04.03] Prieiga internete: <http://www.etc-corporate.org/about-etc>
12. Hopeninė, R., Rūtelionė, A. (2016) *Turizmo marketingas. Mokomoji knyga*. Kaunas. Leidykla „Ciklonas“, p. 9-28.
13. Juščius, V., Labanauskaitė, D. (2001) *Turizmo produkto ekonominė samprata ir turinys*. [žiūrėta: 2017.03.29]. Prieiga internete: <http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/objects/LT-LDB-0001:J.04~2001~1367188080582/datastreams/DS.002.0.01.ARTIC/content>

14. Kardelis, K. (2002) *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Kaunas. [žiūrėta: 2017.05.03] Prieiga internete: <https://www.scribd.com/doc/37948910/K-Kardelis-Mokslini%C5%B3-tyrim%C5%B3-metodologija-ir-metodai>
15. Kauno miesto savivaldybė. (2017) *Iniciatyvos Kaunui*. [žiūrėta: 2017.05.03] Prieiga internete: <http://iniciatyvos.kaunas.lt/>
16. Kauno miesto savivaldybė. (2017) *Kaunas tvarkosi*. [žiūrėta: 2017.05.10] Prieiga internete: <http://tvarkosi.kaunas.lt/>
17. Labanauskaitė, D., Jonuškienė, E. (2015) *Lietuvos turistinio patrauklumo pokyčių vertinimas*. Profesinės studijos: teorija ir praktika. Šiaulių valstybinė kolegija. [žiūrėta: 2017.03.29] Prieiga internete: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:4tznbXUTDAcJ:gs.elaba.lt/object/elaba:14368874/14368874.pdf+&cd=1&hl=lt&ct=clnk&gl=lt>
18. Lamont, M. J. (2008) *Wheels of Change: A Model of Whole Tourism Systems for Independent Bicycle Tourism*. Southern Cross University. [žiūrėta: 2017.04.01] Prieiga internete: http://epubs.scu.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1149&context=tourism_pubs
19. Lietuvos Respublikos ūkio ministerija. (2017) *Jungtinių Tautų Pasaulio turizmo organizacija*. . [žiūrėta: 2017.03.03] Prieiga internete: <https://ukmin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/turizmas/tarptautinis-bendradarbiavimas-turizmas/jungtiniu-tautu-pasaulio-turizmo-organizacija>
20. Lietuvos statistikos departamentas. (2016) *Turizmas Lietuvoje 2015*. [žiūrėta: 2017.05.03] Prieiga internete: http://www.tourism.lt/uploads/documents/Turizmas-Lietuvoje_2015.pdf
21. Mason, P. (2003) *Tourism Impacts, Planning and Management*. Butterworth Heinemann, Great Britain. [žiūrėta: 2017.03.29]. Prieiga internete: http://www.mu.edu.et/iphc/images/liblary/Heritage/Heritage_Culture_and_Tourism/Tourism_Impacts_Planing_devet.pdf
22. Mitkutė, G., Nagreckaitė, L. (2005) *Konkurencingumo tyrimo modelių analizė*. Kauno Technologijos universitetas. [žiūrėta: 2017.03.30] Prieiga internete: http://elibrary.lt/resursai/Konferencijos/KTU_PI/KNYGA2005%20PDF/straipsniai/Plenarinis/Mitkute,%20Nagreckaite.pdf
23. Navickas, V., Malakauskaitė, A. (2009) *Pažangios užsienio šalių patirties diegimas formuojant turizmo klasterius Lietuvoje*. Taikomoji ekonomika: sisteminiai tyrimai. ISSN 1822-7996. . [žiūrėta: 2017.04.06] Prieiga internete: https://eltalpykla.vdu.lt/bitstream/handle/1/1268/ISSN1822-7996_2009_V_3.N_1.PG_13-26.pdf?sequence=1&isAllowed=y
24. Neal, J. D., Gursoy, D. (2008) *A Multifaceted Analysis of Tourism Satisfaction*. Journal of Travel Research. [žiūrėta: 2017.04.05] Prieiga internete: https://www.researchgate.net/profile/Dogan_Gursoy/publication/235357038_A_Multifaceted_Analysis_of_Tourism_Satisfaction/links/54048bbc0cf2c48563b0b2ae.pdf
25. Oficiali Vši „Mūsų odisėja“ svetainė. (2017) [žiūrėta: 2017.05.03] Prieiga internete: <http://www.musuodiseja.lt/kontaktai>

26. Paulauskienė, L. (2013) *Turizmo valdymo principai ir funkcijos vietiniame savivaldybių lygmenyje*. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development Vol. 35. No. 1 Scientific Journal. [žiūrėta: 2017.04.06] Prieiga internete: mts.asu.lt/mtsrbid/article/download/111/140
27. Spiriajevas, E., (2013) *Lietuvos turizmo sektoriaus struktūra ir teritoriniai skirtumai*. Klaipėdos universitetas. [žiūrėta: 2017.03.13]. Prieiga internete: http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:P1F3p_XYzIsJ:journals.ku.lt/index.php/RFDS/article/download/600/pdf+&cd=2&hl=lt&ct=clnk&gl=lt
28. Tidikis, R. (2003) *Socialinių mokslų tyrumų metodologija*. Lietuvos teisės universitetas, Vilnius. [žiūrėta: 2017.04.06] Prieiga internete: <https://www.scribd.com/doc/36462514/Tidikis-Socialiniu-Moksliiniu-Tyrimu-Metodologija>
29. Valstybinis turizmo departamentas. (2009) *Turizmo terminų žodynas*. [žiūrėta: 2017.03.21]. Prieiga internete: http://www.tourism.lt/uploads/documents/Naudinga_informacija/turizmo_terminu_zodynas/Turizmo_zod.pdf
30. VšĮ „Turizmo plėtros institutas“. (2010) *Sektorinė studija. Turizmo sektoriaus konkurencingumo stiprinimas Vilniaus apskrityje*. [žiūrėta: 2017.03.29] Prieiga internete: <https://pirkimai.eviesiejiipirkimai.lt/app/rfq/publicpurchase.asp?PID=3282&HL=0&PS=1&PP=>
31. World Tourism Organization. (2017) *Who we are*. [žiūrėta: 2017.04.03] Prieiga internete: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0>
32. Žalys, L., Žalienė, I., Išdonaitė, I. (2006) *Lietuvos kaimo turizmo charakteristika ir plėtros politika*. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, ISSN 1648-9098. [žiūrėta: 2017.04.05]. Prieiga internete: <http://etalpykla.lituanistikadb.lt/fedora/get/LT-LDB-0001:J.04~2006~1367154509453/DS.002.0.01.ARTIC>
33. Žilinskas, V.J., Skrodenienė, A. (2008) *Turizmo plėtros valdymas regione*. [žiūrėta: 2017.03.13] Prieiga internete: <http://vadyba.asu.lt/224.pdf>

ŠALTINIAI

1. 1986 m. gruodžio 22 d. Europos Tarybos sprendimas (86/664/EEB) nustatantis konsultavimosi ir bendradarbiavimo turizmo srityje tvarką. OL 384/52 p. 151-152.
2. 1990 m. birželio 23 d. Europos Tarybos direktyva (90/314/EEB) dėl kelionių, atostogų ir organizuotų išvykų paketų. OL 158/59 p. 132-137.
3. 1995 m. lapkričio 23 d. Europos Tarybos direktyva (95/57/EB) dėl statistinės informacijos turizmo srityje rinkimo. OL 291/32 p. 419-426.
4. 2001 m. lapkričio 13 d. European Commission Communication COM (2001) 665 Working together for the future of European tourism.
5. 2003 m. lapkričio 21 d. European Commission Communication COM (2003) 716 Basic orientations for the sustainability of European tourism.
6. 2006 m. gruodžio 12 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva 2006/123/EB dėl paslaugų vidaus rinkoje. OL 376/36 .
7. 2006 m. Europos Komisijos komunikatas KOM(2006) Atnaujinta ES turizmo politika: tvirtesnės partnerystės Europos turizmo sektoriuje link.
8. 2007 m. spalio 19 d. Europos Komisijos komunikatas KOM (2007) 621 Darnaus ir konkurencingo Europos turizmo darbotvarkė.
9. 2010 m. kovo 3 d. Europos Komisijos komunikatas KOM (2010) 2020 m. Europa. Pažangaus, tvaraus ir integracinio augimo strategija. [žiūrėta: 2017.03.13] Prieiga internete: [https://sumin.lrv.lt/uploads/sumin/documents/files/ES_parama/2020m_europa_\(4\).pdf](https://sumin.lrv.lt/uploads/sumin/documents/files/ES_parama/2020m_europa_(4).pdf)
10. 2014 m. kovo 19 d. European Commission. Draft Thematic Guidance Fiche for Desk Officers. Tousim. [žiūrėta: 2017.05.13] Prieiga internete: http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/guidance_tourism.pdf
11. 2015 m. lapkričio 25 d. Europos Parlamento ir Tarybos direktyva (ES) 2015/2302 dėl kelionės paslaugų paketų ir susijusių kelionės paslaugų rinkinių, kuria iš dalies keičiami Europos Parlamento ir Tarybos reglamentas (EB) Nr. 2006/2004 ir Direktyva 2011/83/ES bei panaikinama Tarybos direktyva 90/314/EEB. OL 326/1.
12. Kauno miesto savivaldybės tarybos 2015 m. balandžio 2 d. sprendimu Nr. T-127 patvirtintas „Kauno miesto savivaldybės strateginis plėtros planas iki 2022 metų“. [žiūrėta: 2017.04.13] Prieiga internete: <http://senas.kaunas.lt/index.php?1611817170>
13. Kauno miesto savivaldybės tarybos 2017 m. vasario 7 d. sprendimu Nr. T-12 patvirtintas „Kauno miesto savivaldybės 2017-2019 metų strateginis veiklos planas“.
14. Lietuvos Respublikos Civilinio kodekso patvirtinimo, įsigaliojimo ir įgyvendinimo įstatymas Nr. VIII-1864. Žin., 2000, Nr. 74-2262.
15. Lietuvos Respublikos Konstitucija. Žin., 1992, Nr. 33-1040.
16. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas Nr. VIII-667. Žin., 1998, Nr. 32-852.

17. Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas 2015 m. gruodžio 23 d. Nr. 4-824 „Dėl Lietuvos turizmo rinkodaros 2016–2020 metų strategijos patvirtinimo“. TAR, 2015, Nr. 20388.
18. Lietuvos Respublikos Viešojo administravimo įstatymas Nr. VIII- 1234. Žin., 1999, Nr. 60-1945.
19. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas 2003 m. rugsėjo 11 d. Nr. 1160 „Dėl nacionalinės darnaus vystymosi strategijos patvirtinimo ir įgyvendinimo“. Žin., 2003, Nr. 89-4029.
20. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas 2011 m. kovo 30 d. Nr. 389 „Dėl „Globalios Lietuvos“ – užsienio lietuvių įsitraukimo į valstybės gyvenimą – kūrimo 2011-2019 metų programos patvirtinimo. Žin., 2011, Nr. 130-6150.
21. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas 2014 m. kovo 12 d. Nr. 238 „Dėl Lietuvos turizmo plėtros 2014-2020 metų programos patvirtinimo“. TAR 2014-03-19, Nr. 3262.

PRIEDAI

Interviu klausimai turizmo ekspertams

1. Kaip manote, ar LR turizmo įstatymas tinkamai reglamentuoja turizmo sektoriaus veiklą Lietuvoje? Jeigu ne, tai kokius trūkumus Jūs išvelgiate?
2. Jūsų nuomone, kaip vertinate dabar vykdomą Kauno miesto turizmo politiką?
3. Jūsų nuomone, ar Kauno miesto savivaldybė pakankamai prisideda prie turizmo plėtros organizavimo ir įgyvendinimo? Pagrįskite savo atsakymą.
4. Kaip manote, kokie pagrindiniai Kauno miesto turizmo sektoriaus pranašumai?
5. Kokias pagrindines turizmo politikos valdymo klaidas ir problemas galima pastebėti Kauno mieste? Kas joms daro įtaką?
6. Kaip manote, kokias nepageidaujamas pasekmes gali sukelti netinkamas turizmo politikos vykdymas?
7. Jūsų nuomone, kokį vaidmenį Kauno miesto turizmo sektoriaus vystyme atlieka viešasis sektorius?
8. LR turizmo įstatyme yra nustatytos savivaldybių institucijų funkcijos turizmo sektoriuje. Kaip manote, ar Kauno miesto savivaldybės institucijos tinkamai įgyvendina ir laikosi įstatyme numatytų funkcijų? Ar šių funkcijų pakanka sėkmingam turizmo vystymui mieste?
9. Jūsų nuomone, su kokiomis problemomis dažniausiai susiduria Kauno mieste esantys turizmo paslaugų teikėjai? Ar miesto savivaldybė sudaro tinkamas sąlygas naujoms turizmo verslo įmonėms? Pagrįskite savo atsakymą.
10. Kaip manote, kokie veiksniai įtakoja turizmo sektoriaus konkurencingumą? Pagrįskite savo atsakymą.
11. Įgyvendinant turizmo politiką vietos lygmenyje ypač svarbu, kad vykdoma veikla tenkintų ne tik turistų, bet ir vietos gyventojų poreikius. Kaip manote, ar turizmo plėtros planavimas Kauno mieste atsižvelgia į vietos gyventojų turimus tikslus ir poreikius?
12. Kauno miesto savivaldybės strateginiame plėtros plane iki 2022 metų vienas iš tikslų – „Kaunas – konkurencingas kultūrinio ir konferencijų turizmo traukos centras“, kuriuos siekiama plėtoti viešąją turizmo ir miesto įvaizdį gerinančią infrastruktūrą bei sudaryti palankias sąlygas turizmo paslaugų plėtrai ir gerinti paslaugų kokybę. Ar Jūsų nuomone, Kauno miesto savivaldybė įgyvendindama turizmo plėtros politiką atsižvelgia į šį tikslą?
13. Kaip manote, kokiomis priemonėmis ir veiksmais būtų galima pagerinti ir paskatinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kauno mieste?

Interviu su VšĮ „Kaunas IN“ atstove

- 1. Kaip manote, ar LR turizmo įstatymas tinkamai reglamentuoja turizmo sektoriaus veiklą Lietuvoje? Jeigu ne, tai kokius trūkumus Jūs išvelgiate?**

Manau, kad tinkamai, nes čia apibrėžtos visos turizmo paslaugų teikėjų sritys, pavyzdžiui: apgyvendinimo paslaugų teikėjai: griežtai ir aiškiai apibrėžta kas ir kur ir kaip gali teikti apgyvendinimo paslaugas, kaip ir kokie teikėjai gali būti klasifikuojami, nustatomos tvarkos. Tokiu atveju išlaikoma aukšta tokių paslaugų kokybė, išlaikomas vientisumas šalyje, aiškumas. Lygiai taip pat ir su kitais turizmo paslaugų teikėjais, kelionių organizatoriais ir pan. Turi būti numatytos aiškios gairės.

- 2. Jūsų nuomone, kaip vertinate dabar vykdomą Kauno miesto turizmo politiką?**

Vertinu puikiai, kadangi pati dirbu šioje sistemoje ir žinau, kiek daug yra daroma miesto turizmo skatinimui ir plėtrai.

- 3. Jūsų nuomone, ar Kauno miesto savivaldybė pakankamai prisideda prie turizmo plėtros organizavimo ir įgyvendinimo? Pagrįskite savo atsakymą.**

Kauno miesto savivaldybė prisideda prie turizmo skatinimo politikos, finansuodama VšĮ „Kaunas IN“ veiklą. Visos turizmo funkcijos buvo perduotos šiai įstaigai. Nauji turizmo produktai, viešinimas, skrydžių plėtra ir taip toliau. Perdavė nes susikūrė nauja įstaiga, kuri rūpinasi investicijų pritraukimu, rinkodara ir turizmu, turizmas ir investicijos neatskiriami dalykai, viskas dabar yra vienoje vietoje. Savivaldybė ir toliau kuruoja įstaigos veiklą, bei atlieka turizmo įstatyme numatytas funkcijas. Savivaldybė taip pat gana intensyviai prisideda prie turizmo infrastruktūros plėtros: susisiekimo gerinimas, kelių infrastruktūra, dviračių takai, laivyba, akcentai ir iniciatyvos.

- 4. Kaip manote, kokie pagrindiniai Kauno miesto turizmo sektoriaus pranašumai?**

Kaunas išskirtinis miestas, tarp dviejų upių, žalias, akademinis, galintis pasigirti išskirtine tarpukario architektūra, senamiesčiu, aukšta svetingumo įstaigų aptarnavimo kokybė, prieinama kaina, išskirtiniai maršrutai, asmenybės, Sugihara, Laisvės alėja, Diplomatinis Kaunas, Tarpukario Kaunas, Gatvės menas, IX fortas, muziejai, kultūriniai renginiai.

- 5. Kokias pagrindines turizmo politikos valdymo klaidas ir problemas galima pastebėti Kauno mieste? Kas joms daro įtaką?**

Turizmo politikos valdymo klaidų Kaune neakcentuočiau. Pagrindinis ir didžiausias trūkumas – turizmo skatinimo ir rinkodaros finansavimas.

6. Kaip manote, kokias nepageidaujamas pasekmes gali sukelti netinkamas turizmo politikos vykdymas?

Netinkamas politikos vystymas gali veikti labai neigiamai, nevystant turizmo projektų, gali kristi turistų srautai mieste, svetingumo verslas negauti pajamų, ekonominis smukimas ir taip toliau.

7. Jūsų nuomone, kokį vaidmenį Kauno miesto turizmo sektoriaus vystyme atlieka viešasis sektorius?

Svarbų vaidmenį, turizmo rinkodaros skatinimas, infrastruktūros gerinimas ir taip toliau. Trečiam klausime atsakiau.

8. LR turizmo įstatyme yra nustatytos savivaldybių institucijų funkcijos turizmo sektoriuje. Kaip manote, ar Kauno miesto savivaldybės institucijos tinkamai įgyvendina ir laikosi įstatyme numatytų funkcijų? Ar šių funkcijų pakanka sėkmingam turizmo vystymui mieste?

Taip manau, kad tinkamai, šių funkcijų pakanka turizmo vystymui mieste. Savivaldybės funkcijos turizmo sektoriuje – skatinti turizmo verslą, darbo vietų kūrimą, gyventojų užimtumą, įgyvendinti įvairius turizmo projektus, steigti turizmo informacijos centrus ir taip toliau. Kaip ir sakiau prieš tai buvusiam klausime, viskas didinant finansavimą visada yra kur tobulėti.

9. Jūsų nuomone, su kokiomis problemomis dažniausiai susiduria Kauno mieste esantys turizmo paslaugų teikėjai? Ar miesto savivaldybė sudaro tinkamas sąlygas naujoms turizmo verslo įmonėms? Pagrįskite savo atsakymą.

Čia reiktų klausti turizmo paslaugų tiekėjų (svetingumo verslo), miesto savivaldybė sudaro tinkamas sąlygas. Žinoma, visada yra kur tobulėti, kurti naujus skatinimo modelius.

10. Kaip manote, kokie veiksniai įtakoja turizmo sektoriaus konkurencingumą? Pagrįskite savo atsakymą.

Politiniai, ekonominiai, socialiniai veiksniai: Miesto palaikymas, turizmo politika, infrastruktūros kokybė, tiesioginių skrydžių plėtra, marketingo strategija, vidiniai veiksniai: aukštos kokybės turizmo paslaugos, vietovės specifika, viešo ir privataus sektoriaus bendradarbiavimas ir taip toliau.

11. Įgyvendinant turizmo politiką vietos lygmenyje ypač svarbu, kad vykdoma veikla tenkintų ne tik turistų, bet ir vietos gyventojų poreikius. Kaip manote, ar turizmo plėtros planavimas Kauno mieste atsižvelgia į vietos gyventojų turimus tikslus ir poreikius?

Manau, kad atsižvelgia. Svarbu sukurti viešąją turizmo infrastruktūrą, skatinančią turizmo paslaugų verslo plėtrą bei tenkinančią gyventojų poreikius.

12. Kauno miesto savivaldybės strateginiame plėtros plane iki 2022 metų vienas iš tikslų – „Kaunas – konkurencingas kultūrinio ir konferencijų turizmo traukos centras“, kuriuos siekiama plėtoti viešąją turizmo ir miesto įvaizdį gerinančią infrastruktūrą bei sudaryti

palankias sąlygas turizmo paslaugų plėtrai ir gerinti paslaugų kokybę. Ar Jūsų nuomone, Kauno miesto savivaldybė įgyvendindama turizmo plėtros politiką atsižvelgia į šį tikslą?

Taip, atsižvelgia. Plėtoja kultūrinio ir pažintinio turizmo infrastruktūrą, vykdo marketingo strategiją, bendradarbiauja su privačiu sektoriumi, ko pasekoje miestas konkurencingesnis turizmo srityje, palankesnės sąlygos turizmo plėtrai.

13. Kaip manote, kokiomis priemonėmis ir veiksmais būtų galima pagerinti ir paskatinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kauno mieste?

Kaip ir minėjau finansavimo klausimas, skatinant tiesioginių skrydžių pritraukimą, infrastruktūros gerinimą, turizmo produktų kūrimą, marketingo srityje ir taip toliau.

Interviu su UAB „Mūsų odisėja“ vadove

1. Kaip manote, ar LR turizmo įstatymas tinkamai reglamentuoja turizmo sektoriaus veiklą Lietuvoje? Jeigu ne, tai kokius trūkumus Jūs išvelgiate?

Teisiniu požiūriu taip. Kūrybiniu, verslo – nu tai ne įstatymo reikalas tą dalyką daryti. Nu ta prasme teisiniu požiūriu kaip išsiimti licencijas, kaip ten jas kontroliuoti, viskas yra tvarkoj, bet pavyzdžiui kokias aš ekskursijas darysiu, kaip darysiu, kaip, nu tai ne įstatymo funkcija. Tai vadinasi to nereglamentuoja, reglamentuoja tiktais teisinę bazę ir viskas.

2. Jūsų nuomone, kaip vertinate dabar vykdomą Kauno miesto turizmo politiką?

Gerai. Tai esmė yra tame, kad, ką aš galiu pasakyti, man labai patinka, nes jaučiamas „pajudėjimas“, labai gerinama infrastruktūra, kreipiamas didelis dėmesys, organizuojama labai daug renginių. Toliau, kas čia dar, kurie pritraukia ta reklama, aktyviai dirbama su užsienio rinkomis, daug aktyviau, kurios pritraukia turistus. Nežinau, man tai patinka, išklausoma mūsų nuomonė, jei mes ten kažkuo skundžiamės, ar prašom, ar klausiam ir nu jie prisideda prie mūsų tų išsakymų, pagal savo kompetencijas sprendimų. Nu man tai labiausiai patinka, kad Kaunas gražėja, infrastruktūra gerėja, patogiau turistams keliauti. Taip, kad jei vertinu tai labai teigiamai.

3. Jūsų nuomone, ar Kauno miesto savivaldybė pakankamai prisideda prie turizmo plėtros organizavimo ir įgyvendinimo? Pagrįskite savo atsakymą.

Nu man tai yra, kad prisideda labai daug infrastruktūroj. Kas buvo iki šio, labai apleista buvo, labai blogi keliai, nebuvo tualetų, gatvės duobėtos, nėra kur autobusų statyti ir taip toliau. Dabar vat, tos problemas sprendžiamos, kažkokie privažiavimai, asfaltuojama, gražinama, fasadai tvarkomi, nu infrastruktūros požiūriu šimtas balų. Dešimt balų, jei dešimtbalėj sistemoj. Toliau, kas dar, ką savivaldybė daro, savivaldybės funkcija pritraukti daugiau turistų, tai ištiktųjų yra įkurtas, panaikintas toks kaip TIC'as, vėl įkurtas toksai vat būtent „Kaunas IN“, kurio vienas iš tikslų skatinti turizmą per investicijų pritraukimą. Nu tai jie irgi rašo kažkokius tai projektus, aktyviai dalyvauja ten su Japonija, labai didelis dėmesys skiriamas, būtent važiuoja net atskiri darbuotojai, paskiri kurie atsakingi ir kurie skatina turizmą iš Japonijos. Toliau, nu tai aš pasakyčiau, kad viskas labai gerai. Todėl, kad turiu su kuo palyginti, kas buvo prieš tai, kas buvo prieš šitą merą, tai tada buvo visiškos mišios. O dabar viskas juda į priekį. Daug įtakos turi mero komanda, nu ta prasme ir dar kas man turi įtakos, todėl, kad prieš tai buvę konservatoriai, meras ir konservatoriai, buvo valdžioj žmonės neturintys patirties, nu sakykime ne valstybiniame sektoriuje. Kupčinskas, nēr baigė mokslus ir nuėjo į politiką, jis neįsivaizduoja, kaip yra daromi pinigai, kaip pritraukiami žmonės ir kaip, kas yra žmonėms svarbu. Dabar kai atėjo kita

komanda, kuri yra dirbusi versle, jie visai kitaip į viską žiūri, nes miestas, savivaldybė, tai yra , savivaldybė yra Kauno miesto UAB'as. Kaip jinai duoda nurodymus, kaip struktūrizuoja, kaip skirsto darbus, tas taip ir vyksta mieste ir panašiai toks pat buvo įkvėpimas Druskininkams, kai iš mirusio miesto tapo klestinčiu, taip ir lygiai taip pat ir čia, Kaune lygiai tas pats. Net ir Palangoj panašiai labai, aiškų jų dabartinis meras gal būt neturi labai didelės patirties versle, bet jis irgi atėjęs iš verslo. Tai va, tai vadinasi nuo komandos ir nuo komandos patirties. Jeigu jis yra tik funkcionierius, jis nieko gero ir nepadarys, pažiūrės, kad tik funkcijos būtų teisingai vykdomos.

4. Kaip manote, kokie pagrindiniai Kauno miesto turizmo sektoriaus pranašumai?

Aš tai matau vien pranašumus. Vien. Todėl, kad strategiškai geroje vietoje, todėl kad mes turimes savo oro uostą, kuris yra šalia Kauno. Toliau, mes turime daugiausiai muziejų Lietuvoje, kaip miestas. Toliau, mes esam labai patrauklus ir žalias, todėl kad visai šalia mūsų, visai šalia yra toksai Birštonas, ir Kauno marių regioninis parkas, ir botanikos sodas, ir zoologijos sodas. Tai yra unikalios vietos gamtiniu požiūriu, kurios nu dabar labai traukia turistus. Toliau, nors mes nesam sanatorija, bet mes turim labai daug visokių SPA ir grožio, nu sakykim, industrijos, nu kur galima nueiti ten ir pasimasąžuoti, ir pasipliūškenti, ir pasitinginiauti vakarais. Bet turim daug, sakykime, vietų kur galima kultūriškai, renginių ir vietų. Tai reiškia, kad vyksta visokie festivaliai. Vyksta, sakykime, ir muzikos festivaliai, ir ten dailės festivaliai ir ten įvairūs sporto renginiai. Turim Žalgirio areną kur galima daug konferencinį turizmą vystyti. Turim dvi upes, kurias galima pilnai išnaudoti. Turim daug verslininkų kurie yra labai iniciatyvūs, labai kūrybingi ir taip toliau. Turim gražų senamiestį, unikaly, nepakartojamą. Nu aš nematau Kaunui minusų. Galimybės tikrai yra, viskas, mum trūko tiktais va to – infrastruktūros, trūksta žinomumo, patrauklumo. Tai kad mes tapom Europos kultūros sostine, tai aš įsivaizduoju, kad bus dar papildomos investicijos, labai didelis plusas ir kad imtasi labai, vat jau mūsų tarpukario architektūra įtraukta į Europos paveldų kultūros sąrašą ir dabar pateikta paraiška UNESCO. Tai va dar du labai dideli plusai. Unikalūs, nepakartojami objektai, nes yra tokių žmonių, kurie domisi tokiais UNESCO objektais ir taip toliau. Tai vėl bus didžiulė trauka.

5. Kokias pagrindines turizmo politikos valdymo klaidas ir problemas galima pastebėti Kauno mieste? Kas joms daro įtaką?

Sakykim ne klaidas, o aš galvoju sakyčiau gal, nu kaip pagerinti dar. Aš nesakyčiau kad klaidos yra, aš pasakyčiau, kaip dar pagerint. Tai gal, kad būtų organizuojamos, tik nežinau, kas turi imtis ar savivaldybė, ar Kauno miesto turizmo asociacija ar dar kažkas, aš nežinau gal, gal reiktų įkurti kažkokią... Bet kažkas turėtų imtis iniciatyvos, bet nežinau kas, gal savivaldybės tas plėtros skyrius, pavyzdžiui, sukviesti ten visus sakykime, kas suinteresuoti turizmu, ar tai būtų, sakykime, ar tai būtų senamiesčio draugija, ar gidai, ar viešbučiai, ar turizmo įmonės, visos kurios yra suinteresuotos vietiniu ir atvykstamuoju turizmu ir kad mes būtume ne konkurentai, o būtume nu vat sakykim, aš turiu dviejų žvaigždučių viešbutį, o jūs turit keturių žvaigždučių. Pas mane ateina klientas, aš jums siunčiu klientus,

o jūs man, nu ta prasme, kad ta konkurencija tarpusavio būtų paversta bendradarbiavimu, nes mes konkuruodami ir vat neturėdami tos galbūt kultūros konkurencijos, mes mokam konkuruoti tik tais mušdami kainas, per ką mes bankrutuojam, nes nusileidžiam žemiau savikainos už tą prkeiktą klientą, už jį kaip sakoma kovoji, už jį labi stengiesi, nu gerai, tas už tokią kainą, aš už tokią. Nu tiesiog paimam ir laikomės, nes paskui, žiūrėkite, yra tas „Perkūno namai“ viešbutis, keturios žvaigždutės, fantastinis viešbutis, čia Žaliakalny, už sporto universiteto. Tai jo kaina yra viens prie vieno, kaip mano dviejų žvaigždučių. Tai dabar įsivaizduokit, mano plusas, kad senamiestis, jo plusas aukštesnis lygis, bet kaina tai ta pati, yra iškreipiama rinka, bet paimkim ir sutarkim kad keturių žvaigždučių viešbutis nenusileis, nes suprantat, kas yra, paskui sako kodėl darbuotojam mažos algos. Kai pas mane klientas ateina, kambarį gauna už devyniolika eurų, nu tai iš ko aš tada darbuotojui algą galiu mokėti didesnę, europinę. Suprantat, tai va ir gaunasi tas verslininkas yra toks pastatomas dėl tos konkurencijos ir taip toliau. Tai vat kad būtų kažkokia ta verslo kultūra, nu sutarkim kainas, pavyzdžiui, keturios žvaigždutės - nemažiau tiek, dvi žvaigždutės - nemažiau tiek ir tada tegul jisai renkasi jau kur draugiškesnis personalas, kur jam vieta geresnė ar jam kaina priimtinesnė, nu bet čia negali to nurodyti, čia yra susitarimo reikalas ir kultūros reikalas verslo. Tai vat, man šito trūksta, kad ne tik Kauno bet išvis Lietuvos visi verslininkai mokam konkuruoti tik mažindami kainas, nes kitų konkurencijos sąlygų nežinom. Tai vat man, dėl to man širdis ir skauda, nes klientui dėl to yra labi gerai, bet mes patys dėl savęs labai nukenčiam. Tai va toksai ir būtų ir kad būtų kažkokie aptarimai, sezono pavyzdžiui turizmo atidarymas, sezono uždarymas, kurio metu aptariamas, pavyzdžiui, sezonas ir išsakomas pastebėjimai ką daryt kitam sezone geriau, o toliau, pavyzdžiui, kas dar būtų labai gerai, tai pavyzdžiui vyksta turizmo parodos į kurias vyksta Kaunas, kad Kaunas paimtų sakykim kitų turizmo įmonių... Vis tiek jisai tenai dalyvauja, paimtu kažkaip sutartume vat, “- Tu, Regina, paruošk ekskursijas po Lietuvą, tu stipriausia“, kitas ten paruoštų viešbučius kokius, kad paimtų tuos mūsų lankstinukus, tegul juos išveža nemokamai, bet bus kažkokia reklama, bus visi suinteresuoti. Ir nu vat kažkaip paskatinti dar tą verslininką, nes dabar kaip ir palikti patys sau, darinėkitės kaip jums išeina, ką uždirbsit visas jūsų pelnas, bet ir ką pradirbsit jūsų problemos. Nu dar nėra tokio bendradarbiavimo, tarp verslo atsovų bet visų sričių, bet nežinau kas tai turi imtis iniciatyvos. Nežianau, ar tai savivaldybės būtų funkcija, gal būt kažkas tokio. Bet jie galėtų būti iniciatoriai ir tas pats plėtros skyrius galėtų padaryti per metus du susirinkimus, sezono pradžioj ir sezono uždarymą, kurio metu būtų galima aptarti perspektyvas, plusus, trūkumus, minusus, kaip per metus du kartu po valandą sukviesti gali visus ir kad tai būtų viešai žinoma, nes dabar pavyzdžiui savivaldybė turi savo naujienlaiškius siunčia, bet aš sužinojau visai atsitiktinai ir pati įsiprašiau, kad man juos atsiųstų. O kodėl nėra tai vat, nu ta komunikacija biški šlubuoja iš savivaldybės, organizuoja kažkokius susitikimus ir pavyzdžiui ne visi gauna tuos kvietimus, tada klausimas, pagal kokius kriterijus jie atsirenka, kurie nežinomi. Tai vat yra tokiu niuansų. Bet kaip sakoma nei pyktis nei nieko, belsk ir bus atidaryta, ieškok, domėkis ir susirasi viską. Bet va jei būtų

pagerinimui, čia ne pastabos, kad blogai, bet kaip pagerinti bendradarbiavimą ir konkurenciją ir taip toliau.

6. Kaip manote, kokias nepageidaujamas pasekmes gali sukelti netinkamas turizmo politikos vykdymas?

Turistų atbaidymą. Ir verslo atstovų bankrutavimą.

7. Jūsų nuomone, kokį vaidmenį Kauno miesto turizmo sektoriaus vystyme atlieka viešasis sektorius?

Minimalų. Ne, iš vienos pusės kaip paties verslo vystymas, tai yra minimalų, kaip infrastruktūra ir tą šalies reklamavimą, šalies ar miesto – maksimalų. Nes aš, kaip viena, pavyzdžiui, Regina su „Mūsų Odisėja“, aš neišreklamuosiu Kauno visam pasauliui, niekaip. Tai vadinasi ta funkcija – šalies ir miesto pristatymas, turi atlikti viešasis sektorius. Miesto pristatymą, kaip miesto, o kai jau turistai atvažiuoja į miestą, tada aš jau jį griebiu ir bandau, kad jis ateitų pas mane. O kaip verslui, nu kaip jie, nu tai tavo reikalas kaip nori, taip vystyk – brangiai, pigiai, kūrybingai, įdomiai, neįdomiai, kaip nori taip vystyk. Tai va iš vienos pusės kaip verslo - minimalų, bet kaip žinomumą, infrastruktūrą - maksimalų vaidmenį atlieka, maksimumą. Nes aš viena gatvių neišasfaltuosiu. Tai va tokie du poliūsai.

8. LR turizmo įstatyme yra nustatytos savivaldybių institucijų funkcijos turizmo sektoriuje. Kaip manote, ar Kauno miesto savivaldybės institucijos tinkamai įgyvendina ir laikosi įstatyme numatytų funkcijų? Ar šių funkcijų pakanka sėkmingam turizmo vystymui mieste?

Viską gerai, viskas tvarkoj čia. Kol kas pakanka.

9. Jūsų nuomone, su kokiomis problemomis dažniausiai susiduria Kauno mieste esantys turizmo paslaugų teikėjai? Ar miesto savivaldybė sudaro tinkamas sąlygas naujoms turizmo verslo įmonėms? Pagrįskite savo atsakymą.

Tikrai, stabdymų nėra, čia ne miesto funkcija yra įsikurti ar neįsikurti. Čia ta prasme net ne miesto funkcija, ne savivaldybės, tai jeigu nori kūriesi, čia yra visai kiti įstatymai, tik tais tiek, kad šita.... Kad viskas tvarkoj, tik tiek kad buvęs turizmo informacijos centras, dabar „Kaunas IN“ aš nežinau ar jis tą daro ar ne, bet dubliuota buvo verslininkų veiklas, organizuoja gidų kursus, parduoda lėktuvo bilietus, toliau, kuria turistinius maršrutus ir patys organizuoja ekskursijas, tai vat čia kažkokia visiška nesamone, nes čia yra ne valstybinės institucijos tikslas toksai. Tai vat jie kaip ir dubliuoja, kadangi jie gauna finansavimą iš savivaldybės, patalpų nemokamų, tai jų kainos yra daug pigesnės ir jie tampa labai rimti konkurentai bet aš dabar nežinau, ar „Kaunas IN“ bedarys šita, o gal nebedarys šitų dalykų.

10. Kaip manote, kokie veiksniai įtakoja turizmo sektoriaus konkurencingumą? Pagrįskite savo atsakymą.

Konkurencingumą įtakoja viskas. Aš nežinau. Tai vadinasi miesto žinomumas, tai jau čia savivaldybės ir viešojo sektoriaus funkcija, kad miestas būtų žinomas, tai šitoj vietoj gerai viską daro,

kad atvažiuotų iki mūsų, kad pritrauktų tuos turistus. Mes pasakom Prancūzija, Paryžius ir mes visi žinom Eifelio bokštą arba ten kažkokį nežinau Luvrą arba ten sakykime Disneilendą. Pasako Lietuva ir dažniausiai klausia kur tai yra. Tai vat nežino tokios kaip Lietuvos, tai aš nežinau, tai vat sakykime kažkada Zuokas darė, kai net parodė BBC, kai ten toliau ne vietoj statomos mašinos, jis paėmė pastatė kažkokį laužą ir su tanku pervaziavo ir parodė visi – BBC, CNN ir taip toliau. Tai vat, kad per visas taip, tai kuo dažniau, turim kaip pavyzdžiui, būna ten per tuos visus žymiausius kanalus, pavyzdžiui oras pranešamas, jūs pasižiūrėkit kiek kartų yra rodoma Lietuva ir kiek kartų yra rodomas ten Vilnius ar Kaunas – nėra. Ten yra Ryga, yra ten Varšuva, ten yra Paryžius, yra Roma, o Vilnius arba Kaunas niekada nėra. Bet žmonės žiūri ir iškart, o Kaunas, aha, koks oras. Tai vat trūksta to žinomumo, mes susiduriam su ta problema, kai viešbutis ir pavyzdžiui labai dažnai klausiam: „Kodėl jūs pas mus atvažiuot?“ . Tai sako: „Nuėjau į oro uostą, kur buvo pigiausi bilietai“ ir sako, žiūriu Kaunas, nu ten pavyzdžiui pirmyn- atgal bilieto kaina ten sakykim 40 eurų. Tai sako: „Pažiūrėjau, kad Kaunas, tai suvedžiau internete kokioj šaly tas Kaunas“. Tai va, jie turi tiesiog biudžetą, pasižiūri kokie bilietai ir skrenda. Aš negaliu sakyti, kad pasako koksai Grenoblis aš irgi pasižiūriu ar mažesni miesteliai, bet mūm trūksta to žinomumo, per kažką tai, per viešuosius kanalus, nežinau ar skandalus daryti, ar dar kažką, kad visi sužinotų apie tą Lietuvą ir tą Kauną.

11. Įgyvendinant turizmo politiką vietos lygmenyje ypač svarbu, kad vykdoma veikla tenkintų ne tik turistų, bet ir vietos gyventojų poreikius. Kaip manote, ar turizmo plėtros planavimas Kauno mieste atsižvelgia į vietos gyventojų turimus tikslus ir poreikius?

Aš tik tais tiek susiduriu, galiu pasakyti, vietiniai gyventojai norėtų, kad 8 valandą būtų tylu, ramu, niekur negrotų muzika, kad nebūtų naktinių klubų, kad parkavimas būtų visur nemokamas, vietiniai gyventojai to nori. Tai va, tai vadinasi jie kaip ir neskatina, norėtų, kad to turizmo nebūtų, bet tie patys vietiniai gyventojai, kurie dirba, ten sakykime, kavinėse, restoranuose, nori, kad kuo daugiau turistų ateitų ir arbatpinigių daugiau paliktų ir todėl čia yra labai dviprasmiškas dalykas, iš vienos pusės reikia skatinti tą turizmą ir taip toliau, bet jie nori, kad tie turistai gyventų kažkur, gal Šančiuose ar kur, kad nežinau kur. Bet pavyzdžiui pyksta, kad Rotušės aikštėj muzika ilgai groja, kodėl prie pilies ten irgi ten naktinė muzika pergarsi, ar išėję į lauką žmonės garsiai šneka, rūko ir taip toliau. Iš Kauno miesto savivaldybės viskas kaip ir tvarkoj, ir amfiteatrą padarė prie ir renginiam prie Kauno pilies, nu kaip ir viskas gerai, bet vietiniai gyventojai tokie, visų pasaulyje yra toks dviprasmiškas dalykas.

12. Kauno miesto savivaldybės strateginiame plėtros plane iki 2022 metų vienas iš tikslų – „Kaunas – konkurencingas kultūrinio ir konferencijų turizmo traukos centras“, kuriuos siekiama plėtoti viešąjį turizmo ir miesto įvaizdį gerinančią infrastruktūrą bei sudaryti palankias sąlygas turizmo paslaugų plėtrai ir gerinti paslaugų kokybę. Ar Jūsų nuomone, Kauno miesto savivaldybė įgyvendindama turizmo plėtros politiką atsižvelgia į šį tikslą?

Atsižvelgia, aišku. Ir infrastruktūra, ir privažiavimai, naktiniai autobusai iš po renginių Žalgirio arenos važiuoja ir viskas tvarkoj šitoj vietoj.

13. Kaip manote, kokiomis priemonėmis ir veiksmais būtų galima pagerinti ir paskatinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kauno mieste?

Nu tai sakiau, tie vieninteliai čia biški kaip ir dubliuojasi, kad būtų va tas, kaip sakykime bendradarbiavimas, sezono atidarymas –uždarymas, kurio metu mes aptartume, kaip mums sekėsi ir ką mes matom geriau, arba ką mes matom blogiau. Daugiau net nežinau, nes jie valstybinis sektorius, o mes verslo atstovai esam ir biški skirtingos funkcijos yra. Nu kaip pasakyti, nu ką jie mokesčių sumažinti negali, atleisti nuo jų negali, jie ten sakykime man verslo plano parašyti negali, čia ne jų funkcijos, čia aš pati turiu daryti. Tai vienintelis variantas, tai yra, kad nu vat, nežinau, gal pavyzdžiui, senamiesty esantį... jie tą ir daro, mokesčiai yra atleisti, ten mažesni nekilnojamo turto, viešbučiams yra padaryta toksai nu, man atrodo kas liečia iš savivaldybės – viskas tvarkoj.

Interviu su nepriklausoma turizmo eksperte

1. Kaip manote, ar LR turizmo įstatymas tinkamai reglamentuoja turizmo sektoriaus veiklą Lietuvoje? Jeigu ne, tai kokius trūkumus Jūs išvelgiate?

Nu, kad tas įstatymas buvo keičiamas atsižvelgiant visą laiką į tam tikrą situaciją. Ar tai draudimo problemas, kada ten iškilo, kada turistai buvo apgaunami dėl nesąžiningų agentūrų veiksmų ar bankrotų ir panašiai. Ar reglamentuoja tinkamai, visada yra sudėtinga pasakyti, tol kol neiškyla tam tikros problemos. Kai iškyla problemos, tada žiūrime ko įstatyme trūksta. Tai pasakyti tam tikrus trūkumus, kol kas aš jų negaliu, nes kolkas jis reglamentuoja tai, kas yra privaloma – kokios funkcijos, kas atlieka ir taip toliau. Turbūt vienas pagrindinių dalykų, kaip pagrindinės valstybės institucijos kaip valstybės departamentas vykdo priežiūrą turizmo plėtros, ar veiklos Lietuvoje.

2. Jūsų nuomone, kaip vertinate dabar vykdomą Kauno miesto turizmo politiką?

Turbūt išskirti, kaip vieną turizmo politiką sudėtingoka būtų, nes turizmas apskritai yra labai tokia sakykim plati, didelė sistema ir jai turi labai daug įvairių dalykų dalykai poveikyje. Visų pirma paties miesto įvaizdžio formavimas, miesto infrastruktūros tvarkymas jau prisideda prie turizmo vystymo, kaip tokio, nes turbūt turistas atvykęs į miestą pirmiausia tai susiduria su miesto infrastruktūra, pradedant autobusų stotimi, oro uostais ar panašiai ir šitie aspektai jam kaip turistui arba patogūs, arba nepatogūs. Tai jeigų transporto sistema sutvarkyta, viešbučiai yra ar apgyvendinimo formų yra pasirinkimas, jeigų maitinimo paslaugos yra teikiamos, jeigų kultūros objektai yra sutvarkyti, prieinami turistui tai tada galima vertinti, kaip turizmo politikos būvimą, tam tikrą, nes paties miesto infrastruktūra jau suteikia galimybę turistui.

3. Jūsų nuomone, ar Kauno miesto savivaldybė pakankamai prisideda prie turizmo plėtros organizavimo ir įgyvendinimo? Pagrįskite savo atsakymą.

Kauno savivaldybė tvarkosi puikiai ir tai atsiliepia tiems betkuriems aspektams. Jeigu norime pritraukti daugiau turistų ar nuo vienos savivaldybės viskas priklausys tai yra didelis klausimas, tai yra ką mes turime: renginius turime, centrus turime, infrastruktūra sutvarkyta, turistai arba patenkinti arba ne. Tai priklausys nuo to ką jie randa atraktyvaus čia.

4. Kaip manote, kokie pagrindiniai Kauno miesto turizmo sektoriaus pranašumai?

Skiriais turizmo ištekliai, negali palyginti kauno su Palanga arba Klaipėda. Klaipėdoj yra jūra, žmogų visą laiką arba turistą, kur jisai keliauja jį traukia tam tikri ištekliai – tai visų pirma gamta arba gamtiniai ištekliai – jūra, bet koks vandens telkinys, kultūriniai ištekliai. Tai jeigu lyginti, tai, kad Kaunas nėra jūrinis miestas, aš su Klaipėda negaliu jo lyginti. Kaunas visą laiką ištuštės vasaros metu,

todėl kad jisai... visi žmonės traukia, kur yra vandens telkiniai. Kauno marios - jos gražu pasivaikščioti, gražus regioninis parkas, kas nori maudytis maudosi, bet tai ne tas telkinys, kuris priviliotų. Tai yra daugiau vietos gyventojam. Nu nežinau ar jūs skristumėt į kažkokį tai miestą dėl to, kad prie tokių kaip Kauno marių pagulėt, nu tikrai ne. Jūs į Komo Lekos nuvyktumėt, nes ten įspūdingas ežeras ir taip toliau. Aš manyčiau, kad pagrindiniai pranašumai yra mūsų kultūrinis paveldas, kurį turbūt puikiai žinote. Tarpukario tas visas paveldas jisai traukia ir tai ką turime – tuos visus architektūrinius paveldo objektus jie ištikrųjų lemia tą atraktyvumą, pranašumą Kauno, plius gebėjimas tai komunikuoti. Turbūt daugelis Lietuvoje žino, kad Kaune yra į UNESCO siekiama įtraukti objektai. Tai sakykim kultūrinis paveldas tai išskirtinumas. Kitas - pats mūsų mero vaidmuo, aišku tai užsienio turistams nėra motais, bet sakau, dar kartą, visos savivaldybės darbas sukuria miesto įvaizdį, kas tampa patrauklu ir turbūt tada ta komunikacija į išorę apie miestą ir jo galimybes vėl gi sudaro privalumus. Negana to, man atrodo, ne atrodo, o Kaunas ėmėsi įvairių tų iniciatyvų ir projektų bei paraiškų. Iniciatyvos Kaunui kurios vienaip ar kitaip iš dalies siejasi su turizmu. Tam tikros paraiškos steigtos tam tikroms veikloms jos stiprina ir turizmo galimybes Kaune.

5. Kokias pagrindines turizmo politikos valdymo klaidas ir problemas galima pastebėti Kauno mieste? Kas jas įtakoja?

Aš nežinau, negaliu atsakyti į šitą klausimą, nei apie politikos valdymo klaidas ir problemas, todėl kad aš su politikos valdymu nesusiduriu.

6. Kaip manote, kokias nepageidaujamas pasekmes gali sukelti netinkamas turizmo politikos vykdymas?

Be abejo, tai gali turėti pasekmių ekonomikai, sociokultūrinei aplinkai ir fizinei. Tarkime, jeigu žiūrint iš tos pusės sakykime, kad tarkim neadekvačiai panaudojami kultūros objektai, kultūriniai objektai, gamtiniai išteklių dėl netinkamos politikos jie gali būti sunaikinami. Jei norima panaudoti visai kitais tikslais nugriaunama ar dar kažkas performuojama, tai tokia aš matyčiau daugiau fizinei aplinkai sukelti. Be abejo, tai atsilieptų ir ekonomikai panašiai. Kultūros komercializacijai kaip tokiai.

7. Jūsų nuomone, kokį vaidmenį Kauno miesto turizmo sektoriaus vystyme atlieka viešasis sektorius?

Mano atsakymas – didelį vaidmenį. Aš dar sykį sakau, jeigu visos savivaldybės darbas nukreiptas į miesto įvaizdžio infrastruktūros kūrimą, formavimą, palaikymą tinkamą organizavimą ir taip toliau, tai tai atsiliepia ir turizmui.

8. LR turizmo įstatyme yra nustatytos savivaldybių institucijų funkcijos turizmo sektoriuje. Kaip manote, ar Kauno miesto savivaldybės institucijos tinkamai įgyvendina ir laikosi įstatyme numatytų funkcijų? Ar šių funkcijų pakanka sėkmingam turizmo vystymui mieste?

Iš tiesų, tai negaliu atsakyti nes visų pirma aš ne viešojo administravimo specialistas ir nedirbu savivaldybėje, kad galėčiau pasakyti kokios tai yra funkcijos. Bet mes galime pabandyti pasižiūrėti turbūt įstatymą ir vat savivaldybių institucijų 18 straipsnis: kompetencija turizmo srityje. Skatina turizmo verslo, darbo vietų kūrimo ir gyventojų užimtumo priemonę. Tai aš nemanyčiau, kad mūsų savivaldybė trukdo turizmo verslui. Aš negaliu pasakyti ar suteikia visas galimybes, nes aš nedirbu turizmo versle, kad sakyčiau man trukdo ar netrukdo. Mes matome viešbučius – jie veikia. Tai nu negali pasakyti, kad be abejo aišku savivaldybės žingsniai pritraukti ar pigias avialinijas ar kitas avialinijas į Kauno miestą, kaip oro uosto veikla tai būtų dar didesnis žingsnis, nes prieš keletą metų, kai sakykime į Kauno oro uostą skraidė pigios avialinijos iš Skandinavijos šalių tai viešbučiai tikrai turėjo didesnę gausą turistų ir didesnę užimtumą. Tai sakykime šitie politikos žingsniai, kaip pritraukti avialinijas turint Kaune oro uostą, gal būt yra vienas iš svarbesnių kažkokių tai būtų politinių žingsnių ir panašiai. Bet berods darbar lyg ir Kaunas taps visų skrydžių centru. Taigi vėl mes turėsime. Ar, tarkim įgyvendina ir rengia viešosios ir turizmo infrastruktūros projektus? Be abejo, dviračių takai, parkai, tai kas pritaikoma tiek... tai kas gerina gyvenimo kokybę miesto gyventojui, turi įtakos ir turistui, nes tarkime vaikščiojant po miestą ir matant sutvarkytus parkus, padailintas pagrindines gatves, miesto tos laisvalaikio zonos ir taip toliau, tarkime Kauno pilies, Laisvės alėjos ir taip toliau. Be abejo, tai prisideda prie turizmo politikos. Tai sakykime jeigu pasižiūrėsime į įstatyme numatytus punktus – taip, atlieka tas funkcijas, kurias priklauso. Bet tai sakau dar kartą, turizmas tiek yra bendrame miesto kontekste ar šalies, kad na nuo bendro tvarkymosi daugelis infrastruktūros dalių yra kartu sutvarkoma.

9. Jūsų nuomone, su kokiomis problemomis dažniausiai susiduria Kauno mieste esantys turizmo paslaugų teikėjai? Ar miesto savivaldybė sudaro tinkamas sąlygas naujoms turizmo verslo įmonėms? Pagrįskite savo atsakymą.

Nežinau Kauno mieste turizmo teikėjų problemų. Turbūt turizmo paslaugų teikėjams daugiau problemų gali sudaryti šalies politika. Tarkime, maitinimas nepriskiriama, nu jisai toks viešasis maitinimas yra ir turistams, ir miesto gyventojams ir tarkime alkoholio draudimas, vartojimas ir taip toliau, kavinėse ten man atrodo lauko, be abejo sumažins. Kaip čia yra, turistai yra pripratę, jis čia atvažiuoja, jam yra pagrindiniai poreikiai: išsimiegoti, pavalgyti, pramogauti ir jeigu jisai lauko kavinėje negali sau ramiai išgerti bokalo alaus...Nu aš nežinau, ar čia dėta kuo savivaldybė, ar čia yra visos šalies politika ir vystymas ir tas trukdymas verslui. Nu aš nežinau, čia tokia mano nuomone, na be abejo norėtųsi, kad sumažėtų tas alkoholio vartojimas, bet nuo to, kad ispanas ar italas neišgers vyno gatvėje, kad tai yra pagrindinis turizmo sezonas, visi sėdi lauke, visi vis tiek vartoja kažką tai, pradėdant vandeniu, kava ir baigiant vynu ar kažkoku kitoku gėrimu. Tai aš negaliu pasakyti, kad savivaldybė sukuria kažkokią problemą mūsų turizmo paslaugų teikėjams, labiau tai ateina iš visos šalies politikos sprendimo.

10. Kaip manote, kokie veiksniai įtakoja turizmo sektoriaus konkurencingumą? Pagrįskite savo atsakymą.

Nu iš tikrųjų tai veiksnių yra labai daug, mes galime imti tuos pačius makro veiksnius - politinius, teisinius sprendimus, ekonominius, mes galime imti turizmo infrastruktūros kokybinius aspektus kaip tokius reglamentavimą, apgyvendinimui, kainos aspektą. Tai daugelis veiksnių lemia sektoriaus konkurencingumą. Kitas dalykas, turizmo sektoriaus konkurencingumui gali turėti labai didelės įtakos būtent turizmo klasterių susidarymas, kas tarkim tų turizmo įmonių bendradarbiavimas, kooperacija kartu su viešosioms organizacijoms ir mokslo institucijoms gali padėti sukurti geresnius turizmo produktus. Tai tarkim turizmo įmonių klasterizacija suteiktų stipresnę tokį konkurencinį pranašumą prieš, tarkim jeigu Kauno mieste turizmo klasteris susiformuotų. Iš dalies jisai ir buvo ir tarkime nesakykim, kad ten buvo turizmo, bet turizmui įtakos turėjo būtent senamiesčio bendruomenės susivienijimas ir viso senamiesčio atgaivinimo. Tai ir buvo maitinimo, galerijų, viešbučių susivienijimas kartu keisti tą aplinką senamiesčio. Kiek žinau, "Daugirdo" tarkim viešbučio, amžiną atilsį dabar, savininkas yra pasakojęs, kad savivaldybei pateikus prašymą sutvarkyti, būtent, Nemuno pakrantę visą ir tą santakos parką, turėjo gerą žingsnį senamiesčio atgaivinimui, kaip tokiam, amfiteatro įkūrimas ir taip toliau. Tai va tas rodo, kad verslo ir viešųjų institucijų bendradarbiavimas ir įžvalgų vieni kitiem pateikimas leidžia turėti sėkmingą turizmo politiką arba sukurti tam tikrą konkurencingumą.

11. Įgyvendinant turizmo politiką vietos lygmenyje ypač svarbu, kad vykdoma veikla tenkintų ne tik turistų, bet ir vietos gyventojų poreikius. Kaip manote, ar turizmo plėtros planavimas Kauno mieste atsižvelgia į vietos gyventojų turimus tikslus ir poreikius?

Tai jeigu miestas gražinasi, tvarkosi, gatvės lygesnės pastatai gražesni, va pro langą pažiūrėkit va kaip pastatą atrestauravo ir man į jį smagu žiūrėti, žinau, kad jisai kultūros paveldo objektas ir taip toliau. Jeigu mano poreikis gyventi geriau tame mieste ir tą poreikį tenkina sutvarkyta infrastruktūra, taip tai reiškia planavimas Kauno mieste atitinka mano poreikius ar kaip čia. Mes neturime tokio turizmo išplėto turbūt arba tokio gausaus, kaip ten sakykime pajūrio kraštas, kada viskas užplūsta turistais, nės kur apeiti ir taip toliau. Be abejo, tada turbūt jeigų būtų, na, kiek žinau senamiestyje dažniausiai gyventojams trukdo garsesnė muzika ir taip toliau, bet tai yra reglamentuojama įstatymais iki kada ta muzika galima leisti, kas turi padaryta ir taip toliau, kad pastato gyventojams na tarkim netrukdytų. Bet iš dalies, tai trukdo turizmui. Manau čia yra amžiaus neišsprendžiama problema, bus visada nepatenkintų ir bus patenkintų. Jeigų verslas yra patenkintas, kad turistų daugėja ir jie gali iš to uždirbti pajamų, jie tuo džiaugiasi. Gyventojai, tiems, kuriems trukdo automobiliai, kuriems trukdo muzika naktinė ar dar kažkas jie visada bus nepatenkinti. Bet aš skaičiau vieną straipsnį, kad buvo pasiūlyta, kokio velnio gyvenate senamiestyje, išsikeltė. Tai va, nu aš ir nenorėčiau išsikelti turbūt, bet reikia su tuo susitaikyti, jeigu tu gyveni turistinėje zonoje, aš taip manau.

12. Kauno miesto savivaldybės strateginiame plėtros plane iki 2022 metų vienas iš tikslų – „Kaunas – konkurencingas kultūrinio ir konferencijų turizmo traukos centras“, kuriuos siekiama plėtoti viešąjį turizmo ir miesto įvaizdį gerinančią infrastruktūrą bei sudaryti palankias sąlygas turizmo paslaugų plėtrai ir gerinti paslaugų kokybę. Ar Jūsų nuomone, Kauno miesto savivaldybė įgyvendindama turizmo plėtros politiką atsižvelgia į šį tikslą?

Nu taip. Dar kartą sakau visos tos paraiškos Kauno iniciatyvai, renginių rėmimas, renginių gausa Kaune, aš manau tai irgi vienas iš traukos tokių šaltinių ir jeigu jie nusimatė iki 2022 metų tam tikras priemones ir veiksmus, reiktų juos pereit, turbūt jie įgyvendinami.

13. Kaip manote, kokiomis priemonėmis ir veiksmais būtų galima pagerinti ir paskatinti turizmo plėtros politikos įgyvendinimą Kauno mieste?

Man atrodo, mes labai stiprų žingsnį jau padarėm, kad Kaunas taps 2022 metais Europos kultūros sostine. Tai dar kartą įrodo, kad tam tikri veiksmai ir priemonės atliekamos ir vykdomos, įgyvendinamos tendencingai siekiant va tos politikos įgyvendinimo. Sakau, nes tai yra krūva priemonių, nuo miesto infrastruktūros tvarkymas, gamtinių, kultūrinių išteklių išlaikymo vystymo dviračių infrastruktūros, tai duota ir visų tų priemonių įgyvendinimo, nes jei kažkas kažką nori daryti turbūt savivaldybė racionaliai įvertinus leidžia, yra skatinama, nes sakau teko skaityti paraiškas, vienu metu, apie iniciatyvas Kaune tai tikrai yra įvairių iniciatyvų ir paskui po ekspertų vertinimo teko pasižiūrėti kokios tos iniciatyvos, tai jos vat ir eina į tą kultūrinę, daugiau konferencijų turizmo traukos centru aš kažkaip neįžvelgiu, bet viskas savo laiku.