

2014–2020 m. Europos Sąjungos fondų investicijų poveikio Lietuvos turizmo sektoriaus augimui ir plėtrai vertinimas

Galutinė ataskaita

2023 m. rugsėjo 5 d.



Kuriame
Lietuvos ateitį
2014–2020 metų
Europos Sąjungos
fondų investicijų
veiksmų programa

Vertinimas atliktas pagal 2023 m. vasario 2 d. paslaugų sutartį Nr.8-10 tarp Ekonomikos ir inovacijų ministerijos ir UAB „ESTEP Vilnius“. Paslaugos finansuojamos Europos socialinio fondo lėšomis.

TURINYS

| | |
|---|------------|
| SANTRUMPOS | 4 |
| SANTRAUKA | 6 |
| 1 VERTINIMO TIKSLAS IR METODIKA | 13 |
| 1.1 VERTINIMO TIKSLAS, UŽDAVINIAI IR OBJEKTAS..... | 13 |
| 1.2 VERTINIMO METODIKA..... | 17 |
| 1.2.1 Poveikio turizmo sektoriaus plėtrai vertinimo konceptualizavimas..... | 17 |
| 1.2.2 Vertinimo klausimai ir metodai..... | 21 |
| 2 LIETUVOS TURIZMO SEKTORIAUS TENDENCIJŲ 2014–2022 M. APŽVALGA | 22 |
| 3 2014–2020 M. VP PRIEMONIŲ TURIZMO SEKTORIJE TINKAMUMO VERTINIMAS | 34 |
| 3.1 VP INTERVENCIJŲ TINKAMUMAS IR PAKANKAMUMAS..... | 34 |
| 3.1.1 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Plėtoti kultūrinio turizmo, verslo turizmo, sveikatos turizmo ir ekologinio turizmo viešąjį ir privačių infrastruktūrą prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“..... | 37 |
| 3.1.2 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Kurti ir populiarinti turizmo maršrutus, kultūros kelius, turizmo trasas“..... | 40 |
| 3.1.3 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Gerinti Lietuvos pasiekiamumą“..... | 43 |
| 3.1.4 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetencijas“..... | 43 |
| 3.1.5 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių akreditaciją ir (arba) sertifikavimą“..... | 44 |
| 3.1.6 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus“..... | 44 |
| 3.1.7 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Vykdėti kompleksinę rinkodarą prioritetinėse atvykstamojo turizmo rinkose“..... | 45 |
| 3.1.8 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Bendradarbiauti su kaimyninėmis valstybėmis, įgyvendinant bendrus tarptautinius turizmo rinkodaros projektus“..... | 46 |
| 3.1.9 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Didinti kultūrinių renginių ir pramogų pasiūlę ne per turizmo sezoną“..... | 46 |
| 3.1.10 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Didinti ir plėsti kaimo turizmo paslaugų pasiūlę ne tik per turizmo sezoną“..... | 47 |
| 3.2 VP INTERVENCIJŲ SUDERINAMUMAS..... | 47 |
| 3.3 TĖSTINIS INTERVENCIJŲ LOGIKOS TINKAMUMAS, KINTANT SOCIALINEI-EKONOMINEI SITUACIJAI..... | 48 |
| 4 VP PRIEMONIŲ REZULTATYVUMO IR EFEKTYVUMO VERTINIMAS | 50 |
| 4.1 5.4.1. VP UŽDAVINIO INTERVENCIJŲ REZULTATYVUMAS..... | 50 |
| 4.2 5.4.1. VP UŽDAVINIO INTERVENCIJŲ EFEKTYVUMAS..... | 55 |
| 5 2014–2020 M. VP PRIEMONIŲ TURIZMO SEKTORIJE POVEIKIO VERTINIMAS | 57 |
| 5.1 POVEIKIS KONKURENCINGUMUI..... | 57 |
| 5.2 POVEIKIS REGIONINEI PLĖTRAI..... | 64 |
| 5.3 INDĖLIS Į STRATEGIJOS „EUROPA 2020“ ĮGYVENDINIMĄ..... | 68 |
| 6 PASIŪLYMAI DĖL TURIZMO SEKTORIAUS PLĖTROS LAIKOTARPIU IKI 2030 M. | 70 |
| 6.1 TARPTAUTINIŲ ORGANIZACIJŲ REKOMENDACIJŲ IR PASIŪLYMŲ TURIZMO SEKTORIUI APŽVALGA..... | 70 |
| 6.2 PAGRINDINIAI IŠŠŪKIAI LIETUVAI TURIZMO SRITYJE IR JŲ SPRENDIMO BŪDAI..... | 75 |
| 6.3 REKOMENDACIJOS DĖL TURIZMO SEKTORIAUS FINANSAVIMO..... | 83 |
| 6.3.1 Galimybės finansuoti turizmo projektus ES fondų ir programų lėšomis..... | 84 |
| 6.3.2 Galimybės taikyti kitas finansavimo formas..... | 91 |
| 7 VERTINIMO IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS | 94 |
| 1 PRIEDAS. ANTRINIŲ INFORMACIJOS ŠALTINIŲ SĄRAŠAS | 108 |
| 2 PRIEDAS. VERTINIME TAIKYTŲ METODŲ APRAŠYMAS | 109 |
| 3 PRIEDAS. UŽSIENIO ŠALIŲ ANALIZĖ | 117 |

| | | |
|-------------------|---|------------|
| 4 PRIEDAS. | INTERVIU SĄRAŠAS..... | 124 |
| 5 PRIEDAS. | INFORMACIJA APIE ORGANIZUOTAS FOKUSUOTAS GRUPINES DISKUSIJAS | 125 |
| 6 PRIEDAS. | PROJEKTŲ VYKDYTOJŲ APKLAUSOS REZULTATAI | 127 |

SANTRUMPOS

| | | |
|-------|---|---|
| AM | - | Aplinkos ministerija |
| APVA | - | Aplinkos projektų valdymo agentūra |
| CPVA | - | Centrinė projektų valdymo agentūra |
| DMO | - | Turistinės vietos valdymo organizacija (angl. <i>destination marketing organization</i>) |
| EIM | - | Ekonomikos ir inovacijų ministerija |
| EK | - | Europos Komisija |
| EKK | - | Europos kelionių komisija |
| ERPF | - | Europos regioninės plėtros fondas |
| ES | - | Europos Sąjunga |
| FM | - | Finansų ministerija |
| FP | - | Finansinė priemonė |
| IA | - | Inovacijų agentūra |
| KM | - | Kultūros ministerija |
| MVĮ | - | Labai mažos, mažos, vidutinės įmonės |
| KTGPV | - | Kaitos teorija grįstas poveikio vertinimas |
| KTKI | - | Kelionių ir turizmo konkurencingumo indeksas |
| OECD | - | Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacija |
| PKTT | - | Pasaulio kelionių ir turizmo taryba |
| PT | - | Politikos tikslas |
| PTO | - | Pasaulio turizmo organizacija |
| SM | - | Susisiekimo ministerija |
| SS | - | Šumani specializacija |
| ŠMSM | - | Švietimo, mokslo ir sporto ministerija |
| VDA | - | Valstybės duomenų agentūra |
| VRM | - | Vidaus reikalų ministerija |
| VP | - | 2014-2020 m. ES fondų investicijų veiksmų programa |
| VPSP | - | viešojo ir privataus sektoriaus partnerystė |
| VVTAT | - | Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnyba |

2014–2020 m. ES fondų investicijų poveikio Lietuvos turizmo sektoriaus augimui ir plėtrai vertinimą Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministerijos užsakymu atliko UAB „ESTEP Vilnius“. Vertinimas atliktas 2023 m. vasario – rugpjūčio mėn.

UAB „ESTEP Vilnius“

Jogailos g. 4
01402 Vilnius, Lietuva
Tel. +370 5 269 0121
El. p. info@estep.lt
www.estep.lt

Vertinimo ataskaitą parengė ekspertų komanda, kurią sudarė Agnė Miseliūnienė (ekspertų grupės vadovė), Vilija Malinauskaitė, Ieva Kriščiūnaitė-Kačiuškienė ir Ingrida Urbonaitė.

Vertinimo ataskaitą patikrino lietuvių kalbos redaktorė Jurgita Dambrauskaitė.



SANTRAUKA

Šio vertinimo tikslas buvo nustatyti 2014–2020 m. ES fondų investicijų poveikį Lietuvos turizmo srityje ir investicijų prioritetus 2021–2027 m. finansavimo laikotarpiu. Tikslui įgyvendinti buvo atlikti du vertinimo uždaviniai:

- 1) 2014–2020 m. ES fondų investicijų rezultatyvumo, efektyvumo ir poveikio Lietuvos turizmo augimui bei COVID-19 pandemijos poveikio turizmo sektoriui ir 2014–2020 m. ES fondų investicijų veiksmų programos (toliau – VP) priemonių įgyvendinimui vertinimas;
- 2) VP 5 prioriteto indėlio į „Europa 2020“ strategiją vertinimas ir Lietuvos turizmo sektoriaus plėtros ir finansavimo scenarijų po 2022 m., atsižvelgiant į COVID-19 pandemijos padarinius, analizė.

Vertinimo objektas apėmė 18 VP priemonių, įgyvendintų pagal keturis (1, 3, 5 ir 13) VP prioritetus ir konkrečius jų uždavinius. Nagrinėjant vertinimo klausimus buvo derinama pirminių ir antrinių šaltinių, kiekybinių ir kokybinių duomenų analizė. Atsižvelgiant į vertinimo objektą ir vertinimo klausimus, vienu svarbiausių metodų buvo ekspertinis vertinimas, kuris papildė rezultatus, gautus atliekant statistinę analizę, lyginamąją analizę ir taikant kitus vertinimo metodus. Į vertinimą taip pat buvo įtrauktos ir pagrindinės suinteresuotosios pusės: turizmo politiką formuojančios bei įgyvendinančios ir ES lėšas administruojančios institucijos, projektų vykdytojai ir socialiniai-ekonominiai partneriai. Suinteresuotosios pusės buvo įtrauktos atliekant interviu, surengiant fokusuotą grupinę diskusiją bei atliekant projektų vykdytojų apklausą.

Programos įgyvendinimo aplinka: 2014–2022 m. Lietuvos turizmo sektoriaus tendencijos

Lietuvos turizmo sektoriaus raida 2014–2022 m. laikotarpiu buvo netolygi. Iki 2019 m. buvo stebimas nuoseklus visų turizmo segmentų (atvykstamojo, išvykstamojo ir vietinio turizmo) pagrindinių rodiklių (nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įstaigose, turistų išlaidų ir kt.) augimas. Turizmo sektoriaus rodiklių reikšmių augimui sąlygas sudarė palanki ekonominė situacija, leidžianti daugiau keliauti, ir dėlto stipriai augantis turistų skaičius visame pasaulyje bei Lietuvoje. Turizmo rodiklių augimui teigiamos įtakos taip pat turėjo Lietuvos turizmo rinkodaros 2016–2020 m. strategijos įgyvendinimas ir aktyvus darbas su tikslinėmis atvykstamojo turizmo rinkomis. Situacija kardinaliai pasikeitė nuo 2020 m. – turizmo sektoriaus rodiklius itin stipriai paveikė išoriniai veiksniai – COVID-19 pandemija ir jos metu atsiradę keliavimo apribojimai. Remiantis Valstybės duomenų agentūros (toliau – VDA) duomenimis Lietuvos turizmo sektoriuje sukuriama pridėtinė vertė 2020 m. sumažėjo 43 %, o palyginus su bendrąja produkcija, dalis sumažėjo nuo 2,9 % iki 1,69 %. 2020 m. Lietuvoje užsienio turistų skaičius krito 70 %, lyginant su situacija prieš COVID-19 pandemiją, ir pagal šį rodiklį viršijo ES-27 vidurkį. Dėl judėjimo ribojimų COVID-19 pandemijos metu kelionių paslaugų eksportas 2020–2021 m. sumažėjo beveik 4 kartus ir 2021 m. tesudarė 3,7 % viso šalies paslaugų eksporto (3 kartus mažiau nei iki pandemijos). Atvykstamojo turizmo praradimus 2020–2021 m. iš dalies kompensavo vietinis turizmas. Vietinio turizmo išlaidos nekrito net 2020 m., o 2021 m. buvo stebimas 25 %, 2022 m. – 45 % augimas, lyginant su 2019 m. rodikliais. Tiesa, vietinio turizmo išlaidų augimą lėmė ne tik augantis vietinių turistų skaičius, bet ir dėl sparčios infliacijos augančios turizmo paslaugų kainos.

2021–2022 m. stebimas pagrindinių turizmo sektoriaus rodiklių augimas, tačiau 2019 m. lygis, ypač atvykstamojo turizmo, dar nėra pasiektas. Lietuvoje turizmo sektoriaus atsigavimas lėtesnis nei kitose ES šalyse, nes atvykstamojo turizmo atsigavimą neigiamai veikia 2022 m. vasarį prasidėjęs karas Ukrainoje. Sulaukiama daug kelionių atšaukimų iš Vokietijos, Prancūzijos, Italijos, Švedijos, nes dėl geografinio artumo Ukrainai ir užsienio politikos komunikacijos (eskaluojamo Lietuvos ir Baltijos šalių (ne)saugumo klausimo) Vakarų Europos gyventojų tarpe formuojasi Lietuvos kaip nesaugios keliauti valstybės įvaizdis.

Remiantis naujausiais statistiniais duomenimis, 2022 m. Lietuvos turizmo sektoriaus įnašas į BVP sudarė 3,3 %, tai vis dar yra mažiau nei iki COVID-19 pandemijos, kuomet šis rodiklis siekė 5 %. 2023

m. pradžioje veikė 4061 įmonė, užsiimanti apgyvendinimo (513 įmonių) ir maitinimo (3548 įmonės) paslaugų teikimu, tai sudarė 4 % visų Lietuvoje veikiančių ūkio subjektų. 98 % šių įmonių pagal darbuotojų skaičių priskirtinos labai mažų, mažų ir vidutinių įmonių (toliau – MVI) grupei. Pagrindinę produkcijos dalį generuojančios Lietuvos turizmo sektoriaus veiklos (apgyvendinimas ir maitinimas) savo ekonomine prigimtimi yra mažiau produktyvios, jų konkuravimo strategijos dažnai paremtos kaina, todėl paslaugų pardavimo ir pelno galimybės yra ribotos. Tam, kad būtų galima didinti turizmo sektoriaus konkurencingumą ir sukurtą pridėtinę vertę, neatsižvelgiant į išorinius apribojimus (tokius kaip nepalanki geopolitinė situacija dėl vykstančio karo Ukrainoje), reikia diegti inovacijas, kuriant naujus ir tobulinant esamus turizmo produktus bei paslaugas.

2014–2020 m. VP priemonių turizmo sektoriuje tinkamumo vertinimas

Įgyvendinant 2014–2020 m. veiksmų programą finansavimas turizmo ir su šia veikla susijusiems projektams buvo teikiamas pagal 1, 3, 5 ir 13 VP prioritetus. Iš viso pagal vertintas VP priemones ES finansavimą gavo 437 projektai, susiję su Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumo stiprinimu, o jiems įgyvendinti buvo skirta beveik 218 mln. Eur ES ir nacionalinio finansavimo lėšų; tai sudaro 2,7 % VP biudžeto.

Programuojant ES fondų lėšas 2014–2020 m. finansiniam laikotarpiui, priešingai nei ankstesniais programiniais laikotarpiais, nebuvo sukurta atskirų priemonių, skirtų konkrečiai turizmo MVI projektų finansavimui. Buvo tikimasi, kad šios įmonės kartu su pramonės bei kitomis MVI teiks paraišką ir planuojamus projektus įgyvendins pagal 1 ir 3 VP prioritetus, skirtus įmonių inovatyvumui ir konkurencingumui stiprinti. Vertinimo metu atlikta projektų analizė rodo, kad ši prielaida nepasiteisino – pagal 1 ir 3 VP prioritetus įgyvendintos intervencijos ribotai prisidėjo prie projektų, susijusių su turizmo paslaugų ir produktų plėtra ar turizmo įmonių efektyvumo didinimu. Iš viso pagal 1 ir 3 VP prioritetus finansavimą gavo 26 su turizmu susiję MVI projektai arba 0,5 % su turizmu susijusių MVI. Joms teko 0,25 % viso pagal šiuos du prioritetus skirto VP biudžeto, nors su turizmu susijusios įmonės sudaro beveik 4 % visų šalyje veikiančių MVI. Pagal 1 prioriteto priemones „Intelektas. Bendri mokslų verslo projektai“ ir „Inočekiai“ buvo įgyvendinti tik 5 projektai, kurių vykdytojų pagrindinė ekonominė veikla susijusi su turizmo paslaugomis. Šiek tiek daugiau – 20 projektų buvo finansuoti pagal 3 prioriteto priemones „Naujos galimybės LT“, „Regio Invest LT+“ ir „Eco-inovacijos LT+“. Su turizmo konkurencingumo ir inovatyvumo skatinimu susijusiems MVI projektams pagal VP 1 prioriteto priemones buvo skirta 0,51 mln. Eur, pagal VP 3 prioriteto priemones – 6,66 mln. Eur lėšų.

Įmonės, veikiančios turizmo ir su juo susijusių paslaugų srityse, daugiau projektų, skirtų diegti skaitmenines, dizaino ir rinkodaros inovacijas, įgyvendino pagal 13 VP prioriteto priemones. Pagal priemonę „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ 61 projektą įgyvendino įmonės, teikiančios turizmo, apgyvendinimo, renginių organizavimo, maitinimo, laisvalaikio pramogų paslaugas. Šių įmonių projektams skirta 3,7 mln. Eur ES fondų lėšų (41 % viso pagal priemonę suteikto finansavimo). Pagal priemonę „E. komercijos modelis COVID-19“ finansuoti 158 projektai, susiję su turizmo veikla, jiems skirta 5,95 mln. Eur lėšų (13 % pagal priemonę skirto finansavimo).

Įgyvendinant priemones pagal 5 VP prioritetą buvo remiamos veiklos, kurios tiesiogiai prisidėjo prie turizmo sektoriaus plėtos: buvo investuota į turizmui reikalingą viešąją infrastruktūrą, aktualias rinkodaros priemones, kultūros paveldo aktualizavimą, kultūrinio-pažintinio turizmo skatinimą, gamtinio turizmo plėtrą (saugomų teritorijų, įskaitant kultūros ir gamtos paveldo vertybes, tvarkymą, pritaikymą lankymui, aplinkosauginių-rekreacinių objektų statybą, įrengimą ir (ar) atnaujinimą bei visuomenės informavimą). Remiantis SFMIS duomenimis, pagal šias priemones buvo finansuoti 193 projektai, o jiems skirta ERPF ir bendrojo finansavimo suma sudarė virš 201,5 mln. Eur. Beveik pusė visų investicijų (47,4 %; 95,62 mln. Eur) teko kultūros paveldo aktualizavimo ir pritaikymo visuomenės poreikiams projektams, panaši dalis (40,4 %; 81,4 mln. Eur) – projektams, susijusiems su gamtinio turizmo skatinimu, ir šiek tiek daugiau nei dešimtdalis lėšų (12,2 %; 24,5 mln. Eur) buvo skirta turizmo rinkodarai ir turizmo objektų ženklavimui.

Atlikta 2014–2020 m. VP priemonių tinkamumo analizė rodo, kad dauguma pagal 3 VP prioritetą ir visos pagal 5.4.1 VP uždavinį įgyvendintos priemonės prisidėjo prie 6 iš 10 Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje nustatytų uždavinių įgyvendinimo ir prie 10 iš 18 uždaviniams priskirtų programos įgyvendinimo vertinimo kriterijų. Sąsaja su 4 tikslais („Plėtoti kultūrinio turizmo, verslo turizmo, sveikatos turizmo ir ekologinio turizmo viešąją ir privačią infrastruktūrą prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“, „Kurti ir populiarinti turizmo maršrutus, kultūros kelius, turizmo trasas“, „Skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus“ ir „Vykdėti kompleksinę rinkodarą prioritetinėse atvykstamojo turizmo rinkose“) – tiesioginė, t. y. priemonių veikla atitiko Turizmo programos uždavinius, o matuojami stebėsenos rodikliai buvo panašūs arba identiškai Turizmo programos vertinimo kriterijams.

VP įgyvendinimo laikotarpiu 1, 3 ir 5 VP prioriteto priemonės buvo keičiamos, atsižvelgiant į tikslinių grupių poreikius, bendrą ekonominę situaciją, tačiau esminių pakeitimų pareikalavo COVID-19 pandemija ir jos pasekmių suvaldymas. Reaguojant į šalies įmonių (visų sektorių bendrai) pajamų kritimą, VP buvo papildyta nauju 13 prioritetu, skirtu paskatinti tvarią ekonomikos plėtrą po COVID-19 pandemijos, investicijas nukreipiant inovatyvaus ir aukštą pridėtinę vertę kuriančio verslo projektams remti. Finansuotų projektų analizė parodė, kad su turizmu susijusioms įmonėms aktualiausias buvo 13 VP prioriteto priemonės „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ ir „E. komercijos modelis COVID-19“. Pagal šias priemones buvo finansuota 219 projektų, kuriais turizmo įmonės diegė skaitmenines, dizaino ir rinkodaros inovacijas, skirtas sumažinti neigiamą COVID-19 pandemijos poveikį ir prisitaikyti prie naujų klientų poreikių.

2014–2020 m. VP priemonių rezultatyvumo ir efektyvumo vertinimas

Remiantis vertinimo paslaugų specifikacija, vertinimo metu buvo analizuotas tik pagal VP 5.4.1 uždavinį įgyvendintų priemonių rezultatyvumas ir efektyvumas. Pagal šį uždavinį 193 turizmo projektams finansuoti buvo skirta 187,1 mln. Eur Europos regioninės plėtros fondo (toliau – ERPF) lėšų. Intervencijų rinkinį sudarė 9 priemonės, kurias kuravo Kultūros ministerija (4 priemonės, joms skirta 90,8 mln. Eur ERPF lėšų), Ekonomikos ir inovacijų ministerija (3 priemonės, kurioms skirta 22,6 mln. Eur ERPF lėšų) ir Aplinkos ministerija (2 priemonės, kurioms skirta 66,7 mln. Eur ERPF lėšų). Daugiausia projektų buvo įgyvendinta pagal Kultūros ministerijos (92 projektai) ir Ekonomikos ir inovacijų ministerijos (79 projektai) administruojamas priemones. Mažiausiai, bet didžiausios vertės projektų įgyvendinta pagal Aplinkos ministerijos administruojamas priemones.

5.4.1 uždavinio įgyvendinimo finansinė pažanga – netolygi. Vertinant pagal Europos Komisijai deklaruotas lėšas 2022 m. pabaigoje, deklaruota suma sudarė 165 mln. Eur (75 % uždaviniui skirtų lėšų). Lėčiausias lėšų panaudojimo tempas stebimas Aplinkos ministerijos (69 %) ir Kultūros ministerijos (79 %) administruojamose priemonėse. Pagal jas įgyvendinamiems projektams likusi išmokėti dalis 2023 m. yra didžiausia, todėl išlieka rizika, kad jais siekiami pokyčiai (t. y., stebėsenos rodiklių reikšmės) gali būti pasiekti ne visa apimtimi. Lėtesnį priemonių įgyvendinimą, visų pirma, lėmė išorinės priežastys. Šio vertinimo metu atliktos projektų vykdytojų apklausos duomenimis, 45 % apklausoje dalyvavusių projektų vykdytojų nurodė, kad jų įgyvendinamų projektų rezultatus paveikė COVID-19 pandemija ir dėl jos šalyje paskelbtas karantinas. 38 % projektų vykdytojų teigė, kad jų įgyvendinamų projektų rezultatus taip pat neigiamai veikia ir karas Ukrainoje. Dėl COVID-19 pandemijos ir karo Ukrainoje pailgėjo projektų įgyvendinimo trukmė, rezultatai pasiekti mažesne apimtimi nei planuota, o projektų ekonominės naudos taip pat mažesnės nei planuota.

5.4.1 uždavinio rezultatyvumui įvertinti VP buvo nustatytas 7 stebėsenos rodiklių rinkinys, kurį sudarė 4 produkto ir 3 rezultato rodikliai. Papildomai projektų įgyvendinimo stebėsenai nustatyti 6 nacionaliniai produkto rodikliai. Atsižvelgiant į tai, kad iki 2022 m. pabaigos pasiekti rezultatai viršijo Turizmo programoje numatytus vertinimo kriterijus, galima apibendrinti, kad srityse, kurioms buvo numatytas finansavimas, ES investicijos buvo rezultatyvios ir prisidėjo prie laikotarpio pradžioje identifikuotų problemų sprendimo.

Pagal 5.4.1. uždavinį įgyvendintų priemonių efektyvumą turizmo srityje iliustruoja du rodikliai: R.S.332 „Turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“ ir R.N.072 „Lankytojų skaičiaus padidėjimas lankytojų centruose“. Iki 2022 m. pabaigos buvo pasiekta 85% suplanuotos rodiklio R.S.332 reikšmės (3 163 935 lankytojų, kai siektina reikšmė – 3 716 859), o R.N.072 – 25 % (5 % padidėjimas, kai siekiamas pokytis yra 20 %).

Siekiant įvertinti įgyvendintų priemonių efektyvumą, rodiklio R.S.332 reikšmės dinamika palyginta su bendra turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičiaus visose savivaldybėse dinamika. Vadovaujantis VDA duomenimis, 2012–2022 m. laikotarpiu bendras turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius Lietuvoje padidėjo 82 %, o tas pats rodiklis prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose išaugo 74 %. Palyginus lėšų pasiskirstymą pagal savivaldybes, matyti, kad didžioji nagrinėtų priemonių lėšų dalis (89 % Europos Komisijai deklaruotų lėšų) buvo nukreiptos į prioritetinius turizmo plėtros regionus. Atsižvelgiant į skirtą finansavimą ir lyginant su bendromis šalies tendencijomis nepagerėjusius rodiklius, daroma išvada, kad įgyvendintos VP priemonės nebuvo pakankamai efektyvios, siekiant sustiprinti prioritetinių turizmo plėtros regionų pozicijas ir pritraukti didesnius turistų srautus.

2014–2020 m. VP priemonių turizmo sektoriuje poveikio vertinimas

VP priemonių poveikis turizmo sektoriaus konkurencingumui buvo įvertintas pagal 5 rodiklius:

- 1) *Turizmo sektoriaus sukuriama pridėtinė vertė.* VP priemonių indėlis į turizmo sektoriaus pridėtinės vertės augimą – menkas. Vertinama, kad analizuotų priemonių įgyvendinimas per laikotarpį nuo investicijų pradžios iki 2030 m. sukurs apie 442,2 mln. Eur papildomo šalies BVP arba vidutiniškai 1 proc. punktu didins Lietuvos turizmo sektoriaus sukuriama pridėtinę vertę.
- 2) *Turizmo paslaugų eksportas.* Vertinant turizmo eksporto paslaugų pokytį, vieni iš svarbiausių veikėjų yra kelionių organizatoriai, nes jie užtikrina atvykstantį turizmą į Lietuvą, organizuoja turistines keliones grupėms ir pavieniams keliautojams, taip pat generuoja pajamas apgyvendinimo ir maitinimo įstaigoms, transporto bendrovėms, gidams bei kitiems paslaugų tiekėjams. VP priemonės turėjo mažą poveikį turizmo paslaugų eksportui, nes finansavimą projektų įgyvendinimui gavo tik 13 % kelionių organizatorių ir mažiau nei 1 % apgyvendinimo įstaigų, kurios yra vienos iš svarbiausių veikėjų turizmo eksporto paslaugų srityje.
- 3) *Nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose.* Vertintos VP priemonės turėjo teigiamą poveikį nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įstaigose pokyčiui. Tiesioginį poveikį turėjo priemonė „Regio Invest LT+“, pagal kurią buvo įgyvendinti keli su sveikatos turizmo plėtra susiję svarbūs projektai Druskininkų, Birštono, Palangos ir Neringos savivaldybėse, sukurta nauja apgyvendinimo ir sveikatinimo paslaugas teikianti infrastruktūra. Netiesioginį teigiamą poveikį nakvynių skaičiaus augimui taip pat turėjo visos įgyvendintos rinkodaros priemonės.
- 4) *Su turizmu susijusių darbo vietų pokytis.* Remiantis SFMIS informacija, dėka 4 turizmo projektų, finansuotų pagal priemonę „Regio Invest LT+“, Lietuvos regionuose buvo sukurta 190 naujų ilgalaikių darbo vietų. Nors bendrame šalies kontekste tai sudaro tik 0,4 % visų dirbančiųjų turizme, tačiau įvertinant projektų skaičių ir dėka jų sukurtų naujų darbo vietų rezultatą (vidutiniškai po 48 darbo vietas), galima teigti, kad projektų poveikis darbo vietų kūrimui regionuose buvo reikšmingas.
- 5) *Sezoniškumo įtakos sumažėjimas.* Įgyvendintos VP priemonės turėjo teigiamą poveikį sezoniškumo mažinimui, nes kūrė naujas paslaugas, nepriklausomas nuo sezono (pavyzdžiui, kultūros objektų aktualizavimas ir pritaikymas turizmo reikmėms, sveikatos turizmo plėtra) ir vykdant rinkodaros priemones skatino naudotis turimas turizmo ištekliams.

Vertinant VP poveikį regionų plėtrai buvo atlikta VP priemonėms skirta finansavimo ir pasiektų rezultatų pasiskirstymo regioninė analizė. Regioninė VP priemonių, susijusių su turizmu, analizė rodo, kad didžiausia dalis finansavimo buvo skirta Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos apskritims. Būtent šiose apskrityse yra 68 % visų šalies turistų apgyvendinimo numerių, o turistų nakvynių skaičius jose sudaro 74 %. Vertinant priemonių indėlį, siekiant regioninės plėtros, įgyvendintomis priemonėmis daugiausiai prisidėta prie su turizmu susijusios infrastruktūros tvarkybos ir įrengimo, turizmo rinkodaros bei pavienių įmonių, kurių vykdoma veikla susijusi su turizmu, rėmimo. Daugiausiai rezultatų (sutvarkyta

gamtos ir kultūros paveldo objektų, įrengta ženklinimo infrastruktūros objektų, paremta įmonių) pasiekta trijose minėtose apskrityse, kurioms ir buvo skirtas didžiausias finansavimas. ES investicijų poveikis regioninei plėtrai labiausiai pasireiškė per teigiamą poveikį užimtumui – dėka įgyvendintų projektų iki 2022 m. pabaigos buvo sukurta 190 naujų darbo vietų. Planuotas poveikis darbo našumo ir įmonės pajamų padidėjimui pasiektas nebuvo, o tą nulėmė su COVID-19 pandemija susijusių apribojimų taikymas.

Pasiūlymai dėl turizmo sektoriaus plėtros ir finansavimo laikotarpiu iki 2030 m.

ES Tarybos išvadose dėl 2030 m. Europos turizmo darbotvarkės skatinama užtikrinti strateginį požiūrį į turizmą nacionaliniu, regionų ir vietos lygmenimis, kad būtų atsižvelgta į turizmo ekonominį, aplinkos, kultūrinį ir socialinį tvarumą. Atliktas 2014–2020 m. ES investicijų poveikio turizmo sektoriui vertinimas rodo, kad turizmo politikos įgyvendinimo srityje nėra užtikrintas pakankamas bendradarbiavimas tarp institucijų. Pavyzdžiui, nors Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje buvo numatyta skatinti kultūrinio, konferencinio, gamtinio ir sveikatos turizmo viešosios ir privačios infrastruktūros plėtros projektų įgyvendinimą prioritetiniuose turizmo regionuose, tačiau į šių regionų plėtrą buvo nukreiptos tik Ekonomikos ir inovacijų ministerijos priemonės, o kitų institucijų priemonėse, įgyvendintose pagal VP 5.4.1 uždavinį, lėšų koncentracija nebuvo užtikrinta. Naujo laikotarpio planavimo dokumentuose taip pat trūksta integralaus požiūrio į Lietuvos turizmo konkurencingumo stiprinimą. Atsižvelgiant į turizmo sektoriaus horizontalumą, vertinimo rekomendacijose siūloma parengti Lietuvos turizmo kelrodį iki 2030 m., nustatantį Lietuvos turizmo plėtros viziją, kryptis ir prioritetinius veiksmus, siekiant tinkamai įgyvendinti Nacionalinio pažangos plano 1.12 uždavinį „Didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą“.

Tarptautinių organizacijų pateiktose rekomendacijose dėl turizmo sektoriaus plėtros laikotarpiu iki 2030 m. bei ES Tarybos išvadose dėl Europos turizmo darbotvarkės išskiriamos keturios svarbiausios turizmo ateities kryptys: tvarumas, skaitmeninimas, atsparumas ir MVĮ stiprinimas. Pagal 2022–2030 m. Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programą suplanuotose pažangos priemonėse numatyta įgyvendinti veiklas, skirtas turizmo skaitmeninimui ir iš dalies atsparumo didinimui, tačiau trūksta veiklų, orientuotų į turizmo sektoriaus tvarumo didinimą ir turizmo sektoriaus MVĮ stiprinimą. Vertinimo ataskaitoje rekomenduojam peržiūrėti Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programos pažangos priemonėje „Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją“ suplanuotas veiklas ir įvertinti galimybę papildyti naujomis veiklomis, skirtomis didinti turizmo sektoriaus tvarumą ir stiprinti turizmo sektoriaus MVĮ.

Pagal 2021–2027 m. Investicijų programos 1 prioritetą „Pažangesnė Lietuva“ 2021–2027 m. programiniu laikotarpiu tęsiamas tas pats įmonių finansavimo modelis, kaip ir 2014–2020 m. laikotarpiu, t. y. turizmo įmonės kai kuriose pagal 1 prioritetą įgyvendinamose pažangos priemonėse galės konkuruoti kartu su kitų sektorių įmonėmis. Atsižvelgiant į turizmo sektoriaus struktūrines problemas (vyrauja MVĮ, žemas inovatyvumo lygis, trūksta darbo jėgos ir kompetencijų), per pastaruosius metus turizmo sektoriui kilusius iššūkius (atsigavimo ir poreikio transformuotis) ir prastėjančias paskolų teikimo sąlygas (augančias palūkanas, griežtėjančią kreditavimo politiką), tikslinga turizmo įmonėms sudaryti palankesnes galimybes pasinaudoti 2021–2027 m. ES fondų lėšomis, skatinant turizmo MVĮ atsparumą ir tvarumą. Investicijų programos vidurio peržiūros metu rekomenduojama peržiūrėti intervencijų, suplanuotų pagal Investicijų programos 4.6. uždavinį „Stiprinti kultūros ir darnaus turizmo vaidmenį ekonominės plėtros, socialinės įtraukties ir socialinių inovacijų srityse (ERPF)“ rinkinį ir, esant galimybei persikirstyti ERPF finansavimą, šį uždavinį papildyti nauja veikla – MVĮ plėtros, įgyvendinant darnaus turizmo projektus, skatinimas. Finansuojamos veiklos galėtų apimti: 1) infrastruktūros ir kitų sąlygų gerinimą, siekiant kurti darnaus turizmo produktus ir (arba) paslaugas, 2) socialinių inovacijų turizmo srityje kūrimą, siekiant teigiamo poveikio vietos bendruomenėms; 3) skaitmeninei ir žaliajai turizmo sektoriaus transformacijai reikalingų darbuotojų kompetencijų ugdymą. Rekomenduojama paramos forma – subsidijos, finansavimo suma – 10 mln. Eur, projektų atrankos būdas – konkursas, tinkami pareiškėjai – turizmo, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančios MVĮ, jų asociacijos.

ERPF lėšomis turizmo projektai bus finansuojami pagal Investicijų programos 5.1 ir 5.2 uždavinius, įgyvendinant Regioninės plėtros programos pažangos priemones. Šiuo metu parengtuose 2022–2030 m. Regionų plėtros planuose yra suplanuoti su turizmo plėtra susiję uždaviniai ir rodikliai, tačiau iki 2023 m. birželio mėn. pažangos priemonės buvo suplanuotos tik 5 – Vilniaus, Kauno, Šiaulių, Panevėžio, Tauragės – regionuose. Šių regionų plėtros planuose suformuotoms konkrečioms į turizmo plėtrą orientuotoms pažangos priemonėms numatyta skirti 150,3 mln. Eur, iš jų – 103,8 mln. Eur ES lėšų. Galima prognozuoti, kad įgyvendinant Regionų plėtros planus 2021–2027 m. laikotarpiu turizmo skatinimui teks apie 200 mln. Eur ES fondų lėšų. Siekiant užtikrinti, kad regioninės turizmo investicijos derėtų su bendra Lietuvos turizmo plėtros vizija, spręstų ne tik vietos regiono plėtros problemas, bet prisidėtų ir prie bendro šalies turizmo konkurencingumo stiprinimo, būtų tikslinga regionų plėtros tarybas įtraukti į Lietuvos turizmo kelrodžio proceso rengimą, o patvirtinus šį kelrodį, esant galimybei, papildyti regionines pažangos priemonių finansavimo gaires, rekomenduojant, kad turizmo srityje įgyvendinami projektai turi atitikti šio kelrodžio nuostatas. Kartu rekomenduojama teikti ekspertinę pagalbą potencialiems regioninių projektų vykdytojams dėl investicijų turizmo sektoriuje suplanavimo ir įgyvendinimo.

Turizmui reikalingos infrastruktūros nepakankamumas taip pat yra svarbus Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą ribojantis veiksnys. Ataskaitoje išskiriami šie svarbiausi turizmo plėtros infrastruktūriniai apribojimai: ribotas Lietuvos pasiekiamumas oro transportu, prioritetinėms turizmo rūšims kritiškai svarbių turizmo infrastruktūros objektų nebuvimas ir ryškus teritorinis turizmo infrastruktūros bei turistų pasiskirstymo netolygumas. Tiek dėl prasto susisiekimo oro transportu, tiek dėl nepakankamos infrastruktūros, Lietuvoje nėra išnaudojamas konferencinio turizmo potencialas. Vertinimo ataskaitoje rekomenduojama skatinti Lietuvos konferencijų turizmo ekosistemos vystymą, siekiant sumažinti Lietuvos turizmo sezoniškumą, užtikrinti aukštos pridėtinės vertės produktų kūrimą ir turizmo sektoriaus sukuriamos pridėtinės vertės augimą. Tam, visų pirma, rekomenduojama spartinti nacionalinio turizmo konferencijų centro projekto realizavimą, įgyvendinti 2022 m. parengtą ilgalaikį skrydžių strateginėmis kryptimis vykdymo verslo planą, stiprinti Lietuvos kaip konferencijų vietos rinkodarą.

Nepakankama Lietuvos kaip patrauklios turizmui šalies rinkodara užsienyje taip pat yra svarbus Lietuvos turizmo konkurencingumą mažinantis veiksnys. Pagal 2023 m. šalies prekės ženklo reitingą (angl. *Country Brand Ranking, Tourism Edition*) Lietuva tarp Europos šalių užima 39 vietą iš 42 ir atsilieka tiek nuo Estijos, tiek nuo Latvijos. Vertinimo ataskaitoje pateikta ES šalių gerosios praktikos atvejų analizė rodo, kad siekiant turizmo sektoriaus plėtros vienas iš kertinių elementų yra veiksminga turizmo rinkodara ir šiai veiklai skiriamas finansavimas. Todėl rekomenduojama stiprinti Lietuvos turizmo rinkodarą prioritetinėse rinkose ir užtikrinti stabilų bei pakankamą rinkodaros finansavimą. Be pažangos priemonėje „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“ suplanuotų rinkodaros veiksmų, papildomai siūloma ir toliau dirbti su užsienio kelionių organizatoriais bei žiniasklaidos atstovais, organizuojant pažintinius turus ir kitais būdais pristatant Lietuvos turistinius išteklius; didinti tiesioginės B2C reklamos kiekius prioritetinėse rinkose; formuoti šalies, kaip aukštos vertės prekės ženklą; skatinti integraciją į regionines paslaugų tiekimo grandines; nuosekliai vykdyti rinkodarą, skirtą padidinti Lietuvoje veikiančių balneologinių kurortų konkurencingumą lyginant su kitais panašaus tipo kurortais centrinėje Europoje.

Paramą turizmo sektoriaus plėtrai valstybė gali užtikrinti ne tik skirdama tiesioginį finansavimą, tačiau ir gerindama galimybes privačiam verslui gauti išorinį finansavimą (kredito įstaigų paskolas), dalindamasi rizika kartu su privačiu investuotoju ar dalyvaudama bendruose turizmo plėtros projektuose per viešojo ir privataus sektoriaus partnerystės mechanizmus. Atsižvelgiant į turizmo sektoriaus įmonių veiklos specifiką (sezoniškumo įtaką pajamoms, tinkamo užstato trūkumą) ir siekiant gerinti turizmo įmonių priėjimą prie išorinio finansavimo šaltinių rekomenduojama, atnaujinant verslo finansavimo *ex-ante* vertinimą, įvertinti, koks finansinis produktas (įskaitant derinimą su subsidijos elementu) būtų tinkamiausias, siekiant sumažinti finansavimo turizmo sektoriaus MVĮ apribojimus. Rekomenduojama atsižvelgti į ataskaitoje pateiktą Austrijos pavyzdį dėl investicinių paskolų turizmo įmonėms derinimo su tvarumo subsidija.

Privačios lėšos ir kompetencija, reikalinga Lietuvos turizmo sektoriaus plėtrai, turėtų būti pritraukiama plačiau taikant viešojo ir privataus sektoriaus partnerystės mechanizmus, finansuojant kertinius Lietuvos ar atskirų regionų turizmo infrastruktūros statybos, palaikymo ir valdymo projektus, visų pirma, pasitelkiant privatų investuotoją į naujo nacionalinio konferencijų centro išvystymą Vilniuje ir siekiant stiprinti Lietuvos, kaip vietos konferencijoms ir renginiams, pozicijas tarptautinėje rinkoje. Lietuvos turizmo kelrodžio parengimas, įvardinant strategines plėtros kryptis, integraliai suplanuojant visų strateginio valdymo sistemos dalyvių pažangos priemones, skirtas turizmo plėtrai ir investicijas, sutelktų rinkos dalyvių ir paskatintų privačias investicijas.

1 VERTINIMO TIKSLAS IR METODIKA

1.1 VERTINIMO TIKSLAS, UŽDAVINIAI IR OBJEKTAS

Siekiant didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą ir reaguoti į kylančias krizes 2014–2022 m. laikotarpiu buvo įgyvendintos priemonės, finansuotos iš ES ir valstybės biudžeto lėšų. Šio vertinimo tikslas yra nustatyti 2014–2020 m. ES fondų investicijų poveikį Lietuvos turizmo srityje ir investicijų prioritetus 2021–2027 m. finansavimo laikotarpiu. Tikslui įgyvendinti numatyti du vertinimo uždaviniai:

- 1) Įvertinti 2014–2020 m. ES fondų investicijų rezultatyvumą, efektyvumą ir poveikį Lietuvos turizmo augimui bei COVID-19 pandemijos poveikį turizmo sektoriui ir 2014–2020 m. ES fondų investicijų veiksmų programos (toliau – VP) priemonių įgyvendinimui;
- 2) Įvertinti VP 5 prioriteto indėlį į „Europa 2020“ strategiją ir parengti Lietuvos turizmo sektoriaus plėtros ir finansavimo scenarijus po 2022 m., atsižvelgiant į COVID-19 pandemijos padarinius.

Vertinimo objektas apima aštuoniolika VP priemonių, įgyvendintų pagal keturis prioritetus ir konkrečius jų uždavinius (žr. **Error! Reference source not found.**). Įgyvendinant priemones pagal 5 prioritetą buvo remiamos veiklos, kurios tiesiogiai prisidėjo prie turizmo sektoriaus plėtros: buvo investuota į turizmui reikalingą infrastruktūrą, aktualias rinkodaros priemones, kultūros paveldo aktualizavimą, kultūrinio-pažintinio turizmo skatinimą, gamtinio turizmo plėtrą (saugomų teritorijų, įskaitant kultūros ir gamtos paveldo vertybes, tvarkymą, pritaikymą lankymui, aplinkosauginių-rekreacinių objektų statybą, įrengimą ir / ar atnaujinimą bei visuomenės informavimą). Remiantis SFMIS duomenimis, pagal šias priemones buvo finansuoti 193 projektai, o jiems skirta ERPF ir bendrojo finansavimo suma sudarė virš 201,5 mln. Eur. Beveik pusė visų investicijų (47,4 %; 95,62 mln. Eur) teko kultūros paveldo aktualizavimo ir pritaikymo visuomenės poreikiams projektams, panaši dalis (40,4 %; 81,4 mln. Eur) – projektams, susijusiems su gamtinio turizmo skatinimu, ir šiek tiek daugiau nei dešimtadalis lėšų (12,2 %; 24,5 mln. Eur) buvo skirta turizmo rinkodarai ir turizmo objektų ženklinimui.

Įgyvendinant priemones pagal 1, 3 ir 13 VP prioritetus buvo skatinamas bendrai įvairiuose ekonomikos sektoriuose, įskaitant ir turizmo, veikiančių įmonių inovatyvumas ir konkurencingumas. Įvadinio etapo metu, remiantis SFMIS duomenimis ir ES investicijų interneto svetainėje pateiktais projektų aprašais, buvo atrinkti tik tie pagal 1, 3 ir 13 VP prioriteto nagrinėjamas priemones finansuoti projektai, kurių vykdytojų ekonominė veikla priskiriama prie turizmui būdingos ar susijusios ekonominės veiklos rūšies. Pagal SFMIS taikomą ekonominės veiklos klasifikaciją buvo atrinkti visi projektai, priskirti turizmo, apgyvendinimo ir maitinimo veiklai (ekonominės veiklos kodas – 15) ir peržiūrėti bei atrinkti tinkami projektai pagal žmonių sveikatos priežiūros (kodas – 20), meno, pramogų, kūrybos sektoriaus ir poilsio (kodas – 23) bei kitų nenurodytų paslaugų (kodas – 24) veiklas. Kaip matyti iš 1 lentelėje pateiktos informacijos, pagal 1 ir 3 VP priemones, kurias įgyvendino EIM, buvo finansuoti tik 25 projektai. Daugiausiai projektų buvo finansuota pagal priemones „Naujos galimybės LT“ (14 projektų) ir „Regio Invest LT+“ (5 projektai). Su turizmo konkurencingumo ir inovatyvumo skatinimu susijusiems SVV projektams pagal VP 1 prioriteto priemones buvo skirta 0,51 mln. Eur, pagal VP 3 prioriteto priemones – 6,66 mln. Eur lėšų. Įmonės, veikiančios turizmo ir su juo susijusių paslaugų srityse, daugiau projektų, skirtų diegti skaitmenines, dizaino ir rinkodaros inovacijas, įgyvendino pagal 13 VP prioriteto priemones. Pagal priemonę „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ 61 projektą įgyvendino įmonės, teikiančios turizmo, apgyvendinimo, renginių organizavimo, maitinimo, laisvalaikio pramogų paslaugas. Šių įmonių projektams skirta 3,7 mln. Eur ES fondų lėšų (41 % viso pagal priemonę suteikto finansavimo). Pagal priemonę „E. komercijos modelis COVID-19“ finansuoti 158 projektai, susiję su turizmo veikla, jiems skirta 5,95 mln. lėšų (13 % pagal priemonę skirto finansavimo).

1 lentelė. Vertinimo objektas¹

| VP intervencinė logika | VP prioritetas | VP konkretus uždavinys | Priemonė | Skirto finansavimo suma, Eur | Finansuotų projektų skaičius | Projektų atrankos būdas ir projektų vykdytojų tipas | Projektų finansavimo forma |
|---|--|--|--|------------------------------|------------------------------|--|----------------------------|
| Investicijos, tiesiogiai skirtos turizmo sektoriaus plėtrai | 5 prioritetas „Aplinkosauga, gamtos išteklių darnus naudojimas ir prisitaikymas prie klimato kaitos“ | 5.4.1. konkretus uždavinys „Padidinti kultūros ir gamtos paveldo aktualumą, lankomumą ir žinomumą, visuomenės informuotumą apie juos supančią aplinką“ | 05.4.1-LVPA-V-812 „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklavimo infrastruktūros plėtra“ | 10 802 293 | 12 | Valstybinio planavimo (VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“) | Negrąžinamoji subsidija |
| | | | 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybes jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“ | 5 242 568 | 21 | Regioninio planavimo (savivaldybių administracijos) | Negrąžinamoji subsidija |
| | | | 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ | 8 491 727 | 46 | Konkurso (savivaldybių administracijos; asociacijos) | Negrąžinamoji subsidija |
| | | | 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“ | 3 211 011 | 5* | Finansinė priemonė (privatūs juridiniai asmenys) | Paskolos |
| | | | 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ | 10 326 329 | 23 | Konkurso (viešieji ir privatūs juridiniai asmenys) | Negrąžinamoji subsidija |
| | | | 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“ | 17 423 174 | 43 | Regioninio planavimo (viešieji juridiniai asmenys, kurių savininko (dalininko) teises ir pareigas įgyvendina savivaldybės taryba; religinės bendruomenės ar bendrijos) | Negrąžinamoji subsidija |
| | | | 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“ | 64 662 783 | 21 | Valstybinio planavimo (viešieji juridiniai asmenys, kurių savininko (dalininko) teises ir pareigas įgyvendina Kultūros ministerija; viešieji juridiniai asmenys, valdantys sakralinius objektus) | Negrąžinamoji subsidija |

¹ Kitos VP priemonės, pavyzdžiui, įgyvendintos kultūros infrastruktūros modernizavimo ir susisiekimo infrastruktūros gerinimo srityse, taip pat galėjo prisidėti prie turizmo sektoriaus plėtros Lietuvoje, tačiau pagal techninę vertinimo paslaugų specifikaciją, šios priemonės nebuvo įtrauktos į vertinimo apimtį.

| VP intervencinė logika | VP prioritetas | VP konkretus uždavinys | Priemonė | Skirto finansavimo suma, Eur | Finansuotų projektų skaičius | Projektų atrankos būdas ir projektų vykdytojų tipas | Projektų finansavimo forma |
|---|---|---|---|--|--|--|----------------------------|
| | | | 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ | 45 544 218 | 10 | Valstybinio planavimo (Valstybinė saugomų teritorijų tarnyba prie Aplinkos ministerijos; savivaldybių administracijos; saugomų teritorijų direkcijos; Lietuvos nacionalinis muziejus) | Negražinamoji subsidija |
| | | | 05.4.1-APVA-V-017 „Visuomenės informavimas apie aplinką ir aplinkosauginių–rekreacinių objektų tvarkymas“ | 35 845 692 | 12 | Valstybinio planavimo (AM, Lietuvos zoologijos sodas; Lietuvos geologijos tarnyba; Kauno Tado Ivanausko zoologijos muziejus; Respublikinis Vaclovo Into akmenų muziejus; VĮ Valstybinė miškų urėdija; Aplinkos apsaugos agentūra; Lietuvos universitetų botanikos sodai) | Negražinamoji subsidija |
| | | | | 201 549 795 | 193 | | |
| Investicijos, galėjusios prisidėti prie turizmo sektoriuje veikiančių įmonių konkurencingumo | 1 prioritetas „Mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų skatinimas“ | 1.2.1. konkretus uždavinys „Padidinti mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų veiklų aktyvumą privačiame sektoriuje“ | 1.2.1-LVPA-K-828 „Intelektas. Bendri mokslo-verslo projektai“ | 139 001 639, iš šios sumos susijusiems su turizmo veikla – 508 896 (0,4 %) | 264, iš jų susiję su turizmo veikla - 3 | Konkurso (privatūs juridiniai asmenys (išskyrus MSI); viešosios įstaigos, vykdančios MTEP veiklas (išskyrus MSI). | Negražinamoji subsidija |
| | | | 01.2.1-MITA-T-851 „Inočekiai“ | 6 959 798, iš šios sumos susijusiems su turizmo veikla – 7 955 (0,1 %) | 308, iš jų susiję su turizmo veikla - 2 | Tęstinės projektų atrankos (juridiniai asmenys (išskyrus mokslo ir studijų institucijas), vykdančios ar ketinančios vykdyti MTEP veiklas) | Negražinamoji subsidija |
| | 3 prioritetas „Smulkiojo ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimas“ | 3.2.1. konkretus uždavinys „Padidinti MVĮ tarptautiškumą“ | 03.2.1-LVPA-K-802 „Expo sertifikatas LT“ | 3 641 917, iš šios sumos susijusiems su turizmo veikla - 0 | 111, iš jų susiję su turizmo veikla - 0 | Konkurso (MVĮ) | Negražinamoji subsidija |
| | | | 03.2.1-LVPA-K-801 „Naujos galimybės LT“ | 33 568 487, iš šios sumos susijusiems su turizmo veikla – 567 591 (1,7 %) | 583, iš jų susiję su turizmo veikla - 14 | Konkurso (MVĮ pavienis dalyvavimas ir grupinis dalyvavimas: IA, verslo asociacijos, VŠĮ Keliuok Lietuvoje ir kt.) | Negražinamoji subsidija |

| VP intervencinė logika | VP prioritetas | VP konkretus uždavinys | Priemonė | Skirto finansavimo suma, Eur | Finansuotų projektų skaičius | Projektų atrankos būdas ir projektų vykdytojų tipas | Projektų finansavimo forma |
|---|--|--|--|---|--|---|----------------------------|
| | | 3.3.1. konkretus uždavinys „Padidinti MVĮ produktyvumą“ | 03.3.1-LVPA-K-803 „Regio Invest LT+“ | 66 326 679, iš šios sumos susijusiems su turizmo veikla - 5 974 263 (9 %) | 64, iš jų susiję su turizmo veikla - 5 | Konkurso (MVĮ) | Negražinamoji subsidija |
| | | | 03.3.1-LVPA-K-850 „Regio potencialas LT“ | 25 170 260, iš šios sumos susijusiems su turizmo veikla - 0 | 142, iš jų susiję su turizmo veikla - 0 | Konkurso (MVĮ) | Negražinamoji subsidija |
| | | 3.3.2. konkretus uždavinys „Padidinti MVĮ investicijas į ekoinovacijas ir kitas efektyviai išteklius naudojančias technologijas“ | 03.3.2-LVPA-K-837 „Eco-inovacijos LT+“ | 78 401 570, iš šios sumos susijusiems su turizmo veikla - 115 620 (0,1 %) | 153, iš jų susiję su turizmo veikla - 1 | Konkurso (MVĮ) | Negražinamoji subsidija |
| | 13 prioritetas „Veiksmų, skirtų COVID-19 pandemijos sukeltai krizei įveikti, skatinimas ir pasirengimas aplinką tausojančiam, skaitmeniniam ir tvariam ekonomikos atsigavimui“ | 13.1.1. konkretus uždavinys „Skaitmeninimo ir inovacijų, siekiant šalinti COVID-19 pandemijos pasekmes ekonomikai, didinimas“ | 13.1.1-LVPA-K-861 „Kūrybiniai čekiai COVID-19“** | 7 677 620, iš šios sumos susijusiems su turizmo veikla - 3 171 556 (41 %) | 133, iš jų susiję su turizmo veikla - 61 | Konkurso (MVĮ) | Negražinamoji subsidija |
| | | | | LVPA-K-860 „E. komercijos modelis COVID-19“ ** | 47 197 355, iš šios sumos susijusiems su turizmo veikla - 5 954 038 (13 %) | 1151, iš jų susiję su turizmo veikla - 158 | Konkurso (MVĮ) |
| | | | | 16 299 919 | 244 | | |
| Iš viso įgyvendinant 2014-2020 m. VP turizmo ir su juo susijusioms veikloms: | | | | 217 849 714 | 437 | | |

Šaltinis: SFMIS, IA kaupiami duomenys bei ES investicijų svetainėje skelbiama statistika.

* Finansinės priemonės atveju nurodomas ne paramos gavėjų skaičius, o galutinių naudos gavėjų (finansuotų objektų) skaičius.

** Papildomai į vertinimo objektą įtraukiama VP priemonė.

1.2 VERTINIMO METODIKA

1.2.1 Poveikio turizmo sektoriaus plėtrai vertinimo konceptualizavimas

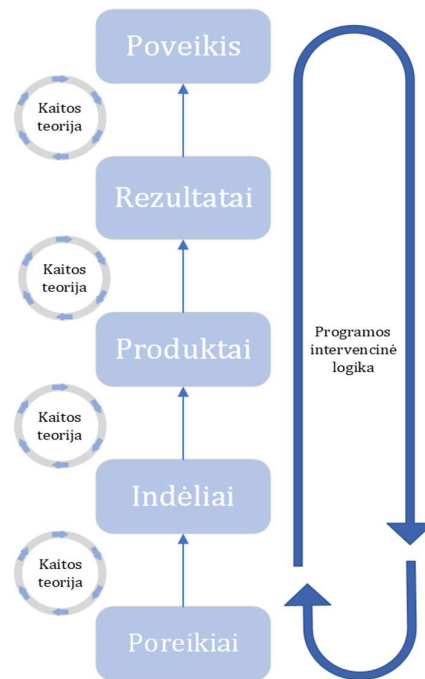
Pagrindinis šio vertinimo tikslas yra įvertinti, kokį poveikį 2014–2020 m. ES investicijos turėjo Lietuvos turizmo sektoriaus plėtrai ir paaiškinti, kokios priežastys šį poveikį lėmė. Poveikį gali lemti įvairūs vidiniai veiksniai (pavyzdžiui, programavimo logika, išteklių, programos įgyvendinimas, projektų kokybė, projektų rezultatų įveiklinimas ir pan.) bei išorinės priežastys (pavyzdžiui, susijusios intervencijos (kitų fondų investicijos, reguliacinės, mokesstinės, komunikacinės (rinkodarinės) priemonės), turizmo politikos suderinamumas su kitomis valstybės politikos sritimis², turizmo paslaugų kaina, rinkos dydis, konkurencinė aplinka, ekonomikos ciklas, geopolitinė situacija ir pan.).

Vertinant ES fondų investicijų poveikį turizmo sektoriui taikoma teorija grįsto poveikio vertinimo prieiga (angl. *theory-based impact evaluation approach*) (žr.1 pav.). Pagrindinis vertinimo metodas, taikant teorija grįstą poveikio vertinimą, yra *kaitos teorija*, nagrinėjanti priežastinius ryšius tarp intervencijų, kitų veiksmų ir stebimų pokyčių. Kaitos teorija siekia paaiškinti, kaip ir kodėl pasireiškė/ nepasireiškė planuotas ar neplanuotas tiesioginis arba netiesioginis intervencijos poveikis. *Teorijos* yra apibūdinamos kaip politikos formuotojų ar konkrečias priemones administruojančių institucijų atstovų prielaidos apie tai, kaip konkrečios intervencijos ir joms skiriami išteklių turėtų prisidėti prie siekiamų įgyvendinti pokyčių³. Problemų (poreikių), remiamų veiksmų, sukuriamų produktų, rezultatų ir poveikio (konkrečių pokyčių) grandinė apibūdinama kaip *programos intervencinė logika*.

Taikant kaitos teoriją, visų pirma, rekonstruojama programos intervencinė logika, tuomet remiantis programiniais dokumentais, empiriniais tyrimais ir kitais informacijos šaltiniais iškeliamos vertinimo hipotezės ir jos tikrinamos pasirenkant tinkamiausius metodus. Kaitos teorijos išplečia intervencijos logikos schemą, paaiškinant, kodėl tikėtasi konkrečios rezultatų sekos ir kas lemia / lėmė perėjimą nuo vieno intervencinės logikos elemento prie kito. Paprastai kaitos teorija apima:

- 1) Intervencinės logikos schemą;
- 2) Prielaidas, rizikas, ir kai kuriais atvejais, mechanizmus, susijusius su kiekviena loginio modelio/rezultatų grandinės grandimi;
- 3) išorinius veiksnius, galinčius turėti / turėjusius įtakos laukiamiems rezultatams; ir
- 4) bet kokius empirinius įrodymus, pagrindžiančius prielaidas, riziką ir išorinius veiksnius.

1 pav. Teorija grįsto poveikio vertinimo prieiga



Šiame poveikio vertinime turi būti nagrinėjamas gana didelis VP priemonių, įgyvendintų Lietuvoje nuo 2014 m., skaičius (iš viso – 18), tačiau tiesiogiai su investicijomis į turizmą susijusioms intervencijoms

² pavyzdžiui, ekonomikos ir investicijų augimu, inovacijomis, transporto plėtra, darnia regionų plėtra, užimtumo ir darbo vietų kūrimu, smulkiojo ir vidutinio verslo plėtra ir verslumu.

³ European Commission. Theory-Based Evaluation. Detalesnė informacija adresu:

http://ec.europa.eu/regional_policy/information/evaluations/pdf/impact/theory_impact_guidance.pdf

buvo nustatyti tie patys produkto ir rezultato lygmens stebėsenos rodikliai, todėl poveikio vertinimo tikslams pakanka parengti vieną bendrą intervencijų logikos schemą VP lygiu. Nustatant intervencijų poreikius remtasi pagrindiniais 2014–2020 m. planavimo dokumentais:

- 2012 m. lapkričio 28 d. Vyriausybės nutarimu Nr.1482 patvirtinta 2014–2020 metų nacionalinės pažangos programa;
- 2014 m. kovo 12 d. Vyriausybės nutarimu Nr.238 patvirtinta Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 m. programa;
- 2014–2020 m. ES fondų investicijų veiksmų programa.

Indėliais laikomos su turizmo sektoriumi susijusios šiame vertinime nagrinėjamos VP priemonės, o jų produktais ir rezultatais – priemonių pasiekimai, kuriuos parodo produktų ir rezultatų lygmens stebėsenos rodikliai. Pagrindiniai informacijos šaltiniai, nustatant priemonių indėlius, produktus ir rezultatus bus:

- Nagrinėjamų priemonių finansavimo sąlygų ir stebėsenos rodiklių aprašai;
- SFMIS informacija priemonių ir projektų lygiu (finansiniai ir fiziniai rodikliai).

Įprastai ES investicijų rezultatams ir poveikiui matuoti naudojami programoje nustatyti stebėsenos rodikliai. 2014–2020 m. programiniu laikotarpiu ES investicijų stebėsenos sistemoje buvo atsisakyta poveikio rodiklių, apsiribojant produkto ir rezultato lygmens rodikliais. Buvo nustatyti šie produkto lygmens rodikliai, kurie taikyti VP 5.4.1. uždavinio stebėsenai:

- *Įgyvendintos turizmo rinkodaros priemonės* (P.S.337). Siektina reikšmė 2023 m.: 560;
- *Įrengti ženklinimo infrastruktūros objektai* (P.N.817). Siektina reikšmė 2023 m.: 5 216;
- *Numatomo apsilankymų remiamuose kultūros ir gamtos paveldo objektuose bei turistų traukos vietose skaičiaus padidėjimas* (P.B.209). Siektina reikšmė 2023 m.: 1 230 000 apsilankymai per metus;
- *Sutvarkyti, įrengti ir pritaikyti lankymui gamtos ir kultūros paveldo objektai ir teritorijos* (P.S.335). Siektina reikšmė 2023 m.: 177;
- *Sutvarkyti valstybinės reikšmės parkai* (P.N.070). Siektina reikšmė 2023 m.: 8;
- *Pastatyti ir / ar atnaujinti aplinkosauginiai– rekreaciniai objektai* (P.N.074). Siektina reikšmė 2023 m.: 6.

Taip pat keturi rezultato lygmens rodikliai:

- *Turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose* (R.S.332). Siektina reikšmė 2023 m.: 3 716 859;
- *Lietuvos gyventojų, bent kartą per pastaruosius 12 mėn. apsilankusių kultūros paveldo objekte, dalis* (R.S.331). Siektina reikšmė 2023 m.: 60 %
- *Lankytojų skaičiaus padidėjimas lankytojų centruose* (R.N.072). Siektina reikšmė 2023 m.: 20 %
- Gerai informuotų apie aplinkos išteklius šalies gyventojų dalis (R.S.330). Siektina reikšmė 2023 m.: 65 %

Pirmieji trys produkto ir rezultato lygmens rodikliai yra svarbūs, vertinant intervencijų rezultatyvumo ir efektyvumo aspektus, tačiau nepakankami, siekiant spręsti apie investicijų poveikį. Turizmo intervencijų tiesioginiam poveikiui matuoti nėra tinkamų rodiklių ir strategijos „Europa 2020“ stebėsenos rodiklių rinkinyje. Atsižvelgiant į tai, ES investicijų poveikį turizmo sektoriaus plėtrai vertinsime naudodami papildomus rodiklius, kuriuos Pasaulio turizmo organizacija (toliau – PTO) ir OECD rekomenduoja taikyti, vertinant turizmo sektoriaus konkurencingumo pokyčius. Šie rodikliai svarbūs ne tik vertinant 2014–2020 m. ES investicijų poveikį turizmui, bet ir rengiant rekomendacijas dėl turizmo sektoriaus plėtros. Pagrindiniai turizmo sektoriaus konkurencingumo rodiklių informacijos šaltiniai buvo OECD, Eurostat ir Valstybės duomenų agentūros (toliau – VDA) skelbiami turizmo statistikos duomenys. Taip pat atsižvelgiant į įgyvendintų intervencijų turinį tikslinga į poveikio rodiklius įtraukti ir kai kuriuos Pasaulio ekonomikos forumo kas du metus skelbiamo Kelionių ir turizmo

konkurencingumo indekso⁴ (toliau – KTKI) rodiklius, pavyzdžiui, šalies prekės ženklo strategijos reitingą.

OECD parengtose gairėse dėl turizmo sektoriaus konkurencingumą matuojančių rodiklių⁵ *turizmo sektoriaus konkurencingumas* apibrėžiamas kaip tam tikros teritorijos gebėjimas optimizuoti savo patrauklumą gyventojams ir nerezidentams, teikiant kokybiškas, novatoriškas ir patrauklias (pvz., teikiančias gerą kainos ir kokybės santykį) turizmo paslaugas vartotojams, ir užimti turizmo rinkos dalį vidaus ir pasaulio rinkose, kartu užtikrinant, kad turizmui skirti išteklių būtų naudojami efektyviai ir tvariai. Remiantis šiuo apibrėžimu OECD pasiūlė pagrindinių rodiklių, matuojančių turizmo sektoriaus konkurencingumą šalyse narėse ir šalyse partnerėse, rinkinį. Šie rodikliai, suskirstyti į keturias pagrindines kategorijas ir apimantys 11 pagrindinių, 5 papildomus ir 4 į ateitį orientuotus rodiklius, yra pateikti 2 lentelėje. Atliekant poveikio vertinimą buvo naudoti rodikliai, priskirti turizmo našumo ir poveikio kategorijai, o rengiant pasiūlymus dėl sektoriaus plėtros, atsižvelgta į rodiklius, priskirtus likusioms trimis kategorijoms: gebėjimui teikti kokybiškas ir konkurencingas turizmo paslaugas, šalies turistiniam patrauklumui bei turizmo politikos planavimo ir finansavimo klausimams.

2 lentelė. Turizmo sektoriaus konkurencingumo rodikliai

| Rodiklių kategorijos | Pagrindiniai rodikliai |
|--|--|
| <i>Turizmo našumas ir poveikis</i> | 1) Turizmo sektoriaus sukuriama pridėtinė vertė (mln. Eur) ir dalis BVP (%) |
| | 2) Atvykstantojo turizmo pajamos, generuojamos vieno atvykstančio turistą |
| | 3) Nakvynių skaičius visų tipų apgyvendinimo įstaigose |
| | 4) Turizmo paslaugų eksportas |
| <i>Teritorijos gebėjimas teikti kokybiškas ir konkurencingas turizmo paslaugas</i> | 5) Darbo našumas turizmo paslaugų sektoriuje (rodiklis, įrodantis turizmo ekonomikos produktyvumo potencialą) |
| | 6) Perkamosios galios pariteto (PGP) ir turizmo paslaugų kainos santykis (rodiklis, rodantis turizmo kainų konkurencingumą naudojant PGP) |
| | 7) Vizų reikalavimai atvykstant į šalį |
| <i>Šalies turistinis patrauklumas</i> | 8) Gamtos išteklių ir biologinė įvairovė |
| | 9) Kultūriniai ir kūrybiniai išteklių (rodiklis, matuojantis šalies kultūrinių ir kūrybinių pramogų, renginių skaičių) |
| | 10) Lankytojų pasitenkinimas (rodiklis, matuojantis paklausos pusę) |
| <i>Politikos sprendimai ir ekonominės galimybės</i> | 11) Nacionalinis turizmo veiksmų planas |
| Papildomi rodikliai | |
| <i>Turizmo našumas ir poveikis</i> | Rinkos diversifikavimas ir augančios rinkos |
| <i>Teritorijos gebėjimas teikti kokybiškas ir konkurencingas turizmo paslaugas</i> | Užimtumas turizmo sektoriuje pagal amžių ir išsilavinimo lygį (rodiklis, kuriuo vertinamas gebėjimas pritraukti, ugdyti ir išlaikyti talentus sektoriuje, kad būtų galima padidinti konkurencingumą) |
| | Turizmo vartotojų kainų indeksas |
| <i>Šalies turistinis patrauklumas</i> | Oro susisiekimas ir intermodalumas (konkurencingumo rodiklis, susijęs su oro maršrutais, skrydžių laikais iš pagrindinių rinkų ir keleivių skaičiumi) |
| | EBPO geresnio gyvenimo indeksas |
| Ateities plėtros rodikliai | |
| <i>Teritorijos gebėjimas teikti kokybiškas ir konkurencingas turizmo paslaugas</i> | Valstybės biudžeto asignavimai turizmui |
| <i>Politikos sprendimai ir ekonominės galimybės</i> | Įmonių, veikiančių turizmo sektoriuje, bankrotų rodiklis (rodiklis, matuojantis įmonių veiklos ir verslo kaitą) |
| | E. turizmo ir kitų inovatyvių paslaugų naudojimas |
| | Turizmo tiekimo grandinių struktūra |

Šaltinis: OECD, Guidance document: Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism, 2013

⁴ WEF (2022), Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future.

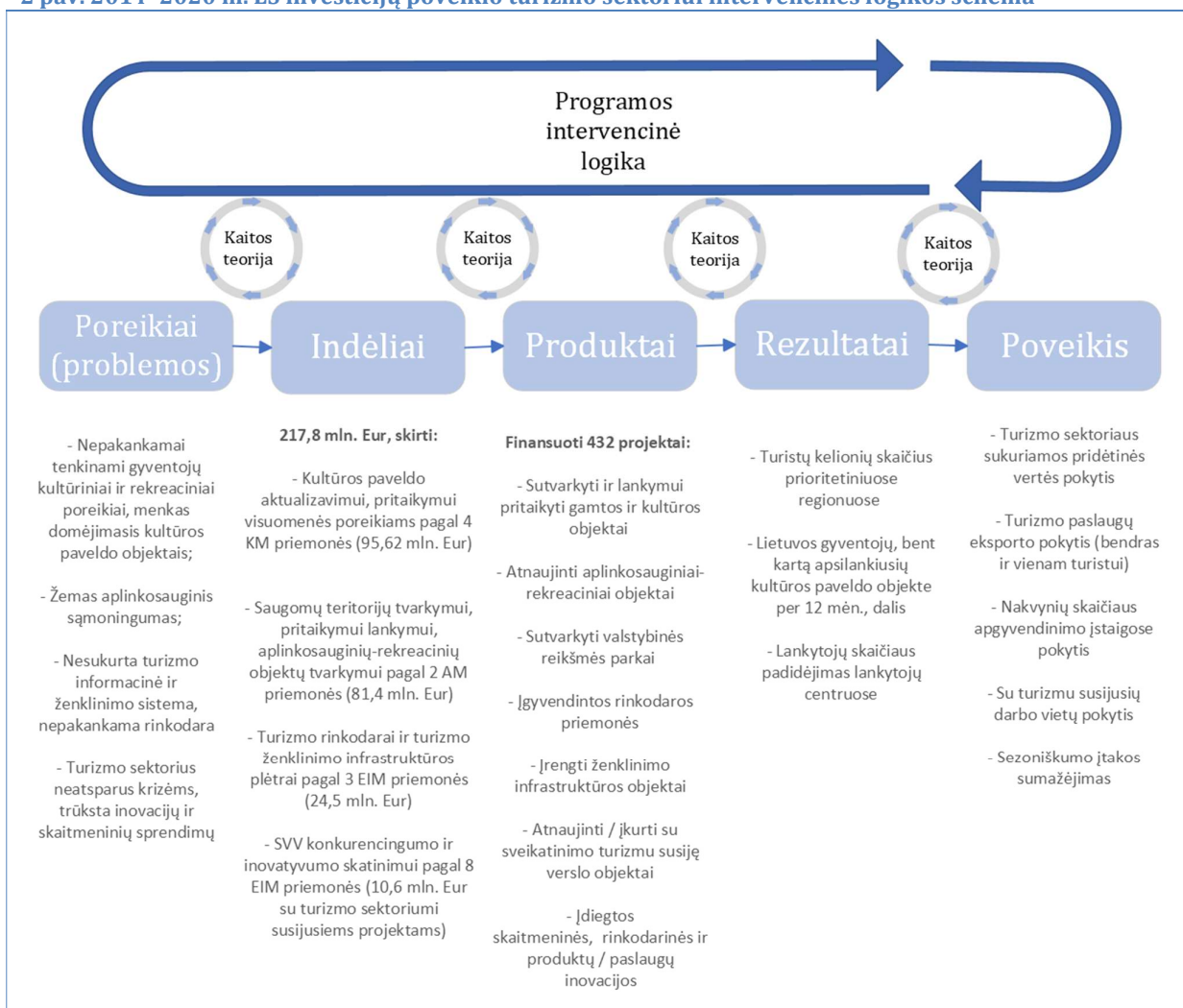
⁵ OECD (2013), Guidance document: Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism

PTO pasiūlytą rodiklių rinkinį sudaro 4 rodiklių grupės: ekonominiai, aplinkosauginiai, socialiniai-kultūriniai ir turistinių vietovių valdymo rodikliai. Šiame vertinime, atsižvelgiant į intervencijų logiką, tikslinga taikyti šiuos PTO siūlomus ekonominius rodiklius:

- Sezoniskumo mažinimas (piko mėnesiais atvykstančių turistų ir vidutinio metinio atvykstančiųjų turistų skaičiaus santykis);
- Su turizmu susijusių darbo vietų kūrimas ir išlaikymas (darbo vietos turizmo sektoriuje).

2 paveiksle pateikiamas 2014–2020 m. ES investicijų poveikio turizmo sektoriui intervencinės logikos modelis, sudarytas remiantis ES fondų investicijų programavimo dokumentais ir tarptautinių organizacijų siūlomais taikyti turizmo konkurencingumo vertinimo rodikliais.

2 pav. 2014–2020 m. ES investicijų poveikio turizmo sektoriui intervencinės logikos schema



Šaltinis: sudaryta vertintojų, remiantis 2014–2020 m. ES fondų investicijų programavimo dokumentais ir tarptautinių organizacijų siūlomais taikyti turizmo konkurencingumo rodikliais.

1.2.2 Vertinimo klausimai ir metodai

2 priede pateikti vertinimo klausimai ir nurodyta, kokie duomenų rinkimo ir analizės metodai buvo taikyti. Nagrinėjant vertinimo klausimus buvo derinama pirminių ir antrinių šaltinių, kiekybinių ir kokybinių duomenų analizė. Atsižvelgiant į vertinimo objektą ir vertinimo klausimus, vienu svarbiausių metodų buvo ekspertinis vertinimas, kuris papildė rezultatus, gautus atliekant analizę ir taikant kitus metodus. Atlikdami vertinimą, ekspertai rėmėsi patikimų viešai prieinamų šaltinių duomenimis ir informacija, teisės aktais ir kitais dokumentais. Vertinant priemonių pasiekimus, efektyvumą ir poveikį buvo naudojama stebėsenos informacija (SFMS ir IA kaupiami duomenys), administraciniai duomenys (pvz., projektų sąrašai, pateiktų paraiškų ir projektų duomenys ir dokumentai), oficialios statistikos duomenys, aktualūs tyrimai ir vertinimai. Į vertinimą taip pat buvo įtrauktos ir pagrindinės suinteresuotosios pusės: turizmo politiką formuojančios bei įgyvendinančios ir ES lėšas administruojančios institucijos, projektų vykdytojai ir socialiniai-ekonominiai partneriai. Suinteresuotųjų pusių įtraukimo būdai: interviu (vykdytų interviu sąrašas pateiktas 4 priede), fokusuotos grupinės diskusijos (žr. 5 priedą) ir apklausa (rezultatai pateikti 6 priede).

2 LIETUVOS TURIZMO SEKTORIAUS TENDENCIJŲ 2014–2022 M. APŽVALGA

2.1 2014–2022 M. LIETUVOS TURIZMO SEKTORIAUS TENDENCIJOS

Šiame poskyryje atsakoma į TS klausimą 9.1.1. „Kokiomis esminėmis tendencijomis, pokyčiais Lietuvos turizmo srityje pasižymėjo analizuojamas 2014–2020 metų laikotarpis? Kokie buvo pagrindiniai šiuos pokyčius įtakoję veiksniai?“

Iki COVID-19 pandemijos, 2014–2019 m. turizmo sektorius Lietuvoje nuosekliai augo, visgi lyginant su kaimyninėmis šalimis (Latvija, Estija) – potencialo neišnaudojo. 2019 m. Lietuvą aplankė 1,937 mln. užsienio turistų, Latviją – 1,9 mln., Estiją – 2,3 mln. Aukščiausi atvykstamojo ir vietinio turizmo srautų augimo rodikliai Lietuvoje buvo stebimi 2019 m. (žr. 3 ir 4 pav.), o tam sąlygas sudarė ekonomikos augimas, leidžiantis daugiau keliauti ir dėl to stipriai padidėjęs turistų skaičius visame pasaulyje ir Lietuvoje. Svarbūs veiksniai yra ir Lietuvos turizmo galimybių konkurencingumo didinimas regionuose, aktyvus darbas su tikslinėmis atvykstamojo turizmo rinkomis.⁶ Dėl COVID-19 pandemijos 2020 m. atvykstančių turistų skaičius Lietuvoje sumažėjo 3,8 karto lyginant su 2019 m., išlaidos sumažėjo beveik 3 kartus, o kelionių skaičius šiek tiek daugiau nei 3 kartus. 2021 m., lyginant su 2020 m. stebimas nedidelis atvykstančių turistų kelionių skaičiaus ir išlaidų augimas. 2022 m. stebimas ženklus augimas (daugiau nei 2 kartus), tačiau 2022 m. turistų skaičius apgyvendinimo įstaigose sudarė 59 % 2019 m. pasiekto skaičiaus, atitinkamai atvykusių turistų kelionių skaičius 75 %, o atvykusių turistų išlaidos 83 %. Atkreiptinas dėmesys, kad atvykusių turistų išlaidų augimui įtakos turėjo ir didėjančios kelionių kainos (padidėjusios viešbučių, aviacinio kuro kainos, didelė kitų paslaugų ir prekių infliacija).

3 pav. Atvykstamasis turizmas 2014–2022 m.



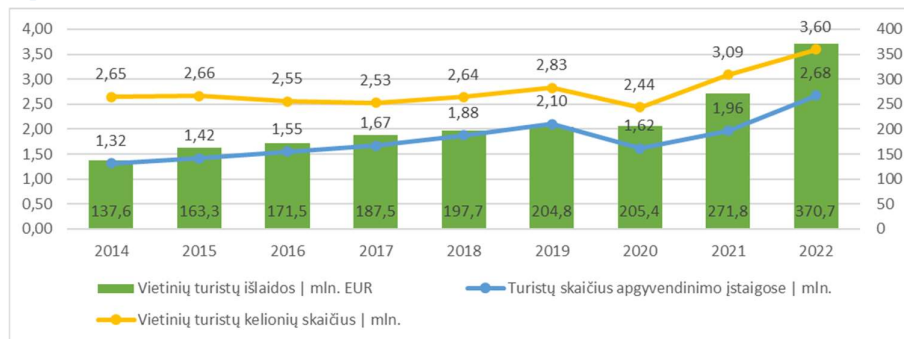
Šaltinis: sudaryta vertintojų, remiantis VDA duomenimis.

2014–2019 m. vietinio turizmo mastas taip pat augo. 2019 m. Lietuvos turizmo rinkos dalys dalijosi beveik pusiau: apie 48 % jos sudarė atvykstamasis turizmas, o 52 % vietinis turizmas. 2021 m. vietinis turizmas sudarė beveik 80 % turizmo rinkos, o likusius 20 % sudarė atvykstamasis turizmas, tačiau 2022 m. atvykstamojo turizmo dalis padidėjo iki 30 %. 2014–2019 m. vietinių turistų skaičius vertinant pagal turistų skaičių apgyvendinimo įstaigose nuolat augo: nuo 1,3 mln. iki 2,1 mln., vietinių turistų išlaidos augo nuo 138 mln. Eur iki beveik 205 mln. Eur, o vietinių turistų kelionių skaičius augo nuo 2,6 mln. iki 2,8 mln. Dėl COVID-19 pandemijos 2020 m. turistų skaičius sumažėjo iki 1,6 mln., tačiau 2021 m. vėl išaugo iki beveik 2 mln., beveik pasiekiant priešpandeminį 2019 m. lygį. 2022 m. pasiektas

⁶ VšĮ „Keliuk Lietuvoje“ (2022), Turizmo sektoriaus plėtros tyrimas.

didžiausias vietos turistų skaičius nuo 2014 m., kuris siekė 2,68 mln. Vietinių turistų išlaidos augo nepaisant COVID-19 pandemijos, o kelionių skaičius buvo sumažėjęs tik 2020 m., 2021–2022 m. stebimas didžiausias vietinių turistų kelionių skaičius nuo 2014 m. Lietuvoje atostogauti dažniausiai pasirenkama dėl nedidelių atstumų, greitos kelionės bei lengvo jos planavimo. Kiti motyvai, tokie kaip noras pažinti savo kraštą, sava kalba ir Lietuvos grožis, irgi išlieka aktualūs vietiniams turistams⁷.

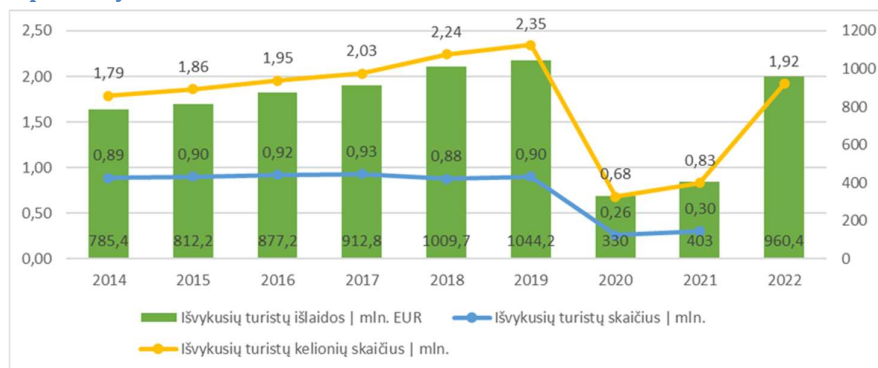
4 pav. Vietinis turizmas 2014–2022 m.



Šaltinis: sudaryta vertintojų, remiantis VDA duomenimis.

Lietuvoje 2014–2019 m. išvykstančių turistų mastas kasmet svyravo nuo 0,89 mln. 2014 m. iki 0,9 mln. 2019 m., tačiau išvykusių turistų išlaidos nuosekliai augo (nuo 785 mln. Eur 2014 m. iki 1 044 mln. Eur 2019 m.). Taip pat augo ir kelionių skaičius (nuo 1,79 mln. 2014 m. iki 2,35 mln. 2019 m.). 2020 m. dėl COVID-19 pandemijos, turistų ir kelionių skaičius sumažėjo 3,5 karto, išlaidos sumažėjo kiek daugiau nei 3 kartus. 2022 m. išvykusių turistų išlaidos sudarė 92 % 2019 m. išlaidų, o išvykusių turistų kelionių skaičius 82 % 2019 m. skaičiaus.

5 pav. Išvykstamasis turizmas 2014–2022 m.



Šaltinis: sudaryta autorių remiantis VDA duomenimis.

Lyginant su kitomis ES šalimis, Lietuvoje turizmo sektorius sudaro mažą dalį ekonomikos – iki COVID-19 pandemijos tiesioginis ir netiesioginis turizmo įnašas į šalies BVP sudarė 5 %, o 2020 m. sumažėjo iki 3 %. 2022 m. padidėjo iki 3,3 %.⁸ 2023 m. pradžioje veikė 4061 įmonė, užsiimanti apgyvendinimo (513 įmonių) ir maitinimo paslaugų (3548 įmonės) teikimu, tai sudarė 4 % visų Lietuvoje veikiančių ūkio subjektų⁹. 98 % šių įmonių pagal darbuotojų skaičių priskirtinos labai mažų, mažų ir vidutinių įmonių (toliau – MVĮ) grupei.

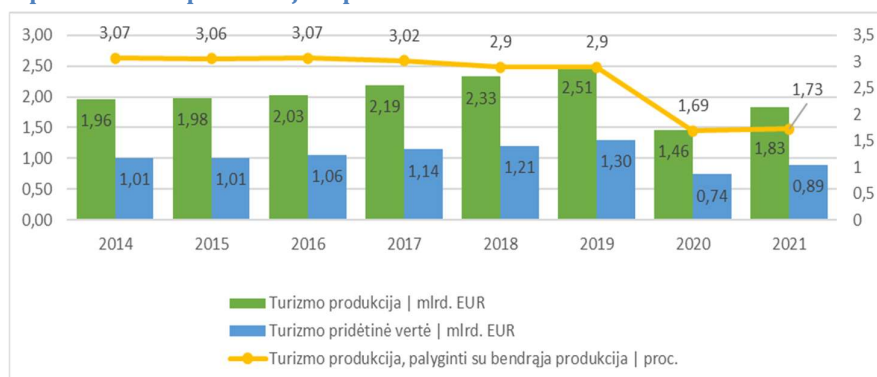
⁷ VšĮ „Keliauk Lietuvoje“, Rait Group (2022), Vietinis turizmas Lietuvoje: Kiekybinio tyrimo ataskaita.

⁸ World Travel and Tourism Council, 2022 Annual Research: Key Highlights, Lithuania Factsheet, https://wtcc.org/DesktopModules/MVC/FactSheets/pdf/704/150_20220613163059_Lithuania2022.pdf

⁹ VDA duomenys: eikiančių įmonių skaičius ir jose dirbančių darbuotojų pagal veiklos rūšis (EVRK 2 red., 2 ženklų lygiu) ir darbuotojų skaičiaus grupes metų pradžioje

Remiantis VDA duomenimis (žr. **Error! Reference source not found.**) turizmo sektoriuje sukuriama pridėtinė vertė, 2019 m. sudarė 1,29 mlrd. Eur. 2020 m. dėl COVID-19 pandemijos, turizmo produkcija¹⁰ sumažėjo 42 %, o turizmo pridėtinė vertė – 43 %. Turizmo produkcijos, palyginus su bendrąja produkcija, dalis sumažėjo nuo 2,9 % iki 1,69 %. 2021 m. turizmo produkcijos dalis padidėjo iki 1,73 %, turizmo produkcija siekė 73 %, o turizmo pridėtinė vertė 69 % 2019 m. lygio. Analizuojant turizmo produkcijos pokyčius pagal atskirus turizmo subsektorius, matyti, kad daugiau nei pusę sektoriaus produkcijos generuoja dvi veiklos: apgyvendinimas ir maitinimas. Lyginant atskirų veiklų indėlį į turizmo produkcijos kūrimą 2019–2021 m. laikotarpiu, pastebima, kad didesnę lyginamąją svorį bendroje sektoriaus sukuriamoje produkcijoje po pandemijos įgijo maitinimo paslaugas teikiančios įmonės (jų dalis padidėjo 13 proc. punktų); kol kas sunkiausiai atsigauna kelionių organizavimo paslaugas teikiančios įmonės, (jų santykinė dalis sumenko 8 proc. punktais), ypač tos, kurios yra orientuotos į atvykstantį turizmą.

6 pav. Turizmo produkcija ir pridėtinė vertė 2014–2021 m.



| Turizmo produkcija pagal turizmui būdingas ekonominės veiklos rūšis | 2019 | | 2021 | |
|---|---------------|------|---------------|------|
| | Mln. EUR | % | Mln. EUR | % |
| Viešbučiai ir panašios įstaigos | 384,5 | 30% | 319,4 | 32% |
| Restoranai ir panašios įmonės | 306,9 | 24% | 374,3 | 37% |
| Geležinkelių keleivinis transportas | 29,8 | 2% | 16,9 | 2% |
| Sausumos keleivinis transportas | 87,7 | 6,8% | 45,3 | 5% |
| Vandens keleivinis transportas | 2,1 | 0,2% | 2,7 | 0,3% |
| Oro keleivinis transportas | 81,2 | 6% | 41,1 | 4% |
| Pagalbinės keleivinio transporto paslaugos | 50,1 | 4% | 15 | 1% |
| Keleivinio transporto ir įrangos nuoma | 92 | 7% | 113 | 11% |
| Kelionių agentūros ir panašios įmonės | 147 | 11% | 30,5 | 3% |
| Kultūrinės veiklos rūšys | 66,8 | 5% | 28,9 | 3% |
| Sporto ir kitos poilsinės veiklos rūšys | 34,7 | 3% | 18,1 | 2% |
| Iš viso: | 1282,8 | | 1005,2 | |

Šaltinis: sudaryta vertintojų remiantis VDA duomenimis.

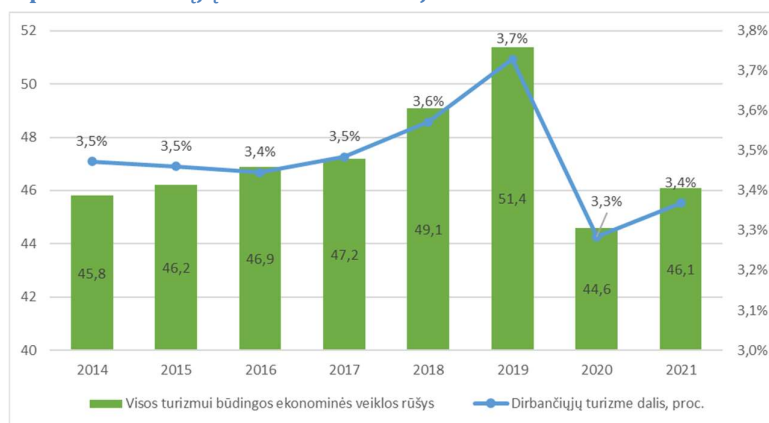
Pagrindinę produkcijos dalį generuojančios Lietuvos turizmo sektoriaus veiklos (apgyvendinimas ir maitinimas) savo ekonomine prigimtimi yra mažiau produktyvios, jų konkuravimo strategijos dažnai paremtos kaina, todėl paslaugų pardavimo ir pelno galimybės yra ribotos. 2021 m. Pasaulio ekonomikos forumo paskelbtame KTKI, didžiausias Lietuvos kritimas (per 18 pozicijų) stebimas būtent pagal kainų konkurencingumo subindeksą. Vadinasi, konkuravimas žemomis

¹⁰ Turizmo produkcija – per gamybos procesą sukurtų prekių ir paslaugų verčių suma turizmo sektoriuje.

kainomis jau nebėra Lietuvos turizmo konkurencinis pranašumas. Tam, kad būtų galima didinti turizmo sektoriaus konkurencingumą ir sukurti pridėtinę vertę, neatsižvelgiant į išorinius apribojimus (tokius kaip nepalanki geopolitinė situacija dėl vykstančio karo Ukrainoje), reikia diegti inovacijas, kuriant naujus ir tobulinant esamus turizmo produktus bei paslaugas, tačiau **inovacijų taikymo lygmuo Lietuvos turizmo sektoriuje yra žemas**. Šiame sektoriuje dominuoja MVI, kurioms kyla įvairių sunkumų diegti inovacijas (pavyzdžiui, dėl ribotų finansinių galimybių, žinių ir technologijų trūkumo, mažo bendradarbiavimo su mokslo įstaigomis, galiausiai dėl rizikos vengimo). Todėl viena iš priemonių, įgyvendintų pagal Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso (COVID-19) plitimo sukeltų pasekmių mažinimo priemonių planą¹¹ – „Turizmo inovacijos“ – buvo itin paklausi. Priemonei įgyvendinti iš valstybės biudžeto buvo skirta 7,5 mln. Eur, finansavimą gavo 260 turizmo sektoriaus subjektų: 12 turizmo verslo asociacijų, 22 turizmo informacijos centrai, 74 apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės, 34 kelionių pardavimo agentai, 118 kelionių organizatorių.

Žemą Lietuvos turizmo įmonių inovatyvumą taip pat lemia nepakankama darbuotojų kvalifikacija, kuri riboja galimybes imtis inovatyvių sprendimų. 2014–2019 m. dirbančiųjų turizme skaičius nuolat augo ir 2019 m. siekė 51,4 tūkst. Didžiausią dalį dirbančiųjų turizme sudarė dirbantys restoranuose ir viešbučiuose. 2020 m. dėl COVID-19 pandemijos dirbančiųjų skaičius sumažėjo 13 % ir buvo mažesnis nei 2014 m. Itin ženkliai (16 %) sumažėjo viešbučiuose dirbančiųjų skaičius (nuo 14,9 tūkst. iki 12,5 tūkst.). 2021 m. dirbančiųjų skaičius turizme pradėjo augti ir siekė 46,1 tūkst. (90 % 2019 m. lygio). Kelionių agentūrų ir kelionių organizacijų dirbančiųjų skaičius 2019 m. siekė 2 284, tačiau 2020–2021 m. sumažėjo iki 1 774.¹² **Vertinant žmogiškąjį kapitalą turizmo sektoriuje, pastebima kad turizmo sektoriuje egzistuoja darbuotojų, ypač turinčių pakankamas kompetencijas, trūkumas**¹³. VDA duomenimis¹⁴, 2022 m. rugpjūčio mėn. (vienu aktyviausių turizmo mėnesių) apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikloje buvo 533 laisvos darbo vietos, o 2022 m. pabaigoje šis skaičius išaugo iki 713.

7 pav. Dirbančiųjų turizmo sektoriuje skaičius 2014–2021 m.



Šaltinis: sudaryta vertintojų remiantis VDA duomenimis.

Turizmo agentūrų, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų įmonių kaip potencialių darbdavių patrauklumą mažina tai, kad šioje veikloje dirbančiųjų vidutinis mėnesinis bruto **darbo užmokestis yra trečdaliu mažesnis, lyginant su šalies vidurkiu**. Ši tendencija nekinta jau ilgą laiką, o COVID-19 pandemijos laikotarpiu buvo dar labiau pablogėjusi (pav. 8). 2022 m. paskutinį ketvirtį vidutinis

¹¹ Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso (COVID-19) plitimo sukeltų pasekmių mažinimo priemonių planas, patvirtintas 2020 m. gruodžio 9 d. pasitarimo sprendimo protokolu Nr. 54

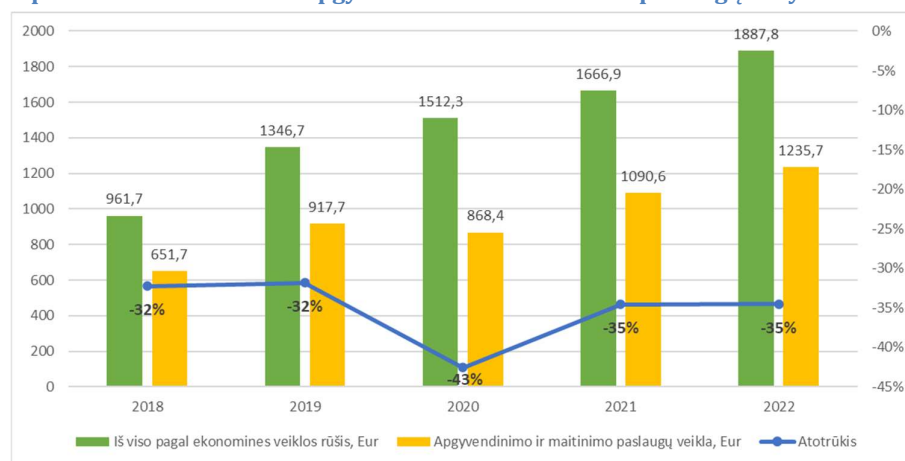
¹² VDA matuojamas rodiklis „Kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių dirbančiųjų skaičius

¹³ VŠĮ „Keliav Lietuvoje“ (2022), Turizmo sektoriaus plėtros tyrimas

¹⁴ VDA rodiklių duomenų bazė, rodiklis „Laisvos darbo vietos (eksperimentinė statistika)

mėnesinis bruto darbo užmokestis apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikloje buvo 1235,7 Eur, kai vidutinis atlyginimas visoje Lietuvoje buvo 35 % didesnis ir siekė 1887,8 Eur.¹⁵ Šis atotrūkis lemia tai, kad **dirbti sektoriaus įmonėse dažniau renkasi mažesnę patirtį ir motyvaciją turintys darbuotojai**, dažnai tai yra jaunimas iki 29 m., kuriam šis sektorius yra patekimo į darbo rinką vieta ir kuri daugelis vėliau palieka, siekdami geresnių darbo sąlygų. 2023 m. Užimtumo tarnybos atlikta darbdavių nuomonės apklausa¹⁶ parodė, kad net 50,8 % apgyvendinimo ir maitinimo veikla užsiimančių įmonių 2022 m. patyrė darbuotojų trūkumą. Pagrindinėmis darbuotojų trūkumą lemiančiomis priežastimis darbdaviai įvardijo nepakankamą darbo ieškančių motyvaciją (58,1 %), didelius lūkesčius dėl darbo užmokesčio (56,4 %) ir nepakankamą darbo ieškančių asmenų kvalifikaciją (48,9 %).

8 pav. Darbo užmokesčio apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų srityse atotrūkis nuo šalies vidurkio, %



Šaltinis: sudaryta vertintųjų remiantis VDA duomenimis.

Aptartos užimtumo turizmo sektoriuje problemos kelia papildomų iššūkių sėkmingai sektoriaus transformacijai. **Turizmo sektoriaus darbuotojams trūksta ne tik kompetencijų skaitmeninimo ir žalinimo srityse, bent ir bendrųjų kompetencijų.** 2022 m. atliktame tyrime dėl turizmo specialisto ateities kompetencijų poreikio¹⁷, pastebėta, kad reikia naujai pažvelgti į reikalingų kompetencijų Lietuvos turizmo sektoriaus darbo rinkoje turinį. Ruošiant specialistą Lietuvos turizmo darbo rinkai reikalingas tinkamas kompetencijų ir skaitmeninių technologijų įgūdžių derinys. Ateities perspektyvos – investicija į dalykines kompetencijas: užsienio kalbų, pardavimo ir rinkodaros, tarpkultūrinės kompetencijos tobulinimą ir novatoriškų skaitmeninių technologijų naudojimą turizme. Lietuvos turizmo sektoriaus darbdavių apklausa taip pat parodė, kad ateityje didės ir bendrųjų kompetencijų svarba. Tokios bendrosios kompetencijos, kaip kūrybiškumas, kritinis mąstymas, gebėjimas bendrauti, bendradarbiauti, profesionaliai valdyti laiką, savarankiškai priimti sprendimus ir atsakomybę, leis būti lankstesniu ir lengviau laiku prisitaikyti prie dinamiško turizmo sektoriaus iššūkių, generuoti naujas idėjas, kurti naujas turizmo paslaugas ir produktus.

Nors darbdaviai supranta darbuotojų kompetencijų trūkumo problemą, tačiau remiantis 2023 m. Užimtumo tarnybos atlikta darbdavių nuomonės apklausa, **dėl finansinių išteklių trūkumo tik 15,5 % darbdavių apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veikloje 2023 m. numato lėšų darbuotojų mokymui ir kvalifikacijai įmonėje/ įstaigoje didėjimą.**

¹⁵ VDA rodiklių duomenų bazė, rodiklis "Darbo užmokestis"

¹⁶ Užimtumo tarnyba (2023), „Darbo rinkos pokyčiai ir iššūkiai. Darbdavių patirtys, lūkesčiai ir įžvalgos“

¹⁷ Ten pat.

2.2 COVID-19 PANDEMIJOS IR KARO UKRAINOJE POVEIKIS TURIZMO SEKTORIUI

Šiame poskyryje atsakoma į TS klausimą 9.1.2. „Kokį poveikį turizmo sektoriui turėjo COVID-19 (koronaviruso infekcijos) pandemija? (išnagrinėti pagal atskirus turizmo segmentus (atvykstamojo, vietinio ir išvykstamojo turizmo, gidams, apgyvendinimo įstaigoms? Kokį poveikį COVID-19 (koronaviruso infekcijos) pandemija turėjo turizmo sektoriaus konkurencingumui? Kodėl? Kaip COVID-19 (koronaviruso infekcijos) pandemija paveikė Veiksmų programos priemonių įgyvendinimą ir turizmo potencialą?“. Taip pat nagrinėjama, kaip turizmo sektorių veikia karas Ukrainoje.

2020 m. pradžioje pasaulyje išplitęs COVID-19 virusas itin stipriai paveikė visus turizmo segmentus ir turizmo sektoriaus konkurencingumą – sumažėjo turistų skaičius, iš turizmo sektoriaus gaunamos pajamos, turizmo paslaugų eksportas. Siekiant sumažinti viruso plitimą buvo apribotos judėjimo galimybės ne tik tarp valstybių, bet ir šalių viduje. 2020 m. Lietuvoje užsienio turistų skaičius krito 70 %, lyginant su situacija prieš COVID-19 pandemiją, ir pagal šį rodiklį viršijo ES-27 vidurkį (žr. 9 pav.).

9 pav. Užsienio turistų skaičiaus ES sumažėjimas 2020 m. sausio-rugsėjo mėn., palyginti su tuo pačiu laikotarpiu 2019 m.



Šaltinis: Europos Audito rūmų ataskaita „ES parama turizmui: reikalinga nauja strateginė kryptis ir geresnio finansavimo metodas“, 2021 m. gruodis.

COVID-19 pandemija neigiamai paveikė apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančius verslus. Dėl COVID-19 pandemijos ir šalyje paskelbto karantino buvo ribojama arba stabdoma jų veikla. 2020 m., lyginant su 2019 m. 41 % sumažėjo apgyvendinimo įstaigų pajamos už suteiktas paslaugas, o taip pat sumažėjo ir apgyvendinimo įstaigų skaičius (žr. 10 pav.). Nuo 2021 m. apgyvendinimo įstaigų skaičius augo ir jau 2021 m. viršijo 2019 m. apgyvendinimo įstaigų skaičių. 2022 m. apgyvendinimo įstaigų pajamos jau viršijo 2019 m. pajamas, tačiau tam įtakos turėjo ne tik padidėjęs nakvynių skaičius (2019 m. jis siekė 8,95 mln., 2020 m. nukrito iki 4,93, o 2022 m. vėl pakilo iki 8,07), tačiau ir infliacija, nes 2022 m. nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose sudarė 90 % 2019 m. fiksuoto nakvynių skaičiaus.

10 pav. Apgyvandinimo įstaigų skaičius ir pajamos 2014–2022 m.


Šaltinis: sudaryta vertintojų remiantis VDA duomenimis.

Analizuojant COVID-19 pandemijos iššūkius svetingumo verslui¹⁸ buvo atlikta Lietuvos viešbučių apklausa¹⁹. Kaip rodo apklausos rezultatai net 68 % (153) viešbučių pirmojo karantino metu buvo uždaryti. Pasibaigus pirmojo karantino laikotarpiui, apgyvendinimo įstaigos vėl atnaujino veiklą. Atsidarė tik 90 % apklausoje dalyvavusių viešbučių, o 10 % neatsidarė dėl įvairių priežasčių. Labiausiai nukentėjo mažosios ir vidutinės apgyvendinimo įstaigos. Kai kurios jų pardavė savo verslą, kai kurios perleido savo patalpas savivaldybių reikmėms – buvo atidaryti skambučių centrai. Pandemijos iššūkius geriausiai atlikė tarptautiniams tinklams priklausančios svetingumo įmonės.

Siekiant mažinti neigiamas COVID-19 pasekmes turizmo sektoriui ir užtriktini įmonių likvidumą valstybės biudžeto lėšomis buvo įgyvendintos priemonės, numatytos Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso (COVID-19) plitimo sukeltų pasekmių mažinimo priemonių plane²⁰, ir kitos. Šių priemonių sąrašas pateikiamas lentelėje žemiau.

3 lentelė. Turizmui skirtos priemonės, 2020–2022 m. finansuotos valstybės biudžeto lėšomis.

| Priemonė | Skirta lėšų 2020–2022 m., tūkst. Eur |
|---|--------------------------------------|
| Prastovų darbo užmokesčio subsidijavimas | 121 590 |
| Paskolos labiausiai nuo COVID-19 nukentėjusiems verslams | 78 585 |
| Darbo užmokesčio subsidijavimas | 66 899 |
| Subsidijos labiausiai nukentėjusioms įmonėms | 45 883 |
| Pagalbos verslui fondo finansavimas | 42 640 |
| Paskolos turizmo ir apgyvendinimo paslaugų teikėjams | 17 543 |
| Portfelinės garantijos paskoloms 2 | 14 344 |
| Tiesioginės COVID-19 paskolos | 11 892 |
| Nuomos mokesčio kompensavimas | 10 211 |
| Atostogos medikams | 9 765 |
| Turizmo paslaugų ir produktų inovacijos | 7 503 |
| Subsidijos mikroįmonėms | 7 393 |
| Skolos sumos, kurioms netaikomas išieškojimas pagal draudėjų prašymus | 7 010 |
| Dalinis palūkanų kompensavimas | 4 977 |
| Kelionių organizatorių prievolių įvykdymo užtikrinimo garantijos | 3 693 |
| Komunalinių paslaugų kompensavimas apgyvendinimo paslaugų teikėjams | 1 367 |
| Kompensavimas už turistų grąžinimą | 425 |
| Subsidijos atvykstantojo turizmo kelionių organizatoriams | 321 |
| Apmokėtinų sąskaitų paskolos | 244 |
| Trečioji nakvynė | 41 |
| Subsidijos nuo COVID-19 nukentėjusiems individualiai dirbantiems asmenims | 19 |
| Viso: | 452 345 |
| Iš jų kelionių organizatoriams ir agentūroms: | 71 590 |
| Iš jų apgyvendinimo paslaugų teikėjams: | 123 684 |
| Iš jų maitinimo ir gėrimų teikimo sektoriui: | 257 071 |

Šaltinis: EIM duomenys.

¹⁸ Danguolė Baltrūnaitė, Danutė Jakštienė, Jadvyga Voišnis „Covid-19 pandemijos iššūkius svetingumo verslui“. *Ižvalgos*, 2021 Nr. 1, p. 8-17.

¹⁹ 2021 m. VVTAT duomenimis Lietuvoje veikė 290 viešbučių, iš kurių 78 % (225) viešbučių buvo apklausti

²⁰ Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso (COVID-19) plitimo sukeltų pasekmių mažinimo priemonių planas, patvirtintas 2020 m. gruodžio 9 d. pasitarimo sprendimo protokolu Nr. 54

Remiantis Valstybinės vartotojų teisių apsaugos tarnybos (toliau – VVTAT) duomenimis,²¹ 2020 m. licencijuotų kelionių organizatorių skaičius kito nežymiai – 2020 m. Lietuvoje veikė 243 licencijuoti kelionių organizatoriai (9 kelionių organizatorių mažiau, nei 2019 m.), tačiau kelionių organizatorių pajamos toliau reikšmingai krito. Įvertinus išvykstamojo, atvykstamojo ir vietinio turizmo kelionių organizatorių pagrindinius finansinių ataskaitų rodiklius (žr. 4 lentelę), matyti, kad 2020 m. kelionių organizatorių metinės pajamos krito net 80 % per metus (nuo 425 mln. Eur iki 85,8 mln. Eur). Turizmo sektorių intensyviai pradėjo dirbti tik nuo 2021 m. II ketvirčio, todėl natūralu, kad atotrūkis nuo 2019 m. rezultatų vis dar išliko. Pradėjusios augti kelionių organizatorių pajamos leido sugeneruoti 2021 m. 4 mln. Eur grynojo pelno, kai prieš metus buvo patirtas net 12 mln. Eur grynasis nuostolis. 2022 m. bendras licencijuotų kelionių organizatorių skaičius buvo 213, iš kurių 80 (tiek pat buvo ir 2021 m.) kelionių organizatorių vykdė išvykstamojo turizmo veiklą. 2022 m. visų kelionių organizatorių **metinės pajamos augo** net du kartus, lyginant su 2021 m. Tačiau **pagrindinė to priežastis – išaugęs sektoriaus kainų lygis²² ir orientacija į išvykstamąjį turizmą, nes atvykstamojo turizmo sektorius dar nepasiekė buvusio iki pandeminio lygio** (13 pav.).

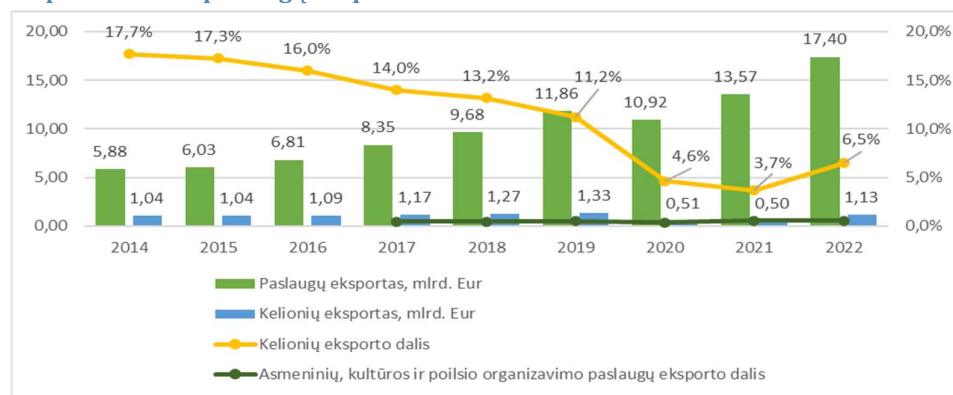
4 lentelė. Turizmo pajamos 2020–2022 m.

| Finansiniai rodikliai (metiniai) | 2022 m. | 2021 m. | 2020 m. |
|---------------------------------------|---------|---------|---------|
| Pajamos, mln. Eur | 455 | 227 | 85,8 |
| <i>Iš jų:</i> | | | |
| Išvykstamasis turizmas, mln. Eur | 398 | 197 | 72 |
| Vietinis turizmas, mln. Eurų | 32 | 15 | 5,3 |
| Atvykstamasis turizmas, mln. Eur | 25 | 15 | 8,3 |
| Grynasis pelnas (nuostolis), mln. Eur | 11 | 4 | -12 |

Šaltinis: VVTAT duomenys.

Iki COVID-19 pandemijos kelionių paslaugų eksportas Lietuvoje kasmet augo, tačiau jo dalis bendrame paslaugų eksporte mažėjo ir 2019 m. sudarė 11,2 % (žr. **Error! Reference source not found.**). Dėl kelionių ribojimų COVID-19 pandemijos metu kelionių paslaugų eksportas 2020–2021 m. sumažėjo beveik 4 kartus ir 2021 m. tesudarė 3,7% viso šalies paslaugų eksporto. 2022 m. jau stebimas šio rodiklio atsigavimas (padidėjimas iki 6,5%), tačiau priešpandeminis lygis nėra pasiektas. Asmeninių, kultūros ir poilsio organizavimo paslaugų eksportas 2017–2019 m. augo, 2020 m. sumažėjo (nuo 61,89 mln. Eur iki 38,89 mln. Eur), o nuo 2021 m. vėl augo ir 2022 siekė 96 ml. Eur. Asmeninių, kultūros ir poilsio organizavimo paslaugų eksporto dalis 2017–2022 m. reikšmingai nekito, svyravo nuo 0,4 iki 0,6 %.

11 pav. Turizmo paslaugų eksportas 2014–2022 m.



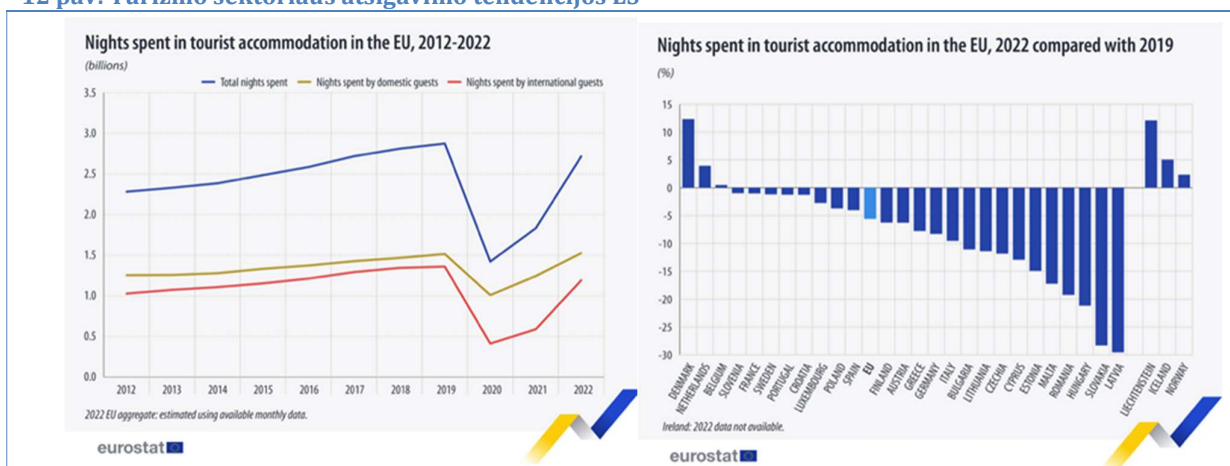
²¹ <https://www.vvtat.lt/naujienos-ir-pranesimai-ziniasklaidai/377/kelioniu-organizavimo-verslo-pajamos-krito-80-proc-per-metus:1791>

²²VVTAT informacija: <https://www.vvtat.lt/naujienos-ir-pranesimai-ziniasklaidai/377/vvtat-skelbia-2022-m.-kelioniu-organizatoriu-metiniu-ataskaitu-vertinimo-rezultatus:2510>

Šaltinis: sudaryta vertintojų remiantis Lietuvos banko duomenimis.

2022 m. Ekonominio bendradarbiavimo ir plėtros organizacijos (toliau – OECD) ataskaitoje²³ pateikti duomenys apie turizmo sektoriaus atsigavimą po COVID-19 šoko rodo, kad lyginant su 2020 m., 2021 m. atvykstančių turistų skaičius ES-27 šalyse išaugo 21 % (2020 m. šis rodiklis buvo kritęs 66 %, lyginant su 2019 m.), tačiau Lietuvoje atvykstančių turistų skaičius tuo pačiu laikotarpiu išaugo tik 1 %. Vertinant pagal turistų nakvynių skaičių, ES turizmo sektorius 2022 m. pabaigoje pasiekė iki pandeminių lygi, tačiau Lietuvoje, bei kaimyninėse šalyse, atsigavimo rodikliai yra ženkliai mažesni nei Vakarų Europoje (12 pav.). EKK 2022 m. 3 ketv. apžvalgoje²⁴ teigiama, kad **karas Ukrainoje turi tiesioginį neigiamą poveikį Rytų Europos ir Baltijos šalių turizmo atsigavimui po COVID-19 pandemijos**. Jis riboja atsigavimo tempą visame regione ir ypač jaučiamas tose šalyse, kurios yra įvedusios turistinių vizų apribojimus Rusijai, pvz. Suomija, Latvija ir Lietuva.

12 pav. Turizmo sektoriaus atsigavimo tendencijos ES



Šaltinis: Eurostat.

Lietuvos turizmo asociacijų atstovų teigimu, karas Ukrainoje stipriai veikia Lietuvos atvykstantąjį turizmą, nes sulaukiama daug kelionių atšaukimų iš Vokietijos, Prancūzijos, Italijos, Švedijos dėlto, kad Lietuvą jie laiko nesaugia kryptimi. Ši teiginį patvirtina ir naujausia atvykstamojo turizmo statistika. Analizuojant Lietuvos atvykstamojo turizmo rodiklius (žr. 13 pav.) matyti, kad 2022 m., lyginat su 2019 m., yra ženkliai sumažėjęs Rusijos turistų skaičius (-80 %) ir santykinė dalis visoje atvykusių turistų statistikoje (-6,6 %). Tačiau bendrame kontekste didesnis sumažėjimas matomas tarp ES šalių rinkų nei kitų rinkų, ypatingai iš Vokietijos (-56 % turistų ir -3,1 % rinkos), Italijos (-53 % turistų), Prancūzijos (-50% turistų), Ispanijos (-47 % turistų) ir Švedijos (-45 % turistų). Vertinimo metu vykdytų interviu ir diskusijos su turizmo asociacijų atstovais metu buvo išsakytas taiklus pastebėjimas, šiuo metu Lietuvos užsienio ir gynybos politikos taktika yra ES ir NATO institucijose bei šalyse eskaluoti Lietuvos ir Baltijos šalių (ne)saugumo klausimą, siekiant užsitikrinti didesnes NATO ir ES gynybos pajėgas regione. Tai formuoja Lietuvos kaip nesaugios keliauti valstybės įvaizdį Vakarų Europos gyventojų tarpe.

²³ OECD (2022), OECD Tourism Trends and Policies 2022.

²⁴ European Travel Commission, Monitoring sentiment for domestic and intra-european travel, wave 13.

13 pav. Lietuvos atvykstantojo turizmo rodiklių pokytis 2022 m., lyginant su 2019 m. (top-20 rinkų)

| Rinka | 2019 | 2022 | pokytis, asmenys | 2022/19, % | 2019 rinkos dalis | 2022 rinkos dalis |
|------------------------------|------------------|------------------|------------------|---------------|-------------------|-------------------|
| Užsieniečiai, iš viso | 1 937 972 | 1 149 537 | -788 435 | -40,7% | 48,0% | 30,1% |
| ES šalys | 1 116 434 | 642 537 | -473 897 | -42,4% | 57,6% | 55,9% |
| ne ES šalys | 821 538 | 507 000 | -314 538 | -38,3% | 42,4% | 44,1% |
| Latvija | 164 190 | 131 781 | -32 409 | -19,7% | 8,5% | 11,5% |
| Lenkija | 191 031 | 117 555 | -73 476 | -38,5% | 9,9% | 10,2% |
| Ukraina | 134 887 | 101 775 | -33 112 | -24,5% | 7,0% | 8,9% |
| Vokietija | 227 690 | 98 992 | -128 698 | -56,5% | 11,7% | 8,6% |
| Baltarusija | 178 605 | 98 328 | -80 277 | -44,9% | 9,2% | 8,6% |
| Jungtinė Karalystė | 83 154 | 67 392 | -15 762 | -19,0% | 4,3% | 5,9% |
| JAV | 53 236 | 54 442 | 1 206 | 2,3% | 2,7% | 4,7% |
| Estija | 66 701 | 52 585 | -14 116 | -21,2% | 3,4% | 4,6% |
| Rusija | 190 165 | 38 081 | -152 084 | -80,0% | 9,8% | 3,3% |
| Suomija | 48 586 | 27 363 | -21 223 | -43,7% | 2,5% | 2,4% |
| Izraelis | 30 205 | 24 895 | -5 310 | -17,6% | 1,6% | 2,2% |
| Prancūzija | 48 180 | 24 257 | -23 923 | -49,7% | 2,5% | 2,1% |
| Norvegija | 36 423 | 24 175 | -12 248 | -33,6% | 1,9% | 2,1% |
| Italija | 48 994 | 23 153 | -25 841 | -52,7% | 2,5% | 2,0% |
| Ispanija | 42 193 | 22 254 | -19 939 | -47,3% | 2,2% | 1,9% |
| Švedija | 38 416 | 21 006 | -17 410 | -45,3% | 2,0% | 1,8% |
| Nyderlandai | 30 122 | 20 575 | -9 547 | -31,7% | 1,6% | 1,8% |
| Danija | 28 564 | 20 550 | -8 014 | -28,1% | 1,5% | 1,8% |
| Airija | 12 599 | 14 315 | 1 716 | 13,6% | 0,7% | 1,2% |
| Belgija | 15 886 | 13 595 | -2 291 | -14,4% | 0,8% | 1,2% |

Šaltinis: VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ atviri duomenys.

COVID-19 pandemijos sukelta krizė paveikė turistų keliavimo tradicijas bei įpročius – išaugo vietinio ir gamtinio turizmo mastas, renkantis tikslo vietą svarbiu aspektu tapo higienos sąlygų užtikrinimas. Prognozuojama, kad vietinis turizmas ir toliau išliks populiariu, taip pat pastebima, kad laisvalaikio kelionių turizmas atsigaus greičiau nei verslo turizmas²⁵. Europos kelionių komisijos (toliau – EKK) užsakymu atliktas tyrimas²⁶ rodo, kad COVID-19 gairių laikymasis yra įprotis, kuris išliks ilgalaikėje perspektyvoje, taip pat dėl COVID-19 pandemijos daugelis keliautojų neplanuos savo atostogų pernelyg toli į ateitį, taip sumažindami nenumatytų įvykių, galinčių įvykti iki kelionės datos, riziką.

COVID-19 metu paskatinta inovacijų ir technologinių naujovių integracija turizmo sektoriuje turės didelę reikšmę ateityje²⁷. Turizmo politikos formuotojai, nacionalinės turizmo organizacijos, turizmo paslaugų teikėjai mano, kad svarbiausios technologijos ateityje bus kelionių planavimo įrankiai (62 %), saugesnis ir sklandesnis keliavimas bei bekontaktės paslaugos (po 56 %), autentiškos kelionių patirtys ir kelionių tvarumas (po 53 %), savarankiškos ekskursijos (49 %) ir kt. Turistai tikėsis saugių ir sklandžių kelionių, kurių metu bus naudojamos bekontaktės technologijos (pavyzdžiui, užsiregistravimas viešbutyje su programėle telefone ir pan.). **Lietuvoje ši transformacija yra pavojinga, kadangi gyventojams ir verslui trūksta įgūdžių naudotis skaitmeninėmis technologijomis.** Pandemijos laikotarpiu pasireiškęs skaitmeninių kompetencijų nepakankamumas riboja technologinių inovacijų taikymą, skaitmeninių turizmo paslaugų kūrimą ir naujų verslo valdymo modelių bei klientų aptarnavimo formų diegimą. Esant tokiai situacijai, Lietuvos verslas negali greitai prisitaikyti prie kintančių turistų poreikių, kurti šiuolaikinių paslaugų ar jų naudojimo metodų ar įgyti pranašumą prieš kaimynines valstybes.

²⁵ VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ (2022), Turizmo sektoriaus plėtros tyrimas.

²⁶ European Travel Commission (2022), Restoring Tourism for the Better: Performance of European Tourism Before, During and After COVID.

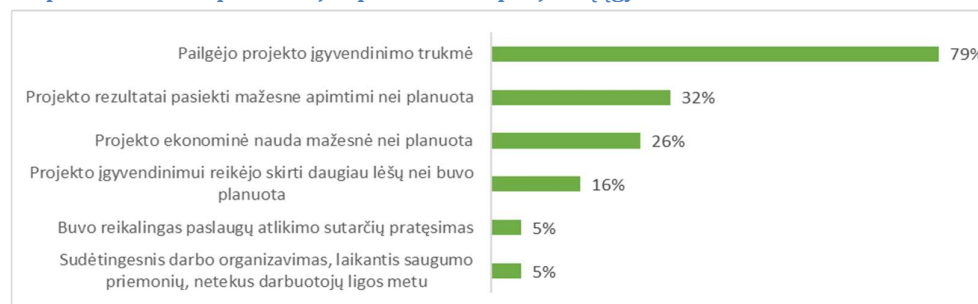
²⁷ European Travel Commission (2022), Exploring Consumer Travel Attitudes and Expectations to Drive Tourism Recovery2

Įvairūs moksliniai tyrimai, tarptautinių organizacijų rekomendacijos ir statistiniai duomenys rodo²⁸, kad **COVID-19 pandemija per trumpą laikotarpį paveikė turizmo sektoriui reikalingų specialistų gebėjimų struktūrą, tiek jų įgijimo būdus**. Daugumą pokyčių lemia naujos arba patobulintos skaitmeninės sistemos, skaitmeniniai įrankiai, integruoti į esamas darbo struktūras, o technologijos turės įtakos daugumos darbo vietų keitimui. PTO, analizuodama turizmo sektoriaus iššūkius darbuotojams, nurodė, kad svarbiausiu prioritetu bus laikoma darbo kokybė, o antrąją vietą užims gebėjimas naudotis technologijomis. OECD prognozėmis, skaitmeninimas visoje turizmo ekosistemoje padės paskatinti verslo gebėjimus ugdyti atsparumą eroje po COVID-19. Siekiant aukštos darbo kokybės, reikalingas nuolatinis žinių ir gebėjimų atnaujinimas, savęs tobulinimas, nes dėl besikeičiančių darbo rinkos sąlygų kartą įgyta kompetencija po kurio laiko jau nebeatitinka pakitusių reikalavimų. Modernių technologijų integracija turizmo sektoriuje ypač skatina turizmo sektoriaus darbdavius ieškoti specialistų, gebančių efektyviai naudotis informacinių, išmaniųjų ir kt. technologijų teikiama galimybėmis, dėl kurių būtų sėkmingai kuriami nauji, unikalūs ar atnaujinami esami turizmo ir poilsio produktai ar paslaugos, mažinama neigiama turizmo įtaka aplinkai ir klimato kaitai.

Dar vienas svarbus iššūkis, kurį sukėlė COVID-19 pandemija – suirusi turizmo grandinė. Buvusių pajėgumų atstatymas yra didžiulis iššūkis verslui, šiuo metu rinkoje trūksta autobusų, gidų ir restoranų, galinčių maitinti turistų grupes. Per 2020–2022 metus dėl kritusios paklausos, labai sumažėjo turistams skirtas paslaugas teikiančių tiekėjų skaičius. VVTAT skelbiamais 2023 m. gegužės mėnesio pradžios duomenimis²⁹, gido pažymėjimą turinčių asmenų skaičius siekė 5 458. Pastebėtina, kad 2014–2020 m. gido pažymėjimą kasmet gaudavo nuo 200 iki 338 asmenų, o nuo 2020 m. šis skaičius nesiekia 200 ir vis mažėja (2020 m. gido pažymėjimą gavo 195 asmenys, 2021 m. – 189, o 2022 m. – 175).

Tiek COVID-19 pandemija, tiek karas Ukrainoje paveikė ir 2014–2020 m. ES fondų investicijų veiksmų programos įgyvendinimą. Šio vertinimo metu atliktos projektų vykdytojų apklausos duomenimis, 45 % respondentų nurodė, kad jų įgyvendinamo projekto rezultatus paveikė COVID-19 pandemija ir dėl jos šalyje paskelbtas karantinas. Didžiausia dalis projektų vykdytojų nurodė (79 %), kad dėl COVID-19 pandemijos pailgėjo projekto įgyvendinimo trukmė. Beveik trečdalis projektų vykdytojų nurodė, kad projekto rezultatai buvo pasiekti mažesne apimtimi nei planuota, o kiek daugiau nei ketvirtadalis – kad pasiekta projekto ekonominė nauda buvo mažesnė nei planuota. Apklausoje metu projektų vykdytojai nurodė, kad siekdami įveikti dėl COVID-19 pandemijos kilusius iššūkius ėmėsi darbo reorganizavimo, kūrė ir įgyvendino naujas tvarkas/ optimizavo procesus, pradėjo užsakyti formavimą/ pardavimą internetu. Dalis projektų vykdytojų darbus sustabdė ir projekto įgyvendinimą atidėjo vėlesniam laikui. Buvo ir tokių projektų vykdytojų, kurie pandemijos laikotarpį išnaudojo naujų idėjų, kurias galėtų įgyvendinti pandemijai pasibaigus, generavimui.

14 pav. COVID-19 pandemijos poveikis VP projektų įgyvendinimui



Šaltinis: sudaryta vertintojų, remiantis ESTEP atliktos projektų vykdytojų apklausos duomenimis.

²⁸ Andželika Bylaitė et al., Turizmo specialisto ateities kompetencijų poreikis darbdavių požiūriu. Socialiniai tyrimai, 2022, vol. 45(1), pp. 48–64.

²⁹ <https://www.vvtat.lt/vartojimo-paslaugos/turizmo-paslaugos/turizmo-paslaugu-teikejai/128>

Panaši dalis (38 %) projektų vykdytojų apklausoje nurodė, kad jų įgyvendinamo projekto rezultatus neigiamai paveikė karas Ukrainoje. Didžiausia dalis projektų vykdytojų (63 %) nurodė, kad dėl karo Ukrainoje gauta projekto ekonominė nauda buvo mažesnė nei planuota. 38 % projektų vykdytojų nurodė, kad dėl karo Ukrainoje pailgėjo projekto įgyvendinimo trukmė ir projekto rezultatai pasiekti mažesne apimtimi nei planuota. Siekdami įveikti dėl karo Ukrainoje kilusius ekonominius ir energetinius iššūkius, dalis projektų vykdytojų pradėjo taupyti energiją, sumažino darbuotojų skaičių, dalis peržiūrėjo sutartis su rangovais/ tiekėjais (dėl kainų indeksavimo, delspinigių taikymo). Dalis projektų vykdytojų pasitelkė rinkodaros priemones – vieni atliko daugiau rinkodaros veiklų užsienyje, kiti labiau orientavosi į Lietuvos rinką, ar ieškojo naujų veiklos kryptių.

15 pav. Karo Ukrainoje poveikis VP projektų įgyvendinimui



Šaltinis: sudaryta vertintojų, remiantis ESTEP atliktos projektų vykdytojų apklausos duomenimis.

3 2014–2020 M. VP PRIEMONIŲ TURIZMO SEKTORIUJE TINKAMUMO VERTINIMAS

Šiame skyriuje atsakoma į TS 9.1.6 klausimą „Ar pagal intervencijų logiką sukurtos veiksmų programos priemonės buvo tinkamos, atitinkančios tikslinių grupių poreikius? Ar esamų priemonių pakako? Ar jos buvo suderintos tarpusavyje? Ar intervencijų logika, nustatyta 2014–2020 m. programavimo laikotarpio pradžioje atitiko besikeičiančią socialinę-ekonominę situaciją?“ ir 9.1.8 klausimą „Kaip kitų Veiksmų programos prioritetų priemonės prisidėjo prie turizmo sektoriaus augimo ir plėtros (3 prioriteto „Smulkią ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimas“ konkrečių uždavinių 3.2.1. padidinti MVĮ tarptautiškumą, 3.3.1. padidinti MVĮ produktyvumą, 3.3.2. padidinti MVĮ investicijas į ekoinovacijas ir kitas efektyviai išteklius naudojančias technologijas ir 1 prioriteto „Mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų skatinimas“ konkretaus uždavinio 1.2.1. padidinti mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų veiklų aktyvumą privačiame sektoriuje)? Kokius pokyčius lėmė?“

3.1 VP INTERVENCIJŲ TINKAMUMAS IR PAKANKAMUMAS

Siekdama NPP nustatyto strateginio tikslo – didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą – 2014 m. Lietuvos Respublikos Vyriausybė patvirtino Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programą³⁰ (toliau – Turizmo programa), kuri turėjo apibendrinti tuo metu turizmo plėtrai aktualiausias problemas ir numatyti jų sprendimo būdus 2014–2020 metų laikotarpiu. Joje identifikuoti 3 tikslai, 10 uždavinių ir 24 programos įgyvendinimo vertinimo kriterijai su siektinomis reikšmėmis. Žemiau pateikiamoje lentelėje apibendrintai pateikiamos į vertinimo objektą įtrauktos programinio laikotarpio pradžioje patvirtintos VP priemonės (nenagrinėjamas 13 VP prioritetas³¹) ir jų sąsaja su turizmo sektoriaus poreikiais 2014–2020 m. laikotarpiu, nustatytais Turizmo programoje. Kaip matyti, VP intervencijos atitiko 7 iš 10 Turizmo programos uždavinių. Detalesnė analizė atskirų uždavinių lygiu pateikiama 3.1.1-3.1.10 ataskaitos poskyriuose.

5 lentelė. Vertinamų 1, 3 ir 5 VP prioritetų priemonių sąsaja su turizmo sektoriaus poreikiais 2014–2020 m. laikotarpiu.

| Turizmo sektoriaus problemos ir plėtros tendencijos 2014–2020 m. laikotarpiu | „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklinimo infrastruktūros plėtra“ | „Savivaldybės jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“ | „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ | „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“ | „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ | „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“ | „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“ | „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ | „Visuomenės informavimas apie aplinką ir aplinkosauginių-rekreacinių objektų tvarkymas“ | „Intelektas. Bendri mokslo-verslo projektai“ | „Inočekiai“ | „Naujos galimybės LT“ | „Regio Invest LT+“ | „Eco-inovacijos LT+“ |
|---|--|---|---|---|--|---|--|--|---|--|-------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| Plėtoti kultūrinio verslo turizmo, sveikatos turizmo ir ekologinio turizmo viešąjį ir privačią infrastruktūrą prioritetinguose turizmo plėtros regionuose | | | | | | | | | | | | | | |

³⁰ 2014 m. kovo 12 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės Nutarimas Nr. 238 „Dėl Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos patvirtinimo“ (2016 m. gruodžio 18 d. versija).

³¹ Kadangi 13 prioritetas į VP buvo įtrauktas 2022 m., siekiant šalinti COVID-19 pandemijos pasekmes ekonomikai, todėl šio prioriteto priemonių indėlis, sprendžiant pagrindines turizmo sektoriaus problemas, identifikuotas 2014–2020 m. programavimo laikotarpio pradžioje, nenagrinėjamas. Naujų intervencijų tinkamumas vertinamas kitame ataskaitos skyriuje, nagrinėjant priemonių atitiktį besikeičiančiai socialinei – ekonominei situacijai.

| Turizmo sektoriaus problemos ir plėtos tendencijos 2014–2020 m. laikotarpiu | „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklinimo infrastruktūros plėtra“ | „Savivaldybės jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“ | „Prioritetinių turizmo plėtos regionų e-rinkodara“ | „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“ | „Aktualizuoti viešąji ir privatus kultūros paveldą“ | „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“ | „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“ | „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ | „Visuomenės informavimas apie aplinką ir aplinkosauginių–rekreatyviųjų objektų tvarkymas“ | „Intelektas. Bendri mokslo-verslo projektai“ | „Inočekiai“ | „Naujos galimybės LT“ | „Regio Invest LT+“ | „Eco-inovacijos LT+“ |
|--|--|---|--|---|---|---|--|--|---|--|-------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| Kurti ir populiarinti turizmo maršrutus, kultūros kelius, turizmo trasas | | | | | | | | | | | | | | |
| Gerinti Lietuvos Respublikos pasiekiamumą | | | | | | | | | | | | | | |
| Tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetenciją | | | | | | | | | | | | | | |
| Skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių akreditaciją ir (arba) sertifikavimą | | | | | | | | | | | | | | |
| Skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus | | | | | | | | | | | | | | |
| Vykdyti kompleksinę rinkodarą prioritetingose atvykstamojo turizmo rinkose. | | | | | | | | | | | | | | |
| Bendradarbiauti su kaimyninėmis valstybėmis, įgyvendinant bendrus tarptautinius turizmo rinkodaros projektus | | | | | | | | | | | | | | |
| Didinti kultūros renginių ir pramogų pasiūlą ne per turizmo sezoną | | | | | | | | | | | | | | |
| Didinti ir plėsti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą ne tik per turizmo sezoną | | | | | | | | | | | | | | |

■ - sąsaja tiesioginė: priemonės veikla atitinka Turizmo programos uždavinį, matuojami stebėsenos rodikliai panašūs arba identiški Turizmo programos vertinimo kriterijams arba pagal priemonę įgyvendintų su turizmo sektoriumi susijusių projektų veiklos atitinka Turizmo programos uždavinį.

■ - sąsaja netiesioginė.

Šaltinis: sudaryta vertintojų.

Svarbu paminėti, kad Turizmo programa nenumatė jokių intervencijų, susijusių su NPP tikslais ir uždaviniais, nukreiptais į turizmo įmonių procesų tobulinimą, vertės kūrimo tinklų kūrimą ir pan.³² Programuojant ES fondų lėšas 2014–2020 m. finansiniam laikotarpiui, derybų su Europos Komisija metu buvo atsisakyta išskirti turizmą kaip atskirą finansuotiną sritį, tikintis, kad turizmo įmonės bus pajėgios konkuruoti su pramonės bei kitomis įmonėmis ir finansavimą savo projektams galės gauti pagal VP 1 ir 3 prioritetus, skirtus Lietuvos įmonių inovatyvumui ir sumanios specializacijos skatinimui

³² PwC, ESTEP (2019). Lietuvos ūkio sektorių finansavimo po 2020 m. vertinimas: turizmo skatinimas.

bei SVV konkurencingumo stiprinimui. Šio vertinimo metu atlikta projektų lygmens analizė³³ ir priemonių PFSA reikalavimų bei taikytų projektų atrankos kriterijų peržiūra parodė, o interviu su institucijų atstovais išsakytos išvalgos patvirtino, kad ši programavimo prielaida nepasiteisino – pagal 1 ir 3 VP prioritetus įgyvendintos intervencijos labai ribotai prisidėjo prie projektų, susijusių su turizmo paslaugų ar produktų plėtra ar turizmo įmonių efektyvumo didinimu ir neatspindėjo bendrų Lietuvoje veikiančių įmonių statistikos. Remiantis VDA duomenimis, 2022 m. MVĮ, kurios gali būti susijusios su turizmu³⁴, 2022 m. pradžioje buvo apie 5,3 tūkst., tai sudarė 3,9% visų šalyje veikiančių MVĮ. Pagal 1 ir 3 VP prioritetų vertintas priemonės finansavimą gavo 1692 projektai, iš jų – 26 (1,5%) buvo įmonių, vykdančių su turizmu susijusią veiklą. ES fondų investicijomis pasinaudojo tik 0,5% visų su turizmu susijusių Lietuvos SVV įmonių, joms teko 0,25% visos pagal šiuos du prioritetus skirtos ES fondų lėšų dalies.

Mažiausio populiarumo sulaukė 1 VP prioriteto EIM administruotos priemonės – tik 4 su turizmu susijusios įmonės ir jų įgyvendinti 5 projektai gavo ES fondų lėšų techninių galimybių studijoms ar ankstyvosios stadijos MTEP projektams (pagal priemonę Nr. 01.2.1-MITA-T-824 „Inovaciniai čekiai“) ar patiems MTEP projektams įgyvendinti, siekiant sertifikuoti naujus produktus ir technologijas (pagal priemonę Nr. J05-LVPA-K „Intelektas. Bendri mokslo-verslo projektai“³⁵). Visi (3) pagal priemonę Nr. J05-LVPA-K „Intelektas. Bendri mokslo-verslo projektai“ projektai baigti įgyvendinti, sukurtas planuotas gaminių, paslaugų ar procesų prototipų (koncepcijų) skaičius – 8 vnt., pritraukta privačių investicijų už 391 tūkst. Eur. Projektams skirta ES fondų lėšų už 514 tūkst. Eur. 2 pagal priemonę Nr. 01.2.1-MITA-T-824 „Inovaciniai čekiai“ projektai baigti įgyvendinti. Projektams skirta ES fondų lėšų už 8 tūkst. Eur., pritraukta privačių investicijų už 3 tūkst. Eur.

Pagal 3 VP prioritetą įgyvendintomis priemonėmis, kurių finansuojamos veiklos susijusios su turizmo veiklos efektyvumo didinimu, ištrauktomis į šio vertinimo apimtį – priemonėmis Nr. 03.2.1-LVPA-K-802 „Expo sertifikatas LT“ ir Nr. 03.3.1-LVPA-K-850 „Regio potencialas LT“ – turizmo įmonės nepasinaudojo, o pagal priemonės Nr. 03.3.2-LVPA-K-837 „Eco-inovacijos LT+“ ir Nr. 03.3.1-LVPA-K-803 „Regio Invest LT+“ įgyvendinti 6 projektai buvo skirti infrastruktūros tvarkybai. Pagal baigtus projektus naujai sukurta 190 ilgalaikių darbo vietų (visos darbo dienos ekvivalentu), pritraukta privačių investicijų už 17,3 mln. Eur. Projektams skirta ES fondų lėšų už 16,9 mln. Eur. Pagal priemonę Nr. 03.3.2-LVPA-K-837 „Eco-inovacijos LT+“ įgyvendintas 1 projektas yra baigtas, pagal jį įdiegta 1 ekoinovacija. Projektui skirta ES fondų lėšų už 115 tūkst. Eur. Pagal priemonę Nr. 03.2.1-LVPA-K-801 „Naujos galimybės LT“ įgyvendinta 15 turizmo projektų, iš jų vienas, kurį įgyvendino VšĮ „Keliauk Lietuvoje“, buvo nutrauktas³⁶. 9 projektų įgyvendinimas iki 2022 m. pabaigos baigtas, likusieji – dar įgyvendinami. Projektų vertė 1,4 mln. Eur, iš jų panaudota lėšų už 1 mln. Eur. Visos įmonės įsipareigojo siekti rezultato rodiklio,

³³ Įvadinio etapo metu, remiantis SFMIS duomenimis ir ES investicijų interneto svetainėje pateiktais projektų aprašais, buvo atrinkti tik tie pagal 1 ir 3 VP prioritetą nagrinėjamas priemonės finansuoti projektai, kurių vykdytojų ekonominė veikla priskiriama prie turizmui būdingos ar susijusios ekonominės veiklos rūšies. Pagal SFMIS taikomą ekonominės veiklos klasifikaciją buvo atrinkti visi projektai, priskirti turizmo, apgyvendinimo ir maitinimo veiklai (ekonominės veiklos kodas – 15) ir peržiūrėti bei atrinkti tinkami projektai pagal žmonių sveikatos priežiūros (kodas – 20), meno, pramogų, kūrybos sektoriaus ir poilsio (kodas – 23) bei kitų nenurodytų paslaugų (kodas – 24) veiklas.

³⁴ Vadovaujantis VDA skelbiama informacija, MVĮ, kurios gali būti susijusios su turizmu, 2022 m. pradžioje buvo apie 5,3 tūkst. (Rodiklis „Veikiančių įmonių skaičius metų pradžioje“, pagal ekonominės veiklos rūšis (EVRK 2 red., 2 ženklų lygiu): I55 Apgyvandinimo veikla, I56 Maitinimo ir gėrimų teikimo veikla, N79 Kelionių agentūrų, ekskursijų organizatorių, išankstinio užsakymo paslaugų ir susijusi veikla, R90 Kūrybinė, meninė ir pramogų organizavimo veikla, R93 Sportinė veikla, pramogų ir poilsio organizavimo veikla).

³⁵ Kitos priemonės Nr. J05-LVPA-K „Intelektas. Bendri mokslo-verslo projektai“ lėšomis finansuotos veiklos – moksliniai tyrimai ir (ar) eksperimentinė plėtra (toliau – MTEP) bei įmonių pradinės investicijos, kuriomis kuriama naujos ar plečiama esamos įmonės MTEP ir inovacijų infrastruktūra bei kuri nėra prieinama viešai arba klasteriuose – buvo skiriamos tik viešosioms įstaigoms, vykdančioms MTEP veiklas (išskyrus mokslo ir studijų institucijas), todėl turizmo įmonėms jos nebuvo aktualios.

³⁶ VšĮ „Keliauk Lietuvoje“, įgyvendindama projekto veiklas, susidūrė su sunkumais pritraukiant turizmo įmones į vykstančias tarptautines parodas, kadangi tarp Lietuvoje veikusių turizmo įmonių buvo tik kelios, atitikusios PFSA nustatytą reikalavimą apyvartai. Suorganizavus kelias parodas ir įsitikinus tokios paslaugos neatitikimu turizmo įmonių poreikiams, projekto vykdymas buvo nutrauktas.

matuojančio investicijas gavusių įmonių ar jų klasterio lietuviškos kilmės produkcijos eksporto padidėjimą, tačiau visos deklaravusios pasiekę rodiklio reikšmę, nurodė patiriančios nuostolius. Vertinimo metu atliktų interviu su turizmo sektoriaus atstovais metu ne kartą buvo akcentuota, kad 3 VP prioriteto priemonės buvo labiau pritaikytos pramonės, o ne paslaugas teikiančių įmonių poreikiams, be to, buvo taikomi reikalavimai / prioritetiniai balai įmonių apyvartai, eksporto augimo potencialui, įmonių atliekamai veiklai (nefinansuojamas re-eksportas, t. y., bilietų perpardavimas) ir pan., kurių dalis turizmo įmonių neatitiko.

Nagrinėjamos 5 VP prioriteto priemonės buvo skirtos viešųjų subjektų projektams ir Turizmo programoje nustatytų uždavinių įgyvendinimui. Atsakant į vertinimo klausimą, ar sukurtos VP priemonės buvo tinkamos ir pakankamos, toliau šiame ataskaitos skyriuje išsamiau nagrinėjama, kaip jos atitiko Turizmo programos uždavinius ir ar suplanuotų priemonių pakako Turizmo programos įgyvendinimo vertinimo kriterijų reikšmėms pasiekti.

3.1.1 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Plėtoti kultūrinio turizmo, verslo turizmo, sveikatos turizmo ir ekologinio turizmo viešąją ir privačią infrastruktūrą prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“

Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje pažymima, kad, plėtojant viešąją turizmo infrastruktūrą ir paslaugas, svarbu išlaikyti tęstinumą ir kurti infrastruktūrą, skirtą prioritetinių rūšių turizmo paklausai didinti prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose ir šiam turizmui skirtą infrastruktūrą pritaikyti specialiųjų poreikių turintiems asmenims. Prioritetinėmis turizmo rūšimis išskirtas kultūrinis turizmas, sveikatos turizmas, verslo turizmas ir ekologinis turizmas, kiekvienai iš prioritetinių turizmo rūšių nustatytos didžiausio turizmo potencialo teritorijos.

Atsižvelgus į vertintų priemonių veiklas, kuriamus produktus bei projektus nustatyta, kad su turizmo viešosios ir privačios infrastruktūros plėtra prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose buvo susijusios šios priemonės: 5.4.1 VP uždavinio priemonės, kurias įgyvendino AM (priemonės Nr. 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ ir Nr. 05.4.1-APVA-V-017 „Visuomenės informavimas apie aplinką ir aplinkosauginių–rekreacinių objektų tvarkymas“) ir KM (Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“, Nr. 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“, Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ ir Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“), ir 3 VP prioriteto EIM administruotos priemonės Nr. 03.3.1-LVPA-K-803 „Regio Invest LT+“ ir Nr. 03.3.2-LVPA-K-837 „Eco-inovacijos LT+“.

Kultūrinis ir ekologinis turizmas. Pagal 5.4.1 VP uždavinį įgyvendintų priemonių, kurias administravo KM, veiklos buvo nukreiptos į kultūriniam turizmui priskirtinos viešosios ir privačios infrastruktūros objektų – kultūros paveldo – tvarkybą. KM priemonės buvo skirtos kultūros paveldo objektų kompleksiniam sutvarkymui bei pritaikymui kultūrinėms ir su jomis susijusioms edukacinėms, ekonominėms, socialinėms ir panašioms reikmėms. Jos įgyvendintos visoje Lietuvos teritorijoje, projektai, planuoti prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose, projektų atrankos metu nebuvo prioritetizuojami. Priemonių takoskyra ir papildomumas buvo užtikrinti per priemonių pareiškėjus: įgyvendintos priemonės Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“ lėšos skirtos valstybinio planavimo būdu atrinktiems viešųjų juridinių asmenų, kurių savininko (dalininko) teises ir pareigas įgyvendino Kultūros ministerija ir viešųjų juridinių asmenų, valdančių sakralinius objektus, projektams, priemonės Nr. 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“ – regioninio planavimo būdu atrinktiems viešųjų juridinių asmenų, kurių savininko (dalininko) teises ir pareigas įgyvendino savivaldybės taryba ir religinių bendruomenių ar bendrijų, projektams, priemonės Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ – konkurso būdu atrinktiems viešųjų ir privačių juridinių asmenų projektams, priemonės Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“ – privačių juridinių asmenų projektams. Atkreiptinas dėmesys, kad lėšos privačiai kultūros paveldo infrastruktūrai finansuoti buvo numatytos 2

priemonėse: Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ ir Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“.

5.4.1 VP uždavinio priemonių, kurias administravo AM, veiklos buvo nukreiptos į su kultūriniu ekologiniu turizmu susijusios viešosios infrastruktūros – gamtos paveldo – objektų tvarkybą. Priemonė Nr. 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ skirta tvarkyti, pritaikyti lankymui ir gamtosauginiam švietimui saugomas teritorijas, įskaitant kultūros ir gamtos paveldo vertybes, ir jas populiarinti, taip pat tvarkyti valstybinės reikšmės parkus. Priemonės Nr. 05.4.1-APVA-V-017 „Visuomenės informavimas apie aplinką ir aplinkosauginių–rekreacinių objektų tvarkymas“ lėšos buvo skirtos 12 aplinkosauginių–rekreacinių objektų statybai ar atnaujinimui, taip pat visuomenės informavimui ir švietimui aplinkos klausimais. Kaip ir KM priemonių atveju, AM priemonės buvo įgyvendinamos visoje Lietuvos teritorijoje, projektai, suplanuoti prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose, nebuvo prioretizuojami. Privati infrastruktūra nebuvo finansuojama.

Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje uždavinio „Plėtoti kultūrinio turizmo, verslo turizmo, sveikatos turizmo ir ekologinio turizmo viešąjį ir privačią infrastruktūrą prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“ įgyvendinimo vertinimui numatyti 2 vertinimo kriterijai, susiję su investicijomis į gamtos ir kultūros paveldą: aktualizuoti (sutvarkyti) kultūros paveldo objektai (siektina reikšmė 2020 m. 20), bei įrengti ir viešajam naudojimui pritaikyti želdynai (siektina reikšmė 2020 m. 29).

VP lygiu nustatytas bendras stebėsenos rodiklis gamtos ir kultūros paveldo objektams – P.S.335 „Sutvarkyti, įrengti ir pritaikyti lankymui gamtos ir kultūros paveldo objektai ir teritorijos“, atskirai informacija tik apie kultūros paveldo objektus arba tik gamtos paveldo objektus nebuvo renkama. KM ir AM administruojamų 5.4.1 VP uždavinio priemonių lėšomis iki 2022 m. pabaigos visoje šalies teritorijoje buvo sutvarkyti, įrengti ir pritaikyti lankymui 181 gamtos ir kultūros paveldo objektai ir teritorijos, ir, atsižvelgiant į sutartyse planuojamus pasiekimus, iki 2023 m. pabaigos jų skaičius gali išaugti iki 229. Prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose minėtų priemonių pasiekimai yra mažesni – 102 sutvarkyti gamtos ir kultūros paveldo objektai iki 2022 m. pabaigos, arba 139 objektai, atsižvelgiant į finansavimo sutartyse nustatytus planuojamus pasiekimus, – tačiau ženkliai viršija Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje nustatytus kiekybinius tikslus³⁷. Priemonei Nr. 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ nustatytas papildomas nacionalinis produkto rodiklis „Sutvarkyti valstybinės reikšmės parkai“ – iki 2022 m. pabaigos jo pasiekimas yra 4 parkai (2 objektai prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose), viso iki laikotarpio pabaigos planuojama sutvarkyti 7 parkus, iš kurių 5 yra prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose.

Sutvarkyti kultūros ir gamtos paveldo objektai gali būti priskiriami kultūriniam turizmui³⁸, gamtos paveldo objektai – ir ekologiniam turizmui³⁹. Tačiau pažymėtina, kad šių priemonių sąsaja su turizmu ir

³⁷ Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje nenurodoma, kas turėtų būti priskiriama želdynams. Vadovaujantis produkto rodiklio P.S.335 „Sutvarkyti, įrengti ir pritaikyti lankymui gamtos ir kultūros paveldo objektai ir teritorijos“ aprašu (patvirtinta 2014 m. gruodžio 30 d. Finansų ministro įsakymu Nr. 1K-499 „Dėl 2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos stebėsenos rodiklių skaičiavimo aprašo patvirtinimo), paveldo objektams priskirti atskiri arba tankias grupes sudarantys gamtos ir kultūros paveldo objektai – kraštovaizdžio elementai, kuriems dėl jų vertės teisės aktais nustatytas specialus apsaugos ir naudojimo režimas. Dėl šios priežasties želdynai priskiriami gamtos paveldo objektams ir laikoma, kad stebėsenos rodiklio P.S.335 reikšmė apima įrengtus ir viešajam naudojimui pritaikytus želdynus.

³⁸ Kultūrinis turizmas – turizmas norint pažinti kultūrinę aplinką, kraštovaizdžius, kultūros ir gamtos paveldą, tradicijas, išskirtinį vietos gyvenimo būdą, pamatyti vaizduojamojo ir scenos meno kūrinius, lankyti kultūros renginius, dalyvauti pramogose (Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos 6.3 punktas).

³⁹ Ekologinis turizmas – turizmas tausojant aplinką ir suteikiant vietos gyventojams socialinės ekonominės veiklos galimybių. Apima pažintinį, aktyvųjį (dviračių, vandens, pėsčiųjų ir kitoki) turizmą ir kaimo turizmo paslaugas. Lietuvos Respublikos

turizmo infrastruktūros plėtra specifiškai yra netiesioginė: finansuotų projektų metu sutvarkytais objektais naudojasi ne tik vietos gyventojai, bet ir turistai ar vienos dienos lankytojai, atvykstantys iš kitų šalies vietovių. Patrauklių lankytinų vietų turistų vykimo vietose ir maršrutuose skaičius turi įtakos lankytojų praleidžiam laikui toje konkrečioje vietovėje ir, tuo pačiu, joje patiriamų išlaidų dydžiui. Tačiau kultūros ir gamtos paveldo objektų sutvarkymas yra tik vienas iš turizmo produkto (turizmo trasos ar maršruto) elementų, kai kitų svarbių elementų – susisiekimo, apgyvendinimo, maitinimo paslaugos, kitos kritiškai svarbios infrastruktūros, atsižvelgiant į teritorijos specifiką, ir pan. – užtikrinimas nebuvo tarp nagrinėtų priemonių tikslų.

Sveikatos turizmas. Prie sveikatos turizmo privačios infrastruktūros plėtros prisidėjo EIM administruota 3 VP prioriteto priemonė Nr. 03.3.1-LVPA-K-803 „Regio Invest LT+“, skirta MVĮ diegti moderniąsias technologijas, pritaikant esamus ir kuriant naujus gamybos ir paslaugų teikimo pajėgumus naujos ir esamoms paslaugoms teikti. Nors finansuojamų veiklų lygiu ji su sveikatos turizmo privačios infrastruktūros plėtra nebuvo tiesiogiai susijusi, atlikus su turizmu susijusių projektų atranką, nustatyta, kad priemone pasinaudojo 5 privačios sveikatos turizmo įmonės (ataskaitos rengimo metu buvo inicijuotos vienos finansavimo sutarties nutraukimo procedūros). Priemonės Nr. 03.3.2-LVPA-K-837 „Eco-inovacijos LT+“ sąsaja su turizmo sektoriumi panaši: ja buvo skatinamos investicijos į materialųjį turtą (įrenginius, technologijas), į kurių įdiegus technologines ekoinovacijas mažėja neigiamas ūkinės veiklos poveikis aplinkai, skatinama pramoninė simbiozė ir užtikrinamas tęstinis aplinkos apsaugos efektas. Šia priemone pasinaudojo viena sveikatos turizmo įmonė. Pažymėtina, kad 3 VP prioriteto lėšos skiriamos tik MVĮ, todėl dalis sveikatos turizmo infrastruktūros vystytojų negalėjo jomis pasinaudoti.

Turizmo programos uždavinio „Plėtoti kultūrinio turizmo, verslo turizmo, sveikatos turizmo ir ekologinio turizmo viešąją ir privačią infrastruktūrą prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“ įgyvendinimo vertinimui numatytas 1 vertinimo kriterijus, susijęs su sveikatos turizmu – įrengti 5 viešosios ir privačios infrastruktūros plėtros objektai, kuriuose teikiamos sveikatos turizmo paslaugos. ES fondų lėšomis, skirtomis pagal 3 VP prioriteto priemones, pasinaudojo 6 privačios sveikatos turizmo įmonės ir įgyvendino 5 privačios infrastruktūros plėtros projektus prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose (1 projektas, tikėtina, bus nutrauktas).

Verslo turizmas. Turizmo programoje numatytas vertinimo kriterijus – įrengti 3 viešosios ir privačios infrastruktūros plėtros objektai, kuriuose teikiamos verslo turizmo paslaugos – neatitinka ES fondų lėšomis remtinių veiklų, finansuotų pagal nagrinėtas priemones. Iš dalies tai susiję su tuo, kad iki šiol nėra apsispręsta dėl nacionalinio konferencijų centro įrengimo / statybos vietos, taip pat, kad nėra šalies mastu veikiančio verslo konferencijų nacionalinio biuro (Nacionalinis konferencijų biuras veikė metus ir 2013 m. buvo likviduotas, dalį jo funkcijų parėmus Vilniaus konferencijų biurui).

Pažymėtina, kad nei viena iš su turizmo viešosios ir privačios infrastruktūros plėtra susijusių priemonių nebuvo specifiškai skirta tik prioritetiniams turizmo plėtros regionams. KM administruotų 5.4.1 VP uždavinio priemonių atveju, sudarant valstybės projektų sąrašus, vienas pagrindinių kriterijų, atrenkant finansuotinus projektus, buvo vertingiausių bei didžiausią ekonominę vertę visuomenei sukūrimo potencialą turinčių kultūros paveldo ir kultūros infrastruktūros objektų identifikavimas. Skirstant priemonės Nr. 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“ lėšas regionams, jos buvo paskirstytos tarp savivaldybių, neatsižvelgiant į prioritetinius turizmo plėtros regionus, t. y., objektų išskirtinumą ir sankaupą konkrečiose savivaldybių teritorijose⁴⁰. Prioritetiniuose

saugomų teritorijų įstatyme ir jo įgyvendinamuosiuose teisės aktuose vartojama pažintinio turizmo sąvoka. (Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos 6.11 punktas)

⁴⁰ Išnagrinėjus priemonės Nr. 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“, kurios projektų atrankai naudojamas regioninis planavimas, PFSA, kuriame pateikiamas pagal aprašą skiriamų finansavimo lėšų paskirstymas regionams ir miestams, nustatyta, kad prioritetiniams turizmo plėtros regionams skirta nuo 6 iki 24 % priemonės lėšų, kai kitiems (neprioritetiniams) regionams skirtų lėšų dalis svyravo nuo 3 iki 10 % priemonės lėšų. Didžiausia priemonės lėšų dalis

turizmo plėtros regionuose planuoti projektai, turėjo vienodas galimybes konkuruoti su kitų regionų projektais, jiems nebuvo skiriami papildomi balai, vertinant paraiškas.

Apibendrinant projektams skirtų lėšų sumas (pagal sutarties sumos rodiklį), investicijos pagal nagrinėtas KM, AM ir EIM administruotas priemonės (neįtraukiami priemonės Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“ duomenys) skirtos 115 projektų, kurių bendra sutarties suma pagal visus finansavimo šaltinius sudarė 209,1 mln. Eur (iš jų pripažinta deklaruotinomis 157,3 mln. Eur). Prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose įgyvendinta 80 projektų, kurių bendra sutarties suma pagal visus finansavimo šaltinius sudarė 185,9 mln. Eur arba 89 % visų sutarčių (iš jų deklaruotinomis pripažinta 135,3 mln. Eur arba 86 % visų pripažintų deklaruotinomis išlaidų).

Pažymėtina, kad 2014–2020 m. finansavimo laikotarpiu lėšos buvo skiriamos turizmo infrastruktūros plėtrai bendrai, bet ne turizmo infrastruktūros spragoms ir kliūčių skaičiui mažinti. Vadovaujantis „Lietuvos ūkio sektorių finansavimo po 2020 m. vertinimas: turizmo skatinimas“ išvalgomis, spragos gali būti įvairios, specifinės ir būdingos konkrečiai turistų vykimo vietai. VP intervencijų rinkinys apsiribojo tik keliais turizmo infrastruktūros komponentais – paveldo objektų restauravimu ir prieigos lankytojams suteikimu, rodyklėmis į lankomus objektus ir turizmo informacijos paslaugų teikimu, nors vartotojo patirtis turistų vykimo vietoje priklauso ne vien nuo šių, bet ir nuo daugelio kitų infrastruktūros elementų, jų visumos ir papildomumo. Infrastruktūros „spragos“ ir „kliūtys“, skirtingai nei infrastruktūros „trūkumas“ nurodo, kad atskiri infrastruktūros elementai jau yra sukurti, tačiau dėl spragų ir kliūčių jiems skirtos investicijos neneša tokios naudos, kokią galėtų. Jos visos turėtų būti kuo skubiau pagal galimybes šalinamos, nenustatant prioritetų eilės⁴¹.

Išnagrinėjus priemonių veiklas, įgyvendintus projektus ir pasiektus produktus, galima teigti, kad su kultūrinio turizmo, verslo turizmo, sveikatos turizmo ir ekologinio turizmo viešosios ir privačios infrastruktūros prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose plėtra buvo susijusios dvi 3 VP prioriteto ir šešios 5 prioriteto priemonės, ir jų lėšomis finansuoti projektai netiesiogiai prisidėjo sprendžiant sveikatos, kultūros ir ekologinio turizmo infrastruktūros plėtros prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose poreikius. Stipriausios priemonių sąsajos nustatytos su kultūrinio turizmo viešosios ir privačios infrastruktūros, ekologinio turizmo viešosios infrastruktūros ir iš dalies – sveikatos turizmo privačios infrastruktūros vystymu. 1, 3, ir 5 prioritetų priemonėmis negalėjo pasinaudoti verslo turizmo paslaugų vystytojai, sveikatos turizmo privačiosios infrastruktūros vystytojai, turintys didelės įmonės statusą. Dėl reikalavimų pareiškėjams ribotos galimybės investicijomis pasinaudoti kultūrinio turizmo privačios infrastruktūros bei sveikatos turizmo viešosios infrastruktūros vystytojams.

3.1.2 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Kurti ir populiarinti turizmo maršrutus, kultūros kelius, turizmo trasas“

Šio Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos uždavinio poreikis kilo iš nepakankamo galimybių, kurias teikia dalyvavimas tarptautinėse kultūros kelių programose, teminiuose turizmo maršrutuose ir kultūros keliuose, jungiančiuose kelis regionus ar valstybes, dviračių turizmo trasų plėtros, išnaudojimo. Turizmo programoje taip pat atkreiptas dėmesys į informacinių ženklavimo priemonių stoką, trukdančią turistams rasti norimus objektus. Pažymėta, kad dažnai turistai, lankydami vienus objektus, neturi informacijos apie lankytinas vietas jungiančias dviračių trasas, šalia lankomų objektų esančius teminius maršrutus, taip pat apie lankytinų objektų pritaikymą neįgaliesiems.

skirta Vilniaus (24 %), Kauno (19 %) ir Klaipėdos (13 %) regionams, kurie priskiriami prioritetiniams turizmo plėtros regionams. Tarp kitų regionų išsiskyrė Panevėžio regionas, kuriam skirta 10 % priemonės lėšų, nors jis nėra prioritetinis turizmo plėtros regionas, o prioritetiniams regionams priskirtiems Telšių, Utenos regionams buvo skirta mažiau – 7 % priemonės lėšų. Atsižvelgiant į šią informaciją daroma išvada, kad lėšas paskirstant regionams į priklausomybę prioritetiniams turizmo plėtros regionams nebuvo atsižvelgta.

⁴¹ PwC, ESTEP (2019). Lietuvos ūkio sektorių finansavimo po 2020 m. vertinimas: turizmo skatinimas.

Su šiomis Turizmo programoje identifikuotomis problemomis ir jų sprendimu tiesiogiai susijusios 3 priemonės: 5.4.1 VP uždavinio priemonės, kurias administravo EIM (Priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-V-812 „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklavimo infrastruktūros plėtra“, Nr. 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybes jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“ ir Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“). Netiesiogiai susijusios, tačiau galėjusios turėti poveikį turizmo maršrutų ir trasų populiarumui, investicijas į turizmo viešąją ir privačią infrastruktūrą skatinusios 3.1.1 poskyryje aptartos VP priemonės, kurias administravo AM, KM ir EIM (priemonės Nr. 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“, Nr. 05.4.1-APVA-V-017 „Visuomenės informavimas apie aplinką ir aplinkosauginių–rekreacinių objektų tvarkymas“, Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“, Nr. 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“, Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ ir Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“, Nr. 03.3.1-LVPA-K-803 „Regio Invest LT+“ ir Nr. 03.3.2-LVPA-K-837 „Eco-inovacijos LT+“).

Turizmo maršrutai (trasos). Vienas iš Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos antrojo uždavinio vertinimo kriterijų – sukurti 6 turizmo maršrutai (trasos). Nagrinėtoms priemonėms panašus produkto rodiklis nebuvo nustatytas, tačiau prie turizmo maršrutų (trasų) kūrimo galėjo prisidėti priemonė Nr. 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybes jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“, nes jos metu buvo vystomos turizmo trasos ir maršrutai, jungiantys 2 ar daugiau savivaldybių, tarp kurių galėjo būti sukurtos ir naujos trasos bei maršrutai. Interviu su turizmo politikos sritį atstovaujančiomis institucijomis metu buvo atkreiptas dėmesys, kad užsienyje vykdomas Lietuvos kaip prekinio ženklo ir turizmo krypties populiarinimas apsiriboja informavimu apie didžiuosius miestus, Lietuvos regionai nėra populiarinami (priešingai, nei, pavyzdžiui, Latvijos pasirinkta strategija į tarptautinę rinkodarą įtraukti ir regionus). Todėl šios priemonės poveikis galėjo būti tik lokalus ir įtaka dalyvavimui tarptautinėse kultūros kelių programose, teminiuose turizmo maršrutuose ir kultūros keliuose, jungiančiuose kelis regionus ar valstybes, minimali.

Netiesiogiai prie šio uždavinio įgyvendinimo prisidėjo VP priemonės, kurias administravo AM, KM ir EIM, kadangi jų finansuotų projektų metu atnaujinti gamtos, kultūros paveldo objektai (įskaitant sakralinius objektus, priklausančius Šv. Jono Pauliaus II piligrimų keliui, maršrutui „Bernardinų takais“) ir sveikatinimo kompleksai galėjo padidinti turizmo maršrutų, trasų populiarumą.

Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje dviračių turizmo trasų plėtra buvo išskirta kaip turizmo infrastruktūros spraga. Ši veikla buvo finansuojama pagal Susisiekimo ministerijos ir Vidaus reikalų ministerijos administruotas VP priemones.

Šv. Jono Pauliaus II piligrimų kelio objektų tvarkyba. Turizmo programoje ypatingas dėmesys skiriamas Šv. Jono Pauliaus II piligrimų keliui ir jo objektų tvarkybai. Šiam tikslui numatytas atskiras vertinimo kriterijus – atlikti 6 Šv. Jono Pauliaus II piligrimų kelio objektų tvarkybos darbai. Su Šv. Jono Pauliaus II piligrimų kelio objektų tvarkyba buvo susijusios dvi KM administruotos priemonės Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“ ir Nr. 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“. Dalis šių priemonių lėšų buvo skirtos ir sakralinio paveldo objektams, prioritetą skiriant Šv. Jono Pauliaus II piligrimų kelio objektams. Nors finansuoti darbai Šv. Jono Pauliaus II piligrimų keliui priklausančiuose sakraliniuose objektuose (pavyzdžiui, Kauno Šv. apaštalo Petro ir Povilo arkikatedroje bazilikoje, Pažaislio kamaldulių vienuolyno ansamblyje, Šiaulių Šv. apaštalo Petro ir Povilo katedroje, Krekenavos Švč. Mergelės Marijos Ėmimo į dangų bazilikoje) buvo skirti objekto pritaikymui kitoms (ne liturginėms) visuomenei aktualioms, piligrimų, bendruomenių reikmėms, ir planuojamoms teikti naujoms viešosioms paslaugoms, jie tiesiogiai prisidėjo prie šių objektų sutvarkymo.

Turizmo maršrutų, kultūros kelių, turizmo trasų populiarinimas. Turizmo maršrutams, kultūros keliams ir turizmo trasoms populiarinti, įrengiant lankytinoms vietoms skirtą ženklinimo infrastruktūrą, skirtos dvi EIM priemonės. Priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-V-812 „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklinimo infrastruktūros plėtra“ lėšomis buvo projektuojami ir įrengiami informaciniai kelio ženklai, nurodyti Kelių eismo taisyklių, patvirtintų Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2002 m. gruodžio 11 d. nutarimu Nr. 1950 „Dėl Kelių eismo taisyklių patvirtinimo“ (toliau – Kelių eismo taisyklės), 1 priedo 628 punkte (krypties rodyklė į lankytiną vietą su grafiniu lankytinos vietos vaizdu), o priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybės jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“ lėšomis – kiti ženklai (t. y., išskyrus informacinius kelio ženklus, nurodytus Kelių eismo taisyklių 1 priedo 628 punkte), nuorodos, informaciniai stendai ir pan. Tarpusavyje priemonės buvo suderintos pareiškėjų lygiu (Priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-V-812 „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklinimo infrastruktūros plėtra“ projektus įgyvendino VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“, o priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybės jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“ – savivaldybių administracijos) ir veiklų lygiu.

Vadovaujantis Turizmo programa, iki 2020 m. buvo numatyta įrengti 50 informacinių kelio ženklų ir 600 ženklinimo infrastruktūros objektų. Šiuos vertinimo kriterijus atitiko du nacionaliniai produkto rodikliai, numatyti stebėti minėtų VP priemonių įgyvendinimą, t. y., P.N.807 „Įrengti informaciniai kelio ženklai“ ir P.N.817 „Įrengti ženklinimo infrastruktūros objektai“. Produkto rodiklis P.N.807 „Įrengti informaciniai kelio ženklai“ (siektina reikšmė laikotarpio pabaigoje 120) buvo numatytas priemonei Nr. 05.4.1-LVPA-V-812 „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklinimo infrastruktūros plėtra“ ir jo priemonės įgyvendinimo eigoje buvo atsisakyta. Produkto rodiklio P.N.817 „Įrengti ženklinimo infrastruktūros objektai“ faktinis pasiekimas – 5 944, ir, atsižvelgiant į sutartyse planuojamus pasiekimus, tikėtina, išaugs iki 6 536 ir viršys Turizmo programoje nustatytus kiekybinius tikslus.

Tai, kad lankytinų objektų, turizmo maršrutų ir trasų ženklinimo veikla yra baigta ir nėra poreikio jos tęsti, patvirtino Vadovaujančiosios institucijos atstovai interviu metu. Priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybės jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“ PFSA nebuvo numatyti kriterijai objektams, kuriuose buvo galima įrengti informacinius ženklus. Dėl šios priežasties, įgyvendinančios institucijos atstovų nuomone, savivaldybėms skirtų lėšų sumai viršijus jų poreikius, dalis įrengtų informacinių ženklų galėjo būti statoma prie mažiau reikšmingų objektų ar buvo pertekliniai.

Nagrinėjant priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybės jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“ lėšų paskirstymą tarp savivaldybių, atkreiptas dėmesys, kad prioritetiniams turizmo plėtros regionams buvo skirta daugiau lėšų (9–16 % priemonės lėšų, kai kitiems regionams skirta priemonės lėšų dalis svyravo tarp 5 ir 7 %).

Prie turizmo maršrutų, kultūros kelių, turizmo trasų populiarinimo prisidėjo priemonės, skirtos finansuoti rinkodaros priemones. Jos didino turistinių objektų žinomumą ir dėl to tiesiogiai prisidėjo prie turizmo maršrutų, kultūros kelių, turizmo trasų populiarinimo. Be to, priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ PFSA buvo numatyta, kad bent vienas iš viešinamų objektų turėjo būti įtrauktas į vieną iš 11 PFSA nurodytų kultūros kelių. Detaliau šių priemonių indėlis ir sąsaja su turizmo sektoriaus problemomis aptariami 3.1.6 ir 3.1.7 poskyriuose. Prie turizmo maršrutų, kultūros kelių, turizmo trasų populiarinimo prisidėjo priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-V-812 „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklinimo infrastruktūros plėtra“ lėšomis finansuota nacionalinių turizmo maršrutų, turizmo trasų ir prioritetinių turizmo produktų, apimančių kultūros ir gamtos paveldo objektus, rinkodara. Vienintelis galimas priemonės pareiškėjas – VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ – įgyvendino 12 Lietuvos gamtos ir kultūros paveldo

objektus pristatančių projektų, kurių kiekvienas buvo nukreiptas į skirtingų šalių (Lenkijos, Italijos, Prancūzijos, Ispanijos, Belgijos, Nyderlandų, Švedijos, Suomijos, Norvegijos, Danijos, Vokietijos, Jungtinės Karalystės, Izraelio, Kinijos ir Japonijos) bei regionų atvykstamojo turizmo rinkas ir jų poreikius. 4 projektų metu sukurtas turinys buvo adresuotas ir Lietuvos arba vietinio turizmo rinkai.

Išnagrinėjus priemonių veiklas, įgyvendintus projektus ir pasiektus produktus, galima apibendrinti, kad su turizmo maršrutų, kultūros kelių, turizmo trasų kūrimu ir populiarinimu tiesiogiai susijusios dvi 5 VP prioriteto priemonės ir jų lėšomis finansuoti projektai pilnai patenkino ženklinio infrastruktūros objektų poreikius. Poreikis atlikti Šv. Jono Pauliaus II piligrimų kelio objektų tvarkybą buvo patenkintas iš dalies, dviejų KM administruojamų priemonių lėšomis finansuojant dalies objektų pritaikymą kitoms (ne liturginėms) visuomenei aktualioms, piligrimų, bendruomenių reikmėms, ir planuojamoms teikti naujoms viešosioms paslaugoms. Kiti aktualūs poreikiai – įsitraukti į tarptautines kultūros kelių programas, teminius turizmo maršrutus ir kultūros kelius, jungiančius kelis regionus ar valstybes, kurti turizmo maršrutus, kultūros kelius, plėtoti dviračių turizmo trasas – buvo tenkinami netiesiogiai, investuojant į pavienius turizmo maršrutuose esančius kultūrinio ir ekologinio turizmo viešosios ir privačios infrastruktūros objektus.

3.1.3 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Gerinti Lietuvos pasiekiamumą“

Lietuvos turizmo plėtos 2014–2020 metų programoje nagrinėjamos Lietuvos Respublikos pasiekiamumo skirtingų rūšių transportu – kelių, oro, vandens ir geležinkeliais – galimybės. Tačiau visos nagrinėtos 1, 3 ir 5 VP prioritetų priemonės – tiek veiklų, tiek projektų lygiu – nėra susijusios su Lietuvos pasiekiamumo gerinimu.

Programoje akcentuotas poreikis skatinti ir finansuoti ekologinio transporto, vandens transporto ir viešosios turizmo infrastruktūros plėtrą Baltijos pajūryje ir Kuršių pamaryje, siekiant sukurti bendrą, patrauklų ir konkurencingą jūrinio turizmo regioną. Prie šių galimybių vystymo galėjo prisidėti Klaipėdos regione veikiančios organizacijos, tačiau tokių projektų, gavusių ES fondų lėšas pagal analizuotas AM ir KM administruotas priemones, plėtojančių pajūryje esančių jūriniam turistams aktualios infrastruktūros objektus, neįgyvendinta.

3.1.4 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Tobulinti turizmo sektoriuje dirbančių specialistų kompetencijas“

Daugėjant inovacijų, sparčiai modernizuojant procesus, atsiranda naujų turizmo plėtos iššūkių, kuriems įveikti būtina kelti turizmo sektoriaus darbuotojų kvalifikaciją. Pagal 1, 3 ir 5 VP prioritetus įgyvendintas priemonės veiklos, susijusios su turizmo sektoriaus darbuotojų kvalifikacijos tobulinimu, užsienio kalbų žinių, įvaizdžio gerinimu, tarpkultūrinės kompetencijos ugdymu, nebuvo finansuojamos, todėl šio turizmo sektoriaus poreikio nesprendė.

Lietuvos turizmo plėtos 2014–2020 metų programos įgyvendinimo 2015–2017 metų veiksmų plane⁴² šiam tikslui buvo numatyta skirti valstybės biudžeto lėšas. Turizmo sektoriaus asociacijos galėjo kreiptis ir gauti finansavimą pagal 9 VP prioriteto 9.4.3 uždavinio priemones, skirtas kvalifikacijai tobulinti bei kompetentingumo plėtos galimybių prieinamumui didinti bei mokymams, skirtiems sektorinėms kompetencijoms ugdyti, įmonėms teikti. Interviu metu buvo atkreiptas dėmesys, kad asociacijų pasiūlyti mokymai buvo orientuoti į su pardavimų organizavimu ir skatinimu, su rinkodara susijusias kompetencijas, tačiau mokymai, ugdatys naujus gebėjimus, aktualius turizmo sektoriui, nebuvo organizuojami. Be to, turizmo sektoriuje veikia santykinai didelis asociacijų skaičius, ir dalis jų

⁴² 2014 m. spalio 10 d. Ūkio ministro įsakymas Nr. 4-724 „Dėl Lietuvos turizmo plėtos 2014–2020 metų programos įgyvendinimo 2015–2017 metų veiksmų plano patvirtinimo“

atstovauja nedidelį skaičių turizmo įmonių. Todėl asociacijų kaip galimų pareiškėjų pasirinkimas neužtikrino platesnės mokymų ir žinių sklaidos.

Pažymėtina, kad 9 VP prioriteto 9.4.3 uždavinio priemonės nepateko į šio vertinimo objektą ir jų indėlis į Turizmo programą nebuvo vertintas.

3.1.5 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Skatinti turizmo paslaugas teikiančių įmonių akreditaciją ir (arba) sertifikavimą“

Lietuvoje 2014 m. taikyti kelis aukščiausius kokybės reikalavimus atitinkantys paslaugų standartai („Mėlynoji vėliava“, „Žalioji raktas“, EDEN), tačiau, vadovaujantis Turizmo programa, juos atitiko nepakankamas paslaugų skaičius. Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje ypač akcentuotas šios problemos aktualumas paslaugoms ir produktams, kuriuos teikia ekologinio turizmo ir sveikatos turizmo įstaigos.

Pagal 3 VP prioriteto EIM administruotą priemonę Nr. 03.2.1-LVPA-K-802 „EXPO sertifikatas LT“ buvo finansuotas planuojamų eksportuoti produktų sertifikavimas, įskaitant reikalingus bandymus ir tyrimus. Ši priemonė ir projektų atrankai taikyti projektų atrankos kriterijai buvo nukreipti į eksportuojančias įmones ir prioritetas buvo taikytas pareiškėjams su didžiausiu eksporto augimo potencialu, eksporto rinkų diversifikavimu, todėl galėjo būti aktuali apgyvendinimo, maitinimo paslaugas teikiančioms įmonėms, norinčioms įsidiegti pripažintus sertifikatus savo produkcijai. Tačiau vertinimo metu nustatyta, kad pagal priemonę nebuvo finansuotas nė vienas su turizmo sektoriumi susijęs projektas.

3.1.6 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus“

Siekiant kuo geriau pasinaudoti modernių technologijų teikiama galimybe, Turizmo programoje akcentuotas poreikis tobulinti, kurti ir plėtoti elektroninio pardavimo kanalus, elektroninę rinkodarą panaudoti įvaizdžiui gerinti. Pažymėta, kad prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose itin svarbu kurti savivaldybes bendradarbiauti skatinančius viešojo ir privataus sektorių turizmo rinkodaros projektus.

Su šiais Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje išskirtais poreikiais susijusi viena 5 VP prioriteto EIM administruojama priemonė Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“. Ja finansuotos veiklos buvo nukreiptos išskirtinai į prioritetinius turizmo plėtros regionus ir juose esančių kultūros ir gamtos paveldo objektų e-rinkodarą. Projektus, finansuotus pagal šią priemonę, įgyvendino savivaldybių administracijos ir asociacijos. Privataus sektoriaus atstovai priemonėje dalyvauti galimybių neturėjo. Prioritetas buvo teikiamas projektams, jungiantiems daugiau nei 5 kultūros ir (ar) gamtos paveldo objektų, esančiuose daugiau nei 2 savivaldybių teritorijose ir įtrauktuose į priemonės PFSA išvardintus kultūros kelius⁴³.

Vadovaujantis Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa, iki 2020 m. buvo numatyta įgyvendinti 300 turizmo rinkodaros priemonių. Šį vertinimo kriterijų atitiko VP produkto rodiklis P.S.337 „Įgyvendintos turizmo rinkodaros priemonės“. Pagal priemonę Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ iki 2022 m. pabaigos įgyvendintos 295 priemonės, iki projektų finansavimo pabaigos priemonių skaičius turėtų išaugti iki 787 ir viršyti Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje nustatytus kiekybinius tikslus.

⁴³ Vadovaujantis priemonės PFSA pateikta informacija.

Priemone buvo finansuojamas skirtingų e-rinkodaros priemonių, tokių kaip internetinių svetainių, rinkodaros socialiniuose tinkluose, vaizdinės reklamos, mobiliosios rinkodaros, el. knygų ir kt. el. leidinių, nuotraukų ir 3D turų, instrukcijų ir vadovų, garso, vaizdo priemonių ir t.t., kūrimas. Priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ PFSA nebuvo numatyti kokybės kriterijai kuriams programėlėms, apie jų galimą efektyvumą buvo sprendžiama pagal paraiškoje nurodytą numatomų pritraukti unikalų vartotojų⁴⁴ skaičių. Dėl šios priežasties, skirtingų institucijų atstovų nuomone, ne visos naujai sukurtos e-rinkodaros priemonės buvo kokybiškos ir pritraukė planuotą turistų dėmesį. Priemonės lėšomis buvo finansuota daug tinklalapių ir tarpusavyje konkuruojančių programėlių, o iš vartotojo perspektyvos yra patogiausią reikiamą informaciją rasti viename šaltinyje. Taip pat pasigesta dėmesio privatiems paveldo objektams ir privačioms paslaugoms – nors jų galimybes dalyvauti apribojo valstybės pagalbos taisyklės, pagal kurias finansavimas galėjo būti skiriamas tik viešųjų paslaugų populiarinimui, jų įtraukimas į turizmo maršrutus ir populiarinimas būtų leidęs pateikti išsamesnį lankomoje teritorijoje teikiamų turistams įdomių paslaugų sąrašą. Dėl to priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ veiklos turėtų būti tęsiamos, tačiau finansavimo skyrimo dizainas turėtų būti tobulinamas – nustatyti kokybės kriterijai kuriams e-rinkodaros produktams, įvertinta galimybė koncentruoti kuriamą turinį, peržiūrėtas pareiškėjų sąrašas, į jį įtraukiant nacionalinio lygio koordinatorių, savivaldybių administracijas įtraukiant kaip partnerius, numatyta galimybė viešinti ir privataus sektoriaus teikiamas paslaugas.

Prie elektroninės rinkodaros projektų kūrimo ir įgyvendinimo galėjo prisidėti ir kiekvieno iš tvarkomų gamtos ir kultūros paveldo objektų populiarinimo veiklos (pavyzdžiui, pagal AM administruojamą priemonę Nr. 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ finansuota saugomų teritorijų rinkodaros plėtra, pagal KM įgyvendinamas 5 prioriteto priemonės finansuojamas tvarkomų kultūros paveldo objektų rinkodaros plano parengimas), tačiau jos nebuvo pagrindinės projekto veiklos, be to, nebuvo nustatyti atskiri rodikliai, matuojantys e-rinkodaros priemonių rezultatus, todėl jų sąsajas ir indėlį į viešojo ir privataus sektorių turizmo rinkodaros projektų kūrimą įvertinti sudėtinga.

Išnagrinėjus priemonių veiklas, įgyvendintus projektus ir pasiektus produktus, galima apibendrinti, kad su elektroninės rinkodaros projektų kūrimu ir įgyvendinimu tiesiogiai susijusi viena 5 VP prioriteto priemonė - Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“. Nors suplanuoti rodikliai prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose buvo pasiekti ir viršyti, patobulinus finansavimo skyrimo dizainą, šios veiklos turi būti nuolat ir nuosekliai tęsiamos.

3.1.7 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Vykdėti kompleksinę rinkodarą prioritetinėse atvykstamojo turizmo rinkose“

Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje buvo identifikuotos tikslinės (svarbiausios) atvykstamojo turizmo rinkos (Vokietijos Federacinė Respublika, Jungtinė Didžiosios Britanijos ir Šiaurės Airijos Karalystė, Švedijos Karalystė, Norvegijos karalystė, Italijos Respublika ir Prancūzijos Respublika), tolimosios turizmo rinkos (Jungtinė Amerikos Valstijos, Izraelio Valstybė, Japonija ir Kinijos Liaudies Respublika) ir joms pritaikytas kompleksinės rinkodaros priemonės.

Su šia veikla susijusi viena EIM administruota 5 VP prioriteto priemonė Nr. 05.4.1-LVPA-V-812 „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklavimo infrastruktūros plėtra“. Jos lėšomis buvo finansuojamos kompleksinės turizmo rinkodaros priemonės užsienio rinkose,

⁴⁴ Vadovaujantis priemonės PFSA, unikalūs vartotojai skaičiuojami, atsižvelgiant į kuriamą e. rinkodaros priemonių pobūdį, pavyzdžiui, interneto puslapių kūrimo atveju bus skaičiuojami unikalūs vartotojai ir jų praleistas laikas naršant puslapyje, mobiliųjų aplikacijų kūrimo atveju – atsisiuntimų skaičius, naujienlaiškių atveju – prenumeratorių, peržiūrų skaičius, socialinių tinklų atveju – sekėjų (followers), interakcijų (bet koks vartotojo veiksmas socialiniame tinkle – peržiūros, komentarai, vertinimai ir t. t.) skaičius ir pan.

siekiant padidinti kultūros ir gamtos paveldo objektų lankomumą ir žinomumą. Šią priemonę galėjo įgyvendinti vienas pareiškėjas – VšĮ „Keliauk Lietuvoje“. Buvo įgyvendinta 12 Lietuvos gamtos ir kultūros paveldo objektus pristatančių projektų, kurių kiekvienas buvo nukreiptas į skirtingų šalių (Lenkijos, Italijos, Prancūzijos, Ispanijos, Belgijos, Nyderlandų, Švedijos, Suomijos, Norvegijos, Danijos, Vokietijos, Jungtinės Karalystės, Izraelio, Kinijos ir Japonijos) bei regionų atvykstamojo turizmo rinkas ir jų poreikius.

Iš viso VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ projektų metų įgyvendinti rinkodaros priemonių rinkiniai 15-koje užsienio valstybių, ir 4 valstybėmis viršijo Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos vertinimo kriterijaus siektiną reikšmę (t. y., 8 rinkos, kuriose taikomas kompleksas rinkodaros priemonių). Ši priemonė turėtų būti tęsiama ir toliau, tačiau, kaip ir priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ atveju, turėtų būti nustatyti kokybės kriterijai kuriams e-rinkodaros produktams.

Kompleksinę rinkodarą prioritetinėse atvykstamojo turizmo rinkose įgyvendinti įmonės, asociacijos ir galėjo vykdyti ir pagal 3 VP prioriteto priemonę Nr. 03.2.1-LVPA-K-801 „Naujos galimybės LT“. Šios priemonės tikslas – skatinti pavienių MVĮ ir jų produkcijos pristatymą užsienyje vykstančiose tarptautinėse parodose bei grupinių MVĮ ir jų produkcijos pristatymą užsienyje ir (ar) Lietuvoje vykstančiose tarptautinėse parodose, mugėse ir verslo misijose. Tarptautinių parodų / mugių temos apėmė ir turizmą. Tarp galimų pareiškėjų buvo įtrauktos MVĮ (pavieniam dalyvavimui), verslo asociacijos ir VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ (grupiniam dalyvavimui). Dauguma su turizmu susijusių projektų buvo skirti naujų užsienio rinkų paieškai ir esamų rinkų plėtrai. Priemonė buvo populiareesnė tarp pavienių įmonių – grupiniam dalyvavimui paskatinti priemonės lėšos buvo skirtos vienam sveikatos turizmo srityje veikiančios asociacijos projektui ir VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ (iki 2019 m. – Valstybinio turizmo departamento) įgyvendintam projektui. VšĮ „Keliauk Lietuvoje“, įgyvendindama projekto veiklas, susidūrė su sunkumais pritraukiant turizmo įmones į vykstančias tarptautines parodas, kadangi tarp Lietuvoje veikusių turizmo įmonių buvo tik kelios, atitikusios PFSA nustatytą reikalavimą apyvartai. Suorganizavus kelias parodas ir įsitikinus tokios paslaugos neatitikimu turizmo įmonių poreikiams, projekto vykdymas buvo nutrauktas.

3.1.8 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Bendradarbiauti su kaimyninėmis valstybėmis, įgyvendinant bendrus tarptautinius turizmo rinkodaros projektus“

Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje pažymima, kad tarptautinio bendradarbiavimo su Baltijos jūros regiono valstybėmis, ypač kaimynėmis – Latvijos Respublika, Estijos Respublika, siekiant kuo geriau pristatyti save pasauliui kaip Baltijos jūros turizmo regioną, – svarba. Tačiau nagrinėjamos VP priemonės nebuvo susijusios su šio uždavinio įgyvendinimu nei veiklų, nei pavienių projektų lygiu. Vadovaujantis Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programos įgyvendinimo veiksmų planų informacija, Baltijos šalių turizmo galimybių pristatymai, bendros Lietuvos, Latvijos ir Estijos turizmo rinkodaros priemonės buvo finansuojamos valstybės biudžeto lėšomis, jas vykdė VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ (arba Valstybinio turizmo departamentas iki 2019 m. sausio 1 d.).

3.1.9 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Didinti kultūrinių renginių ir pramogų pasiūlą ne per turizmo sezoną“

Sezoniškumas – viena didžiausių Lietuvos Respublikos turizmo sektoriaus problemų, lemiančių netolygų turistų srautų pasiskirstymą įvairiais metų laikais ne tik kurortuose, bet ir visoje Lietuvos Respublikoje. Sezoniškumas daro neigiamą poveikį turizmo paslaugų teikėjams, neleidžia optimaliai naudoti turimos infrastruktūros ir žmogiškųjų išteklių. Kaip vieną iš galimybių sumažinti sezoniškumo poveikį, didinti turizmo vietovių konkurencingumą ir paslaugų verslo sąlygoms gerinti, Turizmo programoje išskirtas kulinarinio paveldo, etnokultūros regionų tradicijų, tradicinių amatų plėtrą ir edukacinių, taip pat gamtos pažinimo programų kūrimas.

Kultūrinių renginių organizavimas nebuvo finansuojamas 1, 3 ir 5 VP prioritetų priemonių lėšomis. Tačiau šią problemą netiesiogiai sprendė su gamtos pažinimo ir kitų (sakralinio paveldo, kultūros kelių) programų kūrimu susijusios 5 VP prioriteto priemonės, finansavusios rinkodaros veiksmus ir populiariusios turizmo maršrutus, kultūros kelius, turizmo trasas ar pavienius gamtos ir kultūros paveldo objektus, juose vykdomas veiklas bei teikiamas paslaugas.

3.1.10 VP intervencijų tinkamumas pagal uždavinį „Didinti ir plėsti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą ne tik per turizmo sezoną“

Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje buvo atkreiptas dėmesys ir į kaimo turizmo paslaugų pasiūlos ne turizmo sezono metu stoką. Kaip ją mažinančios priemonės išskirtas viešosios infrastruktūros kūrimas, projektai, kurie paslaugų įvairove prisidėtų prie sezoniškumo mažinimo, ypač prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose; viešbučių kuriami SPA centrai, pajūrio regione teikiamų paslaugų ne sezono metu plėtra, kaimo turizmo sodybų skatinimas teikti ir plėtoti specializuotas paslaugas, siekiant sukurti konkurencingų produktų, patrauklių įvairiais metų laikais.

1, 3 ir 5 VP prioritetų priemonių veiklos tiesiogiai su kaimo turizmo paslaugų plėtra nesusijusios, tačiau AM ir KM įgyvendinamos 5.4.1 VP uždavinio priemonės siekė didinti numatomų apsilankymų remiamuose kultūros ir gamtos paveldo objektuose bei turistų traukos regionuose skaičių. Kadangi dalis lankytojų pasilieka nakvynei lankoje teritorijoje ir, ypač individualūs turistai, jai pasirenka kaimo turizmo sodybas, šių priemonių įgyvendinimas, tikėtina, netiesiogiai prisidėjo prie kaimo turizmo sodybose apsilankusių turistų skaičiaus padidėjimo. Taip pat su šia veikla netiesiogiai susiję sveikatos turizmo paslaugas teikiančių įmonių projektai, finansuoti pagal EIM administruotą 3 VP prioriteto priemonę Nr. 03.3.1-LVPA-K-803 „Regio Invest LT+“, skirtą MVĮ diegti moderniąsias technologijas, pritaikant esamus ir kuriant naujus gamybos ir paslaugų teikimo pajėgumus naujos ir esamoms paslaugoms teikti.

3.2 VP INTERVENCIJŲ SUDERINAMUMAS

Vertinant nagrinėjamų 1, 3 ir 5 VP prioritetų priemonių tarpusavio suderinamumą, buvo atsižvelgta į priemonių finansuojamas veiklas bei numatytus galimus pareiškėjus. Nustatyta, kad suderinamumas užtikrintas tiek veiklų lygiu (pavyzdžiui, finansuojama kultūros paveldo objektų tvarkyba, informacinių kelio ženklų link jų įrengimas bei sudaroma galimybė tuose objektuose apsilankyti), tiek pareiškėjų (nebuvo sukurta tarpusavyje konkuruojančių subsidijas teikiančių priemonių, kuriose sudarytos sąlygos dalyvauti tiems patiems pareiškėjams) lygiu. Daroma išvada, kad subsidijas teikiančios priemonės viena kitai iš esmės neprieštaravo ir viena kitą papildė.

Atkreiptinas dėmesys į KM administruotos finansinės priemonės populiarumą lėmusius jos įgyvendinimo aspektus, susijusius su priemonių suderinamumu. Pagal priemonę Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“ buvo teikiamos paskolos Investicijos privatiems kultūros paveldo objektams restauruoti. buvo teikiamos pagal priemones Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ ir Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“, tačiau skyrėsi jų finansavimo forma ir priemonių įgyvendinimo pradžia. Planuojant priemonę Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“ buvo tikimasi, kad ji sudarys galimybę privačių kultūros paveldo objektų valdytojams skolintis palankesnėmis sąlygomis subsidijas pagal priemonę Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ gavusiems projektams įgyvendinti. Tačiau užtrukus finansinės priemonės valdytojo (finansų tarpininko) atrankai, kurią pavyko atlikti 1,5

metų vėliau nei planuota⁴⁵, projektai pagal priemonę Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ buvo jau buvo užsitikrinę nuosavų lėšų šaltinius, įgyvendinimas buvo jau pradėtas ir papildomos finansavimo šaltinio poreikio nebebuvo.

Pagal finansinę priemonę įgyvendinti 5 projektai, jiems paskirstyta apie pusė priemonės lėšų. Nors šioje priemonėje nebuvo reikalaujama pritaikyti tvarkomo paveldo objekto kultūrinei veiklai, taip pat taikyti patys liberaliausi reikalavimai išlaidų tinkamumui – leidžiama finansuoti bendrastatybinius darbus, neišlikusio paveldo atstatymą ir t. t., priemonė nebuvo populiari dėl finansų tarpininko taikytų reikalavimų pajamingumui, užstato dydžiui. UAB INVEGA nuomone, siauram sektoriui orientuotos FP priemonės nėra patrauklios finansiniams tarpininkams, šie nepasiūlo palankesnių nei įprastai sąlygų, todėl jos ateityje turėtų būti apjungiamos.

3.3 TĖSTINIS INTERVENCIJŲ LOGIKOS TINKAMUMAS, KINTANT SOCIALINEI-EKONOMINEI SITUACIJAI

2014–2020 m. VP įgyvendinimo laikotarpiu 1, 3 ir 5 VP prioriteto priemonės buvo keičiamos, atsižvelgiant į pareiškėjų poreikius, bendrą ekonominę situaciją. Pavyzdžiui, buvo sumažintas priemonės Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ finansavimas, atsižvelgiant į savivaldybių pasirinkimą šiems projektams bendrai finansuoti numatytas lėšas nukreipti aukštesnio prioriteto poreikiams. Taip pat vyko lėšų persikirstymai tarp priemonių, atsižvelgiant į projektų verčių pokyčius. Tačiau esminių pasikeitimų pareikalavo COVID-19 epidemija ir jos pasekmės suvaldymas. Reaguojant į šalies įmonių (visų sektorių bendrai) pajamingumo kritimą, VP buvo papildyta naujais VP prioritetais, siekiant paskatinti tvarią ekonomikos plėtrą po COVID-19 pandemijos, investicijas nukreipiant inovatyviam ir aukštą pridėtinę vertę kuriančiam verslui. Pagal 13 VP prioritetą, kuris buvo skirtas tvariai ekonomikos plėtrai paskatinti po COVID-19 pandemijos, įgyvendintų priemonių Nr. 13.1.1-LVPA-K-861 „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ ir Nr. 13.1.1-LVPA-K-860 „E. komercijos modelis COVID-19“ lėšos buvo skirtos turizmo ir su juo susijusių paslaugų įmonių projektams, kuriais įmonės diegė skaitmenines, dizaino ir rinkodaros inovacijas, skirtas sumažinti neigiamą COVID-19 pandemijos poveikį ir prisitaikyti prie naujų klientų poreikių.

Pagal priemonę Nr. 13.1.1-LVPA-K-861 „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ buvo finansuojamos veiklos, susijusios su originalių produktų sprendimų (netechnologinių inovacijų) sukūrimu ir diegimu. Prioritetas teiktas MVĮ, kurios vidutinės vieno mėnesio pajamos, skaičiuojant nuo 2020 m. lapkričio 1 d. iki 2021 m. sausio 31 d., palyginti su 2019 metų ir 2020 metų atitinkamo laikotarpio vidutinėmis vieno mėnesio pajamomis, sumažėjo ne mažiau kaip 30 procentų. Didžiausias balų skaičius buvo skiriamas didžiausių pajamų kritimą turinčių MVĮ projektams. Kadangi turizmo sektorius buvo vienas iš labiausiai nuo COVID-19 pandemijos nukentėjusių sektorių, todėl turizmo įmonių projektai paraiškų vertinimo metu surinko aukštus balus ir sudarė 46 % visų finansavimą pagal šią priemonę gavusių projektų. Pagal priemonę Nr. 13.1.1-LVPA-K-861 „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ 61 projektą įgyvendino įmonės, teikiančios turizmo, apgyvendinimo, renginių organizavimo, maitinimo, laisvalaikio pramogų paslaugas. Jų įgyvendintiems projektams skirta 3,2 mln. Eur ES fondų lėšų. Pažymėtina, kad šioje priemonėje, skirtoje MVĮ, negalėjo dalyvauti didžiosios turizmo įmonės.

⁴⁵ Pirmajame viešajame pirkime, paskelbtame 2017 m. rugpjūtį, nebuvo gauta pasiūlymų, nes potencialiems finansų tarpininkams viešojo pirkimo sąlygos buvo nepatrauklios, per daug rizikingos – buvo numatytas per ilgas paskolos terminas (20 metų), siaurai apibrėžta paskolų paskirtis (paskolos galėjo būti teikiamos tik kultūros objektų aktualizavimui). Pakoregavus viešojo pirkimo sąlygas (paskolos terminas sutrumpintas iki 15 metų, išplėsta paskolų paskirtis – pasiskolintomis lėšomis bus galima finansuoti ne tik kultūros objektų aktualizavimą, bet ir įveiklinimą – t. y. kultūros paveldo objektų pritaikymą komercinei veiklai – buvo gautas vienas finansų tarpininko (AB „Šiaulių banko“) pasiūlymas, kuris pripažintas laimėjusiu, o sutartis pasirašyta 2018 m. gruodžio 20 d.

Pagal priemonę Nr. 13.1.1-LVPA-K-860 „E. komercijos modelis COVID-19“ finansuoti 158 projektai, susiję su turizmo veiklomis. Jiems įgyvendinti skirtos ES fondų lėšos sudarė 5,95 mln. Eur. Šios priemonės lėšos buvo skirtos e-komercijos modeliams diegti MVĮ, perorientuojant procesus ir juos skaitmeninant.

Vertinimo metu atlikta projektų vykdytojų apklausa parodė, kad didžioji dalis jų (67 %) mano, kad į VP įtrauktos priemonės buvo pakankamai įvairios, ir atitiko besikeičiančius poreikius. 33 % projektų vykdytojų nurodė, kad priemonės poreikius atitiko tik iš dalies – buvo paskelbtos per vėlai ir nebebuvo aktualios (9 %) arba buvo pritaikyti kiti apribojimai, dėl kurių negalėjo pasinaudoti aktualiomis priemonėmis (21 %). Tarp išskirtų apribojimų dažniausiai buvo paminėti dėl projektų atitikties *de minimis* pagalbos taisyklėms apriboti projektų mastas ir investicijos.

4 VP PRIEMONIŲ REZULTATYVUMO IR EFEKTYVUMO VERTINIMAS

4.1 5.4.1. VP UŽDAVINIO INTERVENCIJŲ REZULTATYVUMAS

Šiame poskyryje atsakoma į TS klausimą 9.1.5 „Ar Veiksmų programos priemonėmis buvo pasiekti 5 prioriteto „Aplinkosauga, gamtos išteklių darnus naudojimas ir prisitaikymas prie klimato kaitos“ konkrečiame uždavinyje 5.4.1 Padidinti kultūros ir gamtos paveldo aktualumą, lankomumą ir žinomumą, visuomenės informuotumą apie juos supančią aplinką nustatyti pokyčiai? Kokie jie? Kokios pokyčių pasiekimo/nepasiekimo priežastys? Ką buvo galima padaryti geriau?“

5 VP prioriteto 5.4.1 uždaviniui „Padidinti kultūros ir gamtos paveldo aktualumą, lankomumą ir žinomumą, visuomenės informuotumą apie juos supančią aplinką“ įgyvendinti, vadovaujantis aktualia VP priedo redakcija, buvo skirta 187,1 mln. Eur ERPF lėšų. Pagal uždavinį vykdomų intervencijų rinkinį sudarė 9 priemonės, kurias administravo KM (4 priemonės, kurioms skirta 90,8 mln. Eur ERPF lėšų), EIM (3 priemonės, kurioms skirta 22,6 mln. Eur ERPF lėšų) ir AM (2 priemonės, kurioms skirta 66,7 mln. Eur ERPF lėšų).

Atsižvelgiant į VP įgyvendinimo eigą ir reaguojant į besikeičiantį intervencijų vykdymo kontekstą, lėšų paskirstymas tarp ministerijų buvo koreguojamas: 6 mln. Eur papildomai skirta AM priemonėms, 3,9 mln. Eur KM priemonėms, o EIM priemonių finansavimas sumažintas 12,4 mln. Eur. Tačiau bendras šiam uždaviniui skirtas ES fondų lėšų krepšelis ženkliai nesikeitė. Laikotarpio pradžioje 5.4.1 uždaviniui „Padidinti kultūros ir gamtos paveldo aktualumą, lankomumą ir žinomumą, visuomenės informuotumą apie juos supančią aplinką“ įgyvendinti buvo suplanuota skirti 189,6 mln. Eur ES fondų lėšų arba 2,5 mln. Eur daugiau.

Keičiant priemonėms skirtas lėšas finansavimo šaltiniai nekito, išskyrus priemonę Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“, kuriai iš pradžių buvo numatyta pritraukti kitų (t. y., projektų vykdytojų) lėšų, vėliau atsisakyta pritrauktų privačių lėšų sumas nurodyti kaip papildomą finansavimo šaltinį.

Pagal sudarytų sutarčių rodiklį projektams paskirstytos 6 iš 9 4.5.1 uždavinio priemonėms skirtos lėšos, virškontraktavimas arba projektams skirtų lėšų perviršis (lyginant su priemonei numatytomis lėšomis) uždaviniui bendrai sudaro 534 tūkst. Eur. Projektams paskirstytų lėšų perviršį sudaro 1,2 mln. Eur pagal EIM priemones, 3,7 mln. Eur pagal AM priemones, o KM priemonėse sutartims nepaskirstyta 4,4 mln. Eur. Tai, kad sutartims nebuvo paskirstytos visos KM administruojamoms priemonėms numatytos lėšos, lėmė tai, kad ne visos paraiškos buvo kokybiškai parengtos – trūko reikiamų leidimų, nespėta laiku atlikti parengiamųjų darbų (pavyzdžiui, restauravimo darbų, kurie nebuvo tinkami finansuoti ES fondų lėšomis), dėl to dalis gautų paraiškų buvo atmesta, o dalis potencialių pareiškėjų nespėjo pasiruošti ir dėl finansavimo nesikreipė.

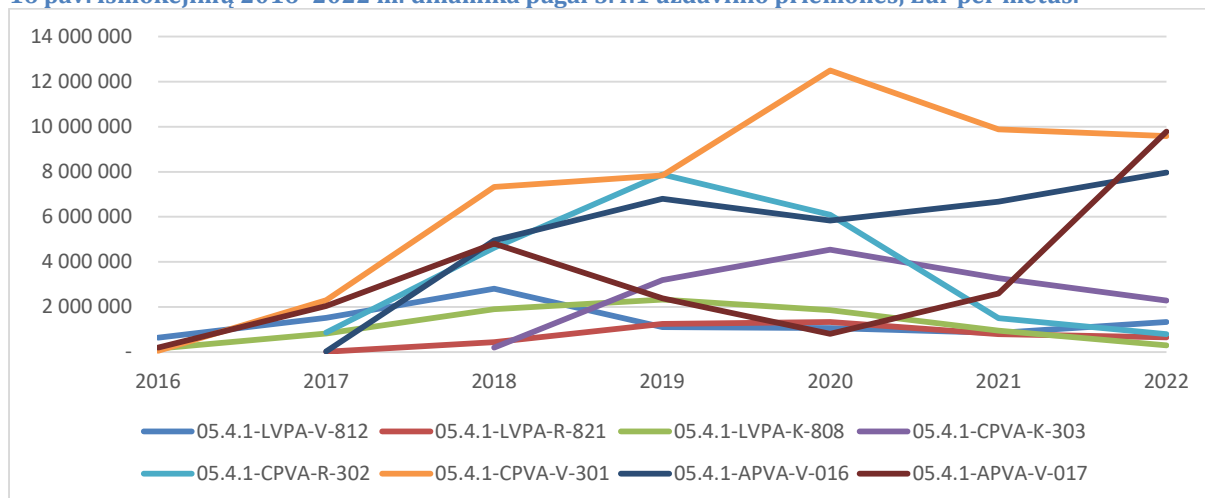
Iš viso 4.5.1 uždavinio priemonėse numatytos ES ir kitos viešosios lėšos skirtos 193 projektams. Daugiausia projektų įgyvendinta pagal KM administruojamas priemones (92 projektai, iš jų daugiausia (43) pagal priemonę 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“) ir EIM administruojamas priemones (79 projektai, iš jų daugiausia (46) pagal priemonę Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“). Mažiausiai projektų įgyvendinta pagal AM administruojamas priemones, tačiau jų vertė didžiausia – vidutiniškai projektui skirta 3,8 mln. Eur. EIM administruojamose priemonėse vyrauja mažesnės vertės projektai – vidutiniškai projektui skirta 0,3 mln. Eur. Vertinant priemonių lygiu, didžiausia lėšų suma buvo skiriama projektams pagal priemonę Nr.

05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ (vidutiniškai 4,7 mln. Eur) ir pagal priemonę Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“ (vidutiniškai 3,1 mln. Eur). Mažiausia lėšų suma buvo skiriama projektams pagal priemonę Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ (vidutiniškai 0,2 mln. Eur) ir pagal priemonę Nr. 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybes jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“ (vidutiniškai 0,3 mln. Eur).

Uždavinio įgyvendinimo finansinė pažanga – netolygi. Vertinant išmokėjimų tempą, mokėjimai už atliktus darbus (ne avansai) pagal projektus pradėti mokėti 2016–2018 metais. Vėliausiai pradėti mokėjimai privataus kultūros paveldo vystytojams (priemonė Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ – 2018 m.) ir savivaldybių įgyvendinamiems projektams (priemonių Nr. 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“, Nr. 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybes jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“ ir 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ – 2017 metais).

Dalis priemonių savo išmokėjimų piką pasiekė 2019–2020 m. (KM administruojamos priemonės, dauguma EIM administruojamų priemonių), tačiau kelių priemonių metiniai išmokėjimai 2022 m. viršijo ankstesnių metų mokėjimus (priemonės Nr. 5.4.1-APVA-V-017 „Visuomenės informavimas apie aplinką ir aplinkosauginių–rekreacinių objektų tvarkymas“, Nr. 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“, Nr. 05.4.1-LVPA-V-812 „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklinimo infrastruktūros plėtra“). Įvertinus likusių išmokėti lėšų pagal sudarytas sutartis sumas matyti, kad, įgyvendinant pastarąsias priemones, išmokėjimų lygis 2023 m. bus taip pat ypač aukštas.

16 pav. Išmokėjimų 2016–2022 m. dinamika pagal 5.4.1 uždavinio priemones, Eur per metus.

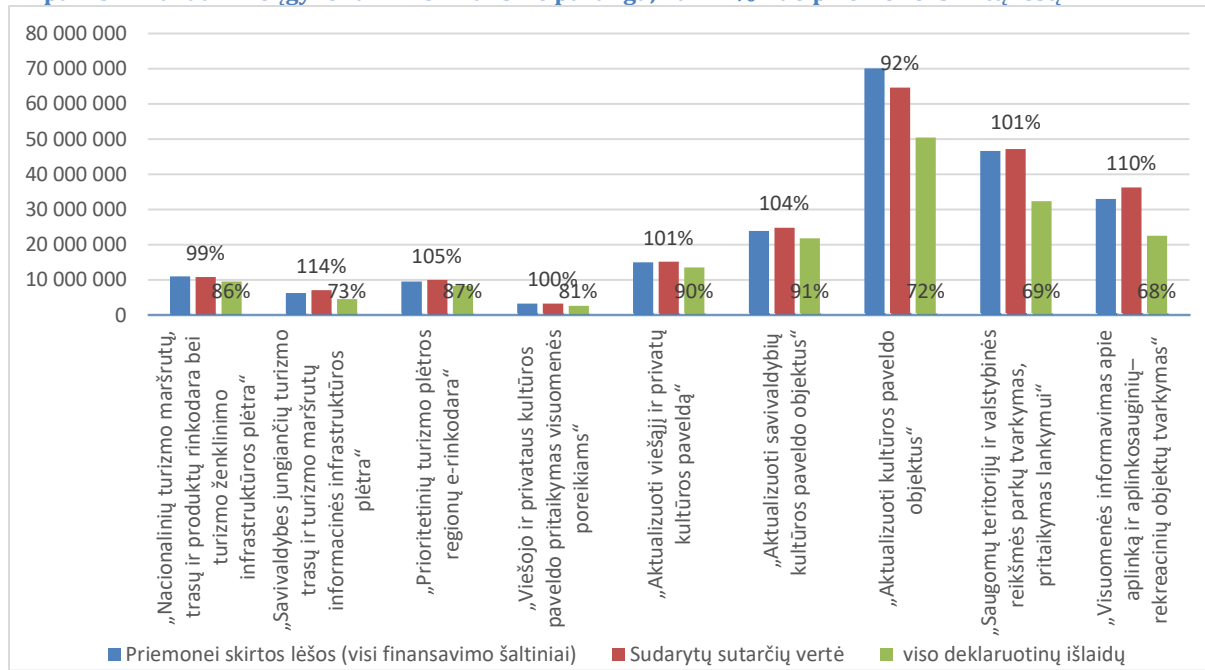


Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal SFMIS informaciją.

Vertinant EK deklaruotinių lėšų būklę 2022 m. pabaigoje, pripažinta deklaruotinomis EK lėšų pagal uždavinį bendra suma 165 mln. Eur ir tai sudaro 75 % uždaviniui skirtų lėšų. Lėčiausias lėšų panaudojimo tempas stebimas AM administruojamose priemonėse (69 %). Aplinkos ministerijos atstovės nuomone, tai lėmė per ilgas laiko tarpas tarp atliktų projektavimo darbų ir paskelbtų viešųjų pirkimų, vėliau turėjęs įtakos darbų kainos išaugimui. Kiek didesnė lėšų dalis panaudota pagal KM administruojamas priemones (79 %). Tarp KM priemonių išsiskiria priemonės Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“, pagal kurią įgyvendinami vieni didžiausių projektų, o pripažintų deklaruotinomis EK lėšų lygis – 72 % – yra mažesnis, lyginant su kitomis KM priemonėmis. Finansinės priemonės Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas

visuomenės poreikiams“ lėšų panaudojimo tempas – 81 % EIM administruojamų priemonių įgyvendinimo tempas 84 %, lėčiau panaudojamos lėšos pagal priemonę Nr. 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybes jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“.

17 pav. 5.4.1 uždavinio įgyvendinimo finansinė pažanga, Eur ir % nuo priemonei skirtų lėšų



Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal SFMIS ir priemonių įgyvendinimo planų informaciją.

2014–2020 m. Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos tarpiniame vertinime, kuris buvo atliktas 2019 m., pastebėta, kad tuo metu KM buvo viena iš lyderių pagal sudarytus projektų sąrašus ir paskelbtus kvietimus (96 % skirtų lėšų), sudarytos sutartys siekė 64 %, tačiau pagal mokėjimų rodiklį nuo bendro VP vidurkio atsiliko dvigubai. Minėtame vertinime nurodyta, kad lėtam ES fondų lėšų išmokėjimų procesui įtakos turėjo kultūros sektoriaus specifika (būtina atlikti paveldo tyrimus, kurie užima daug laiko), privačių paveldo objektų tvarkymą apsunkino nuosavybės klausimai (daugeliu atvejų, privatūs objektai priklauso ne vienam savininkui), taip pat regioninis investicijų planavimas, kultūros srities žmogiškųjų išteklių netolygumai ir nepakankami gebėjimai (dėl kultūros sektoriaus darbuotojų savivaldybių lygiu trūkumo ir gebėjimų stokos nėra pilnai išnaudojamos galimybės įgyvendinti projektus, ieškoti alternatyvių finansavimo būdų). Papildomai, priemonės Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ atveju, pradėjus įgyvendinti priemonę buvo susidurta su paklausos problema: paaiškėjo, kad nėra anksčiau planuoto investavimo į privatų kultūros paveldą poreikio ar tiek paveldo objektų, kuriuose būtų norima teikti ne viešąsias paslaugas). Paklausą mažino tai, kad potencialiems pareiškėjams, ketinantiems kultūros paveldo objektuose teikti ne viešąsias paslaugas, buvo nustatytos mažiau patrauklios sąlygos, lyginant su tais pareiškėjais, kurie po projekto įgyvendinimo teiks viešąją paslaugą (pavyzdžiui, per pusę mažesnė didžiausia galima projektui skirti finansavimo lėšų suma, griežtesni išlaidų tinkamumo apribojimai, remiant tik tvarkybos darbus)⁴⁶. KM vertinimu, ES fondų investicijų į kultūros paveldo objektus eigą apsunkino ir projektų vykdytojų nuosavų lėšų trūkumas. Neigiamą įtaką KM administruojamų konkursinių priemonių rezultatams galėjo daryti ir finansinės priemonės Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“ vėlavimas, kurios pirminis tikslas buvo teikti paskolas projektų vykdytojams, gavusiems subsidijas pagal kitas KM administruotas

⁴⁶ ESTEP, Visionary Analytics (2019), 2014–2020 m. Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos tarpinis vertinimas

priemonės. Vertinant projektų įgyvendinimo finansinius rezultatus 2022 m. pabaigoje pastebėta, kad investicijas gavę kultūros paveldo objektai pasivijo ir kai kuriais atvejais pralenkė tiek turizmo, tiek gamtos paveldo projektus. Lėšų trūkumo problema buvo išspręsta – savivaldybės jų projektams įgyvendinti skyrė papildomų lėšų, o dalį objektų teko „etapuoti“ – dalies veiklų atsisakyti, jas ketinant finansuoti kaip įgyvendintų projektų II etapų pagal analogiškas priemones 2021–2027 m. finansiniu laikotarpiu.

5.4.1 uždavinio rezultatyvumui vertinti veiksmų programoje buvo nustatytas 7 stebėsenos rodiklių rinkinys, kurį sudarė 4 produkto ir 3 rezultato rodikliai. Produkto rodiklis P.S.335 „Sutvarkyti, įrengti ir pritaikyti lankymui gamtos ir kultūros paveldo objektai ir teritorijos“ buvo įtrauktas į 5 prioriteto veiklos peržiūros planą, nes rodiklio pasiekimui buvo skirta 66 % prioriteto įgyvendinimui numatytų ERPF lėšų. Papildomai projektų įgyvendinimo stebėsenai nustatyti 6 nacionaliniai produkto rodikliai (3 AM administruojamoje priemonėje, 2 – EIM priemonėje, tačiau įgyvendinant VP vieno jų atsisakyta, ir 1 – KM priemonėje).

6 lentelė. 5.4 investicinio prioriteto rodiklių pasiekimo būklė 2022 m. gruodžio 31 d.

| Rodiklio nr. | Pavadinimas | Mato vnt. | Galutinis tikslas - VP pirminė redakcija | Galutinis tikslas - aktuali VP redakcija | Suplanuota priemonėse pagal PIP | Suplanuota sutartyse (dalis nuo siektinos reikšmės, numatytos VP) | Pasiekta iki 2022-12-31 (dalis nuo siektinos reikšmės, numatytos VP) |
|---|---|------------------------|--|--|---------------------------------|---|--|
| ERPF bendrieji ir specialieji programos produkto rodikliai | | | | | | | |
| P.B.209 | Numatomų apsilankymų remiamuose kultūros ir gamtos paveldo objektuose bei turistų traukos vietose skaičiaus padidėjimas | Apsilankymai per metus | 220 000 | 1 230 000 | 1 367 200 | 1 644 344 (135 %) | 398 884* (32 %) |
| P.S.335 | Sutvarkyti, įrengti ir pritaikyti lankymui gamtos ir kultūros paveldo objektai ir teritorijos | Skaičius | 65 | 177 | 193 | 229 (122 %) | 181 (81 %) |
| P.S.336 | Įgyvendintos visuomenės informavimo apie aplinką priemonės | Skaičius | 25 | 75 | 68 | 99 (132 %) | 68 (91 %) |
| P.S.337 | Įgyvendintos turizmo rinkodaros priemonės | Skaičius | 560 | 560 | 657 | 787 (141 %) | 705 (126 %) |
| Nacionaliniai produkto rodikliai | | | | | | | |
| P.N.074 | Pastatyti ir / ar atnaujinti aplinkosauginiai-rekreaciniai objektai | skaičius | 5 | 6 | 6 | 11 (183 %) | 5 (83 %) |
| R.N.072 | Lankytojų skaičiaus padidėjimas lankytojų centruose | % | 20 | 20 | 20 | - | 5 (2021-12-31, 25 %) |
| P.N.070 | Sutvarkyti valstybinės reikšmės parkai | Skaičius | 8 | 8 | 8 | 7 (88 %) | 4 (50 %) |

| Rodiklio nr. | Pavadinimas | Mato vnt. | Galutinis tikslas - VP pirminė redakcija | Galutinis tikslas - aktuali VP redakcija | Suplanuota priemonėse pagal PIP | Suplanuota sutartyse (dalis nuo siektinos reikšmės, numatytos VP) | Pasiekta iki 2022-12-31 (dalis nuo siektinos reikšmės, numatytos VP) |
|---|--|-----------|--|--|---------------------------------|---|--|
| P.N.305 | Pritraukta investicijų kultūros paveldo objektų pritaikymui | Eur | įtrauktas vėliau | 2420477 | 2420477 | 1736676 (72 %) | 916437 (38 %) |
| P.N.807 | Įrengti informaciniai kelio ženklai | skaičius | 120 | atsisakyta | 120** | - | - |
| P.N.817 | Įrengti ženklinimo infrastruktūros objektai | skaičius | 1150 | 5216 | 5216 | 6 536 (125 %) | 5944 (114 %) |
| ERPF specialieji programos rezultato rodikliai | | | | | | | |
| R.S.330 | Gerai informuotų apie aplinkos išteklius šalies gyventojų dalis | % | 65 | 65 | 65 | - | 76,7 (118 %) |
| R.S.331 | Lietuvos gyventojų, bent kartą per pastaruosius 12 mėn. apsilankusių kultūros paveldo objekte, dalis | % | 60 | 60 | 60 | - | 64 (107 %) |
| R.S.332 | Turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose | Skaičius | 4862000 | 3716859 | 3716859 | - | 3 163 935 (85 %) |

* Stebėsenos rodiklio pasiekimas skaičiuojamas projekto veiklų įgyvendinimo pabaigoje.

**Aktualioje PIP versijoje rodiklis nenumatytas.

Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal SFMIS, priemonių įgyvendinimo planų ir VP informaciją.

3 iš 4 VP produkto rodiklių siektinos reikšmės ženkliai padidėjo VP įgyvendinimo metu: rodiklio P.B.209 „Numatomų apsilankymų remiamuose kultūros ir gamtos paveldo objektuose bei turistų traukos vietose skaičiaus padidėjimas“ reikšmė padidėjo beveik 6 kartus (nuo 220 tūkst. iki 1,23 mln. apsilankymų, rodiklio siekia AM ir KM administruojamos priemonės), rodiklio P.S.335 „Sutvarkyti, įrengti ir pritaikyti lankymui gamtos ir kultūros paveldo objektai ir teritorijos“ – 3 kartus (nuo 65 iki 177 objektų, rodiklio siekia AM ir KM administruojamos priemonės), rodiklio P.S.336 „Įgyvendintos visuomenės informavimo apie aplinką priemonės“ – 3 kartus (nuo 25 iki 75 priemonių, rodiklio siekia AM administruojamos priemonės)⁴⁷. Tiek KM, tiek AM nurodė, kad stebėsenos rodiklių siektinos reikšmės keitėsi dėl netikslaus potencialių pareiškėjų planavimo ir jų vis teiktų patikslinimų.

Nacionalinių rodiklių reikšmės keitėsi nežymiai (išskyrus EIM rodiklį P.N.817 „Įrengti ženklinimo infrastruktūros objektai“), o rezultato rodiklių reikšmės – nesikeitė.

Vertinant rezultato rodikliams nustatytų siektinų reikšmių pasiekimą, pažymėtina, kad 2 iš 3 rezultato rodiklių reikšmės nustatomos atliekant apklausas, ir SFMIS nurodytos pasiektos reikšmės, viršijančios

⁴⁷ Lyginama konkretaus rezultato rodiklio siektina reikšmė, nurodyta vertinimo metu aktualioje VP versijoje (patvirtintoje 2023 m. kovo 29 d. Europos Komisijos sprendimu Nr. C(2023)2326), su reikšme, nurodyta pirminėje VP versijoje (patvirtintoje 2014 m. rugsėjo 8 d.).

nustatytas siektinas reikšmės, nėra aktualios (rodiklio R.S.330 „Gerai informuotų apie aplinkos išteklius šalies gyventojų dalis“ atveju – 2020 m. pabaiga, rodiklio R.S.331 „Lietuvos gyventojų, bent kartą per pastaruosius 12 mėn. apsilankusių kultūros paveldo objekte, dalis atveju – 2017 m. pabaiga), todėl įgyvendintų ES fondų investicijų poveikį jų reikšmėms įvertinti sudėtinga. Pažymėtina, kad rodikliu R.S.330 „Gerai informuotų apie aplinkos išteklius šalies gyventojų dalis“ siekiama itin žemo pokyčio (2011 m. gerai informuotos apie aplinką visuomenės dalis buvo 55 %, 2014 m. – 61 %, o 2023 m. planuojama pasiekti 65 %), lyginant su skiriamomis ES fondų investicijomis (per metus vidutiniškai AM informacinėms veikloms skiriama 1,5 mln. Eur). Rodiklio R.S.332 „Turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“ siektina reikšmė VP įgyvendinimo metu dėl apribojimų, taikytų COVID-19 pandemijos metu, poveikio buvo mažinama, ir jos pasiekimas yra 85 %.

4.2 5.4.1. VP UŽDAVINIO INTERVENCIJŲ EFEKTYVUMAS

Šiame poskyryje atsakoma į TS 9.1.7 klausimą „Ar Veiksmų programos priemonės sukurtos turizmo ištekliams, turizmo produktams, paslaugoms ir infrastruktūrai buvo efektyvios? Ar investicijos sukūrė optimalų rezultatą? Ką buvo galima padaryti geriau?“

Nagrinėjant 5.4.1 uždavinio priemonių planavimo dokumentus, atkreiptinas dėmesys į investicijų planavimo trūkumus: rodiklio P.S.335 „Sutvarkyti, įrengti ir pritaikyti lankymui gamtos ir kultūros paveldo objektai ir teritorijos“ siektina reikšmė padidėjo 2,7 karto (priemonei Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 priskirta šio rodiklio reikšmė išaugo daugiausiai – 4 kartus), rodiklio P.S.336 „Įgyvendintos visuomenės informavimo apie aplinką priemonės“ išaugo 3 kartus (priemonės Nr. 05.4.1-APVA-V-016 šio rodiklio reikšmė išaugo net 7,6 karto), o rodiklio P.B.209 „Numatomų apsilankymų remiamuose kultūros ir gamtos paveldo objektuose bei turistų traukos vietose skaičiaus padidėjimas“ siektina reikšmė padidėjo 5,6 karto (priemonei Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 priskirta šio rodiklio reikšmė išaugo net 16 kartų), nors priemonėms finansuoti skirtų lėšų suma iš esmės nepasikeitė. Tiek KM, tiek AM nurodė, kad šios reikšmės keitėsi dėl potencialių pareiškėjų pateiktų tikslinimų.

Atsižvelgiant į tai, kad siektinos stebėsenos rodiklių reikšmės didėjo, ir iki 2022 m. pabaigos pasiekti rezultatai viršijo Turizmo programoje numatytus vertinimo kriterijus, galima apibendrinti, kad srityse, kurioms buvo numatytas finansavimas, investicijos buvo efektyvios ir prisidėjo prie laikotarpio pradžioje identifikuotų problemų ir planuotų pokyčių pasiekimo. Tačiau būtina pažymėti, kad 5.4.1 uždavinio investicijos (i) nebuvo tiesiogiai nukreiptos turizmo sektoriaus poreikiams tenkinti, (ii) turizmo sektoriaus poreikiai, su kuriais jos buvo susijusios, apėmė tik dalį turizmo sektoriaus poreikių (detaliau žr. 0 dalį).

Dėl tokios didelės siektinų reikšmių dinamikos sudėtinga įvertinti, ar investicijos sukūrė optimalų rezultatą. Susidaro įspūdis, kad dalis investicijų buvo skirtos ne konkrečioms iš anksto žinomiems poreikiams ar prioritetams tenkinti (pavyzdžiui, prioritetinėms turizmo plėtros savivaldybėms ir jose kuriamo turistų traukos klasterio spragoms šalinti, daugiausiai lankytojų sulaukiantiems gamtos ar kultūros paveldo objektams), o už tam tikrą viešosios politikos sritį atsakingoms ir daug objektų valdančioms organizacijoms (savivaldybėms, neprioretizuojant tų, kuriose gausu paveldo objektų, Valstybinei saugomų teritorijų tarnybai), kurios konkrečius investavimo prioritetus ir poreikius identifiko jau projektų įgyvendinimo metu pagal skirtą lėšų krepšelį. Toks projektų planavimo būdas neskatinio efektyviai naudoti lėšų, o investicijos nebūtinai pasiekė pačius populiariausius, į turistinius maršrutus įtrauktus objektus, kurie prisideda prie su turizmo paslaugų pridėtinės vertės konkrečioje teritorijoje kūrimo. Siūlytina ateityje, planuojant šiam tikslui skiriamas savivaldybėms lėšas, atsižvelgti į jų teritorijoje esančių paveldo objektų skaičių ir lėšas nukreipti į konkrečių spragų taisymą.

Pagal 5.4.1. uždavinį įgyvendintų priemonių pasiektą rezultatą turizmo srityje iliustruoja du rodikliai R.S.332 „Turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“ ir

R.N.072 „Lankytojų skaičiaus padidėjimas lankytojų centruose“. Iki 2022 m. pabaigos rodiklio R.S.332 „Turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“ siektina reikšmė pasiekta 85 % (3 163 935 lankytojų, kai siektina reikšmė – 3 716 859) ir R.N.072 „Lankytojų skaičiaus padidėjimas lankytojų centruose“ (5 % padidėjimas⁴⁸, kai siektina reikšmė yra 20 %).

Rodiklis R.S.332 „Turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“ buvo priskirtas EIM administruojamoms priemonėms Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“, Nr. 05.4.1-LVPA-V-812 „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklavimo infrastruktūros plėtra“ ir Nr. 05.4.1-LVPA-R-821 „Savivaldybės jungiančių turizmo trasų ir turizmo maršrutų informacinės infrastruktūros plėtra“. Rodiklio R.S.332 „Turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“ reikšmės dinamika palyginta su bendra turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičiaus visose savivaldybėse dinamika⁴⁹. Vadovaujantis Valstybės duomenų agentūros duomenimis, 2012–2022 m. laikotarpiu bendras turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius (rodiklis „Turistų skaičius apgyvendinimo įstaigose“) padidėjo 82 %, kai tas pats rodiklis prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose padidėjo 74 %. Daroma išvada, kad vykdytų priemonių (tiek finansuotų ES fondų lėšomis, tiek nacionalinėmis lėšomis) rinkinys nebuvo pakankamas prioritetinių turizmo plėtros regionų pozicijai ir patrauklumui sustiprinti kitų savivaldybių atžvilgiu. Ateityje, atsižvelgiant į turizmo sektoriaus horizontalumą, siūlytina EIM užtikrinti prioritetinių sričių ir investavimo prioritetų suderinimą tarp skirtingų ministerijų, finansuojančių su turizmu susijusias veiklas (KM, AM, SM, VRM ir ŽŪM).

Rodiklio R.N.072 „Lankytojų skaičiaus padidėjimas lankytojų centruose“ reikšmė dar nepasiekta – iki 2021 m. pabaigos pasiektas 5 % padidėjimas, 2022 m. pabaigos duomenys SFMIS neįvesti. Tikėtina, kad ši reikšmė augs, nes 2023 m. tęsiamas dalies priemonės Nr. 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ projektų įgyvendinimas.

⁴⁸ SFMIS nurodyta 2021 m. gruodžio 31 d. reikšmė, 2022 m. gruodžio 31 d. ji nebuvo atnaujinta.

⁴⁹ Vadovaujantis stebėsenos rodiklio aprašu, rodiklio reikšmė skaičiuojama pagal Valstybės duomenų agentūros skelbiamą rodiklį „Turistų skaičius apgyvendinimo įstaigose“, jį išskaičiuojant iš turistų skaičiaus apgyvendinimo įstaigose išskaičiuojant turistų (užsienio ir vietos) skaičių apgyvendinimo įstaigose prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose (patvirtintas 2014 m. gruodžio 30 d. Finansų ministro įsakymas Nr. 1K-499 „Dėl 2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos stebėsenos rodiklių skaičiavimo aprašo patvirtinimo“). Pradinės reikšmės metai – 2012 m.

5 2014–2020 M. VP PRIEMONIŲ TURIZMO SEKTORIUJE POVEIKIO VERTINIMAS

5.1 POVEIKIS KONKURENCINGUMUI

Šiame poskyryje atsakoma į TS 9.1.3 klausimą „Ar investicijos turėjo poveikį turizmo sektoriaus konkurencingumui trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu? Kokį ir kodėl?“

Šios ataskaitos 1.2.1 poskyryje 2 paveiksle pateiktas 2014–2020 m. ES investicijų poveikio turizmo sektoriui poveikio intervencinės logikos modelis, sudarytas remiantis ES fondų investicijų programavimo dokumentais ir tarptautinių organizacijų siūlomais taikyti turizmo konkurencingumo vertinimo rodikliais. Jame numatyta VP priemonių poveikį turizmo sektoriaus konkurencingumui įvertinti pasitelkiant 5 rodiklius:

- Turizmo sektoriaus sukuriama pridėtinė vertė pokytis;
- Turizmo paslaugų eksporto pokytis;
- Nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įstaigose pokytis;
- Su turizmu susijusių darbo vietų pokytis;
- Sezoniškumo įtakos sumažėjimas.

Turizmo sektoriaus sukuriama pridėtinė vertė pokytis. Kaip rodo turizmo sektoriaus situacijos analizė (šios ataskaitos 2 skyrius), turizmo sektoriuje sukuriama pridėtinė vertė 2014–2019 m. palaipsniui augo (nuo 1,96 mlrd. Eur 2014 m. iki 2,9 mlrd. Eur 2019 m.), tačiau turizmo produkcijos dalis palyginus su bendrąja produkcija – mažėjo (nuo 3,07 % 2014 m. iki 2,9 % 2019 m.). 2020 m. turizmo sektoriaus pridėtinė vertė stipriai sumažėjo ir nors 2021 m. vėl padidėjo, tačiau turizmo produkcija siekė 73 %, o turizmo pridėtinė vertė 69 % 2019 m. lygio. Rodiklių sumažėjimą lėmė dėl COVID-19 pandemijos ženkliai kritusios vietinių bei atvykusių turistų išlaidos Lietuvoje.

VP priemonių įgyvendinimas turėjo ribotą poveikį turizmo sektoriaus pridėtinės vertės pokyčiui. Remiantis anksčiau atliktais makroekonominio modeliavimo skaičiavimais⁵⁰, kurie rodė, kad dėka 2014–2020 m. ES fondų investicijų turizmo srityje skurtas papildomas BVP 2,03 karto viršys projektams skirtą finansavimą, galima teigti, kad analizuotų priemonių įgyvendinimas per laikotarpį nuo investicijų pradžios iki 2030 m. sukurs apie 442,2 mln. Eur papildomo BVP arba vidutiniškai 1 proc. punktu didins turizmo sektoriaus sukuriamą pridėtinę vertę. Kadangi 2014–2020 m. ES fondų investicijomis buvo veikiama paklausos pusė (investuojama į fizinės infrastruktūros lygį), trūko intervencijų, nukreiptų į pasiūlos pusės skatinimą (žmogiškųjų išteklių plėtrą, inovacijas), todėl pasibaigus VP įgyvendinimui, makroekonominis investicijų poveikis slopsta.

Įgyvendintos VP priemonės turizmo sektoriaus pridėtinę vertę galėjo didinti teikiant finansavimą projektams, skirtiems kultūros paveldo objektų tvarkymui bei įmonėms, kurių veikla susijusi su apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų teikimu bei kelionių organizavimu.⁵¹

⁵⁰ BGI Consulting (2017), Ūkio ministerijos kompetencijai priskirtu, bendrai finansuojamų iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšų, ekonomikos sektorių būklės pokyčių vertinimas.

⁵¹ Pagal EVRK 2 red. minėti projektai apima šias turizmui būdingas ekonominės veiklos rūšis: Apgyvendinimo veikla (55), Maitinimo ir gėrimų teikimo veikla (56), Kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių, išankstinio užsakymo paslaugų ir susijusi veikla (79), Meninė, pramoginė ir poilsio organizavimo veikla (90, 91, 92, 93).

Kultūrinės veiklos srityje buvo įgyvendinamos KM priemonės Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“, Nr. 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“, Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“ ir Nr. 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“. Pagal šias priemones įgyvendinami 92 projektai, kuriais investuojama į kultūriniam turizmui priskirtinos viešosios ir privačios infrastruktūros objektų – kultūros paveldo – tvarkybą. Atkreiptinas dėmesys, kad šios priemonės skirtos kultūros paveldo objektų kompleksiniam sutvarkymui bei pritaikymui kultūrinėms ir su jomis susijusioms edukacinėms, ekonominėms, socialinėms ir panašioms reikmėms, kitaip tariant investicijoms į infrastruktūrą, todėl tikėtina, kad šios investicijos galėjo prisidėti prie kultūrinės veiklos sukuriamos pridėtinės vertės, tačiau indėlis labiau netiesioginis, nes sukuriama pridėtinė vertė priklauso nuo tinkamo sutvarkytų objektų panaudojimo kultūrinei veiklai, o rodikliai, kurie leistų įvertinti sukurtą pridėtinę vertę (pavyzdžiui, objektuose suorganizuotų renginių skaičius, renginių metu iš parduotų bilietų gautos lėšos, edukacinių užsiėmimų metu gautos lėšos ir pan.), numatyti nebuvo.

Vertinant VP indėlį į **apgyvendinimo įstaigų** sukuriamą pridėtinę vertę, pagal 5 VP priemones (Nr. 03.3.2-LVPA-K-837 „Eco-inovacijos LT+“; Nr. 03.3.1-LVPA-K-803 „Regio Invest LT+“; Nr. 03.2.1-LVPA-K-801 „Naujos galimybės LT“, Nr. 13.1.1-LVPA-K-860 „E. komercijos modelis COVID-19“ ir Nr. 13.1.1-LVPA-K-861 „Kūrybiniai čekiai COVID-19“) buvo įgyvendinami 37 apgyvendinimo įstaigų projektai. Pagal pirmąsias dvi priemones įgyvendinamuose projektuose buvo investuojama į eko-inovacijas, kad teikiant paslaugas būtų sunaudojama mažiau žaliavų ir energijos bei kitų modernių technologijų diegimą, leisiantį teikti vartotojui patrauklias paslaugas. Įgyvendinant priemonę „Naujos galimybės LT“ buvo įgyvendinami projektai, skirti dalyvavimui tarptautinėse parodose, siekiant atrasti ir pritraukti naujas rinkas. Įgyvendinant priemonę „E. komercijos modelis COVID-19“ buvo įgyvendinami projektai, kuriais MVĮ diegė E. komercijos modelius, skaitmenizavo klientų savitarnos sprendimus produktų ir paslaugų elektroninėse prekybos platformose, įskaitant paslaugų užsakymų valdymo sprendimus. Įgyvendinant priemonę „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ MVĮ diegė originalius produktų sprendimus (t. y. netechnologines inovacijas, pavyzdžiui, investavo į dizaino ir rinkodaros inovacijų diegimą, inovatyvių produktų vystymą). Minėtus 37 projektus pagal 5 VP priemones įgyvendino 31 unikali apgyvendinimo įstaiga, o tai sudaro 0,7 % visų apgyvendinimo įstaigų (Lietuvoje 2022 m. Valstybės duomenų agentūros duomenimis, buvo registruota 4 580 apgyvendinimo įstaigų⁵²). Dėl šios priežasties VP priemonių indėlis į apgyvendinimo įstaigų sukuriamą pridėtinę vertę šalies mastu yra minimalus.

Vertinant VP indėlį į **maitinimo įstaigų** sukuriamą pridėtinę vertę, pagal 2 VP priemones (Nr. 13.1.1-LVPA-K-860 „E. komercijos modelis COVID-19“ ir Nr. 13.1.1-LVPA-K-861 „Kūrybiniai čekiai COVID-19“) buvo įgyvendinami 77 maitinimo įstaigų projektai. Juos įgyvendino 67 unikalios maitinimo įstaigos, kurios sudaro beveik 2 % nuo visų maitinimo ir gėrimų teikimo veikla užsiimančių įmonių (VDA duomenimis, Lietuvoje 2022 m. buvo registruota 3 501 maitinimo ir gėrimų teikimo veikla užimanti įmonė⁵³). Atsižvelgiant į tai, VP priemonių indėlis į maitinimo įstaigų sukuriamą pridėtinę vertę šalies mastu yra minimalus.

Vertinant VP indėlį į **kelionių organizatorių** sukuriamą pridėtinę vertę, paminėtina, kad projektus pagal analizuotas VP priemones įgyvendino 45 įmonės, kurios užsiima kelionių organizavimu, kurios sudarė 13 % nuo visų Lietuvoje veikiančių kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių įmonių skaičiaus (VDA duomenimis, 2022 m. kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių įmonių skaičius buvo 340⁵⁴). Atsižvelgiant į tai, VP priemonių indėlis į kelionių organizatorių sukuriamą pridėtinę vertę šalies mastu yra ribotas. Šios įmonės įgyvendino 62 projektus pagal 4 priemones: Nr. 01.2.1-MITA-T-824 „Inovaciniai čekiai“, Nr. 03.2.1-LVPA-K-801 „Naujos galimybės LT“, Nr. 13.1.1-LVPA-K-860 „E. komercijos modelis

⁵² VDA, turizmo statistika, apgyvendinimo įstaigų rodikliai, rodiklis „Apgyvendinimo įstaigų skaičius“.

⁵³ VDA, verslo statistika, rodiklis „Veikiančių įmonių skaičius metų pradžioje“.

⁵⁴ VDA, turizmo statistika, kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių rodikliai, rodiklis „Kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių įmonių skaičius“.

COVID-19“ ir Nr. 13.1.1-LVPA-K-861 „Kūrybiniai čekiai COVID-19“. Dauguma projektų yra susiję su E. komercijos modelių diegimu bei investicijomis į dizaino ir rinkodaros inovacijas.

Turizmo paslaugų eksporto pokytis. Kaip rodo Lietuvos banko duomenys, 2014–2019 m. turizmo paslaugų eksportas absoliučia suma nuolat augo, tačiau jo dalis, lyginant su visų paslaugų eksportu, mažėjo nuo beveik 18 % 2014 m. iki 11 % 2019 m. 2020–2021 m. buvo stebimas dar didesnis turizmo paslaugų eksporto sumažėjimas iki 3,7 %, kuris 2022 m. padidėjo iki 6,5 %. Pastebėtina, kad nepaisant turizmo paslaugų eksporto sumažėjimo absoliučia suma 2020 m., turizmo paslaugų suma nuolat augo, o augimas, tikėtina, daugiausiai buvo nulemtas padidėjusių kainų. Tačiau turizmo paslaugų dalis nuolat mažėja, o tai rodo, kad kitų paslaugų sektorių plėtra yra spartesnė ir sėkmingesnė.

Turizmo eksporto paslaugų srityje vieni iš svarbiausių veikėjų yra kelionių organizatoriai. Jie užtikrina atvykstantį turizmą į Lietuvą. Organizuoja turistines keliones grupėms ir pavieniams keliautojams, taip pat tarpininkauja tarp užsakovų: užsienio kelionių organizatorių ar individualių turistų bei vietinių paslaugų teikėjų. Jų sėkminga veikla taip pat generuoja pajamas apgyvendinimo ir maitinimo įstaigoms, transporto bendrovėms, gidams bei kitiems paslaugų tiekėjams⁵⁵. Kaip minėta, projektus pagal VP priemones įgyvendino 45 įmonės, kurios užsiima kelionių organizavimu, kurios sudarė 13 % nuo visų Lietuvoje veikiančių kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių įmonių skaičiaus. Projektus pagal VP priemones įgyvendino 31 unikali apgyvendinimo įstaiga, o tai sudaro 0,7 % visų apgyvendinimo įstaigų. Pagal aktualias VP priemones įgyvendintų projektų analizė rodo, kad VP priemonės galėjo turėti labai mažą tiesioginį poveikį turizmo paslaugų eksportui, nes finansavimą projektų įgyvendinimui gavo tik 13 % kelionių organizatorių ir mažiau nei 1 % apgyvendinimo įstaigų, kurios yra vienos iš svarbiausių veikėjų turizmo eksporto paslaugų srityje.

Nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įstaigose pokytis. Bendrai Lietuvos mastu, nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose 2014–2019 m. augo nuo beveik 6,5 mln. iki beveik 9 mln. 2019 m. 2020–2021 m. dėl COVID-19 pandemijos nakvynių skaičius sumažėjo iki 5 mln., o 2022 m. išaugo iki 8 mln.

Įgyvendintos priemonės turėjo poveikį nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įstaigose pokyčiui. Tiesioginį poveikį turėjo priemonė „Regio Invest LT+“, pagal kurią buvo įgyvendinti keli su sveikatos turizmo plėtra susiję projektai Druskininkų, Palangos ir Neringos savivaldybėse, sukurta nauja apgyvendinimo ir sveikatinimo paslaugas teikianti infrastruktūra.

Netiesioginį teigiamą poveikį nakvynių skaičiaus augimui taip pat turėjo visos įgyvendintos rinkodaros priemonės. Rinkodara yra vienas svarbiausių elementų skatinant keliautojų apsisprendimą atvykti į šalį arba keliauti šalies viduje. Šalies pozicionavimas ir pakankama jo sklaida tinkamuose kanaluose leidžia užtikrinti potencialių keliautojų susidomėjimą Lietuva, kaip turistine vietove, o tai tiesiogiai veikia ir nakvynių skaičių apgyvendinimo įstaigose. 2014–2020 m. ES fondų lėšomis buvo įgyvendintos 3 priemonės, kurios yra nukreiptos į turizmo rinkodarą (Nr. 05.4.1-LVPA-V-812 „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklinimo infrastruktūros plėtra“, Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ ir Nr. 13.1.1-LVPA-K-861 „Kūrybiniai čekiai COVID-19“).

Įgyvendinant priemonę „Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklinimo infrastruktūros plėtra“ vienintelis galimas priemonės pareiškėjas – VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ – įgyvendino 12 Lietuvos gamtos ir kultūros paveldo objektus pristatančių projektų, kurių kiekvienas buvo nukreiptas į skirtingų šalių (Lenkijos, Italijos, Prancūzijos, Ispanijos, Belgijos, Nyderlandų, Švedijos, Suomijos, Norvegijos, Danijos, Vokietijos, Jungtinės Karalystės, Izraelio, Kinijos ir Japonijos) bei regionų atvykstantojo turizmo rinkas ir jų poreikius. 4 projektų metu sukurtas turinys buvo adresuotas ir Lietuvos arba vietinio turizmo rinkai.

⁵⁵ VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ turizmo plėtros tyrimas.

Vertinant turistų nakvynių skaičių apgyvendinimo įstaigose pagal atvykimo šalį, matyti, kad nakvynių skaičius iš prioritetinių turizmo rinkų Lietuvoje 2014–2019 m. augo pagal daugelį šalių, išskyrus Norvegiją, iš kurios atvykstančių turistų nakvynių skaičius nuo 2015 m. mažėjo. 2020–2021 m. nakvynių skaičius sumažėjo, o 2022 m. vėl pradėjo augti. Po COVID-19 pandemijos, mažiausiu tempu atsigauna turistų iš Vokietijos, Italijos, Kinijos ir Japonijos nakvynių skaičius. Atsižvelgiant į tai, kad 7 projektai pagal šią priemonę pradėti įgyvendinti 2016 m., 4 projektai – 2018 m., o 1 projektas 2020 m., daugiausiai įtakos vykdomi projektai galėjo turėti 2016–2019 m. laikotarpiu, 2020–2021 m. sumažėjimas buvo nulemtas COVID-19 pandemijos. Kadangi 4 projektai buvo užbaigti iki 2021 m. pabaigos, todėl tikėtina, kad VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ vykdomi projektai, prisidėjo ir prie nakvynių skaičiaus augimo 2022 m.

7 lentelė. Nakvynių skaičiaus pokytis 2014–2022 m. pagal atvykimo šalį

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2014–2022 |
|--------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-----------|
| Belgija | 19 235 | 23 580 | 26 627 | 27 384 | 34 681 | 37 372 | 13 558 | 16 319 | 24 895 | |
| Danija | 39 249 | 44 178 | 57 155 | 57 920 | 65 885 | 60 647 | 13 135 | 26 422 | 44 840 | |
| Vokietija | 392 855 | 406 530 | 435 191 | 445 000 | 509 978 | 544 536 | 132 868 | 130 625 | 223 531 | |
| Ispanija | 46 259 | 54 201 | 79 378 | 70 478 | 86 685 | 92 802 | 29 313 | 39 400 | 66 899 | |
| Prancūzija | 49 506 | 57 038 | 78 089 | 70 437 | 75 964 | 93 248 | 18 611 | 29 627 | 49 434 | |
| Italija | 70 932 | 104 812 | 85 019 | 82 692 | 91 234 | 98 795 | 29 284 | 40 668 | 49 434 | |
| Nyderlandai | 28 673 | 33 813 | 40 632 | 49 717 | 46 098 | 57 937 | 14 269 | 18 169 | 39 369 | |
| Lenkija | 253 122 | 271 744 | 298 901 | 330 530 | 348 150 | 385 985 | 99 747 | 125 800 | 267 794 | |
| Suomija | 58 865 | 62 973 | 65 532 | 68 486 | 76 246 | 97 151 | 31 512 | 15 293 | 49 765 | |
| Švedija | 47 353 | 63 173 | 66 748 | 68 519 | 74 137 | 73 408 | 12 690 | 19 855 | 41 293 | |
| Jungtinė Karalystė | 99 569 | 105 578 | 120 131 | 136 795 | 159 601 | 168 057 | 59 197 | 62 493 | 138 487 | |
| Norvegija | 70 318 | 99 194 | 87 963 | 75 462 | 76 121 | 76 163 | 16 740 | 20 323 | 47 761 | |
| Kinija | 11 339 | 18 025 | 20 256 | 28 337 | 31 430 | 34 342 | 3 349 | 1 996 | 3 951 | |
| Japonija | 22 649 | 32 793 | 34 707 | 37 412 | 46 192 | 44 573 | 3 736 | 1 341 | 3 511 | |
| Izraelis | 50 221 | 54 081 | 77 906 | 95 114 | 116 885 | 144 024 | 7 134 | 26 014 | 108 544 | |

Šaltinis: sudaryta vertintojų, remiantis VDA duomenimis

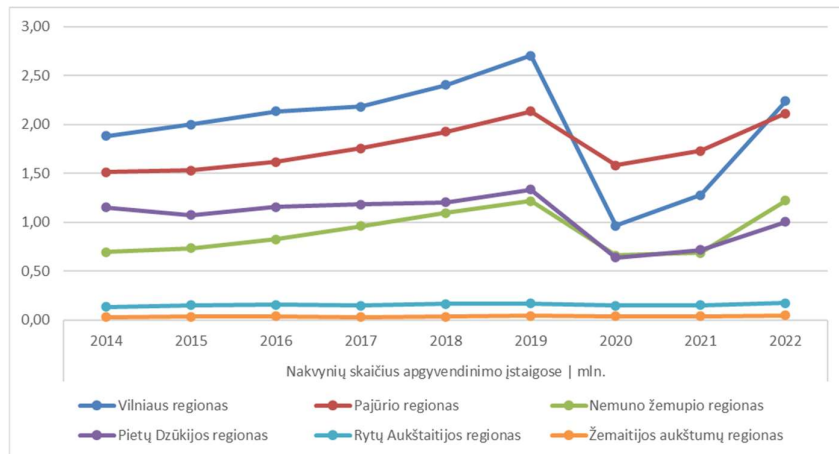
Įgyvendinat priemonę „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ įgyvendinami 46 projektai. Projektų veiklos nukreiptos išskirtinai į prioritetinius turizmo plėtros regionus ir juose esančių kultūros ir gamtos paveldo objektų e-rinkodarą. Priemone buvo finansuojamas skirtingų e-rinkodaros priemonių, tokių kaip internetinių svetainių, rinkodaros socialiniuose tinkluose, vaizdinės reklamos, mobiliosios rinkodaros, el. knygų ir kitų el. leidinių, nuotraukų ir 3D turų, instrukcijų ir vadovų, garso, vaizdo priemonių ir t.t., kūrimas. Projektus, finansuotus pagal šią priemonę, įgyvendina savivaldybių administracijos ir asociacijos. Įgyvendinant projektus iki 2022 m. pabaigos, buvo įgyvendintos 295 rinkodaros priemonės.

Nakvynės visuose 6 prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose⁵⁶ 2014–2022 m. sudarė apie 85 % visų nakvynių Lietuvoje. Kaip ir bendras nakvynių Lietuvoje, taip ir nakvynių prioritetiniuose regionuose skaičius 2020–2021 m. sumažėjo dėl COVID-19 pandemijos. Kiek išsiskiria Rytų Aukštaitijos ir Žemaitijos aukštumų regionai, nes juose nakvynių skaičius 2021–2022 m. sumažėjo ne taip ženkliai kaip kituose regionuose. 2022 m. nakvynių skaičius Vilniaus regione sudarė 33 % (visu analizuojamu laikotarpiu svyravo apie 35-36 %, o COVID-19 pandemijos laikotarpiu buvo sumažėję iki 24 %) visų prioritetinių regionų nakvynių, Pajūrio regione – 31 % (COVID-19 pandemijos laikotarpiu buvo išaugę

⁵⁶ **Vilniaus regionas**, apimantis Vilniaus miesto, Vilniaus rajono, Širvintų rajono, Trakų rajono savivaldybes; **Pajūrio regionas**, apimantis Klaipėdos miesto, Klaipėdos rajono, Palangos miesto, Kretingos rajono, Neringos, Šilutės rajono savivaldybes; **Nemuno žemupio regionas**, apimantis Kauno miesto, Kauno rajono, Birštono, Kaišiadorių rajono, Jurbarko rajono, Šakių rajono, Prienų rajono savivaldybes; **Pietų Dzūkijos regionas**, apimantis Druskininkų, Lazdijų rajono, Varėnos rajono savivaldybes; **Rytų Aukštaitijos regionas**, apimantis Zarasų rajono, Ignalinos rajono, Utenos rajono, Anykščių rajono, Molėtų rajono savivaldybes; **Žemaitijos aukštumų regionas**, apimantis Telšių rajono, Plungės rajono savivaldybes.

iki 39 %), o Pietų Dzūkijos regione – 15 % (pastebėtina, kad šio regiono nakvynių dalis 2014–2022 m. palaipsniui mažėjo nuo 21 % 2014 m.).

18 pav. Nakvynių skaičiaus pokytis prioritetiniuose turizmo regionuose



Šaltinis: sudaryta vertintojų, remiantis VDA duomenimis.

Tikėtina, kad įgyvendinti e-rinkodaros projektai prisidėjo prie turistų nakvynių skaičiaus augimo nuo 2016 m. iki 2019 m. (kadangi pusė projektų buvo pradėti įgyvendinti 2016 m. ir užbaigti 2018–2019 m.), tačiau, kaip buvo pastebėta VP priemonių tinkamumo ir pakankamumo analizėje (šios ataskaitos 3.1.6 poskyryje), ne visos naujai sukurtos e-rinkodaros priemonės buvo kokybiškos ir pritraukė planuotą turistų dėmesį. Tai riboja šių priemonių poveikį.

Įgyvendinant priemonę „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ MVĮ diegė originalius produktų sprendimus, investavo į dizaino ir rinkodaros inovacijų diegimą, inovatyvių produktų vystymą. Nors priemonė buvo taikoma bendrai MVĮ (neiškiriant turizmo sektoriaus MVĮ), tačiau projektus pagal šią priemonę įgyvendino 61 MVĮ, kurios veikla yra susijusi su turizmo sektoriumi. Nors projektų skaičiumi ši priemonė lenkia kitas priemones, tačiau jos poveikis nakvynių skaičiaus pokyčiui apgyvendinimo įstaigose yra ribotas dėl dviejų priežasčių. Pirma, projektus įgyvendino tik vos 1,2 % MVĮ nuo visų MVĮ, kurios yra susijusios su turizmu⁵⁷. Antra, projektai pradėti įgyvendinti tik 2021 m. pabaigoje – 2022 m. pradžioje, todėl įtakos rodiklio pokyčiui galėjo turėti tik 2022 m.

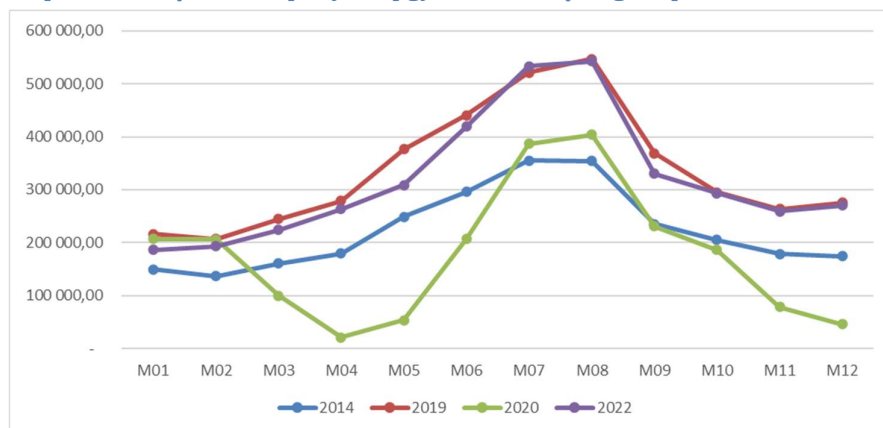
Su turizmu susijusių darbo vietų pokytis. Kaip rodo turizmo sektoriaus situacijos analizė, 2014–2019 m. dirbančiųjų turizme skaičius augo ir 2019 m. siekė 51,4 tūkst. 2020 m. dėl COVID-19 pandemijos dirbančiųjų skaičius sumažėjo 13 %. 2021 m. dirbančiųjų skaičius turizme pradėjo augti ir siekė 46,1 tūkst. (90 % 2019 m. lygio). Iš analizuotų 1, 3 ir 5 VP prioritetų priemonių, prisidedančių prie turizmo sektoriaus plėtros, tik pagal priemonę „Regio Invest LT+“ įgyvendinamuose projektuose buvo stebimas rodiklis dėl darbo vietų kūrimo. Remiantis SFMIS informacija, dėka 4 turizmo projektų, finansuotų pagal priemonę „Regio Invest LT+“ Lietuvos regionuose buvo sukurta 190 naujų ilgalaikių darbo vietų. Nors bendrame šalies kontekste tai sudaryto tik 0,4 % visų dirbančiųjų turizme, tačiau įvertinant projektų skaičių ir dėka jų sukurtų naujų darbo vietų rezultatą (vidutiniškai po 48 darbo vietas), galima teigti, kad projektų poveikis darbo vietų kūrimui regionuose buvo reikšmingas. Naujos nuolatinės darbo vietos buvo kuriamos ir įgyvendinant KM priemones, pagal kurias buvo finansuoti kultūros paveldo objektų

⁵⁷ Vadovaujantis Valstybės duomenų agentūros skelbiama informacija, MVĮ, kurios gali būti susijusios su turizmu, 2022 m. pradžioje buvo apie 5,3 tūkst. (Rodiklis „Veikiančių įmonių skaičius metų pradžioje“, pagal ekonominės veiklos rūšis (EVRK 2 red., 2 ženklų lygiu): I55 Apgyvendinimo veikla, I56 Maitinimo ir gėrimų teikimo veikla, N79 Kelionių agentūrų, ekskursijų organizatorių, išankstinio užsakymo paslaugų ir susijusi veikla, R90 Kūrybinė, meninė ir pramogų organizavimo veikla, R93 Sportinė veikla, pramogų ir poilsio organizavimo veikla).

aktualizavimo projektai, tačiau duomenys apie tai nebuvo rinkti, todėl nėra galimybės įvertinti, kokių mastu jos prisidėjo prie su turizmu susijusių darbo vietų pokyčio.

Sezoniškumo įtakos sumažėjimas. Kaip rodo turistų skaičiaus apgyvendinimo įstaigose duomenys, dauguma turistų (tiek užsienio, tiek vietinių) po Lietuvą keliauja balandžio–rugsėjo mėnesiais. 2014–2019 m. rodo, jog turistų skaičius augo, tačiau keliavimo tendencijos išliko tos pačios – dauguma turistų po Lietuvą keliauja vasaros laikotarpiu. Panašios tendencijos išsilaiškė net ir COVID-19 pandemijos metu.

19 pav. Turistų skaičius pokytis apgyvendinimo įstaigose priklausomai nuo mėnesio, asmenys

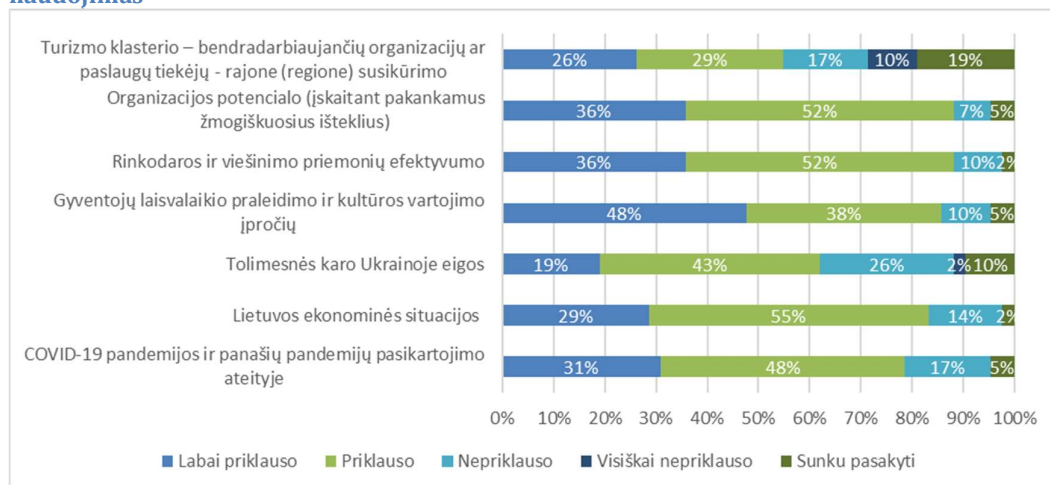


Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal VDA duomenis.

Kaip buvo minėta VP priemonių turizmo sektoriuje tinkamumo ir pakankamumo vertinime (šios ataskaitos 3.1 skyrius), sezoniškumo poveikį galėtų sumažinti turizmo paslaugų įvairovė ne turizmo sezono metu. Turizmo programoje buvo išskirtos kulinarinio paveldo, etnokultūros regionų tradicijų, tradicinių amatų plėtra ir edukacinių, taip pat gamtos pažinimo programų kūrimas, kultūrinių renginių organizavimas, sveikatingumo (SPA) turizmo plėtojimas. Pagal VP 3 ir 5 prioritetus įgyvendintos priemonės turėjo teigiamą poveikį sezoniškumo mažinimui, nes kūrė naujas paslaugas, nepriklausomas nuo sezono (pavyzdžiui, kultūros objektų aktualizavimas ir pritaikymas turizmo reikmėms, sveikatos turizmo plėtra), finansavo rinkodaros priemonių, skatinančių naudotis turizmo ištekliais, veiklas.

Svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad VP priemonių ir pagal jas įgyvendintų projektų poveikis priklauso ne tik nuo projektų metu pasiektų rezultatų ir jų masto, bet ir nuo tam tikrų poveikiui pasireikšti reikalingų sąlygų ar išorės veiksnių. Projektų vykdytojų vertinimu, projekto metu sukurtų rezultatų tolesnis naudojimas labiausiai priklauso nuo tokių vidinių veiksnių kaip rinkodaros ir viešinimo priemonių efektyvumo, organizacijos potencialo (įskaitant pakankamus žmogiškuosius išteklius). Vertinant išorinius veiksnius, tolimesnis projektų rezultatų naudojimas priklauso nuo gyventojų laisvalaikio praleidimo ir kultūros vartojimo įpročių, Lietuvos ekonominės situacijos, COVID-19 pandemijos ir panašių pandemijų pasikartojimo ateityje.

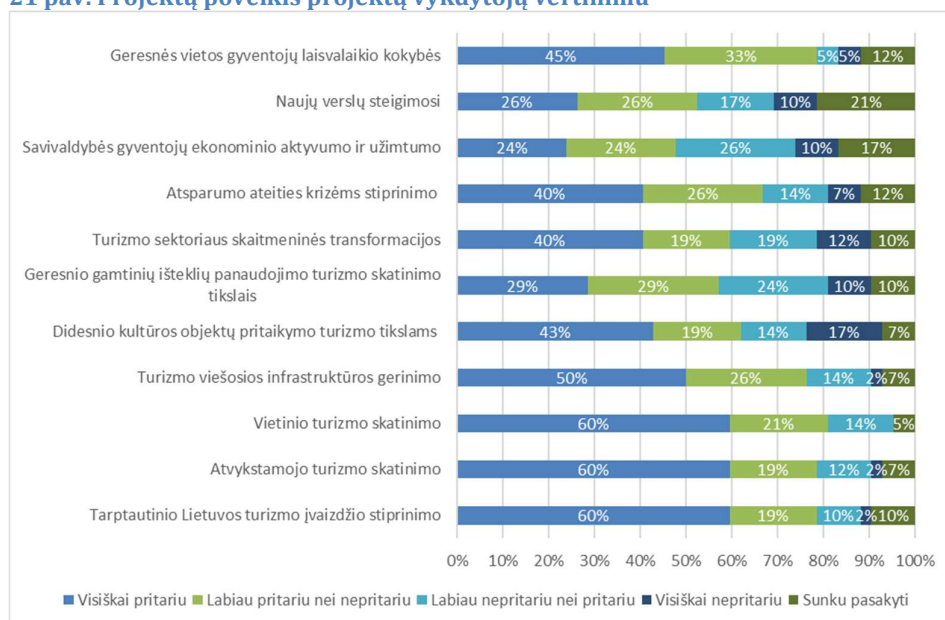
20 pav. Projektų vykdytojų vertinimas, nuo kokių veiksnių priklauso tolimesnis projektų rezultatų naudojimas



Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal ESTEP projektų vykdytojų apklausos duomenis.

Projektų vykdytojų vertinimu, jų įgyvendinti projektai labiausiai prisideda prie vietinio (teiginiui pritaria 81 % respondentų), atvykstamojo (79 %) turizmo skatinimo, tarptautinio Lietuvos turizmo įvaizdžio stiprinimo (79 %), geresnės vietos gyventojų laisvalaikio kokybės (79 %) ir turizmo viešosios infrastruktūros gerinimo (76 %).

21 pav. Projektų poveikis projektų vykdytojų vertinimu



Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal ESTEP projektų vykdytojų apklausos duomenis.

Vertinant investicijų tęstinį poveikį, būtina priemonės ir pagal jas įgyvendintus projektus išskirti į dvi grupes: projektus, kuriais investuojama į turizmo rinkodarą ir projektus, kuriais investuojama į infrastruktūrą. Projektų, kuriais investuojama į infrastruktūrą, poveikis konkurencingumui nors ir yra labiau netiesioginis, tačiau ilgalaikis, nes sutvarkyta infrastruktūra galima naudotis gan ilgą laikotarpį. Tačiau, būtina atkreipti dėmesį, kad tam, jog investicijos į kultūros paveldo, turizmo veikla užsiimančių įmonių infrastruktūrą turėtų ilgalaikį poveikį, svarbu jas įgyvendinti kartu su rinkodaros priemonėmis.

Tiek vykusios ekspertinės diskusijos metu, turizmo asociacijų atstovai atkreipė dėmesį, kad investicijos į infrastruktūrą nebūna tokios sėkmingos, jei kartu nėra vykdoma jų rinkodara. Projektų vykdytojai taip pat mano, kad tolimesnis projekto metu sukurtų projektų rezultatų panaudojimas priklauso nuo efektyvių rinkodaros priemonių.

Rinkodaros priemonių poveikis yra trumpalaikis, juntamas jų įgyvendinimo metu ir iki metų po projektų pabaigos, todėl svarbu, kad aktualios rinkodaros priemonės, susijusios su turizmo paslaugų ir produktų pasiūla būtų įgyvendinamos nuolat.

5.2 POVEIKIS REGIONINEI PLĖTRAI

Šiame poskyryje atsakoma į TS 9.1.4 klausimą „Kokį poveikį investicijos turėjo regioninei plėtrai trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu? Kodėl?“

Vertinant VP 5 prioriteto priemonių, susijusių su turizmu, lėšų pasiskirstymą pagal apskritis, matyti, kad didžiausia dalis (43 %) finansavimo dalis teko projektams, įgyvendintiems Vilniaus apskrityje arba visos šalies mastu. Dėl SFMIS specifikos projekto lėšos priskiriamos ne pagal projekto vykdymo vietą, o pagal projekto vykdytojo registravimo vietą, todėl vertinimo metu, remiantis projekto lygmens informacija buvo patikslintas ES fondų lėšų regioninis pasiskirstymas pagal priemonę Nr. 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“. Penktadalis ES fondų lėšų (22 %) teko Kauno apskrityje įgyvendintiems projektams, Klaipėdos, Šiaulių ir Telšių apskrityse – po 7%. Alytaus, Panevėžio, Tauragės ir Utenos apskritims skirta po 3 % VP 5 prioriteto priemonių, susijusių su turizmu, finansavimo, o mažiausia dalis (vos 1%) teko Marijampolės apskričiai.

8 lentelė. Pagal VP 5 prioriteto priemones skirto finansavimo pasiskirstymas pagal apskritis

| | 05.4.1-APVA-V-016 | | 05.4.1-APVA-V-017 | | 05.4.1-CPVA-K-303 | | 05.4.1-CPVA-R-302 | | 05.4.1-CPVA-V-301 | | 05.4.1-LVPA-K-808 | | 05.4.1-LVPA-R-821 | | 05.4.1-LVPA-V-812 | | Iš viso | |
|------------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius |
| Alytaus apskritis | 2 483 765 | 18 | | | | | 1 453 323 | 5 | 808 000 | 1 | 947 681 | 5 | 722 116 | 3 | | | 6 414 885 | 32 |
| Kauno apskritis | 5 548 463 | 18 | 23 296 601 | 4 | 3 062 696 | 6 | 5 772 227 | 7 | 5 153 496 | 3 | 2 366 766 | 9 | 896 342 | 3 | | | 46 096 592 | 50 |
| Klaipėdos apskritis | 6 701 355 | 14 | 2 159 055 | 2 | 749 667 | 3 | 2 898 537 | 8 | | | 1 305 595 | 6 | 991 894 | 3 | | | 14 806 103 | 36 |
| Marijampolės apskritis | 970 756 | 5 | | | | | 692 819 | 1 | | | | | | | | | 1 663 576 | 6 |
| Panevėžio apskritis | 1 173 427 | 8 | | | 456 744 | 1 | 2 076 267 | 3 | 1 703 000 | 1 | | | 340 729 | 2 | | | 5 750 167 | 15 |
| Šiaulių apskritis | 9 246 878 | 18 | | | | | 1 922 050 | 3 | 4 151 575 | 2 | | | 681 459 | 2 | | | 16 001 962 | 25 |
| Tauragės apskritis | 3 516 275 | 10 | | | 1 119 455 | 1 | 1 436 084 | 4 | | | 282 823 | 1 | 465 063 | 1 | | | 6 819 700 | 17 |
| Telšių apskritis | 1 626 839 | 7 | | | 1 694 815 | 1 | 1 809 818 | 3 | 8 801 781 | 3 | 904 135 | 3 | 596 450 | 2 | | | 15 433 837 | 19 |
| Utenos apskritis | 2 448 006 | 19 | | | 893 807 | 2 | 1 536 759 | 4 | | | 1 146 352 | 7 | 1 268 983 | 4 | | | 7 293 909 | 36 |
| Vilniaus apskritis | 10 211 609 | 18 | 10 768 206 | 6 | 7 120 364 | 9 | 5 185 783 | 5 | 44 044 932 | 11 | 3 045 014 | 15 | 1 112 886 | 4 | 10 802 293 | 12 | 92 291 088 | 68 |
| Iš viso | 43 927 374 | 135 | 36 223 862 | 12 | 15 097 550 | 23 | 24 783 668 | 43 | 64 662 783 | 21 | 9 998 366 | 46 | 7 075 922 | 24 | 10 802 293 | 12 | 212 571 817 | 304 |

Pastaba: žalia spalva pažymėtos apskritys, kuriose įgyvendintiems projektams skirta daugiausiai finansavimo, raudona spalva – mažiausiai. Šioje lentelėje nurodytas projektų skaičius yra didesnis nei faktinis projektų skaičius, nes 05.4.1-APVA-V-016 priemonės atveju VSTT įgyvendino du projektus, kurie SMFIS yra priskirti Vilniaus apskričiai, tačiau jų metu buvo tvarkomi saugomų teritorijų objektai, kurie yra įvairiose savivaldybėse ir apskrityse, todėl laikyta, kad vienas sutvarkytas objektas yra vienas projektas. Įgyvendinant du VSTT projektus (bus) sutvarkyta 115 objektų.

Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal SFMIS ir VSTT duomenis.

Vertinant VP 1, 3 ir 13 prioriteto priemonių, susijusių su turizmu, pasiskirstymą pagal apskritis, pastebėtina, kad didžiausia dalis (27 %) finansavimo buvo skirta Vilniaus apskričiai, toliau seka Kauno, Klaipėdos ir Alytaus apskritys, kurioms atitinkamai skirta po 25 %, 24 % ir 23 %, finansavimo. Įgyvendinant šių prioritetų priemones nei vieno projekto nebuvo įgyvendinta Telšių apskrityje, o likusiose apskrityse projektų skaičius svyruoja nuo 1 iki 7. Tauragės ir Utenos apskrityse įgyvendinta po 1 projektą, o jiems skirtas finansavimas sudaro atitinkamai po 0,2 % ir 0,3 % pagal šių prioritetų priemones turizmo projektams skirto finansavimo.

9 lentelė. Pagal VP 1, 3 ir 13 prioriteto priemones skirto finansavimo pasiskirstymas pagal apskritis

| | 01.2.1-MITA-T-824 | | J05-LVPA-K | | 03.2.1-LVPA-K-801 | | 03.3.1-LVPA-K-803 | | 03.3.2-LVPA-K-837 | | 13.1.1-LVPA-K-860 | | 13.1.1-LVPA-K-861 | | Iš viso | |
|------------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|----------------------|-------------------|
| | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius | Skirtas finansavimas | Projektų skaičius |
| Alytaus apskritis | | | | | | | | | | | | | | | 7 037 860 | 8 |
| Kauno apskritis | | | | | 378 173 | 3 | 6 685 558 | 1 | | | 260 152 | 6 | 92 150 | 1 | 7 771 115 | 53 |
| Klaipėdos apskritis | | | | | 291 599 | 2 | 4 606 972 | 1 | | | 1 902 350 | 34 | 883 620 | 15 | 7 565 750 | 30 |
| Marijampolės apskritis | | | | | | | | | 342 075 | 1 | 1 033 555 | 21 | 270 390 | 4 | 63 661 | 2 |
| Panevėžio apskritis | | | | | | | | | | | 63 661 | 2 | | | 154 460 | 3 |
| Šiaulių apskritis | | | | | | | | | | | 100 560 | 2 | 53 900 | 1 | 323 118 | 7 |
| Tauragės apskritis | | | | | | | | | | | 203 848 | 5 | 119 270 | 2 | 59 930 | 1 |
| Telšių apskritis | | | | | | | | | | | 59 930 | 1 | | | - | - |
| Utenos apskritis | | | | | | | | | | | | | 91 907 | 1 | 91 907 | 1 |
| Vilniaus apskritis | 7 955 | 2 | 514 249 | 3 | 749 981 | 10 | | | | | 4 436 624 | 87 | 2 726 850 | 37 | 8 435 658 | 139 |
| Iš viso | 7 955 | 2 | 514 249 | 3 | 1 419 752 | 15 | 16 920 661 | 4 | 342 075 | 1 | 8 060 679 | 158 | 4 238 087 | 61 | 31 503 458 | 244 |

Pastaba: žalia spalva pažymėtos apskritys, kuriose įgyvendintiems projektams skirta daugiausiai finansavimo, raudona spalva – mažiausiai.

Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal SFMIS duomenis.

Su turizmu susijusių VP priemonių projektų pasiektus rezultatus galima būtų suskirstyti į tris grupes: rezultatai, kurie buvo pasiekti įgyvendinant rinkodaros ir informavimo priemones, rezultatai, kurie buvo pasiekti investuojant į infrastruktūrą, susijusią su turizmu ir įmonių, kurių veikla susijusi su turizmu, pasiekti rezultatai.

Vertinant pasiektus rezultatus, susijusius su rinkodaros ir informavimo priemonėmis, iš žemiau pateiktos lentelės matyti, kad didžioji dalis turizmo rinkodaros, visuomenės informavimo apie aplinką priemonių buvo įgyvendintos Vilniaus apskrityje. Daugiausiai įmonių paslaugose įdiegtų dizaino ir rinkodaros inovacijų taip pat buvo Vilniaus apskrityje. Atkreiptinas dėmesys, kad kai kuriais atvejais priemonės yra įgyvendinamos visos šalies mastu (pavyzdžiui, VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ įgyvendinami turizmo rinkodaros projektai, VSTT įgyvendinamas projektas „Saugomų vertybių pažinimas ir informacijos sklaida“), tačiau šių projektų vykdytojas yra registruotas Vilniaus apskrityje, todėl SFMIS šių projektų pasiekti rezultatai yra priskirti Vilniaus apskričiai. Toliau seka Kauno ir Klaipėdos apskritys. Įgyvendintų turizmo rinkodaros priemonių pasiskirstymas pagal apskritis yra nulemtas to, kad e-rinkodaros priemonė buvo skirta tik prioritetiniams turizmo regionams.

10 lentelė. Pasiektų rezultatų, susijusių su turizmu rinkodara, pasiskirstymas pagal apskritis

| | Įgyvendintos turizmo rinkodaros priemonės (P.S.337) | | Įgyvendintos visuomenės informavimo apie aplinką priemonės (P.S.336) | | Investicijas gavusioje įmonėje gaminyje ir (ar) paslaugoje įdiegtų dizaino ar rinkodaros inovacijų skaičius (R.N.841) | |
|------------------------|---|----------|--|----------|---|----------|
| | Planuojama | Pasiekta | Planuojama | Pasiekta | Planuojama | Pasiekta |
| | Alytaus apskritis | 33 | 27 | - | - | 4 |
| Kauno apskritis | 62 | 55 | 6 | 1 | 52 | 16 |
| Klaipėdos apskritis | 40 | 40 | 2 | 1 | 17 | 2 |
| Marijampolės apskritis | - | - | - | - | - | - |
| Panevėžio apskritis | - | - | - | - | 2 | 1 |
| Šiaulių apskritis | - | - | - | - | 26 | 24 |
| Tauragės apskritis | 6 | 6 | - | - | - | - |
| Telšių apskritis | 21 | 21 | - | - | - | - |
| Utenos apskritis | 48 | 48 | - | - | 4 | 3 |
| Vilniaus apskritis | 577 | 508 | 91 | 66 | 155 | 76 |
| Iš viso | 787 | 705 | 99 | 68 | 260 | 126 |

Pastaba: žalia spalva pažymėtos apskritys, kuriose pasiektos didžiausios rodiklių reikšmės, raudona spalva – mažiausios.

Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal SFMIS duomenis.

Nagrinėjant pasiektus rezultatus, susijusius su projektais, kuriais investuojama į infrastruktūros gerinimą, iš žemiau pateiktos lentelės matyti, kad didžioji dalis (23 %) ženklinio infrastruktūros objektų buvo įrengti Šiaulių apskrityje, toliau seka Kauno (19 %), Tauragės (13 %) ir Alytaus (12 %) apskritys. Sutvarkytų, įrengtų ir lankymui pritaikytų gamtos ir kultūros paveldo objektų ir teritorijų skaičiaus pasiskirstymas pagal apskritis yra tolygesnis. Vilniaus apskrityje tokių objektų yra daugiausiai (15%), tačiau nedaug atsilieka ir Kauno (14%), Klaipėdos (13%), Utenos (13%) bei Alytaus (12%) apskritys. Mažiausiai tokių objektų (4 objektai arba 2%) yra Marijampolės apskrityje.

11 lentelė. Pasiektų rezultatų, susijusių su turizmo infrastruktūra, pasiskirstymas pagal apskritis

| | Įrengti ženklinimo infrastruktūros objektai (P.N.817) | | Pastatyti ir / ar atnaujinti aplinkosauginiai–rekreaciniai objektai (P.N.074) | | Sutvarkyti valstybinės reikšmės parkai (P.N.074) | | Sutvarkyti, įrengti ir pritaikyti lankymui gamtos ir kultūros paveldo objektai ir teritorijos (P.S.335) | |
|------------------------|---|--------------|---|----------|--|----------|---|------------|
| | Planuojama | Pasiekta | Planuojama | Pasiekta | Planuojama | Pasiekta | Planuojama | Pasiekta |
| Alytaus apskritis | 806 | 738 | - | - | - | - | 24 | 21 |
| Kauno apskritis | 1 141 | 1 152 | 7 | 3 | - | - | 34 | 26 |
| Klaipėdos apskritis | 449 | 449 | 2 | 1 | - | - | 28 | 24 |
| Marijampolės apskritis | - | - | - | - | 1 | 0 | 5 | 4 |
| Panevėžio apskritis | 399 | 403 | - | - | 1 | 1 | 13 | 13 |
| Šiaulių apskritis | 1 434 | 1 359 | - | - | 1 | 1 | 22 | 17 |
| Tauragės apskritis | 828 | 753 | - | - | 2 | 2 | 15 | 12 |
| Telšių apskritis | 572 | 428 | - | - | - | - | 15 | 12 |
| Utenos apskritis | 335 | 154 | - | - | - | - | 25 | 24 |
| Vilniaus apskritis | 572 | 508 | 2 | 1 | 2 | - | 48 | 28 |
| Iš viso | 6 536 | 5 944 | 11 | 5 | 7 | 4 | 229 | 181 |

Pastaba: žalia spalva pažymėtos apskritys, kuriose pasiektos didžiausios rodiklių reikšmės, raudona spalva – mažiausios.
Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal SFMIS duomenis.

5 VP prioriteto priemonėmis⁵⁸ taip pat siekiama padidinti numatomų apsilankymų remiamuose kultūros ir gamtos paveldo objektuose bei turistų traukos vietose. Kaip matyti iš lentelės, planuotas reikšmes jau pasiekė Marijampolės, Panevėžio apskritys, beveik pasiekė Alytaus ir Utenos apskritys. Vilniaus apskrityje planuojamas didžiausias apsilankymų skaičius (šioje apskrityje taip pat planuojama sutvarkyti daugiausiai gamtos ir kultūros paveldo objektų), tačiau rodiklio pasiekimo lygis yra mažiausias (13 %).

12 lentelė. Apsilankymų remiamuose kultūros ir gamtos paveldo objektuose bei turistų traukos vietose pasiskirstymas pagal apskritis

| | Numatomų apsilankymų remiamuose kultūros ir gamtos paveldo objektuose bei turistų traukos vietose skaičiaus padidėjimas (P.B.209) | | |
|------------------------|---|----------------|-----------------|
| | Planuojama | Pasiekta | Pasiekimo lygis |
| Alytaus apskritis | 14 581 | 13 868 | 95% |
| Kauno apskritis | 280 462 | 105 752 | 38% |
| Klaipėdos apskritis | 49 082 | 34 508 | 70% |
| Marijampolės apskritis | 1 864 | 1 864 | 100% |
| Panevėžio apskritis | 27 466 | 27 466 | 100% |
| Šiaulių apskritis | 21 655 | 16 275 | 75% |
| Tauragės apskritis | 24 936 | 12 000 | 48% |
| Telšių apskritis | 56 265 | 20 947 | 37% |
| Utenos apskritis | 18 153 | 16 653 | 92% |
| Vilniaus apskritis | 1 149 880 | 149 551 | 13% |
| Iš viso | 1 644 344 | 398 884 | 24% |

Pastaba: žalia spalva pažymėtos apskritys, kuriose pasiektos didžiausios rodiklių reikšmės, raudona spalva – mažiausios.
Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal SFMIS duomenis.

Vertinant pasiektus įmonių, kurių veikla yra susijusi su turizmu, rezultatus, susijusius su projektais, kuriais investuojama į infrastruktūros gerinimą, iš žemiau pateiktos lentelės matyti, kad daugiausiai įmonių, gavusių subsidijas pagal priemones „E. komercijos modelis COVID-19“, „Kūrybiniai čėkiai COVID-19“, „Eco-inovacijos LT+“, „Intelektas LT. Bendri mokslo-verslo projektai“, „Naujos galimybės LT“, „Regio Invest LT+“ yra Vilniaus apskrityje (53 %), Kauno (24 %) ir Klaipėdos (15 %) apskrityse.

⁵⁸ 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“; 05.4.1-APVA-V-017 „Visuomenės informavimas apie aplinką ir aplinkosauginių -rekreacinių objektų tvarkymas“; 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“; 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“; 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“; 05.4.1-FM-F-307 „Viešojo ir privataus kultūros paveldo pritaikymas visuomenės poreikiams“

Įgyvendinant 4 projektus pagal priemonę „Regio Invest LT+“ buvo sukurta 190 darbo vietų, tačiau tik Klaipėdos apskrityje įgyvendinto projekto metu buvo fiksuojamas darbo našumo padidėjimas. Įgyvendinant projektus pagal priemones „E. komercijos modelis COVID-19“, „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ tik Kauno ir Vilniaus apskrityse buvo fiksuotas pajamų padidėjimas, o Klaipėdos apskrityje buvo fiksuojamas pajamų sumažėjimas. Tikėtina, kad tokius rezultatus nulėmė COVID-19 pandemija, nes projektai įgyvendinti sėkmingai.

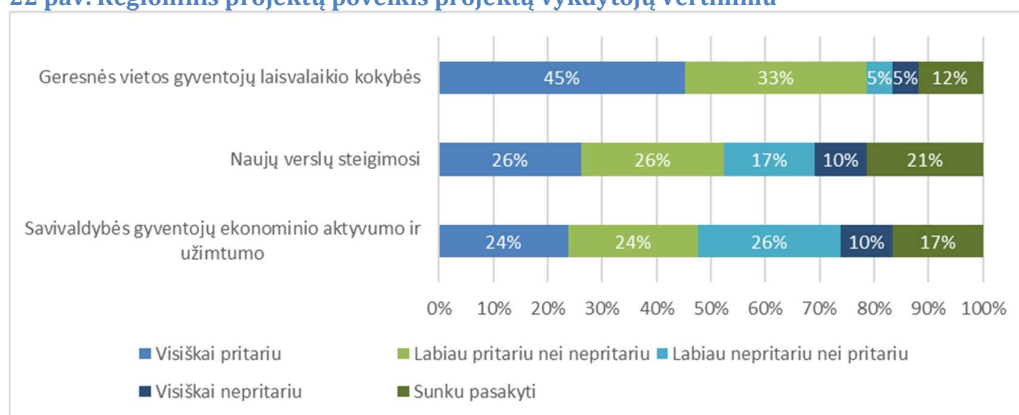
13 lentelė. Įmonių, susijusių su turizmu, pasiektų rezultatų pasiskirstymas pagal apskritis

| | Investicijas gavusios įmonės darbo našumo padidėjimas (R.N.804) | | Investicijas gavusios įmonės pajamų padidėjimas (R.N.842) | | Investicijas gavusiose įmonėse naujai sukurtos ilgalaiškės darbo vietos (P.N.804) | | | | Subsidijas gaunančių įmonių skaičius (P.B.202) | |
|-------------------------------|---|------------|---|-----------|---|------------|------------|------------|--|----------|
| | Planuojama | Pasiekta | Planuojama | Pasiekta | Planuojama | Pasiekta | Planuojama | Pasiekta | Planuojama | Pasiekta |
| | Alytaus apskritis | 2 098 | 0 | 792 | 0 | 47 | 47 | 8 | 8 | |
| Kauno apskritis | 131 | 0 | 20 349 | 37 | 70 | 79 | 60 | 60 | | |
| Klaipėdos apskritis | 2 256 | 203 | 17 948 | -47 | 69 | 64 | 37 | 38 | | |
| Marijampolės apskritis | - | - | 487 | 0 | - | - | 2 | 2 | | |
| Panevėžio apskritis | - | - | 1 616 | 0 | - | - | 3 | 3 | | |
| Šiaulių apskritis | - | - | 972 | 0 | - | - | 7 | 7 | | |
| Tauragės apskritis | - | - | 563 | 0 | - | - | 1 | 1 | | |
| Telšių apskritis | - | - | - | - | - | - | - | - | | |
| Utenos apskritis | - | - | 64 | 0 | - | - | 1 | 1 | | |
| Vilniaus apskritis | - | - | 660 209 | 30 | - | - | 136 | 133 | | |
| Iš viso | 4 486 | 203 | 703 002 | 20 | 186 | 190 | 255 | 253 | | |

Pastaba: žalia spalva pažymėtos apskritis, kuriose pasiektos didžiausios rodiklių reikšmės, raudona spalva – mažiausios.
Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal SFMIS duomenis.

ESTEP atliktos apklausos duomenimis, 79 % apklausoje dalyvavusių projektų vykdytojų pritaria, kad jų įgyvendinami ar įgyvendinti projektai prisideda prie vietos gyventojų laisvalaikio kokybės, 48 % pritaria, kad projektai prisideda prie savivaldybės gyventojų ekonominio aktyvumo ir užimtumo. Tačiau, atkreiptinas dėmesys, kad 26 % projektų vykdytojų abejoja, kad jų projektas prisideda prie savivaldybės gyventojų ekonominio aktyvumo ir užimtumo. Vertinant projektų indėlį naujų verslų steigimui, 52 % projektų vykdytojų pritaria, kad projektai prisideda prie naujų verslų steigimosi.

22 pav. Regioninis projektų poveikis projektų vykdytojų vertinimu



Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal ESTEP projektų vykdytojų apklausos duomenis.

Apibendrinant, regioninė VP priemonių, susijusių su turizmu, analizė rodo, kad didžiausia dalis finansavimo buvo skirta Vilniaus apskričiai, toliau seka Kauno ir Klaipėdos apskritis. Būtent šiose apskrityse yra 68 % visų šalies turistų apgyvendinimo numerių, o turistų nakvynių skaičius jose sudaro arti 74 %. Vertinant priemonių indėlį siekiant regioninės plėtros, įgyvendintomis priemonėmis daugiausiai prisidėta prie su turizmu susijusios infrastruktūros tvarkybos, turizmo rinkodaros bei

pavienių įmonių, kurių vykdoma veikla susijusi su turizmu, rėmimo. Daugiausiai rezultatų (sutvarkyta gamtos ir kultūros paveldo objektų, įrengta ženklavimo infrastruktūros objektų, paremta įmonių) pasiekta trijose minėtose apskrityse, kurioms ir buvo skirtas didžiausias finansavimas. Atkreiptinas dėmesys, kad parama su turizmu veikla susijusioms įmonėms, o kartu ir regioninei plėtrai didžiausią poveikį turėjo užimtumui (iki 2022 m. pabaigos sukurta 190 darbo vietų). Planuotas poveikis darbo našumo ir įmonės pajamų padidėjimui pasiektas nebuvo. Tokius rezultatus nulėmė COVID-19 pandemija, nes projektai įgyvendinti sėkmingai (ESTEP vykdytos apklausos duomenimis 88 % projektų vykdytojų projektus įgyvendino sėkmingai pasiekė visus planuotus rezultatus, likusieji projektų vykdytojai projektus įgyvendino iš dalies sėkmingai, nes įgyvendintos ne visos planuotos veiklos ir planuoti rezultatai pasiekti ne pilna apimtimi).

5.3 INDĖLIS Į STRATEGIJOS „EUROPA 2020“ ĮGYVENDINIMĄ

Šiame poskyryje atsakoma į TS 9.2.1 klausimą „Kaip Veiksmų programos 5 (iš dalies 3 ir 1 prioriteto) prioriteto priemonės prisidėjo prie strategijos „Europa 2020“ tikslų įgyvendinimo? Koks jų poveikis? Kurios iš jų kuria didžiausią pridėtinę vertę?“

Strategijoje „Europa 2020“ Europos turizmo sektoriaus konkurencingumas ir jo stiprinimas yra įtrauktas į pavyzdinę iniciatyvą „Globalizacijos erai pritaikyta pramonės politika“ kaip vienas ES lygmeniu įgyvendinamų šios iniciatyvos siekių. Nacionaliniu lygmeniu greta kitų numatytų įpareigojimų valstybėms narėms, nustatytas turizmo sektoriui aktualus uždavinys – kurti geresnę verslo aplinką, visų pirma pažangioms MVĮ. Strategijoje pažangios MVĮ apibūdintos kaip įmonės, diegiančios inovacijas.

Strategijoje „Europa 2020“ nustatyti pagrindiniai tikslai ir jų siektinos reikšmės iki 2020 m. yra agreguoti, ir jų rinkinyje nėra tinkamų rodiklių, kurie galėtų matuoti turizmo intervencijų tiesioginį poveikį. Tačiau atsižvelgus į nagrinėtomis 1, 3, 5 ir 13 VP prioritetų priemonėmis finansuotas veiklas ir pasiektus rezultatus, nustatyta, kad jos galėjo prisidėti prie šių strategijos „Europa 2020“ tikslų:

- 3% ES BVP investuoti į MTTP;
- 20 % padidinti energijos vartojimo efektyvumą.

Investicijų į MTTP didinimas. Vienas iš strategijos „Europa 2020“ uždavinių – sudaryti geresnes MTTP sąlygas privačiam sektoriui. Su šio uždavinio vykdymu susijusi iniciatyva „Europos skaitmeninė darbotvarkė“, kuria ketinta skatinti IRT inovacijas visuose verslo sektoriuose.

Prie šio uždavinio įgyvendinimo prisidėjo EIM administruotos 1 VP prioriteto priemonės – 5 su turizmu susijusių įmonių projektai gavo ES fondų lėšų techninių galimybių studijoms ar ankstyvosios stadijos MTEP projektams (pagal priemonę Nr. 01.2.1-MITA-T-824 „Inovaciniai čekiai, 2 projektai) ar patiems MTEP projektams įgyvendinti, siekiant sertifikuoti naujus produktus ir technologijas (pagal priemonę Nr. J05-LVPA-K „Intelektas. Bendri mokslo-verslo projektai“, 3 projektai). 4 iš šių projektų įgyvendino IRT inovacijas. Pagal juos pritraukta privačių investicijų MTTP finansuoti už 0,4 mln. Eur.

Pažymėtina, kad dėl turizmo sektoriaus specifikos, įmonės nėra linkusios kurti inovacijas, joms aktualesnė veikla – inovacijų diegimas, integracija į sukurtas sistemas (pavyzdžiui, buhalterinės apskaitos sistemas, viešbučių, kelionių, skrydžių rezervacijos sistemas ir pan.). Be to, kaip rodo ES fondų lėšas administruojančių institucijų patirtis, įmonių kuriami individualūs produktai, ypač susiję su duomenų analize ir skaitmenizuotų paslaugų teikimu, retai pripažįstami MTTP. Todėl tikėtina, kad ir ateityje turizmo įmonių indėlis nebus reikšmingas, investuojant į MTTP.

Energijos vartojimo efektyvumo didinimas. Strategijoje „Europa 2020“ pažymima, kad ES fondų lėšas būtina investuoti į efektyviau energiją vartojančius viešuosius pastatus ir efektyvesnę atliekų perdirbimą; suteikti paskatų taikyti IRT naudojimui pagrįstas energijos taupymo priemones, kurios

padėtų didinti energijos vartojimo efektyvumą daug energijos naudojančiuose sektoriuose. Prie šio uždavinio netiesiogiai prisidėjo kelios priemonės, kuriose dalyvavo su turizmo sektoriumi susiję projektų vykdytojai.

Pagal KM administruotą priemonę Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“, gavus UAB „Viešųjų investicijų plėtros agentūros“ pritarimą, buvo sudarytos galimybės į projekto tinkamas finansuoti išlaidas įtraukti energijos vartojimo efektyvumą didinančių priemonių⁵⁹ projektus. Pažymėtina, kad analogiškos išlaidos pagal kitas priemones, kurios buvo nukreiptos į savivaldybių kultūros paveldo objektus (priemonė Nr. 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“) ir viešuosius bei privačius kultūros paveldo objektus (priemonė Nr. 05.4.1-CPVA-K-303 „Aktualizuoti viešąjį ir privatų kultūros paveldą“), nebuvo numatytos.

Prie energijos vartojimo efektyvumo didinimo galėjo prisidėti pagal priemonę Nr. 03.3.2-LVPA-K-837 „Eco-inovacijos LT+“ finansuoti projektai, kadangi ja buvo skatinamos investicijos į materialųjį turą (įrenginius, technologijas), į kurį įdiegus technologines ekoinovacijas mažėja neigiamas ūkinės veiklos poveikis aplinkai, skatinama pramoninė simbiozė ir užtikrinamas tęstinis aplinkos apsaugos efektas. Tačiau šia priemone pasinaudojo viena sveikatos turizmo įmonė, įdiegusi 1 ekoinovaciją.

Apibendrinant galima teigti, kad dalis projektų galėjo turėti poveikį, didinant su turizmu susijusių įmonių investicijas į MTTP ir energijos vartojimo efektyvumą, tačiau dėl mažo projektų skaičiaus šis poveikis buvo minimalus. Taip pat atkreiptinas dėmesys, kad strategijoje „Europa 2020“ Europos turizmo sektorius ir jo konkurencingumo stiprinimas buvo identifikuotas tarp prioritetinių aspektų ES lygiu, siekiant ekonomikai prisitaikyti prie globalizacijos iššūkių ir kurti mažai anglies dioksido į aplinką išskiriančių technologijų ūkį. Tačiau pagal 1 ir 3 VP prioritetą nesukūrus specifinių turizmui orientuotų priemonių, šio sektoriaus įmonės sugebėjo tik ribotai pasinaudoti 2014–2020 m. ES fondų lėšomis.

⁵⁹ 2016 m. vasario 10 d. Kultūros ministro įsakymu Nr. įv-99 „Dėl 2014–2020 metų Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos 5 prioriteto „Aplinkosauga, gamtos išteklių darnus naudojimas ir prisitaikymas prie klimato kaitos“ Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 priemonės „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“ Projektų finansavimo sąlygų aprašo Nr. 1 patvirtinimo“ (2023 m. balandžio 25 d. versija) energijos vartojimo efektyvumą didinančios priemonės apibrėžiamos kaip priemonės, numatytos Viešųjų pastatų energinio efektyvumo didinimo programos, patvirtintos Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2014 m. lapkričio 26 d. nutarimu Nr. 1328 „Dėl viešųjų pastatų energinio efektyvumo didinimo programos patvirtinimo“ (toliau – Viešųjų pastatų energinio efektyvumo didinimo programa) 2 priede „Viešųjų pastatų energijos vartojimo efektyvumo didinimo veiksmų (priemonių) sąrašas“

6 PASIŪLYMAI DĖL TURIZMO SEKTORIAUS PLĖTROS LAIKOTARPIU IKI 2030 M.

6.1 TARPTAUTINIŲ ORGANIZACIJŲ REKOMENDACIJŲ IR PASIŪLYMŲ TURIZMO SEKTORIUI APŽVALGA

Šiame poskyryje atsakoma į TS 9.2.2 klausimą „Kokios yra tarptautinių organizacijų rekomendacijos ir pasiūlymai turizmo sektoriui Lietuvoje ir kitose ES šalyse, atitinkančiose Lietuvos geografinę padėtį? Pateikti kitų ES šalių, atitinkančių Lietuvos geografinę padėtį gerąsias praktikas (ne mažiau 2 šalių) turizmo srityje, statistinę analizę.“

Šiame skyriuje apžvelgiamos šios naujausios tarptautinių organizacijų ataskaitos ir tyrimai:

- 1) Europos Audito rūmų ataskaita „ES parama turizmui: reikalinga nauja strateginė kryptis ir geresnio finansavimo metodas“⁶⁰ (paskelbta 2021 m. gruodį);
- 2) Europos Komisijos gairės „Turizmo pertvarkos kryptys“⁶¹ (paskelbta 2022 m. vasarį) (toliau – EK Turizmo gairės);
- 1) ES Tarybos išvados dėl 2030 m. Europos turizmo darbotvarkės⁶² (paskelbta 2022 m. gruodį);
- 2) Pasaulio ekonomikos forumo ataskaita „Kelionių ir turizmo konkurencingumo indeksas 2021 m.: atsigavimas siekiant tvarios ir atsparios ateities“⁶³ (paskelbta 2022 m. gegužę);
- 3) OECD ataskaita „Turizmo tendencijos ir politika 2022 m.“⁶⁴ (paskelbta 2022 m. lapkritį);
- 4) EKK ataskaita „Vartotojų kelionių požiūrio ir lūkesčių, skatinančių turizmo atsigavimą, tyrimas“⁶⁵ (paskelbta 2022 m. gruodį);
- 5) EKK ataskaita „Europos turizmo kryptys ir prognozės: 2022 m. IV ketvirčio ataskaita“⁶⁶ (paskelbta 2023 m. vasarį);
- 6) EKK ataskaita „Gyventojų nuomonės dėl keliavimo šalies viduje ir Europos Sąjungoje stebėseną“⁶⁷ (paskelbta 2023 m. vasarį).

Atrinktose tarptautinių organizacijų ataskaitose ir rekomendacijose pateikiama turizmo veiklos rezultatų analizė ir politikos priemonės, padėsiančios sektoriui atsigauti po COVID-19 pandemijos ir transformuotis. 2022 m. II pusmetyje ir vėliau paskelbtose ataskaitoje teigiama, kad **nors 2022 m. turizmo atsigavimas daugelyje šalių viršijo lūkesčius, ekonomikos nuosmukis dėl Rusijos agresijos prieš Ukrainą ir pasikeitęs ekonominis ir geopolitinis kontekstas atneša naujų iššūkių ir mažina sektoriaus atsigavimo perspektyvas su Ukraina ir Baltarusija besiribojančiose ES šalyse**. Ataskaitose taip pat pristatomos ilgalaikių keliavimo įpročių pokyčių prognozės, pateikiami numatomi turistų poreikiai, į kuriuos būtina atsižvelgti norint pritraukti daugiau turistų ir padėti turizmo sektoriui greičiau atsigauti.

Įžvalgos dėl turizmo sektoriaus atsigavimo artimiausiu laikotarpiu. Visose nagrinėtose tarptautinių organizacijų ataskaitose pabrėžiama atsigavimo po COVID-19 pandemijos svarba ir būtinumas

⁶⁰ European Court of Auditors (2021), EU Support to tourism: Need for a fresh strategic orientation and a better funding approach

⁶¹ European Commission. DG for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (2022), Transition Pathway for Tourism

⁶² ES Tarybos išvados dėl 2030 m. Europos turizmo darbotvarkės, kurias Taryba priėmė 2022 m. gruodžio 1 d., COMPET 969

⁶³ WEF (2022), Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future

⁶⁴ OECD (2022), OECD Tourism Trends and Policies 2022.

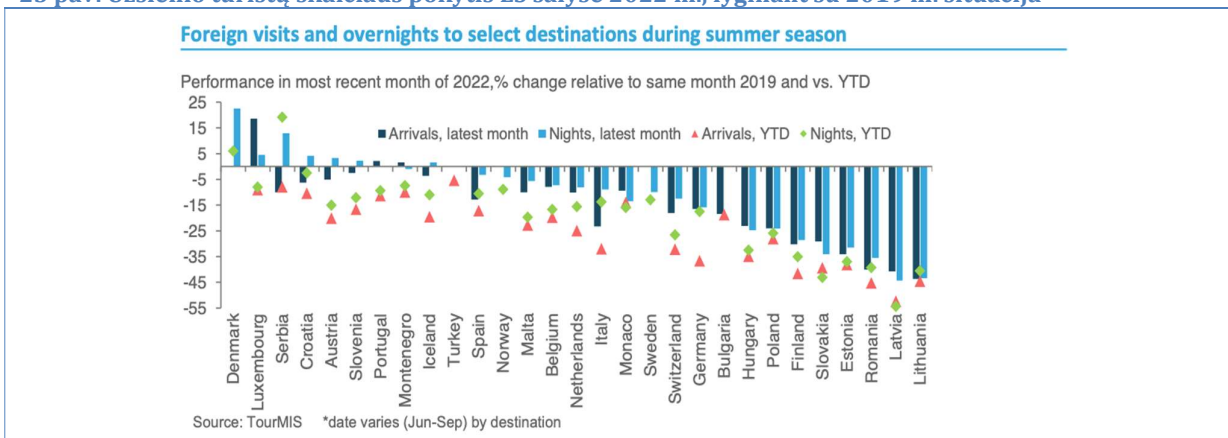
⁶⁵ European Travel Commission (2022), Exploring Consumer Travel Attitudes and Expectations to Drive Tourism Recovery

⁶⁶ European Travel Commission (2023), European Tourism 2022 – Trends & Prospects (Q4/2022)

⁶⁷ European Travel Commission (2023), Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel

užtikrinti tvarų sektoriaus atsigavimą. Prognozuojama, kad turizmo paklausa grįš į prieš krizę buvusį lygį anksčiau nei 2024 m.,⁶⁸ išskyrus Rytų Europos regione. EKK ataskaitoje⁶⁹ teigiama, kad aiškiai matomi turizmo pramonės atsigavimo skirtumai tarp Vakarų, Centrinės ir Rytų Europos. Vakarų Europai greitai atsigaunant po COVID-19 pandemijos, Centrinėje ir Rytų Europoje pastebimi naujos geopolitinės situacijos ir karo Ukrainoje sukelti padariniai. Keliautojai, vertindami savo būsimų kelionių prioritetus, išskiria Rytų Europos regioną kaip nepatrauklų kelionėms. Iš 23 pav. matyti, kad 2022 m. Lietuvos ir kaimyninių šalių turizmo sektoriaus rezultatai buvo ženkliai prastesni nei kituose geografiniuose regionuose esančių šalių.

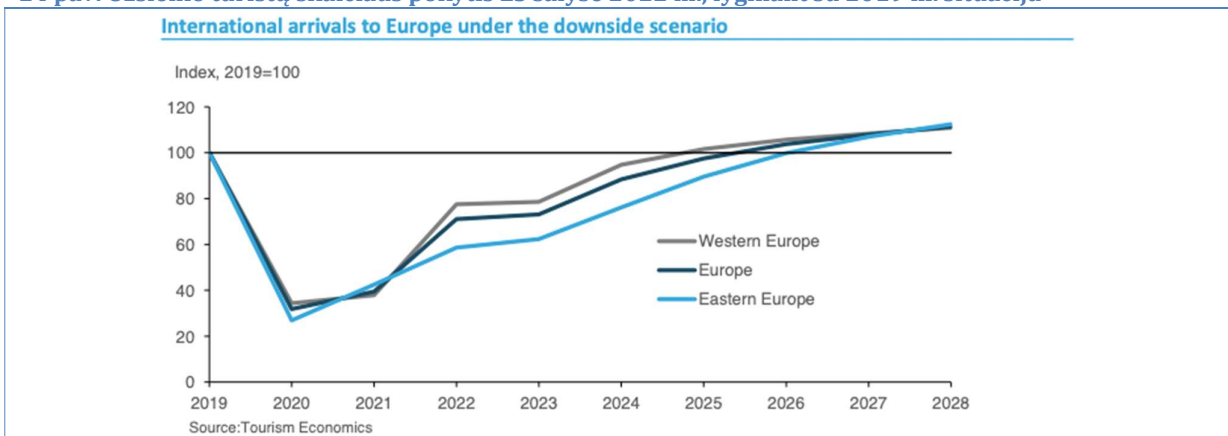
23 pav. Užsienio turistų skaičiaus pokytis ES šalyse 2022 m., lyginant su 2019 m. situacija



Šaltinis: EKK ataskaita „Europos turizmo kryptys ir prognozės: 2022 m. IV ketvirčio ataskaita“.

Vertinant turistų skaičiaus augimo prognozes artimiausiu laikotarpiu vėl išskiriamas **Rytų Europos regionas**, kurio atsigavimas, prognozuojama, **bendras tendencijas pasieks tik 2027 metais** (pav. 24). Teigiama, kad šį regioną artimiausiu metu ir toliau neigiamai veiks karas Ukrainoje, su tuo susijusios sankcijos turistams iš Rusijos. Daugiausia apribojimų Rusijos turistams taikoma Baltijos šalyse, taip pat keliose Vakarų Europos šalyse, įskaitant Belgiją, Daniją ir Nyderlandus. Teigiama, kad tokiose šalyse kaip Suomija, Lietuva, Latvija Estija ir Lenkija staigus Rusijos turistų sumažėjimas turės esminės įtakos sektoriaus atsigavimui regione.

24 pav. Užsienio turistų skaičiaus pokytis ES šalyse 2022 m., lyginant su 2019 m. situacija



Šaltinis: EKK ataskaita „Europos turizmo kryptys ir prognozės: 2022 m. IV ketvirčio ataskaita“.

⁶⁸ European Court of Auditors (2021), P. 11.

⁶⁹ European Travel Commission (2022), Exploring Consumer Travel Attitudes and Expectations to Drive Tourism Recovery.

Naujausios PTO prognozės dėl verslo atsigavimo po pasaulinės COVID-19 pandemijos, paskelbtos 2023 m. pirmą ketvirtį,⁷⁰ rodo, kad atvykstančių turistų skaičiaus dinamika palanki ir prognozės teigiamos. Nors turizmo sektoriaus atsigavimas yra kiek skirtingas, vertinant laiko perspektyvoje, bet paslaugų paklausos dinamika panaši visur – panaikinus pandeminius suvaržymus, sektorius atsigauja labai greitai. Todėl galima daryti išvadą, kad **pandemijos įtaka buvo apibrėžta laike, panašaus lygio verslo uždarymui pasirengti nėra galimybių, tačiau sektoriuje gaminamos paslaugos paklausa nekito – panaikinus teisinius ribojimus vartotojai toliau aktyviai naudojami turizmo paslaugomis.**

Rekomendacijos dėl turizmo sektoriaus plėtros. Bendrai visose apžvelgtose tarptautinių organizacijų ataskaitose rekomendacijos dėl turizmo plėtros strategijų apima tris raktažodžius – tvarumą, skaitmenizavimą ir atsparumą, o EK prideda dar ketvirtą – finansavimą. Apibendrinant tarptautinių organizacijų rekomendacijas, galima išskirti keturis prioritetus, kurie turėtų atsispindėti naujose nacionalinėse / regioninėse turizmo strategijose:

- **Siekti tvarumo.** Nors keliautojai ir įmonės pamažu ėmėsi tvaraus elgesio, pandemija paskatino dar vieną svarbų postūmį tvarių kelionių tendencijoms. EK Turizmo gairėse nurodoma, kad ES turizmo pramonės konkurencingumas ateityje iš esmės priklausys nuo jos gebėjimo tenkinti didesnio tvarumo poreikius ir su tuo susijusius vartotojų pageidavimus⁷¹, todėl ES šalių ar regionų turizmo plėtros strategijos turėtų būti parengtos vadovaujantis darnaus vystymosi principais, apimančiais ekonominį, aplinkos ir socialinį tvarumą. Nurodoma, kad turizmo strategijose daugiausiai dėmesio turėtų būti skiriama šioms sritims:
 - reglamentų, susijusių su aplinkos apsaugos tikslais, skaitmeninimu, duomenų rinkimu ir stebėseną įgyvendinimui;
 - konkrečių turizmo vietovių problemų sprendimui (klimato kaitos švelninimo ir prisitaikymo poreikiams, didesniai tvarumui reikalingai infrastruktūrai, biologinei įvairovei);
 - konkretiems turizmo vietovių turimiems pranašumams, susijusiems su gamtos išteklių, kultūros paveldu ir gebėjimu suteikti lankytojams unikalių ir autentiškų įspūdžių;
 - „žaliajai“ turizmo įmonių ir SVV transformacijai;
 - žiedinei turizmo ekonomikai;
 - įtraukumui ir prieinamumui, taip pat neįgaliesiems.
- **Spartinti skaitmenizaciją.** Geresnis ir pažangesnis naudojimas duomenimis yra svarbus veiksnys, skatinantis turizmo paslaugų didesnę konkurencingumą ir inovacijas. Vertinant turizmo sektoriaus skaitmeninimą, svarbu pabrėžti žemo technologinio išsivystymo paslaugų integracijos į pasaulines tiekimo grandines poreikį.⁷² Šiuo metu su turizmo paslaugų rezervacijomis ir paieška susiję duomenys yra daugiausia valdomi tarptautinių platformų, kurios neteikia prieigos arba teikia tik ribotą prieigą tas turizmo paslaugas teikiančioms įmonėms (ir valdžios institucijoms) prie tų duomenų. Šios įmonės galėtų panaudoti tokius duomenis savo paslaugų paklausos prognozėms, klientų profilių ir verslo tendencijų analizei ir, galiausiai, tam, kad suteiktų geresnių įspūdžių savo klientams. Įgūdžiai ir infrastruktūra, reikalingi skaitmeninėms priemonėms naudoti ir integruoti į turizmo paslaugas, yra svarbūs ne tik rinkodarai; jie svarbūs ir didinant procesų efektyvumą bei tvarumą, ir kuriant novatoriškas bei patobulintas paslaugas kintančiai turizmo paklausai tenkinti.⁷³ Todėl turizmo paslaugų skaitmeninimas yra svarbi kryptis, kurią įgyvendinant vartotojams turi būti užtikrintos

⁷⁰ Jungtinių tautų Pasaulio turizmo organizacijos duomenys, <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker>

⁷¹ European Commission. (2022), Transition Pathway for Tourism, P. 17.

⁷² Jungtinių tautų Pasaulio turizmo organizacijos duomenys, <https://www.unwto.org/digital-transformation>

⁷³ European Commission. (2022), Transition Pathway for Tourism, P. P.24.

individualizuotos paslaugos, geresnė prieiga prie informacijos ir turinio, patobulintos pramonės ir supaprastintos apmokėjimo operacijos. Sėkmingam turizmo pramonės skaitmenizavimui užtikrinti ypač svarbu didinti MVĮ gebėjimus diegti ir naudoti skaitmeninius sprendimus. EK Turizmo gairėse išskiria šiuos pagrindinius veiksmus, kurių tikslinga imtis turizmo skaitmenizavimo srityje:

- Duomenimis grindžiamų turizmo paslaugų plėtra ir planavimas;
 - Skaitmeninių inovacijų diegimas, reaguojant į naujas tendencijas (pvz., virtualioji realybė, dideli duomenų rinkiniai, blokų grandinės technologijos) ir į kintančius vartotojų lūkesčius;
 - Parama turizmo MVĮ ir turizmo vietovių skaitmenizacijai, tiek infrastruktūros diegimui ir plėtrai, tiek gebėjimų stiprinimui.
- **Didinti atsparumą.** Turizmo sektoriaus atsparumas ateities krizėms yra svarbus veiksnys, siekiant užtikrinti ilgalaikį sektoriaus stabilumą ir išvengti didelių neigiamų pasekmių. Šis procesas reikalauja nuolatinio stebėjimo, strateginio mąstymo ir lankstumo. Sektoriaus atsparumą gali padėti didinti šių veiksmų įgyvendinimas:
- Inovacijų diegimas – turizmo sektorius turi nuolat tobulintis ir keistis, kad atitiktų keliautojų lūkesčius. Svarbu stebėti naujausias rinkos tendencijas ir pasiūlyti naujas, inovatyvias paslaugas, skaitmeninius sprendimus;
 - Mokymasis ir specialistų rengimas – turizmo sektorius yra dinamiškas ir nuolat keičiasi, todėl svarbu, kad darbuotojai nuolat mokytųsi ir tobulintų savo žinias ir įgūdžius. Be to, reikia skatinti specialistų rengimą turizmo srityje, kad sektorius galėtų pasiekti aukštus standartus ir kokybę;
 - Saugumo ir krizių valdymo priemonių diegimas – būtina turėti gerai parengtas ir nuolat atnaujinamas saugumo ir krizių valdymo priemones. Tai apima turizmo sektoriaus krizių planus, mokymus, komunikacijos strategijas, saugumo patikrinimus ir rezervinių išteklių turėjimą;
 - Sąveikos su vietos bendruomenėmis gerinimas – stipri sąveika su vietos bendruomenėmis gali padėti turizmo sektoriui lengviau įveikti krizes. Įtraukiant vietos gyventojus ir įmones, turizmo sektorius gali pasiekti ilgalaikį bendradarbiavimą, kuris gali būti naudingas įvairioms krizėms atsiradus ir kartu skatinti vietos ekonomikos augimą.
- **Užtikrinti finansavimą, ypatingą dėmesį skiriant MVĮ.** Remiantis EK analize, tarp 14 verslo ekosistemų turizmas yra tas pramonės sektorius, kurio pagrindiniai investicijų poreikiai yra vertinami kaip didžiausi ir gerokai viršijantys daugumos kitų ekosistemų poreikius. Komisija įvertino, kad pagrindiniai investicijų poreikiai ES turizmo ekosistemai atgaivinti sudaro 161 milijardą eurų (neįskaitant investicijų poreikių, susijusių su žaliąja ir skaitmenine pertvarka).⁷⁴ Dauguma tarptautinių organizacijų rekomendacijų pabrėžia MVĮ svarbą turizmo ekosistemoje, nes jos sukuria apie 64 % ES turizmo pramonės pridėtinės vertės ir jose dirba 84 % šios srities darbuotojų. MVĮ dalis ypač didelė svetingumo (viešbučių, barų ir restoranų) sektoriuje.⁷⁵ Tačiau turizmo MVĮ susiduria su sunkumais dalyvauti vykdamą dvejopą (skaitmeninę ir žaliojo kurso) pertvarką, trūksta tiek gebėjimų, tiek finansavimo. Todėl, atsižvelgiant į MVĮ svarbą turizmo sektoriuje, reikalingi nauji, MVĮ poreikius geriau atitinkantys finansavimo būdai ir techninė pagalba.

Apibendrinant tarptautinių organizacijų pateiktas rekomendacijas galima išskirti keturias svarbiausias turizmo ateities kryptis: tvarumą, skaitmeninimą, atsparumą ir MVĮ stiprinimą. Labai svarbu pabrėžti, kad šios kryptys yra taikytinos ir kitiems verslo sektoriams, tačiau turizmo

⁷⁴ European Court of Auditors (2021), P. 13.

⁷⁵ European Commission. (2022), Transition Pathway for Tourism, P.21.

sektorius pasižymi unikaliomis, būtent šiam sektoriui būdingomis savybėmis: labai didele MVĮ svarba; žemu skaitmenizacijos lygiu, vertinant MVĮ, ir itin aukštu, vertinant dideles tame pačiame sektoriuje veikiančias įmones; žaliojo kurso svarba ateities sektoriaus išsaugojimui – turizmo sektoriuje, kitaip nei daugelyje kitų pramonės šakų, patys turizmo paslaugų gamintojai yra tiesiogiai suinteresuoti gamtos, paveldo išsaugojimu. Būtent šios savybės palengvina nustatytų bendrųjų sektoriaus kryptių įgyvendinimą, tačiau vertinant įmonių dydžio ir neseniai pasibaigusios pandemijos sukeltus finansinius sunkumus labai svarbia tampa ir valstybės parama, įgyvendinant numatytus tikslus.

Tarptautinės organizacijos taip pat atkreipia dėmesį, kad planuojant ir įgyvendinant turizmo politiką turi būti taikomas integruotos politikos metodas. 2022 m. OECD paskelbtoje turizmo tendencijų ir politikos ataskaitoje rekomenduojama vykdyti integruotą visus valdžios lygmenis ir sritis apimančią turizmo politiką, į kurią būtų įtrauktos ministerijos ar kitos valdžios institucijos, atsakingos už susisiekimą, aplinką, švietimą ir profesinį mokymą, gamtos ir kultūros paveldą, ekonomiką, verslo plėtrą, saugumą ir užsienio reikalus. Pabrėžiama, kad koordinavimas reikalingas ne tik horizontaliai nacionaliniu lygiu, bet ir vertikalčiai tarp centrinės valdžios ir regionų. 2022 m. gruodį paskelbtose ES Tarybos išvadose dėl 2030 m. Europos turizmo darbotvarkės ES valstybės narės skatinamos užtikrinti strateginį požiūrį į turizmą nacionaliniu, regionų ir vietos lygmenimis, kad būtų atsižvelgta į turizmo ekonominį, aplinkos, kultūrinį ir socialinį tvarumą.

Šios ataskaitos 3 priede yra pateiktos 2 ES šalių (Suomijos ir Čekijos) atvejo studijos. Abi šalys yra parengusios nacionalines turizmo plėtros strategijas laikotarpiui iki 2030 m., o turizmo politikos įgyvendinimui yra skiriamas didelis politinis dėmesys. Suomijos 2022–2028 m. nacionalinės turizmo strategijos „Kartu pasiekti daugiau - tvarus augimas ir atsinaujinimas“ tikslas – siekti, kad Suomija taptų tvariausia turizmo šalimi Šiaurės šalyse. Strategijoje nustatyti keturi prioritetai, kuriais siekiama sudaryti palankesnes sąlygas tvariam turizmo sektoriaus augimui ir atsinaujinimui: i) darnaus vystymosi rėmimas; ii) reagavimas į skaitmeninę transformaciją; iii) prieinamumo gerinimas ir iv) konkurencingumą palaikančios aplinkos užtikrinimas. Horizontali Suomijos strategijos tema – bendradarbiavimas, būtinas siekiant tvaraus Suomijos turizmo augimo ir atsinaujinimo. Turizmo plėtros priemonės bus įgyvendinamos nacionaliniu ir regioniniu lygiu, todėl veiksmų įgyvendinimui prižiūrėti yra sukurta aukšto lygio darbo grupė, vadovaujama Ekonomikos ir užimtumo ministro, o darbo grupės nariais paskirti sektorialių ministerijų, regionų tarybų, turizmo asociacijų bei mokslo įstaigų atstovai.

Turizmo konkurencingumo stiprinimui Čekijos politinėje darbotvarkėje taip pat skiriamas didelis dėmesys. 2021 m. patvirtinta Čekijos turizmo plėtros strategija 2021–2030 m. yra pagrindas, kuriuo grindžiama turizmo politika. Strategijos įgyvendinimo 2022–2023 m. veiksmų plane daugiausia dėmesio skiriama turizmo proceso atnaujinimui sudarant sąlygas turizmo paslaugų teikimui. Prioritetai apima turizmo valdymo ir finansavimo gerinimo sistemas, inovatyvių pasiūlymų ir patirčių kūrimą, paklausos skatinimą, supratimo apie turizmą ugdymą pasitelkiant mokslinius tyrimus ir stebėseną. Turizmas buvo ir vienas iš Čekijos pirmininkavimo ES Tarybai 2022 m. II pusmetyje prioritetų. Įgyvendinama pirmininkavimo programą Čekija daug dėmesio skyrė Europos turizmo darbotvarkės 2030 m. parengimui.

Tiek Suomija, tiek Čekija greta nacionalinių turizmo strategijų yra parengusios nacionalines turizmo sektoriaus rinkodaros strategijas, kuriose numatyta, kokiomis priemonėmis būtų galima sudominti tiek atvykstančius, tiek vietinius turistus. Rinkodaros priemonių įgyvendinimui taip pat yra numatytas aiškus biudžetas. Suomija 2021 m. rinkodaros priemonėms įgyvendinti skyrė 9,6 mln. Eur, o Čekija 6,7 mln. Eur. Suomijos rinkodaros strategijoje „Vidurnakčio saulės šalis“ (angl. *A Country of Midnight Sun*) akcentas dedamas inovatyviai turizmo produktų reklamai, o Čekijoje regioninių turizmo produktų kūrimui ir bendradarbiavimui tarp nacionalinio ir regioninio lygmenų. Suomijos turizmo rinkodaros strategija, kurios pagrindinis tikslas yra paskatinti turistus apsilankyti ir pamatyti šalį tamsiu metų laiku, sulaukė didelio dėmesio ir pripažinimo turizmo sektoriuje dėl savo inovatyvumo ir įrodė

rinkodaros svarbą turizmo konkurencingumo skatinimui – šalis, kurioje nėra pasaulio mastu pripažintų kultūrinių objektų, ar visų turistų norimo gero oro, pritraukia turistus savo formuojamu inovatyvios ir draugiškos šalies įvaizdžiu. Čekijos turizmo rinkodaros strategija yra pagrįsta bendradarbiavimu tarp centrinės valdžios institucijų ir regionų, siekiant tolygiau paskirstyti turistų srautus paskirstyti po visus šalies regionus. Regioninės plėtros ministerija, kuri yra atsakinga už nacionalinės turizmo strategijos įgyvendinimą Čekijoje, įsteigė koordinavimo platformą, skirtą tarpžinybiniam koordinavimui ir bendradarbiavimui turizmo rinkodaros ir turizmo produktų kūrimo srityje.

Lietuvai taip pat yra aktualu skatinti tiek naujų turizmo produktų kūrimą, tiek jų reklamą bei parengti aiškią turizmo rinkodaros strategiją ir numatyti jos įgyvendinimui pakankamą finansavimą. Atsižvelgiant į Suomijos gerąją praktiką, Lietuva turizmo rinkodaroje didesnę dėmesį galėtų skirti turistų pritraukimui, sudominant juos sveikatingumo turizmu bei Lietuvoje vykstančiais renginiais ir festivaliais. Atsižvelgiant į Čekijos gerąją praktiką, Lietuva galėtų daugiau dėmesio skirti regionų turizmo plėtojimui. Lietuva turi pakankamai potencialo regioniniam turizmui, tačiau jis nėra tinkamai išnaudojamas.

6.2 PAGRINDINIAI IŠŠŪKIAI LIETUVAI TURIZMO SRITYJE IR JŲ SPRENDIMO BŪDAI

Šiame poskyryje atsakoma į TS 9.2.3 klausimą „Kokie yra pagrindiniai iššūkiai Lietuvai turizmo srityje? Kokie yra pagrindiniai iššūkiai, atsižvelgiant į COVID-19 pandemijos padarinius turizmo sektoriui? Kokie veiksniai riboja turizmo sektoriaus plėtrą šiuo metu ir ilguoju laikotarpiu? Kokie galimi šių iššūkių sprendimo būdai?“ ir 9.2.6 klausimą „Kaip padėti turizmo verslui geriau pasiruošti galimoms panašioms krizėms ateityje ir prisidėti prie darnios turizmo plėtros?“

2021 m. pagal KTKI, kurį kas du metus sudaro Pasaulio ekonomikos forumas, Lietuva pakilo per 3 pozicijas⁷⁶ ir užėmė 42 vietą iš 117 šalių⁷⁷. Vertinant Baltijos šalių kontekste, ankstesniais metais Lietuva būdavo žemiausioje pozicijoje, tačiau 2021 m. užėmė aukštesnę poziciją nei Latvija (48). Estija išlaikė aukščiausią poziciją tarp Baltijos šalių ir iš 31 vietos 2019 m. pakilo į 29 vietą 2021 m.

KTKI sudaro 4 subindeksai, įvertinantys 14 sričių pagal 90 individualių kriterijų. Pasaulio ekonomikos forumo ekspertai 2021 m. reitinge didžiausius įvertinimus (žr. 25 pav.) Lietuvai suteikė sveikatos ir higienos srityje (6,2 balo iš 7), informacinių ir komunikacijos technologijų, saugumo (po 5,9 balo), kainų konkurencingumo, socialinio atsparumo (po 5,4 balo), tarptautinio atvirumo (5,3 balo), žmogiškųjų išteklių ir darbo rinkos (4,9 balo), sausumos ir uostų infrastruktūros srityse (4,7 balo). Vidutiniai įvertinimai buvo skirti verslo aplinkos (4,4 balo), valstybės skiriamo prioriteto kelionių ir turizmo sektoriui (4 balai), turizmo paslaugų infrastruktūros (3,7 balo) ir kelionių ir turizmo paklausos ir pasiūlos disbalansą (3,6 balo). Blogiau nei vidutiniškai įvertinti rodikliai dėl oro susisiekimo infrastruktūros (2,8 balo), Lietuvos kultūros išteklių (2,2 balo), verslo turizmo galimybių (1,8 balos) ir gamtinių išteklių (1,6 balo). Lyginant Lietuvos turizmo konkurencinius pranašumus Šiaurės Europos regione, kuriam priskiriamos 5 Šiaurės šalys ir 3 Baltijos valstybės, galima matyti, kad Lietuva geriau nei regiono vidurkis įvertinta tik pagal 3 rodiklius: kainų konkurencingumo, sveikatos ir higienos bei sausumos ir uostų infrastruktūros.

⁷⁶ Palyginus su 2019 m. skelbtu KTKI, Lietuva pakilo per 17 pozicijų (iš 59 vietos), tačiau į 2021 m. vertinamą buvo įtrauktos 117 šalys, kai įprastai svyruoja nuo 136 iki 141. Siekiant užtikrinti palyginamumą tarp atskirų metų, KTKI rengėjai pateikė 2019 m. indekso perskaičiavimą, įtraukiant tik šalis, kurių reitingas buvo matuotas 2021 m.

⁷⁷ World Economic Forum, Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Insight report, 2022.

25 pav. Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumo vertinimas pagal KTKI



Šaltinis: Pasaulio ekonomikos forumo sudarytas KTKI, paskelbtas 2022 m. gegužę

Vertinant pagrindinius Lietuvos turizmo sektoriui kylančius iššūkius ir apribojimus sektoriaus plėtrai galima išskirti penkias iššūkių / apribojimų grupes: struktūrines sektoriaus problemas, kontekstinius iššūkius, infrastruktūros trūkumus, bendros šalies turizmo plėtros vizijos nebuvimą ir nepakankamą tarpinstitucinį bendradarbiavimą nacionaliniu bei regioniniu lygiu, rinkodaros nepakankamumą.

Struktūrinės sektoriaus problemos buvo išanalizuotos šios ataskaitos 2.1 skyriuje. Šios problemos apima mažą turizmo sektoriuje sukuriamą pridėtinę vertę, žemą inovacijų taikymo lygį, darbuotojų jėgos ir kompetencijų trūkumą.

Kontekstiniai sektoriaus apribojimai yra susiję su COVID-19 pandemijos pasekmėmis ir neigiama karo Ukrainoje įtaka. Šių iššūkių analizė yra pateikta ataskaitos 2.2 skyriuje. Prie kontekstinių apribojimų taip pat galima priskirti Lietuvos turizmo sektoriui dėl geografinės padėties būdingą neigiamą sezoniškumo įtaką. Kaip rodo turistų skaičiaus apgyvendinimo įstaigose duomenys⁷⁸,

⁷⁸ VDA rodiklių duomenų bazė, rodiklis „Nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose“, <https://osp.stat.gov.lt/turizmas>.

dauguma turistų (tiek užsienio, tiek vietinių) po Lietuvą keliauja balandžio–rugsėjo mėnesiais. Užsienio turistai dažniausiai lanko Vilniaus apskritį. Vietinio turizmo atveju, pajūrio savivaldybės – Palangos miesto, Neringos, Klaipėdos rajono didžiosios dalies svečių sulaukia šiltuoju sezonu, o šaltuoju metu turistų stokoja. Tuo tarpu Vilniuje ir Kaune vietinių turistų srautas krenta vasaros mėnesiais. Netolygus turistų pasiskirstymas mažina pajamas ir apriboja investavimo galimybes, gerinant tiek savivaldybės vietos infrastruktūrą, tiek siūlomų paslaugų apimtį⁷⁹.

Turizmui reikalingos infrastruktūros nepakankamumas taip pat yra svarbus sektoriaus konkurencingumą ribojantis veiksnys. Pagal 2021 m. KTKI subindeksą „Infrastruktūra“ Lietuva užima 51 vietą (tokią pat kaip ir 2019 m.), tačiau subindekso įvertis sumažėjo nuo 3,9 iki 3,8. 2021 m. užsienio turistų apklausa rodo, kad svarbiausias kelionių prioritetą yra tiesioginiai skrydžiai/ lengvas susisiekimas (svarbiu ir labai svarbiu įvardijo 63 % respondentų), 48 % svarbiu kelionių prioritetu įvardijo ir viešąją infrastruktūrą/ prieigą neįgaliesiems. Ribotas susisiekimas oro transportu varžo Lietuvos turizmo potencialą. 2021 m. KTKI reitinge Lietuva pagal oro uostų jungtis su kitais oro uostais buvo 75 vietoje, iš Šiaurės Europos šalių prastesnį įvertinimą turėjo tik Estija. Oro linijos, maršrutai ir tvarkaraščiai yra nepritaikyti verslo kelionėms, o tai – verslo turizmo plėtrą ribojantis veiksnys. Oro transportas yra vienas svarbiausių aspektų, lemiančių tarptautinių konferencijų turizmo produkto konkurencingumą. Patogus ir greitas susisiekimas oro transportu yra taip pat svarbus aspektas siekiant skatinti miestų turizmą, kadangi tai – vienas pagrindinių veiksnių, lemiančių kelionės krypties pasirinkimą, planuojant trumpą laisvalaikio kelionę į pasirinktą miestą. Siekiant pagerinti skrydžių strateginėmis kryptimis vykdymą 2022 m. buvo parengtas ilgalaikis skrydžių strateginėmis kryptimis vykdymo verslo planas, tačiau Vyriausybė, įvertinusi geopolitinę situaciją ir prioritetus, nepritarė lėšų (5,9 mln. Eur), reikalingų šio plano įgyvendinimui įtraukimui į 2023 m. valstybės biudžeto projektą.

Didelis apribojimas, trukdantis stiprinti Lietuvos turizmo sektoriaus plėtrą, yra prioritetinėms turizmo rūšims⁸⁰ kritiškai svarbių turizmo infrastruktūros objektų nebuvimas (pvz., konferencijų centro, nacionalinio stadiono ir kt.). Remiantis Tarptautinės kongresų ir konferencijų asociacijos sudarytu 2021 m. indeksu (*Destination performance index*)⁸¹, Lietuva užima 41 vietą (iš 50) pasaulio šalių reitinge. 2021 m. KTKI reitinge Lietuvos įvertinimas pagal verslo turizmo galimybių rodiklį vienas prasčiausių. Tiek dėl prasto susisiekimo oro transportu, tiek dėl nepakankamos infrastruktūros, konferencinio turizmo potencialas nėra išnaudojamas. Nacionalinio turizmo konferencijų centro projekto įgyvendinimas nuo 2008 m.⁸² vis dar tebėra koncepcijos vystymo stadijoje. Projekto realizavimas, Lietuvos kaip konferencijų vietos rinkodara ir konferencijų turizmo ekosistemos vystymas sumažintų Lietuvos turizmo sezoniskumą, užtikrintų aukštos pridėtinės vertės produktų kūrimą ir turizmo sektoriaus sukuriamos pridėtinės vertės augimą.

Kitas svarbus Lietuvos turizmo apribojimas yra susijęs su ryškiu teritoriniu turizmo infrastruktūros ir turistų pasiskirstymo netolygumu, kurį atskleidžia turistų apgyvendinimo numerių statistiniai duomenys, parodantys infrastruktūros regioninės koncentracijos lygį, paslaugų pasiūlos ir paklausos santykį bei jų tendencijas. Keturiuose apskrityse – Vilniaus, Klaipėdos, Kauno ir Alytaus – yra kiek daugiau nei 80 % visų šalies turistų apgyvendinimo numerių, o turistų nakvynių skaičius jose sudaro arti 90 %. Vertinant 2014–2019 m. numerių skaičiaus ir nakvynių apgyvendinimo įstaigose kitimo tendencijas (žr. 14 lentelę), matyti, kad visose apskrityse augo tiek numerių skaičius, tiek nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose. Pastebėtina, kad 2022 m. Lietuvos mastu numerių skaičius apgyvendinimo

⁷⁹ Vėšlė „Keliauk Lietuvoje“ (2022), Turizmo sektoriaus plėtros tyrimas.

⁸⁰ Vadovaujantis Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2021 m. rugsėjo 29 d. nutarimu Nr. 789 patvirtintu Lietuvos Respublikos teritorijos bendrojo planu, prioritetinėmis turizmo rūšimis Lietuvoje laikomas kultūrinis-pažintinis, sveikatinimo, konferencijų/verslo ir gamtinis turizmas

⁸¹ ICCA (2021), ICCA Ranking. Destination Performance index. Public Abstract.

⁸² 2008 m. spalio 8 d. nutarimu Nr. 1044 Lietuvos Respublikos Vyriausybė pripažino Vilniaus koncertų ir sporto rūmų pritaikymo kongresų centrui projektą valstybei svarbiu kultūriniu projektu.

įstaigose ir toliau augo, tačiau atskirose apskrityse (Klaipėdos, Marijampolės, Panevėžio ir kt.) jų skaičius mažėjo.

14 lentelė. Numerių ir nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose pagal apskritis

| | Numerių skaičius apgyvendinimo įstaigose vnt. | | | | | | Nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose vnt. | | | | |
|------------------------|---|--------|--------|--------|---------|------------------------|--|-----------|-----------|-----------|---------|
| | 2014 | 2019 | 2020 | 2022 | Pokytis | | 2014 | 2019 | 2020 | 2022 | Pokytis |
| Alytaus apskritis | 3 735 | 4 914 | 4 951 | 5 235 | ↑ | Alytaus apskritis | 1 261 665 | 1 473 344 | 726 942 | 1 112 607 | ↑ |
| Kauno apskritis | 3 654 | 5 246 | 5 696 | 5 942 | ↑ | Kauno apskritis | 793 354 | 1 327 427 | 715 349 | 1 349 573 | ↑ |
| Klaipėdos apskritis | 8 102 | 11 271 | 12 150 | 12 415 | ↑ | Klaipėdos apskritis | 1 563 497 | 2 213 713 | 1 625 867 | 2 181 151 | ↑ |
| Marijampolės apskritis | 538 | 930 | 829 | 762 | ↓ | Marijampolės apskritis | 78 158 | 117 490 | 107 890 | 70 233 | ↓ |
| Panevėžio apskritis | 777 | 1 123 | 1 101 | 1 204 | ↑ | Panevėžio apskritis | 136 388 | 172 243 | 109 360 | 151 407 | ↑ |
| Šiaulių apskritis | 1 126 | 1 747 | 1 362 | 1 832 | ↑ | Šiaulių apskritis | 193 879 | 250 645 | 179 347 | 257 738 | ↑ |
| Tauragės apskritis | 276 | 414 | 414 | 374 | ↓ | Tauragės apskritis | 30 712 | 48 216 | 24 670 | 36 537 | ↑ |
| Telšių apskritis | 934 | 1 396 | 1 065 | 1 154 | ↑ | Telšių apskritis | 93 311 | 111 642 | 87 315 | 155 255 | ↑ |
| Utenos apskritis | 1 789 | 2 390 | 2 660 | 2 869 | ↑ | Utenos apskritis | 241 507 | 300 278 | 279 011 | 327 943 | ↑ |
| Vilniaus apskritis | 8 002 | 11 510 | 11 505 | 10 098 | ↓ | Vilniaus apskritis | 2 072 533 | 2 931 760 | 1 076 006 | 2 430 686 | ↓ |
| Lietuva | 28 933 | 40 941 | 41 733 | 41 885 | ↑ | Lietuva | 6 465 004 | 8 946 758 | 4 931 757 | 8 073 130 | ↑ |

Šaltinis: sudaryta vertintojų remiantis VDA duomenimis.

Apgyvendinimo paslaugų pasiūlos ir paklausos santykį atspindi numerių užimtumas. 2019 m. didesnę nei šalies vidutinį numerių užimtumą pasiekė Vilniaus, Kauno ir Alytaus apskritys. 2020 m. numerių užimtumas reikšmingai sumažėjo visose apskrityse, išskyrus, Šiaulių apskritį, kurioje numerių užimtumas sumažėjo labai nežymiai (nuo 45,4 iki 44,3 %). Tokią situaciją galėtų paaiškinti tai, kad Šiauliuose yra karinių oro pajėgų aviacijos bazė, kurioje vykdoma NATO oro policijos misija ir kurią vykdo kariai iš įvairių NATO valstybių karių⁸³, apsistojantys Šiaulių apgyvendinimo įstaigose. Šiaulių apskrityje didelę dalį nakvynių skaičiaus sudaro ukrainiečių, kurie dirba Šiaulių logistikos kompanijose, nakvynės.⁸⁴

15 lentelė. Numerių užimtumas apgyvendinimo įstaigose pagal apskritis

| | Numerių užimtumas proc. | | | | |
|------------------------|---------------------------|------|------|------|---------|
| | 2014 | 2019 | 2020 | 2022 | Pokytis |
| Alytaus apskritis | 54,9 | 57,2 | 35,7 | 50,8 | ↑ |
| Kauno apskritis | 47,0 | 63,5 | 30,5 | 58,5 | ↑ |
| Klaipėdos apskritis | 41,8 | 49,0 | 32,6 | 46,9 | ↑ |
| Marijampolės apskritis | 36,6 | 34,4 | 30,3 | 38,3 | ↑ |
| Panevėžio apskritis | 29,5 | 33,1 | 18,3 | 42,2 | ↑ |
| Šiaulių apskritis | 43,1 | 45,4 | 44,3 | 58,3 | ↑ |
| Tauragės apskritis | 26,0 | 29,6 | 23,6 | 30,6 | ↑ |
| Telšių apskritis | 23,6 | 35,4 | 29,8 | 54,6 | ↑ |
| Utenos apskritis | 30,7 | 38,4 | 27,3 | 37,7 | ↑ |
| Vilniaus apskritis | 56,9 | 61,9 | 23,9 | 59,1 | ↑ |
| Lietuva | 48,7 | 55,9 | 29,1 | 54,2 | ↑ |

Šaltinis: sudaryta autorių remiantis Valstybės duomenų agentūros duomenimis.

Regioninio apgyvendinimo paslaugų netolygumo problemą mažinti padėtų nauji produktai, užtikrinantys ilgesnę atvykstančių turistų Lietuvoje buvimo trukmę, tokiu būdu sprendžiant pažintinio-kultūrinio turizmo pagrindinę problemą – mažą buvimo Lietuvoje trukmę (iki 2 nakvynių) bei mažinant turistų pasiskirstymo netolygumą tarp regionų. Pavyzdžiui, 2019 m. Daugpilyje, Latvijoje, buvo fiksuotas 11 % metinio turistų skaičiaus augimas, lyginant su 2018 m. daugiausiai šį pokytį siejant su Rothko meno centro atidarymu.

Regioninis apgyvendinimo paslaugų netolygumas atsirado dėl objektyvių priežasčių bei dėl nepakankamo strateginio planavimo – *trūksta bendros šalies turizmo plėtros vizijos bei prioritetų*

⁸³ Ignas Jačiauskas, „Į Lietuvą atvyko papildomos JAV pajėgos, pratęsiama JAV bataliono rotacija“, Lrt.lt

<https://www.lrt.lt/naujienos/lietuvoje/2/1625071/i-lietuva-atvyko-papildomos-jav-pajegos-pratesiama-jav-bataliono-rotacija>

⁸⁴ VDA tinklaraštis „Statistiko užrašai“, „Kas traukia ukrainiečius į Šiaulius?“

<https://statistikouzrasai.wordpress.com/2021/05/24/kas-traukia-ukrainiecius-i-siaulius/>

atskiriems regionams, taip pat nėra užtikrintas pakankamas tarpinstitucinis bendradarbiavimas nacionaliniu ir regioniniu lygiu. OECD parengtose gairėse dėl turizmo sektoriaus konkurencingumą matuojančių rodiklių⁸⁵ nacionalinis turizmo veiksmų planas yra priskirtas prie pagrindinių šalies turizmo konkurencingumo matavimo rodiklių. Šiose OECD gairėse nurodoma, kad nacionalinės turizmo strategijos ir veiksmų plano turėjimas yra esminė sąlyga, leidžianti politikos formuotojams įvertinti didžiausio konkurencinio potencialo sritis ir veiksmingiau nukreipti pastangas bei finansavimą, kad būtų gauta kuo didesnė ekonominė ir platesnė socialinė turizmo nauda.⁸⁶ Nors 2014–2020 m. programiniu laikotarpiu buvo parengta Lietuvos turizmo plėtros programa, kurioje buvo numatyta skatinti kultūrinio, konferencinio, gamtinio ir sveikatos turizmo viešosios ir privačios infrastruktūros plėtros projektų įgyvendinimą prioritetiniuose turizmo regionuose (programos 20 punktas), tačiau į šių regionų plėtrą buvo nukreiptos tik EIM priemonės, o kitų institucijų priemonėse, įgyvendintose pagal 2014–2020 m. VP 5.4.1 uždavinį, lėšų koncentracija nebuvo užtikrinta, nes priemonės ir pagal juos sudaryti projektų sąrašai buvo įgyvendinami pagal kitas sektorines programas, kuriose investicijos buvo planuojamos pagal tam sektoriui aktualius prioritetus.

Įgyvendinus strateginio valdymo reformą Lietuvoje ir pasikeitus Strateginio planavimo metodinėms nuostatoms turizmo politikos strateginiai uždaviniai nustatyti 2021–2030 metų nacionaliniame pažangos plane, kuriame numatyta geriau naudoti turizmo potencialą šalies pažangai bei subalansuotai ir tvariai plėtoti aktualias turizmo kryptis, didinant turizmo srityje kuriamą pridėtinę vertę ir mažinant sezoniskumą, ypač daug dėmesio skirti vietos ir regionų savitumui, skatinti keliautojus daugiau laiko praleisti šalies regionuose.⁸⁷ Pagrindinės pažangos priemonės yra planuojamos EIM⁸⁸ patvirtintoje 2022–2030 metų Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programoje⁸⁹, kurioje numatyta neišnaudoto Lietuvos turizmo potencialo problemą spręsti įgyvendinant dvi turizmo pažangos priemones „Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją“ ir „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“. Prie Lietuvos turizmo potencialo stiprinimo turi prisidėti ir kitų ministerijų vykdomos pažangos priemonės, visų pirma, skirtos spręsti prastą Lietuvos pasiekiamumo ir regionų junglumo bei mažo Lietuvos kaip patrauklios turizmo šalies žinomumo užsienyje problemas⁹⁰, taip pat Regionų plėtros planuose suplanuotos regioninės pažangos priemonės, apimančios investicijas į regioninės turizmo infrastruktūros vystymą ir rinkodarą. Be to, turizmo verslo ir viešosios infrastruktūros projektai galės būti finansuojami ir Lietuvos žemės ūkio ir kaimo plėtros 2023–2027 m. strateginio plano lėšomis, įgyvendinant vietos plėtros strategijas. Atsižvelgiant į tai, kad pažangos priemonės, skirtos Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumo didinimui, ir finansavimas, kuris galėtų būti nukreiptas šiam tikslui, yra išskaidytas tarp skirtingų strateginio valdymo sistemos lygių ir dalyvių, yra rizika, kad investicijos bus fragmentiškos ar nenuoseklios. Siekiant mažinti šią riziką ir užtikrinti integralų požiūrį į Lietuvos turizmo konkurencingumo stiprinimą, tikslinga parengti Lietuvos turizmo kelrodį iki 2030 m., kuriame būtų apibrėžta Lietuvos turizmo plėtros vizija, kryptys ir prioritetiniai veiksmai, o skirtingi strateginio valdymo sistemos dalyviai – ministerijos (EIM, KM, SM, VRM, AM, ŽŪM, URM) bei regionų plėtros tarybos suderintų planuojamas pažangos priemones, ir finansavimą, siekiant įgyvendinti NPP 1.12 uždavinį „Didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą“.

Integralus planavimas ir sisteminis požiūris taip pat reikalingas vykdant Lietuvos turizmo rinkodarą. Rinkodara yra vienas svarbiausių elementų skatinant keliautojų apsisprendimą atvykti į šalį arba keliauti šalies viduje. Bloom Consulting, kuris yra oficialus Pasaulio ekonomikos forumo duomenų

⁸⁵ OECD (2013), Guidance document: Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism.

⁸⁶ Ten pat, P.38.

⁸⁷ NPP, 1 strateginio tikslo aprašymas, 21 psl.

⁸⁸ Strateginio valdymo įstatyme turizmas nėra išskirtas kaip atskira valstybės veiklos sritis, jis patenka po bendra ekonomikos konkurencingumo sritimi, už kurios valdymą atsakinga EIM, remiantis EIM veiklos nuostatais, patvirtintais patvirtinti 2023 m. balandžio 19 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu Nr. 291, 7.2 punktas.

⁸⁹ Patvirtinta 2022 m. kovo 16 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu Nr. 247

⁹⁰ Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programos problemų ir priežasčių medis.

partneris, sudarė 2022–2023 m. šalies prekės ženklo reitingą (angl. *Country Brand Ranking, Tourism Edition*). Sudarant šį reitingą, vertinami 4 aspektai: ekonominės veiklos rezultatai, skaitmeninė paklausa, šalies prekės ženklo strategija (CBS Rating), internetinė veikla.⁹¹ **Lietuva tarp Europos šalių užima 39 vietą** (iš 42), o pasaulio mastu užima 111 vietą (iš 203). Latvija šiame reitinge tarp Europos šalių užima 37 vietą, o Estija – 32. Pasaulio mastu Latvija užima 105 vietą, o Estija – 87. Analizuojant tik pagal CBS reitingą (CBS Rating), kuriuo vertinama, ar nacionalinių turizmo organizacijų strategija atitinka tai, ko ieško tarptautiniai turistai (aukštesnis įvertinimas reiškia, kad nacionalinių turizmo organizacijų strategija yra suformuluota pagal su turizmu susijusias prekės ženklo žymes, kurių paklausa pagal paieškos apimtį yra didžiausia⁹²), Lietuva ir Latvija yra įvertintos BBB, kas reiškia „labai gerai“, o Estija A, kad reiškia „silpnai stiprus“. Šis reitingas rodo, kad vertinant pagal šalies prekės ženklą, Europos mastu Lietuva yra tarp šalių, užimančių žemiausią vietą ir atsilieka tiek nuo Estijos, tiek nuo Latvijos, todėl šioje vietoje dar yra erdvės turizmo rinkodaros tobulinimui, kad Lietuvoje siūlomos turizmo paslaugos ir produktai taptų geriau žinomi užsienio turistams.

Efektyviam šalies žinomumo prioritetinėse rinkose didinimui reikalingas sisteminis požiūris į produktų rengimą, nuolatinį jų tobulinimą ir stabilus finansavimas, kuris neturėtų ES fondams būdingų apribojimų. Žemas Lietuvos žinomumas ir silpna rinkodara yra tiesiogiai sietina su ženkliai mažesniu nei kitų šalių turizmo rinkodaros biudžetu, o ne su kryptingų ar prioritetinių rinkų neišskyrimu. Lietuvos prioritetinės rinkos yra apibrėžtos, klasifikuotos ir nežymiai keičiasi per paskutinius dešimt metų – vienintelis pokytis yra sietinas su geopolitine situacija ir karu Ukrainoje, kuomet iš prioritetinių rinkų sąrašo buvo išbraukta Rusija, bei šiuo metu nevykdoma rinkodara Ukrainoje.

2022–2030 metų plėtros programos valdytojos EIM patvirtintoje Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programoje⁹³ yra identifiкуotos pagrindinės turizmo plėtros problemos, iš esmės apimančios šiame vertinime išskirtus Lietuvos turizmo sektoriaus apribojimus. Kadangi plėtros programa buvo rengiama popandeminiu laikotarpiu, tad joje jau atsižvelgta ir į COVID-19 sukeltus iššūkius. **Plėtros programoje tinkamai išskirti pagrindiniai turizmo plėtros iššūkiai ir suplanuotos jiems spręsti tinkamos** (išskyrus abejonių kelia veiklų, skirtų DMO kūrimui ir bandomųjų projektų įgyvendinimui, tikslingumas), **tačiau nepakankamos veiklos.** Vertinant veiklas, susijusias su DMO, visų pirma, reikia pasakyti, kad Lietuva nėra tinkama plėtoti DMO modelį dėl mažos teritorijos. DMO tinkama šalims, kurias turistai lanko kelis kartus pasirinkdami skirtingą regioną – Italija, Prancūzija, JAV, Kinija. Tuomet DMO gali padėti šalies turizmo rinkodaros agentūrai ir koncentruotis vieno regiono rinkodaroje. Lietuva, dėl savo dydžio paprastai lankoma vieną kartą, nebent turistai turi kitų, labai specifinių tikslų. Funkcijas, kurias įprastai vykdo DMO, šiuo metu pagal Lietuvos Respublikos turizmo įstatymą įgyvendina VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ ir turizmo informacijos centrai.

Žemiau pateiktos 16 lentelės paskutiniame stulpelyje pasiūlytos papildomos veiklos, kurios padėtų spręsti Lietuvos turizmo sektoriaus plėtros apribojimus. Vertinant papildomas veiklas, buvo atsižvelgta ir į potencialių projektų vykdytojų nuomonę dėl priemonių, kurias tikslinga įgyvendinti, siekiant sustiprinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą (pav. 26).

⁹¹ Bloom Consulting Country Brand Ranking, Tourism Edition 2022-2023 https://www.bloom-consulting.com/en/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf

⁹² Yra 10 vertinimo kategorijų: AAA; AA; A; BBB; BB; B; CCC; CC; C; D. Geriausias vertinimas yra AAA reiškiantis, kad strategija „labai stipriai“ atitinka, o blogiausias vertinimas yra D, reiškiantis, kad strategija „prastai“ atitinka tai, ko ieško tarptautiniai turistai.

⁹³ Patvirtinta 2022 m. kovo 16 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu Nr. 247

16 lentelė. Planavimo dokumentuose išskirtų Lietuvos turizmo plėtros iššūkių ir jų sprendimų suvestinė bei siūlomos papildomos priemonės

| Planavimo dokumentų intervencinė logika | | | Siūlomi papildomi sprendimai |
|---|---|--|---|
| Turizmo plėtros problemos | Problemų priežastys | Problemų sprendimo būdai - pažangos priemonių veiklos | |
| Neefektyvus turizmo valdymas | 1) trūksta integralaus požiūrio į turizmo konkurencingumo skatinimą nacionaliniu, regionų ir vietos lygmenimis; 2) išsamių ir aktualių duomenų sprendimams priimti 3) nepakankamas suinteresuotų institucijų ir verslo grupių įsitraukimas į sprendimų priėmimą ir įgyvendinimą | 1) Įdiegti turistų registracijos sistemą E. turistas 2) Atverti mobiliųjų operatorių ir (ar) prilygstančius alternatyvius turistų srautų lankytinuose objektuose stebėsenos duomenis turizmo verslui; 3) Surinkti ir atverti turizmo išteklių duomenis verslui ir pristatyti turistams; 4) Sukurti Nacionalinę turizmo informacinę sistemą (NTIS) | 1) Parengti Lietuvos turizmo plėtros kelrodį (gaires) skirtą Lietuvos turizmo konkurencingumo didinimui (NPP 1.12 uždavinio įgyvendinimui), kuriame būtų suformuota turizmo plėtros vizija iki 2030 m., nustatytos aktualios turizmo kryptys ir prioritetiniai veiksmai, integraliai ir nuosekliai suplanuotos su uždavinio įgyvendinimu susijusios nacionalinės ir regioninės pažangos priemonės. |
| Lėta turizmo sektoriaus transformacija | 1) Nepakankami informaciniai ir komunikaciniai Lietuvos gyventojų įgūdžiai; 2) Nepakankamas turizmo inovacijų diegimas ir jų supratimas; 3) Neišvystytas klasterinis bendradarbiavimas (turizmo sektoriaus subjektai maži ir nebendruoja tarpusavyje); 4) Trūksta motyvuotų ir tinkamą kompetenciją turinčių darbuotojų turizmo paslaugų sektoriuje; 5) Nepakankamas darnios plėtros principų taikymas. | 1) Teikti paramą <i>TravelTech</i> industrijos startuoliams; 2) Užtikrinti turizmo transformacijai palankų teisinį reguliavimą; 3) Skatinti bandomųjų turizmo paskirties vietovių valdymo organizacijų (angl. destination management organization – DMMO/DMO) susikūrimą; 4) Skaitmeninei ir žaliajai turizmo sektoriaus transformacijai reikalingų kompetencijų, reikalingų turizmo sektoriaus darbuotojams, ugdymas. | 1) Teikti paramą turizmo sektoriaus MVĮ transformacijos projektams, skirtiems kurti naujus / tobulinti esamus darnaus turizmo produktus bei paslaugas (paramos forma – subsidijos, šaltinis – ERPF lėšos pagal Investicijų programos 4.6 uždavinį)*; 2) Apsvarstyti sveikatos turizmo potėmės įtraukimą į Sumanios specializacijos strategiją ir finansavimo galimybes pagal Investicijų programos 1 prioritetą; 3) Parengti priemonę įmonių ir asmenų sugrįžimui į turizmo rinką, pasitraukusiems iš jos per COVID-19 pandemiją; 4) Aktualizuoti turizmo specialybės mokymų programas, užtikrinant verslo ir profesinio mokymo įstaigų bendradarbiavimą*; 5) Stiprinti ne tik turizmo darbuotojų skaitmeninei ir žaliajai turizmo sektoriaus transformacijai reikalingas kompetencijas, bet ir bendruosius gebėjimus (kūrybiškumą, verslumą), kurie sudarytų prielaidas lanksčiau / greičiau reaguoti į naujas ateities krizes*. |
| Trūksta turizmui pritaikytos infrastruktūros | 1) Trūksta investicijų į viešąją ir privačią infrastruktūrą; | 1) Įgyvendinti DMO/DMMO parengtus investicijų į turizmo infrastruktūrą ir rinkodarą projektus; | 1) Užtikrinti, kad finansavimas pagal Investicijų programos 5 prioriteto uždavinius būtų skirtas tik tiems regioniniams turizmo |

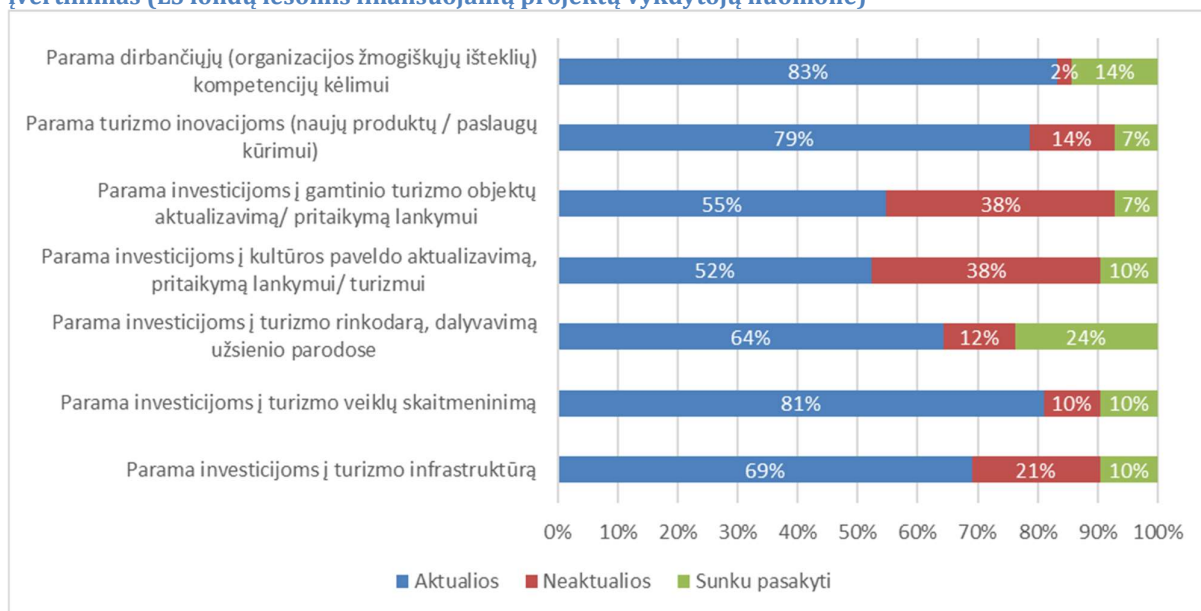
| Planavimo dokumentų intervencinė logika | | | Siūlomi papildomi sprendimai |
|---|---|--|---|
| Turizmo plėtros problemos | Problemos priežastys | Problemos sprendimo būdai - pažangos priemonių veiklos | |
| | 2) Turizmo infrastruktūra vystoma fragmentuotai – nevertinama ekonominė nauda ir nesilaikoma bendrų susitarimų. | 2) Išplėsti viešosios įstaigos „Keliauk Lietuvoje“ vykdomų infrastruktūros tyrimų apimtį; 3) Pasitelkti privatų partnerį, kuris vystytų nacionalinį konferencijų centrą. | produktams ir paslaugoms, kurie dera su bendromis Lietuvos turizmo plėtros skatinimo kryptimis (pavyzdžiui, parengus Lietuvos turizmo kelrodį, esant galimybei, papildyti regioninių pažangos priemonių finansavimo gaires, rekomenduojant, kad turizmo srities projektai, finansuojami pagal regioninę pažangos priemonę, turi atitikti šio kelrodžio nuostatas); 2) Teikti ekspertinę pagalbą Lietuvos regionams dėl Regionų plėtros planuose numatytų investicijų turizmo sektoriuje suplanavimo ir įgyvendinimo; 3) Parengti Europos Komisijos programų, pagal kurias 2021–2027 m. laikotarpiu teikiamas finansavimas turizmo projektams, gidą (informacinį leidinį, skiltį EIM interneto svetainėje ar kt.) lietuvių kalba, atsižvelgiant į skelbiamus kvietimus ir (ar) susidomėjimą pristatyti finansavimo galimybes suinteresuotoms šalims, teikti konsultacijas projektų rengimo metu. |
| Mažas Lietuvos, kaip patrauklios turizmo šalies, žinomumas užsienyje | 1) Netenkinanti rinkodaros ir komunikacijos kokybė ir kiekybė; 2) Nevykdoma nuosekli Lietuvos pristatymo užsienyje veikla, neformuojama aiški bendra žinutė. | 1) Sukurti „Lithuania.Travel“ svetainę (platformą) ir įdiegti rinkodaros įrankį, skirtą kelionėms planuoti; 2) Vykdyti rinkodaros priemones, siekiant skatinti turistus naudotis skrydžiais naujomis kryptimis; 3) Nuosekliai stiprinti Lietuvos, kaip vietos konferencijoms ir renginiams, įvaizdį tarptautinėje rinkoje. | 1) Ir toliau dirbti su užsienio kelionių organizatoriais ir media atstovais organizuojant pažintinius turus ir kitais būdais pristatant Lietuvos turistinius išteklius; 2) Didinti tiesiogines B2C reklamos kiekius prioritetinėse rinkose; 3) Formuoti šalies, kaip aukštos vertės prekės ženklą. Paslaugų kainos Lietuvoje yra aukštos, todėl labai svarbu tobulinti šalies pristatymo strategiją remiant verslo iniciatyvas jungtis į brangesnes paslaugas atstovaujančius tinklus ir užtikrinti atitinkamą rinkodarą; 4) Skatinti integraciją į regionines paslaugų tiekimo grandines (4V pavyzdys kuomet Višegrado šalys pristato visą regioną, kuris turistams suteikia vienodas keliavimo galimybes ir papildomas vertės aplankant visą istorinį regioną). Baltijos šalių regionas yra nedidelis ir turėtų skatinti keliauti |

| Planavimo dokumentų intervencinė logika | | | Siūlomi papildomi sprendimai |
|---|----------------------|--|---|
| Turizmo plėtros problemos | Problemos priežastys | Problemos sprendimo būdai - pažangos priemonių veiklos | |
| | | | visame regione taip suteikiant užsienio turistams papildomos vertės. Trūksta tris šalis pristatančių ir keliavimo lengvumą pabrėžiančių maršrutų; 5) Nuosekliai vykdyti rinkodarą, skirtą padidinti Lietuvoje veikiančių balneologinių kurortų konkurencingumą lyginant su kitais panašaus tipo kurortais centrinėje Europoje. |

Šaltinis: 2022–2030 metų plėtros programos valdytojos EIM patvirtintoje Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programa ir ją įgyvendinančių pažangos Nr. 05-001-01-12-07 „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“ ir Nr. 05-001-01-12-06 „Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją“ aprašai.

* šių priemonių įgyvendinimas prisidėtų ne tik prie turizmo sektoriaus plėtros, bet ir prie atsparumo ateities krizėms didinimo.

26 pav. Priemonių aktualumo, siekiant stiprinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą, įvertinimas (ES fondų lėšomis finansuojamų projektų vykdytojų nuomonė)



Šaltinis: sudaryta vertintojų pagal ESTEP projektų vykdytojų apklausos duomenis.

6.3 REKOMENDACIJOS DĖL TURIZMO SEKTORIAUS FINANSAVIMO

Šiame poskyryje atsakoma į TS 9.2.4. klausimą „Atsižvelgus į naujajame 2021–2027 m. finansiniame laikotarpyje pasikeitusį bendrojo ir nacionalinio finansavimo santykį, pateikti įžvalgas dėl turizmo sektoriaus plėtros po 2022 m., pagrindžiant statistine informacija. Pateikti pasiūlymus dėl priemonių finansavimo formų taikymo galimybių, derinimo su Europos Komisijos tiesiogiai valdomomis programomis, projektų vykdymu su partneriais iš kitų šalių (latviai, čekai, lenkai ir t.t.). Įvertinti turizmo sektoriui tinkamus prioritetus ir planuojamas veiklas programuojamuose dokumentuose (2021–2027 m. ES fondų investicijų programa Lietuvai ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo priemonė „Naujos kartos Lietuva“). Ar planuojami prioritetai yra tinkami ir pakankami? Įvertinti turizmo sektoriaus galimybes investuoti viešojo ir privataus sektorių partnerystės būdu.“ ir 9.2.5. klausimą „Nustatyti ir pagrįsti kokiomis priemonėmis, kokiomis veiklomis, kokia forma, kokiais atrankos būdais, atrankos

kriterijais, pareiškėjais, rodikliais, investicijų dydžiais, finansavimo intensyvumo ribomis, kokiose srityse ir pan. galima būtų prisidėti prie turizmo skatinimo ir plėtros bei atsigavimo po COVID-19 pandemijos“

2022–2030 metų plėtros programos valdytojos EIM patvirtintoje Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programoje⁹⁴ sprendžiama problema – neišnaudotas turizmo potencialas. EIM suplanuotoms turizmo pažangos priemonėms įgyvendinti reikalingas biudžetas sudaro 49,38 mln. Eur, iš jų 38,36 mln. Eur reikalingi veiksloms, suplanuotoms turizmo infrastruktūros ir rinkodaros srityse, ir 11,02 mln. Eur – turizmo sektoriaus transformacijos srityje. **Planavimo dokumentuose nėra patvirtintas pažangos priemonėms ir jų veikloms įgyvendinti reikalingas finansavimas, o tai kelia riziką, kad veiklos gali būti neįgyvendintos arba įgyvendintos nepilna apimtimi**, atitinkamai, nebus (pilna apimtimi) pasiekti NPP 1.12 uždavinio „Didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą“ rodikliai. Be valstybės biudžeto kaip galimo finansavimo šaltinio, svarbu įvertinti galimybes dalį investicinių veiklų finansuoti ES fondų ir programų lėšomis bei galimybes plačiau taikyti alternatyvius finansavimo būdus – plėsti finansinių priemonių ir viešosios-privačios partnerystės taikymą.

6.3.1 Galimybės finansuoti turizmo projektus ES fondų ir programų lėšomis

Nuo Lietuvos įstojimo į ES turizmo sektoriaus plėtros finansavimas buvo priklausomas nuo ES fondų investicijų: įgyvendinant 2007–2013 m. Sanglaudos skatinimo veiksmų programą turizmo sektoriui buvo skirta 254 mln. Eur, iš jų – 242 mln. ES fondų lėšos; 2014–2020 m. VP lėšomis buvo finansuoti projektai kultūros paveldo aktualizavimo ir pritaikymo visuomenės lankymui (95,6 mln. Eur), saugomų gamtinių teritorijų tvarkymo ir pritaikymo lankymui bei aplinkosauginių–rekreacinių objektų statybos (81,4 mln. Eur) bei turizmo rinkodaros, finansuojant VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ ir savivaldybių projektus (24,5 mln. Eur) srityse. Privatus sektorius galėjo konkuruoti dėl ES fondų lėšų priemonėse, skirtose inovacijų plėtrai, SVV konkurencingumui, atsigavimui po COVID-19 pandemijos. Tačiau kaip rodo šio vertinimo metu atlikta analizė, tik maža dalis su turizmo veikla susijusių Lietuvos įmonių (0,5%) sugebėjo pasinaudoti 2014–2020 m. ES fondų lėšomis, todėl daroma išvada, kad **bendrame paraiškų sraute turizmo sektoriaus įmonės yra nepajėgios sukonkuruoti su kitų sektorių įmonių projektais**, nes projektų finansavimo sąlygose yra nustatomi atrankos kriterijai, kuriuos turizmo įmonės / jų projektai atitinka prasčiau nei kitų sektorių įmonės,⁹⁵ priemonėmis finansuojamos veiklos nėra prioritetingos turizmo verslui⁹⁶.

Turizmas yra svarbi Lietuvos ekonomikos dalis, ypač vertinant pagal dirbančiųjų skaičių. Iki COVID-19 pandemijos turizmo sektoriaus tiesiogiai sukuriama pridėtinė vertė sudarė 2,9% visos šalyje sukuriamos pridėtinės vertės, o dirbančiųjų dalis – 3,7%. COVID-19 pandemijos pasekmės ir karas Ukrainoje neigiamai veikia Lietuvos turizmo sektoriaus įmonių likvidumą. Likvidumo trūkumas, susikaupusios skolos ir neapibrėžtumas dėl ateities artimiausiu laikotarpiu gali riboti įmonių, ypač MVĮ, investavimo galimybes į priemonių, reikalingų dvejopai pertvarkai, įgyvendinimą. Todėl siekiant skatinti turizmo sektoriaus atsigavimą, atkurti ankstesnius pajėgumus ir stiprinti konkurencingumą tarptautiniu lygiu turizmo sektoriui turi būti skiriamas deramas Vyriausybės dėmesys ir finansavimas.

⁹⁴ Patvirtinta 2022 m. kovo 16 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu Nr. 247

⁹⁵ Pavyzdžiui, įgyvendinant priemonę „Regio Invest LT+“ vienas iš prioritetingų projektų atrankos kriterijų buvo susijęs su kokybiškų darbo vietų kūrimu („Tiesiogiai su investicijų projektu susijusios sukurtos darbo vietos turi būti kokybiškos“), darbo vietos kokybę vertinant pagal planuojamą mokėti darbo užmokestį ir numatant, kad daugiausiai balų skiriama tiems projektams, kuriuose sukurtos darbo vietos, kuriose bus mokama 50 ir daugiau % didesnis darbo užmokestis negu vidutinis darbo užmokestis. Tačiau kaip buvo nurodyta šios ataskaitos 2.1 skyriuje apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų sektoriuje dirbančiųjų vidutinis mėnesinis bruto darbo užmokestis Lietuvoje yra trečdaliu mažesnis, lyginant su šalies vidurkiu, nes pagal darbo pobūdį ir patvirtintą profesinį standartą pakanka žemesnės ar vidutinės kvalifikacijos darbuotojų.

⁹⁶ Pavyzdžiui, priemonės Nr. 03.2.1-LVPA-K-802 „Expo sertifikatas LT“ atveju (0 paremtų turizmo įmonių), apgyvendinimo ir maitinimo veikla užsiimančių įmonių atveju „Ecolabel“ sertifikavimas galėjo būti finansuojamas (sertifikavimas atitiko finansuojamas veiklas, galimi pareiškėjai ir jų projektai – atrankos kriterijus), tačiau šis sertifikatas nėra tarp pirmųjų turizmo įmonių prioritetų, jo naudoti neatperka patiriami kaštai, ypač COVID ir atsigavimo po jo kontekste.

2021–2027 m. programiniu laikotarpiu ES fondų finansavimas pagal ERPF ir Sanglaudos fondo reglamentą turizmo srities projektams gali būti skirtas pagal 3 politikos tikslus (toliau – PT):

- 1-ąjį PT – „Konkurencingesnė ir pažangesnė Europa skatinant novatorišką ir pažangų ekonomikos pertvarkymą ir regionų IRT jungtis“;
- 4-ąjį PT – „Socialiai atsakingesnė ir įtraukesnė Europa, įgyvendinant Europos socialinių teisių ramstį“ (konkrečiai, per šio tikslo uždavinį „Stiprinant kultūros ir darnaus turizmo vaidmenį ekonominės plėtros, socialinės įtraukties ir socialinių inovacijų srityse“;
- 5-ąjį PT – „Piliečiams artimesnė Europa skatinant tvarią ir integruotą visų rūšių teritorijų ir vietos iniciatyvų plėtrą.“

2021–2027 metų ES fondų investicijų programos (toliau – Investicijų programoje) rengimo metu Lietuvoje buvo apsispręsta tiesiogiai turizmo projektus finansuoti tik pagal 5-ąjį PT atitinkantį Investicijų programos 5 prioriteta „Piliečiams artimesnė Lietuva“. Turizmas kaip galima finansuotina veikla numatyta pagal abu prioriteto uždavinius:

- 5.1. „Skatinti integruotą ir įtraukią socialinę, ekonominę ir aplinkosaugos plėtrą, puoselėti kultūrą, gamtos paveldą, darnų turizmą ir saugumą miestų teritorijose“;
- 5.2 „Skatinti integruotą ir įtraukią socialinę, ekonominę ir aplinkosaugos plėtrą vietos lygmeniu, puoselėti kultūrą, gamtos paveldą, darnų turizmą ir saugumą kitose nei miestų teritorijose“.

Šie uždaviniai bus įgyvendinami per 2021–2030 m. Regionų plėtros programą⁹⁷, į kurią įtraukiami NPP uždaviniai ar jų dalys – regioninės pažangos priemonės, tiesiogiai įgyvendinančios NPP 7 strateginį tikslą „Tvariai ir subalansuotai vystyti Lietuvos teritoriją ir mažinti regioninę atskirtį“ (7.1. ir 7.2 uždaviniai) arba prisidedantys prie šio tikslo įgyvendinimo atskirose valstybės veiklos srityse (švietimo, sveikatos, socialinės apsaugos ir užimtumo, transporto, aplinkos ir klimato kaitos). Regioninės pažangos priemonės finansavimo gairėse⁹⁸ numatyta finansuotina veikla – viešosios turizmo infrastruktūros modernizavimas ar sukūrimas, pritaikant gamtos ir kultūros objektus lankymui (taip pat neįgaliųjų poreikiams); tikslinė grupė – gyventojai, MVĮ, savivaldybės ir kitos viešojo sektoriaus institucijos ir įstaigos. Regionų pažangos priemonės planuoja regionų plėtros tarybos, atsižvelgdamos į ministerijų regioninėms pažangos priemonėms nustatytus NPP poveikio rodiklius ir į konkretaus regiono bei kiekvienos regiono savivaldybės situacijos ypatumus. Šiuo metu **parengtuose 2022–2030 m. Regionų plėtros planuose yra suplanuoti su turizmo plėtra susiję uždaviniai ir rodikliai**, tačiau pažangos priemonės kol kas parengtos ne visuose planuose (plačiau žr. 17 lentelę). 5 regionų (Vilniaus, Kauno, Šiaulių, Panevėžio, Tauragės) plėtros planuose suformuotoms konkrečioms į turizmo plėtrą orientuotoms pažangos priemonėms numatyta skirti 150 347 140 Eur, iš jų – 103 830 650 Eur ES lėšų; kadangi visuose regionuose investavimo kryptys ir biudžeto dydžiai pažangos priemonėms yra panašūs, galima prognozuoti, kad įgyvendinant Regionų plėtros planus 2021–2027 m. laikotarpiu turizmo skatinimui teks apie 200 mln. Eur ES fondų lėšų. Planavimo etape daroma prielaida, kad savivaldybės, veikdamos regionų plėtros tarybose, suplanuos reikalingas intervencijas, susijusias su turizmo sritimi, kai konkretus regionas turizmo plėtrą identifikuos kaip turinčią potencialą regioninės atskirties mažinimui.⁹⁹ Ankstesnių programinių laikotarpių patirtis rodo, kad regioninių turizmo investicijų planavimas ir įgyvendinimas nebuvo pakankamai efektyvus. 2013 m. atliktame ES paramos poveikio Lietuvos turizmo sektoriui ir plėtros galimybių vertinimo viena iš išvadų buvo ta, kad ES lėšų poveikis turizmui daugelyje savivaldybių yra neutralus, nes investuojama į infrastruktūrą, kuri naudojama ne

⁹⁷ Patvirtinta 2022 m. birželio 29 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimu Nr. 713.

⁹⁸ 2023 m. balandžio 4 d. Lietuvos Respublikos vidaus reikalų ministro įsakymas Nr. 1V-188 „Dėl Regioninės pažangos priemonės 01-004-07-01-01 (RE) „Paskatinti regionų, funkcinių zonų, savivaldybių ir miestų ekonominį augimą pasitelkiant jų turimus išteklius“ finansavimo gairių patvirtinimo“.

⁹⁹ EIM pažangos priemonės pagrindimas.

turizmo, bet vietinių bendruomenių poreikiams¹⁰⁰. Taip pat vertinimo ataskaitoje pažymėta, kad sėkmingų bendradarbiavimo tarp savivaldybių, vystant prioritetinius turizmo produktus, atvejų yra labai mažai: dažniausiai problemos yra sprendžiamos lokaliai vienos savivaldybės ar vieno turizmo objekto lygmenyje.¹⁰¹ Šiame vertinime atlikta analizė rodo, kad įgyvendinant priemonę 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“ buvo finansuota tarpusavyje konkuruojančių e-rinkodaros produktų¹⁰², dažnu atveju apsiribota vienos ar kelių savivaldybių turistinių objektų ar maršrutų rinkodara. Siekiant užtikrinti, kad regioninės turizmo investicijos derėtų su bendra Lietuvos turizmo plėtros vizija, spręstų ne tik vietos regiono plėtros problemas, bet prisidėtų ir prie bendro šalies turizmo konkurencingumo stiprinimo, būtų tikslinga regionų plėtros tarybas įtraukti į Lietuvos turizmo kelrodžio proceso rengimą, o patvirtinus šį kelrodį, esant galimybei, papildyti regioninių pažangos priemonių finansavimo gaires, rekomenduojant, kad turizmo srityje įgyvendinami projektai turi atitikti šio kelrodžio nuostatas.

17 lentelė. Turizmo skatinimo tikslai 2022–2030 m. Lietuvos regionų plėtros planuose

2022–2030 m. Vilniaus regiono plėtros plane, patvirtintame 2023 m. kovo 1 d. sprendimu Nr. TS-9, numatyta vystyti Vilniaus regiono ekonominio potencialo funkcinę zoną, kuri apims tris sritis: judumą, turizmą bei kūrybinę ekonomiką (kūrybinių industrijų iniciatyvas). Turizmo potencialo vystymo zona jungs visas 8 regiono savivaldybes (Elektrėnų, Šalčininkų r., Širvintų r., Švenčionių r., Trakų r., Ukmergės r., Vilniaus m. ir Vilniaus r.). Plane nustatytas konkretus uždavinys „Paskatinti tolygią kūrybinės ekonomikos ir turizmo plėtrą“, kuriam įgyvendinti patvirtinta pažangos priemonė „Palankių sąlygų ekonominiam augimui sudarymas funkcinėse zonose“ ir jai skirtas biudžetas - 68 469 762 Eur, iš jų - 34 234 881 Eur ES lėšos.

2022–2030 m. Kauno regiono plėtros plane, patvirtintame 2023 m. vasario 23 d. sprendimu Nr. 6KS-8, vystant Kauno regiono funkcinę zoną numatoma išnaudoti Kauno regiono turizmo potencialą, pasiūlant bendrą Kauno regiono patirtinį maršrutą, apimančią visas regiono savivaldybes. Plane patvirtinta pažangos priemonė „Regiono ekonominio augimo, išnaudojant turizmo potencialą, stiprinimas“. Priemonei įgyvendinti suplanuotas 37 986 800 Eur biudžetas, iš jų - 32 288 780 Eur ES lėšos.

2022–2030 m. Klaipėdos regiono plėtros plane, patvirtintame 2023 m. kovo 10 d. sprendimu Nr. K/S-10, formuojama funkcinė zona, apimanti visas regiono savivaldybes ir 4 veiksmus, įskaitant viešosios turizmo infrastruktūros ir paslaugų tinklo efektyvumą didinimą turizmo sektoriuje. Plane suformuotam tikslui „Paskatinti pridėtinę vertę kuriančių paslaugų plėtrą turizmo sektoriuje“ pasiekti bus įgyvendinama pažangos priemonė „Įgyvendinti Klaipėdos regiono funkcinės zonos strategiją“. Priemonei numatyta 48 180 686 Eur, iš jų - 40 953 583 Eur ES lėšos. Pagal šią priemonę taip pat bus įgyvendinamos veiklos, susijusios viešojo transporto prieinamumo ir kokybės gerinimu.

2022–2030 m. Šiaulių regiono plėtros plane, patvirtintame 2023 m. vasario 8 d. sprendimu Nr. ŠR/TS-6, planuojama viena funkcinė zona, kuriose bus vykdomos bendros veiklos, įskaitant turizmo. Plane numatyta pažangos priemonė „Turizmo objektų patrauklumo gerinimas“, kuriai įgyvendinti suplanuotas 22 117 648 Eur biudžetas, jame - 18 800 000 Eur ES lėšos.

2022–2030 m. Telšių regiono plėtros plane, patvirtintame 2023 m. kovo 10 d. sprendimu Nr. K/S-5, formuojama funkcinė zona „Turizmas, kultūra ir verslas“. Vienas iš funkcinės zonos tikslų – „Padidinti turizmo ir kultūros objektų pasiekiamumą ir sudaryti sąlygas paslaugų plėtrai“. Šiam tikslui įgyvendinti parengta pažangos priemonė „Darbo vietų pasiekiamumo ir paslaugų prieinamumo didinimas“, kuriai suplanuota skirti 52 924 539 Eur, šioje sumoje – 44 985 857 Eur ES lėšos. Pažangos priemonės lėšomis taip pat bus finansuojamos darnaus judumo veiklos miestuose. Turizmo veiklas numatoma finansuoti ir

¹⁰⁰ Ernst&Young Baltic (2013 m. spalio), Europos Sąjungos paramos poveikio Lietuvos turizmo sektoriui ir plėtros galimybių vertinimo paslaugos. Galutinė vertinimo ataskaita, P. 93.

¹⁰¹ Ten pat, P. 94.

¹⁰² Pavyzdžiui, sukurtos mobiliosios aplikacijos „Atrask Dzūkiją“, „Druskininkų legendos“, „Varena4season“ skirtos didinti Dzūkijos regiono lankomumą, planuoti keliavimą po jį maršrutus, tačiau integruotos yra tik pirmosios dvi, mobilioji aplikacija „Atrask Dzūkiją“ neapima maršrutų po Varėną, kuri yra laikoma vienu iš Dzūkijos centrų.

per pažangos priemonę „Tvari Telšių miesto plėtra“, kuriai planuojama skirti 11 517 882 Eur, iš jų – 9 790 200 Eur ES lėšos. Pagal šią pažangos priemonę bus taip pat finansuojamos verslui reikalingos infrastuktūros sukūrimas ir darnaus judumo priemonės.

2022–2030 m. Panevėžio regiono plėtros plano projekte, parengtame 2023 m. vasario 7 d., numatoma suformuoti funkcinę zoną, kurią vystant planuoja dalyvauti visos Panevėžio regiono savivaldybės. Plane numatyta pažangos priemonė „Turizmo skatinimas regione“, kuriai planuojama skirti 14 699 478 Eur, iš jų – 12 494 556 Eur ES fondų lėšos.

2022–2030 m. Tauragės regiono plėtros plane, patvirtintame 2023 m. vasario 3 d. sprendimu Nr. TS-12, numatyta pažangos priemonė „Gamtos ir kultūros objektų pritaikymas lankymui bei turizmo informavimo paslaugų plėtra“, kuriai suplanuota skirti 7 073 452 Eur, iš jų – 6 012 433 Eur ES lėšos.

Alytaus ir Utenos regionų plėtros planuose numatyti konkretūs turizmo skatinimui skirti uždaviniai, tačiau kol kas į planus nėra įtrauktos šiuos uždavinius įgyvendinančios pažangos priemonės. **Marijampolės regiono plane** nėra atskirų uždavinių ir plėtros priemonių, skirtų turizmui, tačiau ši sritis galės būti remiama siekiant tikslo „Skatinti investicijų pritraukimą ir verslo plėtrą regione gerinant sąlygas investicijoms“.

Šaltinis: apibendrinta vertintojų, remiantis 2022–2030 m. Lietuvos regionų plėtros planuose pateikta informacija (2023 m. birželio mėn. duomenys).

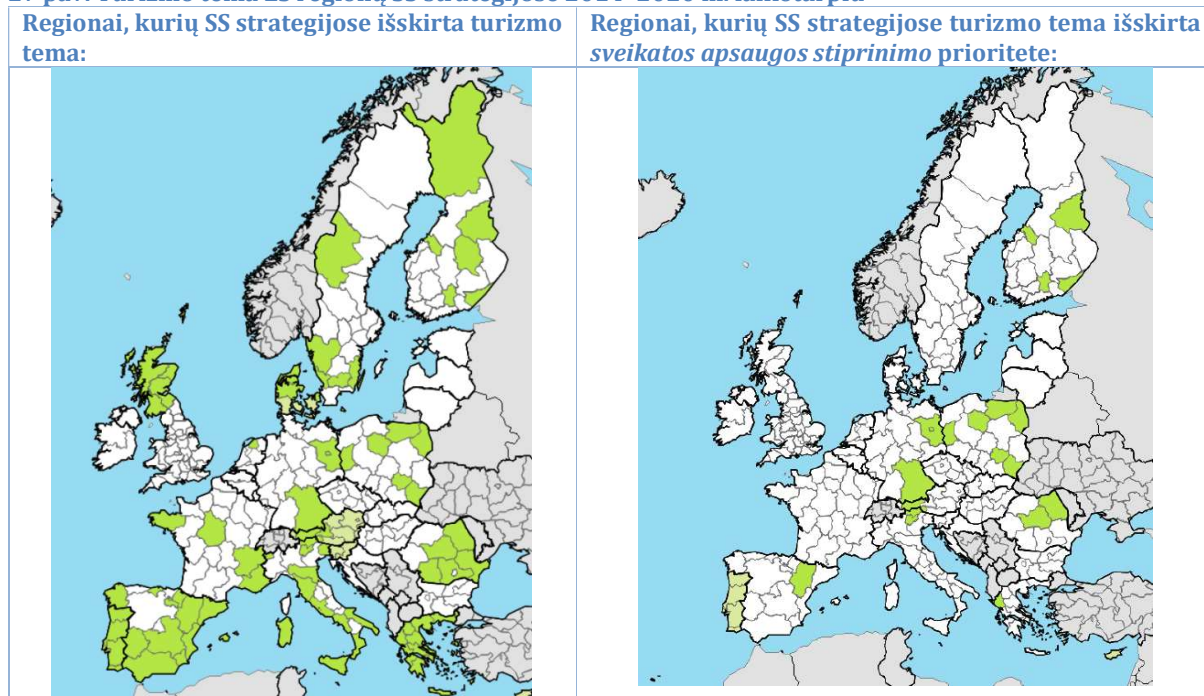
Pagal 1 PT-ą ir Investicijų programos 1 prioritetą „Pažangesnė Lietuva“ 2021–2027 m. programiniu laikotarpiu tęsiamas tas pats įmonių finansavimo modelis, kaip ir 2014–2020 m., t. y. turizmo įmonės kai kuriose pagal 1 prioritetą įgyvendinamose pažangos priemonėse galės konkuruoti kartu su kitų sektorių įmonėmis. Turizmo įmonės, kurios registruotos Sostinės regione, negalės pasinaudoti šio prioriteto galimybėmis, nes turizmas kaip tema nėra įtrauktas į Lietuvos sumanios specializacijos strategiją¹⁰³. Tai nedera su 2022 m. EK Turizmo gairėmis, kuriose žiedinio ir palankaus klimatui turizmo mokslinių tyrimų, inovacijų ir bandomųjų projektų įgyvendinimas išskirtas kaip viena iš turizmo sektoriaus transformacijos priemonių¹⁰⁴. Vertinimo metu atliktų interviu metu buvo išsakyta pastebėjimų, kad turizmas kaip sumanios specializacijos (toliau – SS) kryptis 2014–2020 m. programiniu laikotarpiu buvo išskirtas tik tuose ES regionuose, kurių ekonomikos yra labai priklausomos nuo turizmo veiklos. Tačiau iš tiesų yra nemažai ir kitų ES regionų, kuriuose turizmo sukuriama BVP dalis sudaro panašią dalį kaip Lietuvos (pavyzdžiui, Suomijos ar Lenkijos regionai) ir į kurių SS strategijas yra įtrauktas turizmas (žr. 27 pav.). 2020 m. Europos Komisijos užsakymu atlikta studija¹⁰⁵ rodo, kad net 136 ES regionuose turizmas kaip tema buvo integruotas į SS strategijas, dažniausiai per konkrečius ekoturizmo plėtros prioritetus arba kaip potėmė patyriminės ekonomikos (angl. *Experience Economy*) bei informacinės ir ryšių technologijų prioritetuose. Kai kuriuose ES regionuose turizmas kaip tema minimas ir sveikatos apsaugos stiprinimo kryptyse (žr. 27 pav.). Atsižvelgiant į kitų ES regionų praktiką, inovacinio potencialo stiprinimas plėtojant sveikatos turizmą Lietuvoje galėjo būti svarstomas kaip Sveikatos technologijų prioriteto potėmė, rengiant SS strategiją naujam laikotarpiui.

¹⁰³ 2022 m. rugpjūčio 17 d. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 835 „Dėl Mokslinių tyrimų ir eksperimentinės plėtros ir inovacijų (sumaniosios specializacijos) koncepcijos patvirtinimo“

¹⁰⁴ European Commission. (2022), Transition Pathway for Tourism, P. 22.

¹⁰⁵ ECORYS (2020), Study on the contribution of tourism to local and regional development: Evidence from the European structural and investment funds 2012-2018.

27 pav. Turizmo tema ES regionų SS strategijose 2014–2020 m. laikotarpiu



Šaltinis: ECORYS (2020), Study on the contribution of tourism to local and regional development: Evidence from the European structural and investment funds 2012-2018.

Galimybė 2021–2027 m. programiniu laikotarpiu turėti atskirtą turizmo plėtrai skirtą priemonę, finansuojamą ERPF lėšomis, buvo pagal 4 PT-ą. Pirminiame ERPF ir Sanglaudos reglamento projekte, kurį EK paskelbė 2018 m. gegužę, atskirai turizmas kaip finansavimo sritis nebuvo išskirta. Tačiau dėl COVID-19 pandemijos sukeltų neigiamų padarinių šiam sektoriui, 2020 m. gegužę atnaujintame reglamento pasiūlyme¹⁰⁶, EK pažymėjo, kad siekiant sustiprinti bendrą ES ekonomikos atsparumą ir atsigavimą, siūloma didinti investicijų lankstumą, kad būtų visapusiškai išnaudojamas turizmo ir kultūros sektorių ekonominis potencialas, ir pasiūlė turizmą bei kultūrą remti ne tik pagal kitus politikos tikslus, bet ir sukurti atskirą konkretų uždavinį pagal 4 PT-ą, kad būtų galima išnaudoti turizmo ir kultūros potencialą skatinti ekonominę plėtrą, socialinę įtrauktį ir socialines inovacijas. Reglamento projekte buvo numatyta, kad specialus uždavinys bus nustatytas remti nuo turizmo ir kultūros sektorių labai priklausomų regionų ekonomiką. Atsižvelgiant į šį pokytį, Lietuvoje rengiant 2021–2027 m. Investicijų programą į 4 prioritetai „Socialiai atsakingesnė Europa“ buvo įtrauktas konkretus uždavinys „4.6. Stiprinti kultūros ir darnaus turizmo vaidmenį ekonominės plėtros, socialinės įtraukties ir socialinių inovacijų srityse (ERPF)“, tačiau visos jame suplanuotos veiklos¹⁰⁷ ir joms skirtas finansavimas (91,5 mln. Eur, iš jų – 10,6 mln. Eur Sostinės regionui) tenka kultūros sričiai. Iki COVID-19 pandemijos kultūros sektoriaus sukuriama pridėtinė vertė Lietuvos ekonomikoje buvo šiek tiek mažesnė (sudarė 2,2 % visos ekonomikos pridėtinės vertės) nei turizmo sektoriaus (2,9 %) ir jame dirbo panašus skaičius darbuotojų (48,8 tūkst. darbuotojų, 5 % mažiau nei turizmo sektoriuje)¹⁰⁸. Kadangi ekonominiu svoriu turizmo ir kultūros sektoriai yra labai panašūs, tai rodo, kad šiuo specialiu reglamento uždaviniu galima buvo pasinaudoti ne tik tuo atveju, kai šalies ekonomika yra stipriai priklausoma nuo konkretaus sektoriaus.

¹⁰⁶ Pakeistas pasiūlymas dėl Europos Parlamento ir Tarybos Reglamento dėl Europos regioninės plėtros fondo ir Sanglaudos fondo, KOM(2020) 452 galutinis.

¹⁰⁷ Įgyvendinant 4.6 uždavinį planuojamos šios veiklos: (1) skatinti KKI indėlį į tvarią ir socialiai atsakingą ekonomiką; (2) svarbiausių valstybei kultūros objektų modernizavimas siekiant paslaugų prieinamumo ir įtraukimo didinimo; (3) Privačių kultūros infrastruktūros ir paveldo objektų pritaikymas įvairių socialinių grupių poreikiams.

¹⁰⁸ VDA, <https://osp.stat.gov.lt/lietuvos-svietimas-kultura-ir-sportas-2021/kulturos-ekonominiai-rodikliai>

Investicijų programos įgyvendinimo metu yra galimybė keisti programą, remiantis Reglamento (ES) 2021/1060¹⁰⁹ 18 ir 24 straipsniais ir vadovaujantis Investicijų programos administravimo taisyklių¹¹⁰ VI skyriuje nustatyta tvarka. Siekiant Investicijų programos 4.6 uždavinį „4.6. Stiprinti kultūros ir darnaus turizmo vaidmenį ekonominės plėtros, socialinės įtraukties ir socialinių inovacijų srityse (ERPF)“ papildyti nauja veikla, skirta darnaus turizmo¹¹¹ skatinimui ir atitinkantį 2022 m. EK paskelbtose Turizmo gairėse identifikuotus veiksmus (pavyzdžiui, vystyti modelius ir perduotiną praktiką tvariam turizmui skatinti, įgyvendinti didelės apimties tvaraus turizmo projektus), reikėtų pagrįsti programos keitimo poreikį ir įvertinti ERPF lėšų perskirstymo galimybę iš kitų veiklų, kuriose stebimos įgyvendinimo problemos ir yra rizika nepanaudoti suplanuotų lėšų arba kurias atsirado galimybė finansuoti EGADP lėšomis, 2023 m. atlikus NKL keitimą. Sprendžiant dėl lėšų perkėlimo turi būti atsižvelgta į tokio keitimo poveikį Investicijų programos finansavimo planui (lėšų paskirstymui pagal Investicijų programos prioritetus) ir išlaidų pasiskirstymui pagal intervencinių priemonių sritis¹¹². Reikšmingesni Investicijų programos keitimai gali būti planuojami programos vidurio peržiūros, kuri turi būti atlikta iki 2025 m. kovo 31 d., metu. Atliekant vidurio peržiūrą bus suteikiama galimybė atsižvelgti į naujus uždavinius bei atitinkamas 2024 m. pateiktas konkrečiai šaliai skirtas rekomendacijas, šalies socialinę ir ekonominę padėtį, atitinkamų vertinimų pagrindinius rezultatus, pažangą siekiant tarpinių reikšmių.

Galimybės 2021–2027 m. programavimo laikotarpiu Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumo stiprinimui panaudoti kitus ES finansavimo šaltinius taip pat yra neišnaudotos. Visų pirma, 2021 m. rengiant Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo planą „Naujos kartos Lietuva“¹¹³ (toliau – NKL), kuriame nustatyta 2021–2026 m. laikotarpio Lietuvos reformų ir investicijų darbotvarkė, skirta skatinti Lietuvos atsparumą bei pasirengimą ateities krizėms, buvo gera proga užsitikrinti Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo priemonės (toliau – EGADP) lėšas skaitmeninei turizmo sektoriaus transformacijai. Pažangos priemonėje „Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją“¹¹⁴, suplanuotos veiklos, susijusios su sektoriaus skaitmenine transformacija (pavyzdžiui, „1. Įdiegti turistų registracijos sistemą E. turistas“, „2. Atverti mobiliųjų operatorių ir (ar) prilygstančius alternatyvius turistų srautų lankytinuose objektuose stebėsenos duomenis turizmo verslui“, „3. Surinkti ir atverti turizmo išteklių duomenis verslui ir pristatyti turistams“, „4. Sukurti Nacionalinę turizmo informacinę sistemą (NTIS)“, „8. Skaitmeninei ir žaliajai turizmo sektoriaus transformacijai reikalingų kompetencijų, reikalingų turizmo sektoriaus darbuotojams, ugdymas“) pagal turinį buvo tinkamos finansuoti EGADP lėšomis. Tačiau, atsakingų institucijų teigimu, dėl nepakankamo investicinių projektų parengtumo, priemonė, skirta skaitmeninei turizmo sektoriaus transformacijai, nebuvo įtraukta į NKL planą. 2023 m. buvo atlikta NKL plano peržiūra ir papildymas, kuriuo numatoma skirti virš 1,8 mlrd. Eur (didžioji dalis EGADP paskolos forma, 194 mln. Eur – „REPowerEU“ iniciatyvos

¹⁰⁹ 2021 m. birželio 24 d. Europos Tarybos ir Parlamento reglamentas (ES) 2021/1060, kuriuo nustatomos bendros Europos regioninės plėtros fondo, „Europos socialinio fondo +“, Sanglaudos fondo, Teisingos pertvarkos fondo ir Europos jūrų reikalų, žvejybos ir akvakultūros fondo nuostatos ir šių fondų bei Prieglobsčio, migracijos ir integracijos fondo, Vidaus saugumo fondo ir Sienų valdymo ir vizų politikos finansinės paramos priemonės taisyklės“.

¹¹⁰ 2021–2027 metų Europos Sąjungos fondų investicijų programos ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano „Naujos kartos Lietuva“ administravimo taisyklės, patvirtintos 2022 m. birželio 22 d. Lietuvos Respublikos finansų ministro įsakymu Nr. 1K-237.

¹¹¹ Remiantis tarptautinių organizacijų nuostatomis ir apibrėžimais, darniojo turizmo principai apima ekonominio, aplinkosauginio, socialinio ir kultūrinio tvarumo aspektus, siekiant sukurti ne tik didesnę ekonominę naudą, bet ir geresnes gyvenimo sąlygas vietos bendruomenei, tuo pačiu efektyviau naudojant ir tausojant gamtos ir kultūros išteklius.

¹¹² Tame tarpe įvertinant Reglamento (ES) 2021/1060 24 straipsnio nuostatą, kad per programos įgyvendinimo laikotarpį galima perkelti ne daugiau kaip 8 % prioriteto pradinio asignavimo ir ne daugiau kaip 4 % programos biudžeto kitam to paties fondo tos pačios programos prioritetui.

¹¹³ Planas buvo patvirtintas 2021 m. liepos 20 d. Tarybos įgyvendinimo sprendimu dėl Lietuvos ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano patvirtinimo. Į pirminį NKL planą buvo įtraukta 31 priemonė, kuriai įgyvendinti skirta 2,225 mlrd. Eur EGADP lėšų. 2023 m. keičiant NKL planą, finansavimas padidinamas 1,8 mlrd. Eur.

¹¹⁴ Patvirtinta 2022 m. rugpjūčio 3 d. Lietuvos Respublikos Nr. 4-903.

lėšos) naujoms intervencijoms įgyvendinti¹¹⁵, tačiau jose taip pat nenumatyta priemonių, skirtų turizmo sektoriaus transformacijai ar atsparumui didinti. Tuo tarpu Lietuvos kaimynės pasinaudojo galimybe į savo EGADP planus įtraukti priemones, skirtas turizmo sektoriaus atsigavimui ir plėtrai. Pavyzdžiui, Lenkijos plane kultūros ir turizmo sektorių MVĮ projektams, skirtiems naujų produktų ir paslaugų diegimui bei darbuotojų kompetencijų stiprinimui numatyta 500 mln. Eur (4,5% viso plano biudžeto).¹¹⁶ Bendrai, net 16 ES šalių į savo EGADP planus įtraukė priemones, susijusias su turizmu. Daugiau kaip pusė juose planuojamų investicijų (56 %) bus daromos, siekiant didinti turizmo ekosistemos atsparumą ir konkurencingumą, trečdalis (32 %) investicijų bus skirtos tvarumui didinti, o 12 % – skaitmenizacijai remti.¹¹⁷

Antra, Lietuvos turizmo sektoriaus subjektai nepakankamai išnaudoja galimybes pasinaudoti įvairiomis, tiesiogiai EK administruojamomis ES programomis. EK remia valstybių narių perėjimą prie žaliosios ir skaitmeninės turizmo ekonomikos pasitelkiant įvairius finansavimo mechanizmus. 2021–2027 m. parama turizmo sektoriui skiriama ne tik iš EGADP, ERPF, EŽŪFKP, bet ir iš kitų 9 programų¹¹⁸. Pavyzdžiui, pagal „Bendrosios rinkos programą“ remiamas turizmo sektoriaus įmonių, ypač MVĮ, konkurencingumo didinimas ir galimybių patekti į rinkas rėmimas. 2022 rugsėjo – lapkričio mėn. buvo paskelbtas kvietimas gauti dotacijas veiksams turizmo srityje „Tvarus augimas ir atsparumo didinimas turizmo sektoriuje MVĮ įgalinimas vykdyti dvigubą perėjimą“. Kvietimo tikslas – didinti MVĮ konkurencingumą turizmo sektoriuje, stiprinant MVĮ gebėjimus sėkmingai vykdyti dvigubą ekologinį ir skaitmeninį perėjimą, skatinti inovacijas ir atsparumą, tvarumą ir kokybę visoje turizmo vertės grandinėje.¹¹⁹ Pagal programą „Skaitmeninė Europa“ remiamas duomenų erdvių kūrimas (Europos bendra kultūros paveldo duomenų erdvė – parama Europos kultūros paveldo sektoriaus skaitmeniniam transformavimui), teikiama parama turizmo MVĮ skaitmeniniam transformavimui. Pagal programą „Kūrybiška Europa“ remiama Europos kultūros sostinių programa, bendradarbiavimo projektai arba platformos, įskaitant kultūros renginius muzikos ar scenos menų festivalių pavidalu, filmų festivaliai ir mugės, miestų žinomumo didinimas kultūros priemonėmis, tvaraus kultūrinio turizmo kūrybinių aspektų plėtra, dizaino ir mados sektoriai, šių sektorių skatinimas ir atstovavimas jiems už ES ribų.

Nepakankamą turizmo subjektų iš Lietuvos dalyvavimą EK tiesiogiai valdomose priemonėse lemia tai, kad daugelio programų atveju nėra pakankamai apibendrintos ir aiškios informacijos apie programas lietuvių kalba, nėra pakankamai praktinės informacijos norintiems reikti paraiškas (kur kreiptis norint įgyvendinti projektą pagal programą, kokie asmenys atsakingi, planuojamų kvietimų grafikas ir pan.) bei nėra aktyvaus koordinavimo, o tai apsunkina galimybes potencialiems pareiškėjams pasinaudoti aktualia parama. Dar viena svarbi priežastis potencialiems pareiškėjams trūksta žinių ir įgūdžių, reikalingų parengti kokybiškas paraiškas, tinkamai pristatyti savo projektus.¹²⁰ Siekiant didinti potencialių pareiškėjų informuotumą, tikslinga, EIM internetiniame tinklapyje, turizmo skiltyje pateikti aktualią informaciją apie 9 programas ir kaip jos gali prisieiti prie turizmo sektoriaus finansavimo, t. y. kokios veiklos yra finansuojamos. Šiuo metu ministerijos svetainėje yra paskelbta tik nuoroda į EK

¹¹⁵ Naujos NKL priemonės nukreiptos pažangių įmonių paskoloms, skirtoms žalioms, inovatyvioms, skaitmeninėms technologijoms bei aukštos pridėtinės vertės produktų gamybai ir eksportui vystyti. Taip pat naujomis intervencijomis bus skatinama elektros iš atsinaujinančių energijos išteklių gamyba, daugiabučių renovacijos procesas, darnus judumas ir stiprinamas valstybės kibernetinis saugumas.

¹¹⁶ 2022 m. birželio 13 d. Tarybos įgyvendinimo sprendimo dėl Lenkijos ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo plano įvertinimo patvirtinimo priedas, 9728/22.

¹¹⁷ European Commission. (2022), Transition Pathway for Tourism, P. 41.

¹¹⁸ Programa LIFE, Programa „Europos horizontas“, Programa „Kūrybiška Europa“, Programa „Erasmus+“, Teisingos pertvarkos fondas, Skaitmeninės Europos programa, Bendrosios rinkos programa, Programa „InvestEU“, Europos rekonstrukcijos ir plėtros banko (ERPB) parama. Remiantis Europos audito rūmų specialiąja ataskaita „ES parama turizmui. Reikalinga nauja strateginė kryptis ir geresnio finansavimo metodas“, 2021

¹¹⁹ Single Market Programme (SMP COSME). Call for proposals “Sustainable Growth and Building Resilience in Tourism Empowering SMEs to carry out the twin transition”. SMP-COSME-2022-TOURSME.

¹²⁰ CPVA, 2021-2027 m. laikotarpio 12-os reikšmingiausių ES finansavimo šaltinių analizė, 2021.

svetainę, kurioje skelbiamas turizmo finansavimo gidas (anglų kalba).¹²¹ Taip pat svarbu nurodyti programas koordinuojančių institucijų atsakingų darbuotojų kontaktus. Tais atvejais, kai nėra paskirtų koordinuojančių asmenų (pavyzdžiui, Bendrosios rinkos programos atveju) reikalinga paskirti atsakingus asmenis, nurodyti jų kontaktus, kurie, kilus klausimams, galėtų pakonsultuoti besidominčiuosius. Siekiant, kad turizmo subjektų iš Lietuvos dalyvavimas būtų sėkmingas, būtina užtikrinti įgūdžių, reikalingų tinkamam paraiškų užpildymui, gerinimą bei metodologinės pagalbos suteikimą. Aktyvesnė komunikacija ir aiškesnės informacijos pateikimas apie įvairius ES finansavimo šaltinius padidintų turizmo subjektų susidomėjimą įvairiomis ES finansavimo galimybėmis, o metodologinės pagalbos suteikimas padėtų sėkmingiau parengti paraiškas ir gauti finansavimą.

6.3.2 Galimybės taikyti kitas finansavimo formas

Paramą turizmo sektoriaus plėtrai valstybė gali užtikrinti ne tik skirdama tiesioginį finansavimą, tačiau ir gerindama galimybes privačiam verslui gauti išorinį finansavimą (kredito įstaigų paskolas), dalindamasi rizika kartu su privačiu investuotoju ar dalyvaudama bendruose turizmo plėtros projektuose per viešosios ir privačiosios sektoriaus partnerystės (toliau – VPSP) mechanizmus.

Finansinės priemonės kaip finansavimo forma yra laikoma tinkamu finansavimo būdu tiems projektams, kurių metu generuojamos pakankamos pajamos ar sutaupymai, iš kurių galima grąžinti paskolą. 2021 m. atliktame Finansinių priemonių poveikio vertinime¹²² buvo nustatyta, kad turizmo ir kultūros sektoriai ribotai naudojo INVEGA ir VIPA administruojamomis finansinėmis priemonėmis – per 2007–2020 m. jiems bendrai teko tik 1,7 % visų per finansines priemones investuotų lėšų, o didžiąją jų dalį sudarė specialiai turizmo sektoriui skirtos COVID-19 paskolos. Viena iš priežasčių, kodėl turizmo įmonės nepakankamai naudojo siūlomais produktais buvo ta, kad šios įmonės neturi užstatui reikalingo įkeisti turto (pavyzdžiui, tiek maitinimo, tiek apgyvendinimo įstaigos dažnai veiklą vykdo nuomojamose patalpose, vystant paslaugas dažnai reikalingos nematerialios investicijos ir apyvartinis kapitalas). Kita vertus, šio vertinimo metu atliktoje projektų vykdytojų apklausoje, 50 % privataus sektoriaus respondentų nurodė, kad jei vietoj subsidijos būtų turėję galimybę pasinaudoti lengvatine paskola, projektą vis tiek būtų įgyvendinę, vadinasi paklausa finansiniams produktams potencialių pareiškėjų tarpe yra.

Remiantis Lietuvos banko skelbiamais duomenimis¹²³, 2023 m. I ketv. įmonių, vykdančių apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų veiklą, paskolų portfelis mažėja ir sudaro 2,1 % (211 mln. Eur) visų paskolų, suteiktų ne finansų bendrovėms, vertės. Kredito įstaigos šį sektorių vertina kaip didesnės rizikos, ypač ekonominės recesijos metu ir sparčiai kylančių EURIBOR palūkanų¹²⁴ fone, nes teikiamos paslaugos nėra pirmo būtinumo¹²⁵. Skatinamąsias finansines priemones verslui, įskaitant ir veikiančiam turizmo sektoriuje, įgyvendina INVEGA. Remiantis šios institucijos sukaupta finansinių priemonių patirtimi, nėra tikslinga kurti specializuotų, atskirai siaurai sričiai skirtų finansinių produktų, nes yra didelė rizika, kad nesusiformuos pakankamas tinkamų finansuoti projektų srautas (pavyzdžiui, kaip buvo įgyvendinant 2018 m. ES fondų lėšomis įsteigtą Kultūros paveldo fondą) ir priemonės įgyvendinimas bus nesėkmingas¹²⁶. Atsižvelgiant į turizmo sektoriaus įmonių veiklos specifiką (sezoniškumo įtaką pajamoms, žemą nuosavo kapitalo rodiklį) ir siekiant gerinti turizmo įmonių priėjimą prie išorinio finansavimo šaltinių galima būtų svarstyti turimų INVEGA finansinių produktų

¹²¹ https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/funding-guide_en

¹²² ESTEP (2021), Finansinių instrumentų panaudojimo, investuojant ES fondų lėšas, poveikio vertinimas.

¹²³ Lietuvos banko statistiniai duomenys, <https://www.lb.lt/lt/paskolos-ne-finansu-bendrovems-pagal-ekonomines-veiklos-rusis>

¹²⁴ nuo 2022 m. liepos mėn. ECB ėmėsi pinigų skolinimo politikos ribojimo ir palūkanų normas peržiūrėjo jau 6 kartus, paskutiniu keitimu 2023 m. birželio mėn. nustatydamas 4,0 % bazinę palūkanų normą.

¹²⁵ Interviu su Luminor banko atstovu.

¹²⁶ Interviu su INVEGA atstovu.

derinimą su subsidijos elementu. Pavyzdžiui, tokia paramos turizmo MVĮ schema nuo 2023 m. kovo pradėta taikyti Austrijoje (išsamiau žr. 18 lentelėje).

18 lentelė. Investicinės paskolų priemonės turizmui derinimo su subsidijos elementu pavyzdys.

Austrijoje, kurioje turizmo sektoriaus sukuriamas BVP iki COVID-19 pandemijos sudarė panašią dalį viso šalies BVP (5,6 %) ¹²⁷ kaip ir Lietuvoje, veikia speciali turizmo plėtros finansinė įstaiga *Österreichische Hotel- und Tourismusbank (ÖHT)*, teikianti subsidijas, garantijas ir lengvatines paskolas turizmo ir laisvalaikio paslaugų plėtros projektams. 2023 m. kovą *ÖHT* kartu su Darbo ir ekonomikos ministerija pradėjo įgyvendinti naują paskolų turizmui priemonę, derinamą su tvarumo subsidija (toliau – schema). Schema įgyvendinama apjungiant 150 mln. Eur EIB paskolą, kurią šis 2022 m. gruodį suteikė *ÖHT* konkrečiai žaliosios transformacijos turizmo projektų finansavimui, ¹²⁸ ir *ÖHT* finansinius išteklius. Planuojama suformuoti ne mažesnę kaip 300 mln. Eur ilgalaikių paskolų į tvarią turizmo infrastruktūrą portfelį. Pagal schemą yra teikiamos ilgalaikės paskolos (iki 15 metų trukmės) turizmo ir laisvalaikio paslaugų veiklą vykdančioms MVĮ, taikant lengvatinę 2 % palūkanų normą ne ilgesniam nei 10 metų laikotarpiui. Finansuojama iki 70 % visų investicijų, kurių bendra vertė negali viršyti 500 000 Eur. Lengvatinė paskola yra derinama su tvarumo subsidija, kurią taip pat teikia *ÖHT*. Tvarumo subsidija gali sudaryti iki 7 % visų investicijų, jei projekto metu įgyvendinamos priemonės, skirtos 1) energijos ar išteklių efektyvumui didinti arba išmetamų teršalų kiekiui mažinti, 2) socialinėms investicijoms (pavyzdžiui, darbuotojų gyvenamųjų patalpų statybai, patalpų, skirtų prižiūrėti darbuotojų vaikus, sukūrimui, pastatų, kurie komerciniais tikslais nenaudojami ilgiau nei trejus metus arba kuriuose daugiau nei trejus metus nebuvo įregistruota pagrindinė ar kita gyvenamoji vieta, pritaikymui, bendradarbiavimo su vietos bendruomenėmis iniciatyvoms), 3) paslaugų skaitmenizavimui. Tvarumo subsidiją galima gauti tik tuomet, jei įvardintos priemonės sudaro ne mažiau kaip 20 % visų investicijų.

Šaltinis: apibendrinta vertintojų, remiantis EIB, Austrijos Darbo ir ekonomikos ministerijos bei *ÖHT* skelbiama informacija.

Atsižvelgiant į prastėjantį ekonominį kontekstą, griežtėjančias kreditavimo sąlygas ir finansavimo turizmo projektams poreikį, rekomenduojama atnaujinant verslo finansavimo *ex-ante* vertinimą, įvertinti, koks finansinis produktas (įskaitant derinimą su subsidijos elementu) būtų tinkamiausias, siekiant sumažinti finansavimo turizmo sektoriaus MVĮ apribojimus.

Privačios lėšos ir kompetencija, skirta didinti Lietuvos turizmo konkurencingumą, turėtų būti pritraukiama plačiau taikant VPSP mechanizmus. CPVA skelbiami duomenys ¹²⁹ rodo, kad daugiausiai VPSP projektų Lietuvoje yra įgyvendinama būtent su turizmu siejamose kultūros, sporto ir laisvalaikio srityse. Remiantis 2023 m. sausio mėn. duomenimis su turizmu susijusiose srityse buvo įgyvendinama 15 VPSP projektų, dar 7 buvo planuojami. Bendra per VPSP mechanizmus (koncesijas, valdžios ir privataus subjektų partnerystės sutartis) į turizmo infrastruktūrą investuojama suma siekia 554 mln. Eur, iš jų – 152,8 mln. Eur (28 %) privatus kapitalas. Per VPSP yra finansuojami stambūs infrastruktūriniai objektai (pvz. daugiafunkcinio sveikatinimo ir laisvalaikio centro Nemuno saloje (priestato prie Žalginio arenos), Vasaros koncertų salės Palangoje, Druskininkų uždarų kalnų slidinėjimo trasų ar Daugiafunkcinio komplekso Ozo g., Vilniuje statyba), dažnai reikšmingi viso regiono turizmo srautams ir, atitinkamai, iš turizmo sektoriaus sukuriama BVP.

Sėkmingas VPSP įgyvendinimas priklauso nuo daugelio veiksnių: pasirinktos tinkamos partnerystės formos, ekonominės aplinkos, viešojo ir privataus partnerių interesų suderinimo, rizikos pasidalijimo ir valdymo, sutarčių tarp viešojo ir privataus sektorių valdymo, tačiau per dešimtmetį sukaupta patirtis ir CPVA metodinė pagalba struktūruojant tokio tipo projektus leidžia tikėtis gerų VPSP rezultatų. Ši finansavimo forma turėtų būti plačiau taikoma įgyvendinant NPP uždavinį „Didinti Lietuvos turizmo

¹²⁷ OECD (2022), *Tourism Trends and Policies 2022*, P. 117.

¹²⁸ EIB skelbiama informacija; <https://www.eib.org/en/press/all/2023-022-eib-and-oht-finance-eco-friendly-tourism-in-austria>

¹²⁹ CPVA skelbiama informacija, <https://www.ppplietuva.lt/viesojo-ir-privataus-sektoriu-partneryste/statistiniai-vpss-duomenys/>

konkurencingumą“, finansuojant kertinius Lietuvos ar atskirų regionų turizmo infrastruktūros statybos, palaikymo ir valdymo projektus, visų pirma, pasitelkiant privatų investuotoją į naujo nacionalinio konferencijų centro išvystymą Vilniuje ir siekiant stiprinti Lietuvos, kaip vietos konferencijoms ir renginiams, pozicijas tarptautinėje rinkoje.

Kita vertus, Vyriausybės nuostata turizmo požiūriu daro svarbią įtaką privačių investuotojų sprendimas. Kelrodžio, skirto Lietuvos turizmo konkurencingumo stiprinimui parengimas, įvardinant strategines plėtros kryptis, integraliai suplanuojant visų strateginio valdymo sistemos dalyvių pažangos priemones, skirtas turizmo plėtrai ir investicijas, sutelktų rinkos dalyvius ir paskatintų privačias investicijas.

7 VERTINIMO IŠVADOS IR REKOMENDACIJOS

Vertinimo išvados pateikiamos atsakymų į vertinimo klausimus forma:

9.1.1. Kokiomis esminėmis tendencijomis, pokyčiais Lietuvos turizmo srityje pasižymėjo analizuojamas 2014–2020 metų laikotarpis? Kokie buvo pagrindiniai šiuos pokyčius įtakoję veiksniai?

Lietuvos turizmo sektoriaus raida 2014–2022 m. laikotarpiu buvo netolygi. Iki 2019 m. buvo stebimas nuoseklus visų turizmo segmentų (atvykstamojo, išvykstamojo ir vietinio turizmo) pagrindinių rodiklių (nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įstaigose, turistų išlaidų ir kt.) augimas. Turizmo sektoriaus rodiklių reikšmių augimui sąlygas sudarė palanki ekonominė situacija, leidžianti daugiau keliauti, ir dėlto stipriai augantis turistų skaičius visame pasaulyje bei Lietuvoje. Turizmo rodiklių augimui teigiamos įtakos taip pat turėjo Lietuvos turizmo rinkodaros 2016–2020 m. strategijos įgyvendinimas ir aktyvus darbas su tikslinėmis atvykstamojo turizmo rinkomis. Situacija kardinaliai pasikeitė nuo 2020 m. – turizmo sektoriaus rodiklius itin stipriai paveikė išoriniai veiksniai – COVID-19 pandemija ir jos metu atsiradę keliavimo apribojimai bei karas Ukrainoje (detalesniam šiai veiksniai aptarti atsakant 9.1.2 vertinimo klausimą).

9.1.2. Kokį poveikį turizmo sektoriui turėjo COVID-19 (koronaviruso infekcijos) pandemija? (išnagrinėti pagal atskirus turizmo segmentus (atvykstamojo, vietinio ir išvykstamojo turizmo, gidams, apgyvendinimo įstaigoms)? Kokį poveikį COVID-19 (koronaviruso infekcijos) pandemija turėjo turizmo sektoriaus konkurencingumui? Kodėl? Kaip COVID-19 (koronaviruso infekcijos) pandemija paveikė Veiksmų programos priemonių įgyvendinimą ir turizmo potencialą?

2020 m. pradžioje visame pasaulyje išplitęs COVID-19 virusas itin stipriai paveikė visus turizmo segmentus ir turizmo sektoriaus konkurencingumą – sumažėjo turistų skaičius, iš turizmo sektoriaus gaunamos pajamos, turizmo paslaugų eksportas. 2020 m. Lietuvoje užsienio turistų skaičius krito 70 %, lyginant su situacija prieš COVID-19 pandemiją, ir pagal šį rodiklį viršijo ES-27 vidurkį. Dėl judėjimo ribojimų COVID-19 pandemijos metu kelionių paslaugų eksportas 2020–2021 m. sumažėjo beveik 4 kartus ir 2021 m. tesudarė 3,7 % viso šalies paslaugų eksporto (3 kartus mažiau nei iki pandemijos). Atvykstamojo turizmo praradimus 2020–2021 m. iš dalies kompensavo vietinis turizmas. Dėl COVID-19 pandemijos 2020 m. turistų skaičius sumažėjo iki 1,6 mln., tačiau 2021 m. vėl išaugo iki 2 mln., beveik pasiekiant priešpandeminį 2019 m. lygį. Vietinio turizmo išlaidos nekrito net 2020 m., o 2021 m. buvo stebimas 25 %, 2022 m. – 45 % augimas, lyginant su 2019 m. rodikliais. Tiesa, vietinio turizmo išlaidų augimą lėmė ne tik augantis vietinių turistų skaičius, bet ir dėl sparčios infliacijos augančios turizmo paslaugų kainos.

Remiantis VDA duomenimis Lietuvos turizmo sektoriuje sukuriama pridėtinė vertė 2020 m. sumažėjo 43 %, o palyginus su bendrąją produkcija, dalis sumažėjo nuo 2,9 % iki 1,69 %. 2020 m. licencijuotų kelionių organizatorių skaičius kito nežymiai – 2020 m. Lietuvoje veikė 243 licencijuoti kelionių organizatoriai (9 kelionių organizatoriais mažiau, nei 2019 m.), tačiau metinės kelionių organizatorių pajamos krito net 80 % (nuo 425 mln. Eur iki 85,8 mln. Eur). Turizmo sektorius intensyviai pradėjo dirbti tik nuo 2021 m. II ketvirčio, tačiau didžioji dalis pajamų yra generuojama iš išvykstamojo turizmo, o ne atvykstamojo turizmo paslaugų.

COVID-19 pandemija neigiamai paveikė ir apgyvendinimo paslaugas teikiančius verslus. 2020 m., lyginant su 2019 m., 41 % sumažėjo apgyvendinimo įstaigų pajamos už suteiktas paslaugas, o taip pat sumažėjo ir apgyvendinimo įstaigų skaičius. 2022 m. apgyvendinimo įstaigų pajamos jau viršijo 2019 m. pajamas, tačiau tam įtakos turėjo ne tik padidėjęs nakvynių skaičius, tačiau ir infliacija, nes 2022 m. nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose sudarė 90 % 2019 m. fiksuoto nakvynių skaičiaus.

COVID-19 pandemija paveikė ir 2014–2020 m. ES fondų investicijų veiksmų programos įgyvendinimą. Šio vertinimo metu atliktos projektų vykdytojų apklausos duomenimis, 45 % apklausoje dalyvavusių projektų vykdytojų nurodė, kad jų įgyvendinamo projekto rezultatus paveikė COVID-19 pandemija ir dėl jos šalyje paskelbtas karantinas. Didžiausia dalis projektų vykdytojų nurodė (79 %), kad dėl COVID-19 pandemijos pailgėjo projekto įgyvendinimo trukmė. Beveik trečdalis projektų vykdytojų nurodė, kad projekto rezultatai buvo pasiekti mažesne apimtimi nei planuota, o kiek daugiau nei ketvirtadalis – kad pasiekta projekto ekonominė nauda buvo mažesnė nei planuota. Pagal VP priemonės įgyvendinamus projektus paveikė ne tik COVID-19 pandemija, bet ir karas Ukrainoje. Didžiausia dalis projektų vykdytojų (63 %) nurodė, kad dėl karo Ukrainoje gauta projekto ekonominė nauda buvo mažesnė nei planuota. 38 % projektų vykdytojų nurodė, kad dėl karo Ukrainoje pailgėjo projekto įgyvendinimo trukmė ir projekto rezultatai pasiekti mažesne apimtimi nei planuota.

9.1.3. Ar investicijos turėjo poveikį turizmo sektoriaus konkurencingumui trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu? Kokį ir kodėl?

VP priemonių poveikis turizmo sektoriaus konkurencingumui buvo įvertintas pagal 5 rodiklius: turizmo sektoriaus sukuriama pridėtinė vertė, turizmo paslaugų eksportą, nakvynių skaičių apgyvendinimo įstaigose, su turizmu susijusių darbo vietų pokytį ir sezoniškumo įtakos sumažėjimą. Konkurencingumo rodiklių ir VP priemonių analizė rodo, jog VP priemonių poveikis turizmo sektoriaus konkurencingumui yra nedidelis.

VP priemonių indėlis į turizmo sektoriaus pridėtinės vertės augimą – menkas. Vertinama, kad analizuotų priemonių įgyvendinimas per laikotarpį nuo investicijų pradžios iki 2030 m. sukurs apie 442,2 mln. Eur papildomo BVP arba vidutiniškai 1 proc. punktu didins turizmo sektoriaus sukuriama pridėtinę vertę. Kadangi 2014–2020 m. ES fondų investicijomis buvo veikiama paklausos pusė (investuojama į fizinės infrastruktūros lygį), trūko intervencijų, nukreiptų į pasiūlos pusės skatinimą (žmogiškųjų išteklių plėtrą, inovacijas), todėl pasibaigus VP įgyvendinimui, makroekonominis investicijų poveikis slopsta.

Vertinant turizmo eksporto paslaugų pokytį, vieni iš svarbiausių veikėjų yra kelionių organizatoriai, nes jie užtikrina atvykstantį turizmą į Lietuvą, organizuoja turistines keliones grupėms ir pavieniams keliautojams, taip pat generuoja pajamas apgyvendinimo ir maitinimo įstaigoms, transporto bendrovėms, gidams bei kitiems paslaugų tiekėjams. VP priemonės galėjo turėti mažą poveikį turizmo paslaugų eksportui, nes finansavimą projektų įgyvendinimui gavo tik 13 % kelionių organizatorių ir mažiau nei 1 % apgyvendinimo įstaigų, kurios yra vienos iš svarbiausių veikėjų turizmo eksporto paslaugų srityje.

Įgyvendintos priemonės turėjo teigiamą poveikį nakvynių skaičiaus apgyvendinimo įstaigose pokyčiui. Tiesioginį poveikį turėjo priemonė „Regio Invest LT+“, pagal kurią buvo įgyvendinti keli su sveikatos turizmo plėtra susiję projektai Druskininkų, Birštono, Palangos ir Neringos savivaldybėse, sukurta nauja apgyvendinimo ir sveikatinimo paslaugas teikianti infrastruktūra. Netiesioginį teigiamą poveikį nakvynių skaičiaus augimui taip pat turėjo visos įgyvendintos rinkodaros priemonės.

Iš analizuotų VP priemonių, prisidedančių prie turizmo sektoriaus plėtros, tik pagal priemonę „Regio Invest LT+“ įgyvendinamuose projektuose buvo stebimas rodiklis dėl darbo vietų kūrimo. Remiantis SFMIS informacija, dėka 4 turizmo projektų, finansuotų pagal priemonę „Regio Invest LT+“ Lietuvos regionuose buvo sukurta 190 naujų ilgalaikių darbo vietų. Nors bendrame šalies kontekste tai sudaro tik 0,4 % visų dirbančiųjų turizme, tačiau įvertinant projektų skaičių ir dėka jų sukurtų naujų darbo vietų rezultatą (vidutiniškai po 48 darbo vietas), galima teigti, kad projektų poveikis darbo vietų kūrimui buvo reikšmingas. Naujos nuolatinės darbo vietos buvo kuriamos ir įgyvendinant KM priemonės, pagal kurias buvo finansuoti kultūros paveldo objektų aktualizavimo projektai, tačiau duomenys apie tai nebuvo rinkti, todėl nėra galimybės įvertinti, koku mastu jos prisidėjo prie su turizmu susijusių darbo vietų pokyčio.

Įgyvendintos VP priemonės turėjo teigiamą poveikį sezoniškumo mažinimui, nes kūrė naujas paslaugas, nepriklausomas nuo sezono (pavyzdžiui, kultūros objektų aktualizavimas ir pritaikymas turizmo reikmėms, sveikatos turizmo plėtra) ir vykdant rinkodaros priemones skatino naudotis sukurtais turizmo ištekliais.

Svarbu atkreipti dėmesį į tai, kad VP priemonių ir pagal jas įgyvendintų projektų poveikis priklauso ne tik nuo projektų metu pasiektų rezultatų ir jų masto, bet ir nuo tam tikrų poveikiui pasireikšti reikalingų sąlygų ar išorės veiksnių. Projektų vykdytojų vertinimu, projekto metu sukurtų rezultatų tolesnis naudojimas labiausiai priklauso nuo tokių vidinių veiksnių kaip rinkodaros ir viešinimo priemonių efektyvumo, organizacijos potencialo (įskaitant pakankamus žmogiškuosius išteklius). Vertinant išorinius veiksnius, tolimesnis projektų rezultatų naudojimas priklauso nuo gyventojų laisvalaikio praleidimo ir kultūros vartojimo įpročių, Lietuvos ekonominės situacijos, COVID-19 pandemijos ir panašių pandemijų pasikartojimo ateityje.

9.1.4. Kokį poveikį investicijos turėjo regioninei plėtrai trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu? Kodėl?

Regioninė VP priemonių, susijusių su turizmu, analizė rodo, kad didžiausia dalis finansavimo buvo skirta Vilniaus, Kauno ir Klaipėdos apskritims. Būtent šiose apskrityse yra 68 % visų šalies turistų apgyvendinimo numerių, o turistų nakvynių skaičius jose sudaro 74 %. Vertinant priemonių indėlį siekiant regioninės plėtros, įgyvendintomis priemonėmis daugiausiai prisidėta prie su turizmu susijusios infrastruktūros tvarkybos ir įrengimo, turizmo rinkodaros bei pavienių įmonių, kurių vykdoma veikla susijusi su turizmu, rėmimu. Daugiausiai rezultatų (sutvarkyta gamtos ir kultūros paveldo objektų, įrengta ženklavimo infrastruktūros objektų, paremta įmonių) pasiekta trijose minėtose apskrityse, kurioms ir buvo skirtas didžiausias finansavimas. ES investicijų poveikis regioninei plėtrai labiausiai pasireiškė per teigiamą poveikį užimtumui – dėka įgyvendintų projektų iki 2022 m. pabaigos buvo sukurta 190 naujų darbo vietų. Planuotas poveikis darbo našumo ir įmonės pajamų padidėjimui pasiektas nebuvo, o tą nulėmė su COVID-19 pandemija susijusių apribojimų taikymas.

Projektų poveikį regioninei plėtrai pastebi ir projektų vykdytojai. ESTEP atliktos apklausos duomenimis, 79 % apklausoje dalyvavusių projektų vykdytojų pritaria, kad jų įgyvendinami ar įgyvendinti projektai prisideda prie vietos gyventojų laisvalaikio kokybės, 48 % pritaria, kad projektai prisideda prie savivaldybės gyventojų ekonominio aktyvumo ir užimtumo. Tačiau, atkreiptinas dėmesys, kad 26 % projektų vykdytojų abejoja, kad jų projektas prisideda prie savivaldybės gyventojų ekonominio aktyvumo ir užimtumo. Vertinant projektų indėlį naujų verslų steigimuisi, 52 % projektų vykdytojų pritaria, kad projektai prisideda prie naujų verslų steigimosi.

9.1.5. Ar Veiksmų programos priemonėmis buvo pasiekti 5 prioriteto „Aplinkosauga, gamtos išteklių darnus naudojimas ir prisitaikymas prie klimato kaitos“ konkrečiame uždavinyje 5.4.1 Padidinti kultūros ir gamtos paveldo aktualumą, lankomumą ir žinomumą, visuomenės informuotumą apie juos supančią aplinką nustatyti pokyčiai? Kokie jie? Kokios pokyčių pasiekimo/nepasiekimo priežastys? Ką buvo galima padaryti geriau?

5 VP prioriteto 5.4.1 uždaviniui „Padidinti kultūros ir gamtos paveldo aktualumą, lankomumą ir žinomumą, visuomenės informuotumą apie juos supančią aplinką“ įgyvendinti buvo skirta 187,1 mln. Eur ERPF lėšų. Pagal uždavinį vykdomų intervencijų rinkinį sudarė 9 priemonės, kurias administravo KM (4 priemonės, joms skirta 90,8 mln. Eur ERPF lėšų), EIM (3 priemonės, kurioms skirta 22,6 mln. Eur ERPF lėšų) ir AM (2 priemonės, kurioms skirta 66,7 mln. Eur ERPF lėšų). Šios lėšos skirtos 193 projektams. Daugiausia projektų įgyvendinta pagal KM administruojamas priemones (92 projektai, iš jų daugiausia (43) pagal priemonę 05.4.1-CPVA-R-302 „Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus“) ir EIM administruotas priemones (79 projektai, iš jų daugiausia (46) pagal priemonę Nr. 05.4.1-LVPA-K-808 „Prioritetinių turizmo plėtros regionų e-rinkodara“). Mažiausiai, bet didžiausios vertės projektų įgyvendinta pagal AM administruotas priemones.

Uždavinio įgyvendinimo finansinė pažanga – netolygi. Vertinant EK deklaruotinių lėšų būklę 2022 m. pabaigoje, pripažinta deklaruotinomis EK lėšų pagal uždavinį bendra suma 165 mln. Eur ir tai sudaro 75 % uždaviniui skirtų lėšų. Lėčiausias lėšų panaudojimo tempas stebimas AM administruojamose priemonėse (69 %) ir KM administruojamose priemonėse (79 %). Pagal jas įgyvendinamiems projektams likusi išmokėti dalis 2023 m. yra didžiausia, todėl išlieka rizika, kad jais siekiami pokyčiai (t. y., stebėsenos rodiklių reikšmės, numatytos finansavimo sutartyse) gali būti pasiekti ne visa apimtimi.

5.4.1 uždavinio rezultatyvumui įvertinti veiksmų programoje buvo nustatytas 7 stebėsenos rodiklių rinkinys, kurį sudaro 4 produkto ir 3 rezultato rodikliai. Papildomai projektų įgyvendinimo stebėsenai nustatyti 6 nacionaliniai produkto rodikliai. Atsižvelgiant į tai, kad iki 2022 m. pabaigos pasiekti rezultatai viršijo Turizmo programoje numatytus vertinimo kriterijus, galima apibendrinti, kad srityse, kurioms buvo numatytas finansavimas, investicijos buvo rezultatyvios ir prisidėjo prie laikotarpio pradžioje identifikuotų problemų sprendimo. Tačiau būtina pažymėti, kad 5.4.1 uždavinio investicijos (i) nebuvo tiesiogiai nukreiptos turizmo sektoriaus poreikiams tenkinti – vadovaujantis VP, jos skirtos padidinti kultūros ir gamtos paveldo aktualumą, lankomumą ir žinomumą, visuomenės informuotumą apie juos supančią aplinką, o (ii) turizmo sektoriaus poreikiai, su kuriais jos buvo susijusios, apėmė tik dalį turizmo sektoriaus poreikių – projektai, įgyvendinti pagal 5.4.1 uždavinį, įgyvendino 6 iš 10 Turizmo programoje nustatytų uždavinių.

VP įgyvendinimo metu ženkliai keitėsi produkto rodiklių siektinos reikšmės – kai kurios reikšmės išaugo 3–6 kartus, priemonių lygiu net iki 16 kartų (pavyzdžiui, rodiklio P.S.336 „Įgyvendintos visuomenės informavimo apie aplinką priemonės“ siektina reikšmė išaugo 3 kartus, rodiklio P.B.209 „Numatomų apsilankymų remiamuose kultūros ir gamtos paveldo objektuose bei turistų traukos vietose skaičiaus padidėjimas“ – 5,6 karto). Tokie pasikeitimai rodo investicijų planavimo trūkumus.

9.1.6. Ar pagal intervencijų logiką sukurtos veiksmų programos priemonės buvo tinkamos, atitinkančios tikslinių grupių poreikius? Ar esamų priemonių pakako? Ar jos buvo suderintos tarpusavyje? Ar intervencijų logika, nustatyta 2014–2020 m. programavimo laikotarpiu pradžioje atitiko besikeičiančią socialinę-ekonominę situaciją?

Siekiant nustatyti pagal intervencijų logiką sukurtų VP priemonių tinkamumą ir pakankamumą, buvo vertinama, ar ir kaip priemonės siejosi su Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje nustatytais uždaviniais ir jiems priskirtais įgyvendinimo vertinimo kriterijais. Nustatyta, kad dauguma pagal 3 VP prioritetą visos ir pagal 5.4.1 VP uždavinį įgyvendintų priemonių prisidėjo prie 6 iš 10 Turizmo programoje nustatytų uždavinių įgyvendinimo ir prie 10 iš 18 uždaviniams priskirtų programos įgyvendinimo vertinimo kriterijų. Sąsaja su 4 tikslais („Plėtoti kultūrinio turizmo, verslo turizmo, sveikatos turizmo ir ekologinio turizmo viešąją ir privačią infrastruktūrą prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“, „Kurti ir populiarinti turizmo maršrutus, kultūros kelius, turizmo trasas“, „Skatinti kurti ir įgyvendinti elektroninės rinkodaros projektus“ ir „Vykdyti kompleksinę rinkodarą prioritetinėse atvykstamojo turizmo rinkose“) – tiesioginė, t. y. priemonių veikla atitiko Turizmo programos uždavinius, matuojami stebėsenos rodikliai panašūs arba identiški Turizmo programos vertinimo kriterijams. Vertintos priemonės neprisidėjo prie 4 Turizmo programos uždavinių įgyvendinimo.

1 VP prioriteto ir dalies 3 prioriteto priemonių sąsaja su Turizmo programoje nustatytais uždaviniais ir vertinimo kriterijais nenustatyta, tačiau jos siejosi su turizmo valdymo efektyvumu – turizmo įmonių procesų tobulinimu, vertės kūrimo tinklų kūrimu ir panašiais aspektais, kurie yra susiję su NPP tikslais ir uždaviniais, tačiau nebuvo įtraukti į Turizmo programą.

Nagrinėtos 1, 3 ir 5 VP prioritetų priemonės buvo tarpusavyje suderintos. Suderinamumas buvo užtikrintas tiek veiklų, tiek pareiškėjų lygiu.

VP įgyvendinimo laikotarpiu 1, 3 ir 5 VP prioriteto priemonės buvo keičiamos, atsižvelgiant į pareiškėjų poreikius, bendrą ekonominę situaciją, tačiau esminių pasikeitimų pareikalavo COVID-19 epidemija ir jos pasekmių suvaldymas. Reaguojant į šalies įmonių (visų sektorių bendrai) pajamų kritimą, VP buvo papildyta naujais VP prioritetais, siekiant paskatinti tvarią ekonomikos plėtrą po COVID-19 pandemijos, investicijas nukreipiant inovatyviam ir aukštą pridėtinę vertę kuriančiam verslui. Su turizmu susijusioms įmonėms buvo patraukliausios 13 VP prioriteto priemonės Nr. 13.1.1-LVPA-K-861 „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ ir Nr. 13.1.1-LVPA-K-860 „E. komercijos modelis COVID-19“, finansavusios 219 projektų, kuriais turizmo įmonės diegė skaitmenines, dizaino ir rinkodaros inovacijas, skirtas sumažinti neigiamą COVID-19 pandemijos poveikį ir prisitaikyti prie naujų klientų poreikių.

Vertinimo metu atlikta projektų vykdytojų apklausa parodė, kad didžioji dalis jų (67 %) mano, kad į VP įtrauktos priemonės buvo pakankamai įvairios, ir atitiko besikeičiančius poreikius. 33 % projektų vykdytojų nurodė, kad priemonės poreikius atitiko tik iš dalies – buvo paskelbtos per vėlai ir nebebuvo aktualios (9 %) arba buvo pritaikyti kiti apribojimai, dėl kurių potencialūs pareiškėjai negalėjo pasinaudoti jiems aktualiomis priemonėmis (21 %).

9.1.7. Ar Veiksmų programos priemonės sukurtos turizmo ištekliams, turizmo produktams, paslaugoms ir infrastruktūrai buvo efektyvios? Ar investicijos sukūrė optimalų rezultatą? Ką buvo galima padaryti geriau?

Pagal 5.4.1. uždavinį įgyvendintų priemonių efektyvumą turizmo srityje iliustruoja du rodikliai R.S.332 „Turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose“ ir R.N.072 „Lankytojų skaičiaus padidėjimas lankytojų centruose“. Iki 2022 m. pabaigos buvo pasiekta 85% suplanuotos rodiklio R.S.332 reikšmės (3 163 935 lankytojų, kai siektina reikšmė – 3 716 859), o R.N.072 – 25 % (5 % padidėjimas, kai siekiamas pokytis yra 20 %).

Siekiant įvertinti įgyvendintų priemonių efektyvumą, rodiklio R.S.332 reikšmės dinamika palyginta su bendra turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičiaus visose savivaldybėse dinamika. Vadovaujantis VDA duomenimis, 2012–2022 m. laikotarpiu bendras turistų (užsienio ir vietos) kelionių skaičius Lietuvoje padidėjo 82 %, o tas pats rodiklis prioritetiniuose turizmo plėtros regionuose padidėjo 74 %. Palyginus lėšų pasiskirstymą pagal savivaldybes, matyti, kad didžioji nagrinėtų priemonių lėšų dalis (89 % EK deklaruotų lėšų) buvo nukreiptos į prioritetinius turizmo plėtros regionus. Atsižvelgiant į skirtą finansavimą ir lyginant su bendromis šalies tendencijomis nepagerėjusius rodiklius, daroma išvada, kad įgyvendintos priemonės nebuvo pakankamai efektyvios, siekiant sustiprinti prioritetinių turizmo plėtros regionų pozicijas ir pritraukti didesnius turistų srautus.

Vertinimo metu rodiklio R.N.072 „Lankytojų skaičiaus padidėjimas lankytojų centruose“ reikšmė dar nepasiekta – iki 2021 m. pabaigos pasiektas 5 % padidėjimas, o 2022 m. duomenys SFMIS neįvesti. Tikėtina, kad ši reikšmė augs, nes 2023 m. tęsiamas priemonės Nr. 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“ projektų įgyvendinimas.

9.1.8. Kaip kitų Veiksmų programos prioritetų priemonės prisidėjo prie turizmo sektoriaus augimo ir plėtros (3 prioriteto „Smulkiojo ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimas“ konkrečių uždavinių 3.2.1. padidinti MVĮ tarptautiškumą, 3.3.1. padidinti MVĮ produktyvumą, 3.3.2. padidinti MVĮ investicijas į ekoinovacijas ir kitas efektyviai išteklius naudojančias technologijas ir 1 prioriteto „Mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų skatinimas“ konkretaus uždavinio 1.2.1. padidinti mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų veiklų aktyvumą privačiame sektoriuje)? Kokius pokyčius lėmė?

Programuojant ES fondų lėšas 2014–2020 m. finansiniam laikotarpiui, turizmas nebuvo išskirtas kaip prioritetinė sritis. Buvo suplanuota, kad turizmo įmonės kartu su pramonės bei kitomis MVĮ teiks paraiškas ir planuojamus projektus įgyvendins pagal 1 ir 3 VP prioritetus. Vertinimo metu atlikta projektų analizė, priemonių PFSA reikalavimų ir taikytų projektų atrankos kriterijų analizė parodė, o interviu su institucijų atstovais išsakytos išvalgos patvirtino, kad ši planavimo prielaida nepasiteisino –

pagal 1 ir 3 VP prioritetus įgyvendintos intervencijos ribotai prisidėjo prie turizmo paslaugų ir produktų plėtros bei turizmo įmonių veiklos efektyvumo didinimo. Pagal vertintas 1 ir 3 VP prioriteto priemones finansavimą gavo tik 26 su turizmu susiję MVĮ projektai. Turizmo srityje veikiančioms MVĮ teko 0,25 % visos pagal šiuos du prioritetus skirtos ES fondų lėšų dalies, nors su turizmu susijusios įmonės sudaro beveik 4 % visų šalyje veikiančių MVĮ. Pagal finansuotus turizmo verslo projektus buvo sukurti 8 gaminių, paslaugų ar procesų prototipai (konceptijos), 190 ilgalaikių darbo vietų (visos darbo dienos ekvivalentu) ir įdiegta 1 ekoinovacija. Didelių įmonių investicijoms finansavimas nebuvo numatytas.

9.2.1. Kaip Veiksmų programos 5 (iš dalies 3 ir 1 prioriteto) prioriteto priemonės prisidėjo prie strategijos „Europa 2020“ tikslų įgyvendinimo? Koks jų poveikis? Kurios iš jų kuria didžiausią pridėtinę vertę?

Strategijoje „Europa 2020“ Europos turizmo sektorius ir jo konkurencingumo stiprinimas buvo identifikuotas tarp prioritetinių aspektų ES lygiu, siekiant ekonomikai prisitaikyti prie globalizacijos iššūkių ir kurti mažai anglies dioksido į aplinką išskiriančių technologijų ūkį. Atsižvelgiant į vertintų VP priemonių intervencinę logiką projektai, įgyvendinti turizmo sektoriuje, galėjo prisidėti prie dviejų strategijos „Europa 2020“ rodiklių: (1) 3% ES BVP investuoti į MTTP, ir (2) 20 % padidinti energijos vartojimo efektyvumą. Tačiau atsižvelgiant į pasiektus rezultatus 2014–2020 m. ES fondų investicijų, skirtų turizmo ir su juo susijusiems projektams įgyvendinti, poveikis buvo minimalus. Pagal VP 1 prioritetą, skirtą padidinti investicijų į MTTP lygį Lietuvoje, buvo finansuoti 8 turizmo projektai, o prie energijos vartojimo efektyvumo galėjo prisidėti tik viena pagal 3 VP prioritetą finansuota ekoinovacija ir 21 projektas, finansuotas pagal KM administruotą priemonę Nr. 05.4.1-CPVA-V-301 „Aktualizuoti kultūros paveldo objektus“, kurioje buvo sudarytos galimybės į projekto tinkamas finansuoti išlaidas įtraukti energijos vartojimo efektyvumą didinančias priemones.

9.2.2. Kokios yra tarptautinių organizacijų rekomendacijos ir pasiūlymai turizmo sektoriui Lietuvoje ir kitose ES šalyse, atitinkančiose Lietuvos geografinę padėtį?

2022 m. II pusmetyje ir vėliau paskelbtose ataskaitose teigiama, kad nors 2022 m. turizmo atsigavimas daugelyje šalių viršijo lūkesčius, ekonomikos nuosmukis dėl Rusijos agresijos prieš Ukrainą ir pasikeitęs ekonominis ir geopolitinis kontekstas atneša naujų iššūkių ir mažina sektoriaus atsigavimo perspektyvas su Ukraina ir Baltarusija besiribojančiose ES šalyse. Prognozuojama, kad atvykstamasis turizmas Rytų Europos regione atsigaus 2027 m., t. y. trimis metais vėliau nei likusios Europos.

Apibendrinant tarptautinių organizacijų pateiktas rekomendacijas dėl turizmo sektoriaus plėtros galima išskirti keturias svarbiausias turizmo ateities kryptis: tvarumą, skaitmeninimą, atsparumą ir MVĮ stiprinimą. Svarbu pabrėžti, kad šios kryptys yra aktualios ir kitiems verslo sektoriams, tačiau turizmo sektorius pasižymi unikaliomis, būtent šiam sektoriui būdingomis savybėmis: labai didele MVĮ svarba, žemu skaitmenizacijos lygiu, vertinant MVĮ, ir itin aukštu, vertinant dideles tame pačiame sektoriuje veikiančias įmones, žaliojo kurso svarba (turizmo sektoriuje, kitaip nei daugelyje kitų pramonės šakų, patys turizmo paslaugų gamintojai yra tiesiogiai suinteresuoti gamtos bei paveldo išsaugojimu). Būtent šios savybės palengvina nustatytų bendrųjų sektoriaus kryptių įgyvendinimą, tačiau vertinant įmonių dydžio ir neseniai pasibaigusios COVID-19 pandemijos sukeltus finansinius sunkumus, labai svarbia tampa ir valstybės parama, įgyvendinant numatytus tikslus.

Tarptautinės organizacijos taip pat atkreipia dėmesį, kad planuojant ir įgyvendinant turizmo politiką turi būti taikomas integruotos politikos metodas. Pabrėžiama, kad koordinavimas reikalingas ne tik horizontaliai nacionaliniu lygiu, bet ir vertikalčiai tarp centrinės valdžios ir regionų.

9.2.3. Kokie yra pagrindiniai iššūkiai Lietuvai turizmo srityje? Kokie yra pagrindiniai iššūkiai, atsižvelgiant į COVID-19 pandemijos padarinius turizmo sektoriui? Kokie veiksniai riboja turizmo sektoriaus plėtrą šiuo metu ir ilguoju laikotarpiu? Kokie galimi šių iššūkių sprendimo būdai?

Vertinant pagrindinius Lietuvos turizmo sektoriui kylančius iššūkius ir apribojimus sektoriaus plėtrai išskiriamos penkios iššūkių ir plėtros apribojimų grupės: struktūrinės sektoriaus problemos, kontekstiniai iššūkiai, infrastruktūros trūkumai, bendros šalies turizmo plėtros vizijos nebuvimas ir nepakankamas tarpinstitucinis bendradarbiavimas nacionaliniu bei regioniniu lygiu, rinkodaros nepakankamumas. Pagrindinės struktūrinės turizmo sektoriaus problemos yra šios: maža turizmo sektoriuje sukuriama pridėtinė vertė, žemas inovacijų taikymo lygis, darbuotojų jėgos ir kompetencijų trūkumas. Kontekstiniai sektoriaus apribojimai yra susiję su COVID-19 pandemijos pasekmėmis ir neigiama karo Ukrainoje įtaka. Prie kontekstinių apribojimų taip pat galima priskirti Lietuvos turizmo sektoriui dėl geografinės padėties būdingą neigiamą sezoniškumo įtaką. Turizmui reikalingos infrastruktūros nepakankamumas taip pat yra svarbus sektoriaus konkurencingumą ribojantis veiksnys. Svarbiausi turizmo plėtros infrastruktūriniai apribojimai yra ribotas Lietuvos pasiekiamumas oro transportu, prioritetinėms turizmo rūšims kritiškai svarbių turizmo infrastruktūros objektų nebuvimas ir ryškus teritorinis turizmo infrastruktūros ir turistų pasiskirstymo netolygumas. Galiausiai, integralaus strateginio požiūrio į turizmą nacionaliniu, regionų ir vietos lygmenimis trūkumas, nepakankamai efektyvus institucijų bendradarbiavimas bei nepakankama Lietuvos kaip patrauklios turizmui šalies rinkodara užsienyje, taip pat yra išskiriami kaip Lietuvos turizmo konkurencingumą mažinantys veiksniai.

2022–2030 metų plėtros programos valdytojos EIM patvirtintoje Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programoje identifikuotos pagrindinės turizmo plėtros problemos iš esmės atitinka šiame vertinime išskirtus Lietuvos turizmo sektoriaus apribojimus. Plėtros programoje išskirtų pagrindinių iššūkių ir jiems spręsti siūlomų priemonių rinkinys yra tinkamas (išskyrus dėl veiklų, nukreiptų į DMO kūrimą), tačiau nepakankamas. Ataskaitos 6.2 skyriuje pateiktoje 16 lentelėje yra pasiūlytos papildomos veiklos, kurios padėtų spręsti Lietuvos turizmo sektoriaus plėtros apribojimus.

9.2.4. klausimas „Atsižvelgus į naujajame 2021–2027 m. finansiniame laikotarpyje pasikeitusį bendrojo ir nacionalinio finansavimo santykį, pateikti įžvalgas dėl turizmo sektoriaus plėtros po 2022 m., pagrindžiant statistine informacija. Pateikti pasiūlymus dėl priemonių finansavimo formų taikymo galimybių, derinimo su Europos Komisijos tiesiogiai valdomomis programomis, projektų vykdymu su partneriais iš kitų šalių (latviai, čekai, lenkai ir t.t.). Įvertinti turizmo sektoriui tinkamus prioritetus ir planuojamas veiklas programuojamuose dokumentuose (2021–2027 m. ES fondų investicijų programa Lietuvai ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo priemonė „Naujos kartos Lietuva“). Ar planuojami prioritetai yra tinkami ir pakankami? Įvertinti turizmo sektoriaus galimybes investuoti viešojo ir privataus sektorių partnerystės būdu.“ ir 9.2.5. klausimą „Nustatyti ir pagrįsti kokiomis priemonėmis, kokiomis veiklomis, kokia forma, kokiais atrankos būdais, atrankos kriterijais, pareiškėjais, rodikliais, investicijų dydžiais, finansavimo intensyvumo ribomis, kokiose srityse ir pan. galima būtų prisidėti prie turizmo skatinimo ir plėtros bei atsigavimo po COVID-19 pandemijos“

2022–2030 metų plėtros programos valdytojos EIM patvirtintoje Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programoje, sprendžiant neišnaudoto turizmo potencialo problemą, numatyta įgyvendinti dvi turizmo pažangos priemones „Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją“ ir „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“. EIM suplanuotoms turizmo pažangos priemonėms įgyvendinti reikalingas biudžetas sudaro 49,38 mln. Eur, iš jų 38,36 mln. Eur reikalingi veikloms, suplanuotoms turizmo infrastruktūros ir rinkodaros srityse, ir 11,02 mln. Eur – turizmo sektoriaus transformacijos srityje. Planavimo dokumentuose nėra patvirtintas EIM pažangos priemonėms ir jų veikloms įgyvendinti reikalingas finansavimas, o tai kelia riziką, kad veiklos gali būti neįgyvendintos arba įgyvendintos nepilna apimtimi, atitinkamai, nebus (pilna apimtimi) pasiekti NPP 1.12 uždavinio „Didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą“ rodikliai.

Rengiant 2021–2027 m. ES lėšomis finansuojamas programos (2021–2027 m. ES fondų investicijų programą ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo planą „Naujos kartos Lietuva“) nebuvo įtrauktos veiklos, kuriomis būtų galima įgyvendinti pagal Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programą suplanuotas pažangos priemones turizmo srityje.

Pagal Investicijų programos 1 prioritetą „Pažangesnė Lietuva“ 2021–2027 m. programiniu laikotarpiu tęsiamas tas pats įmonių finansavimo modelis, kaip ir 2014–2020 m., t. y. turizmo įmonės kai kuriose pagal 1 prioritetą įgyvendinamose pažangos priemonėse galės konkuruoti kartu su kitų sektorių įmonėmis. Remiantis šio vertinimo metu atlikta analizė, tik maža dalis su turizmo veikla susijusių Lietuvos įmonių (0,5 %) sugebėjo pasinaudoti 2014–2020 m. ES fondų lėšomis. Tai rodo, kad bendrame paraiškų sraute turizmo sektoriaus įmonės yra nepajėgios sukonkuruoti su kitų sektorių įmonių projektais. Kita vertus, pagal Ekonomikos skatinimo ir koronaviruso (COVID-19) plitimo sukeltų pasekmių mažinimo priemonių planą įgyvendinta priemonė „Turizmo inovacijos“ buvo itin paklausi – finansavimą gavo 260 turizmo sektoriaus subjektų.

Atsižvelgiant į turizmo sektoriaus struktūrines problemas (vyrauja MVĮ, žemas inovatyvumo lygis, trūksta darbo jėgos ir kompetencijų), per pastaruosius metus turizmo sektoriui kilusius iššūkius (atsigavimo ir poreikio transformuotis) ir prastėjančias paskolų teikimo sąlygas (augančias palūkanas, griežtėjančią kreditavimo politiką), turizmo įmonėms tikslinga sudaryti palankesnes galimybes pasinaudoti 2021–2027 m. ES fondų lėšomis, siekiant stiprinti jų atsparumą ir tvarumą. Investicijų programos vidurio peržiūros metu, rekomenduojama peržiūrėti intervencijų, suplanuotų pagal Investicijų programos 4.6. uždavinį „Stiprinti kultūros ir darnaus turizmo vaidmenį ekonominės plėtros, socialinės įtraukties ir socialinių inovacijų srityse (ERPF)“ rinkinį ir jį papildyti nauja veikla – MVĮ plėtros, įgyvendinant darnaus turizmo projektus ir kuriant tvarias darbo vietas, skatinimas. Finansuojamos veiklos galėtų apimti: 1) infrastruktūros ir kitų sąlygų gerinimą, siekiant kurti darnaus turizmo produktus ir (arba) paslaugas, 2) socialinių inovacijų kūrimą, siekiant teigiamo poveikio vietos bendruomenėms; 3) skaitmeninei ir žaliajai turizmo sektoriaus transformacijai reikalingų darbuotojų kompetencijų ugdymą. Rekomenduojama paramos forma – subsidijos, finansavimo suma – 10 mln. Eur, projektų atrankos būdas – konkursas, tinkami pareiškėjai – turizmo, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančios MVĮ, jų asociacijos. ERPF lėšomis turizmo projektai bus finansuojami pagal Investicijų programos 5.1 ir 5.2 uždavinius, įgyvendinant Regioninės plėtros programos pažangos priemones. Šiuo metu parengtuose 2022–2030 m. Regionų plėtros planuose yra suplanuoti su turizmo plėtra susiję uždaviniai ir rodikliai, tačiau iki 2023 m. birželio mėn. pažangos priemonės buvo parengtos tik 5 – Vilniaus, Kauno, Šiaulių, Panevėžio, Tauragės – regionų plėtros planuose. Šių regionų plėtros planuose suformuotoms konkrečioms į turizmo plėtrą orientuotoms pažangos priemonėms numatyta skirti 150 347 140 Eur, iš jų – 103 830 650 Eur ES lėšų. Galima prognozuoti, kad įgyvendinant Regionų plėtros planus 2021–2027 m. laikotarpiu turizmo skatinimui teks apie 200 mln. Eur ES fondų lėšų. Siekiant užtikrinti, kad regioninės turizmo investicijos derėtų su bendra Lietuvos turizmo plėtros vizija, spėtų ne tik vietos regiono plėtros problemas, bet prisidėtų ir prie bendro šalies turizmo konkurencingumo stiprinimo, būtų tikslinga regionų plėtros tarybas įtraukti į Lietuvos turizmo kelrodžio proceso rengimą, o patvirtinus šį kelrodį, esant galimybei, papildyti regioninių pažangos priemonių finansavimo gaires, rekomenduojant, kad turizmo srityje įgyvendinami projektai turi atitikti šio kelrodžio nuostatas. Taip pat rekomenduojama teikti ekspertinę pagalbą potencialiems regioninių projektų vykdytojams dėl investicijų turizmo sektoriuje suplanavimo ir įgyvendinimo.

Paramą turizmo sektoriaus plėtrai valstybė gali užtikrinti ne tik skirdama tiesioginį finansavimą, tačiau ir gerindama galimybes privačiam verslui gauti išorinį finansavimą (kredito įstaigų paskolas), dalindamasi rizika kartu su privačiu investuotoju ar dalyvaudama bendruose turizmo plėtros projektuose per VPSP mechanizmus. Atsižvelgiant į turizmo sektoriaus įmonių veiklos specifiką (sezoniškumo įtaką pajamoms, tinkamo užstato trūkumą) ir siekiant gerinti turizmo įmonių priėjimą prie išorinio finansavimo šaltinių rekomenduojama atnaujinant verslo finansavimo *ex-ante* vertinimą,

įvertinti, koks finansinis produktas (įskaitant derinimą su subsidijos elementu) būtų tinkamiausias, siekiant sumažinti finansavimo turizmo sektoriaus MVĮ apribojimus. Privačios lėšos ir kompetencija, reikalinga turizmo sektoriaus plėtrai, turėtų būti pritraukiama plačiau taikant VPSP mechanizmus, finansuojant kertinius Lietuvos ar atskirų regionų turizmo infrastruktūros statybos, palaikymo ir valdymo projektus, visų pirma, pasitelkiant privatų investuotoją į naujo nacionalinio konferencijų centro išvystymą Vilniuje ir siekiant stiprinti Lietuvos, kaip vietos konferencijoms ir renginiams, pozicijas tarptautinėje rinkoje. Kelrodžio, skirto Lietuvos turizmo konkurencingumo stiprinimui parengimas, įvardinant strategines plėtros kryptis ir investicijas, sutelktų rinkos dalyvius ir paskatintų privačias investicijas.

9.2.6. Kaip padėti turizmo verslui geriau pasiruošti galimoms panašioms krizėms ateityje ir prisidėti prie darnios turizmo plėtros

Turizmo sektoriaus atsparumas ateities krizėms yra svarbus veiksnys, siekiant užtikrinti ilgalaikį sektoriaus stabilumą ir augimą. Šis procesas reikalauja nuolatinio stebėjimo, strateginio mąstymo ir lankstumo. Sektoriaus atsparumą siūloma didinti šiomis priemonėmis: (1) teikiant finansinę paramą turizmo sektoriaus MVĮ inovacijoms, skirtoms skaitmeninti teikiamas paslaugas ir kurti naujus ar tobulinti esamus darnaus turizmo produktus bei paslaugas; (2) stiprinti turizmo sektoriaus darbuotojų bendrąsias kompetencijas, ypač susijusias su kūrybiškumu ir verslumu, bei ugdyti skaitmeninei ir žaliajai turizmo sektoriaus transformacijai reikalingas kompetencijas.

19 lentelėje yra apibendrinti vertinimo išvadose pateikti strateginiai siūlymai ir rekomendacijos, skirtos paskatinti Lietuvos turizmo sektoriaus plėtrą.

19 lentelė. Strateginiai siūlymai ir rekomendacijos.

| Eil. Nr. | Problema | Strateginis siūlymas / rekomendacija | Atsakingos institucijos | Įgyvendinimo terminas |
|----------|--|---|--|-----------------------|
| 1. | ES Tarybos išvadose dėl 2030 m. Europos turizmo darbotvarkės nurodoma užtikrinti strateginį požiūrį į turizmą nacionaliniu, regionų ir vietos lygmenimis, kad būtų atsižvelgta į turizmo ekonominį, aplinkos, kultūrinį ir socialinį tvarumą. Atliktas vertinimas rodo, kad turizmo politikos įgyvendinimo srityje nėra užtikrintas pakankamas bendradarbiavimas tarp institucijų. Pavyzdžiui, nors Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje buvo numatyta skatinti kultūrinio, konferencinio, gamtinio ir sveikatos turizmo viešosios ir privačios infrastruktūros plėtros projektų įgyvendinimą prioritetuose turizmo regionuose (programos 20 punktas), tačiau šių regionų plėtrą buvo nukreiptos tik EIM priemonės, o kitų institucijų priemonėse, įgyvendintose pagal 2014–2020 m. VP 5.4.1 uždavinį, lėšų koncentracija nebuvo užtikrinta. Naujo laikotarpio planavimo dokumentuose taip pat trūksta integralaus požiūrio į Lietuvos turizmo konkurencingumo stiprinimą. | Strateginis siūlymas: Atsižvelgiant į turizmo sektoriaus horizontalumą, parengti Lietuvos turizmo kelrodį iki 2030 m., kuriame būtų patvirtinta Lietuvos turizmo plėtros vizija, kryptys ir prioritetiniai veiksmai, o skirtingi strateginio valdymo sistemos dalyviai – ministerijos (EIM, KM, SM, VRM, AM, ŽŪM, URM) bei regionų plėtros tarybos suderintų planuojamas pažangos priemonės ir finansavimą, siekiant įgyvendinti NPP 1.12 uždavinį „Didinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą“. | Lietuvos Respublikos Vyriausybė, EIM, KM, SM, VRM, KM, AM, ŽŪM, URM, regionų plėtros tarybos | 2024 m. |
| 2. | Tarptautinių organizacijų pateiktose rekomendacijose dėl turizmo sektoriaus plėtros laikotarpiu iki 2030 m. bei ES Tarybos išvadose dėl 2030 m. Europos turizmo darbotvarkės išskiriamos keturios svarbiausios turizmo ateities kryptys: tvarumas, skaitmeninimas, atsparumas ir MVĮ stiprinimas. Pagal 2022–2030 Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programą suplanuotose pažangos priemonėse numatyta įgyvendinti veiklas, skirtas turizmo skaitmeninimui ir iš dalies atsparumo didinimui, trūksta veiklų, orientuotų į turizmo sektoriaus tvarumo didinimą ir turizmo sektoriaus MVĮ stiprinimą. | Strateginis siūlymas: Peržiūrėti Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programos pažangos priemonėje „Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją“ suplanuotas veiklas ir įvertinti galimybę papildyti naujomis veiklomis, skirtomis didinti turizmo sektoriaus tvarumą ir stiprinti turizmo sektoriaus MVĮ, pavyzdžiui: 2.1. Teikti finansinę paramą turizmo sektoriaus MVĮ projektams, skirtiems kurti naujus ar tobulinti esamus darnaus turizmo produktus bei paslaugas (plačiau žr. 5 rekomendaciją); | EIM, ŠMSM | 2025 m. |

| Eil. Nr. | Problema | Strateginis siūlymas / rekomendacija | Atsakingos institucijos | Įgyvendinimo terminas |
|----------|---|--|--|-----------------------|
| | | <p>2.2. Remti iniciatyvas, didinančias turizmo paslaugų žiedišumą. Pavyzdžiui, tokios iniciatyvos galėtų apimti maisto švaistymo mažinimą, trumpų grandinių naudojimą svetingumo paslaugų sektoriuje, turizmo paslaugų atliekų kiekio mažinimą, rūšiavimą, vandens vartojimo efektyvumo didinimą. Siekiant palikti kuo mažesnę aplinkosauginį pėdsaką svarbu siekti skirtingų turizmo paslaugų koncentracijos nedidelėje teritorijoje. Paslaugų koncentracija sumažintų transporto poreikį, lankytojai daugiau objektų galėtų aplankyti pėsčiomis, tuo pačiu tai suteiktų papildomą vartojimo efektą, kai turistai atvykęs dėl vienos paslaugos, galėtų pasinaudoti ir kitomis;</p> <p>2.3. Stiprinti ne tik turizmo darbuotojų skaitmeninei ir žaliajai turizmo sektoriaus transformacijai reikalingas kompetencijas, bet ir bendruosius gebėjimus (kūrybiškumą, verslumą), kurie sudarytų prielaidas lanksčiau ir greičiau reaguoti į naujas ateities krizes;</p> <p>2.4. Aktualizuoti turizmo specialybės mokymų programas, užtikrinant verslo ir profesinio mokymo įstaigų bendradarbiavimą.</p> | | |
| 3. | Tiek dėl prasto susisiekimo oro transportu, tiek dėl nepakankamos infrastruktūros, konferencinio turizmo potencialas Lietuvoje nėra išnaudojamas. | <p>Rekomendacija: Skatinti Lietuvos konferencijų turizmo ekosistemos vystymą, siekiant sumažinti Lietuvos turizmo sezoniškumą, užtikrinti aukštos pridėtinės vertės produktų kūrimą ir turizmo sektoriaus sukuriamos pridėtinės vertės augimą. Tam, visų pirma, rekomenduojama:</p> <p>3.1. Spartinti nacionalinio turizmo konferencijų centro projekto realizavimą;</p> <p>3.2. Įgyvendinti 2022 m. parengtą ilgalaikį skrydžių strateginėmis kryptimis vykdymo verslo planą;</p> | Lietuvos Respublikos Vyriausybė, SM, EIM | 2024–2030 m. |

| Eil. Nr. | Problema | Strateginis siūlymas / rekomendacija | Atsakingos institucijos | Įgyvendinimo terminas |
|----------|---|--|-------------------------|-----------------------|
| | | 3.3. Stiprinti Lietuvos kaip konferencijų vietos rinkodarą. | | |
| 4. | Vertinimo ataskaitoje pateikta ES šalių gerosios praktikos atvejų analizė rodo, kad siekiant turizmo sektoriaus plėtros vienas iš kertinių elementų yra veiksminga turizmo rinkodara ir šiai veiklai skiriamas finansavimas. Pagal 2023 m. šalies prekės ženklo reitingą (angl. <i>Country Brand Ranking, Tourism Edition</i>) Lietuva tarp Europos šalių užima 39 vietą iš 42 ir atsilieka tiek nuo Estijos, tiek nuo Latvijos. | <p>Rekomendacija: Stiprinti Lietuvos turizmo rinkodarą prioritetingose rinkose ir užtikrinti stabilų ir pakankamą rinkodaros finansavimą. Be pažangos priemonėje „Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones“ suplanuotų rinkodaros veiksmų, papildomai siūloma:</p> <p>4.1. Tęsti aktyvų darbą su užsienio kelionių organizatoriais ir žiniasklaidos atstovais, organizuojant pažintinius turus ir kitais būdais pristatant Lietuvos turistinius išteklius užsienio turistams;</p> <p>4.2. Didinti tiesioginės B2C reklamos kiekius prioritetingose rinkose;</p> <p>4.3. Formuoti šalies kaip aukštos vertės prekės ženklą. Paslaugų kainos Lietuvoje yra aukštos, todėl labai svarbu tobulinti šalies pristatymo strategiją, remiant verslo iniciatyvas jungtis į brangesnes paslaugas atstovaujančius tinklus ir užtikrinti atitinkamą rinkodarą;</p> <p>4.4. Skatinti integraciją į regionines paslaugų tiekimo grandines. Baltijos šalių regionas yra nedidelis, todėl užsienio turistams tikslinga šias šalis pristatyti kaip vieną regioną, kurti bendrus Baltijos šalis pristatančius ir keliavimo lengvumą regione pabrėžiančius maršrutus;</p> <p>4.5. Nuosekliai vykdyti rinkodarą, skirtą padidinti Lietuvoje veikiančių balneologinių kurortų konkurencingumą, lyginant su kitais panašaus tipo kurortais centrinėje Europoje.</p> | EIM | 2024–2030 m. |
| 5. | Pagal Investicijų programos 1 prioritetą „Pažangesnė Lietuva“ 2021–2027 m. programiniu laikotarpiu tęsiamas tas pats įmonių finansavimo modelis, kaip ir 2014– | <p>Rekomendacija: Investicijų programos vidurio peržiūros metu rekomenduojama peržiūrėti intervencijų, suplanuotų pagal Investicijų</p> | EIM, FM | 2024–2025 m. |

| Eil. Nr. | Problema | Strateginis siūlymas / rekomendacija | Atsakingos institucijos | Įgyvendinimo terminas |
|----------|--|--|-----------------------------------|-----------------------|
| | <p>2020 m., t. y. turizmo įmonės kai kuriose pagal 1 prioritetą įgyvendinamose pažangos priemonėse galės konkuruoti kartu su kitų sektorių įmonėmis. Kaip rodo šio vertinimo metu atlikta analizė, tik maža dalis su turizmo veikla susijusių Lietuvos įmonių (0,5 %) sugebėjo pasinaudoti 2014–2020 m. ES fondų lėšomis – bendrame paraiškų sraute turizmo sektoriaus įmonės yra nepajėgios sukurti su kitų sektorių įmonių projektais.</p> <p>Atsižvelgiant į turizmo sektoriaus struktūrines problemas (vyrauja MVĮ, žemas inovatyvumo lygis, trūksta darbo jėgos ir kompetencijų) ir per pastaruosius metus turizmo sektoriui kilusius iššūkius (atsigavimo ir poreikio transformuotis), tikslinga turizmo įmonėms sudaryti palankesnes galimybes pasinaudoti 2021–2027 m. ES fondų lėšomis, skatinant turizmo MVĮ atsparumą ir tvarumą.</p> | <p>programos 4.6. uždavinį „Stiprinti kultūros ir darnaus turizmo vaidmenį ekonominės plėtros, socialinės įtraukties ir socialinių inovacijų srityse (ERPF)“ rinkinį ir, esant galimybei perskirstyti ERPF lėšas, šį uždavinį papildyti nauja veikla – MVĮ plėtros, įgyvendinant darnaus turizmo projektus ir kuriant tvarias darbo vietas, skatinimas. Finansuojamos veiklos galėtų apimti: 1) infrastruktūros ir kitų sąlygų gerinimą, siekiant kurti darnaus turizmo produktus ir (ar) paslaugas, 2) socialinių inovacijų kūrimą, siekiant teigiamo poveikio vietos bendruomenėms; 3) skaitmeninei ir žaliajai turizmo sektoriaus transformacijai reikalingų darbuotojų kompetencijų ugdymą. Rekomenduojama paramos forma – subsidijos, finansavimo suma – 10 mln. Eur, projektų atrankos būdas – konkursas, tinkami pareiškėjai – turizmo, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančios MVĮ, jų asociacijos.</p> | | |
| 6. | <p>ERPF lėšomis turizmo projektai bus finansuojami pagal Investicijų programos 5.1 ir 5.2 uždavinius, įgyvendinant Regioninės plėtros programos pažangos priemones. Įgyvendinant 2022–2030 m. Regionų plėtros planus turizmo skatinimui teks apie 200 mln. Eur ES fondų lėšų. Ankstesnių programinių laikotarpių patirtis rodo, kad regioninių turizmo investicijų planavimas ir įgyvendinimas nebuvo pakankamai efektyvus.</p> | <p>Rekomendacijos:</p> <p>6.1. Siekiant užtikrinti, kad regioninės turizmo investicijos derėtų su bendra Lietuvos turizmo plėtros vizija, spreštų ne tik vietos regiono plėtros problemas, bet prisidėtų ir prie bendro šalies turizmo konkurencingumo stiprinimo, rekomenduojama regionų plėtros tarybas įtraukti į Lietuvos turizmo kelrodžio proceso rengimą, o patvirtinus šį kelrodį, esant galimybei, papildyti regioninių pažangos priemonių finansavimo gaires, rekomenduojant, kad turizmo srityje įgyvendinami projektai turi atitikti šio kelrodžio nuostatas;</p> <p>6.2. Teikti ekspertinę pagalbą Lietuvos regionams dėl Regionų</p> | EIM, VRM, regionų plėtros tarybos | 2024 m. |

| Eil. Nr. | Problema | Strateginis siūlymas / rekomendacija | Atsakingos institucijos | Įgyvendinimo terminas |
|----------|--|--|-------------------------|----------------------------|
| | | plėtos planuose numatytų investicijų turizmo sektoriuje suplanavimo ir įgyvendinimo. | | |
| 7. | Lietuvos turizmo sektoriaus subjektai nepakankamai išnaudoja galimybes pasinaudoti įvairiomis, tiesiogiai EK administruojamomis ES programomis. EK remia valstybių narių perėjimą prie žaliosios ir skaitmeninės turizmo ekonomikos, pasitelkiant įvairius finansavimo mechanizmus. 2021–2027 m. finansavimas turizmo sektoriui skiriamas ne tik iš EGADP, ERPF, EŽŪFKP, bet ir iš kitų programų: LIFE, „Europos horizontas“, „Kūrybiška Europa“, „Erasmus+“, Skaitmeninės Europos programos, Bendrosios rinkos programos. | Rekomendacija: Parengti EK programų, pagal kurias 2021–2027 m. programiniu laikotarpiu teikiamas finansavimas turizmo projektams, gidą (pavyzdžiui, informacinį leidinį, skiltį EIM interneto svetainėje ar kitą informacinę priemonę) lietuvių kalba ir pristatyti finansavimo galimybes suinteresuotoms šalims, teikti konsultacijas projektų rengimo metu. | EIM | 2023 m. IV ketv. – 2024 m. |
| 8. | Turizmo sektoriaus įmonės ribotai naudojami INVEGA administruojamomis finansinėmis priemonėmis – 2007–2020 m. laikotarpiu turizmo ir kultūros srityje veikiančioms įmonėms bendrai teko tik 1,7 % visų per finansines priemones investuotų lėšų, o didžiąją jų dalį sudarė specialiai turizmo sektoriui skirtos COVID-19 paskolos. Viena iš priežasčių, kodėl turizmo įmonės nepakankamai naudojami siūlomais produktais yra ta, kad šios įmonės neturi užstatui reikalaujamo įkeisti turto (pavyzdžiui, tiek maitinimo, tiek apgyvendinimo įstaigos dažnai veiklą vykdo nuomojamose patalpose, vystant paslaugas dažnai reikalingos nematerialios investicijos ir apyvartinis kapitalas). | Rekomendacija: Atnaujinant verslo finansavimo <i>ex-ante</i> vertinimą, įvertinti, koks finansinis produktas (įskaitant derinimą su subsidijos elementu) būtų tinkamiausias, siekiant sumažinti finansavimo turizmo sektoriaus MVĮ apribojimus. Rekomenduojama atsižvelgti į ataskaitos 18 lentelėje pateiktą Austrijos pavyzdį dėl investicinių paskolų turizmo įmonėms derinimo su tvarumo subsidija. | EIM, INVEGA | 2024 m. |

1 PRIEDAS. ANTRINIŲ INFORMACIJOS ŠALTINIŲ SĄRAŠAS

1. Baltrūnaitė D. et al. (2021) „Covid-19 pandemijos iššūkius svetingumo verslui“. Įžvalgos, Nr. 1, p. 8-17.
2. Bylaitė A. et al. (2022), Turizmo specialisto ateities kompetencijų poreikis darbdavių požiūriu. Socialiniai tyrimai, Vol. 45(1), p. 48–64.
3. BGI Consulting (2017), Ūkio ministerijos kompetencijai priskirtų, bendrai finansuojamų iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų lėšų, ekonomikos sektorių būklės pokyčių vertinimas.
4. Bloom Consulting Country Brand Ranking, Tourism Edition 2022-2023 https://www.bloom-consulting.com/en/pdf/rankings/Bloom_Consulting_Country_Brand_Ranking_Tourism.pdf
5. CPVA (2021), 2021–2027 m. laikotarpio 12-os reikšmingiausių ES finansavimo šaltinių analizė.
6. ECORYS (2020), Study on the contribution of tourism to local and regional development: Evidence from the European structural and investment funds 2012–2018.
7. Ernst&Young Baltic (2013 m. spalį), Europos Sąjungos paramos poveikio Lietuvos turizmo sektoriui ir plėtros galimybių vertinimo paslaugos. Galutinė vertinimo ataskaita.
8. ES Tarybos išvados dėl 2030 m. Europos turizmo darbotvarkės, kurias Taryba priėmė 2022 m. gruodžio 1 d.
9. ESTEP (2021), Finansinių instrumentų panaudojimo, investuojant ES fondų lėšas, poveikio vertinimas.
10. ESTEP, Visionary Analytics (2019), 2014–2020 m. Europos Sąjungos fondų investicijų veiksmų programos tarpinis vertinimas.
11. Eurointegracijos projektai (2022), Lietuvos turistinių objektų infrastruktūros vertinimo tyrimo ataskaita. Tyrimas parengtas VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ užsakymu.
12. European Commission, Guide on EU funding for tourism, https://single-market-economy.ec.europa.eu/sectors/tourism/funding-guide_en
13. European Commission. (2022), Transition Pathway for Tourism.
14. European Court of Auditors (2021), EU Support to tourism: Need for a fresh strategic orientation and a better funding approach.
15. European Investment Bank (2023), Austria: EIB and ÖHT finance eco-friendly tourism, <https://www.eib.org/en/press/all/2023-022-eib-and-oh-t-finance-eco-friendly-tourism-in-austria>
16. European Travel Commission (2022), Exploring Consumer Travel Attitudes and Expectations to Drive Tourism Recovery2.
17. European Travel Commission (2022), Restarting Tourism for the Better: Performance of European Tourism Before, During and After COVID.
18. European Travel Commission, Monitoring sentiment for domestic and intra-european travel, wave 13.
19. European Travel Commission (2022), Exploring Consumer Travel Attitudes and Expectations to Drive Tourism Recovery.
20. European Travel Commission (2023), European Tourism 2022 – Trends & Prospects (Q4/2022).
21. European Travel Commission (2023), Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel.
22. European Commission. DG for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (2022), Transition Pathway for Tourism.
23. ICCA (2021), ICCA Ranking. Destination Performance index. Public Abstract.
24. OECD (2013), Guidance document: Indicators for Measuring Competitiveness in Tourism.
25. OECD (2022), OECD Tourism Trends and Policies 2022, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/a8dd3019-en>.
26. PwC, ESTEP (2019). Lietuvos ūkio sektorių finansavimo po 2020 m. vertinimas: turizmo skatinimas.
27. Užimtumo tarnyba (2023), „Darbo rinkos pokyčiai ir iššūkiai. Darbdavių patirtys, lūkesčiai ir įžvalgos“ .
28. VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ (2022), Turizmo sektoriaus plėtros tyrimas.
29. VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“, Rait Group (2022), Vietinis turizmas Lietuvoje: Kiekybinio tyrimo ataskaita.
30. WEF (2022), Travel & Tourism Development Index 2021 Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future.
31. World Economic Forum, Travel & Tourism Development Index 2021. Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future. Insight report, 2022.
32. World Travel and Tourism Council (2022) Annual Research: Key Highlights, Lithuania Factsheet.

2 PRIEDAS. VERTINIME TAIKYTŲ METODŲ APRAŠYMAS

20 lentelė. Vertinimo klausimai ir metodai

| Vertinimo klausimai | Informacijos/duomenų šaltiniai | Analizės metodai | Rezultatas |
|---|---|---|---|
| 9.1.1. Kokiomis esminėmis tendencijomis, pokyčiais Lietuvos turizmo srityje pasižymėjo analizuojamas 2014–2020 metų laikotarpis? Kokie buvo pagrindiniai šiuos pokyčius įtakoję veiksniai? | ✓ Statistiniai duomenys; ✓ Antriniai šaltiniai (ES ir Lietuvos mastu atliktos studijos ir vertinimai) ✓ Interviu | ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Lyginamoji analizė; ✓ Ekspertinis vertinimas | ✓ Išanalizuota pagrindinių turizmo rodiklių dinamika 2014–2022 m. ✓ Įvardinti pagrindiniai veiksniai, lėmę rodiklių pokyčius ✓ Įvardinti ir išanalizuoti svarbiausi instituciniai pokyčiai turizmo srityje 2014–2022 m. ✓ Apžvelgti pagrindiniai turizmo srities tyrimų ir vertinimų rezultatai. |
| 9.1.2. Kokį poveikį turizmo sektoriui turėjo COVID-19 (koronaviruso infekcijos) pandemija? (išnagrinėti pagal atskirus turizmo segmentus (atvykstamojo, vietinio ir išvykstamojo turizmo, gidams, apgyvendinimo įstaigoms)? Kokį poveikį COVID-19 (koronaviruso infekcijos) pandemija turėjo turizmo sektoriaus konkurencingumui? Kodėl? Kaip COVID-19 (koronaviruso infekcijos) pandemija paveikė Veiksmų programos priemonių įgyvendinimą ir turizmo potencialą? | ✓ Statistiniai duomenys; ✓ Antriniai šaltiniai (ES ir Lietuvos mastu atliktos studijos ir vertinimai) ✓ Stebėsenos duomenys (SFMS, įgyvendinimo ataskaitos, administraciniai dokumentai); ✓ Interviu ✓ Apklausa | ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Lyginamoji analizė; ✓ Ekspertinis vertinimas | ✓ Pagal skirtingus turizmo segmentus išanalizuota, kaip pagrindinius turizmo rodiklius paveikė COVID-19 pandemija. ✓ Išanalizuota, kaip COVID-19 pandemija paveikė turizmo sektoriaus konkurencingumo rodiklius. ✓ Išanalizuota, kaip COVID-19 pandemija paveikė VP priemonių įgyvendinimo eigą. ✓ Išanalizuotos pagrindinių tarptautinių organizacijų prognozės dėl turizmo sektoriaus atsigavimo po COVID-19 pandemijos. |
| 9.1.6. Ar pagal intervencijų logiką sukurtos veiksmų programos priemonės buvo tinkamos, atitinkančios tikslinių grupių poreikius? Ar esamų priemonių pakako? Ar jos buvo suderintos tarpusavyje? Ar intervencijų logika, nustatyta 2014–2020 m. programavimo laikotarpio pradžioje | ✓ Pirminiai šaltiniai (strateginiai, programiniai, priemonių įgyvendinimo dokumentai) ✓ Interviu ✓ Apklausa | ✓ Intervencijų logikos ir priešasčių bei pasekmių analizė; ✓ Prisidėjimo analizė; ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; | ✓ Įvertinta, ar ir kaip VP 1, 3 ir 5 prioritetų priemonės, susijusios su turizmu, sprendė pagrindines turizmo sektoriaus problemas, identifiktuotas 2014–2020 m. programavimo laikotarpio pradžioje. ✓ Įvertinta, ar VP 1, 3, 5 ir 13 prioritetų priemonės, susijusios su turizmu, atitiko tikslinių grupių poreikius ✓ Įvertinta, ar VP 1, 3, 5 ir 13 prioritetų priemonės, |

| Vertinimo klausimai | Informacijos/duomenų šaltiniai | Analizės metodai | Rezultatas |
|--|--|---|---|
| atitiko besikeičiančią socialinę-ekonominę situaciją? | | ✓ Ekspertinis vertinimas | susijusios su turizmu, atitiko besikeičiančią situaciją |
| 9.1.5. Ar Veiksmų programos priemonėmis buvo pasiekti 5 prioriteto „Aplinkosauga, gamtos išteklių darnus naudojimas ir prisitaikymas prie klimato kaitos“ konkrečiame uždavinyje 5.4.1 „Padidinti kultūros ir gamtos paveldo aktualumą, lankomumą ir žinomumą, visuomenės informuotumą apie juos supančią aplinką“ nustatyti pokyčiai? Kokie jie? Kokios pokyčių pasiekimo/nepasiekimo priežastys? Ką buvo galima padaryti geriau? | ✓ Pirminiai šaltiniai (strateginiai, programiniai, priemonių įgyvendinimo dokumentai); ✓ Stebėsenos duomenys (SFMIS, įgyvendinimo ataskaitos, administraciniai dokumentai); ✓ Interviu | ✓ Intervencijų logikos ir priežasčių bei pasekmių analizė; ✓ Prisdėjimo analizė; ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Lyginamoji analizė; ✓ Atvejo studijos; ✓ Ekspertinis vertinimas | ✓ Nustatytas VP 5 prioriteto 5.4.1 uždavinio priemonių rezultatyvumas (produkto ir rezultato rodiklių pasiektos reikšmės palygintos su siektina reikšme). ✓ Nustatytos rezultatyvumo priežastys. ✓ Įvertinta, ar priemonių įgyvendinimo eigoje buvo atlikti pakeitimai ir ar jie buvo tinkami. |
| 9.1.8. Kaip kitų Veiksmų programos prioritetų priemonės prisidėjo prie turizmo sektoriaus augimo ir plėtros (3 prioriteto „Smulkiųjų ir vidutinio verslo konkurencingumo skatinimas“ konkrečių uždavinių 3.2.1. padidinti MVĮ tarptautiškumą, 3.3.1. padidinti MVĮ produktyvumą, 3.3.2. padidinti MVĮ investicijas į ekoinovacijas ir kitas efektyviai išteklius naudojančias technologijas ir 1 prioriteto „Mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų skatinimas“ konkretaus uždavinio 1.2.1. padidinti mokslinių tyrimų, eksperimentinės plėtros ir inovacijų veiklą | ✓ Pirminiai šaltiniai (strateginiai, programiniai, priemonių įgyvendinimo dokumentai); ✓ Stebėsenos duomenys (SFMIS, įgyvendinimo ataskaitos, administraciniai dokumentai); ✓ Interviu | ✓ Intervencijų logikos ir priežasčių bei pasekmių analizė; ✓ Prisdėjimo analizė; ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Lyginamoji analizė; ✓ Atvejo studijos; ✓ Ekspertinis vertinimas | ✓ Atrinkti pagal VP 1, 3 ir 13 prioritetą finansuoti projektai, kurie galėjo prisidėti prie turizmo sektoriaus konkurencingumo ✓ Įvertinti šių projektų rezultatai ir esant pakankamiems įmonių lygmens duomenimis atlikta kontrafaktinė analizė (paramą gavusių įmonių veiklos rodiklių (apyvartos, darbo vietų skaičiaus) pokyčių palyginimas su bendrais viso sektoriaus pokyčiais) |

| Vertinimo klausimai | Informacijos/duomenų šaltiniai | Analizės metodai | Rezultatas |
|--|--|--|---|
| aktyvumą privačiame sektoriuje)? Kokius pokyčius lėmė? | | | |
| 9.1.7. Ar Veiksmų programos priemonės sukurtos turizmo ištekliams, turizmo produktams, paslaugoms ir infrastruktūrai buvo efektyvios? Ar investicijos sukūrė optimalų rezultatą? Ką buvo galima padaryti geriau? | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Stebėsenos duomenys (SFMIS, įgyvendinimo ataskaitos, administraciniai dokumentai); ✓ Interviu | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Ekspertinis vertinimas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Žr. 9.1.5 klausimo detalizaciją ✓ Įvertinta VP priemonių, susijusių su turizmu, finansinė pažanga ✓ Pateikta analizė, ar / kaip įgyvendintos priemonės išsprendė programavimo laikotarpiu nustatytas turizmo sektoriaus plėtos problemas bei pateiktas ekspertinis įvertinimas, ką buvo galima daryti kitaip, siekiant geresnių rezultatų |
| 9.1.3. Ar investicijos turėjo poveikį turizmo sektoriaus konkurencingumui trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu? Kokį ir kodėl? | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Statistiniai duomenys; ✓ Antriniai šaltiniai (ES ir Lietuvos mastu atliktos studijos ir vertinimai); ✓ Stebėsenos duomenys (SFMIS, įgyvendinimo ataskaitos, administraciniai dokumentai); ✓ Interviu | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Intervencijų logikos ir priežasčių bei pasekmių analizė; ✓ Prisdėjimo analizė; ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Ekspertinis vertinimas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Išanalizuota pagrindinių turizmo sektoriaus konkurencingumo rodiklių dinamika 2014-2022 m. ✓ Nustatyta, kaip VP priemonės prisidėjo prie su turizmo sektoriaus konkurencingumo rodiklių pokyčių ✓ Įvertintas rezultatų tęstinumas (poveikio trukmė). |
| 9.1.4. Kokį poveikį investicijos turėjo regioninei plėtrai trumpuoju ir ilguoju laikotarpiu? Kodėl? | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Statistiniai duomenys; ✓ Antriniai šaltiniai (ES ir Lietuvos mastu atliktos studijos ir vertinimai); ✓ Stebėsenos duomenys (SFMIS, įgyvendinimo ataskaitos, administraciniai dokumentai); ✓ Interviu; ✓ Apklausa | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Intervencijų logikos ir priežasčių bei pasekmių analizė; ✓ Prisdėjimo analizė; ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Ekspertinis vertinimas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Parengtas investicijų žemėlapis pagal Lietuvos savivaldybes; ✓ Nustatytas, VP priemonių indėlis į regioninę plėtrą; ✓ Įvertinta poveikio trukmė. |
| 9.2.1. Kaip Veiksmų programos 5 (iš dalies 3 ir 1 prioriteto) prioriteto priemonės prisidėjo prie strategijos „Europa 2020“ tikslų įgyvendinimo? Koks jų | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pirminiai šaltiniai (strateginiai, programiniai, priemonių įgyvendinimo dokumentai) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Intervencijų logikos ir priežasčių bei pasekmių analizė; ✓ Prisdėjimo analizė; | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nustatytas nagrinėjamų priemonių indėlis į strategijos „Europa 2020“ kiekybinių tikslų pasiekimą |

| Vertinimo klausimai | Informacijos/duomenų šaltiniai | Analizės metodai | Rezultatas |
|---|---|--|---|
| poveikis? Kurios iš jų kuria didžiausią pridėtinę vertę? | | ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė | |
| 9.2.2. Kokios yra tarptautinių organizacijų rekomendacijos ir pasiūlymai turizmo sektoriui Lietuvoje ir kitose ES šalyse, atitinkančiose Lietuvos geografinę padėtį? Pateikti kitų ES šalių, atitinkančių Lietuvos geografinę padėtį gerąsias praktikas (ne mažiau 2 šalių) turizmo srityje, statistinę analizę. | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pirminiai šaltiniai (strateginiai, programiniai, priemonių įgyvendinimo dokumentai); ✓ Antriniai šaltiniai (ES ir Lietuvos mastu atliktos studijos ir vertinimai); ✓ Statistiniai duomenys | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Atvejo analizė | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Apžvelgtos Audito rūmų, EK, EKK, OECD, Pasaulio turizmo organizacijos rekomendacijos Lietuvai ir gretimoms ES šalims turizmo srityje; ✓ Parengtos 2 užsienio šalių atvejo studijos. |
| 9.2.3. Kokie yra pagrindiniai iššūkiai Lietuvai turizmo srityje? Kokie yra pagrindiniai iššūkiai, atsižvelgiant į COVID-19 pandemijos padarinius turizmo sektoriui? Kokie veiksniai riboja turizmo sektoriaus plėtrą šiuo metu ir ilguoju laikotarpiu? Kokie galimi šių iššūkių sprendimo būdai? | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Statistiniai duomenys; ✓ Antriniai šaltiniai (ES ir Lietuvos mastu atliktos studijos ir vertinimai) ✓ Interviu ✓ Fokusuota grupinė diskusija | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Ekspertinis vertinimas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Įvardinti pagrindiniai ilgojo ir trumpojo laikotarpio iššūkiai Lietuvai turizmo srityje, pasiūlyti jų sprendimo būdai |
| 9.2.4. Atsižvelgus į naujajame 2021–2027 m. finansiniame laikotarpyje pasikeitusį bendrojo ir nacionalinio finansavimo santykį, pateikti įžvalgas dėl turizmo sektoriaus plėtos po 2022 m., pagrindžiant statistine informacija. Pateikti pasiūlymus dėl priemonių finansavimo formų taikymo galimybių, derinimo su Europos Komisijos tiesiogiai valdomomis programomis, projektų vykdymu su partneriais iš | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Pirminiai šaltiniai (strateginiai, programiniai, priemonių įgyvendinimo dokumentai); ✓ Antriniai šaltiniai (ES ir Lietuvos mastu atliktos studijos ir vertinimai); ✓ Statistiniai duomenys ✓ Fokusuota grupinė diskusija | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Statistinė analizė; ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Lyginamoji analizė; ✓ Ekspertinis vertinimas | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Įvardinta, kokios galėtų būti pagrindinės turizmo sektoriaus plėtos kryptys Lietuvoje 2023-2030 m. laikotarpiu; ✓ Išanalizuotos ir pasiūlytos tinkamiausios priemonių finansavimo formos siekiant turizmo sektoriaus plėtos. ✓ Išanalizuotos ir įvertintos galimybės turizmo sektoriaus plėtrą finansuoti pagal EK tiesiogiai valdomas programas. ✓ Išanalizuotos ir įvertintos galimybės į turizmo sektorių investuoti viešojo ir privataus sektorių partnerystės būdu. |

| Vertinimo klausimai | Informacijos/duomenų šaltiniai | Analizės metodai | Rezultatas |
|---|--|--|--|
| kitų šalių (latviai, čekai, lenkai ir t.t.). Įvertinti turizmo sektoriui tinkamus prioritetus ir planuojamas veiklas programuojamuose dokumentuose (2021–2027 m. ES fondų investicijų programa Lietuvai ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo priemonė „Naujos kartos Lietuva“). Ar planuojami prioritetai yra tinkami ir pakankami? Įvertinti turizmo sektoriaus galimybes investuoti viešojo ir privataus sektorių partnerystės būdu. | | | ✓ Įvertintas su turizmo sektoriumi susijusių 2021–2027 m. ES fondų investicijų programoje ir Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo priemonėje „Naujos kartos Lietuva“ planuojamų prioritetų ir priemonių tinkamumas siekiant turizmo sektoriaus plėtos. |
| 9.2.5. Nustatyti ir pagrįsti kokiomis priemonėmis, kokiomis veiklomis, kokia forma, kokiais atrankos būdais, atrankos kriterijais, pareiškėjais, rodikliais, investicijų dydžiais, finansavimo intensyvumo ribomis, kokiose srityse ir pan. galima būtų prisidėti prie turizmo skatinimo ir plėtos bei atsigavimo po COVID-19 pandemijos. | ✓ Pirminiai šaltiniai (strateginiai, programiniai, priemonių įgyvendinimo dokumentai); ✓ Antriniai šaltiniai (ES ir Lietuvos mastu atliktos studijos ir vertinimai); ✓ Interviu ✓ Fokusuota grupinė diskusija | ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Ekspertinis vertinimas | ✓ Pateikti pasiūlymai dėl priemonių, kurios galėtų prisidėti prie turizmo skatinimo ir plėtos bei atsigavimo po COVID-19 pandemijos ir jų dizaino. |
| 9.2.6. Kaip padėti turizmo verslui geriau pasiruošti galimoms panašioms krizėms ateityje ir prisidėti prie darnios turizmo plėtos? | ✓ Antriniai šaltiniai (ES ir Lietuvos mastu atliktos studijos ir vertinimai); ✓ Interviu; ✓ Apklausa; ✓ Fokusuota grupinė diskusija | ✓ Kiekybinė ir kokybinė analizė; ✓ Ekspertinis vertinimas | ✓ Pateikti pasiūlymai dėl priemonių, kurios padėtų turizmo verslui geriau pasiruošti galimiems iššūkiams ateityje ir priemonių, kurios galėtų paskatinti turizmo verslą prisidėti prie darnios turizmo plėtos |

Toliau pateikiamas vertinimo metu naudotų informacijos šaltinių, duomenų rinkimo ir analizės metodų aprašymas.

Duomenų šaltiniai ir jų rinkimo metodai

Pirminiai šaltiniai. Atliekant vertinimą buvo analizuojami aktualūs tarptautiniai, ES ir nacionaliniai strateginiai dokumentai, taip pat susiję teisės aktai, reglamentuojantys turizmo veiklą Lietuvoje.

Aktualių teisės aktų sąrašas pateikimas EIM tinklalapyje¹³⁰. Detalesnei analizei buvo atrinkti teisės aktai, labiausiai susiję su nagrinėjamomis priemonėmis. Šie dokumentai buvo analizuojami siekiant įvertinti priemonių tinkamumą. Be pagrindinių turizmo sritį reglamentuojančių dokumentų taip pat buvo remiamasi programiniais dokumentais: Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 m. programa, 2014–2020 m. VP, taip pat vertinamų priemonių įgyvendinimą reglamentuojančiais dokumentais, tokiais kaip projektų finansavimo sąlygų aprašai, projektų sąrašai. Jie buvo aktualūs vertinant priemonių įgyvendinimo procesą ir pažangą. Siekiant pateikti pasiūlymus dėl naujojo finansinio laikotarpio, buvo remiamasi Nacionaliniu pažangos planu, 2021–2027 m. ES fondų investicijų programa, Ekonomikos gaivinimo ir atsparumo didinimo planu „Naujos kartos Lietuva“, Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programa.

Antriniai šaltiniai. Atliekant daugelį vertinimo veiklų ir atsakant į daugelį vertinimo klausimų buvo analizuojami jau atliktų tyrimų ir vertinimų rezultatai. Vertinimo metu buvo nagrinėjami Lietuvos mastu atlikti tyrimai ir vertinimai turizmo srityje, kurie skelbiami EIM tinklalapyje¹³¹ bei VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ tinklalapyje¹³². Vykdam antrąjį vertinimo uždavinį buvo nagrinėjamas klausimas, kokios yra tarptautinių organizacijų rekomendacijos ir pasiūlymai turizmo sektoriui Lietuvoje ir kitose ES šalyse, atitinkančiose Lietuvos geografinę padėtį. Atliekant šio klausimo analizę apžvelgtos šios naujausios tarptautinių organizacijų ataskaitos ir tyrimai:

- 1) Europos Audito rūmų ataskaita „ES parama turizmui: reikalinga nauja strateginė kryptis ir geresnio finansavimo metodas“¹³³ (paskelbta 2021 m. gruodį);
- 2) Europos Komisijos ataskaita „Turizmo pertvarkos kryptys“¹³⁴ (paskelbta 2022 m. vasarį);
- 3) Pasaulio ekonomikos forumo ataskaita „Kelionių ir turizmo konkurencingumo indeksas 2021 m.: atsigavimas siekiant tvarios ir atsparios ateities“¹³⁵ (paskelbta 2022 m. gegužę);
- 4) OECD ataskaita „Turizmo tendencijos ir politika 2022 m.“¹³⁶ (paskelbta 2022 m. lapkritį);
- 5) EKK ataskaita „Vartotojų kelionių požiūrio ir lūkesčių, skatinančių turizmo atsigavimą, tyrimas“¹³⁷ (paskelbta 2022 m. gruodį);
- 6) EKK ataskaita „Europos turizmo kryptys ir prognozės: 2022 m. IV ketvirčio ataskaita“¹³⁸ (paskelbta 2023 m. vasarį);
- 7) EKK ataskaita „Gyventojų nuomonės dėl keliavimo šalies viduje ir Europos Sąjungoje stebėseną“¹³⁹ (paskelbta 2023 m. vasarį).

Statistiniai duomenys. Atliekant daugelį vertinimo veiklų ir atsakant į vertinimo klausimus, ypač susijusius su Lietuvos turizmo sektoriaus tendencijų ir iššūkių analize, COVID-19 poveikiu bei ES fondų investicijų poveikiu turizmui, buvo naudojami Valstybės duomenų agentūros skelbiami turizmo rodikliai, VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ užsakymu atliktų apklausų duomenys, Eurostato, OECD, EKK, Pasaulio ekonomikos forumo renkami statistiniai duomenys.

¹³⁰ Teisės aktų sąrašas: <https://eimin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/turizmas/teises-aktai-turizmas>; planavimo dokumentų sąrašas: <https://eimin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/turizmas/planavimo-dokumentai-1>

¹³¹ <https://eimin.lrv.lt/lt/veiklos-sritys/turizmas/turizmo-analizes-tyrimai-studijos>

¹³² <https://www.lithuania.travel/lt/>, skiltis „Atviri duomenys“

¹³³ European Court of Auditors (2021), EU Support to tourism: Need for a fresh strategic orientation and a better funding approach.

¹³⁴ European Commission. DG for Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs (2022), Transition Pathway for Tourism.

¹³⁵ WEF (2022), Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future

¹³⁶ OECD (2022), OECD Tourism Trends and Policies 2022.

¹³⁷ European Travel Commission (2022), Exploring Consumer Travel Attitudes and Expectations to Drive Tourism Recovery.

¹³⁸ European Travel Commission (2023), European Tourism 2022 – Trends & Prospects (Q4/2022).

¹³⁹ European Travel Commission (2023), Monitoring Sentiment for Domestic and Intra-European Travel.

Stebėsenos duomenys. Šis informacijos šaltinis buvo pagrindinis atliekant 2014–2020 m. priemonių rezultatyvumo ir efektyvumo vertinimą. Vertinimo metu buvo atliekama SFMIS2014 duomenų, IA renkamų projektų lygmens duomenų ir kitos susijusios stebėsenos informacijos ir administracinių duomenų analizė. Buvo analizuojami iš FM gauti SFMIS2014 kaupiami priemonių ir projektų finansiniai bei rodiklių stebėsenos duomenys, VP įgyvendinimo ataskaitos, EIM, IA ir kitų institucijų turima informacija ir administraciniai duomenys, susiję su priemonių ir projektų įgyvendinimu.

Vertinimo metu surinkti pirminiai duomenys. Atskira pirminių duomenų kategorija buvo šio vertinimo tikslais surinkti duomenys. Jie papildė prieinamų pirminių ir antrinių šaltinių informaciją bei atskleidė pagrindinių suinteresuotų pusių ir išorinių ekspertų nuomonę. Pagrindinėmis suinteresuotų asmenų grupėmis šiame vertinime buvo laikoma: EIM, VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“, KM, AM, turizmo asociacijos, projektų vykdytojai. Pirminiai duomenys buvo surinkti taikant šiuos metodus:

- kokybinius **interview**, kurie leidžia atskleisti skirtingus požiūrius į vertinimo objektą, įgyvendinimo mechanizmą, rezultatus. Interview metodas dažniausiai naudojamas, siekiant išsiaiškinti, kaip asmenys suvokia tiriamo objekto reikšmę, poreikius, tikslus, rezultatus, įgyvendinimo procesą, kokius apsektus laiko svarbiausiais. Atliekant interview, nesiekama reprezentuoti populiacijos, vertinimui naudojama nedidelė respondentų imtis, o atranka yra tikslinė. Vertinimo metu atliktų interview sąrašas pateiktas 4 priede.
- **Apklausa.** Siekiant išsiaiškinti, su kokiais iššūkiais įgyvendinant projektus susidūrė projektų vykdytojai, kaip COVID-19 paveikė įgyvendinimų jų veiklą ir projektų rezultatus, kokią įtaką turizmo paslaugoms ir turizmo projektų įgyvendinimui turi karas Ukrainoje, kokių priemonių buvo imtasi siekiant susidoroti su šiais ir kitais iššūkiais, kokios priemonės būtų naudingos ateityje, buvo atlikta projektų vykdytojų apklausa. Apklausoje rezultatai pateikti ataskaitos 6 priede.
- **Fokusuota grupinė diskusija** yra nedidelės žmonių grupės diskusija, valdoma moderatoriaus pagal parengtus klausimus. Informacija apie šiame vertinime organizuotą diskusiją pateikta 5 priede.

Duomenų analizės metodai

Intervencijų logikos ir priežasčių bei pasekmių analizė (kaitos teorija). Vienas iš kaitos teorijos požiūrį sudarančių elementų yra intervencijos logikos ir priežasčių bei pasekmių analizė. Šis pirminių ir antrinių šaltinių duomenų analizės metodas taikytas atliekant priemonių tinkamumo, rezultatyvumo ir poveikio vertinimą. Intervencijų logika yra loginis modelis, kuris parodo, kaip, atsižvelgiant į prielaidas ir išorės veiksnius (kontekstą), siūloma priemonė(s) padės spręsti identifikuotą poreikį/problemą. Vadovaujantis parengta ES fondų investicijų į turizmo sektorių 2014–2020 m. laikotarpiu intervencijos logikos schema buvo vertinamas intervencijų rezultatyvumas, efektyvumas ir poveikis, taikant prisdėjimo analizės priegą.

Prisdėjimo analizė – metodinė prieiga priežastiniams ryšiams nustatyti vertinant programų poveikį. Ji padeda nustatyti grynąjį programų/ intervencijų indėlį į stebimus pokyčius tais atvejais, kai nėra galimybių taikyti eksperimentinių (ar kvazi eksperimentinių metodų).

Atvejo studijos. Atvejo studija yra giluminis vieno pavyzdžio ar įvykio (atvejo) nagrinėjimas. Pagrindinis atvejo studijų tikslas – pateikti išsamų supratimą apie apibrėžtą problemą ar atvejį, atsižvelgiant į kontekstą. Atvejis gali būti projektas, politika, programa, instrumentas, jų socialinis poveikis, kuris analizuojamas pagal griežtai apibrėžtus laiko ar geografinius kriterijus. Atvejo studijos metodas buvo taikytas nagrinėjant kitų ES šalių, atitinkančių Lietuvos geografinę padėtį, gerąsias praktikas turizmo srityje. Atvejų analizei taikyti atrankos kriterijai pateikti ataskaitos 3 priede.

Statistinių, stebėsenos ir kitų duomenų statistinė analizė. Šis metodas naudotas analizuojant pirminių ir antrinių šaltinių kiekybinius duomenis.

Kiekybinė ir kokybinė turinio analizė. Pasitelkiant kiekybinę ir kokybinę turinio analizę nagrinėjami pirminiai ir antriniai vertinimo šaltiniai. Turinio analizė yra įvairios su vertinimo objektu susijusios informacijos, duomenų ir dokumentų analizė, sisteminimas ir apibendrinimas. Vertinimui aktualios akademinės literatūros, ES ir nacionalinių strateginių dokumentų, atliktų tyrimų ir vertinimų apžvalgai taikytas kokybinės turinio analizės metodas, o rodiklių, stebėsenos ir kitos administracinės informacijos ir duomenų analizei – kiekybinės turinio analizės metodas, kuris leidžia standartizuoti ir susisteminti.

Lyginamoji analizė taikoma kiekybiniams ir kokybiniams duomenims analizuoti. Šis metodas aktualus tuomet, kai atliekamos atvejo studijos ir analizuojama keletas panašių palyginamų objektų. Šie objektai lyginami tarpusavyje pagal pasirinktų kriterijų sąrašą, išryškinant analizuojamų objektų panašumus ir skirtumus, ieškant priežasčių, paaiškinančių skirtumus. Atliekant vertinimą, lyginamosios analizės metodas, visų pirma, buvo taikomas atliekant atvejo studijas bei vertinant priemonių rezultatyvumą, lyginant planuotus ir pasiektus rezultatus, taip pat vertinant efektyvumą, priemonių rezultatus ir poveikį. Šis metodas buvo svarbus siekiant įvertinti ir pasiūlyti labiausiai tinkamas priemonių turizmo srityje finansavimo formas bei palyginant situaciją Lietuvos turizmo sektoriuje su kitomis šalimis.

Ekspertinis vertinimas. Ekspertinis metodas naudojamas tais atvejais, kai labai sudėtinga arba praktiškai neįmanoma pritaikyti objektyvius skaičiuojamuosius ar empirinio tyrimo metodus. Ekspertinio vertinimo metodologija grindžiama prielaida, kad ekspertas yra sukaupęs didelį kiekį racionaliai apdorotos informacijos (turi daug žinių ir patirties, gali remtis intuicija) ir todėl jis gali būti kokybinės informacijos šaltiniu. Ekspertinis vertinimas taikytas analizuojant visus vertinimo klausimus ir siekiant: a) susisteminti informaciją, gautą iš skirtingų šaltinių; b) interpretuoti turimus duomenis; c) kritiškai įvertinti atliktą analizę ir d) pateikti bendras išvadas bei rekomendacijas.

3 PRIEDAS. UŽSIENIO ŠALIŲ ANALIZĖ

Atrenkant 2 ES užsienio šalis, atitinkančias Lietuvos geografinę padėtį, ekonominę ir turizmo situaciją, atvejų analizei pasirinkti šie atrankos kriterijai:

- Turizmo dalis BVP;
- Artimas geografinis regionas;
- Darbuotojų skaičius turizme;
- Atvystančių turistų skaičius;
- Tarptautinių turistų nakvynių skaičius;
- Atvykstamojo turizmo įplaukos;
- Lėšos, skiriamos turizmo rinkodarai;
- Vieta pagal WTO sudaromą Kelionių ir turizmo plėtros indeksą.

Išanalizavus OECD turizmo tendencijų ir politikos 2022 m. apžvalgos¹⁴⁰ ataskaitą ir atskirų šalių apžvalgas, atvejo analizei kaip aktualiausi pavyzdžiai buvo išskirtos Suomija, Estija arba Čekija. Suomijos turizmo dalis BVP tokia pati kaip Lietuvos (1,7 %), Estijos dalis didesnė nei Lietuvos (2,8%), o Čekijos mažesnė (1,5%), tačiau skirtumai nėra dideli. Vertinant atvykstamojo turizmo srautus ir įplaukas, Lietuvos situacija yra labiau panašesnė į Latvijos, Estijos ir Slovakijos, tačiau vertinant vietą pagal Kelionių ir turizmo plėtros indeksą, Suomija, Čekija ir Estija yra aukščiau nei Lietuva, o tai rodo, kad kai kurios šių šalių turizmo praktikos yra sėkmingesnės nei Lietuvos. Įvadinio etapo metu pasikonsultavus su užsakovo atstovais, buvo apsispręsta vertinimo metu atlikti **Suomijos ir Čekijos** atvejo analizes.

21 lentelė. Šalių palyginimas pagal atrankos kriterijus

| | Lietuva | Estija | Čekija | Latvija | Slovakija | Suomija |
|---|--------------------------------|--------------------------------|----------------------------|----------------------------------|---------------------------------|---------------------------------|
| Turizmo dalis BVP | 1,7% (2020 m.) | 2,8% (2020 m.) | 1,5% (2020 m.) | n. d. | 1,2% (2020 m.) | 1,7% (2020 m.) |
| Artimas geografinis regionas | - | taip | taip | taip | taip | taip |
| Darbuotojų skaičius turizme | 45,8 tūkst. (2020 m.) | n. d. | 222 tūkst. (2020 m.) | 61 tūkst. (2020 m.) | 185 tūkst. (2019 m.) | 104,2 tūkst. (2020 m.) |
| Atvystančių turistų skaičius | 948 tūkst. (2021 m.) | 801 tūkst. (2021 m.) | 10 mln. (2021 m.) | 478 tūkst. (2021 m.) | 576 tūkst. (2021 m.) | 3,5 mln. (2021 m.) |
| Atvystančių turistų nakvynių skaičius | 1,2 mln. (2021 m.) | 1,3 mln. (2021 m.) | 13 mln. (2021 m.) | 2,8 mln. (2021 m.) | 1,5 mln. (2021 m.) | 2,1 mln. (2021 m.) |
| Atvykstamojo turizmo įplaukos* | 674,2 mln. Eur (2021 m.) | 897,5 mln. Eur (2021 m.) | 3,6 mlrd. Eur (2021 m.) | 508,2 tūkst. Eur (2021 m.) | 1 394 mlrd. Eur (2021 m.) | 6 833 mlrd. Eur (2021 m.) |
| Turizmo rinkodarai skiriamos metinės lėšos | 4 mln. Eur (2021 m.) | 9 mln. Eur (2021 m.) | 6,7 mln. Eur (2021 m.) | 2,7 mln. Eur (2021 m.) | 1,2 mln. Eur (2021 m.) | 9,6 mln. Eur (2021 m.) |
| Vieta pagal Kelionių ir turizmo plėtros indeksą | 42 | 29 | 26 | 48 | 56 | 18 |

Šaltinis: Sudaryta vertintojų, pagal OECD (2022), OECD Tourism Trends and Policies 2022;

* atvykstamojo turizmo įplaukų duomenys iš Eurostat.

¹⁴⁰ OECD (2022), OECD Tourism Trends and Policies 2022, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/a8dd3019-en>.

SUOMIJOS ATVEJO ANALIZĖ

Turizmo svarba šalies ekonomikai ir atsigavimo po COVID-19 perspektyvos

Prieš pandemiją turizmas buvo svarbus Suomijos ekonomikos sektorius. 2017-2019 m. tarptautinio turizmo paklausa augo sparčiau nei kituose sektoriuose - maždaug 8 % per metus. 2019 m. šiame sektoriuje dirbo 133,2 tūkst. (5,8 % visų dirbančiųjų) ir veikė 28,5 tūkst. įmonių. 2019 m. turizmas sudarė 2,7 % BVP, o 2020 m. šis rodiklis sumažėjo iki 1,7 %. Turizmo sektoriuje dirbančių žmonių skaičius 2020 m. sumažėjo 29 tūkst. žmonių, o turizmo sektoriaus užimtumo dalis sumažėjo iki 4,9 %. Tuo pačiu metu dirbtų valandų skaičius sumažėjo 22 %.

2020 m. atvykstančiųjų tarptautinių turistų skaičius sumažėjo 72,8 % (iki 895,6 tūkst. turistų), o bendrosios turizmo išlaidos sumažėjo 41 % (iki 9,7 mlrd. Eur). 2021 m. skaičiavimais, dėl vietinio turizmo augimo, bendros turizmo išlaidos atsigavo iki 11,2 mlrd. Eur. Vietinio turizmo lygis 2021 m. grįžo į iki prieš pandemijos buvusį lygį (vietinio turizmo išlaidų dalis padidėjo nuo 63 % 2019 m. iki beveik 84 % 2021 m.), tačiau atvykstamasis turizmas 2021 m. toliau mažėjo. Neapibrėžtumas, susijęs su COVID-19 pandemija bei karu Ukrainoje, kelia Suomijos turizmo sektoriaus susirūpinimą dėl sektoriaus atsigavimo ir augimo. Remiantis naujausia prognoze, 2019 m. tarptautinių atvykstančiųjų skaičius turėtų būti pasiektas 2024 m.

Turizmo valdysena ir finansavimas

Nacionaliniu lygmeniu, Suomijoje už turizmo politikos formavimą yra atsakinga Ekonomikos ir užimtumo ministerija, kuri rengia turizmo teisės aktų projektus ir palaiko tarptautinius santykius, susijusius su turizmu. Siekdama turizmo sektoriaus plėtos, ministerija glaudžiai bendradarbiauja su kitomis ministerijomis. 2021 m. Ekonomikos ir užimtumo ministerija, siekdama įveikti COVID-19 padarinius, įsteigė aukšto lygio turizmo darbo grupę, kurią sudaro turizmo sektoriui itin svarbios ministerijos, regioninės tarybos, regioninės turizmo organizacijos, kelionių organizatoriai ir mokslinių tyrimų bei švietimo įstaigos ir organizacijos.

Turizmo sektoriuje taip pat veikia Suomijos verslo plėtos agentūra „Business Finland“, kuri teikia finansinę ir techninę paramą turizmo sektoriui, skatina naujoviškų turizmo produktų ir paslaugų kūrimą. Vienas iš Suomijos verslo plėtos agentūros padalinių yra Suomijos turizmo agentūra „Visit Finland“, kuri yra atsakinga už Suomijos turizmo produktų ir paslaugų reklamavimą ir rinkodarą tarptautinėse rinkose. „Visit Finland“ ir turizmo įmonės vykdo bendras produktų kampanijas ir rengia pažintines keliones užsienio kelionių organizatoriams bei žiniasklaidai.

Regionų lygmeniu, regioninės tarybos teikia paramą turizmo plėtos projektams, bendrajai rinkodarai, konsultavimo paslaugoms, mokymams ir moksliniams tyrimams 19-oje Suomijos regionų. Suomijoje veikia 15 Ekonominės plėtos centrų ir Transporto ir aplinkosaugos centrų, kuriems pavesta skatinti regionų konkurencingumą, gerovę, tvarią plėtrą ir klimato kaitos stabdymą. Jie teikia finansines, konsultavimo ir mokymo paslaugas turizmo įmonėms ir teikia investicinę paramą. Jie taip pat sprendžia klausimus, susijusius su vietos infrastruktūra jų teritorijose.

Suomija „Visit Finland“ turizmo plėtos biudžetui 2021–2022 m. skyrė 9,8 mln. Eur. Taip pat 4,7 mln. Eur 2021 m. buvo skirta iš Vyriausybės programos. 2021–2024 m. „Business Finland“ (įskaitant „Visit Finland“) bus skirta maždaug 12 mln. Eur iš Suomijos nacionalinio ekonomikos atkūrimo ir atsparumo plano, nes organizacijai buvo skirta atsakomybė už šiame plane numatytą su turizmu susijusių investicijų įgyvendinimą.

2020–2021 m. Švietimo ir kultūros ministerija skyrė 3,95 mln. Eur valstybės dotacijų kultūrinio turizmo plėtos projektams, skiriant vienkartinį asignavimą iš Vyriausybės programos.

2021 m. Aplinkos bei Žemės ūkio ir miškininkystės ministerijos 38,1 mln. Eur skyrė Suomijos nacionalinių parkų tarnybai „Metsähallitus“, kuriai tenka pagrindinis vaidmuo Suomijos aplinkos ir su ja susijusio lauko ir gamtos turizmo valdyme. Iš viso minėtoms institucijoms turizmo skatinimui 2021 m. buvo skirta apie 42,8 mln. Eur, o tai sudarė apie 0,07 % viso valstybės biudžeto¹⁴¹. Kai tuo tarpu, vadovaujantis OECD turizmo tendencijų ir politikos 2022 m. apžvalgos duomenimis, Lietuvoje turizmui 2021 m. buvo 0,02 % valstybės biudžeto lėšų, neskaičiuojant papildomos paramos COVID-19 padarinių įveikimui. Kartu su parama COVID-19 įveikimui 2021 m. turizmui buvo skirta 0,06 % biudžeto¹⁴².

Turizmo politika ir programos

Suomijos nacionalinė turizmo politika įgyvendinama pagal 2022–2028 m. Suomijos turizmo strategiją „Kartu pasiekti daugiau – tvarus augimas ir atsinaujinimas“. 2022 m. Suomija atnaujino parengtą strategiją ir veiksmų planą, kad ji geriau atspindėtų besikeičiančią situaciją, įskaitant COVID-19 pandemiją ir Rusijos agresiją prieš Ukrainą. Atnaujinime daugiausia dėmesio buvo skirta ateities perspektyvoms ir priemonėms, kurių reikia imtis atsižvelgiant į pasikeitusią situaciją turizmo sektoriuje. Suomijos turizmo strategija yra paremta šalies gamtine ir kultūrine aplinka, taip pat turtinga suomių tradicija ir kultūra. Suomijos turizmo strategijos stiprybėmis laikomi gamtiniai ištekliai, švarus oras, suomių kultūra ir tradicijos, sveikatingumo turizmas bei inovatyvumas. Suomijos turizmo strategijos stiprybės padeda sukurti gausybę turizmo produktų ir patraukti į šalį vis daugiau turistų.

Pagrindinė Suomijos nacionalinės turizmo politikos misija – užtikrinti, kad turizmas būtų plėtojamas kaip atsakingas ir augantis sektorius, kuris sukuria gerovę ir užimtumą ištisus metus. Pagrindinis strategijos tikslas – siekti, kad Suomija taptų tvariausia turizmo šalimi Šiaurės šalyse. Strategijoje nustatyti keturi prioritetai, kuriais siekiama sudaryti palankesnes sąlygas tvariam turizmo sektoriaus augimui ir atsinaujinimui: i) darnaus vystymosi rėmimas; ii) reagavimas į skaitmeninę transformaciją; iii) prieinamumo gerinimas ir iv) konkurencingumą palaikančios aplinkos užtikrinimas.

COVID-19 pandemijos metu įvairios vyriausybės organizacijos teikė tiesioginę paramą labiausiai nukentėjusioms įmonėms ir pramonės šakoms. 2020 m. turizmo sektoriui buvo skirta 263 mln. Eur. Didelė finansavimo dalis buvo skirta viešbučiams ir kitoms apgyvendinimo paslaugoms, taip pat kelionių organizatorių veiklai. Suomija taip pat suteikė maždaug 600 mln. Eur valstybės garantiją nacionalinei oro transporto bendrovei „Finnair“ remti.

Rusijos karas Ukrainoje sukėlė naujų nesaugumo problemų turizmo sektoriui ir lėtina jo atsigavimą po pandemijos. Didžiausios Suomijos turizmo eksporto rinkos – Rusijos – nebuvimas bei dėl draudimo skraidyti virš Rusijos stipriai susilpnėjęs Azijos rinkų pasiekiamumas, lemia tai, kad kasmet Suomija praranda apie 1 mlrd. Eur. Siekdama savo tikslo didinti Rytų Suomijos gyvybingumą, 2022 m. III ketv. dėl Rusijos karo prieš Ukrainą ekonominio poveikio, Suomijos vyriausybė pasiūlė stiprinti turizmo rinkodarą bei gerinti sąlygas ir paslaugas, pavyzdžiui, gamtos turizmą, bei tam skyrė 7,5 mln. Eur.

Naujausia Suomijos turizmo rinkodaros strategija „A Country of Midnight Sun“ siekia pritraukti turistus iš viso pasaulio, skatinant suomių gamtos ir kultūros patirtį. Ši strategija yra pagrįsta Suomijos unikaliomis savybėmis, tokiomis kaip žiemos šventės, saulės kaita, didelis ežerų skaičius ir unikali gamta. Strategijos įgyvendinimui yra numatytos šios priemonės:

- Prekės ženklas – sukūrus naują turizmo rinkodaros prekės ženklą ir įvaizdį, siekiama padidinti Suomijos turizmo matomumą ir atpažinimą;

¹⁴¹ Suomijos finansų ministerijos spaudos pranešimas: <https://valtioneuvosto.fi/en/-/10623/budget-proposal-for-2021-submitted-to-parliament>

¹⁴² Siekiant palyginamumo su Suomija ir Estija apskaičiuojant biudžeto dalį, skirtą turizmui buvo naudoti OECD 2022 m. ataskaitoje pateikti duomenys bei Finansų ministerijos duomenys: <https://finmin.lrv.lt/uploads/finmin/documents/files/2021%20VB%20assign.pdf>

- Turizmo produktų kūrimas – siekiant įgyvendinti strategiją, kuriamos naujos turizmo produktų kategorijos, tokios kaip saulės kelionės ir netradicinės žiemos patirtys;
- Interneto svetainių ir socialinių tinklų rinkodara - Suomijos turizmo rinkodaroje skiriama daug dėmesio interneto svetainių ir socialinių tinklų plėtrai ir reklamai, siekiant pritraukti daugiau turistų;
- Renginiai ir festivaliai – Suomijoje organizuojami įvairūs renginiai ir festivaliai, kad pritrauktų turistus visais metų laikais. Šie renginiai gali būti susiję su kultūra, sportu, muzika ir kitomis temomis;
- Tvaraus turizmo skatinimas – Suomija siekia tapti viena iš pažangiausių tvaraus turizmo šalių pasaulyje, todėl strategijoje yra didelis dėmesys tvariam turizmo vystymui ir skatinami įvairūs tvarumo principai.

Suomijos turizmo rinkodaros strategija „A Country of Midnight Sun“ sulaukė didelio dėmesio ir pripažinimo turizmo sektoriuje. Strategija buvo pripažinta kaip sėkminga dėl savo originalumo ir turistams patrauklios koncepcijos. Turizmo srityje itin svarbu ne tik pritraukti turistus, bet ir juos skatinti ilgiau apsistoti šalyje, lankyti daugiau vietų ir išleisti daugiau pinigų. Todėl Suomijos strategija, kurios pagrindinis tikslas yra paskatinti turistus apsilankyti ir pamatyti šalį tamsiu metų laiku, buvo laikoma inovatyvia ir efektyvia. Suomijos pavyzdys įrodo rinkodaros svarbą – šalis, kurioje nėra pasaulio mastu pripažintų kultūrinių objektų, ar visų turistų norimo gero oro, pritraukia turistus savo formuojamu inovatyvios ir draugiškos šalies įvaizdžiu.

ČEKIJOS ATVEJO ANALIZĖ

Turizmo svarba šalies ekonomikai ir atsigavimo po COVID-19 perspektyvos

Turizmas Čekijoje stabiliai augo beveik dešimtmetį iki COVID-19 pandemijos. 2019 m. turizmas sudarė 2,9 % BVP, o šiame sektoriuje dirbo 239,5 tūkst. darbuotojų (4,4 % visų dirbančiųjų). Dėl COVID-19 pandemijos poveikio 2020 m. turizmo BVP sumažėjo beveik perpus (82 mlrd. CZK, apie 3,5 mlrd. Eur), o turizmo dalis BVP sumažėjo iki 1,5 %. Turizmo užimtumui poveikis buvo mažesnis – dirbančiųjų skaičius sumažėjo 17,5 tūkst. darbuotojų (arba 7,3 %).

Šalyje 2020 m. apsilankė 3,9 mln. tarptautinių turistų, t. y. 73,2 % mažiau, palyginti su 2019 m. Atvykusių turistų nakvynių skaičius apgyvendinimo įstaigose siekė 7,4 mln., t. y. gerokai mažiau nei 2019 m., kai jų buvo 27,2 mln. Atvykusių turistų nakvynių skaičius 2021 m. dar labiau sumažėjo – iki 6,5 mln. nakvynių.

Pandemijos poveikis vidaus turizmui buvo ne toks stiprus. 2021 m. apgyvendinimo įstaigos sulaukė 8,8 mln. vietinių turistų, t. y. 20,7 % mažiau nei 2019 m. Pastebėtina, kad 2020 m. vietinio turizmo išlaidų dalis padidėjo iki 61,1 %, nepaisant absoliutaus turizmo išlaidų sumažėjimo 36,1 % (iki 79,1 mlrd. CZK, 33,4 mlrd. Eur).

Čekija tikisi, kad tarptautinis turizmas grįš į 2019 m. lygį iki 2024 arba 2025 m.

Turizmo valdysena ir finansavimas

Regioninės plėtros ministerija yra centrinė turizmo administracinė institucija. Ministerija rengia strateginius dokumentus ir remia turizmą, teikdama subsidijas viešajai turizmo infrastruktūrai, rinkodarai ir paramą nevyriausybinėms organizacijoms. Čekijos nacionalinė turizmo taryba „CzechTourism“ yra įpareigota reklamuoti šalį bendradarbiaujant su privačiu sektoriumi ir pristatyti turizmo produktų rinkodaros strategiją tiek vidaus, tiek tarptautinėse rinkose. Tai ministerijos subsidijuojama įstaiga, kurios pagrindiniai partneriai yra regioninės turizmo organizacijos, savivaldybės ir privatus sektorius.

Glaudus nacionalinių ir regioninių turizmo organizacijų bendradarbiavimas yra numatytas Čekijos turizmo rinkodaros strategijoje. Nacionalinė turizmo kolegija konsultuoja ministeriją turizmo klausimais. Ji palengvina valstybės įstaigų ir agentūrų bendradarbiavimą su profesinėmis sąjungomis, akademiniais sektoriais, asociacijomis ir kitais suinteresuotais subjektais. Ministerija taip pat įsteigė koordinavimo platformą, padedančią koordinuoti tarpžinybinę ir tarpdisciplininę veiklą ir bendradarbiavimą turizmo srityje, kuri apima derybas, informaciją ir grįžtamąjį ryšį iš regionų dėl rinkodaros veiklos ir produktų kūrimo.

Čekijoje kiekvienas regionas turi koordinatorių, kurio vaidmuo – sinchronizuoti rinkodaros veiklą visuose viešuosiuose turizmo įstaigose regione ir užtikrinti abipusį ryšį tarp regioninių viešųjų turizmo įstaigų ir nacionalinių staigų. Du kartus per metus vyksta šių koordinatorių susitikimai su „CzechTourism“ ir ministerijos atstovais. Vieną kartą per metus vietos organizacijos kviečiamos pasidalyti žiniomis, poreikiais ir informacija.

Bendras 2021 m. turizmo biudžetas buvo apie 1,2 mlrd. CZK (0,89 mlrd. Eur), o pagrindinis finansavimo šaltinis yra valstybės biudžetas. Turizmui skirtas biudžetas sudarė apie 0,07 % viso valstybės biudžeto¹⁴³ (tokią pačią dalį biudžeto turizmui skyrė ir Suomija). Savivaldybių lygmeniu yra nustatytas specialus vietinis turizmo mokestis, tačiau dėl to, kokiam tikslui išleidžiamos gautos pajamos, sprendžiama kiekvienoje savivaldybėje atskirai. Čekijoje ES fondai 2021–2027 m. laikotarpiu ir toliau bus svarbus mechanizmas remti turizmą, įskaitant investicijas į turizmo infrastruktūrą.

Turizmo politika ir programos

2021 m. patvirtinta Čekijos turizmo plėtros strategija 2021–2030 m. yra pagrindas, kuriuo grindžiama turizmo politika. Strategijos įgyvendinimo 2022–2023 m. veiksmų plane daugiausia dėmesio skiriama turizmo proceso atnaujinimui sudarant sąlygas turizmo paslaugų teikimui. Prioritetai apima turizmo valdymo ir finansavimo gerinimo sistemas, inovatyvių pasiūlymų ir patirčių kūrimą, paklausos skatinimą, supratimo apie turizmą ugdymą pasitelkiant mokslinius tyrimus ir stebėseną, ir dėmesys žmonėms, kurie yra pagrindinis veiksnys, lemiantis kokybišką kelionių patirtį.

Strategija siekiama, kad Čekija 2029 m. užimtų 30-ąją vietą Pasaulio ekonomikos forumo sudaromame KTKI (pakiltų iš 2019 m. užimtą 38 vietą). Šis tikslas nustatytas atsižvelgiant į struktūrines reformas, keičiant turizmo suvokimą tiek vyriausybėje, tiek platesnėje visuomenėje ir sutelkiant dėmesį į keletą prioritetų:

- Saugaus ir tvaraus turizmo užtikrinimas;
- Turizmo, kaip regioninės plėtros priemonės, naudojimas, įskaitant paramą statyboms, viešosios ir verslo infrastruktūros modernizavimą ir atnaujinimą;
- Veiksmingas turistų paskirstymas tarp lankytinų vietų;
- Rinkodaros komunikacijos tikslingumo ir integracijos plėtojimas;
- Turizmo duomenų prieinamumo ir dalijimosi jais gerinimas ir parama skaitmeninimui turizmo sektoriuje;
- Turizmo srities darbuotojų kvalifikacijos užtikrinimas;
- Parama turizmo paslaugų kokybės gerinimui.

Čekijos turizmo rinkodaros strategija orientuota į Čekijos tradicijas. Dėmesys skiriamas kampanijoms, kuriomis reklamuojami pagrindiniai Čekijos turizmo produktai: poilsis mieste, nuotykiškai kaime, SPA ir sveikatingumas, istorija ir kultūra bei tvarus turizmas. Tradicijos liečia kiekvieną šios istorinės šalies dalį – nuo šimtų metų gyvuojančių SPA procedūrų iki alaus gaminimo technikų, padovanojusių

¹⁴³Čekijos vyriausybės pranešimas <https://www.vlada.cz/en/media-centrum/aktualne/government-approves-draft-state-budget-for-2021-and-takes-further-measures-to-support-the-economy-during-the-pandemic-184341/>

pasauliui pirmąjį Pilsner lagerį. Šios tradicijos vis dar svarbios šiuolaikiniame Čekijos gyvenime – nuo gastronomijos scenos, kurioje rafinuoti ir sulieti tradiciniai patiekalai su šiuolaikišku posūkiu, iki pastatų ir architektūros, kuri suteikia naują, įdomų tradicinių architektūros stilių vaizdą.

Naujausia šalies turizmo politikos kryptis – senų, nenaudojamų industrinių objektų pritaikymas turizmui siekiant pritraukti daugiau turistų į regionus. Pabrėžtinai Moravijos – Silezijos regiono, o tiksliau Ostravos turizmo plėtros projektas, kuriame yra ypač daug apleistų industrinių objektų ir kuris turi gerą pasiekiamumą, dėl greta esančio Katovicų oro uosto. Šis oro uostas daugiausiai skirtas pigių avialinijų skrydžiams ir gali generuoti reikiamą turistų srautą, vertinant, kad industriniai objektai yra įdomesni jaunesniems ir savarankiškiems keliautojams.¹⁴⁴

Suomijos naujausia rinkodaros strategija orientuota į produkto reklamą, tuo tarpu Čekijoje pagrindinis akcentas yra produktų kūrimui, jų pritaikymui, pasitelkiant itin stiprius projekto partnerius.¹⁴⁵

Gerosios praktikos pritaikymas Lietuvoje

Analizuoti užsienio šalių praktikos pavyzdžiai rodo, kad siekiant turizmo sektoriaus plėtros vienas iš kertinių elementų yra turizmo rinkodara. Tiek Suomija, tiek Čekija yra parengusios turizmo sektoriaus rinkodaros strategijas, kuriose numatyta, kokiomis priemonės būtų galima sudominti tiek atvykstančius, tiek vietinius turistus. Rinkodaros priemonių įgyvendinimui taip pat yra numatytas aiškus biudžetas. Suomija 2021 m. rinkodaros priemonėms įgyvendinti skyrė 9,6 mln. Eur, o Čekija 6,7 mln. Eur. Suomijoje rinkodaros strategijoje akcentas dedamas turizmo produktų reklamai, o Čekijoje turizmo produktų kūrimui regionuose. Lietuvai taip pat yra aktualu skatinti tiek naujų turizmo produktų kūrimą, tiek jų reklamą bei parengti aiškią turizmo rinkodaros strategiją ir numatyti jos įgyvendinimui pakankamą finansavimą.

Lietuva, kaip ir Suomija, pasižymi turizmo sezoniškumu, taip pat Lietuvai, kaip ir Suomijai, sudėtinga konkuruoti su šalimis, kurių turizmo sektorius yra gerai išvystytas. Suomija šių problemų sprendimo būdais pasirinko renginių ir festivalių populiarinimą bei sveikatingumo turizmo skatinimą. Suomijoje organizuojami įvairūs renginiai ir festivaliai, kad pritrauktų turistus visais metų laikais. Šie renginiai gali būti susiję su kultūra, sportu, muzika ir kitomis temomis. Šalyje yra daugybė SPA centrų, kurie siūlo įvairias paslaugas ir procedūras, skirtas gerinti sveikatą ir kūno gerovę, kuriomis taip pat siekiama pritraukti turistus. Šie sprendimai taip pat aktualūs ir Lietuvos atveju. Lietuvos turizmo rinkodaroje didesnis dėmesys galėtų būti skiriamas turistų pritraukimui, sudominant juos sveikatingumo turizmu bei Lietuvoje vykstančiais renginiais ir festivaliais.

Čekijos pavyzdys, susijęs su regionų turizmo plėtojimu bei siekiu turistų srautus paskirstyti po visus regionus tolygiai, gali būti pritaikomas Lietuvoje, kadangi Lietuvoje, kaip ir Čekijoje yra ne vienas turistų dėmesio vertas regionas, tačiau šiuo metu yra nedaug informacijos, pagrindžiančios, kodėl būtų verta aplankyti regionus, taip pat informacijos apie regionuose teikiamas paslaugas ir jų pasiekiamumą užsienio keliautojams. Lietuvos turizmo infrastruktūros vertinimo¹⁴⁶ rezultatai rodo, kad daugelyje rajonų yra gerai turistams pritaikyta infrastruktūra, tačiau trūksta turistų srauto, todėl valstybės prioritetas turėtų būti vietos ir užsienio turistų nukreipimui į regionus.

¹⁴⁴ Integrated Action Plan for Attracting Talents to Ostrava City: https://fajnova.cz/wp-content/uploads/2017/03/Ostrava_Talents_in_Focus_EN-1.pdf

¹⁴⁵ Bilbao – Ispanija (Lead Partner), Porto – Portugalija, Plasencia – Ispanija, Ostrava – Čekijos Respublika, Buchareštas – Rumunija, Bielsko-Biala – Lenkija, Frankfurtas – Vokietija, Bordo – Prancūzija, Grenoblis – Prancūzija, Turinas – Italija.

¹⁴⁶ UAB „Eurointegracijos projektai“, Lietuvos turistinių objektų infrastruktūros vertinimo tyrimo ataskaita, 2022. Tyrimas parengtas VŠĮ „Keliau Lietuvoje“ užsakymu.

28 pav. Lietuvos turizmo infrastruktūros vertinimas ir turizmo srautai

| | | 4 = Labai gerai | 3 = Gerai | 2 = Toliau | 1 = Nepakankamai | 0 = Nevertinama | | | | | | | | | | | |
|---|---------------------------------------|---------------------------------------|-----------------|---------------|------------------|-----------------|--|------|------------|---------------------------------------|---------------------|---------------------------|-------------|------------------------|------------------------------|--|-----------------|
| Daugiau nei 50 tūkst. turistų per metus | Objekto bendras vidurkis | Susisieki mas | Orientavi masis | Objekto būklė | Tvarka | Darbo laikas | Pritaikyta neįgalųjų ir ribotos judėsenos turistų poreikiams | WC | Parkavimas | Elektrinio- mobilųjų įkrovimo stoties | Teikiamos paslaugos | Polisais, vanduo, maistas | Darbuotojai | Atsiskaitymo galimybės | Draugiška šeimoms su vaikais | Draugiška turistams su naminiiais gyvūnais | Papildoma vertė |
| | | Bendras visu objektų vidurkis 2022 m. | 3,05 | 3,51 | 3,26 | 3,65 | 3,57 | 3,06 | 3,36 | 3,26 | 3,20 | 3,04 | 3,47 | 3,66 | 3,09 | 3,20 | 2,73 |
| | Bendras visu objektų vidurkis 2021 m. | 2,95 | 3,40 | 3,30 | 3,46 | 3,59 | 3,17 | 3,42 | 2,26 | 3,12 | 1,65 | 2,83 | 3,34 | 3,65 | 2,76 | 3,07 | 1,84 |
| | Bendras visu objektų vidurkis 2020 m. | 2,90 | 3,21 | 3,11 | 3,11 | 3,37 | 3,16 | 3,29 | 2,08 | 2,86 | 2,52 | 3,23 | 3,35 | 3,57 | 2,81 | 1,89 | 3,13 |
| | Birštono r. | 2,84 | 3,14 | 2,88 | 3,65 | 3,56 | 2,69 | 3,08 | 2,36 | 2,96 | 1,81 | 2,83 | 3,29 | 3,44 | 2,19 | 3,10 | 2,13 |
| | Drauskėninkų | 2,78 | 3,26 | 2,63 | 3,69 | 3,30 | 2,52 | 3,02 | 2,10 | 2,83 | 3,34 | 2,27 | 3,14 | 3,38 | 2,57 | 3,06 | 2,88 |
| | Kauno m. | 3,20 | 3,81 | 3,69 | 3,63 | 3,76 | 3,14 | 3,62 | 2,47 | 3,46 | 1,51 | 3,08 | 3,64 | 3,98 | 3,74 | 3,21 | 1,91 |
| | Klaipėdos m. | 3,02 | 3,58 | 3,37 | 3,82 | 3,64 | 3,28 | 3,36 | 2,05 | 3,03 | 1,51 | 3,58 | 3,07 | 3,09 | 3,46 | 3,22 | 3,48 |
| | Neringos | 2,84 | 3,53 | 3,15 | 3,51 | 3,30 | 2,97 | 3,36 | 1,71 | 2,80 | 1,70 | 2,93 | 3,20 | 3,45 | 2,82 | 2,83 | 3,22 |
| | Palangos m. | 3,18 | 3,67 | 3,34 | 3,76 | 3,67 | 3,30 | 3,49 | 2,56 | 3,56 | 2,49 | 2,71 | 3,45 | 3,69 | 3,17 | 3,30 | 2,67 |
| | Vilniaus m. | 3,51 | 3,91 | 3,73 | 3,86 | 3,87 | 3,54 | 3,72 | 3,28 | 3,64 | 3,18 | 3,68 | 3,65 | 3,90 | 3,00 | 3,02 | 3,12 |
| | Bendras visu objektų vidurkis 2022 m. | 2,80 | 3,24 | 3,13 | 3,41 | 3,32 | 2,78 | 3,13 | 1,95 | 3,00 | 1,35 | 2,69 | 3,28 | 3,49 | 2,76 | 2,94 | 2,48 |
| | Bendras visu objektų vidurkis 2021 m. | 2,77 | 3,20 | 3,21 | 3,21 | 3,36 | 2,78 | 3,27 | 1,99 | 2,84 | 1,42 | 2,38 | 3,17 | 3,95 | 2,07 | 2,91 | 1,89 |
| | Bendras visu objektų vidurkis 2020 m. | 2,79 | 3,12 | 3,01 | 3,06 | 3,22 | 2,89 | 3,16 | 1,86 | 2,62 | 1,46 | 2,65 | 3,08 | 3,03 | 2,10 | 2,74 | 1,94 |
| Daugiau nei 15 tūkst. turistų per metus | Anykščių r. | 2,83 | 3,16 | 3,40 | 3,54 | 3,66 | 2,90 | 2,60 | 2,15 | 3,10 | 1,92 | 2,35 | 3,27 | 3,59 | 2,83 | 2,84 | 2,08 |
| | Kauno r. | 2,86 | 2,87 | 3,27 | 3,50 | 3,22 | 3,01 | 3,23 | 1,89 | 2,87 | 1,27 | 3,12 | 3,46 | 3,11 | 3,38 | 2,85 | 2,44 |
| | Klaipėdos r. | 2,85 | 3,54 | 3,38 | 3,63 | 3,03 | 2,83 | 2,84 | 2,10 | 3,19 | 1,87 | 2,69 | 3,12 | 3,47 | 2,80 | 3,05 | 2,00 |
| | Kretingos r. | 2,77 | 3,16 | 3,22 | 3,34 | 3,16 | 2,92 | 3,07 | 1,72 | 2,73 | 1,55 | 2,92 | 3,29 | 3,64 | 3,36 | 2,86 | 3,03 |
| | Mazėkių r. | 2,54 | 3,07 | 2,71 | 3,43 | 3,20 | 2,86 | 3,21 | 1,47 | 2,68 | 1,08 | 1,98 | 3,02 | 3,11 | 1,53 | 2,88 | 2,18 |
| | Moliūnų r. | 3,31 | 3,45 | 3,57 | 3,33 | 3,11 | 2,59 | 3,13 | 2,86 | 3,53 | 1,94 | 3,66 | 3,15 | 3,03 | 3,97 | 3,53 | 3,03 |
| | Panevėžio m. | 2,51 | 3,07 | 2,53 | 2,82 | 2,78 | 2,66 | 2,55 | 1,47 | 2,88 | 1,27 | 2,24 | 3,45 | 3,45 | 2,38 | 2,94 | 2,20 |
| | Plungės r. | 2,75 | 3,24 | 3,26 | 3,80 | 3,49 | 2,82 | 3,34 | 1,84 | 3,09 | 1,10 | 3,05 | 3,06 | 3,29 | 2,46 | 2,75 | 1,83 |
| | Šiaulių m. | 2,85 | 3,17 | 2,89 | 3,63 | 3,17 | 3,13 | 3,44 | 2,29 | 2,80 | 1,85 | 2,81 | 3,73 | 3,48 | 2,80 | 3,41 | 2,48 |
| | Trakų r. | 2,76 | 3,31 | 2,93 | 3,32 | 3,37 | 2,49 | 3,31 | 1,99 | 3,13 | 1,43 | 2,99 | 3,00 | 3,23 | 3,14 | 2,63 | 2,28 |
| | Vilniaus r. | 2,84 | 3,11 | 3,28 | 2,96 | 3,09 | 2,44 | 2,94 | 1,82 | 2,82 | 1,00 | 2,38 | 2,83 | 3,25 | 2,49 | 2,60 | 2,83 |

Šaltinis: Lietuvos turistinių vietovių infrastruktūros vertinimas.

Čekijos praktika tam tikrų regionų turizmo vystymui ir populiarinimui pritraukti stiprius partnerius iš kitų šalių taip pat laikoma naudinga ir galėtų būti pritaikoma Lietuvoje. Toks partnerių pritraukimas ne tik leidžia įgyti naujų įgūdžių ir pasisemti kitų šalių patirties, tačiau tuo pačiu duoda didesnę projekto žinomumą partnerių šalyse ir sudaro palankias sąlygas turistų pritraukimui.

Suomijos ir Čekijos turizmo valdysenos analizė taip pat rodo, kad šiose šalyse didelis dėmesys yra skiriamas viešojo sektoriaus bendradarbiavimui su privačiu sektoriumi tiek rengiant turizmo strategijas, tiek vėliau kuriant turizmo produktus ir jų rinkodarą.

4 PRIEDAS. INTERVIU SĄRAŠAS

Vertinimo metu buvo atlikti išsamūs interviu dėl 2014–2020 m. ES fondų investicijų poveikio turizmo sektoriui ir tolesnio finansavimo poreikio su šiais respondentais:

| Institucija | Respondentai | Interviu data |
|-------------------------|--|---------------|
| INVEGA | Generalinio direktoriaus pavaduotoja Inga Beiliūnienė | 2023.04.20 |
| FM | Investicijų į ekonomikos augimą skyriaus vedėja Eglė Mikučionė, Investicijų į ekonomikos augimą skyriaus vyr. specialistė Laura Sabulienė | 2023.05.11 |
| AM | Europos Sąjungos investicijų planavimo skyriaus vedėja Eglė Valūnė | 2023.05.11 |
| APVA | ES programų valdymo departamento Gamtotvarkos skyriaus patarėja Giedrė Šulijienė | |
| KM, | Investicijų valdymo skyriaus patarėja Vilma Zasimauskienė Investicijų valdymo skyriaus vyr. specialistas Dainius Zukas Investicijų valdymo skyriaus vyr. specialistė Rita Veniukevičienė | 2023.05.11 |
| CPVA | Struktūrinių ir investicijų fondų programos Kultūros projektų skyriaus vadovė Eugenija Babič | |
| Inovacijų agentūra | Viešųjų investicijų projektų skyriaus vedėja Vaida Lapinskienė; Verslo produktyvumo skyriaus vedėja Sigita Skrebė; Verslo skatinimo skyriaus vedėja Diana Martinavičė; Kūrybinių ir tarptautinių investicijų skyriaus vedėja Giedrė Indriulienė | 2023.05.12 |
| VRM | Regioninės politikos vyr. patarėjas Andrius Valickas | 2023.05.22 |
| EIM | Europos Sąjungos investicijų planavimo skyriaus vedėja Olga Celova | 2023.05.23 |
| EIM | Ekonominės plėtros grupės vyr. specialistė Kristina Bavėjan; Ekonominės plėtros grupės vyr. specialistė Rūta Bankauskaitė; Ekonominės plėtros grupės vyr. specialistas Marius Goročovskis | 2023.05.24 |
| VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ | Direktorė ir Turizmo rinkų skyriaus vadovė Olga Gončarova | |
| EIM | Ministerijos vyr. patarėjas Aurimas Antanaitis | 2023.06.05 |

5 PRIEDAS. INFORMACIJA APIE ORGANIZUOTAS FOKUSUOTAS GRUPINES DISKUSIJAS

ES fondų finansavimas turizmo sektoriui: 2014–2020 m. laikotarpio pamokos ir išvalgos ateičiai

Ekspertinė diskusija



2014–2020 metų
Europos Sąjungos
fondų investicijų
veiksmų programa

2023 m. gegužės 26 d. (penktadienis), 10.00 – 12.00

Diskusija organizuojama nuotoliu (MS Teams platformoje)



Diskusijos pristatymas

| | |
|--------------------------------------|--|
| Diskusijos tikslas | Diskusijos tikslas – aptarti 2014–2020 m. ES fondų lėšų poveikį turizmo sektoriui ir finansavimo poreikius laikotarpiu iki 2030 m. Diskusija organizuojama atliekant „2014–2020 m. Europos Sąjungos fondų investicijų poveikio Lietuvos turizmo sektoriaus augimui ir plėtrai vertinimą“. Vertinimo užsakovas – Lietuvos Respublikos Ekonomikos ir inovacijų ministerija (toliau – EIM), vykdytojas – UAB „ESTEP“. |
| Tikslinė grupė | Diskusijoje kviečiami dalyvauti turizmo srityje veikiančių asociacijų atstovai (1-2 atstovai iš asociacijos) ir didžiųjų Lietuvos miestų TIC atstovai |
| Diskusijos temos ir klausimai | <p>1 tema: Kokių pokyčių pavyko pasiekti 2014–2020 m. ES fondų lėšomis turizmo srityje?</p> <p>2014–2020 m. programiniu laikotarpiu ES fondų lėšomis buvo įgyvendinta virš 400 projektų, skirtų stiprinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą ir sumažinti neigiamas COVID-19 pasekmes. Didžioji lėšų dalis (virš 200 mln. Eur) teko valstybės ir savivaldybių institucijų įgyvendintiems projektams trijose srityse: kultūros paveldo aktualizavimui ir pritaikymui visuomenės lankymui (95,6 mln. Eur); saugomų gamtinių teritorijų tvarkymui ir pritaikymui lankymui bei aplinkosauginių–rekreacinių objektų statybai (81,4 mln. Eur); turizmo rinkodarai, finansuojant VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ ir savivaldybių projektus (24,5 mln. Eur). Privatus sektorius galėjo konkuruoti dėl ES fondų lėšų priemonėse, skirtose inovacijų plėtrai, SVV konkurencingumui, atsigavimui po COVID-19 pandemijos. Pagrindinės ES fondų priemonės, kuriomis pasinaudojo turizmo srityje veikiančios įmonės buvo: „Naujos galimybės LT“ (14 projektų), „Regio LT+“ (5 projektai sveikatinimo paslaugų infrastruktūros srityje), „Kūrybiniai čekiai COVID-19“ (61 projektas), „E. komercijos modelis COVID-19“ (158 projektai). Šiems privataus sektoriaus projektams įgyvendinti iš viso buvo skirta virš 16 mln. Eur paramos.</p> <p>Klausimai diskusijai:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ar 2014–2020 m. ES fondų lėšų investavimo strategija, sutelkiant lėšas į kultūros paveldo pritaikymo turizmui ir gamtinio turizmo skatinimo projektus, pasiteisino? Ar ES fondų lėšas nukreipus į kitas sritis buvo galima pasiekti geresnių rezultatų, vertinant pagal atvykstančių ir vietinių turistų srautų rodiklius? Kokių priemonių trūko? • Ar turizmo srityje veikiančios įmonės buvo pajėgios konkuruoti EIM įgyvendinamose priemonėse, skirtose SVV konkurencingumui skatinti? Kokia įmonių patirtis? • Kaip vertinate įgyvendintų turizmo rinkodaros priemonių (VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ projektai) ir turizmo įmonių dalyvavimo užsienio parodose ir kituose renginiuose (per priemonę „Naujos galimybės LT“) efektyvumą? |

| | |
|--------------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Kokius per pastaruosius 5 metus įgyvendintus projektus išskirtumėte kaip reikšmingiausius šalies / regiono mastu? • Kaip įgyvendinamus projektus ir jų rezultatus paveikė 2020-2023 m. įvykiai (COVID-19 pandemija, karas Ukrainoje, energetinė krizė, infliacija)? <p>2 tema: Kaip stiprinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą ir skatinti augimą?</p> <p>EIM patvirtintoje 2022–2030 m. Ekonomikos transformacijos ir konkurencingumo plėtros programoje sprendžiama problema – neišnaudotas Lietuvos turizmo potencialas. Numatyta šią problemą spręsti įgyvendinant dvi pažangos priemones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „<i>Spartinti turizmo sektoriaus transformaciją</i>“ (planuojami „Keliauk Lietuvoje“ projektai, skirti nacionalinei turizmo informacinei sistemai, duomenų mainams, stebėsenai; parama <i>TravelTech</i> industrijos startuoliams; bandomųjų DMO susikūrimo finansavimas, parama skaitmeninei ir žaliajai turizmo sektoriaus transformacijai reikalingų kompetencijų ugdymui); • „<i>Vystyti turizmo infrastruktūrą ir plėtoti rinkodaros priemones</i>“ (planuojama finansuoti DMO parengtų investicijų į turizmo infrastruktūrą ir rinkodarą projektus, VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ rinkodaros užsienyje projektus, tikslinių rinkų tyrimus, taip pat numatoma organizuoti privataus partnerio, kuris vystytų nacionalinį konferencijų centrą, atranką). <p>Be to, ES fondų finansavimas planuojamas 2022–2030 m. Regionų plėtros planuose, pagal kiekvienoje apskrityje išskirtas turizmo plėtros galimybes.</p> <p>Klausimai diskusijai:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kokie pagrindiniai iššūkiai Lietuvai kyla turizmo srityje laikotarpiu iki 2030 m.? Kiek Lietuvos turizmo verslams aktualūs ES prioritetai turizmo skaitmeninimo ir „žalinimo“ srityje? • Kokioms veikloms / sritims / teritorijoms tikslinga nukreipti ES lėšų ir valstybės biudžeto finansavimą? • Kokių nacionalinės svarbos investicinių projektų inicijavimas ir įgyvendinimas padėtų sustiprinti Lietuvos / atskirų regionų turizmo konkurencingumą? • Kokios turizmo sektoriaus galimybės investuoti viešojo ir privataus sektorių partnerystės būdu? • Ar finansavimo poreikį turizmo verslo projektams gali patenkinti paramos teikimas per finansines priemones (lengvatines paskolas ir valstybės garantijas)? • Kokios galimybės kurti DMO ir ateityje užtikrinti jų finansavimą? |
| <p>Diskusijos moderatorės</p> | <p>Agnė Miseliūnienė, vertinimo vadovė dr. Vilija Malinauskaitė, turizmo ekspertė</p> |

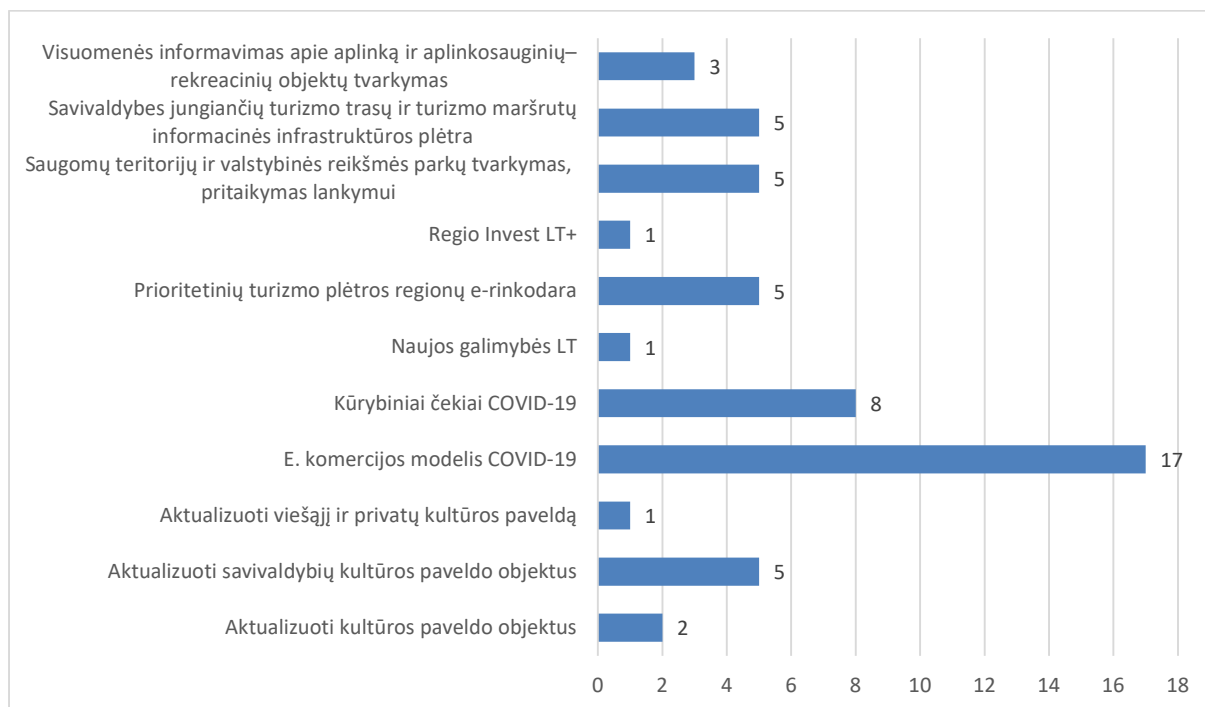
6 PRIEDAS. PROJEKTŲ VYKDYTOJŲ APKLAUSOS REZULTATAI

Siekiant išsiaiškinti, su kokiais iššūkiais įgyvendinant projektus susidūrė projektų vykdytojai, kaip COVID-19 paveikė įgyvendinimų jų veiklą ir projektų rezultatus, kokią įtaką turizmo paslaugoms ir turizmo projektų įgyvendinimui turi karas Ukrainoje, kokių priemonių buvo imtasi siekiant susidoroti su šiais ir kitais iššūkiais, kokios priemonės būtų naudingos ateityje, buvo atlikta projektų vykdytojų apklausa.

Projektų vykdytojų apklausa vyko balandžio 18 – 28 d. Apklauso klausimynas atrinktų projektų, susijusių su turizmu, projektų vykdytojams buvo parengtas naudojant *Google Forms* įrankį, o apklauso klausimyną projektų vykdytojams išplatino projektus administruojančios agentūros – IA, CPVA ir APVA. Apklauso vykdymui buvo atrinktas 431 projektas, o apklauso klausimynas buvo išsiųstas 342 unikaliems projektų vykdytojams. Apklausoje dalyvavo 42 projektų vykdytojai (12,3 %), nurodė, kad įgyvendina/ įgyvendino 66 projektus (15 %). Siekiant, kad apklausoje dalyvautų kuo daugiau projektų vykdytojų, jiems buvo siunčiami du priminimai bei pratęstas apklauso vykdymo laikas. Pirmasis priminimas buvo siunčiamas visiems projektų vykdytojams, o antrasis priminimas buvo siunčiamas tų priemonių vykdytojams, pagal kurias buvo gauta mažiausiai atsakymų¹⁴⁷.

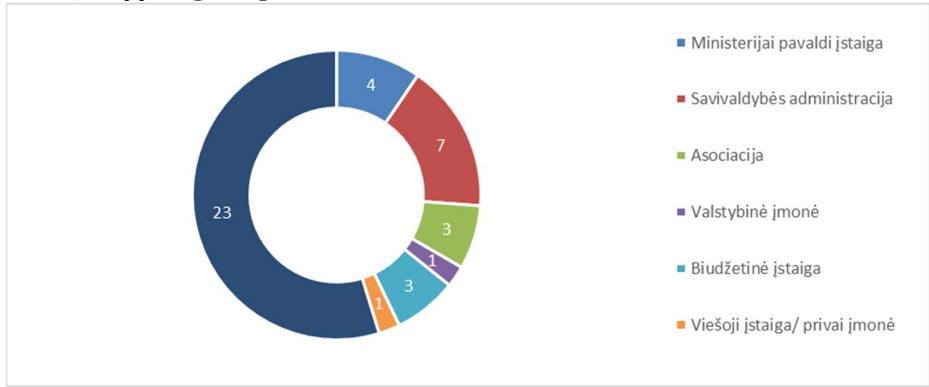
Toliau pateikiami projektų vykdytojų atsakymai pagal kiekvieną apklauso klausimą.

1. Nurodykite, pagal kurią 2014–2020 m. Veiksmų programos priemonę finansuotas (-i) Jūsų projektas (-ai)? Jei gavote 2014–2020 m. ES fondų paramą keliems projektams pagal skirtingas priemones, pažymėkite visus tinkamus atsakymus:

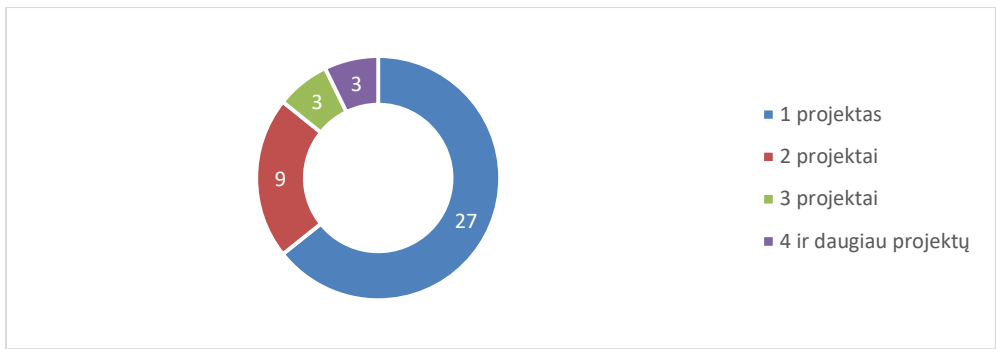


¹⁴⁷ 05.4.1-LVPA-V-812 Nacionalinių turizmo maršrutų, trasų ir produktų rinkodara bei turizmo ženklavimo infrastruktūros plėtra; 03.3.1-LVPA-K-803 Regio Invest LT; 05.4.1-CPVA-K-302 Aktualizuoti savivaldybių kultūros paveldo objektus; 05.4.1-APVA-V-016 „Saugomų teritorijų ir valstybinės reikšmės parkų tvarkymas, pritaikymas lankymui“.

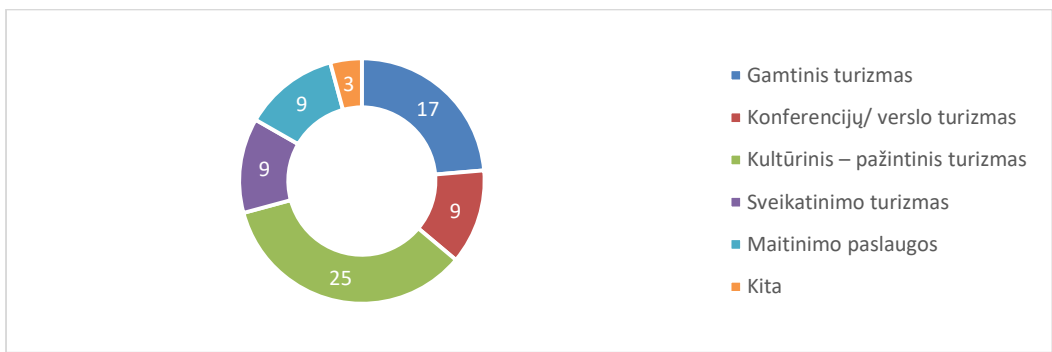
2. Koks Jūsų įstaigos tipas



3. Kiek kultūros ir gamtos paveldo aktualizavimui ir turizmo paslaugų bei produktų plėtrai skirtų projektų, kuriems buvo skirtos 2014–2020 m. Veiksmų programos lėšos, įgyvendinote?

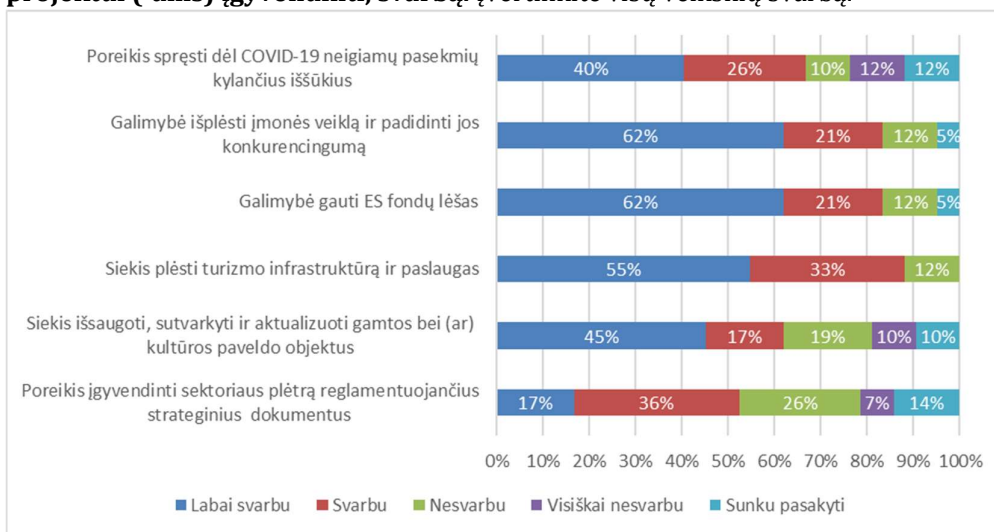


4. Su kuria turizmo rūšimi susijęs (-ė) Jūsų įgyvendintas (-i) projektas (-ai)? Pažymėkite visus tinkamus atsakymus

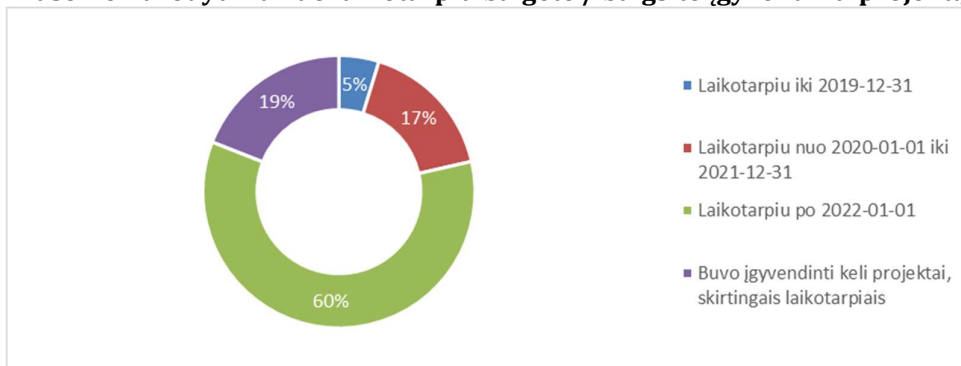


Kiti - pramogos, lėtasis turizmas, poilsinės kelionės

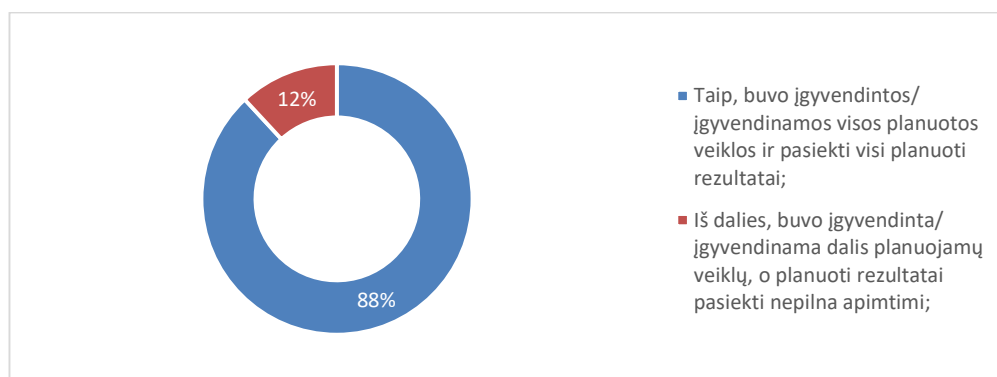
5. Prašome įvertinti veiksnių, lėmusių jūsų organizacijos apsisprendimą teikti paraišką (-as) projektui (-ams) įgyvendinti, svarbą. Įvertinkite visų veiksnių svarbą.



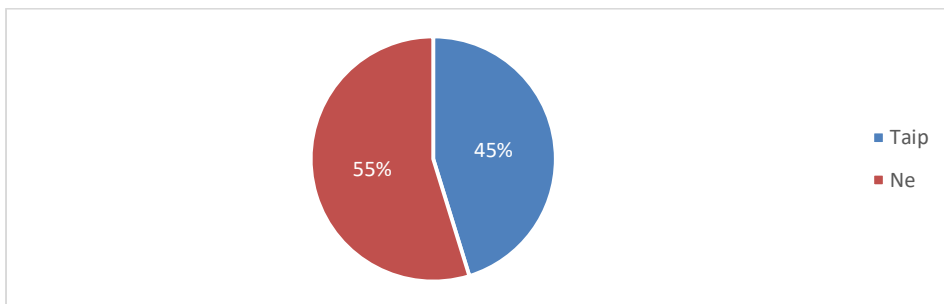
6. Prašome nurodyti kuriuo laikotarpiu baigėte / baigsite įgyvendinti projektą (-us)?



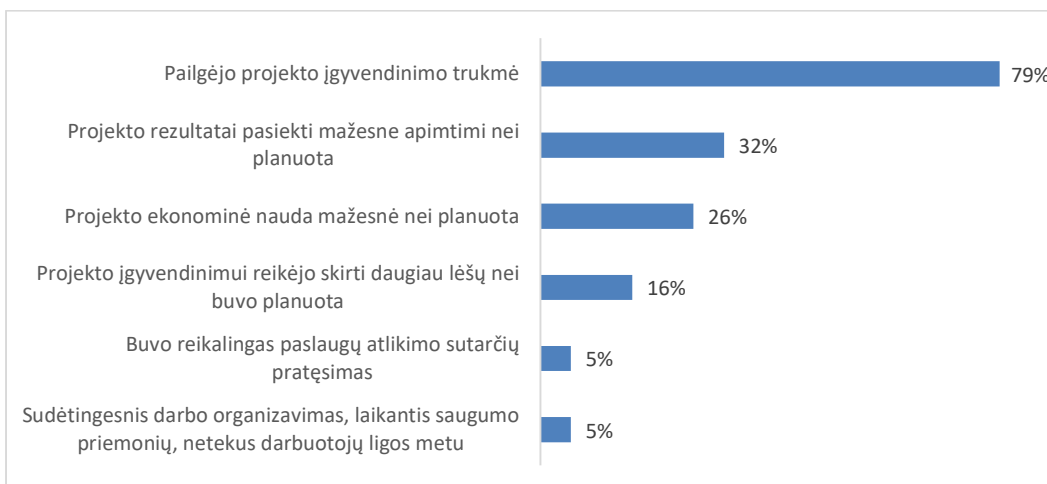
7. Jūsų vertinimu, ar projektas (-ai) įgyvendintas (-i)/ įgyvendinamas (-i) sėkmingai?



8. Ar projekto (-ų) įgyvendinimą ar jo metu sukurtus rezultatus paveikė COVID-19 pandemija ir dėl jos šalyje paskelbtas karantinas?



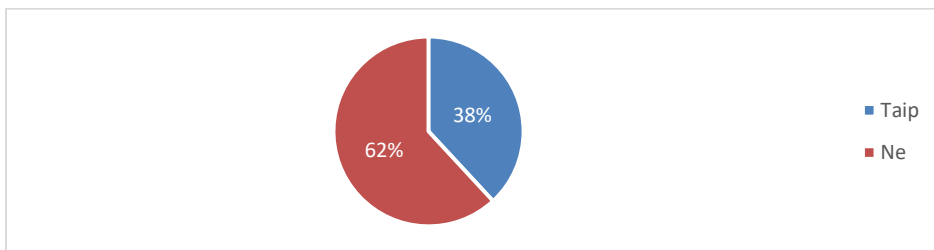
8.1. Kaip projekto (-ų) įgyvendinimą paveikė COVID-19 pandemija ir dėl jos šalyje paskelbtas karantinas (pažymėti keli tinkamus atsakymus):



8.2 Nurodykite, kokių priemonių ėmėtės siekiant įveikti dėl COVID-19 pandemijos kilusiais iššūkiais?

| Projektų vykdytojų atsakymai (kalba netaisyta) |
|---|
| Pradėtas darbas ir užsakymų formavimas internetu |
| Darbo reorganizavimas, naujų tvarkų ir procesų kūrimas bei įgyvendinimas. |
| Mažinome darbuotojų skaičių |
| 1. Su agentūra deriname projekto atidėjimą; 2. Su tiekėjais pasirašėme sutarčių pratėsimus; 3. Tiekėjams taikėme delpinigių dėl darbų vėlavimo. |
| Siekiant sklandžiai vykdyti procesus, dokumentus maksimaliai siekėme pasirašinėti e parašu. |
| mažinome sąnaudas, pardavimas nuotoliu, naujų produktų kūrimas |
| Skolinimasis apyvartinėms lėšoms |
| Atidėjome įgyvendinimą |
| Pakėlėme produktų kainas. Optimizavome procesus. Daugiau buvome bejėgiai kanors pakeisti. |
| Strategavome naujas idėjas, kurias planavome įgyvendinti pasibaigus pandemijai. |
| Stabdėme darbus. |
| Skyrėme papildomas lėšas ir sutelkėme žmogiškuosius resursus. |
| Veikla buvo visiškai sustabdyta, jokių priemonių imtis negalėjome |

9. Ar projekto (-ų) įgyvendinimą ar jo (-ų) rezultatus paveikė karas Ukrainoje?



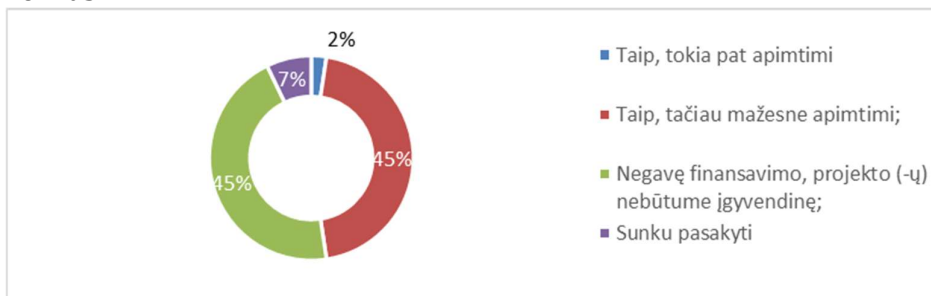
9.1. Kaip projekto (-ų) įgyvendinimą paveikė karas Ukrainoje (pažymėti kelis tinkamus atsakymus):



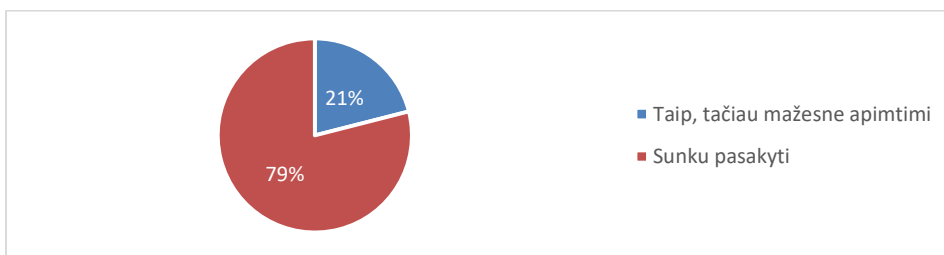
9.2 Nurodykite, kokių priemonių imatės siekiant įveikti dėl karo Ukrainoje kilusiais iššūkiais?

| Projektų vykdytojų atsakymai (kalba netaisyta) |
|--|
| Taupome elektros/energijos kaštus |
| 1. Su agentūra deriname projekto pratęsimą; 2. Tiekėjams dėl darbų vėlavimo taikome delspinigius. |
| darome daugiau rinkodarinių veiksmų užsienyje |
| Mažiname žmonių skaičių įmonėje |
| Vėl pakėleme kainas dėl infliacijos įtakotos karo Ukrainoje, vėl optimizavome procesus (sumažiname darbuotojų kiekį, sutrumpiname darbo laiką, kad taupyti elektrą ir tt.) |
| Labiau orientuojamės į Lietuvos rinką |
| Intensyviai ieškojome ir dabar tebeieškome naujų kryptių mūsų veiklai. |
| Peržiūrimos sutartys su rangovais/teikėjais dėl sutarčių verčių indeksavimo (pabrangimo) |
| Skyrėme daugiau lėšų, pasitelkėme papildomus žmogiškuosius resursus, permastėme tikslines grupes. |

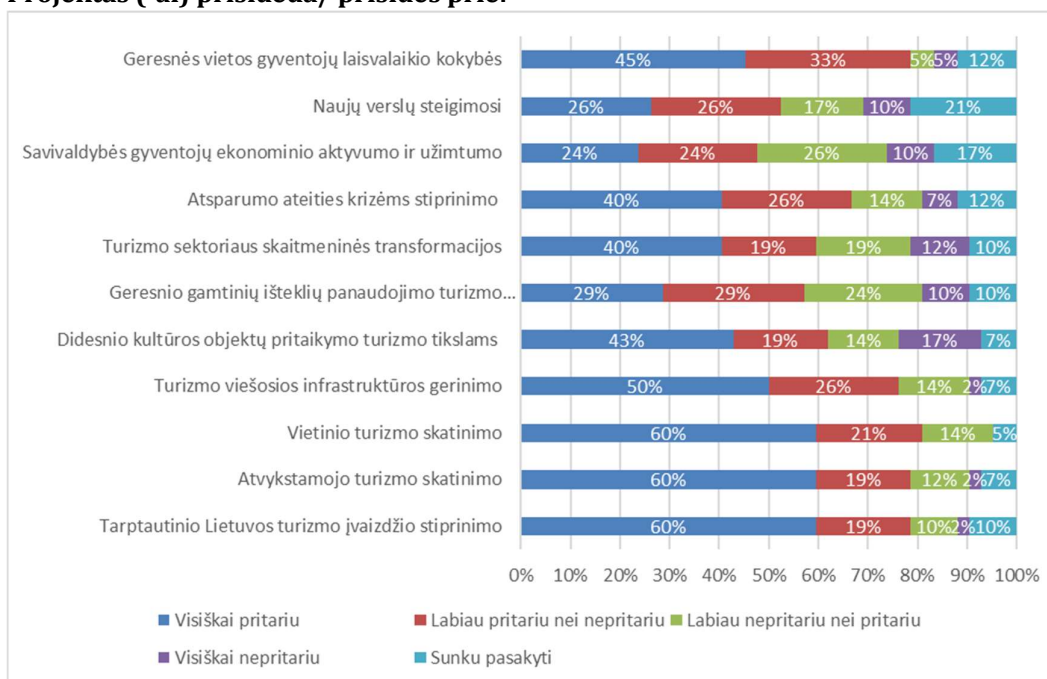
10. Jei nebūtumėte gavę ES fondų finansavimo šiam projektui (-ams), ar vis tiek vykdytumėte veiklas?



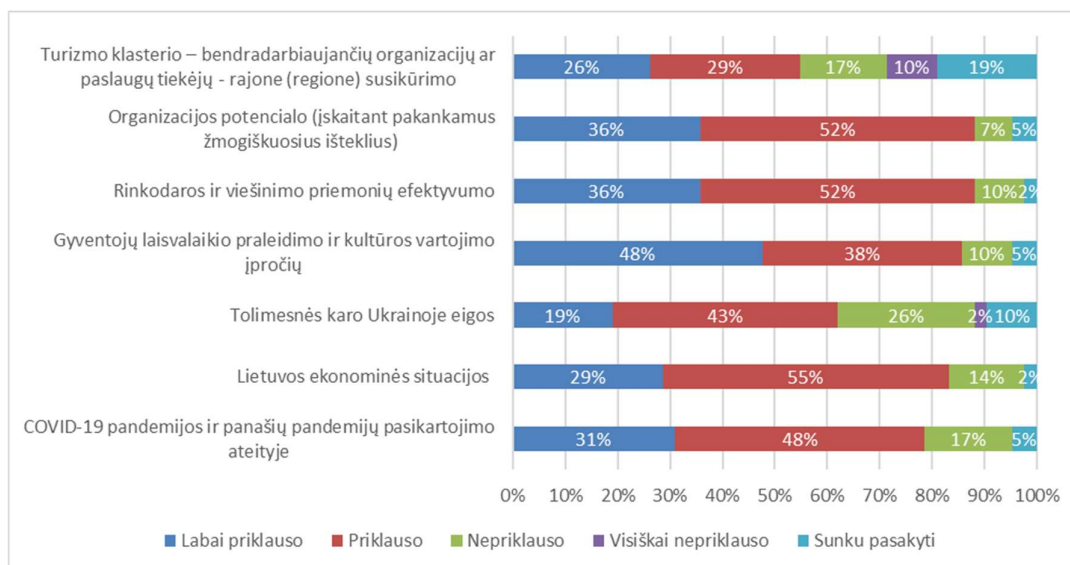
10.1. Jei parama projektui būtų skirta ne subsidijos forma, o kaip lengvatinė paskola, ar būtumėte įgyvendinę projektą?



11. Kiek pritariate šiems teiginiams, susijusiems su įgyvendinto (-ų)/įgyvendinamo (-ų) projekto (-ų) svarba ir poveikiu. Įvertinkite visus teiginius. Projektas (-ai) prisideda/ prisidės prie:



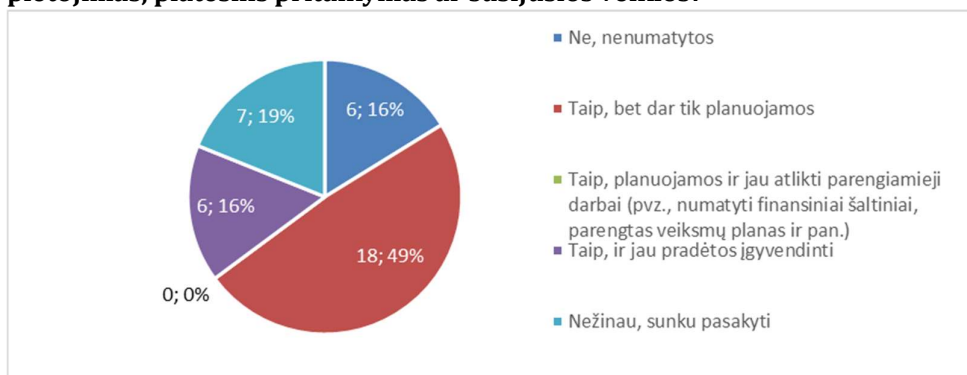
12. Nuo kokių veiksnių labiausiai priklauso Jūsų projekto (-ų) metu sukurtų rezultatų tolesnis naudojimas? Įvertinkite visų veiksnių svarbą.



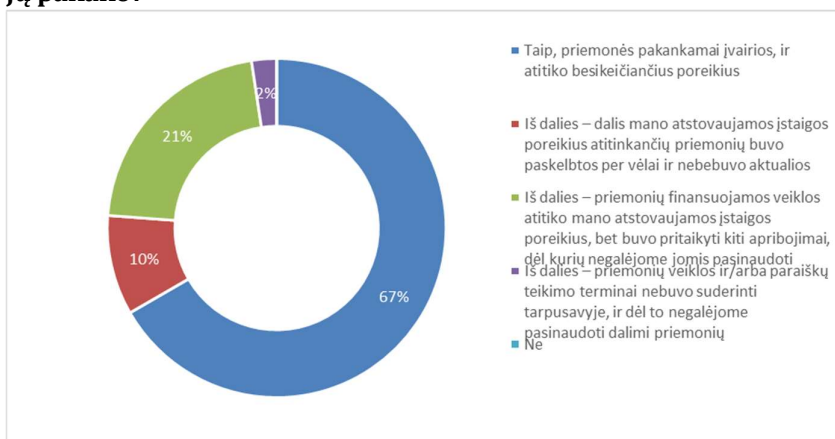
13. Kokie kiti, lentelėje neįvardinti veiksniai gali paveikti Jūsų projekto (-ų) metu sukurtų rezultatų tolesnį naudojimą?

| Projektų vykdytojų atsakymai (kalba netaisyta) |
|--|
| Verslo skaitmenizavimas |
| Neanalizuota. |
| Politiniai sprendimai |
| Ekonominė krizė |
| kitos pasaulinės krizės |
| Aktyvus turizmas |
| Pinigų paskirstymas ne Lietuvos ribose |
| Būtinai finansiniai šaltiniai tolimesnei priežiūrai. |
| Savivaldybės biudžeto sumažėjimas, nepakankamas lėšų skyrimas objekto priežiūrai. |
| Politiniai sprendimai. |
| Socialinio turizmo skatinimas, domėjimasis prieinamu turizmu visiems, tarp jų ir žmonės su negalia, senjorai, ir visi kiti, turintys judėjimo sutrikimų. |

14. Ar yra numatytas ir bus įgyvendinamas tolimesnis projekto (-ų) sukurtų rezultatų plėtojimas, platesnis pritaikymas ar susijusios veiklos?



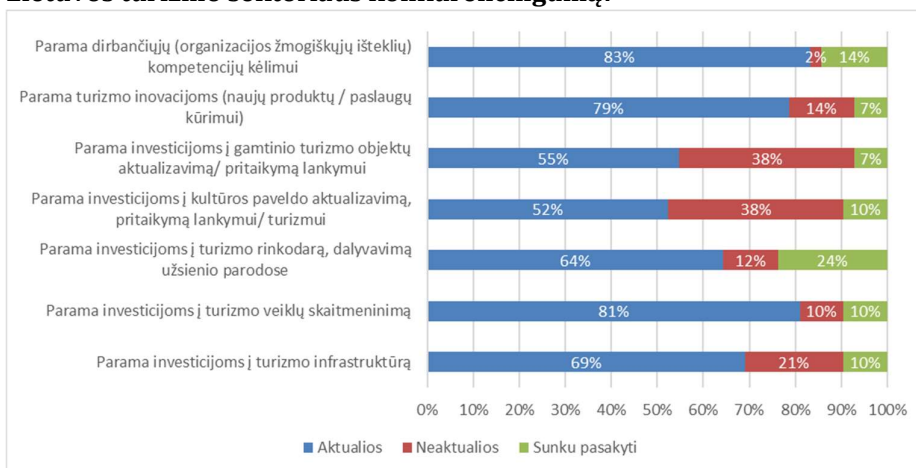
15. Ar į 2014–2020 m. Veiksmų programą įtrauktos priemonės atitiko Jūsų įstaigos poreikius, jų pakako?



15.1 Prašome paaiškinti plačiau:

| |
|--|
| Projektų vykdytojų atsakymai (kalba netaisyta) |
| Dėl projektų finansavimo sąlygų aprašų reikalavimų daliai veiklų / objektų nebuvo galima gauti finansavimo. Savivaldybėms pasinaudoti ES parama turizmo objektams buvo labai ribotos galimybės |
| Būtų aktualu, kad būtų sukurtos atskiros priemonės asociacijoms ir viešosioms įstaigoms (nevyriausybiniams organizacijoms), kurios prisideda prie turizmo plėtojimo ir gali prisiimti de minimis pagalbą, kadangi jos, vykdydamos veiklas, taip pat siekia ir savo žinomumo ir populiarumo. |
| Dėl projekto pratęsimų, kurias įtakojo pandemija ir karas, dalis priemonių, kurios buvo numatytos projekto pradžioje buvo įgyvendintos kitais projektais, tad teko ženkliai keisti įgyvendinamų priemonių sąrašą. Be to, per laikotarpį, atsirado technologiškai modernesnių variantų, kuriuos įtrauktume, jei projektas būtų įgyvendinamas dabar. |
| Daugelis priemonių turėjo de minimis finansavimą, kas riboja svarstymus dalyvauti kuriant daugiau naujų projektų, įgyvendinant daugiau idėjų ir plačiau pritaikant esamus projektus |
| Buvo poreikis dalį lėšų, objektų ženkliniui, panaudoti infrastruktūros gerinimui. Pvz. statome nuorodą į objektą šalia automobilių stovėjimo vietos. Norėjosi nuorodą pateikti ant suoliuko atlošo, ant staliuko nuoroda kaip nuvykti ,ką aplinkui aplankyti. Turistui ir atokvėpis ir informacija. |
| KAI KURIŲ PRIEMONIŲ PATEIKIMO LAIKAS BAIGĖSI ANKSCIAU |
| Ne visada atitikome išankstinio pasirengimo projekto įgyvendinimui reikalavimus. |

16. Įvertinkite, kurios iš žemiau nurodytų priemonių tikslinga tęsti ateityje, siekiant stiprinti Lietuvos turizmo sektoriaus konkurencingumą?



17. Kokios kitos, lentelėje neįvardintos priemonės Jums būtų aktualios ateityje ir padėtų geriau pasiruošti galimiems iššūkiams turizmo srityje? (įrašykite)

| Projektų vykdytojų atsakymai (kalba netaisyta) |
|--|
| Sunku pasakyti, nes turizmo paslaugos nėra pagrindinė mūsų įmonės veikla. |
| numatyti galimybes vystyti naujas turizmo sritis, pvz. sveikatos, konferencinį ir pan. |
| Parama sektoriaus žaliosioms investicijoms |
| energetiniu išteklių išlaidų "pagalvė" - kompensavimas viršijus tam tikras rinkos kainas |
| Platesnė turizmo sektoriaus klasterizacija. |
| Kompetencijų kėlimas |
| ES šalių patirtis turizmo srityje. |
| Naujų turizmo traukos taškų kūrimas. |

18. Ką siūlytumėte tobulinti ateityje, kuriant ir įgyvendinant priemones, skirtas kultūros ir gamtos paveldo aktualizavimui ir turizmo paslaugų bei produktų plėtrai? (įrašykite)

| Projektų vykdytojų atsakymai (kalba netaisyta) |
|--|
| Sunku pasakyti, nes turizmo paslaugos nėra pagrindinė mūsų įmonės veikla. |
| Rengiant aprašus atsižvelgti į prašomus pateikti dokumentus ir jų rengimo / gavimo terminus. Pvz. 2022 m. gruodžio pabaigoje paskelbtame kvietime teikti paraiškas kultūros paveldo aktualizavimui nurodoma, kad su paraiška iki gegužės 31 d. turi būti pateiktas patvirtintas tvarkybos projektas ir statybos leidimas, kai iš praktikos žinoma, kad vien šių dokumentų parengimas trunka mažiausiai 5 mėn., tad realiai neturint tvarkybos projekto iki kvietimo paskelbimo spėti pasirengti paraišką ir visus reikiamus dokumentus yra sunkiai įmanomas. |
| Sudaryti platesnes galimybes savivaldybėms įgyvendinti turizmo infrastruktūros projektus, būti pareiškėjoms |
| Skirti atskirą dėmesį nevyriausybiniam sektoriui, kuris konkurencingai gali pasiūlyti naujų inovacijų turizmo srityje. |
| Vienas trūkumas buvo ir tas, kad projektas buvo įgyvendinamas 3-jose savivaldybėse, tad projekto sėkmė priklauso nuo visų dalyvių įsitraukimo. |
| Daugiau dėmesio skirti ne tik e priemonių kūrimui, bet ir pačios įrangos įsigijimui, tam, kad būtų pasiektas maksimalus rezultatas. T. y., kad ką sukuriame e skaitmenoje tą galėtume įsikelti į įsigytus įrenginius ir galėtume iš kart naudoti. |
| Geriau tvarkyti (valyti, gilinti vidaus vandenų kelius), įrengti naujas prieplaukas, vystyti dviračių takų tinklą Kuršių marių regione |
| organizuoti daugiau pristatymo renginių užsienyje, tinklų- didinant šalies žinomumą |
| Lėšos į infrastruktūrą, kompetencijų kėlimas |
| Lankstesnio finansavimo aprašo sąlygų, nes visi objektai unikalūs ir vieno standarto taikymas visiems nėra tinkamas, nes galimos finansuoti tampa ne visos veiklos, reikalingos konkrečiam objektui. |
| Būtų gerai, kad asociacijoms nereikėtų prisidėti savo lėšomis. |