



# VIEŠBUČIŲ SEKTORIAUS POVEIKIS PALANGOS MIESTO EKONOMIKAI

Henrika Šakienė<sup>1,2</sup>, Kristina Zovytė<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Klaipėdos universitetas, <sup>2</sup>Vakarų Lietuvos verslo kolegija

---

## Anotacija

Straipsnyje analizuojama apgyvendinimo samprata, apibrėžiama jo vieta turizme bei įvardijamos charakteristikos, nusakančios iš ko susidaro apgyvendinimo paslauga. Apgyvendinimas yra vienas iš pagrindinių ir labiausiai matomų bei jaučiamų elementų turisto kelionėje, jis sudaro apie 30 proc. visos turizmo paslaugų paketo vertės. Viena iš populiariausių turistų nakvynės vietų yra viešbučiai, kurie klientams teikia pilną paslaugų paketą ir tuo patraukia vartotojus. Apgyvendinimo sektorius pritraukia turistus, o kartu ir užsienio valiutą, yra svarbus vietos darbdavys bei dalyvauja realizuojant kitų, tokių kaip energetiką, maisto pramonę, tekstilės sektorių produkciją. Straipsnyje analizuojamas vieno iš svarbiausių Lietuvos kurortų – Palangos viešbučių sektorius ir tai, kaip turistų išlaidos įtakoja viešbučius bei viso miesto ekonomiką. Siekiant šio tikslo pristatomi instrumentai, kurių pagalba galima vertinti turizmo poveikį ekonomikai. Norint detaliai įvertinti apgyvendinimo sektoriaus įtaką regiono ekonomikai, analizuojamas tiesioginis ir antrinis poveikiai, kurių pastarąjį sudaro netiesioginis ir dirbtinis. Straipsnyje pristatomi ekonominiam poveikiui apskaičiuoti naudojami įvairūs multiplikatoriai ir įėjimo-išėjimo modelis. Plačiau pristatomas bendras multiplikatoriaus efektas, kuris pasireiškia regiono ekonomikoje tuomet, kai atvykstantys turistai (tiek atvykstantys užsieniečiai, tiek vietiniai turistai iš kitų rajonų) išleidžia pinigų apgyvendinimo paslaugoms, taip padidindami bendras kurorto pajamas tiek apgyvendinimo sektoriuje, tiek kituose sektoriuose, kartais net netiesiogiai susijusiuose su turizmu. Ši analizė įvertina pokyčius tam tikruose sektoriuose dėl pasikeitusių turistų išlaidų, nagrinėja apgyvendinimo sektoriaus indėlį į regiono ekonomiką: sukuriama pajamas ir darbo vietas apgyvendinimo sektoriuje bei dėl to pasikeitusią kitų sektorių gamybą ir namų ūkių vartojimą. Siekiant straipsnyje užsibrėžto tikslo, vertinamas Palangos miesto viešbučių indėlis į miesto ekonomiką, skaičiuojamas tiesioginis ir antrinis poveikiai.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: apgyvendinimo sektorius, multiplikatoriaus efektas, tiesioginis poveikis, netiesioginis poveikis, ekonominis poveikis.

## Įvadas

Šiandien Palanga yra vienas didžiausių sveikatingumo kurortų Lietuvoje, vienas pagrindinių verslų yra apgyvendinimo paslaugos. Mieste nėra stambesnių gamybos įmonių, pagrindines pajamas į biudžetą sukuria turizmo industrija, kuri ir sudaro jo ekonomikos pagrindą. Vasaros sezono metu čia plūsta poilsiautojai iš Lietuvos ir užsienio. Dėl sunkėjančios šalies ir Europos ekonominės situacijos jų srautai per paskutinius metus pradėjo mažėti ir dabar apgyvendinimo įstaigoms tenka mąstyti kaip išsilaikyti ir nebankrutuoti. Atsiranda poreikis ištirti, kokią poveikį Palangos miesto ekonomikai turi apgyvendinimo sektorius, kiek darbo vietų sukuria jame ir kiek surenkama pajamų. Apgyvendinimo sektoriaus ekonominio poveikio analizė dažniausiai sutelkiama pardavimams, pajamoms ir užimtumo pasikeitimams regione tirti dėl suteiktų apgyvendinimo paslaugų kiekio pokyčių. Taip pat ekonominio poveikio analizė gali padėti tikslinėms specifinėms rinkoms padidinti ekonominį aktyvumą regione, pagrįsti priemonių ar programų finansinį įgyvendinamumą ir planuoti ateities pajamas, gautinas iš turizmo vystymo planų.

Ekonominio poveikio analizė padeda geriau suprasti apgyvendinimo svarbą ir naudą regiono ekonomikoje, įvertina ekonominės veiklos pokyčius. Multiplikatorių ir įėjimo-išėjimo modelių pagalba nagrinėjama turizmo daroma įtaka įvairioms pasaulio šalims ir regionams. Darbo problema galima įvardinti tai, jog trūksta tiek Lietuvos, tiek atskirų jos regionų turizmo poveikio analizės. Palanga didžiausias Lietuvos kurortas, dažnai

dar vadinamas „vasaros sostine“, todėl tikslinga išnagrinėti turizmo, konkrečiau, apgyvendinimo sektoriaus, daromą įtaką miestelio ekonomikai.

*Darbo objektas* – Palangos viešbučių sektorius.

*Darbo tikslas* – išanalizuoti viešbučių sektoriaus poveikį Palangos miesto ekonomikai.

Darbe siekiama pateikti apgyvendinimo sektoriaus sampratą, susisteminti ekonominio turizmo poveikio analizės metodus ir ypatumus bei ištirti viešbučių sektoriaus įtaką Palangos miesto ekonomikai.

Straipsnyje naudojami tyrimo *metodai* – mokslinės literatūros, straipsnių, dokumentų, statistinių duomenų analizė, lyginamoji analizė bei ekonominio skaičiavimo metodai.

## Apgyvendinimo samprata ir reikšmė turizme

Pagal Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymą, apgyvendinimas – tai būtinos apgyvendinti sąlygos ir veikla, kuria tenkinami turisto nakvynės, higienos, maitinimo, poilsio poreikiai. Pasak Medlik ir Ingram (2002) apgyvendinimo paslauga susideda iš (Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert 2008):

- Paslaugos teikimo vietos (pvz., ar ji teikiama mieste, ar kaimo vietovėje, ar yra lengvai pasiekiamas turistų);
- Infrastruktūros ir teikiamų paslaugų (pvz., kambarių, restorano, konferencijų, sporto salės ir pan.);
- Teikiamų paslaugų kokybės (kokio lygio teikiamos paslaugos priklauso nuo įstaigos klasifikacijos, galimybių ir užimamos rinkos);

- Įvaizdžio (kaip pateikiama paslauga ir kaip ji yra reklamuojama);
- Kainos, kuri priklauso nuo visų anksčiau paminėtų punktų.

Apgyvandinimo paslaugos yra teikiamos kolektyvinio apgyvendinimo įstaigose (viešbučio tipo apgyvendinimo įstaigose ir specialaus apgyvendinimo įstaigose) bei privačiame sektoriuje. Vienos ar kitos iš jų pasirinkimas priklauso nuo įvairių veiksnių: turistų kelionės pobūdžio, gyvenimo būdo, apgyvendinimo formų pasiūlos, ekonominės padėties bei kitų faktorių. Daugelis keliaujančiųjų apsistoja pas draugus, gimines ar nuosavuose vasarnamiuose, tačiau jie, kaip ir kiti turistai, yra svarbūs šalies ir vietos ekonomikai.

Viešbučių paslaugų rinka yra viena dinamiškiausių ir populiariausių tiek Lietuvoje, tiek pasaulyje. Šiuo metu viešbučiai Lietuvoje sudaro 42 proc. visų apgyvendinimo įstaigų. Populiariausi yra nedideli 10-50 kambarių viešbučiai, kurių pagrindiniai klientai paprastai yra užsienio turistai. Pastebimas didelis pigesnių turistinės klasės viešbučių stygius. Šiuolaikinėje apgyvendinimo rinkoje prie viešbučių greitai plinta ir netradicinio apgyvendinimo būdai. Pasak I. Svetikienės (2002) jie sėkmingai konkuruoja ir kelia tam tikrą grėsmę viešbučių ūkio plėtrai. Pagrindinis jų skirtumas yra teikiamos paslaugos. Viešbučio tipo paslaugų teikėjai (viešbučiai, moteliai, svečių namai) siūlo visą paslaugų kompleksą – svečio priėmimas, nakvynė, maitinimas, pilnas aptarnavimas ir kitos paslaugos, o netradicinio (specialaus) apgyvendinimo įstaigos dažnai apsiriboja paslaugų teikimu tik svečiui apsigyvenus ir tik jo prašymu bei dažnai už papildomą mokestį.

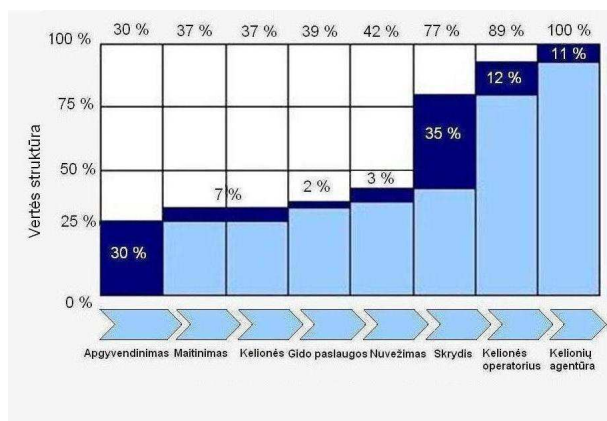
LR Turizmo įstatyme kaip atskira apgyvendinimo paslauga yra išskiriamas kaimo turizmas. Kaimo turizmo paslauga – kaimo gyvenamojoje vietovėje ar mieste, kuriame gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų, ūkininko sodyboje ar individualiame gyvenamajame pastate teikiama turizmo paslauga (LR Turizmo įstatymo pakeitimo įstatymas 2002).

Pasaulio turizmo organizacijos (UNWTO) duomenimis, 2007 m. turizmas pritraukė 625 milijardus EUR pajamų (5,6 proc. daugiau nei 2006 m.). Tiesiogiai ar netiesiogiai turizmo sektoriui priklauso daugiau negu 10 proc. ES bendrojo vidaus produkto ir šis sektorius sukuria maždaug 25 milijonus (12 proc.) darbo vietų [Tourism Highlights 2008 Edition. (2008) UNWTO [Žiūrėta balandžio 17 d., 2009]. <[http://unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO\\_Highlights08\\_en\\_HR.pdf](http://unwto.org/facts/eng/pdf/highlights/UNWTO_Highlights08_en_HR.pdf)>.

Lietuvoje išskiriamos šios pagrindinės turizmo sektoriaus struktūros dalys: apgyvendinimo, maitinimo, transporto, turizmo informacijos, kelionių organizavimo paslaugos, lankytinos vietos ir objektai. Turizmo struktūrą sudaro ūkio sektoriai tiesiogiai ir netiesiogiai susiję su turizmu, iš kurių pagrindinių sektorių sudaro aukščiau minėtos, o gretutinį – paslaugos, kurios tiesiogiai periodiškai ir netiesiogiai nuolatos veikia turizmo produkto puoselėjimą bei pardavimą (Spiriajevas 2004). Tokiomis paslaugomis galima įvardinti mažmeninės prekybos, autoremontu, autonomos įmonės, degalines, vaistines, sporto inventoriaus nuomos įmonės, muziejus, interneto svetaines ir kita.

Panašiai turizmą į kelias struktūrines dalis (sektorius) siūlo skirstyti J. Ch. Holloway (1998): apgyvendinimą ir maitinimą (svetingumo verslas), transportą, lankytinas vietas, kelionių tarpininkus (organizatorius ir agentus), papildomas valstybinio ir privataus sektorių paslaugas (Petrilovskaja, Miškinis 2007). Turizmas yra įvairių paslaugų visuma, suteikianti tam tikrą naudą ir atnešanti šaliai tam tikras pajamas. Markus Gratzner (2003) turizmo produktą apibūdina kaip tam tikrų apčiuopiamų vertybių ir jas lydinčių paslaugų kombinaciją, kuri sudaryta iš apgyvendinimo, transporto, lankytinų vietų bei paslaugų, kurias teikia turizmo organizatoriai, turizmo agentūros, maitinimo įstaigos.

Markus Gratzner (2003) pateikia ir turizmo produkto sudedamųjų dalių vertės grandinę, kurią sudaro apgyvendinimas, maitinimas, kelionės, skrydis ir kitos tarpinės paslaugos (1 pav.). Pati svarbiausia ir pirminė turizmo produkto sudedamoji dalis yra apgyvendinimas, sudarantis apie 30 proc. visos vertės. Apgyvandinimas yra vienas iš pagrindinių ir labiausiai matomų ir jaučiamų elementų turistų kelionėje.



1 pav. Turizmo paslaugų paketo vertės grandinė (Gratzner 2003)

Daugelyje regionų apgyvendinimo sektorius yra svarbus turistų traukos šaltinis. Jie atvykdami į tam tikrą regioną kartu atsiveža ir savo perkamąją galią, kuri čia yra gerokai didesnė nei būnant namie. Žmonės svečioje šalyje atvykę pailsėti sau leidžia išleisti daug daugiau pinigų negu gyvenant kasdienį gyvenimą. Per turistų išlaidas apgyvendinimo sektorius reikšmingai prisideda prie vietinės ekonomikos tiesiogiai, tiek netiesiogiai per tolimesnį jų išlaidų panaudojimą (Medlik, Ingram 2000).

Tuose regionuose, į kuriuos atvyksta užsienio turistai, apgyvendinimo sektorius yra svarbus užsienio valiutos traukos šaltinis. Valstybėse, kuriose yra menkos eksporto galimybės, apgyvendinimo sektorius gali būti vienas iš kelių šaltinių pritraukti užsienio valiutą (Medlik, Ingram 2000).

Apgyvandinimo įstaigos yra svarbus vietos darbdavys. Jos, priklausomai nuo apgyvendinimo įstaigų dydžio ir skaičiaus, aprūpina tūkstančius žmonių darbo vietomis ir įvairiomis profesijomis. Daugelis žmonių yra mažesnių apgyvendinimo įstaigų savininkais.

Užimtumas apgyvendinimo sektoriuje gali turėti tiesioginį ir antrinį poveikį. Tiesioginį poveikį galima nustatyti gana tiksliai, nes jis susijęs su apgyvendinimo sektoriumi. Pasak L. Žabaliūno ir D. Skarbaliaus (2004),

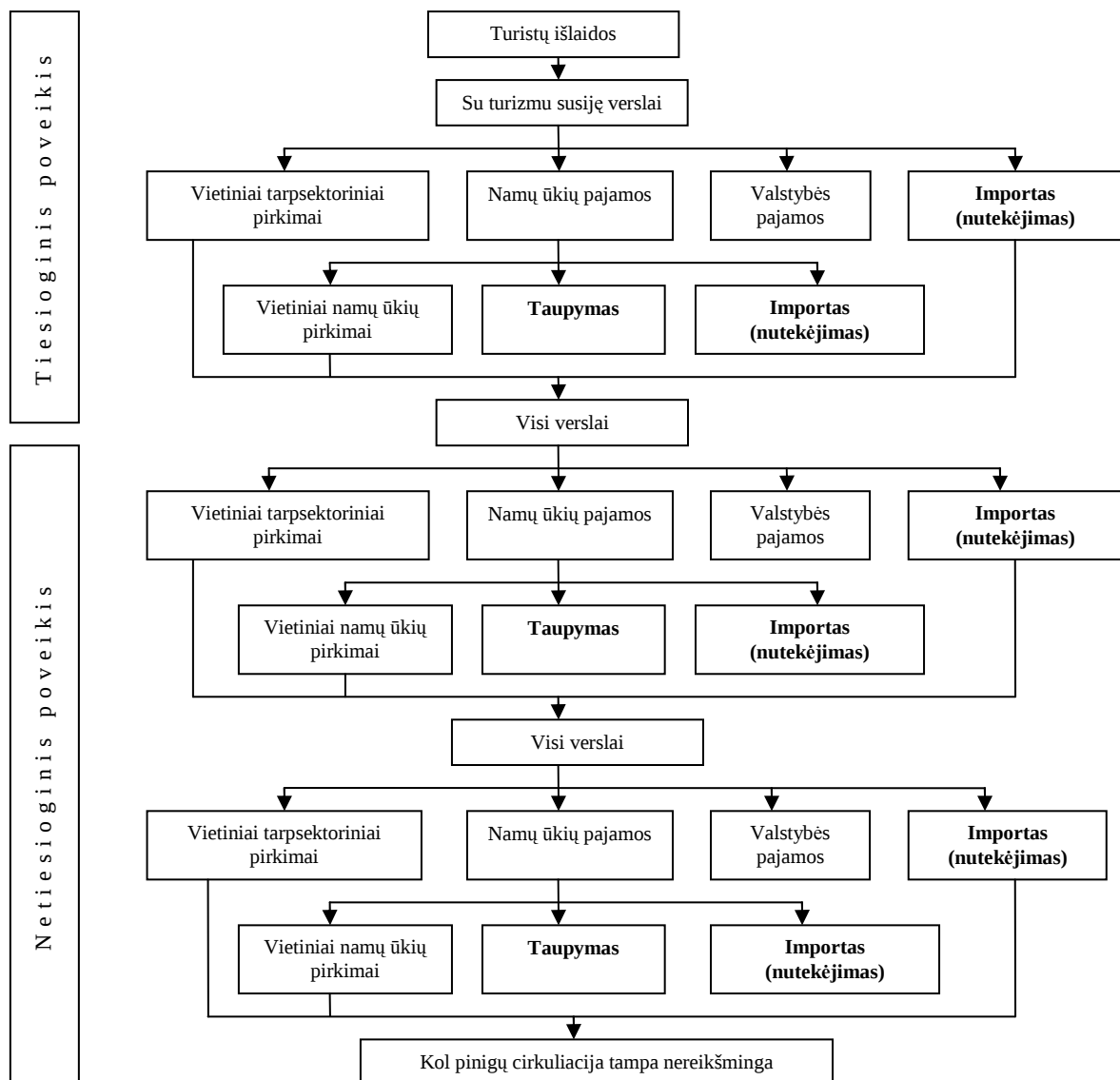
besivystančiose šalyse šio vertinimo pagrindinė problema yra personalo kvalifikacija, nes dažnai disponuojama menko išsilavinimo vietiniais darbuotojais ir tenka kviestis svetimą darbo jėgą, ypač vadovaujama darbui. Antriam efektui priskiriamas užimtumas žemės ūkyje, žuvininkystėje ir kitose šakose, kurios prisideda prie apgyvendinimo įstaigų aprūpinimo, taip pat statybų, meno dirbinių, ambulatorijų versle, suvenyrų bei kai kurių prekių pramoninėje gamyboje.

Apgyvendinimo sektorius svarbus realizuojant kitų pramonės šakų produkciją. Įrengimai, baldai ir kita įranga bei maistas, gėrimai ir kiti vartojimo reikmenys yra tiekiami įvairių gamintojų. Daugelis apgyvendinimo įstaigų yra priklausomi nuo vietinių ar aplinkinių įvairių elektros, šilumos, vandens tiekėjų. Apgyvendinimo sektorius turi įtakos užimtumui tuose sektoriuose, kurie teikia jam prekes ar paslaugas. Priklausomai nuo tam tikrų paslaugų ar prekių poreikio atitinkamoje vietovėje, didėja arba mažėja darbo vietų skaičius kituose sektoriuose (Medlik, Ingram 2000).

## Turizmo ekonominio poveikio įvertinimo metodika

Kai turizmo pajamos sukelia pokyčius regiono ekonomikoje, tikslinga atlikti jo įtakos įvertinimą vietinės pramonės šakoms bei pačiai ekonomikai. Turizmo ir atskirų jo sektorių įtakai analizuoti dažniausiai naudojami multiplikatoriai. Kuo mažesnė geografinė teritorija yra nagrinėjama, tuo mažesnis multiplikatoriaus efektas vietinei ekonomikai (Zhang, Rassing 2000). Turizmo multiplikatorius, pagal G. A. Papirian (1999), – tai tam tikri ekonomikos sektorių pokyčiai, kuriuos sukelia pasikeitusios turistų išlaidos.

Jack Cuneo (2008) teigimu, multiplikatorius yra bandymas parodyti, kad ekonomika susideda iš nesusikaičiuojamų susipynusių ryšių ir galimybių. Multiplikatoriaus efektas yra poveikių grandinė, kuri atsiranda dėl turistų išlaidų (Baaijens, Nijkamp, Montfort 1997). Multiplikatoriaus efektas yra pavaizduotas 2 paveiksle. Iš jo matyti, kodėl turistų išlaidos yra veikiamos multiplikatoriaus efekto.

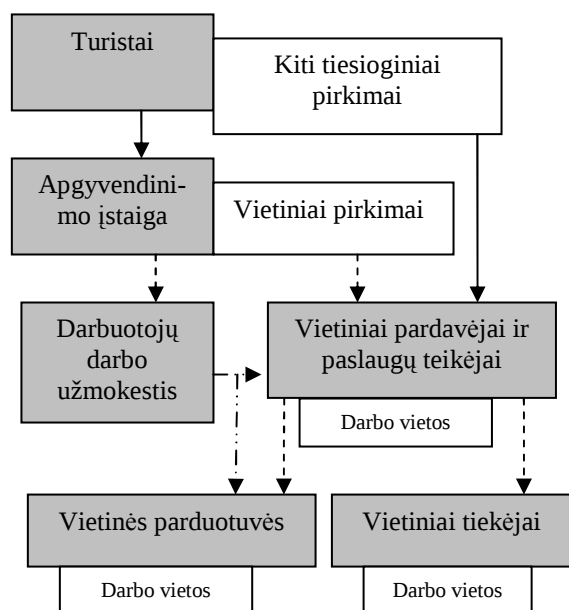


2 pav. Multiplikatoriaus efektas (Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert 2008)

Multiplikatoriai yra dažnai skaidomi į tris sudėtines dalis, pagal tai kokį poveikį – tiesioginį, netiesioginį ar dirbtinį, daro ekonomikai. Bendra visų trijų poveikių

reikšmė vadinama multiplikatoriaus koeficientu arba trumpiau multiplikatoriumi.

Turizmas, kartu ir apgyvendinimo sektorius turi tiesioginį, netiesioginį bei dirbtinį poveikį regiono ekonomikai, kurie pasireiškia per turistų išlaidas, surenkamas pajamas, mokesčius, gamybos apimtį ir užimtumą. Tiesioginis, netiesioginis ir dirbtinis poveikis yra pavaizduoti 3 paveiksle.



3 pav. Tiesioginis, netiesioginis ir dirbtinis poveikiai (Foan, Franco 2008)

Tiesioginis poveikis pasireiškia pokyčiais tuose sektoriuose, kuriuose turistai išleidžia pinigus – viešbučiuose, restoranuose ar lankytinose vietose (muziejuose, galerijose). Kitaip tariant, tai yra pasikeitimai ekonominėje veikloje per pirmą išlaidų ciklą. Papildomi viešbučių pardavimai ir su tuo susiję pasikeitimai darbo užmokesčiui, mokesčiams ir tiekimui bei paslaugos yra tiesioginis turistų išlaidų poveikis. Tiesioginis išlaidų poveikis susijęs su gaunamų pajamų proporciniu paskirstymu atlyginimams, sąnaudoms, mokesčiams ir panašiai.

*Tiesioginis turizmo poveikis = turistų skaičius (nakvynių skaičius) × turisto dienos išlaidos (1)*

Dar didesnę įtaką savo mastu ekonomikai turi netiesioginis poveikis. Jis pasireiškia panašiai kaip tiesioginis, tačiau pokyčiai vyksta ne tuose sektoriuose, kuriuose turistai išleidžia pinigus, bet tuose, kurie teikia prekes ar paslaugas su turizmu susijusiems sektoriams. Netiesioginis poveikis yra gamybos pokyčiai, atsirandantys per įvairius tolesnius išlaidų ciklus, kai turizmo pramonė savo išlaidomis veikia kitas ūkio šakas (Baroniūnaitė; Meilienė 2001). Sektorių sąveika tęsis kol pakartotinai išleidžiamas pinigų kiekis kiekviename veiklos etape pasidarys nežymus (Zhang, Rassing 2000).

Padidėjus apgyvendinimo paklausai, padidėja ir darbo jėgos paklausa šiame sektoriuje. Priimama daugiau darbuotojų, jie gauna atlyginimą ir savo ruožtu pirkdami prekes, sukelia didesnę vartojimą vietinėje ekonomikoje. Šis efektas papildo tiesioginį ir netiesioginį ir dėl pakartotino pinigų išleidimo vadinamas dirbtiniu (Zhang, Rassing 2000).

Tikslų ekonominį poveikį įvertinti gali būti sudėtinga. Daugelyje ekonominio poveikio analizėse reikia įvertinti pardavimų, mokesčių, pajamų ir sukurtų darbo vietų su turizmu susijusiuose sektoriuose pokyčius. Pirmiausia reikia turistų išlaidų toje teritorijoje duomenų, kurie dažnai yra išmėtyti ir juos sunku gauti. Daugelyje šalių įvertinti turistų išlaidoms, yra daromos jų apklausos, kurios leidžia tiksliau išnagrinėti išlaidas bei atlikti tyrimus. Turint reikiamus duomenis, ekonominis poveikis yra apskaičiuojamas pagal formulę (Zhang, Rassing 2000):

$$\text{Ekonominis poveikis} = \text{Turistų skaičius} \times \text{Vidutinės turisto išlaidos} \times \text{Multiplikatorius (2)}$$

Norint apskaičiuoti multiplikatorius, reikia pasirinkti labiausiai tyrimui tinkamą metodiką, kurią kiekviena turi savo specifiką. Ekonominiam poveikiui ir multiplikatoriams nustatyti yra naudojamos pagrindinės penkios skaičiavimų technikos: pagrindinės teorijos modelis („base theory model“), Keynesian multiplikatoriaus modelis, specialusis modelis („ad hoc model“), įėjimo–išėjimo analizė ir bendrosios pusiausvyros apskaičiavimo modelis. Chang W. H. (2001) pateikia formulę multiplikatoriams apskaičiuoti:

$$\text{Multiplikatorius} = (\text{tiesioginis efektas} + \text{netiesioginis efektas}) / \text{tiesioginis efektas (3)}$$

Keynesian multiplikatoriaus modelis buvo sukurtas tam, kad būtų įvertintos ekonomikos pajamos dėl papildomų turistų išlaidų. Paprasčiausia multiplikatoriaus formulė (Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert 2008):

$$k = \frac{1}{1 - c + m} \quad (4)$$

Čia 1 – papildomos turistų išlaidos, o santaupos (1-c) ir importas (m) yra tų išlaidų nuotėkis iš vietinės ekonomikos.

Pritaikant šį modelį investicijų įtakai ir viešojo sektoriaus pakartotinam pinigų išleidimui, jis buvo pakoreguotas (Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert 2008):

$$k = \frac{1}{1 - c + m - i - g} \quad (5)$$

Čia i – maksimalus polinkis investuoti; g – viešojo sektoriaus maksimalus polinkis pirkti.

Kai kuriuose šaltiniuose Keynesian modelis yra pateikiamas atskirų šešių formulių pavidalu iš kurių gauname (Loutfi, Moscardini, Lawler 2000):

$$Y = \frac{A_0 + E + X + Tr + \vartheta}{1 - c_1(1 - t_1) - i_1 + m_1} \quad (6)$$

Iš čia gali būti apskaičiuojami įvairūs multiplikatoriai:

$$\text{Pajamų: } \frac{\partial Y}{\partial Tr} = \frac{1}{1 - c_1 - (1 - t_1) - i_1 + m_1} \quad (7)$$

Vartojimo:

$$\frac{\partial C}{\partial Tr} = \left( \frac{\partial C}{\partial Y} \right) \left( \frac{\partial Y}{\partial Tr} \right) = \left( \frac{\partial C}{\partial Y_d} \times \frac{\partial Y_d}{\partial Y} \right) \left( \frac{\partial Y}{\partial Tr} \right) \quad (8)$$

$$\text{Investicijų: } \frac{\partial I}{\partial Tr} = \left( \frac{\partial I}{\partial Y} \right) \left( \frac{\partial Y}{\partial Tr} \right) \quad (9)$$

$$\text{Importo: } \frac{\partial M}{\partial Tr} = \left( \frac{\partial M}{\partial Y} \right) \left( \frac{\partial Y}{\partial Tr} \right) \quad (10)$$

Pažymėtina, kad turizmo multiplikatoriaus reikšmė priklauso nuo maksimalaus polinkio pirkti. Bet koks maksimalaus polinkio vartoti ar investuoti padidėjimas padidins multiplikatoriaus reikšmę, kita vertus bet koks importo ar mokesčių padidėjimas, multiplikatoriaus vertę sumažins (Loutfi, Moscardini, Lawler 2000).

Naudojant įvairius Keynesian modelio multiplikatorius jų reikšmės labai skiriasi, net ir smarkiai patobulinti modeliai visiškai tiksliai negali paskaičiuoti multiplikatorių, kurie yra būtini veiklos planavimui. Vienintelė išeitis yra naudoti specialiuosius modelius.

Specialieji modeliai, savo principu panašūs į Keynesian, tačiau buvo sukonstruoti specialiai kiekvienai studijai ar analizei, siekiant sumažinti skaičiavimo paklaidas. Ryan (1991) apskaičiuoti multiplikatoriui, panaudojo paprasčiausią šio modelio formą (Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert 2008):

$$k = A \times \frac{1}{1 - BC} \quad (11)$$

Čia A – papildomų turistų išlaidų dalis, kuri lieka ekonomikoje po pirmo nutekėjimo; B – vietinių žmonių polinkis vartoti vietinėje ekonomikoje; C – vietinių žmonių išlaidų dalis, kuri didėja kaip pajamos vietinėje ekonomikoje.

Sukurti sudėtingesni modeliai, kurie yra plačiai naudojami apskaičiuojant turistų multiplikatorius tam, kad būtų įvertintas turistų išlaidų poveikis pajamoms, viešojo sektoriaus pelnui, užimtumui ir importui. Vieną iš modelių išrado 1970 m. Archer ir Owen (Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert 2008):

$$\sum_{j=1}^N \sum_{i=1}^n Q_j K_{ij} V_i \frac{1}{1 - c \sum_{i=1}^n X_i Z_i V_i} \quad (12)$$

1 lentelė. Palangos viešbučių pagrindiniai rodikliai 2008 m.

| Viešbučio klasė | Viešbučių skaičius | Darbuotojų skaičius | Apgyvendinta svečių |                   | Suteikta nakvynių |                   | Užimtumas, proc. |
|-----------------|--------------------|---------------------|---------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
|                 |                    |                     | Iš viso             | Iš jų užsieniečių | Iš viso           | Iš jų užsieniečių |                  |
| 5               | 3                  | 182                 | 13.786              | 5.373             | 33.773            | 16.969            | 35,3             |
| 4               | 5                  | 105                 | 11.154              | 4.209             | 22.362            | 9.268             | 29,6             |
| 3               | 21                 | 312                 | 48.220              | 16.057            | 100.599           | 39.655            | 34,7             |
| 2               | 2                  | 132                 | 8.183               | 1.131             | 58.860            | 5.029             | 57,3             |
| -               | 2                  | 18                  | 611                 | 5                 | 1123              | 10                | 19,6             |

Palangos miesto savivaldybėje 2008 m. veikė 37 viešbučiai, iš kurių 4 Šventosios gyvenvietėje (Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008). Generaline visuma

Čia j – kiekviena turistų kategorija j = nuo 1 iki N; i – kiekviena rūšis verslo šakų i = nuo 1 iki n; Q<sub>j</sub> – visų turistų išlaidų dalis, išleista j tipo turistų; K<sub>ij</sub> – išlaidų dalis, išleista j tipo turistų i tipo verslo šakoje; V<sub>i</sub> – tiesioginės ir netiesioginės pajamos, generuojamos i verslo šakų išlaidų vienetais; X<sub>i</sub> – vietinių namų ūkių vartojimo struktūra (išlaidų dalis i tipo verslo šakoms); Z<sub>i</sub> – vietinių namų ūkių paklausos dalis i verslo šakos produktams ar paslaugoms; c – ribinis polinkis vartoti.

Ši formulė įvertina tiesioginį ir netiesioginį turistų išlaidų poveikį, o multiplikatorius įvertina tik dirbtinį poveikį. Vien šio modelio ir multiplikatorių neužtenka norint įvertinti išlaidų poveikį, dar reikia atlikti įėjimo–išėjimo analizę.

Įėjimo–išėjimo modelis yra pagrįstas keletu prielaidų. Visų pirma ekonomika yra sudaryta iš N sektorių, gaminančių N skirtingų prekių ir vieno sektoriaus, atspindinčio galutinį poreikį (vartojimą). Antra, kiekviena prekė yra gaminama tik vieno sektoriaus. Trečia, tarp sektoriaus pajamų ir gamybos apimčių yra stabilus ir tiesinis ryšys. Ketvirta, yra nuolatinis grįžimas į pradinį tašką, nes nėra jokios išorinės ekonomikos arba neefektyvaus pajamų panaudojimo ir galiausiai nėra jokių tarpinių indėlių pakaitalų (Chang 2001). Įėjimo–išėjimo modelis parodo piniginius santykius tarp vieno sektoriaus ir:

- kito sektoriaus;
- darbo jėgos, nuomos ( pridėtinės vertės);
- galutinių vartotojų, tokių kaip turistai (galutinis poreikis).

## Palangos viešbučių poveikio miesto ekonomikai skaičiavimai

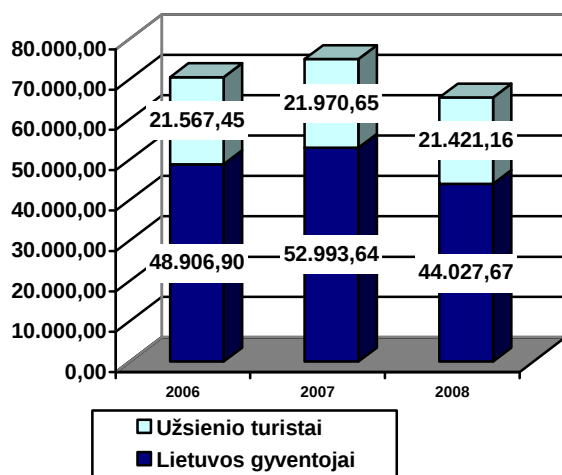
Vertinant apgyvendinimo sektoriaus poveikį Palangos miesto ekonomikai pasirinkta viešbučių sektoriaus analizė, dėl užimamos rinkos dalies apgyvendinant tiek Lietuvos, tiek užsienio svečius. Viešbučiuose 2008 m. apsistojo didžioji dalis – 46,7 proc. visų Palangos svečių, tai yra 93.173 turistai, iš jų 30.908 užsieniečiai (Turizmas 2009). Jie Palangos miesto savivaldybės viešbučiuose praleido 239.398 nakvynių, iš kurių 80.234 nakvynių buvo suteikta užsieniečiams.

pasirinkus 33 Palangos miesto viešbučius, su 5 proc. paklaida nustatyta tyrimo imtis 30 Palangos viešbučių.

Nagrinėjama jų vidutinė kaina, darbuotojų skaičius bei poveikis Palangos miesto ekonomikai. Viešbučiai parinkti atsitiktinės atrankos būdu. Pasirinkta 3 penkių žvaigždučių, 5 keturių žvaigždučių, 19 trijų, 2 dviejų žvaigždučių viešbučiai, 1 neklasifikuotas. 1 lentelėje pateikiamas visų Palangos viešbučių darbuotojų, apgyvendintų svečių, suteiktų nakvynių skaičius ir užimtumas.

Siekiant įvertinti apgyvendinimo sektoriaus poveikį miesto ekonomikai, reikia apskaičiuoti jo tiesioginį, netiesioginį ir dirbtinį poveikius, kurių pirmasis parodo pokyčius dėl turistų išlaidų viešbučių sektoriuje, antrasis sektoriuose, kurie aptarnauja viešbučių sektorių, o trečiasis pokyčius namų ūkių, dirbančių viešbučių sektoriuje, vartojime dėl atlyginimų pokyčių.

Apskaičiavus pagal 1 formulę gaunama, jog 2008 m. viešbučiai iš apgyvendinimo verslo, suteikę 216.718 nakvynių, surinko (tiesioginis apgyvendinimo sektoriaus poveikis) 65 mln. Lt, iš kurių 32,7 proc. sudaro pajamos iš užsienio turistų. Lyginant su 2007 m. tiesioginis apgyvendinimo poveikis sumažėjo – pajamos iš Lietuvos gyventojų sumažėjo 16,9 proc., pajamos iš užsienio turistų – 2,5 proc. Bendras tiesioginis poveikis sumažėjo 12,7 proc. (3. pav.). Daugiausia tam įtakos turėjo sumažėjęs lietuvių turistų skaičius.



3 pav. Tiesioginis viešbučių sektoriaus poveikis 2006-2008, tūkst. Lt

Detaliau vertinant bendrą apgyvendinimo sektoriaus ekonominį poveikį skaičiuojamas netiesioginis ir dirbtinis poveikiai, kurie parodo pokyčius kituose susijusiuose sektoriuose ir namų ūkių vartojime. Dėl duomenų savivaldybių mastu trūkumo apskaičiuoti antrinį poveikį taikant daugelį Keynesian multiplikatorių, specialųjį ar įėjimo-išėjimo modelį nėra įmanoma. Trūksta duomenų apie visų regiono ekonomikos sektorių gamybą ir pirkimus, apie namų ūkių vartojimo sandarą, importą, vietinės valdžios pirkimus ir kita. Taip pat specialiojo („ad hoc“) modelio negalima pritaikyti, nes vietiniai regiono gyventojai nesinaudoja apgyvendinimo paslaugomis.

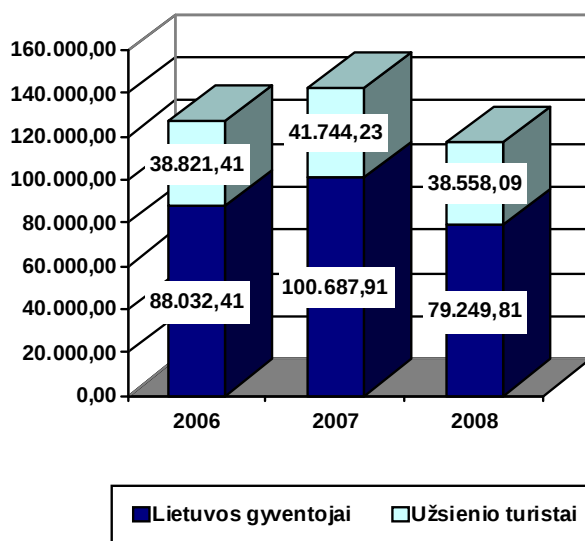
Naudojant Keynesian multiplikatoriaus (4) formulę, kurioje įvertinamas importas, 2008 m. gaunamas multiplikatorius 1,09. Čia importas lygus 0, nes visos

apgyvendinimo paslaugos yra suteikiamos vietinėje ekonomikoje ir nėra importuojamos.

Skaičiuojant multiplikatorių, kuris priklauso nuo tiesioginio ir netiesioginio efekto, naudojama 3 formulė: Ekonominis poveikis skaičiuojamas naudojant 2 formulę.

$$\text{Multiplikatorius}_{2008} = (\text{tiesioginis efektas} + \text{netiesioginis efektas}) / \text{tiesioginis efektas} = (50.421,3 + 41.257,3) / 50.421,3 = 1,8 \text{ (2007 m. – 1,9; 2006 m. – 1,8);}$$

Bendras ekonominis poveikis taip pat kaip ir tiesioginis didžiausias nagrinėjamu laikotarpiu buvo 2007 m. Daugiausia tam įtakos turėjo didelis turistų nakvynių skaičius ir padidėjęs skirtumas tarp viešbučių sektoriaus pajamų ir sąnaudų.



4 pav. Ekonominis Palangos viešbučių poveikis 2008 m

Dėl sunkėjančios ekonominės situacijos 2008 m. ekonominis viešbučių sektoriaus poveikis ženkliai sumažėjo – 17 proc. 2006 m. ekonominis apgyvendinimo sektoriaus poveikis sudarė 126,85 mln. Lt, 2007 m. – 142,43 mln. Lt, o 2008 m. tik 117,81 mln. Lt (4 pav.). Ekonominis poveikis nuo 2006 m. sumažėjo 7 proc.

Lyginant tiesioginio poveikio dalį nuo viso ekonominio poveikio, didžiausia ji buvo 2008 m. ir 2006 m. – po 56 proc., 2007 m. jo dalis sumažėjo iki 53 proc.. Antrinis poveikis, kuris yra lygus ekonominis poveikis minus tiesioginis poveikis, nagrinėjamu laikotarpiu sudarė mažiau nei pusę visų turistų išlaidų. Tai reiškia, kad nuo vieno turisto išleisto lito viešbučių sektoriuje 2008 m. 44 centai atiteko kitiems ekonomikos sektoriams, kurie jiems teikė prekes ir paslaugas.

Dirbtinis poveikis – viešbučių darbuotojų vartojimo pokyčiai dėl pasikeitusių turistų išlaidų, skaičiuojami naudojant viešbučių išlaidas atlyginimams ir ribinį polinkį vartoti. Tiksliai nustatyti dirbtinį poveikį vien tik Palangos regionui taip pat dėl duomenų trūkumo nėra įmanoma, reikia žinoti, kiek viešbučių darbuotojai išleidžia Palangoje pagamintoms prekėms ir paslaugoms įsigyti. Todėl šiame darbe analizuojamas bendras dirbtinis poveikis visiems regionams.

$$\text{Darbuotojų vartojimo išlaidos (Visi Palangos viešbučiai, 2008)} = \text{darbo užmokestis} \times \text{MPC} = 1,03 \times 0,08 = 0,08 \text{ mln. Lt}$$

Lyginant visų viešbučių grupių pagal klasę tiesioginį, netiesioginį ir dirbtinį poveikių dalį bendrame ekonominiame turistų išlaidų poveikyje, didžiausią dalį (daugiau nei 50 proc.) nagrinėjamu laikotarpiu sudaro tiesioginis poveikis, netiesioginis poveikis sudaro 44-47 proc., dirbtinis 0,04-0,58 proc.

Palangoje turistai per 2006, 2007 ir 2008 m. bendrai paliko 210,89 mln. Lt, nuo kurių bendras ekonominis poveikis sudaro 387,09 mln. Lt. Kiekvienas papildomai turistų išleistas litas sukūrė 1,83 Lt ekonominį poveikį, iš kurio 83 centus sudarė antrinis poveikis. 2008 m. vienas turistų išleistas litas sukūrė 1,8 Lt ekonominį poveikį, 2007 m. – 1,9 Lt, 2006 m. – 1,8 Lt.

## Išvados

Apgyvendinimas – tai būtinos apgyvendinti sąlygos ir veikla, kuria tenkinami turisto nakvynės, higienos, maitinimo ir poilsio poreikiai. Apgyvendinimo sektorių sudaro įvairios apgyvendinimo įstaigos, skirstomos į kolektyvinio apgyvendinimo paslaugų teikėjus bei privatų sektorių. Apgyvendinimas yra viena iš turizmo sudedamųjų dalių, užimančių apie 30 proc. turisto paslaugų paketo vertės.

Daugelyje regionų turizmas ir apgyvendinimo sektorius yra svarbus turistų traukos šaltinis. Jie atvykdami į tam tikrą regioną ir apsisotdami apgyvendinimo įstaigoje išleidžia daug daugiau pinigų nei savo mieste ar šalyje. Apgyvendinimo sektorius yra svarbus užsienio valiutos traukos šaltinis bei vietos darbdavys, dalyvauja realizuojant kitų pramonės šakų produkciją. Taip pat daugelis apgyvendinimo įstaigų yra priklausomi nuo vietinių ar aplinkinių įvairių elektros, šilumos, vandens tiekėjų, jos turi įtakos užimtumui tuose sektoriuose, kurie teikia jam prekes ar paslaugas. Galiausiai apgyvendinimo sektoriaus įstaigos tampa traukos centru ir vietiniams gyventojams. Nepaisant to, turizmas gali sukelti ir neigiamą poveikį ekonomikai. Dėl turizmo veiklos koncentracijos atskiruose regionuose ir netinkamo plėtojimo visoje šalyje, galimas kur kas aukštesnis vieno vietovių ekonominis išsivystymas kitų atžvilgiu.

Daugelyje ekonominio poveikio analizių nagrinėjant apgyvendinimo įtaką ekonomikai reikia įvertinti pardavimų, mokesčių, pajamų ir sukurtų darbo vietų su turizmu susijusiose sektoriuose pokyčius. Turizmo ir atskirų jo sektorių įtakai analizuoti dažniausiai naudojami multiplikatoriai. Ekonominiam poveikiui ir multiplikatoriams nustatyti yra naudojamos pagrindinės penkios skaičiavimų technikos, iš kurių daugiausiai literatūroje sutinkami ir praktikoje naudojami yra Keynesian multiplikatoriaus modelis, specialusis modelis („ad hoc model“) ir įėjimo–išėjimo analizė. Keynesian multiplikatoriaus modelis buvo sukurtas tam, kad būtų įvertintos ekonomikos pajamos dėl papildomų turistų išlaidų. Specialieji modeliai, savo principu panašūs į Keynesian, tačiau buvo sukonstruoti specialiai kiekvienai studijai ar analizei, siekiant sumažinti skaičiavimo paklaidas. Įėjimo–išėjimo modelio taikymo pagrindas yra kuo detaliau įvertinti ir nustatyti turizmo įtaką pajamoms ir užimtumui su turizmu susijusiose sektoriuose, analizuojant tarpšakinį regiono pirkimus.

2008 m. viešbučiai iš apgyvendinimo verslo surinko 65 mln. Lt, iš kurių apie 33 proc. sudarė pajamos iš užsieniečių. Didžiausias bendras ekonominis poveikis buvo 2007 m. Dėl sunkežiančios ekonominės situacijos 2008 m. ekonominis viešbučių sektoriaus poveikis sumažėjo 17 proc. Palangoje turistai per 2006, 2007 ir 2008 m. bendrai paliko 210,89 mln. Lt, nuo kurių bendras ekonominis poveikis sudarė 387,09 mln. Lt. Kiekvienas papildomai turistų išleistas litas sukūrė 1,8 karto didesnį ekonominį poveikį, iš kurio 83 centus sudarė antrinis poveikis.

## Literatūra

- Baaijens, S. R., Nijkamp, P., Montfort, K. (1997). Explanatory meta-analysis of tourist income multipliers. *An application of comparative research to island economies*, Faculty of Economics and Econometrics, Vrije Universiteit, Amsterdam. [Žiūrėta balandžio 9 d., 2009], <<http://hdl.handle.net/1871/9738>>.
- Baroniūnaitė, E., Meilienė, E. (2001). *Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai*. [Žiūrėta lapkričio 2 d., 2008], <[http://www.lrti.lt/veikla/bar\\_turizm.doc](http://www.lrti.lt/veikla/bar_turizm.doc)>.
- Chang, W. H. (2001). *Variations in multipliers and related economic ratios for recreation and tourism impact analysis*. Michigan State University [Žiūrėta sausio 14 d., 2009], <[https://www.msu.edu/user/changwe4/dissertationW HC.pdf](https://www.msu.edu/user/changwe4/dissertationW%20HC.pdf)>.
- Cooper, C., Fletcher, J., Wanhill, S., Gilbert, D. (2008). *Tourism – Principles and Practice*, [Žiūrėta balandžio 9 d., 2009], <[http://books.google.lt/books?id=j1Ba76\\_JzaoC&printsec=frontcover#PPA132,M1](http://books.google.lt/books?id=j1Ba76_JzaoC&printsec=frontcover#PPA132,M1)>.
- Cuneo, J. (2008). *Geography and the Multiplier*. [Žiūrėta balandžio 16 d., 2009], <[http://geography.middlebury.edu/data/food\\_mapping/Geography\\_and\\_the\\_Multiplier.doc](http://geography.middlebury.edu/data/food_mapping/Geography_and_the_Multiplier.doc)>.
- Foan, L., Franco, R. (2008). Local Tourism in Guatemala, Honduras, and Nicaragua Technical Note. *Measuring the Local Economic Impact of Tourism*. [Žiūrėta balandžio 16 d., 2009], <[http://www.seepnetwork.org/files/6387\\_file TN Econ Impact.pdf](http://www.seepnetwork.org/files/6387_file_TN_Econ_Impact.pdf)>.
- Gratzer, M. (2003). *Changes in the Travel and Tourism Industry Caused by the Internet – Competitive Advantage for the SME Accommodation Sector in Austria?* University of Vienna. [Žiūrėta sausio 8 d., 2009], <[http://www.cs.univie.ac.at/upload/dissertations/00000.phd\\_markus\\_gratzer.pdf](http://www.cs.univie.ac.at/upload/dissertations/00000.phd_markus_gratzer.pdf)>.
- Loutfi, M., Moscardini, A. O., Lawler, K. (2000). *Using System Dynamics to analyse the Economic Impact of Tourism Multipliers*. [Žiūrėta balandžio 16 d., 2009], <<http://www.systemdynamics.org/conferences/2000/PDFs/loutfi35.pdf>>.
- Medlik, S., Ingram, H. (2000). *The business of hotels, Great Britain, Butterworth Heineman*. [Žiūrėta spalio 2 d., 2008], <[http://books.google.com/books?hl=lt&lr=&id=Q3n6Oy\\_2lNMC&oi=fnd&pg=PR9&dq=accommodation+influence+economy&ots=e2aSPoQUyA&sig=Y1P2D4x6wMg9JotgjNsGKwdoL1I#PPA5,M1](http://books.google.com/books?hl=lt&lr=&id=Q3n6Oy_2lNMC&oi=fnd&pg=PR9&dq=accommodation+influence+economy&ots=e2aSPoQUyA&sig=Y1P2D4x6wMg9JotgjNsGKwdoL1I#PPA5,M1)>.
- Petrilovskaja, K., Miškinis, A. (2007). 2007 atvykstamojo turizmo Lietuvoje konkurencingumas Baltijos šalių kontekste *Ekonomika*, Vol. 79, 142-155.
- Spirajėvas, E. (2004). Turizmo sektoriaus struktūra ir geografinės sąveikos Kuršių marių pakrančių regione. *Tiltai*, Vol. 4, 41-51.
- Svetikienė, I. (2002). *Turizmo marketingas*. Vilniaus kolegija, Vilnius.

- Zhang, J., Rassing, C. R. (2000). *Tourism Impact Studies*. The Case of Bornholm, Bornholm Forkingscenter.
- Žabalinas, L., Skarbalius, D. (2004). Atvykstamojo turizmo įtaka šalies ekonomikai. *Studentų mokslinė konferencija „Jaunasis mokslininkas“*, Lietuvos žemės ūkio universitetas [Žiūrėta balandžio 21 d., 2009], <[http://www.lzuu.lt/jaunasis\\_mokslininkas/smk\\_2004/Ekonomika/Zabaliunas\\_Linas.htm](http://www.lzuu.lt/jaunasis_mokslininkas/smk_2004/Ekonomika/Zabaliunas_Linas.htm)>.
- Папирян, Г. А. (1999). *Международные экономические отношения: Экономика туризма. Финансы и статистика*, Москва.
- Turizmas 2008. Lietuvos Turizmo departamentas [Žiūrėta balandžio 16 d., 2009], <[http://www.tourism.lt/turizmo\\_statistika/TURIZMAS\\_apzvalga\\_uz%202008\\_UM.doc](http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/TURIZMAS_apzvalga_uz%202008_UM.doc)>.
- Viešbučių ir turizmo įmonių statistika 2008 IV, Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. [Žiūrėta gegužės 3 d., 2009], <[http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/66\\_Viesb\\_tur\\_2008\\_IV.pdf](http://www.stat.gov.lt/uploads/docs/66_Viesb_tur_2008_IV.pdf)>.
- Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymo pakeitimo įstatymas, 2002. [Žiūrėta kovo 25 d., 2009], <[http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc\\_l?p\\_id=197451](http://www3.lrs.lt/pls/inter2/dokpaieska.showdoc_l?p_id=197451)>.

## THE HOTEL SECTOR ECONOMIC EFFECT FOR PALANGA TOWN ECONOMY

### Summary

There is analyzed the meaning of accommodation in this article. Also there is described the part that accommodation meaning takes in the tourism industry and listed characteristics that describe the constitution of accommodation service. Accommodation service is one of the main and most important elements during the travelling tourist vacation. The expenses of the accommodation usually appear about 30 percent from whole tourism service package value. One of the most popular type of accommodation that tourist usually choose is hotels. Hotels offer to tourists full service packages that include various services and attract tourists. The sector of accommodation attracts tourists that usually bring currency into the tourism

places and coming tourists bring more income into the whole region economy. First of all successful accommodation services allow to employ more workers and that means that in the area appear more work places and decreases unemployment figures. Also successful tourism industry help to sell to tourists directly or indirectly lots of other industries products like energy, water, food, souvenirs, textiles and etc. There is analyzed one of the most important resorts of Lithuania – Palanga hotel sector in this article. We analyze situation and how money that tourists spend during their vacation in town can affect hotels and whole town economy. There are introduced instruments that help to evaluate effect of the tourism for the economy. Total accommodation impact to local economy can be estimated by counting direct and secondary effects. The secondary effect is comprised from induced and indirect effects. We introduce multipliers and input-output model as methods that many authors use to evaluate the total economy impact to local region. There is more widely introduced an effect of multiplier that appears in local economy when tourists (foreigners either tourists from other country municipalities) arrive and start spending money for accommodation. The expenses they make allow hotels and other accommodation service suppliers to increase their income and also income increase for all the resort companies that supply various services including those that are indirectly related to tourism. This analysis evaluates the changes in various sectors that appear after income from tourist changes, analyzed influence of accommodation sector towards local economy. This study analyses tourists' expenditures impact to one of the most important resort of Lithuania – Palanga hotel sector. It estimates direct, indirect and induced effects. There was found out in this article that Palanga hotels during 2008 received 65 million litas income which 33 percent came from foreign tourists. Although the greatest total economical effect was during 2007. Because of the slowed down economy during 2008 the total economical effect reduced by 17 percent. During period from 2006 up to 2008 tourist in Palanga spend 210.89 million litas. The total economic effect of above mentioned amount of tourist spending made 387.09 million litas. Every litas that tourist spend made 1.8 times bigger economics effect from which 83 cents were secondary effect.

**KEYWORDS:** accommodation sector, multipliers effect, direct effect, indirect effect, economic effect.

---

**Henrika Šakienė**, Klaipėdos universiteto lektorė, Vakarų Lietuvos verslo kolegijos lektorė, Kauno Technologijos universiteto doktorantė. Socialiniai mokslai, ekonomika. Šilutės pl.2, Klaipėda. Telefonas (8 68) 65 21 44. El. paštas [henrika.sakiene@gmail.com](mailto:henrika.sakiene@gmail.com).

**Kristina Zovytė**, Klaipėdos universitetas, bakalauros. Socialiniai mokslai, ekonomika. El. paštas [kristina.zovyte@yahoo.com](mailto:kristina.zovyte@yahoo.com).