

PATVIRTINTA
Lietuvos Respublikos ekonomikos
ir inovacijų ministro
2024 m. birželio 14 d. įsakymu Nr. 4-325

LIETUVOS TURIZMO KELRODIS



Vilnius, 2024

Turinys

1. Įvadas	3
1.1. Apie kelrodį	3
1.2. Kas sudaro turizmo ekosistemą?	4
1.3. Kaip valdomas turizmas Lietuvoje?	7
2. Apžvalga	10
2.1. Tarptautinių organizacijų veiksmai ir gairės	10
2.2. Lietuvos turizmo padėtis	12
2.3. Lietuvos turizmo sektoriaus vertinimas.	17
2.4. Turizmas strateginiuose dokumentuose	19
3. Turizmo sektoriaus vizija ir tikslai.....	27
3.1. Turizmo strateginiai tikslai	27
3.2. Turizmo politikos kryptys 2030 m.	28
3.3. Iniciatyvos tikslams pasiekti	31
3.4. Turizmo rinkos ir tikslinė auditorija.....	32
3.5. Apibendrinimas	33
Priedas	35

1. Įvadas

1.1. Apie kelrodį

Lietuvos turizmo kelrodis (toliau – Kelrodis) – tai ilgalaikę turizmo sektoriaus raidos strategiją nusakantis dokumentas, kurios tikslas – suformuluoti viziją, nustatyti tikslus ir uždavinius jiems pasiekti 2030 m.

Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijos parengtas Kelrodis siekia:

- ⇒ užtikrinti sistemingą turizmo sektoriaus valdymą ir efektyvų lėšų panaudojimą;
- ⇒ padidinti turizmo sektoriaus konkurencingumą, skaidrumą ir jo svarbą šalies ekonomikoje;
- ⇒ suplanuoti, numatyti svarbiausias teisėkūros kryptis;
- ⇒ įgyvendinti Turizmo įstatyme ir kituose teisės aktuose nustatytus reikalavimus.

Kelrodis yra suprantamas kaip ilgalaikė sektoriaus raidos strategija, kuria siekiama kurti turizmo sektoriaus plėtros scenarijus atspindinčias valstybės paramos priemones bei įtraukti skirtingų sričių suinteresuotas šalis formuojant šalies (ar sektoriaus) ateities viziją¹. Kelrodis yra gairių, siekiant skirtinguose teisės aktuose, planuose, apžvalgose, ataskaitose ir rekomendacijose išsikeltų tikslų, rinkinys².

Kelrodžio rengimo procesas

Poreikis kurti Kelrodį kilo natūraliai, įvertinus turizmo srities atstovų keliamus klausimus bei įgyvendinant politikos formuotojų darbotvarkę. Lygiagrečiai strateginio dokumento parengimą rekomendavo ir 2014–2020 m. ES fondų investicijų poveikio Lietuvos turizmo sektoriaus augimui ir plėtrai vertinime pateiktas strateginis siūlymas.

Rengiant Kelrodį buvo:

- * Analizuojami nacionaliniai strateginio planavimo teisės aktai, tarptautiniai turizmo plėtros dokumentai, Lietuvos ir kaimyninių šalių strategijos, darbotvarkės, apžvalgos.
- * Susipažįstama su regionų plėtros dokumentais, ministerijų parengtomis pažangos priemonėmis ir Lietuvos savivaldybėse planuojamomis įgyvendinti turizmo veiklomis bei projektais.
- * Dalyvauta įvairiuose susitikimuose su verslu, savivaldos ir valstybės institucijomis, akademija, užsienio kolegomis aptariant aktualijas, svarbiausius tikslus.
- * Organizuotos kūrybinės dirbtuvės 9-ojo Lietuvos turizmo forumo metu, per kurias socialiniai partneriai analizavo keturias Lietuvos turizmo sritis – skaitmeninimą, žalumą ir darnumą, rinkodarą bei atsparumą ir įgūdžius. Dirbtuvių rezultatas – aptarti ir susisteminti tikslai, priemonės, veiklos.
- * Suorganizuotas 1-asis Lietuvos turizmo hakatonas.
- * Diskutuota darbo grupėse tarptautinio bendradarbiavimo, turizmų duomenų geresnio surinkimo ir dalijimosi, kurortologinių tyrimų, skrydžių maršrutų plėtros srityse.

¹ Miedzinski, M., McDowall, W., & Fahnestock, J., Paving the pathways towards sustainable future? A critical review of STI policy roadmaps as policy instruments enabling sustainability transitions, IST, 2018.

² Paliokaitė, A., et al., Implementing smart specialisation roadmaps in Lithuania: Lost in translation, 2016.

- * Aptartas strateginis planavimas bei rizikų valdymas, pasirengimas krizėms EK organizuojamose dirbtuvėse.
- * Organizuotas projekto pristatymas Turizmo taryboje ir pakartotinis jo aptarimas.
- * Projektas teiktas derinti socialiniams partneriams, institucijoms.

1.2. Kas sudaro turizmo ekosistemą?

Turizmas yra apibrėžiamas kaip lankytojo (turisto, keliautojo) kelionė iš savo įprastos gyvenamosios vietos, trunkanti mažiau kaip 1 metus. Kelionės tikslas gali būti labai įvairus, įskaitant poilsį ir verslą, tačiau ilgesnės kaip 1 mėn. trukmės mokslo, studijų, darbo tikslu vykdomos kelionės turizmu nelaikomos. Lietuvos turizmo ekosistema yra glaudžiai susisaisčiusi su Europos Sąjungos ir viso pasaulio turizmo ekosistemomis per vertės grandines: informacijos ir paslaugų teikėjus, kelionių organizatorius ir kelionių agentūras, apgyvendinimo paslaugų teikėjus, turistų lankomas vietas ir transporto paslaugas. Kaip ir visoje ES, Lietuvoje dauguma turizmo paslaugų teikėjų yra smulkusis ir vidutinis verslas, tam tikrose srityse vyrauja netgi mikroįmonės.

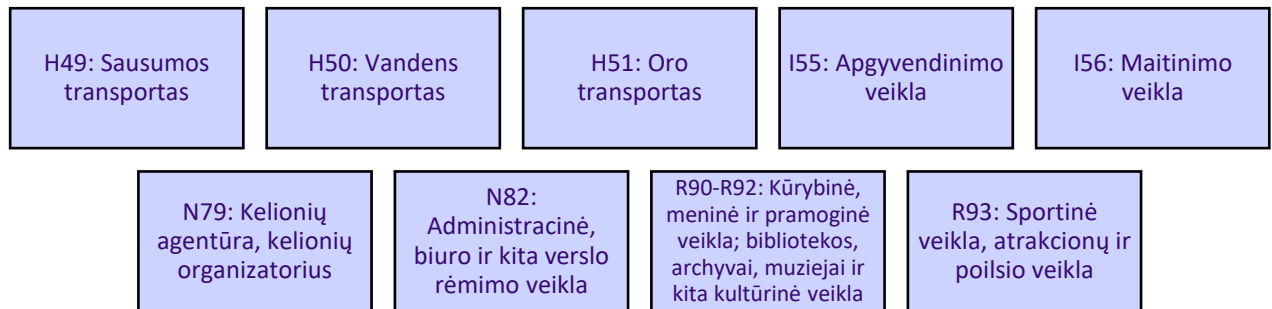
Kelrodyje yra nustatoma turizmo ekosistemos vizija ir kryptys, tačiau iki šiol nėra plačiai paplitusi turizmo ekosistemos apibrėžtis. Turizmo ekosistema laikoma viena iš daugelio ekonomikos ekosistemų, kurios pagrindas yra metodas, kuriuo pripažįstama visų ūkio subjektų horizontaliųjų ir vertikaliųjų ryšių sisteminė svarba.

Turizmo ekosistemą sudaro globalizuotos ir tarpusavyje susijusios vertės grandinės, įskaitant (visiškai arba iš dalies) paslaugų teikėjus ir tiekėjus tokiose įvairiausiose srityse kaip apgyvendinimas, kelionės ir transportas, maistas, kultūra, poilsis, kurortinis sveikatinimas, sauga ir saugumas, informacija, paskirties vietos ir traukos vietų valdymo organizacijos, mokslinių tyrimų ir vyriausybės įstaigos.

Nors turizmo ekosistemos apibrėžtis tebėra plati ir tam tikru mastu neaiški, turizmo veiklos ir jos poveikio apskaitos tikslais būtina nustatyti „darbinę statistinę apibrėžtį“. Europoje socialinė ir ekonominė statistika yra suderinta su ekonominės veiklos rūšių klasifikatoriumi (EVRK 2 red.³), t. y. labai išsamia ekonominės veiklos rūšių nomenklatūra, daug kategorijų suskirstytos į įvairius papildomos informacijos lygmenis ir galiausiai apima šimtus atskirų ekonominės veiklos rūšių. Todėl bet kokia turizmo ekosistemos apibrėžtis **apskaitos** tikslais grindžiama EVRK 2 red. (Europos Sąjungoje žinoma kaip NACE 2 red.).

Europos Sąjungoje įprasta su turizmu susijusiai veiklai priskirti šiuos NACE 2 red. sektorių 2 skaitmenų klasifikatorius:

³ Patvirtinta Lietuvos Respublikos Vyriausybės 1995 m. gegužės 17 d. nutarimu Nr. 696 „Dėl Ekonominės veiklos rūšių klasifikatoriaus“



Iš pirmiau pateikto sąrašo bendra I55, I56, N79, N82 ir R93 sektorių ekonominė veikla laikoma turizmo ekosistemos dalimi, o H49, H50, H51 ir R90–R92 sektoriuose dviženklis sektorių klasifikatorius laikomas pernelyg plačiu, kad jį būtų galima įtraukti į turizmo ekosistemą. EK yra nustatę 2 skaitmenų konkretiems sektoriams taikomus svertinius koeficientus, kad kiekviena valstybė įvertintų procentinę įnašą į turizmo ekosistemą dalį. Svoriai apskaičiuoti remiantis Eurostato verslo struktūros statistikos (SBS) duomenų rinkiniu. SBS duomenų rinkinys yra išsamesnis sektorių klasifikatorius (4 skaitmenys), tačiau neapima visos ekonomikos. Svoriai buvo apibrėžti remiantis pridėtinę vertę ir užimtumu, kad būtų galima apytikriai apskaičiuoti detalesnę sektorių klasifikaciją.

Vertinant iš ekonominės perspektyvos, Lietuvoje turizmas yra ekonominė veikla, kurianti vertę labai plačiam ratui verslų:

- * Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme nustatytos šios ekonominės turizmo paslaugos: organizuota turistinė kelionė; turizmo paslaugų rinkinys, turistų informavimo paslaugos, apgyvendinimo paslaugos, taip pat į turizmo rinkinį įeinančios keleivių vežimo paslaugos, automobilių, motociklų ar kitų motorinių transporto priemonių nuomos paslaugos;
- * maitinimo, poilsio, pramogų, kultūros ir meno, sporto, kurortinio sveikatinimo, transporto paslaugų teikėjai, muziejai, gamtos pažinimo centrai (įvairios paslaugos, kurias įsigyja turistai);
- * kiti verslai – žemės ūkio, statybos, prekybos, pramonės ir kt. įmonės, kurios tiesiogiai neaptarnauja turistų, tačiau teikia produkciją, kuria infrastruktūrą juos aptarnaujančiam verslui.

Kadangi turizmas yra ypatingai horizontalus sektorius, turistų poreikius atliepia ir kitos, ne ekonomine veikla užsiimančios institucijos, objektai ir valdytojai:

- * Lietuvos Respublikos Vyriausybė ir ministerijos, kurios formuoja turizmo, kurortų, kurortinių teritorijų politiką ir su ja susijusiais klausimais, formuoja ir įgyvendina biudžetą;
- * savivaldybės, kurios steigia turizmo informacijos centrus, kuria ir prižiūri viešąją turizmo infrastruktūrą, tvarko aplinką bei rūpinasi viešųjų paslaugų, kuriomis naudojasi ir turistai, teikimu;
- * kurortai – gyvenamosios vietovės, kuriose yra moksliai ištirtų ir pripažintų gydomaisiais gamtinių gydymųjų veiksnių (mineralinių vandenų, gydomojo purvo, sveikatai palankus mikroklimatas, rekreacinių želdinių, vandens telkinių) ir išplėtotą specialią infrastruktūrą naudoti šiuos veiksnius gydymo, sveikatinimo, turizmo ir poilsio reikmėms;
- * kurortinės teritorijos – gyvenamosios vietovės arba jų dalys, kuriose yra gamtinių išteklių, galinčių turėti gydymųjų savybių, ir speciali infrastruktūra naudoti šiuos išteklius sveikatinimo, turizmo ir poilsio reikmėms;
- * viešojo turizmo ir poilsio infrastruktūra – nuosavybės teise valstybei ar savivaldybėms priklausantys stacionarūs ar laikini statiniai ir įrenginiai, kiti objektai (turizmo trasos, pėsčiųjų

(dviračių) takai, poilsio, apžvalgos ir stovėjimo aikštelės, stovyklavietės ir jų įrenginiai, paplūdimių įrenginiai, informacijos, higienos ir atliekų surinkimo, kiti renginių priežiūros, lankytojų aptarnavimo ir poilsio objektai) – ir jos valdytojai;

* transporto ir susisiekimo infrastruktūra, kuri Lietuvoje didžiaja dalimi yra vieša – sausumos ir vandenų keliai, geležinkelis, viešojo transporto stotys, stotelės, oro uostai;

* tam tikrame kontekste turizmo ekosistemos dalimi gali tapti ir kiti pirmiau nepaminėti viešojo ir privataus sektoriaus subjektai, na ir, žinoma, – patys turistai.

Turizmo paslaugų teikėjai Lietuvoje⁴

Šioje dalyje trumpai pateikiame statistinę pagrindinių turizmo paslaugų teikėjų apžvalgą.

Kelionių organizatoriai

Pažymėjimo rūšis	Paslaugų teikėjų skaičius
Atvykstamojo turizmo	43
Atvykstamojo ir vietinio turizmo	24
Vietinio turizmo	19
Atvykstamojo ar vietinio turizmo pažymėjimus kartu su išvykstamuoju turizmo pažymėjimu	106
Iš viso	192

Apgyvendinimo paslaugos

Paslaugos	Objektų skaičius	
Klasifikuojamosios	406	
Viešbučiai	277	
Svečių namai	73	
Moteliai	19	
Kempingai	37	
Neklasifikuojamosios	3 058	
Privatus apgyvendinimas	1 486	
Kaimo turizmo sodybos	1 147	
Jaunimo nakvynės namai	130	
Poilsio namai	112	
Turistinės stovyklos	174	
Turistinio laivo apgyvendinimas	4	
Sanatorijos apgyvendinimas	5	
IŠ VISO	3 386	
	Kambarių skaičius	Vietų skaičius
Viešbučiai	13 500	28 000

⁴ 2024 m. gegužės duomenimis.

Kaimo turizmo sodybos	7 500	27 000
Privatus apgyvendinimas	9 000	23 000
Kiti	10 000	35 000
Iš viso	40 000	113 000

Kitos turizmo paslaugos

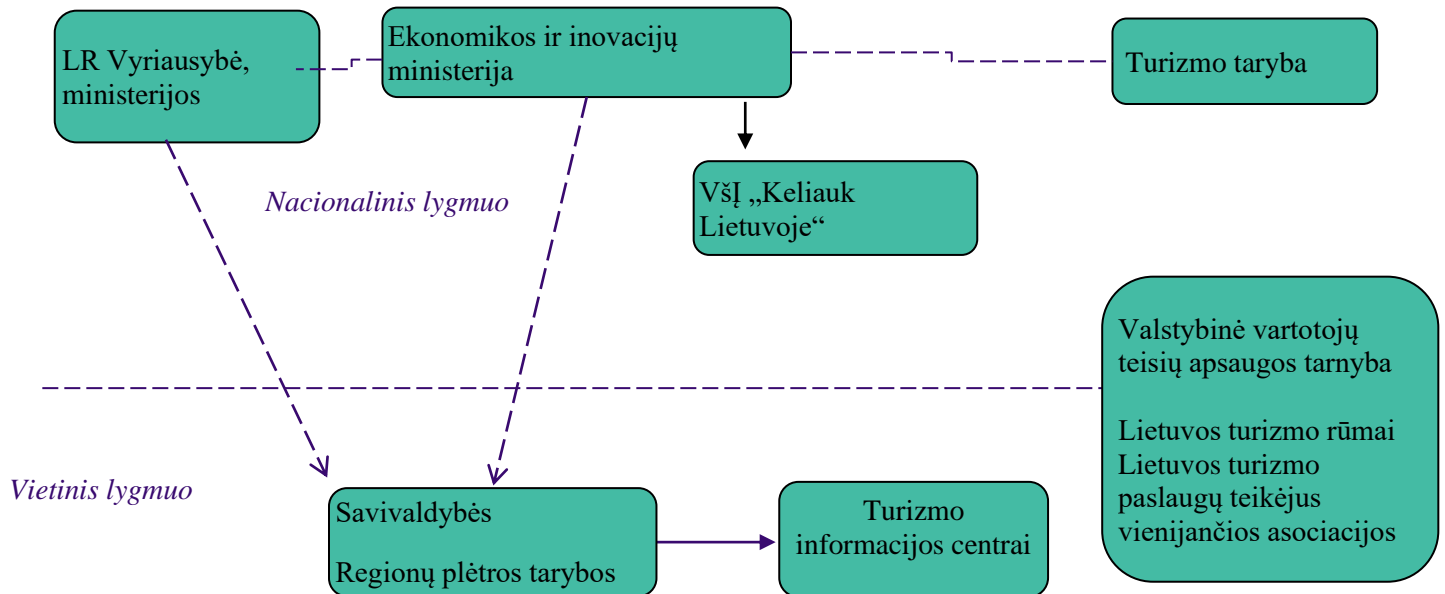
Turizmo paslauga	Teikėjų skaičius
Kelionių pardavimo agentai	241
Turizmo paslaugų rinkinių pardavėjai	3
Gidai	5 632
Turizmo informacijos centrai	53

Dirbantieji turizme

Valstybės duomenų agentūros duomenimis, prieš pandemiją 2019 m. Lietuvoje turizme (skaičiuota įtraukiant turizmui būdingas ekonominės veiklos rūšis) dirbo 51,4 tūkst. asmenų, 2021 m. šis skaičius sumažėjo iki 45,5 tūkst., 2022 m. ūgtelejo iki 47,1 tūkst.

1.3. Kaip valdomas turizmas Lietuvoje?

Šiame skyriuje aptariamas valstybės institucijų ir viešųjų įstaigų vaidmuo kuriant, formuojant valstybės politiką turizmo srityje ir ją įgyvendinant.



1 pav. Turizmo ekosistemos viešosios dalies valdymo Lietuvoje schema, parengė Ekonomikos ir inovacijų ministerija.

Institucijų indėlis į turizmo valdymą:

* **Lietuvos Respublikos Seimas** tvirtina šalies biudžetą, vykdo parlamentinę kontrolę, svarsto ir priima turizmo ekosistemai įtaką darančius įstatymus, tvirtina Lietuvos Respublikos Vyriausybės programą.

* **Lietuvos Respublikos Vyriausybė** tvirtina Lietuvos Respublikos programos nuostatų įgyvendinimo planą, svarsto turizmo srities dokumentus, biudžetą.

* **Ekonomikos ir inovacijų ministerija** formuoja politiką turizmo ir kurortų ir kurortinių teritorijų srityse, administruoja viešąją įstaigą „Keliauk Lietuvoje“.

* **Finansų ministerija** sudaro biudžeto projektą, formuoja asignavimus.

* **Teisingumo ministerija** formuoja vartotojų teisių apsaugos politiką, stiprindama vartotojų apsaugą.

* **Aplinkos ministerija** formuoja statybos, teritorijų planavimo politiką, saugo, prižiūri ir užtikrina galimybes lankytis pačiuose brangiausiuose, gražiausiuose, įdomiausiuose Lietuvos kampeliuose.

* **Kultūros ministerija** formuoja kultūros ir kultūros paveldo apsaugos politiką, užtikrina kultūros įstaigų ir kūrėjų veiklos vystymą ir sklaidą.

* **Susisiekimo ministerija** rūpinasi įvairiapusių Lietuvos pasiekiamumu (oro, sausumos, vandens keliais) bei judėjimo, susižinojimo galimybėmis šalies viduje.

* **Vidaus reikalų ministerija** formuoja valstybės politiką vietos savivaldos srityje, organizuoja, koordinuoja ir kontroliuoja jos įgyvendinimą, regionų plėtros politiką, migracijos politiką.

* **Užsienio reikalų ministerija** palaiko tarpvalstybinius santykius su kitomis šalimis ir per diplomatijos tinklą skatina atvykstantąjį turizmą ir Lietuvos įvaizdžio formavimą.

* **Sveikatos apsaugos ministerija** reglamentuoja apgyvendinimo, sporto klubų, baseinų, pirčių visuomenės sveikatos saugos reikalavimus, užtikrina tinkamą medicininės reabilitacijos ir (ar) sanatorinio (antirecidivinio) gydymo paslaugų teikimą, gamtinių gydomųjų veiksnių panaudojimą kurortuose ir kurortinėse teritorijose.

* **Socialinės apsaugos ir darbo ministerija** formuoja užimtumo politiką, rūpinasi kiekybine ir kokybine darbo rinkos plėtra.

* **Valstybinė vartotojų teisių apsaugos tarnyba** prižiūri turizmo paslaugų teikėjus, užtikrina turistų apsaugą.

* **Viešoji įstaiga „Keliauk Lietuvoje“** vykdo nacionalinę turizmo rinkodarą, bendradarbiauja su savivaldybėmis, įgyvendina šalies žinomumo, patrauklumo projektus, vykdo rinkos tyrimus.

* **Kitos institucijos** – Valstybinė saugomų teritorijų tarnyba prie Aplinkos ministerijos ir saugomų teritorijų direkcijos, Kultūros paveldo departamentas prie Kultūros ministerijos, Valstybinė teritorijų planavimo ir statybos inspekcija prie Aplinkos ministerijos – vykdo įstatymuose numatytas su gamtos apsauga, statinių pritaikymu, paveldo objektų įveiklinimu susijusias funkcijas.

* **Turizmo taryba** – dalyvauja svarstant svarbiausius turizmo srities projektus, dokumentus, teikia pasiūlymus ir idėjas politikos formavimui.

* **Savivaldybės** formuoja vietines turizmo patrauklumo priemones, investuoja į infrastruktūrą, steigia turizmo informacijos centrus, sudaro sąlygas turizmo plėtrai ir ją skatina.

* **Turizmo informacijos centrai** – įgyvendina vietovės žinomumo projektus, bendraudami tarpusavyje bei su viešu ir privačiu sektoriais vykdo regiono turizmo produktų plėtrą.

* **Turizmo verslo asociacijos** – atstovauja savo nariams (turizmo paslaugų teikėjams), prisideda teisėkūros procesuose, teikia siūlymus politikos formuotojams, tarpininkauja tarp viešojo ir privataus sektorių.

2. Apžvalga

2.1. Tarptautinių organizacijų veiksmai ir gairės

Lietuva, būdama įvairių tarptautinių organizacijų narė, yra įsipareigojusi prisidėti kuriant ir įgyvendinti įvairius politiką formuojančius, gaires ateičiai brėžiančius dokumentus ir iniciatyvas. Šiame skyriuje apžvelgiami tarptautinių organizacijų parengti turizmo sektoriaus plėtros dokumentai, įvardijami prioritetai ir kryptys.

Europos Komisijos turizmo kelrodis

Europos Komisijoje turizmas yra išskiriama kaip svarbi ekonominė veikla su plačiu poveikiu ekonomikos augimui, darbo rinkai ir socialinei plėtrai. 2022 m. vasarį EK paskelbė Turizmo kelrodį (angl. *Transition Pathway for Tourism*) – dokumentą, kuriame nubrėžia Europos kaip konkurencingiausio pasaulyje turizmo regiono plėtrą iki 2030 m. Jame pateikiamos 27 transformacijos kryptys:

Krypties Nr.	Transformacijos kryptis
1	Teisingos priemonės trumpalaikės nuomos reguliavimui
2	Reguliacinė pagalba kelionių multimodalumui
3	Statistikos gerinimas ir turizmo rodikliai
4	Visapusiškos turizmo strategijos parengimas arba atnaujinimas
5	Bendradarbiavimu grįstas turizmo kryptių valdymas
6	Tvarus mobilumas
7	Turizmo paslaugų žiediškumas
8	„Žalioji“ turizmo įmonių ir SVV transformacija
9	Duomenimis grįstos turizmo paslaugos
10	Gerinti informacijos internete prieinamumą turizmo pasiūlai
11	Lengvai prieinama geroji praktika, mokymasis su mentoriais ir MVĮ bendradarbiavimas
12	MTEP projektai ir žiedinio bei klimatui draugiško turizmo bandomieji projektai
13	Skatinti turizmo ekosistemoje naudoti produktų ir įmonių aplinkosauginio poveikio metodikas (PEF ir OEF)
14	Techniškai įgyvendinti turizmo duomenų erdvės sukūrimo veiklas
15	Moksliniai tyrimai ir inovacijos skaitmeniniams turizmo įrankiams ir paslaugoms
16	Padėti turizmo MVĮ ir vietovių skaitmeninimui
17	Nepastebimas sienų kirtimas keliaujant
18	Koordinuotas valdymas ir informacijos apie keliones atnaujinimas
19	Informuotumo apie žinių poreikį dualios turizmo transformacijos metu didinimas
20	Informuotumo apie dvilypės turizmo transformacijos poreikį ir galimybes didinimas
21	Švietimo organizacijos įsitraukia vystydamos ir atnaujinamos turizmo švietimo programos
22	Turizmo žinių paktas

23	Vienas langelis MVĮ mokymosi galimybėms
24	Teisingumas ir lygybė turizmo sektoriaus darbo vietose
25	Užtikrinti daugiau prieinamų turizmo paslaugų
26	Vienodos turizmo paslaugos gyventojams ir lankytojams
27	Didinti finansavimo galimybių matomumą turizmo sektoriaus atstovams

Europos turizmo darbotvarkė⁵ 2030 pagrindžia šį kelrodį ir skatina valstybes bei organizacijas imtis konkrečių įsipareigojimų, kaip prisidėti prie darnesnio ir atsparesnio turizmo sektoriaus kūrimo. Viešojo ir privataus sektoriaus subjektai kviečiami registruoti savo planuojamus pasiekti tikslus ir veiklas bei savo pavyzdžiu įkvėpti konkurentus ir kitus sektoriaus dalyvius.

Pasaulio turizmo organizacija

Lietuva šios organizacijos nare yra nuo 2003 m. ir aktyviai dalyvauja jos veikloje. 2023 m. birželį Lietuva buvo išrinkta į Pasaulio turizmo organizacijos (PTO) vykdomąją tarybą 4 metų kadencijai. Šis įvertinimas Lietuvai reiškia dar didesnę įsitraukimą į pasaulinių iniciatyvų palaikymą, rūpinimąsi darbuotojų įgūdžių kėlimu, turizmo kaip ekonominės šakos bei kaip priemonės darnumo tikslų pasiekimui skatinimu.

Specialiai Europos regionui PTO parengė darbotvarkę, kurioje iškėlė svarbiausias kryptis dviejose srityse – susisiekimo ir vietovių valdymo:

- ⇒ Multimodalumo skatinimas
- ⇒ Greitojo geležinkelio tiesimas ir modernizavimas
- ⇒ Gerinti tarptautinį susisiekimą geležinkeliu
- ⇒ Remti aviacijos dekarbonizaciją
- ⇒ Įgyvendinti bendrą Europos dangų
- ⇒ Pagreitinti elektromobilių įkrovimo stotelių tinklo plėtrą
- ⇒ Remti Europos regionų darniąsias praktikas
- ⇒ Vietovių ir verslo skaitmenizavimo rėmimas
- ⇒ Parama vietovių prisitaikymui prie klimato kaitos
- ⇒ Kurti išskirtinį Europos kaip darnaus turizmo regiono įvaizdį pasaulyje
- ⇒ Pajamų už ETIAS ir vizas skyrimas turizmo plėtrai
- ⇒ Skatinti turizmą ne sezono metu
- ⇒ Perskirstyti turistų srautus po mažiau žinomus regionus
- ⇒ Vystyti viešojo ir privataus sektoriaus bendradarbiavimą

Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija

Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija (EBPO) yra tarptautinė organizacija, kurios tikslas – formuoti geresnę politiką geresniam gyvenimui. Lietuva šios organizacijos nare tapo 2018 m.

⁵ <https://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-15441-2022-INIT/en/pdf>

Lietuva yra įsitraukusi į Turizmo komiteto ir Turizmo duomenų darbo grupės veiklą. Pagrindinis organizacijos uždavinys – darnaus turizmo, turizmo duomenų panaudojimo, pridėtinės vertės ekonomikoje kėlimas ir plėtra.

2022 m. organizacija išleido leidinį „EBPO turizmo tendencijos ir sprendimai“, kuriame pateikia gerąsias praktikas, svarbiausius politikos sprendimus ir valdymo pertvarkas. Šis leidinys leidžia pasilyginti su 50 EBPO šalių ir pasirengti geresniam darnaus ir įtraukaus turizmo vystymui. Pagrindinis tikslas – skatinti į ateitį nukreiptas turizmo strategijas atsigavimui paspartinti, pagreitinti žaliąją ir skaitmeninę pertvarką, stiprinti valdžios gebėjimus pasirengti, reaguoti ir prisitaikyti prie ateities sukrėtimų. Artimu metu bus išleista nauja apžvalgos versija.

Europos kelionių komisija

Lietuva tapo Europos kelionių komisijos (EKK) nare 2002 metais. Ši organizacija atlieka tyrimus, įgyvendina rinkodaros priemones ir populiarina turizmą regione ir pasaulyje. Vienas iš svarbiausių EKK projektų – interneto svetainė www.visiteurope.com. 2023 m. Lietuva buvo išrinkta į EKK direktorių tarybą 2024–2025 m.

Kitos tarptautinės organizacijos

Turizmas yra labai svarbi sritis Jungtinių Tautų darnaus vystymosi programoje, įgalinanti permainas tiek ekonomikoje, tiek socialinėse ir aplinkosaugos srityse, ypatingą dėmesį skiriant darniojo turizmo plėtrai.

Europos Komisijos Turizmo patariamasis komitetas yra skirtas keisti informacija turizmo srityje, konsultuoti ir suteikti galimybę pristatyti šalies poziciją sudarant Europos turizmo politikos gaires, pristatant Europą, kaip turistinį regioną, svarstant aktualiausius nūdienos turizmo klausimus bei priimant Europos Komisijos komunikatus.

2.2. Lietuvos turizmo padėtis

Šiame skyriuje apžvelgiama Lietuvos turizmo sektoriaus padėtis, tendencijos ir statistika pastarąjį dešimtmetį, pabrėžiant COVID-19 pandemijos ir karo Ukrainoje sukeltą poveikį.

Iki COVID-19 pandemijos turizmo sektorius nuosekliai augo. Turistų daugėjo kasmet, per 2012–2019 m. laikotarpį metinis jų skaičius išaugo beveik dvigubai, nuo 2,2 mln. iki 4 mln. (+80 proc.). Vietinių turistų skaičius kilo sparčiau (+93 proc.) – nuo 1,1 mln. iki 2,1 mln., užsienio turistų kiek lėčiau – 69 proc. nuo 1,1 mln. iki 1,9 mln. (1 pav.). Kasmet užsienio turistų skaičius paaugdavo po maždaug 4–11 procentų.

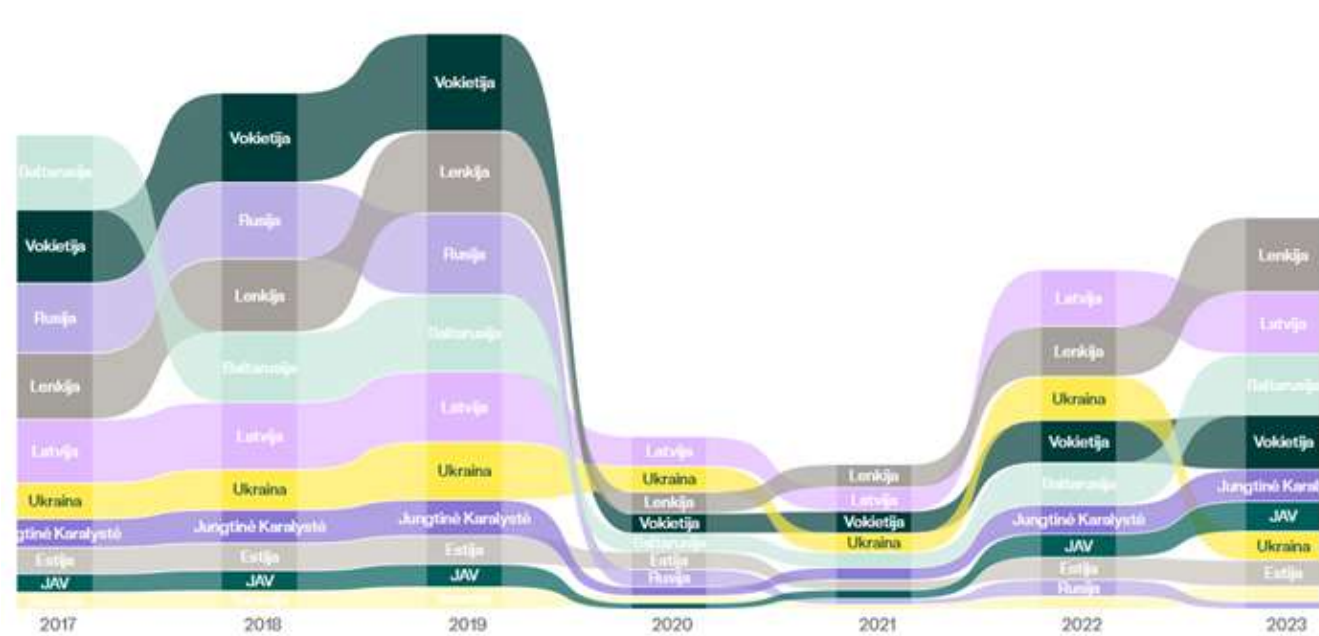
Prasidėjus pandemijai, užsienio turistų skaičiaus kritimas buvo ypač spartus (-74 proc.). 2020 m. atvyko tik 512 tūkst. užsieniečių, tačiau beveik pusė jų – per pirmąjį metų ketvirtį, dar iki pirmųjų ligos atvejų Lietuvoje, vėliau prie atvykstamojo turizmo srautų ir šalies įvaizdžio teigiamai prisidėjo pasaulyje unikalūs Baltijos kelionių burbulas. Vietinis turizmas pirmaisiais COVID-19 pandemijos mėnesiais dėl judėjimo ribojimų krito panašiai kaip atvykstamasis, tačiau jau 2020 m. liepą ir rugpjūtį viršijo 2019 m. rezultata. Po pandemijos užsienio turistų srautams atsigaunant labai iš lėto, vietinis turizmas suaktyvėjo ypač sparčiai: 2021 m. beveik pasiekė priešpandeminį lygį, o 2023 m. jau viršijo 2019 m. skaičių 25 procentais. Iki pandemijos vietinių ir užsienio turistų sulaukdavome

maždaug po lygiai. 2020–2022 m. vietiniai turistai sudarė po 70–80 proc., tačiau šis santykis po truputį atsistato ir 2023 m. siekė 60–70 proc.



2 pav. Turistų skaičius apgyvendinimo įstaigose pagal kilmės vietą, tūkst., duomenų šaltinis: Valstybės duomenų agentūra. Parengė VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“.

Atvykstantajam turizmui Europoje didelį poveikį turi ir karas Ukrainoje. Pirmąjį 2023 m. ketvirtį Europa pasiekė apie 95 proc. 2019 m. atvykusių užsienio turistų skaičiaus, visgi atskirų šalių rezultatai ženkliai skiriasi, ryškėja regioniniai kontrastai: tradicinės atostogų kryptys Pietų ir Vakarų Europoje atsigauna greičiau, tuo tarpu šalys, esančios arčiau Rusijos ir Ukrainos karo zonos, sulaukia mažiau turistų. Karas veikia turistų persiskirstymą dviem aspektais. Pirmia, turistų pasirinkimą vis dar veikia nerimas dėl saugumo situacijos, 2022 m. Europos kelionių komisijos atlikta apklausa rodo, kad apie 11 proc. Europos keliautojų labiausiai susirūpinimą kelianti problema keliant Europoje yra „Rusijos ir Ukrainos konfliktas“. Šio susirūpinimo poveikis vis dar juntamas – pvz., rytinė Europos dalis sulaukia mažiau turistų iš Vokietijos, palyginti su 2019 m., nei Vakarų Europa.

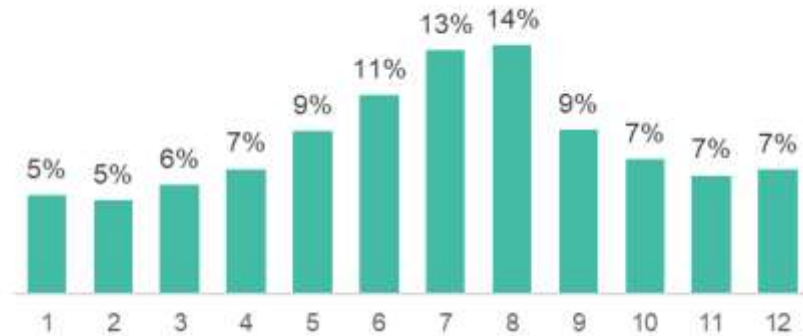


3 pav. Šalių, iš kurių į Lietuvą atvyksta daugiausiai turistų, pasiskirstymas ir kaita, nulemta COVID-19 pandemijos ir Rusijos karo Ukrainoje. Duomenų šaltinis: Valstybės duomenų agentūra. Parengė VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“.

Turistų lankymosi geografija labai skiriasi tarp užsienio ir Lietuvos turistų. Pagal Valstybės duomenų agentūros 2023 m. duomenis, dauguma **lietuvių** renkasi pajūrį ir likusias Lietuvos kryptis, tarp kurių ir Druskininkai, Birštonas bei kiti kurortai ir didieji miestai. Žinoma, šiai proporcijai įtakos turi tai, jog penktadalis lietuvių gyvena Vilniuje, taigi keliaudami jie renkasi išvykti iš savo miesto į kitas Lietuvos vietas. Taip pat vilniečiai tarp turistų sudaro didesnę dalį, nes keliauja daugiau – „Keliauk Lietuvoje“ 2023 m. vietinio turizmo tyrime 82 proc. vilniečių nurodė, jog per praėjusius 12 mėnesių vyko į kelionę su bent viena nakvyne Lietuvoje.

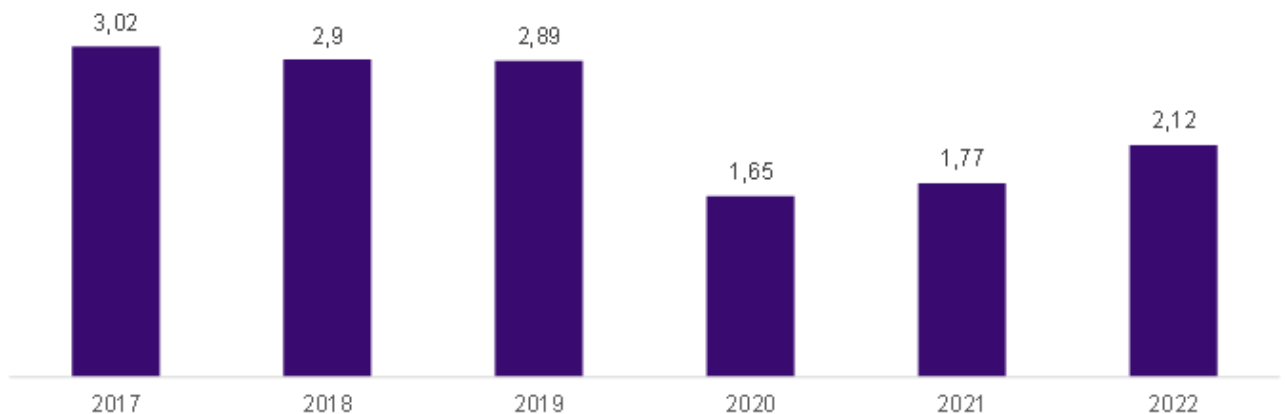
Didžioji dalis **užsienio turistų** apsistojo Vilniuje (60 proc.). Kaunas ir pajūris pritraukė po 12 proc. užsienio turistų, tik nedidelė dalis jų apsilankė kitose vietovėse. Pastebėtina, jog užsieniečių kelionių po Lietuvą tendencijos skirtingos, priklausimai nuo jų kilmės šalies, atvykimo galimybių ir populiariausių būdų, mėgstamų vietovių ir kelionių tipų, kurortinio sveikatinimo paslaugų vartojimo, apsipirkimo, laisvalaikio pajūryje ar bendros istorijos vietovių lankymo, gamtos turizmo ir panašiai.

Turistų srauto Lietuvos apgyvendinimo įstaigose pikas – liepos ir rugpjūčio mėnesiai, kai atvyksta po kiek daugiau nei 13 proc. turistų (pagal 2012–2019 m. bei 2023 m. tendencijas). Įprastai per 5 šiltuosius mėnesius nuo gegužės iki rugsėjo mėnesio sulaukiame šiek tiek daugiau nei pusės (56 proc.) turistų. Eurostato duomenimis, Lietuvos sezoniškumas yra gana panašus į bendrą Europos Sąjungos šalių vidurkį 59–63 proc.



4 pav. Užsienio ir Lietuvos turistų dalis nuo visų metų turistų, apsistojuusių apgyvendinimo įstaigose. Duomenų šaltinis: Valstybės duomenų agentūra. Parengė VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“.

Analizuojant Lietuvos turizmo sektoriaus indėlį į šalies ekonomiką, matyti, kad turizmo produkcijos dalis, palyginti su bendrąja produkcija, ikipandeminiu laikotarpiu siekė apie 3 proc. (4 pav.), tačiau pandeminiams metams sumažėjo 40 proc. iki 1,7 (2020 m.). Visgi 2022 m. buvo pasiekta 2,12 proc. bendrosios produkcijos dalis, rodanti 73 proc. atsigavimą, palyginti su 2019 metais. Nuo 2012 m. turizmo sektoriaus sukuriama pridėtinė vertė palaipsniui augo vidutiniškai po 5–7 proc. kol 2019 m. pasiekė 1 295,3 mln. Eur. Po beveik dvigubo sumažėjimo pandemijos metu, turizmo sektoriuje sukurta pridėtinė vertė 2022 m., palyginti su 2021 m., padidėjo 49 proc. ir sudarė 1,3 mlrd. Eur bei pasiekė didžiausią iki šiol fiksuotą vertę. Nepaisant to, kad šalies BVP kontekste turizmo indėlis dar nepasiekė ikipandeminių reikšmių, bendroji 2022 m. sektoriuje sukurta pridėtinė vertė viršija 2019 m. lygį 4 procentais.

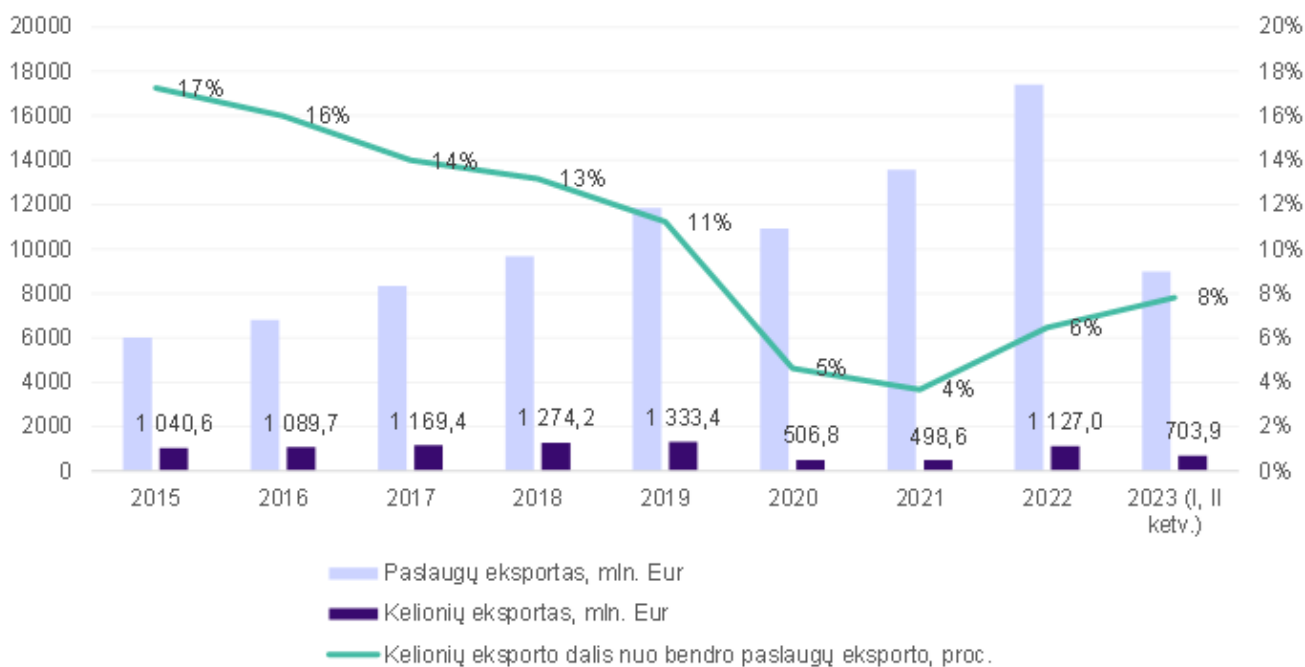


5 pav. Turizmo produkcija, palyginti su bendrąja produkcija. Duomenų šaltinis - Valstybės duomenų agentūra. Parengė VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“.

Lietuvos kelionių eksportas, apimantis kelionių paslaugų ir prekių visumą, įsigytą užsienio piliečių besilankant Lietuvoje (išskyrus tarptautinį keleivių vežimą), pastaraisiais metais patyrė ryškių pokyčių, atspindinčių šalies turizmo sektoriaus dinamiką. Iki 2019 m. kelionių eksportas kasmet padidėdavo 5–9 proc., tačiau prasidėjus pandemijai fiksuotas net 62 proc. kelionių eksporto kritimas,

kuris tęsėsi ir 2021 metais. Visgi, 2022 m. jis ėmė sparčiai atsigauti ir 2023 m. I–III ketv. dėl augančio užsienio turistų srauto kelionių eksportas viršijo ikipandeminius metus (+130 mln. Eur, palyginti su 2019 m.). Iki pandemijos kelionių eksportas sudarė iki 17 proc. viso Lietuvos paslaugų eksporto, tačiau 2020–2021 m. turizmo dalis paslaugų eksporte krito trigubai (iki 4–5 proc.). 2022 m. ir 2023 m. pirmąjį pusmetį kelionių eksporto indelis į bendrąjį paslaugų eksportą sparčiai didėja.

Atvykstamojo turizmo vartojimas, apimantis užsienio turistų kelionės išlaidas Lietuvoje (įskaitant ir tarptautinio transporto išlaidas), nuo 2012 m. stabiliai augo, kol 2019 m. pasiekė 1,5 mlrd. Eur lygį. Prasidėjus pandemijai atvykstamojo turizmo vartojimas sumažėjo 55 proc. iki 658 mln. Eur, tačiau 2022 m. užsienio turistų skaičiui pasiekus 71 proc. atsigavimą, atvykstamojo turizmo vartojimas atsigavo net 92 procentais. Didžiausią turizmo vartojimo dalį sudaro apgyvendinimo ir maitinimo paslaugos. Palyginti turistų vartojimo struktūrą prieš ir po pandemijos, nepaisant beveik 40 proc. mažesnio užsienio turistų srauto, ženkliai išaugo vartojimo išlaidos maitinimo paslaugoms (nuo 271 iki 367,2 mln. Eur), taip pat transporto nuomos (nuo 41 iki 61 mln.) bei oro keleivinio transporto išlaidos (nuo 36 iki 42 mln.).



6 pav. Lietuvos kelionių paslaugų eksportas šalies paslaugų eksporto kontekste. Duomenų šaltinis – Valstybės duomenų agentūra. Parengė VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“.

Pasak Pasaulio kelionių ir turizmo tarybos, vien Europoje 2022 m. turizme trūko virš milijono darbuotojų. Remiantis Vyriausybės strateginės analizės centro STRATA Žmogiškųjų išteklių ilgalaikę 2023–2032 m. prognoze, Lietuvai yra prognozuojamas darbo jėgos pasiūlos mažėjimas nuo 2025 m. Nors darbo jėgos pasiūla konkrečiai turizmo srityje nėra išskirta, tačiau galima daryti prielaidą, kad tendencijos būtų analogiškos. Darbo vietų skaičius trauksis 2 proc. Turizmo sektoriui kyla grėsmė, kad nebus pakankamai darbuotojų norint užtikrinti sklandžią sektoriaus veiklą ir augimą.

2.3. Lietuvos turizmo sektoriaus vertinimas.

Nuolat kintanti geopolitinė, teisinė, ekonominė, politinė, socialinė aplinka formuoja ir turizmo sektorių. Šiame skyriuje pateikiame aktualų šio sektoriaus stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių vertinimą (SSGG analizę), sudarytą turizmo politikos formuotojų, akademikų, turizmo verslo ir politiką įgyvendinančių ekspertų.

Stiprybės

GAMTINĖS SĄLYGOS |

Gera klimatinė juosta (keturi metų laikai ir pan.). Natūrali gamta, rekreacinės aplinkos įvairovė (pritaikyti lankymui miškai, vandens telkiniai, paukščių įvairovė ir pan.). Gamtiniai gydomieji veiksniai (mineraliniai vandenys, jūros vanduo, peloidai). Nuosaikios vasaros – alternatyva pietų šalių karščiui.

SAUGUMAS |

Žemas gamtinių katastrofų grėsmės lygis. Aukšti (ir tarptautiniu lygiu pripažįstami) higienos standartai. Žemas nusikalstamumas, palanki kelionių kryptis pavieniams turistams.

ISTORINĖ-KULTŪRINĖ APLINKA |

Savitas materialusis ir nematerialusis paveldas, istorinis-kultūrinis kontekstas. Mažai kam atrasta, dėl to patraukli šalis. Platus išeivių tinklas (JAV, Jungtinė Karalystė, Izraelis ir kt.). Atviri turistams, užsienio kalbomis kalbantys turizmo sektoriaus darbuotojai.

PRODUKTAI IR PASLAUGOS |

Aukšta kokybe pasižymintys Lietuvos gamintojų produktai. Konkurencingos paslaugų sektoriaus kainos (palyginti su Vakarų šalimis). Aukšta paslaugų ir aptarnavimo (pavyzdžiui, svetingumo, medicinos, kt.) kokybė.



Silpnybės

NACIONALINĖ POLITIKA IR FINANSAVIMAS |

Nacionalinės politikos prioritetų nutolimas nuo turizmo sektoriaus. Tarpinstitucinio bendradarbiavimo formuojant turizmo politiką stoka. Nepakankamas finansavimas ir finansavimo šaltinių stoka. Ekonominis nestabilumas, prastėjančios vartotojų nuotaikos ir finansinės galimybės. Nevisiškai įveikinti ES paramos lėšomis finansuotų projektų metu sukurti objektai kuriant tvarų tolimesnės veiklos modelį.

ŠALIES PATRAUKLUMAS |

Mažas šalies žinomumas. Nepakankamai išvystytas vientisas bendras šalies įvaizdis. Trumpas turistinis sezonas. Pasaulinės reikšmės turizmo objektų stygius. Neišnaudojamas Lietuvos, kaip jūrinės valstybės, turimas jūrinio, vidaus vandenų turizmo potencialas. Netolygus geografinis turistinių išteklių pasiskirstymas. Gajūs klaidingi įsitikinimai, tolesnis jų generavimas apie šalies išsivystymą.



INFRASTRUKTŪRA |

Neišvystyta kompleksinė infrastruktūra prie turizmo objektų. Nebaigti nacionalinio lygmens infrastruktūros objektų statybos / modernizavimo projektai (pvz., Konferencijų centras, nacionalinis stadionas, koncertų salė). Susisiekimo sistemos trūkumai (mažas junglumas tarp Lietuvos oro uosto ir svarbiausių oro *hubų*, mažai viešojo transporto jungčių tarp šalies regionų, prastėjanti kelių būklė). Nepakankamas turizmo objektų pritaikymas individualių poreikių turintiems asmenims.

DUOMENŲ PANAUDOJIMAS IR BENDRADARBIAVIMAS |

Patikimų ir savalaikių turizmo sektoriaus veiklos statistinių duomenų trūkumas. Nuolat atliekamų tyrimų ir analizės trūkumas sprendimų priėmimui. Netaikomi kurortologiniai tyrimai pozicionuojant sveikatos turizmo paslaugas. Bendradarbiavimo tarp suinteresuotų šalių (ministerijų, savivaldybių, asocijuotų verslo struktūrų ir pan.) stoka. Neišvystytas bendradarbiavimas tarp vietos valdžios, turizmo informacijos centrų ir privataus sektoriaus, vietos bendruomenių.

Galimybės

TURIZMO POLITIKA |

Turizmas – kaip įrankis atskirties mažinimui regionų viduje, didesnės atskirties asmenų įtraukimui į darbo rinką. Nuoseklus finansavimas pažangos priemonėse numatytoms veikloms įgyvendinti. Naujo Lietuvos turizmo prekių ženklo ir Lietuvos kaip turistinės krypties žinomumo didėjimas, naujų rinkų ir ar turistų segmentų pritraukimas.

PARTNERYSTĖ |

Integrali partnerystė su Europos, Baltijos jūros regiono ir kaimyninėmis šalimis, siekiant pritraukti turistų srautą ir vystant bendrus kultūros kelius, turizmo maršrutus, produktus ir paslaugas, naujų valdymo modelių steigimas ir darnaus vystymosi sprendimų taikymas jose.

INOVACIJOS |

Skaitmeninės inovacijos kuriant naujus ir įveiklinant esamus turizmo produktus ir paslaugas. Inovacijų taikymas švelninant atvykstamajam turizmui, ypač keliaujant individualiai, aktualų kalbos, informacijos apie lankomą vietovę / objektą barjerą. Turizmo valdymo, paslaugų, rinkodaros inovacijų panaudojimas kuriant unikalų Lietuvos pozicionavimą.

MODERNI INFRASTRUKTŪRA |

„Rail Baltica“ vėžės atsiradimas, kelių kokybės gerinimas, geležinkelio elektrifikavimas, oro uostų, jūrų uostų plėtra ir parama naujiems skrydžiams į Lietuvą kuria sąlygas reikšmingai pagerinti Lietuvos pasiekiamumą. Patrauklios tarpinio sustojimo aplinkos formavimas, siekiant pritraukti tranzitu per Lietuvą vykstančių asmenų srautus (trumpi sustojimai valgymui, apsipirkimui, pramogoms ir kt.)

APLINKA |

Augantis užsienio ir vietos turistų domėjimasis gamtos, lėtuju turizmu, turinčiu stiprų pamatą Lietuvoje. Didėjanti kraštovaizdžio, gamtos vertybių apsauga, didinamos galimybės turizmui saugomose



teritorijose, turizmui pritaikomi objektai jose. Natūralių gamtinių gydomųjų veiksnių panaudojimas teikiant sveikatos turizmo paslaugas, jų sertifikavimas. Dėl klimato kaitos ilgėjantis turistinis sezonas. Valstybės, ES paramos susiejimas su darnumo rezultatais skatins investuoti į aplinkai palankius sprendimus.

Grėsmės



GEOPOLITINĖ PADĖTIS |

Tolesnė Rusijos agresijos prieš Ukrainą ir Vakarų eskalacija. Geografinė pozicija – tolimas Europos taškas, apsuptas priešišku valstybių.

DARBUOTOJAI |

Turizmo sektoriaus darbuotojų svetingumo srityje trūkumas. Aukštas kompetencijas turinčių specialistų stoka. Besikeičiančių poreikių neatliepiantys turizmo darbuotojų skaitmeniniai, darnumo įgūdžiai. Prioritetinėms rinkoms priskiriamų šalių kalbų mokėjimo trūkumas (ypač aktualu regionuose).

APLINKA |

Dėl klimato kaitos, intensyvios pramonės ir žemės ūkio, urbanizacijos prastėjanti gamtinių išteklių kokybė, intensyviai sukultūrinamas kraštovaizdis. Dėl natūralių gamtos procesų ir intensyvios žmogaus veiklos nykstantys saugomi gamtos, kultūros, paveldo, infrastruktūros objektai. Lėtas sektoriaus prisitaikymas prie besikeičiančių vartotojų poreikių ar tarptautinio reguliavimo ir pralaimima konkurencinė kova kitoms šalims. Baltijos jūra dėl užterštumo tampa nepatraukli poilsiui.

KONKURENCINGUMAS |

Dėl globalizacijos prarandamas šalies unikalumas, prekių ir paslaugų suvienodėjimas regione. Dėl lėtesnio sektoriaus vystymo, mažo efektyvumo, investicijų stokos ar demografinių, politinių priežasčių mažėjantis Lietuvos patrauklumas.

2.4. Turizmas strateginiuose dokumentuose

Kaip jau apžvelgta pirmiau, turizmo ekosistema yra labai plati, apimanti daug veiklos sektorių, institucijų, todėl ir veiklos, priemonės, lėšos joms yra suplanuotos įvairiuose dokumentuose, patvirtintos skirtinguose teisės aktuose ir apimančios nevienodą laikotarpį ar subjektų ratą. Šiame skyriuje apžvelgiami pagrindiniai strateginiai turizmą apibrėžiantys ar jį planuojantys teisės aktai (planavimo dokumentai), taip pat kiti jam poveikį darantys dokumentai.

Nacionalinis pažangos planas 2030

Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2020 m. rugsėjo 9 d. nutarimu Nr. 998 patvirtintas „2021–2030 metų nacionalinis pažangos planas“ parengtas siekiant nustatyti pagrindinius ateinančių dešimtmetį valstybėje siekiamus pokyčius, užtikrinančius pažangą socialinėje, ekonominėje, aplinkos ir saugumo srityse. Šiame plane, svarbiausiame šalies strateginiame dokumente, yra numatytos įvairių šalies sričių plėtros galimybės ir išskelti tikslai.

Vienas uždavinių, skirtų pasiekti strateginį tikslą – orientuotas į turizmą:

Geriau naudoti turizmo potencialą šalies pažangai – laikytis darnumo principų ir taikyti inovatyvius sprendimus, skaitmeninimo galimybes, specializuoti paslaugas konkrečioms rinkoms, tikslinėms grupėms. Turizmo sektoriuje kurti naujas darbo vietas ir naujas turizmo paslaugas, stiprinti socialinio jautrumo ir atsakomybės nuostatas. Subalansuotai ir tvariai plėtoti aktualias turizmo kryptis, didinti turizmo srityje kuriamą pridėtinę vertę ir mažinti sezoniskumą, ypač daug dėmesio skirti vietos ir regionų savitumui, skatinti keliautojus daugiau laiko praleisti šalies regionuose.

Nacionaliniame pažangos plane yra numatytas strateginio tikslo poveikio rodiklis:

Eil. Nr.	Poveikio rodiklis (pavadinimas)	Matavimo vienetas	Pradinė situacija (metai)	Tarpinė siektina reikšmė 2025 m.	Galutinė siektina reikšmė 2030 m.	Duomenų šaltinis
9.	Pasaulio kelionių ir turizmo vieta konkurencingumo indeksas		59 (2019)	56	49	Pasaulio ekonomikos forumas

Ekonominės transformacijos ir konkurencingumo plėtros programa

2022 m. kovo 16 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybė nutarimu Nr. 247 priėmė „2022–2030 metų plėtros programos valdytojos Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijos ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programą“. Šioje programoje detalai aprašomi 7 Nacionaliniame pažangos plane įvardyti su šalies ekonomika susiję uždaviniai, sprendžiamos problemos ir pagrindinės jų priežastys. Vienas iš uždavinių - didinti Lietuvos turizmo konkurencingumą.

NPP 1.12 uždavinys „Didinti Lietuvos turizmo konkurencingumą“.

NPP uždavinio rodikliai:

1.12.1. Kelionių paslaugų eksportas, mln. eurų (2025 m. – 1 695, 2030 m. – 2 164).

1.12.2. Turizmo sektoriaus sukuriamą pridėtinę vertę, dalis nuo bendros pridėtinės vertės, procentais (2025 m. – 3,9, 2030 m. – 4,47).

11 problema – neišnaudojamas turizmo potencialas

Spręstinios problemos priežastys (lygiavertės):

11.1. Neefektyvus turizmo valdymas:

11.1.1 trūksta išsamių ir aktualių duomenų sprendimams priimti,

11.1.2. nepakankamas suinteresuotų institucijų ir verslo grupių įsitraukimas į sprendimų priėmimą ir įgyvendinimą.

11.2. Lėta turizmo sektoriaus transformacija:

11.2.1. nepakankami informaciniai ir komunikaciniai Lietuvos gyventojų įgūdžiai,

11.2.2. nepakankamas turizmo inovacijų diegimas ir jų supratimas,

11.2.3. neišvystytas klasterinis bendradarbiavimas (turizmo sektoriaus subjektai maži ir nebendruoja tarpusavyje),

11.2.4. trūksta motyvuotų ir tinkamą kompetenciją turinčių darbuotojų turizmo paslaugų sektoriuje,

11.2.5. nepakankamas darnios plėtros principų taikymas.

11.3. Trūksta turizmui pritaikytos infrastruktūros:

11.3.1. trūksta investicijų į viešąją ir privačią turizmo infrastruktūrą,

11.3.2. turizmo infrastruktūra vystoma fragmentuotai – nevertinama ekonominė nauda ir nesilaikoma bendrų sprendimų,

11.3.3. neužtikrintas teisės aktais nustatytų reikalavimų įgyvendinimas (pritaikymas negalią turintiems asmenims, saugi aplinka).

11.4. Mažas Lietuvos, kaip patrauklios turizmo šalies, žinomumas užsienyje:

11.4.1. netenkinanti rinkodaros ir komunikacijos kokybė ir kiekybė,

11.4.2. nevykdoma nuosekli Lietuvos pristatymo užsienyje veikla, neformuojama aiški bendra žinutė.

11.5. Prastas Lietuvos pasiekiamumas ir regionų junglumas.

Tikslinės į turizmo sektorių orientuotos pažangos priemonės

2022 m. Ekonomikos ir inovacijų ministerija kartu su socialiniais partneriais išanalizavo pagrindines turizmo sektoriaus problemas bei būdus joms išspręsti. Darbo grupėje buvo parengtos dvi pažangos priemonės ir numatytos veiklos jose keliamiems tikslams pasiekti:

05-001-01-12-06. Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją

Eil. Nr.	Veiklos pavadinimas	Veiklos tipas	Investicijų poreikis 2022–2030 m., €
1.	Sukurti Nacionalinę turizmo informacinę sistemą (NTIS)	Investicinė	680 000
2.	Modernizuoti NTIS	Investicinė	1 140 000
3.	Teikti paramą „TravelTech“ industrijos startuoliams	Investicinė	200 000
4.	Užtikrinti turizmo transformacijai palankų teisinį reguliavimą	Reguliacinė	-
5.	Skatinti bandomųjų turizmo paskirties vietovių valdymo organizacijų (angl. <i>destination management organization DMMO/DMO</i>) susikūrimą	Reguliacinė	6 000 000
6.	Skaitmeninei ir žaliajai turizmo sektoriaus transformacijai reikalingų kompetencijų, reikalingų turizmo sektoriaus darbuotojams, ugdymas	Investicinė	3 000 000

05-001-01-12-07. Plėtoti turizmo infrastruktūrą ir vystyti rinkodaros priemones

Eil. Nr.	Veiklos pavadinimas	Veiklos tipas	Investicijų poreikis 2022-2030 m., €
1.	Įgyvendinti DMO/DMMO parengtus investicijų į turizmo infrastruktūrą ir rinkodarą projektus	Investicinė	25 200 000
2.	Sukurti „Lithuania.Travel“ svetainę (platformą) ir įdiegti rinkodaros įrankį kelionės planavimui	Investicinė	90 000

3.	Išplėsti VŠĮ Keliuk Lietuvoje vykdomų Analitinė infrastruktūros tyrimų apimtį	750 000
4.	Vykdyti rinkodaros priemones, siekiant skatinti turistus naudotis skrydžiais naujomis kryptimis	Investicinė 9 500 000
5.	Nuosekliai stiprinti Lietuvos, kaip vietos konferencijoms ir renginiams, įvaizdį tarptautinėje rinkoje	Investicinė 2 542 171
6.	Pasitelkti privatų partnerį, kuris nacionalinį konferencijų centrą vystytų	Analitinė 200 000
7.	Atvykstamojo turizmo skatinimas įgyvendinant verslo plėtros iniciatyvas	Investicinė 358 000

Kitos pažangos priemonės

Ekonomikos ir inovacijų ministerija

- 05-001-01-15-02 „Skatinti talentų ir kompetencijų pasiūlą pažangiai ekonomikai“
- 05-001-01-11-04 „Įgyvendinti eksporto konkurencingumo augimą skatinančias priemones“
- 05-001-01-05-05 „Skatinti įmones skaitmenizuotis“
- 05-001-01-05-07 „Sukurti nuoseklią inovacinės veiklos skatinimo sistemą“ aprašo patvirtinimo“

Aplinkos ministerija

- 02-001-06-04-02 „Didinti klimato kaitos politikos veiksmingumą“
- 02-001-06-08-01 „Išsaugoti biologinę įvairovę“
- 02-001-06-10-03 „Skatinti atliekų prevenciją“

Užsienio reikalų ministerija

- 14-001-09-01-02 „Didinti Lietuvos žinomumą ir įtaką tarptautinėje bendruomenėje“
- 14-001-09-01-01 „Didinti diplomatinio atstovavimo tinklo efektyvumą“

Vidaus reikalų ministerija

Regioninės pažangos priemonės, pagal kurias pažangos priemonių aprašus rengia regionų plėtros tarybos.

Socialinės apsaugos ir darbo ministerija

- 09-001-02-03-03 „Skatinti verslumą“
- 09-005-02-06-01 „Užtikrinti fizinės infrastruktūros prieinamumą neįgaliesiems“
- 09-005-02-06-04 „Užtikrinti informacinės infrastruktūros ir informacijos pritaikymą neįgaliųjų poreikiams“
- 09-005-02-06-07 „Skatinti paslaugų ir prekių pritaikymą neįgaliųjų poreikiams“

Švietimo, mokslo ir sporto ministerija

- 12-003-03-05-01 „Įdiegti vieną langelį karjerai planuoti ir įgūdžiams tobulinti“
- 12-003-03-04-03 „Sukurti rinkos poreikius atliepiančią profesinio ugdymo sistemą“
- 12-003-03-01-02 „Vykdyti EdTech skaitmeninę švietimo transformaciją“

Žemės ūkio ministerija

15-001-02-12-01 „Didinti produkcijos pridėtinę vertę remiant ekologiškų, sveikatai palankių ir kokybiškų maisto produktų gamybą bei vartojimą“

Susisiekimo ministerija

10-001-05-03-01 „Gerinti susisiekimą kelių transportu“

10-001-05-03-02 „Gerinti susisiekimą geležinkelių transportu“

10-001-05-03-03 „Gerinti susisiekimą oro transportu“

10-001-05-03-04 „Gerinti susisiekimą vandens transportu“

10-001-06-01-02 „Skatinti darnų judumą“

Kultūros ministerija

08-001-04-01-03 „Investicijos į kultūros išteklių skaitmeninimą ir prieinamumą

08-001-04-02-01 „Lietuvos kūrėjų konkurencingumo ir žinomumo didinimas, Lietuvos kūrybinio potencialo panaudojimo skatinimas“

08-001-04-05-01 „Istorinės atminties komunikacijos turinio ir formų aktualizavimas“

08-001-04-06-01 „Tvarių prielaidų ir paskatų aktualizuoti kultūros paveldo vertybes sukūrimas“

08-001-04-01-01 „Aukštos meninės vertės, įvairaus ir įtraukaus kultūros turinio prieinamumo didinimas“

08-001-01-09-01 „KKI plėtra, skatinanti konkurencingumą ir pridėtinės vertės kūrimą“

LR bendrasis planas

2021 m. rugsėjo 29 d. nutarimu Nr. 789 Lietuvos Respublikos Vyriausybė patvirtino Lietuvos Respublikos teritorijos bendrąjį planą. Tai yra erdvinio teritorijų planavimo dokumentas, nustatantis teritorijos erdvinio vystymo kryptis ir teritorijų naudojimo funkcinius prioritetus, užtikrinantis Lietuvoje galiojančių ir kuriamų strateginių planavimo dokumentų, turinčių erdvinę (teritorinę) išraišką, suderinamumą. Bendrasis Lietuvos planas – pagrindinis šalies vystymosi dokumentas, kurio suformuluoti sprendiniai galioja iki 2030 metų, o pasiūlyta vizija – net iki 2050 metų. Sprendiniai yra ypač svarbūs ir siekiant Jungtinių Tautų darnaus vystymosi tikslų, mat šiems pasiekti kiekviena šalis turi pati numatyti tam tikras priemones.

LR teritorijos bendrajame plane yra siūlomos regionų specializacijos, kurortų ir kurortinių teritorijų plėtros kryptys, kultūros, tapatybės, paveldo objektų įveiklinimas, infrastruktūros, gamtos panaudojimas. Tarp kitų pagrindinių tikslų išskirtas 16 punktas:

Siekiant valstybės konkurencingumo naudojant horizontalųjį kompleksiško aspekto nacionaliniame lygmenyje įgyvendinti šiuos sprendinius:

didinti šalies matomumą BJR, Europoje ir pasaulyje stiprinant šalies tapatybę plėtojant kultūrą, turizmo paslaugas, įveiklinant gamtinius rekreacinius kultūrinius turizmo išteklius, didinant jų pasiekiamumą, įsitraukiant į tarptautinius kultūros tinklus, puoselėjant ir gausinant materialų ir nematerialų paveldą, įrašytą į UNESCO pasaulio paveldo sąrašus. Didinti turizmo ir kultūros sričių ekonominį aktyvumą, gerinant kultūros ir turizmo objektų pasiekiamumą, bendradarbiaujant pasienio teritorijose siekiant saugoti ir įveiklinti gamtinius, kultūrinius išteklius.

Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšų panaudojimo vertinimo rekomendacijų įgyvendinimo veiksmų planas

Šis planas buvo parengtas atsižvelgiant į 2014–2020 m. ES fondų investicijų poveikio Lietuvos turizmo sektoriaus augimui ir plėtrai vertinimą ir jame išdėstytus strateginius siūlymus. Pagal juos Ekonomikos ir inovacijų ministerija bei VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ yra įpareigojamos:

Nr.	Rekomendacija
1.	<i>Parengti Lietuvos turizmo kelrodį iki 2030 m., kuriame būtų patvirtinta Lietuvos turizmo plėtros vizija, kryptys ir prioritetiniai veiksmai.</i>
2.	<i>Numatyti Kompetencijų didinimą pažangos priemonėje „Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją“ Veikla – Skaitmeninės ir žaliosios turizmo sektoriaus transformacijos kompetencijų, reikalingų turizmo sektoriaus darbuotojams, ugdymas.</i>
3.	<i>Dalyvauti, aktualizuojant turizmo specialybės mokymų programas, bendradarbiaujant su aukštosiomis mokyklomis, taip pat su verslo ir profesinio mokymo įstaigomis, skatinant jų bendradarbiavimą.</i>
4.	<i>Numatyti pažangos priemonėje „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“ Veikla – Nuosekliai stiprinti Lietuvos, kaip vietos konferencijoms ir renginiams, įvaizdį tarptautinėje rinkoje.</i>
5.	<i>Numatyti Pažangos priemonėje „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“ Veikla – Pasitelkti privatų partnerį, kuris vystytų nacionalinį konferencijų centrą.</i>
6.	<i>Numatyti Skrydžių skatinimo rinkodaros priemones pažangos priemonėje „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“ Veikla – Vykdyti rinkodaros priemones, siekiant skatinti turistus naudotis skrydžiais naujomis kryptimis.</i>
7.1.	<i>Numatyti Lietuvos konferencijų turizmo vystymą pažangos priemonėje „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“ Veikla – Nuosekliai stiprinti Lietuvos, kaip vietos konferencijoms ir renginiams, įvaizdį tarptautinėje rinkoje.</i>
7.2.	<i>Vykdyti rinkodaros priemones, stiprinančias Lietuvos, kaip vietos konferencijoms ir renginiams įvaizdį, tarptautinėje rinkoje.</i>
8.	<i>Numatyti Lietuvos turizmo rinkodarą prioritetinėse rinkose VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ veiklos plane ir strategijoje.</i>
9.	<i>Numatyti darbus su užsienio kelionių organizatoriais ir žiniasklaidos atstovais VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ veiklos plane ir strategijoje.</i>
10.	<i>Numatyti tiesioginės B2C (verslas vartotojui (business to consumer)) / „reklamos kiekius prioritetinėse rinkose VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ veiklos plane ir strategijoje.</i>
11.	<i>Numatyti šalies kaip aukštos vertės prekės ženklo formavimą VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ veiklos plane ir strategijoje.</i>
12.	<i>Kreipimasis į Finansų ministeriją dėl EIM turizmui ekspertų pasiūlytų veiklų įtraukimo į 2021 – 2027 m. Investicijų programos 4 prioriteto „Socialiai atsakinga Lietuva“ 4.6 uždavinį „Stiprinti kultūros ir darnaus turizmo vaidmenį ekonominės plėtros, socialinės įtraukties ir socialinių inovacijų srityse (ERPF)“.</i>
13.	<i>Derinti Lietuvos turizmo kelrodžio projektą su regionų plėtros tarybomis ir savivaldybėmis bei skatinti juo vadovautis.</i>
14.	<i>Teikti, esant poreikiui, ekspertinę pagalbą Lietuvos regionams dėl Regionų plėtros planuose numatytų investicijų turizmo sektoriuje planavimo ir įgyvendinimo.</i>

Jungtinių Tautų Generalinės Asamblėja 2015 m. rugsėjo 25 d. priėmė rezoliuciją „Keiskime mūsų pasaulį. Darnaus vystymosi darbotvarkė iki 2030 metų“. Ši darbotvarkė – tai žmonėms, planetai ir klestėjimui skirtas veiksmų planas, kuriuo siekiama sustiprinti visuotinę taiką didesnės laisvės sąlygomis. Šį planą įgyvendina visos valstybės ir suinteresuotosios šalys, bendradarbiaudamos kaip partnerės.

33 minėtos rezoliucijos punktas pabrėžia švarios aplinkos, darnumo svarbą: „Pripažįstame, kad socialinė ir ekonominė plėtra priklauso nuo tausaus mūsų planetos gamtos išteklių valdymo. Dėl šios priežasties esame pasiryžę išsaugoti ir tausiai naudoti vandenynų ir jūrų, gėlo vandens išteklius bei miškus, kalnus ir sausumas, saugoti biologinę įvairovę, ekosistemas, gyvūniją ir augaliją. Taip pat esame pasiryžę skatinti darnų turizmą.“

Darbotvarkėje paskelbti septyniolika darnaus vystymosi tikslų (DVT) ir 169 uždaviniai, kurių dalis – svarbi turizmo dedamoji:

- ⇒ 8 tikslas. Skatinti tvarų, įtraukų ir darnų ekonomikos augimą, našų užimtumą ir deramą darbą
- ⇒ 8.8. Iki 2030 metų sukurti ir įgyvendinti politiką, skirtą darniam turizmui, kuris padeda sukurti darbo vietas, taip pat pristatyti vietos kultūrą ir produktus, plėtoti.
- ⇒ 12 tikslas. Užtikrinti darnius vartojimo ir gamybos modelius
- ⇒ 12b. Kurti ir įgyvendinti priemones, skirtas stebėti darnaus vystymosi poveikį darniam turizmui, kuris padeda kurti darbo vietas ir pristatyti vietos kultūrą ir produktus.
- ⇒ 14 tikslas. Išsaugoti vandenynus, jūras ir jūrų išteklius ir juos tausiai naudoti darniam vystymuisi
- ⇒ 14.7. Iki 2030 metų didinti tausaus jūrų išteklių naudojimo ekonominę naudą mažoms besivystančioms salų valstybėms ir mažiausiai išsivysčiusiems šalims, įskaitant ir darnų valdymą žuvininkystės, akvakultūros ir turizmo srityse.

Nacionalinė darnaus vystymosi ataskaita

Antrojeje Lietuvos savanoriškai teikiamoje Ataskaitoje įvertinama šalies pažanga įgyvendinant Darnaus vystymosi darbotvarkę 2030. Ataskaitoje vertinama šalies pažanga 2018-2023 m., pristatomi kylantys iššūkiai ir naujos iniciatyvos, skirtos paspartinti 17 Darnaus vystymosi tikslų DVT įgyvendinimą, pateikiamos vyriausybinių ir nevyriausybinių organizacijų įžvalgos, gerosios praktikos pavyzdžiai bei rekomendacijos.

Ataskaitoje konstatuojama:

Darnios turizmo sektoriaus ir regionų plėtros aktualumas matomas kaip potencialas šalies pažangai. Išskirtinio šalies įvaizdžio, ypač vaizdo turinio kūrimas, vietinio turizmo proveržis sudarė sąlygas turizmo sektoriaus plėtrai. Tačiau neigiama COVID-19 pandemijos padarinių įtaka, turizmo sektoriui buvo milžiniška: pastebima, kad 2020 m., palyginti su 2019 m., bendras turistų skaičius sumažėjo 58 proc. Visgi, nuo 2021 m. stebima auganti turistų tendencija. Turizmo sektoriaus plėtrai Lietuvoje keliamas tikslas – iki 2030 m. pasiekti 49 vietą kelionių ir turizmo konkurencingumo indekse.

Darniojo turizmo gairėse išskiriamas siekis kasmet pakelti Lietuvos poziciją kelionių ir turizmo konkurencingumo indekse per tris vietas nuo prieš tai buvusių metų lygio bei skatinti užsienio turistų lankymąsi Lietuvos regionuose (iki 2025 m. Lietuvos regionuose apsilankytų mažiausiai 30 proc. užsienio turistų), skatinti tarptautinius sertifikatus turinčių turizmo paslaugų teikėjų skaičiaus augimą

bei kasmetinio turizmo sukuriama BVP augimą (vidutiniškai po 3 proc., skaičiuojant nuo praėjusių metų lygio). Pagrindiniai prioritetai orientuojami į regioninio turizmo plėtrą, skatinant žaliąjį (ekologinį) turizmą, kultūros kelių plėtrą, Lietuvos turizmo centrų teikiamų paslaugų gerinimą, į turizmo sektorių aktyviau įtraukiant tautinį paveldą kuriojančias institucijas bei etnines grupes, sukuriant glaudesnę kelionių organizatorių ir jau veikiančių Turizmo informacinių centrų bendradarbiavimą.

Visiems prieinamo turizmo plėtra skatinama pasitelkiant informavimo priemones, kuriant visiems prieinamo turizmo paslaugų ženklavimo sistemą, gerinant turizmo prieinamumą asmenims su specialiaisiais poreikiais. Verslumas turizmo sektoriuje skatinamas kuriant verslumo programas, teikiant konsultavimosi paslaugas turizmo smulkiojo verslo atstovams. Šiuo metu plačiai atpažįstami tarptautiniai sertifikatai „Žaliasis raktas“, „Mėlynoji vėliava“ Lietuvoje vis dar nėra plačiai naudojami, todėl turizmo paslaugų sertifikavimas ne tik paskatintų atsakingą gamtos resursų naudojimą ir poveikio aplinkai mažinimą, bet ir prisidėtų prie sėkmingesnio Lietuvos, kaip šiuolaikiškos ir tarptautinius turizmo standartus atitinkančios šalies, įvaizdžio formavimo. Tai turėtų būti siekiama pasitelkiant finansinę valstybės paramą sertifikuotam paslaugų tiekėjui bei kuriant glaudesnę bendradarbiavimą su tarptautinėmis organizacijomis, platinančiomis darniojo turizmo paslaugų sertifikatus.

3. Turizmo sektoriaus vizija ir tikslai

3.1. Turizmo strateginiai tikslai

Įvertindami pasaulines tendencijas, Lietuvos įsipareigojimus ir išsikeltus tikslus, Ekonomikos ir inovacijų ministerija sudarė Lietuvos turizmo ateities viziją – kokio turizmo siekiame: **Lietuvos turizmo sektorius – darnus ir įtraukus, kuriantis svarų indėlį į Lietuvos ekonomiką, konkurencingas regione ir atsparus krizėms.**

Pagrindinis Kelrodžio strateginis tikslas – Nacionaliniame pažangos plane numatytas 1 strateginio tikslo 1.12 uždavinio rodiklis, kurį pasiekti užsibrėžiama iki 2030 metų – padidinti turizmo sektoriaus sukuriamos pridėtinės vertės dalį nuo bendros pridėtinės vertės iki 4,47 proc.

Tam, kad įgyvendintumėme nusibrėžtą viziją ir pasiektumėme strateginį tikslą, būtina imtis veiksmų pagrindinėse srityse, atliepančiose Europos Sąjungos Kelrodį: **žalioji transformacija, skaitmeninis perėjimas, sektoriaus atsparumas ir valdymas, darbuotojai ir įgūdžiai, efektyvi rinkodara.**

Siekiant įvertinti, ar vykdomos veiklos yra veiksmingos, būtina nustatyti rodiklius. Turizmo sektoriuje įprasta matuoti poveikį ekonomikai ir turistų skaičius. Nors tarp šių dydžių egzistuoja koreliacija, nebūtinai didesnis pritrauktų turistų skaičius sukuria didžiausią ekonominę ir socialinę vertę valstybei ar konkrečiai vietai.

Skirtingi turistai atvyksta į šalį vedini skirtingų tikslų, todėl jų išleidžiamų pinigų suma, aplankyti objektai, užsiėmimai nėra vienodi. Be to, skirtingų šalių turistai nevienodai linkę atvykti į Lietuvą, todėl veiklos jiems pritraukti turi būti atitinkamai pritaikytos.

Kaip jau apžvelgta pirmiau, be pagrindinio iškelto tikslo Lietuvos strateginiuose dokumentuose turizmo sektoriui numatyti šie rodikliai:

- * Kelionių paslaugų eksportas 2030 m. – **2 164 mln. eurų** (NPP uždavinio rodiklis).
- * Pasaulio kelionių ir turizmo konkurencingumo indeksas – **49 vieta** (NPP strateginio tikslo rodiklis).

Norint nuosekliai veikti ir 2030 m. pasiekti užsibrėžtų tikslų ir rodiklių, Kelrodyje nėra nustatyta papildomų rodiklių, jų siekiama toliau brėžiamomis kryptimis ir uždaviniais.

Kartu su turizmo ekosistemos atstovais Turizmo forumo metu vykusiose dirbtuvėse buvo aptariamose pagrindinės sritys (temos) ir iškelti konkretūs jų tikslai bei uždaviniai jiems pasiekti. Vėliau dirbtuvių medžiaga buvo susisteminta, apibendrinta ir sulyginta su Europos Komisijos nustatytomis turizmo plėtros kryptimis, apimančiomis teisėkūros, analitines, investicines ir rinkodaros veiklas, taip suformuojant 4 pagrindines viena kitą papildančias kryptis kelyje į išsikeltą viziją. Kiekvienai kryptei buvo išskirti pagrindiniai uždaviniai ir numatyti svarbiausi veiksmai, užtikrinantys uždavinių įgyvendinimą ir judėjimą numatyta kryptimi. Taip pat – nurodomas rodiklis, prie kurio pasiekimo nurodytais veiksmais bus prisidedama ir kuri iš Ekonomikos ir inovacijų ministerijos valdomų turizmo pažangos priemonių apims reikalingas veiklas ir projektus.

Atkreiptinas dėmesys, kad toliau pateikiama informacija buvo suderinta su pateiktąja ankstesniuose skyriuose – nacionaliniais ir tarptautiniais teisės aktais, strateginiais dokumentais, rekomendacijomis, atsižvelgta į SSGG analizę ir dabartinę turizmo sektoriaus analizę. Šioje dermėje ir suformuotos kryptys turizmui iki 2030 m.

3.2. Turizmo politikos kryptys 2030 m.

Kryptis 1: Sukurti palankią ekosistemą darnaus turizmo plėtrai

Pagrindiniai šios krypties uždaviniai: įdiegti nacionalinę darnumo skatinimo sistemą, skatinti darnių ir sertifikuotų turizmo paslaugų plėtrą, ugdyti sąmoningą ir reiklų vietinį keliautoją, Lietuvos turizmo darbuotojus rengti darnaus turizmo ambasadoriais.

Šiems uždaviniams įgyvendinti reikalingi atlikti veiksmai:

Sukurti nacionalinę turizmo verslo (paslaugų) sertifikavimo sistemą

Remti verslo sertifikavimą

Organizuoti komunikacijos kampanijas darnumo turizme tema

Kurti trumpąsias žemės ūkio ir maisto produktų tiekimo grandines svetingumo sektoriuje

Apmokyti turizmo sektoriaus darbuotojus žaliojo kurso tema

Darnaus turizmo skatinimo motyvacinės sistemos sukūrimas

Rodiklis, prie kurio siekimo prisidedama: pakilti Pasaulio kelionių ir turizmo konkurencingumo indekse.

Pažangos priemonė, kurioje bus planuojamos veiklos: „Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją“ ir „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“.

Kryptis 2: Lietuva – patraukli Baltijos regiono turistinė kryptis

Pagrindiniai šios krypties uždaviniai: vieningai naudoti atnaujintą šalies turizmo prekės ženklą, kurti Lietuvos kaip žalios, darnios turizmo krypties įvaizdį, užtikrinti efektyvią ir vieningą svarbiausių šalies renginių, turizmo objektų, produktų komunikaciją ir rinkodarą, didinti Lietuvos kaip turizmo krypties paklausą, gerinti šalies pasiekiamumą.

Šiems uždaviniams įgyvendinti reikalingi atlikti veiksmai:

Skatinti viešojo ir privataus sektoriaus atstovus naudoti viešosios įstaigos „Keliauk Lietuvoje“ „Co-create experiences“ prekių ženklą

Parengti ir įgyvendinti Lietuvos turizmo rinkodaros ir komunikacijos strategiją

Rinkodaros priemonės, išnaudojant ekonominės diplomatijos tinklą, dalyvaujant tarptautinėse parodose ir verslo renginiuose stiprinti Lietuvos įvaizdį ir skatinti atvykstantįjį turizmą

Kurti ir viešinti Lietuvos pažintinio, sveikatinimo, verslo, gamtos ir aktyvaus turizmo produktus

Užtikrinti VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ ir turizmo informacijos centrų dalijimąsi savo tarptautinės rinkodaros, komunikacijos planais, koordinuoti kasmetinių planų ir tikslų pristatymų vykdymą

Dalyvauti tarptautinių turizmo, sveikatos turizmo, konferencinio turizmo organizacijų veikloje

Sukurti ir pristatyti naują Lietuvoje vykstančių turizmo parodų koncepciją

Didinti šalies pasiekiamumą įvairių rūšių transportu ir jo paklausą

Sukurti verslo paramos priemonę skatinti atvykstantįjį turizmą įgyvendinant verslo plėtros iniciatyvas

Skatinti turizmo sektoriaus objektų pritaikomumą asmenims su negalia

Inicijuoti nacionalinio Turizmo sektoriaus renginio Lietuvoje organizavimą

Rodiklis, prie kurio siekimo prisidedama: padidinti kelionių paslaugų eksportą.

Pažangos priemonė, kurioje bus planuojamos veiklos: „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“.

Kryptis 3: Inovatyvus ir duomenimis grįstais sprendimais valdomas turizmo sektorius

Pagrindiniai šios krypties uždaviniai: užtikrinti, kad turizmo politika būtų formuojama vadovaujantis aktualiais, išsamiais ir teisingais duomenimis, skatinti turizmo paslaugų teikėjus taikyti inovatyvius sprendimus, rinkti, dalytis ir naudoti vis daugiau turizmo duomenų, paversti Lietuvą traveltech srities lydere regione.

Šiems uždaviniams įgyvendinti reikalingi atlikti veiksmai:

Didinti turizmo sektoriaus darbuotojų kompetencijas naudotis IT įrankiais

Skatinti verslą ir viešąjį sektorių skaitmenizuoti teikiamas paslaugas

Įdiegti ir modernizuoti Nacionalinę turizmo informacinę sistemą, apmokyti ją naudotis turizmo sektoriaus darbuotojus

Vadovautis ES turizmo duomenų erdvės gerosiomis praktikomis, panaudoti naujausius duomenų šaltinius

Skatinti naujų skaitmeninių sprendimų turizmo srityje / tarpsektoriniu lygmeniu kūrimą

Rodiklis, prie kurio siekimo prisidedama: auginti turizmo sektoriaus sukuriama pridėtinę vertę. Pažangos priemonė, kurioje bus planuojamos veiklos: „Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją“.

Kryptis 4: Lietuva – atspari ir konkurencinga turizmo traukos vietovė

Pagrindiniai šios krypties uždaviniai: efektyvinti turizmo regionų bendradarbiavimą, pagerinti laikotarpio iššūkius atliepiančių turizmo darbuotojų parengimą, padėti turizmo sektoriaus darbuotojams kultivuoti žingeidumą ir profesionalumą, proaktyviai planuoti turizmo srities vystymą.

Šiems uždaviniams įgyvendinti reikalingi atlikti veiksmai:

Skatinti viešojo ir privataus sektoriaus bendrą veiklą, klasterizaciją, naujų valdymo modelių kūrimą

Stiprinti turizmo ekosistemos dalyvių bendradarbiavimą su aukštojo, profesinio mokymo mokyklomis siekiant peržiūrėti mokymo programas, jas adaptuoti prie rinkos poreikių

Organizuoti mokymus turizmo paslaugų teikėjams, skatinti tarpusavio žinių dalijimąsi ir mokymąsi visą gyvenimą

Bendradarbiauti su Baltijos jūros šalimis kuriant vieningą turizmo ekosistemą Baltijos jūros regiono stiprinimui

Didinti verslo atstovų įsitraukimą į ES ir nacionalinių teisės aktų svarstymą, dalyvavimą tarptautiniuose projektuose, paramos priemonėse

Stiprinti viešojo ir privataus sektorių partnerystę panaudojant Turizmo tarybą, sektoriaus renginius

Didinti paslaugų teikėjų kompetencijas aptarnauti turistus su individualiais poreikiais

Patvirtinti Lietuvos turizmo prioritetinių rinkų žemėlapij, VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ strategiją, reguliariai juos atnaujinti.

Prisidedama siekiant Lietuvos turizmo ateities viziją. Pažangos priemonė, kurioje bus planuojamos veiklos: „Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją“.

3.3. Inicijavos tikslams pasiekti

Ankstesniame poskyryje iškeltų tikslų pasiekti sektoriaus atstovams ir politikos formuotojams nebūtų galima be daugybės faktorių ir iniciatyvų. Šiame skyriuje pateikiamos pagrindinės jų – teisės aktai, turizmo duomenų rinkimo, rinkodaros veiklos, infrastruktūros projektai, kurias inicijavo Europos ir Lietuvos institucijos, įstaigos.

Pagrindinės teisėkūros iniciatyvos:

* **Nacionalinė turizmo informacinė sistema (NTIS)** – valstybės informacinė sistema, skirta rinkti, kaupti, saugoti, sisteminti, analizuoti, vertinti keliautojų ir turistų asmens duomenis ir turizmo išteklių duomenis, informaciją, dokumentus, taip pat teikti su jais susijusias viešąsias paslaugas. NTIS yra sudaryta iš dviejų modulių. Pirmajame, E. turistas, skaitmenizuojamas apgyvendinimo paslaugų teikėjų vykdomas informacijos apie apgyvendintus asmenis rinkimas, taip pat čia kaupiami statistiniai duomenys, perduodami Valstybės duomenų agentūrai. Greičiau, efektyviau ir sistemiškiau renkami duomenys leis priimti geresnius verslo, turizmo politikos sprendimus, planuoti paslaugas ir investicijas.

Antrasis modulis – turizmo išteklių duomenų bazė, kurioje kaupiama išsami informacija apie visose šalies savivaldybėse esančiu turistams įdomius objektus. Šie duomenys vėliau leis ne tik stebėti jų būklę, daryti apibendrinimus, bet ir formuoti maršrutus, įtrauktus juos į kelionių paketus.

* **Europos turizmo duomenų erdvė** – šiuo metu Europos Komisijos inicijuojama ekosistema, kurioje saugiai pateikiama patikima prieiga prie įvairių su turizmo sektoriumi, jo valdymu susijusių duomenų. Ši erdvė įgalintų suderinti Europos šalių pasiūlymus turistų lūkesčiams patenkinti, pritaikyti teikiamas paslaugas grupiniams keliautojams, numatyti didelę atvykstančių turistų bangą, todėl leis efektyviau planuoti išteklius ir kurti naujas galimybes verslui. Turizmo duomenų erdvė bus apjungta su kitomis Europos duomenų erdvėmis (pvz., kultūros paveldo) dar platesniam duomenų panaudojimui.

Turizmo duomenų erdvę sudarys: fizinė infrastruktūra, sąsajos tarp vietinių, nacionalinių ir europinių iniciatyvų, ryšiai su kitomis duomenų erdvėmis, gerosios įvairių šalių duomenų rinkimo ir panaudojimo patirtys, atviri duomenys bei informacija efektyviam jų panaudojimui.

* **Trumpalaikės būsto nuomos reglamentas** – 2024 m. Europos Komisijos parengtas teisės aktas, nustatantis duomenų apie per interneto platformas apgyvendintus asmenis rinkimo, teikimo taisykles. Šalys, norinčios gauti statistinę informaciją apie per platformas (tokias kaip Airbnb, Booking) teikiamas trumpalaikės būsto nuomos paslaugas turės taikyti reglamento nuostatas: sukurti registrą asmenims, nuomojantiems savo asmeninį būstą, administruoti skaitmeninę duomenų įvesties prieigą, prižiūrėti, kad teikiamos nuomos paslaugos atitiktų šalyje nustatytus reikalavimus.

Šis reglamentas leis šalims, kurios šiuo metu į turizmo statistiką neįtraukia trumpalaikės būsto nuomos paslaugomis pasinaudojusiu asmenų, tarp jų ir Lietuvai, gauti reikšmingus statistinius apgyvendinimo duomenis, taigi leis susidaryti išsamesnį vaizdinį apie atvykstančią ir vietinį turizmą. Taip pat sukurs prielaidas ištraukti iš veiklos šešėlio turizmo paslaugų teikėjus, kurie šiuo metu nėra apskaitomi, neprivalo atitikti saugos reikalavimų, nesikreipia dėl apgyvendinimo paslaugų licencijos.

* **Nacionalinis tvarumo ir atsakingumo indeksas** – tai įrankis, skirtas organizacijoms įsivertinti ir išorės ekspertams įvertinti jų brandą tvarumo srityje bei siekti aukštesnių savo veiklos standartų. 2023 m. spalį Socialinės apsaugos ir darbo ministerijos užsakymu parengta nauja Nacionalinio tvarumo ir atsakingumo indekso metodika. Ji paremta klausimynu, kurį sudaro keturios pagrindinės temos: 1) tvarumo valdymas; 2) poveikis aplinkai; 3) darbo aplinka ir bendruomenės; 4) veiklos etika ir poveikis vartotojams.

Šis indeksas – objektyvus būdas pamatuoti sektoriaus ir kiekvieno verslo darnumą, paskatinti verslą diegti darnumą didinančias priemones.

* 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“ – ja siekiama prisidėti prie tinkamo vidaus rinkos veikimo ir aukšto bei kuo vienodesnio vartotojų apsaugos lygio užtikrinimo suderinant tam tikrus valstybių narių įstatymų ir kitų teisės aktų aspektus, susijusius su keliautojų ir prekyautojų sudarytomis sutartimis dėl kelionės paketų ir susijusių kelionės paslaugų rinkinių. Šiuo metu yra pateiktas pasiūlymas dėl Europos Parlamento ir Tarybos direktyvos, kuria siekiant užtikrinti veiksmingesnę keliautojų apsaugą ir supaprastinti bei aiškiau išdėstyti tam tikrus Direktyvos aspektus, iš dalies keičiama Direktyva (ES) 2015/2302. Pataisomis siekiama padidinti klientų apsaugos lygį visomis aplinkybėmis, įskaitant dideles krizes, taip pat pagerinti vidaus rinkos veikimą kelionės paslaugų paketų sektoriuje.

Valstybė, viešasis ir privatus sektorius, Europos Sąjunga tiesiogiai ir netiesiogiai prisideda įvairiomis iniciatyvomis bei investicijomis:

* **Turizmo ekosistemos plėtra:** Lietuvoje pradeda veikti tarptautinis restoranų gidas „Michelin“, Lietuvos šefas nuo 2024 m. suteikta teisė varžytis „Bocuse d'Or“ konkurse, Vilniuje ir Kaune planuojamos aukšto lygio koncertų salės, Vilniuje statomas nacionalinis stadionas, planuojamas įkurti nacionalinis konferencijų centras, aukštą Lietuvos medicinos paslaugų lygį dar labiau įtvirtinantis gyvybės mokslų kelrodis.

* **Susisiekimo ir kelių plėtra:** pradėta Vilniaus ir netrukus pradedama Kauno oro uostų plėtra, padidinti aptarnaujamų keleivių skaičių, pasirašytas susitarimas tarp Ekonomikos ir inovacijų ministerijos, Susisiekimo ministerijos ir Vilniaus miesto savivaldybės dėl skrydžių skatinimo ir pradėtas įgyvendinti naujas skrydžių skatinimo modelis, kasmet augantis tiesioginių skrydžių kryptių skaičius, netrukus pradedama tiesti „Rail Baltica“ geležinkelio vėžė, naujos kryptys tarp Lietuvos ir aplinkinių šalių miestų, susisiekimui pritaikoma aukštutinė ir žemutinė Nemuno upės vaga, tarptautinės ir nacionalinės reikšmės automobilių kelių atnaujinimas, atnaujinamas ir prie nulinio CO₂ pritaikomas viešojo ir privataus sektorių transporto parkas, pėsčiųjų ir dviračių takų plėtra visoje šalyje.

* **Išteklių plėtra:** viešajam ir privačiam sektoriui skiriamos ES investicijos, skaitmeninimą, žalinimą, atsparumo didinimą skatinančios priemonės, atvirų duomenų plėtra ir valstybės parama jų naudojimui, turizmo duomenų apimties ir rūšių didėjimas bei gavimo spartinimas, valstybės informacinių sistemų skaitmeninimas, augantis gyventojų IRT naudojimas, į Lietuvą perkeliamos, čia kuriamos ar padalinius atidaranti verslo įmonės.

3.4. Turizmo rinkos ir tikslinė auditorija.

Šiame skyriuje aprašomos prioritetinės turizmo rinkos – ekonomikos ir inovacijų ministro patvirtintame sąraše nurodytos užsienio valstybės, iš kurių siekiama pritraukti didesnę atvykstančių keliautojų, lankytojų ir turistų skaičių⁶. Tikslines rinkas pagal Valstybės duomenų agentūros oficialius statistinius duomenis bei kasmet atliekamas Lietuvos turizmo verslo apklausas, nustatė viešoji įstaiga „Keliauk Lietuvoje“. Apklausoje ji reguliariai klausia socialinių partnerių, su kuriomis rinkomis dirba

⁶ Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas

Lietuvos turizmo verslas, kur mato prioriteta, su kuriomis rinkomis norėtų pradėti dirbti, vertina turizmo rinkų potencialą pagal jos dydį, keliaujančių žmonių skaičių, išleidžiamus pinigus ir pan. Toks tikslinių rinkų pasirinkimas padeda vykdyti kryptingą šalies pozicionavimą, efektyviai panaudoti turimus finansinius ir žmogiškuosius išteklius.

Toliau apžvelgiame pagrindinius tikslinių rinkų parinkimo kriterijus, prioritetinių rinkų išskirtinumus bei tendencijas.

Tikslinių rinkų parinkimo kriterijai

Skatinant atvykstanąjį turizmą į Lietuvą, siekiama kuo didesnės pridėtinės vertės, todėl pasirenkant tikslines rinkas atsižvelgiame į žemiau išvardintus kriterijus bei ilgametę patirtį vykdant B2B (verslas verslui (angl. *business to business*)) rinkodaros veiksmus skirtingose užsienio šalyse:

- ⇒ Atvykstančių turistų skaičius, orientuojantis į didžiausias atvykstamojo turizmo į Lietuvą rinkas;
- ⇒ Nakvynių skaičius, orientuojantis į vidutiniškai daugiausiai naktų praleidžiančias rinkas, siekiant, kad vieno turisto pritraukimas kuo labiau atsiperktų;
- ⇒ Vidutinės turistų išlaidos, orientuojantis į daugiausiai išleidžiančius turistus, siekiant didžiausio galimo vieno turisto pritraukimo atsiperkamumo;
- ⇒ Geopolitinės sąsajos, orientuojantis į draugiškas, kaimynines valstybes;
- ⇒ Rinkų potencialą.

Tikslinės rinkos ir jų segmentai yra reguliariai įvertinami atsižvelgiant į pirmiau nustatytus kriterijus ir tvirtinami Kelrodžio priede „Prioritetinės Lietuvos turizmo rinkos“.

3.5. Apibendrinimas

Kelrodyje išsikelti tikslai nebus pasiekti tol, kol visi turizmo srities atstovai – politiką formuojančios ir įgyvendinančios institucijos, įstaigos, privačios įmonės – bendrai imsis spręsti uždavinius, vykdyti tam reikalingas veiklas.

Vadovaujantis Lietuvos Respublikos strateginio valdymo įstatymo nuostatomis, Lietuvoje negali būti rengiami paraleliniai pagrindiniams strateginiai teisės aktai. Tam, kad galėtų būti įgyvendinamos, visos turizmo sektoriui skirtos priemonės privalo būti įtrauktos į Pažangos priemonių aprašus už veiklas atsakingose ministerijose ar regionų plėtros tarybose. Skyrus finansavimą, šios veiklos atsiduria strateginiuose veiklos planuose, tampančiuose dokumentu, kuriame nurodomi priemonės pavadinimas ir rezultato ar veiklos efektyvumo rodikliai.

Dėl šios priežasties ir Kelrodyje nėra veiksmų plano – čia nusakomos gairės, principai, dėl kurių sutaria turizmo atstovai ir kurie vėliau taps pagrindu keičiant ir papildant pažangos priemones. Kelrodžio prieduose kasmet pateikiami Ekonomikos ir inovacijų ministerijos strateginis veiklos planas (trejiems metams) bei VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ strategija ir metiniai veiklos planai.

VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ parengtoje turizmo rinkodaros strategijoje išsamiai aprašomos tikslinės rinkos, turistų, atvykstančių iš jų, vertybės, prioritetai, tikslai ir keliavimo įpročiai. Taip pat šiame dokumente pristatomas Lietuvos pozicionavimas, svarbiausios rinkodaros kryptys, vystomi produktai. Atsižvelgus į tai, kad „Keliauk Lietuvoje“ yra pagrindinė už šalies įvaizdį ir turizmo rinkodarą atsakinga institucija Lietuvoje. Rinkodaros, paslaugų ir produktų, įvaizdžio ir reklamos sritys Kelrodyje nėra nagrinėjamos.

Svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad, pristatant finansinius, ekonominius rodiklius ir pasiekimus ir lyginant juos su ankstesniais laikotarpiais, nėra atliktas indeksavimas ir perskaičiavimas, todėl nebuvo atsižvelgta į pastaruosius kelerius metus vyravusią aukštą infliaciją. Dėl to vertinant rinkos atsigavimą svarbu pažymėti, kad santykinė vertė nesulygino su turizmo sektoriui sėkmingiausiais – 2019-aisiais – metais.

Priedas

Prioritetinės Lietuvos turizmo rinkos

Prioritetinės Lietuvos turizmo rinkos yra skirstomos į šiuos segmentus:

	Tikslinės potencialios rinkos		Kaimyninės rinkos	Tolimosios rinkos
<i>B2B+B2C padidinto intensyvumo veiklos</i>	<i>B2B+B2C žemesnio intensyvumo veiklos</i>		<i>B2C veiklos</i>	<i>B2B veiklos</i>
Vokietija	Italija	Suomija	Latvija	JAV
Lenkija	Prancūzija		Estija	Japonija
Jungtinė Karalystė	Ispanija	Švedija		Pietų Korėja
Izraelis	Nyderlandai	Norvegija		Taivanas
	Belgija	Danija		

* **Tikslinės potencialios rinkos.** Tikslines potencialias rinkas sudaro 4 rinkos: Vokietija, Lenkija, Jungtinė Karalystė bei Izraelis, kuriose vykdomos B2B ir B2C padidinto intensyvumo veiklos bei 9 rinkos: Italija, Suomija, Prancūzija, Ispanija, Nyderlandai, Belgija, Švedija, Norvegija, Danija, kuriose vykdomos žemesnio intensyvumo B2B ir B2C veiklos.

* **Padidinto intensyvumo rinkos** buvo parinktos kaip generuojančios didžiausius užsienio turistų srautus: Vokietija ir Lenkija, bei potencialias: Izraelis ir Jungtinė Karalystė, kurios, įgyvendinus rinkodaros veiksmus ir sutvarkius susisiekimą klausimus, generuotų nuo 5 iki 7 proc. srautų.

* **Kaimyninės rinkos.** Šias rinkas sudaro mūsų kaimyninės šalys Latvija ir Estija, kur įgyvendinamos tik B2C veiklos.

* **Tolimosios rinkos.** Šiose rinkose įgyvendinamos tik B2B veiklos. Atsižvelgiant į tolimųjų rinkų tendencijas, buvusius Kinijos srautus šiuo metu siekiama pakeisti plėtojant ryšius ir vykdant rinkodaros veiksmus Pietų Korėjoje bei Taivane. Taip pat tęsiami rinkodaros veiksmai JAV bei Japonijoje.

Nors pasirinktos rinkos skiriasi pagal keliautojų įpročius, pastebima bendra tendencija, kad visų turistų iš pagrindinių rinkų svarbiausi traukos centrai yra Vilnius ir Kaunas. Remiantis 2022 metų duomenimis, pirmoje vietoje išlieka Vilnius, kurį pasirenka 50–70 proc. šių šalių keliautojų, o antroje vietoje – Kaunas, kuriame apsilanko 12–19 proc. turistų. Rečiausiai Kauną iš prioritetinių šalių rinkosi Izraelio turistai, dažniausiai – Jungtinės Karalystės turistai. Trečioje vietoje esantys miestai skiriasi: Vokietijos keliautojai dažniau renkasi Klaipėdos kraštą, o Izraelio (8 proc.) ir Lenkijos (12 proc.) turistus domina Druskininkai. Tam įtakos gali turėti ir kryptinga miestų rinkodara.

Pagrindiniai keliautojų keliavimo motyvai yra susipažinti su šalies kultūra, istorija, tradicijomis bei Lietuvos gamta ir paragauti vietinės virtuvės. Pagrindiniai iššūkiai prioritetinėse rinkose išlieka

panašūs: mažas Lietuvos šalies turizmo galimybių žinomumas, sezoniškumas, ribotas susisiekimas ir tiesioginių skrydžių pasiūlos trūkumas.