

LIETUVOS TURIZMO KLASTERIŲ PLĖTROS PERSPEKTYVOS

RASA RUKUIŽIENĖ¹

Aleksandro Stulginskio universitetas (Lietuva)

ANOTACIJA

Straipsnyje siekiama atskleisti Lietuvos turizmo klasterių plėtros perspektyvas. Tuo tikslu analizuojama turizmo sektoriaus klasterizacijos svarba tinklaveikos ir vertės eksporto kontekste, pateikiamos turizmo klasterių plėtros gairės Europos regionų ekonomikos vystymo politikoje, atskleisti veikiančių Lietuvos turizmo klasterių veiklos ypatumai ir nustatomos jų plėtros prielaidos. Siekiant užtikrinti teigiamus turizmo sektoriaus rezultatus, turizmo klasterių plėtros sąlygoms vertinti pasitelkta bendroji Lietuvos ir Europos Sąjungos teisinių norminių dokumentų, Europos Komisijos programinių ataskaitų ir mokslinių studijų apžvalga, jų rezultatų interpretavimas bei vertinimas, atlikta mokslinės ir metodinės literatūros apžvalga Lietuvos turizmo klasterių plėtros klausimu, pateikta Europos Sąjungos paramos 2014–2020 metų veiksmų programos priemonių panaudojimo apžvalga, skirta vertinti finansavimo poveikį ir skatinti Lietuvos turizmo klasterių narius vykdyti konkurencingą veiklą, vertės eksportą ir kooperaciją.

PAGRINDINIAI ŽODŽIAI: *klasterizacija, turizmo klasteris.*

JEL KLASIFIKACIJA: O11, O32.

DOI:

Įvadas

Problema. Klasterių vaidmuo Europos šalių regionų ekonomikos vystymui(si) yra reikšmingas dėl vertės eksporto žemės ūkio, pramonės, turizmo, informatikos ir komunikacijos technologijų, prekybos ir logistikos sektoriuose. Pasaulio turizmo organizacija prie Jungtinių Tautų nuolat primena apie Europos regionų ekonomikos plėtros reikšmę, skatina didinti tarpsektorines inovacijas ir konkurencingumą. Klasterizacija turizmo sektoriuje skatina inovacijų atsiradimą ir investicijų poreikį. Tarptautinio bendradarbiavimo poveikis ir ES šalių bendradarbiavimo programiniai tikslai yra aktualūs kuriant bendras turizmo programas ir maršrutus. Daugelio ES šalių turizmo sektoriaus vertės eksporto problema išlieka aktuali ir nuolat peržiūrima Europos regioninio planavimo dokumentuose (Sala, 2016). Savarankiškai plėtojami klasteriai turizmo sektoriuje suteikia vilties, kad įmonių ir turizmo operatorių ekonominė bendrystė gal būti sėkminga. Lietuvoje nuo 2015 metų veiklą pradėjo naujai sukurti turizmo klasteriai, kurių atsiradimą lėmė Lietuvos regioninės politikos priemonių finansavimas. Svarbu suprasti, kokių naujų galimybių turi Lietuvos turizmo klasteriai tinklaveikos ir vertės eksporto kontekste. Nors mokslinėje literatūroje plačiai nagrinėjamos problemos, susijusios su turizmo klasterių valdymu, tačiau jų vaidmuo, kuriant naujas partnerystės formas, lieka neaiškus ir menkai nagrinėtas. Dabartinės Lietuvos turizmo klasterių plėtros problemos siejamos su ribota jų veikla, bendrų projektų vykdymo stoka ir menka tarptautine tinklaveika. Be to, Lietuvos turizmo klasterių veikla yra lokali, menkai prisideda prie turizmo produktų kūrimo, platinimo ir rinkodaros tarptautinėse rinkose. Akiivaizdu, kad mokslininkų diskusijas apie turizmo klasterių vaidmenį skatina Nacionalinės plėtros programos

¹ Rasa Rukuižienė – magistrė, lektorė, Aleksandro Stulginskio universiteto Verslo ir kaimo plėtros vadybos institutas Moksliniai interesai: vietovės rinkodara, turizmo rinkodara, inovacijų valdymas
El. paštas rasa.rukuize@gmail.com
Tel. +370 680 737 15

(Lietuvos turizmo plėtros..., 2014; Biržų turizmo..., 2017; Pamario turizmo klasteris, 2017) nuostatų vertinimas, įgyvendinimo priemonės ir laukiami rezultatai (Mariotti, 2012; Vaškaitis, Armaitienė, 2013; Gilienė, 2014; Armonienė, 2017; Paškevičius, 2017). Šiame kontekste svarbu įvardyti veiksnius, lemiančius Lietuvos turizmo klasterių struktūrinius pokyčius, būtina paaiškinti Lietuvos turizmo klasterių veiklos perspektyvas įsitraukiant į tarptautines programas.

Tyrimo tikslas – išanalizavus Lietuvos turizmo klasterių veiklos sąlygas nustatyti jų plėtros prielaidas.

Tyrimo objektas – Lietuvos turizmo klasterių veikla.

Tyrimo uždaviniai:

- 1) pateikti mokslinių darbų apžvalgą Europos ir Lietuvos turizmo sektoriaus klasterizacijos klausimu;
- 2) apibūdinti Lietuvos turizmo klasterių plėtros problemas;
- 3) pateikti Lietuvos turizmo klasterių plėtros sprendimus.

Tyrimo metodai: bendroji mokslinės ir metodinės literatūros apžvalga, skirta atskleisti klasterizacijos vaidmenį tarptautinės tinklaveikos ir vertės eksporto kontekste; Lietuvos ir Europos Sąjungos teisinių norminių dokumentų ir programinių ataskaitų duomenų analizė; mokslo studijų rezultatų apžvalga ES šalių turizmo klasterių plėtros sąlygų ir Lietuvoje veikiančių turizmo klasterių specializacijos klausimais; Europos Sąjungos paramos 2014–2020 metų veiksmų programos priemonių Lietuvos klasterių plėtrai panaudojimo rezultatų apžvalga, skirta pateikti mokslinius apibendrinimus ir išvagas dėl Lietuvos turizmo klasterių konkurencingumo, vertės eksporto ir kooperacijos skatinimo.

1. Turizmo sektoriaus klasterizacijos svarba tinklaveikos ir vertės eksporto kontekste

Vertės eksporto problema pasaulyje siejama su verslo paslaugų plėtra turizmo sektoriuje. Turizmo paslaugų sukuriama vertė yra svarbi daugelio regionų ekonomikai (Cunha, Cunha, 2005). Investicijos į fizinę infrastruktūrą ir intelektinį kapitalą nuolat telkiamos, atsižvelgiant į turizmo išteklių poreikį, turizmo įmonių specializaciją, verslo partnerystės ir bendradarbiavimo etiką bei tradicijas. Racionalus požiūris į investicijas turizmo sektoriuje verčia nagrinėti ekonominės aglomeracijos pavyzdžius.

Viena iš mokslinių koncepcijų, leidžiančių paaiškinti ekonominių aglomeracijų perspektyvumą, yra tinklaveika (Kowalski, 2014; Global Report on..., 2015) ir verslo organizacijų orientacija į tarptautinius verslo tinklus (Jucevičius ir kt., 2012; Ketels, 2017). Įmonių interesas sparčiau integruotis į tiekimo rinkas ar prisitaikyti prie naujų pirkėjų rinkų verčia ieškoti verslo partnerių pirmiausia lokaliajame rinkoje, vėliau – ir išorinėse. Tinklaveika yra svarbi regiono įmonių ekonominei bendrystei atsirasti ir padeda regiono verslų internacionalizacijai. Taip pat veikia geografinė-ekonominė aglomeracija, dar vadinama verslų koncentracija teritoriniu požiūriu), kuri skatina bendradarbiavimą ir naujų veiklų, kurių produktai atitinka globalios rinkos poreikius, atsiradimą (Global Report on..., 2015). Atsižvelgiant į regiono geografinio ir ekonominio vystymosi specifiką, klasteriai turizmo sektoriuje formuojasi ne atsitiktinai. Jų veiklos priklauso nuo viešosios ir verslo infrastruktūros patrauklumo, išteklių struktūros ir pakankamumo, ES tarpnacionalinės regionalizacijos politikos įgyvendinimo priemonių finansavimo, investavimo į inovacijas, dalyvavimo įgyvendinant tarptautinius projektus ir panašiai, siekiant skatinti turistų srautus, populiarinti turistams skirtus maršrutus ir vykdyti regioninę rinkodarą.

Viena iš tinklaveikos formų yra klasteris. Klasteris veikia kaip tarpusavyje sąveikaujančių verslo ir ne verslo organizacijų sistema (Clusters..., 2009; Jucevičius ir kt., 2012; Gilienė, 2014; Skaržauskienė ir kt., 2014; Global Report on..., 2015; Ketels, 2017) arba yra smulkių organizacijų susijungimas į asociaciją (Kowalski, 2014; Sala, 2016). Pasaulio Banko ir Tarptautinės finansų korporacijos ekspertų teiginiai apie vertės eksporto tikslą leidžia suprasti, kad būtina nuolat palaikyti ekonominį augimą gretimuose (pvz., prekybos ir smulkaus verslo) sektoriuose, vystyti transporto, tiekimo ir logistikos sistemas, vykdyti tiesioginį tam tikrų įmonių veiklos finansavimą. Šie uždaviniai sunkiai realizuojami nederinant privačių ir viešų interesų ar nesant partnerystės galimybių. Siekiant verslo ir ne verslo organizacijas paveikti kartu, naujų klasterių steigimas ar jau veikiančių klasterių gyvybingumo palaikymas tampa racionalių sprendimų. Privačios ir viešos partnerystės formos atsiranda, kai grupė įmonių ir ne verslo organizacijų regione yra tarpusavyje susijusios, teikiant susijusių produktų grupę / paslaugą ar vykdo

vertės eksportą norima kryptimi (Ketels, 2017). Privačioji ir viešoji partnerystė sukuria klasterizacijos prielaidas. Laukiami klasterizacijos rezultatai siejami su spartesne inovacijų sklaida dėl naujų verslo ryšių, bendrų projektų partnerystės, naujos veiklos rūšių, naujų produktų ir t. t. Šie rezultatai dar vadinami besiformuojančios, arba „naujosios ekonomikos“, verte. Klasterizacijos sėkmės atvejai priklauso nuo klasterių veiklos geografiškai patogiuose regionuose ir Europos regioninės politikos (Wachowiak, 2006; Prokkola, 2008). Klasterių nariai turi daugiau galimybių susipažinti su specializuotomis darbo ar tiekėjų rinkomis, įgyti patirties vykdydami konkrečią veiklą susidūrę su didesniu konkurencingumu, siekti aukštesnių ekonominių rodiklių, kurti glaudžius santykius su pirkėjais ar veikti naujose rinkose. Dažnai klasterijoje veikiančių įmonių ir organizacijų skaičius bei sudėtis priklauso nuo klasterio specializacijos, kai ištraukia konkrečios įmonės (pvz., gamybos, paslaugų, logistikos) ir asocijuotos institucijos vykdydamos savo įprastą veiklą. Klasterizacija yra vienas iš būdų atsirasti regionuose verslo (įmonių) ir ne verslo organizacijų (mokslinių tyrimų institutų, universitetų, verslo inkubatorių, technologinių parkų, vietos savivaldos institucijų, prekybos asociacijų, verslo plėtros agentūrų ir t. t.) ekonominėms aglomeracijoms, kurios skirtos bendrai vykdyti ekonomines veiklas, pasitelkus sukauptas žinias, bendrai plėtoti verslo ryšius ir pasitelkti ekonomikos plėtros priemones (Kowalski, 2014, cit. op. Porter, 2008).

Klasterių veiklos ypatumus lemia keturios jų charakteristikos (Ketels, 2017):

- 1) artumas (angl. *proximity*), arba koncentruotas klasterio narių išsidėstymas geografiniame regione, siekiant racionalaus bendrų išteklių pasidalijimo, informacijos ir žinių perdavimo;
- 2) ryšiai (angl. *linkages*), arba klasterio narių veikla, siekiant bendro tikslo (pvz., reakcija į pakitusią rinkos paklausą), išnaudojant artumą ir sąveiką;
- 3) sąveika (angl. *interactions*), arba aktyvus veiklos pobūdis, kai klasterio nariai gauna papildomai naudą iš bendros veiklos nei tikėjosi, sukurdami papildomas sąveikas;
- 4) ribinis narių skaičius (angl. *critical mass*), arba tinkama klasterio sudėtis tikintis reikšmingų klasterizacijos rezultatų (pvz., didėjant klasterio narių skaičiui, svarbu, kad pakaktų dalyvių sąveikai).

Klasteriui priklausančių įmonių skaičius priklauso nuo jų veiklos pobūdžio ir teritorijos (Prokkola, 2008; Stalgienė, 2010). Atsižvelgiant į verslo plėtros galimybes, klasteris gali tapti patrauklus, todėl įmonių ir organizacijų skaičius gali didėti ir formuoti regioninę verslo platformą. Verslo platforma įgyja neįprastą valdymo priemonių rinkinį – bendrai įgyvendinamas viešosios politikos priemonės, valdytojų sprendimus ir investicijas (Jucevičius, 2008; Jucevičius ir kt., 2012). Klasterijoje veikiančių įmonių galimybės globalioje rinkoje yra didesnės, be to, klasteriai „susijungia“, sudarydami supraregioninius ir tarptautinius bendradarbiavimo darinius. Klasterizacija intensyvesnė tose ekonominėse erdvėse, kur yra išplėtotą ekonominė ir socialinė infrastruktūra, arba nuolat investuojama į inovacijų kūrimą. Pastebima, kad klasterizacija intensyvesnė aukštesnę pridėtinę vertę kuriančiuose pramonės ir prekybos, o ne turizmo sektoriuose.

Neoklasikinis ekonomistų požiūris į vertės eksportą siejamas su technologine pažanga, žmogiškųjų išteklių ir socialinio kapitalo raida, verslo aplinka, produktų ir jų rinkų diversifikavimu ir daugeliu kitų regionų ekonomikos plėtrai reikšmingų dalykų (Clusters..., 2009; Cunha, Cunha, 2005). M. E. Porter (2000) pastangomis klasterių teorija atsirado 1990–2000 metais. Klasterių teorija pamažu peraugo į ekonominio vystymo politikos „Veikėjas-Tinklas“ teoriją, akademiniam pasaulyje dar žinomą kaip ANT teorija (angl. *Actor-Network Theory*) (Jucevičius 2008; Northumbria Research Link 2013). Ši teorija leidžia nagrinėti verslo ir ne verslo organizacijų veiklos bendrystės fenomeną, esant skirtingiems jų veikimo principams ir veiklos tikslams.

Pastaruosiu metu vertės eksporto prielaidos yra labiau rutininės, negu išskirtinės, todėl klasterių atsiradimą lemia gebėjimas išnaudoti teritorinius išteklius ir sutelkti galias į verslo plėtrą (Porter, 2008; Prokkola, 2008; Jucevičius ir kt., 2012; Kowalski, 2014; Ketels, 2017). Klasterių veiklos principai grindžiami: 1) makrofundamentinėmis rinkos ir verslo apsaugos priemonėmis bei fiskaliniu reguliavimu (prekybos tarifų panaikinimu, mokesčių lengvatomis); 2) „minkštąja“ ir faktine infrastruktūra bei jų plėtra (viešąja infrastruktūra, rinkliavomis, prekybos logistika, verslo sąnaudų mažinimu); ir 3) verslo aprūpinimo priemonėmis (technologijų kūrimu ar taikymu, produktų standartizavimu ar sertifikavimu, eksporto rėmimu, darbo išteklių vystymu). Vertinant klasterių veiklą svarbi bendroji tipologija (1 lentelė), atskleidžianti jų veiklos ribas ir plėtros principus.

1 lentelė. Bendroji klasterių tipologija

Autorius	Tipologinis apibūdinimas
C. M. Ketels (2017)	Grupinio pardavimo (pasiūlos) klasteriai, kurie geba pateikti rinkai didesnės vertės sandorius
	Vertės grandinės (vertikalieji) klasteriai, kurie geba sugeneruoti narių sąveiką konkrečios paklausos atveju
	Prekės ženklo (horizontalieji) klasteriai, kurie veikia konkrečioje teritorijoje ir teikia to paties prekės ženklo produktus ir paslaugas
	Teritoriniai klasteriai, kurie veikia perimdami gerosios patirties pavyzdžius ir tarnauja viešajam sektoriui pasitelkiant konkrečius turizmo operatorius (pvz., „LitCare“ turizmo klasteris Lietuvoje)
S. A. Rosenfeld (2000)	Veikiantys klasteriai – aktyvūs regione ir sukuriantys didesnę pridėtinę vertę
	Latentiniai klasteriai – aktyviai veikiantys, tačiau jų nariai nėra išnaudoję visų galimų ekonominės bendrystės sąlygų
	Potencialūs klasteriai – registruoti, bet neveikiantys klasteriai, kuriuose per mažas narių skaičius arba jų veikla siaurai specializuota
R. Jucevičius (2008)	Mikroklasteriai (horizontalūs tinklai) – įvairios specializacijos riboto skaičiaus įmonių grupė (5–15 įmonių), vykdanči bendrąją rinkodarą, patirties ir žinių sklaidą, kurianti naujus produktus
	Vertės grandinės – grupė įvairios specializacijos įmonių, kurios įsitraukia į vertės grandinę bet kuriame jos kūrimo etape
	Tiekimo grandinės – grupė įmonių, kurios specializuojasi teikti įvairias žaliavas ir medžiagas stambiam gamintojui ar jo įmonių grupei
	Sektoriniai klasteriai (kompetencijų tinklas) – grupė įmonių, kurios gamina produktus, taikydamos panašią technologiją arba panašius produktus (pvz., sūrių gamintojai)
	Geografiniai klasteriai – klasteriai, kurie pasižymi savitu išsidėstymu ir užimama teritorija (lokaliniai, regioniniai, nacionaliniai, tarptautiniai) bei veiklos apimtimi
	Makroklasteriai – nacionaliniai klasteriai, atstovaujantys šalies įmonių grupės interesams

Šaltinis: sudaryta autorės

Nusistovėjusios klasterių tipologijos nėra. Daugelis autorių klasterių tipologiją pateikia skirtingai, pvz., V. Navickas ir A. Malakauskaitė (2008) akcentuoja klasterių geografinę tipologijos aspektą, M. Porter (1998) skiria klasterius, atsižvelgiant į jų veiklos intensyvumą ir poveikį vietovės ekonominiam augimui, S. A. Rosenfeld (2000) pabrėžia klasterių ekonominio gyvybingumo lygį, R. Jucevičius (2008) ir C. M. Ketels (2017) nurodo klasterių funkcinius skirtumus.

Kadangi turizmo klasterių veikla išimtinai susijusi su turizmo objektais – kultūriniais ištekliais (lankomomis vietomis), infrastruktūra, turistams skirtomis paslaugomis ir produktais (Zacarelli, 2004), turizmo klasteriams keliamas tikslas – pasitelkti tinklaveiką ir priartinti gamintojus bei paslaugų teikėjus prie pirkėjų. McKinsey Plėtros instituto specialistai pagal vertės eksportą skiria šešias klasterių formavimosi sritis: žemės ūkio, kalnakasybos, lengvosios pramonės, turizmo, informatikos ir komunikacijos technologijų, mažmeninio paskirstymo, kurių reikšmė regionų ekonomikai vertinama, atsižvelgiant į vidaus rinkų plėtrą bei pajamas.

Harvardo verslo mokyklos specialistai nustatė, kad klasterių vaidmuo vertės eksporte priklauso nuo lokalių prielaidų – išteklių, infrastruktūros, iniciatyvos veikti kartu ir investicijų, todėl galima ilgalaikė geografinė ekonominė bendrystė, kai verslo organizacijos yra pasirengusios padėti viešosios politikos institucijoms įgyvendinti lokalius projektus ir įsilieti į bendrą regiono gerovės kūrimą, apriboti konkurencines galias lokaliuose rinkose ir vykdyti misionierišką darbo rinkos politiką (pvz., sukurti daugiau darbo vietų, nors ir su mažesniu darbo atlygiu, kurti inovacijas).

Apibendrinant galima teigti, kad klasterizacija, arba verslų geografinė koncentracija, atskleidžia regione veikiančias ir tarpusavyje bendradarbiaujančias įmones ir organizacijas, susietas bendros veiklos krypties ir veikiamas globalios konkurencijos. Jų ekonominės veiklos bendrumas, geografinis apibrėžtumas ir naujų produktų srautai yra pagrindiniai klasterizacijos rezultatai, o vyraujantys klasterių tipai priklauso nuo klasterių veikimo trukmės, narių ekonominio pajėgumo ir specializacijos, teritorinės sklaidos, konkurencijos sąlygų rinkose ir pan.

2. Turizmo klasterių plėtros vaidmuo Europos regionų ekonomikos politikoje

Klasterių vaidmuo reikšmingas Europos regionų ekonomikos vystymui(si), siekiant nustatyti prioritetus ir augimo veiksnius (Nordin, 2003; Zacarelli, 2004; Malakauskaitė, Navickas, 2010; Northumbria research link, 2013). Turizmo klasteris, kaip teritorinis verslo vystymo įrankis, padeda koncentruoti teritorinio (regioninio) verslo iniciatyvas ir jas įgyvendinančias institucijas bendrai veiklai. Ekonominės bendrystės trūkumas daugelio Europos šalių turizmo sektoriuje yra pagrindinė problema, verčianti ieškoti būdų, kaip skatinti klasterizaciją.

Klasteriai yra moderniosios regionų ekonomikos plėtros veiksnys, kaip ir sumaniosios specializacijos strategijos (S3), pastarosios padeda identifikuoti sunkiau besivystančias ekonomikos grandis, kuriose atsilieka naujų žinių perdavimas, tai stabdo ir klasterių gyvybingumą. Klasterių ir sumaniosios specializacijos plėtros atveju svarbu tarp jų nubrėžti ribas, t. y. įvardyti, kad klasteriai yra regioninės inovacijų ekosistemos dalis, o S3 yra šios ekosistemos transformavimo priemonė (The role of clusters..., 2013). Klasteriai generuoja / perima naujas žinias (pvz., dėl kooperacijos, tarpnacionalinio bendradarbiavimo projektų įgyvendinimo) ir lemia naujų ekonominių veiklų atsiradimą, o S3 gali padėti augti regiono ekonomikai. Turizmo klasterių valdymą dažnai vykdo stiprios įmonės ar asociacijos, kurios atlieka klasteryje veikiančių narių koordinatoriaus funkcijas. Tačiau ne visada klasterių sudėtyje esančios organizacijos papildoma veiklą bendromis iniciatyvomis, todėl klasterių ekonominis gyvybingumas menksta ir verslo organizacijų ekonominės bendrystės raiška tampa epizodiška.

Turizmo vystymas Europos regionų ekonomikoje svarbus dėl naujų darbo vietų sukūrimo, ekonominio augimo ir regioninės plėtros politikos įgyvendinimo (Malakauskaitė, Navickas, 2010). 2010 metais Europos Komisija pristatė dvi turizmo vystymo strategijas, skirtas ES šalių praktikai. Pirmoji – „Europa pasauliui Nr. 1 – nauja turizmo politikos sistema Europoje nuo 2010 metų“, skirta paaiškinti ES šalių prioritetus ir veiksmus, susijusius su turizmo sektoriaus „gaivinimu“. Antroji strategija „Europos strategija – ES regionų augimui ir darbo vietų kūrimui pakrančių ir jūrų turizmo srityje nuo 2014 metų“ (Major challenges for..., 2017). Nuo 2015 metų Europos Parlamentas inicijavo papildomas priemones šioms strategijoms įgyvendinti, skatinant turizmo klasterių atsiradimą. Šios strategijos orientuoja verslininkus skatinti ES regionuose gretutines ekonomines veiklas – transporto, statybų, maisto produktų gamybos, paslaugų, logistikos ir paskirstymo. Bendras BVP augimas ES šalyse – 5 proc., darbo vietų – 12 proc. SVV sektoriuje.

Turizmo klasterių veiklai koordinuoti gali būti taikomas principinis klasterių konkurencingumo didinimo politikos įrankių rinkinys, kuriame numatytos šios priemonės: 1) verslo paslaugų ir jų sąnaudų vertinimas (pvz., energetikos, telekomunikacijų, transporto ir logistikos, verslo paslaugų, operacinių kompetencijų); 2) ekonomikos veiklų režimas (pvz., eksporto-importo tarifai, rinkos veiksniai ir mokesčių politika); 3) proaktyvi politika ir insitucinis jos valdymas (pvz., pažangos perdavimas per eksporto ir investicijų skatinimo, inovacijų ir mokslinių tyrimų paramos agentūrų veiklą). Turizmo klasterių konkurencingumui vertinti siūloma taikyti M. E. Porter „vertės deimanto“ modelį, kuriame būtina įvertinti: 1) strategijos realumą; 2) paklausos sąlygas; 3) remiančius partnerius ir 4) veiklos sąlygas lemiančius veiksnius (Porter, 2000; Jucevičius ir kt., 2012).

Turizmo klasterių priežiūrai ir ekonominiam gyvybingumui vertinti siūloma taikyti PAID metodą (angl. *PAID framework*: P – *progress*, A – *action*, I – *investment*, D – *delivered results*), kur „P“ dimensiją galima išmatuoti pagal jos keturis elementus: P1 – proceso rodikliai (angl. *process indicators*); P2 – veiksmų rodikliai (angl. *action indicators*); P3 – investicijų valdymo rodikliai (angl. *investment indicators*); P4 – rezultato rodikliai (angl. *results indicators*) (Clusters..., 2009).

ES politika numato taikyti finansinės paramos priemones klasterių organizacijai, gretindama sumaniosios specializacijos strategijas (S3), t. y. rekomenduoja tarpregionines mokymų programas, užtikrina regioninių klasterių duomenų bazių vystymą, skatina įgyvendinti Teritorinės kooperacijos programą (angl. *Territorial Cooperation Programme*), kad atsirastų tarpvalstybiniai klasteriai (The role of clusters, 2013; European Cluster Panorama, 2014).

Turizmo sektoriuje ES šalyse vyrauja ribotas skaičius klasterių, kurių perspektyva – susijungimas į didesnius regioninius darinius. Daugeliu atvejų, turizmo klasterius formuoja verslo organizacijos, kurios tikisi sustiprėti finansiškai, vykdyti bendrą rinkodarą, investuoti ar įgyti rinkoje konkurencinių galių. Europos klasterių politikos plėtojai 2014 ir 2016 metais inicijavo plataus masto dialogą tarp ES šalių klasterių koordinatorių, kuriems, pasitelkus

žiniatinklius (angl. *web*), pasiūlyta parengti naujienlaiškius ir vaizdo medžiagos gerosios patirties pavyzdžius. Europos klasterių panorama leidžia nustatyti naujosios ekonomikos veiklas, kurios atsirado dėl klasterių funkcionavimo, naudoti pavirtintą klasterių tipizaciją (European Cluster Panorama, 2014). Naujosios ekonomikos veikloms vertinti parengtos metodikos, vertinimo rezultatai paskelbti Europos klasterių programoje 2014 pagal jų priskyrimą *NAICS 2007–NACE 2.0* pramonės šakų kodų sistemai. Klasterių gyvybingumo vertinimo metodikos parengtos, taikant duomenų (angl. *data-driven method*) ir atvejų atitikties (angl. *case-driven method*) metodus.

2014 metai Europos klasterių panoramoje patvirtinta klasterių samprata ir apibrėžtis taikant JAV duomenų valdymo metodiką, pateiktos klasterių veiklos sritys. Turizmas ir svetingumo veikla, remiantis klasterių tipizacija, priskiriami prie patirtinių industrijų (angl. *experience industries*). Pasirodo, Europoje turizmo ir svetingumo veikla pagal sukuriama vertę regionų ekonomikoje užima tik 36 vietą iš 48 ekonomikos šakų (European Cluster Panorama, 2014). Vadinasi, turizmo ir sveikatinimo veiklos plėtrai turi būti skiriamas didesnis dėmesys ir taikoma išskirtinė turizmo klasterių vystymo strategija (angl. *merged strategy*).

Pasiekimai ES šalių turizmo sektoriuje: 1) pradėtas įgyvendinti tvaraus turizmo plėtros priemonių planas (pvz., statybų mastas, atsižvelgiant į regiono kraštovaizdžio ypatumus; eko-technologijų taikymas); 2) sumažintas politinis nestabilumas (pvz., padidinta apsauga nuo terorizmo atakų); 3) ne Europos rinkų poreikio tyrimai (pvz., Pasaulinės turizmo organizacijos iniciatyva nustatyti ES turizmo sektoriaus paslaugų poreikį kitoms pasaulio rinkoms); 4) naujų nišų turizmo rinkoje paieška (pvz., medicinos, kultūros, religijos, švietimo, konferencijų, LGBT bendruomenėms skirti turizmo produktai); 5) trumpalaikio bevizio režimo įvedimas Kinijos, Rusijos, Indijos, Saudo Arabijos, Pietų Afrikos, Ukrainos turistams); 6) tiesioginių paslaugų (internetinių) užsakymų vykdymas ir paslaugų digitalizavimas; 7) ES regionų turizmo monokultūros pristatymas (pvz., vietos produktų gamyba ir pardavimas, vietovės gyventojų papročių demonstravimas). Šiems tikslams pasiekti sukurtas virtualus turizmo apžvalgos įrankis (angl. *virtual tourism observatory*), turizmo e-tinklas (angl. *digital tourism network*) ir turizmo verslo portalas (angl. *tourism business portal*). Tarpnacionalinių turizmo „takų“ ir geidžiamų turizmo produktų paiešką galima vykdyti tiesioginės paieškos (internetinės) platformose *EuroVelo*, *EDEN*, *Europos kultūros sostinės*. Šie virtualūs paieškos portalai sukurti ir veikia Lietuvoje pagal ES 2014–2020 turizmo plėtros programos finansavimo mechanizmą (Major challenges for..., 2017). Numatoma, kad 2018 metais veiks tiesioginės (internetinės) paieškos platformos *2018 ES–Kinija turizmo metai* ir *Europos kultūros paveldo metai*.

Galima teigti, kad Europos regionų plėtros politikai įgyvendinti turizmo klasterių vaidmuo yra svarbus dėl sukuriamos pridėtinės vertės, naujų verslo ir jo organizavimo formų atsiradimo, naujų produktų sukūrimo, bendrų tarpregioninių ir tarptautinių projektų įgyvendinimo, tinklaveikos ir inovacijų.

3. Lietuvos turizmo klasterių veiklos ypatumai

Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programoje numatytos turizmo prioritetinės vystymo sritys – sveikatos ir kultūrinio turizmo plėtra (Lietuvos turizmo plėtros..., 2014). Siekiant užtikrinti šių sričių plėtrą, norima skatinti turizmo klasterių veiklas – sukurti Baltijos regiono klasterių sistemą. Lietuvoje veikiančios turizmo sektoriaus plėtrą koordinuojančios institucijos – Valstybinis turizmo departamentas prie Lietuvos Respublikos ūkio ministerijos, Turizmo taryba prie Lietuvos Respublikos ūkio ministerijos, Lietuvos Respublikos Turizmo rūmai ir 25 turizmo sektorių kuruojančių asociacijos (pvz., Kaimo turizmo asociacija, Lietuvos klasterių forumas, Lietuvos klasterių asociacija ir kt.) – užtikrina turizmo klasterių ekonominę gyvybingumą (Versli Lietuva, 2017; Armonienė, 2017). Lietuvos turizmo klasteriai yra antroje vietoje bendrojoje klasterių sistemoje. Lietuvoje vyrauja IT technologijų, medicinos, kūrybinių industrijų, metalo, baldų, tekstilės, maisto pramonės klasteriai (Versli Lietuva, 2017). Lietuvos registrų centre įregistruotų klasterių koordinatoriai yra 24 asociacijos, 7 viešosios įmonės, 4 uždarnosios akcinės bendrovės, 1 mažoji bendrija.

Lietuvos turizmo klasterių sudėties dimensijų sistemą (Mariotti, 2012) sudaro aplinkos morfologinės charakteristikos, demografinis komponentas (gyvenvietės tipas ir viešoji infrastruktūra), socialinis-kultūrinis komponentas (socialinė-kultūrinė aplinka ir jos objektai, renginiai, viešosios erdvės), gamybinis komponentas (vietos produktai ir jų gamyba), ryšiai ir tinklo veiklos intensyvumas (konkurencingų turizmo produktų kūrimas ir pristatymas).

Lietuvos turizmo klasterių skaičius, sudėtis ir specializacija rodo vyraujančius klasterių narių veiklos prioritetus, vyraujančią klasterių sudėties dimensijų sistemą, teikiamų turizmo sektoriui paslaugų ir produktų nomenklūrą. Matyti, kad Lietuvos turizmo klasterių veiklos prioritetai yra: lankomų (turizmo) vietovių istorinių ir kultūrinių objektų lankymas bei pažinimas (ekskursijų, trumpalaikių kelionių ir turų organizavimas); kulinarinio paveldo demonstravimas; apgyvendinimo, maitinimo, pramogų ir poilsio paslaugų teikimas. Remiantis R. Jucevičiaus (2008) klasterių tipologija, penki Lietuvoje veikiantys turizmo klasteriai (Pamario, Biržų, Anykščių, Žemaitijos, Ignalinos) gali būti priskiriami mikroklasterių ir geografinių klasterių grupei, kadangi klasterių nariai yra įmonės, teikiančios skirtingus produktus ir paslaugas, tačiau veikia arti šalia viena kitos. Klasteris „LitCare“ pretenduoja funkcionuoti kaip makroklasterys, atstovaujantis Lietuvos įmonių medicinos paslaugų srities prekių ženklams.

Lietuvos klasterių žemėlapis² informacija skelbia visų Lietuvoje registruotų klasterių veiklos specializaciją ir sudėtį, taip pat ir turizmo (Gilienė, 2014; Lietuvos klasterių žemėlapis, 2017). Lietuvoje veikia 6 turizmo klasteriai: Lietuvos medicinos turizmo klasteris „LitCare“, Pamario, Biržų, Anykščių, Žemaitijos, Ignalinos (Versli Lietuva, 2017). Lietuvoje veikiantys turizmo klasteriai pasižymi regioniniu išskirtinumu dėl turizmo išteklių dislokacijos, sudėties ir narių veiklų savitumo (2 lentelė).

2 lentelė. Lietuvos turizmo klasteriai ir jų veiklos 2017 metais

Klasterio veikimo regionas	Klasterio pavadinimas	Klasterio nariai	Klasterio veikla (produktai ir paslaugos)
Pajūrio regionas: Klaipėdos m., Klaipėdos raj., Palangos m., Kretingos, Neringos, Šilutės raj. savivaldybės	Pamario turizmo klasteris / Klaipėdos, Šilutės raj., Neringos m. įmonės ir organizacijos (22)	Kaimo turizmo sodybos (7)	Kulinarinis kruizas „Žuvies kelias“ (4 val.; 2 parų)
		Turizmo informacijos centrai (3)	Pamario kultūros vertybių ir Kuršių marių žvejų mėgėjų krašto pažinimas
		Laivybos ir žvejybos įmonės (3)	Vandens pramogos (pramoginis plaukiojimas, žvejyba, jėgos aitvarai, buriavimas); Drevernos uostas
		Kultūros centrai (1)	Gastronomija (žuvies patiekalų gaminimas ir ragavimas)
		Viešbučiai (4)	Apgyvendinimas ir maitinimas
		Muziejai (1)	Kultūriniai renginiai, edukacinės programos
		Vandens pramogų įmonės (4)	Žvejyba, pramoginis plaukiojimas
Rytų Aukštaitijos regionas: Zarasų, Ignalinos, Utenos, Anykščių, Molėtų raj. savivaldybės	Anykščių turizmo klasteris / Anykščių m. ir raj. įmonės ir organizacijos (20)	Stovyklos (2)	Vaikų pramogų ir poilsio organizavimas
		Konferencijų centrai (2)	Konferencijų salių nuoma
		Sporto klubai ir SPA (3)	Baseinas, sporto klubas, SPA paslaugos
		Kaimo turizmo sodybos (4)	Pramogos, apgyvendinimas, maitinimas
		Menų inkubatorius ir centrai (3)	Anykščių menų centras, Menininkų asociacija, menų inkubatoriaus renginiai
		Turizmo informacijos centrai (2)	Regiono istorijos ir kultūros vertybių pažinimas
		Amatų centrai (2)	Amatų ekspozicija ir edukacija
		Muziejai (2)	A. Baranausko ir A. Vienuolio-Žukausko memorialinis muziejus-ekspozicija
	Ignalinos turizmo klasteris / Ignalinos m. ir raj. įmonės bei organizacijos (17)	Kaimo turizmo sodybos (8)	Pramogos, apgyvendinimas, maitinimas
		Turizmo informacijos centrai (1)	Regiono istorijos ir kultūros vertybių pažinimas
		Vandens sporto bazės (2)	Valčių nuoma, vandens sportas
		Amatų centrai (2)	Amatų ekspozicija ir edukacija
		Viešbučiai (2)	Apgyvendinimas, maitinimas
		Muziejai (1)	Ignalinos krašto muziejaus ekspozicija
Pramoginiai kaimai (1)	„Paukščių kaimas“ fauna		

² Prieiga internete: www.maps.klaster.lt

Klasterio veikimo regionas	Klasterio pavadinimas	Klasterio nariai	Klasterio veikla (produktai ir paslaugos)
Žemaitijos aukštumų regionas: Telšių, Plungės, Klaipėdos m. ir raj. savivaldybės	Žemaitijos turizmo klasteris / Klaipėdos, Telšių, Plungės raj. įmonės ir organizacijos (14)	Pramogų centrai (1)	Pramogų ir poilsio paslaugų organizavimas
		Bibliotekos (1)	Plungės raj. viešoji biblioteka
		Viešbučiai (1)	Apgyvendinimas ir maitinimas
		Kaimo turizmo sodybos (5)	Pramogos, apgyvendinimas, maitinimas
		Nacionalinis parkas (1)	Gamtos pažintinis takas Žemaitijos nacionaliniame parke
		Muziejai (1)	Žemaičių dailės muziejus
		Restoranai, kavinės (2)	Maitinimas
		Rengiami pažintiniai renginiai (2)	„Pieno kelias“, „Nemuno turai“
Šiaurės Lietuvos regionas	Biržų turizmo klasteris / Biržų m. ir raj. įmonės ir organizacijos (17)	Muziejus (1)	Krašto muziejus „Sėla“
		Turizmo informacijos centrai (1)	Biržų turizmo informacijos centras
		Aerodromas ir aviaklubas (2)	Aviasportas ir aviaturizmas
		Kurortinės gyvenvietės (1)	Likėnų sveikatinimo centras
		Gamtos objektai (1)	Karstinių įgriuvų lankymas Biržų regioniniame parke
		Architektūros ir kultūros paveldo objektai (2)	Biržų pilies ir Arsenalo ekspozicija
		Vandens telkiniai (1)	Natūralūs ir dirbtiniai vandens telkiniai
		Pramogų centrai (1)	Poilsio paslaugos
		„Alaus kelias“ (2)	UAB „Biržų alus“, TŪB „Rinkuškiai“
		Kaimo turizmo sodybos (7)	Pramogos, apgyvendinimas, maitinimas
		Turizmo informacijos centrai (1)	Regiono istorijos ir kultūros vertybių pažinimas
Baltijos ir Šiaurės Europos regionas	Lietuvos medicinos turizmo klasteris „LitCare“ / įmonės ir organizacijos (9)	Medicinos turizmo produktų gamintojai (3)	Medicinos paslaugos ir rinkodara, dalyvavimas tarptautinėse parodose ir verslo misijose
		Reabilitacijos ir sveikatinimo paslaugų centrai (1)	Sveikatinimo paslaugų teikimas
		Kelionių operatoriai (1)	Kelionių organizavimas
		Draudimo bendrovės (2)	Klientų draudimas
		Ligoninės ir medicinos paslaugų centrai (1)	Gydymas ir reabilitacija
		Medicinės diagnostikos centrai (1)	Ligų diagnostika ir specializuotas gydymas (pvz., implantologija, odontologija, protezavimas)

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Lietuvos klasterių žemėlapis 2017

Turizmo sektoriui teikiamų produktų ir paslaugų nomenklatūrą lemia klasteryje veikiančių įmonių veikla. Matyti, kad Lietuvos turizmo klasteriai yra specializuoti, vyrauja ryškūs turizmo išteklių skirtumai ir savitumai, todėl klasterių susidarymo vietos ir užimama teritorija gali daryti įtaką klasterių narių (įmonių ir organizacijų) veiklai (atsiranda plėtros ribojimai). Remiantis 1988 metų Pasaulio turizmo organizacijos prie Jungtinių Tautų pasaulio regionų tvaraus turizmo plėtros koncepcijos nuostatomis, galima manyti, kad Lietuvos turizmo klasterių nariai natūraliai kuria ir inicijuoja „draugiškas aplinkai“ veiklas, siekia atskleisti nepažintų vietovių gamtines ir socialines erdves, puoselėja kultūrinės vertybes ir jas „eksportuoja“ (Dėl Lietuvos klasterių..., 2014).

Turizmo klasterių veikimas Lietuvoje atskleidžia naujas galimybes verslo organizacijoms įsitraukti ir dalyvauti programuojant konkretaus regiono ekonominę vystymą, sutelkiant investicijas ir inovacijas kurti konkurencingus turizmo produktus.

4. Lietuvos turizmo klasterių plėtros prielaidos

Lietuvos mokslo, inovacijų ir technologijų agentūros klasterių plėtros koordinatoriai 2016 metais pateikė klasterizacijos vertinimo ataskaitą, kurioje pateiktas, 2011–2015 metų visų Lietuvoje veikiančių pramonės, transporto, prekybos ir logistikos, informacinių paslaugų ir komunikacijos, turizmo klasterių veiklos rezultatų pagrindu, vertinimas (Klasterizacijos ataskaita, 2016). Be to, akcentuojama klasterizacijos svarba ilgalaikiam Lietuvos regionų augimui ir jų gerovei, būtinybė įsiliesti į tarptautinius klasterius bei ES paramos priemonių „Inoklaster LT“ 2007–2015 metais, „Inoklaster LT+“ 2011–2012 metais, „Inogeb LT-3“ 2011–2015 metais, „BSR Stars“ finansinės priemonės „Inovacijų ekspresas“ nauda iki 2030 metų (Dėl dalyvavimo ir finansavimo..., 2016).

Ataskaitoje akcentuojama, kad Lietuvos regionuose vyrauja tik turizmo (paslaugų) klasteriai, kurių ekonominis gyvybingumas tiesiogiai siejamas su ES paramos priemonių taikymu ir finansavimu. Todėl turizmo klasterių plėtros problemos gali būti išskiriamos kaip sisteminės (infrastruktūros vystymo, išteklių struktūriškumo), techninės (inovacijų, technologijų) ir vadybos (organizacinės) (Paškevičius, 2017). Minėtų problemų sprendimų ieškoma užtikrinant paslaugų teikimo ir vartojimo vientisumą turizmo sektoriuje, informacijos tikslinimą ir atnaujinimą, skatinant antrepreneriškumą ir / ar užtikrinant organizacinius veiksnius (Vaškaitis, Armaitienė, 2013; Skaržauskienė ir kt., 2014; Klasterizacijos vertinimo ataskaita, 2016). Susijusių veiklų koncentravimas regione leidžia užtikrinti sklandžią turizmo klasterių veiklą, tačiau būtinas didesnis vietos bendruomenių sutelktumas vykdant antreprenerišką veiklą, teikiant turizmo produktus ir paslaugas, skleidžiant turizmo informaciją ir vykdant rinkodarą.

Taigi turizmo klasteriai Lietuvoje yra lengvai pažeidžiami dėl teritorinės izoliacijos (pvz., menkai išvystyto dviračių takų ir turizmo maršrutų tinklo), darbuotojų trūkumo, viešosios infrastruktūros kokybės, verslo etikos. Lietuvos turizmo klasterių plėtros problemos nustatytos remiantis bendrąja klasterių vertinimo metodika (Klasterizacijos vertinimo ataskaita, 2016). Galimi jų sprendimai pateikti 1 paveiksle.

Pagrindines prielaidas, lemiančias 2014–2017 metų turizmo klasterių plėtros rezultatus, galima grupuoti, atsižvelgiant į turizmo klasterių plėtros problemų kilmę ir jų sprendimų paieškos bei įgyvendinimo būdus, t. y.:

1. Sisteminės klasterių plėtros prielaidos: neišvystyta institucijų sandara klasterizacijai įgyvendinti; nesukurta nacionalinės klasterizacijos politika, strategija, nenumatytos plėtros kryptys, prioritetai; menka teisinė reglamentacija; menkai įgyvendinama klasterių vertės eksporto politika; neišvystyti ir netaikomi bendrieji klasterių ES finansavimo instrumentai; neparengtos ir neveikia klasterių stebėsenos ir vertinimo sistemos.

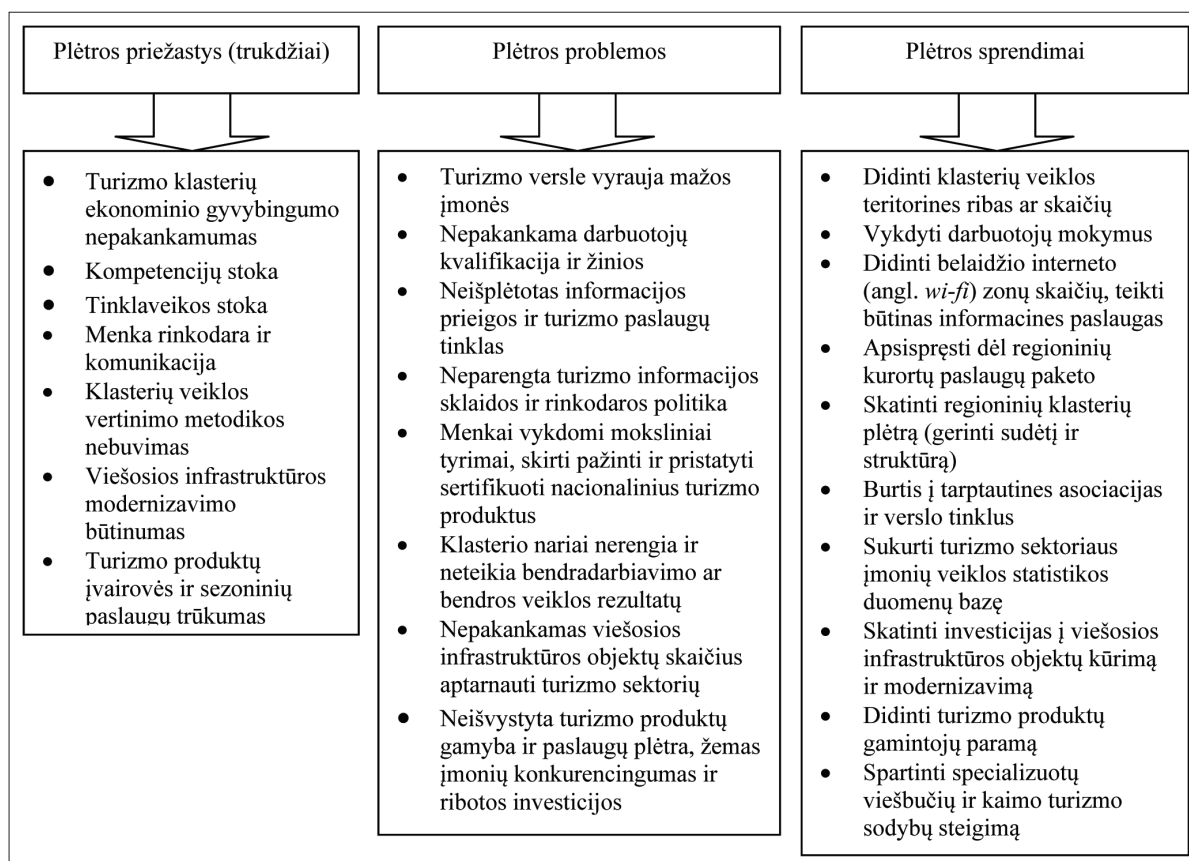
2. Techninio aptarnavimo prielaidos: menkai išplėtotą klasteriams tinkama viešoji infrastruktūra; ribota klasterių narių partnerystė dėl investicijų į inovacijas; lėtas inovacijų diegimo tempas ir menkas konkurencingumas.

3. Klasterių finansavimo prielaidos: menkos verslo investicijos į ekonominės bendrystės veiklas; menkas ES fondų finansavimo panaudojimas, rengiant ir įgyvendinant verslo ir partnerystės projektus; menka viešųjų finansų dalis klasterių ekonominiam gyvybingumui palaikyti.

4. Klasterių valdymo prielaidos: vyrauja maži klasteriai; klasterių nariai yra labai mažos ir mažos įmonės; menkos klasterių valdytojų / koordinatorių kompetencijos; neveikia tinklaveika ir partnerystė; nėra aktyvaus tarptautinio bendradarbiavimo; vyrauja rūšinė konkurencija (rekomenduojama tarpsektorinė).

Lietuvos turizmo klasterių „problemų laukas“ susijęs su klasterių veiklos intensyvinimu. Turizmo klasterių tyrimai leidžia įvardyti keletą klasterių vystymosi inertiškumo priežasčių globalioje turizmo rinkoje: 1) technologinis įmonių lygis lemia jų konkurencingumo ribas; 2) regiono verslo aplinkos ir kultūrinis tvaramas, gyvenimo lygis; 3) bendruomenės prisitaikymas prie klasterio veiklų. Lietuvos turizmo klasterių veiklos intensyvinimą lemia šie veiksniai: 1) stiprybės: santykinai pigesnė darbo jėga, klasterių narių patirtis įgyvendinant tarptautinius projektus, palankios logistikai teritorijos, plėtojama verslo infrastruktūra; 2) silpnybės; klasterio narių bendradarbiavimo trūkumas ir kompetencijų stoka.

Remiantis Europos sekretoriato rekomendacijomis, siūloma Lietuvoje vykdyti nuolatinę klasterių priežiūrą, vertinti jų pasiekimus, taikyti trijų lygių pasiekimų vertinimo sistemą, siekiant, kad jie bendradar-



1 pav. Lietuvos turizmo klasterių plėtros sprendimai

Šaltinis: sudaryta autorės

biautų, būrų konkurencingi ir kooperuotųsi (The European Secretariat, 2017). Lietuvos klasterių asociacijos kooperacija su VŠĮ „Versli Lietuva“ suteikia galimybes pasinaudoti ES paramos 2014–2020 metų veiksmų programos priemonėmis ir paskatinti turizmo klasterių narius dalyvauti tarptautinių parodų bei verslo misijų renginiuose, pasinaudoti ES paramos eksporto plėtrai priemonėmis: „Naujos galimybės LT“, „Expo sertifikatas LT“, „Verslo klasteris LT“, kurias kuruoja Lietuvos verslo paramos agentūra.

Apibendrinant galima teigti, kad Lietuvos turizmo klasterių plėtros perspektyvas būtina analizuoti ir vertinti atsižvelgiant į tarptautinę patirtį; vertinti tas konkurencines sritis, kurios užtikrina klasterių gyvybingumą, t. y. naujų produktų kūrimą ir gamybą, viešosios infrastruktūros gerinimą, investicijų pritraukimą, naujų žinių taikymą, verslumo ir kompetencijų didinimą, naujų valdymo metodų taikymą, tarptautinio bendradarbiavimo skatinimą ir projektinės veiklos koordinavimą.

Išvados

Siekiant atskleisti turizmo klasterių reikšmę Europos regionų ekonomikai, iškeliamas klasterių veikimo bendrystės fenomenas, esant regioninių klasterių skirtumams, jų narių veikimo principams ir tikslams. Ekonominė bendrystė ir tarptautinis bendradarbiavimas turizmo sektoriuje tampa realus ir veiksmingas Europos regioninės ekonomikos vystymo(si) siekinys. Pateikti veiksniai, lemiantys klasterizaciją turizmo sektoriuje, t. y. turizmo informacijos sklaidos didinimas ir bendroji rinkodara, tinklaveika, specializuotų turizmo informacinių platformų kūrimas, turizmo produktų ir paslaugų standartizavimas, teikėjų sertifikavimas, turizmo produktų ir paslaugų gamybos bei teikimo užtikrinimas.

Lietuvos turizmo klasterių veiklos ypatumų analizė atskleidė faktą, kad turizmo produktų ir paslaugų gamyba bei teikimas yra tik viena iš sėkmingos klasterizacijos galimybių. Turizmo klasterių plėtrą skatina naujos klasterių narių investicijos ir veiklos, todėl regionuose svarbu užtikrinti viešosios infrastruktūros modernizavimą, verslo inovacijų diegimą, tarptautinį bendradarbiavimą ir nuolatinį projektinės veiklos vykdymą bei verslo partnerystės įvairinimą.

Įvardytos Lietuvos turizmo klasterių plėtros problemos – politikos, strategijos, kryptingo veiksmų ir sprendimų nebuvimas – siejamos su nepakankamais klasterizacijos plėtros tempais. Išvardytos problemos verčia verslininkus lūkuriuoti investicijų inovacijų ir kompetencijų gerinimo srityje.

Pateikti galimi sprendimai suponuoti klasterizacijos plėtros aspektu, todėl jie apima poreikį nagrinėti inovacijų diegimo spartinimo, bendros technologinės bazės kūrimo klausimus ir padėti Lietuvos regionuose atsirasti naujiems turizmo klasteriams. Lietuvos konsultavimo centrų kūrimas, atsižvelgiant į klasterių specializaciją, kurių paskirtis – teikti informaciją apie pasaulinės turizmo rinkos pokyčius, tarptautinio bendradarbiavimo projektų valdymo, verslo plėtros ir kooperacijos, verslo finansavimo ir kompetencijų gerinimo galimybes. Tai būtų reikšmingas proveržis, siekiant klasterizuoti Lietuvos turizmą.

Literatūra

- Armonienė, R. (2017). *Europos Sąjungos struktūrinės paramos veiksnių 2014–2020 m. programos prioritetų pristatymas*. Atstovės pranešimas, ES struktūrinės paramos koordinavimo departamentas prie LR Ūkio ministerijos.
- Biržų turizmo informacijos centro 2017 metų veiklos planas*. (2017).
- Clusters for Competitiveness: a Practical Guide and Policy Implications for Developing Cluster Initiatives*. (2009). International Trade Department, World Bank Publication, February, p. 79.
- Cunha, K. S., Cunha, J. C. (2005). Tourism Cluster Competitiveness and Sustainability: Proposal for a Systematic Model to Measure The Impact of Tourism on Local Development. *ANPAD Brazilian Administration Review*, Vol. 2 (July), No. 2. p. 47–62.
- Dėl dalyvavimo ir finansavimo Baltijos jūros regiono projekto „BSR STARS“ finansinėje priemonėje „Inovacijų ekspresas“ sąlygų aprašo patvirtinimo*. (2016). Mokslo, inovacijų ir technologijų agentūros direktoriaus įsakymas Nr. 2V-104, birželio 9 d.
- Dėl Lietuvos klasterių plėtros koncepcijos patvirtinimo*. (2014). Lietuvos Respublikos ūkio ministro įsakymas Nr. 4-13, vasario 27 d.
- Driving Tourism Sustaining Communities our Priorities to 2017*. Case of Ireland Strategy.
- European Cluster Panorama*. (2014). European Cluster Observatory Report prepared by Ch. M. Ketels, S. Proshiv, European Commission, 2014 (October), 70 p.
- Gilienė, R. (2014). Klasterių politika Lietuvoje. Medicinos įmonių ir įstaigų klasterizacija. *Sveikatos politika ir valdymas / Health Policy and Management*, Nr. 1(6). p. 39–54.
- Global Report on Public-Private Partnerships: Tourism Development*. (2015). Spain: Madrid, World Tourism Organization, 74 p.
- Jucevičius, R. (2008). *Klasterių ABC*.
- Jucevičius, R., Kiškienė, A., Leichteris, E., Stumbrytė, G. (2012). *Klasterių studija*. Vilnius: Asociacija „Žinių ekonomikos forumas“, 148 p.
- Ketels, C. M. (2017). Cluster Mapping: Creating the Knowledge Infrastructure for Accelerating Innovation and Entrepreneurship. ECB-MIT Lab for Innovation Science and Policy. Presentation on 13–14 March, Frankfurt, Germany.
- Klasterizacijos vertinimo ataskaita*. (2016). MITA ataskaita.
- Kowalski, A. M. (2014). The Role of Innovative Clusters in the Process of Internationalization of Firms. *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 2, No. 3 (August).
- Lietuvos klasterių žemėlapis*. (2017).
- Lietuvos turizmo plėtros 2014–2020 metų programa*. (2014). Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas Nr. 23, kovo 12 d.
- Major challenges for EU tourism and policy responses*. (2017). European Parliament Briefing, (May).
- Malakauskaitė, A., Navickas, V. (2010). The Role of Clusters in the Formations Process of Tourism Sector Competitiveness: Conceptual Noveltes. *Economics and Management*, No. 1. p. 149–154.
- Mariotti, A. (2012). Turistiniai ir kultūriniai keliai: klasteriai, kultūriniai rajonai ir turizmo sistemos. *Kultūros keliai: nuo idėjos iki projekto*, D. 2, 13 p.
- Medicinos turizmas – Lietuvos paslaugų eksporto proveržio kryptis*. (2015). Tarptautinė konferencija, 2015 m. rugsėjo 3 d. Socialinių mokslų kolegija. Vilnius.

- Navickas, V., Malakauskaitė, A. (2008). Nauji makroekonominės politikos svertai: klasterių fenomenas. *Verslas: teorija ir praktika*, Nr. 9 (4), p. 245–252.
- Nordin, S. (2003). *Tourism Clustering and Innovation: Path to Economic Growth and Development*. MID-Sweden University, European Tourism Research Institute, 19 p.
- Northumbria Research Link / op cit. Swords, J. (2013). Michael Porter's Cluster Theory as a local and regional development tool – the rise and fall of cluster policy in the UK. *Local Economy*, No. 28 (4), p. 367–381.
- Pamario turizmo klasteris: veiklos aprašymas*. (2017).
- Paškevičius, L. (2017). *Klasterizacijos plėtros gairės*. Pranešimas klasterių forume, 2017 m. gegužės 31 d.
- Porter, M. E. (2000). Location, Competition and Economic Development: Local Clusters in a Global Economy. *Economic Development Quarterly*, Vol. 14, p. 1–10.
- Porter, M. E. (2008). *Clusters, Innovation, and Competitiveness: New Findings and Implications for Policy*. Presentation at Institute for Strategy and Competitiveness on 22 January, 2008. Stockholm, Sweden.
- Prokkola, E. K. (2008). *Resources and Barriers in Tourism Development: Cross-Border Cooperation, Regionalization and Destination Building at the Finnish-Swedish Border*. Helsinki, Fennia, 186, p. 31–46.
- Rekreacija ir turizmo plėtra*. (2017). Klaipėda: Klaipėdos universitetas, 160 p.
- Rosenfeld, S. A. (2000). Clusters Connections: Specialization and Competitiveness in the United States and Europe. *Economic Development Quarterly*, No. 14, p. 51–62.
- Sala, K. (2016). Clusters as a Form of Cooperation and Innovation on the Example of the Bieszczady Cross-Border Tourism Cluster. *MWSW Research Papers Collection*, Vol. 32, Issue 4, p. 87–96.
- Stalgienė, A. (2010). Klasterių vystymosi barjerai. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, No. 5 (24), Research Papers, p. 155–164.
- Skaržauskienė, A., Gudelytė, L., Lančinskienė, A. (2014). Klasterių veikla Lietuvoje: iššūkiai ir galimybių paieška. *Socialinės technologijos*, Nr. 4(1), p. 192–204.
- The European Secretariat for Cluster Analysis*. (2017).
- The role of clusters in smart specialization strategies*. (2013). Directorate General for Research and Innovation, European Commission.
- Vaškaitis, E., Armaitienė, A. (2013). Turizmo inovacijų taikymo Lietuvos turizmo versle prielaidos. *Tiltai*, Nr. 4, p. 19–35. Klaipėdos universitetas.
- Versli Lietuva*. (2017). Lietuvos turizmo klasterių forumas
- Wahowiak, H. (2006). Tourism and Borders: Introduction. *Contemporary Issues, Policies and International Research*, No. 1–6. Ashgate, Aldershot.
- Zacarelli, S. B. (2004). *Estratégia e sucesso nas empresas*. 4th ed. São Paulo: Saraiva.

LITHUANIAN TOURISM CLUSTERS: DEVELOPMENT POSSIBILITIES

RASA RUKUIŽIENĖ

Business and Rural Development Management Institute / Aleksandras Stulginskis University (Lithuania)

Summary

This article seeks to highlight the possibilities of Lithuanian tourism clusters development. Therefore, the author analyses the importance of tourism sector clustering in the context of networking and export value, presents guidelines for the development of tourism clusters in the European regional economic development policy, discloses characteristics of the operating Lithuanian tourism clusters' activity and determines preconditions for their development. For a long time clustering has not been the object of deeper research, but the search for new forms of competition, has suggested the idea that the phenomenon of economic communion and diversification of partnership can allow creating new preconditions for the emerging economies as well as new interactions for business and non-business organisations. Moreover, clustering can serve in expan-

ding business knowledge and experience, accelerating innovation, developing new products and providing promotion in the tourism sector. The World Tourism Organization of the United Nations announces that clustering of tourism sector is one of the possibilities to spur economic development of emerging European regions, as it can help to increase attractiveness of the regions and find rational solutions, i.e., modernise public infrastructure, promote cross-sectoral cooperation, implement international projects and provide business cooperation and export value. With the help of tourism resources and facilities, as well as initiatives of new clusters activity, the added value is created that increases economic viability of business organisations. Also, tourism clustering helps to promote tourism products and coordinate rationally common marketing activities. Thus, development of tourism clusters is a constant opportunity for business organisations to thrive in certain areas of tourism or recreation. A number of small enterprises (production and services) operating in Lithuanian tourism regions are important for ensuring the aspirations of clustering. Summarising, several aspects are important for operation and development of clusters, namely: the requirements for their activity (proximity, linkages, number of interaction and the minimum number of members), overall economic activity (business cooperation) and competitive power. Demand for tourism products is very important, therefore, it should be easy to find these products, they have to be of high quality, different or unique. Seeking to ensure the positive performance of tourism sector, the assessment of tourism clusters development inspired analysis of legal-normative documents of Lithuania and the European Union, as well as the European Commission programme reports and scientific studies. The author of this article reviewed and interpreted clustering results and evaluation presented in scientific literature, made a survey on methodological literature about the issues of Lithuanian tourism cluster development. Finally, the article introduces an overview of the EU measures for the period 2014–2020 and their usage so that to assess the impact of funding and encourage the members of Lithuanian tourism clusters to carry out competitive activities, export value and cooperation.

KEYWORDS: *clustering, tourism cluster.*

JEL CODES: O11, O32.