



VEIKSNIAI, LEMIANTYS KAIMO TURIZMO PLĖTRĄ LIETUVOJE

Monika PULUIKYTĖ^{1*}, Viktorija SKVARCIANY²

¹*Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Verslo vadybos fakultetas, Verslo technologijų ir verslininkystės katedra, Saulėtekio al. 11, LT-10223, Vilnius, Lietuva*

²*Vilniaus Gedimino technikos universitetas, Verslo vadybos fakultetas, Ekonomikos inžinerijos katedra, Saulėtekio al. 11, LT-10223, Vilnius, Lietuva*

Santrauka. Turizmas yra dinamiška ir konkurencinga pramonė, kuri turi gebėti prisitaikyti prie besikeičiančių klientų poreikių ir norų. Šiuolaikinis turizmas sparčiai plečiasi ir įgauna vis didesnę reikšmę šalies ekonomikos plėtrai. Tai pasireiškia per turizmo pramonės įtaką šalies ekonominiams rodikliams. Dėl šios priežasties turizmas tapo vienu iš pagrindinių tarptautinės prekybos veikėjų ir tuo pat metu yra vienas iš šalių pajamų šaltinių. Taigi, turizmo pramonė turi būti nuolat plečiama, o tam svarbu įvardinti veiksnius, skatinančius jos (turizmo pramonės) plėtrą. Šis straipsnis yra skirtas kaimo turizmo plėtros tyrimui. Šio tyrimo tikslas – išskyrus veiksnius, lemiančius kaimo turizmo plėtrą Lietuvoje, juos įvertinti. Šiam tikslui pasiekti yra iškelti tokie uždaviniai: išanalizavus mokslinę literatūrą išskirti veiksnius, lemiančius kaimo turizmo plėtrą Lietuvoje, ir parengti metodiką, kuria remiantis bus atliktas išskirtų veiksmų vertinimas. Gauti tyrimo rezultatai parodė, kad didžiausią įtaką kaimo turizmo plėtrai Lietuvoje turi turizmo įmonių skaičius.

Reikšminiai žodžiai: turizmo plėtra, turistų srautas, įmonių skaičius, emigrantų skaičius, materialiosios investicijos, klimatas.

Įvadas

Pastaraisiais dešimtmečiais turizmas išgyveno nuolatinį augimą ir gilinimo diversifikavimą, kad taptų vienu iš sparčiausiai augančių ekonomikos sektorių pasaulyje. Šiuolaikinis turizmas sparčiai plečiasi ir įgauna vis didesnę reikšmę šalies ekonomikos rodikliams. Dėl šios dinamikos turizmas tapo vienu iš pagrindinių tarptautinės prekybos veikėjų ir tuo pat metu yra vienas iš pagrindinių daugelio besivystančių šalių pajamų šaltinių. Ši pasaulinė turizmo plėtra pramoninėse ir išsivysčiusiose šalyse daro teigiamą poveikį ekonomikai ir užimtumui daugelyje susijusių sektorių. Turizmo paslaugos turi didelę reikšmę visos šalies gerovei, o tai svarbu ir Lietuvai. Stabiliai gerėjanti ekonominė situacija bei vis didėjantis pragyvenimo lygis Lietuvoje sudaro puikias sąlygas turizmo plėtrai, verslui ir turizmo paslaugų sektoriui išsiplėsti. Vykstant greitam turizmo augimui svarbu išsiaiškinti ir į turizmo sektorių Lietuvoje, ir išsiaiškinti bei išskirti, kokie veiksniai lemia turizmo sektoriaus plėtrą Lietuvoje.

Problema – kokie veiksniai lemia kaimo turizmo plėtrą Lietuvoje ir kaip jie vertinami.

Tyrimo objektas – kaimo turizmo plėtrą Lietuvoje lemiantys veiksniai.

Tikslas – išskirti veiksnius, lemiančius kaimo turizmo plėtrą Lietuvoje.

Tyrimo tikslui pasiekti iškelti uždaviniai:

1. Išanalizavus mokslinę literatūrą išskirti veiksnius, lemiančius kaimo turizmo plėtrą Lietuvoje.
2. Parengti metodiką, kuria remiantis galima būtų įvertinti veiksnius, skatinančius turizmo plėtrą.
3. Remiantis pateikta metodika, atlikti kaimo turizmo plėtros veiksmų vertinimo tyrimą.

1. Kaimo turizmo plėtrą lemiančių veiksmų koncepcija

Turizmas yra svarbus ekonominis ir socialinis aspektas, kuris buvo pripažintas tiek išsivysčiusiose, tiek besivystančiose šalyse. Per palyginti trumpą laiką turizmas tapo ypatingai populiarus ir aktyviai naudojamas. Turizmas yra viena iš didžiausių pasaulyje pramonės šakų, bei daugelyje regionų jis yra svarbiausias pajamų šaltinis (De Freitas, 2003). Pasak Snieška, Barkauskienė, & Barkauskas (2014), turizmas yra vienas iš sparčiausiai augančių ekonomikos segmentų, kurie sprendžia pasaulinės konkurencijos rinkos iššūkius ir galimybes.

Per pastaruosius 20 metų turizmas tapo didžiausia tvaraus vystymosi diskurso dalis, turizmo paklausa Europoje išaugo daugiau nei dvigubai ir "jos ekonominis poveikis yra taip pat įspūdingas" (Kavaliauskė & Kočytė, 2014;

* Autorius susirašinėti. El. paštas monika.puluikyte@stud.vgtu.lt

Snieška et al., 2014). Barbu (2013) teigia, kad daugelyje šalių turizmo pramonė patenka į vyriausybės prioritetą, todėl yra daug nacionalinių ir tarptautinių didelės apimties projektų kurie siūlo ekonominio vystymosi skatinimo programas.

Kalbant apie kaimo turizmą, tai yra turizmo rūšis, kuri siūlo poilsį užmiestyje. Nors kaimo turizmas užima tik nedidelę visos turizmo rinkos dalį, tai yra vienas iš sparčiausiai besivystančių sektorių (Barkauskas, Barkauskienė, & Jasinskas, 2015). Turistams užmiestis, kaimo vietovės yra įdomios bei patrauklios dėl savo išskirtinių istorinių, kultūrinių savybių. Atsižvelgiant į tai, kad kaimo turizmas apima dvi turizmo formas – vietinį ir atvykstantąjį, jis labai prisideda prie kaimo ekonomikos ir platesnės turizmo industrijos (Grigaliūnaitė & Pilelienė, 2014).

Bianu & Timisoara n.d teigia, kad kaimo turizmas yra didelį vystymosi potencialą turintis posistemis, alternatyvus kaimo darbo užimtumo priemonė, padedanti įvairinti ekonominę veiklą kaimo vietovėse ir stabilizuoti kaimo gyventojus. Jo plėtra gali padėti sušvelninti disbalansą įvairiose vietovėse, nes tai yra vis didėjantis šaltinis. Spiriajevas (2013) teigia, kad su tarptautinio kaimo turizmo plėtra susiję procesai yra svarbūs ekonominės, socialinės ir kultūrinės gerovės augimui. Kaimo turizmas gali būti laikomas tvaria veikla ir yra atsinaujinančios energijos skatinimo pagrindas (Grigaliūnaitė & Pilelienė, 2014). Todėl kaimo turizmo plėtra yra svarbi ir aktuali kiekvienai šaliai. Barbu (2013) teigia, kad kaimo turizmo plėtra yra palanki gerinant infrastruktūrą, istorinius paminklus ir architektūrinį restauravimą bei skatinant aplinkos išsaugojimą.

Kaimo turizmas yra svarbus ir aktualus pagal du aspektus:

1. Kaimo turizmas skatina kaimo plėtrą taip prisidedant prie bendro šalies ekonomikos augimo, mažosioms šalims, tokioms kaip Lietuva, kaimo turizmas yra stabilizuojantis ekonominio ir socialinio vystymosi veiksnys (Snieška et al., 2014).
2. Kaimo turizmas yra veiksminga gamtos, kultūros ir tradicijų vertybių taupymo priemonė, jis suteikia reikšmę kraštovaizdžio apsaugai, senų dvarų ir rūmų atkūrimui, socialinių bei istorinių tyrimų tyrimui, taip pat padidina bendruomenės narių susidomėjimą kitų kraštų gamta ir kultūra (Snieška et al., 2014).

Norint pasiekti kuo daugiau užsienio žmonių, labai svarbu nustatyti veiksnius, lemiančius kaimo turizmo plėtrą. Yra daug priežasčių, kodėl sėkmingai ir nepakankamai sėkmingai išryškėja kaimo turizmo plėtra. Skirtingi veiksniai daro didelę įtaką įvairiam kaimo turizmo plėtros etapui (Streimikiene & Bilan, 2015). Analizuojant konkretų turizmo sektorių ir darnią jo plėtrą, būtina atkreipti dėmesį į 4 pagrindinius veiksnius: ekonominius, socialinius, aplinkos ir kultūrinius (Amelung, 2006).

Amelung (2006) teigia, kad ekonominiai veiksniai turi didžiausią įtaką sėkmingai turizmo sektoriaus plėtrai. Kaimo turizmo plėtra labai priklauso nuo pajamų augimo, taip pat didėjantis darbo užmokestis leidžia žmonėms išleisti daugiau pinigų laisvalaikio veiklai, todėl šis veiksnys labai veikia kaimo turizmą (Barkauskas et al., 2015). Labai svarbu atkreipti dėmesį į augančią infliaciją, kuri gali sumažinti realias gyventojų pajamas (Barkauskas et al., 2015). Romikaitytė & Kisieliauskas (2012) sutelkia dėmesį į tokius ekonominius veiksnius, kaip turistų srautai iš šalies, BVP vienam gyventojui, materialiosios investicijos.

Sinkienė (2008) teigia, kad kultūrinių veiksnių analizė koncentruojasi į šalies ar regiono gyventojų paslankumą pokyčiams, požiūrį į pagrindinius miesto veiklos ir plėtros klausimus. Pasak Barkausko et al., (2015), socialinių veiksnių analizė apima demografinius pokyčius šalyje, regione ar net pasaulyje, visuomenėje vyraujančius šeimos ir bendruomenės santykius, situaciją lygių galimybių ir diskriminacijos srityje, visuomenės gyvenimo būdo ypatumus ir jų pokyčius, sveikatos ir švietimo, darbo ir pajamų aspektus.

Dėl augančių ekologinių problemų gamtinė aplinka tampa vis svarbesniu turizmo aplinkos elementu, apimančiu klimato sąlygas bei atsinaujinančių ir neatsinaujinančių gamtinių išteklių naudojimą (Sinkienė, 2008). Lietuvoje kaimo turizmo plėtrai itin daro įtaką klimato sąlygos ir trumpas vasaros sezonas, taip pat klimato kaita, biologinės įvairovės nykimas tampa stipresnis ir globalus, vis labiau daro poveikį kaimo turizmo plėtrai (Barkauskas et al., 2015).

2. Kaimo turizmo plėtrą lemiančių veiksnių metodika

Pirmiausia yra renkami duomenys, vėliau išskiriami veiksniai. Pagal temą veiksniams pritaikomi kodai: y – atvykusių turistų srautas; x_1 – infliacija; x_2 – turizmo įmonių skaičius; x_3 – emigrantų skaičius; x_4 – materialiosios investicijos; x_5 – klimatas. Išskyrus veiksnius reikia išsiaiškinti, ar yra ryšys tarp pasirinktų veiksnių. Ryšio identifikavimui yra naudojama koreliacinė analizė.

Koreliacinė analizė – tai statistinis metodas, kuriuo tiriami atsitiktinių dydžių, turinčių normalųjį skirstinį, tarpusavio ryšiai generalinėje aibėje. Koreliacinės analizės metodas neatskleidžia ryšių tarp konkrečių reikšmių atsiradimo priežasčių, jis tik kiekybiškai išmatuoja tų ryšių stiprumą (Kėdaitis & Martišius, 2010). Koreliacinė analizė nustato, kurie iš veiksnių labiausiai veikia tiriamąjį priklausomą veiksnių (Pabedinskaitė & Činčikaitė, 2016). Bendras koreliacinės analizės tikslas – kiekybiškai apibūdinti dviejų požymių ryšio stiprumą ir rezultatinio bei faktorių požymių visumos ryšio stiprumą ir įvairumą (Martišius, 2014). Koreliacinė analizė šiame darbe naudojama, kad galima būtų nustatyti ryšį ir jo kryptį tarp atvykusių turistų srautų ir infliacijos, tarp atvykusių turistų srautų ir turizmo

įmonių skaičiaus, ryšį tarp atvykusių turistų srautų ir emigrantų skaičiaus, taip pat tarp atvykusių turistų srautų ir materialinių investicijų bei tarp atvykusių turistų srautų ir klimato. Koreliacijos koeficiento apskaičiavimui yra naudojama tokia formulė (žr. (1)) (Pabedinskaitė, 2009):

$$r = \frac{n\sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{\sqrt{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2} \times \sqrt{n\sum y_i^2 - (\sum y_i)^2}}, \quad (1)$$

čia:

r – koreliacijos koeficientas;

x – nepriklausomas kintamasis;

y – priklausomas kintamasis;

n – imties dydis.

Koreliacijos koeficientas gali įgyti reikšmes nuo -1 iki 1 . Kuo koreliacijos koeficientas toliau nuo nulio, tuo priklausomybė stipresnė. Tam, kad galėtumėme interpretuoti koreliacijos koeficientą, bus naudojama koreliacijos koeficiento reikšmių skalė (žr. 1 lentelę).

1 lentelė. Koreliacijos koeficiento reikšmių skalė (Čekanavičius & Murauskas, 2014)

$[-1; -0,9]$	Labai stiprus neigiamas ryšys
$[-0,89; -0,7]$	Stiprus neigiamas ryšys
$[-0,69; -0,4]$	Vidutinio stiprumo neigiamas ryšys
$[-0,39; -0,2]$	Silpnas neigiamas ryšys
$[-0,19; 0]$	Labai silpnas neigiamas ryšys
0	Nėra ryšio
$(0; 0,19]$	Labai silpnas teigiamas ryšys
$[0,2; 0,39]$	Silpnas teigiamas ryšys
$[0,4; 0,69]$	Vidutinio stiprumo teigiamas ryšys
$[0,7; 0,89]$	Stiprus teigiamas ryšys
$[0,9; 1]$	Labai stiprus teigiamas ryšys

Apskaičiavus koreliacijos koeficientus ir juos interpretavus galima atlikti porinę regresinę analizę, jeigu veiksmių koreliacijos koeficientai yra reikšmingi, o jeigu nereikšmingi, negalima atlikti porinės regresinės analizės ir tokio veiksmio toliau neanalizuojame.

Regresinė analizė – tai statistinis metodas priklausomybių tarp atsitiktinių dydžių matematinei išraiškai (regresijos lygtys) nustatyti ir jos parametrus analizuoti (Kėdaitis & Martišius, 2010). Atliekant porinę regresinę analizę yra randamos priklausomybės (regresijos lygtys) nuo kiekvieno iš anksčiau atrinktų veiksmių, regresijos lygtys išreiškia priklausomybę tarp nagrinėjamų rodiklių ir yra vidurkių linija (Pabedinskaitė & Činčikaitė, 2016). Pagal gautą formulę galime rasti priklausomojo kintamojo y vidurkio įvertinimą arba, kitaip tariant, tikėtiną reikšmę esant konkrečiai nepriklausomo veiksmio x reikšmei. Atliekant regresinę lygtį koeficientas turi būti reikšmingas, jeigu jis nereikšmingas, lygties sudaryti negalime.

Norint atlikti regresinę lygtį yra naudojamos tokios formulės (žr. (2 – 4)) (Pabedinskaitė, 2009):

$$y = \beta_0 + \beta_1 x, \quad (2)$$

čia:

y – priklausomas kintamasis;

β_0, β_1 – regresijos lygties koeficientai;

x – nepriklausomas kintamasis.

$$\beta_1 = \frac{n\sum x_i y_i - \sum x_i \sum y_i}{n\sum x_i^2 - (\sum x_i)^2}, \quad (3)$$

čia:

β_1 – regresijos lygties koeficientas;

x_i – imties nepriklausomas narys;

y_i – imties priklausomas narys;

n – imties dydis.

$$\beta_0 = \frac{\sum y_i}{n} - \beta_1 \times \frac{\sum x_i}{n}, \quad (4)$$

čia:

β_0 – regresijos lygties koeficientas;
 β_1 – regresijos lygties koeficientas;
 x_i – nepriklausomas kintamasis;
 y_i – priklausomas kintamasis;
 n – imties dydis.

Šiame straipsnyje porinė regresinė analizė yra skirta tam, kad būtų galima išsiaiškinti pasirinktų veiksnių, kaip infliacijos, turizmo įmonių skaičiaus, emigrantų skaičiaus, materialiujų investicijų ir klimato įtaką atvykusių turistų srautui.

3. Kaimo turizmo plėtrą lemiančių veiksnių empirinis tyrimas

Visų pirma praktinėje dalyje ryšio identifikavimui tarp išskirtų veiksnių bus apskaičiuojami ir interpretuojami koreliacijos koeficientai ir koeficientų reikšmingumo lygmenys. Jeigu koeficientai reikšmingi, bus atliekama porinė regresinė analizė.

2 lentelė. Pasirinktų veiksnių duomenys, 2003–2017 m. (sudaryta autorių)

Metai	Atvykusių turistų srautas	Infliacija	Turizmo įmonių skaičius	Emigrantai	Materialiosios investicijos	Klimatas
2003	3635	1,2	253	26283	728	6,7
2004	2019	1,2	229	37691	1188	6,7
2005	2080	2,7	254	57885	1545	6,8
2006	2317,3	3,7	263	32390	2032	7,4
2006	4214,4	5,7	276	30383	2844	7,75
2008	4458,7	10,9	283	25750	2604	8,2
2009	4001,3	4,5	299	38500	1429	7,2
2010	4073	1,3	309	83157	1541	6,2
2011	4504,3	4,1	330	53863	1674	7,6
2012	4978,2	3,1	322	41100	1776	6,7
2013	5263,5	1	342	38818	2006	7,4
2014	5217,4	0,1	366	36621	2074	7,8
2015	5048,5	-0,9	363	44533	2380	8,2
2016	5321,9	0,9	349	50333	2404	7,5
2017	5590,3	3,72	342	47925	2529	8,5

Atlikus koreliacinę analizę buvo išsiaiškinta, kad tarp atvykusių užsieniečių srautų ir infliacijos koreliacijos koeficientas yra $-0,065$. Tai reiškia, kad tarp šių veiksnių egzistuoja labai silpnas neigiamas koreliacijos ryšys. Apskaičiavus buvo nustatyta, kad koeficiento reikšmingumas yra $0,819$, taigi šis koreliacijos koeficientas yra nereikšmingas ir negalima teigti, kad skiriasi nuo nulio, todėl tokio veiksnio neanalizuosime.

Atlikus koreliacinę analizę tarp atvykusių užsieniečių srautų ir turizmo įmonių skaičiaus koreliacijos koeficientas yra $0,885$. Tai reiškia, kad tarp šių dviejų veiksnių egzistuoja stipus teigiamas koreliacinis ryšys, t.y. didėjant turizmo įmonių skaičiui, didėja ir atvykusių užsieniečių srautai. Koeficiento p -reikšmė yra 0 , taigi galima teigti, kad šis koreliacijos koeficientas yra reikšmingas ir galima tęsti tyrimą toliau.

3 lentelė. Koreliacinės analizės rezultatai (sudaryta autorių)

	Koreliacijos koeficientas	p -reikšmė
Atvykusių užsieniečių srautai ir infliacija	$-0,065$	$0,819$
Atvykusių užsieniečių srautai ir turizmo įmonių skaičius	$0,885$	$0,000$
Atvykusių užsieniečių srautai ir emigrantų skaičius	$0,032$	$0,909$
Atvykusių užsieniečių srautai ir materialiosios investicijos	$0,516$	$0,049$
Atvykusių užsieniečių srautai ir klimatas	$0,527$	$0,043$

Atlikus porinę regresinę analizę tarp tų pačių veiksnių matome, kad koeficientas yra reikšmingas ir galima sudaryti regresinę lygtį:

$$y = -3189,879 + 24,142x_2 \quad (5)$$

Apskaičiavus regresinę lygtį galima teigti, kad turizmo įmonių skaičiui padidėjus vienu vienetu, atvykusių užsieniečių srautai padidės $24,142$ karto. $R^2 = 0,783$, todėl galima teigti, kad turizmo įmonių skaičius paaiškina 78% atvykusių užsieniečių srautų sklaidos.

Atlikus koreliacinę analizę tarp atvykusių užsieniečių srautų ir emigrantų koreliacijos koeficientas yra 0,032. Tai reiškia, kad tarp šių veiksnių egzistuoja labai silpnas teigiamas koreliacijos ryšys, p -reikšmė yra 0,909, taigi šis koreliacijos koeficientas statistiškai yra nereikšmingas, lygties negalima interpretuoti.

Atlikus koreliacinę analizę tarp atvykusių užsieniečių srautų ir materialųjų investicijų koreliacijos koeficientas yra 0,516. Tai reiškia, kad tarp šių dviejų veiksnių egzistuoja vidutinio stiprumo teigiama koreliacija. Apskaičiavus p -reikšmę yra 0,049, taigi galima teigti, kad šis koreliacijos koeficientas yra statistiškai reikšmingas. Atlikus porinę regresinę analizę tarp tų pačių veiksnių galima sudaryti regresinę lygtį:

$$y = 2149,347 + 1,060x_4. \quad (6)$$

Apskaičiavus regresinę lygtį galima teigti, kad materialiosioms investicijoms padidėjus vienu vienetu, atvykusių užsieniečių srautai padidės 1,060 karto. $R^2 = 0,267$. Taigi, galima teigti, kad materialiosios investicijos paaiškina 27% atvykusių užsieniečių srautų sklaidos.

Atlikus koreliacinę analizę tarp atvykusių užsieniečių srautų ir klimato koreliacijos koeficientas yra 0,527. Tai reiškia, kad tarp šių dviejų veiksnių egzistuoja vidutinio stiprumo teigiama koreliacija. Apskaičiuota p -reikšmė yra 0,043, taigi galima teigti, kad šis koreliacijos koeficientas yra reikšmingas.

Atlikus porinę regresinę analizę tarp tų pačių veiksnių galima sudaryti regresinę lygtį:

$$y = -2846,977 + 952,801x_5. \quad (7)$$

Sumodeliavus regresinę lygtį galima teigti, kad klimatui padidėjus vienu vienetu, atvykusių užsieniečių srautai padidės 952,801 karto. $R^2 = 0,278$. Tai parodo, kad klimatas paaiškina 28% atvykusių užsieniečių srautų sklaidos.

Išvados

1. Teorinėje darbo dalyje, remiantis Lietuvos ir užsienio mokslininkų literatūra, buvo išsiaiškinta, kad kaimo turizmas užima nedidelę visos turizmo rinkos dalį, tačiau tai yra vienas iš sparčiausiai besivystančių sektorių. Norint išanalizuoti konkrečius kaimo turizmo plėtrą lemiančius veiksnius svarbu yra atkreipti dėmesį į 3 pagrindinius veiksnius: ekonominius, socialinius ir aplinkos. Daugelis mokslininkų teigia, kad ekonominiai veiksniai, darantys įtaką Lietuvos kaimo turizmo sektoriui, yra infliacija, materialiosios investicijos ir turizmo įmonių skaičius. Taip pat aptarta, kad socialiniai veiksniai, tokie kaip emigracija, bei aplinkos veiksniai, kaip klimatas, daro ypatingai didelę įtaką kaimo turizmo plėtrai.
2. Tyrimui atlikti buvo pasirinkta koreliacinė analizė ir porinė regresinė analizė. Koreliacinė analizė buvo naudojama ryšiui tarp nagrinėjamų veiksnių identifikuoti. Kad analizių rezultatai būtų kuo labiau patikimesni ir tikslesni, darant koreliacinę analizę reikėjo ne tik nustatyti ryšio egzistavimą, bet ir jo stiprumo kokybinę charakteristiką ir patikrinti, ar ryšio stiprumas yra statistiškai reikšmingas. Porinė regresinė analizė buvo naudojama išsiaiškinti veiksnių įtaką kaimo turizmo plėtrai.
3. Apskaičiavus koreliacijos koeficientus nustatyta, kad stipriausias ryšys yra tarp atvykusių užsieniečių srautų ir įmonių skaičiaus, o silpniausias ryšys yra tarp atvykusių užsieniečių srautų ir emigrantų. Atlikus porinę regresinę analizę, apskaičiuota, kad didžiausią įtaką kaimo turizmo plėtrai turi turizmo įmonių skaičius, o mažiausią įtaką – materialiosios investicijos.

Literatūra

- Amelung, B. (2006). *Global (environmental) change and tourism. Issues of scale and distribution*.
- Barbu, I. (2013). The Factors Appearance and Development of Rural Tourism. *Annals of the University of Oradea*, 22(1), 750–759.
- Barkauskas, V., Barkauskienė, K., & Jasinskas, E. (2015). Analysis of Macro Environmental Factors Influencing the Development of Rural Tourism: Lithuanian Case. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 213, 167–172. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.421>
- Biany, E., Sîrbulescu, C., & Chirilă, D. (2013). Appearance motivations of Rural Tourism in Rural Area. *Agricultural Management / Lucrari Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 15(4), 99–106. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=95254991&site=eds-live>
- Čekanavičius, V., & Murauskas, G. (2014). *Taikomoji regresinė analizė socialiniuose tyrimuose*. Vilnius: Vilniaus universitetas.
- De Freitas, C. R. (2003). Tourism climatology: Evaluating environmental information for decision making and business planning in the recreation and tourism sector. *International Journal of Biometeorology*, 48(1), 45–54. <https://doi.org/10.1007/s00484-003-0177-z>
- Grigaliūnaitė, V., & Pilelienė, L. (2014). Rural Tourist Satisfaction Index: a case of Lithuania. In *Annual 20th International Scientific Conference Proceedings "Research for Rural Development"* (Vol. 2, pp. 271–277).
- Kavaliauskė, M., & Kočytė, R. (2014). Sustainable Tourism Development in Neringa Region. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 156(April), 208–212. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.174>

- Kėdaitis, V., & Martišius, S. A. (2010). *Statistinės analizės teorija ir metodai*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Martišius, S. A. (2014). *Statistikos metodai socialiniuose ekonominiuose tyrimuose*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Pabedinskaitė, A. (2009). *Kiekybiniai sprendimų metodai*. Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universitetas.
- Pabedinskaitė, A., & Činčikaitė, R. (2016). *Kiekybiniai modeliavimo metodai*. Vilnius, Lithuania: Vilniaus Gedimino Technikos Universiteto leidykla. <https://doi.org/10.20334/1563-S>
- Romikaitytė, B., & Kisieliauskas, J. (2012). Lietuvos turizmo sektoriaus plėtrai įtaką darantys veiksniai, 2(2), 125–135.
- Sinkienė, J. (2008). Miesto konkurencingumo veiksniai. *Viešoji Politika Ir Administravimas*, (25), 68–83.
- Snieska, V., Barkauskienė, K., & Barkauskas, V. (2014). The Impact of Economic Factors on the Development of Rural Tourism: Lithuanian Case. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 156(April), 280–285. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.189>
- Spiriajevas, E. (2013). The Development of International Tourism in Lithuania: a Comparative Analysis of Regional Aspects. *Baltic Region*, 1(1), 82–90. <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2013-1-8>
- Streimikiene, D., & Bilan, Y. (2015). Review of rural tourism development theories 1. *Transformations in Business and Economics*, 14(2), 21–34.
- Amelung, B. (2006). *Global (environmental) change and tourism. Issues of scale and distribution*.
- Barbu, I. (2013). The Factors Appearance and Development of Rural Tourism. *Annals of the University of Oradea*, 22(1), 750–759.
- Barkauskas, V., Barkauskienė, K., & Jasinskas, E. (2015). Analysis of Macro Environmental Factors Influencing the Development of Rural Tourism: Lithuanian Case. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 213, 167–172. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.421>
- Biany, E., Sîrbulescu, C., & Chirilă, D. (2013). Appearance motivations of Rural Tourism in Rural Area. *Agricultural Management / Lucrări Stiintifice Seria I, Management Agricol*, 15(4), 99–106. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=95254991&site=eds-live>
- Čekanavičius, V., & Murauskas, G. (2014). *Taikomoji regresinė analizė socialiniuose tyrimuose*. Vilnius: Vilniaus universitetas.
- De Freitas, C. R. (2003). Tourism climatology: Evaluating environmental information for decision making and business planning in the recreation and tourism sector. *International Journal of Biometeorology*, 48(1), 45–54. <https://doi.org/10.1007/s00484-003-0177-z>
- Grigaliūnaitė, V., & Pilelienė, L. (2014). Rural Tourist Satisfaction Index: a case of Lithuania. In *Annual 20th International Scientific Conference Proceedings "Research for Rural Development"* (Vol. 2, pp. 271–277).
- Kavaliauskė, M., & Kočytė, R. (2014). Sustainable Tourism Development in Neringa Region. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 156(April), 208–212. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.174>
- Kėdaitis, V., & Martišius, S. A. (2010). *Statistinės analizės teorija ir metodai*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Martišius, S. A. (2014). *Statistikos metodai socialiniuose ekonominiuose tyrimuose*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Pabedinskaitė, A. (2009). *Kiekybiniai sprendimų metodai*. Vilnius: Vilniaus Gedimino technikos universitetas.
- Pabedinskaitė, A., & Činčikaitė, R. (2016). *Kiekybiniai modeliavimo metodai*. Vilnius, Lithuania: Vilniaus Gedimino Technikos Universiteto leidykla. <https://doi.org/10.20334/1563-S>
- Romikaitytė, B., & Kisieliauskas, J. (2012). Lietuvos turizmo sektoriaus plėtrai įtaką darantys veiksniai, 2(2), 125–135.
- Sinkienė, J. (2008). Miesto konkurencingumo veiksniai. *Viešoji Politika Ir Administravimas*, (25), 68–83.
- Snieska, V., Barkauskienė, K., & Barkauskas, V. (2014). The Impact of Economic Factors on the Development of Rural Tourism: Lithuanian Case. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 156(April), 280–285. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.11.189>
- Spiriajevas, E. (2013). The Development of International Tourism in Lithuania: a Comparative Analysis of Regional Aspects. *Baltic Region*, 1(1), 82–90. <https://doi.org/10.5922/2079-8555-2013-1-8>
- Streimikiene, D., & Bilan, Y. (2015). Review of rural tourism development theories 1. *Transformations in Business and Economics*, 14(2), 21–34.

FACTORS THAT DETERMINE RURAL TOURISM DEVELOPMENT IN LITHUANIA

Monika PULUIKYTĖ, Viktorija SKVARCIANY

Abstract. Tourism is a dynamic and competitive industry capable of adapting to changing customer needs and desires. Modern tourism is expanding rapidly and is becoming increasingly important for the country's economic development. This is manifested through the influence of the tourism industry on the country's economic indicators. For this reason, tourism has become one of the main players in international trade and at the same time is a source of income for the parties. Thus, the tourism industry needs to be constantly expanded, and it is important to identify the factors that drive it (the development of the tourism industry). This article is dedicated to rural tourism development. The aim of this study is to evaluate the factors that determine the development of rural tourism in Lithuania. The following tasks have been set to achieve the goal: 1) to analyze the factors that determine the development of rural tourism in Lithuania after analyzing the scientific literature; 2) to develop a methodology

that will be used to assess the factors identified. The results of the research showed that the number of tourism enterprises has the biggest impact on the development of rural tourism in Lithuania.

Keywords: tourism development, tourist flow, number of companies, number of emigrants, tangible investment, climate.