

SOCIALINIŲ MOKSLŲ KOLEGIJA
RINKODAROS IR TARPTAUTINIO VERSLO KATEDRA
TURIZMO IR VIEŠBUČIŲ STUDIJŲ PROGRAMA

LEIDŽIAMA GINTI
Turizmo ir viešbučių
studijų programos vadovė
Jūratė Sereikienė

(parašas)

(data)

SEZONIŠKUMO ĮTAKA KAIMO TURIZMO SODYBOS
„BAGDONONIŲ SLĖNIS“ PASLAUGŲ PARDAVIMUI

Baigiamasis darbas

Darbo autorius
Giedrė Aleškevičiūtė

(parašas)

Darbo vadovas
lekt. Jadvyga Voišnis

(parašas)

Vilnius, 2016

TURINYS

TURINYS	2
SANTRAUKA	3
SUMMARY	4
ĮVADAS	5
1. MOKSLINĖS LITERATŪROS ANALIZĖ	7
1.1 Sezoniškumo samprata	7
1.2 Kaimo turizmo samprata	10
1.3 Kaimo turizmo sodybų teikiamos paslaugos	15
1.4 Paslaugų pardavimo valdymas turizme	18
1.4.1 Turizmo paslaugų pardavimo samprata	19
1.4.2 Specialūs pasiūlymai, paslaugų paketai	20
2. TYRIMO DIZAINAS	22
2.1 Tyrimo metodų analizė	22
2.2 Tyrimo eigos pristatymas	23
2.3 Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ veiklos pristatymas	26
3. TYRIMO REZULTATAI IR APTARIMAS	28
3.1 Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimas	28
3.2 Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ sezoniškumo įtakos paslaugų pardavimui įvertinimas	34
3.3 Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimo sezoniškumo mažinimo perspektyvos	36
IŠVADOS	40
REKOMENDACIJOS	41
LITERATŪROS SĄRAŠAS	42
PRIEDAI	45

SANTRAUKA

Baigiamojo darbo pavadinimas „Sezoniškumo įtaka kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimui“. Sezoniškumo įtaka kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimui dar nebuvo vertinama ir ši tema yra aktuali norint tiksliausiai nustatyti tikslią įtaką paslaugų pardavimui. Todėl šio darbo pagrindinis tikslas yra išanalizuoti kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ sezoniškumo įtaką paslaugų pardavimui. Pagrindinė darbo problema yra ta, jog turizmo paslaugų pardavimas yra stipriai priklausomas nuo sezoniškumo, todėl kaimo turizmo sodybos pagrindinė užduotis yra surasti būdus sezoniškumui mažinti. Norint išspręsti šią problemą buvo panaudoti tyrimo metodai: duomenų rinkimas ir analizė, teikiamų paslaugų analizė, kiekybinio tyrimo metodas: anketinė vartotojų apklausa.

Svarbiausi rezultatai ir pagrindinės išvados: kaimo turizmo verslas dar kitaip gali būti vadinamas kaip paslaugos susijusios su poilsiu gryname ore, atokiau nuo miesto šurmulio ar siejamas su turizmo paslaugomis, tradicijų puoselėjimu kaimo vietovėse. Vienos iš pagrindinių kaimo turizmo sodybose teikiamų paslaugų yra maitinimas, apgyvendinimas ir įvairi rekreacinė veikla.

Atlikus kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ teikiamų paslaugų analizę paaiškėjo, kad svarbiausios kaimo turizmo sodybos teikiamos paslaugos yra apgyvendinimo, maitinimo ir aptarnavimo, taip pat vienos iš svarbiausių paslaugų buvo pirtis ir kubilas. Metų laikų, savaitės dienų, švenčių ir konkrečios veiklos pasirinkimų sezoniškumas yra pats ryškiausias kaimo turizme. Labiausiai sezoniškumas išryškėja lyginant vasaros ir žiemos sezonus, darbo bei nedarbo dienas, ir konkrečias šventes. Tyrimo metu nustatyta, kad sezoniškumo įtakai mažinti ir pagerinti paslaugų pardavimus padėtų žiemos sezono metu respondentus sudominusi speciali čiuožykla, slidinėjimo trasos, taip pat teminiai ar švenčių renginiai. Pavasario sezonais pasirinktos nuolaidų programos ir specialūs paslaugų paketų pasiūlymai. Pagrindinis metodas problemai spręsti ir tikslams pasiekti yra naujų paslaugų įvedimas.

SUMMARY

The title of the Bachelor thesis "The Influence of Seasonality on the Sale of Services of the Homestead "Bagdononių slėnis" Services". The Influence of seasonality on the sale of services of the homestead "Bagdononių slėnis" has not yet been evaluated, and this topic is relevant to determine most accurately the exact impact on the sale of services. Therefore, the main goal of this paper is to analyze the influence of seasonality on the sale of services of the homestead "Bagdononių slėnis". The main problem of the thesis is that the sale of tourism services is heavily dependent on seasonality and therefore the main task of the homestead is to find ways to reduce seasonality. In order to solve this problem have been used the following research methods: data collection and analysis, analysis of services provided, quantitative research method: customer survey.

The most important results and the main conclusions are: rural tourism business in other words may be called as a service related to the rest in the open air, away from the bustle of the city or associated with tourism services, fostering of traditions in rural areas. One of the main services provided in homesteads are catering, accommodation and a wide range of recreational activities.

The analysis of the services provided by the homestead "Bagdononių slėnis" shows that such services as accommodation, catering and service are as much important as the bathhouse and tub services. The seasonality choice for seasons, days of the week, holidays and special activities is the brightest in rural tourism. The seasonality becomes apparent comparing summer and winter seasons, work days and days off, and specific holidays. The study shows that such alternative services like special skating rink, ski tracks, as well as themed or festive events, which got the respondent's interest, would help to reduce the seasonal influence and improve the sale of services during the winter season. The discount programs for the spring season and special packages would be another great option. The main method to solve the problem and achieve the objectives is the introduction of new services.

IVADAS

Temos aktualumas. Kaimo turizmas yra sparčiai besiplečiantis verslas Lietuvoje. Aiškinamajame turizmo terminų žodyne (Aiškinamasis turizmo terminų žodynas, 2009, 84 p.), sezoniškumas apibūdinamas kaip su metų laikų kaita susiję turizmo pokyčiai – laikinas turistų srautų ir turizmo masto kitimas. Lietuvos ir pasaulio turizmo srityje teikiamos paslaugos dažnai susiduria su šiuo terminu. Bergin - Seers S., (2008) teigia, kad sezoniškumas turizme turi didelę įtaką atvykstančių į regioną turistų skaičiui ir todėl kelia grėsmę įmonių klestėjimui regione. Trakų rajono savivaldybėje, kurioje yra įsikūrusi kaimo turizmo sodyba „Bagdononių slėnis“, Lietuvos statistikos departamento duomenimis (2015) yra daugiausiai (49) kaimo turizmo sodybų Lietuvoje, todėl ir konkurencija čia yra didžiausia. Lietuvos turizmo plėtros 2014 - 2020 metų programoje (Lietuvos Respublikos Vyriausybė, 2014) trečiasis nurodomas tikslas yra mažinti turizmo paslaugų sezoniškumą. Turizmo paslaugos pardavimas yra sudėtingas procesas, todėl negali būti aiškinamas tradicine prasme kaip produktas, kurio charakteristikos yra lengvai pastebimos ir įvertinamos perkant. (Danilevičienė L., Navickienė R., 2011). Remiantis šia nuomone galima teigti, kad sezoniškumo įtakos paslaugų pardavimui negalima lengvai pastebėti ar numanyti, tam reikalingas išsamus tyrimas, kurio metu bus įvertinama konkreti sezoniškumo įtaka paslaugų pardavimui, o toks tyrimas kaimo turizmo sodyboje „Bagdononių slėnis“ dar nebuvo atliktas.

Baigiamojo darbo problema. Turizmo paslaugų pardavimas yra stipriai priklausomas nuo sezoniškumo, todėl kaimo turizmo sodybos pagrindinė užduotis yra surasti būdus sezoniškumui mažinti.

Baigiamojo darbo objektas. Kaimo turizmo sodyba „Bagdononių slėnis“.

Baigiamojo darbo tikslas. Išanalizuoti sezoniškumo įtaką kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimui.

Baigiamojo darbo uždaviniai:

1. Identifikuoti sezoniškumo sampratą turizme.
2. Apibūdinti kaimo turizmo teikiamas paslaugas.
3. Nustatyti sezoniškumo įtaką paslaugų pardavimui.
4. Parengti siūlymus sezoniškumo mažinimui.

Baigiamojo darbo metodai: duomenų rinkimas ir analizė, teikiamų paslaugų analizė, mokslinės literatūros analizė, anketinė vartotojų apklausa.

Baigiamojo darbo struktūra. Baigiamasis darbas sudarytas iš trijų skyrių. Pirmoje darbo dalyje atlikta mokslinės literatūros analizė, teoriniu aspektu aptartos sezoniškumo, kaimo turizmo ir turizmo paslaugų pardavimo sampratos, taip pat išnagrinėtas paslaugų pardavimo valdymas turizme. Antrojoje dalyje pateikiamas tyrimo dizainas, kuriame pagrindžiama tyrimo metodo analizė, apibūdinamas tyrimo eigos pristatymas ir kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ veiklos pristatymas. Trečioje darbo dalyje analizuojami ir lyginami tyrimo metu gauti duomenys, apie kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ sezoniškumo įtaka paslaugų pardavimui. Darbo pabaigoje pateikiamos tyrimo išvados, rekomendacijos.

Studijų programos rezultatai:

1. Gebės taikyti ekonomines, vadybines, psichologines ir kitas bendrąsias žinias apie verslo dėsningumus bei jų sąveiką organizuojant viešbučių ir turizmo verslą.
2. Gebės taikyti žinias apie turizmo sistemos struktūrą, turizmo išteklių panaudojimo ir plėtros politikos prioritetus, turizmo tipologinę įvairovę ir ją sudarančių subjektų bendradarbiavimo ryšius globalioje turizmo rinkoje.
3. Gebės savarankiškai atlikti turizmo ir viešbučių rinkos tyrimus, siekiant įvertinti rinkos pokyčius ir priimti tinkamus sprendimus darniai turizmo ir viešbučių verslo plėtrai.
4. Gebės suplanuoti viešbučio arba turizmo įmonės (ir jų skyrių) išteklių poreikius ir organizuoti aprūpinimą ištekliais.
5. Gebės bendrauti ir bendradarbiauti su paslaugų tiekėjais ir klientais siekiant suformuoti (sukurti) į skirtingus turistų tipus ir poreikių struktūrą orientuotus turizmo ir poilsio organizavimo paslaugų rinkinius.
6. Gebės atsakingai vykdyti profesinę veiklą, laikantis etikos ir teisės normų, reglamentuojančių turizmo ir apgyvendinimo paslaugų teikimą.
7. Gebės nuolat vertinti savo profesinę veiklą, žinias ir patirtį, numatyti saviraiškos ir saviugdos kryptis bei ugdyti savo profesionalumą veikiant besikeičiančioje verslo aplinkoje.

1. MOKSLINĖS LITERATŪROS ANALIZĖ

Šiame skyriuje bus analizuojami įvairūs literatūros šaltiniai, siekiant išnagrinėti bei pateikti sezoniškumo bei kaimo turizmo sampratas. Taip pat bus pateikiamos kaimo turizmo sodybų teikiamos paslaugos bei išsamūs jų aprašymai. Atliekant mokslinės literatūros analizę bus pabrėžiama paslaugų pardavimo valdymo turizme samprata bei pateikiami paslaugų pardavimo pagrindiniai būdai ir priemonės.

1.1 Sezoniškumo samprata

Aiškinamajame turizmo terminų žodyne (Aiškinamasis turizmo terminų žodynas, 2009, 84 p.), sezoniškumas apibūdinamas kaip su metų laikų kaita susiję turizmo pokyčiai – laikinas turistų srautų ir turizmo masto kitimas. Sezoniškumas yra susijęs su 3 priežastimis: oro sąlygos (temperatūra ar saulėtų dienų skaičius), datos (religinės šventės, laikas, pvz., Kalėdos, Velykos) ir laikas (mokyklinės atostogos, atostogos). Turizmas yra siejamas su gamta, veiklomis lauke, pramogomis, todėl oro sąlygos bei klimatas yra pagrindiniai veiksniai. Sezoniškumo problemas įtakoja masinio turizmo plėtra, o priklausomai nuo didelio turistų srauto spręsti turizmo sezoniškumo problemas darosi vis sunkiau (VŠĮ Turizmo plėtros institutas, 2008).

Lietuvos ir pasaulio turizmo srityje teikiamos paslaugos dažnai susiduria su šiuo terminu, kadangi mūsų šalyje yra labai ryškiai matoma sezoniškumo kaita, kuri atspindi ir turizmo paslaugų paklausoje. Temperatūra yra svarbus faktorius, kuris nulemia ir atvykstančių turistų srautus. Tai galima pastebėti ir 1.1. lentelėje.

1.1 lentelė. Atvykstančiųjų užsieniečių srautas Lietuvoje ir temperatūros dinamika 2004 m. – 2010 m.

Metai	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Vid. temperatūra Lietuvoje, °C	6	6,2	6,9	7,1	7,6	6,4	5,4
Atvykusių užsieniečių srautas, tūkst. žm.	2019,1	2080,4	2317,3	4214,4	4458,7	4001,3	4073,0

Šaltinis: Kisieliauskas J., Romikaitytė B. (2012)

Lietuvoje klimatas yra labai nepastovus, todėl tai yra viena iš sezoniškumo priežasčių, tokios šalys kaip Ispanija, Graikija, Turkija ar Egiptas dažnai yra pasirenkamos būtent dėl šilto klimato. Atsižvelgiant į šiuos duomenis (1.1 lentelė), galima daryti išvadą, kad vidutinės temperatūros Lietuvoje padidėjimas teigiamai veikia ir atvykstančių užsieniečių srautą. Taigi sezoniškumo problemą didina ir labai nepastovus klimatas mūsų šalyje. Tačiau palaipsniui didėjanti vidutinė temperatūra pritraukia didesnius srautus. Kaip galima pastebėti 1.1. lentelėje, net ir 2010 metais sumažėjus vidutinei temperatūrai Lietuvoje, atvykusių užsieniečių srautas nesumažėjo, lyginant su praėjusiais metais. Galima teigti, kad vidutinės temperatūros didėjimas yra vienas iš veiksnių, kuris padeda mažinti sezoniškumą Lietuvos turizmo sektoriuje.

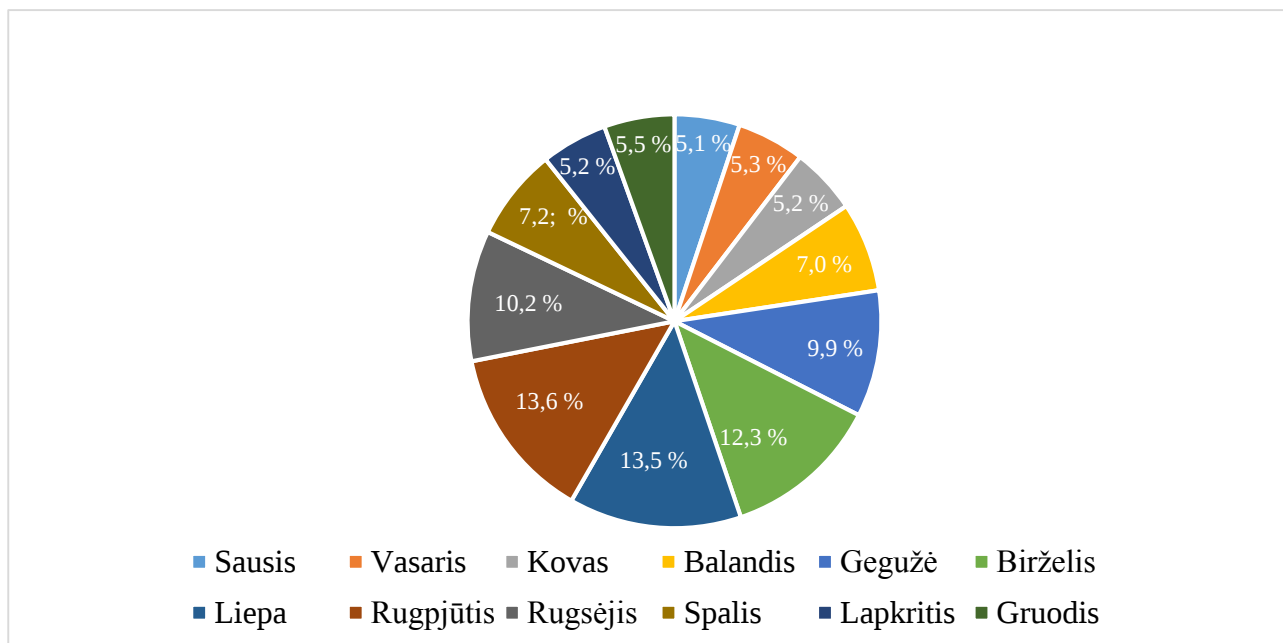
Lietuvoje sezoniškumas pastebimas tokiuose kurortuose kaip Birštonas, Druskininkai, Neringa ir Palanga. Kurortų veikla yra specifinė ir skiriasi nuo kitų miestų funkcionavimo, kadangi sezoniško lankomumo veiksnys daro įtaką kurortų ekonomikai, gyventojų socialinei gerovei bei riboja tolygią kurorto plėtrą. Gydomųjų ir turistinių paslaugų teikimas ne sezono metu kurortams suteikia galimybę kompensuoti sezoniškumo veiksnio įtaką. Kurortinės gydymo paslaugos teikiamos ištisus metus, be to teikiamos papildomos turizmo paslaugos, kurios tiesiogiai nepriklauso nuo oro sąlygų arba jos pritaikomos atskiriems metų laikams, pvz. veikia uždari vandens pramogų parkai, žiemą įrengiamos slidinėjimo trasos ar čiuožyklos ir kt. Sezoniškumas daro nevienodą įtaką atskirų tipų kurortų veiklai (Lietuvos regioninių tyrimų institutas, 2004).

Remiantis oficialioje Vilniaus turizmo svetainėje pateiktais statistiniais duomenimis, Vilniuje 2015 metų I - III ketvirčiais viešbučių kambarių užimtumas siekė 65,8 %. Tuo tarpu 2014 metais tuo pačiu laikotarpiu Vilniaus viešbučių numeriai užimti buvo 63,3 %. Didžiausias kambarių užimtumas 2015 metais buvo rugsėjo mėnesį – 79,1 %. 2015 m. I - III ketvirčiais Vilniaus viešbučių lovų užimtumas siekė 50 % (<http://www.vilnius-tourism.lt>). Tai parodo, kad Vilniuje mažiausias sezoniškumas buvo juntamas rugsėjo mėnesį. Remiantis UAB „Ekonominės konsultacijos ir tyrimai“ (2014) atlikto tyrimo rezultatais, kurio metu buvo apklausta 1008 15 - 74 m. amžiaus Lietuvos gyventojų, vasara tai populiariausias atostogų laikas tarp Lietuvos gyventojų. Lietuvoje vasarą pasirinko atostogauti 90,4 % Lietuvos gyventojų, kelionių į užsienį laikas buvo pasirinktas pavasaris arba rudenį. Todėl galima teigti, kad norėdami išvengti sezoniškumo Lietuvoje, ne vasaros sezono laikotarpiu, gyventojai išvyksta atostogauti į užsienį. Dubinskienės V., Liepinytės – Medeikės V., Mačiūno E. (2008) teigimu, turizmas apima atostogas (darbo atostogas, trumpas savaitgalio išvykas ar vienos dienos keliones), verslo keliones, draugų ar giminių lankymą, taip pat išvykas, susijusias su mokslu, sportu, sveikata ar religija. Tai taip pat parodo, kad su laiku ir datomis siejamas sezoniškumas atsiranda renkantis trumpas keliones, kurios yra pasirenkamos būtent palankiausiomis datomis, kurios vėliau siejamos su sezoniškumo atsiradimu.

Bergin - Seers S. (2008) teigia, kad sezoniškumas turizme turi didelę įtaką atvykstančių į regioną turistų skaičiui ir todėl kelia grėsmę įmonių klestėjimui regione. Pavyzdžiui, sezoniškumas gali daryti didelį spaudimą turizmo įmonių personalui, kadangi tinkamo personalo galima rasti daugiau apgyvendintose vietovėse. Tačiau gerai apmokyti specialistai retai pasirenka nepastovias darbo vietas, kurios siūlomos kaimo turizmo sodybose. Sezoninį darbą dažniau renkasi jaunimas, ar asmenys kuriems reikia papildomo uždarbio galimybių. Taip pat susisiektis kaimo vietovėje yra labiau komplikotas, todėl palankiausios sąlygos čia dirbti yra vietiniams gyventojams.

Kreag G. (2001) nuomone sezoniškumas sukuria didelę riziką įmonėms ir didina nedarbo problemas. Todėl galima teigti, kad sezoniškumas mažina ir darbo jėgos panaudojimo galimybes. Kaimo turizmo sodybos yra įsikūrusios atokesnėse kaimo vietovėse, čia gyvenantys žmonės, taip pat negali pilnai naudotis kaimo čia siūlomomis darbo vietomis. Taip pat ekonominiu požiūriu, kaimo turizmo verslas turi būti labai gerai suplanuotas, kadangi gautos pajamos sezono metu, bus panaudojamos ir ne sezono metu. Viską reikia suplanuoti taip, jog net ir esant didelei sezoniškumo įtakai, kaimo turizmo sodybos savininkai gautų ne tik pajamas skirtas sodybai išlaikyti, bet ir gauti pelno. Nes kitu atveju šis verslas gali tapti ne pelningu, o nešančiu nuostolius.

Klientai, kurie apsilanko kaimo turizmo sodybose, dažniausiai renkasi kaimo turizmo sodybas tik šiltesnių sezonų metu (1.1 pav.). Turistai dažniau poilsiauja kaimo turizmo sodybose turistinio sezono metu, labai mažas procentas apsistoja juose ne sezono metu.



1.1 pav. Poilsiautojai kaimo turizmo sodybose 2015 m. sausio–gruodžio mėn.

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Lietuvos statistikos departamento duomenimis (2015)

Verta pastebėti, kad tokį mažą lankytojų skaičių žiemos metu lemia ne tik dažnas nepalankus oras, bet ir tai, kad dauguma sodybų neteikia paslaugų pasibaigus turistiniam sezonui (Gražulis,

Žuromskaitė, 2011). Remiantis Lietuvos statistikos departamento 2015 m. duomenimis, galima teigti, jog Lietuvoje kaimo turizmo sodybose pastebimas taip pat didelis lankytojų sezoniškumas (1.1 pav.). Sausio mėnesį čia apsilanko tik 5,1 % lankytojų, vasarį 5,3 %, kovą 5,2 %, balandį 7 %, gegužę 9,9 %, birželį 12,3 %, liepą 13,5 %, rugpjūtį 13,6 %, rugsėjį 10,2 %, spalį 7,2 %, lapkritį 5,2 %, gruodį 5,5 %. Daugiausiai lankytojų kaimo turizmo sodybos sulaukia vasaros sezono metu, tai birželio, liepos ir rugpjūčio mėnesiais. O šaltaisiais metų mėnesiais, sodybos nors ir suteikdamos dideles nuolaidas, sulaukia labai mažai klientų. Sezoniškumas turizme - tai pastoviai pasikartojanti, būdinga tam tikrai vietai cikliška turistinė veikla, susijusi su poilsio sąlygų pasikeitimu (Ковальчук, Олейникова, Чекмез, 2010). Todėl galima teigti, kad sezoniškumas kasmet cikliška atsirandanti problema, kurios padarinius tiesiog reikėtų mažinti. Kadangi sezoniškumas yra neišvengiamas Lietuvos turizmo sektoriuje, vertėtų prisitaikyti prie jo ir siūlyti tokias paslaugas, kurios padėtų kaimo turizmui klestėti visus metus.

Lietuvos turizmo plėtros 2014 - 2020 metų programoje (Lietuvos Respublikos Vyriausybė, 2014) trečiasis nurodomas tikslas yra mažinti turizmo paslaugų sezoniškumą. Šio tikslo pagrindiniai uždaviniai yra didinti kultūrinių renginių ir pramogų pasiūlą neturistinio sezono metu, didinti ir plėsti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą ne tik turistinio sezono metu, didinti aktyvaus žiemos poilsio turizmo paslaugų pasiūlą. Čia taip nurodomas ir toks sprendimo būdas kaip aktyvus ES lėšų panaudojimas, taip pat kaimo turizmo sodybų skatinimas dėl specializuotų paslaugų teikimo ir vystymo, siekiant sukurti konkurencingų produktų, patrauklių visais metų laikais. Žiemos turizmas šioje programoje nurodomas kaip efektyviausias būdas spręsti sezoniškumo problemą Lietuvos kaimo turizme.

Taigi galima teigti, kad sezoniškumui įtakos turi klimato kaita, kuri Lietuvoje yra ypatingai ryški. Taip pat turistų skaičius, kuris sumažėja pagal tam tikrą sezoną, o tai mažina ir darbo vietų skaičių, pajamas bei pelną kaimo turizmo sodybose. Sezoniškumas yra viena iš svarbiausių problemų kaimo turizmo sodybų versle, todėl reikia ieškoti šios problemos sprendimo būdų, kurie padėtų maksimaliai sumažinti klientų sumažėjimą ne sezono metu. Taip pat pasiūlyti naujas paslaugas arba pritaikyti jau esamas, kurios padėtų prisitaikyti prie tam tikro sezono.

1.2 Kaimo turizmo samprata

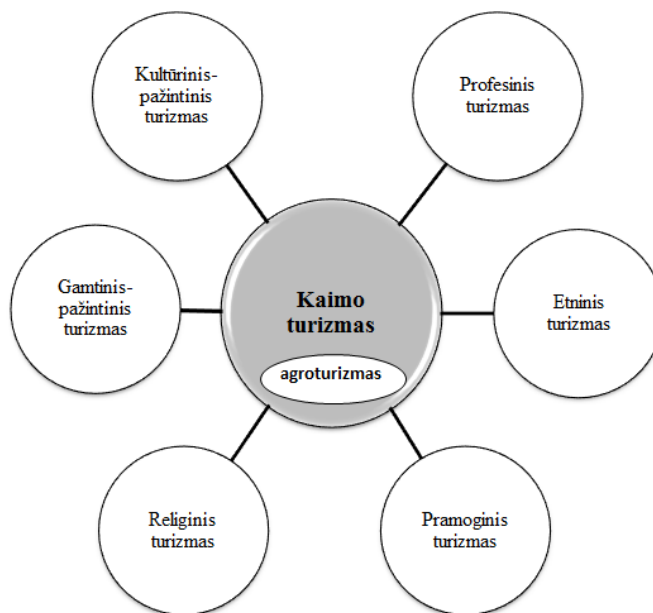
Vainienė I.(2001) teigia, kad kaimo turizmas paprastai yra suprantamas kaip paslaugos, teikiamos už urbanizuotų teritorijų ribų. Taip pat kaimo turizmas leidžia susipažinti su vietinėmis gamtos ir kultūros paveldo vertybėmis. Jis propaguoja gryną orą, tradicinę virtuvę, vietos amatus, kalendorines šventes, neskubų gyvenimą be įtampos ir poilsį gryname ore (Lehtimäki, 2009).

Dar tarpukario Lietuvoje (1918 - 1941 m.) pasiturintieji ir inteligentai vykdavo ilsėtis į savo giminių ar draugų vilas kaime. Tuo tarpu jaunimas, dažniausiai studentai keliaudami pro šalį pakeliui

apsistodavo pernaktoti pas ūkininkus. Visose apskrityse buvo įsteigti jaunimo kelionių globos komitetai, kurių kaimiškiems skyriams vadovaudavo ūkininkai - „kelionių bičiuliai“ (Beležentis, Žuromskaitė, 2012). Tai buvo viena iš priežasčių, kuri prisidėjo prie kaimo turizmo atsiradimo Lietuvoje. Kaimo turizmo verslas neatsiejamas nuo gamtinės aplinkos ir jos panaudojimo rekreacinei veiklai (Andriūnas, Astromskienė, Ramanauskienė, 2010). Taip pat kaimo turizmo plėtra yra gana naujas reiškinys, palyginus su tradicine kaimo vietovės ekonomine veikla (Gartner, 2005).

Kaimo turizmas klasifikuojamas pagal kaimo turizmo rūšis: tai gydomasis, poilsio, pažintinis, profesinis - dalykinis, religinis, sportinis, nuotykių ir etninis turizmas. Be šių išvardintų turizmo rūšių, kurios yra gana populiarios kaime, turistai tikisi užsiimti ir kita veikla, būdinga kaimui (Vainienė, 2001). Tačiau Lietuvoje, lyginant su kitomis Europos šalimis, per mažai kaimo turizmo objektų specializuojasi į vieną ar kitą rinkos segmentą. Lietuvoje pagrindinę kaimo turizmo rinkos dalį sudaro trumpalaikiai atostogautojai ir šeimos (Vainienė, 2002). Kaimo turizmas turėtų pabrėžti ir atskleisti kaimo aplinką, būti kaimiškas dydžiu, charakteristikomis ir pastatais, remtis šios aplinkos savybėmis ir požymiais, vietovės fiziniu, socialiniu ir kultūriniu potencialu, panaudoti esamus statinius ir įrenginius, įtraukti vietos bendruomenę (Vainienė, 2003).

Kaimo turizmas taip pat yra susijęs ir su daugeliu kitų turizmo rūšių, jų ryšys pavaizduotas 1.2 pav.



1.2 pav. Kaimo turizmo struktūra

Šaltinis: Andriukaitienė, R., Baltrūnaitė, D., Melville, R., (2011)

Andriukaitienė, R., Baltrūnaitė, D., Melville, R. (2011) apibrėžė kitų turizmo rūšių ryšį su kaimo turizmu. Pramoginis kaimo turizmas - tai kelionė į kaimą, norint linksmai ir nerūpestingai praleisti

laiką. Į tokias keliones paprastai vykstama savaitgaliui, maitinamasi kaimišku maistu. Kultūrinis pažintinis kaimo turizmas - kai norima susipažinti su kaimo teritorijoje esančiomis kultūrinėmis vertybėmis: koplytstulpiais, koplytelėmis, įdomiomis sodybomis, dvarais ir kt. Taip pat su žemės dirbimo būdais, kita žemės ūkio veikla, kaimo istoriją primenančiais pastatais, daiktais ir kt. Gamtinis pažintinis kaimo turizmas - kai siekiama pabūti gamtoje (žvejoti, grybauti, uogauti ir pan.), susipažinti su gamtos įdomybėmis - augalais, medžiais, gyvūnais, juos stebėti, fotografuoti. Profesinis kaimo turizmas - tai kelionės, susijusios su profesiniais interesais kaime.

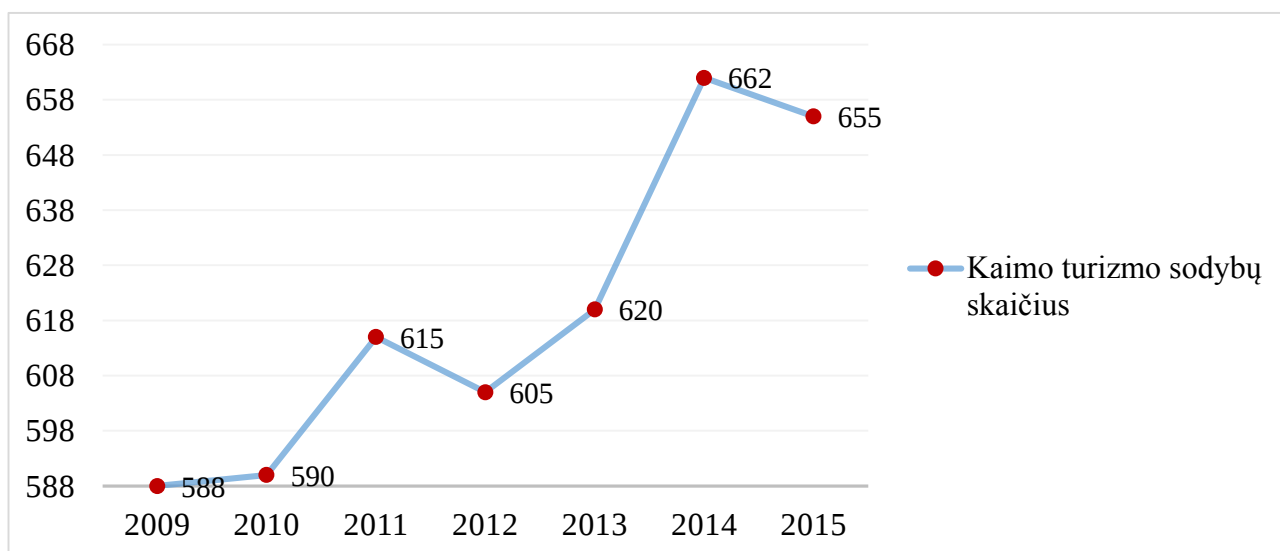
Etninis kaimo turizmas - kai turistai keliauja į kaimą aplankyti gimtųjų vietų, susipažinti su tėvų žeme. Dažniausiai jie apsistoja pas kaime gyvenančius gimines. Ši turizmo forma glaudžiai siejasi su poreikiu susipažinti su praeitimi, senove. Religinis kaimo turizmas - tai kelionės, kurių tikslas - atlikti kokias nors religines procedūras, misijas. Glaudžiai su kaimo turizmu yra susijęs gamtinis ir gamtinis - pažintinis turizmas, nes svarbiausias kaimo turizmo ir gamtinio turizmo rūšis galima atskirti tik iš dalies. Kai kuriais aspektais su kaimo turizmu yra susiję agroturizmas, religinis, etninis bei profesinis turizmas (Andriukaitienė, Baltrūnaitė, Melville, 2011).

Agroturizmo sąsajos su kaimo turizmu yra itin glaudžios tuose regionuose, kurių kaimo vietovėse vyrauja valstietiškas gyvenimo būdas. Agroturizmas išskiriamas kaip vienintelė specifinė kaimo turizmo rūšis, sukaupusi daugiausia kaimo turizmo ypatybių. Agroturizme turistas atvyksta į kaimą užsiimti savo malonumui žemės ūkio užsiėmimais. Lyginant su visa turizmo rinka, kaimo turizmas užima nedidelę jos dalį. Tačiau būtent šis sektorius auga sparčiausiai. Iki šiol turizmas daugiausia buvo sukoncentruotas urbanizuotose teritorijose. Tačiau didžiulis ir dar neišnaudotas turizmo potencialas telkiasi mažiau urbanizuotose teritorijose. Pagal Europos Sąjungos tendencijas, kaimo turizmas yra vienas iš kertinių regionų plėtros elementų (Andriukaitienė, Baltrūnaitė, Melville, 2011).

Jasaitis J., Kriauciūnienė V. (2009) teigia, kad Lietuvoje kaimo turizmo reikšmė ypač išsiplėtė įstojus į Europos Sąjungą (ES). Padidėjęs dėmesys naujosios ES narėms sąlygojo naujų turistinių maršrutų atsiradimą. Išnykus iki šiol keliones apsunkinantiesiems barjerams ir plečiantis beviziam režimui, Lietuvoje lankosi vis daugiau keliautojų iš Vakarų Europos valstybių. Tačiau šiuo metu lietuviškas kaimo turizmas daugiausia apsiriboja maitinimo ir nakvynės paslaugų teikimu turistams. Šiandien kaimo turizmas Lietuvoje siejamas su pramogų, o ne kultūros paveldo turizmu. Bet esama turizmo infrastruktūra gali būti pritaikyta ir siekiant naudotis kultūros paveldu (Lehtimäki, 2009).

Astromskienė A. (2009), nagrinėdama Lietuvos kaimo turizmo verslo pokyčius ir priežastis, pabrėžia, kad kaimo turizmas, Lietuvos integracijos į ES laikotarpiu, buvo viena iš sparčiausiai besivystančių alternatyvių žemės ūkiui kaimo veiklų. Per 1999 – 2008 m. laikotarpį šio verslo apimtys išaugo beveik 10 kartų. O tai kaimo turizmo verslui buvo labai didelis pasiekimas, kuris padėjo ne tik šio verslo plėtrai, bet ir tobulėjimui.

Lietuvos Statistikos Departamento duomenimis (1.3 pav.) 2009 m. buvo įregistruotos 588 kaimo turizmo sodybos, o 2015 m. Remiantis paskutiniais duomenimis, buvo įregistruotos 655 kaimo turizmo sodybos.



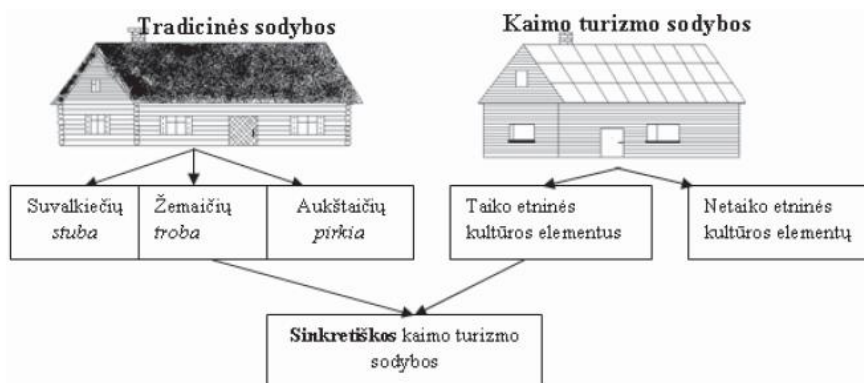
1.3 pav. Kaimo turizmo sodybų skaičius Lietuvoje

Šaltinis: sudaryta autorės pagal Lietuvos statistikos departamento duomenis (2014, 2015)

Tokie duomenys parodo, kad kaimo turizmo sodybų skaičius Lietuvoje nuo 2009 m. iki 2015 m. padidėjo 11,39 %. Tai įrodo, kad kaimo turizmas Lietuvoje yra plėtojama sritis, tačiau nelabai sparčiai. Žinoma Lietuva turi daug palankių galimybių kaimo turizmo plėtrai, tai ir jos geografinė padėtis, ir graži gamta, ir švelnus klimatas, ir senovine architektūra dvelkiantys miestai, ir svetingi žmonės. Visa tai sudaro labai geras turizmo plėtojimo prielaidas. Tačiau Lietuvoje šios turizmo plėtos sąlygos išnaudojamos nepakankamai, o pagal turizmo išsivystymą ir iš jo gaunamas pajamas Lietuva dar smarkiai atsilieka nuo pirmaujančių šioje srityje šalių (Andriūnas, Astromskienė, Ramanauskienė, 2010). Deja, Lietuvoje turime labai nedidelę siūlomų paslaugų įvairovę, neretai sodybų šeimininkai yra naujakuriai, neseniai įsigiję žemės bei be specialaus pasirengimo pradėję savo verslą. Jų žinios apie regiono istoriją, kultūrą bei paveldą yra menkos (Žuromskaitė, Gražulis 2011).

Andriukaitienė R., Baltrūnaitė D., Melville R. (2011) teigia, jog apibūdinant kaimo turizmą, neužtenka pasakyti, kad tai išvyka į kaimą ar poilsis kaime. Tai sąvoka platesnė ir gilesnė už mintį. Į kaimo turizmo prasmę sutelpa ir kaimo turizmo paslaugų ypatybės, kultūrinė ir gamtinė aplinka, tai ir kultūros, gilesnių papročių ir istorijos pažinimo priemonė. Be to, kaimo turizmas glaudžiai susijęs su kitomis turizmo šakomis, kas įtakoja įvairesnį paslaugų kompleksą bei galimybę prisitaikyti prie turistų poreikių, pomėgių bei gyvenimo būdo. Tačiau kaimo turizmo sodybos turi tam tikrus savo požymius, pagal kuriuos jas galima skirstyti dar smulkiau, išskiriant ir atskirus sodybų tipus. Pasak

Dusevičiūtės G. (2011), Lietuvoje skiriami trys pagrindiniai tradicinių sodybų tipai (1.4 pav.): suvalkiečių stuba, žemaičių troba ir aukštaičių pirkia.



1.4 pav. Tradicinės ir kaimo turizmo sodybų palyginimas

Šaltinis: Dusevičiūtė G. (2011)

Naudojant išvardintų tradicinių sodybų elementus sukuriamas kaimo turizmo sodybų tipas, kurį galime pavadinti sinkretišku. Taip pat yra išskiriami ir kaimo turizmo sodybų tipai: sodybos kurios taiko etninės kultūros elementus ir sodybos kurios netaiko etninės kultūros elementų. Dusevičiūtė G. (2011) taip pat teigia, kad vertėtų atkreipti dėmesį ir į sodybų pavadinimus. Dažniausiai jos būna vardinės: dominuoja žodelis „pas“ ir vardas, kaip pavyzdžiui „Pas Nijolė“, tačiau pasitaiko ir pavardės minėjimas „Pas Dapkus“. Pavadinimas gali būti susiję ir su gyvūnais, kaip pavyzdžiui, „Pas Bebrą“. Mėgstama pridėti žodį sodyba („Petrauskų sodyba“) arba dvaras („Dvarčėnų dvaras“). Šeimininkų nuomone, tai rodo sodybų išskirtinumą. Kartais tiesiogiai nurodoma relaksacijos ir reabilitacijos paslauga („Atsipūsk“ ar „Pailsėk kaime“). Skambesnis ir lengvesnis pavadinimas yra lengviau įsimenamas ir svečiams. Kaimo turizmo požymiai taip pat pabrėžiami ir Vainienės I. (2003) teiginyje, jog kiekviena veikla gali būti vadinama kaimo turizmu, jei tenkina šias sąlygas: vyksta kaimo vietovėje, organizuojama nedideliais mastais, naudoja vietinius išteklius (ekonominius, socialinius, kultūrinius, gamtinius), plėtros atveju paryškina vietinius bruožus. Todėl atsižvelgiant į šiuos požyrius galima atskirti kuri veikla gali būti vadinama kaimo turizmu, o kuri neatitinka šių požymių ir negali būti vadinama kaimo turizmu.

Populiarėjant kaimo turizmo sodyboms Gražulis V., Žuromskaitė B. (2011) pabrėžė, kad paskutinį dešimtmetį Lietuvos kaimas tapo populiarėjančiu turizmo objektu, nuo tada pradėjo kurtis pirmosios kaimo turizmo sodybos. Nežiūrint į tai, kad kaimo turizmo sodybos iki šiol neretai tapatinamos su vakarėlių, šeimos bei firmų švenčių rengimo vieta, paskutiniu metu dedamos nemažos pastangos pakeisti šį požiūrį - kaimo sodybos turistams palaipsniui tampa ramaus poilsio objektu. Kaimo turizmo sodybos turi puikias galimybes teikti platų turistinių paslaugų spektrą, pradedant nuo maitinimo ir apgyvendinimo, baigiant kaimo vakaronių rengimu bei galimybe dirbti ūkyje

(agroturizmo siūlomi produktai, pvz.: karvės melžimas, uogų rinkimas, ravėjimas ir kiti kaimo darbai). Galiausiai kaimo turizmas leidžia supažindinti turistus su Lietuvos kaimo išskirtinumu bei padeda išsaugoti jį ateities kartoms. Todėl yra labai svarbu puoselėti bei tausoti kaimo paveldą, o kaimo turizmas yra vienas iš efektyviausių būdų, kuris ne tik padeda išsaugoti kaimo tradicijas, bet ir suteikia puikias galimybes perteikti jas ne tik mūsų tautai, bet ir kitoms tautoms.

Lietuvoje yra palankios sąlygos kurti kaimo turizmo sodybas. Visoje šalies teritorijoje gausu turistinių išteklių - tiek gamtinių, tiek kultūrinių. Tai turėjo įtakos naujų kaimo turizmo sodybų kūrimuisi (Gražulis, Žuromskaitė, 2011). Kaimo turizmas yra sparčiai populiarėjantis verslas, todėl ir kaimo turizmo sodybos kuriasi labai greit.

1.3 Kaimo turizmo sodybų teikiamos paslaugos

Kaimo turizmo paslauga – kaimo gyvenamojoje vietovėje ar mieste, kuriame gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų, ūkininko sodyboje ar individualiame gyvenamajame pastate teikiama specialaus apgyvendinimo paslauga, kurios teikėjai privalo: turėti turistams apgyvendinti pritaikytą sodybą ar atskirus pastatus, kuriuose apgyvendinimui skirtų kambarių (numerių) yra ne daugiau kaip 20, sudaryti kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimus atitinkančias sąlygas. Fiziniai asmenys gali teikti kaimo turizmo paslaugas tik turėdami savivaldybės išduotą pažymėjimą, patvirtinantį, kad kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimai įvykdyti. Kaimo turizmo paslaugų kūrimas ir plėtojimas gali būti remiamas specialiosioms ir kitoms programoms vykdyti skirtomis lėšomis įstatymų ir kitų teisės aktų nustatyta tvarka, prioritetą teikiant kaimų architektūrinėms tradicijoms išlaikyti. Kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimus nustato Vyriausybė arba jos įgaliota institucija (Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas, 1998). Analizuojant šią paslaugą galima pateikti dar vieną apibrėžimą, kaimo turizmo paslauga - tai ne tik poilsio kaime teikimas. Kaimo turizmas - tai kelionė į kaimo vietovę, norint pailsėti gamtoje, maitintis natūraliu maistu bei užsiimti tai aplinkai būdinga veikla. Verslo požiūriu, kaimo turizmas yra visas kompleksas veiksmų, susijusių ne tik su tiesioginiu turistų ir poilsiautojų aptarnavimu, bet ir su kaimo infrastruktūros ir gerbūvio plėtojimu (Andriukaitienė, Baltrūnaitė, Melville, 2011). Tam, kad poilsis kaime būtų tinkamai organizuotas ir poilsiautojai mokėtų už teikiamas paslaugas pinigus, nepakanka juos tik apgyvendinti, o reikia dar įdėti daug pastangų, energijos, kūrybingumo ir darbo gerinant pagrindinę paslaugą (t.y. apgyvendinimą ir maitinimą), bei kokybiškai teikiant jas remiančias paslaugas (kaimo kultūros pažinimą, aktyvų poilsį ir t.t.). Visa tai apima svarbiausias verslo vadybos sritis – planavimą, organizavimą, apskaitą ir kontrolę. Paslaugų tarpusavio suderinimas yra vienas svarbesnių sėkmingos vadybos principų. Kadangi kaimo turizmas siejamas su kitomis turizmo rūšimis, tai organizavimas turėtų suderinti jų tarpusavio ryšius (Dulko, 2008).

Viena iš pačių pagrindinių paslaugų kaimo turizmo sodyboje yra apgyvendinimas. Vainienė I. (2001) teigia, kad apgyvendinimo paslauga - būtinos apgyvendinti sąlygos ir veikla, kuria tenkinami turisto nakvynės, higienos, maitinimo ir poilsio poreikiai. Apgyvendinimo paslaugą reiktų traktuoti kaip kompleksinę. Tenkinami asmens, išvykusio ilsėtis už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ilgiau nei parai, būtiniausi poreikiai. Tačiau pagrindinis dėmesys turėtų būti kreipiamas į buveinę (įstaigą), kurioje apsistoja turistai ar poilsiautojai. Kaimo turizmo apgyvendinimo paslaugai gali būti naudojami šie statiniai bei patalpos: individualūs gyvenamieji namai ar jų dalys (atskiri kambariai, mansardos, verandos ar pan.), ūkininkų sodybos ar jų dalys (svirnai, pirtys ar pan.), vasarnamiai, sodo, žvejų, medžiotojų nameliai. Apgyvendinimo paslaugų teikimą taip pat analizuoja Andriukaitienė R., Baltrūnaitė D., Melville R. (2011), jų teigimu apgyvendinimas - viena svarbiausių turizmo paslaugų sistemos sudedamųjų dalių. Atvykstantys į kaimo turizmo sodybas tikisi apgyvendinimo įvairovės ir gero aptarnavimo. Taip pat apgyvendinimui skirtoje patalpoje turi būti geros būklės baldai, įrenginiai, būtina informacija, taip pat pirmosios medicinos pagalbos priemonės (Baltrūnaitė, Melville, Andriukaitienė, 2011). Apgyvendinimo paslauga yra viena iš svarbiausių kaimo turizmo sodyboje, todėl viso patalpos turi būti įrengtos taip, kad patenkintų visus kaimo turizmo sodyboje nakvojančių klientų poreikius.

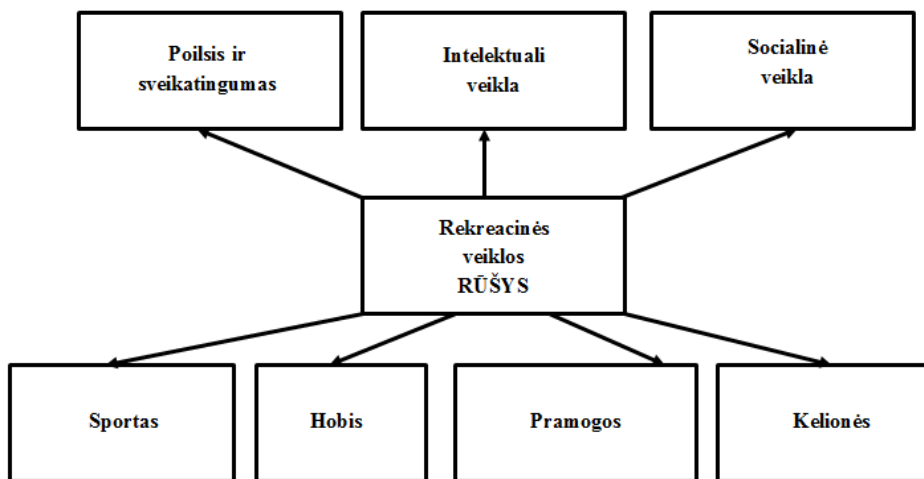
Maitinimo paslaugas kaimo turizme analizuojančios Andriukaitienė R., Baltrūnaitė D., Melville R. (2011), teigia, kad turizmo ir apgyvendinimo verslas yra neatsiejamas nuo turizmo ir apgyvendinimo paslaugų. Tačiau, jeigu apgyvendinimo paslaugos yra reikalingos tik turistams, atvykusiems į regioną ilgiau nei vienai parai, tai maitinimo paslaugos yra aktualios ir trumpam vizitui atvykusiems asmenims. Apskaičiuota, jog pajamos iš maitinimo paslaugų sudaro apie 60 % visų kaimo turizmo pajamų. Andriukaitienė R., Baltrūnaitė D., Melville R. (2011) taip pat teigia, kad maitinimas kaimo turizmo sodyboje gali būti teikiamas šiais būdais:

- Organizuotas maisto ruošimas ir tiekimas – kai visiškai, arba iš dalies turistus maitina sodybos šeimininkai, neįregistravę viešojo maitinimo įstaigos;
- Savitarnos virtuvės - kai maistą gali gamintis patys turistai;
- Viešojo maitinimo įstaigos teikiamos paslaugos;
- Mišrus maitinimo būdas. Dažniausiai pasitaiko šie mišraus maitinimo būdai: organizuotas maitinimas ir savitarna, viešojo maitinimo įstaigos savitarna.

Kiekvienoje kaimo turizmo sodyboje yra pasirenkami skirtingi maitinimo būdai, todėl savininkai patys pasirenka koks būdas yra jiems priimtiniausias (Baltrūnaitė, Melville, Andriukaitienė, 2011).

Dar viena iš kaimo turizmo paslaugų yra laisvalaikio (rekreacinė) veikla, kuri neatsiejama kaimo turizmo dalis. Viena iš pagrindinių veiklų kaime ir yra poilsis, jėgų atgavimas bei būvimas gryname ore. Laisvalaikio (rekreacinės) veiklos sampratą pateikia Vainienė I. (2001), jos teigimu rekreacinė veikla- sąmoningas žmogaus užsiėmimas, skirtas fizinių ir dvasinių jėgų atstatymui. Todėl ši veikla

yra plačiai plėtojama kaimo turizmo versle, bei yra viena iš pagrindinių turistų traukos objektų. Laisvalaikio užsiėmimai pagal vietą kaimo turizmo sodybose yra grupuojami į: rekreacinę veiklą sodybų pastatuose, lauko rekreacinę veiklą kieme ir rekreacinę veiklą kaimo apylinkėse (Vainienė, 2003).



1.5 pav. Rekreacinės veiklos rūšių tipologija

Šaltinis: Vainienė I. (2001)

Pagal pobūdį rekreacinė veikla skirstoma į 7 rūšis (1.5 pav.): poilsis ir sveikatingumas, intelektualinė veikla, hobis, sportas, kelionės, socialinė veikla ir pramogos. Kalbant apie kiekvieną atskirai, Vainienė (2001) išskyrė ir pagrindinius jų bruožus. Poilsio ir sveikatingumo pagrindinis tikslas yra relaksacija, tai noras atsipalaiduoti, sumažinti įtampą. Intelektuali veikla laisvalaikio apima savišvietą, kultūrinę veiklą, kūrybą. Hobis - gilus, intensyvus domėjimasis daiktais, reiškiniais, veikla ir jų tyrimas ar kolekcionavimas. Sportas - platus aktyvių užsiėmimų spektras. Šie užsiėmimai reikalauja įgūdžių, strateginio mąstymo ir sėkmės, nes jų metu gali būti varžomasi.

Taip pat minimos ir kelionės, kurios yra vienos iš populiariausių rekreacinių užsiėmimų savaitgalio ir atostogų metu. Į keliones vykstama pažinimo, poilsio, nuotykių ar kitais tikslais. Socialinė veikla rekreacijos proceso metu susijusi su draugiškumo, malonumo, džiaugsmo atmosferos kūrimu grupinėje aplinkoje. Na, o pramogos - tai tokia rekreacinė veikla, kuri teikia malonumą, nereikalauja susikaupimo, žinių, fizinių sugebėjimų ir neteikia jokios materialios naudos (Vainienė, 2001).

Lietuvoje kaimo turizmo sodybas ir jų teikiamų paslaugų kokybę galima atskirti pagal Lietuvos kaimo turizmo asociacijos pavirtintą gandrų klasifikaciją. Lietuvos kaimo turizmo asociacija veiklą pradėjo 1997 m., kuomet nariais buvo tik 17 sodybų. 2015 m. kovo 26 d. duomenimis Asociacija vienija 382 narius (<http://www.atostogoskaime.lt>). Gandro simbolis šalia sodybos tinklapyje

www.atostogoskaime.lt parodo, kad sodyba yra asociacijos narė, o gandrų skaičius nurodo teikiamų paslaugų lygį. Vienu gandru vertinamas žemiausias paslaugų lygis, penkiais aukščiausias (1.6 pav.).

	Nakvynė ant šieno svirne arba kukliai įrengtoje sodyboje. Svečiai gyvena savarankiškai, teikiama nedaug paslaugų.
	Svečiai gyvena sodyboje, vasarnamyje. Sanitariniai mazgai, dušo kabinos bendri visiems poilsiautojams. Svečių būstas tvarkomas, galima tartis dėl maitinimo. Yra pirtis.
	Svečiai gyvena sodyboje atskirai nuo šeimininkų. Kambariai dviviečiai ir triviečiai. Sanitariniai mazgai, dušo kabinos ne kiekviename kambaryje. Poilsiautojams skirta virtuvė, indai. Yra pirtis, galimos įvairios pirčių rūšys.
	Jaukiai sutvarkyta sodybos aplinka. Vienviečiai ir dviviečiai kambariai su visais patogumais, aptarnavimo paslaugos, gausi atrakcijų pasiūla, kulinarinio paveldo tradicijos, švenčių, seminarų, konferencijų organizavimas. Yra pirtis, galimos įvairios pirčių rūšys (lietuviška, rusiška, norvegiška (kubilas).
	Komfortiška sodyba. Labai gerai sutvarkyta infrastruktūra. Puikus aptarnavimas. Sodyboje yra maitinimas, gausu paslaugų ir pramogų.

1.6 pav. Paslaugų klasifikacija pagal gandrų skaičių

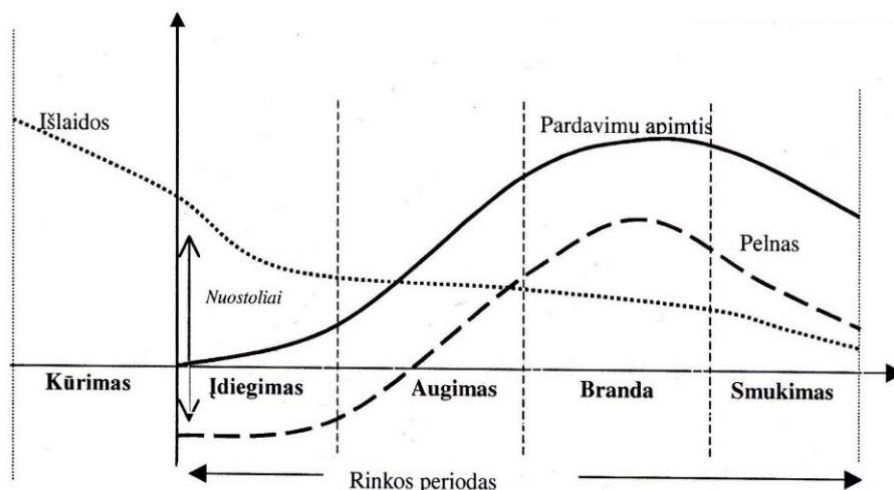
Šaltinis: <http://www.atostogoskaime.lt>

Kaimo turizmo sodybos palaipsniui pradeda siūlyti vis daugiau naujų paslaugų, todėl tai padeda klestėti šiam verslui. Taip pat daugelį klientų traukia ir galimybė pailsėti gamtos apsuptyje, atokiau nuo miesto šurmulio, gaunant ir būtiniausias apgyvendinimo, maitinimo paslaugas bei užsiimti įvairia rekreacine veikla. Paslaugų kokybė ir jų įvairovė yra vienas iš sėkmės garantų turizmo versle.

1.4 Paslaugų pardavimo valdymas turizme

Vienas iš pagrindinių sėkmingo paslaugų pardavimo garantų pagal Baležentį A., Žuromskaitę B. (2012) yra ne tik kelti teikiamų paslaugų kokybę, bet ir ne ką mažiau yra svarbu kelti dirbančių žmonių kompetenciją. Todėl galima teigti, kad neužtenka vien gerinti paslaugų kokybę, siekiant didesnio paslaugų pardavimo. Taip pat kalbant apie paslaugų pardavimo valdymą turizme vertėtų pabrėžti Vainienės I. (2001) teiginį, kad gamintojas turi gaminti ne tai, ką gali gaminti ir ką moka gaminti, o turi gaminti tokias prekes ir teikti tokias paslaugas, kurių pageidauja pirkėjai. Prieš pradėdant gaminti prekę ar teikti paslaugą reikia išsiaiškinti pirkėjų pageidavimus. Kai išsiaiškintos galimybės gaminti prekę ar teikti paslaugą, prasideda prekės ar paslaugos kelias iki vartotojo: prekės sukūrimas ir gamyba, paslaugos sukūrimas ir teikimas, prekės ženklo kūrimas, prekės įpakavimas ir įvardijimas, kainos prekei nustatymas, nuolaidų numatymas, pateikimo būdo nustatymas, vietos pardavimui, pateikimui radimas, prekių ir paslaugų reklamos būdo ir vietos parinkimas. Norint kuo ilgiau išlaikyti paslaugą ar prekę rinkoje, reikia atsižvelgti į pagrindinių verslo rodiklių priklausomybę

nuo produkto gyvavimo ciklo etapų. Vainienės I. (2001) teigimu, yra keturios stadijos: įvedimas (pasirodymas rinkoje), augimas, branda (klestėjimas) ir smukimas (pav.1.7). Pagal tai kokioje stadijoje yra produktas ar paslauga svyruoja ir pardavimai. Norint išlikti rinkoje ir nepatirti nuostolių būtina atsižvelgti į šias stadijas ir gerinti produktą, bei įdiegti įvairias naujoves. Nes kitu atveju paslaugų pardavimai gali smarkiai sumažėti paversdami verslą nepelningu ir įmonė patirs vien nuostolius.



1.7 pav. Pagrindinių verslo rodiklių priklausomybė nuo produkto gyvavimo ciklo etapų

Šaltinis: Vainienė I. (2001)

Norint paskatinti vartotoją pirkti, pasinaudojama marketingo komplekso elementu, kuris vadinamas rėmimu. Vainienės I. (2001) teigimu, rėmimas tai informavimo ir įtikinėjimo veiksmas, darantis įtaką vartotojo sprendimui pirkti siūlomą produktą. Skiriamos keturios rėmimo veiksmų grupės: asmeninis pardavimas (tiesioginis pardavėjo ir pirkėjo bendravimas, kurio metu pardavėjas daro įtaką potencialaus pirkėjo sprendimams), pardavimų skatinimas (trumpalaikiai veiksmai, kuriais pirkėjui sudaromos ypatingos produktų pirkimą skatinančios sąlygos), populiarinimas (santykiai su įvairiomis organizacijomis, visuomenės sluoksniais ir asmenimis, padedantys kurti teigiamą įvaizdį ir sudarantys palankias sąlygas jos veiklai), reklama (tai užsakovo apmokamas, produktą pristatančios ir pardavimą remiančios informacijos neasmeninis perdavimas).

1.4.1 Turizmo paslaugų pardavimo samprata

Norint sėkmingai parduoti teikiamas paslaugas neužtenka jas tiesiog pateikti klientui. Teikiant paslaugas reikia nuolatos atkreipti dėmesį į kliento poreikius bei tai kaip jis vertina jam suteikiamas paslaugas. Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme (1998) turizmo paslauga įvardinama kaip fizinių ir juridinių asmenų veikla, kuria tenkinami turistų kelionės organizavimo, apgyvendinimo,

maitinimo, vežimo, informacijos, pramogų ir kiti poreikiai. Pasak Baleženčio A., Žuromskaitės B. (2012) turistai gali nusipirkti tokias turizmo rinkoje teikiamas paslaugas: turistų apgyvendinimas, turistų gabenimas iš vienos vietos į kitą nepriklausomai nuo atstumų ir šalių, turistų maitinimas, turistų poreikių užtikrinimas, nepriklausomai nuo kelionės tikslų, informacijos turistams užtikrinimas, ryšių priemonių prieinamumo užtikrinimas, organizacinės paslaugos (vizos, draudimas, vertėjai, gidai ir pan.), specializuotų ir įprastų prekybos įstaigų paslaugos, tarpininkavimo paslaugos, buitinės paslaugos, sveikatingumo ir sportinės paslaugos. Turizmo paslaugos pardavimas yra sudėtingas procesas, todėl negali būti aiškinamas tradicine prasme kaip produktas, kurio charakteristikos yra lengvai pastebimos ir įvertinamos perkant (Danilevičienė, Navickienė, 2011).

Andriukaitienė R., Baltrūnaitė D. ir Melville R. (2011) teigia, jog paslaugos pasižymi keturiomis pagrindinėmis savybėmis, lemiančiomis rinkodaros pobūdį - neapčiuopiamumu, heterogeniškumu, nekaupiamumu, neatskiriamumu. Paslaugos neapčiuopiamumas įvardijamas kaip paslauga, kuri yra veikla arba procesas, todėl pagal savo pobūdį yra fiziškai neapčiuopiama. Klientams sunku įvertinti paslaugos naudą, kol ją nepasinaudoja. Apibūdinant heterogeniškumą, išskiriama paslaugų veiklos dalyvių sąveika, kuri reiškia, kad ši veikla beveik visada yra vykdoma, turint ribotas ekonomines galimybes, kad paslaugų kokybė labai priklauso nuo jas teikiančių žmonių kvalifikacijos ir įgūdžių, klientų išprusimo ir tokių išorės veiksnių kaip vieta, laikas ir pan. Svarbiausia heterogeniškumo priežastis - žmonių santykiai. Dėl paslaugų neapčiuopiamumo, jų teikimo ir vartojimo vienovės nulemtų apribojimų paslaugų neįmanoma kaupti, todėl joms būdingas nekaupiamumas, t.y trumpas galiojimo laikas. Neatskiriamumas tai paslaugos savybė, kai paslaugos teikiamos ir vartojamos vienu metu, kitaip nei prekės. Ši paslaugos savybė kelia tam tikrų reikalavimų personalui, jo kvalifikacijai, ypač tų darbuotojų, kurie bendrauja su klientais (Andriukaitienė, Baltrūnaitė, Melville, 2011).

1.4.2 Specialūs pasiūlymai, paslaugų paketai

Kaimo turizmo sodybos plėtros galimybe gali tapti turistiniai paketai, kooperuojant atskirų, greta esančių sodybų skirtingas paslaugas, pvz.: viena kaimo turizmo sodyba teikia apgyvendinimo paslaugas, kita - maitinimo, trečioji - būtų atsakinga už atostogaujančio turisto laisvalaikį ir pan. Deja, turistiniai paketai Lietuvoje, siekiant padidinti lankytojų skaičių, nėra sudaromi (Gražulis, Žuromskaitė, 2011). Žalys L. (2002) pabrėždamas paslaugų svarbą kaimo turizme, teigia, kad būtent šiandieninėje rinkoje išsilaikyti galės tik tos kaimo turizmo sodybos, kurios sugebės lanksčiai reaguoti į svečių poreikius. Norėdamas visapusiškai patenkinti klientus, sodybos personalas privalo turėti pakankamai žinių apie sodybos politiką, produktą, aptarnavimo kultūrą, paslaugų kokybę bei bendravimą su svečiais. Bagdonienės L., Hopenienės R. (2009) manymu, organizacijos dėl prastos kokybės patiria ne tik moralinę žalą (nepatenkinti vartotojai ir personalas), bet ir materialių nuostolių.

Specialūs pasiūlymai Vainienės I. (2001) teigimu gali būti:

- Nemokamai suteikiama galimybė pasinaudoti paslauga. Sudaromos sąlygos išbandyti naujai siūlomą paslaugą.
- Dovanos ir premijos. Nusipirkusieji kaimo turizmo paslaugų paketą gauna dovaną arba suteikiama galimybė labai pigiai įsigyti papildomą paslaugą.
- Konkursai ir loterijos. Vartotojas gali dalyvauti ir laimėti paslaugą kaip prizą. Konkursuose reikia pademonstruoti tam tikras žinias, o loterijos yra pagrįstos atsitiktinumo principu.
- Ypatinga kaina (trumpalaikis jos sumažinimas). Tai priemonė, naudojama kartu su reklama. Ši priemonė, naudojama kartu su reklama. Ši priemonė dažnai naudojama, siekiant paskatinti pirkimą ypatingomis progomis (pvz. Švenčių metu, sukaktuvių nuo verslo pradžios paminėjimo proga ir kt.)
- Mažesnė paslaugų ilgesniam laikotarpiui ar didesnio paslaugų kiekio pirkimo kaina. Pirkdamas kaimo turizmo paslaugas iš karto ilgesniam laikotarpiui ar kelis paslaugų paketus, pirkėjas moka mažiau.
- Įvairūs specialūs pasiūlymai pritraukia didesnį klientų susidomėjimą, jiems suteikiama galimybė gauti mažesnes kainas arba netgi nemokamai. Danilevičienės L. ir Navickienės R. (2011) teigimu, turizmo paslaugų paketą sudaro objektyvūs (apčiuopiami) ir subjektyvūs (neapčiuopiami) komponentai. Kitaip tariant, turizmo paslaugų paketas yra visos paslaugos ir prekės bei jų sąveika su paslaugos teikėjais.

Turizmo paslaugų paketas – už bendrą kainą parduoti parengtas turizmo paslaugų rinkinys, kurį sudaro ne mažiau kaip dvi turizmo paslaugos, įskaitant transportą ir (ar) apgyvendinimą, kai paslaugų trukmė viršija parą (Lietuvos Respublikos Turizmo įstatymas, 1998). Remiantis šiuo apibrėžimu galima teigti, kad turizmo paslaugų paketą pirkti klientui yra taip pat ir patogiau, kadangi už visas suteikiamas paslaugas jau yra pateikta bendra kaina ir klientui nereikia rūpintis papildomų paslaugų apmokėjimu, kadangi sumokėdamas už paslaugų paketą klientas gali pasirinkti sau palankiausią variantą.

Turistui kaimo sodyboje paprastai siūlomas paslaugų paketas (rinkinys), tenkinantis turistų pirminius (rekreacijos, kur labai svarbus yra gamtinis rekreacinis kompleksas, kultūros vertybių kompleksas, socialinė aplinka) ir antrinius (maitinimo, apgyvendinimo, svetingumo ir pan.) kaimo aplinkoje poreikius, apimantis pagrindines (dėl kurių realizavimo gali egzistuoti konkrečių paslaugų teikėjas) bei antrines (papildomas ir palengvinančias, t. y. tas paslaugas, kuriomis šie paslaugų teikėjai sugeba konkuruoti idealios konkurencijos sąlygomis) paslaugas (Damulienė, 2012). Įvairūs specialūs pasiūlymai ir paslaugų paketai labai prisideda prie kliento pritraukimo, kas paskatina ir didesnį paslaugų pardavimo skaičių.

2. TYRIMO DIZAINAS

Šiame skyriuje bus pateikiama atliekamo tyrimo metodų analizė, tyrimo eigos pristatymas ir kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ veiklos pristatymas. Skyriaus pradžioje bus analizuojami tyrimo metu panaudoti metodai, vėliau pristatoma atliekamo tyrimo eiga bei tyrimo respondentų atranka. Skyriaus gale bus pristatoma kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ veikla.

Tyrimo problema. Norint sumažinti turizmo paslaugų sezoniškumo poveikį paslaugų pardavimui reikia nustatyti sezoniškumo daroma įtaką.

Tyrimo objektas. Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ teikiamos paslaugos.

Tyrimo tikslas. Atskleisti sezoniškumo poveikį paslaugų pardavimui.

Tyrimo uždaviniai:

1. Atlikti kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ teikiamų paslaugų analizę.
2. Identifikuoti sezoniškumo įtaką kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimui.

Tyrimo metodai: duomenų rinkimas ir analizė, teikiamų paslaugų analizė, kiekybinio tyrimo metodas: anketinė vartotojų apklausa.

2.1 Tyrimo metodų analizė

Sezoniškumo įtakos kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimui tyrime panaudoti metodai: duomenų rinkimas ir analizė, teikiamų paslaugų analizė, anketinė vartotojų apklausa. Šiam tyrimui atlikti pasirinktas kiekybinis tyrimo tipas, Kardelio K. (2002) teigimu, tai tyrimas kuriam labiau būdingas siekis ieškoti išorinių reiškinių požymių, išgaunant įvairius rodiklius, kurie gali būti išreikšti skaičiais ir matuojami. Todėl kiekybinio tyrimo mokslinę vertę nusako gauti jo rezultate kiekybiniai rodikliai. Be to, kiekybinis tyrimas yra labiau struktūrizuotas ir suplanuotas, nes tyrimo metodai bei duomenų matavimo priemonės dažniausiai būna sukonstruotos dar prieš tyrimą. Pagrindiniai šio tyrimo bruožai: problema yra formuluojama prieš renkant duomenis, nes surinkti duomenys gali turėti įtakos problemai, todėl gali tekti rinkti papildomus duomenis. Prieš pradedant tyrimą, atidžiai studijuojama literatūra. Tai padeda tyrėjams išvengti nesėkmių, kurios būdingos darbo pradžiai.

Duomenų rinkimas ir analizė Kardelio K. (2002) nuomone yra etapas, kai renkami duomenys, kurie ir turi patikrinti daromas prielaidas. Kalbant apie empirinio tyrimo duomenis, reikia pastebėti,

jog duomenys visų pirma - tai daiktų, reiškinių, požymių arba objektyvios tikrovės ryšių atspindys. Tačiau tai neobjektyvios aplinkybės, nes ne realūs objektai, o duomenys apie juos sudaro empirinį mokslo pagrindą. Taigi duomenys - bet kurio mokslinio tyrimo žaliava, ir tai svarbiausias, lemiamas dalykas tikrinant hipotezes.

Glažytės – Molienės O. (2004) teigimu, duomenų šaltiniai yra vidiniai ir išoriniai. Vidiniai duomenų šaltiniai yra įvairios ataskaitos (mėnesinės, ketvirtinės, metinės), kompiuteriniai duomenų failai, kuriuos kaupia firmos ir organizacijos savo reikmėms. Išoriniai duomenų šaltiniai – tai įvairūs statistiniai leidiniai, statistinės informacijos rinkimo organizacijos, leidžiančios tyrėjui pasinaudoti jų surinkta medžiaga. Kai kitų surinktos informacijos nagrinėjamu klausimu nėra, duomenis tenka gauti savarankiškai tyrinėjant arba atliekant eksperimentą. Taip pat taikomas teikiamų paslaugų analizės metodas, kuris parodė kokios yra paslaugos ir kokiomis savybėmis jos pasižymi. Remiantis mokslinės literatūros šaltiniais ir moksliniais duomenimis, atlikta išsami ir moksliškai pagrįsta paslaugų analizė.

Kardelio K. (2002) teigimu, efektyvi literatūros analizė nėra tik tyrimų bei jų rezultatų santrauka. Greičiau čia pateikiami atrinkti esminiai leidiniai, susiję su šioje srityje nagrinėtomis žiniomis, argumentais ir temomis. Taip pat išskiriama literatūros apžvalgos seka: preliminarinių šaltinių paieška, antrinių šaltinių panaudojimas, pagrindinių šaltinių analizė, apibendrinimas.

Tyrimo metu taip pat naudojamas metodas: anketinė apklausa raštu. Glažytės – Molienės O. (2004) teigimu apklausos būdu gaunamos informacijos patikimumo (atitikimo realią tikrovę) laipsnio dydį lemia respondento (apklausiamojo asmens) sąžiningumas ir tai, kaip gerai jis išmano tiriamojo dalyko esmę, t.y. ar gali iš esmės atsakyti. Priklausomai nuo informacijos pobūdžio ir jos gavimo būdų skiriama: anketinė apklausa, interviu, sociometrinė apklausa. Šio tyrimo metu buvo atliktas apklausos metodas ir pasirinktas tyrimo įrankis: anketinė apklausa. Mūsų šalies mokslinėje praktikoje dominuoja anketinė apklausa (Kardelis, 2002). Todėl galima teigti, kad tai vienas iš efektyviausių ir populiariausių metodų, kuris padeda gauti norimus duomenis.

2.2 Tyrimo eigos pristatymas

„Sezoniškumo įtakos kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimui“ tyrimo eigos etapai remiantis Kardeliu K. (2002) yra šie:

1. Pasiruošimas tyrimui. Šis etapas susijęs su tyrimo planavimu arba, kitaip tariant - tai tyrimo (temos) metodologinis pagrindimas. Jame išskirtinas:
 - a. literatūros studijavimas;
 - b. temos formulavimas;
 - c. tyrimo problemos (tiriamojo klausimo) aptarimas;
 - d. tyrimo objekto apibūdinimas;

- e. tyrimo tikslo ir uždavinių nusakymas.
2. Tyrimo proceso organizavimas (tyrimo metodų ir procedūrų aptarimas, tiriamųjų kontingento – imties tūrio parinkimas ir kiti klausimai).
3. Empirinių duomenų rinkimas. Šiame etape renkami duomenys, kurie turi patvirtinti arba paneigti tyrimo hipotezę.
4. Tyrimo duomenų apdorojimas. Čia išskirtinas:
 - a. statistinis gautų duomenų apdorojimas, jeigu tyrime buvo taikyti kiekybiniai tyrimo metodai arba panaudotos skaitmeninės kokybinių tyrimų rezultatų reikšmės;
 - b. teorinis duomenų apdorojimas (duomenų aptarimo skyrius);
 - c. gautų rezultatų praktinis pritaikymas (siūlomi būdai arba konkrečios rekomendacijos, tačiau tik tais atvejais, kada tyrimo rezultatai leidžia tai padaryti).

Tyrimo imties atrankos būdas yra atsitiktinis. Glažytės – Molienės O. (2004) teigimu, atsitiktinės atrankos privalumas yra tas, jog kiekvienas tiriamos visumos vienetas turi apibrėžtą galimybę patekti į imtį ir, remiantis tikimybinėmis charakteristikomis, galima pagrįsti gaunamų parametrų įverčių tikslumą. Be to, didinant imtį, rezultatai gaunami tikslesni. O griežtas atsitiktinumo principo prisilaikymas visiškai eliminuoja sistemine paklaidą. Taip pat imties sudarymo būdas šiame tyrime yra paprastoji atsitiktinė imtis. Glažytės – Molienės O. (2004) nuomone, paprastoji atsitiktinė imtis - tai vadinamas urnos modelis, garantuojantis visiems populiacijos elementams lygią tikimybę patekti į imtį. Tokiai imčiai sudaryti reikalingi visi populiacijos elementai, todėl tokios imties ėmimo būdas efektyvus tada, kai tiriama visuma nėra labai didelė ir kiekvienam elementui nesunku priskirti numerį.

Kiekybinio tyrimo tiriamosios visumos generalinę aibę (populiaciją) sudaro kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ lankytojai, kurios vienetas - paslauga pasinaudojęs klientas. Tiriamosios visumos generalinės aibės (populiacijos) dydis pasirinktas pagal sodyboje gautą sodybos lankytojų statistiką, kurioje pateikiama kiek klientų apsilanko tiriamuoju laikotarpiu. Tai yra 212, todėl tiriamosios visumos generalinė aibės (populiacijos) dydis yra 212. Pasirinkti būtent sodybos klientai, nes jie gali tiksliausiai atsakyti kodėl pasirinko šią kaimo turizmo sodybą ir padėti tinkamai įvertinti sezoniškumo įtaką kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimui.

Respondentų imties dalis apskaičiuota remiantis Alekrinskio A., Bulotienės D. ir kt. (2012) pateikta Paniotto V.I. formule (2.1).

$$n = \frac{1}{\Delta^2 + \frac{1}{N}} \quad (2.1)$$

n – imties dydis (reikiamas respondentų skaičius);

Δ – leistina paklaida (šiam tyrime taikoma 5 % paklaida);

N – tiriamosios visumos generalinė aibė.

Ši formulė yra plačiai naudojama įvairiuose socialiniuose tyrimuose ir padeda tiksliai nustatyti reikiamą respondentų skaičių, kuris padės surinkti tiksliausius duomenis. Norint apskaičiuoti imtį reikalingas imties leistinos paklaidos dydis. Pasak Pruskaus V. (2003) socialinių mokslų tyrimuose standartine paklaida laikoma 5 %, kurią gauname su 0,95 tikimybe, pavyzdžiui, 95 proc. patikimumo atveju (klaidos tikimybė = 0,05). Todėl formulėje (2.2) naudojamas imties paklaidos dydis lygus 0,05. Turint visus reikiamus duomenis, apskaičiuota tyrimo imtis.

$$n = \frac{1}{0,05^2 + \frac{1}{212}} = \frac{1}{0,0025 + 0,0047} = \frac{1}{0,0072} = 138,89 = 139 \quad (2.2)$$

Remiantis šia formule (2.2) gauti rezultatai, kurie parodo, kad tyrimo imties dydis yra 139. Tokių būdu Kardelio K. (2002) teigimu, parinktiems, imtį sudarantiems individams galime pateikti (arba išsiųsti paštu) klausimyną (anketą), stebėti jų elgseną arba taikyti bet kokią kitą tyrimo uždavinius atitinkantį metodą, patikimai į vertinantį tiriamą jį reiškini (problema).

Duomenų rinkimo metodas panaudotas tyrimo atlikimui yra apklausa. Šis metodas pasirinktas todėl, kad yra informatyvus, nebrangus ir tikslus. Pasak Glažytės – Molienės O. (2004), apklausa tai vienas labiausiai paplitusių metodų konkrečiuose socialiniuose tyrimuose. Tai universalus metodas, kuriuo galima gauti informaciją apie individo elgesio motyvus, jo realios poelgius praeityje bei dabartiniu metu ir apie jo ketinimus ateityje. Ypač nepakeičiamas apklausos metodas yra tais atvejais, kai norima gauti informacijos apie subjektyvias individo nuomones, jausmus, elgesio motyvus. Šiuo atveju tai padės sužinoti sezoniškumo daroma įtaką paslaugų pardavimui.

Panaudotas tyrimo instrumentas - anketinė apklausa raštu, kurioje respondentams užduodami klausimai padedantys gauti reikiamus duomenis, tyrimo atlikimui. Anketinės apklausos raštu rūšis pasirinkta bevardė (anoniminė) anketa. Pasak Tidikio R. (2003) anoniminė (bevardė) anketa – atsakęs asmuo lieka nežinomas (atsakymai žymimi tik pliusu ar minusu, pabraukiamas atsakymas arba kaip nors kitaip žymima). Taip išsaugomas respondentų privatumas ir suteikiama galimybė būti labiau atviriems, kadangi jų asmeninė informacija nebus pasiekama kitiems. Tokiam tyrimui atlikti anketa yra vienas iš tinkamiausių tyrimo instrumentų.

Panaudotas anketavimo būdas yra išdalijimas (tai kai anketą išdalija ir ją užpildo vietoje arba namuose ir sutartu laiku grąžina tyrėjui. Tokiu atveju visos anketos grąžinamos, o dar, kai jos užpildomos vietoje, galima kontroliuoti anketų užpildymo procesą, ko neįmanoma padaryti anketuojant kitais būdais (Glažytė – Molienė, 2004). Remiantis išdalijimo būdu respondentai anketas pildė pačioje kaimo turizmo sodyboje „Bagdononių slėnis“.

Tyrimo metu panaudotas klausimynas, kurį sudaro 18 įvairaus tipo klausimų. Naudotos anketos pavyzdys pateikiamas 1 priede. Anketą sudaro 3 demografiniai klausimai ir 15 vertinimo pobūdžio klausimų, kuriais Glažytės - Molienės O. (2004) teigimu, matuojamas nuomonių intensyvumas. Pagal klausimų pateikimo formą galimi keturi jų tipizavimo atvejai: atviri ir uždari, tiesioginiai ir

netiesioginiai klausimai (Kardelis, 2002). Šio tyrimo metu naudoti uždari klausimai. Todėl tyrimo anketa yra uždaro tipo (kai visi atsakymų variantai yra iš anksto numatyti ir užfiksuoti klausimyne) (Glažytė – Molienė, 2004). Analizuojant uždaro tipo klausimus, Kardelio K. (2002) nuomone, tai yra klausimai kurie susideda iš dviejų skirtingų komponentų: a) paskatinančios dalies (sudominantys klausimai) ir b) atsakymų dalies (galimi atsakymų variantai). Kai klausimai uždari, respondentas turi pasirinkti vieną galimų atsakymų variantą. Remiantis Kardeliu K. (2002) anketoje panaudotos klausimų skalės:

- a) nominalinė skalė - tai objektyvių duomenų apie respondentą nustatymas. Pavyzdžiui, įvertinamas amžius, lytis, šeimyninė padėtis, darbinės ar kitokios veiklos pobūdis, išsilavinimas ir kiti kokybiniai rodikliai. Visa tai sudaro demografinę anketos dalį.
- b) ranginė skalė - tai bene dažniausias duomenų grupavimo būdas. Jo esmė ta, kad visi atsakymai eina griežtai didėjančia ar mažėjančia tvarka.
- c) intervalinė skalė - padeda išmatuoti bei palyginti kai kuriuos požymius, turinčius skaitmeninę išraišką, pavyzdžiui, amžių, išsilavinimą ir pan. Skalės gali būti su lyginiais ir nelyginiais intervalais. Pavyzdžiui, darbo stažas nuo 1 iki 3 metų, nuo 3 iki 5 metų, nuo 5 iki 10 metų, didesnis kaip 10 metų (nelyginiai intervalai); arba darbo stažas nuo 1 iki 3 metų, nuo 3 iki 6 metų, nuo 6 iki 9 metų, nuo 9 iki 12 metų ir t.t. (lyginiai intervalai).

Duomenų analizės metodas buvo atliktas pasinaudojus anketinės apklausos metu gautais duomenimis. Remiantis turima informacija sumodeliuoti grafikai ir aptarti gauti rezultatai, atlikta statistinė duomenų analizė, kurios metu duomenys buvo apdoroti statistiškai bei pateikti grafiškai. Taip pat pateikti tyrimo metu gautų duomenų aprašymai ir pateiktos išvados. Gautų duomenų analizei atlikti buvo naudojamosi Microsoft Office Excel programa.

Tyrimas buvo atliekamas kaimo turizmo sodyboje „Bagdononių slėnis“, kuri yra įsikūrusi šalia Bagdononių kaimo, Trakų rajone. Tyrimo laikas buvo nuo 2016 metų vasario 1 d. iki 2016 m. balandžio 29 d. Respondentai, kurie buvo kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ klientai turėjo užpildytas anketas atiduoti asmeniškai, tačiau dėl to su dideliais sunkumais nebuvo susidurta. Švenčių metu visą laiką teko būti sodyboje ir bendrauti su klientais, todėl paprašius atsakyti į anketoje pateiktus klausimus, daugelis svečių noriai sutiko tai padaryti.

2.3 Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ veiklos pristatymas

Sodyba "Bagdononių slėnis" įsikūrusi nuo 2010 metų, šalia Bagdononių kaimo, Trakų rajone, ant ežero kranto, vaizdingame Strėvos aukštupio kraštovaizdžio draustinyje, netoliese teka upė Strėva. Sodybos teritorija yra 312 arų. Atstumas nuo Vilniaus iki sodybos 47,5 km., nuo Kauno iki sodybos

62,5 km. (<http://www.bagdononiuslenis.lt>). Sodybą sudaro pagrindinis namas, du svečių namukai ir atskira pirtelė prie ežero, nakvynės vietų yra 56. Sodybos prekinis ženklas pateiktas 2.1 pav.



2.1 pav. Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ prekinis ženklas

Šaltinis: <http://www.bagdononiuslenis.lt>

Pagrindiniame name (2.2 pav.) įsikūrusi vestuvių - pobūvių, konferencijų salė, cokoliniame aukšte yra mini baras, antrame aukšte - gyvenamieji kambariai. Du papildomi nameliai yra skirti svečių apgyvendinimui ir poilsiui. Sodybos pirtelės pirmame aukšte yra rusiška pirtis, dušas tualetas, persirengimo kambarys. Mansardoje - poilsinė patalpa su miegamomis vietomis. Sodyba pritaikyta rengti vestuves, pobūvius, konferencijas, įmonės šventes ar tiesiog pailsėti ir smagiai praleisti laiką natūralios gamtos prieglobstyje (<http://www.bagdononiuslenis.lt>).



2.1 pav. Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ pagrindinis namas

Šaltinis: <http://www.savaitgalis.lt>

Čia teikiamos paslaugos: salių nuoma, pirties su vantomis nuoma, renginių organizavimas, salės papuošimo paslaugos, SPA baseino, kabilo, baidarių, valčių nuoma, futbolo, tinklinio, vaikų žaidimų aikštelės, lauko židiny, maitinimo, apgyvendinimo ir aptarnavimo paslaugos. Sodybos teritorijoje ganosi avys, kurias galima pašerti duona.

3. TYRIMO REZULTATAI IR APTARIMAS

Šiame skyriuje bus pateikiami ir aptariami atlikto tyrimo „Sezoniškumo įtaka kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimui“ gauti rezultatai. Taip pat pateikiami ir analizuojami rezultatai apie kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimą, atliekamas sezoniškumo įtakos paslaugų pardavimui vertinimas, pasiūlomos paslaugų pardavimo sezoniškumo mažinimo perspektyvos.

3.1 Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimas

Tyrimo metu apklausą pradėjo 139 respondentai, tačiau grįžtamasis ryšys sulauktas iš 135 apklaustųjų. Toks grąžintų anketų skaičius gali būti siejamas su dideliu respondentų bendradarbiavimu, apklausos nesudėtingumu ir suprantamumu. Iš 139 išdalintų anketų, 4 iš jų buvo sugadintos ir netinkamos tolimesniam tyrimo rezultatų pateikimui. Iš tyrimo metu dalyvavusių 135 respondentų anketas atsakė 74 moterys ir 61 vyras. Apklausos metu buvo apklausiami vienos kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ lankytojai.

Apklausoje dalyvavo 135 respondentai. Iš kurių 61 buvo vyrai ir 74 moterys. Lyčių pasiskirstymo šiame tyrime procentinė dalis matoma žemiau pateiktoje lentelėje 3.1.

3.1 lentelė. **Demografinių duomenų rezultatai pagal respondentų lytį**

Klausimas	Atsakymų variantai	Pasirinkimų santykis, %
Jūsų lytis	Vyras	45,2
	Moteris	54,8

Šaltinis: sudaryta autorės

Respondentų pasiskirstymas pagal lytį yra nelygus, šiame tyrime daugiau dalyvavo moterų, nei vyrų. Tačiau procentinis pasiskirstymas nėra labai didelis ir galima teigti, kad lyčių skirtumas tarp respondentų nėra labai ryškus. Skirtumas tarp respondentų vyrų ir moterų yra 9,6 %, kai moterų yra daugiau. Toks pasiskirstymas padės tiksliau apdoroti duomenis, kadangi yra panašus abiejų lyčių respondentų skaičius ir skirtumas nėra labai didelis.

Visų respondentų amžius buvo įvairus, nuo mažiau nei 18 metų ir daugiau nei 66 metų, todėl amžius nebuvo ribojamas. Apklausoje dalyvavusių respondentų amžiaus pasiskirstymas pateikiamas 3.2 lentelėje. Remiantis gautais rezultatais galima teigti, kad tiriamuoju laikotarpiu kaimo turizmo sodyboje daugiausia lankėsi asmenys nuo 26 metų iki 35 metų, jų buvo 38,5 %, o mažiausiai asmenys sulaukę 66 metų ir daugiau, jų buvo tik 0,7 %.

3.2 lentelė. Demografinių duomenų rezultatai pagal respondentų amžių

Klausimas	Atsakymų variantai	Pasirinkimų santykis, %
Jūsų amžius	< 18 m.	3,0
	19 m. – 25 m.	11,1
	26 m. – 35 m.	38,5
	36 m. – 45 m.	25,9
	46 m. – 55 m.	11,9
	56 m. – 65 m.	8,9
	66 m. <	0,7

Šaltinis: sudaryta autorės

3.3 lentelėje pateikiami rezultatai pagal respondentų gyvenamąją vietą. Kaimo turizmo sodyba „Bagdononių slėnis“ yra įsikūrusi Trakų rajone, o jos lankytojai yra ne tik iš Vilniaus apskrities ar Trakų rajone. Remiantis šios apklausos duomenimis galima teigti, kad daugiausia respondentų, tiriamuoju laikotarpiu, buvo iš Vilniaus (34,8 %), o mažiausiai iš Kaišiadorių (0,7 %).

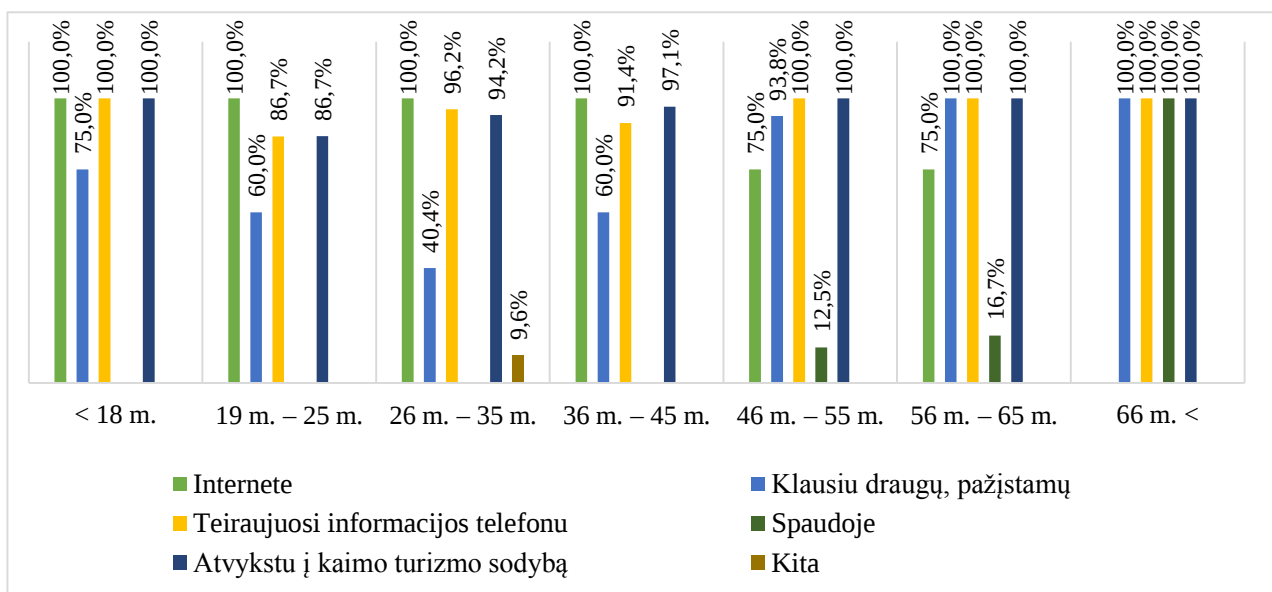
3.3 lentelė. Demografinių duomenų rezultatai pagal respondentų gyvenamąją vietą

Klausimas	Atsakymų variantai	Pasirinkimų santykis, %
Jūsų gyvenamoji vieta	Vilnius	34,8
	Kaunas	26,7
	Trakai	3,7
	Šalčininkai	3,0
	Vievis	8,2
	Gabriliava	2,2
	Kaišiadorys	0,7
	Aukštadvaris	3,7
	Grigiškės	2,2
	Paluknys	5,9
	Elektrėnai	3,0
	Onuškis	4,4
	Marijampolė	1,5

Šaltinis: sudaryta autorės

Respondentai atsakinėdami į šį klausimą galėjo patys įrašyti savo gyvenamosios vietos pavadinimą, todėl pasiskirstymas yra labai įvairus. Nors tiriamuoju laikotarpiu sodyboje daugiausiai vyko įvairios šeimos šventės (vestuvės, gimtadieniai) ir kiek mažiau įmonės švenčių, pasiskirstymas nebuvo labai tolygus ir kaip galima pastebėti pagal pateiktus duomenis, asmenys atvyko iš įvairiausių miestų, miestelių. Taip pat didžioji dalis respondentų buvo iš didžiųjų Lietuvos miestų: Vilniaus (34,8%) ir Kauno (26,7 %), o tai yra 61,5 %. Likusieji miestai ir miesteliai sudaro 38,5 % visų respondentų.

Norint išanalizuoti kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ siūlomų paslaugų pardavimus, labai svarbu nustatyti ar vartotojai žino kur galima rasti informacijos apie tam tikras paslaugas bei naujienas. Nes paslaugos pardavimo efektyvumas priklauso nuo jos populiarumo bei žinomumo. Taip pat yra labai svarbu pasirinkti tinkamus būdus, pagal kuriuos informacija būtų pasiekama įvairioms amžiaus grupėms. Tyrimo metu respondentų buvo klausiama kur jie ieškojo ar ieškotų informacijos apie šią kaimo turizmo sodybą. Kadangi yra labai svarbu identifikuoti svarbiausius informacijos šaltinius skirtingoms amžiaus grupėms ir taip kuo labiau pritaikyti jau esamus, bei įdiegti naujus, atsižvelgiant į vartotojų poreikius. Todėl respondentų pasirinkimas pateikiamas remiantis priklausomybe nuo respondentų amžiaus 3.1 pav.



3.1 pav. Respondentų informacijos apie kaimo turizmo sodybą „Bagdononių slėnis“ ieškojimo būdų vertinimo priklausomybė nuo amžiaus

Šaltinis: sudaryta autorės

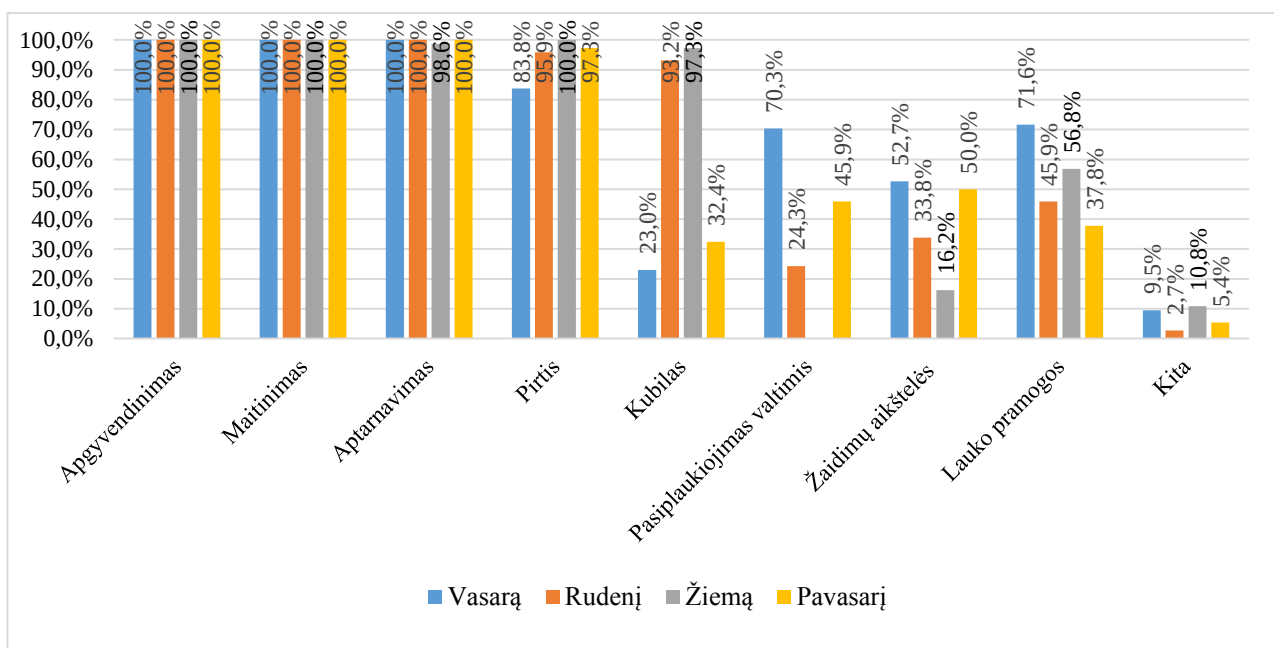
Remiantis 3.1 paveikslėlyje pateiktais duomenimis, galima teigti, kad amžiaus grupėje iki 18 metų ir 18 metų respondentai visi ieškojo ar ieškotų informacijos apie šią kaimo turizmo sodybą internete, teirautųsi informacijos telefonu ir patys atvyktų į kaimo turizmo sodybą. Ši amžiaus grupė visiškai nesinaudotų spauda. Amžiaus grupėje nuo 19 iki 25 metų, respondentai taip pat visi pasirinko internetą, o informacijos ieškojimo spaudoje nepasirinko nei vienas respondentas. Amžiaus grupėje nuo 26 iki 35 metų ir amžiaus grupėje nuo 36 iki 45 metų visi respondentai pasirinko informaciją internete, bei nepasirinko informacijos ieškojimo spaudoje. Visos anksčiau paminėtos amžiaus grupės kurias galėtume apibrėžti kaip asmenys iki 45 metų rinkosi informacijos ieškojimą internete ir nesirinko ieškojimo spaudoje, tačiau amžiaus grupėje nuo 46 iki 55 metų didžiausiu prioritetu buvo informacijos teiravimasis telefonu ir atvykimas į kaimo turizmo sodybą. Taip pat visi respondentai

nuo 56 iki 65 metų informacijos teirautųsi telefonu, patys vyktų į kaimo turizmo sodybą ir klaustų draugų ir pažįstamų nuomonės. Na, o respondentai nuo 66 metų ir daugiau, kurių iš viso buvo 0,7 %, visiškai nesinaudotų internetu, ir visi informacijos ieškotų telefonu, apsilankydami pačioje kaimo turizmo sodyboje, spaudoje, klausdami draugų ir pažįstamų nuomonės.

Remiantis šiais duomenimis galima daryti išvadą, kad respondentams iki 46 metų pagrindinis informacijos gavimo šaltinis yra internetas, o kiek vėliau seka informacijos gavimas telefonu ar apsilankymų sodyboje metu. Draugų ar pažįstamų nuomonė yra viena iš mažiausiai svarbių informacijos šaltinių, o spaudoje šie respondentai informacijos išvis nieieškotų. Ryškus skirtumas matomas lyginant respondentus nuo 46 metų ir daugiau. Remiantis šių amžiaus grupių atsakymais, interneto svarba pradeda mažėti, kol amžiaus grupėje nuo 66 metų ir daugiau išvis pranyksta. Respondentai nuo 46 metų visi rinkosi informacijos gavimą pokalbio telefonu metu, taip pat apsilankius kaimo turizmo sodyboje, jiems tapo svarbi draugų ir pažįstamų nuomone. Priešingai nei prieš tai buvusios amžiaus grupės, šie respondentai pasirinko ir informacijos ieškojimą spaudoje. Remiantis visais šiais duomenimis, galima teigti, kad vyresniems žmonėms yra svarbesnis realus bendravimas, todėl ir informacijos pateikimas internete nėra pakankama priemonė, norint pritraukti šias amžiaus grupes. Norint užtikrinti pardavimus šioms amžiaus grupėms nepakaks tik pagerinti reklamą ar papildyti informaciją, šie respondentai turi patys pamatyti, išgirsti ir nustatyti teikiamų paslaugų kokybę.

Vienas iš sėkmingo pardavimo garantų yra teikiamų paslaugų kokybė, nes norint išlaikyti jau esamą klientą svarbu patenkinti visus jo poreikius, kad klientas norėtų sugrįžti vėl. Naudojantis įvairiomis informacijos platinimo ar reklamos skleidimo būdais galima skleisti klientus labiausiai pritraukiančią informaciją apie paslaugų kokybę, tačiau geriausiai tai parodo pačių klientų įvertinimai. Vertindami teikiamų paslaugų kokybę kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ klientai visiškai sutiko su šiais teiginiais: sodybos teritorija švari ir tvarkinga, maistas skanus, aptarnaujantis personalas paslaugus, dėmesingas ir draugiškas, sodybos teritorijoje pakanka vietos pailsėti, pasigrožėti gamta, taip pat visi respondentai sodyboje jautėsi saugūs. Tai parodo, kad teikiamų paslaugų kokybę yra gera, tačiau norint nustatyti sezoniškumo įtaką paslaugų pardavimui svarbu identifikuoti ir kurios iš visų šiuo metu kaimo turizmo sodyboje teikiamų paslaugų respondentų manymu yra svarbiausios, atsižvelgiant į metų sezonus. Taip pat svarbu išskirti vyrų ir moterų požiūrius, kad kuo tiksliau nustatytume ko būtent trūksta ar kas yra svarbiausia vienai ar kitai lyčiai. Dažnai paslaugos yra siūlomos bendrai, neatsižvelgiant į pačius klientus. Vertindami bendrai negalėtume identifikuoti tikslų lyčių poreikių ir vėliau pateikti pasiūlymų, kurie būtų tinkami bei pritaikyti vyrams ir moterims, taip pat įvertinę lyčių nuomones atskirai galėtume parengti tam tikrus pasiūlymus, kurie būtų tiksliai parengti atsižvelgiant ne į stereotipus, o tikslus respondentų pasirinkimus. Tai padėtų ne tik padidinti pardavimų skaičių, bet ir pamatyti kas labiau reikalinga tam

tikru sezonų ar kuo reikėtų respondentus sudominti labiau. 3.2 paveikslėlyje pateikiama šiuo metu kaimo turizmo sodyboje teikiamų paslaugų svarbumo vertinimo priklausomybė nuo moteriškos lyties.



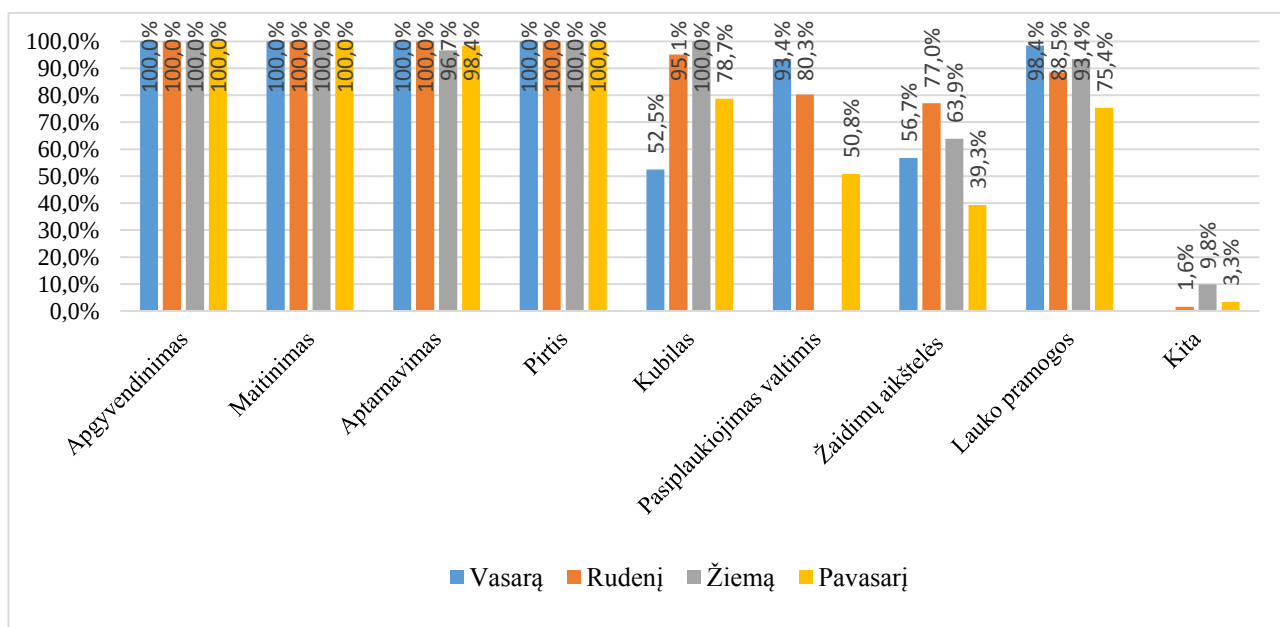
3.2 pav. Kaimo turizmo sodyboje teikiamų paslaugų svarbumo vertinimo priklausomybė nuo moteriškos lyties

Šaltinis: sudaryta autorės

Nagrinėjant 3.2 paveikslėlyje pateiktus duomenis aiškiai matoma, kad tiek vasarą, rudenį, žiemą ar pavasarį respondentėms moterims svarbiausios paslaugos yra maitinimas, apgyvendinimas ir aptarnavimas. Taip pat svarbia paslauga respondentės laiko pirties paslaugas, kurios joms svarbiausios atrodo žiemą, o mažiausiai svarbios vasaros metu. Kubilo paslaugos svarbiausiomis išrinktos žiemą, o mažiausiai svarbios vasaros metu. Pasiplaukiojimas valtimis labiausiai svarbus vasarą, o mažiausiai rudens sezono metu. Žaidimų aikštelės svarbiausiomis išrinktos vasarą, o mažiausiai svarbiomis žiemos metu. Sodybos teritorija yra labai didelė, todėl ir lauko aikštelės skirtos sportui ar žaidimams yra paruoštos visais metų laikais, tačiau respondentėms svarbiomis jos daugiausiai pasirodė tik vasaros metu, todėl šį pasirinkimą galima būtų priskirti prie ryškaus paslaugos sezoniškumo pavyzdžių. Tačiau lauko pramogos respondentėms žiemos metu nebuvo mažiausiai svarbios, mažiausiai svarbiomis jas priskyre pavasario sezono metu, o labiausiai svarbiomis vasaros sezono metu. Taigi galima daryti išvadą, kad respondentėms moterims visais sezonais svarbiausiomis yra maitinimo, apgyvendinimo ir aptarnavimo paslaugos, visos kitos paslaugos yra svarbios mažiau. Žiemos ir rudens sezonų metu moterims taip pat svarbiausia yra pirtis

ir kubilas. Pasiplaukiojimas valtimis, lauko pramogos, žaidimų aikštelės ir kitos pramogos respondentams rūpi mažiausiai.

Apklausus respondentus vyrus, jų apklausos atsakymai pateikiami 3.3 pav.



3.3 pav. **Kaimo turizmo sodyboje teikiamų paslaugų svarbumo vertinimo priklausomybė nuo vyriškos lyties**

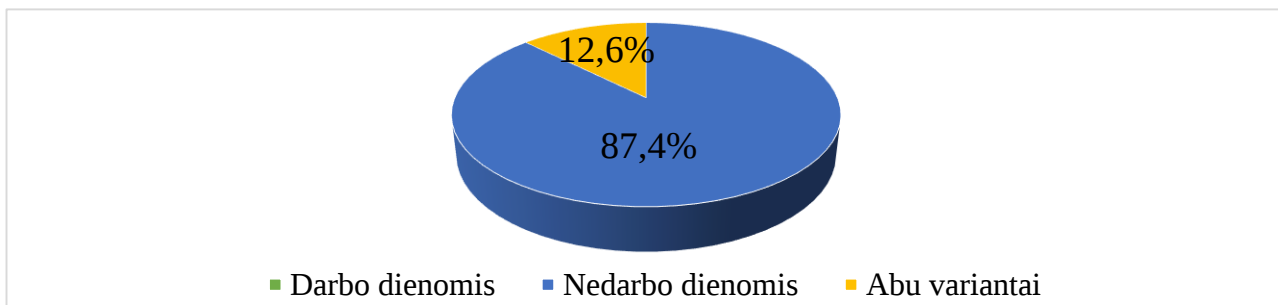
Šaltinis: sudaryta autorės

Respondentai vyrai svarbiausiais visais sezonais išskiria apgyvendinimą, maitinimą, aptarnavimą ir pirties paslaugas. Taip pat lyginant su moterų atsakymais, visos paslaugos procentiniais dydžiais yra svarbesnės. Tai rodo, kad vyrams yra labiau svarbios kabilo, pasiplaukiojimo valtimis, žaidimo aikštelių ir lauko pramogos. Taip pat, vyrai kaip ir moterys žiemos sezono metu išskyrė kabilo bei pirties paslaugas, kas abiejų lyčių respondentams pasirodė vienodai svarbu. Vyrams lauko pramogos pasirodė svarbesnės nei moterims visais sezonais. Kubilas ir lauko pramogos respondentams vyrams svarbesnės nei žaidimų aikštelės ar pasiplaukiojimas valtimis.

Apibendrinant abiejų lyčių atsakymus galima teigti, kad ir moterims ir vyrams vienodai svarbios paslaugos yra apgyvendinimas, maitinimas ir aptarnavimas, taip pat jiems vienos iš svarbiausių paslaugų yra pirtis ir kubilas. Skirtingai vyrai ir moterys pasirinko pasiplaukiojimą valtimis, vyrams visais metų sezonais ši paslauga pasirodė svarbesnė. Taip pat vyrams svarbesnėmis pasirodė žaidimų aikštelių paslaugos ir lauko pramogos. Tik pavasario sezoną žaidimų aikštelės moterims pasirodė svarbesnės nei vyrams. Atsižvelgiant į šiuos duomenis galima tobulinti paslaugas taip, kad jos taptų svarbesnėmis tam tikrais sezonais. Taip pat remiantis šiais duomenimis bus galima atidžiau atsižvelgti jau į konkrečios lyties klientų pageidavimus ar numatyti kokiomis paslaugomis klientus pritraukti ir išlaikyti būtų palankiausia.

3.2 Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ sezoniškumo įtakos paslaugų pardavimui įvertinimas

Sezoniškumas kaimo turizmo sodyboje pasižymi ne vien tik metų sezonų kaita, tačiau ir savaitės dienų sezoniškumu. Klientai dažnai renkasi kaimo turizmo sodybas ne tik konkrečioms šventėms, bet ir tam tikromis savaitės dienomis, tai matoma ir žemiau pateiktame 3.4 pav.



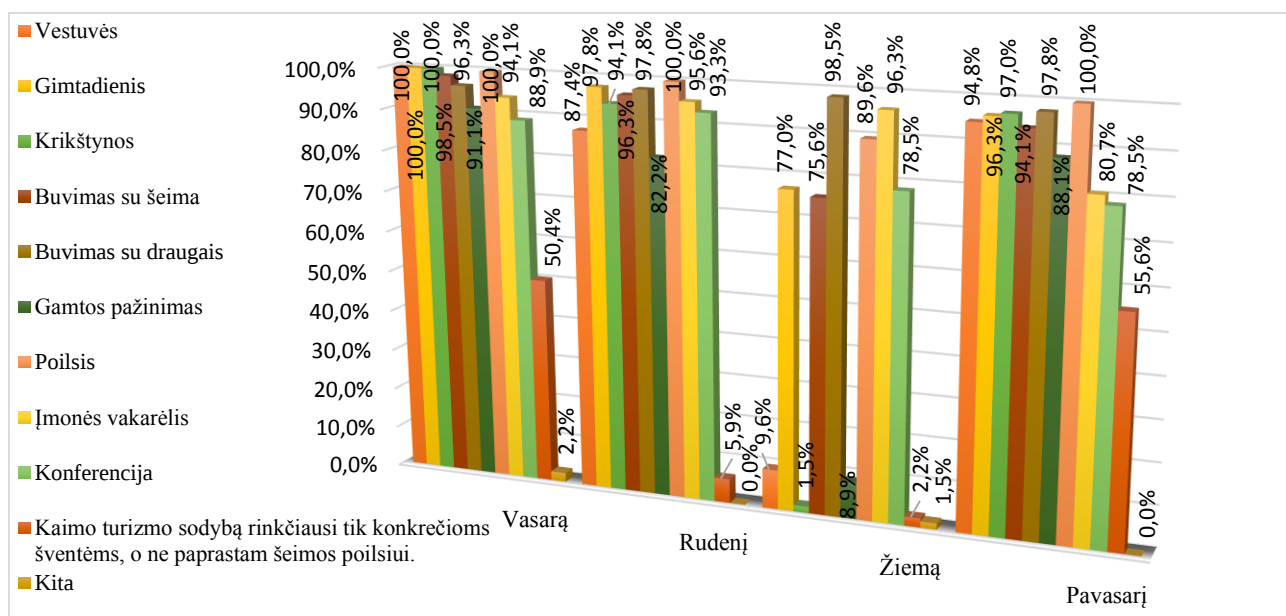
3.4 pav. Respondentų pasirinkimo lankytis kaimo turizmo sodyboje darbo ir nedarbo dienomis vertinimas

Šaltinis: sudaryta autorės

Nagrinėjant respondentų pasirinkimą lankytis kaimo turizmo sodyboje darbo ir nedarbo dienomis labai ryškiai matomas sezoniškumas. Skritulinės diagramos paviršiuje geltona spalva pažymėti respondentų atsakymai „nedarbo dienomis“ užima beveik visą plotą. Tai parodo, kad didžioji dalis respondentų net nesvarsto galimybes, jog norėtų apsilankyti kaimo turizmo sodyboje darbo dienomis, ar darbo ir nedarbo dienomis. Kadangi maža dalis respondentų pasirinko abu variantus, galima teigti, kad savaitės dienų sezoniškumo įtaka kaimo turizme yra labai ryški. Savaitės dienų sezoniškumas taip pat prisideda ir prie metų sezonų įtakos kaimo turizmo paslaugų pardavimui daromos įtakos. Taip pat sezoniškumas ryškiai matomas ir pagal įvairias šventes, kurioms švęsti respondentai renkasi kaimo turizmo sodybas.

Toks sezoniškumo pavyzdys išryškėjo ir pateikus apklausos metu surinktus duomenis, kuomet respondentų buvo klausama kokioms šventėms švęsti jie rinktųsi kaimo turizmo sodybą tam tikrais sezonais. Visi apklausos metu gauti duomenys pateikiami 3.5 pav. Čia ryškiai matomas skirtingų metų sezonų sezoniškumas, ir galima teigti, jog vasaros sezonas sulaukia daugiausiai respondentų dėmesio, kiek mažiau populiarūs yra pavasario ir rudens sezonai, o žiemos sezoną savo tikslams įgyvendinti respondentai įvertino mažiausiai. Taip pat atsižvelgiant į konkrečius tikslus, tai vasaros, rudens, pavasario sezonais didžioji dalis respondentų pasirinko rengti vestuves, gimtadienius, krikštynas, buvimą su šeima ar su draugais, gamtos pažinimą, poilsį, taip pat rengtų įmonės vakarėlius ar konferencijas. Tačiau lyginant vasarą su žiemą galima teigti, jog respondentų pasirinkimų procentinė dalis žymiai sumažėja. Respondentai net nematę konkrečių pasiūlymų pasirinko žiemą

mažiausiai. Respondentų parinkimas žiemą, lyginant su vasaros sezonu rinktis kaimo turizmo sodybą šiais tiksliais sumažėjo: vestuvės 90,4 %, gimtadienis 23 %, krikštynos 98,5 %, buvimas su šeima 22,9 %, gamtos pažinimas 82,2 %, poilsis 10,4 %, konferencija 10,4 %, kitais tikslais 0,7 %.



3.5 pav. Respondentų tikslų rinktis kaimo turizmo sodybą skirtingais metų laikais vertinimas

Šaltinis: sudaryta autorės

Tačiau respondentų tikslų pasirinkimų skaičius žiemą, lyginant su vasarą, padaugėjo respondentų pasirinkimų: buvimas su draugais 2,2 %, įmonės vakarėlis 2,2 %. Taip pat kaimo turizmo sodybą konkrečioms šventėms, o ne paprastam šeimos poilsiui žiemą, lyginant su vasarą, rinkęsi 48,2 % mažiau respondentų, kas parodo, jog vasarą daugiau respondentų renkasi sodybą konkrečioms šventėms, o žiemą priešingai.

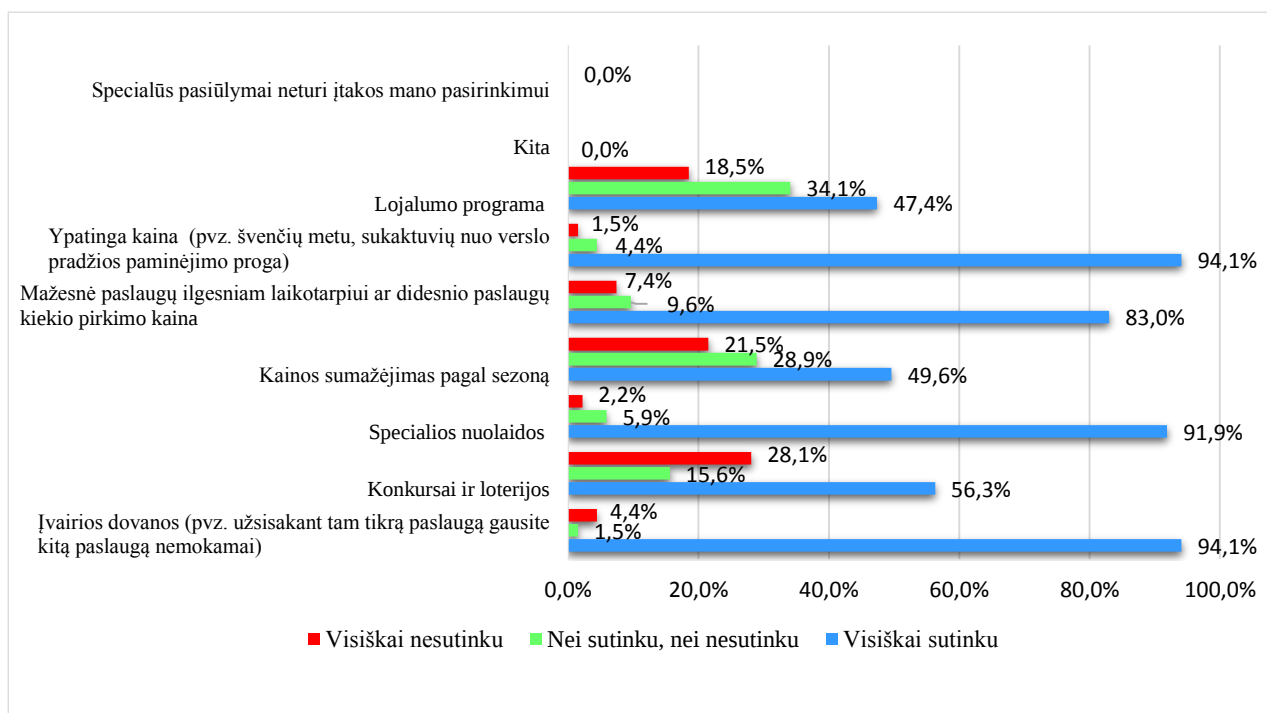
Remiantis gautais duomenimis, galima teigti, kad ryškiausi respondentų tikslų rinktis kaimo turizmo sodybą skirtingais metų laikais sezoniškumo pavyzdžiai yra vasaros ir žiemos sezonai. Lyginant juos visus, puikiai matomas ryškus skirtumas tarp šiais metų laikais pasirenkamų tikslų. Taip pat lyginant vasarą su pavasario ir rudens sezonais matomas nežymus pasirinkimų skirtumas, ypač tų paslaugų kurios kaimo turizmo sodybose yra vienos iš pagrindinių. Todėl atsižvelgiant į respondentų tikslų pasirinkimus šie metų laikai yra mažiau veikiami sezoniškumo, nei žiemos sezonas. Tai taip pat parodo, kad didžioji dalis klientų norėdami šiais tikslais pasinaudoti kaimo turizmo sodybos teikiamomis paslaugomis juos įgyvendintų neatsižvelgdami į tuo metu vyraujančią pavasario ar rudens sezoną, bet ne žiemos.

Tačiau tikslai dar negali užtikrinti pastovaus paslaugų pardavimo kaimo turizmo sodyboje, todėl norint pilnai patenkinti klientų poreikius vertėtų atsižvelgti į respondentų pateiktą nuomonę ir tobulinti paslaugų pasiūlymus. Respondentų tikslai gali skirtis su jų poreikiais ir galimybėmis, kas

gali sumažinti pardavimus tam tikrais sezonais, o tai smarkiai veikia ir sezoniškumo daromą įtaką kaimo turizmo sodybos paslaugų pardavimui. Respondentų pasirinkimas 3.5 pav. parodo, jog teikti paslaugas ir mažiau pelningais laikomais metų sezonais kaimo turizmo versle dar gali būti dar labiau plečiamas ir tobulinamas. Respondentai pateikę kokiais tikslais rinkęsi kaimo turizmo sodybos paslaugas padėjo atskirti kokios paslaugos yra svarbios tam tikrais sezonais ir ko labiausiai reikia jiems. Taip pat padėjo identifikuoti kokių paslaugų teikimas tam tikrais sezonais galėtų būti labiausiai tobulinamos ir kokios paslaugos tam tikrais sezonais respondentams yra mažiausiai svarbios ar nereikalingos.

3.3 Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimo sezoniškumo mažinimo perspektyvos

Nagrinėjant paslaugų pardavimo sezoniškumą, labai svarbu nustatyti ir pateikti sezoniškumo mažinimo perspektyvų pasiūlymus. Respondentų buvo klausiama ar specialūs pasiūlymai turi įtakos jų pasirinkimui rinktis sodybą „Bagdononių slėnis“ ir pateikiami pasiūlymų variantai (3.6 pav.).



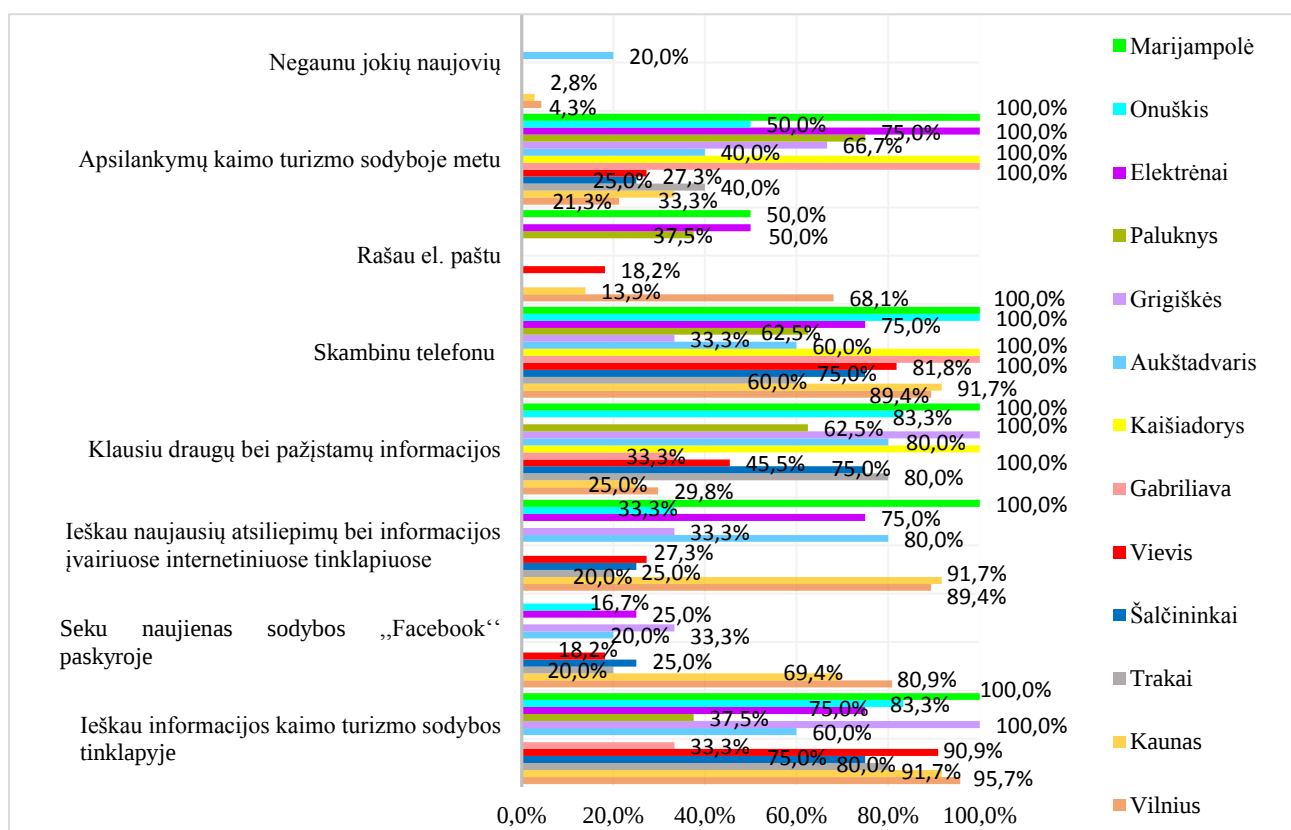
3.6 pav. Specialių pasiūlymų įtakos respondentų sprendimui rinktis kaimo turizmo sodybą „Bagdononių slėnis“ vertinimas

Šaltinis: sudaryta autorės

Respondentai rinkdamiesi specialius pasiūlymus nei vienas nenurodė, kad tai nedaro jiems jokios įtakos, o tai parodo, kad specialūs pasiūlymai yra puiki priemonė išlaikyti pastovius klientus ar pritraukti naujus. Taip pat didžiausią įtaką klientų pritraukimui daro įvairios dovanos (pvz. užsisakant

tam tikrą paslaugą gausite kitą nemokamai), specialios nuolaidos, ypatinga kaina (pvz. švenčių metu ar sukaktuvių nuo verslo pradžios), mažesnę paslaugų ilgesniam laikotarpiui ar didesnio paslaugų kiekio įsigijimo kaina. Remiantis šiais duomenimis galima daryti išvadą, kad klientus labiausiai traukia tai kas yra nemokama ar paslaugų kainų sumažinimas. Respondentams mažiau svarbūs buvo tokie pasiūlymai kaip lojalumo programa, konkursai ir loterijos bei kainos sumažinimas pagal sezoną. Atsižvelgiant į gautus duomenis konkretus specialios nuolaidos, ypatinga kaina (pvz. švenčių metu ar sukaktuvių nuo verslo pradžios) ir įvairios dovanos (pvz. užsisakant tam tikrą paslaugą gausite kitą nemokamai), klientams pasirodė daugiausia įtakos jiems turintis pasiūlymas, kuris paskatintų juos rinktis kaimo turizmo sodybą. Todėl įvairios nuolaidos ar dovanos galėtų prisidėti prie sezoniškumo mažinimo.

Norint skleisti įvairią informaciją apie akcijas ar naujoves kaimo turizmo sodyboje būtina nustatyti informacijos pasiekimo būdus. Žemiau pateikiama respondentų naujienų gavimo būdų apie kaimo turizmo sodybą „Bagdononių slėnis“ vertinimo priklausomybė nuo gyvenamosios vietos (3.7 pav.).



3.7 pav. Respondentų naujienų gavimo būdų apie kaimo turizmo sodybą „Bagdononių slėnis“ vertinimo priklausomybė nuo gyvenamosios vietos

Šaltinis: sudaryta autorės

Atsižvelgiant į tyrimo metu gautus duomenis paaiškėjo, kad beveik visus respondentus, išskyrus nedidelę dalį iš Aukštadvario, Vilniaus ir Kauno, informacija pasiekia skirtingais būdais. Kadangi nedidelė dalis respondentų pasirinko šį atsakymą jie galėjo nesinaudoti nei vienu iš informacijos gavimo būdų, taip pat naujovės jiems galėjo būti jau žinomos ar tiesiog nesvarbios. Populiariausi informacijos gavimo būdai buvo apsilankymai kaimo turizmo sodyboje, pokalbiai telefonu, draugų bei pažįstamų rekomendacijos ar nuomonė bei kaimo turizmo sodybos tinklapis. Pagal gyvenamąją vietą daugiausiai kaimo turizmo sodybos tinklapyje naujienų ieško Marijampolės, Vievio, Grigiškių, Kauno, Vilniaus gyventojai. Naujienas „Facebook“ paskyroje daugiausiai seka ir elektroniniu paštu naujoves gauna Vilniaus gyventojai, tačiau šis būdas nėra pats populiariausias ir vienas iš mažiausiai populiarių tarp kitų miestų ir miestelių.

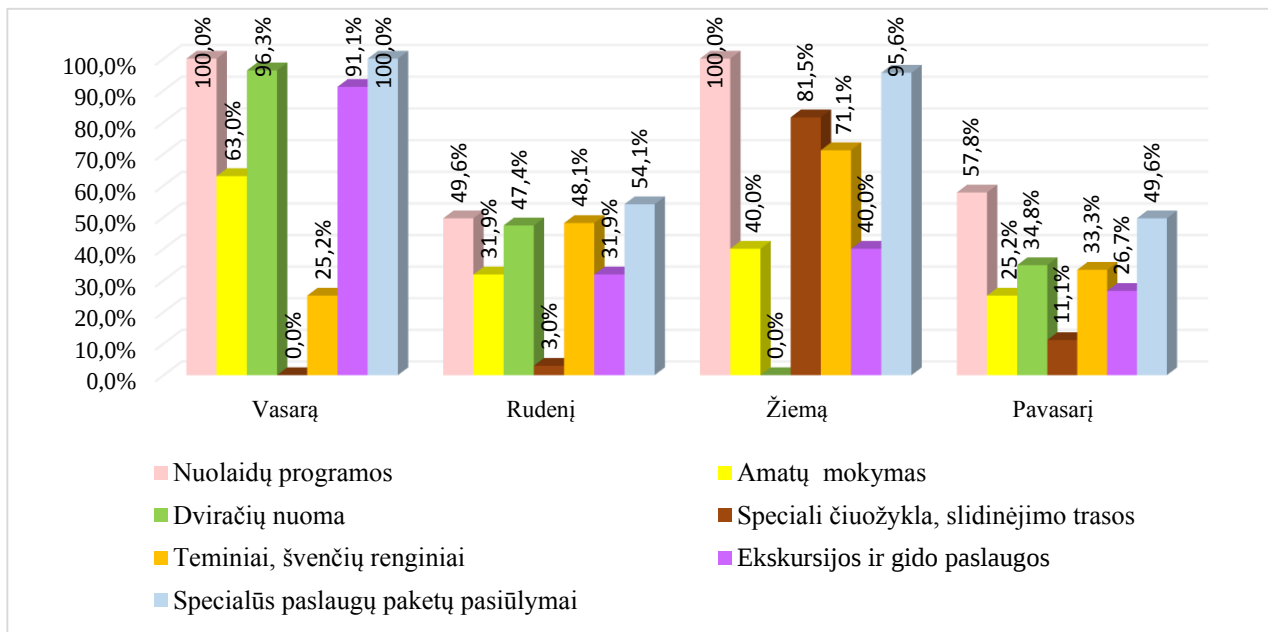
Įvertinus visus duomenis galima teigti, kad populiariausi naujienų gavimo būdai yra kaimo turizmo sodybos tinklapis, pažįstamų ir draugų nuomonė (atsiliepimai, rekomendacijos), informacija telefonu ir apsilankymai kaimo turizmo sodyboje. Pagal gyvenamąją vietą daugiausiai būdų per kuriuos gauna naujoves pasirinko respondentai iš Vilniaus, Kauno, Aukštadvario, Vievio, kiek mažiau iš Marijampolės, Onušio, Elektrėnų, Grigiškių, Šalčininkų ir Trakų. Mažiausiai naujovių gavimo būdų besinaudojantys respondentai yra iš Paluknio, Kaišiadorių ir Gabriliavos. Didžioji respondentų dalis naudoja beveik visais naujovių gavimo būdais ir žino kur galima rasti informacijos apie kaimo turizmo sodybą.

Taip pat galima daryti išvadą, kad kaimo turizmo sodybą norėdama populiarinti savo paslaugas turėtų labiausiai orientuotis į šiuos populiariausius naujovių gavimo būdus, kuriuos išrinko respondentai. Analizuojant informacijos apie naujovių kaimo turizmo sodyboje gavimo būdus matomas ryškus skirtumas. Pagal gyvenvietes, 76,9 % naudoja beveik visais apklausoje pateikiamais informacijos šaltiniais, o tik 23,1 % mažesniąja dalimi. Tai parodo lengvą informacijos prieinamumą ir populiariausius jos gavimo būdus.

Aptarus sezoniškumo įtaką paslaugų pardavimui ir norint identifikuoti būdus kurie padėtų skatinti pardavimus klientams reikia pasiūlyti įvairias naujoves. Kadangi kaimo turizmo sodyboje „Bagdononių slėnis“ jau yra teikiamos populiariausios kaimo turizme paslaugos vienas iš klientų pritraukimo būdų galėtų būti naujų paslaugų įvedimas. Išnaudojant vietovės ir kaimo turizmo sodybos teritorijos privalumus respondentams buvo pateikiami konkretūs paslaugų pasiūlymai. Taip pat kiekvienos naujai pasiūlytos paslaugos įvertinimas ir tinkamumas buvo vertinamas pagal sezoną. Kadangi tik taip bus galima nustatyti koku metų laiku paslaugos populiarumas ir pardavimų efektyvumas būtų didžiausias ar koku metų laiku siūlyti paslaugą būtų tinkamiausia.

Atliktas respondentų paskatinimo rinktis kaimo turizmo sodybą skirtingais sezonais, įvedus naujas paslaugas vertinimas pateikiamas 3.8 pav. Visos siūlomos paslaugos buvo paklausios tam tikrais sezonais, todėl jų įvedimas galėtų būti viena iš priemonių, kurios padėtų mažinti sezoniškumo

daromą įtaką. Visos iš naujai pasiūlytų paslaugų sulaukė respondentų susidomėjimo, o tai, kad susidomėjimas skirtingais sezonais tam tikromis paslaugomis buvo labai skirtingas tik padėtų didinti teikiamų paslaugų įvairovę tam tikru metų sezonu. Kaip pavyzdį galima pateikti skirtumą tarp teminių vakarų tam tikrais sezonais, didžiausias paslaugos populiarumas respondentų buvo išrinktas žiemą, o mažiausias vasarą. Tai reikštų, kad vasaros sezonu tokios paslaugos net ir nereiktų siūlyti, kadangi respondentai šiuo metu laiku pažymėjo jiems svarbesnes paslaugas, tokias kaip dviračių nuoma, amatų mokymas ar ekskursijų ir gido paslaugos.



3.8 pav. Respondentų paskatinimo rinktis kaimo turizmo sodybą skirtingais sezonais, įvedus naujas paslaugas vertinimas

Šaltinis: sudaryta autorės

Daugiausiai respondentų visais sezonais pasirinko nuolaidų programas ir specialius paslaugų paketų pasiūlymus, kas patvirtina ir anksčiau minėtą teiginį, kad kaimo turizmo sodybos klientams yra svarbus kainų sumažėjimas ir įvairios nuolaidos. Žiemos sezono metu respondentus sudomintų speciali čiuożykla, slidinėjimo trasos, taip pat teminiai ar švenčių renginiai. Taip pat pavasario ir vasaros sezonais, respondentų nuomone, galėtų būti siūlomos ekskursijų ir gidų paslaugos bei dviračių nuoma.

Remiantis tyrimo metu gautais duomenimis galima teigti, jog sezoniškumo įtaka kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimui yra labai ryški. Pagal kiekvieną metų laiką daugelio paslaugų pasirinkimo skaičiai labai skiriasi. Tai parodo, kad teikiamos paslaugos dar nežinant jų kokybės ir nepasinaudojus jomis jau yra vertinamos pagal tai, kokie yra klientų poreikiai tam tikru sezonu. Todėl galima teigti, jog kuo įvairesnis paslaugų spektras bus siūlomas kaimo turizmo sodyboje, tuo klientų bus daugiau ir pardavimų skaičiai bus didesni.

IŠVADOS

Atlikus išsamią kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ sezoniškumo įtakos paslaugų pardavimui tyrimo analizę buvo ištirtas kaimo turizmo sodyboje vyraujantis paslaugų pardavimo sezoniškumas. Taip pat išanalizavus įvairius mokslinės literatūros šaltinius buvo pateikti paslaugų pardavimo bei sezoniškumo apibrėžimai, supažindinama su kaimo turizmo sodyboje teikiamomis paslaugomis bei su pačiu kaimo turizmu. Atlikus tyrimą empirinio tyrimo analizės pagrindu buvo identifikuota ir nustatyta kaimo turizmo sodyboje „Bagdononių slėnis“ sezoniškumo daroma įtaka paslaugų pardavimui. Apibendrinus teorinę ir praktinę perspektyvų analizę pateikiamos štai tokios išvados:

1. Kaimo turizmo verslas dar kitaip gali būti vadinamas kaip paslaugos susijusios su poilsiu gryname ore, atokiau nuo miesto šurmulio ar siejamas su turizmo paslaugomis, tradicijų puoselėjimu kaimo vietovėse. Vienos iš pagrindinių kaimo turizmo sodybose teikiamų paslaugų yra maitinimas, apgyvendinimas ir įvairi rekreacinė veikla.

2. Atlikus kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ teikiamų paslaugų analizę paaiškėjo, kad svarbiausios kaimo turizmo sodybos teikiamos paslaugos yra apgyvendinimo, maitinimo ir aptarnavimo, taip pat vienos iš svarbiausių paslaugų buvo pirtis ir kubilas.

3. Ryškiausi respondentų tikslų rinktis kaimo turizmo sodybą skirtingais metų laikais sezoniškumo pavyzdžiai yra vasaros ir žiemos sezonai. Taip pat dauguma tyrime dalyvavusių respondentų rinktųsi kaimo turizmo sodybą tik poilsio dienomis. Lyginant vasarą su žiemos sezonu, pagrindinis respondentų atvykimo tikslas vasaros sezonu yra vestuvės, gimtadieniai, krikštynos, poilsis. Žiemą pagrindiniu respondentų atvykimų tikslu tampa įmonių vakarėliai, galimybė pabūti su draugais.

4. Sezoniškumo įtakai mažinti ir pagerinti paslaugų pardavimus padėtų žiemos sezono metu respondentus sudominusi speciali čiuožykla, slidinėjimo trasos, taip pat teminiai ar švenčių renginiai. Taip pat padėtų pavasario ir rudens sezonais pasirinktos nuolaidų programos ir specialūs paslaugų paketų pasiūlymai.

REKOMENDACIJOS

Rekomendacijos skirtos kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ atstovams norint padidinti teikiamų paslaugų pardavimus visais metų sezonais, taip pat sumažinti jau esamą sezoniškumo įtaką:

1. Domėtis paslaugų naujovėmis rinkoje.
2. Kiekvienam sezonui susidaryti teikiamų paslaugų pasiūlymus, kuriuose būtų parengtos atitinkamos paslaugos kiekvienam metų laikui.
3. Atrinkti pastovių klientų ratą ir jiems periodiškai siųsti įvairius pasiūlymus ar naujienas.
4. Reklamuoti kaimo turizmo sodybą ir joje teikiamas paslaugas internetiniuose tinklapiuose: www.booking.com, www.beta.lt, www.grupinis.lt, www.noriunoriunoriu.lt, ypač ne sezono metu.

LITERATŪROS SĄRAŠAS

1. Alekrinskis, A., Bulotienė, D., Chachlauskaitė, G., Šimkus, A. (2012). Nuotykių parke „Lokės pėda“ teikiamų rekreacinių paslaugų vertinimas. Sportinį darbingumą lemiantys veiksniai, (V), 10 – 15.
2. Andriukaitienė, R., Baltrūnaitė, D., Melville, R. (2011). Aptarnavimas paslaugų įmonėse. Marijampolė: Vitae Litera.
3. Andriūnas, V., Astromskienė, A., Ramanauskienė, J. (2010). Lietuvos kaimo turizmo verslo konkurencingumo didinimo priemonės. Management theory and studies for rural business and infrastructure development, 5 (24), 135 - 146.
4. Astromskienė, A. (2009). Lietuvos kaimo turizmo verslo pokyčiai ir jų priežastys. Vadybos mokslas ir studijos – kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai. Mokslo darbai. 16 (1), 15 - 22.
5. Bagdonienė, L., Hopenienė, R. (2009). Paslaugų marketingas ir vadyba. Kaunas: Technologija.
6. Baležentis, A., Žuromskaitė, B. (2012). Turizmo vadyba. Tarptautinio turizmo administravimo įvadas. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
7. Bergin - Seers, S., Galloway, G., Lee, C., McMurray, A., O'Mahony, B. (2008). Seasonality in Tourism Industry: Impacts and Strategies. Australia: Gold Coast, Queensland.
8. Damulienė, A. (2012). Europos Sąjungos finansinė parama kaimo turizmui: teorinis ir praktinis aspektai. Socialinių mokslų studijos: Mykolo Romerio universitetas. 4 (1), 125–138.
9. Danilevičienė, L., Navickienė R. (2011). Turizmo paslaugos kaip pagrindinių ir periferinių paslaugų visuma. Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos, 1 (21), 101 - 107.
10. Dubinskienė, V., Liepinytė - Medeikė, V., Mačiūnas, E. (2008). Kaimo turizmas. Sveikatos vadovas. Vilnius: Valstybinis aplinkos sveikatos centras.
11. Dulko, A. (2008). Sėkmingos kaimo turizmo vadybos principai – atvejų analizė Lietuvoje (Magistro baigiamasis darbas, Mykolo Romerio universitetas, 2008).
12. Dusevičiūtė, G. (2011). Etninės kultūros raiška kaimo turizmo sodybose. Kaimo raidos kryptys žinių visuomenėje, 2, 75 - 83.
13. Gartner C. W. (2005). A Perspective on Rural Tourism Development. The Journal of Regional Analysis and Policy, 1 (35), 33 - 42.
14. Glažytė – Molienė, O. (2004). Statistika (I). Vilnius: Ciklonas.

15. Gražulis, V., Žuromskaitė, B. (2011). Lietuvos kaimas: ar turistui pakanka motyvų jį rinktis? *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 2011. 4 (24). 135 - 147.
16. Griškėdis, M. (Red.). (2009). *Aiškinajamasis turizmo terminų žodynas*. Vilnius: Mokslo ir enciklopedijų leidybos institutas.
17. Jasaitis, J., Kriauciūnienė, V. (2009). Kaimo turizmas – pažinimui ir pilietiniam ugdymui. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 2009. 3 (16). 209–220.
18. Kaimo turizmo 2015 metų statistiniai duomenys. Lietuvos Statistikos Departamentas. [Žiūrėta 2016 m. sausio 20 d.]. Interneto prieiga < <http://osp.stat.gov.lt/informaciniai-pranesimai?eventId=93855> >
19. Kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ internetinė svetainė. [Žiūrėta 2015 m. vasario 20 d.]. Prieiga per internetą <http://www.bagdononiuslenis.lt/index.php?option=com_>
20. Kaimo turizmo sodybų ir vietų skaičius . Lietuvos statistikos departamentas. [Žiūrėta 2016 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą <<http://db1.stat.gov.lt/statbank/selectvarval/saveelections.asp?MainTable=M4090401&PLanguage=0&TableStyle=&Buttons=&PXSID=5060&IQY=&TC=&ST=ST&rvar0=&rvar1=&rvar2=&rvar3=&rvar4=&rvar5=&rvar6=&rvar7=&rvar8=&rvar9=&rvar10=&rvar11=&rvar12=&rvar13=&rvar14>>
21. Kardelis, K. (2002). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. 2-asis pataisytas ir papildytas leidimas. Kaunas: Judex.
22. Kisieliauskas, J., Romikaitytė, B. (2012). Lietuvos turizmo sektoriaus plėtrai įtaką darantys veiksniai. *Management theory and studies for rural business and infrastructure development: research papers*, 2 (31), 125 - 135.
23. Kreag, G. (2001). *The Impacts of Tourism*. Duluth: Minnesota Sea Grant.
24. Lehtimäki, M. (2009). *Kultūros paveldas ir turizmas. Galimybės, poveikis, partnerystė ir valdymas*. Vilnius: Kultūros paveldo departamentas.
25. Lietuvos kaimo turizmo asociacija. [Žiūrėta 2016 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą < <http://www.atostogoskaime.lt/lt/lkta/apie-asociacija> >
26. Lietuvos kaimo turizmo asociacijos paslaugų klasifikacija pagal gandrų skaičių. [Žiūrėta 2016 m. vasario 17 d.]. Prieiga per internetą <<http://www.atostogoskaime.lt/lt/informacija/pagalba>>
27. Lietuvos regioninių tyrimų institutas (2004). *Kurortinės rinkliavos Lietuvoje nustatymo galimybių ir pasekmių įvertinimas, praktinių taikymo priemonių parengimas* (Mokslinis tiriamasis darbas, Kaunas, 2004)
28. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas, 1998 m. kovo 19 d. Nr. VIII - 667.

29. Lietuvos Respublikos Vyriausybės nutarimas dėl Lietuvos turizmo plėtros 2014 – 2020 metų programos patvirtinimo, 2014 m. kovo 12 d. Nr. 238.
30. Pruskus, V. (2003). Sociologija. Teorija ir praktika. Vilnius: Vilniaus teisės ir verslo kolegija
31. Tidikis R. (2003). Socialinių mokslų tyrimų metodologija. Vilnius: Lietuvos teisės universitetas.
32. UAB Ekonominės konsultacijos ir tyrimai (2014). Kur Lietuvos gyventojai ketina atostogauti 2014 m.? Reprezentatyvios Lietuvos gyventojų apklausos rezultatai. [Žiūrėta 2016 m. vasario 12 d.]. Interneto prieiga <<http://www.ekt.lt/wp-content/uploads/2014/03/Kur-Lietuvos-gyventoj%C5%B3-ketina-atostogauti-2014-m.pdf>>
33. Vainienė I. (2001). Kaimo turizmo organizavimas. Vilnius: Eugrimas.
34. Vainienė, I. (2003). Kaimo turizmo verslo praktinis vadovas. Karklė: Pajūrio regioninio parko direkcija.
35. Vainienė, I. (2002). Kaimo turizmo problematikos Lietuvoje ir užsienyje lyginamoji analizė. Tiltai, 2, 75 - 81.
36. Vilniaus miesto turizmo statistika. [Žiūrėta 2016 m. vasario 12 d.]. Interneto prieiga <<http://www.vilnius-tourism.lt/media/turizmo-statistika/miesto-turizmo-statistika/>>
37. VšĮ Turizmo plėtros institutas (2008). Aktyvaus žiemos poilsio infrastruktūros plėtros studija (Mokslinis tiriamasis darbas, Vilnius, 2008)
38. Žalys, L. (2002). Klientų aptarnavimo įgūdžių kaimo turizmo sodybose gerinimas. Tiltai, 1, 47 - 57.
39. Ковальчук О.И., Олейникова С.Э., Чекмез Е.С. (2010). Коммуникационные технологии: социально - экономические и информационные аспекты. Иркутск: Иркутский государственный университет.

PRIEDAI

1 priedas. Tyrimo anketa

Sezoniškumo įtakos kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ paslaugų pardavimui tyrimas

Šį tyrimą atlieka Socialinių mokslų kolegijos Turizmo ir viešbučių verslo studijų programos, 3 kurso studentė Giedrė Aleškevičiūtė. Tyrimo tikslas - atskleisti sezoniškumo poveikį paslaugų pardavimui. Ši anketa yra anoniminė, nei vardo, nei pavardės nurodyti nereikia, o visi tyrimo duomenys bus panaudoti baigiamojo darbo rengimui. Atsakinėdami į klausimus pažymėkite varnele ☒ Jums labiausiai tinkantį atsakymą. Iš anksto dėkoju už bendradarbiavimą ir skirtą laiką anketos pildymui.

1. Jūsų lytis:

- ☐ Vyras
- ☐ Moteris

2. Jūsų amžius:

- ☐ < 18 m.
- ☐ 19 m. – 25 m.
- ☐ 26 m. – 35 m.
- ☐ 36 m. – 45 m.
- ☐ 46 m. – 55 m.
- ☐ 56 m. – 65 m.
- ☐ 66 m. <

3. Jūsų gyvenamoji vieta:

- ☐ Vilnius
- ☐ Kaunas
- ☐ (įrašykite)

4. Ar pirmą kartą lankotės šioje kaimo turizmo sodyboje? (Jei taip, tuomet praleiskite 5 klausimą).

- ☐ Taip
- ☐ Ne

5. Kaip dažnai lankotės šioje kaimo turizmo sodyboje?

- ☐ Mažiau nei kartą per metus
- ☐ Kartą per metus

1 priedo tęsinys. Tyrimo anketa

- ☐ 2 - 3 kartus per metus
- ☐ 4 - 5 kartus per metus
- ☐ 6 kartus ir daugiau

6. Viešnagę kaimo turizmo sodyboje rinktumėtės:

- ☐ Darbo dienomis
- ☐ Nedarbo dienomis
- ☐ Abu variantai

7. Koku metų laiku lankotės kaimo turizmo sodyboje?

- ☐ Rudenį
- ☐ Žiemą
- ☐ Pavasarį
- ☐ Vasarą

8. Kur ieškojote ar ieškotumėte informacijos apie šią kaimo turizmo sodybą?

- ☐ Internetu
- ☐ Klausiu draugų, pažįstamų
- ☐ Teiraujuosi informacijos telefonu
- ☐ Spaudoje
- ☐ Atvykstu į kaimo turizmo sodybą ir užduodu man rūpimus klausimus
- ☐ Kita

9. Kuriomis kaimo turizmo sodybos paslaugomis dažniausiai naudojotės?

	Žiemą	Vasarą	Rudenį	Pavasari
Apgyvendinimas				
Maitinimas				
Pirtis				
Kubilas				
Uogavimas, grybavimas				
Pasiplaukiojimas valtimis				
Maudynės				
Žaidimai lauko aikštelėse				
Sportas				
Kita				

1 priedo tęsinys. Tyrimo anketa

10. Kokiu tikslu rinktumėtės šią kaimo turizmo sodybą ?

	Vasarą	Rudenį	Žiemą	Pavasari
Vestuvės				
Gimtadienis				
Krikštytos				
Buvimas su šeima				
Buvimas su draugais				
Gamtos pažinimas				
Poilsis				
Įmonės vakarėlis				
Konferencija				
Kaimo turizmo sodybą rinkčiausi tik konkrečioms šventėms, o ne paprastam šeimos poilsiui.				
Kita				

11. Kurias iš šių kaimo turizmo sodyboje „Bagdononių slėnis“ teikiamų paslaugų, jūsų manymu, reiktų labiausiai tobulinti?

- ☐ Apgyvendinimas
- ☐ Maitinimas
- ☐ Aptarnavimas
- ☐ Pirtis
- ☐ Renginių organizavimas
- ☐ Žaidimų aikštelės, lauko pramogos
- ☐ Kubilas
- ☐ Kita
- ☐ Nei vienos paslaugos tobulinti nereikia

12. Kurios iš visų šiuo metu kaimo turizmo sodyboje teikiamų paslaugų jūsų manymu yra svarbiausios?

	Vasarą	Rudenį	Žiemą	Pavasari
Apgyvendinimas				
Maitinimas				
Aptarnavimas				
Pirtis				
Kubilas				
Pasiplaukiojimas valtimis				
Žaidimų aikštelės				
Lauko pramogos				
Kita				

1 priedo tęsinys. Tyrimo anketa

13. Įvertinkite kaimo turizmo sodybos „Bagdononių slėnis“ teikiamų paslaugų kokybę pasirinkdami pateiktiems teiginiams Jums tinkamus atsakymus. Vienam teiginiui pasirinkite vieną atsakymą.

	Visiškai sutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Visiškai nesutinku
Sodybos teritorija švari ir tvarkinga			
Kambariai tvarkingi, švarūs ir jaukūs			
Maistas skanus			
Aptarnaujantis personalas paslaugus, dėmesingas ir draugiškas			
Sodybos teritorijoje pakanka vietos pailsėti, pasigrožėti gamta			
Sodyboje jaučiuosi saugus			

14. Kurių iš šių naujų paslaugų įvedimas paskatintų jus rinktis kaimo turizmo paslaugas ?

	Vasarą	Rudenį	Žiemą	Pavasari
Nuolaidų programos				
Amatų mokymas				
Dviračių nuoma				
Speciali čiuožykla, slidinėjimo trasos				
Teminiai, švenčių renginiai				
Ekskursijos ir gido paslaugos				
Specialūs paslaugų paketų pasiūlymai				

15. Ar šie specialūs pasiūlymai turi įtakos jūsų pasirinkimui rinktis šią turizmo sodybą?

	Visiškai sutinku	Nei sutinku, nei nesutinku	Visiškai nesutinku
Įvairios dovanos (pvz. užsisakant tam tikrą paslaugą gausite kitą paslaugą nemokamai)			
Konkursai ir loterijos			
Specialios nuolaidos			
Kainos sumažėjimas pagal sezoną			
Mažesnė paslaugų ilgesniam laikotarpiui ar didesnio paslaugų kiekio pirkimo kaina			
Ypatinga kaina (pvz. švenčių metu, sukaktuvių nuo verslo pradžios paminėjimo proga)			
Lojalumo programa			
Kita			
Specialūs pasiūlymai neturi įtakos mano pasirinkimui			

1 priedo tęsinys. Tyrimo anketa

16. Kokių būdu gaunate naujienas apie šią kaimo turizmo sodybą?

- ☐ Ieškau informacijos kaimo turizmo sodybos tinklapyje
- ☐ Seku naujienas sodybos „Facebook“ paskyroje
- ☐ Ieškau naujausių atsiliepimų bei informacijos įvairiuose internetiniuose tinklapiuose
- ☐ Klausiu draugų bei pažįstamų informacijos
- ☐ Skambinu telefonu
- ☐ Rašau el. paštu
- ☐ Apsilankymų kaimo turizmo sodyboje metu
- ☐ Kita
- ☐ Negaunu jokių naujovių

17. Ar norėtumėte apsilankyti šioje kaimo turizmo sodyboje dar kartą?

- ☐ Taip
- ☐ Ne
- ☐ Nežinau

18. Ar rekomenduotumėte apsilankyti šioje kaimo turizmo savo draugams, pažįstamiems?

- ☐ Taip
- ☐ Ne
- ☐ Nežinau

Nuoširdžiai dėkoju už Jūsų atsakymus!