

# ATVYKSTAMOJO TURIZMO POVEIKIS ŠALIES EKONOMIKAI

Aldona Markauskienė<sup>1</sup>, Vilda Gižienė<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Kauno technologijos universitetas, Lietuva, aldonamarkauskiene@ktu.lt*

<sup>2</sup>*Kauno technologijos universitetas, Lietuva, vilda.giziene@ktu.lt*

**crossref** <http://dx.doi.org/10.5755/j01.em.17.3.2110>

## Abstract

In economic terms, tourism is a business which includes tourism product development and tourism services and provides certain revenue to a given country. The source of income of tourism consists of tourists' expenditures on tourism products and services. Distinguished kinds are local, inbound and outbound tourism. Inbound tourism in Lithuania has developed over the past few decades, so its contribution to the country's economy is even though significant, but insufficient.

The goal of the article is to evaluate the significance of the inbound tourism impact on Lithuanian economy based on scientific literature research and statistical data analysis. The tasks for accomplishing this goal determined the structure of this article. First, the article presents the review of scientific literature on inbound tourism and its impact on the economy benefits, techniques and forms; later it analyzes the inbound tourism situation in Lithuania on the basis of statistical data analysis, as well as economic, socio-cultural and environmental effects' forms. According to the research material, article provides the evaluation of inbound tourism impact on the country's economy and reveals the positive and possible negative effects of the inbound tourism development.

The shape and extent of inbound tourism's impact to national economies depend on the availability of resources, and national tourism infrastructure, which describes the structure of the tourism sector and shows the strength of the relation between different types of activities (hotels, camping, transportation, communications, construction, etc). All of this determines the inbound tourism activities' social and economic impact and possibilities to create added value.

*Keywords:* inbound tourism, the tourism product demand, the tourism infrastructure.

*JEL Classification:* L83, L84, D24.

## Įvadas

Sparčiai auganti šalies ekonomika, gausūs gamtiniai, kultūriniai, istoriniai išteklių ir patogi geografinė padėtis sudaro palankias sąlygas atvykstamajam turizmui vystytis. Didėjant atvykstančiųjų turistų srautams turizmo verslas užima svarbią vietą šalies ekonomikoje, nes ši veikla yra svarbus darbo vietų ir pajamų kūrimo šaltinis. Siekiant išnagrinėti atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai formas ir įvertinti jų teigiamas ir galimas neigiamas pasekmes, būtina žinoti atvykstamojo turizmo mastą ir išlaidas bei nustatyti jų teikiamą naudą šalies ekonomikai.

**Straipsnio tikslas** - išnagrinėti atvykstamojo turizmo poveikį šalies ekonomikai. Šiam tikslui pasiekti išskelti tokie uždaviniai: 1) išstudijuoti mokslinę literatūrą atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai klausimu ir pateikti teorinį šios problemos tyrimo pagrindimą; 2) pateikti atvykstamojo turizmo Lietuvoje situacijos apžvalgą; 3) išnagrinėti atvykstamojo turizmo tiesioginio ir netiesioginio poveikio šalies ekonomikai formas ir jų poveikio efektus; 4) įvertinti teigiamas ir galimas neigiamas poveikio šalies ekonomikai pasekmes, naudojantis sudaryta atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai, kultūrai ir gamtai kompleksine vertinimo sistema.

**Tyrimo objektas** - atvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai.

**Tyrimo metodai.** Tyrimas grindžiamas mokslinės literatūros ir strateginių dokumentų, statistikos duomenų ir tyrimų analize.

## 1. Atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai tyrimo teorinis pagrindimas

Šiuolaikinis masinis turizmas turi gilią istorinę šaknį ir atsirado kaip poreikis pažinti pasaulį ir noras keliauti (Labanauskaitė, Juščius, 2001). A. R. Ligeikienė (2003) pastebi, kad norint išanalizuoti atvykstamojo turizmo poveikį šalies ekonomikai bei parodyti šio poveikio mastą, tikslinga pirmiausia pateikti turizmo, tame tarpe ir atvykstamojo turizmo, turinio ir jo pasireiškimo formų aiškinimą. Mokslinėje literatūroje turizmas suprantamas įvairiai: kaip ūkio šaka, teikianti keliautojams industrinio ir komercinio pobūdžio paslaugas; kaip sociogeografinis reiškinys, rodantis žmonių judėjimo šalies viduje ir už jos ribų, apimtis; kaip keliautojų veikla, sąlygota poilsio, verslo, sveikatos, studijų, konferencijų, religijos ar sporto ar kitų tikslų (Holloway, 2006). Dažnai turizmas nagrinėjamas iš paklausos ir pasiūlos pozicijų (Cooper, 2005; Holloway, 2006). Paklausos požiūriu turizmas – žmonių keliavimo ir apsistojimo už įprastos aplinkos ribų ne trumpesnę nei 24 val. ir ne ilgesnę nei vienerių metų laikotarpį poilsio, verslo ar kitais tikslais. Tokiu atveju

turizmo plėtrą lemia ekonominiai (disponuojamos pajamos, turizmo, transporto, apgyvendinimo kainos, valiutų kursų skirtumai ir pan.), socialiniai (laukiama nauda, apmokamų atostogų trukmė, gyvenimo trukmė ir pan.), makroaplinkos (ekonomikos stabilumas, politinė situacija, terorizmo grėsmė, ypatingi renginiai ir pan.) veiksniai. Pasiūlos požiūriu turizmas – prekių ir paslaugų, (apgyvendinimo, maitinimo, pramogų, apsipirkimų ir kt.), reikalingų turistų poreikiams patenkinti, teikimas. Tikslinga naudoti Pasaulinės turizmo organizacijos pasiūlytą arba Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme patektą turizmo apibrėžimą, kuriame turizmas – žmonių veikla, susijusi su kelione ar laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ne ilgiau kaip vienerius metus, jei ši veikla nėra mokymasis ar mokamas darbas lankomoje vietoje.

Prieš du dešimtmečius Lietuvos turizmo veikla ir šalies ekonomika patyrė naujus pokyčius, nes Lietuvai įsijungus į tarptautinę turizmo rinką, padidėjo atvykstančiųjų turistų srautai ir padidėjo turistų išlaidos. Turizmas tampa perspektyvia ekonomine veikla, kuri, siekdama efektyviai naudoti gausų Lietuvos istorinių, gamtinių ir kultūrinių išteklių potencialą ir užtikrinti atvykstančiųjų turistų poreikių tenkinimą, kuria naujas darbo vietas ir didina gyventojų užimtumą, skatina investicijų ir ekonominę plėtrą. Mokslinėje literatūroje vis plačiau ir giliau nagrinėjama turizmo ekonominė veikla, jos plėtros veiksniai ir rezultatai. Daugiausia rašoma bendraisiais turizmo klausimais: D. Labanauskaitė, E. Meilienė (2004) nagrinėja Lietuvos turizmo veiklos pokyčius; R. Hopenienė, A. R. Ligeikienė (2002) apžvelgia turizmo paslaugų kokybės vertinimo klausimus; K. Petrilovskaja, A. Miškinis (2007) aptaria konkurencingumo klausimus Baltijos šalių turizmo rinkose; konkurencingumą turizmo rinkoje analizuoja V. Navickas, A. Malakauskaite (2009); R. Hopeniene, G. Railiene, E. Kazlauskienė (2009) pataria, kaip turizmo paslaugas teikiančioms įmonėms, siekiant sustiprinti konkurencines pozicijas rinkoje, racionaliai pasirinkti partnerius ir užmegzti tarporganizacinius ryšius. Turizmo ekonominis poveikio analizės ypatumus nagrinėja E. Baroniunaite, E. Meilienė (2004), o I. Pekarskiene ir R. Susniene (2011) aprašo turizmo poveikio, kaip pasireiškimo ekonomikoje, politikoje, kultūroje, socialinėje sferose visumos, vertinimo metodologiją; tuo tarpu V. Pukeliene, I. Maksvytiene (2008) teigia, kad „poveikis yra integruota ekonominio bei kitų formų ir mastų įvairovės, naujovių, patirties ir žinių ekonominių veiksnių sistema formuojanti šalies ekonomikos plėtrą“ ir neišvengiamai daranti poveikį nedarbui ir užimtumui (Labanauskaite, Urbonas, 2002).

Analizuojant įvairius mokslinės literatūros šaltinius pastebėta, kad akcentuojamas skirtingas požiūris į atvykstamojo turizmo poveikio ekonomikai formas, mastą ir vertinimą, bet pripažįstama, kad tai - svarbus nacionalinės ekonomikos plėtros veiksnys. Apibendrinant mokslinės literatūros ir strateginių dokumentų apžvalgą, galima teigti, kad atvykstamojo turizmo ekonominio poveikio efektai ir jų vieningo vertinimo klausimai nėra pilnai ištirti, todėl teoriškai pagrįsta nagrinėti šį reiškinį ir vertinti jį kompleksiskai.

## 2. Atvykstamojo turizmo srautų statistinė analizė

Turizmas gali būti vietinis, išvykstamasis ir atvykstamasis. Atvykstamasis turizmas apima užsieniečių, atvykstančių į Lietuvą ir laikinai čia apsistojančių, keliones. Atvykę užsienio turistai naudojami natūraliais gamtiniais, istoriniais ar kultūriniais ištekliais arba vietinių gamintojų kuriamais produktais, moka už paslaugas. Atvykusiųjų turistų išlaidos daro teigiamą poveikį šalies vidaus ekonomikai, nes didina prekybos apimtį ir pajamas, kuria naujas darbo vietas, padeda surinkti daugiau mokesčių ir skatina su turizmu susijusią ekonominę veiklą.

Siekiant išnagrinėti ir įvertinti atvykstamojo turizmo poveikį šalies ekonomikai, būtina apžvelgti atitinkamą statistinę informaciją ir ją tinkamai interpretuoti. Pagrindiniai šalies atvykstamojo turizmo srautų analizės kriterijai yra: užsienio turistų kelionių skaičius ir jų trukmė, kelionių tikslai ir naudojamos transporto priemonės, apgyvendinimo ir nakvynių skaičius viešbučiuose, moteliuose, turistų išlaidos ir kt. Lietuvos atvykstamojo turizmo rodikliai ir jų dinamika parodyta 1 lentelėje.

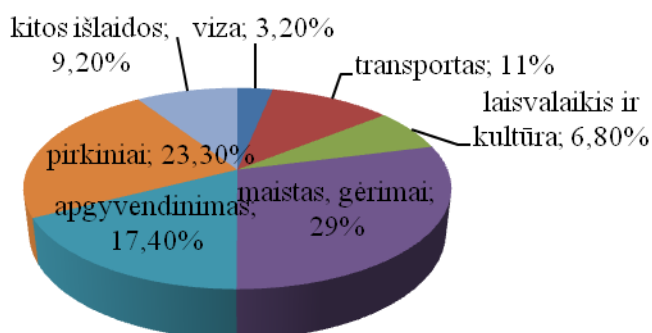
LR statistikos departamento duomenys rodo, kad 2010 metais užsienio turistai atliko 1,5 mln. kelionių, iš kurių du trečdaliai yra asmeninės ir trečdalis- verslo tikslais. Žymiai išaugo asmeninių kelionių skaičius, bet sumažėjo kelionių verslo reikalais. Tuo tarpu 70 proc. visų kelionių buvo trumpalaikės arba vidutinės trukmės (iki 3 nakvynių), o ilgalaiškės (daugiau kaip 4 nakvynės) – tik 30 procentų. Daugiausia užsieniečių atvyko iš Baltarusijos, Rusijos, Lenkijos, Vokietijos ir Latvijos. Padidėjo kelionių trukmė ir kelionės išlaidos. Vidutinė vieno užsieniečio kelionė truko 4,3 nakvynes ir kelionei Lietuvoje vidutiniškai buvo išleista 1046 litai, tuo tarpu vietinis turistai išleido tik 151 litą. Išlaidžiausieji buvo lankytojai iš Izraelio ir Jungtinių Amerikos Valstijų. Pastarieji vidutiniškai per 7 nakvynių kelionę išleido apie 1,7 tūkst. litų, taupiausiai buvo latviai ir estai, vidutiniškai per 3 nakvynių kelionę išleidę 573 litus.

**1 lentelė.** Atvykstamojo turizmo apimtys ir dinamika 2007-2010 metais

	Kelionės su nakvyne					Vienadienės kelionės				
	2007	2008	2009	2010	2010/ 2009	2007	2008	2009	2010	2010/ 2009
<b>Turistų skaičius, tūkst.</b>	<b>872,4</b>	<b>934,6</b>	<b>728,8</b>	<b>790,1</b>	<b>8,4</b>	<b>675,3</b>	<b>788,4</b>	<b>680,3</b>	<b>735,5</b>	<b>8,1</b>
<b>Kelionių skaičius, tūkst.</b>	<b>1485,8</b>	<b>1611,3</b>	<b>1341,1</b>	<b>1506,9</b>	<b>12,4</b>	<b>2728,6</b>	<b>2847,5</b>	<b>2660,2</b>	<b>2566,2</b>	<b>3,5</b>
Asmeninės kelionės	1062,1	1051,7	856,2	1051,8	22,8	2112,5	2048,5	1960,5	1933,9	-1,4
Verslo kelionės	423,6	559,7	484,9	455,1	-6,2	616,1	798,9	699,7	632,3	-9,6
Kelionės su 1–3 nakvynėmis, tūkst.	987,3	1189,4	993,0	1127,2	13,5			-	-	-
Kelionės su 4 ir daugiau nakvynių tūkst.	498,5	422,0	348,0	379,7	9,1			-	-	-
<b>Nakvynių skaičius, tūkst.</b>	<b>8050,8</b>	<b>7876,5</b>	<b>6056,8</b>	<b>6437,2</b>	<b>6,3</b>			-	-	-
Asmeninės kelionės	6740,1	5913,5	4460,8	5180,0	16,1	-	-	-	-	-
Verslo kelionės	1310,7	1963,0	1596,0	1257,2	-21,2	-	-	-	-	-
<b>Išlaidos, mln. Lt</b>	<b>1753,1</b>	<b>1843,9</b>	<b>1346,4</b>	<b>1576,6</b>	<b>17,1</b>	<b>835,9</b>	<b>915,9</b>	<b>809,2</b>	<b>770,3</b>	<b>-4,8</b>
Asmeninės kelionės	1393,7	1349,5	956,5	1242,3	29,9	687,2	682,0	631,9	622,0	-1,6
Verslo kelionės	359,3	494,4	390,0	334,2	-14,3	148,6	233,9	177,4	148,3	-16,4

Šaltinis: statistikos departamentas

Pusė turistų (51 proc.) buvo atvykusiųjų apsistoję viešbučiuose ir moteliuose, 36 procentai – pas gimines ir draugus. Vienadienių kelionių tikslas dažniausiai yra apsipirkimas (32 proc.) arba verslo reikalai (25 proc.). 2010 m. vienadieniai lankytojai Lietuvoje išleido 770,3 mln. litų, pusė visų išlaidų sudarė išlaidos pirkiniams. Per vienadienę kelionę užsienietis Lietuvoje vidutiniškai išleido 300 litų. 1 paveikslas rodo atvykusiųjų turistų išlaidų pasiskirstymą.

**1 pav.** Atvykusiųjų turistų kelionės išlaidų struktūra 2010 metais

Statistinė atvykstamojo turizmo analizė rodo, kad užsienio turistų srautai yra pakankamai dideli. Poveikis šalies ekonomikai priklauso nuo atvykstamojo turizmo srautų ir nuo galimybių išleisti pinigus lankomoje šalyje. Užsienio turistų kelionių srautų kiekybinė išraiška liudija šio reiškinio mastą ir jo svarbą šalies ekonomikai.

### 3. Atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai efektai

Atvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai yra tiesioginis ir netiesioginis (Kilijoniene, Simanaviciene, Simanavicius, (2010); Stynes,1999). Bendrasis atvykstamojo turizmo poveikis šalies

ekonomikai nustatomas kaip tiesioginio ir netiesioginio poveikių visuma. Veiksmingas atvykstamojo turizmo poveikio rezultatas yra galimas tik išnagrinėjus visas poveikio šalies ekonomikai formas (Kvartalnov, 2003), nustatius poveikio mastą bei įvertinus šio reiškinio teigiamas ir galimas neigiamas pasekmes. Dideli užsienio turistų srautai ir nemažos jų išlaidos daro poveikį lankomos šalies apgyvendinimo ir maitinimo įstaigoms, surenkamų mokesčių ir gaunamų pajamų dydžiui, užimtumui. Tiesioginis atvykstamojo turizmo poveikis reiškiasi formuojant turizmo veikla užsiimančių įmonių pajamas ir jaučiamas viešbučių ir restoranų, keleivių pervežimo, pramogų verslo ir kitose turizmo įmonėse, o netiesioginis poveikis – kitų ekonominės veiklos įmonių pajamas, nes tiesioginis poveikis generuoja paklausos augimą su turizmo plėtra susijusiose aplinkosaugos, transporto, žemės ir vandens ūkio, kultūros, švietimo ir mokslo įstaigose.

Atvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai gali būti (Page, 2007; Holloway, 2006; Cooper, 2005): 1) ekonominis; 2) poveikis aplinkai; 3) sociokultūrinis. Skiriami atvykstamojo turizmo ekonominio poveikio efektai (Labanauskaite, 2008): a) poveikis pajamoms; b) poveikis užimtumui; c) poveikis investicijoms ir plėtrai. Atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai svarba ir poveikio mastas nustatomas išmatavus užsienio turistų išlaidų, turizmo veiklos pajamų, užimtųjų turizmo veikloje, turizmo sukurtos pridėtinės vertės ir kt. dalis, palyginus su atitinkamais bendraisiais šalies rodikliais. 2 lentelėje pateikti Lietuvos turizmo sąskaitų pagrindiniai rodikliai.

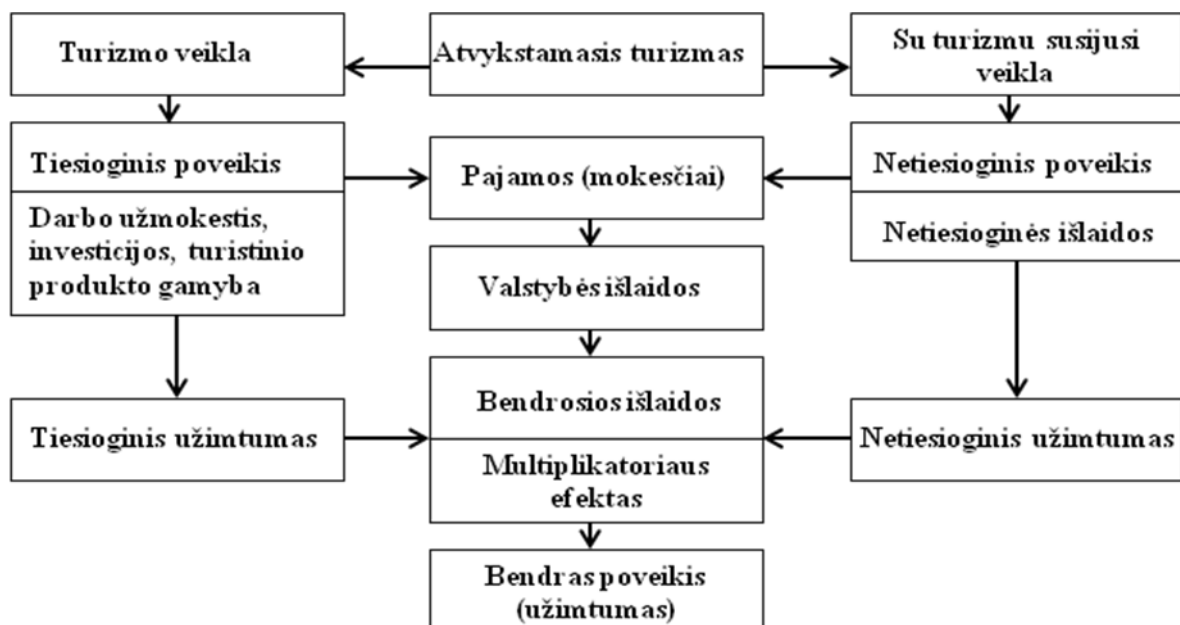
2 lentelė. Pagrindiniai turizmo sąskaitų rodikliai 2009-2010 m.

	Turizmo veikla	Dalys, palyginti su bendrais šalies rodikliais, %	
		2009	2010
Produkcija (vartojimas), mln. litų	4820,0	2,76	2,85
Tarpinis vartojimas, mln. litų	2424,5	2,85	2,90
Pridėtinė vertė, mln. litų	2395,5	2,7	2,8
Darbuotojų skaičius, tūkst.	41,8	4,2	4,4

Šaltinis: statistikos departamentas

Lentelės duomenys rodo, kad Lietuvos turizmo veikloje 2010 metais sukurta pridėtinė vertė sudaro 2,8 procento bendrosios šalies pridėtinės vertės, t. y. 2,4 mlrd. litų; turizmo veikloje dirbo 41,8 tūkst. asmenų, t. y. 4,4 procento visų privataus sektoriaus darbuotojų ir sukūrė turizmo produkcijos už 4,8 mlrd. litų.

2 paveiksle pateiktas atvykstamojo turizmo ekonominio poveikio šalies ekonomikai modelis.



2 pav. Atvykstamojo turizmo ekonominio poveikio šalies ekonomikai modelis

Atvykstamojo turizmo poveikio pajamoms efektas rodo gaunamų pajamų, kurių šaltinis yra užsienio turistų išlaidos, padidėjimą. Tiesioginio poveikio pajamoms efektas reiškiasi, kai užsienio turistų išlaidos, tampa turizmo įmonių pajamomis ir tose įmonėse dirbančiųjų darbo pajamomis, o netiesioginio poveikio pajamoms efektas - pajamų su turizmu susijusiose veiklose padidėjimu. Atvykstamojo turizmo poveikio

užimtumui efektas reiškiasi užimtumo didinimu ir naujų darbo vietų kūrimu, pirmiausia, didėja užimtumas pirminės grandies turizmo įmonėse (apgyvendinimo, maitinimo ir transporto). Darbuotojai, gaudami papildomas pajamas, perka daugiau prekių ir švietimo bei sveikatos priežiūros paslaugų. Tai savo ruožtu skatina naujų darbo vietų kūrimą su turizmu susijusiuose veiklose.

Bendrą atvykstamojo turizmo ekonominį poveikį pajamoms ir užimtumui sąlygoja bendrųjų išlaidų padidėjimas, nes gautos valstybės pajamos, darbo pajamos ar įmonės pajamos, bus vėl išleistos jų gavėjų. Bendrųjų išlaidų padidėjimo efektas įvertinamas naudojantis multiplikatoriumi. Esant didesnei multiplikatoriaus reikšmei, nauda iš turizmo bus didesnė. Ypač svari multiplikatoriaus reikšmė yra padidėjus kompleksinių arba kitaip tarpusavyje susijusių veiklų arba prekių ir paslaugų paklausai. Siekiant patenkinti didėjančią užsienio turistų paklausą, kuriami diversifikuoto ar integruoto stiliaus turizmo kompleksai. Pastarieji turi galimybę valdyti keliautojų srautus, mažinti turizmo veiklos sezoniškumo pobūdį ir užsitikrinti pajamų iš turizmo stabilumą, formuoti šalies patrauklumo įvaizdį.

Išnagrinėjus atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai efektus, matyti, kad svarbiausias iš jų yra ekonominis poveikis. Pastarasis suprantamas kaip tiesioginiai ar netiesioginiai besireiškiančių poveikių pajamoms, užimtumui ir ekonomikos plėtrai visuma. Užsienio turistų išlaidų sukurtas ekonominis efektas yra atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai, jos kultūrinės, socialinės ir ekonominės plėtros pagrindas.

#### 4. Atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai vertinimas

Atvykstamojo turizmo ekonominiai, kultūriniai, aplinkosauginiai ir kiti poveikio šalies ekonomikai efektai gali sukelti ne tik teigiamas, bet ir neigiamas pasekmes. Dėl didelio teigiamo poveikio šalies ekonomikai atvykstamojo turizmo plėtra yra naudojama kaip priemonė skatinti ekonominį augimą, nes tai - darbo ir pajamų šaltinis. Deja, atvykstamojo turizmo poveikis ekonominiam augimui gali sąlygoti neigiamus pokyčius, kurie nėra vertinami analizuojant poveikio efektus ir nėra įtraukiami į ekonominio poveikio vertinimo sistemą. Galimos poveikio efektų neigiamos pasekmės dažniausiai lieka neįvertintos, nes jie silpniau reiškiasi ekonominėje, o daugiau kultūrinėje, socialinėje ar politinėje srityse; be to, nėra visuotinai priimtų vertinimo kriterijų ir vieningos jų vertinimo metodologijos. Tuo remiantis, iškyla reikalas įvertinti nagrinėjamą reiškinį kaip visumą ir sudaryti vieningą atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai vertinimo sistemą. 3 lentelėje pateiktas bandymas kompleksiskai įvertinti atvykstamojo turizmo poveikį šalies ekonomikai, numatyti teigiamas ir galimas neigiamas pasekmes, sudarius vieningą vertinimo sistemą.

3 lentelė. Teigiamos ir galimos neigiamos atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai pasekmės

Poveikio šalies ekonomikai efektai		Teigiamas poveikis	Neigiamas poveikis
Ekonominis poveikis	pajamoms	-papildo valstybės biudžetą -didėja turizmo įmonių pajamos	-kainų didėjimo galimybė -didėja išlaidos, pvz., gamtosaugai
	užimtumui	-naujos užimtumo galimybės -skatina verslumo iniciatyvas	-darbo jėgos importo didėjimo galimybė -investicijų į švietimą ir mokslą mažėjimo galimybė
	investicijoms ir plėtrai	-didėja investicijos -auga turizmo produkto gamyba -skatina regionų plėtotę	-statybos išlaidų augimo galimybė -atsiranda papildomos vietos valdžios išlaidos -ribota investicijų grąža dėl turizmo sezoniškumo
	ūkio struktūrai	-skatina naujas turizmo formas: ekoturizmą, kulinarinį ir kt.	-priklausomybė nuo vienos ekonominės veiklos
	transporto sistemai	-gerėja transporto infrastruktūra -didėja transporto apkrovimas	-perkraunami senamiesčių transporto tinklai -blogėja senbuvų gyvenimo sąlygos
Poveikis aplinkai		-tvarkoma aplinka, parkai, keliai -restauruojami senovės paminklai	-didėja aplinkos tarša ir triukšmas -naikinamas kraštovaizdžio unikalumas
Sociokultūrinis poveikis		-skatina kultūrinį savitumą -stiprina identitetą -gyvėja kultūrinis gyvenimas -sudaromas kultūringo krašto įvaizdis	-vyksta kultūrų niveliacija -auga socialinė įtampa -netenkama etninio savitumo -plinta nusikalstamumas ir narkomanija

Sudaryta atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai kompleksinė vertinimo sistema yra platesnio požiūrio, įvertinanti poveikį aplinkai ir sociokultūrinį poveikį. Tokia vertinimo sistema yra naudinga, nes padeda atskleisti teigiamas ir neigiamas pasekmes, stiprinti ir plėsti teigiamą atvykstamojo turizmo plėtros aspektą. Tiesioginio ir netiesioginio, teigiamo ir neigiamo poveikių šalies ekonomikai atribojimas padeda formuoti turizmo plėtros strategiją ir valstybės ekonominę politiką, skatina efektyvų turizmo išteklių naudojimą ir jų apsaugą, verčia ieškoti efektyvių priemonių atvykstamojo turizmo plėtrai įgyvendinti.

### Išvados

1. Lietuvos įsijungimas į tarptautinę turizmo rinką ir didėjantys atvykstamojo turizmo srautai skatina šalies ekonomikos plėtrą ir yra svarbus darbo vietų ir pajamų kūrimo veiksnys šalies viduje. Išanalizavus mokslinę literatūrą ir apžvelgus strateginius dokumentus, galima teigti, kad Lietuvoje vis plačiau ir giliau analizuojamas atvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai.
2. Išanalizavus statistinius duomenis apie pastarųjų metų atvykstamojo turizmo padėtį Lietuvoje teigtina, kad atvykstančiųjų turistų srautai yra pakankamai dideli ir užsienio turistų išlaidos daro ženklų poveikį šalies ekonomikai.
3. Atlikta analizė parodė, kad atvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai skirstytinas į ekonominį, į poveikį aplinkai ir sociokultūrinį. Nagrinėjant ir vertinant atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai mastą, išskiriamas ekonominis poveikis ir jo tiesioginė ir netiesioginė raiška. Pastarasis suprantamas kaip poveikių pajamoms, užimtumui ir ekonomikos plėtrai visuma. Užsienio turistų išlaidų sukurtas ekonominis efektas yra atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai, jos kultūrinės, socialinės ir ekonominės plėtros pagrindas.
4. Atliktas tyrimas leidžia daryti išvadą, kad atvykstamojo turizmo poveikis šalies ekonomikai gali būti ne tik teigiamas, bet sąlygoti ir neigiamus pokyčius, kurie nėra vertinami analizuojant poveikio efektus, nes sunkiai išmatuojami kiekybiškai. Tuo remiantis, pateiktas bandymas įvertinti nagrinėjamą reiškinį kaip visumą ir sudaryti kompleksinę vertinimo sistemą. Atvykstamojo turizmo poveikio šalies ekonomikai kompleksinis vertinimas gerokai prisideda prie šalies ekonominės plėtros.

### Literatūra

1. Baroniūnaitė, E., Meilienė, E. (2004). Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai. LRTI. Pranešimo medžiaga.
2. Cooper C. (2005). *Tourism principles and practice*. Harlow: Pearson Education. 810 p.
3. Grecevičius, P., Armaitienė, A., Labanuskaitė, D. (2002). *Turizmas*. Kauno kolegijos leidybos centras.
4. Holloway J. Ch., Taylor N. (2006). *The business of tourism*. Harlow: Pearson Education. 716 p.
5. Hopeniene, R., Ligeikienė, A. R. (2002). Turizmo paslaugų kokybės vertinimo metodologiniai ir praktiniai aspektai. //Socialiniai mokslai, Nr. 2 (23).
6. Hopeniene, R., Railiene, G. & Kazlauskienė E. (2009). Potential of Virtual Organizing of Tourism Business System Actors. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics* (3), 75-85.
7. Квартальнов, В. А. (2003). *Туризм. М.: Финансы и статистика*.
8. Kilijoniene, A., Simanaviciene, Z. & Simanavicius, A. (2010). The Evaluation of Social and Economic Development of the Region. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics* 21(1), 68-79.
9. Labanuskaitė, D., Juščius, V. (2001). Turizmo produkto ekonominė samprata ir turinys // Tiltai, priedas Nr. 10. Transformacijos Rytų Europoje. – Klaipėda: KU.
10. Labanuskaitė, D. (2008). Lietuvos atvykstamojo turizmo plėtros ekonominis vertinimas // ICEM: tarptautinė mokslinė konferencija. – Kaunas. Nr. 13, 570-576.
11. Labanuskaitė, D. & Urbonas, J. (2002). Impact of Tourism on Employment and its Assessment Possibilities *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics* (3), 78-84.
12. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas. Valstybės žinios, 2002, NR. 123-5507.
13. Lietuvos statistikos departamentas (2010). <http://www.stat.gov.lt>
14. Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 metų ilgalaikė strategija. <http://www.ukm.in.lt/lt/strategija/VIRS/Ūkio%20strategija/galutine040121.doc>. [2012 01 23].

15. Ligeikienė, A. R. (2003). Turizmo plėtros konceptualizavimas ir samprata //Tiltai, priedas Nr. 13. Transformacijos Rytų ir centrinėje Europoje. – Klaipėda: KU.
16. Nacionalinė turizmo plėtros 2007–2013 metų programa. [http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dok.paiska.showdoc\\_1?p\\_id=325084&p\\_query=&p\\_tr2=\[2012 01 23\]](http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dok.paiska.showdoc_1?p_id=325084&p_query=&p_tr2=[2012 01 23]).
17. Navickas, V. & Malakauskaite, A. (2009). The Possibilities for the Identification and Evaluation of Tourism Sector Competitiveness Factors. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics* (1), 37-44.
18. Page, S. J. (2007). *Tourism management: managing for change*. OxfordBurlington: Butterworth-Heinemann. 473 p.
19. Pekarskiene, I. & Susniene, R. (2011). An Assessment of the Level of Globalization in the Baltic States. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 22(1), 58-68.
20. Petrilovskaja, K., Miškinis, A. (2007) Atvykstamojo turizmo Lietuvoje konkurencingumas Baltijos šalių kontekste // *Ekonomika*. – Vilnius, 2007, Nr. (79) p. 142-155. ISSN 1392–1258. – URL: <http://www.leidykla.eu/fileadmin/Ekonomika/79/142-155>.
21. Pukeliene, V. & Maksvytiene, I (2008). Economy Scale Impact on the Enterprise Competitive Advantages. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics* (2), 49-54.
22. Rodomanskaitė, A., Virvilaitė, R. (2004). Konkurencinio pranašumo ir specializacijos sąveika turizmo pramonėje. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 3 (38), 86-93.
23. Stynes, D. J. (1999). *Economic Impact of Tourism*.
24. Turizmo plėtotės strategija. <http://www.ukmin.lt/lt/strategija/doc/13.%20turizmo%20pletotes%20strategija.doc>. [2012 01 23].