

KLAIPĖDOS UNIVERSITETO
SVEIKATOS MOKSLŲ FAKULTETO
SPORTO, REKREACIJOS IR TURIZMO KATEDRA

COVID-19 PANDEMIJOS ĮTAKA TURIZMO
INDUSTRIJAI LIETUVOJE :
KELIONIŲ ORGANIZATORIŲ ATVEJIS

Rekreacijos ir Turizmo Vadybos studijų programos

Magistro baigiamasis darbas

Autorius : DMSRT19, stud. Rima Karsokienė

Vadovas : Dėst. Prof. Dr. Leta Dromantienė

Klaipėda, 2021m.

Magistro baigiamųjų darbų lydraštis

Pildo magistro baigiamojo darbo autorius

(magistro baigiamojo darbo autoriaus vardas, pavardė)

COVID-19 PANDEMIJOS ĮTAKA TURIZMO INDUSTRIJAI LIETUVOJE : KELIONIŲ ORGANIZATORIŲ ATVEJIS

(magistro baigiamojo darbo pavadinimas lietuvių kalba)

Patvirtinu, kad magistro baigiamasis darbas parašytas savarankiškai, nepažeidžiant kitiems asmenims priklausančių autorių teisių, visas baigiamasis magistro darbas ar jo dalis nebuvo panaudotas Klaipėdos universitete ir kitose aukštosiose mokyklose.

(magistro baigiamojo darbo autorius ir parašas)

Sutinku, kad magistro baigiamasis darbas būtų naudojamas neatlygintinai 5 m. Klaipėdos universiteto studijų procese.

(magistro baigiamojo darbo autorius ir parašas)

Pildo magistro baigiamojo darbo vadovas

Magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

.....
(data)

.....
(magistro baigiamojo darbo vadovo vardas, pavardė ir parašas)

Pildo katedros / centro, kuruojančios studijų programą, administratorius (sekretorius)

Baigiamasis darbas įregistruotas katedroje (centre)

(data)

(katedros sekretorės vardas, pavardė ir parašas)

Pildo katedros / centro, kuruojančios studijų programą, vedėjas

Magistro baigiamąjį darbą ginti

(įrašyti – leidžiu arba neleidžiu)

(data)

(katedros / centro vedėjo vardas, pavardė ir parašas)

Recenzentu (-ais) skiriu

(įrašyti recenzento (ų) vardą, pavardę)

(data)

(katedros / centro vedėjo vardas, pavardė ir parašas)

PADĖKA

Nuoširdžiai dėkoju Klaipėdos Universitetui už suteiktą galimybę mokytis, taip pat visiems Sporto, Rekreacijos ir Turizmo katedros dėstytojams už perduotas žinias, kantrybę bei išradingumą organizuojant paskaitas ir jas dėstant nuotoliniu būdu.

Dėkoju visiems ekspertams už interviu skirtą laiką ir už neįkainojamą informaciją, kuri padėjo atlikti tyrimo procesą rengiant Magistro baigiamąjį darbą. Taip pat besąlygiškai dėkoju visiems kelionių entuziastams ir įvairių kelionių internetinių puslapių blogeriams taip gausiai dalyvaujant keliautojų apklausoje ir teikiant pagalbą jos platinime. Ypatingai norėčiau paminėti gerb. Robertą Pogorelį ir jo asmeninį kelionių blogą „Mokėk keliauti“, kuriame teikiama įvairi naudinga ir aktuali su kelionių organizavimu susijusi informacija. Taip pat dėkoju Robertui už pastangas ir pagalbą užmezgiant kontaktą su interviu dalyvavusiais kelionių ekspertais.

Pačią nuoširdžiausią padėką reiškiu savo baigiamojo darbo vadovei – gerb. Prof. Dr. Letai Dromantienei už tikėjimą, ryžtą, paramą, suteiktas konsultacijas ir rekomendacijas.

Padėką noriu baigti kelionių verslo koučerio, meetings.com CEO ir viešbučių tinklo Hotelplanner.com Prezidento Bas Lemmens išsakyta mintimi : „Žmonės turi trumpą atmintį ir vėl keliaus. Keliauti – reiškia gyventi“ (People have a short memory and will travel again. Travel belongs to life!).

SANTRAUKA

Karsokienė R. Covid-19 pandemijos įtaka turizmo industrijai Lietuvoje: kelionių organizatorių atvejis. Rekreacijos ir Turizmo Vadybos Magistrantūros studijų programos baigiamasis darbas. Darbo vadovė prof. Dr. L. Dromantienė, Klaipėdos universitetas: Klaipėda, 2021.

Raktiniai žodžiai : *Covid-19 pandemija, turizmo industrija, kelionių organizatoriai*

Darbo aktualumą lemia tai, kad turizmo industrija išgyvena patį sunkiausią laikotarpį savo istorijoje dėl 2020m. sausio 30d. Pasaulio Sveikatos Organizacijos paskelbtos Covid-19 krizės, kuri palaiptu virto ir 2020m. kovo 11d. buvo įvardinta pasauline pandemija. Kelionių suvaržymai, įvesti siekiant sustabdyti viruso plitimą, pragaištingai paveikė visą turizmo industriją tiek visame pasaulyje, tiek ir Lietuvoje. Turizmas – itin svarbi pasaulio ekonomikos infrastruktūros dalis, Jungtinių Tautų Pasaulio Turizmo Organizacijos duomenimis, generuojanti 10 proc. bendrojo vidaus produkto (BVP) ir išlaikanti 1 iš 10 visų pasaulio darbo vietų. Turizmo sektorius yra labai dinamiškas, reikalaujantis greitos reakcijos į kintančią aplinką bei rinką. Tačiau taip pat turizmas yra labiausiai Covid-19 pandemijos paveiktas sektorius. Pasklidus Covid-19 pandemijai, VVTAT duomenimis, kelionių organizatoriai Lietuvoje per 2020m. 01-12 mėn. patyrė 9,5 mln. Eur nuostolių, o jų pajamos vidutiniškai krito 58proc. Pirmoje šio magistrinio tyrimo dalyje yra analizuojamas Covid-19 poveikis kelionių organizatoriams ir jų tarpininkams. Taip pat ekonominiai, politiniai ir socialiniai faktoriai, įtakoję kelionių organizatorius priimti sprendimus tolesnėms veiklos vystymo strategijoms. Darbo tikslas – išanalizuoti kelionių organizatorių veiklos startegijas bei keliautojų elgsenos ir pasirinkimo motyvus pandemijos metu ir pateikti apjungtus veiklos restruktūrizavimo modelius kelionių organizatoriams.

Tyrimo metodologija susideda iš mokslinės, dokumentinės ir statistinės literatūros, susijusios su Covid-19 įtaka kelionių organizatoriams, analizės, taip pat kokybinio ekspertų, atstovaujančių 6 didžiausius kelionių organizatorius Lietuvoje, interviu, kiekybinės keliautojų apklausos, bei mišrios abiejų naudotų metodų gautų duomenų analizės. Gautų pirminių duomenų rezultatai parodė, kad pandemija įtakojo abu šiuos turizmo industrijos segmentus daugiau nei 80proc. Toliau abiejų tyrimų rezultatai pristatomi trečiojoje darbo dalyje. Pabaigoje iš gautų duomenų pateiktas restruktūrizacijos modelis, nes sklandus ir savalaikis restruktūrizavimo procesas leidžia laikinų sunkumų turinčioms įmonėms performuoti savo veiklą, keičiant įmonės strategiją, atsisakant nepelningų veiklos formų ir koncentruojantis ties efektyviausiomis.

SUMMARY

Karsokiene R. The Impact of COVID-19 Pandemic on Tourism Industry in Lithuania: The Case of Tour Operators. Master's degree Thesis of Recreation and Tourism Management. Supervisor Prof. Dr. L. Dromantiene, Klaipėda university: Klaipėda, 2021.

Key words : *Covid-19 pandemics, tourism industry, impact, tour operators*

The relevance of this Master thesis is that Covid-19 pandemic, which has been announced by WHO (World Health Organisation) on the 30th of March, 2020, has caused blockages in all economic sectors, but tourism is the most extremely affected. It is difficult to estimate the real impact of the pandemic on international tourism. According to UNWTO (United Nations World Tourism Organization), prior to the pandemic, tourism sector generated 10% of global GDP (Gross Domestic Product) and accounted for 1 in 10 jobs worldwide. Quarantine measures, flight cancellations, bans and border closures are expected to significantly reduce tourism for several years ahead. Every country in the world has been affected by the pandemics, including Lithuania. This article presents the effects caused by the Covid-19 pandemic on the tourism sector in Lithuania, particularly on tour operators and travel agencies. Tourism is a fast changing industry which depends on many external and internal factors, which have been analysed in the first part of this thesis. These are economical, political and social factors, although highly competitive market and fast changes during the pandemics obliged tour operators and travel agencies to look for new ways and better solutions to create value for their customers and to stay competitive in the market. The aim of this work is to look at the perspectives of tour operators in an outgoing tourism market in Lithuania through the analysis of tour operators and travellers and to suggest the possibilities for its further successful development.

The research methodology consists of scientific literature, documentary and statistical data, regarding the effects of the coronavirus pandemic on the tourism sector, analysis, also qualitative research of 6 largest tour operators in Lithuania, quantitative research of travellers in Lithuania and the entification of both results. The results underline that Covid-19 pandemic has affected both tourism industry segments for more than 80%. Further along, business development theory and its strategy, strategic possibilities and competitiveness are being analysed, as well as business model and tourism concepts are being suggested. The results of both surveys are presented accordingly. At the end of this thesis conclusions and suggestions of business development strategies for tour operators are introduced.

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Šalių, labiausiai paveiktų Covid-19, dešimtukas	15
2 lentelė. Turizmo generuojamas BVP pasaulyje	17
3 lentelė. Kruizinių laivų keleivių skaičius globaliai	18
4 lentelė. Aviacijos nuostoliai pagal žemynus	19
5 lentelė. Kelionių organizatorių ir agentūrų analizė Lietuvoje	24
6 lentelė. Turizmo generuojamas bendras vidaus produktas Lietuvoje	25
7 Lentelė. Turizmo produkcija, palyginti su bendrąja produkcija 2019m.	26
8 lentelė. Dirbančiųjų kelionių organizavimo įmonėse ir kelionių agentūrose skaičius	26
9 lentelė. Išvykstamasis, atvykstamasis ir vietinis turizmas, kai keliones organizuoja ir paslaugas teikia turizmo įmonės	27
10 lentelė. Ekspertų vertinimo kriterijai	37
11 lentelė. Kokybinio tyrimo procesas	39
12 lentelė. Interviu klausimyno kategorijos ir subkategorijos	42
13 lentelė. Nuomonė apie Covid-19 poveikį kelionių organizavimo veiklai	43
14 lentelė. Nuomonė apie vartotojų elgseną ir jų pasirinkimo variantus	45
15 lentelė. Nuomonė apie įmonės veiklos perspektyvas	49
16 lentelė. Covid-19 pandemijos įtaka respondentų kelionių planams ir organizavimo įpročiams	55
17 lentelė. Kelionių pasirinkimo kryptys pagal amžiaus grupes	58
18 lentelė. Pasirinkimo krypčių statistinio reikšmingumo palyginimas	58
19 lentelė. Svarbiausi kriterijai renkantis kelionę pagal amžių	59
20 lentelė. Kriterijų renkantis kelionę pagal amžių statistinio reikšmingumo palyginimas	60
21 lentelė. Kelionių planavimas jei būtų įvesti skiepų pasai	61
22 lentelė. Kelionių planavimo, jei būtų įvesti skiepų pasai, statistinio reikšmingumo palyginimas	61

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 pav. Paveiktų šalių sąrašas	16
2 pav. Covid-19 įtaka turizmo industrijai pagal žemynus	18
3 pav. Mėnesinė viešbučių užimtumo statistika pasaulyje nuo 2018.01 iki 2020.03	20
4 pav. Apgyvendinta turistų ir suteikta nakvynių Lietuvos apgyvendinimo įstaigose 2019-20m.	28
5 pav. Išvykstančiųjų kelionių tikslai 2020m.	30
6 pav. Apklausa "Covid-19 pandemijos įtaka turizmo industrijai Lietuvoje" rezultatai	37
7 pav. Respondentų demografinės charakteristikos	38
8 pav. MITA turizmo įmonių finansavimas pagal veiklas	51
9 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį	53
10 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių	54
11 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal Covid-19 pandemijos įtaką jų kelionių planams	54
12 pav. Respondentų veiksmai su įsigyta kelione pasikeitus planams	55
13 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal kelionės organizavimą	56
14 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal kelionių organizavimo įpročius	56
15 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal ketinimus keliauti artimiausiu metu	57
16 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal kelionių pasirinkimo kryptis 2021metams	57
17 pav. Kriterijų svarba renkantis kelionę	59
18 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal apsisprendimą keliauti, jei būtų įvesti skiepų pasai	60
19 pav. Kokybinio ir kiekybinio metodų rezultatų palyginimo modelis	62
20 pav. Kelionių organizatorių sėkmingos restruktūrizacijos modelis	64

PAGRINDINĖS SĄVOKOS

Apsauga nuo kelionių organizatoriaus nemokumo – garantijos, užtikrinančios keliautojui galimybę susigrąžinti sumokėtus pinigus ir (arba) būti gražintam į pradinę išvykimo vietą tuo atveju, jei paslaugų tiekėjas taptų nemokus. (Lietuvos Standartizacijos Departamentas. Turizmo paslaugos. Kelionių agentūros ir kelionių organizatoriai. Terminija. Vilnius, 2009, p.13.)

COVID-19 ir SARS-CoV-2 - 2019 m. naujas koronavirusas (2019-nCoV), pavadintas sunkaus ūminio respiracinio sindromo koronavirusu-2 (SARS-CoV-2), o šio viruso sukeliama liga nuo šiol vadinama COVID-19. (www.sam.lrv.lt, 2020).

Keliautojas – asmuo, keliaujantis iš vienos vietos į kitą, kurioje jis negyvena. (Lietuvos Standartizacijos Departamentas. Turizmo paslaugos. Kelionių agentūros ir kelionių organizatoriai. Terminija. Vilnius, 2009, p.16.)

Kelionių agentūra - juridinis asmuo, kuris nėra kelionių organizatorius, bet parduoda ar siūlo įsigyti kelionių organizatoriaus sudarytas turistines keliones (LR turizmo įstatymas, 2020).

Kelionių organizatorius - fizinis arba juridinis asmuo, kuris sudaro ir parduoda organizuotą turistinę kelionę tiesiogiai, per kelionių pardavimo agentą ar kartu su kelionių pardavimo agentu arba perduoda turistui duomenis kitam turizmo paslaugų teikėjui (LR turizmo įstatymas, 2020).

Krizė (ekonominiu atžvilgiu) - gamybos ciklo fazė, einanti po pakilimo; ekonomikos sutrikimas, smukimas. (Tarptautinių žodžių žodynas, Vilnius, 2013, p. 462).

Pandemija - naujos ligos išplitimas pasauliniu mastu, globalaus masto epidemija. Pandemijomis dažniausiai apibūdinamos tokios plačiai išplitusios ligos, kurios paveikia žmones, sukelia ženklų sveikatos sutrikdymą ir geba būti perduodamos nuo žmogaus žmogui. (Tarptautinių žodžių žodynas, Vilnius, 2013, p. 576).

Verslo restruktūrizacija - visuma įstatymo nustatytų procedūrų, kuriomis siekiama išsaugoti ir plėtoti įmonės veiklą, sumokėti skolas ir išvengti bankroto, gaunant kreditorių pagalbą, taikant ekonomines, technines, organizacines ir kitas priemones (LR Seimas, 2010, Teisės aktas Nr. XI-978).

Turizmo industrija - tiesiogiai su turistine veikla susijusių biznio, malonumo ir laisvalaikio veiklos prekių ir paslaugų, kada būtina išvykti iš gyvenamosios vietos, teikiančių įmonių visuma. (Lietuvos Standartizacijos Departamentas. Turizmo paslaugos. Kelionių agentūros ir kelionių organizatoriai. Terminija. Vilnius, 2009, p.19.)

TURINYS

SANTRAUKA	1
SUMMARY	2
ĮVADAS	7
1. COVID-19 PANDEMIJOS ĮTAKOS TURIZMO INDUSTRIJAI TEORINĖ ANALIZĖ	12
1.1. Pagrindinių tyrimo sąvokų conceptualizacija	12
1.2. Covid-19 įtakos pasaulio ekonomikai, įskaitant turizmo industriją, tyrimų analizė	15
1.3. Istorinių krizių įtakos turizmo industrijai apžvalga	21
1.4. Pandemijos įtakos kelionių organizatoriams Lietuvoje identifikavimas	23
1.4.1. Kelionių organizatorių ir agentūrų, bei jų veiklos vertinimo analizė	23
1.4.2. Covid-19 poveikio kelionių organizatoriams vertinimas	27
1.4.3. Kelionių organizatorių tyrimo teorinio modelio pagrindimas	33
2. COVID-19 ĮTAKOS KELIONIŲ ORGANIZATORIAMS TYRIMO METODOLOGIJA	34
2.1. Tyrimo modelį sudarantys tyrimo metodai	34
2.2. Tyrimo imties charakteristikos	36
2.3. Tyrimo instrumento pagrindimas ir eiga	39
2.4. Tyrimo etika	41
3. KELIONIŲ ORGANIZATORIŲ IR JŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ ELGSENOS TYRIMO REZULTATAI	42
3.1. Pandemijos įtaka kelionių organizatoriams: 'X1', 'X2', 'X3', 'X4', 'X5' ir 'X6' atvejų kokybinės apklausos analizė	42
3.2. Kiekybinio keliautojų apklausos tyrimo rezultatų vertinimas	53
3.3. Tyrimo rezultatų interpretacija ir taikymo galimybės	61
IŠVADOS	66
REKOMENDACIJOS	68
LITERATŪRA	70
PRIEDAI	82

ĮVADAS

Temos aktualumas.

Turizmo industrija išgyvena patį sunkiausią laikotarpį savo istorijoje dėl 2020m. sausio 30d. Pasaulio Sveikatos Organizacijos (angl. World Health Organisation (WHO), - toliau PSO) paskelbtos Covid-19 krizės, kuri palaipsniui virto ir 2020m. kovo 11d. buvo įvardinta pasauline pandemija. PSO 2020m. kovo 17d. situacijos ataskaitoje Nr 57 žymima, kad pandemija jau pasireiškė visuose penkiuose žemynuose (2020). Globalizacija ir tarptautinis žmonių judėjimas sudarė palankias sąlygas virusui plisti tarpvalstybiniu mastu. Prie šios visuomenės sveikatos krizės prisidėjo žmonių kelionės. Į keletą šalių atvykę užsikrėtę asmenys palaipsniui perdavė virusą kitiems žmonėms, kas sukėlė vietinius protrūkius. Nutrūkus viruso perdavimo grandinės ir kelionių sąsajoms, sparčiau intensyvėjo viruso perdavimas vietoje, kas darė didelį spaudimą sveikatos priežiūros sistemoms.

PSO Direktorius Dr T.A. Gebrejesus savo pranešime 2020m. kovo 13 d teigė, kad Covid-19 pandemijos epicentre 2020m. kovo mėnesį buvo atsidūrusi Europos Sąjunga (Pasaulio Sveikatos Organizacija [PSO] Nr. 54, 2020). Valstybės narės ėmėsi įvairių drastiškų priemonių užkirsti kelią viruso plitimui. Kaip teigia N. Fernandes, buvo sustabdyta aviacija ir darbuotojų prašoma išeiti nemokamų atostogų (2020), smarkiai apribota apgyvendinimo sektoriaus veikla, kas atitinkamai apsunkino ir kelionių organizavimo verslą. Nors kelionių apribojimai, PSO nuomone, „paprastai nėra efektyviausia kovos su pandemija priemonė“ (Europos Sąjungos Komisijos Komunikatas [ESKK], 2020, 1p.), Europos Sąjunga (toliau ES) ir valstybės narės dėl spartaus Covid-19 plitimo privalėjo imtis skubių, neatidėliotinių ir suderintų veiksmų, kad būtų ne tik užtikrinta gyventojų sveikatos apsauga, bet ir užkirstas kelias tolesniam viruso plitimui iš ES į kitas šalis. 2020m. kovo 16d. Briuselyje tarp valstybių - narių pasirašytas komunikatas, ribojantis nebūtinias keliones iš trečiųjų valstybių į ES erdvę, įskaitant ir Didžiąją Britaniją (ESKK, 2020).

Kelionių suvaržymai, įvesti siekiant sustabdyti viruso plitimą, pragaištingai paveikė visą turizmo industriją tiek Eurpos Sąjungoje, tiek visame pasaulyje. Turizmas – itin svarbi pasaulio ekonomikos infrastruktūros dalis, Jungtinių Tautų Pasaulio Turizmo Organizacija (angl. United Nations World Tourism Organisation (UNWTO), - toliau JTPTO) duomenimis generuojanti 10 proc. bendrojo vidaus produkto (toliau BVP) ir išlaikanti 1 iš 10 visų pasaulio darbo vietų. Prasidėjus pandemijai vien Europos Sąjungoje iškilo rizika netekti 13-os milijonų darbo vietų. Kaip pranešė Europos Turizmo Komisijos (toliau ETK) vadovas E. Santander savo interviu Portugalijos Lusa Naujienų agentūrai, redaguotame A. Ani ir išspausdintame Free Press Journal, ES parama savo narėms, reikalinga turizmo sektoriui atgaivinti po koronaviruso pandemijos, įvertinta 255 mlrd. Eur.

Dar maždaug 120 mlrd. Eur sudarys papildomos investicijos, kurios turėtų padėti turizmu besiverčiantiems verslininkams atsigauti (2020).

Lietuvoje, prasidėjus Covid-19 pandemijai, susiklostė panaši situacija kaip ir kitose ES narėse: valstybė užsidarė sienas, buvo laikinai sustabdyta apgyvendinimo ir viešojo maitinimo sektorių veiklos, įvesti griežti draudimai pramogų verslui, atitinkamai sustojo arba buvo apribota kelionių organizatorių veikla. Portalo „Versli Lietuva“ duomenimis atvykstamasis turizmas Lietuvoje sugeneruoja apie 1 milijardą eurų pajamų per metus, išvykstamasis turizmas – 300 mln. Apie 80 proc. turizmo industrijos sudaro smulkusis ir vidutinis verslas, o šiame sektoriuje dirba apie 48 tūkst. žmonių (2020). Įvairūs apribojimai dėl koronaviruso padarė didelę įtaką turizmo industrijai šalyje – 2020m. vasario viduryje ši industrija susidūrė su krize, kuri vis dar gilėja. Įvairių sričių ekspertai tvirtina, kad Lietuvos ir viso pasaulio mastu yra ieškoma priemonių, kaip padėti turizmo sektoriui bei jo vartotojams. Dėl Covid-19 pandemijos sustojusiam turizmo verslui Lietuvos Vyriausybė skyrė 45 mln. Eur paramos paketą. Iš Vyriausybės plane numatytų priemonių 15 mln. Eur skirta atvykstamajam ir vietiniam turizmui skatinti, o 30 mln. Eur – paskoloms. Kad turizmas Lietuvoje atsigtų greičiau, Vyriausybė taip pat paruošė papildomą paramos paketą, kurį sudaro trys dalys – likvidumo užtikrinimas, paklausos skatinimas ir sektoriaus transformavimas.

Magistro baigiamojo darbo tema aktuali, nes temos konceptus analizuojantys tyrimai - vieni iš pirmųjų nagrinėjantys Covid-19 įtaką kelionių organizatoriams Lietuvoje apimant 2019-2021m. Darbe taip pat gvildinama vykdoma Lietuvos Vyriausybės politika bei šiuo metu taikomos priemonės - ne tik teoriniu, bet ir praktiniu, per pačių kelionių organizatorių ir keliautojų prizmę, aspektu. Analizuojamas laikotarpis taip pat pasižymi Lietuvos didžiųjų kelionių organizatorių ekonominiu augimu po 2008-2009m. vykusios pasaulinės ekonominės krizės; nuosmūkiu 2020m., prasidėjus pandemijai, ir su 2021m. atsigavimu susijusiais pokyčiais turizmo verslo rinkoje. Taip pat darbe analizuojami aktualiausi ir naujausi veiksniai Europoje ir pasaulyje, kurie daro įtaką keliones parduodančių įmonių restruktūrizacijai.

Temos mokslinis iširtumas ir naujumas.

Darbo naujumą ir originalumą atspindi tai, kad Covid-19 pandemija ir jos įtaka pasaulio ekonomikai, įskaitant ir turizmo industrijos sektorių, prasidėjo tik 2019m. pabaigoje, Kinijoje, Wuhan miesto (Hoque, Shikgha, Hasanat, Arif ir Hamid, 2020), o 2020m. gegužės 21d., „WorldoMeters“ duomenimis, šiuo virusu jau sirgo daugiau nei 5 mln. žmonių visame pasaulyje. Praėjus beveik metams, 2021m. kovo 3d., pasaulyje jau sirgo virš 115 mln. žmonių ir skaičiuojama virš 2,5 mln. mirčių. Atliekamas keliautojų monitoringas tik apsunkino sveikatos sistemą, tačiau nesustabdė besimptomės transmisijos (Mayers, Snyder ir Porse, 2020). Labiausiai paveiktų šalių

dešimtuką 2021m. vasario 22d. sudarė JAV, Indija, Brazilija, Rusija, Ispanija, Didžioji Britanija, Italija, Prancūzija, Vokietija ir Turkija. Pasaulio statistikos „Statista“ 2021m. kovo 3d. duomenimis, labiausiai nuo Covid-19 nukentėjusios šalys, pagal turizmo generuojamą BVP Europos Sąjungoje, buvo Ispanija, Italija, Vokietija, Didžioji Britanija ir Prancūzija (Statista, 2021). Anot K.M.Haywood (2020), šiuolaikinis turizmas reikalauja skubaus tyrimo (angl. interrogation) bei vidinių ir išorinių resursų analizės. Rinkos pokyčių suvokimas yra esminis veiksnys, kelionių agentūroms leidžiantis išlikti versle. Iššūkius taip pat sukelia ir technologinė pažanga, kurią skatina tiek pačių technologijų tobulėjimas, tiek saugumo aspektai pandemijos metu (Klonowska ir Bindt, 2020).

Akivaizdi turizmo industrijos krizė pasauliniu mastu sulaukia pelnyto įvairių mokslo tyrinėtojų dėmesio, tačiau ji nėra pirmoji. “Pasaulyje vykstantys karai, teroristų išpuoliai, klimato atšilimas ir kitos stichinės nelaimės sąlygoja turizmo krizių atsiradimą visame pasaulyje” (Jucaitytė ir Maščinskienė, 2012, p.1076). Turizmas jau išgyveno tokias krizes kaip JAV 2001m Rugsėjo 11-ios, kitas teroristines atakas, Didžiąją Finansinę krizę 2008m. ir Didžiąją Depresiją XIX a. pradžioje. Z. Maditinos (2008) išskiria keturias krizių susidarymo priežastis: terorizmas, stichinės nelaimės, politiniai neramumai arba karai, bei pandemijos. N. A. Bakar (2020) teigimu, šios pandemijos padariniai turizmui suteiks didesnę dekrementinę poveikį nei kita kada nors nutikusi finansinė krizė. Bet kokia krizė skatina aktyviai imtis veiksmų turizmo plėtotei vietovėse, kuriose įvyko kriziniai įvykiai. Tačiau Covid-19 metu susidariusiai situacijai įvertinti, suvaldyti ir rasti sprendimų jai gerinti arba dalinai regeneruoti, viso pasaulio mokslininkai, gydytojai, įvairių ekonomikos sričių ekspertai ir kiti specialistai vienija jėgas atlikinėdami tyrimus ir skelbdami rezultatus savo moksliniuose darbuose.

Tyrimo problema:

Covid-19 sukelta turizmo industrijos krizė, šiuo atveju kelionių organizatoriams, yra akivaizdi, kuriami sprendimai, tačiau veiklos principų ir sprendimų realizavimo sąlygos ir galimybės išlieka problematiškos.

Ginamasis teiginys:

Kelionių organizavimo verslas Lietuvoje privalės restruktūrizuotis.

Tyrimo objektas:

Covid-19 pandemijos įtaka kelionių organizavimo verslui Lietuvoje.

Darbo tikslas:

Nustatyti kaip Covid19 paveikė kelionių organizavimo verslą bei jo vartotojus ir išnagrinėti konkrečius atvejus Lietuvoje.

Darbo uždaviniai :

1. Identifikuoti tyrimo konceptus ir ankstesnių krizių įtaką turizmo industrijai.
2. Atskleisti Covid-19 įtakos pasaulio ekonomikai, įskaitant turizmo industriją, padarinius.
3. Išanalizuoti kelionių organizavimo rinką ir vyriausybės pagalbos paketus Lietuvoje.
4. Išanalizuoti Covid-19 įtaką kelionių organizatoriams ir jų paslaugų vartotojams Lietuvoje.
5. Tyrimo rezultatų pagrindu pateikti kelionių organizavimo veiklos principų metamorfozes.

Tyrimo metodai, imtis ir organizavimas:

Baigiamajame darbe naudojami metodai atrinkti atsižvelgiant į jo esmę bei eigą, siekiant geriausiai atskleisti tikslą bei uždavinius. Panaudoti metodai taip pat padėjo tinkamai interpretuoti atlikto tyrimo duomenis bei suformuluoti tinkamas išvadas bei rekomendacijas. Įvertinus darbo specifiką ir ypatumus buvo pasirinkti šie metodai:

1) mokslinės ir teisinės literatūros analizė, siekiant identifikuoti moksliniame darbe vartotinas sampratas, jų sandaras bei atsiradimo priežastis;

2) statistinių duomenų analizė, kuri leido nustatyti Covid-19 poveikį turizmo industrijai bei kelionių organizatoriams;

3) kokybinio interviu metodas. Kokybinės fenomenologinės apklausos metodu apklausiant kelionių organizatorius buvo išskirta autentiška informacija iš kelionių organizatorių išgyvenimų realybės. Pateikti giluminio, pusiau struktūruoto interviu klausimai, kurie buvo analizuojami turinio analizės metodu, sudarant pandemijos poveikio padarinių organizatoriams, vartotojų elgsenos bei įmonių veiklos formavimo principų kategorijas ir subkategorijas;

4) kiekybinis tyrimas internetinės apklausos būdu (n=423). Siekiant išsiaiškinti pandemijos poveikį keliautojų įpročiams ir pasirinkimams, buvo apklausti keliaujantys Lietuvos piliečiai.

Klausimynas buvo sudarytas iš 10 klausimų: 8-ių tiesiogiai susijusių su pandemijos įtaka ir keliavimo įpročiais ir 2-jų demografinių. Anketa buvo platinama internetu, per www.apklausa.lt platformą socialiniuose kelionių tinkluose. Duomenys rinkti nuo 2021m. kovo 1d. iki 2021m. kovo 30d.; anketa analizuota naudojant SPSS programą.

5) rezultatai pagrįsti mišrių metodų nuoseklaus derinimo taikymo strategija.

Tyrimo rezultatų mokslinis reikšmingumas.

Šis Magistro baigiamasis darbas – vienas pirmųjų darbų, analizuojančių Covid-19 poveikį kelionių organizatoriams Lietuvoje, kuris pateiktų žalos vertinimus ir padėtų ieškoti sprendimų kaip įveikti Covid-19 pandemijos sukeltus padarinius Lietuvos kelionių organizavimo industrijoje. Jei Covid-19 taptų kasdieninio gyvenimo norma, galima būtų remtis jau turimais tyrimo rezultatais ir siekti išvengti pirmųjų trijų epidemijos bangų metu priimtų klaidingų nutarimų.

Tyrimo rezultatų praktinis reikšmingumas.

Moksliniame darbe įvertintos tolimesnės kelionių organizavimo verslo perspektyvos ir kaitos elementai. Remiantis tyrimo metu atliktais rezultatais, kelionių organizatoriams siūlomi sprendimai tolesnei sėkmingai verslo plėtrai.

1. COVID-19 PANDEMIJOS ĮTAKOS TURIZMO INDUSTRIJAI TEORINĖ ANALIZĖ

1.1. Pagrindinių tyrimo sąvokų konceptualizacija

Covid-19 yra sunkaus ūminio respiracinio sindromo koronaviruso-2 (SARS-CoV-2) sukeliama liga (Singhal, 2020). SARS-CoV-2 yra naujos padermės koronavirusas, kuris žmogaus organizme iki 2019 m. gruodžio mėn. nebuvo nustatytas. Koronavirusai būna įvairių rūšių ir nors jie dažniausiai plinta tarp gyvūnų, kai kuriais iš jų gali užkrėsti ir žmonės (Hoque et al., 2020). Virusas iš esmės plinta per kvėpavimo takų sekreto lašelius ir aerozolius, kurie išsiskiria čiaudint, kosėjant arba nedideliu, paprastai mažesniu nei du metrai, atstumu bendraujant su kitais žmonėmis. Šiuos lašelius galima įkvėpti arba jie gali nusėsti ant paviršių, prie kurių prisilies kiti žmonės ir užsikrės palietę savo nosį, burną arba akis, teigia H. Ma, Y. Chiu ir X. Tian (2020). Ligą taip pat gali perduoti užsikrėtęs asmuo likus dviem dienoms iki simptomų pasireiškimo. Perpildytos vidaus patalpos yra palanki terpė Covid-19 protrūkiams; kaip pavyzdžius vietų, kuriose nustatyti protrūkiai, galima įvardinti oro uostus, apgyvendinimo ir maitinimo įstaigas, sporto centrus ir kt. (Costaguta, 2020).

Covid-19 protrūkį 2020m. kovo 11 d. PSO paskelbė pandemija. Tai yra pirmoji koronaviruso sukelta pandemija žmonijos istorijoje. Kaip savo moksliniame darbe pastebi S. Barua (2020), apie pirmą užkrato židinį buvo pranešta 2019m. gruodį Kinijoje, Wuhan miesto, kuriame gyvena daugiau nei 11 mln. gyventojų. L. Chen ir J. Hong atliktų tyrimų metų nustatyta, kad virusas kilo iš gyvūnų, tokių kaip kiaulės, šunys, žiurkės, gyvatės, šikšnosparniai ir kt., skerdyklos (2020). Pasklidęs virusas privertė viso pasaulio mokslininkus ir tyrėjus studijuoti viruso genetinę prigimtį ir kurti vakciną nuo viruso sukeltų simptomų (Sandhu, 2020). Pasak jo, iki tų pačių metų sausio 30d., jau buvo išleisti 54 moksliniai straipsniai, pagrįsti tyrinėjė epidemiologinę, demografinę ir klinikinę viruso sandarą ir jo sklaidos principus.

Pandemijos sukelta krizė neigiamai paveikė visų pasaulio šalių ekonomikas (Liu, Manzoor ir Wang, 2020). Galima būtų daryti prielaidą, kad jei ekonominių sunkumų priežastis visoms šalims buvo vienoda, tai rezultatas turėtų būti panašus. Tačiau šalių patirta žala skiriasi. Gilinantį į skirtingo pandemijos poveikio priežastis, pirmasis ir vienas svarbiausių faktorių buvo pandemijos išplitimas (Haque et al., 2020). Pasak autorių, kuo didesnė viruso sklaida šalyje, tuo griežtesnius veiklos apribojimus pritaikė valstybės, tuo didesnę viruso įtaką jautė šalies gyventojai ir stipriau krito ekonomikos. R. Baldwin ir B. W. Di Mauro (2020) teigimu, gyventojų ir verslų lūkesčiai dėl ateities yra vienas pagrindinių faktorių, nulemiančių ekonomikos kryptį. Tokiu metu, kai visi yra nežinioje, taupo ir atideda pirkinius bei investicijas, mažėja žmonių pajamos ir ekonomika krenta į gilesnę krizę. Valstybių pasirinktos priemonės kovai su pandemija taip pat turėjo įtakos. Vienos šalys rinkosi griežtus karantinus ir tokiu būdu tikėjosi sukoncentruoti sveikatos ir ekonominę krizes į trumpą laikotarpį. Kita vertus, Tarptautinės Darbo Organizacijos (angl. International Labour Organization

(ILO)) duomenimis (2020), tokios šalys kaip Švedija, rinkosi mažiau ribojimų apimančią strategiją. Apibendrinant galima teigti, kad kol pandemija galutinai nepažabota, galutinio verdikto, kuri strategija yra efektyviausia, paskelbti negali niekas (Ani, 2020).

Svarbūs pokyčiai neaplenkė ir turizmo industrijos, kuri daug prisideda prie ekonomikos plėtros proceso. Analizuodami Covid-19 pandemijos poveikį turizmo industrijai, N. A. Bakar ir S. Rosbi (2020), turizmą sieja su tokiomis valstybės ekonominio proceso struktūromis, kaip atviros šalies įvaizdis, valiutinės įplaukos, paslaugų sferos plėtojimas, aptarnavimo lygio kėlimas, naujos darbo vietos, esamos infrastruktūros tobulinimas ir panaudojimas. Turizmas yra viena didžiausių privataus sektoriaus industrijų, kurios augimas, ekonominis reikšmingumas ir potencialas ryškūs visame pasaulyje (Dixit, Belwal ir Singh, 2006). Turizmo industrijos sektorius įtakoja šalies ekonomiką, socialinę, kultūrinę ir gamtinę aplinkas, sektoriaus kuriama vertė reikšminga tiek regionams, tiek ir didiesiems miestams. B. Žuromskaitė, V. Gražulis ir J. Jagminas (2016) teigia, jog turizmas neabejotinai sudaro palankias sąlygas verslumo didinimui, padeda plėtoti smulkųjį ir vidutinį verslą, prisideda prie gyventojų užimtumo didinimo, infrastruktūros plėtojimo, skatina atkurti ir išsaugoti istorinį kultūrinį paveldą, tuo pačiu ragina ieškoti naujų kūrybiškų ir inovatyvių technologinių sprendimų. Lietuvos Ekonomikos ir Inovacijų ministerijos (toliau EIM) atliktoje „Turizmo sektoriaus analizės bei starteginių plėtros kryptių studijoje“ (2019) teigiama, jog turizmo idustrija prisideda prie šalies žinomumo didinimo. Šios aplinkybės skatina naujų verslo investicijų pritraukimą, teigiamai veikia šalies gyventojų pilietiškumą ir didžiavimąsi savo valstybe, augina toleranciją ir padeda atverti visuomenę skirtingoms kultūroms. Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta, galima daryti prielaidą, kad turizmo idustrijos veikla yra horizontali, t. y. tarpusavyje padedanti integruoti kitas viešosios politikos sritis, taip pat sudaranti prielaidas efektyviai įgyvendinti bendrus valstybės prioritetus bei nacionalinėje pažangos programoje numatytus siekius (Pavaluc, Brinza, Anichiti ir Butnaru, 2020).

Turizmo idustrija yra labai plati sąvoka. Anot R. Subačienės (2011), turizmo idustrija - įvairias paslaugas bei profesijas jungianti ūkio šaka, susijusi su daugeliu ekonominės veiklos sričių. Ji apima apgyvendinimo, maitinimo, transporto, lankytinių vietų vizitavimo, pramogų industrijas, taip pat tiek išvykstamąjį, tiek atvykstamąjį turizmą ir visas su tuo susijusias paslaugas (Sigala, 2020). Tarp pastarųjų - asmeninių ir darbo kelionių organizavimas bei pardavimas, laivų, keltų, autobusų ir lėktuvų bilietų paieška ir prekyba, pervežimų, draudimo, pinigų grąžinimo garantijos paslaugų užsakymai, lankytinų objektų užsakymai, net vestuvių kitoje šalyje organizavimas. Turizmo veikla užsiimančios įmonės yra svarbus kiekvienos šalies ekonominės plėtros bei integracijos katalizatorius (Miškinis ir Petrilovskaja, 2007). Turizmas taipogi yra labai lanksti idustrija ir, kitaip nei kitos sritys, dažnai glaudžiai susipina su kitomis idustrijomis, pavyzdžiui, mada, aviacija, kinu, muzika, amatais,

gastronomija ir žiniasklaida, įskaitant ir tinklaraščių kūrybą. Apibendrinant turizmo industrijos sąvoką, A. Armaitienės ir R. Bertužytės (2014) teigimu, turizmas priklauso susiklosčiusiai, tačiau permanentinius pokyčius dėl rinkų liberalizavimo, klimato kaitos, ekonominių krizių, taip pat ir pandemijų, galingos konkurencijos sąlygomis patiriančiai ekonomikos industrijos šakai.

Kelionių agentūros ir organizatoriai yra viena iš šešių turizmo industrijos sudėtinių dalių, kuri apima visas turizmo funkcijas, formas ir produktus bei atskleidžia šio sektoriaus tendencijas (A. Armaitiene ir D. Bockus, 2016). Kelionių organizatorius – įmonė, teikianti kelionių organizavimo paslaugas (Subačienė, 2011). Skirtingai nei kelionių agentūra, kelionių organizatorius veikia savo vardu. Įmonė rūpinasi skrydžiais, viešbučiais, gidais - teikia visas kelionės metu reikalingas paslaugas. Stambiausi kelionių organizatoriai paprastai rūpinasi tik kelionės organizavimu, bendravimą su galutiniu pirkėju palikdami tarpininkams - kelionių agentūroms. Kelionių organizatorių tikslas – teikti kokybiškas turizmo paslaugas. Literatūros šaltiniuose yra nemažai kelionių organizatorių apibrėžimų. Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas apibėžia kelionės organizatorių kaip juridinį asmenį, reguliariai rengiantį organizuotas turistines keliones ir savo vardu viešai siūlantį teikti turizmo paslaugas bet kuriam asmeniui arba tam tikrai asmenų grupei (Lietuvos Respublikos Seimas [LRS], 2018). Kelionių organizatorius turizmo srityje laikomas didžiausiu prekybos didmenininku. Jis tarsi organizuoto turizmo gamintojas ir jam atitinka ypatinga vieta formuojant turizmo paslaugų rinką (Weaver ir Lawton, 2002). Kelionių organizatorius, pasak A. K. Bhatia (2012), sukuria turistinius maršrutus, aprūpina juos paslaugomis, organizuoja reklamą, apskaičiuoja ir nustato kainas kelionėms pagal tuos maršrutus, parduoda keliones vartotojams tiesiogiai arba perleidžia agentūroms, kurios realizuoja pardavimus. Kelionių organizatoriai įsikuria dėl vartotojų, kuriems teikia savo paslaugas ir tuo pačiu plečia turizmo industrijos sistemą. Visi legaliai Lietuvoje veikiantys kelionių organizatoriai ir kelionių agentūros turi turėti galiojančią pažymėjimą, išduotą įstatymų numatyta tvarka. Apibendrinant galima teigti, jog pagrindinė kelionių organizatoriaus veikla – kurti ir siūlyti paslaugų paketus vartotojams, įtraukiant tiek pagrindines, tiek papildomas prekes. Ypač daug pelno kelionių organizatoriui atneša gerai sukomplektuotas paslaugų paketas. Anot J. C. Holloway (1998), egzistuoja dvi svarbiausios savybės, apibūdinančios kelionių organizatorių veiklą. Viena jų – tai augimo tendencija, pagrįsta susikoncentravimu į nedidelių lyderiaujančių kompanijų dominavimą rinkoje; kita savybė – vertikalios integracijos tendencija, pagrįsta augančiu didžiausių kompanijų, turinčių ir kontroliuojančių nuosavas oro linijas ir mažmenines kelionių agentūras, skaičiumi. Tarptautinės Turizmo Profesionalų Asociacijos [TTPA] (angl. International Tourism Association of Professionals (ITAP)) 2021m. kovo mėn. ataskaitos duomenimis tokių stambiausių kelionių organizatorių, kaip “TUI Group”, buvo registruota 680

(2021). Iš jų, po metų trukusios pandemijos ir su ja susijusio įvesto karantino, tik 69 stambiausios pasaulyje keliones organizuojančios įmonės savo finansinėse ataskaitose nurodė pelno augimą.

1.2. Covid-19 įtakos pasaulio ekonomikai, įskaitant turizmo industriją, tyrimų analizė.

Globali socialinė ir ekonominė struktūra nebuvo patyrusi tokio staigaus ir daugialypio sukrėtimo, kaip Covid-19 pandemija. Ženevos ekonomikos instituto ir Londono Ekonomikos Vadybos Tyrimų Centro (angl. CEPR - Center for Economic Policy Research), kuriam priklauso daugiau nei 1500 tyrėjų ekonomistų, išleistoje knygoje „Economics in time of COVID-19“, mokslininkai ekonomistai R. Baldwin ir B. W. Di Mauro (2020) įvardino Covid-19 pandemiją ekonomikos pandemija. Jų teigimu, virusas įtakoja tiek žmonių sveikatą, tiek ekonomines struktūras tokiu pačiu pagreičiu. Didžiajam pasaulio ekonomikų septynetai priklausančios šalys, tokios kaip JAV, Kinija, Japonija, Vokietija, Jungtinė Karalystė, Prancūzija ir Italija, sugeneruoja :

- 60% pasaulio bendro vidaus produkto;
- 65% visos pasaulio gamybos;
- 41% viso pasaulio gamybos eksporto.

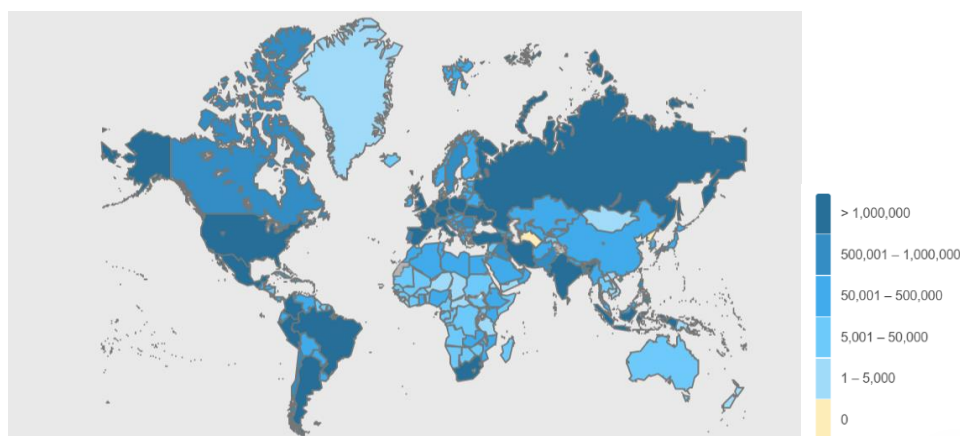
Pasaulio statistikos duomenų bazės Statista 2021m. vasario 22d. duomenimis, dauguma šių šalių ir sudarė labiausiai paveiktų šalių nuo Covid-19 pasaulio dešimtuką (žr. 1 lentelę) :

1 lentelė. Šalių, labiausiai paveiktų Covid-19, dešimtukas.

Šalies pavadinimas	COVID-19 atvejų sk. vnt	Mirčių sk. vnt	Bendras Vidaus Produktas (trilijonais JAV dolerių)		Pasaulio ekonomikos setynetai priklausanti šalis
			2019m	2020m	
JAV	28,134,803	498,901	21,43	19,48	+
Indija	11,005,850	156,385			
Brazilija	10,168,174	246,504			
Rusija	4,130,447	82,255			
D. Britanija	4,127,574	120,810	2,829	2,63	+
Prancūzija	3,597,540	83,546	2,716	2,58	+
Ispanija	3,133,122	67,101			
Italija	2,809,246	95,718	2,004	1,94	+
Turkija	2,638,422	28,060			
Vokietija	2,396,496	67,955	3,693	3,69	+

Šaltinis : sudaryta autorės pagal Statista 2021.02.22 duomenis.

Covid-19 viruso sukelta pandemija vertė pasaulio valstybes imtis precedento neturinčių priemonių jo plitimui stabdyti. Suprasdamos su kokiais iššūkiais susiduria pasaulio ekonomikos, Valstybės rengė ekonominių ir finansinių priemonių planus, kurie pirmiausia skirti gyventojų sveikatos saugumo užtikrinimui, pagalbai smulkiam ir vidutiniam verslui, darbuotojų užimtumo ir ekonomikos skatinimui. Anot S. Barua (2020), globalios ekonomikos augimo perspektyvos trapios, kadangi Covid-19 viruso plėtra pasaulyje dar nėra suvaldyta. Jo teigimu, egzistuoja rizika, kad išorės aplinkos veiksnių įtaka ekonomikai gali būti blogesnė nei prognozuota pandemijos pradžioje, o bendras pasaulio BVP 2021 pasieks priešpandeminį lygį tik tai įpusėjus 2021 metams.



1 pav. Paveiktų šalių sąrašas.

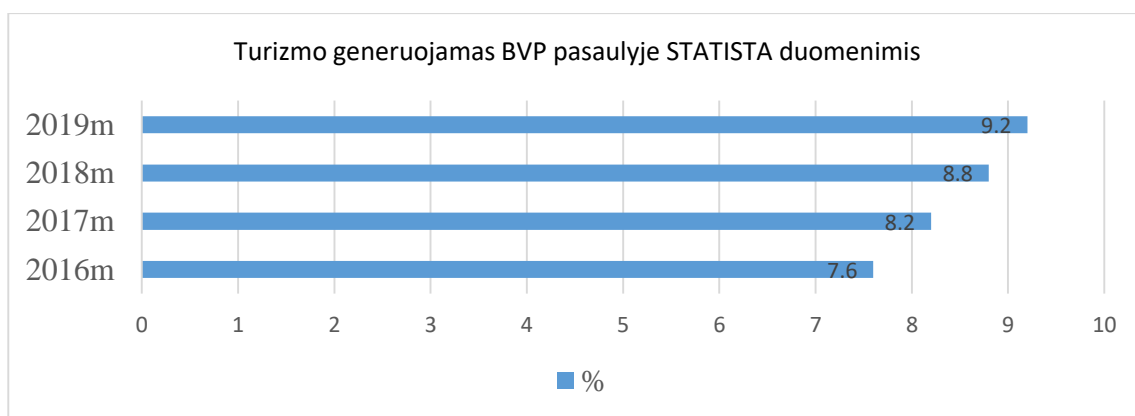
Šaltinis : sudaryta autorės, remiantis PSO 2021m kovo 15d. duomenimis.

PSO 2021m. kovo 15d. duomenimis, viso pasaulyje sergančiųjų skaičius viršijo 120 mln., o mirčių skaičius siekė 2,6 mln. Pasaulyje neliko šalies, kurios nebutų paveikę Covid-19 (žr. 1 pav). Įmonėms kilo bankroto pavojus ir grėsmė prarasti klientus bei rinkas, žmonėms - darbo ir pragyvenimo šaltinius. Pasaulio duomenų bazės lyderio „Kantar“ duomenimis, 69% pasaulio verslo lyderių planuoja 2020m. ir 2021m. baigti prasčiau: beveik pusė teigia, kad rezultatai bus apie 20% blogesni nei ankstesniais metais, o kas penktas prognozuoja, kad rodikliai smuks 40% (2020). Tyrimo išvadose teigiama, kad daugiau nei pusė pasaulio verslo lyderių nesitiki ekonomikos atsigavimo iki 2022m. Tik ketvirtadalis verslų tiki, kad, sėkmingai pabaigus klinikinius vakcinos bandymus ir pristatius ją rinkai, atsigauti pakaks pusmečio. 41% planuoja, kad tam prireiks mažiausiai metų, o daugiau nei kas ketvirtas teigia, kad reikės iki dvejų metų atsigauti nuo Covid-19 pandemijos. „Kantar“ apklausė 4.475 pasaulio verslo lyderius, tarp kurių – per 900 aukščiausio lygio vadovų, beveik 1.300 direktorių, daugiau kaip 60-yje šalių. Didžioji dalis respondentų – mažmeninės prekybos, rinkodaros, konsultacijų ir finansų sektorių atstovai. Reziumuojant tyrimą, galima išskirti tris veiksmingas strategijas, padėsiančias įmonėms atsigauti ir augti šiuo kritiniu laikotarpiu. Tai –

skaitmeninė transformacija, prasmingas ir tvarus verslas, organizacijos struktūros našumas ir inovacijos (Kantar, 2020).

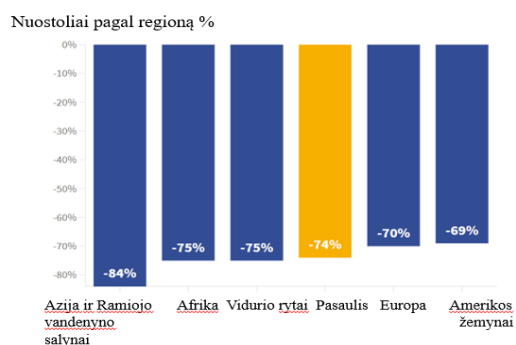
Covid-19 pandemija paralyžiavo beveik visus ekonomikos sektorius, tačiau labiausiai nukentėjo turizmo industrija (Fernandes, 2020). Dėl įvesto karantino, sustabdytų skrydžių, ribojamo patekimo per valstybines sienas ir uždarytų apgyvendinimo įstaigų sumažėjo turizmo industrijos paslaugų paklausa, o tuo pačiu ir pardavimai. To pasekoje, pasikeitė visas turizmo sektorius, jo veikla ir turistų skaičiai, kurie 2019 metais buvo labai dideli. Jungtinių Tautų Pasaulio Turizmo Organizacijos duomenimis, 2019 m. visame pasaulyje keliavo apie 1,5 milijardo turistų (Jungtinių Tautų Pasaulio Turizmo Organizacija [JTPTO, angl. UNWTO], 2019). Turizmas generavo beveik 10 proc. pasaulio BVP (žr. 2 lenetelė), kas sudarė 2,9 mlrd JAV dolerių. Tais pačiais metais, lyginant su 2018-aisiais, turizmas išaugo 4 proc. ir buvo prognozuojama, kad tokio augimo galima tikėtis ir toliau.

2 lentelė. Turizmo generuojamas BVP pasaulyje.



Šaltinis : sudatyta autorės remiantis Statista duomenimis.

Prasidėjus Covid-19 pandemijai, tarptautinių kelionių skaičius per pirmuosius dešimt 2020m. mėnesių smuko daugiau nei 70proc. – iki 1990 m. lygio (UNWTO, 2020). Kaip pavaizduota 2 pav., ryškiausias kelionių sumažėjimas fiksuojamas Azijos ir Ramiojo Vandenyno regione – per 10 mėnesių jų skaičius krito 82proc. Viduriniuose rytuose sumažėjimas sudarė 75proc., Afrikoje – 69proc., tarptautinių atvykimų į Europą ir Amerikas skaičius smuko 70proc. Ten nuosmūkis buvo mažesnis dėka trumpalaikio turizmo atsigavimo vasaros mėnesiais.

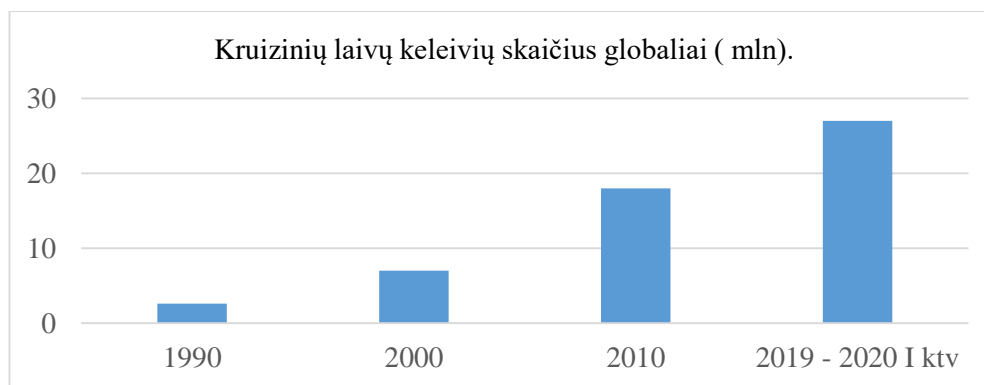


2 pav. Covid-19 įtaka turizmo industrijai pagal žemynus.
Šaltinis : sudaryta autorės pagal JTPTO duomenis, 2020.

Organizacijos pranešime (UNWTO, 2020) sakoma, kad 2020 metai buvo blogiausi turizmo istorijoje ir tai lėmė kelionių apribojimai, vartotojų baimės bei visame pasaulyje dedamos pastangos sulaukti Covid-19 viruso plitimą. Buvusios populiaros destinacijos (angl. destinations) sulaukė milijardo mažiau turistų nei praėjusiais, 2019m. bendrai viso pasaulio valstybių pajamos neteko 1,3 trilijono JAV dolerių, kas sudaro 11 kartų didesnius nuostolius nei pasaulinės ekonominės krizės metu, 2009 metais. Beveik 120 milijonų darbo vietų, tiesiogiai susijusių su turizmo paslaugomis, atsidūrė išlikimo rizikoje. Remiantis šia statistika, JTPTO teigimu, keliautojų skaičius nukrito į prieš trisdešimt metų buvusį lygį (2020).

Kruizinių laivų sektorius buvo greičiausia pasaulyje auganti turizmo industrijos dalis. Kaip rodo 3 lentelė, nuo 2019m. sausio mėn. iki 2020m. balandžio mėn. bendras kruizinių laivų keleivių skaičius sudarė daugiau kaip 27mln., kai tuo tarpu 2010m. keleivių skaičius buvo 50proc. mažesnis.

3 lentelė. Kruizinių laivų keleivių skaičius globaliai.



Šaltinis : sudaryta autorės remiantis Statista duomenimis.

Kruizinės kelionės sustojo, o pandemijos protrūkiu laivuose pakirto keleivių pasitikėjimą šia industrija (Menegaki, 2020). Didžiausioms bendrovėms, tokioms, kaip Carnival, Royal Caribbean ir Norwegian, teko atleisti 800 darbuotojų, kitiems mažinti algas. Viso šių trijų įmonių nuostoliai siekia 110mln. JAV dolerių. Sustojus kruizų pramonei, senesni britų, amerikiečių, italų kruiziniai laivai tapo

ardomi Turkijos uoste, o žymiausi ir didžiausi kruiziniai laivai, tokie kaip „Queen Victoria“, „Queen Elizabeth“, „Queen Mary 2” ir kt. plūduriuoja Lamanšo sąsiauryje, netoli Weymouth miesto Jungtinėje Karalystėje (Business insider, 2021).

Su pandemijos padariniais susidūrė ir aviacijos sektorius (Strickland, 2020). Atšaukti skrydžiai, nutupdyti lėktuvai, atostogų išleisti darbuotojai – šias priemones taikė bene visos oro linijos. Krizei užklupus netikėtai, beveik visos kompanijos susidūrė su milžinišku resursų stygiumi – visų pirma, klientų aptarnavimo skyriuose – todėl užtikrinti, kad šie procesai vyktų sklandžiai negalėjo beveik joks vežėjas (Costaguta, 2020). Kaip teigia autorius, vien Europoje aviacijos sektorius patyrė daugiau nei 56 mlrd. Eur siekiančius nuostolius, o pasauliniu mastu nuostoliai siekia 314 mlrd. JAV dolerių (4 lentelė), nuskrstų kilometrų skaičius sumažėjo 48proc.

4 lentelė. Aviacijos nuostoliai pagal žemynus.

Žemyninis regionas, kur registruota aviakompanija	Pajamos pagal nukeliautus kilometrus (2020 metus lyginant su 2019)	Pajamos pagal keliautojų sk. mlrd JAV dolerių (2020 metus lyginant su 2019)
Azija bei Ramiojo vandenyno salos	-50%	-113
Šiaurės Amerika	-36%	-64
Europa	-55%	-89
Vidutinieji rytai	-51%	-24
Europa	-51%	-6
Lotynų Amerika	-49%	-18
Bendra aviacijos industrija	-48%	-314

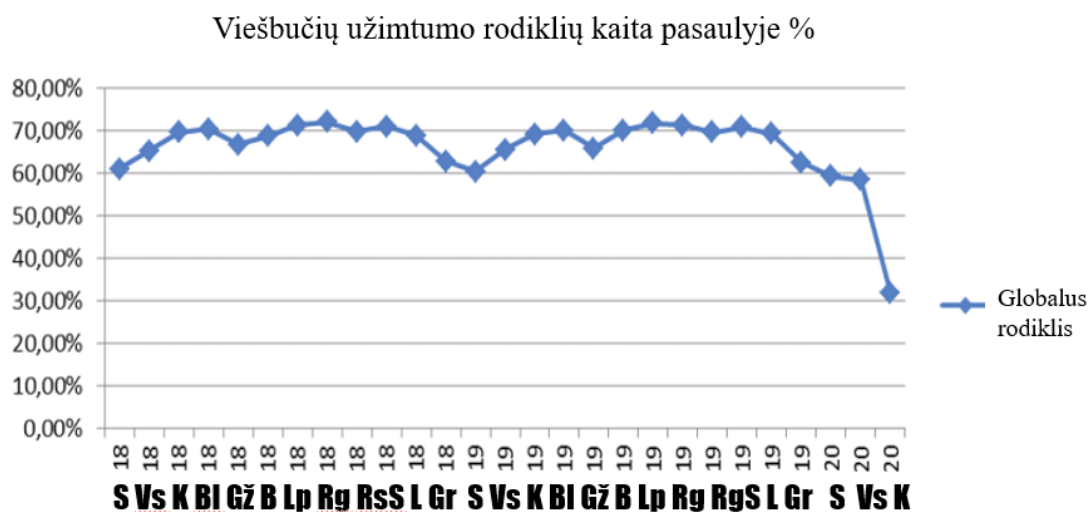
Šaltinis : sudaryta autorės pagal IATA Economics 2021.02.10 duomenis.

Skrydžių industrija išgyveno rekordinį nuosmukį, aviacijos bendrovėms teko ieškoti būdų, kaip išlikti rinkoje. Tačiau pandemijos iššūkiai atnešė ne tik praradimų, bet ir galimybių pasitikrinti savo stiprybes, bei paskatino spręsti globalaus masto problemas (Fernandes, 2020). Anot autoriaus, 2020 m. aviacijos sektoriuje veikiančios įmonės, tame tarpe ir oro navigacijos paslaugų teikėjai, susidūrė su iššūkiu užtikrinti teikiamų paslaugų tęstinumą, kad taip svarbūs, kovai su Covid-19 skirti kroviniai, pirmo būtinumo prekės ar su svarbiais darbo reikalais keliaujantys žmonės galėtų laiku pasiekti savo kelionės tikslą. Europos civilinės ir karinės aviacijos organizacijos „Eurocontrol“ Covid-19 viruso įtakos Europos oro ervei atlikto tyrimo metu nustatyta, kad skrydžių srautui Europoje grįžus į 1980-ųjų vidurio lygį, CO₂ emisija sumažėjo daugiau nei per pusę – ilgai siekti tikslai, susiję su šiltnamio efektą sukeliančių dujų emisijos kiekio mažinimu, tapo lengvai pasiekiami (Eurocontrol, 2021). Aviacijos specialistai staigaus sektoriaus atsigavimo neprognozuoja. Nepaisant to, kad vakcinacija nuo Covid-19 jau prasidėjo, ribojimai keliauti dėl viruso plitimo rizikos gali užtrukti dar kurį laiką, o tai neleis aviacijos sektoriui greitai metu pasiekti 2019m. aptarnauto skrydžių srautų lygio. Remiantis „Eurocontrol“ pateiktomis skrydžių srautų prognozėmis, priklausomai nuo vakcinacijos pradžios ir vakcinų veiksmingumo, 2019m. skrydžių srautų lygį Europos aviacijos

sektorius galimai pasieks tik 2024-2026m. Prognozuojama, kad 2021 m. Europoje bus atlikta tik 51proc. skrydžių, lyginant su 2019m. Dėl užsitęsusių keliavimo ribojimų tikėtina, kad gali stipriai išaugti avialinijų bankrotų rizika, todėl visame pasaulyje ieškoma sprendimų dėl galimos finansinės pagalbos aviacijos sektoriaus įmonėms (Eurocontrol, 2021).

Pagal M. Benbouziane ir T. Saidi (2020), apgyvendinimo sektorius visame pasaulyje taip pat išgyveno Covid-19 viruso sukeltą pandemijos efektą. Amerikos Viešbučių ir Apgyvendinimo Asociacija (angl. American Hotel and Lodging Association [AHLA]) 2020m. lapkričio 10-13d. atliktos apklausos, kurios metu buvo apklausta 1200 asociacijos narių, duomenimis – 71proc. viešbučių bankrutuos per ateinančius 6 mėnesius be valstybės įsikišimo – tiek finansiniu požiūriu, tiek karantino ribojimų atšaukimo. Taip pat buvo skelbta, kad 77proc. turės atleisti dalį darbuotojų iki 2021m. vasaros sezono (AHLA, 2020).

Remiantis 2020m. pasaulinės statistikos Stasista duomenimis, globaliai viešbučių užimtumas prasidėjus Covid-19 pandemijai smuko 32proc., tuo tarpu maitinimo sektorius 2020m. skaičiuoja 90proc. mažesnes pajamas nei 2019m. (Statista, 2020). Viešbučių užimtumo rodikliai pasaulyje pradėjo mažėti dar 2019m. pabaigoje (žr. 3 pav), pasklidus pirmiesiems duomenims apie plintantį Covid-19 virusą. Kaip rodo 3 paveikslas, iki 2021m kovo mėn. globalūs viešbučių užimtumo rodikliai krito 30 proc.



3 pav. Mėnesinė viešbučių užimtumo statistika pasaulyje nuo 2018.01 iki 2020.03

Šaltinis : sudaryta autorės pagal Statista duomenis.

Europoje skirtingų šalių patirtis įvairi – vienur viešbučiai naudojami sugrįžusių šalies piliečių karantinui, kitur – medicininėms reikmėms. Kaip minima T. Baum ir N.T.T. Hai (2020) Covid-19 poveikio apgyvendinimo sektoriui analizėje, Ispanijos viešbučių savininkų asociacija pati kreipėsi į Vyriausybę su prašymu sustabdyti viešbučių darbą, kad būtų sumažinta infekcijos ir šio sektoriaus

praradimų rizika. Madride 40 viešbučių pasiūlė virš 10 000 vietų skubios pagalbos reikmėms. Kipre viešbučiai taip pat uždaryti, išskyrus tuos, kurie pasiekė susitarimą su Vyriausybe ir sutiko teikti karantino patalpų paslaugas. Už dvivietį kambarį valstybė moka 90 Eur ir 60 Eur už vienvietį (Baum ir Hai, 2020).

Atlikta daugybė kitų viešbučių sektorių analizių įvairiuose lygmenyse – tiek regioniniame, tiek globaliai. D. Dinarto, A. Wanto ir L.C. Sebastian (2020) tyrinėjo Covid-19 itaką apgyvendinimo sektoriui Bintano saloje, Indonezijos Riau archipelago salyne; R.S. Centeno ir J.P. Marques (2020) nagrinėjo apgyvendinimo sektoriaus nuostolius Filipinuose; Europoje L.C. Correa-Martines, et al. (2020) analizavo Covid-19 pandemijos įtaką Austrijos slidinėjimo kurortams. S.K. Nepal (2020) savo moksliniame straipsnyje vardino pandemijos padarinius Nepalo apgyvendinimo sektoriui. Taip pat yra nemažai mokslinių darbų, nagrinėjančių viruso įtaką apgyvendinimo sektoriui globaliu mastu. S. Gossling, D. Scott ir C.M. Hall (2020) įvertino tarptautinių karantino suvaržymų padarinius viešbučių industrijai, taip pat analizavo karantinavimosi poveikį žmogaus psichologijai. N.G. Ugur ir A. Akbiyik (2020) atliko portalo „Trip Advisor“ duomenų analizę, kurios metu išaiškėjo keliautojų baimės ir masiškai atšaukiamų viešbučių rezervacijų priežastys. Pasaulio turizmo ir svetingumo industrijai Covid-19 pandemija sukėlė ne tik ekonominių, bet ir socialinių veiksnių (Gossling et al., 2020).

Atsižvelgiant į tai kas išdėstyta šiame poskyryje, galima teigti, kad turizmo industrijos įmonių ir organizacijų savininkams, vadovams ir personalui svarbu laikytis daugialypio plano, imantis išlaidų kontrolės, esminių darbuotojų išlaikymo, ryšius su klientais išsaugančios marketingo strategijos. Kelionių industrija, kartu su civiline aviacija, pradedant internetinėmis platformomis, dinamine kainodara, lojalumo programomis ir baigiant patirčių pirkimu bei papildyta realybe, yra labiausiai pažengusi inovacijų srityje. Turizmo industrijos problema tapo ne verslo modeliai, o jų realizavimo galimybės - sienų uždarymas ir pasaulinė skolų grandinė per pirmą pandemijos savaitę. Turizmas nėra pasirengęs savarankiškai įveikti tokio masto krizes nei vienoje pasaulio šalyje (Baum ir Hai, 2020). Verta paminėti, kad ši pandemija nėra pirmą krizę, su kuria susiduria pasaulinė turizmo industrija.

1.3. Istorinių krizių įtakos turizmo industrijai apžvalga

Pasaulis yra įveikęs ne vieną krizę. Tačiau dabar susiduriame su didžiausiu iššūkiu mūsų gyvenimui, visuomenei ir ekonomikai per ilgus dešimtmečius (Pavaluc et al., 2020). Trys kataklizminiai praeito amžiaus įvykiai jau pakoregavo keliavimo įpročius. Per pastarąjį šimtmetį vyko Antrasis Pasaulinis karas, Rugsėjo 11-oji ir 2008m. finansų krizė. Šimtams milijonų žmonių esant karantine, uždarius sienas, o skrydžiams sumažėjus 65proc., teigiama, kad koronavirusas taps

ketvirtąją didžiąją krizę šiuolaikinėje kelionių istorijoje (Hall, Scott ir Gossling, 2020). Kelionių industrija yra atspari, tačiau anot A. Lew (2020), keisis žmonijos keliavimo įpročiai. Kaitos prielaidų galima ieškoti ankstesnėse praeito amžiaus krizėse. Antrasis Pasaulinis karas: reaktyvinio amžiaus (angl. Jet Age) komercinės kelionės, kurios ir šiaip tuo metu buvo dar tik vystymosi stadijoje, dalyje pasaulio 1939–1945m. visai sustingo (Shakeela ir Becken, 2015). Karo griaunamoji jėga vėlesniais metais paveikė kelionių ir turizmo sferą. Tačiau pasibaigus karui, visos didžiosios pasaulio jėgos vystė reaktyvinių variklių technologiją. Netrukus poilsiautojai sėdo į reaktyvinius lėktuvus ir skrido į tolimas šalis. Pirmasis komercinis laineris su reaktyviniu lėktuvu buvo britų „de Havilland Comet“, pradėjęs skraidyti 1952m. Tačiau po trijų įvykusių nelaimių kitas modelis – „Boeing 707“ užėmė jo vietą ir tapo rinkos lyderiu. Per kitus kelis dešimtmečius aviacija suklestėjo ir tapo prieinama ne tik turtingiesiems. 2019m. buvo įvykdyta net 38,9mln. skrydžių (Statista, 2020). Pasak istorijos profesoriaus J.K. Walton (Britannica.com, 2020), neabejojama, kad didžiausia to meto techninė pažanga padaryta Antrojo Pasaulinio karo metu. Todėl galima daryti išvadą, kad turizmo industrija dalinai laimėjo iš šio karo sukeltos krizės.

9/11 – keitė saugumo koncepciją aviacijoje. Kada du lėktuvai rėžėsi į Pasaulio prekybos centrą Niujorke, dar vienas – į Pentagono pastatą, o užgrobtas „United Flight 93“ buvo numuštas, JAV oro erdvėje iš viso skrido apie 4 tūkst. orlaivių. Civiliniai skrydžiai buvo nutraukti dar trims dienoms, tačiau Rugsėjo 11-osios išpuolių įtaka kelionėms oru visame pasaulyje jaučiama iki šiol (Ursache, 2015). Nuo Rugsėjo 11-osios įvykių aviacijos saugumas yra pasikeitęs visame pasaulyje. Prieš 9/11 saugumo patikra kai kuriose šalyse egzistavo, tačiau ji buvo paprastesnė. Laikantis saugumo reikalavimų keliautojams privaloma nusijuosti diržus, dažnai ir nusiauti batus, skysčius supilstyti į 100 ml indelius, o kai kuriuose oro uostuose reikia net pereiti rentgeno mašinas apžiūrai. Vieni griežčiausių saugumo reikalavimų yra JAV, kur po Rugsėjo 11-osios buvo įkurta Transporto saugumo administracija. Kaip savo knygoje „Airport Security: Passenger Screening and Governance Post-9/11“ rašo dr. S.L. Tyler (2017), ši administracija saugumo užtikrinimui yra išleidusi 56,8 mlrd. JAV dolerių.

Finansinė krizė – kitas stimulus permainoms turizmo industrijoje (Madininos ir Vassiliadis, 2008). Kai 2007-2008 m. pasaulį paveikė finansų krizė, daugelyje ekonomikos sričių prasidėjo recesija – kelionės nebuvo išimtis. Žmonės atšaukė arba atidėjo atostogų planus, o verslai mažino išlaidas verslo kelionėms. Praėjus krizei, visai kitokią patirtį įgavę žmonės išsiugdė ir kitokius poreikius. Labiau pradėta ieškoti patirčių, o ne prabangių materialinių dalykų (Pavaluc et al., 2020). Noras keliauti tapo puikia proga naujai pasiūlai. 2008m. pabaigoje įsikūrė „AirBnb“. Žinoma, būstus atostogoms buvo galima nuomotis ir anksčiau, tačiau daugiausiai tai buvo vykdoma ne internete ir ne vienoje platformoje. 2017m. „AirBnb“ buvo didesnis nei penkios didžiausios viešbučių bendrovės

kartu sudėjus. Šiandien platformoje yra daugiau nei 5 mln. pasiūlymų, o nuomininkai per metus išleidžia apie 2,6 mlrd. JAV dolerių (Sigala, 2020). Po finansinės krizės kūrėsi ir daugiau startuolių, kurie transformavo kelionių verslą – pavyzdžiui, „Uber“, „Monzo“ ir „Whatsapp“ pakeitė, kaip per atostogas mes keliaujame, leidžiame pinigus ir bendraujame (Haywood, 2020). Po finansų krizės atsirado ir kita tendencija – vis daugiau ėmė keliauti žmonės iš besivystančių šalių (Benbouziane ir Saidi, 2020). Straipsnio autoriai mini, jog 1997m. tokie keliautojai sudarė tik 21proc. tarptautinių keliautojų, o 2009m. – jau 31proc. Praėjus vos penkeriems metams po krizės, 2014m., jie sudarė net 41proc. Iš to galima daryti prelaidą, kad finansinė krizė turėjo ne tik neigiamų pasekmių turizmo industrijai, bet tapo šios industrijos teigiamų pokyčių priežastimi (Benbouziane ir Benhabib, 2016).

Apibendrinant šį poskyrį galima teigti, kad turizmo verslas yra pakankamai stabilus ir atsinaujinantis, tačiau visgi nėra atsparus turbulencijai. Iššūkiai kyla iš įvairių pusių. Aviakatastros, tokios kaip „Malaysia Airlines“ lėktuvo pranykimas 2014m., gali sumažinti keliautojų pasitikėjimą (Costaguta, 2020). Piliietiniai karai, tokie kaip Sirijoje, šalį gali ištrinti iš turistinio žemėlapiu ilgiems metams. Gamtos kataklizmai, tokie kaip ugnikalnio Islandijoje išsiveržimas 2010 m., gali oro transportą žemyne visai nutraukti. Tačiau turizmo verslas nesustoja dėl fakto, kad žmonės tiesiog mėgsta atostogas ir keliones (Benbouziane ir Saidi, 2020). Po aviacijos katastrofų keliautojai toliau skraido be baimės, karų nuniokotos šalys tampa turistų traukos objektais (Kroatija, Vietnamas, Ruanda yra geri pavyzdžiai). Turizmo verslas, įskaitant ir kelionių organizavimą, reformuojasi ir vystosi toliau.

1.4. Pandemijos įtakos kelionių organizatoriams Lietuvoje identifikavimas

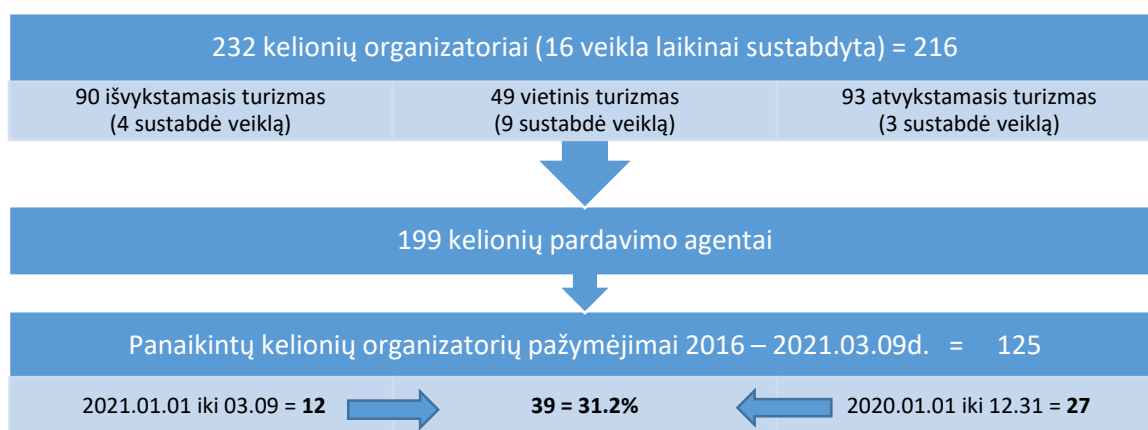
1.4.1. Kelionių organizatorių ir agentūrų, bei jų veiklos vertinimo analizė

Svarbią vietą turizmo sektoriuje užima kelionių agentūrų bei kelionių organizatorių veikla užsiimančios įmonės, be to, kaip teigia R. Subačiėnė (2011), šių įmonių veikla atspindi turizmo sektoriaus specifiškumą, todėl svarbu išnagrinėti ne tik šio sektoriaus sandarą, bet ir įvertinti pagrindinius šių įmonių veiklą nusakančius rodiklius. Turizmo sektorius yra labai dinamiškas, reikalaujantis greitos reakcijos į kintančią aplinką bei rinką (Armaitienė ir Bockus, 2016). Tačiau taip pat turizmas yra labiausiai Covid-19 pandemijos paveiktas sektorius tiek pasaulyje, tiek ir Lietuvoje. Per paskutinius penkerius metus į Lietuvos rinką taip pat atėjo keletas naujų stambių išvykstamojo turizmo kelionių organizatorių: tai „Tiketa Tour“ (buvusi „Kidy Tour“), Lenkijos kapitalo „Itaka Holdings“ kompanijos atstovė Lietuvai „Itaka Lietuva“, didžiausio pasaulyje anglų-vokiečių kelionių organizatoriaus „TUI Group“ padalinys Lietuvoje „TUI Baltics“ ir pats jauniausias - „OTI Holding“ kompanijos padalinys Lietuvoje „Coral Travel Lithuania“. Minėti kelionių organizatoriai išvykstamojo turizmo rinką dalinasi su seniau Lietuvoje įsikūrusiais ir didžiąją rinkos dalį užėmusiais

“Novaturu” ir “Tez tour”. Valstybinės Vartotojų Teisių Apsaugos Tarnybos (toliau VVTAT) duomenimis, 2020m. balandžio mėnesį Lietuvoje iš viso veikė 251 kelionių organizatorius. Vertinant pagal draudimo sumą, didžiausios įmonės buvo UAB „Tez Tour“ (10mln. Eur) ir AB„Novaturas“ (8.9mln. Eur). Trečioje vietoje – 2017m. įsteigta Lenkijos kapitalo įmonė UAB„Itaka Lietuva“ (VTTAT, 2021).

Įvedus karantiną, Lietuvoje ne tik buvo atšauktos visos kelionės, bet ir visiškai sustojo kelionių pardavimai. Turizmo verslo specifika tokia, kad šioje industrijoje itin daug tarpininkų, todėl labai svarbus apyvartinių lėšų valdymas. Klientui nusipirkus kelionę, pinigai pervedami užsienio partneriams, tiekėjams (viešbučių tinklams, avialinijoms ir kt). Praėjus daugiau nei metams nuo prasidėjusios pandemijos, kelionių organizatorių skaičius sumažėjo 31.2proc. (žr. 5 lentelę).

5 lentelė. Kelionių organizatorių ir agentūrų analizė Lietuvoje



Šaltinis: sudaryta autorės pagal VTTAT 2021.03.09d. duomenis

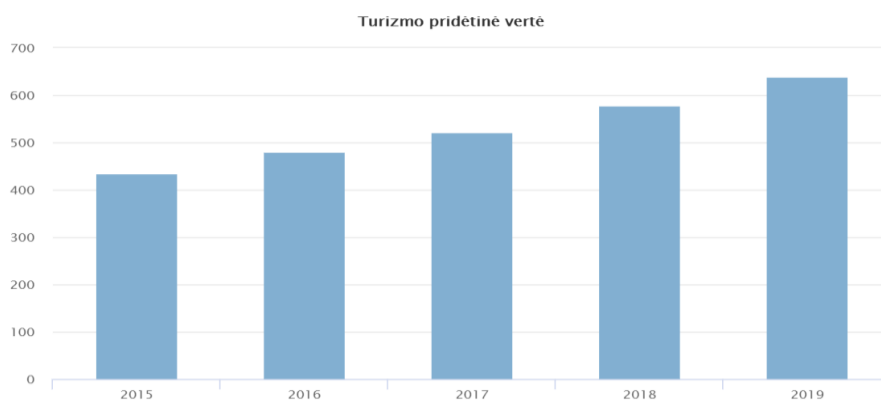
Turintiems kelionių organizatoriaus pažymėjimą kelionių pardavimo agento licencija neprivaloma, tačiau įmonės privalo deklaruoti vykdomą kelionių pardavimo agento veiklą teikdamos ataskaitą VVTAT. Kelionių organizatoriaus pažymėjimo galiojimo sustabdymas neturi reikšmės kelionių organizatoriaus vykdomai kelionių pardavimo agento veiklai. Prievolė turėti kelionių pardavimo agento licenciją atsiranda panaikinus kelionių organizatoriaus pažymėjimo galiojimą (aut.past).

VVTAT 2021m. kovo 9 d. duomenimis (žr. 5 lentelę), kelionių organizatorių veiklai vykdyti leidimus turėjo 216 įmonių, iš kurių 90 vykdė išvykstamojo turizmo veiklą, 49 – vietinio ir 93 organizavo atvykstamąjį turizmą. 16 įmonių buvo laikinai sustabdžiusios kelionių organizavimo veiklą, tačiau galėjo vykdyti kelionių agento veiklą. Be kelionių organizatorių taip pat veikė 199 kelionių pardavimo agentai. Iš viso, prasidėjus pandemijai, nuo 2020m. sausio mėnesio, iki 2021 kovo 9d., kelionių organizavimo veiklos pažymėjimus nutraukė 125 įmonės, kas sudaro 31.2proc. Šioje analizėje pateikti duomenys po 2021m. sausio 29d., kada įmonės privalo teikti VVTAT

finansines ataskaitas už 2020m. Pagal šias ataskaitas, jeigu įmonės netenka ½ savo įstatinio kapitalo, jos praranda kelionių organizatoriaus pažymėjimus per 3 mėnesius nuo finansinės ataskaitos pateikimo dienos. Nuosavas turtas skaičiuojamas iš įmonės turto atėmus jos išpareigojimus. Reikalavimas dėl kapitalo taikomas išvykstamojo ir vietinio turizmo organizatoriams. Atsižvelgiant į tai, galima teigti, jog kadangi dėl pandemijos kelionių organizatorių veikla tapo nuostolinga, net 30proc. organizatorių prarado galimybę arba patys atsisakė verstis kelionių organizavimo veikla. Taip pat, dėl 3 mėnesių termino pasitaisyti, realią įmonių, dėl pandemijos praradusių pažymėjimus, padėti bus galima įžvelgti 2021m. gegužės mėnesį.

Iki pandemijos, turizmo industrijos generuojamos pajamos Lietuvoje nuolat augo (žr. 6 lentelę). Kaip rašoma Ekonomikos ir Inovacijų Ministerijos (EIM) “Žmogiškųjų išteklių valdymo projekte” (2019), turizmo industrijos 2019m. situaciją galima vertinti pagal šiuos pagrindinius rodiklius: turizmo sektoriaus kuriamą pridėtinę vertę, turizmo produkcijos paklausą, turizmo sektoriuje dirbančių asmenų skaičių, šalies turizmo eksporto mastą, atvykstančių turistų patiriamų išlaidų bei iš turizmo (vietinio ir atvykstamojo) gautų pajamų. Turizmo industrijos generuojamas bendras vidaus produktas nuolat augo. 2019 m. turizmo organizavimo ir tarpininkavimo sektoriaus įmonių bendros pajamos sudarė 639 mln. Eur.(žr. 6 lentelė).

6 lentelė. Turizmo generuojamas bendras vidaus produktas Lietuvoje

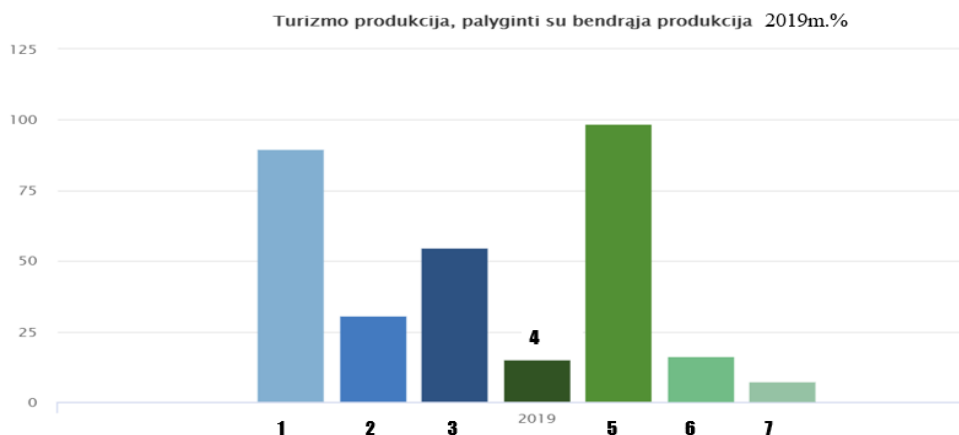


Šaltinis: sudaryta autorės pagal Statgov 2021.03.09d. duomenis.

Turizmo pridėtinė vertė yra turizmo sektoriuje sukurtos produkcijos ir tarpinio vartojimo skirtumas. Turizmo tarpinis vartojimas – tai prekės ir paslaugos, naudojamos kaip gamybos priemonės turizmo sektoriaus produkcijai sukurti. Vertinant turizmo sektoriaus raidą ekonominiu požiūriu, turizmo sektorius Lietuvoje yra santykinai mažas (Ekonomikos ir Inovacijų Ministerija [EIM], 2019). Remiantis Lietuvos statistikos departamento (statgov) duomenimis, turizmo sektoriaus produkcija dar 2017m. sudarė 3.1proc. (palyginti su bendrąja produkcija) arba 1172 mln. Eur (t. y. 11.3proc. daugiau palyginti su 2016m. laikotarpiu). Turizmo sektoriaus santykinė svarba Lietuvos

ekonomikoje nuosaikiai augo pastarųjų dešimties metų laikotarpyje (2012 m. sudarė 2.9proc.) (Statgov, 2021). Turizmo produktą sudaro visos su turizmu susijusios paslaugos, tačiau pagrindinės iš jų yra apgyvendinimo, maitinimo, oro keleivinio transporto, transporto įrangos nuoma, kelionių organizatorių ir gidų paslaugos, kultūrinės ir sporto paslaugos (7 lentelė).

7 Lentelė. Turizmo produkcija, palyginti su bendrąja produkcija 2019m.



Šaltinis: sudaryta autorės pagal Statgov 2020m. duomenis.

2020m. gruodžio 18d. Statgov duomenimis (žr. 7 lentelė), kur (1)apgyvendinimas sudaro 89proc., (2)aprūpinimas maistu ir gėrimais 30proc., (3)oro keleivinis transportas 55proc., (4)transporto įrangos nuoma 15proc., (5)kelionių organizatorių, agentūrų ir gidų paslaugos 98proc., (6)kultūrinės 16proc. ir (7)sporto 7proc. visų su turizmu susijusių paslaugų. Iš ko galima daryti išvadą, kad kelionių organizatorių, kelionių agentūrų ir gidų paslaugos generuoja daugiausiai viso turizmo produkto pajamų.

Dirbančiųjų turizme skaičius, nors ir nežymiai, bet taip pat nuolat augo. Statgov 2019m. duomenimis, dirbančiųjų kelionių organizavimo įmonėse bei kelionių agentūrose skaičius sudarė 3,5 tūkstančio (žr. 8 lentelė).

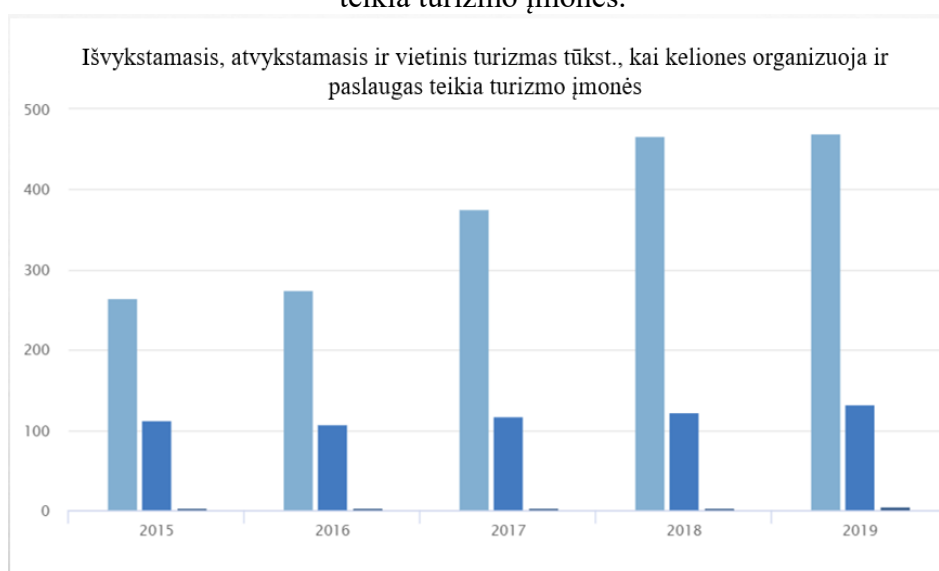
8 lentelė. Dirbančiųjų kelionių organizavimo įmonėse ir kelionių agentūrose skaičius.



Šaltinis: sudaryta autorės pagal Statgov 2019m. duomenis.

Statgov atlikti skaičiavimai rodo, kad 2019 m. turizmo organizavimo ir tarpininkavimo sektoriaus įmonių bendros pajamos Lietuvoje augo 5%, palyginus su 2018m., ir sudarė 505 mln. Eur. Tame tarpe atvykstamasis, išvykstamasis ir vietinis turizmas 2019m., kai keliones organizuoja ir paslaugas teikia turizmo įmonės Lietuvoje, pasiskirstė sekančiai: atvykusieji siekė 132 tūkst., vietiniai sudarė 4,5 tūkst., o išvyksiujų skaičius viršijo 470 tūkstančių (žr. 9 lentelė).

9 lentelė. Išvykstamasis, atvykstamasis ir vietinis turizmas, kai keliones organizuoja ir paslaugas teikia turizmo įmonės.



Šaltinis: sudaryta autorės pagal Statgov 2019m. duomenis.

Iš pateiktų Lietuvos turizmo industrijos 2019m. duomenų rodiklių galima daryti prielaidą, kad iki pandemijos turizmo industrijos sektorius buvo „sveikas“ bei nuolatos augantis. Neatsižvelgiant į tai, tokio beprecedenčio paklausos ir likvidumo šoko, kokį sukėlė pandemija, atlaikyti vien uždirbtais vidiniais resursais kelionių organizavimo įmonės nėra pajėgios. Tam reikalinga valstybės pagalba – subsidijų įmonėms priemonė. Todėl tikslinga toliau įvertinti pandemijos padarytus nuostolius kelionių organizatoriams ir valstybės teikiamą paramą nuostoliams padengti.

1.4.2. Covid-19 poveikio kelionių organizatoriams vertinimas

Turizmo industrija yra nepaprastai jautri tokioms krizėms, kurios yra sunkiai arba iš viso neprognozuojamos. Pasklidus Covid-19 pandemijai, VVTAT duomenimis, kelionių organizatoriai per 2020m. 01-12 mėn. patyrė 9,5 mln. Eur nuostolių, o jų pajamos vidutiniškai krito 58 % iki 153 mln. Eur. Nuosavas 90-ies išvykstamąsias keliones organizuojančių įmonių kapitalas mažėjo, tačiau jis tebėra pakankamas atlaikyti nuostolius ir 2021m. pradžioje siekė 28 mln. Eur. Prieš metus jis buvo 36 mln. Eur. (VTTAT, 2021). Tarnybos ataskaitoje skelbiama, kad „Lietuvoje registruoti išvykstamojo turizmo kelionių organizatoriai išlieka mokūs ir COVID-19 sąlygotą ekonominę krizę bei skrydžių draudimą atlaiko“ (VVTAT, 2021, p.1). Bendras kelionių organizatorių prievolių

užtikrinimo draudimas 2020m. rugsėjo 30 d. duomenimis sumažėjo iki 24 mln. Eur, palyginus su prieš metus, 2019m. buvusi 31 mln. Tokią situaciją sąlygojo reikšmingai sumažėjusios pajamos ir surinkti avansai iš turistų, t. y. kelionių organizatoriams reikalinga apdrausti prievolių suma. Įvertinę savo finansinę būklę, 16 įmonių pasinaudojo galimybe sustabdyti veiklą iki šešių mėnesių (žr.5 lentelę). Jie ir toliau galės tęsti kitas veiklas, taip pat ir kelionių pardavimo agento. Savo noru sustabdyti pažymėjimus kelionių organizatoriai gali tik įvykdę visus įsipareigojimus turistams pagal organizuotų kelionių sutartis, neturėdami šiems įsiskolinimų bei pateikę tai patvirtinančius dokumentus (VVTAT, 2021). Statgov duomenimis, per ketvirtąjį 2020m. ketvirtį dėl veiklos suvaržymų, susijusių su Covid-19 pandemija, didžiausią apyvartos (be PVM) mažėjimą, palyginti su trečiuoju ketvirčiu, patyrė apgyvendinimo įstaigos – 43proc., bei kelionių agentūrų, ekskursijų organizatorių, išankstinio užsakymo paslaugų įmonės – 19,5 proc. (Statgov, 2021).

A	B	C	D	E	F	G	H
Apgyvendinta turistų ir suteikta nakvynių visose Lietuvos apgyvendinimo įstaigose. Visos rinkos. 2019 m. - 2020 m.							
Šaltinis: Lietuvos statistikos departamentas							
		Turistai / Tourists					
		2019	2020	Pokytis, asmenys / change, number of persons			
Iš viso		4,037,749	2,180,912	-1,856,837			
Lietuvos gyventojai		2,099,777	1,659,641	-440,136			
Užsieniečiai, iš viso		1,937,972	521,271	-1,416,701			
ES šalys		1,140,435	294,301	-846,134			
ne ES šalys		797,537	226,970	-570,567			
Spalvinis žymėjimas							
Mažiau turistų / nakvynių nei prieš metus		1,000					
Padidėjo		10.00%					

4 pav. Apgyvendinta turistų ir suteikta nakvynių Lietuvos apgyvendinimo įstaigose 2019-20m.

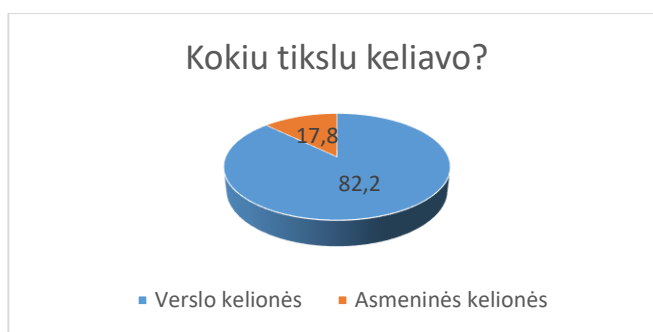
Šaltinis: sudaryta autorės pagal „Keliauk Lietuvoje“ statistinius duomenis.

Atvykstamojo turizmo segmente, analizuojant VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ pateiktus statistinius duomenis (4 pav.), galima teigti, kad iš viso atvykstančiųjų į Lietuvą turistų skaičius sumažėjo beveik 50proc., iš jų didžiąją dalį - apie 70proc. sudarė Lietuvos gyventojai, o likusią dalį maždaug vienodai pasiskirstę ES ir ne ES šalių piliečiai. Nacionalinės Turizmo Verslo Asociacijos valdybos pirmininko ir atvykstamojo turizmo UAB „Lithuanian Tours“ generalinio direktoriaus K. Ambrozaičio teigimu, padėtis atvykstamojo turizmo versle yra labai sudėtinga (Migonytė, 2020). Jei išvykstamajame turizme stebimas šioks toks judėjimas, tai atvykstamajame – štilius. Įmonės paskaičiavimu, „Lithuanian Tours“ pajamos nuo pandemijos ir su juo susijusio įvesto karantino pradžios, sumažėjo 99proc. Taip pat jo nuomone, turizmo įmonių skaičiaus ir darbo vietų mažėjimas dar nesibaigė. Kol yra valstybės parama, įmonės stengsis išlaikyti darbuotojus, tačiau jai pasibaigus

ir nesulaukus kelionių užsakymų 2021m.vasaros sezonui, situacija gali ženkliai keistis (Migonytė, 2020). Tikėtina, kad atšaukus karantiną, 2021m vasarą, atvykstamojo ir vietinio turizmo rinka atsigaus, tačiau atvykstančiųjų iš Baltijos regiono turistų skaičius yra sąlyginai mažas, ir tokie keliautojai retai naudojami atvykstamojo turizmo įmonių paslaugomis, o tolimesnių šalių rinkas yra sukaustęs karantinas. Esant ribotam galimų klientų skaičiui, kyla didelė konkurencija tarp išvykstamojo, atvykstamojo ir vietinio turizmo paslaugas siūlančių įmonių, nes natūralu, kad įmonės bando uždirbti pajamų išlikimui.

Anot išvykstamojo turizmo paslaugas teikiančios įmonės “Itaka Lietuva” vadovo D.F. Milowski, tam, kad turizmo industrija tinkamai veiktų, turi būti aiški aplinka, o dabar to nėra (Budreikienė, 2021). Prognozuojamas metinis įmonės pajamų kritimas iki 80proc. Išvykstamojo turizmo įmonių veiklos rizika labiausia išaugo šiame turizmo segmente todėl, kad išvykstamasis turizmas, ypač užsakomųjų skrydžių organizavimas, yra susijęs su didelėmis išlaidomis ir įsipareigojimais dar prieš išvykstant klientams į kelionę. Tokiu atveju, kai atsiranda informacijos apie apribojimų įvedimą arba draudimą skristi į paskirties vietą, kelionių organizatoriai privalo keisti datą, taip pat pakeisti užsakymą į kelionių kuponą arba gražinti kliento sumokėtus pinigus per nurodytus terminus. Statgov duomenimis 2020 m. trečiąjį ketvirtį Lietuvos gyventojų į užsienį keliavo žymiai mažiau:

- Į užsienį 2020 m. trečiąjį ketvirtį keliavo 164,2 tūkst. šalies gyventojų, arba 73,6 proc. mažiau nei per tą patį 2019 m. laikotarpį, vidutinė kelionės užsienyje trukmė buvo 6,6 nakvynės.
- 49,2 proc. keliavusiųjų nakvojo pas gimines ir draugus ar privačiajame apgyvendinimo sektoriuje, 44,7 proc. – viešbučiuose ir moteliuose.
- 2020 m. liepos–rugsėjo mėn. po užsienio šalis keliavę turistai iš Lietuvos išleido 107,5 mln. EUR, tai 65,6 proc. mažiau nei pernai per tą patį laikotarpį. 2020 m. trečiąjį ketvirtį kelionėje užsienyje vienas Lietuvos gyventojas vidutiniškai išleido 473 Eurų.
- Kelionių į užsienį skaičius 2020 m. trečiąjį ketvirtį, palyginti su tuo pačiu 2019 m. laikotarpiu, sumažėjo 69,7 proc. Lietuvos gyventojai buvo išvykę į 227,4 tūkst. kelionių. Kelionės su turizmo paslaugų rinkiniu, įsigytu turizmo paslaugas teikiančiose įmonėse, sudarė 7,7 proc. visų kelionių, arba 87,8 proc. mažiau nei 2019 m. trečiąjį ketvirtį.
- Asmeninės kelionės sudarė 82,2 proc. visų kelionių į užsienį, verslo kelionės – 17,8 proc. (5 pav.). Šitam reiškiniui apart tiesioginės pandemijos įtakos, taip pat poveikį turėjo naujų video konferencijų internetinių platformų, tokių kaip Zoom, Microsoft Teams bei Google Meet atsiradimas.



5 pav. Išvykstančiųjų kelionių tikslai 2020m.

Šaltinis : sudaryta autorės pagal Statgov 2020m. III kv. duomenis.

- Daugiausia keliauta į Latviją (68,5 tūkst., arba 30,1 proc. visų kelionių), Lenkiją (23 tūkst., arba 10,1 proc.), Vokietiją (20,7 tūkst., arba 9,1 proc.), Graikiją (13,9 tūkst., arba 6,1 proc.), Estiją (12,9 tūkst., arba 5,7 proc.) ir Jungtinę Karalystę (10,6 tūkst., arba 4,7 proc.) (Statgov, 2020).

Apibendrinant galima teigti, kad kelionių organizatoriams bei kelionių agentūroms dėl kasdien kintančių pandemijos plitimo mastų bei besikeičiančių karantino sąlygų neįmanoma planuoti ateities darbų, todėl nėra galimybių objektyviai vertinti būsimų kelionių organizavimo sąlygų ir rizikos. Stringa Vyriausybės paramos ir komunikacijos. Finansinę padėtį apsunkina būtinybė grąžinti klientams jų įmokas už neįvykusias keliones dėl karantino ar ekstremaliosios situacijos paskelbimo, nes dalis tų lėšų jau yra išaldytos paskirties vietose. Tikėtina, kad po 2021 m. turizmo sektorius Lietuvoje gali susitraukti 70 –80proc., todėl norint, kad šis sektorius išliktų gyvybingas ateityje, būtina visapusiška valstybės pagalba, siekiant išlaikyti kompetetingus darbuotojus bei grąžinti avansus už nesuteiktas paslaugas, kai tuo pat metu organizatorių lėšos yra išaldytos pas įvairius užsienio partnerius. Likvidumui palaikyti šiuo metu turizmo sektoriui yra teikiamos paskolos su valstybės garantija, taikoma prastovų sistema, smulkioms ir vidutinėms įmonėms skiriamos subsidijos, nuomos ir palūkanų kompensavimo priemonės, derybos su kreditoriais ir partneriais, dalinai net perorientuojama veikla. Savo ruožtu turizmo bendrovės visomis išgalėmis gerina veiklos efektyvumą ir mažina sąnaudas.

Analizuojant Valstybės paramą Lietuvos kelionių organizatoriams ir agentūroms, verta paminėti nacionalinės turizmo skatinimo agentūros VŠĮ „Keliauk Lietuvoje“ administruojamą projektą „Atostogos medikams“, prasidėjusį 2020m. rugsėjo 1 d., kuris baigėsi tais pačiais metais gruodžio 15-ąją. Projekto įgyvendinimo laikotarpiu panaudota 97proc. priemonei skirtų lėšų, o turizmo paslaugų teikėjams už sveikatos priežiūros įstaigų darbuotojams suteiktas paslaugas išmokėta beveik visa skirta pinigų suma. Projekte dalyvauti galėjo kelionių organizatoriai, kelionių pardavimo

agentai ir apgyvendinimo įstaigos. Iš viso priemonei buvo skirta 10 mln. eurų. Skaičiuojama, kad už medikams suteiktas paslaugas 526 projekto dalyviams buvo išmokėta kompensacijų už 9,7 mln. eurų. Iš viso patenkinti daugiau nei 6 tūkst. mokėjimo prašymų. Per dieną vidutiniškai buvo atliekama po 81 išmokėjimą. Valstybės kompensuojamas turizmo paslaugas už 200 eurų įsigijo daugiau nei 49 tūkst. sveikatos priežiūros sistemos darbuotojų (Keliauk Lietuvoje, 2021). Daugiausia turizmo paslaugų buvo panaudota spalio mėnesį – tuo metu buvo skaičiuojama, kad per dieną turizmo paslaugas vidutiniškai įsigydavo 750 medikų. Populiariausios buvo apgyvendinimo ir sveikatinimo bei SPA paslaugos. Medikai ypač noriai rinkosi paslaugų paketus, į kuriuos buvo įtrauktos net kelios jų. Sveikatos priežiūros įstaigų darbuotojai galėjo rinktis iš 838 turizmo paslaugų teikėjų visoje Lietuvoje. Projekte dalyvavo 113 kelionių organizatorių, 83 kelionių pardavimo agentai ir 642 apgyvendinimo įstaigos. 2021m. sausio 11d. duomenimis, daugiausia uždirbę kelionių organizatoriai buvo sekantys :

- UAB “Estravel Vilnius” – 159200 eurų;
- UAB „Kauno grūda“ - 157800 eurų;
- „Holiday travel service“ – 149000 eurų;
- UAB „Guliverio kelionės“ – 140564 eurų.
- UAB „Saulėtos kelionės“ - 128144 eurų. (Migonytė, 2021).

Repatriacijos subsidija - kita Valstybės parama verslui skatinti. Pradėjo veikti 2020 m. pabaigoje. Tai kompensacijos už turistų grąžinimą iš užsienio valstybių, vykdančios organizuotos kelionės sutarties įsipareigojimus turistams, paskelbus ekstremaliąją situaciją. Kelionių organizatoriams buvo kompensuojama iki 75proc. turistų grąžinimo organizavimo išlaidų. Ši priemonė prisidėjo išlaikant kelionių organizatorių likvidumą pandemijos laikotarpiu. Kaip buvo suderinta su Europos Komisija, valstybės pagalba vienam pareiškėjui galėjo siekti iki 800.000 eurų per trejų metų laikotarpį. Iš viso kompensacijoms buvo numatytas 1 mln. Eurų. (EK, 2021). Kompensacija teikiama kelionių organizatoriams už turistų grąžinimą laikotarpiu nuo 2020m. vasario 26 d. iki 2020m. kovo 31 d. Kompensaciją galėjo gauti pareiškėjai, nurodytu laiku turėję išvykstamojo tipo kelionių organizatoriaus pažymėjimą ir negavę finansinės paramos už turistų grąžinimą. Atitinkantys visus reikalavimus kelionių organizatoriai paraiškas turėjo pateikti VšĮ „Keliauk Lietuvoje“ iki 2020m. lapkričio 26 dienos (EIM, 2021).

Turizmo verslo likvidumui palaikyti Ekonomikos ir Inovacijų Ministerija skyrė subsidijų priemonę – subsidiją mažoms ir vidutinėms įmonėms, pagal kurią į SVV kategoriją (labai maža, maža ar vidutinė įmonė) patenkančioms įmonėms planuota suteikti subsidijų, siekiančių 25proc. nuo 2019m. sumokėtų GPM (gyventojų pajamų mokesčių), bet ne daugiau kaip 0,8mln. Eur vienai

įmonei. Pagal šios subsidijos koncepciją, didelės įmonės neturi teisės gauti šitos pagalbos. Didelių įmonių diskriminavimas nėra numatytas Europos Komisijos komunikate, kuriame kaip tik nurodoma, kad proporcingas ES valstybės pagalbos kontrolės taikymas turi užtikrinti, kad paramos priemonės būtų tikslingos ir kad padėtų visoms nukentėjusioms įmonėms (EIM, 2021).

Kelionių organizatoriai taip pat turi kelias galimybes kreiptis į UAB „Investicijų ir verslo garantijos“ [INVEGA] tiek dėl individualių paskolų įmonėms, tiek ir dėl pagalbos verslui Covid-19 krizės metu, kuri veikia trimis kryptimis : kompensuojamos verslui atidėtų paskolų palūkanos; garantuojant už finansų įstaigų teikiamas finansines paslaugas arba teikiant lengvatines paskolas valstybės lėšomis :

- Kelionių organizatorių prievolių įvykdymo garantijos (pratęsta iki 2021.06.30). Šiai priemonei skirta 15 mln Eur.
- Paskolos turizmo ir apgyvendinimo paslaugų tiekėjams (pratęsta iki 2021.06.30), skirta 30 mln Eur.
- Tiesioginės Covid-19 paskolos (įgyvendinama nuo 2021.01.21), skirta 30 mln Eur.

Paskolos kelionių organizatoriams – tai paskolos, kurių tikslas – mažinti Covid-19 pandemijos poveikį turizmo verslui, suteikiant finansavimą paskolų forma kelionių organizatoriams jų atsiskaitymui su turistais už dėl Covid-19 protrūkio neįvykusias organizuotas turistines keliones. Viso pandemijos padariniams švelninti skirta 75mln. Eur. Pateiktos 1168 paraiškos, kas sudaro 60 mln. Eur., iš jų dar vertinama 382, atmesta 314. Iš viso planuojamas 74proc. pajamų panaudojimas (INVEGA, 2021).

Valstybė taip pat yra numačiusi 15 mln. Eur paskolų kelionių organizatoriams, bet nustatyti reikalavimai, kad iki 1 mln. Eur paskolą įmonės gali pasiimti be jokių papildomų reikalavimų, tačiau, skolinantis virš 1 mln. Eur, jau reikalingas turto įkeitimas arba laidavimas visai sumai (Dževeckytė, 2020). Tokia sąlyga sumažina kelionių organizatorių galimybes atsiskaityti su visais turistais, ypač tų įmonių, kurios turi didesnę veiklos apimtį, todėl kol kas iš šios paramos biudžeto pasiskolinta tik 3 mln Eur. Didžiosios daugumos kelionių organizatorių verslas yra taip vadinamas neturintis aktyvų (angl. asset light) verslas, todėl turto tokiai sumai turizmo įmonės dažnai neturi. Todėl kelionių organizatoriai teikė prašymą vyriausybei didinti sumą, kuriai pagal šią priemonę nereikalingas turto įkeitimas arba akcininkų laidavimas ar išvis išimti šį reikalavimą. Tai palengvintų galimybę dideliems kelionių organizatoriams pasiimti paskolą ir atsiskaityti su turistais.

Apibendrinant teorinę dalį bei praktines žinias apie COVID-19 paveiktus kelionių organizatorių verslus bei moduliuojant jų veiklos metamorfozes, sėkmės principus ir turizmo ateitį, galima suformuluoti ginamąjį teiginį, kad kelionių organizavimo verslas Lietuvoje privalės restruktūrizuotis,

ir kurį atlikto tyrimo metu bus bandoma apginti. Kelionių organizavimo verslo restruktūrizaciją skirtingais aspektais po Covid-19 pandemijos nagrinėjo keletas mokslininkų.

1.4.3. Kelionių organizatorių tyrimo teorinio modelio pagrindimas

Pasak B. Chris, M. Hirt, S. Hudson, N. Northcote ir S. Smit (2020), prasidėjus pandemijai, kelerius metus turėjęs trukti skaitmenizacijos procesas kelionių organizavimo rinkoje užtruko vos keletą mėnesių. Įmonės privalėjo restruktūrizuoti savo veiklą, diegdamos naujausias skaitmenines technologijas, pereidamos prie naujų internetinių užsakymų platformų, nes, autorių teigimu, naujosios technologijos įgaunant vis didesnę svarbą rinkoje, tradicinių kelionių organizatorių ir agentūrų mažės, išliks tik geriausiai prisitaikę prie pakitusių verslo sąlygų.

Dar prieš pandemiją, R. Law, R. Leung ir D. Buhalis (2009) savo moksliniame straipsnyje pateikė informacinių technologijų (IT) svarbos sėkmingai kelionių agentūrų veiklai užtikrinti tyrimo rezultatus. Pasirinktas turinio analizės metodas, kurį taikant išanalizuota 215 straipsnių, susijusių su IT turizmo ir kelionių agentūrų versle. Duomenys suskirstyti į tris kategorijas, susijusias su technologijų plėtros svarba kelionių organizavimo versle, kelionių organizavimo paslaugų tiekėjais ir jų vartotojais. Ištyrę visus straipsnius autoriai padarė išvadą, kad IT vis svarbesnės kelionių agentūrų versle, nes padeda mažinti darbo sąnaudas, didinti darbo efektyvumą ir gerinti teikiamų paslaugų kokybę.

Grįžtant prie po pandeminio laikotarpio, į 2021 metus, kelionių organizavimo ir platinimo sistemos industrijoje Ispanijoje restruktūrizacijos problemą nagrinėjo ir T. Gonzalez-Torres, J.L. Rodriguez-Sanches ir E. Pelechano-Barahona (2021). Kokybinio interviu metodu atliktame tyrime apklausti 9 respondentai, išnagrinėtos pasirinktų įmonių finansinės ataskaitos ir dokumentai. Prieitos išvados dėl įvairių darbo restruktūrizavimo procesų, tokių kaip maksimalus valstybės paramos panaudojimas, finansinės ir fiskalinės veiklos koordinavimas, kooperacija su kitais kelionių organizatoriais, patrauklumo valdymas, ir kt.

Kelionių organizavimo verslo po Covid-19 pandemijos išlikimo galimybių ir santykių tarp verslo organizatorių bei jų paslaugų vartotojų peripetijas Ghanos pavyzdžiu nagrinėjo Vokietijos mokslininkai - A. Thams, N. Zech, D. Rempel ir A. Ayia-Koi (2020). Darbe pabrėžiama savalaikė prisitaikymo prie naujų darbo sąlygų svarba. Prieita išvados, kad priimti skubios restruktūrizacijos sprendimai turės palaiapsniui būti pakeisti į ilgalaikės kelionių veiklos procesų strategijos planavimą.

Analizuojant atliktus tyrimus pastebėta tendencija, kad iki Covid-19 pandemijos daugiausia tirta naujų technologijų svarba ir jų adaptacijos reikšmė kelionių organizavimo versle. Po pandeminio laikotarpio labiau susitelkta į personalo gebėjimą adaptuotis prie besikeičiančių verslo sąlygų, įmonių

valdymo strategijų kaitos galimybes, pereita prie įmonių vadybos modelių bei vartotojų kelionių įpročių kaitos analizės. Atlikta straipsnių analizė leidžia teigti, kad prasidėjus pandemijai vyko ryškūs pokyčiai kelionių organizavimo verslo rinkoje. Nors poveikis turizmo industrijos struktūroms ir yra panašus, jų veiklos organizavimo aspektai kito. Straipsnių analizė atskleidžia, kad kelionių organizavimo verslo ir vadybos tyrimų autoriai taikė tradicinius sociologinius metodus: interviu ir ekspertinį vertinimą, anketinę apklausą, turinio analizę bei atvejo studijas. Šiame Magistriniame tyrime iškeltam ginamajam teiginiui pagrįsti pravartu išanalizuoti keletą konkrečių kelionių organizavimo veiklos Lietuvoje pavyzdžių, taip pat atlikti kelionių organizavimo paslaugų vartotojų nuomonių tyrimą. Šiai analizei atlikti pasirinktas kokybinis kelionių organizatorių ir kiekybinis keliautojų tyrimas.

2. COVID-19 ĮTAKOS KELIONIŲ ORGANIZATORIAMS TYRIMO METODOLOGIJA

2.1. Tyrimo modelį sudarantys tyrimo metodai

Šiame moksliniame tyrime pasirinktas teorinis modelis susideda iš kelių tyrimo metodų, kurie padės patvirtinti arba paneigti ginamąjį teiginį ir spręsti iškeltus tyrimo uždavinius. Remiantis teoriniu modeliu pagrindžiama empirinių tyrimų metodika (Kardelis, 1997). Pasirinkti sekantys keturi tyrimo metodai pažintinei ir praktinei informacijai gauti:

- Mokslinės, teisinės literatūros ir statistikos duomenų analizė pasirinkta teorijai tirti. Ši dalis identifikuoja moksliniame darbe vartotinas sampratas, suteikia tyrimui kontekstą ir parodo tyrimo svarbą (Daubarienė, 2018). Taip pat mokslinių, teisinių bei statistinių duomenų analizė pagrindžia tiriamąją analitinę dalį, joje pateikiami susiteminti duomenys apie masinius reiškinius, taip pat tie duomenys yra analizuojami ir interpretuojami. Naudota užsienio šalių ir Lietuvos mokslinė literatūra, daugiausia 2016 – 2021 m., išskirta per Klaipėdos Universiteto bibliotekos elektroninius išteklius: Scholar Google bei virtualios bibliotekos duomenų platformas, SFX, DOI sistemas, EBSCO mokslinių duomenų bazę. Taip pat naudotos Europos Sąjungos duomenų bazės tokios kaip eur-lex.europa bei ec.europa. Analizuoti statistiniai duomenys gauti iš Worldometer, STATISTA, Stat.gov, VVTAT, Eimin.lrv duomenų portalų. Naudota mokslinės, teisinės ir statistinės literatūros analizė padėjo šiame moksliniame tyrime atskleisti problemos aktualumą, įrodė, kad darbas tikrai vertas empirinio tyrimo ir kad atliktas tyrimas padės išspręsti egzistuojančią problemą.
- Kokybinio tyrimo metodas sistemingai pasirinktas tam, kad būtų galima išnagrinėti tam tikros grupės (šiuo atveju kelionių organizatorių) veiklos principus kintant tam tikroms sąlygoms jų

natūralioje aplinkoje (pandemijos įtaka), siekiant suprasti tiriamųjų subjektų išgyvenimus bei pateikti interpretacinį, holistinį – visumos išgyventos patirties – vertinimą (Žukauskienė, 2008). Naudojama natūralistinė tyrimo rūšis – siekiant suprasti objekto elgesį ir aplinkos poveikį jam. Pasirinkta fenomenologinio požiūrio giluminio pusiau struktūruoto interviu strategija. Fenomenologiniu požiūriu orientuojamasi į respondentų patirtį ir jos raišką išsakyimuose, pagrindžiant ginamąjį teiginį, taip pat skatinama respondentą pasisakyti dėl dabarties aktualijų (Finlay, 2012). Giluminio interviu strategija orientuota į subjektų išgyvenamąsias patirtis (Marshall ir Rossman, 2006). Pusiau struktūruotas interviu metodas remiasi interviu plane iš anksto numatytais konkrečiais klausimais, tačiau tikėtina, kad tyrimo eigoje tyrėjas gali papildomai užduoti plane neįtrauktų klausimų, jeigu mano, kad taip galima būtų praturtinti tyrimą (Bitinas, Rupšienė ir Žydzūnaitė, 2008). Kokybinis tyrimas padės generalizuoti ginamąjį teiginį, gauti įžvalgų, išnagrinėti kelionių organizatorių veiklos perspektyvas bei išgryninti koncepcijas. Kokybinio tyrimo išvados interpretuojamos kaip hipotetiniai teiginiai, tačiau tokius teiginius reikia toliau tikrinti (Žukauskienė, 2008).

- Kiekybinis tyrimas pasirinktas objekto (kelionių organizatorių paslaugų vartotojų – keliautojų) elgsenos požymių aiškinimuisi ir pasirinkimų kaitos prognozavimui. Tyrimu siekiama statistiškai pagrįsti tiriamųjų esminius požymius, elgsenos reiškinių priežastinius ryšius ir funkcionavimo dėsnius (Žukauskienė, 2008). Kiekybinis tyrimas orientuotas į keliautojų elgsenos požymių, kurie gali būti išmatuoti ir išreikšti skaičiais, identifikavimą, padedant atskleisti pandemijos poveikį jų pasirinkimams kelionių organizavimo prizmėje. Kiekybinio tyrimo duomenys renkami anketavimo metodu. Apklausos metodas yra vienas dažniausiai taikomų ir populiariausių duomenų rinkimo metodų, kuris padeda surinkti duomenis apie faktus (pandemijos įtaka keliautojams) bei subjektyvius duomenis (elgsenos pokyčius, nuostatas, požiūrius ir kt.). Apklausa, kaip socialinių duomenų rinkimo metodas, pasižymi įvairiomis formomis. Viena tokių – internetinė apklausa, leidžianti didinti tyrimo populiacijos prieinamumą ir tyrimo atlikimo patogumą. Tyrimo atveju naudota internetinė Apklausa.lt platforma, kuri leido ne tik vykdyti apklausą, bet ir einamojo momento tyrimo rezultatus vizualiai pristatyti į klausimus atsakiusiajam respondentui. Gauti duomenys sisteminti aprašomosios statistikos (duomenų sisteminimo ir grafinio vaizdavimo) metodais, naudojant SPSS programą.
- Kokybinio ir kiekybinio tyrimo metodų integracija. Pagrindiniai mišrių metodų taikymo motyvai :
 - Siekis atskleisti atskirų metodų trūkumus;

- Surinkti įvairesnę empirinę medžiagą;
- Siekis pagrįsti tyrimo rezultatus skirtingais duomenų šaltiniais.

Interviu derinamas su apklausa lygiagrečiai vykstančių procedūrų metodu. Abiejų tyrimų duomenų analizė reikalauja skirtingo apibendrinimo, tačiau anot J. Mason (1996), metodų integracija leidžia pažvelgti į problemą iš įvairių pusių: kokybiniais metodais siekiama pažvelgti į gylį, o kiekybiniais metodais – į plotį. Kokybinė duomenų analizė, atliekama kategorizavimo metodu, atskleis interpretuojamus duomenis bei suteiks informacijos apie kelionių organizavimo verslo veiklos struktūrą prasidėjus Covid-19 pandemijai. Tuo tarpu kiekybinė analizė, apdorota su SPSS programa, apibendrins duomenis apie keliautojus, nustatys statistinius ryšius tarp keliautojų pasirinkimų, koncentruosis ties faktų grupavimu ir papildys kokybinių duomenų analizės antrąją kategoriją. Šioje baigiamojo darbo dalyje nagrinėjami abiejų tiriamųjų reiškinių - Covid-19 pandemijos įtakos kelionių organizatoriams bei jų paslaugų vartotojams / keliautojams Lietuvoje - tarpusavio ryšiai, atskirų rodiklių pokyčių mastai, priklausomybės ir sąlygos, aiškinamos socialinių reiškinių priežastys, pateikiama argumentuota, statistiniais skaičiavimais grįsta tiriamų reiškinių, rodiklių kitimo prognozė.

Pasirinkti metodai padės sistemingai rinkti ir apdoroti informaciją bei rasti atsakymą į mokslinio darbo pradžioje suformuluotą problemą bei paneigs ar patvirtins ginamąjį teiginį (Rienecker ir Jorgensen, 2003).

2.2. Tyrimo imties charakteristikos

Kokybinio tyrimo imties reprezentatyvumą lemia lankstūs teoriniai kriterijai (Halling, Jan ir Rowe, 2006). Atliekant kokybinį giluminį pusiau struktūruotą interviu, kiekvienas atvejis tiriamas išsamiai, todėl mažesnis atvejų skaičius gali duoti pakankamą kiekį duomenų tyrimo tikslui pasiekti (Gaižauskaitė ir Valavičienė, 2016). Tyrimo metu buvo atitinkamai apibėžtas tyrimo laukas, adresuota tikslinė populiacija : viso 6 informantai - didžiausiose (4 respondentai – X1, X2, X3 ir X4) ir vidutinėse (2 respondentai – X5 ir X6) Lietuvos kelionių organizavimo įmonėse dirbantys, vadovaujantys pareigas užimantys ir ne mažesni, kaip 5m. darbo stažą turintys informantai, toliau tyrime vadinami ekspertais (žr. lentelė 10), įskaitant ir X3 respondentą, nes bendras jo darbo kelionių organizavime veiklos stažas sudaro 11 metų. X5 ir X6 ekspertų darbo lauko veiklos statusas apibrėžiamas kaip kelionių agentūra, tačiau abu ekspertai patvirtino, kad papildomai prie parduodamų organizatorių paketų, patys organizuoja keliones autobusu (X5), taip pat poilsines, verslo keliones ir konferencijas (X6).

Lentelė 10. Ekspertų vertinimo kriterijai.

Organizatoriui priskirtas X	Veiklos vertinimas Rekvizitai.lt	Organizacijos steigimo metai	Respondento darbo metai įmonėje	Interviu atlikimo data
X1	5,7*	2000	10	2021.03.17
X2	6,1*	2016	7	2021.03.19
X3	4,8*	2019 (Lietuvoje) (steigimo metai 1923)	2+9	2021.03.12
X4	5,4*	2004	8	2021.03.22
X5	5,2*	2006	9	2021.03.08
X6	5,5*	1998	18	2021.03.09

Šaltinis: sudaryta autorės pagal interviu bei Rekvizitai.lt duomenis, 2021m.

Pasirinktas tyrimo dalyvių skaičius buvo pakankamas atsakyti į tyrimo klausimus, leido padaryti logiškas, teoriškai nuoseklias išvadas. Galutinis per tyrimą atrinktų dalyvių skaičius priklausė nuo interviu metu gaunamų duomenų kiekio ir kokybės. Daugiausia informacijos gauta per pirmus tris interviu, vėliau gaunama informacija iš esmės neatskleidė naujų, su tyrimo tikslu susijusių aspektų. Gautas prisotinimo efektas ir daryta išvada, kad tolimesnis interviu procesas nėra tikslingas. Pasirinktas atrankos būdas – homogeninių atvejų atranka. Pasak M.Q. Patton (2002), tai panašių subjektų ar reiškinių visuma, siekiant juos ištirti giliau. Visi subjektai yra panašūs tam tikru požymiu – šiuo atveju – visos kelionių organizavimo įmonės buvo vienaip ar kitaip paveiktos Covid-19 pandemijos.

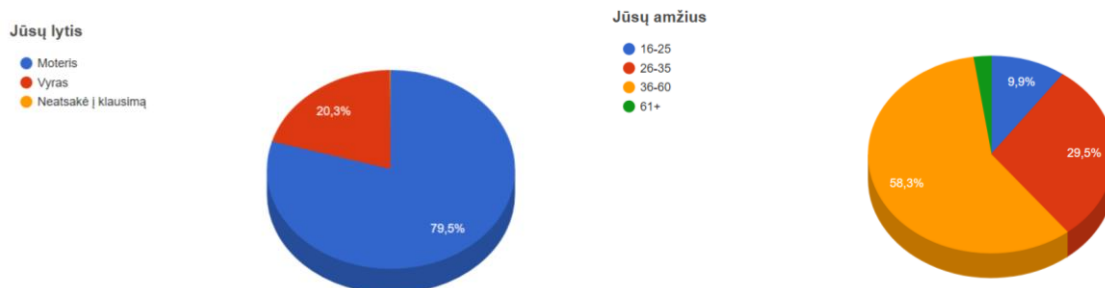
Kiekybinis tyrimas atliktas šiame Magistro baigiamajame darbe yra susijęs su keliautojų nuostatomis, poreikiais ir motyvacija. Šiuo antriniu tyrimu siekiama papildyti, patvirtinti arba paneigti kokybinio tyrimo metu kilusias įžvalgas. Renkant kiekybinius duomenis atrankos vienetais pasirinkta generalinė visuma – keliautojai, daugiausia gyvenantys ir keliaujantys iš Lietuvos.



6 pav. Apklauso "Covid-19 pandemijos įtaka turizmo industrijai Lietuvoje" rezultatai.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Apklausa.lt duomenis.

Kaip matyti iš 6 pav., net 333 respondentai, atsakę į anketos klausimus, gyvena Lietuvoje, 19 Norvegijoje, 2 Švedijoje, 1 gyvenantis Lenkijos teritorijoje, 4 – Vokietijoje, 35 – Jungtinėje Karalystėje ir 9 – Ispanijoje (Tenerifės saloje). Minėtos šalys yra labiausia lietuvių pamėgtos emigracijos destinacijos, ir todėl, kad anketos tekstas buvo patalpintas lietuvių kalba, galima daryti prielaidą, kad visi atsakiusieji buvo Lietuvos piliečiai.



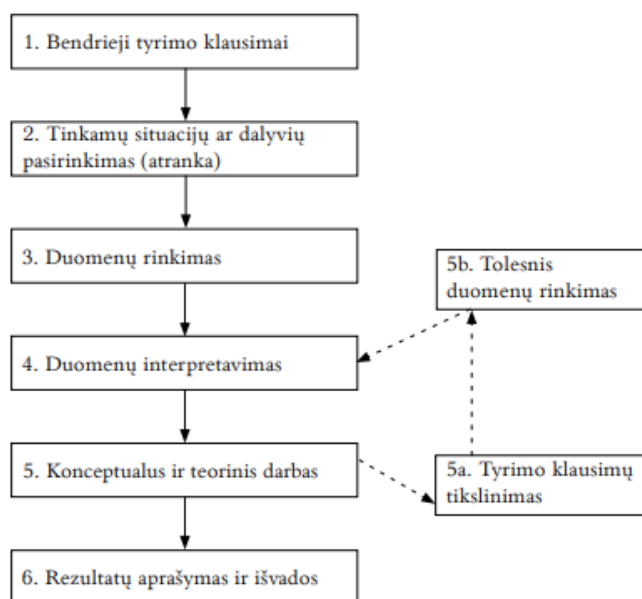
7 pav. Respondentų demografinės charakteristikos.
Šaltinis : sudaryta autorės pagal Apklausa.lt duomenis

Kaip matyti iš 7 pav., respondentų demografinėse charakteristikose dominuoja moterys (79,5proc.). Tai iš dalies atitinka turizmo sektoriuje dirbančiųjų bei socialiniuose tinkluose dominuojančiųjų lytiškumo tendencijas. Tiriamųjų amžius svyruoja nuo 16 iki 60 ir daugiau metų, didžioji dalis respondentų patenka į 36-61+ m. amžiaus intervalą (58,3 proc). Kadangi tyrimo imtis gali būti formuojama pasitelkiant tiek statistinius, tiek ne statistinius metodus (Žukauskienė, 2008), tai tyrimo atveju, siekiant imties reprezentatyvumo, pasirinkta statistinė, tikslinė (elementai atrinkti priklausomai nuo tikslų), tipinių (tipiniai atvejai duotai populiacijai siekiant išryškinti tipines charakteristikas) elementų atranka, parengta taip, kad, atsižvelgiant į tyrimo tikslą, kiekvienas nuo 16 iki 61+m. amžiaus asmuo, turintis sąsajų su kelionėmis, turėtų vienodą tikimybę būti apklaustas. Metodologijos įžvalgose teigiama, jog tyrimo duomenų patikimumas labiausiai priklauso ne nuo tiksliai apskaičiuoto tyrimo imties dydžio, o koku būdu atrinkti respondentai (Marshall and Rossman, 2006). Šiuo atveju respondentai atrinkti pasitelkiant internetines platformas, tiesiogiai susijusias su kelionėmis ir turizmu, tokias kaip “mokėk keliauti”, “keliauk po pasaulį ir dalinkis įspūdžiais”, “keliauk per karantiną”, “keliauk Lietuvoje”, “kelionių vadovas”, taip pat keliautojų personaliniuose bloguose ir kt. Pagal V.Praude ir E.Shalkovska (2009) rekomendacijas, kada generalinės visumos dydis siekia 100.000 ir daugiau, rekomenduojama apklausti 400 respondentų. Šiame darbe analizuota pasirinkta tikslinė gereralinė aibė N=423. Galima daryti prielaidą, kad šiuo atveju pasirinkta tyrimo imtis atspindi keliautojų generalinės visumos dalį ir leidžia spręsti apie visumos savybes, ryšius bei požymius.

2.3. Tyrimo instrumento pagrindimas ir eiga

Pusiau struktūruotas interviu remiasi interviu planu, kuriame numatyti konkretūs klausimai ir iš anksto apgalvota jų pateikimo seka. Taip pat numatyta, kad tyrimo eigoje galima papildomai užduoti plane neįtrauktų klausimų, jeigu manoma, kad taip galima būtų praturtinti tyrimą (Bitinas, Rupšienė ir Žydžiūnaitė, 2008). Pasirinktas metodas - interviu telefonu. Paprastai moksliniuose tyrimuose šis metodas taikomas tuomet, kai tyrėjas ir tiriamasis gali kalbėtis tiesiogiai laiko prasme, tačiau negali kalbėtis tiesiogiai vietos prasme. Įvertinant 2021m. I kv. Covid-19 pandemijos Lietuvoje sudarytą situaciją ir įvestą griežtą karantiną, šis metodas buvo prieinamiausias ir racionaliausias naudoti. Taip pat interviu būdu galima gauti kitais būdais sunkiai prieinamos informacijos, tokios kaip vidiniai respondentų išgyvenimai, socialinės, kultūrinės, politinės, ekonominės nuostatos, požiūriai bei įsitikinimai, ko ir buvo siekta renkantis giluminę strategiją. Interviu patikimumui taip pat skirta papildomo dėmesio, kadangi vienos iš apklaustųjų ekspertų buvo paprašyta validuoti interviu klausimus. Ekspertė Žydrė Gavelienė taip pat yra Nacionalinės Turizmo Verslo Asociacijos Prezidentė. Kokybinio tyrimo procesas atliktas pagal I. Gaižauskaitės ir N. Valavičienės (2016) siūlomą modelį :

Lentelė 11. Kokybinio tyrimo procesas.



Šaltinis : Socialinių tyrimų metodai : kokybinis interviu. Gaižauskaitė ir Valavičienė. 2016m.

Iš pateiktos schemos (10 lentelė) galima matyti, kad kokybinio proceso metu klausimai gali būti tikslinami, konkretinami ar net performuojami. Labai svarbus tyrėjo nešališkumas, noras gauti objektyvias, o ne išankstines nuostatas atspindinčias nuomones. Per šiame Magistriniame darbe atliktą kokybinio tyrimo procesą gautos informacijos kiekis buvo pakankamas tyrimo ginamojo

teiginio patikrinimui, logiškų teorinių teiginių, tarpusavio sąsajų bei išvadų formulavimui. Gauti duomenys analizuoti kategorizavimo metodu (Gaižauskaitė ir Valavičienė, 2016):

- Skaitomi tiriamųjų pateikti atsakymai ir išskiriami pagrindiniai aspektai, kuriuos atspindi žodžiai bei frazės ir remiantis išskirtais raktiniais žodžiais išskiriamos kategorijos;
- Atliktas prasminių elementų identifikavimas: skaidant kategorijų turinį, išskiriami pastarųjų elementai;
- Prasminiai elementai suskirstyti į subkategorijas;
- Interpretuojami turinio duomenys.

Įprastinis kiekybinės apklausos požymis - iš anksto apgalvotas ir parengtas tyrimo instrumentas (anketa), kuri padeda susisteminti iš respondentų gaunamą informaciją. Anketos privalumas tas, kad informacijai surinkti reikia mažiau laiko ir anketavimas yra pigesnis nei interviu, o anketos patikimumą galima įvertinti matematiniais – statistiniais metodais (Žukauskienė, 2008). Anketa pateikta on-line klausimyno metodu taip, kad respondentai patys atsakė į tyrimo klausimus, jiems taip pat buvo paliekama galimybė prireikus pasikonsultuoti su apklausos organizatore. Respondentas galėjo skirti tiek laiko, kiek nori konkrečiam klausimui atsakyti. Apklausos kokybę apsprendžia joje pateikiami klausimai, kurie padeda nustatyti tiriamąjį požymį ar reiškinį arba jų ryšius. Šio empirinio tyrimo daliai sukonstruotas unikalus, autorių sudarytas tyrimo instrumentas, atliepantis šiandienos situacijai aktualius keliautojams klausimus ir atspindintis kelionių organizavimo veiklos kryptis ir perspektyvas. Kadangi tyrimo patikimumas taip pat labai priklauso nuo respondentų subjektyvių atsakymų į pateiktus klausimus, pateikiamų klausimų kiekis parinktas optimaliai (viso 10 klausimų, iš jų 2 demografiniai anketos pabaigoje), o jų formuluotės suprantamos ir orientuotos į tyrimo tikslines grupes. Klausimai netendencingi, sąmoningai nenukreipiantys respondentų vienokia ar kitokia linkme. Surinkta informacija panaudota trečiajame tyrimo analizės etape, kur duomenys bus taip pat lyginami su kitose šalyse organizuotais keliautojų tyrimais – JAV, Australijos, Šiaurės Amerikos šalių bloko, taip pat Europos regione. Iki 2021m. balandžio mėn. Lietuvoje Covid-19 poveikį keliautojams nagrinėjo „Kelionių akademija“ su apklausa „Kaip dabartinė situacija pasaulyje pakeitė Jūsų kelionių planus“ ir „Estravel“ kelionių agentūra su panašiu pavadinimu „Kaip Covid-19 pakeitė kelionių planus“. Šių apklausų nėra mokslinių duomenų bazėje ir tuo labiau jos nėra atliktos remiantis moksliniu pagrindu, abi prieinamos įmonių internetiniuose puslapiuose, tačiau nėra galimybės susipažinti su jų rezultatais. Todėl yra tikslinga atlikti keliautojų apklausą Lietuvoje jau vien šiuo aspektu, kad rezultatai būtų moksliskai išanalizuoti ir pagrįsti bei viešai prieinami mokslo ar pažintiniu tikslu. Pažymėtina, kad konstruojant tyrimo dizainą, buvo siekiama įveikti nustatytus ankstesnių panašaus pobūdžio tyrimų ribotumus. Todėl pirmas kiekybinės anketos klausimų blokas

skirtas nustatyti atitikimus ir skirtumus tarp kelionių organizatorių kokybinės antrankos viduriniojo klausimų bloko, susijusio su vartotojų pasirinkimais. Antras klausimų blokas formuluoja tendencijas kelionių organizavimo veiklos ateityje perspektyvoms. Trečias blokas – demografiniai klausimai. Todėl verta paminėti, kad anketa atspindėjo santykių tarp kelionių organizatorių ir keliautojų sąsajas ir jų reikšmingumą. Anketa platinta 2021m. kovo mėnesį.

Abiejų anketų klausimynai pateikti prieduose.

2.4. Tyrimo etika

Atliekant kokybinį ir kiekybinį tyrimus, etikai skirtas ypatingas dėmesys, tačiau būtent kokybiniame tyrime, dėl kur kas glaudesnio ryšio tarp tyrėjo ir respondento, laikytasi papildomų etikos principų, kurie rekomenduojami tiek užsienio, tiek Lietuvos mokslinėje literatūroje (Patton, 2002; Židžiūnaitė, 2007). Tyrimo dalyviai nepriklausė pažeidžiamų asmenų grupėms, todėl etikos principų nebuvo sudėtinga įgyvendinti. Tyrimo etika užtikrinta laikantis minėtų autorių rekomenduojamų keturių principų :

- Informavimo principo – prieš interviu tyrimo dalyviai buvo supažindinami su tyrimo tikslu ir klausimais. Dalyvavimo galimybė buvo pasirenkama laisvanoriškai, taip pat buvo suteikta galimybė neatsakyti ar dalinai atsakyti į kai kuriuos klausimus. Interviu metu buvo gautas žodinis sutikimas dalyvauti tyrime ir kad atsakymai būtų įrašinėjami.
- Lygiavertiškumo principo – tyrimo metu laikytasi lygiaverčio santykio tarp tyrimo vykdytojo ir informantų. Klausimai formuluoti taip, kad atskleistų respondentų nuomonę į tiriamąjį objektą, o ne primestų kito asmens požiūrį ar kitaip klaidintų.
- Naudingumo principo – visiems informantams buvo įdomu pasidalinti patirtimi bei gauti tyrimo rezultatus, kuriuos jie galės panaudoti savo darbinėje veikloje.
- Konfidencialumo principo – informantai tyrime užkoduoti X ir Nr, neatskleidžiami organizacijų pavadinimai, taip apsaugant juos nuo viešinimo.

Pagal interviu vedimo gaires, tyrėjas turi užmegzti, plėtoti ir užbaigti interviu (Gaižauskaitė ir Valavičienė, 2016). Kitaip tariant, kad būtų gauti kokybiški duomenys, atitinkantys tyrimo tikslą, vedant interviu laikytasi šių nurodymų, neįsitraukiant į diskusiją. Balansuota tarp jausminiai neutralaus ir atjaučiančio vaidmens. Apibendrinant galima teigti, kad visas tyrimo procesas buvo grindžiamas etikos principais. Tyrimo rezultatų analizėje siekta demonstruoti tiriamos problemos visumą bei vengta tendencingos interviu duomenų atrankos.

3. KELIONIŲ ORGANIZATORIŲ IR JŲ PASLAUGŲ VARTOTOJŲ ELGSENOS TYRIMO REZULTATAI

3.1. Pandemijos įtaka kelionių organizatoriams: 'X1', 'X2', 'X3', 'X4', 'X5' ir 'X6' atvejų kokybinės apklausos analizė

Šioje Magistro baigiamojo darbo analitinėje dalyje pateikiami abiejų tyrimų duomenys. Remiantis šiuolaikiniais metodais įvertinta tyrimo problemos situacija, išaiškinti problemų susidarymo priežastis nulėmę veiksniai. Tyrimo duomenų analizė padėjo rengiant galutines tyrimo išvadas ir teikiant rekomendacijas, kaip spręsti iškilusias problemas. Šioje baigiamojo darbo dalyje nagrinėjami tiriamų reiškinių tarpusavio ryšiai, atskirų rodiklių pokyčių mastai ir sąlygos, aiškinamos socialinių reiškinių priežastys, pateikiama argumentuota, skaičiavimais grįsta tiriamų reiškinių, rodiklių kitimo prognozė.

2021m. atlikus kelionių organizatorių kokybinį ekspertų tyrimą, paaiškėjo, kad kelionių organizatorių veiklą Covid-19 pandemija paveikė ženkliai, todėl jų veiklos organizaciniuose procesuose susiformavo daug iššūkių. Ekspertams iš viso buvo suplanuota užduoti 12 klausimų, tačiau validuojant klausimyną su vienu iš apklaustųjų ekspertų, vieno klausimo buvo atsisakyta ir iš viso liko 11 klausimų. Klausimynas pateiktas prieduose, priedas Nr1. Klausimai suskirstyti į 3 klausimų kategorijų blokus, kurie išskirstyti į keletą subkategorijų, kaip pavaizduota 12 lentelėje :

12 lentelė. Eksperto validuoto interviu klausimyno kategorijos ir subkategorijos.

Nuomonė apie Covid - 19 pandemijos poveikį įmonės veiklai	Nuomonė apie vartotojų elgseną ir jų pasirinkimo variantus	Nuomonė apie įmonės veiklos perspektyvas
<ul style="list-style-type: none">• Veiklos kaita prasidėjus pandemijai• Nuostolių vertinimas• Sąnaudų mažinimo veiksniai	<ul style="list-style-type: none">• Keliautojų veiksmai su rezervacijomis prasidėjus pandemijai• Keliautojų elgsenos ypatumai kelionių 2021m. atžvilgiu• Niveliacijos vengimo principai• Rezervacijų lankstumo principai• Vartotojų elgsena dėl vietinio keliavimo bei "Baltijos burbulo"	<ul style="list-style-type: none">• Inovacijų steigimas per MITA paraiškas• Rezervacijų automatizacijos procesai (pirkimas internetu)• Verslo sėkmės modelis• Ateities kelionių organizavimo veiklos perspektyvos

Šaltinis : sudaryta autorės 2021m.

Kaip vieną iš rimčiausių iššūkių kelionių organizavimo verslo istorijoje visi respondentai pažymi prasidėjusią pandemiją, kada buvo sustabdytas judėjimas tarp šalių, nutupdyti lėktuvai, uždarytos sienos. Kelionių organizavimo verslas grįstas žmonių kelionėmis, o nutrūkus jų paklausai

dėl priverstinai įvesto karantino visame pasaulyje, sustojo net tik pardavimai, bet ir neįmanoma buvo atgauti sumokėtų tarpininkams įnašų, kas apsunkino pinigų grąžinimą keliautojams už rezervuotas neįvyksiančias keliones. Analizuojant informantų atsakymus, prieita vieningos nuomonės, kad darbuotojai – didžiausias įmonės turtas, todėl nei vienoje organizacijoje darbuotojai nebuvo atleidžiami. Darbuotojų skaičius krito dėl natūralios kaitos arba dėl paties įdarbintojo pasirinkimo, nes visų respondentų darbovietės buvo prastovose (žr. Lentelė 13).

13 lentelė. Nuomonė dėl Covid-19 poveikio kelionių organizavimo veiklai.

Kategorija	Sub-kategorija	Patvirtinantis teiginys
Nuomonė apie Covid-19 poveikį kelionių organizavimo veiklai	Veiklos kaita prasidėjus pandemijai	<p>„Pagrindinis iššūkis - veiklos vykdymo apribojimų laikotarpis. Įmonėje paskelbta prastova. Kol darbas ir mokymasis vyksta nuotoliniu būdu ir vaikai nelanko darželių ir mokyklų, darbuotojai naudojami valstybės suteikiamomis nedarbingumo pažymomis...“, „...paskutiniaisiais praėjusių metų mėnesiais aktyviai dirbome su valstybinėmis institucijomis, ieškodami sprendimų, kaip greičiau atsiskaityti su keliautojais už dėl pandemijos atšauktas keliones.“ (X1).</p> <p>„...Sunku tiksliai pasakyti, kokią įtaką mūsų verslui turės koronavirusas. Bendrovė turi pakankamai lėšų operuoti ateinančiais finansiniais metais, todėl veiklos nutraukimo rizika maža...“ (X2).</p> <p>“...didžiausia krizė įmonės gyvavimo istorijoje...“ (X3).</p> <p>“...darbuotojų neatleidom, laikinai sustabdėm veiklą, darbuotojai buvo ant prastovų ir biuletenių. Tuo metu buvo sprendžiami verslų ir darbo vietų išsaugojimo klausimai. 2020m. vasaros kelionių sezonas buvo labai trumpas bei ypatingai sunkus visam turizmo sektoriui. Vykdėme veiklą ribotai, veikėme sudėtingomis sąlygomis. Stengdamiesi išnaudoti visas galimybes organizavome skrydžius, partneriams sudarėme sąlygas dirbti, gauti pajamų. Jei kelionių agentūra tuo nepasinaudojo ir nedalyvavo pardavimuose, vadinasi ji, kaip partneris, nėra aktyvi...“ (X4).</p> <p>„...paveikė šimtu proc., tiesiogiai įtakoję; praeitų metų kovas, balandis ir gegužę buvo tvarkymosi metas, klientų palaikymo ryšio, stengimosi juos išlaikyti ir nuraminti. Visi nežinioje...“, „...senų darbuotojų neatleidom, tik kelis priimtus bandomajam laikotarpiui, bei keli žmonės išėjo savarankiškai...“ (X5).</p> <p>„Vienas pagrindinių tikslų – kad nenukentėtų servisas, antras – darbuotojai. Stengėmės neprarasti žmonių, kad žmonės turėtų laisvo laiko prastovas, kad galėtų dalinai dirbti pas mus, dalinai kitur. Valstybės išmokų nepakanka, kad būtų galima sumokėti pilną atlyginimą. Jau tuoj bus metai kaip vos išgyvenam. Visi resursai išnaudoti, tiek žmogiškasis faktorius, tiek įmonės“ (X6).</p>
	Nuostolių vertinimas	<p>„...bendra visų praeitų metų apyvarta yra 82proc. mažesnė lyginant su 2019 metais...“ (X1).</p> <p>„...įmonė patyrė didelių nuostolių, tačiau naudodamiesi atsiradusia galimybe, savo reikmėms eksploatuosime specialiai įsigytą lėktuvą, su kuriuo tikimės be tarpininkų kontroliuoti svarbiausią keleivių logistikos procesą...“ (X2).</p> <p>“...88proc. nuostolių palyginus su 2019m...“ (X3).</p> <p>“...šiuo momentu visų įmonės patirtų nuostolių įvertinti negalime, realiau tai matysis vėliau, kai ši situacija išsispres ir skrydžiai bus atnaujinti. Bet</p>

		kokiu atveju, įmonės finansiniams rodikliams bei visai įmonės veiklai šios pandemijos įtaka bus neabejotinai ženkliai...” (X4). „...nuostoliai virš penkiasdešimt procentų...“, „...sustojo visas...“ (X5). „...pajamos krito 77proc., nėra pelno, yra minusas, ir kol kas rezultatų nematom...“ (X6).
	Sąnaudų mažinimo veiksniai	„...įmonė optimizavo išlaidas, sąnaudos sumažėjo daugiau nei per pusę...“, „...pasinaudota darbo užmokesčio kompensacija...“, „...susitarėme dėl paskolos... atsiskaityti su keliautojais...“, „...peržiūrime kryptių portfelį, sutartines sąlygas, tobuliname tam tikrus platinimo kanalus..., kad, atsigavus kelionėms, būtume stiprūs kaip niekada”(X1). „... gavome... subsidijų iš investuotojų ir Europos fondų, iki 2023m. planuojame ženkliai sumažinti sąnaudas...“ (X3). “Įmonėje paskelbta prastova, prastovoms išleista dauguma darbuotojų, atlyginimų fondas sumažintas dvigubai. Šiuo sunkiu periodu įmonė stengiasi išlaikyti verslą bei darbo vietas, maksimaliai optimizavome savo išlaidas. Įmonė tikisi gauti lengvatinę paskolą su valstybės garantija...” (X4) „...esam dalinėse prastovose...“, „...pasinaudojom pagalba su biurų nuoma, jei savinikas sumažina nuomos kainą trisdešimt procentų, tai keturiasdešimt sumoka valstybė, o likusią dalį agentūra. Atsisakėm vieno biuro Vilniuje...“ (X5). „...valstybė sumokėjo už prastovas. Negavom grantų. Valstybės pagalba vėluoja, tikimės, kad kovo mėn pasieks pinigai. Biurų kiekis nepakito...“ (X6).

Šaltinis : sudaryta autorės pagal informantų 2021m. kovo mėn. interviu atsakymus.

Iš antroje subkategorijoje pateiktų atsakymų matyti, kad kelionių organizavimo verslas prasidėjus pandemijai beveik sustojo. Patirti nuostoliai siekia 77 – 88proc. (X1, X3, X6). Lietuvos ekonomikos ekspertų nuomone, tikėtina kad turizmo organizavimo sektorius, šiais 2021m., kaip ir 2020m., trauksis maždaug 70-80proc., todėl, pasak J. Budreikienės, būtina visapusiška valstybės pagalba (2020). Galima teigti, kad valstybė išleistų daug daugiau atleistiems darbuotojams mokėdama išmokas, finansuodama jų perorientavimą. Labiau apsimoka skirti subsidijų turizmo sektoriui, kad žmonės nebūtų atleisti. Respondentai tiek pirmoje, tiek trečioje subkategorijose mini, kad siekta išsaugoti darbo jėgą naudojantis valstybės parama prastovoms, nedarbingumo pažymėjimais. X5 eksperto duomenimis, atleisti tik tie darbuotojai, kurie buvo priimti bandomajam laikotarpiai. Taip pat ieškota naujų reorganizacijos sprendimų veiklai palaikyti: X2 eksperto teigimu, pandemijai prasidėjus, buvo priimti keli apgalvoti strateginiai įmonių sujungimo ir turto įsigyjimo sprendimai, siekiant plėsti ekspertines žinias ir kompetencijas bei atsigavus turizmui klientams teikti kokybiškesnes paslaugas.

Išanalizavus turizmo ekspertų pateiktus atsakymus pastebėta, kad siekiant išlaikyti įmonių likvidumą, daugelis organizatorių ėmėsi panašių veiksmų. Vadybos praktikos požiūriu, siekdamas veiksnio įgalinimo, įmonės sutelkė dėmesį į tris pagrindinius veiksnio faktorius: darbuotojų išlaikymą, ryšių su klientais stabilizavimą ir įmonės veiklos užtikrinimą. Darbuotojams išlaikyti naudojo valstybės teikiamą paramą prastovoms, investavo į personalo kvalifikacijos kėlimą, užtikrino stabilų darbuotojų skaičių. Klientų poreikiams tenkinti, taip pat vengiant bankroto, teikti prašymai

lengvatinėms paskoloms bei naudotasi sukauptomis įmonių lėšomis neišmokant dividendų už praėjusius metus. Tačiau ne visos organizacijos turėjo vienodą strategiją šiuo požiūriu. Tuo tarpu kai dalis įmonių ieškojo išlikimo metodų, atliko kaštų optimizaciją ir likvidumus, finansinių srautų kontrolę, išpareigojimų valdymą, kitos tuo pačiu metu intensyviai ruošėsi ateičiai ir strategiškai rengėsi rinkos atsigavimui: peržiūrėjo kryptių portfelius, sutartines sąlygas, tobulino informacijos platinimo kanalus, investavo į nuosavybės plėtrą, naujas technologijas bei rezervacines sistemas, plėtė paslaugų spektrą, kad pasibaigus karantinui ir atlaisvinus kelionių suvaržymus, “būtų stiprūs kaip niekada” (X1). Mažą šią nišą išnaudojančių agentūrų skaičių būtų galima paaiškinti tuo, kad daugeliui jų trūksta aiškios vizijos, pasitikėjimo, technologinių, finansinių bei kompetingų žmogiškųjų išteklių, siekiant optimizuoti įmonių veiklą pandemijos metu. Tačiau verta panagrinėti ir pačių vartotojų elgseną prasidėjus pandemijai – kokie sprendimai buvo priimti su įmokėtais užstatais už rezervacijas, kaip elgtasi būsimų kelionių atžvilgiu 2021 metams, kokiais principais įmonės stengėsi išlikti patraukliausiomis atsigavus pirkimams, tai yra, kaip vengė niveliacijos, kokios teikiamos lanksčios užsakymų sąlygos siūlomos pirkėjams, visa tai atsispindi 14 lentelėje.

14 lentelė. Nuomonė apie vartotojų elgseną ir jų pasirinkimą.

Kategorija	Sub - kategorija	Patvirtinantis teiginys
	Keliautojų veiksmas su rezervacijomis prasidėjus pandemijai	<p>„...didžioji dalis keliautojų sutiko neįvykusias keliones nukelti vėlesniam laikui, kiti pasirinko kuponus, kuriuos galės panaudoti ateityje...“, ... įmonė sulaukė prašymų grąžinti apie 8 mln. Eur už neįvykusias keliones...” (X1).</p> <p>„...klientams buvo siūlomi vaučeriai arba pinigų grąžinimo kreditai su ateityje vykiančių rezervacijų nuolaida, tačiau tiems, kurie nenorėjo pasinaudoti siūlomais privalumais, visa sumokėta suma buvo grąžinama, jei jų kelionė neįvyko...“ (X3).</p> <p>„...keliautojų prašėm sąmoningumo keisti datas. Nemaža dalis žmonių išties noriai kelionių planus nukelė vėlesniam laikui. Kiti laukė galutinių sprendimų dėl susiklosčiusios situacijos ir tikslų atsakymų dėl pinigų grąžinimo...” (X4).</p> <p>„Labiau keitė, beveik 50–60proc. ėmė kuponą arba keitė, 40proc. atšaukinėjo. Labai priklauso nuo agento. Pas vienus 90proc. atšaukimo, o dešimt keitimo, pas kitus atvirkščiai“, „...daug priklauso nuo kliento noro keliauti...“ (X5).</p> <p>„...50proc. sutiko paimti kuponus...“ (X6).</p>
	Keliautojų elgsenos ypatumai kelionių 2021m. atžvilgiu	<p>“...taip perka, kad įmonė didina Egipto programos apimtį...” (X1).</p> <p>„...keliones perka, susidomėjimas tikrai yra, mes skrydžius organizuojame į visus pamėgtus lietuvių kurortus, bet jų pasiūlą plėsimė tik turėdami konkurencingus pasiūlymus, tiek poilsio ir apgyvendinimo kokybe, tiek kaina. Šalys, kurių ekonomika tiesiogiai susijusi su turizmu, yra itin suinteresuotos visapusišku bendradarbiavimu, tad darysime viską, kad iš to laimėtų mūsų klientai, ...pagrindė dominuoja Turkija ir Egiptas...” (X2).</p> <p>“...tiek keliautojų jau užsisakė keliones šių metų vasarai, kas sudaro 80proc. visų 2019 metų vasaros padavimų...” (X3).</p>

<p>Nuomonė apie vartotojų elgseną ir jų pasirinkimą</p>		<p>“...keliones perka, tačiau matyti, kad keliautojai pageidauja patirti kažką naujo, pakeliauti po svečią šalį, susipažinti su jos kultūra...” (X4).</p> <p>„...perka, bet toli gražu iki užpernai...“, „...dominuoja Turkija numeris du, Egiptas numeris vienas...“ (X5).</p> <p>“...žmonės labai domisi kelionėmis...“, „...realiai pirkimai su 2019 metais tuo pačiu periodu yra vos 15proc. Darbo reikia įdėti, kad tuos procentus pasiekti – 300-400kartų daugiau” (X6).</p>
	Niveliacijos vengimo principai	<p>„...daug dėmesio skiriame veiklos efektyvumo didinimui ir šiuo metu geriname klientų aptarnavimą...“, „...klientams privalomas garantinis draudimas... visi jų pinigai už ateities keliones yra apdrausti...“ (X1).</p> <p>„...nuo pavasario keliones vykdome šiuolaikiškesniu orlaiviu ir gerokai patogesniais laikais. Tai mūsų pranašumai rinkoje...“ (X2).</p> <p>„...įmonė 2019m. gavo apdovanojimą kaip mėgiamiausias kelionių organizatorius...“, „...ilgametis bendradarbiavimas su pastoviais klientais, darbuotojų ir klientų saugumas – prioritetas, naujos saugumo procedūros oro uostuose, laivuose, ...greičiau, pigiau ir efektyviau sinergija..., ...veiklų, avialinijų ir užsakymų restruktūrizacija, skaitmenizavimas...“ (X3).</p> <p>„...labai svarbu teisingai suformuoti lūkesčiai... ir asmeninis ryšys“, „...mums nėra skirtumo kurį organizatorių parduoti, svarbu pasiūlyti tai, kas aktualu klientui..., ... reklama...“ (X5).</p> <p>“...aptarnavimu...“ (X6).</p>
	Užsakymų lankstumo principai	<p>„... gold flex, Covid pauzė...“ (X1).</p> <p>„...geriausia kaina, pradinis įnašas tik 20Eurų, lanksčios kelionių rezervavimo ir atšaukimo sąlygos...“ (X2).</p> <p>„...lankstumas mūsų verslo sėkmės vienas pagrindinių principų. Kelionių vietos ir datos keitimas atliekamas nemokamai, garantuojama pinigų grąžinimo suma, priklausomai nuo atšaukimo sąlygų, turime patikimus testavimo partnerius. Avansas tik 19Eur...“ (X3).</p> <p>“...50proc. nuolaida vietoms lėktuve, tai pat perkant kelionę apie 90proc. keliautojų svarbu tinkamas kelionės laikas ir trukmė. Mes ir siūlome tą pasirinkimo laisvę...” (X4).</p> <p>„...visi organizatoriai taiko lanksčias sąlygas kad priviliotų klientą... esminės – mažas avansas..., ...jei negalėsit vykti – pasikeisit datą. Jei nenorėsit vykti atgausit pinigus, iki tam tikros dienos. Atšaukimas likus 14d. iki kelionės. Labai gerai dėl izoliacijos. Covid pauzė – apsaugo, nes skrendant į visas kryptis reikia testo. Jei prieš pat skrydį gauni teigiamą atsakymą – gali daryti kelionės keitimą ir agentūra nebauduoja...“ (X5).</p> <p>„...galimybė atšaukti su minimaliais finansiniais nuostoliais arba pakeisti datą, jei Covid būtų teigiamas... pinigus grąžiname per tris dienas, pas mus pinigų grąžinimo sąlygos labai lanksčios...“ (X6).</p>
	Vartotojų elgsena dėl vietinio keliavimo bei „Baltijos burbulo“	<p>„...plėstas asortimentas pasiūlant poilsį ir pažintines keliones Baltijos šalyse, tačiau neturime vilčių, kad Baltijos šalių kelionės pakeis šiuo metu lietuvių pamėgtus Turkijos ar Egipto kurortus... tačiau matome didelį rinkos poreikį ir toliau vystysime šį produktą...“ (X1).</p> <p>„...labai populiaros medikų atostogos... padėjo agentūrai. Žmonės pakeliavo Lietuvoj, bet nemanau kad bus populiaru... iš principo visi pasiilgę užsienio...“ (X5).</p> <p>„...nepasiteisino, kai Lietuvoje veikia keli šimtai kelionių organizatorių ir visi susikoncentruoja į Lietuvą, visiems vietos neatsiras... keliauti čia pat galima savaitgaliais, o paatostogauti reikia važiuoti toliau. Oro nėra, infrastruktūros trūksta... tie liks Lietuvoje, kuriems nerekomenduojama dabar keliauti dėl sveikatos...“ (X6).</p>

Šaltinis : sudaryta autorės pagal informantų 2021m. kovo mėn. interviu atsakymus.

Taigi, analizuojant antrą atsakymų kategoriją, tiksliau – nuomonę apie vartotojų elgseną apmokėtų rezervacijų atžvilgiu bei vartotojo pasirinkimus galima išvelgti ir kitą, ne mažiau svarbų nei darbuotojai, kelionių organizatorių veiklos pagrindą – tai santykį su pačiu vartotoju, nuo kurio dalinai priklausė, ar kelionių organizatoriui teks apmokėtus už rezervaciją pinigus grąžinti keliautojui, ar keliautojas nukels datą vėlesniam laikotarpiui. X4 ekspertas pabrėžia, kad keliautojų prašyta sąmoningumo keisti datas, o X5 teigia, kad iš tiesų keliautojo apsisprendimas priklausė nuo įmonės agento sugebėjimo įteigti, parduoti, įtikinti keliautoją atidėti kelionę vėlesniam laikui arba imti vaučerį. Organizatorių paskaičiavimais, vidutiniškai vienas keliautojas už kelionę buvo sumokėjęs apie 90 Eur. pradinę įmoką. Ši suma sąlyginiai nėra didelė. Tačiau vertinant visų kelionių skaičių, bendra grąžinama suma keliautojams vienu metu būtų per didelė tiek organizatoriams, tiek garantijas teikiančiam bankui. Susidarė per dideli įmonių įsipareigojimai visiems keliautojams per sąlyginai trumpą laikotarpį, kad būtų galima patenkinti likusios klientų dalies poreikius grąžinant už keliones sumokėtus užstatus. Nors eksperto X4 teigimu, visos keliautojų įmokos yra saugios, nes Lietuvos kelionių organizatoriai turi specialius draudimus ir bankų garantijas, kurie apsaugo nuo nemokumo, bet bankrotų atveju procedūros ir lėšų atgavimas užtruktų metus ar ilgiau ir tiek klientams, tiek verslui keltų papildomų sunkumų. Taigi, kaip matome, tiek subkategorija pirma – vartotojų elgsena su atšauktomis kelionėmis, tiek antra - vartotojų elgsena su ateityje vyksiančiomis kelionėmis, iš esmės priklauso nuo agentų profesionalumo, komunikabilumo, taip pat nuo kelionių organizatorių gebėjimo pritraukti klientą savo išskirtinumu, kliento poreikių tenkinimo bei lanksčių savo klientams teikimo sąlygų, kas aptariama trečioje ir ketvirtoje subkategorijose (14 lentelė).

Niveliacijos vengimo svarbą įmonėje nagrinėjo T. Sragauskas (2005). Anot jo, vartotojų požiūris į įmonę per pačios organizacijos lankstumą tiesiogiai veikia organizacijos finansinius rodiklius, kurių pasikeitimas gali būti rimtas signalas įmonės vadovams ir savininkams, kad reikia iš naujo persvarstyti veiklos strategiją, metodus, bei imtis niveliacijos vengimo veiksmų. Beveik visi kalbinti ekspertai pabrėžė, kad glaudus asmeninis ryšys su klientais (X2), jų poreikių analizė (X4, X5, X6), įmonės patikimumo įvaizdis, kliento saugumas kelionės metu (X3), taip pat veiklos efektyvumo didinimas ir klientų aptarnavimo kokybė (X1) yra pagrindiniai niveliacijos vengimo principai. Tačiau jei visi kelionių organizatoriai laikosi aukščiau minėtų principų, kas tada juos daro išskirtiniais? Kokiais metodais organizacijos siekia būti matomos? Atsakymą į šį klausimą pateikė ekspertas X5 – tai marketingas ir reklama internetu. Internetas yra puiki pagalbinė priemonė įgyvendinti įvairioms rinkodaros strategijoms, tačiau tai reikalauja didelių žmogiškųjų, finansinių išteklių ir sistemingo darbo, ką dar pirmoje nagrinėjamoje kategorijoje patvirtino ekspertas X6, kad užsitęsęs pandemijai ir karantinui, klientams pritraukti reikėjo įdėti daug daugiau darbo, nei anksčiau, kada buvo galima

keliauti laisvai. Verta išnagrinėti, kokias lanksčias sąlygas vartotojui pritraukti pirkti kelionę per vieną ar kirtą įmonę reklamuoja patys organizatoriai.

- Gold-flex – lanksčios kelionių rezervavimo sąlygos kelionę užsakant iš anksto. Paslaugos kaina 15 Eur. Užtikrinama galimybė koreguoti kelionės planus pasikeitus aplinkybėms, galimybė keisti kelionės datą, trukmę, viešbutį, kambario tipą ir net kelionės kryptį;
- Covid-pauzė (galimybė nemokamai atidėti poilsio kelionę, jei prieš atostogas buvo patvirtintas teigiamas Covid-19 testas. Suteikiama tik vieną kartą, paslaugos mokestis 19Eur, kūdikiams iki 2m. nemokamai, paslauga galima pasinaudoti likus ne mažiau kaip parai iki kelionės, pateikiant teigiamą rezultatą patvirtinantį dokumentą);
- Mažiausias apklaustų informantų minėtas avansas už rezervuojamą kelionę - 19 Eur.;
- 50proc. nuolaida vietoms lėktuve (neužsisakant šios paslaugos negarantuojamas sėdėjimas grupėje kelionės metu);
- Patogesni skrydžių laikai;
- Kelionės atšaukimas likus 14d. iki kelionės ir 100proc. pinigų grąžinimas per 3 dienas.
- Galutinis atsiskaitymas už kelionę likus 35d. iki išvykimo.

Apibendrinant galima teigti, kad skirtingi organizatoriai siūlo skirtingas kelionių rezervavimo sąlygas, tačiau visos jos nukreiptos klientų pasirinkimui skatinti. Vienos jų sukurtos pačių įmonių klientams palengvinti keliavimo sąlygas pandemijos metu, kitos privalomos įstatymiškai, kaip antai kelionės atšaukimas likus 14 dienų iki kelionės ir šimtaprocentinis pinigų grąžinimas. Ši sąlyga organizatorių naudojama kaip marketinginis triukas, tačiau yra įstatymiškai privaloma visiems kelionių organizatoriams. Lankstumas – kelionių organizavimo verslo sėkmės vienas pagrindinių principų. Šis principas plačiau bus nagrinėjamas trečioje kategorijoje. Šiuo atveju, kiekvieną dieną keičiantis pandeminei situacijai, kelionių organizatoriai turi būti pasirengę operatyviai reaguoti ir perplanuoti savo skrydžių programas, kelionių užsakymo sąlygas arba perorientuoti veiklą į kitus regionus – vystant vietinį turizmą ar organizuojant keliones po aplinkines kaimynines šalis. Antros kategorijos penktoje subkategorijoje analizuojamas būtent šis reiškinys, kada kelionės lėkuvais 2020m. viduryje buvo visiškai sustabdytos ir kelionių organizatoriai veiklai vykdyti buvo priversti persiorientuoti į vietinį ar regioninį turizmą kelionėmis autobusais. Apie tai plačiau ir apie vietinio turizmo skatinimo priemonės buvo kalbama 13-ame Baltijos šalių turizmo forume, vykusiam 2020m. lapkričio 10-13 dienomis internetinėje platformoje. Forumo vedėjo Bjorn Arvidsson teigimu, šiandiena yra įdomi dėl nesuvaldomos kaitos, todėl tarpvalstybinis Baltijos šalių bendradarbiavimas ir inovacijų diegimas gali tapti metodu, padėsiančiu išbristi iš dabartinės turizmo verslą kaustančios

krizės. Vėlesni forumo pranešimai koncentravosi į vietinio turizmo plėtros galimybes Baltijos šalių regione: tai ir pašnekovo Matts Jansson pasakojimas apie Gotlando salą, Dariaus Liutiko siūlymas pritraukti turistus keliauti savo šalyje ne sezono laikotarpiu. Laidos dalyvė Susanne Marx pabrėžė, kad vietinis turizmas - nėra nauja šaka ir jau iki pandemijos Europos Sąjungoje 75proc. keliaujančiųjų sudarė ES šalių piliečiai. Dalius Morkvėnas pristatė „Keliauk Lietuvoje“ sudarytą prezentaciją, kur daug dėmesio susilaukė Lietuvos medikams skirti kelionių paketai. Tačiau analizuojant tyrimo ekspertų pasisakymus, pastebėta, kad dalis didžiųjų Lietuvos kelionių agentūrų nedalyvavo turizmo po Lietuvą vystymo programoje (X2, X3, X4), išskyrus X5 informantą. Verta pabrėžti, kad kelionių organizavimo įmonė, kurią atstovauja šis ekspertas, yra vidutinio smulkumo įmonė, ir nepriklauso didžiųjų kelionių organizatorių penketui Lietuvoje. Priemonė „Atostogos medikams“ buvo valstybės įvardinta kaip pagalba turizmo sektoriui, tačiau toks traktavimas yra neteisingas paslaugų teikėjų atžvilgiu. Visų pirma priemonei yra taikomas „de minimis“ ribojimas. Didžiausia pagalba vienam ūkio subjektui per 3-jų mokestinių metų laikotarpį gali siekti 200 tūkst. Eur. Šia pagalbos priemone įmonės naudojosi daugeliu atvejų, pavyzdžiui, einamųjų veiklos išlaidų, tokių kaip patalpų nuomos, darbuotojų atlyginimų ir kt., padengimui. Todėl maksimaliai pasinaudojus „Atostogos medikams“ priemone, įmonės gali netekti galimybės pasinaudoti kitomis valstybės pagalbos priemonėmis, kurios šiuo sudėtingu periodu buvo ir vis dar yra labai svarbios. Galima teigti, kad pagal šią priemonę didesnę naudą gavo medikai, bet ne paslaugų teikėjai. Kelionių organizatoriai šiuo konkrečiu atveju tampa tarpininkais parduodant paslaugą ir už tai gauna komisinį mokestį, kuris siekia iki 10proc. nuo 200 Eur vertės skirtos sumos. Tai ir yra realus kelionių organizatoriaus uždarbis, kuris nepadengia net vidinių kaštų, t. y. darbuotojų, dirbančių su šia priemone, darbo užmokesčio, jau nekalbant apie „Atostogos medikams“ priemonės reklamos kaštų padengimą. Dėl šių priežasčių didieji kelionių organizatoriai aktyviai ir nedalyvavo šioje priemonėje.

Apibendrinant skyrių, galima daryti prielaidą, kad net dėl pandemijos vietinis turizmas netaps populiariausiu keliaujančiųjų pasirinkimu. Taip teigia apklausti ekspertai, tačiau ne mažiau svarbi yra pačių keliaujautojų nuomonė, kuri bus aptariama sekančiame skyriuje atliktame keliautojų apklausos tyrime.

15 lentelė. Nuomonė apie įmonės veiklos perspektyvas.

Kategorija	Subkategorija	Patvirtinantis teiginys
	Inovacijų steigimas per MITA paraiškas	„taip, idiegtą turizmo inovacijos kelionių organizavimo verslę (X1). X2 – nedalyvavo (aut.past.). X3 – nedalyvavo (aut.past.). „...dalyvavome. Sukūrėme ir integravome elektroninių pretenzijų registrą...“ (X4).

Nuomonė apie įmonės veiklos perspektyvas		<p>„...padarėm marketinginį IT projektą, kuris pasileis balandį. Laukiam atsigavimo, kad būtų vietoj ir laiku. Svetainės atnaujinimas, diegiant dovanų kupono pardavimo principą ir keliones Lietuvoje...“ (X5).</p> <p>„...pildėm ir dalyvavom. Įdiegėm, patobulinom CRM (customer relationship management) sistemą. Ką anksčiau pirkto, ką dabar perka, kokius laiškus skaito ir pan. Dar SEO (search engines optimization), google awards mokymai...“ (X6).</p>
	Rezervacijų automatizacijos procesai (pirkimas internetu)	<p>„...pardavimai vyksta automatizuotai jau senai, puikiai veikia klientų aptarnavimo centrai, kai ofisai atidaryti – lankosi vyresnio amžiaus žmonės, arba tie, kam sunkiau vartoti internetą...“ (X3).</p> <p>„...kelionės internetu kainuoja pigiau, taip yra skatinama pirkti internete...“ (X4).</p> <p>“...100proc internetu. Vienas kitas ateina į biurą, nebent nori susimokėti grynais... egzotikai reikia daugiau detalių... ir galbūt žmonės labiau pasitiki, kai mato gyvai...“ (X5).</p> <p>„...pasauliniais tyrimais online vartotojų pasitikėjimas bilietais smuko, nes nebuvo tinkamo aptarnavimo, arba sunku susisiekti...“ (X6).</p>
	Verslo sėkmės modelis	<p>„...pranašumai – lankstumas planuojant veiklą, kaštus ar paslaugų kainas, galimybė greitai keisti veiklos kryptį, siūlomą produktų asortimentą ir prisitaikyti prie rinkos pokyčių...“ (X1).</p> <p>“...šie metai – klientų metai, tad dėsime visas pastangas, laužydami nusistovėjusius rinkos standartus, ne tik atverdami naujas šalis ar kurortus, bet ir pasiūlydami kitų kelionių produktų...” (X2).</p> <p>„...lankstumas, klientų pasitenkinimas ir nuostolingos nuosavybės atsisakymas,... veikimas sinergijos modeliu – adaptacija prie rinkos pokyčių, greitumas ir efektyvumas...“ (X3).</p> <p>„...lankstumas ir prisitaikymas prie besikeičiančių sąlygų...“ (X4).</p> <p>„...tikėjimas kelionėmis...“ (X5).</p> <p>„...buti lanksčiu...“ (X6).</p>
	Ateities kelionių organizavimo veiklos perspektyvos	<p>„...svarbu, kad skiepų pasas būtų elektroninis. Tai leistų išvengti visų dabar reikiamų vertimų ir jų tvirtinimų antspaudais. Tai aktualu ne tik turizmo verslo sektoriui, bet ir kitiems paslaugų sektoriams...“ (X1).</p> <p>“...pasas ar skiepą patvirtinantis kitas dokumentas nebūtinai užtikrins keliavimo į konkrečią šalį galimybę... ir turėdamas pasą negali būti tikras, jog konkrečioje šalyje nebus atnaujintas karantinas ir joje veikianti turizmo infrastruktūra liks atvira turistams...” (X2).</p> <p>„...tikimės draudimų atšaukimo, sienų atidarymo iki Velykų ir finalinio susitarimo dėl skiepų pasų, kas žymiai palengvintų kelionių organizavimo verslą ir atlaisvintų turizmą...“ (X3).</p> <p>“...palaikome idėją, kad vietoj privalomo testo dar prieš lipant į lėktuvą, visi grįžtantieji į Lietuvą būtų nemokamai testuojami Vilniaus oro uoste prieš einant pasų kontrolę... tokia tvarka keliavimą palengvintų ir supaprastintų, o kelionę atpigintų. Taip pat sumažėtų administracinės kelionių organizatoriams tenkančios išlaidos... galima taikyti šeimos testą ...pasaulis tikisi, kad vakcinavimas stabilizuos visą šią situaciją...“ (X4).</p> <p>„...skiepai - stiprus paskatinimas ir galbūt išsigelbėjimas, bet tam reikia laiko..., ...tačiau testai labai brangūs, o tai vienareikšmiškai įtakoja turistų pasirinkimą...“ (X5).</p> <p>„...mes už saugias keliones. Ir skiepai ir testai reikalingi, svabu, kad jie kainuotų realistiškai ir neskatinėtų atsakyti kelionių. Testuoti būtina visus be išimties, privalomai ir nemokamai. Nemokamas atvykstančiųjų testavimas šioje situacijoje yra valstybės pareiga, nes testavimas ir skiepai – vienintelis būdas kovai su pandemija, kito būdo nėra...“ (X6).</p>

Šaltinis : sudaryta autorės pagal informantų 2021m. kovo mėn. interviu atsakymus.

Trečioji kategorija nagrinėja ekspertų nuomonę apie įmonių veiklos perspektyvas. Pirmoje subkategorijoje aprašytas įmonių pasirinkimas dalyvauti valstybiniame inovacijų projekte. Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra (toliau MITA) buvo įkurta dar 2010m. gegužės 4d. Tai valstybės institucija atsakinga už inovacijų politikos įgyvendinimą Lietuvoje. Prasidėjus pandemijai, šiai agentūrai buvo pasvestas uždavinys – skatinti inovacinę veiklą turizmo sektoriuje. Remiamos agentūros veiklos :

- Turizmo paslaugų kūrimas ir tobulinimas;
- Turizmo paslaugų rinkodara;
- Turizmo sektoriaus darbuotojų mokymai.



8 pav. MITA turizmo įmonių finansavimas pagal veiklas.

Šaltinis: MITA, 2020m.

Kelionių organizatoriai pandemijos metu buvo aktyviai skatinami pasinaudoti šia galimybe, kurios finansavimo forma – negražinamoji subsidija, finansuojama 100proc. Iš 6-ių tyrime dalyvavusių ekspertų šia galimybe pasinaudojo 4-ios ekspertus atstovaujančios įmonės (X1, X4, X5 ir X6). Didžioji dalis įmonių, prašančių finansavimo, kūrė ir tobulino turizmo paslaugas – diegė naujas inovatyvias informacines sistemas, kelionių rezervacijų programas, nuotolinį teikiamų paslaugų pristatymą, vartotojų pasiūlymų automatinį generavimą. Kitos kūrė įvairius virtualius savo paslaugų pristatymus bei vaizdo turus. Galima numanyti, kad likusios įmonės nedalyvavo konkurse dėl trumpų inovacijų diegimo įmonėse terminų – joms diegti buvo skirti vos keli mėnesiai. Inovacijų diegimo pasirinkimas gali priklausyti ir nuo kitų priežasčių. Anot I.Pikturnienės ir J. Kurtinaitės (2010), būtina vartotojams parodyti diegiamos inovacijos santykinį pranašumą kitos programos atžvilgiu, kuris labiau tenkintų klientų lūkesčius, todėl pirminiais jos vartotojais tampa darbuotojai, kurie turi išreikšti pasitenkinimą dirbti naujomis technologijomis ir būti apmokyti. Verta paskaičiuoti kokią papildomą vertę tiksliniams klientams teiks naujas produktas ar paslauga, ar tai bus naudingiausia bei patraukliausia. Žinoma, reikia atsižvelgti ir į galimybes papildomą vertę sukurti,

nes kiekviena inovacija reikalauja investicijų, šiuo atveju tai laiko sąnaudos ir darbuotojų ištekliai, o ekonominė nauda ar atsiperkamumas bus tik ateityje.

Greitas sugebėjimas prisitaikyti prie rinkos pokyčių yra esminis kelionių organizatorių išlikimo veiksnys (Bočkus ir Armaitienė, 2016). Sparti technologinė pažanga kelia iššūkių tiek įmonei, tiek ir paslaugų vartotojui. Straipsnyje autoriai teigia, kad paslaugų užsakymas internetu tik didės. Išplitus pandemijai, užsitęsus karantinui ir užsidarius turizmo paslaugų pardavimo įmonėms, vartotojai buvo skatinami pirkti keliones internetu. Trečios kategorijos antroje subkategorijoje, ekspertai teigia, kad pirkti keliones internetu didelių kliūčių nėra (X3, X4, X5), tačiau tiesioginio kontakto vis dar siekia pagyvenę arba egzotines keliones perkantys klientai, kuriems galimai reikalinga daugiau smulkių detalių apie kelionę, arba tiesioginiame sąryšyje su klientu perduodamas pasitikėjimas (X5). X1 ekspertas teigia, kad kelionės internetu kainuoja pigiau, dėl to suinteresuotumas pirkti kelionę internetu yra didelis. Apibendrinant turizmo ekspertų nuomonę apie užsakymus internetu galima teigti, kad šis veiksnys panašiai veikia visus organizatorius, nes mažėja tiesioginių kontaktų skaičius įmonėse. Europos Komisija aktyviai skatina pereiti prie skaitmeninių užsakymų, tačiau verta paminėti, jog kaip ir pirmoje subkategorijoje – tiek inovacijos, tiek internetinės technologijos yra puiki priemonė įgyvendinant įvairias rinkodaros strategijas, tačiau reikalauja didelių darbuotojų, finansinių bei sistemingo darbo išteklių.

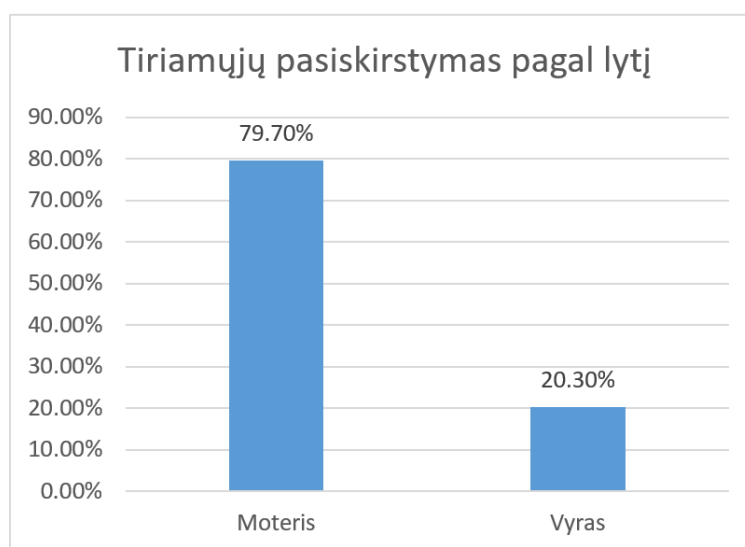
Kiekvienoje organizacijoje svarbu balansas. Subalansuotas sprendimas tinkamu laiku yra sėkmingas įmonės veiklos pagrindas. Pandemijos metu sustojus turizmo verslui kelionių organizavimo įmonės turėjo balansuoti tarp išlikimo ir tikėjimo, kad epidemiologinei situacijai pagerėjus, veiklą bus galima tęsti adekvačia apimtimi. Vienų ekspertų teigimu – įmonės atsisakinėjo nuostolingą turto, taip pat bendradarbiavimo su nerezultatyviais agentais, kitos įmonės priešingai – investavo į nuosavybę, perdarinėjo kelionių maršrutus, kad atsidarius sienoms galėtų pasiūlyti klientams išskirtinių paslaugų. Tačiau galima daryti prielaidą, kad pandemijos metu būtiniausios kelionių organizatorių išlikimo sąlygos buvo lankstumas (X1, X3, X4, X6), prisitaikymas prie rinkos pokyčių (X1, X4), tikėjimas kelionėmis (X5) ir naujų produktų kūrimas (X2). Verta paminėti, kad be vidinių veiklos skatinimo metodų egzistuoja ir išoriniai veiksniai – pandemijos sukelti draudimai, kuriuos išspręsti padėtų skiepų pasai, dar vadinami žaliaisiais pasais arba skiepų sertifikatais. Skiepų sertifikatų strategija būtina, visų pirma, tokioms šalims, kaip Ispanija, Graikija ar Kipras, kurios jau nusprendė, kad nuo 2021m. gegužės mėn. įleis pasiskiepijusius turistus be jokių apribojimų. Skiepų paso idėją taip pat palaiko Europos Komisija bei Pasaulio Turizmo organizacija. Planuojama, kad iki 2021m. vasaros, bus paruošta Europos Sąjungos skiepų paso versija (EK, 2021). Visi apklausti ekspertai pabrėžė, kad skiepų pasai būtų vienas svarbiausių turizmo restarto veiksnių, tik pasauliniu mastu šalys turi susitarti dėl jo skaitmeninės formos ir

įteisinimo principų. Apibendrinant kelionių organizatorių verslo sėkmės principus galima teigti, kad ne tik turizmo verslo atstovai, bet ir visas pasaulis tikisi, kad vakcinavimas stabilizuotų pandeminę situaciją. Tada galima būtų atverti valstybių sienas, tačiau turizmo sektoriaus atsigavimui įtakos turi dar keli aspektai: ekonominė situacija, kokie verslai iš rinkos išliks ir koks bus turizmo paslaugų poreikis. Vartotojų poreikiai nagrinėjami sekančioje 3.2. tyrimo dalyje atliekant kiekybinį keliautojų tyrimą.

3.2. Kiekybinio keliautojų apklausos tyrimo rezultatų vertinimas.

Statistinė duomenų analizė atlikta naudojant SPSS 17 programą. Taikant šią programą apskaičiuoti rodiklių absoliutūs dydžiai ir procentinės išraiškos, patikimumo skirtumo (p) reikšmės tarp požymių. Rodiklių skirtumai buvo laikomi statistiškai reikšmingais, kai $p \leq 0,05$. Skirtumui tarp grupių įvertinti taikytas χ^2 Či-kvadrato (angl. Chi-square) metodas. Či-kvadrato testas užima išskirtinę vietą statistiniuose skaičiavimuose, naudojamas nustatyti ar empirinio ir teorinio skirstinių skirtumas yra reikšmingas. SPSS Či-kvadrato kriterijus šiame tyrime skaičiuojamas pagal Pirsono (*Pearson*) formulę. Ranginių kintamųjų sąsajoms nustatyti naudota Spearman'o koreliacija. Anketos rezultatai pateikiami lentelėse ir diagramose, kurios braižytos naudojant Microsoft Office Word 2010 ir Microsoft Office Exel 2010 programą.

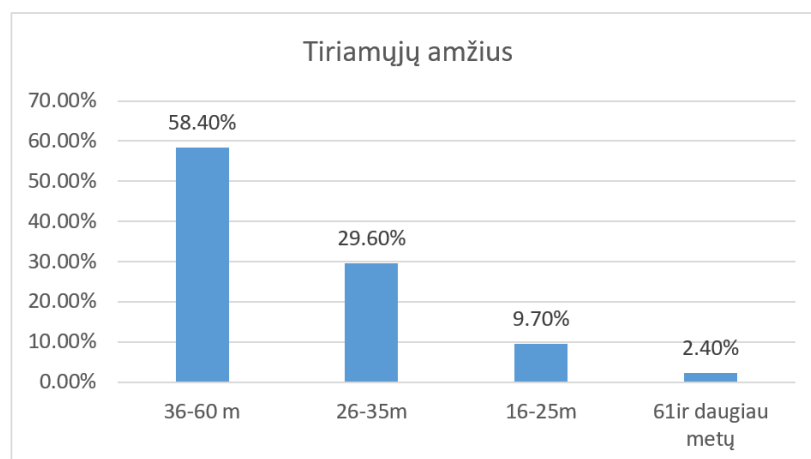
Remiantis tyrimo metu gautais duomenimis atlikta pirminė duomenų analizė ir rezultatų aptarimas. Duomenų analizė atlikta naudojantis Apklaus.lt atlikto tyrimo „Covid-19 pandemijos įtaka turizmo industrijai Lietuvoje“ duomenimis, gautais iš 423 atsakiusių respondentų. Tyrimo pradžioje buvo apžvelgti demografinių charakteristikų pasiskirstymai.



9 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

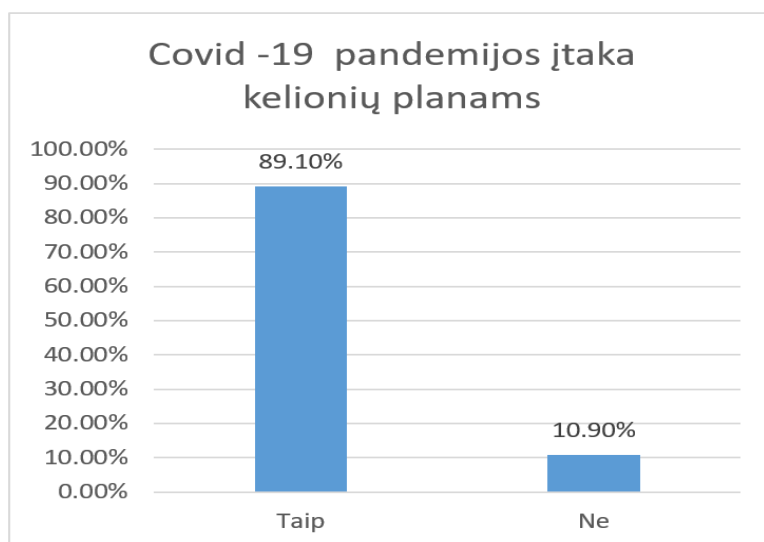
Iš 9 paveikslo matyti, kad daugiau nei pusę apklausoje dalyvavusių respondentų sudarė moterys (79,7 proc.). Tuo tarpu vyrai sudarė mažumą tyrimo dalyvių.



10 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Nustatyta, kad didžioji dalis tyrime dalyvavusių (10 pav.) yra 36-60 metų amžiaus respondentai (58,4proc.), daugiau nei ketvirtadalis tyrime dalyvavusių respondentų buvo 26 – 35 metų (29,6proc.). Beveik dešimtadalį apklaustųjų sudarė respondentai, priklausantys 16 - 25 metų kategorijai (9,7proc.). Mažiausiai tyrime dalyvavo respondentų, kurių amžius 61 ir daugiau metų (2,4proc).



11 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal pandemijos įtaką jų kelionių planams.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

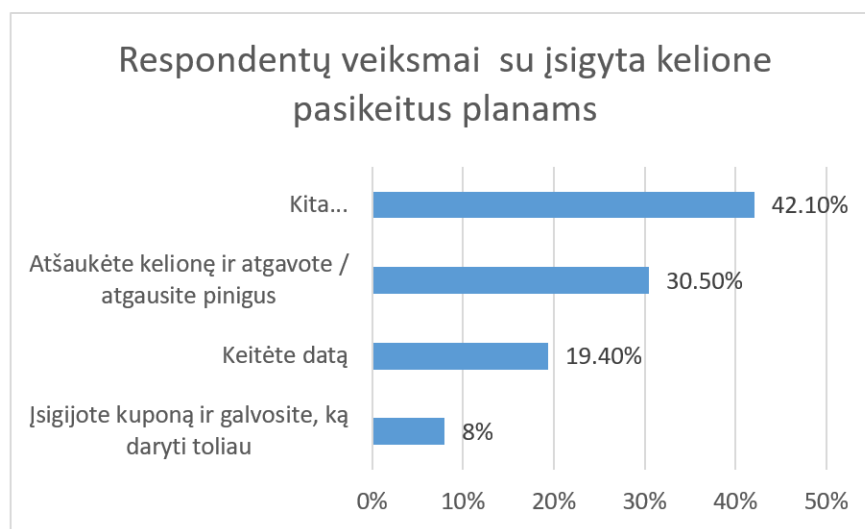
Gauti rezultatai parodė (11 pav.), kad daugumai apklaustųjų covid -19 pandemija paveikė kelionių planus. Atsakymai rodo kokią didelę įtaką šis poveikis turi ir turės keliavimo pasirinkimui – žmonės planuoja atidėti keliones tol, kol bus rizika užsikrėsti virusu.

16 lentelė. Covid-19 pandemijos įtaka respondentų kelionių planams ir jų organizavimo įpročiams.

			Ar Covid-19 įtakojo Jūsų kelionių planus?	Ar dėl Covid-19 pandemijos situacijos keisis Jūsų kelionių organizavimo įpročiai?	Ar planuojate kelionę 2021 metams?
Spearman'o rho	Ar Covid-19 įtakojo Jūsų kelionių planus?	Koreliacijos koeficientas	1.000	.147**	.098*
		Sig. (2-pusis)	.	.003	.044
		N	423	423	423
	Ar dėl Covid-19 pandemijos situacijos keisis Jūsų kelionių organizavimo įpročiai?	Koreliacijos koeficientas	.147**	1.000	.093
		Sig. (2-pusis)	.003	.	.056
		N	423	423	423
	Ar planuojate kelionę 2021 metams?	Koreliacijos koeficientas	.098*	.093	1.000
		Sig. (2-pusis)	.044	.056	.
		N	423	423	423
**. Koreliacija žymi 0.01 lygyje (2-pusis).					
*. Koreliacija žymi 0.05 lygyje (2-pusis).					

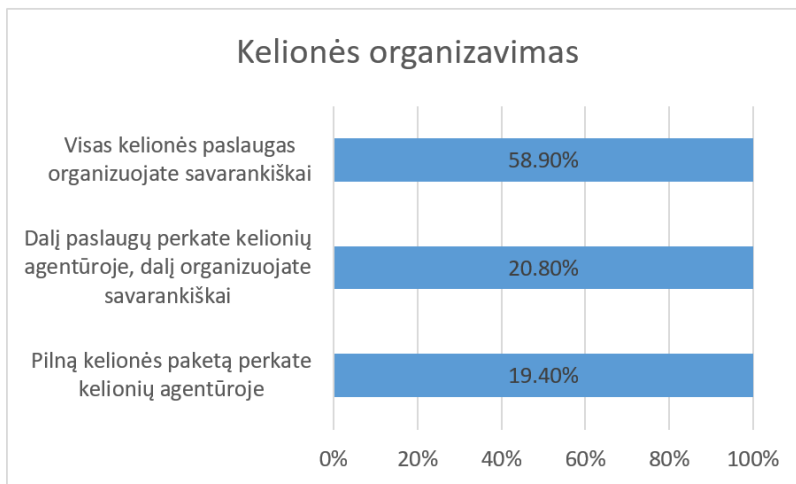
Šaltinis: sudaryta autorės su SPSS pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Atlikus koreliacinę analizę (16 lentelė) nustatytos statistiškai reikšmingos tarpusavio sąsajos. Vertinant rezultatus galime pastebėti, kad Covid 19 viruso paplitimas statistiškai reikšmingai susijęs su kelionių planavimu ($r=0,098$; $p=0,044$) bei jų organizavimo įpročiais ($r=0,147$; $p=0,003$). Tai rodo, kad virusas labai pakoregavo keliautojų elgseną ir turėjo didelės įtakos kelionių planavimo ir oganizavimo įpročiams.



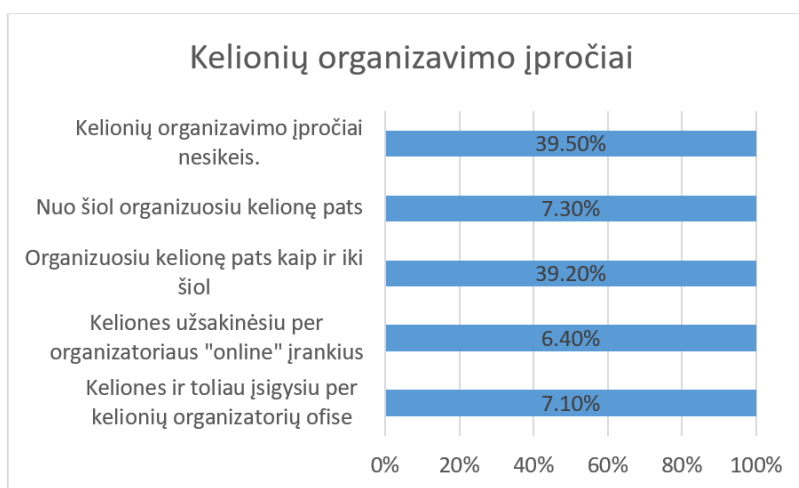
12 pav. Respondentų veiksmai su įsigyta kelione pasikeitus planams.
Šaltinis: sudaryta autorės pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Kaip rodo tyrimo (12 pav.) rezultatai, beveik trečdalis apklaustųjų pasikeitus kelionės planams atšaukė keliones ir atgavo pinigus Covid-19 viruso pandemijos laikotarpiu. Penktadalis respondentų keitė kelionės datą. Galima teigti, kad karantino įvedimas bei didelis sergamumas Covid-19 virusu vertė keliautojus keisti kelionių datas, grąžintis įmokėtus užstatus arba įsigyti kuponus ateičiai.



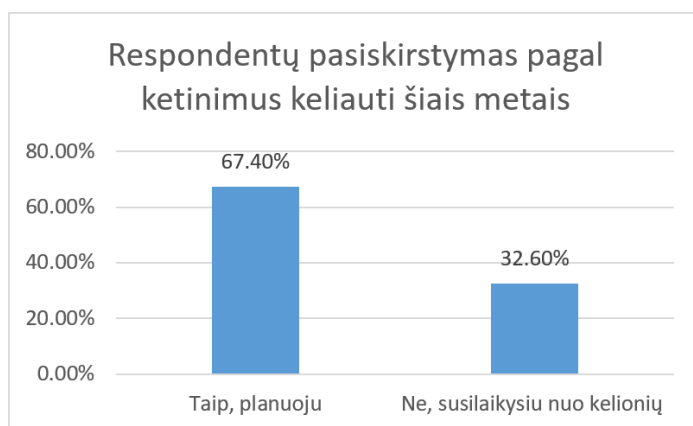
13 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal kelionės organizavimą.
Šaltinis: sudaryta autorės pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Tyrimo rezultatai atskleidė (13 pav.), kad dauguma linkę kelionės paslaugas organizuoti savarankiškai. Penktadalis keliaujančių nurodė dalį paslaugų perkantys kelionių agentūroje, o dalį organizuojantys savarankiškai. Pilną kelionės paketą perkantys kelionių agentūroje teigė beveik 19,4proc. apklaustųjų.



Pav 14. Respondentų pasiskirstymas pagal kelionių organizavimo įpročius.
Šaltinis: sudaryta autorės pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

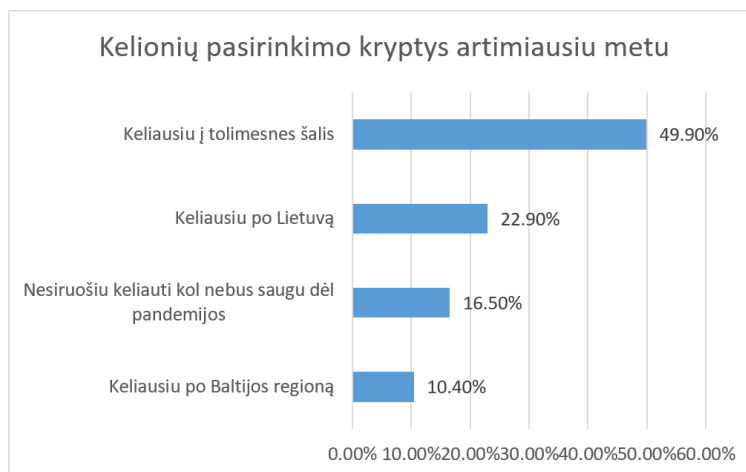
Remiantis 14 pav. duomenimis matyti, kad Lietuvos gyventojų kelionių organizavimo įpročiai ženkliai nesikeis (39proc). Tų, kurie keliones organizuos patys, padaugėjo tik 7proc. Rezultai rodo, kad tik mažuma keliaujančių keliones linkę įsigyti naudojantis organizatoriaus online įrankiais.



Pav 15. Respondentų pasiskirstymas pagal ketinimus keliauti artimiausiu metu.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Siekiant įvertinti 2021m. keliavimo prognozes, respondentų buvo klausama ar jie ketina keliauti artimiausiu metu (15 pav). Svarbu paminėti, kad noro keliauti dabartinė pandemija nenugalėjo – net 67,4proc. respondentų teigia, kad planuoja keliones kada bus saugu, likusioji dalis apklaustųjų linkę nuo jų susilaikyti ar jas atidėti.



Pav 16. Respondentų pasiskirstymas pagal kelionių pasirinkimo kryptis 2021 metams.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Tyrimo rezultatai parodė, kad pandemija nepakeitė Lietuvos gyventojų keliavimo įpročių (16 pav.). Beveik pusė respondentų nurodė keliausiantys į tolimesnes šalis. Vis daugiau atsiranda žmonių, kurie dėl nuotolinio darbo ar mokslų ryžtasi keliauti į šiltesnius kraštus ne savaitei, bet kur kas ilgesniam laikotarpiui, vadinamųjų darbo atostogų. Renkamasi keliauti saugiomis kryptimis, kur galima aktyviai sportuoti, vaikščioti pajūriu ir nebūti karantine. Tuo tarpu tik ketvirtadalis apklaustųjų

teigė planuojantys keliauti po Lietuvą. Tyrimo duomenys taip pat parodė, kad saugumas keliautojams yra svarbus veiksnys pandemijos laikotarpiu, todėl dalis respondentų keliauti neketina kol nebus saugu. Keliones po Baltijos regioną rinkę penktadalis apklausos dalyvių.

17 lentelė. Kelionių pasirinkimo kryptys pagal amžiaus grupes.

		Jusu amžius				Iš viso
		16-25m	26-35m	36-60m	61+	
Keliausiu po Lietuvą	Dažnis	7	32	57	2	98
	%	1.7%	7.6%	13.4%	.5%	23.1%
Keliausiu po Baltijos regioną	Dažnis	3	11	29	1	44
	%	.7%	2.6%	6.9%	.2%	10.4%
Keliausiu į tolimesnes šalis	Dažnis	24	62	121	4	211
	%	5.7%	14.7%	28.6%	.9%	49.9%
Nesiruošiu keliauti kol nebus saugu dėl pandemijos	Dažnis	7	20	40	3	70
	%	1.7%	4.7%	9.5%	.7%	16.5%
Iš viso	Dažnis	41	125	247	10	423
	%	9.7%	29.6%	58.4%	2.4%	100.0%

Šaltinis: sudaryta autorės su SPSS pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

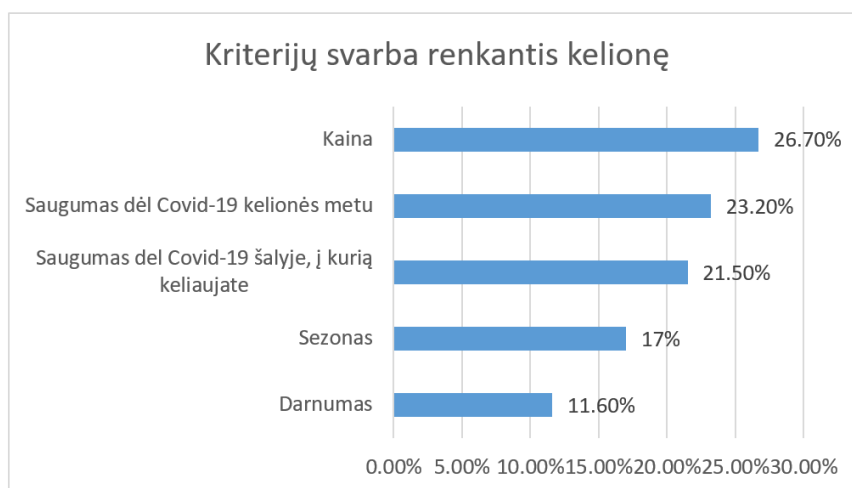
Pagal gautus rezultatus matyti (17 lentelė), kad keliauti į tolimesnes šalis arba planuoti keliones po Lietuvą labiausiai linkę 36-60 metų respondentai. Maža dalis 61 metų ir vyresnių respondentų nurodė keliausiantys po Baltijos regioną. Tyrimo duomenys rodo, kad įvairaus amžiaus žmonės, nepaisant pandemijos, planuoja keliones. Tačiau saugumas nėra pagrindinis veiksnys renkantis kelionės kryptį.

18 lentelė. Pasirinkimo kryptių statistinio reikšmingumo palyginimas.

Či kvadrato (angl. Chi-Square) testas			
	Vertė	Laisvumas	P vertė (2-pusė)
Pearson'o Či kvadratas	4.864 ^a	12	.962
Tikimybė	5.087	12	.955
Ordinalinės asociacijos	.203	1	.652
Validuotų atvejų skaičius	423		
a. 9 linijos (45.0%) turi tikėtiną mažesnę skaičių nei 5. Minimalus tikėtinas skaičius .02.			

Šaltinis: sudaryta autorės su SPSS pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Palyginus respondentų atsakymus (18 lentelė), statistiškai reikšmingi skirtumai nenustatyti ($\chi^2=4,864$, $df=12$, $p=0,962$). Tai reiškia, kad kelionių pasirinkimo kryptys priklausomai nuo amžiaus grupių nesiskiria.



Pav 17. Kriterijų svarba renkantis kelionę.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Kaip rodo apklausos rezultatai, svarbiausias kriterijus renkantis kelionę yra kaina (17 pav). Lietuviai linkę rinktis pigesnes keliones. Kitas nemažiau svarbus veiksnys renkantis kelionę yra saugumas dėl Covid -19 šalyje į kurią keliaujama. Galima numanyti, kodėl Covid -19 pandemija labiausiai paveikė turizmo sektorių – keliautojams svarbus saugumo jausmas renkantis kelionės kryptį. Kiek mažiau reikšmės keliautojai teikė sezonui ir darnumui.

19 lentelė. Svarbiausi kriterijai renkantis kelionę pagal amžių.

		Jūsų amžius				Iš viso	
		16-25m	26-35m	36-60m	61+		
Kas Jums svarbiausia renkantis kelionę?	Saugumas dėl Covid-19 kelionės metu	Dažnis	8	19	67	4	98
		%	1.9%	4.5%	15.8%	.9%	23.2%
	Saugumas dėl Covid-19 šalyje, į kurią keliaujate	Dažnis	7	31	51	2	91
		%	1.7%	7.3%	12.1%	.5%	21.5%
	Darnumas	Dažnis	5	11	33	0	49
		%	1.2%	2.6%	7.8%	.0%	11.6%
	Sezonas	Dažnis	4	28	40	0	72
		%	.9%	6.6%	9.5%	.0%	17.0%
	Kaina	Dažnis	17	36	56	4	113
		%	4.0%	8.5%	13.2%	.9%	26.7%
Iš viso		Dažnis	41	125	247	10	423
		%	9.7%	29.6%	58.4%	2.4%	100.0%

Šaltinis: sudaryta autorės su SPSS pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Iš 19 lentelės rezultatų matyti, kad kaina yra labai svarbus kriterijus renkantis kelionę įvairiose amžiaus grupėse. Saugumas dėl Covid -19 kelionės metu ir šalyje į kurią keliaujama,

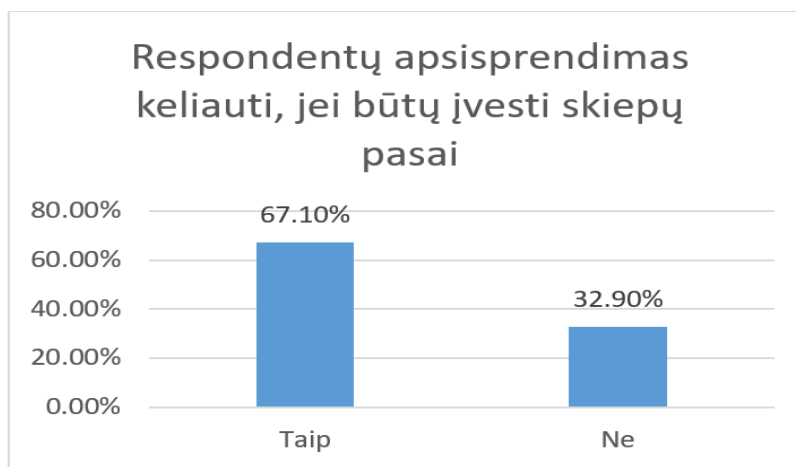
svarbiausias 36-60 metų respondentams. Darnumui ir kelionės sezoniškumui keliautojai teikė mažiau reikšmės.

20 lentelė. Kriterijų renkantis kelionę pagal amžių statistinio reikšmingumo palyginimas.

Či-kvadrato Testas			
	Vertė	Laisvumas	P vertė. (2-pusė)
Pearson'o Či-kvadratas	21.247 ^a	12	.047
Tikimybė	23.880	12	.021
Ordinalinės asociacijos	6.775	1	.009
Validuotų atvejų skaičius	423		
a. 6 linijos (30.0%) turi tikėtiną mažesnę sk.nei 5. Minimalus tikėtinus skaičius 1.16.			

Šaltinis: sudaryta autorės su SPSS pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Palyginus rezultatus, nustatyta, kad kelionių pasirinkimo kriterijai statistiškai reikšmingai skiriasi (20 lentelė) priklausomai nuo amžiaus ($\chi^2=21,247$, $df=12$, $p=0,047$). Saugumo dėl Covid -19 kelionės metu ir šalyje, kurioje keliaujama, kriterijų svarba labiausiai išsiskyrė 36-60 metų amžiaus kategorijoje.



Pav 18. Respondentų pasiskirstymas pagal apsisprendimą keliauti, jei būtų įvesti skiepų pasai.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Kaip rodo rezultatai, dauguma keliautojų rinktusi skiepų pasą jei tai suteiktų jiems laisvę keliauti be karantino ir testavimų (18 pav.). Tuo tarpu trečdalis apklaustųjų laikėsi neigiamos nuomonės šiuo klausimu.

21 lentelė. Kelionių planavimas jei būtų įvesti skiepų pasai.

			Ar planuojate kelionę 2021 metams?		Iš viso
			Taip, planuojate keliauti šiais metais	Ne, susilaikysiu nuo kelionių šiais metais	
Jei skiepu pasai suteiktų teisę keliauti be testavimo ir karantinų - ar tai būtų Jūsų pasirinkimas?	Taip	Dažnis	200	84	284
		%	47.3%	19.9%	67.1%
	Ne	Dažnis	85	54	139
		%	20.1%	12.8%	32.9%
Iš viso		Dažnis	285	138	423
		%	67.4%	32.6%	100.0%

Šaltinis: sudaryta autorės su SPSS pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Pagal gautus rezultatus galima daryti prielaidą, kad beveik pusė respondentų keliautų šiais metais, jei skiepų pasas suteiktų teisę keliauti be karantino ir testavimų (21 lentelė). Tuo tarpu tik penktadalis apklaustųjų susilaikytų nuo kelionių nepaisant skiepų įvedimo .

22 lentelė. Kelionių planavimo, jei būtų įvesti skiepų pasai, statistinio reikšmingumo palyginimas.

Či-kvadrato Testas			
	Vertė	Laisvumas	P vertė (2-pusis)
Pearson'o Či-kvadratas	3.650 ^a	1	.042
Tęstinumo korekcija ^b	3.240	1	.072
Tikimybė	3.600	1	.058
Ordinalinės asociacijos	3.641	1	.056
Validuotų atvejų skaičius	423		

Šaltinis: sudaryta autorės su SPSS pagal anketinės apklausos 2021m. duomenis.

Palyginus rezultatus grupėse, nustatyta (22 lentelė), kad kelionių planavimas statistiškai reikšmingai skiriasi, priklausomai nuo pasų įvedimo: ($\chi^2=3.650$, $df=1$, $p=0,042$). Tai reiškia, kad gyventojai žymiai aktyviau planuotų keliones šioms metams, jei būtų įvesti skiepų pasai, suteikiantys teisę nevaržomai keliauti be testavimo ir karantinų.

3.3. Tyrimo rezultatų interpretacija ir taikymo galimybės

Siekiant išsamios problemos ir ginamojo teiginio patikrinimo, gauti kokybiniai interviu ir kiekybiniai apklausos duomenys. Anot J. Creswell, atliekant mišrių metodų palyginimą, lygiagrečiai vykstančių tyrimų procese galima įterpti vienos rūšies duomenis į kitos rūšies bendresnę duomenų analizę, interpretuojant abiejų tyrimų rezultatus. Abiejų tyrimų rezultatai neabejotinai parodė (19 pav.), kad Covid-19 pandemijos poveikis tiek kelionių organizatoriams (13 lentelė), tiek ir jų paslaugų vartotojams (viruso paplitimas statistiškai reikšmingai susijęs su kelionių planavimu (16 lentelė)) tapo iššūkiu, privertusiu organizacijas atskirti veiklos prioritetus (darbuotojai ir klientai (13

lentele)), ieškoti metodų jiems išsaugoti (investicijos į darbuotojų tobulinimą, atlyginimų mokėjimą nevykdant veiklos bei atsiskaitymas už neįvykusių 2020m. kelionių rezervacijas klientams (14 lentelė)) bei modifikuoti savo tolimesnės veiklos perspektyvas prisitaikant prie nuolat kintančių pandemijos diktuojamų karantino sąlygų, bei būti pasiruošusiems pildyti savo keliautojų lūkesčius užtikrinant jų saugumą (15 lentelė ir 17 pav). Kita vertus, keliautojų lūkesčiai kelionių organizatoriams išlieka dideli: daugiau nei pusė apklaustųjų planuoja keliauti dar šiais metais už Lietuvos ribų (17 lentelė) ir tik 7,5proc. respondentų prarado pasitikėjimą kelionių organizatoriais (14 pav.) ir ateityje savo keliones planuos patys. Atsižvelgiant į ekonominę šalies situaciją, kaina vis dar išlieka keliautojų prioritetu renkantis kelionę, tačiau proporcingai svarbu saugumas dėl Covid-19 pačios kelionės metu, taip pat ir šalyje į kurią keliaujama. Likusieji kelionių pasirinkimo kriterijai – sezonas ir kelionės darnumas. Abi respondentų grupės (visi organizatoriai ir didžioji dauguma keliautojų) teigia, kad saugių kelionių ateitis yra skiepijimas (19 pav.) ir nors dar tiksliai nežinoma, ar skiepijimas stabdo ligos platinimą, tačiau, kaip teigia A.J. De Soto (2021), įgytas imunitetas ir atsparumas Covid-19 virusui suteikia galimybę išvengti sunkių ligos komplikacijų ar net mirties.



19 pav. Kokybinio ir kiekybinio metodų rezultatų palyginimo modelis.
Šaltinis: sudaryta autorės pagal gautus apklausų rezultatus, 2021m. kovo mėn.

Šiame Magistriniame darbe atliktą tyrimą galima būtų lyginti su kitose šalyse jau atliktomis tiramosiomis mokslinėmis apklausomis. L. Neurburger ir R. Egger (2020) atliktas kiekybinis keliautojų tyrimas DACH regione, kuriam priklauso tokios šalys kaip Vokietija, Austrija ir Šveicarija, parodė, kad trys ketvirtadaliai apklaustųjų buvo linkę keliauti pandemijos laikotarpiu, vienas ketvirtadalis susilaikė nuo kelionių kol nebus saugu. Šie duomenys beveik identiški sutampa su apklaustais Lietuvos keliautojais, nes taip pat beveik trys ketvirtadaliai lietuvių ruošiasi keliauti šiemet į kitas užsienio šalis.

Australijos mokslininkų J.Cohen, D. Hardy. M.Kelly, S. Arnfield ir J. Honey (2021) atliktas keliautojų tyrimas parodė, jog gyventojai renkasi keliauti po Australijos salą bei šalia esančią Naująją Zelandiją. Net 61proc. rinksis vietinį turizmą šių 2021 metų sausio – birželio mėnesiais, ir net 72proc. keliaus po salą liepos – gruodžio mėnesiais. Taip pat tyrime teigiama, kad vietinis turizmas Australijos populiacijoje išliko populiariausias jau dešimtmetį, ir nors susidomėjimas išvykstamuoju turizmu nuolatos kyla, vietinio turizmo jis nepralenkė. Tai galima paaiškinti salos teritoriniu geografiniu nuotoliu nuo kitų žemynų, teritorijos dydžiu, klimato sąlygomis ir jo įvairove, floros ir faunos gausybe bei kitais žmogiškaisiais faktoriais – poreikio nebuvimas, nacionalizmas ir kt.

JAV Miles partnership studijos (2020) keliautojų tyrimo duomenys artimesni Lietuvos keliautojams, nes jame teigiama, kad 69proc. amerikiečių rinksis keliauti svetur pandemijos laikotarpiu. Lietuvoje šis skaičius siekia 67,4proc. Tačiau verta pabrėžti, kad kitaip nei lietuviams, pagrindinis kriterijus renkantis atostogas kitoje šalyje amerikiečiams yra saugumas dėl Covid-19 toje šalyje, tuo tarpu lietuviams svarbiausias kriterijus yra kaina, o saugumas lieka antroje vietoje. Būtina prisiminti, kad JAV priklauso stipriausių pasaulio ekonomikų septynetui (1 lentelė), todėl kaina daugumai šalies gyventojų nėra reikšmingas kriterijus renkantis kelionę.

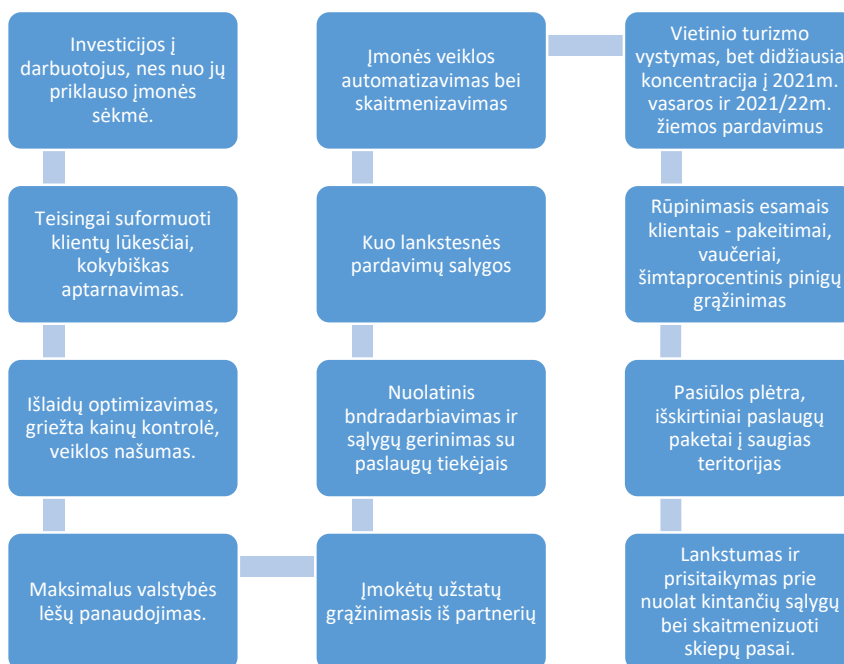
Grįžtant į geografiniu, politiniu ir ekonominiu atžvilgiu artimesnį Lietuvai Europos regioną, verta šiame Magistriniame darbe atliktą tyrimą palyginti su Europos Kelionių Komisijos [EKK] (2021) atliktu keliautojų tyrimu, kuris rodo, kad 52proc. europiečių keliaus svetur dar šiais metais, o dar 46proc. prisidės prie jau keliaujančių tada, kada bus įvesti skiepijimai. Likusioji mažuma susilaikys nuo kelionių šiais metais. Tai rodo, kad Europoje linkusių keliauti yra net 30proc. daugiau nei Lietuvoje. Tačiau pagal 22 lentelėje pateiktus duomenis matyti, jog kelionių planavimas Lietuvoje statistiškai reikšmingai skiriasi priklausomai nuo pasų įvedimo. Lietuviai taip pat labiau planuotų keliones, jei būtų įvesti skiepijimai.

Atsižvelgiant į tai, kas išdėstyta šiame poskyryje, galima daryti prielaidą, kad pandemija nesustabdė noro keliauti, o paskatino su užtęstais karantino draudimais ir ribojimais. Tačiau keliaujant, apart ekonominių kriterijų, kurie pandemijos metu sustiprėjo dėl darbo stygiaus ir prarastų

pajamų, svarbus yra saugumo jausmas ir atsakingo keliavimo koncepcija. Kelionių organizatoriams tikslinga siūlyti aplinką tausojančius keliavimo būdus bei trumpesnius skrydžius. Galima manyti, kad kelionių verslas stambės, bus dar kompleksiškesnis ir globalesnis. Ryški tendencija ta, kad rinkoje šiuo metu pirmauja stambūs kelionių organizatoriai, kurie pandemijos metu aktyviai sugebėjo prisitaikyti prie pakitusių veiklos bei rinkos sąlygų, išlaikė klientų pasitikėjimą, maksimaliai optimizavo išlaidas bei automatizavosi, investavo į žmogiškąjį kapitalą – profesinių žinių ir asmeninių savybių, reikalingų kokybiško žmogiško santykio palaikymui, ugdymą. Visi šie išvardinti faktoriai leidžia teigti, kad kelionių organizavimo verslas Lietuvoje privalėjo restruktūrizuotis, kas ir įrodyta šiame magistriniame darbe atliktais tyrimais. Restruktūrizacija reiškia pokyčius, o atėjus pandemijos sukeltai krizei šie pokyčiai tampa priverstiniais. Paplitęs įsitikinimas, kad restruktūrizavimas – tai įmonės bankrotas, yra klaidingas. Sklandus ir savalaikis restruktūrizavimo procesas leidžia laikinų sunkumų turinčioms įmonėms performuoti savo veiklą, keičiant įmonės strategiją, atsisakant nepelningų veiklos formų ir koncentruojantis ties efektyviausiomis. Sėkmingai sunkumus įveikia tos įmonės, kurios preventyviai stebi ir vertina esminius veiklos rodiklius – jei rodikliai netenkina, imasi visų įmanomų priemonių veiklai gerinti. Ekspertų interviu metu išanalizuotos priemonės sėkmingai kelionių organizavimo verslo restruktūrizacijai po pandemijos išdėstytos 20 pav.

GINAMASIS TEIGINYS :

Kelionių organizavimo verslas Lietuvoje privalės restruktūrizuotis



20 pav. Kelionių organizatorių sėkmingos restruktūrizacijos modelis.

Šaltinis: sudaryta autorės pagal gautus apklausų rezultatus, 2021m. kovo mėn.

Remiantis empirinio tyrimo rezultatais galima daryti sekančias išvadas:

1. Globalios pandemijos paveikta kelionių organizavimo industrija skatina pomėgiais, įvairiais interesais grįstas asmenines (angl. taylor-made) keliones ar net specifines buvusių iki pandemijos populiariausių kelionių rekonstrukcijas. Ekspertų nuomone, svarbiausia teisingai suformuoti kliento lūkesčiai, todėl didžioji dauguma kelionių organizatorių savo internetiniuose puslapiuose siūlo klientams palikti telefono numerį ar elektroninio pašto adresą, kad būtų galima tiesiogiai su juo susisiekti ir užmezgus asmeninį ryšį parduoti tai, kas atitinka kiekvieno norus. Galima numanyti, kad populiarnesni bus dideli kelionių organizatoriai dėl atšauktų kelionių užstatų gražinimo garantijų ir didesnio kelionių pasirinkimo, taip pat, tikėtina, kad privalomi taps medicininiai draudimai ir skiepų pasai.
2. Tyrimo metu nustatyta, kad respondentų kelionių organizavimo įpročiai nesikeis ir pasitikėjimą kelionių organizatoriais prarado tik 7proc. apklaustųjų. Tai pat keliautojų anketinis tyrimas parodė, kad vietinis turizmas klestės tik griežto karantino laikotarpiu, kada galima keliauti į kitą savivaldybę, bet negalima skristi į kitą šalį. Keliauti į kitą šalį labiausiai linkę 36-60m. respondentai, ir tik maža dalis vyresnių apklausos dalyvių nurodė keliausiantys po Baltijos regioną. Dėl Covid-19 pandemijos besikeičiančių karantino sąlygų įvairiose šalyse tikėtina, kad populiarės paskutinės minutės kelionės dėl finansinių saugumo sumetimų ir labiau prognozuojamų keliavimo datų.
3. Kelionių organizavimo sektorius įvardijamas kaip labiausiai Covid-19 pandemijos paveikta turizmo industrijos sritis, kuriai priverstinai reikalinga restruktūrizacija. Restruktūrizacijos procesai suteikia didžiausią potencialą augti, todėl šio sektoriaus plėtra sulaukia pelnyto įvairių mokslo tyrinėtojų dėmesio. Analizuojant atliktus kelionių organizatorių verslo transformacijos tyrimus pastebėta tendencija, kad didžiausi pokyčiai siejami su informacinių technologijų ir interneto plėtra. Pandemija nebejotinai paskatino „bekontakčių“ (angl. Contactless) technologijų plėtrą, kelionių užsakymų procesų automatizaciją ir robotizaciją, dėl to gali sparčiau mažėti rutininių ir žemos kvalifikacijos darbų. Didžioji dauguma kelionių organizatorių paslaugų ir veiklų perkeliama į skaitmeninę erdvę. Atliepiant šias tendencijas, svarbu, kad darbuotojai mokėtų naudotis šiuolaikinėmis skaitmeninėmis technologijomis ir, atitinkamai persikvalifikavę, turėtų potencialo augti ateityje. Tyrimo duomenys parodė, kad darbuotojai, ekspertų nuomone, yra didžiausias įmonės turtas, todėl pandemijos metu jie nebuvo atleidžiami, anaipol, naudojantis MITA paraiškomis, buvo steigtos inovacijos kelionių organizavimo versle ir organizuojami darbuotojų apmokymai. Keliautojų tyrimas atskleidė, kad pandemija nesustabdė noro keliauti, o faktiškai paskatino su užtęstais karantino draudimais ir ribojimais. Tačiau keliaujant svarbus yra saugaus keliavimo konceptas.

IŠVADOS

1. Covid-19 yra sunkaus ūminio respiracinio sindromo koronaviruso (SARS-CoV-2) sukeliama liga, kuri iki 2019m. gruodžio mėn. nebuvo nustatyta. Šios ligos protrūkis PSO buvo paskelbtas pandemija. Pandemijos sukelta krizė neigiamai paveikė visų pasaulio šalių ekonomikas. Kuo didesnė viruso sklaida šalyje, tuo griežtesnius veiklos apribojimus taikė valstybės. Turizmas siejamas su tokiais ekonominio proceso struktūromis, kaip šalies įvaizdis, valiutinės įplaukos, paslaugų sferos plėtra, aptarnavimas, naujos darbo vietos, esamos infrastruktūros panaudojimas ir tobulinimas. Turizmas yra viena didžiausių privataus ekonomikos sektoriaus industrijų, o kelionių organizatoriai ir agentūros – viena iš šešių šios industrijos sudėtinių dalių. Prasidėjus Covid-19 pandemijai, tarptautinių kelionių skaičius per 2020 metus smuko daugiau nei 70proc.- iki 1990 metų lygio. Dėl Covid-19 protrūkio visas kelionių organizavimo sektorius patyrė precedento neturintį spaudimą ir yra priverstas restruktūrizuotis. Trys praeito amžiaus krizės jau transformavo kelionių organizavimo verslą, ir nors kelionių industrija yra atspari ir nuolatos atsinaujinanti, tačiau keičiasi žmonių keliavimo įpročiai. Kaitos prielaidos glūdi ankstesnėse praeito amžiaus krizėse. Per pastarąjį šimtmetį vyko antrasis pasaulinis karas, įtakojęs spartų aviacinių technologijų vystymąsi, Rugsėjo 11-oji, pakeitusi saugumo reikalavimus ir 2008m. finansų krizė, įtakojęs keliavimo, atsiskaitymo ir bendravimo įpročius. Šimtams milijonų žmonių esant karantine, uždarius sienas, o skrydžiams sumažėjus 65proc., tikėtina, kad koronavirusas taps ketvirtąją didžiąja krize šiuolaikinėje kelionių istorijoje.
2. Pandemija ir įvestas karantinas bei draudimai sustabdė keliautojų planus – visame pasaulyje skaičiuojami daugiau nei per pus sumažėję srautai, lyginant su 2019 m. Pandemijos padariniams likviduoti Pasaulio Banko (PB) duomenimis tikėtina reiks 12% metinio pasaulinio BVP, o nuostoliai kelsis į 2022 metus. Covid-19 pandemija paveikė beveik visus ekonomikos sektorius, tačiau labiausiai nukentėjo turizmo industrija. Tarptautinių kelionių skaičius per pirmuosius dešimt 2020m. mėnesių smuko daugiau nei 70proc. Tai lėmė įvairūs apribojimai, vartotojų baimės bei visame pasaulyje dedamos pastangos sulaukyti Covid-19 viruso plitimą. Bendrai viso pasaulio valstybių pajamos iš turizmo neteko 1,3 trilijono JAV dolerių, kas sudaro 11 kartų didesnius nuostolius nei pasaulinės ekonominės krizės metu, 2009 metais. 120 milijonų darbo vietų, tiesiogiai susijusių su turizmo paslaugomis, atsidūrė išlikimo rizikoje. Remiantis pateiktais statistiniais duomenimis galima teigti, kad dėl pandemijos kelionių industrija smuko į prieš trisdešimt metų buvusį lygį ir tiesiogiai įtakojo kruizų, aviacijos, apgyvendinimo bei kelionių organizavimo verslus.
3. Atlikta Lietuvos kelionių organizavimo verslo įmonių analizė parodė, kad 2020m kovo 9d. Lietuvoje buvo registruota 216 kelionių organizatorių ir 199 kelionių agentai. Kelionių

organizatoriams bei kelionių agentūroms dėl kasdien kintančių pandemijos plitimo mastų bei besikeičiančių karantino sąlygų reikalinga visapusiška valstybės pagalba siekiant išlaikyti kompetetingus darbuotojus bei grąžinti avansus už nesuteiktas paslaugas, kai tuo pat metu organizatorių lėšos yra išaldytos pas įvairius užsienio partnerius. Likvidumui palaikyti turizmo sektoriui yra teikiamos paskolos su valstybės garantija, taikoma prastovų sistema, smulkioms ir vidutinėms įmonėms taikomos subsidijos, nuomos ir palūkanų kompensavimo priemonės, derybos su kreditoriais ir partneriais, dalinai perorientuojama veikla. Bankrutuojančias organizacijas keičia besikuriantys nauji, arba kitų užsienio šalių kapitalo pagrindu įsteigti veržlūs bei gebantys prisitaikyti prie naujų iššūkių kelionių organizatoriai, tokie kaip Lenkijos kapitalo įmonė UAB „Itaka“, arba Vokietijos UAB „Tui Baltics“, ar net visai neseniai į Lietuvos rinką įsiveržusi „OTI Holding“ kompanijos, - pagal kelionių į Turkiją pardavimo apimtį užimanti trečią vietą pasaulio turizmo rinkoje, - kelionių organizatorė „Coral Travel Lithuania“. Tačiau besiplečianti turizmo industrija negali suniveluoti asmeninių keliautojų patirčių, čia būtina subtili darna. Taigi moduluojant kelionių organizavimo ateitį galima pasitelkti dvi skirtingas prognozes artimą ir tolimą: galima teigti, kad artimiausioje ateityje keliavimas bus retesnis, bus kelijama į artimesnes teritorijas, bus siekiama darnos bei kelionės bus neabejotinai brangesnės dėl papildomo testavimo, tačiau ilgalaikėje perspektyvoje tikėtina, jog kelerių metų pauzė, kai turistai prisikelia savose ir aplinkinėse valstybėse, atsiras elektroniniai skiepijimai, turizmo intensyvumas, patirčių, egzotinių šalių ir pramogų poreikis gerokai šoktels į priešpandeminį laikotarpį.

4. Prieš pandemiją keliavo daugiau žmonių nei bet kada istorijoje. Covid-19 pandemijos sukeltos pasekmės – uždarytos sienos tarp valstybių, sulaikyti skrydžiai, įvestas karantinas - paveikė tiek kelionių organizatorių darbo pobūdį, tiek keliautojų planus. Tyrimo duomenimis, kelionių organizatorių pajamos krito 77-88proc., veikla sustojo iki žmogiškų išteklių, klientų ir minimalios veiklos palaikymo, naudojant valstybės paramą prastovoms ir kitas finansinės pagalbos priemones. Keliautojų apklausos metu nustatyta, kad kelionių planus teko koreguoti net 89,1proc. apklaustųjų, o naudojant SPSS analizę ir Či kvadrato skirstinių reikšmingumo metodą, nustatyta, kad viruso paplitimas statistiškai reikšmingai susijęs su kelionių planavimu. Tolesni tyrimo rezultatai parodė, kad jei Covid-19 taptų gyvenimo „norma“, būtų kelijama tiek pat, kiek iki pandemijos ar net daugiau. Tyrimo duomenimis, kelionių organizatorių pardavimai 2021m. vasarai jau siekia 80proc. visų parduotų kelionių, lyginant su 2019m. to paties laikotarpio pardavimais, o keliauti norą šiais 2021m. pareiškė net 67,4proc. respondentų. Verta paminėti, kad keliautojų prioritetuose dominuoja pigesnės kelionės, saugios nuo Covid-19 destinacijos, darnus turizmas.

5. Fundamentalūs Covid-19 sukelti rinkos pokyčiai, interneto skvarba bei technologijų vystymasis verčia kelionių organizatorius restruktūrizuotis. Patiriant daugybę naujų iššūkių, kelionių agentūrų verslo rinkos kaitos veiksnių įvertinimas gali būti pagrindinis elementas, sėkmingai prisitaikiusioms agentūroms leisiantis išlikti versle. Kada kelionių organizavimo sektorius grįš prie 2019 m. buvusios apimties, šiandien prognozuoti sunku, tačiau pasauliniu mastu turizmo industrijai prognozuojamas 3–5 metų atsigavimo laikotarpis. O kol egzistuoja apribojimai, viskas priklauso nuo vyriausybės lankstumo bei noro rasti vartotojams ir verslui palankių sprendimų, kurie kartu neprieštarautų sveikatos saugumo reikalavimams. Sklandus ir savalaikis restruktūrizavimo procesas leidžia laikinų sunkumų turinčioms įmonėms performuoti savo veiklą, keičiant įmonės strategiją, atsisakant nepelningų veiklos formų ir koncentruojantis ties efektyviausiomis. Sėkmingai sunkumus įveikia tos įmonės, kurios preventyviai stebi ir vertina esminius veiklos rodiklius – jei rodikliai netenkina, imasi visų įmanomų priemonių veiklai gerinti. Ekspertų interviu metu išanalizuotos priemonės įgyvendinti sėkmingai kelionių organizavimo verslo restruktūrizacijai po pandemijos yra sekančios : investicijos į darbuotojus ir inovacijas, teisingai suformuoti klientų lūkesčiai, išlaidų optimizavimas, maksimalus valstybės lėšų panaudojimas, lanksčios pardavimų sąlygos, nuolatinis bendradarbiavimas ir sąlygų gerinimas su paslaugų tiekėjais, užstatų grąžinimasis iš partnerių, koncentracija į būsimus pardavimus, rūpinimasis esamais klientais, pasiūlos plėtra į saugias teritorijas, skaitmeninio skiepų paso įvedimas bei visapusiškas lankstumas.

REKOMENDACIJOS

1. Lietuvos Respublikos Vyriausybei. Skiepų pasai. Kelionių organizatorių atstovų - ekspertų nuomone – svarbu, kad skiepų pasas būtų tarptautinis, ir galiotų ne tik Europos Sąjungoje ar kuriame nors kitame regione. Taip pat, svarbu, kad jis būtų elektroninis, kad būtų galima išvengti tvirtinimo antspaudais, atsisakyti popierizmo ir apsisaugoti nuo nelegalių dokumentų naudojimo. Skrydžius į užsienio kurortus atnaujinę Lietuvos kelionių organizatoriai skiepų pasų laukia kaip priemonės, galinčios išauginti keliautojų srautus bei jų verslo apimtis. Savo ruožtu, keliautojų tyrimas atskleidė, kad 67,1proc. respondentų rinktųsi skiepų pasą, o pritaikius Či kvadrato metodą nustatyta, kad kelionių planavimas statistiškai reikšmingai skiriasi, priklausomai nuo skiepų pasų įvedimo, kas reiškia, kad kelionės būtų aktyviau planuojamos, jei būtų įvesti skiepų pasai, suteikiantys teisę nevaržomai keliauti be testavimo ir karantinų.
2. Kelionių organizatoriams. Tikėtina, kad dėl inovacinių technologijų plėtros mažės verslo kelionių pardavimai. Net keturi penktadaliai keliavusiųjų 2020m. nurodė keliaujantys dėl asmeninių paskatų, ir tik vienas penktadalis – verslo reikalais. Šitam reiškiniiui apart tiesioginės pandemijos įtakos taip pat poveikį turėjo naujų video konferencijų internetinių platformų, tokių

kaip Zoom, Microsoft Teams bei Google Meet atsiradimas. Tačiau vis labiau populiarėja rinkoje kita verslo kelionių rūšis – darbo atostogos, (angl. Workation) kada dirbama nuotoliniu būdu iš pasirinktos destinacijos. Tai unikali galimybė dirbti ir ilgesnį laiką ilsetis vienos kelionės metu. Darbostogoms paprastai būna subalansuoti viešbučiai bei įvairios kelionių trukmės. Verta atkreipti dėmesį į turizmo verslui kitas reikšmingas valstybes, tokias kaip Sakartvelas, Tunisas ar Egiptas, kurios atitinka visus saugumui keliamus reikalavimus, taip pat atokesnes Graikijos bei kitų valstybių salas, kur sergamumas yra sąlyginai mažas. Todėl tikslinga peržiūrėti kelionių rekomendacijas dėl minėtų valstybių, kad būtų galima vežti turistus į tas šalis. Taip pat tikslinga daugiau orientuotis į B2B (business to business) ir B2C (business to consumers) pardavimus, o mažiau skirti dėmesio L2B (lead to business), nes tikėtina, kad turizmas ateityje taps labiau personalizuotu. Tam pasiekti patartina plačiai vartoti API (application programming interface), kurio technologija leidžia komunikuoti skirtingoms tarpusavyje programoms renkant ir dalinantis duomenimis apie vartotojų poreikius ir pomėgius. Taip pat rekomenduotina diegti naujausias, pritaikytas kelionių organizatoriams CRM (customer relationship management) ir HCM (human capital management) sistemas, kurios atitinkamai padėtų detaliau pažinti vartotoją bei įvertinti jį aptarnaujančio personalo įgūdžius. Taip pat verta paminėti, kad bendradarbiavimas su Mastercard, Visa, JCB, American Express ir kitomis kompanijomis garantuoja pinigų grąžinimą vartotojui paslaugas teikiančios įmonės bankroto atveju, tačiau svarbu pabrėžti, kad didžiausios Kanados elektroninio atsiskaitymo kompanijos NUVEI prognozėmis tikėtina, jog ateityje turizmas taps mažiau pelningas transakcijų lygyje dėl prarastų pandemijos metu darbo vietų ir pajamų šaltinių, tačiau taps labiau supaprastintas, skaitmeninis ir orientuotas į personalines patirtis ir išgyvenimus.

3. Keliautojams. Iki 2021m. balandžio mėn. VVTAT yra gavusi 150 vartotojų prašymų gražinti pinigus už neįvykusias keliones. Pagal įstatymą pinigai už atšauktas keliones privalo būti gražinti per 14 dienų, tačiau sunkioje finansinėje padėtyje dėl krizės atsidūrusiems kelionių organizatoriams yra ganėtinai sunku tai įgyvendinti, nes sumos reikšmingos ir didelės. Skaičiuojama, kad keliautojams gražintina suma turizmo sektoriuje gali siekti net 50 mln. Eur. Keliautojams patariama kreiptis į kelionių organizatorių ar kelionių pardavimo agentą ir ieškoti galimybių atidėti kelionę vėlesniam laikui, pakeisti jos kryptį arba priimti kitokį kompensacijos pasiūlymą, t. y. ieškoti abiems šalims tinkamo sprendimo. Šioje situacijoje nėra kelionių organizatorių kaltės, todėl svarbu išlaikyti balansą tarp vartotojų teisių ir verslo prisiimtų įsipareigojimų. Keliautojai raginami siekti taikaus susitarimo ir įvertinti galimybes dėl sutarties pakeitimo, o sutarties nutraukimą naudoti tik kaip galutinę priemonę, neradus kitų sprendimo būdų. Taip pat tikėtini ilgesni pinigų grąžinimo terminai.

LITERATŪRA

1. American Hotel and Lodging Association (AHLA). 2020. *Survey of hotels on financial crisis*. Prieiga internete : <https://www.ahla.com/covid-19s-impact-hotel-industry>, [žiūrėta 2021m. kovo 9d.].
2. Ani, A. (2020). *European tourism requires around 375 billion euros to recover from coronavirus crisis*. Business Standard. The Free Press Journal. Prieiga internete : <https://www.freepressjournal.in/world/european-tourism-requires-around-375-billion-euros-to-recover-from-coronavirus-crisis> , [žiūrėta 2020m. spalio 18 d].
3. Armaitienė, A. ir Bertužytė, R. (2014). *Tourism policy in Lithuania: management of permanent transition*. European tourism planning and organisation systems. The EU member states. Ed. by C. Coasta, E. Panyik, D. Buhalis, p. 131–147.
4. Armaitienė, A. ir Bockus, D. (2016). *Kelionių agentūrų verslo rinkos kaitos veiksniai Lietuvoje*. Tiltai, 1, 39–58, doi : <http://dx.doi.org/10.15181/tbb.v73i1.1264> [žiūrėta 2021m. kovo 6 d.].
5. Bakar, N. A. ir Rosbi S. (2020). *Effect of Coronavirus (Covid-19) disease on tourism industry*. International journal of advanced ingeneering research and science (IJAERS). Vol-7, Issue-4, Apr- 2020 ISSN: 2349-6495(P) | 2456-1908(O).
6. Baldwin, R. ir Di Mauro, B. W. (2020). *Economics in the time of Covid-19*. Centre for Economic Policy Research. London. ISBN: 978-1-912179-28-2
7. Barua, S., PhD. (2020). *Understanding Coronanomics: The economic implications of the coronavirus (COVID-19) pandemic*. Manuscript. Prieiga internete : <https://ssrn.com/abstract=3566477> [žiūrėta 2021m. kovo 10 d.].
8. Baum, T. ir Hai, N.T.T. (2020). *Hospitality, tourism, human rights and the impact of COVID19*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 32(7), pp. 2397-2407. Prieiga internete : <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0242> [žiūrėta 2021m. vasario 16 d.].
9. Benbouziane, M. ir Benhabib, A. (2016). *Sustainable tourism and entrepreneurship: opportunities and challenges for young Algerians*. The International Journal of Business & Management (ISSN 2321 –8916), Vol 4, Issue 11. Prieiga internete: <http://www.Internationaljournalcorner.com/index.php/theijbm/issue/view/7853>[žiūrėta 2021m. kovo 9 d]
10. Benbouziane, M. ir Saidi, T. (2020). *The universal impact of the health crises on the international tourism: the COVID-19 pandemic as a case*. Business Excellence and Management, Faculty of Management, Academy of Economic Studies, Bucharest, Romania,

- vol. 10(5), p. 98-111. Prieiga internete : http://beman.ase.ro/special_issue_1/8.pdf [žiūrėta 2021m. sausio 7 d.].
11. Bhatia, A.K. (2012). *The business of travel agency and tour operations management*. Sterling publishers, UK edition. ISBN-10 : 812076921X, ISBN-13 : 978-8120769212
 12. B. Bitinas, B., Rupšienė, L. ir Žydžiūnaitė, V. (2008) *Kokybinių tyrimų metodologija*. Vadovėlis. Leidėjas : Socialinių mokslų kolegija. 304p. ISBN ar kodas: 9789986312673
 13. Budreikienė, J. (2020). *Pandemija ir ekonomika skaičiais: nedidelis optimizmas išlieka*. Verslo klasė, Verslo Žinios, prieiga internete : <https://www.vz.lt/verslo-aplinka/2020/12/26/pandemija-ir-ekonomika-skaiciais-nedidelis-optimizmas-islieka#ixzz6otJavqtg> [žiūrėta 2021m. kovo 18 d.].
 14. Business Insider. (2021). *A British man is offering ghost ship tours of abandoned cruise ships in the English Channel*". Prieiga internete : <https://www.businessinsider.in/thelife/news/a-british-man-is-offering-ghost-ship-tours-of-abandoned-cruise-ships-in-the-english-channel/articleshow/77731796.cms>, [žiūrėta 2021m. kovo 6 d.].
 15. Centeno, R. S., ir Marquez, J. P. (2020). *How much did the Tourism Industry Lost? Estimating Earning Loss of Tourism in the Philippines*. Cornell University. Prieiga internete : <https://arxiv.org/abs/2004.09952> [žiūrėta 2021m. kovo 6 d.].
 16. Chen, L. ir Hong, J. (2020). *Coronavirus hits China's workers as businesses say they can't pay wages now*. Fortune. Prieiga internete : <https://fortune.com/2020/02/19/coronavirus-china-workers-businesses-pay-wages/> [žiūrėta 2021m. kovo 10 d.].
 17. Chinazzi, M., Davis, J. T. and Ajelli, M. (2020). *The effect of travel restrictions on the spread of the 2019 novel coronavirus (COVID-19) outbreak*. Science 368, 395–400 (2020).
 18. Chris, B., Hirt, M., Hudson, S., Northcote N. ir Smit, S. (2020). *The great acceleration*. McKinsey & Company. Prieiga internete: <https://www.mckinsey.com/business-functions/strategy-and-corporate-finance/our-insights/the-great-acceleration?cid=other-empl-almipmck&hlkid=33f92356dad34cd3a14c8e964310e224&hctky=1543015&hdpid=d9cf6b8a-1d54-4d03-8b7b-be32198560be> [žiūrėta 2021m. kovo 15 d.].
 19. Cohen, J., Hardy, D., Kelly, M., Arnfield, S. ir Honey, J. (2021). *Beyond Covid-19*. KPMG publisher, Miles Partnership American study. ISBN : 978-92-95107-42-7
 20. Correa-Martínez, C. L., Kampmeier, S., Kumpers, P., Schwierzeck, V., Hennies, M., Hafezi, W., ... ir Mellmann, A. (2020). *A pandemic in times of global tourism: superspreading and exportation of COVID-19 cases from a ski area in Austria*. American Society of Microbiology. Journal of clinical microbiology. doi : [10.1128/JCM.00588-20](https://doi.org/10.1128/JCM.00588-20)

21. Costaguta, A. (2020). *The coronavirus outbreak: the unprecedented shock to aviation*. News and features by ICAO. Prieiga internete : <https://www.unitingaviation.com/news/economic-development/the-coronavirus-outbreak-the-unprecedented-shock-to-aviation/> [žiūrėta 2021m. vasario 8 d.].
22. Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed-Method Approaches*. Sage Publications, University of Michigan, 3rd edition. Prieiga internete : <https://doi.org/10.1177/1558689808330883> [žiūrėta 2021m. kovo 18 d.].
23. Čivilis, E. (2020). *45 mln. Eur paramos paketas – papildomas postūmis turizmui*. Verslo Žinios, 2020.05.18. Prieiga internete : <https://www.vz.lt/paslaugos/turizmas-maitinimas-viesbuciai/2020/05/18/45-mln-eur-paramos-paketas--papildomas-postumis-turizmui-sako-viceministras&RDlft> [žiūrėta 2021m. vasario 10 d.].
24. Daubarienė, J. (2018). *Literatūros analizė studijų darbuose*. Kauno kolegija, ISBN 978-9955-27-550-3. Prieiga per internetą : <https://biblioteka.kaunokolegija.lt/wp-content/uploads/2018/09/Jurate-Daubariene-Literaturos-analize-studiju-darbuose.pdf> [žiūrėta 2021m. kovo 6 d.].
25. De Soto, J.A. (2021). *Evaluation of the Moderna, Pfizer/BioNtech, Astrazeneca/Oxford and Sputnik V Vaccines for COVID-19*. 2021. School of Science, Technology, Engineering and Math, Dine College, Tsale AZ 86566
26. Dev Nathan. (2020). *Digitalisation and Reorganisation of GVCs*. The Indian journal of labour economics. Prieiga per internet : <https://link.springer.com/article/10.1007/s41027-020-00274-x> [žiūrėta 2021m. kovo 8 d.].
27. Dinarto, D., Wanto, A., ir Sebastian, L. C. (2020). *Global health security–COVID-19: impact on Bintan's tourism sector*. RSIS Commentaries, Singapore. Prieiga internete : <https://www.rsis.edu.sg/rsis-publication/rsis/global-health-security-covid-19-impact-on-bintans-tourism-sector/#.YIKWqOgzY2w> [žiūrėta 2021m. kovo 10 d.].
28. Dixit, M., Belwal, R. ir Singh, G. (2006). *Online Tourism and Travel – Analysing Trends from Marketing Perspective*. Researchgate publications. Prieiga internete: <https://www.academia.edu/567058> [žiūrėta 2021m. vasario 10 d.].
29. Dževeckytė, R. (2020). *Kelionių agentūros įkūrėja : skaudu matyti, kai kolegos jau kabina spynas*. Verslo žinios, prieiga internete : <https://www.vz.lt/smulkusis-verslas/2020/09/07/kelioniu-agenturos-ikureja-skaudu-matyti-kai-kolegos-jau-kabina-spynas> [žiūrėta 2021m. kovo 19 d.].
30. Ekonomikos ir Inovacijų Ministerija, (EIM). 2019. *Turizmo sektoriaus analizė bei starteginės plėtros kryptys*. Galimybių studija, Vilnius. Prieiga internete : <https://pirkimai365.lt/pirkimas/galimybiu-studijos-%E2%80%99Turizmo-sektoriaus-analize>

- [bei-strategines-pletros-kryptys%E2%80%9C-parengimo-paslaugu-pirkimas-90642](#)[žiūrėta 2021m. sausio 19 d.].
31. Ekonomikos ir Inovacijų Ministerija (EIM). (2020). *Sustainable tourism cooperation in the Baltic Sea region*. Baltijos šalių forumas. Prieiga internete : <https://bstc.eu/bstf/13th-bstf> , [žiūrėta 2020m. lapkričio 18 d.].
 32. Ekonomikos ir Inovacijų Ministerija, (EIM). (2021). *Informacija verslui dėl Covid-19*. Prieiga internete : <https://eimin.lrv.lt/lt/naudinga-informacija-1/informacija-verslui-del-covid-19/pagalba-verslui-patirianciam-sunkumu-del-covid-19/naujos-priemones-verslui> [žiūrėta 2021m. kovo 8 d.].
 33. Eurocontrol. (2021). *Comprehensive assesment of Covid-19's impact on European air traffic*. Supporting European Aviation. Prieiga internete : <https://www.eurocontrol.int/publication/eurocontrol-comprehensive-assessment-covid-19s-impact-european-air-traffic> [žiūrėta 2021m. kovo 10 d.].
 34. Europos Komisija, (EK). (2021). *Išsami informacija apie Lietuvos paramos priemonės piliečiams ir įmonėms, labai nukentėjusiems nuo koronaviruso pandemijos*. Prieiga internete: https://ec.europa.eu/info/live-work-travel-eu/coronavirus-response/jobs-and-economy-during-coronavirus-pandemic/state-aid-cases/lithuania_it [žiūrėta 2021m. kovo 15 d.].
 35. Europos Komisija, (EK). (2021). *Coronavirus: Comission proposes a digital green certificate*. Prieiga internete : https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_1181 [žiūrėta 2021m. balandžio 20 d.].
 36. Europos Sąjungos Komisijos Komunikatas, (ESKK). (2020). *Laikino nebūtinių kelionių į ES apribojimo įgyvendinimo, su ES piliečių repatriacija susijusio tranzito tvarkos supaprastinimo ir poveikio vizų politikai gairės*. Dokumentas 52020XC0330(02). Prieiga internete : <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/LT/TXT/?toc=OJ%3AC%3A2020%3A102I%3AFULL&uri=uriserv%3AOJ.CI.2020.102.01.0003.01.LIT>[žiūrėta 2021m. kovo 6 d.].
 37. Europos Sąjungos Komisijos Komunikatas, (ESKK). (2020). *4-asis laikinosios valstybės pagalbos priemonių, skirtų ekonomikai remti reaguojant į dabartinį COVID-19 protrūkį, sistemos pakeitimas ir Komisijos komunikato valstybėms narėms dėl Sutarties dėl Europos Sąjungos veikimo 107 ir 108 straipsnių taikymo trumpalaikiam eksporto kredito draudimui priedo pakeitimas*. Dokumentas C340I. Prieiga internete : <https://eurlex.europa.eu/legal-content/LT/TXT/HTML/?uri=OJ:C:2020:340I:FULL&from=EN> [žiūrėta 2021m. kovo 1 d.].
 38. Evans, L. (2020). *Boeing says pandemic has delivered body blow to global travel busines*. International Travel News. Prieiga internete :

- <https://www.internationaltravelnews.com/news/264906032/boeing-says-pandemic-hasdelivered-body-blow-to-global-travel-business> [žiūrėta 2021m. kovo 6 d].
39. Fernandes, N. (2020). *Economic effects of coronavirus outbreak (COVID-19) on the world economy*. IESE Business school, Spain. Prieiga internete : <https://ssrn.com/abstract=3557504> [žiūrėta 2021m. kovo 16 d].
40. Finlay, L. (2012). *Debating Phenomenological Methods*. The open university, UK. doi: [10.1007/978-94-6091-834-6_2](https://doi.org/10.1007/978-94-6091-834-6_2), [žiūrėta 2021m. kovo 18 d].
41. Gaižauskaitė, I., ir Valavičienė, N. (2016). Socialinių tyrimų metodai: kokybinis interviu. Vadovėlis Vilnius. Doi : <https://repository.mruni.eu/handle/007/16724> [žiūrėta 2021m. kovo 20 d].
42. Gavelienė, Ž., Bagdanskis, T. ir Dr. Čiužas, R. (2020). *Koronaviruso iššūkiai turizmo sektoriui: pasitark su ekspertais*. Internetinis seminaras. Prieiga internete : <https://www.enterpriselithuania.com/renginiai/koronaviruso-issukiai-turizmo-sektoriui-pasitark-su-ekspertais/> [žiūrėta 2020m. lapkričio 16 d.].
43. Gonzales-Torres, Th., Rodriguez-Sanches, J.L. ir Pelechano-Barahona, E. (2021). *Managing relationships in the tourism supply chain to overcome epidemic outbreaks : The case of Covid-19 and the hospitality industry in Spain*. International Journal of Hospitality Management, Spain. Vol 92.
44. Goodger, D. ir McDermot, H. (2020). *European tourist and Coronavirus : 2020 losses and potential recovery*. Tourism economics, An Oxford Economics Company, WTM Webinar. Prieiga internete : <https://www.brighttalk.com/webcast/18179/401690> [žiūrėta 2021m. kovo 2 d.].
45. Gössling, S., Scott, D., ir Hall, C. M. (2020). *Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19*. Journal of Sustainable Tourism, 1-20. Prieiga internete : <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708> [žiūrėta 2021m. kovo 2 d.].
46. Gruszczinski, L., Associate Professor. (2020). *The COVID-19 Pandemic and International Trade: Temporary Turbulence or Paradigm Shift?* European Journal of Risk Regulation, (2020), p1-6, Cambridge University Press.
47. Hall, C. M., Scott, D., ir Gössling, S. (2020). *Pandemics, transformations and tourism: Be careful what you wish for*. Tourism Geographies. Prieiga internete : <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.175913> [žiūrėta 2021m. kovo 20 d.].
48. Halling, S., Leifer, M. ir Rowe, O. (2006). *Emergence of the Dialogal Approach: Forgiving Another*. Prieiga internete : <https://doi.org/10.1016/B978-012088470-4/50012-0>, [žiūrėta 2021m. kovo 10 d].

49. Haywood, K.M. (2020). *A post COVID-19 future – tourism re-imagined and re-enabled*. Tourism geographies journal. College of Management and Economics, University of Guelph, Guelph, ON, Canada. , VOL. 22, NO. 3, 599–609.
50. Heikinen, V. (2020). *Tourism, hospitality and experience industry of tomorrow*. Kazimieras Simonavičius University in cooperation with Lithuanian Association of Hotels and Restaurants & University of Haaga-Helia Applied Sciences. Prieiga internete : <https://ksu.lt/en/news/open-lecture-tourism-hospitality-and-experience-industry-of-tomorrow/> [žiūrėta 2021m. kovo 20 d.].
51. Holloway, J.C. ir Longman, A. W. (1998). *The business of tourism*. International Journal of Tourism Research. Pages: 350. ISBN 0-582-32-881-0. Prieiga internete : <https://doi.org/10.1002/jtr.270> [žiūrėta 2021m. sausio 10 d.].
52. Hoque, A., Shikha, F. A., Hasanat M. W., Arif, I. ir Hamid A. B. A. (2020). *The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China*. Asian Journal of Multidisciplinary Studies, Vol. 3, No. 1, (2020) ISSN 2651-6705.
53. International Labour Organisation (ILO). (2020). *Social dialogue and the future of work*. Prieiga internete : https://www.ilo.org/global/publications/books/WCMS_744465/lang--en/index.htm, [žiūrėta 2021m. sausio 15 d.].
54. International Tourism Association of Professionals (ITAP) (2021). *Welcome to ITAP World news*. Prieiga internete : <https://itap-world.com/> [žiūrėta 2021m. kovo 19 d.].
55. Invega. (2021). *Pagalba verslui Covid-19 krizės metu*. Prieiga internete : <https://invega.lt/lt/covid-19/pagalba-verslui-covid-19-krizes-metu/>, <https://invega.lt/?s=covid> [žiūrėta 2021m. kovo 6 d.].
56. Jamal, T. ir Budke CH. (2020). *Tourism in a world with pandemics: local-global responsibility and action*. Journal of Tourism Futures. ISSN 2055-591
57. Jucaitytė, I. ir Maščinskienė, J. (2012). *Turizmo vietovių po krizinių įvykių patrauklumo valdymas*. Economics and Management 2012.17(3). ISSN 2029-9338
58. Kantar. (2020). *More than half of global business leaders don't expect economic recovery until 2022*. Prieiga internete : <https://www.kantar.com/inspiration/coronavirus/more-than-half-of-global-business-leaders-dont-expect-economic-recovery-until-2022> [žiūrėta 2021m. kovo 20 d.].
59. Kardelis, K. (2017). *Vadovėlis Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Mokslo ir enciklopedijų leidybos centras. ISBN ar kodas: 9785420017715
60. Keliauk Lietuvoje. (2020). *Projektas Atostogos Medikams*. Prieiga internete : <https://www.lithuania.travel/lt/news/projektas-atostogos-medikams-baigesi-turizmo-versluismoketa-daugiau-nei-9-7-mln-euru-2021> [žiūrėta 2021m. kovo 3 d.].

61. Kimtys, G. (2020). *Dėl inovacinės veiklos turizmo sektoriuje skatinimo tvarkos aprašo patvirtinimo*. Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūra. Patvirtinta : Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūros direktoriaus 2020 m. d. įsakymu Nr. 2V. Prieiga internete : <https://eseimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAP/78d5f6929c0111eaa51db668f0092944?positionInSearchResults=0&searchModelUUID=4abfd34a-981a-451a-b30d-e010390352de> [žiūrėta 2021m. kovo 15 d.].
62. Klonowska, K. ir Bindt, P. (2020). *The COVID-19 pandemic: two waves of technological responses in the European Union*. Hague Centre for Strategic Studies.
63. Konferencija internete. (2021). *Travel Business in 2021: Growth Startegy and Adaption to the New reality*. RateHawk, 2021m. balandžio 27d.
64. Law, R., Leung, R. ir Buhalis, D. (2009). *Information Technology Applications in Hospitality and Tourism: a Review of Publications from 2005 to 2007*. Prieiga internete : <https://doi.org/10.1080/10548400903163160> [žiūrėta 2021m. kovo 12 d.].
65. Lew, A. (2020). *How to Create a Better Post-COVID-19 World*. Prieiga internete : <https://medium.com/@alanalew/creating-a-better-post-covid-19-world36b2b3e8a7ae> [žiūrėta 2021m. kovo 3 d.].
66. Lietuvos Respublikos Finansų Minsiterija. (2020). *Ateities ekonomikos DNR*. Prieiga internete: <https://lrv.lt/uploads/main/documents/files/2010519%20AED%20planas.pdf>. [žiūrėta 2021m. kovo 25 d.].
67. Lietuvos respublikos Seimas (LRS). (2018). *Lietuvos Respublikos turizmo įstatymo Nr. VIII-667 pakeitimo įstatymas*. Prieiga internete : <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/3c3504d2804011e89188e16a6495e98c> [žiūrėta 2021m. kovo 5 d.].
68. Liu, H. Y., Manzoor, A., Wang, C. Y., Zhang, L. ir Manzoor, Z. (2020). *The COVID-19 outbreak and affected countries stock markets response*. International Journal of Environmental research and public health. doi:10.3390/ijerph17082800
69. Ma, H., Chiu, Y., Tian, X. ir Zhang, J. (2020). *Safety or Travel: Which Is More Important? The Impact of Disaster Events on Tourism*. Sustainability Journal, (2020, 12, 3038); doi:10.3390/su12073038
70. Maditinos, Z. ir Vassiliadis, Ch. (2008). *Crises and Disasters in Tourism Industry: Happen locally - Affect globally*. Dpt of Business Administration, University of Macedonia, Thessaloniki, Greece. Mibes e-book. P67-76.
71. Marshall, C. ir Rossman, G.B. (2006). *Designing Qualitative Research*. Thousands Oaks: Sage Publication, 262 pages (4th edition), ISBN 9781412924894, USD \$47.95 (paperback), ISBN 9781412924887

72. Mason, J. (1996). *Qualitative researching*. Sage Publications, Inc. Abstract. Prieiga internete: [https://books.google.lt/books?hl=en&lr=&id=8JM4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Mason,+J.+\(1996\).+Qualitative+researching.+Sage+Publications,+Inc.+Abstract.&ots=ne39EHjH1p&sig=cYTZigNFVf9NhUDwxKosrq_lk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.lt/books?hl=en&lr=&id=8JM4DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Mason,+J.+(1996).+Qualitative+researching.+Sage+Publications,+Inc.+Abstract.&ots=ne39EHjH1p&sig=cYTZigNFVf9NhUDwxKosrq_lk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false) [žiūrėta 2021m. kovo 15 d].
73. Mayers, J. F., MPH, Snyder, R. E., PhD ir Porshe, CH. C., PhD. (2020). *Identification and monitoring of international travellers during the initial phase of an outbreak of Covid-19*. US Department of Health and Human services. Morbidity and Mortality Weekly Report . Vol. 69
74. McKibbin, W. ir Fernando, R. (2020). *The Global Macroeconomic Impacts of COVID-19: Seven Scenarios*. CAMA Centre for Applied Macroeconomic Analysis. ISSN 2206-0332
75. Menegaki, A.N. (2020). *Hedging feasibility perspectives against the COVID-19 in the international tourism sector*. Preprints, social sciences, economics 2020040536 doi: [10.20944/preprints202004.0536.v1](https://doi.org/10.20944/preprints202004.0536.v1) [žiūrėta 2021m. kovo 9 d.].
76. Migonytė, S. (2020). *Turizmo sektoriui lengvatinėms paskoloms numatyta 15mln. Eur, pinigų gaus ir viešbučiai*. Verslo Žinios, prieiga internete: <https://www.vz.lt/paslaugos/2020/05/29/turizmo-sektoriuilengvatinemspaskolomsnumatyta-15-mln-eur-pinigu-gaus-ir-viesbuciai&BdSDr> [žiūrėta 2020m. kovo 10 d].
77. Migonytė, S. (2020). *Ž. Gavelienė : valdžia netesėjo turizmo verslui duotų pažadų*. Verslo Žinios, prieiga internete : <https://www.vz.lt/paslaugos/2020/10/27/z-gaveliene-valdzia-netesejo-turizmo-verslui-duotu-pazadu> [žiūrėta 2020m. kovo19 d].
78. Migonytė, S. (2021). *Top 20 daugiausia iš „Atostogų medikams“ uždirbusių įmonių - kas lėmė jų sėkmę*. Verslo Žinios, prieiga internete : <https://www.vz.lt/paslaugos/2021/01/11/top-20-daugiausia-is-atostogu-medikams-uzdirbusiu-imoniu-kas-leme-ju-sekme> [žiūrėta 2021m. kovo 18 d].
79. National Commission on Terrorist Attacks upon the United States. *The 9/11 Commission Report*. Prieiga internete : https://govinfo.library.unt.edu/911/report/911Report_Exec.htm [žiūrėta 2021m. kovo 6 d.].
80. Nepal, S. K. (2020). *Adventure travel and tourism after COVID-19 – business as usual or opportunity to reset?* Tourism Geographies - An International Journal of Tourism Space, Place and Environment. ISSN: 1461-6688 (Print) 1470-1340 (Online).
81. Neuburger, L. Ir Egger, R. (2020). *Travel risk perception and travel behaviour during the COVID-19 pandemic 2020: a case study of the DACH region*. Prieiga internete :

- <https://ezproxy.biblioteka.ku.lt:4400/10.1080/13683500.2020.1803807> [žiūrėta 2021m. kovo 15 d].
82. Oficialiosios Statistikos Portalas. (2020). *Apgyvendinimo paslaugų statistika šalyje*. Informaciniai pranešimai. Prieiga internete : <https://osp.stat.gov.lt/informaciniai-pranesimai?eventId=225857>[žiūrėta 2020m. gegužės 18 d].
83. Oficialiosios statistikos portalas. (2020). *Turizmo paslaugos 2020m*. Prieiga internete : [https://osp.stat.gov.lt/documents/10180/7284859/IP_Paslaugos_2020_4K.pdf/a6a0-4b11-9b78-4ede33ddee83](https://osp.stat.gov.lt/documents/10180/7284859/IP_Paslaugos_2020_4K.pdf/a6a49f75-a6a0-4b11-9b78-4ede33ddee83) [žiūrėta 2021m. kovo 10 d.].
84. Oficialiosios statistikos portalas. (2021). Turizmas. Prieiga internete : <https://osp.stat.gov.lt/turizmas> [žiūrėta 2021m. kovo 10 d.].
85. Oficialiosios statistikos portalas. (2021). Covid-19 5taka verslui. Prieiga internete : <https://osp.stat.gov.lt/covid-19-itaka-verslui-naujienos> [žiūrėta 2021m. kovo 10 d.].
86. Patton, M. Q. (2002). *Qualitative Research And Evaluation Methods*. ISBN-13: 978-0761919711, ISBN-10: 0761919716
87. Pavaluc, C., Brinza, G., Anichiti, A. ir Butnaru, G.I. (2020). *Covid-19 pandemic and its effects on the tourism sector*. CES Working papers- Vol XII, Issue 2
88. Pikturienė, I. ir Kurtinaitienė, J. (2010). *Vartotojų elgsena: teorija ir praktika*. Leidėjas : Vilniaus Universiteto leidykla. ISSN, ISBN, ISMN: 978-9955-33-593-1.
89. Praude, V. ir Shalkovska, E. (2009). *Marketing Factors of Formation of Company's Customer Equity*. ISSN 1392-1142. Prieiga internete : https://www.vdu.lt/cris/bitstream/20.500.12259/36206/1/ISSN23358750_2009_N_52.PG_6_3-75.pdf [žiūrėta 2021m. kovo 5 d].
90. Rachmawati, I. ir Shishido K. (2020). *Travelers' Motivations to Travel Abroad during Covid 19 Outbreak*. International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events ISSN: 2580-5592, Vol 4, No 1, 2020, pp 1-11, <http://dx.doi.org/10.31940/ijaste.v4i1.1772> [žiūrėta 2021m. kovo 19 d.].
91. Rienecker, L. ir Jorgensen, P.S. (2003). *Teaching Academic Writing in European Higher Education* . The (IM)Possibilities in Teaching University Writing in the Anglo-American Tradition When Dealing with Continental Student Writers. ISBN 978-0-306-48195-6
92. Sandbu, M. (2020). Coronavirus: the moment for helicopter money. Financial Times. Prieiga internete : <https://www.ft.com/content/abd6bbd0-6a9f-11ea800d-da70cff6e4d3> [žiūrėta 2021m. kovo 20 d.].

93. Sigala, M. (2020). *Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research*. Journal of Business research. University of South Australia, Australia.
94. Singhal, T. (2020). *A review of Coronavirus disease – 2019 (Covid-19)*. The Indian Journal of Pediatrics (April 2020) 87(4):281-286
95. Sragauskas, T. (2010). *Įmonių darnios plėtros strategija (metodologiniai aspektai)*. Doi : <https://vb.vgtu.lt/object/elaba:2043728/> [žiūrėta 2021m. kovo 19 d].
96. Strickland, J. L. (2020). *Airlines in crisis of covid 19*. Webinar. Prieiga internete : www.jlsconsultancy.co.uk [žiūrėta 2020m gegužės 15 d].
97. Statista. (2021). Number and change of coronavirus (COVID-19) cases and deaths among the most impacted countries worldwide as of March 8, 2021. Prieiga internete : <https://www.statista.com/statistics/1105264/coronavirus-covid-19-cases-most-affected-countries-worldwide/> [žiūrėta 2021m. kovo 8 d.].
98. Subačienė, R. (2011). *Kelionių agentūrų ir kelionių organizatorių veiklos analizė*. ISSN 1822-8682. Buhalterinės apskaitos teorija ir praktika.
99. Teitler-Regev, Sh. (2013). *The Effect of Economic Crises, Epidemics and Terrorism on Tourism*. International Journal of Business Tourism and Applied Sciences Vol.1 No.1 January – June 2013, <http://www.ijbts-journal.com> ISSN 2286-9352 Print ISSN 2286-9700 Online 84 84, Israel.
100. Thams, A., Zech, N., Rempel, D. ir Ayia-Koi, A. (2020). *An initial assessment of economic impacts and operational challenges for the tourism & hospitality industry due to COVID-19*. IUBH Discussion Papers - Tourismus & Hospitality, No. 2. Provided in Cooperation with: IUBH University of Applied Sciences, Erfurt, Germany.
101. Tyler, S. L. (2017). *Airport Security: Passenger Screening and Governance Post-9/11*. Paperback. Publisher : Rosedog books. ISBN-10 : 1480975117, ISBN-13 : 978-1480975118
102. UAB „PricewaterhouseCoopers. (2019). *Lietuvos ūkio sektorių finansavimo po 2020 m. vertinimas: turizmas*. ES 2014-2020m fondų investicijų veiksmų programa. Prieiga internete : <https://www.esinvesticijos.lt/lt/dokumentai/lietuvos-ukio-sektoriu-finansavimo-po-2020-metu-vertinimas> , [žiūrėta 2020m. gegužės 18 d].
103. Ugur, N.G. ir Akbiyik, A. (2020). *Impacts of COVID-19 on global tourism industry: A crossregional comparison*. Tourism Management Perspectives Journal. PII: S2211-9736(20)30111-2
104. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2019). *International Tourism Highlights*. Dreamstime.com, Madrid, Spain. ISBN printed version: 978-92-844-

- 2114-5 ISBN electronic version: 978-92-844-2115-2 doi : 10.18111/9789284421152 [žiūrėta 2020m. birželio 3 d].
105. United Nations World Tourism Organisation (UNWTO). (2020.03.) *Global guidelines to restart tourism*. Prieiga internete : <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/UNWTO-Global-Guidelines-to-Restart-Tourism.pdf> , [žiūrėta 2020m. birželio 3 d].
 106. United Nations World Tourism Organisation (UNWTO). (2020.10.). *International Tourism down 70% as travel restrictions impact all regions*. Prieiga internete : <https://www.unwto.org/news/international-tourism-down-70-as-travel-restrictions-impact-all-regions> [žiūrėta 2021m. kovo 2 d].
 107. United Nations World Tourism Organisation (UNWTO). (2021.01). *2020: worst year in tourism history with 1 billion fewer international arrivals*. Prieiga internete : <https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals> [žiūrėta 2021m. kovo 2 d].
 108. Valinsky, J. (2020). *The hotel industry may not recover until 2023*. CNN Business. Prieiga per internetą : <https://edition.cnn.com/2020/11/09/investing/hotel-recovery-coronavirus/index.html> [žiūrėta 2021m. kovo 19 d.].
 109. Valstybinė Vartotojų Teisių Apsaugos Tarnyba (VTTAT). (2020). Lietuvos kelionių organizatorių pajamos krenta, tačiau jie išlieka mokūs. Prieiga internete : <https://www.vvtat.lt/naujienos-ir-pranesimai-ziniasklaidai/377/lietuvos-kelioniu-organizatori-u-pajamos-krenta-taciau-jie-islieka-mokus:1669> [žiūrėta 2020m. lapkričio 16d.]
 110. Valstybinė Vartotojų Teisių Apsaugos Tarnyba (VTTAT). (2021). *Licencijuotų turizmo paslaugų teikėjų sąrašai*. Prieiga internete : <https://www.vvtat.lt/vartojimo-paslaugos/turizmo-paslaugos/turizmo-paslaugu-teikejai/128> [žiūrėta 2021m. kovo 9 d].
 111. Vaškaitis, E. ir Armaitienė, A. (2013). *Turizmo inovacijų taikymo Lietuvos turizmo versle prielaidos*. KTU, KU, Tiltai. ISSN 1392-3137.
 112. Versli Lietuva. (2020). *Planuojamos priemonės, galinčios padėti turizmo verslui įveikti krizę*. Prieiga internete : <https://www.verslilietuva.lt/analitika/covid-19-aktualijos-verslui/poveikis-verslui/planuojamos-priemones-galincios-padeti-turizmo-verslui-iveikti-krize/> , [žiūrėta 2020m. kovo 18 d].
 113. VŠĮ Keliauk Lietuvoje. (2020). *Viešosios įstaigos „Keliau Lietuvoje“ 2020 metų veiklos planas*. Patvirtinta Lietuvos Respublikos ekonomikos ir inovacijų ministro 2020m. vasario 19 d. įsakymu Nr. 4-107. Prieiga internete :

- <https://www.lithuania.travel/lt/news/veiklos-planas-ir-ataskaitos> [žiūrėta 2020m. gegužės 18 d].
114. Walton, J.K. (2021). *Tourism*. Britannica.com. Prieiga internete : <https://www.britannica.com/topic/tourism#ref302599> [žiūrėta 2021m. kovo 18 d].
115. Weaver, D.B. ir Lawton, L.J. (2012). *Tourism management*. 5th edition. ISBN-13: 978-1118644812, ISBN-10: 1118644816
116. World Health Organisation (WHO). (2020). *Coronavirus disease 2019 (Covid-19) Situation report – 54*. Prieiga internete : https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200314-sitrep-54-covid19.pdf?sfvrsn=dcd46351_8, [žiūrėta 2020m. gegužės 18 d].
117. World Health Organisation (WHO). (2020). *Coronavirus disease 2019 (Covid-19) Situation report – 57*. Prieiga internete : https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200317-sitrep-57-covid-19.pdf?sfvrsn=a26922f2_4, [žiūrėta 2020m. gegužės 18 d].
118. World Health Organisation (WHO). (2020). *Updated WHO recommendations for international traffic in relation to Covid-19 outbreak*. Prieiga internete: <https://www.who.int/news-room/articles-detail/updated-who-recommendations-for-international-traffic-in-relation-to-covid-19-outbreak>, [žiūrėta 2020m. gegužės 18 d].
119. Žydžiūnaitė, V. (2007). *Tyrimo dizainas: struktūra ir strategijos*. Mokojoji knyga. Kaunas: Technologija. Prieiga internete : http://www.esparama.lt/es_parama_pletra/failai/ESFproduktai/2012_Baigiamojo_darbo_metodologija.pdf [žiūrėta 2021m. kovo 18 d].
120. Žukauskienė, R. (2008). *Kokybiniai ir kiekybiniai metodai*. Prieiga internete : <https://www.coursehero.com/file/63840290/kokybiniai-ir-kiekybiniai-tyrimai-1-1ppt/> [žiūrėta 2021m. kovo 18 d].
121. Žuromskaitė, B., Gražulis, V. ir Jagminas, J. (2016). *Turizmas: plėtra, iššūkiai, perspektyvos*. Knyga. Leidėjas – Registrų centras, 416p., ISBN:9789955302230

PRIEDAI

1. Klausimynas kokybiniam interviu.

Sveiki, esu Rima Karsokienė, Klaipėdos Universiteto Sveikatos Mokslų Fakulteto, Sporto, Rekreacijos ir Turizmo Katedros, Rekreacijos ir Turizmo vadybos Magistrantūros studentė. Atlieku tyrimą kurio tikslas - išsiaiškinti kaip Covid-19 pasaulinė pandemija įtakojo kelionių organizatorius Lietuvoje ir jų veiklos restruktūrizavimo principus.

Gauta informacija bus panaudota Magistro baigiamajame darbe „Covid-19 pandemijos poveikis turizmo industrijai : kelionių organizatorių atvejis“. Atliekant tyrimą užtikrinami tokie etikos principai kaip konfidencialumas bei teisė į tikslios informacijos gavimą.

Rima Karsokienė

Klaipėdos Universitetas

Sveikatos Mokslų Fakultetas

Sporto, Rekreacijos ir Turizmo Katedra

Rekreacijos ir Turizmo vadybos II kurso Magistrantūros studijų studentė

EKSPERTO APKLAUSA

INTERVIU PROTOKOLAS

20__ m. __ mėn. __ d. Nr. ____

Interviu tikslas: išsiaiškinti Covid-19 poveikį didžiausiems kelionių organizatoriams Lietuvoje ir nustatyti jų veiklos restruktūrizavimo principus.

BENDRI DUOMENYS APIE INFORMANTĄ (žinomi tik interviu gavėjui) :

Vardas, pavardė _____

Susitikimo laikas _____

Interviu trukmė _____

Pareigos ir patirtis užimamose pareigose _____

Įmonė _____

PATVIRTINTA:
Slaugos katedros posėdis
2008-01-31
Protokolo Nr. 46 Sv – S - 3

Informaciją suteikiančio asmens (tyrėjo) pareiškimas:

Aš, žemiau pasirašiusi, patvirtinu, kad respondentui pateikiau visą informaciją apie tyrimą ir jis suvokia dalyvavimo šiame tyrime pobūdį. Patvirtintu, kad respondentas gavo šios pasirašytos ir datuotos sutikimo formos egzempliorių.

RIMA KARSOKIENĖ

Tyrėjo parašas / Tyrėjo VARDAS, PAVARDĖ (spausdintinėmis raidėmis)

Pasirašymo data : 2021m. kovo 01d.

Jei Jūs turite klausimų apie savo tyrimo subjekto teises, galite kreiptis į tyrėją:

*Rima Karsokienė, tel 8 678 ******

(Tyrėjo VARDAS, PAVARDĖ, telefono numeris, elektroninio pašto adresas) ir/ar

Klaipėdos universiteto Sveikatos mokslų fakulteto Etikos komisija

Kategorija 1: Nuomonė dėl Covid-19 poveikio įmonės veiklai :

1. Kaip Covid-19 paveikė įmonės veiklą? Ką teko keisti, ko atsisakyti, ką pridėti?
2. Jeigu palygintumėte Jūsų įmonės situaciją prieš porą metų – kaip ji šiandien yra pasikeitusi? Kaip vertinate nuostolius?
3. Kokių sąnaudų mažinimo veiksmų ėmėsi įmonė, kad išvengtų bankroto?

Kategorija 2 : Nuomonė dėl vartotojų elgsenos ir pasirinkimo :

4. Kaip, prasidėjus pandemijai ir karantinui, elgėsi keliautojai, kurie jau buvo įsigiję keliones?
5. Kaip elgiasi keliautojai 2021m. pradžioje, kai pradedamos reklamuoti vasaros / rudens sezono kelionės ir kainos yra didesnės nei įprastai dėl papildomų testavimų?
6. Koks Jūsų požiūris į keliavimą 2021 metais? Kaip vyksta marketingas? Kokias kryptis siūlote keliautojams? Kaip vengiate niveliacijos?
7. Kokios taikomos lanksčios kelionių užsakymų sąlygos?
8. Kokiu metodu stengiatės pritraukti vartotoją pirkti keliones po Lietuvą bei kaimynines Baltijos šalis? (ne medikų atostogoms). Kaip tokios kelionės pasiteisina? Kaip elgiasi vartotojai?

Kategorija 3 : Nuomonė dėl įmonės veiklos perspektyvų :

9. Pakomentuokite kelionių organizatoriams suteiktą galimybę ir savo pasirinkimą pildyti MITA (moklso, inovacijų ir technologijų agentūrai) paraišką turizmo inovacijoms įmonėje steigti. Kokios inovacijos įsteigtos ir kaip vyksta pačių darbuotojų / vartotojų adaptacija?
10. Kaip įmonė prisitaiko prie Europos Komisijos siūlymo pirkti keliones internetu (automatizacijos)? Kaip elgiasi vartotojai?
11. Kokias matote ateities kelionių organizatorių sėkmingo verslo perspektyvas? :

Dėkoju už atsakymus

Rima Karsokienė

2. Klausimynas kiekybinei anketai.

Sveiki mieli keliautojai !

Esu Klaipėdos Universiteto Sveikatos Mokslų Fakulteto, Sporto, Rekreacijos ir Turizmo, Rekreacijos ir Turizmo Vadybos Magistrantūros studentė. Atlieku tyrimą kurio tikslas - išsiaiškinti kaip Covid-19 pasaulinė pandemija įtakojo turizmo industriją ir jos vartotoją Lietuvoje.

Anketa anoniminė, todėl Jūsų konfidencialumas garantuotas.

Dėkoju visiems atsakiusiems už pagalbą prisidedant prie šio visiems mums keliaujantiems aktualaus tyrimo ir tikėkimės, kad greitai vėl keliausime saugiai ir be rūpesčių!

Pagarbiai, Rima Karsokienė

Ar Covid-19 įtakojo Jūsų kelionių planus? : Taip / Ne

Jeigu kelionių planus teko keisti, ką darėte su įsigyta kelione? : Keitėte datą / Įsigijote kuponą ir galvosite, ką daryti toliau / Atšaukėte kelionę ir atgavote / atgausite pinigus / Kita...

Kaip paprastai organizuojate savo keliones? : Pilną kelionės paketą perkate kelionių agentūroje / Dalį paslaugų perkate kelionių agentūroje, dalį organizuojate savarankiškai / Visas kelionės paslaugas organizuojate savarankiškai

Ar dėl Covid-19 pandemijos situacijos keisis Jūsų kelionių organizavimo įpročiai? : Keliones ir toliau įsigysiu per kelionių organizatorių ofise / Keliones užsakinėsiu per organizatoriaus "online" įrankius / Organizuosiu kelionę pats kaip ir iki šiol / Nuo šiol organizuosiu kelionę pats / Kelionių organizavimo įpročiai nesikeis

Ar planuojate kelionę 2021 metams? : Taip, planuoju keliauti šiais metais / Ne, susilaikysiu nuo kelionių šiais metais

Kokios Jūsų artimiausių kelionių pasirinkimo kryptys? : Keliausiu po Lietuvą / Keliausiu po Baltijos regioną / Keliausiu į tolimesnes šalis / Nesiruošiu keliauti kol nebus saugu dėl pandemijos

Kas Jums svarbiausia renkantis kelionę? : Saugumas dėl Covid-19 kelionės metu / Saugumas dėl Covid-19 šalyje, į kurią keliaujate / Darnumas / Sezonas / Kaina

Jeigu skiepų pasai suteiktų teisę keliauti be testavimo ir karantinų - ar tai būtų Jūsų pasirinkimas?: Taip / Ne

Jūsų lytis : Moteris / Vyras

Jūsų amžius : 16 – 25 / 26 – 35 / 36 – 60 / 61+

3. Apklauso sertifikatas



4. Konferencijų sertifikatai



Certificate of Attendance

This is to certify that:
Rima Karsokiene
Master's Degree Student, University of Klaipeda

Viewed:
Tourism post-covid: the challenges and opportunities for sustainable travel

On: May 26, 2020
For: 1 of 61 minutes

Presented by:
Jeremy Smith and Lyn Hughes

May 26, 2020
Date

www.brighttalk.com/webcast/18179/410000
Content link

Certificate of Attendance

This is to certify that:
Rima Karsokiene
Master's Degree Student, University of Klaipeda

Viewed:
The New Normal? Country Branding at the time of Covid-19... and after

On: May 26, 2020
For: 1 of 59 minutes

Presented by:
Sam Martin, Samantha Adams, Alex Greenwood, Alessio Nesi

May 26, 2020
Date

www.brighttalk.com/webcast/18179/409312
Content link



Klaipėdos
universitetas
Sveikatos
mokslų fakultetas

PAŽYMĖJIMAS Nr. SYMF-KS-46-200

Rima Karsokiene
(vardas, pavardė)

2021 m. kovo 18 d. dalyvavo 6 valandų nacionalinėje mokslinėje konferencijoje ir skaitė pranešimą

Į SVEIKĄ GYVENSENĄ IR SKAIDRIĄ BŪTĮ VYDŪNO KELIŲ

Konferencija skirta gydytojams (visų specializacijų), bendrosios praktikos slaugytojams (visų specializacijų), akušeriams, ergoterapeutams, kineziterapeutams, radiologijos technologams, logoterapeutams, medicinos psichologams, socialiniams darbuotojams, kitiems specialistams, dirbantiems sveikatos priežiūros srityje.

Programa suderinta su Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministerija ir registruota Medicinos elektroninėje tobulinimo administravimo sistemoje METAS.

Prof.dr.Artūras Razbadauskas
Klaipėdos universiteto
Rektorius