

**LIETUVOS KŪNO KULTŪROS AKADEMIJA
REKREACIJOS IR SPORTO VADYBOS FAKULTETAS
REKREACIJO, TURIZMO IR SPORTO VADYBOS KATEDRA**

TURIZMO IR SPORTO VADYBOS STUDIJŲ PROGRAMA

LAIMA ČERNIAUSKIENĖ

**KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ PAKETO
FORMAVIMAS LAZDIJŲ RAJONO
SAVIVALDYBĖJE**

MAGISTRO BAIGIAMASIS DARBAS

Darbo vadovas: dr. V. Liesionis

KAUNAS 2008

PATVIRTINIMAS APIE ATLIKTO DARBO SAVARANKIŠKUMĄ

Patvirtinu, kad įteikiamas magistro baigiamasis darbas (*pavadinimas*): *Kaimo turizmo paslaugų paketo formavimas Lazdijų rajono savivaldybėje*.....

1. Yra atliktas mano paties/pačios;
2. Nebuvo naudotas kitame universitete Lietuvoje ir užsienyje;
3. Nenaudojau šaltinių, kurie nėra nurodyti darbe, ir pateikiu visą panaudotos literatūros sąrašą.

.....
(data)

.....
(autorius vardas pavardė)

.....
(parašas)

PATVIRTINIMAS APIE ATSAKOMYBĘ UŽ LIETUVIŲ KALBOS TAISYKLINGUMĄ ATLIKTAME DARBE

Patvirtinu lietuvių kalbos taisyklingumą atliktame darbe.

.....
(data)

.....
(autorius vardas pavardė)

.....
(parašas)

MAGISTRO BAIGIAMOJO DARBO VADOVO IŠVADOS DĖL DARBO GYNIMO

.....
.....

.....
(data)

.....
(vadovo vardas pavardė)

.....
(parašas)

Magistro baigiamasis darbas aprobuotas profilinėje katedroje:

.....
(aprobacijos data)

.....
(Gynimo komisijos sekretorės/iaus vardas, pavardė)

.....
(parašas)

Magistro baigiamasis darbas yra patalpintas į ETD IS

.....

(Gynimo komisijos sekretorės/iaus parašas)

Magistro baigiamojo darbo recenzentas:

.....
(vardas, pavardė)

.....
(Gynimo komisijos sekretorės/iaus parašas)

Magistro baigiamųjų darbų gynimo komisijos įvertinimas:

.....
(data)

.....
(Gynimo komisijos sekretorės/iaus vardas, pavardė)

.....
(parašas)

TURINYS

Santrauka.....	4
Įvadas.....	6
1. Literatūros apžvalga.....	8
1.1. Turizmo sektoriaus charakteristika.....	8
1.2. Kaimo turizmo paslaugos samprata ir sąsajos su kitomis turizmo rūšimis.....	10
1.3. Kaimo turizmo paslaugų vartotojai, jų motyvacija ir poreikiai.....	15
1.4. Kaimo turizmo paslaugos ženklėjimas ir apgyvendinimo paslaugos klasifikaciniai reikalavimai.....	21
1.5. Maitinimo paslauga bei kulinarinio paveldo įtaka kaimo turizmui.....	26
1.6. Pramogos ir rekreacinė veikla kaimo turizme.....	28
1.7. Kaimo turizmo paslaugų savybės bei žmogiškųjų išteklių svarba kaimo turizme.....	30
1.8. Paslaugų paketo formavimas ir paslaugų kokybė.....	33
2. Tyrimo metodika ir organizavimas.....	39
3. Rezultatai ir jų aptarimas.....	43
3.1. Kaimo turizmo paslaugų vartotojų poreikių ir paslaugų vertinimo rezultatai.....	43
3.2. Amžiaus, šeimyninės padėties bei pajamų sąsajos su kaimo turizmo paslaugų vertinimu bei klientų poreikiais.....	48
3.3. Kaimo turizmo sodybų šeimininkų nuomonės apklausos rezultatai.....	61
Išvados.....	65
Pasiūlymai.....	66
Literatūra.....	67
Priedai.....	70

SANTRAUKA

Kaimo turizmo paslaugų paketo formavimas Lazdijų rajono savivaldybėje

Problemos aktualumas.

Poilsiautojų poreikiai nuolat keičiasi, o dabartinė pasiūla nepatenkina lūkesčių, todėl poilsiautojų poreikių tyrimai yra labai aktualūs, todėl egzistuoja poreikis ištirti kaimo turizmo paslaugas Lietuvoje ir nustatyti, kaip būtų galima padidinti kaimo turizmo paslaugų vartotojų pasitenkinimą, formuojant paslaugų paketą, atitinkantį vartotojo poreikius.

Todėl iškyla klausimas: kaip (tikslingai) suformuoti kaimo turizmo paslaugų paketą?

Tyrimo objektas – kaimo turizmo paslaugų paketas.

Tyrimo tikslas - išsiaiškinti kaimo turizmo paslaugų vartotojų poreikius, kaimo turizmo paslaugų paketo formavimui Lazdijų rajono savivaldybės teritorijoje.

Tyrimo uždaviniai:

1. Apibrėžti kaimo turizmo teikiamų paslaugų sampratą ir esmę.
2. Išanalizuoti kaimo turizmo verslo ypatumus Lietuvoje ir reikalavimus kaimo turizmo paslaugoms teikti.
3. Išanalizuoti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą (paslaugas).
4. Nustatyti vartotojų reikalavimus kaimo turizmo paslaugoms.

Tyrimo metodai:

Mokslo literatūros analizė.

Anketinė apklausa.

Išvados:

Kaimo turizmas- tai fizinių asmenų teikiama turizmo paslauga, kuria tenkinami sodybos svečių apgyvendinimo, maitinimo ir pramogų organizavimo poreikiai, skirti poilsiautojų rekreacijai bei laisvalaikio leidimui.

Kaimo turizme labiausiai vartotojų vertinama paslauga yra pirtis, galimybė maistą gamintis pačiam, vandens inventoriaus ir sporto inventoriaus nuoma, iš ko ir galima spręsti, kad šios paslaugos vartotojams ypač svarbu sodyboje teikiamos pramogos.

Kaimo turizmo paslaugų vartotojai labiausiai pageidauja šių papildomų pramogų ir paslaugų: įvairių žygių organizavimo, dviračių ir vandens inventoriaus nuomos, vaikų žaidimų aikštelių bei aiškios informacijos apie sodyboje teikiamas paslaugas bei pramogas bei lankytinas vietas.

Summary

The formation of the package of country tourism services in the municipality of Lazdijai region

Problem. The needs of the holidaymakers are constantly changing and offers do not always come up to expectations, that is why the research of the needs of holidaymakers is very actual and therefore it is necessary to survey the services of country tourism and to find out how to increase the users of country tourism services satisfaction making the package of services to come up to the needs of holidaymakers.

Therefore, the question is how to make the package of country tourism services.

The object of the research – the package of the country tourism services.

The aim of the research – having found the needs of country tourism users, give offers to form the package of country tourism services in the municipality of Lazdijai region.

The aims of the research:

1. To define the conception and the essence of country tourism services.
2. To analyse the peculiarities in the trade of country tourism and the requirements for country tourism services.
3. To analyse the offer of country tourism services.
4. To find out the requirements of the users of country tourism services.

The methods of the research:

The analyses of science literature.

Questionnaire.

Conclusion:

Country tourism is a service afforded by natural person which provides the needs of accommodation, catering and spending free time of the guests in a farmstead.

In country tourism holidaymakers put much value upon services, such as baths or sauna, the possibility to do the cooking, the rent of water and sports inventory, which makes us draw a conclusion that attractions in a farmstead are very important to the users of the service.

The holidaymakers usually want additional services such as organizing various hikes, rent of water and cycling equipment, playgrounds for children and information about the services on the farmstead and the tourist attractions and places of interest.

IVADAS

Viena iš sparčiausiai augančių ir pelningų smulkaus ir vidutinio verslo rūšių kaimo vietovėse, leidžianti ir skatinanti panaudoti vietinius gamtinius, kultūrinius, istorinius ir žmogiškuosius išteklius, yra kaimo turizmas.

Anot Brazaitytės ir Ramanauskienės (2006), kaimo turizmas, kaip sudėtinė turizmo dalis, Lietuvoje jau turi savo pripažinimą, tačiau gausėjantis kaimo turizmo poilsiautojų ratas, didėjantis kaimo turizmu užsiimančių šios paslaugos teikėjų skaičius bei noras patenkinti vartotojų poreikius, skatina giliau tyrinėti šią veiklą, išsiaiškinti besikeičiančius vartotojų poreikius ir suformuoti kaimo turizmo paslaugų paketą.

Pasak Vainienės (2001), kaimo turizmas, kaip laisvalaikio praleidimo forma, Europoje atsirado XVIII a., tačiau populiaria tapo tik XX. a. Lietuvoje kaimo turizmas, kaip verslas, pradėjo rutuliotis 1994 m., o 1996 m. pradėtos reklamuoti pirmosios 4-ios kaimo turizmo sodybos, kurių 1997 m. jau buvo 34, o po 10 m., t. y. 2007 m.- 630. Dabar turizmas - viena didžiausių ir perspektyviausių ekonomikos sričių pasaulyje. Ekspertai prognozuoja sparčią turizmo plėtrą ateityje. Lietuva turi visas reikiamas sąlygas turizmui plėtoti: tai ir patrauklus kraštovaizdis, turtingas kultūrinis paveldas bei tinkama geografinė padėtis. Be to, sparčiai besiplečiantis kaimo turizmas yra laikomas ir viena iš alternatyvių ekonominės veiklos rūšių kaime.

Matekonienė ir kt. (2002), pabrėžia, jog kaimo vietovės iš kitų išsiskiria savo nepaprastai įvairiu kraštovaizdžiu ir šiuo metu besikeičiančia kaimo politika Europoje, kai ypatingas dėmesys skiriamas ekonomikos stiprinimui ir diversifikavimui kaimo regionuose, kur ūkininkų vaidmuo daugelyje regionų yra besikeičiantis. Nors ūkininkai vis dar gali būti svarbūs kaip maisto produktų gamintojai, vis dėlto ūkininkų vizija keičiasi-ateities ūkininkai-tai erdvės skirtos rekreacijai kūrėjai, kultūrinio paveldo sergėtojai ir dėl šių priežasčių kaimo turizmo vaidmuo išauga-kaip vienas iš reikšmingiausių sektorių diversifikuotoje vietinėje ekonomikoje, bei kaip naujos veiklos bei naujų pajamų šaltinis ūkininkams.

Taigi, kaimo turizmas tampa nauja sritimi, nešančia pajamas ir pelną kaimo vietovėse, bei keičiančia žemės ūkio gamybinę veiklą į paslaugų sektorių.

Apibrėžkime kaimo turizmą ir kaimo turizmo paslaugą. Kaimo turizmas - tai turizmas kaimo vietovėse. O kaimo turizmo paslauga yra ūkininko sodyboje ar individualiame gyvenamajame name teikiama specialaus apgyvendinimo turizmo paslauga, kurią sudaro turistų apgyvendinimo, maitinimo, pramogų (poilsio) ir kitų poreikių tenkinimas. Šią paslaugą gali teikti verslo liudijimą turintys fiziniai asmenys kaimo gyvenamojoje vietovėje ar mieste, kuriame gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų (VŽ, 2007, Nr. 1-42).

Taigi paslaugos teikimas yra svarbiausia kaimo turizmo esmė. O paslaugų sfera yra viena iš perspektyviausių, greičiausiai besivystančių ekonomikos sričių, be to paslaugų marketingas yra orientuotas į vartotojų poreikių tenkinimą. Priešingai nei perkant bet kokią kitą prekę, paslaugos negalima iš anksto paimti, apžiūrėti, įvertinti. Paslaugą galima patirti. Taigi poilsio paslauga ir kuriama ir vartojama vienu metu ir kol poilsiautojas nepabus sodyboje, tol negalės įvertinti paslaugos kokybės. Be to kuriant sodybą ar plečiant jos veiklą, reikia gerai pagalvoti apie jos veiklos bei paslaugų kryptį, nes negali būti sodybos, kuri tiktų visoms poilsiautojų grupėms.

Todėl iškyla klausimas: kaip (tikslingai) suformuoti kaimo turizmo paslaugų paketą?

Problemos aktualumas.

Anot Girniūtės (2004), poilsiautojų poreikiai keičiasi, o dabartinė pasiūla nepatenkina lūkesčių, todėl poilsiautojų poreikių tyrimai yra labai aktualūs ir kaip teigia Žukaitis (2006) didelis skaičius kaimo turizmo sodybų negarantuoja turistų pageidaujamų paslaugų užtikrinimo, todėl egzistuoja poreikis ištirti kaimo turizmo paslaugas Lietuvoje ir nustatyti, kaip būtų galima padidinti kaimo turizmo paslaugų vartotojų pasitenkinimą, formuojant paslaugų paketą, atitinkantį vartotojo poreikius.

Pasak Navicko ir Malakauskaitės (2007), globalioje turizmo rinkoje intensyvěja konkurencijos ir vartotojų poreikių kaitos procesai, todėl svarbu ne tik tinkamai suformuoti paslaugų paketą, bet ir įdomiai, netradiciškai jį reprezentuoti ir pateikti vartotojams.

Mokslinėje literatūroje pateikiama kaimo turizmo sąvoka, analizuojamos jo plėtros kryptys, reikšmingumas vietinei bendruomenei, tačiau nepakankamas dėmesys skiriamas vartotojų poreikiams išaiškinti, o kaimo turizmas nagrinėjamas bendra paslaugų ekonomikos ir turizmo prasme, mokslinių darbų ar studijų kaimo turizmo paslaugų paketo formavimo ir kaimo turizmo paslaugų vartotojų poreikių tyrimo ar išsiaiškinimo tema stokojama.

Tyrimo objektas – kaimo turizmo paslaugų paketas.

Tyrimo tikslas - išsiaiškinti kaimo turizmo paslaugų vartotojų poreikius, kaimo turizmo paslaugų paketo formavimui Lazdijų rajono savivaldybės teritorijoje.

Tyrimo uždaviniai:

1. Apibrėžti kaimo turizmo teikiamų paslaugų sampratą ir esmę.
2. Išanalizuoti kaimo turizmo verslo ypatumus Lietuvoje ir reikalavimus kaimo turizmo paslaugoms teikti.
3. Išanalizuoti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą (paslaugas).
4. Nustatyti vartotojų reikalavimus (poreikius) kaimo turizmo paslaugoms.

Tyrimo hipotezė: kaimo turizmo paslaugų paketo formavimui lemiamą reikšmę turi sodybos vieta prie vandens telkinio ir sodyboje teikiamos įvairios pramogos.

Tyrimo metodai:

1. LITERATŪROS APŽVALGA

Šiame magistrinio darbo skyriuje analizuojama mokslinė literatūra ir nagrinėjama kaimo turizmo, kaip vienos iš turizmo sudedamosios dalies, samprata, sąsajos su kitomis turizmo rūšimis, reikalavimai kaimo turizmo paslaugai teikti, klasifikaciniai reikalavimai nustatyti bei kaimo turizmo paslaugų teikimo specializacijoms apibūdinti. Taip pat šiame skyriuje nagrinėjama kulinarinio paveldo įtaka bei žmoniškųjų išteklių svarba kaimo turizmo verslui bei kaimo turizmo paslaugų paketo sudėtis bei paslaugų savybės, o visa tai leidžia labiau suprasti paslaugų teikimo esmę, panašumus ir skirtumus bei paslaugų teikimo vis didesnes galimybes.

1.1. Turizmo sektoriaus charakteristika

Pasak H. W. Faulkner ir D. J. Walmsley (1998), turizmas gali būti apibūdinamas kaip pasaulinės pramonės šaka, apimanti masinį žmonių judėjimą ir dideles išlaidas prekėms ir paslaugoms.

Pasaulinė turizmo organizacija (WTO, 1995) turizmą apibrėžia kaip visas kelionių, ekskursijų rūšis, kai asmuo palieka savo darbo ir gyvenimo vietą ilgiau nei vieną parą ir trumpiau nei 12 mėnesių, ir kai išvykos tikslas nėra samdoma, apmokama veikla.

Pastaraisiais dešimtmečiais turizmas tapo viena pirmaujančių ir dinamiškiausių pasaulio ūkinės veiklos rūšių.

Pasak Ligeikienės (2003), turizmo plėtrai būdingas dinamiškumas, kuriuo nepasižymi nei viena kita ūkio šaka, lėmė, kad jau dabar turizmas, Pasaulio turizmo organizacijos (PTO) duomenimis, sukuria apie 130 mln. darbo vietų, sudaro 15% užsienio prekybos balanso, 10,9% bendrojo nacionalinio produkto, jam tenka 7-8% bendrųjų investicijų.

Labanauskaitės (2002) nuomone, daugelyje šalių turizmas yra svarbus, kuriant BVP, papildomas darbo vietas, taip pat turizmas turi didelės įtakos statybai, žemės ūkiui, plataus vartojimo prekių gamybai, todėl analizuojamas kaip socialinės-ekonominės raidos katalizatorius ir daugelyje šalių, taip pat ir Lietuvoje, yra pripažįstamas kaip prioritetinė ūkinė veikla. Minėta autorė teigia, jog šalis, kuri pripažįsta turizmą, kaip prioritetinę ūkinę veiklą, siekia skatinti turizmą šalies viduje, taip pat turi gebėti pasiūlyti kuo įvairesnį vidaus turizmo produktą, o įvairovės kriterijus gali būti išreikštas kaina, komforto lygiu, aplinkos natūralumu, masiškumu ir kitomis charakteristikomis.

1 lentelė. Turizmo sistemos elementai pagal atskirus autorius

Šaltinis: R. A. Ligeikienė (2003)

Hololeck (1981)	Leiper (1990)	Kaspar (1995)
• Turistai • Privačios firmos • Privatūs ištekliai • Visuomeninės agentūros • Visuomeniniai ištekliai	• vartotojai • geografiniai elementai • turizmo ištekliai • turizmo pramonė	• turizmo subjektas • turizmo objektas: turistus generuojančios sritys turizmo įmonės

„Turizmo sistemos modeliuose vyrauja dvi pagrindinės nuostatos. Vieni autoriai (Leiper, 1990; Kaspar, 1995) vadovaujasi nuostata, kuri pagrįsta turizmo funkcinė samprata, kad turizmas-tai žmonių judėjimas, jų apsistojimas įvairiose vietose bei keliautojų poreikių tenkinimas šio judėjimo metu. Kiti autoriai (Hololeck, 1991; Kaspar, 1995) vadovaujasi turizmo institucine struktūriniu samprata ir nagrinėja turizmą kaip visumą struktūrinių elementų, leidžiančių tenkinti keliaujančiųjų poreikius. Teigiant, kad turizmo sistemos struktūriniai elementai būdingas procesinis dinamiškumas, sąlygotas turizmo sistemos sampratos dualumo, siūlomas toks turizmo apibrėžimas: turizmo sistema- tai integruota visuma motyvuotų ūkio subjektų (vienetų), tarpusavyje susietų sudėtingais ryšiais ir sutvarkytai, veikiančių kintančioje turbulencinėje aplinkoje, siekiant elementų sinergijos efekto, kaip prielaidos, kokybiškam vartotojų (turistų) poreikių tenkinimui“ (R. A. Ligeikienė, 2003, p.11)

„Turizmo sistema-glaudžios paslaugų teikėjų ir vartotojų sąveikos sistema. Šios sąveikos, vadinasi ir turizmo sistemos funkcionavimo, rezultatas yra neapčiuopiamas ir pasireiškia kaip: (1) vartotojų pasitenkinimas arba nepasitenkinimas suteiktomis paslaugomis ir (2) poveikis ekonomikai, sociokultūrinei bei fizinei kelionės tikslo vietovės aplinkai“. (R. A. Ligeikienė, 2003, p. 12).

„Turizmo poreikis ir turizmas kaip socialinis ir ekonominis reiškinys pradėjo formotis tame visuomenės raidos etape, kai maisto ir kitų išgyvenimo sąlygų poreikis buvo patenkinamas, įdedant mažiau pastangų, ir kai susiformavo antras būtinas poreikis-rekreacijos, informacijos, o tuo pačiu ir turizmo poreikis.

„Turizmo ekonominis produktas nėra pirmo būtinumo prekė, todėl į žmogaus vartojimo krepšelį jis įtraukiamas tik tada, kai užtikrinamos atitinkamo lygio pajamos ir kai visuomenės gyvenimo lygis pakankamai aukštas.“ (D. Labanauskaitė, 2002, p. 8-9)

Pasak Vasiljevo (2001), tai, kad turizmo verslas apskritai egzistuoja ir plečiasi, yra žmonių gerovės bei kultūros lygio augimo rodiklis ir, kad įvairių tarptautinių organizacijų paskaičiavimais, turizmo verslo apimtis per artimiausius 20 metų padvigubės.

Paslaugos yra dominuojanti turizmo ekonominio produkto sudedamoji dalis.

Rondomanskaitės (2004) teigimu, Lietuva turi daug palankių galimybių 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.

1.2. Kaimo turizmo paslaugos samprata ir sąsajos su kitomis turizmo rūšimis

Kaip pažymi Lopez ir Garcia (2006), viena iš sparčiausiai plintančių turizmo sričių, ypač silpniau išsivysčiusiose šalyse, pasižyminčiose santykinai dideliu kaimo gyventojų skaičiumi, yra kaimo turizmas, dažnai minimas kaip atskira, savitą specifiką turinti, turizmo sritis, kuriai turi būti skiriamas išskirtinis dėmesys. Kaimo turizmas taip pat aktyviai plėtojamas ir aukšto ekonominio lygio valstybėse-Austrijoje, Prancūzijoje, Šveicarijoje ir kt.

Pagal Grecevičių (2002), kaimo turizmas-tai tikslinga žmonių kelionė į kaimo vietas ir laikinas gyvenimas sodybose, o pagal Vainienę ir Damulienę (2001), kaimo turizmas-tai turizmo rūšis, apimanti kelionę į kaimo vietas ir rekreacinę veiklą jose.

Panašiai mano ir Drumm (2004), kuris teigia, kad kaimo turizmas-tai turistų kelionė į kaimo vietas ir laisvalaikio leidimas sodybose, tuo tarpu pagal Gannoną (1998), kaimo turizmas (taip pat žinomas kaip ūkių turizmas, agroturizmas ir žaliasis turizmas) apima daug ūkininkų ir kaimo žmonių siūlomų veiklų, paslaugų ir patogumų, skirtų pritraukti turistus į vietovę tam, kad gautų papildomų pajamų savo verslui.

Wearing ir Neil (1999) kaimo turizmą traktuoja kaip vieną iš alternatyvaus turizmo formų, kuri nepriskiriama prie plačiausiai paplitusio masinio turizmo, kadangi tai yra specifinė, savitus poreikius tenkinanti turizmo paslauga.

Turizmo specialistų R. Sharpley'aus ir J. Sharpley (1997) nuomone, kaimo turizmas galėtų būti apibrėžiamas ir abstrakčiai, kaip dvasinė būseną, ir technologiškai, susiejant su veikla, tikslais ir kitomis išmatuojamomis, akivaizdžiomis charakteristikomis.

Turizmo įstatyme (1998), kaimo turizmo paslauga apibrėžiama taip: „kaimo turizmo paslauga-kaimo gyvenamojoje vietovėje ar mieste, kuriame gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų, ūkininko sodyboje ar individualiame gyvenamajame pastate teikiama turizmo paslauga, kurios teikėjai privalo: 1) turėti turistams apgyvendinti pritaikytą sodybą ar atskirus pastatus, kuriuose apgyvendinimui skirtų kambarių (numerų) yra ne daugiau kaip 20; 2) sudaryti kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimus atitinkančias sąlygas“, o kaimo turizmo paslaugos teikimo

reikalavimuose (VŽ, 2007)-nustatyta, kad „ kaimo turizmo paslauga yra ūkininko sodyboje ar individualiame gyvenamajame name teikiama specialaus apgyvendinimo turizmo paslauga, kurią sudaro turistų apgyvendinimo, maitinimo, pramogų (poilsio) ir kitų poreikių tenkinimas“ .

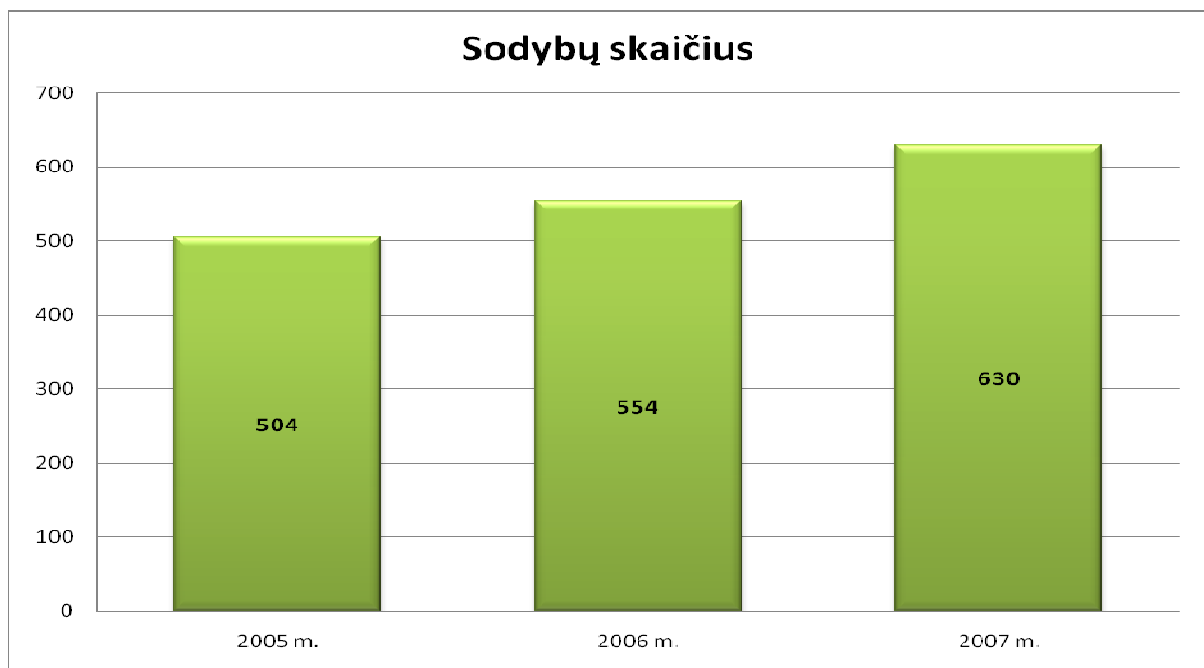
Apibendrinant, kaimo turizmas-tai fizinių asmenų teikiama turizmo paslauga, kuria tenkinami sodybos svečių apgyvendinimo, maitinimo ir pramogų organizavimo poreikiai, skirti poilsiautojų rekreacijai ir laisvalaikio leidimui kaimo vietovėse.

Kaimo turizmas plačiai paplitęs daugelyje pasaulio šalių, tampa vis labiau populiarus ir paklausus Lietuvoje. Mano manymu pagrindinis kaimo turizmo kaip turizmo rūšies bruožas yra tas, kad kaimo turizmo paslauga teikiama vietovėse su mažu tankumo populiacija, t.y. tokiose, kuriose gyvena ne daugiau negu 3000 gyventojų. Kitas svarbus bruožas yra tas, kad kaimo turizmo paslaugos vartotojai savo veiklai naudoja vietinius išteklius (socialinius, ekonominius, gamtinius, kultūrinius).

Kaimo turizmo sodybų skaičius kasmet sparčiai auga Lietuvoje, todėl galima teigti, kad poilsis kaimo turizmo sodybose įgauna vis didesnę populiarumą.

2 lentelė. Kaimo turizmo sodybų skaičius 2005-2007 metais

Šaltinis: valstybinis turizmo departamentas



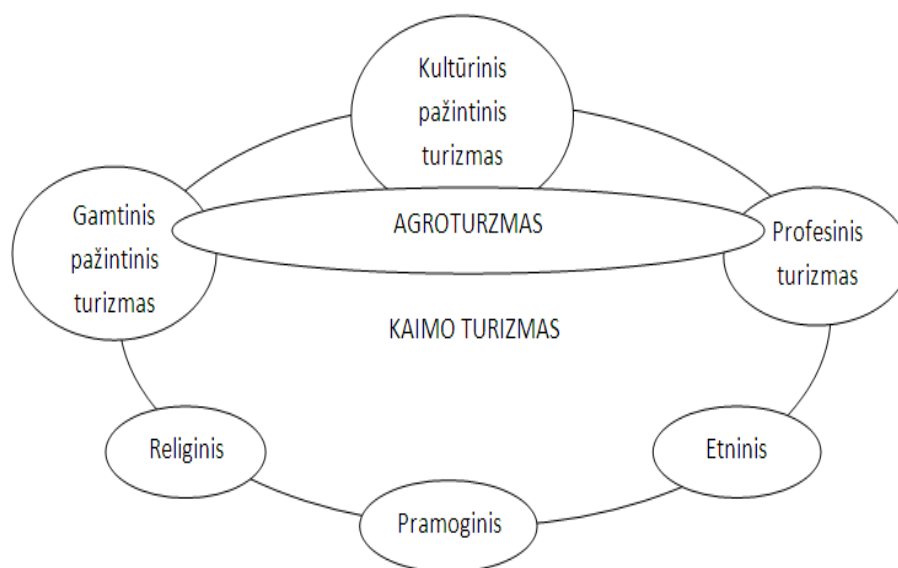
Anot Ramanauskienės ir Radavičiūtės-Valachovos (2004), kad kaimo turizmas šalyje plėtotųsi ir klientai turėtų iš ko rinktis, o sodybų šeimininkai jaustų sveiką konkurenciją, šalyje reikia apie 3 tūkst. sodybų, pritaikytų žmonių poilsiui.

Kaimo vietovė yra patraukli dėl ramybės, dėl erdvės, lėtesnio gyvenimo tempo, buvimo gamtoje ir kt. dalykų. Kaimo turizmo paslauga yra ir kaip viena iš alternatyvių ekonominių veiklų kaime, kai ūkininkai užsiima tik kaimo turizmo veikla arba šalia ūkio teikia ir kaimo turizmo paslaugas,

supažindina su kaimiškaisiais amatais, sūrio gamyba, galvijų auginimu, kalvyste ir pan. Pasak Aleksejūnaitės (2005), pagal šiandienines Europos Sąjungos tendencijas, kaimo turizmas yra vienas iš kertinių regiono vystymo elementų, taip pat Kvartalnov'o (2003) nuomone, kaimo turizmas gali tapti nauja sritimi, nešančia pajamas ir pelną kaimo vietovėse bei keičiančia žemės ūkio gamybinę veiklą į paslaugų sektorių, o ir pagal Kirkliauską (2005), kaimo turizmas yra svarbus papildomas arba naujas pajamų šaltinis kaimo bendruomenėse.

Kaimo turizmas yra susijęs su daugeliu turizmo rūšių, kurios persipina ir papildo vienos kitas. Tai ir *pramoginis turizmas*, kai keliaujama norint pasilinksinti, pašvęsti. Dar visai neseniai Lietuvoje šitokio pobūdžio kelionės į kaimą buvo dominuojančios. Tai *kultūrinis pažintinis kaimo turizmas*, kai keliaujama norint pažinti gimtąjį kraštą, kai lankomi kaimo teritorijose esantys kultūriniai objektai-sodybos, bažnyčios, muziejai, gamtos paminklai ir pan. Taip pat glaudžiai su kaimo turizmu yra susijęs ir *gamtinis ir gamtinis pažintinis turizmas*, nes svarbiausias kaimo turizmo elementas yra gamtinė aplinka.

(Grecevičius ir kt., 2002, p. 99-103)



1 pav. Kaimo turizmo struktūra

Šaltinis: P. Grecevičius, A. Armaitienė ir kt. (2002)

Pagal Vainienę (2001) kaimo turizmą galima susieti ir su šiomis turizmo rūšimis:

- *Gydomasis turizmas* kaime dažniausiai yra siejamas su liaudies medicina ir liaudiškais gydymo būdais. Kaime kartais plečiama profilaktinio gydymo veikla;
- *Poilsio turizmas* labai populiarus kaime, kadangi nuo miesto pavargusiems žmonėms poilsis yra vienas iš pagrindinių tikslų;
- *Profesinis-dalykinis turizmas* siejasi su profesinių ir rekreacinių interesų derinimu kaime. Dažniausiai tai yra dalyvavimas įvairiuose kaime organizuojamuose seminaruose, bendravimas su specialistais ir kt.;

- *Religinis turizmas* apima įvairias religines apeigas, kurių ypač gausu kaimuose;
- *Sportinis turizmas* kaime plėtojamas jau seniai. Šiuo metu yra nemažai populiarių sporto šakų, kurioms būtina kaimo aplinka (sportinė žūklė, slidinėjimas, važinėjimas kalnų dviračiais ir kt.);
- *Nuotykių turizmas* gali būti plėtojamas tiek kaime, tiek kitose teritorijose, nes čia svarbiausia pati veikla;
- *Etninis turizmas* dažniausiai siejamas su kelionėmis į gimtąsias vietas, gimtąjį kraštą. Labai dažnai tos vietos būna kaime.

Be visų čia paminėtų turizmo rūšių, turistai gali užsiimti ir kita veikla, kuri ypač būdinga kaimui. Kadangi kaime nuo seno pagrindinis verslas buvo žemdirbystė, tai ir turistų veikla, susijusi su žemės ūkiu yra vadinama agroturizmu.

Ilgą laiką agroturizmo ir kaimo turizmo sąvokos nebuvo atskirtos. Bro'as (1990) teigė, kad agroturizmas yra visos įmanomos laisvalaikio ir turizmo formos, vykdomos kaimo teritorijoje, kurios naudojasi žemės ūkio verslo sukurtomis sąlygomis bei gerina šių žemės ūkio teritorijų kokybę ir charakteristikas.

Pagal Jansen-Verbeke (1990) agroturizmas apima visas turizmo formas, kurios yra tiesiogiai susijusios su agrarine aplinka, žemės ūkio produktais ar kaimo gyvenimo būdu ir šios paslaugos teikėjai turi būti tiesiogiai susiję su ūkininkavimu. Dėl šio santykio agroturizmas yra labiau apribota turizmo forma nei kaimo turizmas.

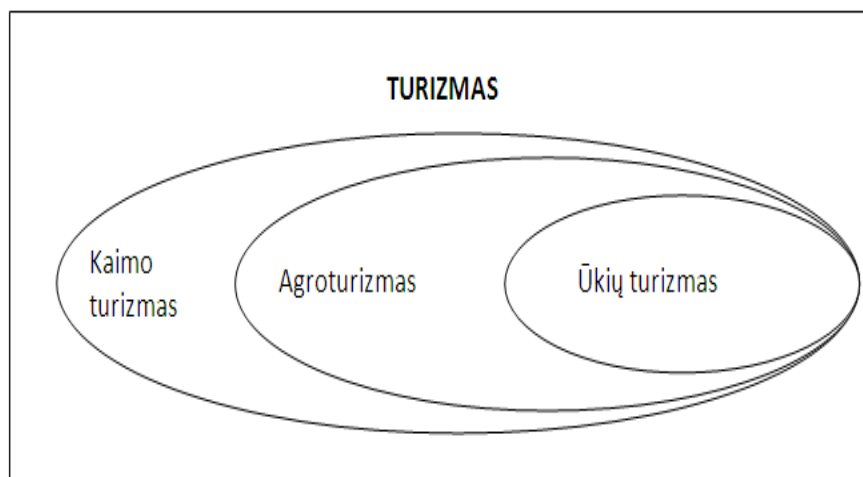
Šiuo metu dažniausiai laikomasi šio agroturizmo apibrėžimo: agroturizmas-tai kaimo turizmo rūšis, tiesiogiai susijusi su žemės ūkio produkcija, tradicijomis ir ūkininko gyvenimo būdu. (I. Vainienė, 2001, p. 31).

Austrijoje ir Italijoje yra sėkmingai vystomas agroturizmas. Turistai gali susipažinti su sodybose esančiais ūkiais, natūralia gamta, pasižiūrėti kaip prižiūrimi gyvuliai. Sodybose siūloma ekologiškų produktų-vaistažolių, medaus, vietinės gamybos gėrimų. Taip pat svečiai gali ir pramogauti: jodinėti, žaisti tenisą, mini golfą, plaukioti. Dažni agroturizmo šeimininkai turi mini dirbtuves, kur kepama duona, skaptuojama iš medžio, pinami, krepšiai, audžiama, tapoma ant keramikos ir pan. (<http://www.atostogoskaime.lt>)

Grecevičius (2002) teigia, kad agroturizmui priskiriami ir tokie ūkiai, kurie neteikia apgyvendinimo ar maitinimo paslaugų, bet suteikia galimybę vienos dienos turistams susipažinti su ūkyje vykdoma žemės ūkio veikla (įvairiomis augalininkystės šakomis, gyvulių auginimu ir priežiūra, žemės ūkio produkcijos perdirbimu, netradiciniais verslais ir t.t.) paskutiniu metu vis labiau populiarėja ekologinės žemdirbystės ūkiai.

Agroturizmas vis dar sudaro labai mažą kaimo turizmo dalį (apie 2% kaimo turizmo apyvartos). Kai kuriuose šaltiniuose aptinkamas dar vienas terminas-ūkių turizmas, kurį kaimo turizmo specialistai apibūdina kaip agroturizmo porūšį.

Kaip teigia Vainienė (2001), Ūkių turizmas apima visą kaimo turizmo veiklą, susijusią su ūkiais, t.y. tiek nakvyne, maitinimą ir pramogas, tiek vizitus į ūkius. Dažniausiai ūkių turizmu vadinamas apsistojimas ūkyje, t.y. kambariuose, gretimuose pastatuose ar palapinėse. Maitinimo ir užkandžių (pagamintų iš vietinių produktų) tiekimas taip pat priklauso ūkių turizmo galimybėms. Vis daugiau ūkininkų stengiasi siūlyti turistams įvairių produktų ir paslaugų: produktų ir dirbinių, kurie gali būti įsigijami kaip suvenyrai, pardavimas pačiame ūkyje, perdavimas lopinėlio žemės svečio žinion, kad šis galėtų ūkininkauti, nedidelio muziejaus atidarymas, kuris turistams padėtų susipažinti su amatininkyste (pvz. sūrio gamyba, grybų, įvairių galvijų auginimas).



2 pav. Kaimo turizmo, agroturizmo ir ūkių turizmo sąvokų santykis
Šaltinis: Vainienė I. (2002)

Pavyzdžiui Austrijoje poilsis pas ūkininkus šiuo metu tebėra labai sėkminga turizmo plėtros kryptis. Austrijos poilsio pas ūkininkus asociacija sukūrė naujus tiek paties produkto, tiek rinkodaros kokybės standartus. Dalyvaujantieji ūkiai užsiima labai įvairaus pobūdžio veikla: organizuoja vaikų poilsį, siūlydami vaikų priežiūros paslaugas, taip pat jodinėjimą žirgais, sveikatingumo programas, ekologinį ūkininkavimą, išskylas, miško pažintines programas ir „Ūkio mokyklas“. (<http://ec.europa.eu>)

Kaimo turizmas yra glaudžiai siejamas ne tik su agroturizmo ir ūkių turizmo sąvokomis, bet ir su ekoturizmu. Ekoturizmą Wood (2002) apibrėžia kaip kelionę į gamtos plotus, kuriuose saugoma aplinka ir palaikoma vietinių gyventojų gerovė. Ekoturizmo idėja, atsiradusi Vakarų Europoje aštuntajame praėjusio šimtmečio dešimtmetyje ir išsivysčiusi vėliau į aktyvų judėjimą, praėjo kelias plėtojimosi stadijas. Knowles (2004) teigimu, ekologinis turizmas yra

tausojančiojo turizmo (angl. sustainable tourism) dalis ir atitinka pagrindinį tausojančiojo turizmo principą-gamtos ir kultūros vertybių saugojimą. Iš ekoturizmo idėjos, kurios pagrindas buvo gamtinės aplinkos saugojimas, išsivystė tausojančiojo turizmo idėja. Jos pagrindinės nuorodos turistams (P. Grecevičius, 2002, p. 102):

- Saugoti išteklius.
- Pirkti vietinę produkciją.
- Palaikyti vietinių žmonių turizmo iniciatyvą.
- Gerbti vietinę žemę ir jos savininkų teises.
- Gerbti vietinius papročius.
- Nekenkti savo veikla vietiniams gyventojams, ypač vaikams.
- Sužinoti nauja apie vietinę istoriją, kalbą ir gyvenimo būdą.

Taigi kaimo turizmas apima visas turizmo rūšis, susietas su kaimo aplinkos pažinimu ir poilsiu joje.

1.3. Kaimo turizmo paslaugų vartotojai, jų motyvacija ir poreikiai

Kaimo turizmas yra urbanizacinis fenomenas-kol nebuvo miestų ir specifinių miestietiško gyvenimo būdo problemų, tol nebuvo šnekama apie poilsį kaime. Kaimo turizmas tampa vis populiariesne turizmo šaka. Miesto gyvenimo ritmas, tempas ir aplinka vis labiau vargina žmones ir skatina juos ieškoti galimybių grįžti į gamtą.

Grecevičius (2002) teigia, jog kaimo aplinkos ypatybės, traukiančios žmones atkeliauti čia poilsio, yra šios:

- Daug atviros erdvės.
- Mažai gyventojų.
- Retai užstatyta teritorija.
- Gamtinė aplinka.
- Daug veiklos lauke.
- Daug individualios veiklos galimybių.
- Mažos įstaigos.
- Mažai turistų.
- Vietinis privatus verslas.
- Asmeniški santykiai su turistais.
- Mėgėjiška vadyba.
- Vietinė kultūrinė atmosfera.

- Daug senesnių pastatų.
- Gamtos apsaugojimo idėjos.
- Tikras, lėtai valgomas maistas.

1999 m. Oficialioje Europos Komisijos Pagrindinio įmonių departamento Turizmo skyriaus publikacijoje teigiama, kad kaimo turistų tikslas yra vietovė, kuri traukia turistus, atvykstančius pasidžiaugti kraštovaizdžiu ir su juo susijusia veikla. Ir tai yra jų pagrindinis motyvas.

Pasak Kirkliausko (2005) kaimo turizmo sodybų klientų pasirinkimą ilsėtis tam tikroje sodyboje įtakoja keli veiksniai, tarp kurių svarbiausias yra kainos ir siūlomų paslaugų atitikmuo.

Tuo tarpu Gumblevičienė (2002) teigia, kad poilsiautojams svarbiausiu sodybos pasirinkimo kriterijumi tampa kraštovaizdis.

Autoriai Swarbrooke ir Horner (1999) išskyrė tokius šešis pagrindinius veiksnius, lemiančius turistų poilsio formos pasirinkimą:

1. „*asmenybė*, t.y.:

- visuomeniški ar atsiskyrėliai;
- mėgstantys riziką ar atsargūs;
- drąsūs ar baikštūs.

2. *gyvenimo būdas*, t.y. bandymas visada būti madingu; rūpinimasis savo sveikata; noras užmegzti naujas pažintis; dalyvavimas vakarėliuose.

3. *buvusi patirtis*, t.y. nusivylimas ar pasitenkinimas praeityje pasirinkta poilsio forma.

4. *prisiminimai*, t.y. nostalgijos (medaus mėnuo) ar priešiško (karo mūšio vieta) jausmas tam tikrai vietai.

5. *nuovoka*, t.y. savo silpnųjų ir stipriųjų pusių suvokimas.

6. *įvaizdis*, t.y. noras gerai pasirodyti prieš kitus.“

Taip pat būtina pabrėžti, kad šie veiksniai gali kisti priklausomai nuo tam tikrų aplinkybių (J. Swarbrooke, S. Horner, 1999):

- vaiko turėjimas, naujo partnerio susiradimas;
- pajamų sumažėjimas ar padidėjimas;
- sveikatos pablogėjimas;
- turizmo lūkesčių ar patirties pasikeitimas.

Anot Dvilevičienės (1997), didelė dalis keliautojų pasirenka kelionę kaip pramogą, teikiančią džiaugsmo, paliekančią malonių išpūdžių ir, kad tikrieji, pirmieji motyvai yra psichologiniai-tai malonumų, gerų išpūdžių, romantikos patyrimas ir žmonių įvairiausių užgaidų tenkinimas kelionėje. Tuo tarpu prie antrinių motyvų priskirtini troškimas socialinių žmonių kontaktų, kultūrinių mainų, kasdienybės pakeitimo ir pan.

Individo motyvacija keliauti bet kuriuo momentu yra sąlygota daugelio skirtingų jėgų ir veiksmų. McIntosh ir Goeldner (1986) išskiria keturias motyvacijos kategorijas: fiziniai, kultūriniai, socializacijos ir statuso bei prestižo motyvatoriai (R. Hopenienė, G. Pukienė, A. Grabienė, 2002). Anot autoriaus Swarbrooke (1999), jeigu žmogaus apsisprendimą kur nors keliauti įtakoja daugelis motyvų, tai jis atsirinks patenkinti vieną, jo manymu, patį svarbiausią arba suras kompromisą tarp jų ir patenkins kelis savo poreikius, tačiau tik iš dalies. (A. Dautartaitė, 2006, p.12).

Power (1995) ir Bull (1994) turistus pagal keliavimo tikslą klasifikuoja į grupes, remiantis jų požiūriu į kainas (R. Hopenienė, G. Pukienė, A. Grabienė, 2002):

- jautrūs kainai (tokie turistai paprastai renkasi pigesnes turizmo paslaugas);
- nejautrūs kainai (renkasi prabangias viešbučių, transporto ir kitokias turizmo paslaugas).

Rusų mokslininkas Kabuškin (2002) teigia, kad turizmo paslaugų vartotojus tikslinga klasifikuoti pagal priklausomybę nuo jų *aktyvumo* (aktyvūs ir pasyvūs poilsio mėgėjai) ir *gyvenimo būdo*. Pagal aktyvumą galima išskirti tokius turistų tipus:

- *Ramaus poilsio mėgėjai*. Šio tipo turistai nori ištrūkti iš kasdieninių stresų, pailsėti ramioje, malonioje aplinkoje, išvengti žmonių šurmulio;
- *Pramogų mėgėjai*. Jiems svarbiausia išbandyti kuo daugiau įvairių pramogų, ne kliūtis tolimi atstumai. Jie pirmenybę teikia buvimui viešumoje;
- *Aktyvaus poilsio mėgėjai*. Šie turistai pirmenybę teikia buvimui gamtoje (gryname ore), mėgsta judėjimą, o poilsį prilygina gydymui;
- *Sportinio poilsio mėgėjai*. Visą savo dėmesį skiria sportinei veiklai, nevengia fizinio apkrovimo;
- *Poilsiaujantys pažintiniais, mokymosi tikslais*. Šie turistai pirmenybę teikia naujų žinių įgyjimui:

-Tipas 1-lankosi turistinių vadovų aprašytose vietose;

-Tipas 2-renkasi mažiau turistų lankomas vietas;

-Tipas 3-juos labiausiai domina kultūra ir gamta.

- *Nuotykių ieškotojai*. Tai turistai mėgstantys riziką, nes ieško būdų save išbandyti.

Grupuojuant turistus priklausomai nuo jų gyvenimo būdo, pagrindiniu kriterijumi tampa bendras žmogaus požiūris į gyvenimą:

- *Malonumų mėgėjai*. Šio tipo turistai kelia aukštus reikalavimus poilsio kokybei ir teikia pirmenybę komfortui. Kelionės-tai saviraiškos būdas. Poilsiaudami jie nori patirti malonumų ir leisti sau kai kurias silpnybes;

- *Gamtos ir kultūros mylėtojai*. Tai turistai, kurie mėgsta komfortą, tačiau kelia ne tokius aukštus reikalavimus kaip malonumų mėgėjai. Jie ieško susiliejo su gamta, siekia emociškai išsikrauti, domisi lankomo regiono politika ir kultūra;

- *Šeimos turistai* (priskiriamos tik šeimos, turinčios vaikų). Šie turistai siekia patenkinti savo pagrindinį norą praleisti atostogas šeimos, draugų, giminių rate, ilsėtis ramioje ir patogioje aplinkoje. Jie renkasi paslaugas už priimtina kainą (dažniausiai aptarnauja save patys);

- *Pasyvūs poilsiautojai*. Jie prioritetą teikia įprastam poilsui: ilgesniam miegui, tylai, skaniam maistui, trumpiems pasivaikščiavimams ar pasivažinėjimams. Nemėgsta eksperimentuoti, stengiasi išlaikyti savo prastą rutiną.(A. Dautartaitė, 2006, p. 13)

Pasak Valančiauskaitės ir Končiūtės (2002) pagrindiniai atvykimo į kaimo turizmo sodybas motyvai yra šie:

- Pailsėti nuo triukšmo, kitų žmonių;
- Pabūti tik su draugais ar savo šeima;
- Atšvęsti šventę;
- Pažintinės kelionės tikslais.

Anot Vainienės (2001), Lietuvoje pagal socialinius demografinius kriterijus, išskiriamos šios kaimo turizmo paslaugų vartotojų grupės:

- pensininkai su vaikais;
- tėvai su mažais vaikais;
- verslininkai, turintys dideles pajamas;
- studentai;
- jaunų žmonių grupelės;
- vieniši žmonės.

Autorė teigia, kad kaimo turizmo sodybų klientai-tai jauni (21-30) metų, gerą išsilavinimą turintys miestiečiai, gyvenantys butuose, neturintys arba trintys mokyklinio amžiaus vaikų, savo transportu vykstantys ilsėtis į vienkiemius, esančius gražioje apylinkėse, pas gimines ar ūkininkus, priimančius už nedidelį mokestį. Maitinasi šeiminių paruoštu maistu ir naudojami jų poilsio inventoriai, kad galėtų užsiimti mėgstama laisvalaikio poilsio veikla (žvejyba, maudymusi, plaukiojimu valtimi ir pan.).

Tuo tarpu Astromskienės ir Sirusienės (2007) nuomone, augant poilsio kaime paslaugų paklausai, sparčiais tempais didėjant poilsiautojų kaimo sodybose skaičiui, sodybų šeimininkai susiduria su pačiais įvairiausiais poilsiautojų pageidavimais, jų pomėgiais. Praktiškai nebūna taip, kad ta pati sodyba ar poilsis joje, patiktų visiems klientams. Be to, sunku vienoje sodyboje sukomplektuoti įvairioms pramogoms reikalingą įrangą. Pramogų ir poilsio paslaugų struktūrą apsprendžia ir vietovės ypatumai, pvz., vandens pramogoms reikalingi vandens telkiniai. Specializuotų poilsio kaime sodybų kūrimosi būtinybė iškilo susisteminus pastarųjų metų poilsiautojų poreikių ypatumus. Specializaciją gali būti daug ir įvairių. Tačiau prieš renkant

sodybos specializaciją, jos šeimininkai turi įgyvendinti visus bendruosius kaimo turizmo paslaugoms keliamus reikalavimus.

Lietuvos kaimo turizmo asociacija, specializuotas sodybas vertina visoms sodyboms keliamais vieningais kriterijais, kuriuos tvirtina Asociacijos taryba.

Specializacijų gali būti daug ir įvairių. Lietuvos kaimo turizmo asociacija savo informacinėje sistemoje (www.atostogoskaime.lt) nurodo šias sodybų pasirinkimo galimybes:

- Specializuota sodyba ramiam, pasyviai poilsiui;
- Specializuota sodyba dviratininkams (dviratininkų nakvynės namai);
- Specializuota sodyba žvejams;
- Ekologiška poilsio kaime sodyba;
- Sveikatingumo atostogos kaimo sodyboje;
- Vaikų poilsio kaime sodyba;
- Jodinėjimo atostogos kaimo sodyboje.

Specializuota sodyba ramiam, pasyviai poilsiui.

Miestiečiui kartai tereikia tik tylos ir ramybės. Ji pas mus kol kas kainuoja pigiai, todėl turizmo sodybų šeimininkams toks verslas dar neapsimoka. Retas, kuris ryžtasi nesusigundyti didesniais pinigais ir siūlyti tik ramų, šeimyninį poilsį, tradicinę, jaukią aplinką.

Anot Sirusienės (2007) įdomu, kada Lietuvoje bus taip, kaip Vokietijoje ar Olandijoje, Belgijoje, kur ramybė, tyras oras, gamtos teikiami malonumai, autentiška kaimo aplinka kainuos tiek, kad sodybos šeimininkui nereikės rengti triukšmingų puotų, o išmoksime parduoti ramybę, tylą, tyrą orą?

“Lietuviai kol kas sodybose švenčia, puotauja. Tačiau ši banga pamažu slūgsta ir lietuviai jau pamažu pradeda suvokti, kad didžiausia kaimo sodybos vertybė-tyla. Tokio poilsio kaip tik reikia nuo miesto triukšmo ir įtampospavargusiam žmogui, taip geriausiai pailsi nervai, nuslūgsta įtampa“ (Šaulytė, 2007, p. 73).

Ramybės ieškantys poilsiautojai, anot Astromskienės ir Sirusienės (2007) dažniausiai renkasi mažas ir jaukias sodybas, kur būtų galima atitrūkti nuo miesto ir darbo triukšmo, įtampos. Tai linkę būti patalpose ar ramiai vaikštinėti apylinkėse, dažniausiai vyresnio amžiaus poilsiautojai, vengiantys bendravimo su nepažįstamais žmonėmis, tačiau tuo pačiu norintys artimo ir nuoširdaus bendravimo su sodybos šeimininkais.

Pagrindiniai reikalavimai-rami, jauki aplinka ir sodyboje neturi būti daug numerių, negali būti šalia priimanamos poilsiautojų grupės.

Specializuota sodyba dviratininkams (dviratininkų nakvynės namai)

Dviračiais keliaujantys žmonės apgyvendinimo paslaugoms kelia minimalius reikalavimus (ir atitinkamai pasirenkę mokėti už nakvynę). Tai trumpai sodyboje užsibūnantys poilsiautojai, mėgstantys keliauti dar neišbandytais maršrutais.

Pagrindiniai reikalavimai sodybai- užrakinama patalpa dviračių saugojimui (garažas); patalpa drabužiams ir kt. inventoriui išdžiovinti (džiovinimo kambarys); informacija apie artimiausią dviračio remonto vietą, darbo laiką ir telefono numerį.

Ekologiška poilsio kaime sodyba

Ekologija įgauna vis didesnę mastą ne tik ūkininkavimo, bet ir poilsio organizavimo srityje. Ūkiuose auginamos ir įmonėse gaminamos produkcijos atitikimą ekologinės žemdirbystės reikalavimams įvertina ir tai patvirtinančius sertifikatus suteikia viešoji įstaiga „Ekoagros“.

Pagrindiniai reikalavimai-„Ekoagros“ sertifikavimo įstaigos išduotas sertifikatas, liudijantis sodyboje vykdomos veiklos atitikimą ekologinės žemdirbystės reikalavimams; baldai iš medienos, kilimai iš natūralių žaliavų; medžiagos iš natūralių ir chemiškai neapdorotų žaliavų, pvz.: užuolaidoms, patalynei naudoti vilną ir liną;

Vaikų poilsio kaime sodyba.

Vaikų poilsis gali būti organizuotas keletu būdų: vaikų poilsis drauge su tėvais, vaikų grupių poilsis. Vaikų su tėvais poilsiui skirtos sodybos taip pat gali būti siauriau specializuotos: sodybos šeimų su kūdikiais poilsiui, šeimų su ikimokyklinio amžiaus vaikais poilsiui, šeimų su mokyklinio amžiaus vaikais poilsiui. Kiekvieno amžiaus tarpsnio vaikams turi būti skirta ir pritaikyta atitinkama įranga.

Organizuojant vaikų grupių poilsį didesnis dėmesys skiriamas grupiniams vaikų poilsio poreikiams ir poilsio formų įvairovei. Čia vaikais rūpinasi grupių vadovai.

Pagrindiniai reikalavimai- saugi eismo atžvilgiu, t.y. teritorija visiškai atskirta nuo gatvės, kelio, vandens telkinio; vaikiškos lovelės, pritaikytos vaikų amžiui; vaikiški stalo įrankiai; žaidimų aikštelė vaikams nuo 0-12 metų (mažiausiai trys įrengimai);

Sveikatingumo atostogos kaime.

Sveikatingumo sodybos paskirtis – sveikatos ir darbingumo atstatymas natūraliomis organizmo stiprinimo priemonėmis. Šio tipo sodybos gali priimti poilsiautojus individualioms sveikatingumo atostogoms ir grupinio poilsio pagal bendrą sveikatingumo programą atostogoms.

Pagrindiniai reikalavimai- vienoje patalpoje trys fitnessui skirti prietaisai, pvz., stovintis dviratis, šokdynė, svarmenys, lipimo laiptais prietaisas; daug literatūros apie sveikatą, mitybą; . pasiūlyti arba suorganizuoti masažo seansus (mažiausiai 1 kartą per savaitę); pilnaverčio maisto virtuvė.

Jodinėjimo atostogos kaimo sodyboje.

Jodinėjimo, važinėjimosi vežimaičiais paslaugos gali būti teikiamos dvejopai: žirgai yra toje pačioje sodyboje, kurioje apsigyvena poilsiautojai ir pagal sutartį su žirgininkystės ūkiu, vykstant į jį užsakytų paslaugų, t. y. suteikiant jodinėjimo galimybę.

Pagrindiniai reikalavimai- jodinėjimo galimybė; kompetentingas jojimo vadovas.

Kaimo turizmo sodybos gali būti pritaikytos neįgaliesiems.

Neįgaliųjų, ypač su fizine negalia, ribojančia judėjimo galimybes, priėmimas poilsiui kaimo sodyboje reikalauja ypatingo dėmesio ne tik pačiam poilsiautojui, bet ir įrangai. Neįgalusis svečias (sėdintis invalido vežimėlyje, negalintis vaikščioti ir kiti vyresnio amžiaus asmenys su judėjimo sutrikimais) planuodamas savo atostogas reiškia tuos pačius reikalavimus (pretenzijas) kaip ir įprasti svečiai, t.y. valstiečių sodyboje jis nori savarankiškai, be kitų pagalbos judėti.

Pagrindiniai reikalavimai- kaimo sodybų neįgaliesiems įranga yra pritaikyta invalidų vežimėliams.(www.atostogoskaime.lt)

Pasak Sirusienės, ateityje kaimo turizmas plėsis šiek tiek tvarkingiau-prasidės natūrali specializacija. Vieni ims tik verslo renginių, t.y. rengs seminarus, konferencijas, susitikimus ir kt. Kitų kaimo turizmo paslaugų jie neteiks. Kiti siūlys paslaugas jaunimui. Treti rengs tik vestuves ar kitas šventes. Tikėtina, kad didžiausią grupę sudarys siūlantieji poilsį (Čaplikas, 2007, p. 16).

Mano nuomone sodybos specializacija yra patogų ir besirenkančiam kaimo turizmo paslaugą, nes klientas sužino kokių paslaugų ir pramogų gali tikėtis, ir paslaugų teikėjui, nes pastarasis savo veiklą gali plėsti tam tikroje specializacijoje ir dėl to suteikti klientui aukštesnės kokybės paslaugą.

Tuo tarpu anot Kirkliausko (2005), būtina aktyviai bendrauti su klientais, kitaip jų poreikiai nebus atskleisti. Svečiui atvykus į sodybą, galima pasiūlyti jam žaismingoje formoje pateiktą anketą-ko jis norėtų, o ko atsisakytų, nes kaip teigia Murray ir Woolfalk (1998), poreikiai yra begaliniai ir priklauso nuo individualių žmonių savybių.

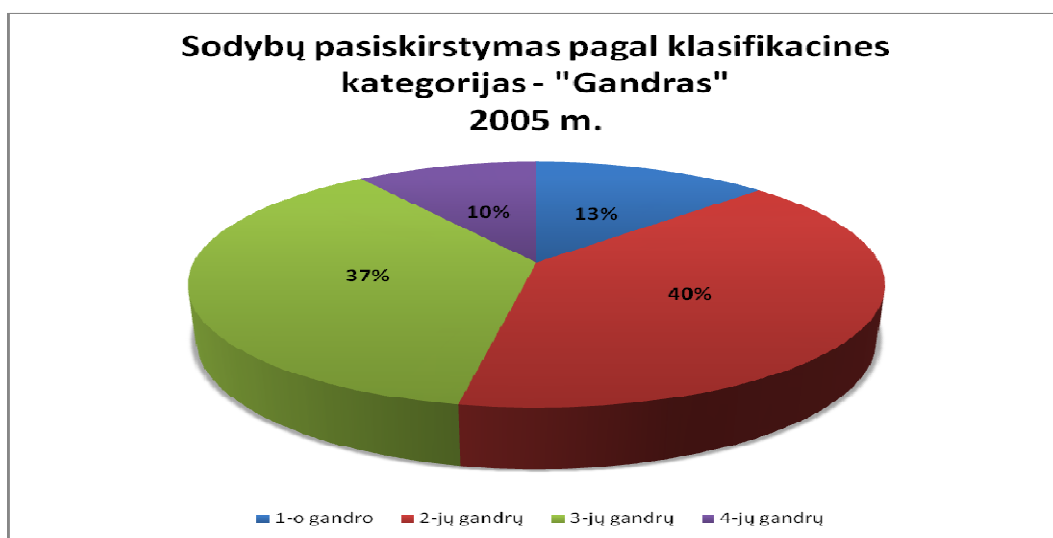
Žukaitis (2006) teigia, jog didelis kaimo turizmo sodybų skaičius, negarantuoja turistų pageidaujamų paslaugų užtikrinimo, todėl egzistuoja poreikis ištirti kaimo turizmo paslaugas Lietuvoje ir nustatyti, kaip būtų galima padidinti kaimo turizmo paslaugų vartotojų pasitenkinimą, formuojant paslaugų kompleksą, visiškai atitinkantį turistų poreikius.

1.4. Kaimo turizmo paslaugos ženklinimas ir apgyvendinimo paslaugos klasifikaciniai reikalavimai

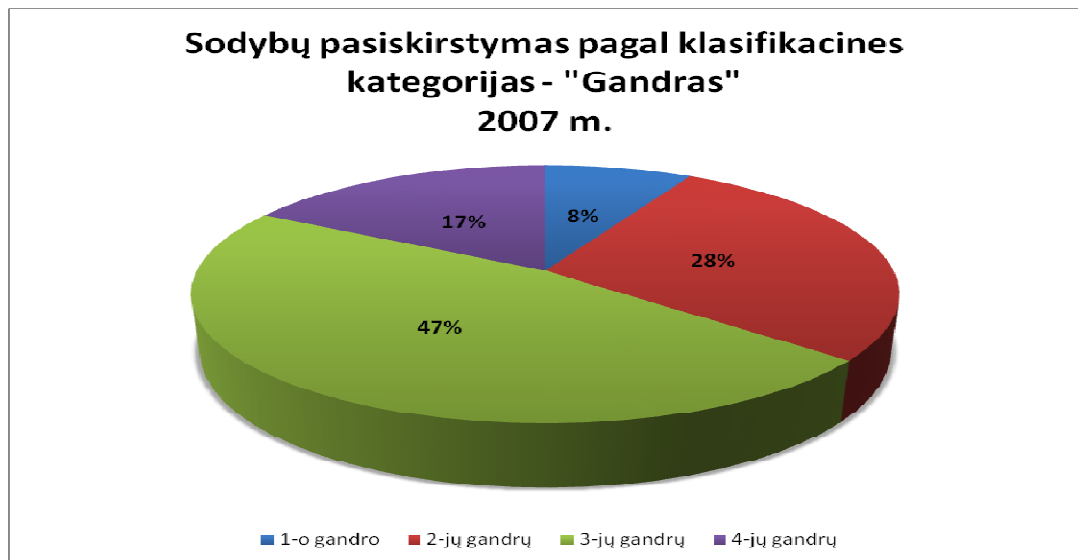
Anot Astromskienės ir Sirusienės (2007) prekių ženklai-tai kalba, kuria gamintojai kalbasi su vartotojais. Kaimo turizmo veikloje jau gerai žinomas Lietuvos kaimo turizmo

asociacijos- savarankiškos ne pelno organizacijos, vienijančios Lietuvos Respublikos žmones, užsiimančius kaimo turizmu, bendriems jų poreikiams tenkinti ir uždaviniams įgyvendinti,- patentuotas ženklas. Tai žaliame fone stovintis baltas gandas- . Tam tikra prasme šis ženklas yra ir kaimo turizmo paslaugos prekinis ženklas. Viena iš svarbiausių prekės ženklo funkcijų-užtikrinti prekės ar paslaugos kokybę.

Šis ženklas žymi poilsio kaime sodybą - Asociacijos narę. Šį ženklą naudoja Asociacijos nariai savo reklamos priemonėse. Narystė asociacijoje ir sodybos ženklinimas gandrais rodo, kad šiose sodybose teikiamos kaimo turizmo paslaugos yra kontroliuojamos, ir jei kas nors nutinka negero, klientas turi galimybę pretenzijas išsakyti asociacijai. Jei vartotojas yra patenkintas pasinaudotos kaimo turizmo paslaugos kokybe, jis išsimins sodybos ženklimą ir tikėtis kitoje sodyboje, paženklintoje atitinkamais ženklais, gauti tokios pačios kokybės paslaugas (Astromskienė, Sirusienė, 2007, p. 134). Be to, juo žymimos kaimo turizmo sodybų kvalifikacinės (komforto) kategorijos. Jas savo nariams, teikiantiems poilsio kaime ir kaimo turizmo paslaugas, suteikia Asociacijos taryba, įvertinusi sodybos įrengimo ir poilsio kaime paslaugų teikimo lygį. Visos Asociacijos narių sodybos skirstomos į [4 kategorijas](#) suteikiant joms vieno, dviejų, trijų ir keturių gandrų ženklus. Šios komforto kategorijos nustatomos pagal Asociacijos tarybos patvirtintus klasifikavimo nuostatus.(www.atostogoskaime.lt)



3 pav. Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas pagal klasifikacines kategorijas
Šaltinis: A. Dautartaitė (2006)



4 pav. Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas pagal klasifikacines kategorijas
Šaltinis: www.atostogoskaime.lt

Kaimo turizmo sodybų vertinimas reikalingas todėl, kad svečias, rinkdamasis sodybą poilsiui, nori žinoti: ar bus maloniai ir mandagiai priimtas ir aptarnautas; ar gyvenamos patalpos patogios, švarios, tvarkingos, jaukios ir šiltos; ar gyvenamuosiuose kambariuose ras tai, kas jam reikalinga patogiam ir saugiam apsigyvenimui; ar paslaugos, kurias teikia šeimininkas, atitinka saugumo reikalavimus; kokia paslaugų pasiūla ir įvairovė; kokia pramogų pasiūla ir įvairovė; ar sodyba dera prie etninio regiono; kiek sodyba orientuota į kultūrinį ir kulinarinį paveldą; ar sodyba turi savo stilių, specializaciją; kaip sodyba parengta aktyviam poilsiui (sporto aikštynai, vandens sporto inventorių, vaikų poilsiui inventorių, dviračiai, riedučiai, riedlentės, žirgai (trenerio galimybė), teniso kortai, uždaras ar atviras baseinai, pirtys); ar gražiai suformuoti sodybos želdiniai, gėlynai; ar dirba ištisus metus ir pan. (A. Astromskienė, R. Sirusienė, 2007, p. 135)

Taigi pagal Lietuvos kaimo turizmo asociacijos reikalavimus, klasifikaciniai reikalavimai Lietuvos kaimo turizmo asociacijos nariams, užsiimantiems kaimo turizmo verslu, yra tokie: visų pirma reikia turėti kaimo turizmo paslaugos teikimo pažymėjimą, kuris išduodamas įvykdžius Valstybinio turizmo departamento prie Lietuvos Respublikos Ūkio ministerijos direktoriaus 2006 m. gruodžio 22 d. įsakymo Nr. V-106 „Dėl kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimų patvirtinimo“ reikalavimus (VŽ, 2007, Nr. 1-42), kuriuose nurodoma, jog kaimo turizmo paslauga yra ūkininko sodyboje ar individualiame gyvenamajame name teikiama specialaus apgyvendinimo turizmo paslauga, kurią sudaro turistų apgyvendinimo, maitinimo, pramogų (poilsio) ir kitų poreikių tenkinimas, taip pat, kad šią paslaugą gali teikti verslo liudijimą turintys fiziniai asmenys kaimo gyvenamojoje vietovėje ar mieste, kuriame gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų ir, kad svečių apgyvendinimui gali būti skirta ne daugiau kaip 20 kambarių (numerų). Prireikus svečiams turi būti sudarytos galimybės naudotis pirmosios medicinos pagalbos priemonėmis bei gali būti

įrengiamos patalpos ir sudarytos sąlygos aktyviam poilsiui (svečių pramogoms) ir (ar) renginiams organizuoti.

Įvykdžius reikalavimus kaimo turizmo paslaugai teikti ir turint kaimo turizmo paslaugos teikimo pažymėjimą, bei tapus Lietuvos kaimo turizmo asociacijos nariu, reikia įvykdyti ir klasifikacinius reikalavimus Lietuvos kaimo turizmo asociacijos nariams, nes juos įvykdžius yra gaunamas Asociacijos ženklas-baltas gandraš žaliame fone. Vieno, dviejų, trijų ir keturių gandraš sodybos šeimininko kvalifikacija kaimo turizmo versle-poilsio kaime (kaimo turizmo) organizatoriaus kvalifikacija; sodybos specializacija-pasirinkta kaimo turizmo verslo specializacija; saugumo reikalavimai-gelbėjimo liemenės kiekvienam besiirstančiam valtimi poilsiautojui, dūmų detektoriai, vaistinė, o keturių gandraš sodybai ir saugos priemonės dviratininkams bei riedutininkams. Kuo didesnis skaičius gandraš sodybai, tuo didesnis kiekis ir įvairovė pramogų siūloma poilsiautojams, taip pat ir paslaugų daugėja didėjant gandraš skaičiui. Trijų ir keturių gandraš sodybai yra privaloma pirtis ir kaimo turizmo verslininko biuras. Labiausiai skiriasi reikalavimai apgyvendinimui (www.atostogoskaime.lt):

3 lentelė. Apgyvendinimo paslaugų reikalavimai pagal „gandraš“

Įvertinimas „gandraš“	Apgyvendinimo paslaugų reikalavimai
	- Nameliai: be patogumų, sanitarinis mazgas, virtuvė atskirame pastate bendra visiems poilsiautojams. Aštuoniems poilsiautojams 1 dušas, sanitarinis mazgas, kriauklė, viryklė šaldytuvas. - Bendras pastatas - visiems poilsiautojams – gyvena atskiruose (dviečiuose – penkivečiuose) kambariuose. Sanitariniai mazgai, dušai, kriauklės, viryklės atskirame pastate bendra visiems poilsiautojams.
	- Nameliai: su daliniais patogumais, įvestas šaltas vanduo, kriauklė. - Bendro gyvenimo patalpos: kambariai (trivečiai – keturviečiai), bendra patalpa (poilsio zona) visiems svečiams, joje svečiai gali maitintis, virtuvė bendro naudojimo. Virtuvėje karštas vanduo, kelios kriauklės, indai šaldytuvas. Penkiems žmonėms viena viryklė. Penkiems žmonėms vienas sanitarinis mazgas, vienas dušas. Sodyboje turi būti sudarytos sąlygos užsisakyti pusryčius, pietus, vakarienę.
	Nameliuose: karštas vanduo, dušas, sanitarinis mazgas, galimybė užtamsinti langus, mini virtuvė, kurioje yra indai, viryklė, šaldytuvas.

	Bendros gyvenamosios patalpos – poilsiautojams skirta namo dalis (pirmas ar antras aukštas), atskiras įėjimas svečiams, atskira patalpa poilsiui su židiniu, biblioteka su naujais laikraščiais, televizoriumi ir galimybe stalo žaidimams. Kambariai miegamieji – dviviečiai – triviečiai, lovos (ne sofas), vieta rūbams, batams, prie lovos spintelės, apšvietimas, veidrodis. Prie lovos kilimas (ne sintetinis), minkštos kėdės, langų užtamsinimas (užuolaidos žaliuzės), nereikia lovatiesių. Patalynė keičiama kas trys dienos. Rankšluosčiai trijų dydžių, individualus rankšluostis ant grindų prie dušo kabinos.
	- Nameliai: visi patogumai: karštas vanduo, dušas prie miegamųjų kambarių, sanitarinis mazgas, langai tamsinami žaliuzėmis, mini virtuvė – visi reikalingi indai, šaldytuvas, virtuviniai baldai. - Bendras gyvenamas pastatas: poilsiautojams skirtas visas pastatas (šeimininkai jame negyvena). Svečiams nuomojamas vienas kambarys ar kambarių grupė (buto tipo) su visais patogumais, dušo kabinos patalpos grindys šildomos (jei plytelės), jei medinės grindys – nešildomos. Geriausia su atskiru įėjimu ne viešbučio tipo. - Miegamasis – gyvenamasis kambarys ar grupė kambarių: vienvietės lovos, apšvietimą prie lovų spinta rūbams, minkšti baldai poilsiui, rašomasi stalas, galimybė pajungti kompiuterį, internetinis ryšys, langų užtamsinimas žaliuzėmis, kilimas, vėdinimo sistema arba kondicionierius, židinys, televizorius, video aparatūra. - Patalynė: keičiama svečiui paprašius, keturi skirtingų dydžių rankšluosčiai, individualus kilimėlis prie dušo kabinos, muilas (skystas arba kiekvienam atskirai), priemonės dušui. Turi būti patalynės sandėliavimo patalpa, skalbykla – lyginimas.

Pasak Girniūtės (2004), kaimo turizmo sodybų skirstymas į kategorijas, leidžia poilsiautojui iš anksto pasirinkti tinkamą pagal komfortabilumą, kainą bei kitus kriterijus apgyvendinimo paslaugą.

Lietuvos kaimo turizmo asociacijos aukščiausiai vertinama sodyba-tai sodyba puoselėjanti regioninę, etninę kultūrą; sauganti kultūrinį paveldą; akcentuojanti kulinarinį paveldą; sodyboje akcentuotini etnografiniai elementai: stogas, priebūtis, prieklėtis, langai, langinės, namų puošybos elementai, vidaus atributai.

Anot Astromskienės ir Sirusienės (2007) jau gerai kaimo turizmo veikloje žinomas Lietuvos kaimo turizmo asociacijos ženklas-baltas gandras žaliame fone-naudojamas kaip reklaminė priemonė, kuri užtikrina rinkos nišą naujai pasirodžiusiai prekei.

1.5. Maitinimo paslauga bei kulinarinio paveldo įtaka kaimo turizmui

Maitinimas sodyboje yra antrasis kaimo turizmo paslaugų komponentas ir neatskiriamas nuo apgyvendinimo paslaugos.

Maitinimas kaimo turizmo sodyboje gali būti teikiamas šiais būdais:

- Organizuotas maisto ruošimas ir teikimas- kai maitinimo paslaugas teikia sodybos šeimininkai.

Norėdami teikti maitinimo paslaugas, sodybos šeimininkai turi vadovautis 2005 m. lapkričio 27 d. įsigaliojusiais Maisto tvarkymo kaimo turizmo sodybose reikalavimais, kurie buvo specialiai parengti kaimo turizmo sodyboms ir suderinti su Lietuvos kaimo turizmo asociacija. Svečiai maitinami tiek kartu, kiek jie pageidauja, dažniausiai du-tris kartus per dieną.

- Savitarnos virtuvės- kai maistą gali gamintis patys turistai.

Turistai maistą gaminasi patys tam skirtose patalpose, tai gali būti viena atskira virtuvė visiems sodybos svečiams arba nedidelės patalpos su įranga maistui gamintis kiekvienai į sodybą atvykusiai turistų šeimai.

- Mišrus maitinimosi būdas.

Tai dažniausiai dviejų jau minėtų būdų derinys vienoje sodyboje. Šis būdas suteikia turistams galimybę rinktis.

Norėdamas išsiskirti iš kitų kaimo turizmo paslaugos teikėjų, kaimo turizmo paslaugos šeimininkas gali pasinaudoti kulinariniu paveldu ir dėl to pritraukti daugiau klientų į savo kaimo turizmo sodybą. Juk kaimo turizmo versle maitinimas yra neatsiejama kaimo turizmo paslaugos paketo dalis.

Kulinarinis paveldas-tai kelias į tradicinius regiono patiekalus ir maistą. Kulinarinis paveldas-neatsiejama visos šalies tradicijų, kultūros ir istorijos dalis, turizmo industrijos pagrindas.

Europoje ir pasaulyje tradiciniam maistui, jo savitumui ir autentiškumui skiriamas išskirtinis dėmesys, kuris tampa egzotika ne tik svetimšaliams, bet ir miestiečiams, kurie vis dažniau naudoja pusfabrikačius ar valgo greito maisto paruošimo kavinėse.

Kulinarinio paveldo idėja pirmiausia išplito Švedijoje-1995 m., vėliau-Danijoje ir kitose šalyse. Šios idėjos išplitimas tapo Europos kulinarinio paveldo tinklo pagrindu. Pasak Astromskienės ir Sirusienės (2007), tai organizacija, kuri padeda išsaugoti regionines tradicines

receptūras ir gamybos technologijas, tuo būdu išsaugodama kiekvienos kultūros autentiškus kulinarijos židinius. Lietuva šioje veikloje dalyvauja nuo 2000 m. Aukštaitija-pirmoji ir vienintelė iš Pabaltijo šalių regionų įtrauktą į šį tinklą. Lietuvos dalyvavimas Europos kulinarinio paveldo tinkle paskatino naujas turizmo ir kultūros veiklas. Lietuvoje 2001 m. įkurtas Kulinarinis paveldo fondas, kurio pagrindinis tikslas-rūpintis tradicinio kulinarijos paveldo išsaugojimu, plėtote ir gyvosios tradicijos tęstinumu. Kulinarinio paveldo fondo ženklas-tai prekių ir kokybės ženklas, įteisintas juridiskai. Kulinarinio paveldo fondas suteikia teisę ženklinti šiuo ženklu tuos maisto produktus, kurie pagaminti pagal senolių receptus, laikantis senolių tradicijų iš Lietuvoje išaugintų žaliavų.

Manau, kad kiekviena kaimo turizmo sodyba galėtų pritraukti daugybę lankytojų, jei mokėtų teisingai naudoti savo vietovės kulinarinį paveldą.

Kulinarinio paveldo pristatymas kaimo turizmo sodybose gali būti ir viena iš sezoniškumo mažinimo priemonių ir sodybos įvaizdžio kūrimo dalis. Pasak Šaulytės (2007), Dargužių kaime-Dzūkijoje, kiekvieną trečią mėnesio savaitgalį, Rasos ir Valdo Kavaliauskų sodyboje, vyksta sūrų ragavimo (valgymo) šventė, kur galima susipažinti ir su sūrio gaminimo procesu.. Šią tradiciją sodybos šeimininkas parsivežė iš Prancūzijos, kur yra įprasta sodybos šeimininkams kviestis žmones ragauti jų gaminamos produkcijos.

Lietuvių kulinarinis paveldas yra labai platus. Lietuviai ypač mėgsta bulvinius patiekalus-tai ir bulviniai sklandžiai, vėdarai, bulvių košės, bulvinės bandos ir kt. patiekalai.

Mūsų istorija Europos kontekste yra unikali savo internacionalumu, tai ir Lietuvos kulinarinis paveldas lygiai tuo pačiu yra unikalus ir išsiskiriantis iš kitų Europos kraštų kulinarinio paveldo internacionaliniu virtuvių charakteriu, įtakojimu viena kitai. Netgi Lietuvos kaimiška virtuvė etnologo Vacio Miliaus gražiai buvo paskirstyta į atskiras aukštaičių Rytų, Vakarų ir Šiaurės (sėlių), dzūkų, sūduvių (suvalkiečių), būrų (lietuvininkų, šišioniškių), kurios turėjo savo savaiminius išskirtinius maisto ruošimo ir gamybos būdus, technologijas, skonines ir aromatines ypatybes (Sakas, 2007, p.89).

Pasak Žilytės (2004) ir Mazūraitės (2004), lietuviai nuo seno naudojo medų ir kaimo turizmo savininkas, kuris puoselėja bitininkystės tradicijas bei laiko bites, gali surengti susipažinimo vakarus su vaišėmis, medaus ragavimu, grožio procedūrų su medumi pristatymu. Taip pat galėtų būti kepami tortai, pyragai, daromi gėrimai su medumi ir tai naudoti kaip edukacinę veiklą ar papildomą veiklą, paslaugą kaimo turizme.

Kaimo turizmo sodybų savininkai taip pat galėtų rinkti savo krašto, apylinkių kulinarinio paveldo receptus, rengti vietinių valgių ir gėrimų konkursus, mokymus,-būtų ir nauda, ir lankytojus būtų galima įtraukti į vietinių valgių bei gėrimų gamybą.

1.6. Pramogos ir rekreacinė veikla kaimo turizme

Trečiasis kompleksinės kaimo turizmo paslaugos komponentas yra sodyboje siūlomos pramogos bei kita rekreacinė veikla ir kitos papildomos paslaugos.

Pramogos-tai neatsiejama rekreacinės veiklos dalis, o rekreacinė veikla, pasak Vainienės (2001), tai sąmoningas žmogaus užsiėmimas, skirtas fizinių ar dvasinių jėgų atstatymui. Rekreacinė veikla gali būti labai įvairi: nuo knygos skaitymo iki kopimo į kalnus.

Rekreacinė veikla gali būti skirstoma į šias rūšis (Vainienė, 2001):

- poilsis ir sveikatingumas;
- intelektualiai veikla;
- hobis;
- sportas;
- kelionės;
- socialinė veikla;
- pramogos.

Vienas rekreacinės veiklos užsiėmimas gali būti priskiriamas kelioms rūšims. Tai priklauso nuo rekreanto, užsiimančio šia veikla, tikslo (pvz., žvejyba gali priklausyti sporto, pramogų ir hobio rekreacinei veiklai).

Pasak Vainienės (2001) :

- poilsio ir sveikatingumo veiklai priklauso šie užsiėmimai: pasivaikščiojimai, miegas, pasyvus poilsis, maudymasis vandens telkiniuose, kaitinimasis pirtyje, įvairios procedūros, kaip masažai ir pan., su liaudies medicina susijusi rekreacija, sveiko gyvenimo būdo veikla;

- intelektualiai veiklai priklauso šie užsiėmimai: kultūrinių objektų lankymas, dalyvavimas įvairiuose renginiuose, susipažinimas su vietiniais amatais ir vietine kultūra, įvairi kūryba, skaitymas, muzikos klausymas ir muzikavimas, rankdarbių darymas;

- hobio veiklai priklauso: medžioklė, žūklė, fotomedžioklė, jodinėjimas ir pan.

- sporto veiklai priklauso šie užsiėmimai: įvairūs sportiniai žaidimai kaip krepšinis, tinklinis, futbolas, lauko ir stalo tenisas, badmintonas, jodinėjimas, golfas, vandens sportas, žiemos sportas, dviračių sportas, biliardas, treniruokliai ir kt. Sporto rūšys bei įvairių varžybų stebėjimas;

- kelionių veiklai priklauso šie užsiėmimai: žygiai pėsčiomis, dviračiais, baidarėmis, pažintinės ekskursijos;

- socialinei veiklai priklauso šie užsiėmimai: bendravimas su šeimnininkais, kitais svečiais, draugais, švenčių šventimas, iškylos į gamtą;

- pramogų veiklai priklauso visos aukščiau išvardintos veiklos, taip pat papildomi užsiėmimai, tokie kaip važinėjimas karieta ir kt. Atrakcijos.

Astromsienės ir Sirusienės (2002), teigimu, turistams gali būti siūlomos pramogos, kurių organizavimui nereikia ypatingai ruoštis, kadangi jos priklauso nuo vietovės ypatybių. Tai pasivaikščiojimai po apylinkes ar mišką, maudymasis upėje ir pan. Tačiau norint pasiūlyti jodinėjimą ar medžioklę, reikia turėti ne tik tvarkingą inventorių, finansinių išteklių, bet žinoti reikalavimus ir taisykles, kaip garantuoti turistų saugumą.

Labai svarbu, kad sodybų šeimininkai sudarytų galimybę savo svečiams naudotis poilsiui skirtomis priemonėmis, kurias svečiai rastų pačioje sodyboje arba šalia jos. Įrangos įvairovė priklauso nuo šeimininkų materialinių galimybių ir nuo to, kokius svečius sodyboje rengiamasi priimti. Paprasčiausia poilsiui pritaikyta įranga būtų: nedidelė smėlio dėžė, vaikų žaidimo aikštelė; paprasta įranga gimnastikos pratyboms (gali būti iš medžio); sporto aikštelė norintiems pažaisti su kamuoliu; pėsčiųjų ir dviračių takeliai; poilsio aikštelės; įrengtas pliažas, tiltelis į vandenį; sportinių priemonių nuoma (dviračiai, arkliai, vežimaitis, valtys, meškerės ir pan.).

Dažnas sodybos šeimininkas turi įsirengęs pirtį ir baseiną, pastarasis gali būti naudojamas vandens žaidimams, sportui.

Svečių nuotakai palaikyti lietingu oru reikėtų turėti nors nedidelę bibliotekėlę, laikraščių, įvairių stalo žaidimų.

Poilsiautojams pramogos siūlomos ne tik sodyboje, bet ir už jos ribų. Nacionaliniai bei regioniniai parkai organizuoja žygius pėsčiomis, dviračiais ar vandens transporto priemonėmis. Pasivaikščiojimui ir turistiniams žygiams dažniausiai įrengiami miško parko takai, esantys prie lankščių trasų, priderintų prie reljefo, vandens telkinių krantų ir miško masyvų pakraščių. Takams dažniausiai naudojami buvę miško keliai.

Unikaliais gamtos objektais bei istorinėmis – kultūrinėmis vertybėmis besidomintiems poilsiautojams rekomenduojami pažintiniai takai. Tako trasoje įrengiamos poilsio vietos, kuriose yra įvairūs miško baldai, pavėsinės, informaciniai ženklai, skulptūros. Pelkėtose vietose dedami kartelių ar pusrąščių grindiniai ir tilteliai. Kad trasa nebūtų nuobodi, ji pažvairinama dirbtinėmis kalvelėmis, vandens telkinėliais.

Sportą mėgstantys turistai gali naudotis slidinėjimo trasomis, atraktyviais vandens maršrutais.

Parkai taip pat teikia kelioninio inventoriaus nuomos, gido paslaugas.

Į kaimo aplinką patekęs turistai gali dalyvauti ir kaimo bendruomenės organizuojamoje renginiuose, tokiuose kaip festivaliai, etnografinės šventės, koncertai, diskotekos, varžybos ir kt.

Taigi, norint sudominti bei palaikyti poilsiautojo nuotaiką, reikalingas kaimo turizmo paslaugas teikiančių subjektų pasiruošimas, suteikiantis galimybę pasiūlyti vienokias ar kitokias pramogas.

Valčių nuomos paslaugas Lietuvoje teikia praktiškai visos, šalia upės ar ežero įsikūrusios, poilsio kaime sodybos. Jodinėjimas būdingas tik toms, kurių šeimininkai specialiai užsiima žirgų auginimu. Ši paslauga yra retesnė ir dažnai tampa sodybos traukos veiksniu. Oro balionų, sklandytuvų nuoma dar rečiau pasitaikanti paslauga.

Kaimo turizmu užsiimantys asmenys ne tik nuomoja transporto priemones, bet gali surengti kelionę po vietos apylinkes, papasakoti apie gamtovaizdžio įdomybes, supažindinti su istoriniais – kultūriniais paminklais, t.y. pabūti kelionės organizatoriumi ir gidu. Ekskursijas po kaimo aplinkoje esančias žymias vietas organizuoja ir rajonų centruose įsikūrę turizmo informacijos centrai, nacionalinių bei regioninių parkų direkcijos. (Astromskienė A., Sirusienė R., 2002, p. 8)

Pasak Astromskienės ir Sirusienės (2007), kaimo turizmo sodyboje teikiamos pramogų įvairovė ir rūšys priklauso nuo sodybos šeimininko galimybių, sodybos aplinkos ar geografinės padėties, ir kokia nors paslauga gali būti teikiama nebūtinai toje pačioje sodyboje, kurioje apsigyvena poilsiautojai, bet gali būti suteikiama pagal sutartį, kad ir su žirgininkystės ūkiu ir pan. Pasak autorių populiariausia pramoga yra pirtis.

Pagal Kasparą (2004), be maitinimo ir apgyvendinimo paslaugų, sodybose viena iš pagrindinių papildomų paslaugų yra pirčių nuomos paslaugos. Taip yra dar ir todėl, kad pirtys atsirado gilioje senovėje, jomis naudojosi visos pasaulio tautos, o kai kurie mokslininkai teigia, kad pirmąsias pirtis įvairios tautos ėmė statyti vienu metu, susikūrus gimininei bendruomenei ir dabar dažnokai jos įrengiamos gyvenamuosiuose namuose, rūsiuose ir kituose pastatuose. Mazūraitės (2004) nuomone, kaimo turizmo savininkas, įrengęs pirtelę, gali panaudoti medų kūno šveitimo procedūroms, tuo išsiskirdamas iš kitų ir pritraukdamas daugiau poilsiautojų.

1.7. Kaimo turizmo paslaugų savybės bei žmoniškųjų išteklių svarba kaimo turizme

Kaimo turizmo ir turizmo apskritai veiklos organizavimas yra priskiriamas paslaugų sferai, todėl jam būdinga ir bendra paslaugų specifika bei savybės. Turizmo produktas yra specifinis, jis neturi materialaus pagrindo. Tai ne prekė, o paslauga, ne fizinis daiktas, o neapčiuopiamas patyrimas. Turizme, ne taip, kaip kitose ūkio šakose, keliauja ne produktas, o turistai.

Norint suvokti paslaugos veiklos savitumą ir specifiškumą, reikia patikslinti, kas tai yra paslauga ir kuo ji skiriasi nuo fizinės prekės. Paslaugų apibrėžimų yra daug, o tai įtakoja paslaugų įvairovę.

Pasak Gronroos (1989), paslauga-veiksmas ar serija veiksmų, kurie, būdami neapčiuopiamos prigimties, pasireiškia sąveika tarp vartotojo ir paslaugų darbuotojo, pastarajam pasiūlius fizinių išteklių, prekių ar sistemų vartotojo problemoms spręsti. (N. Langvinienė, B. Vengrienė, 2005, p.22).

Pranulis (2000) teigia, jog paslauga-tai savarankiškos daiktinės formos neturinti prekė, kurios gamyba ir vartojimas vyksta tuo pačiu metu.

Hill (1977) teigia, kad paslaugų veikla yra tokia veikla, kuri nekuria ir neperdirba fizinių produktų. Jų teikiamas produktas yra nematerialus ir negali būti apčiuopiamas, transportuojamas ar įgyjamas. (N. Langvinienė, B. Vengrienė, 2005, p.22).

Vengrienė (1998) siūlo tokį daugiapakopį paslaugų apibrėžimą:

- paslauga-tai veikla, tenkinanti vartotojo poreikius;
- paslauga-tai veikla, kurios rezultatai neturi apčiuopiamo materialaus rezultato;
- paslauga-tai veikla, kurios procese sąveikauja jos teikėjas ir vartotojas.

Pagrindinės paslaugų savybės, skiriančios paslaugą nuo materialios prekės:

4 lentelė. Paslaugų savybės ir jų apibūdinimas

Paslaugos savybė	Apibūdinimas
Pagrindinės paslaugų savybės	
Neapčiuopiamumas	Kadangi paslauga neapčiuopiama, pasak Šalkauskienės L. (2006), paslaugas teikiančios įmonės produktas negali būti eksponuojamas, matomas ar jaučiamas tol, kol jis nėra nupirktas. Vengrienė B, (2006) teigia, kad klientas, aprašydamas paslaugą, paprastai remiasi tokiais sąvokomis, kaip savijauta, patirtis, išpūdis, saugumas, patikimumas.
Heterogeniškumas (nevienodumas)	Pranulis V. (2000) teigia, jog heterogeniškumas atsiranda dėl to, kad paslauga yra jos teikėjo ir kliento sąveikos rezultatas. Paslauga vienam klientui nėra visiškai tokia pat kaip kitam jau vien dėl skirtingų santykių, susiklostančių tarp paslaugos teikėjo ir kliento. Vengrienė B. (2006) pabrėžia, jog paslauga esti daugiafazis procesas, pasižymintis kintamumu (heterogeniškumu) priklausomai nuo kliento, vietos, laiko, aplinkos, teikėjo nusiteikimo, veiksmų bei sprendimų. Šis heterogeniškumas išplaukia iš to, kad paslaugą kuria ir teikėjas, ir klientas, o ji pati yra šio proceso padarinys.
Neatskiriamumas	Kadangi paslauga-ne daiktas, o procesas arba veiksmų eilė, ji gaminama ir

(teikimo ir vartojimo vienovė)	vartojama tuo pat metu. Tiesa, kai kurie veiksmai, susiję su paslauga, gali būti atliekami be vartotojo, o vartotojas patiria tik paslaugos rezultatą.(Vengrienė B., 2006, p. 15.). Teikimo ir vartojimo vienaikiškumas reiškia, kad paslauga teikiama realiu laiku, t.y. pirkėjas fiziškai dalyvauja teikiant paslaugą.(Šalkauskienė L., 2006, p. 7).
Nekaupiamumas	Pranulio V. (2000) teigimu, paslaugų negalima iš anksto pagaminti, sukaupti ir vėliau pasiūlyti. Kaupti galima daiktus, o ne procesą ar veiksmą. Kadangi paslauga yra nemateriali ir suvartojama jos teikimo metu, neišmanoma kaupti jos atsargų nedalyvaujant vartotojui, pavyzdžiui, į sandėlį, būsimai paklausai patenkinti (Vengrienė B., 2006, p. 16).
Kitos paslaugų savybės	
Kliento, kaip būtino gamybos veiksnio, dalyvavimas	Klientas dalyvauja šiame procese kaip būtinas gamybos veiksnys, kaip visateisis paslaugų proceso dalyvis (Vengrienė B., 2006, p. 16). Nėra paslaugos pardavimo, jei nedalyvauja paslaugų vartotojas.
Nėra nuosavybės perdavimo	Pasak V. Kindurio (2002), teikiant paslaugas, klientas turi galimybę naudotis vertybėmis arba patogumais tik tam tikrą laiką. Mokestis mokamas už naudojimąsi vertybėmis arba už jų nuomą (R. A. Ligeikienė, 2005, p. 10).

Anot Damulienės (1996), turisto pasitenkinimas priklauso taip pat ir nuo paslaugas teikiančio personalo. Turizmas yra verslas, kuriame dominuoja žmogiškasis faktorius-žmonės, teikiantys asmenines paslaugas kitiems žmonėms. Autorės manymu, tie, kurie daugiausia investuoja į svetingumą, pasiekia didžiausią sėkmę.

Baker svetingumo pramonę apibūdina kaip eilę veiklų, teikiančių apgyvendinimą ir/ar maistą bei gėrimus žmonėms, kurie yra išvykę iš namų, nesvarbu ilgam ar trumpam laiko tarpui. Anglų kalbos žodyne svetingumas apibrėžiamas šitaip: dosnus ir geranoriškas svečių, lankytojų bei nepažįstamųjų priėmimas ir vaišinimas (linksminimas) (I. Svetikienė, 2002, p. 211).

Piščalka (2005) teigia, kad norint, kad kaimo turizmo verslas klestėtų, svarbu, jog kaimo turizmo sodyba būtų orientuota į klientą bei kokybišką jo aptaravimą. Tai galima pasiekti per svarbiausią kaimo turizmo sodybos elementą,-sodybos darbuotojus (šeimininkus), kurie kiekvieną dieną bendrauja su klientais, nuo kurių elgesio, kultūros, profesionalumo, lankstumo priklauso klientų nuomonė apie sodybą ir poilsį.

Pasak Girniūtės (2004), klientų aptarnavimo kultūra ir jos vystymasis yra pagrindinė svetingumo užduotis, todėl galima teigti, kad kaimo turizmo sodybose aptarnavimo kultūrai turi būti skirtas ypatingas dėmesys.

Vienas ryškiausių turizmo verslo mokyklos atstovų, amerikietis Džonas Uokeris teigia, jog pagrindinė svetingumo verslo koncepcija-orientavimasis į vartotoją kaip svečią (I. Svetikienė, 2002, p. 212).

Svetikienė (2002) akcentuoja šiuos pagrindinius svetingumo verslo principus:

- Svetingumas yra pagrindinė turizmo prekės vartotojiška savybė, kuri, teikiant apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas, klientams padeda pajusti, kad jie yra vertinami, gerbiami ir nuolat laukiami. Svetingumo įmonės pagrindinis tikslas-tą svečią traukti, kad jis taptų nuolatinio klientu.
- Svetingumas yra tiesiogiai susijęs su paslaugų kokybės lygiu ir tuo, iš ko paslaugos susideda, atsižvelgiant į tai, ar turizmo paslaugų vartotojas gerai aptarnaujamas, koks yra aptarnavimo greitis, patogumai, saugumas ir kt.
- Svetingumas-tai apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančių įmonių privalomasis bruožas, pagal kurį į turizmo paslaugų vartotoją turi būti žiūrima kaip į svečią ir įmonės veikla organizuojama taip, kad geriausiai būtų patenkinami atskirų svečių segmentų poreikiai.

Anot Andriuškevičiūtės ir Ramanauskienės (2005), viena iš gana silpnų arba visai neegzistuojančių paslaugų kaimo turizmo sodybose yra klientų sutikimas. Dauguma sodybų savininkų šios paslaugos neteikia, o juk kiekvienam žmogui itin svarbi pirma pažinties akimirka, labai dažnai nulemianti ir tolimesnį palankų arba nepalankų individų požiūrį, jų bendravimą, ilgalaikių ryšių užmezgimą. Todėl būtina gerinti kokybišką aptarnavimą ir malonų svečių sutikimą.

Aptarnavimo kultūra glaudžiai susijusi su aptarnavimo kokybės sąvoka, nes personalas, kokybiškai aptarnaujantis klientus, gerina jų požiūrį apie organizaciją, jos paslaugas ir aptarnavimo kokybę. Darbuotojas gali maloniai aptarnauti klientą, bet nesuteikti tos kokybės, kokios pastarasis tikėjosi. Todėl norint, kad paslaugų įmonė užsitarnautų gerą vardą ir būtų minima kaip aukštos kultūros įmonė, reikia į aptarnavimo kultūrą žvelgti giliau, t.y. aptarnauti ne tik kultūringai, bet ir kokybiškai, kad klientai liktų visiškai patenkinti.(L. Šalkauskienė ir kt., 2006, p. 56).

1.8. Paslaugų paketo formavimas ir paslaugų kokybė

Paslaugų paketas bandomas nagrinėti todėl, kad nėra viena paslauga nėra suteikiama viena arba gryna paslauga, ją sudaro keletas paslaugų, kurių savybės yra skirtingos.

Pasak Langvinienės ir Vengrienės (2005), paslaugų teikėjai, teikdami vieną pagrindinę paslaugą, t. y. paslaugą, dėl kurios jie steigia savo įmones, paprastai pasiūlo ir kitų paslaugų, kurios tenkina susijusius su pagrindine paslauga poreikius. Paslauga visada kuriama turint omenyje klientą, kuriam ši paslauga skiriama, todėl būtina taip suplanuoti paslaugą, kad visi klientų poreikių aspektai būtų patenkinti. Paslaugų paketo formavimas yra vienas kritinių momentų formuojant paslaugų pasiūlą, bendrą šių paslaugų teikimo sistemą, todėl ir paslaugos paketo struktūra yra kintanti. Taigi pagal paslaugų paketo modelį, paslauga kaip produktas yra suprantama kaip paketas arba puokštė įvairių paslaugų, kurios kartu formuoja visą produktą ir pagal tai paketą sudaro dvi pagrindinės kategorijos:

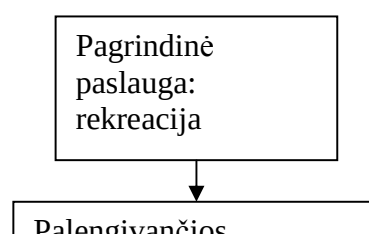
- 1) pagrindinė paslauga, kuri dažnai vadinama šerdine paslauga;
- 2) papildomos paslaugos, arba extra, kurios kartais vadinamos periferinėmis paslaugomis, o kartais palengvinančiomis.

Papildomos paslaugos gali būti lengvinančios ir remiančios pagrindinę paslaugą. Esminis jų skirtumas tas, kad be lengvinančios paslaugos pagrindinės paslaugos suteikti negalima, o be remiančios-galima. Tačiau remiančios paslaugos kuria pagrindinės paslaugos konkurencingumą, bando išskirti pagrindinės paslaugos teikėją iš kitų-gaminančių ir teikiančių analogiškas paslaugas. Be to, už lengvinančias paslaugas, sudarančias paslaugos paketą, papildomo atlygio dažniausiai neimama. Jų teikimu yra suinteresuotas pats paslaugos teikėjas, negalintis be jų suteikti ir pagrindinės paslaugos. Tuo tarpu už remiančias paslaugas teikėjai dažnai gauna papildomų pajamų (N. Langvinienė, B. Vengrienė, 2005, p. 46).

Paslaugų paketas-tai paslaugų rinkinys, tenkinantis konkrečių paslaugų vartotojų pirminius bei antrinius poreikius, apimantis pagrindines (šerdines, t. y. tas, dėl kurių realizavimo gali egzistuoti konkrečių paslaugų teikėjas) bei antrines (papildomas ir palengvinančias, t. y. tas paslaugas, kuriomis šie paslaugų teikėjai sugeba konkuruoti idealios rinkos konkurencijos sąlygomis) paslaugas (N. Langvinienė, B. Vengrienė, 2005, p. 43).

Antriniai poreikiai bei jų patenkinimas padidina pagrindinės paslaugos vertę.

Dautartaitė (2006) taip suformulavo kaimo turizmo paslaugų paketo apibrėžimą-tai paslaugų rinkinys, tenkinantis turistų pirminius-rekreacijos, kur labai svarbus yra gamtinis rekreacinis kompleksas, kultūros vertybių kompleksas, socialinė aplinka-bei antrinius-maitinimo, apgyvendinimo, svetingumo ir pan. kaimo aplinkoje poreikius, apimantis pagrindines (t. y. tas, 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. Ši autorė pateikia tokį principinį kaimo turizmo paslaugų paketo modelį:



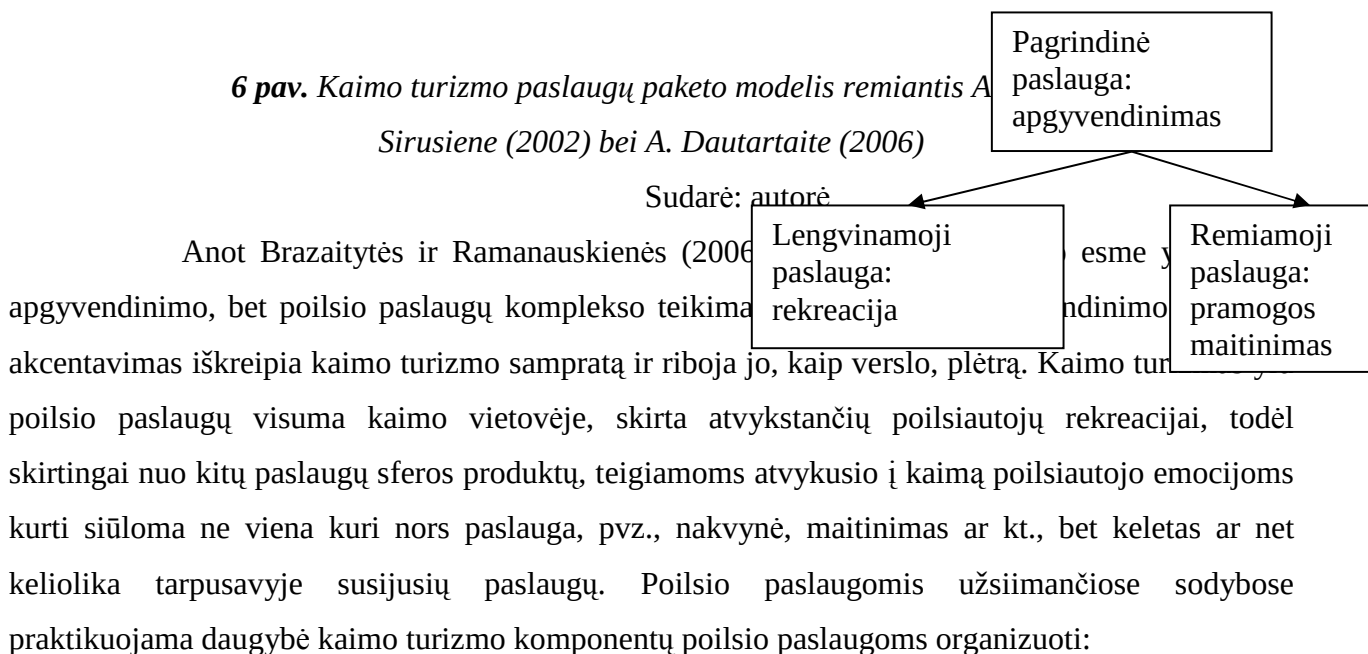
5 pav. Kaimo turizmo paslaugų paketas

Šaltinis: A. Dautartaitė (2006)

Tuo tarpu Astromskienės ir Sirusienės (2002) nuomone, pagrindinė paslauga yra nakvynė arba apgyvendinimo paslauga, lengvinamoji paslauga-maitinimas, o remiamoji-pramogos. Be to, kaimo turizmo paslaugų pagrindas-poilsio kaime paslaugos.

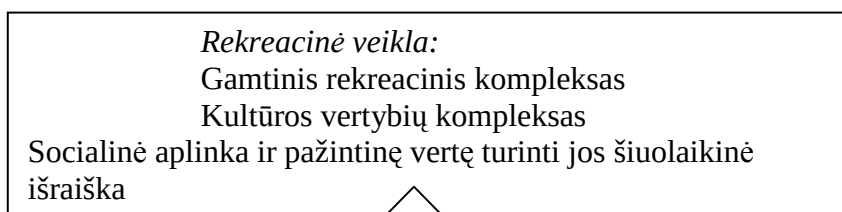
Remiantis Astromskienės ir Sirusienės (2002) bei Dautartaitės (2006) literatūros šaltinių analize, galima sudaryti kaimo turizmo paslaugų paketo modelį, kai apgyvendinimas yra pagrindinė paslauga, nes dėka šios paslaugos įmonė gali išeiti į rinką, rekreacija arba poilsio paslauga yra lengvinamoji, nes be jos negalėtų egzistuoti pagrindinė paslauga, o remiamoji paslauga yra maitinimas, pramogos ir kitos paslaugos, kurios reikalingos išsiskyrimui iš konkurentų bei vertės padidinimui.

6 pav. Kaimo turizmo paslaugų paketo modelis remiantis A. Sirusiene (2002) bei A. Dautartaitė (2006)



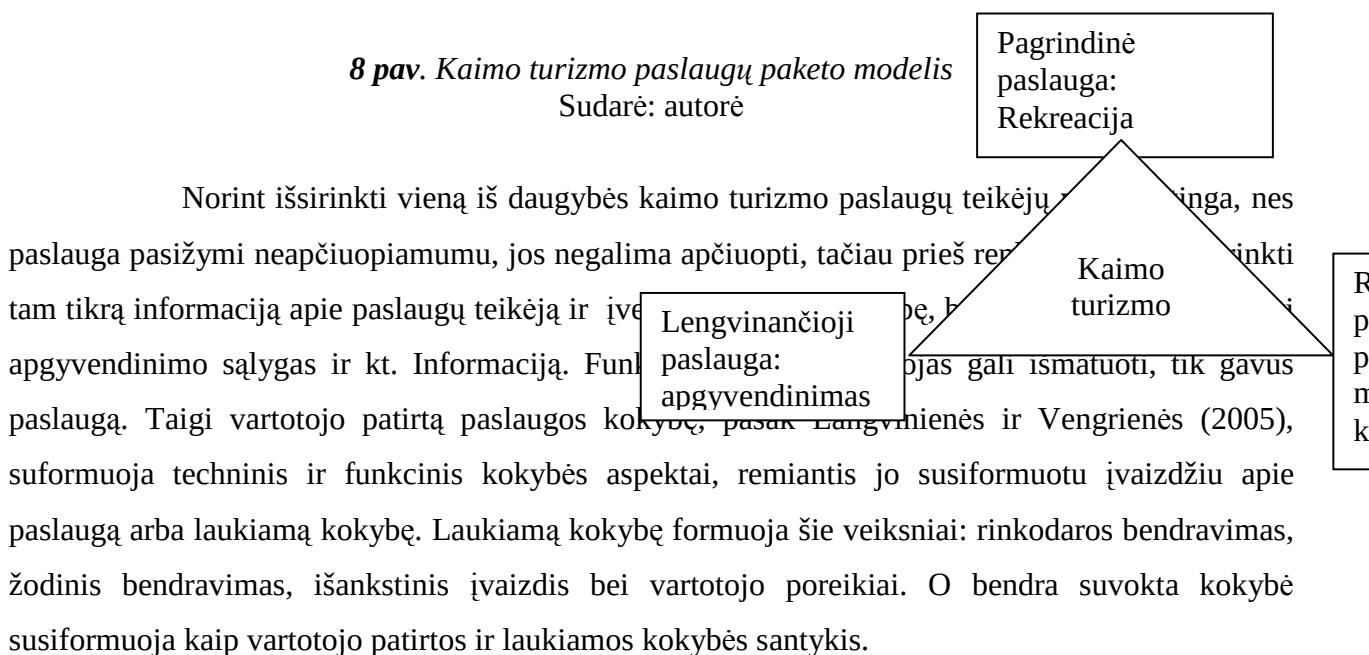
- Gamtos ištekliai, kultūros, architektūros ir istorijos įžymybės, kurios sudomina turistą ir paskatina jį išvykti iš namų.
- Apgyvendinimo ir maitinimo įranga, sporto ir poilsio inventorių. Kiekvienas atskiras įrenginys pats savaime nėra poilsio motyvas, tačiau tarnauja paslaugai sukurti.
- Aptarnavimo kultūra, kur išskirtinė vieta tenka betarpiškam šeiminių bendravimui su atvykusiais poilsiautojais.

Pagal išvardintus komponentus siūlomas Brazaitytės ir Ramanuskienės (2006) kaimo turizmo paslaugų paketas:



Išanalizavus aukščiau nagrinėtų autorių siūlomus paslaugų paketus, galima apibendrinti ir sudaryti bendrą kaimo turizmo paslaugų paketo modelį:

8 pav. Kaimo turizmo paslaugų paketo modelis
Sudarė: autorė



Pasak Ramanauskienės ir kt. (2006), taip pat Andriuškevičiūtės ir Ramanauskienės (2005), kaimo turizmo verslininkai, nepakankamai naudojami paskirstymo kanalais, beveik nepalaiko ryšių su turizmo agentūromis, dėl ko informacija apie kaimo turizmo sodybas, jų teikiamas paslaugas, organizuojamas šventes būtų lengviau prieinama daugeliui potencialių vartotojų, jei ją turėtų įvairios turizmo agentūros. Autorė taip pat pabrėžia, jog kaimo turizmo sodybose nėra lanksčios kainų sistemos ir daugelyje sodybų nuolaidos netaikomos. Todėl siūloma nuolaidas taikyti ne tik vaikams, bet ir negalią turintiems žmonėms, didesnėms žmonių grupėms, nuolatiniams poilsiautojams, taip pat rudens bei žiemos sezonui. Be to reikėtų sudaryti rinkinius: nakvynė ir maitinimas, nakvynė, maitinimas ir pramogos ir pan., kurių kaina būtų mažesnė nei paslaugas perkant atskirai.

Adomaitytės-Juršienės ir Ramanauskienės (2004) nuomone, svarbiausios problemos, priklausančios nuo paslaugų teikėjų-tai pramogų įvairovė ir jų kokybė.

Kaimo turizmas, kaip ir turizmas apskritai, anot Matekonienės ir kt. (2002), yra labai konkurencinga industrija ir tos įmonės, kurių sėkmė priklauso nuo turizmo, turi pastoviai gerinti produkto kokybę, derinti marketingo komplekso elementus ir turėti keletą alternatyvų, kurios leistų prisitaikyti prie kintančios paklausos. Be to ir pasaulinės turizmo tendencijos yra nukreiptos į turizmo produkto kokybės gerinimą, bei augantį susidomėjimą tokiu turizmu, kuris nedaro žalos gamtai.

2. TYRIMO METODIKA IR ORGANIZAVIMAS

Tyrimo tikslas- išsiaiškinti kaimo turizmo paslaugų vartotojų poreikius, kaimo turizmo paslaugų paketo formavimui Lazdijų rajono savivaldybės teritorijoje.

Tyrimo hipotezė: kaimo turizmo paslaugų paketo suformavimui lemiamą reikšmę turi sodybos vieta bei teikiamų pramogų įvairovė.

Tyrimas buvo atliekamas naudojant anketinę apklausą, tiriant Lazdijų rajono savivaldybės kaimo turizmo paslaugų vartotojų bei teikėjų nuomones.

Anketa – klausimų lapas tam tikroms žinioms surinkti. Jį pagal nurodymus užpildo klausiamasis. (Tidikis, 2003). Anketos struktūra priklauso nuo pagrindinio tyrimo tikslo. Jo turinį sudaro įvairūs klausimai apie tyrimo kontekstą, vartotojų poreikius, vartojimo įpročius, požiūrį ir t.t. Šio tyrimo anketą sudaro uždaro tipo klausimai. Tyrimo objektas klausimyne buvo padalintas į keturias atskiras dalis: 1) demografiniai respondentų duomenys: amžius, lytis, pajamos, tenkančios vienam šeimos nariui per mėnesį, išsilavinimas; 2) respondentų požiūris į esamas kaimo turizmo paslaugas; 3) respondentų motyvacija vykti į kaimo turizmo sodybą; ir 4) respondentų poreikis tam tikroms kaimo turizmo paslaugoms.

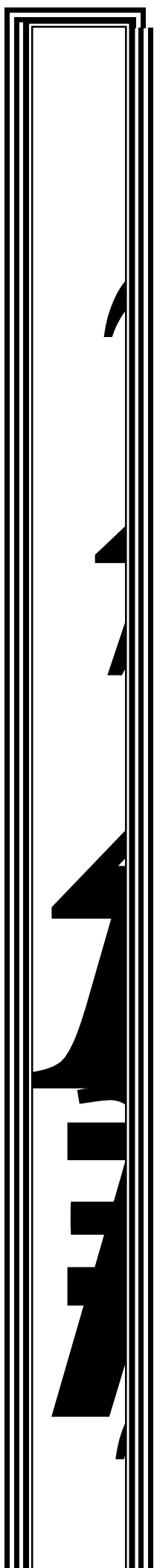
Turistams pateiktos anketos Kronbacho alfa - 0,827.

Sodybų šeimininkams pateiktos anketos Kronbacho alfa – 0,757

Generalinė tiriamųjų visuma – visi, Lazdijų rajono savivaldybės teritorijoje esančių kaimo turizmo paslaugų, vartotojai. Labai svarbu yra nustatyti tyrimui reikalingų apklausti respondentų skaičių.

Pasikliaujamumo intervalas – 95 proc.

Tyrimo tikslumas - ∓ 5 proc. ($p = 0.05$).



{ 1 formulė }

Tiriamųjų skaičius buvo nustatytas remiantis 1 formule (Kardelis, 2002; Dikčius, 2003¹), kur:

n - imties dydis;

z - nuokrypis, kuris nustatomas priklausomai nuo pasikliaujamumo intervalo (1,96);

p – imties variacija (20 proc.);

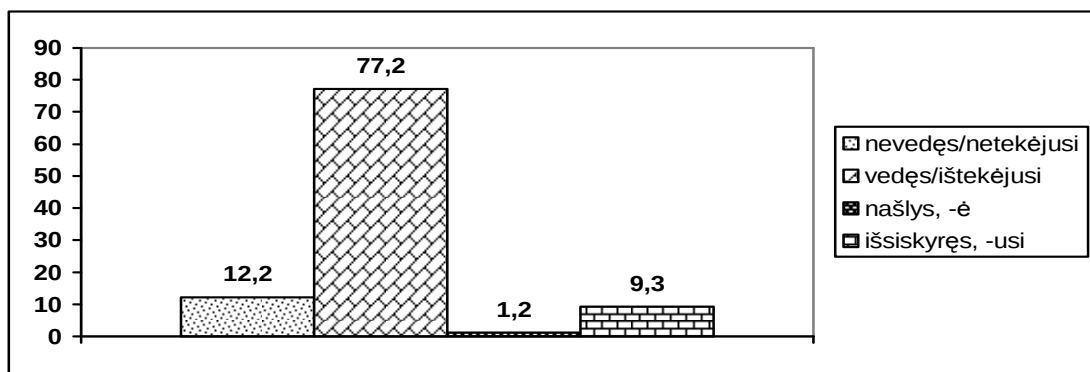
q - (1 - p);

e - tyrimo tikslumas;

Buvo apskaičiuotas imties dydis, kuris duotomis sąlygomis lygus $n = 246$. Išdalinta 260 anketų, tinkamai užpildytų sugrįžo 246. Imtis – paprastoji atsitiktinė, kiekvienas generalinės visumos atstovas turėjo vienodą galimybę patekti į imtį ir remiantis tikimybinėmis charakteristikomis galima pagrįsti gaunamų rezultatų tikslumą. (Gražytė-Molienė, 2004; Bagdonas, 2005, Rudskienė, 2005).

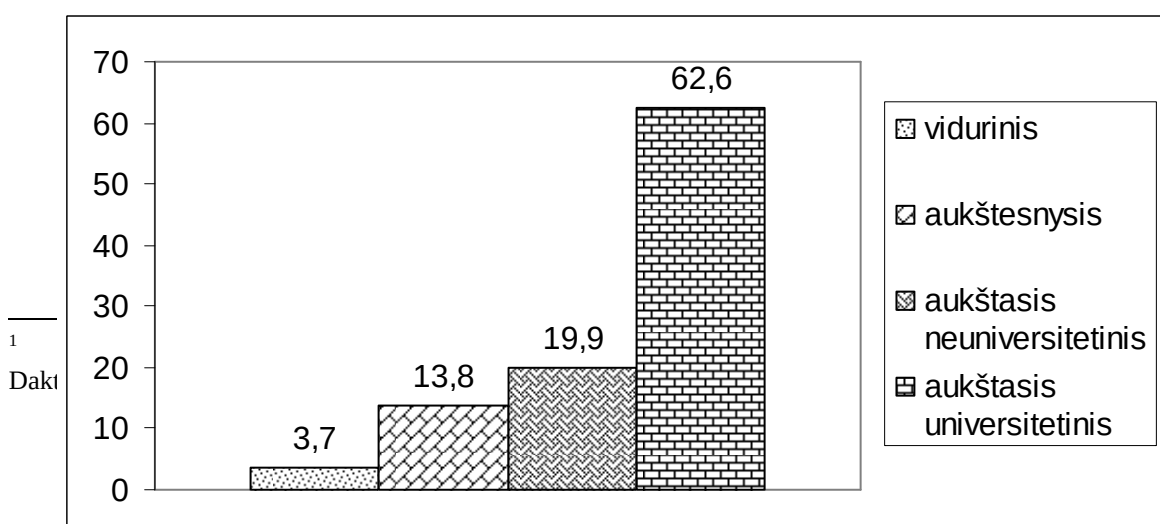
Tyrimo dalyvavo 246 tiriamieji nuo 19 iki 65 metų amžiaus (amžiaus vidurkis 40 metų), iš jų 58 vyrai ir 188 moterys.

Tiriamųjų šeimyninė padėtis pavaizduota 1 pav.



1 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal šeimyninę padėtį (proc.)

Kaip matome, tyrime daugiausia dalyvavo vedusių/ištekėjusių tiriamųjų (77,2 proc.)

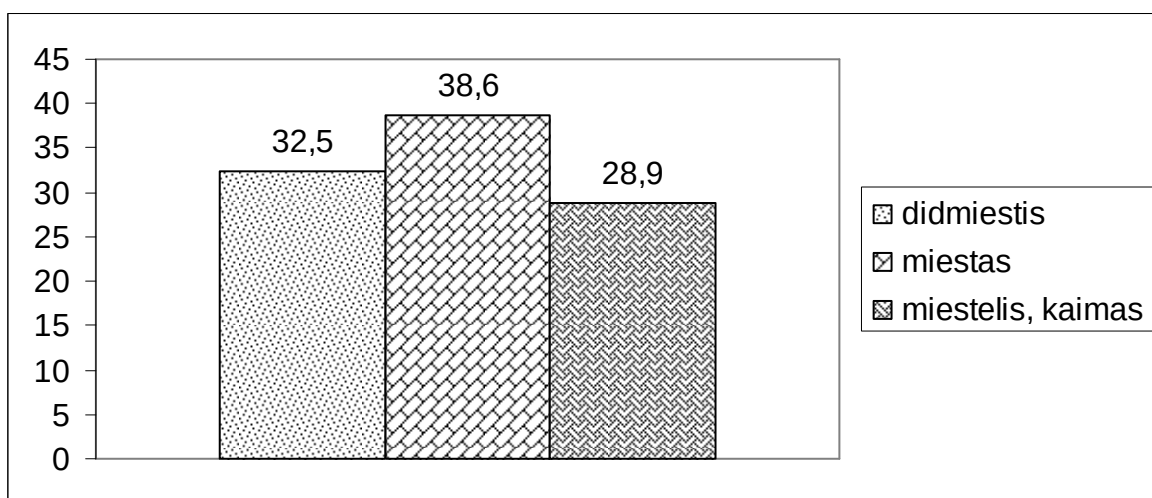


¹
Dakt

Lietuvoje.

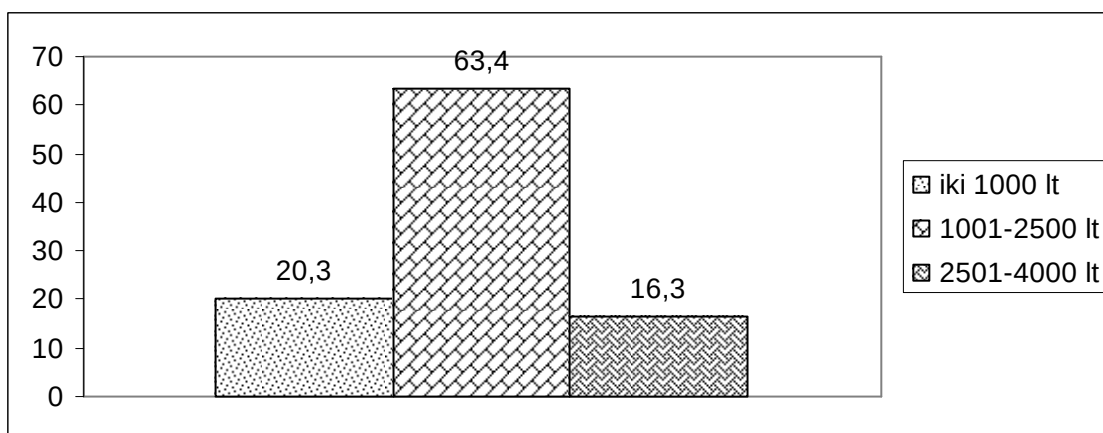
2 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal išsilavinimą (proc.)

2 pav. Matome, kad net 62,6 proc. tiriamųjų turi aukštąjį universitetinį išsilavinimą.



3 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal gyvenamąją vietą (proc.)

38,6 proc. tiriamųjų gyvena mieste, 32,5 proc. – didmiestyje, 28,9 proc. – mažame miestelyje arba kaime.



4 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal pajamas (proc.)

63,4 proc. tiriamųjų uždirba 1001-2500 litų per mėnesį.



5 pav. Tiriamųjų pasiskirstymas pagal pagrindinę veiklą (proc.)

65 proc. tyrime dalyvavusių tiriamųjų yra tarnautojai.

Taip pat tyrime dalyvavo 12 kaimo turizmo sodybų šeimininkų. Jų amžius 41-52 metai, amžiaus vidurkis 44,5 metų. 3 iš jų turi aukštesnįjį išsilavinimą, 9 – aukštąjį išsilavinimą.

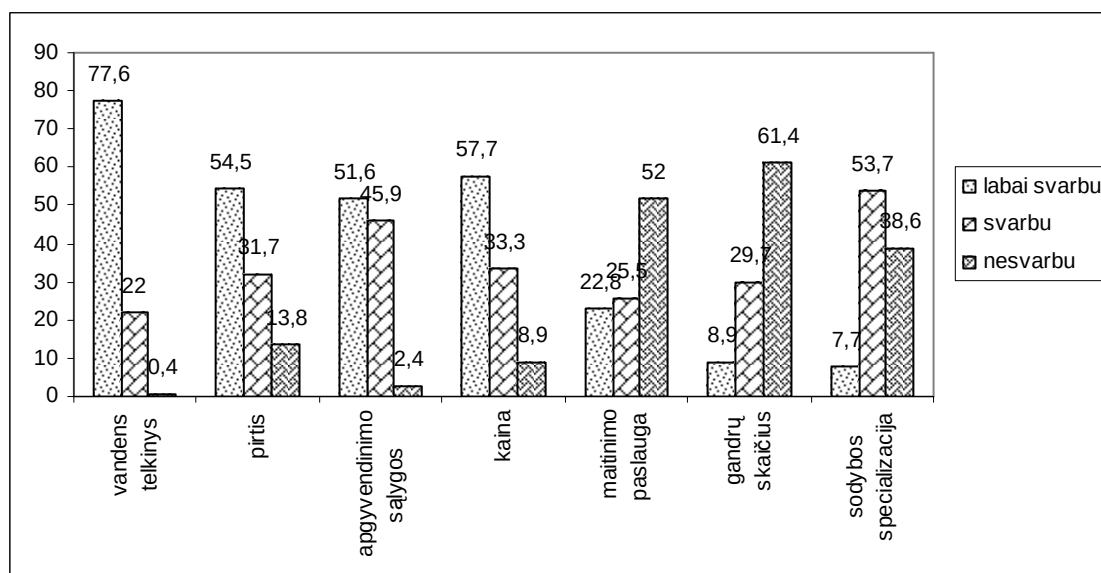
Tyrimas buvo organizuotas 2008 metų vasario-kovo mėnesiais. Anketos, skirtos sodybos šeimininkams buvo išdalintos Lazdijų rajono savivaldybėje kaimo turizmo paslaugas teikiančių sodybų savininkams, jiems išdalijant ir dalį anketų, skirtų kaimo turizmo paslaugų vartotojams, kurie poilsiaavo jų sodybose. Kiti buvę Lazdijų rajono savivaldybės kaimo turizmo paslaugų vartotojai buvo apklausti anketas jiems išsiunčiant elektroniniu paštu ir užpildant apklausiant dalį vartotojų telefonu.

Užkoduoti duomenys buvo suvesti į kompiuterį ir, naudojant statistinio paketo socialiniams mokslams (SPSS) 12 – ają versiją, atlikta statistinė analizė. Be jau minėto skalių vidinio suderinamumo koeficiento skaičiavimui naudoti ir kiti statistinės analizės metodai: statistinės hipotezės buvo tikrinamos Chi-Square kriterijų ir kontingencijos lentelės. Pasirinktas reikšmingumo lygmuo 0,05 (esant reikšmingumo lygmeniui 0,1 nustatoma statistinė tendencija). Grafikams kurti naudota Microsoft Word ir Microsoft Exel programa.

3. REZULTATAI IR JŲ APTARIMAS

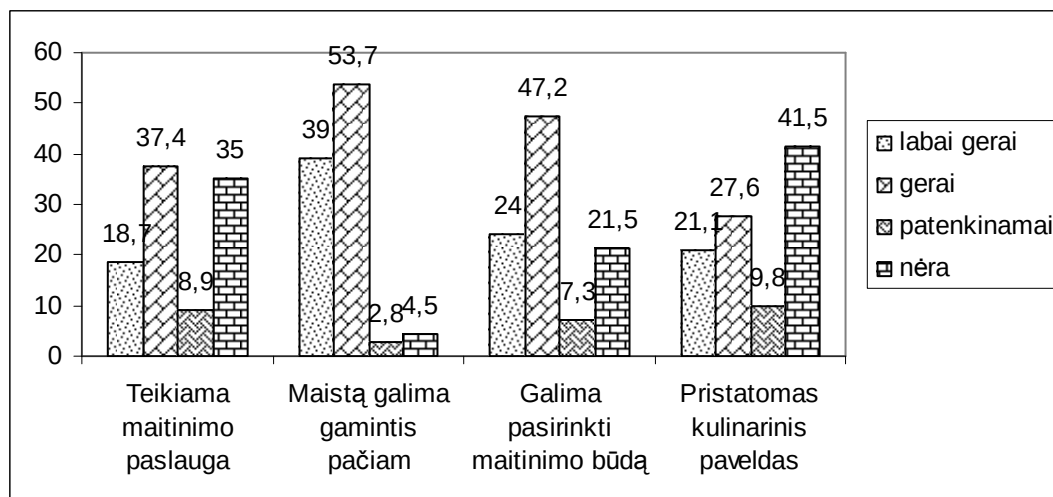
3.1 Kaimo turizmo paslaugų vartotojų poreikių ir paslaugų vertinimo rezultatai

Atlikus tyrimą ir įvertinus klientų pateiktus rezultatus, jie parodė, kad sodybų klientams ypač svarbūs tam tikri kaimo turizmo sodybų aspektai.



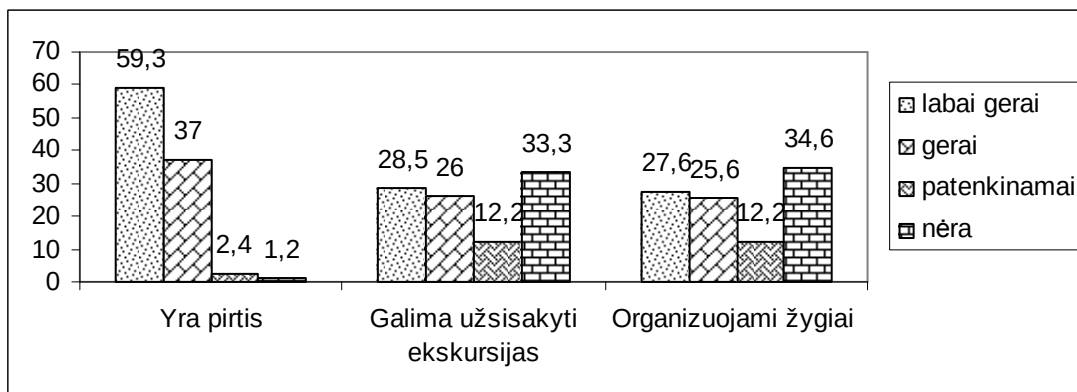
6 pav. Veiksnių įvertinimas renkantis sodybą (proc.)

Kaip matome 6 pav., sodybų klientams renkantis sodybą ypač svarbūs veiksniai yra vandens telkinys (77,6 proc.), kaina (57,7 proc.) bei pirtis (54,5 proc.). Mažiausiai klientams svarbus yra gandrų skaičius (61,4 proc. atsakė „Nesvarbu“)



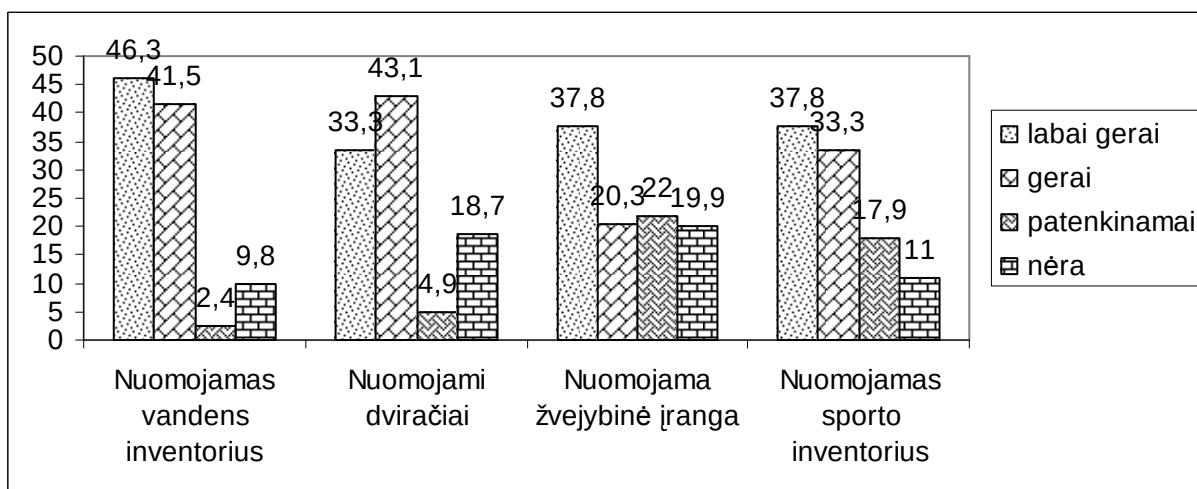
7 pav. Maitinimo paslaugų įvertinimas (proc.)

Rezultatai parodė, kad klientai ypač gerai vertina galimybę patiems gamintis maistą (39 proc.), taip pat maitinimo būdo pasirinkimą (24 proc.).



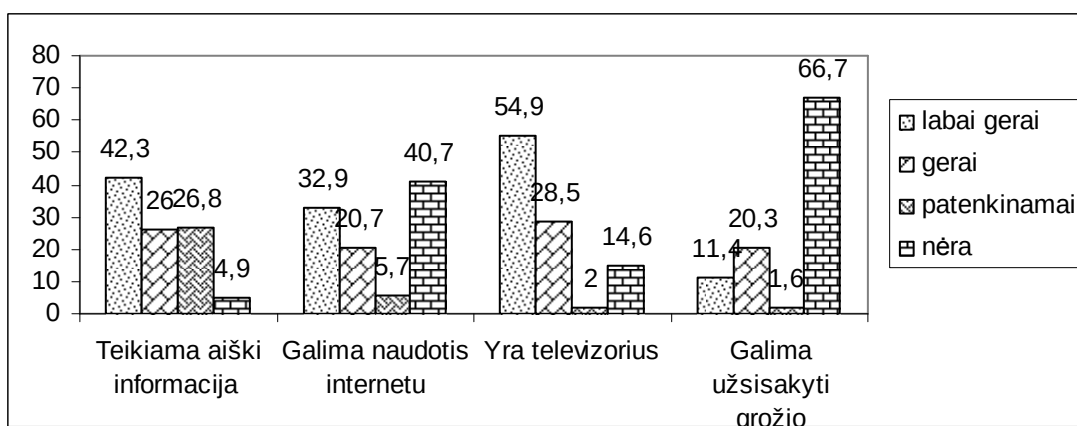
8 pav. Papildomų paslaugų įvertinimas (proc.)

Klientai ypač gerai vertina tai, kad sodyboje yra pirtis (59,3 proc.).



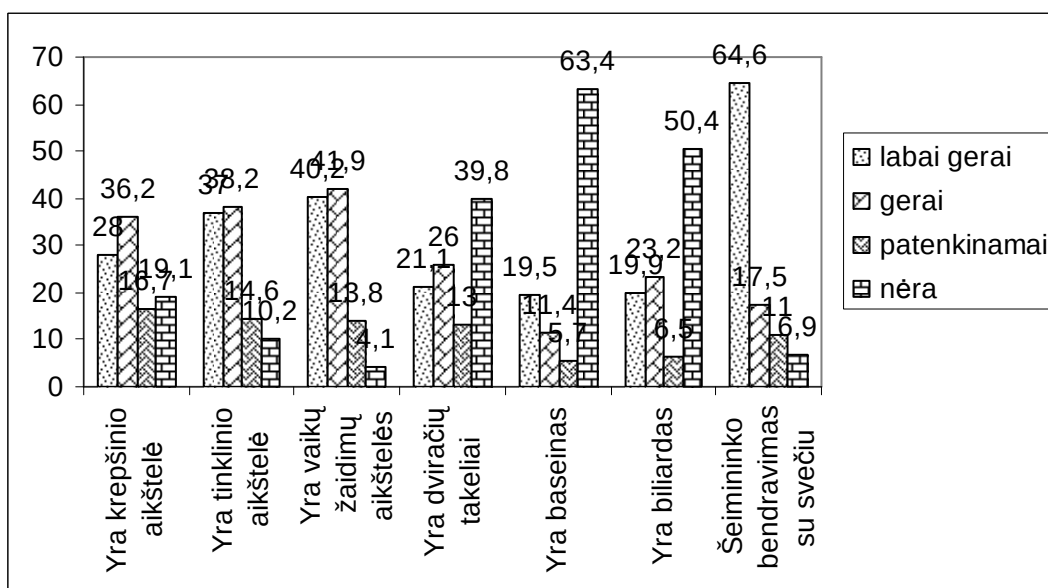
9 pav. Paslaugų nuomos įvertinimas (proc.)

Klientai ypač gerai vertina vandens inventoriaus bei sporto inventoriaus nuomą (46,3 ir 37,8 proc.). Dažniausiai sodybose nėra žvejybinės įrangos nuomos.



10 pav. Informacinių priemonių bei grožio procedūrų paslaugų įvertinimas (proc.)

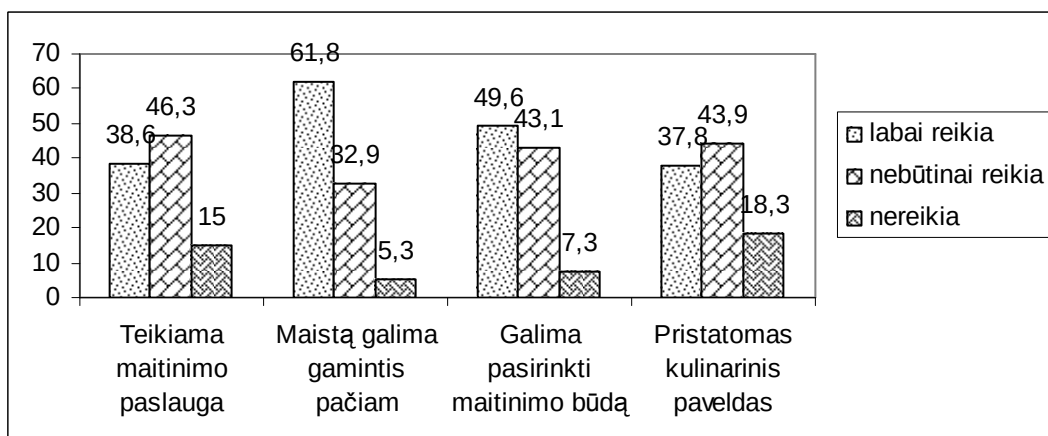
Klientai ypač gerai vertina tai, kad sodyboje yra televizorius (54,9 proc.). Sodybose trūksta galimybių naudotis internetu bei neteikiamos grožio procedūrų paslaugos.



11 pav. Kitų paslaugų įvertinimas (proc.)

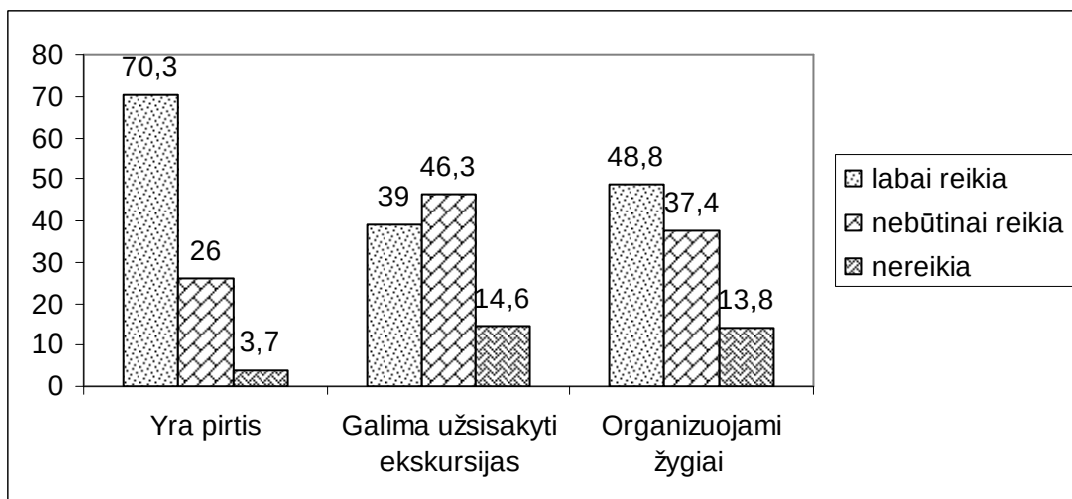
Dažniausiai sodybose nėra baseino (63,4 proc.). Ypač gerai klientai vertina bendravimą su šeimininku (64,6 proc.).

Kaimo turizmo sodybų klientams buvo pateikta apklausa apie tai, ko labiausia reikia sodyboje arba kokių paslaugų ar pramogų trūksta.



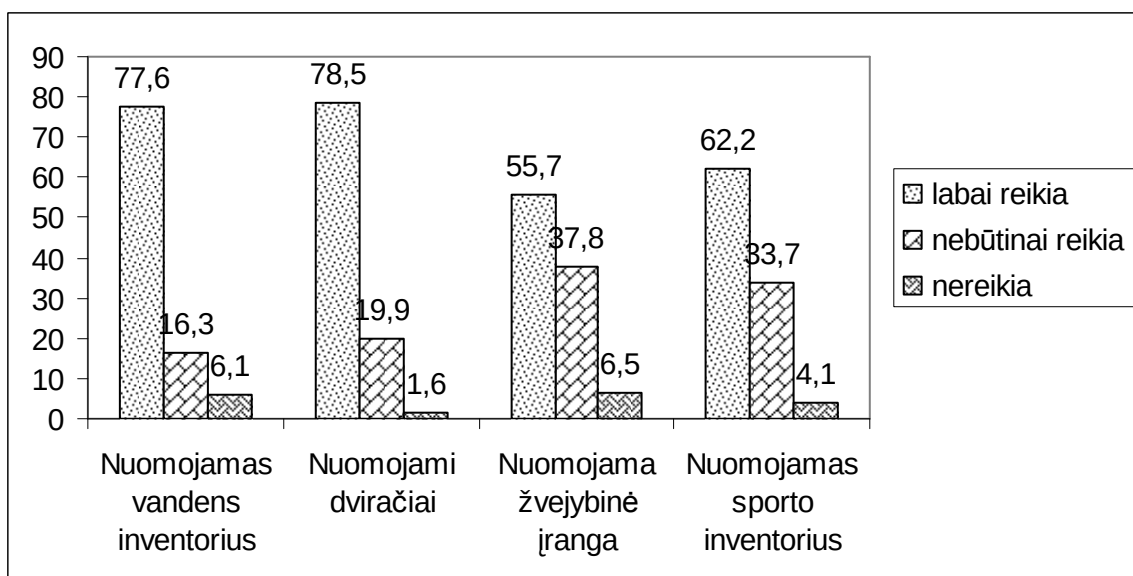
12 pav. Maitinimo paslaugų poreikio įvertinimas (proc.)

Kaip parodė tyrimo rezultatai, iš maitinimo paslaugų komplekso labiausiai klientams reikalinga maisto gaminimo patiems paslauga – jos pageidauja 61,8 proc.klientų.



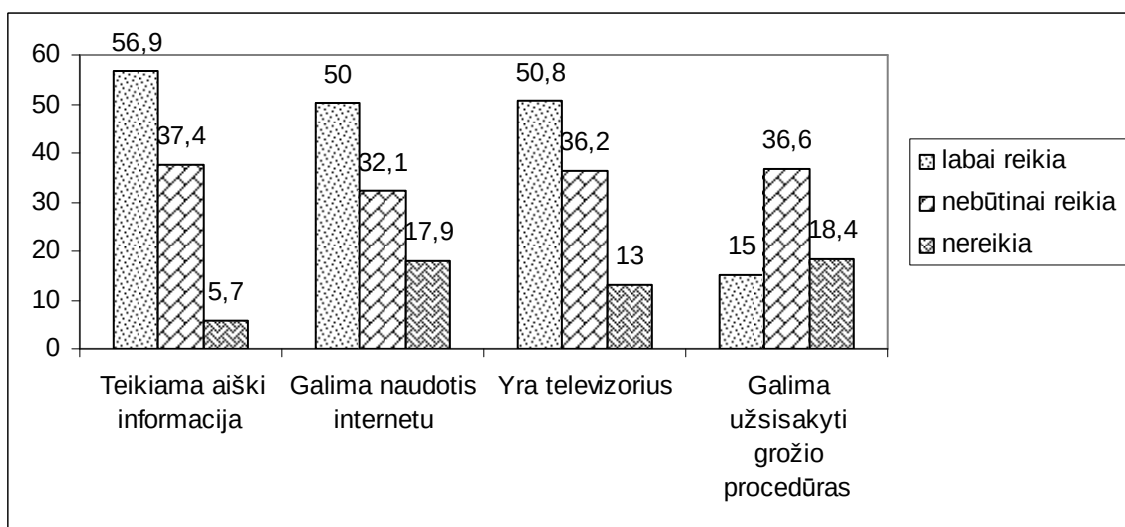
13 pav. Papildomų paslaugų poreikio įvertinimas (proc.)

Klientai sodybose ypač pageidauja pirties (70,3 proc.), taip pat nemažai klientų pageidauja įvairių žygių organizavimo (48,8 proc.).



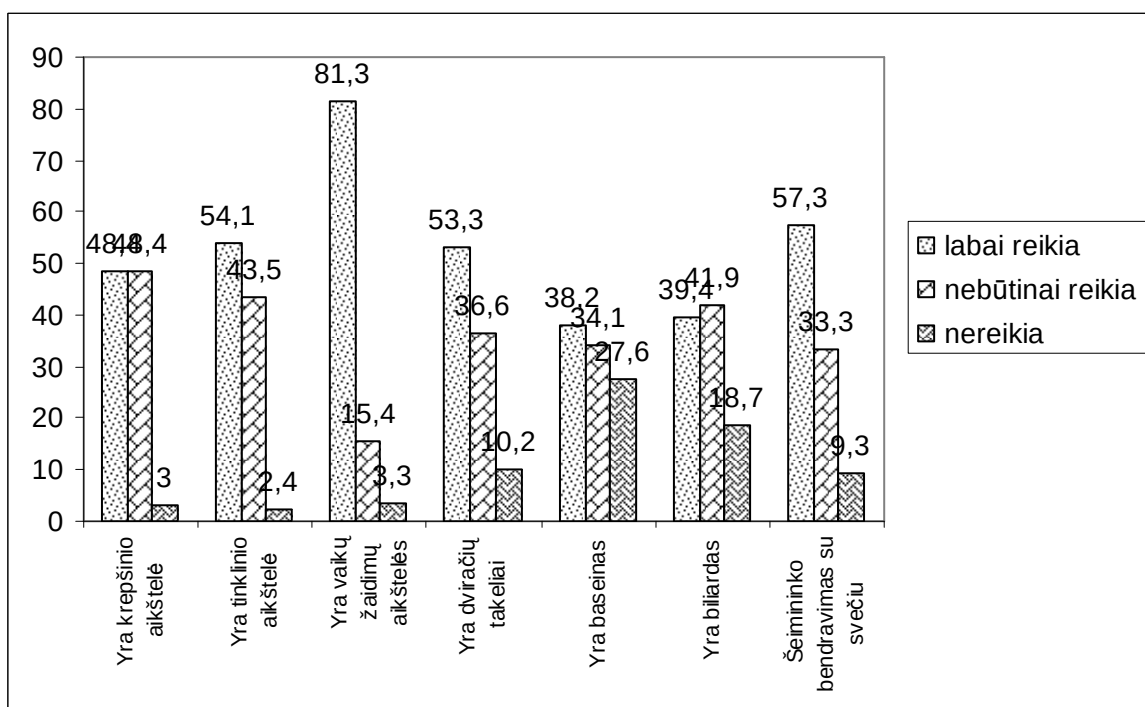
14 pav. Paslaugų nuomos poreikio įvertinimas (proc.)

Klientai labiausiai pageidauja dviračių (78,5 proc.) bei vandens inventoriaus nuomos (77,6 proc.).



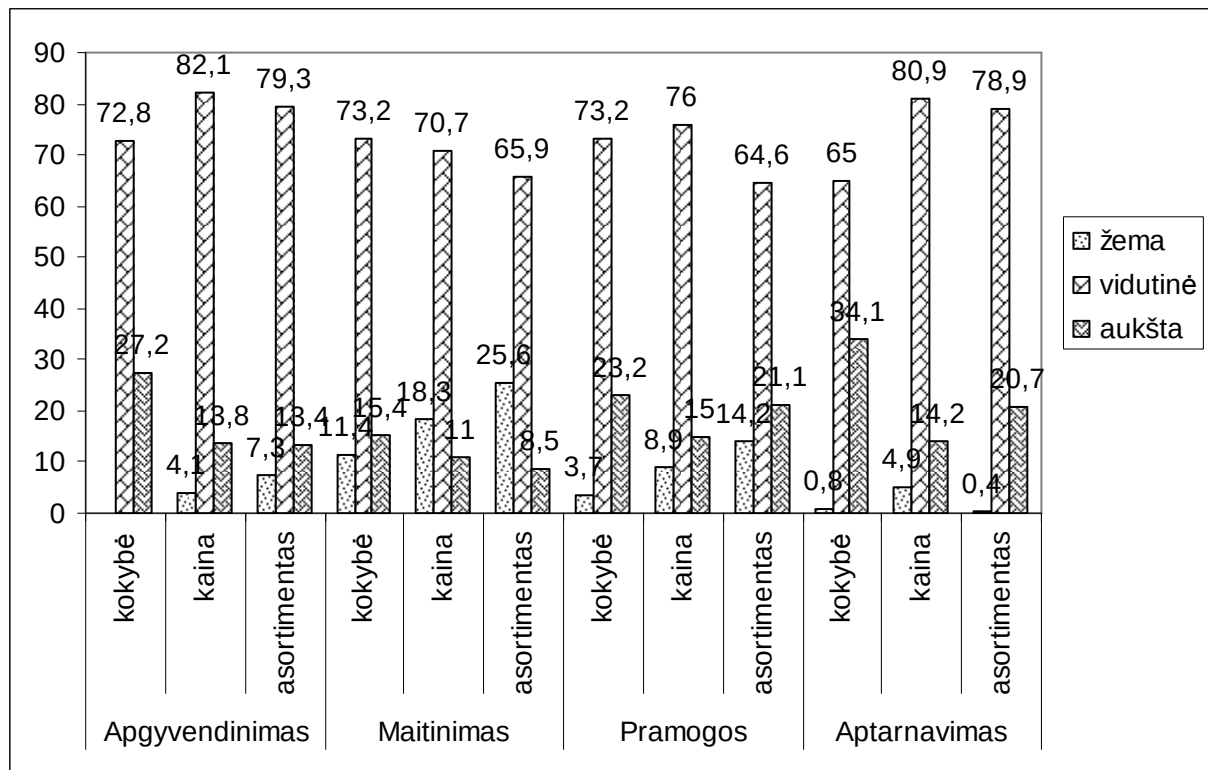
15 pav. Informacinių priemonių bei grožio procedūrų paslaugų poreikio įvertinimas (proc.)

Dažniausiai respondentai pageidauja, kad sodyboje būtų teikiama aiški informacija apie paslaugas bei lankytinas vietas (56,9 proc.).



16 pav. Įvairių paslaugų poreikio įvertinimas (proc.)

Kaip matome 16 pav., klientams ypač aktualios vaikų žaidimų aikštelės – jų pageidauja net 81,3 proc.klientų.

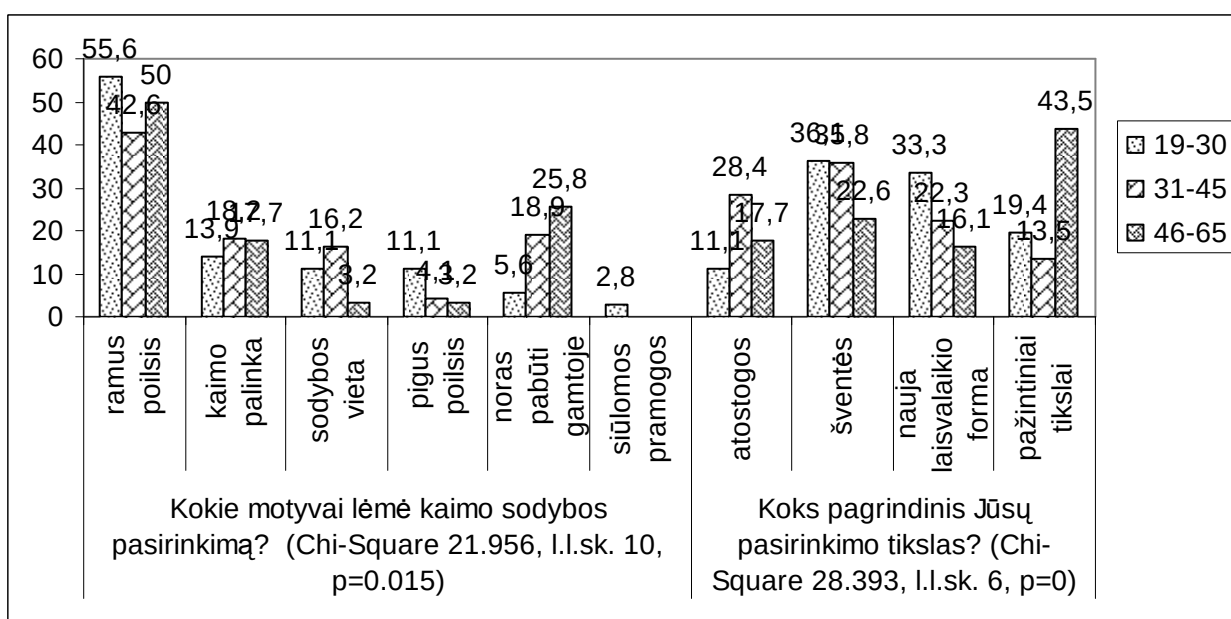


17 pav. Kaimo turizmo sodybų vertinimas pagal pateiktus kriterijus (proc.)

Kaip matome 17 pav., dažniausiai klientai apgyvendinimo, maitinimo, pramogų bei aptarnavimo kokybę, kainą bei asortimentą vertina vidutiniškai.

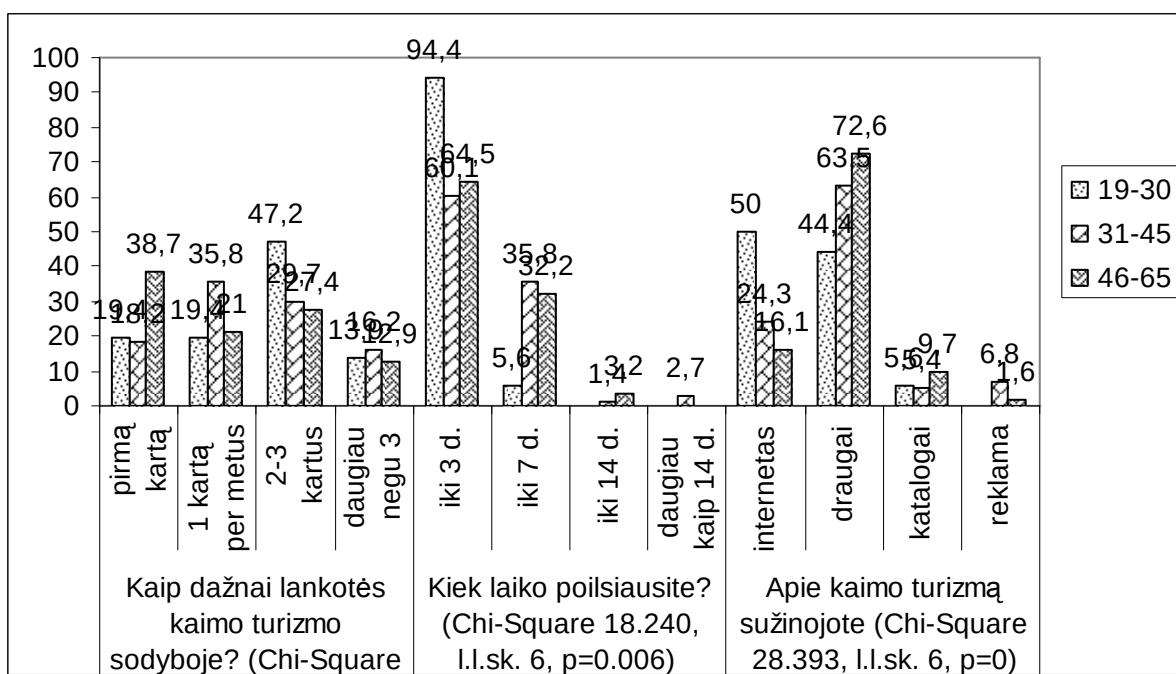
3.2. Amžiaus, šeimyninės padėties bei pajamų sąsajos su kaimo turizmo paslaugų vertinimu bei klientų poreikiais

Norėdami efektyviau įvertinti kaimo turizmo sodybų klientų poreikius bei lūkesčius, atlikome tyrimo duomenų analizę, nustatydami, ar skiriasi skirtingų socialinių grupių klientų poreikiai.



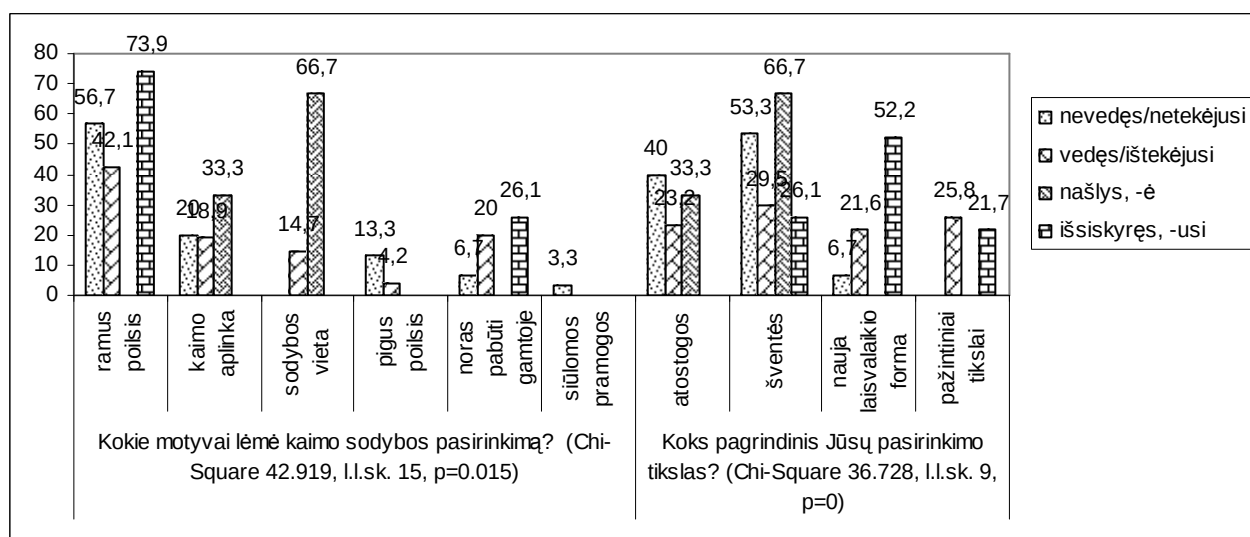
18 pav. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei amžiaus sąsajos

Kaip matome 18 pav., ramus poilsis ir įvairių švenčių šventimas – labiausiai vertinami 19-30 metų respondentų grupėje.



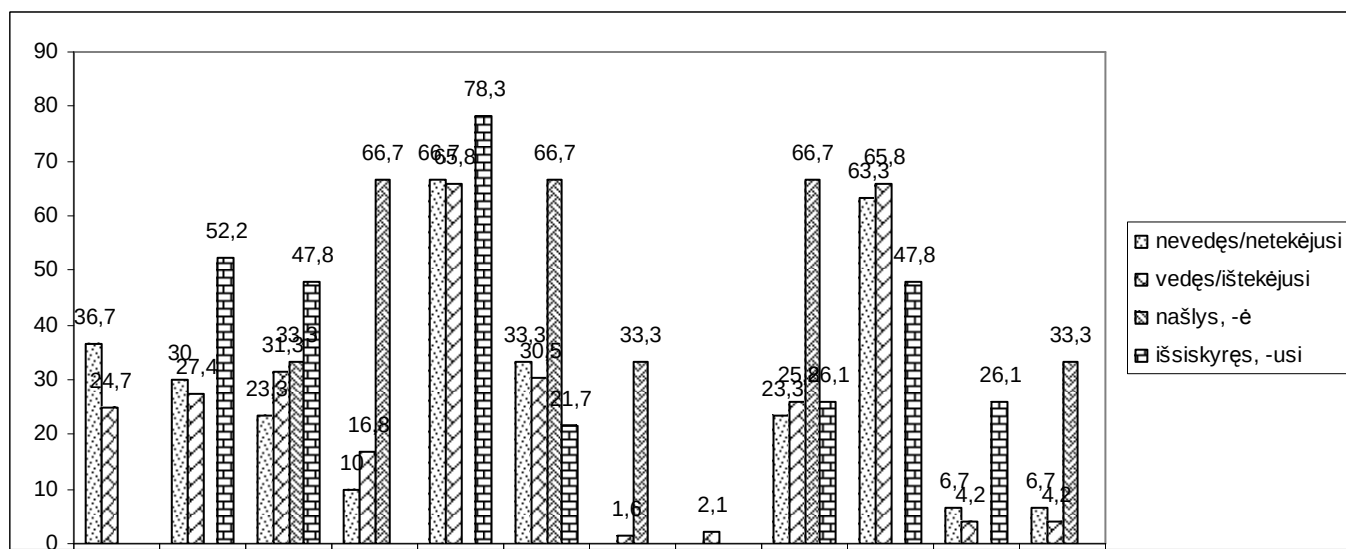
19 pav. Poilsio sodyboje trukmė, dažnumas bei informacijos apie sodybą šaltiniai

Rezultatai parodė, kad vyresni kaip 46 metų amžiaus respondentai dažniau kaimo sodyboje lankėsi pirmą kartą. 19-30 metų klientai sodyboje dažniau lankėsi 2-3 kartą. Dažniausiai klientai sodybose užsibūna iki 3 dienų, tačiau vyresniems nei 30 metų klientams būdingiau poilsiauti ilgiau. Jaunimas dažniausiai apie sodybą sužino iš interneto, vyresni žmonės – iš draugų. (19 pav.)



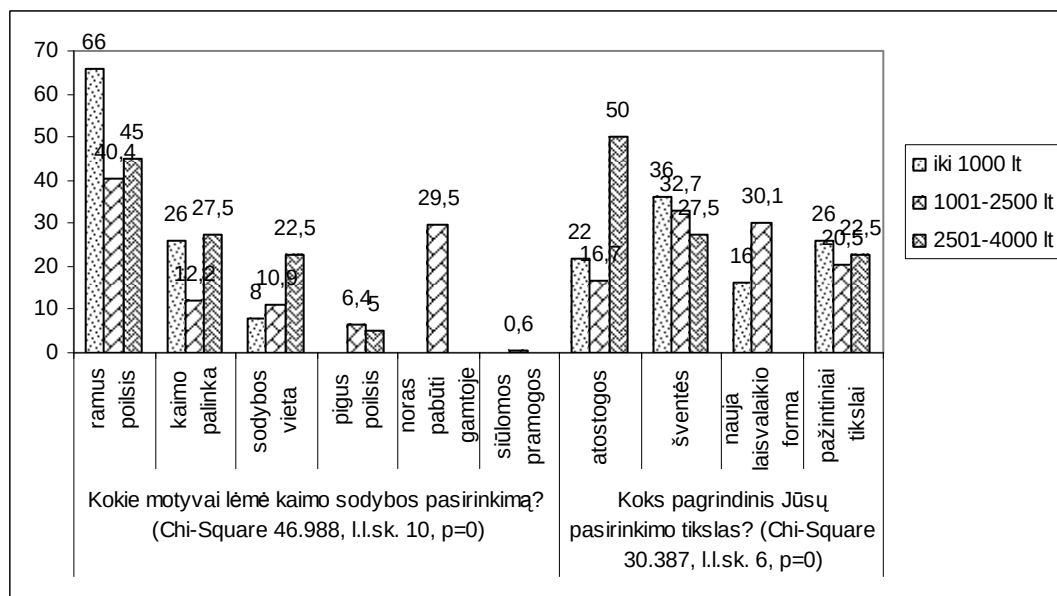
20 pav. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei šeimyninės padėties sąsajos (proc.)

Kaip parodė tyrimo rezultatai, išsiskyrę žmonės dažniausiai renkasi ramų poilsį, bei naują laisvalaikio praleidimo formą. Nevedusiems taip pat aktualus ramus poilsis, tačiau jie dažnai sodyboje švenčia įvairias šventes. Panašūs poreikiai ir pas vedusius tiriamuosius, tačiau jie taip pat dažnai nori pabūti gamtoje bei važiuoja į sodybą pažintiniais tikslais. (20 pav.)



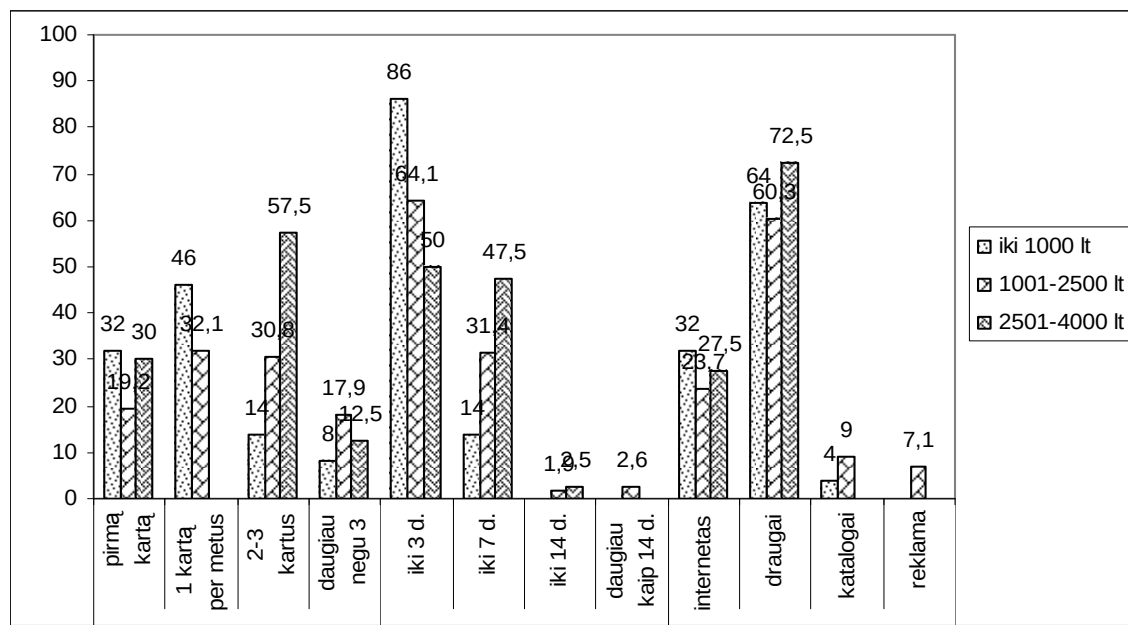
21 pav. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei šeimyninės padėties sąsajos (proc.)

Kaip matome 21 pav., išsiskyrę ir našliai dažniau lankosi kaimo sodybose nei vedę ar nevedę žmonės, tačiau būna ten trumpiau.



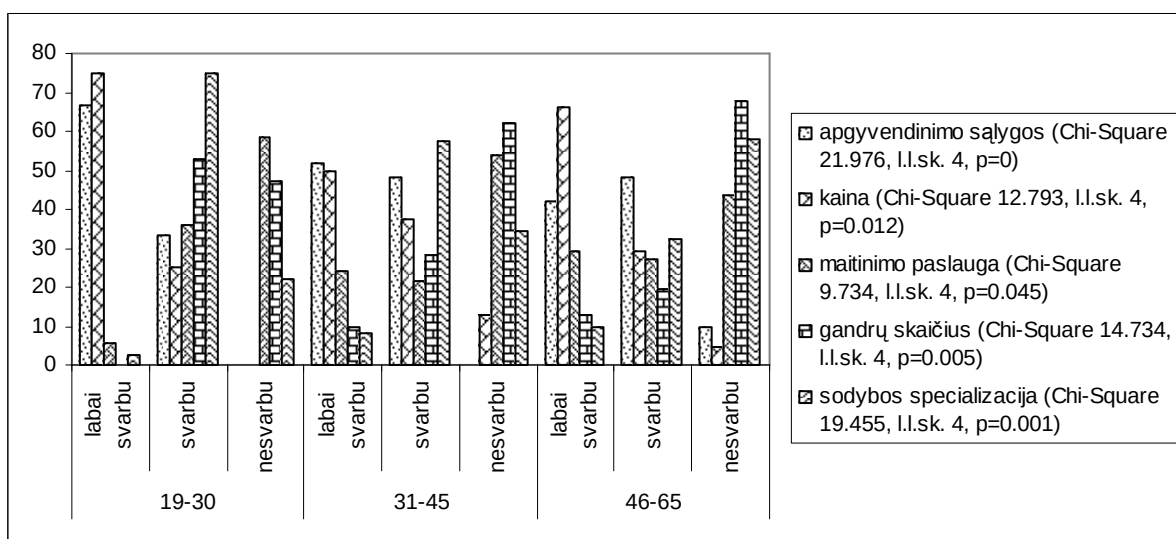
22 pav. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei pajamų sąsajos (proc.)

Mažesnės pajamos lemia ramaus poilsio pasirinkimą.



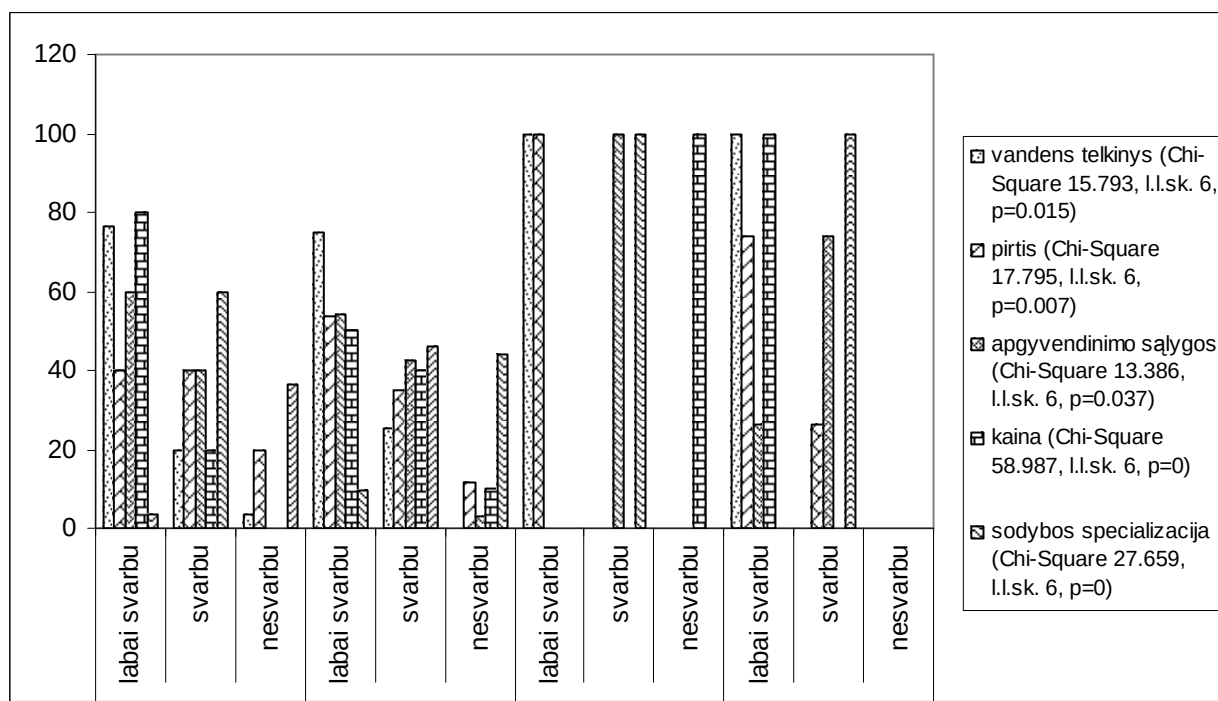
23 pav. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei pajamų sąsajos (proc.)

Mažesnes pajamas gaunantys klientai linkę poilsiauti rečiau ir trumpiau negu didesnes pajamas turintys respondentai.



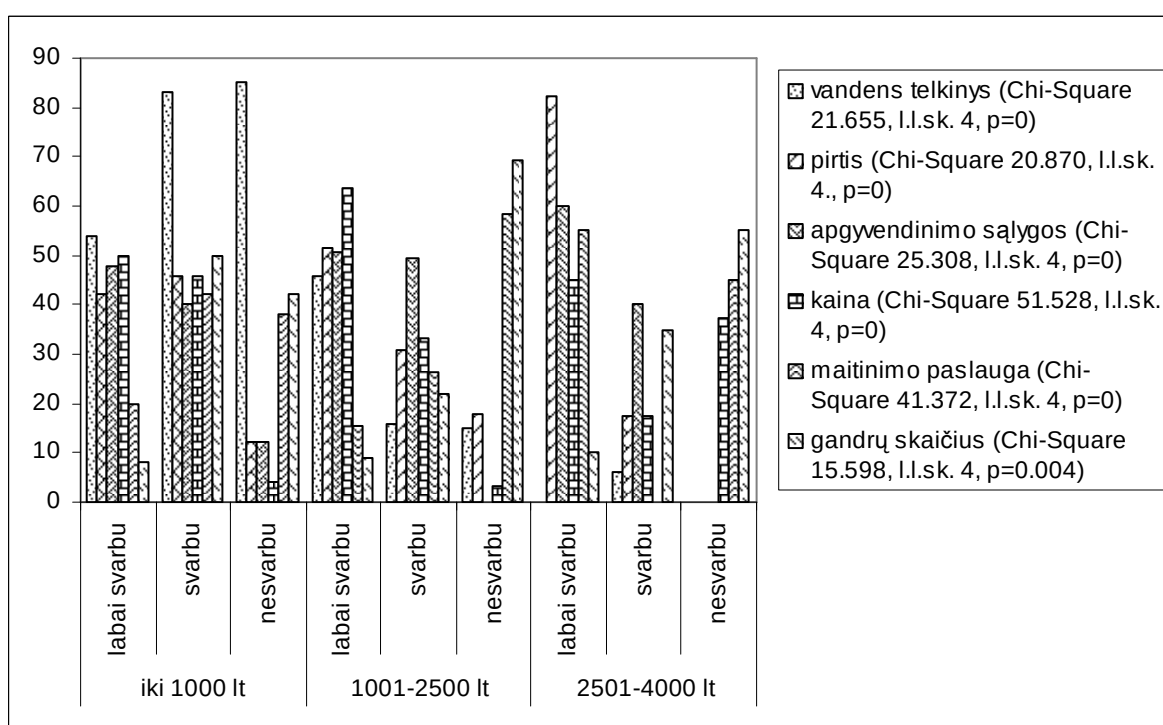
24 pav. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei amžiaus sąsajos (proc.)

Kaip matome 24 pav. ir 1 lentelėje (pridėta priede) pateiktuose rezultatuose, jaunesnio ir vyresnio amžiaus žmonėms svarbu kaina, 31-45 metų amžiaus klientams – apgyvendinimo sąlygos.



25 pav. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei amžiaus sąsajos (proc.)

Kaip matome 25 pav. ir 2 lentelėje (pridedama priede), vedusiems respondentams daugiausiai svarbūs visi veiksniai, tuo tarpu kitos šeimyninės padėties tiriamieji išskiria tam tikrus atskirus motyvus.



26 pav. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei pajamų sąsajos (proc.)

Mažesnes pajamas turintiems klientams svarbu, ar sodyboje yra vandens telkinys, taip pat sodybos kaina. Didesnes pajamas gaunantiems klientams svarbu apgyvendinimo sąlygos, taip pat maitinimo paslauga.

Toliau pateikiamos paslaugų poreikio kontingencijos lentelės.

Kaip matome 4 lentelėje, maitinimo paslaugų poreikis priklauso nuo šeimyninės padėties – nevedusiems svarbiau, kad maistą būtų galima gamintis patiems, vedusiems – ypač svarbu, kad būtų galima pasirinkti maitinimo būdą.

4 lentelė. Maitinimo paslaugų poreikio sąsajos su šeimynine padėtimi (proc.)

Šeimyninė padėtis		Teikiama maitinimo paslauga (Chi-Square 33,713, l.l.sk. 6, p=0)	Maistą galima gamintis pačiam (Chi-Square 14,464, l.l.sk. 6, p=0.025)	Galima pasirinkti maitinimo būdą (Chi-Square 21,090, l.l.sk. 6, p=0.002)
nevedęs/netekėjusi	Labai reikia	30	86,7	60
	Nebūtinai reikia	50	13,3	40
	Nereikia	20	0	0
vedęs/ištekėjusi	Labai reikia	44,2	58,4	51,6
	Nebūtinai reikia	40	34,7	42,1
	Nereikia	15,8	6,8	6,3
našlys, -ė	Labai reikia	66,7	100	0
	Nebūtinai reikia	0	0	100
	Nereikia	33,3	0	0
išsiskyręs, -usi	Labai reikia	0	52,2	26,1
	Nebūtinai reikia	100	47,8	47,8
	Nereikia	0	0	26,1

Teikiama aiški informacija apie paslaugas daugmaž svarbi įvairios šeimyninės padėties respondentams. Tačiau informacinės technologijos – televizorius, internetas ypač svarbu našliams.

Nevedusiems svarbu, kad būtų teikiamos grožio procedūros. (5 lentelė)

5 lentelė. Informacinių paslaugų poreikio sąsajos su šeimynine padėtimi (proc.)

Šeimyninė padėtis		Teikiama aiški informacija (Chi-Square 17,807, l.l.sk. 6, p=0,007)	Galima naudotis internetu (Chi-Square 21,139, l.l.sk. 6, p=0.002)	Yra televizorius (Chi-Square 32,849, l.l.sk. 6, p=0)	Galima užsisakyti grožio procedūras (Chi-Square 21,333, l.l.sk. 6, p=0,002)
-------------------	--	--	---	--	---

nevedęs/netekėjusi	Labai reikia	60	56,7	40	36,7
	Nebūtinai reikia	40	20	43,3	20
	Nereikia	0	23,3	16,7	43,3
vedęs/ištekėjusi	Labai reikia	60	51,6	54,7	13,7
	Nebūtinai reikia	32,6	35,3	36,8	40
	Nereikia	7,4	13,2	8,4	46,3
našlys, -ė	Labai reikia	66,7	66,7	100	0
	Nebūtinai reikia	33,3	0	0	66,7
	Nereikia	0	33,3	0	33,3
išsiskyręs, -usi	Labai reikia	26,1	26,1	26,1	0
	Nebūtinai reikia	73,9	26,1	26,1	26,1
	Nereikia	0	47,8	47,8	73,9

Kaip matome 6 lentelėje, daugeliui aktualūs organizuojami žygiai, dviračių nuoma, baseinas ir biliardas aktualesni viengungiams, negu vedusiems žmonėms. Bendravimas su šeimyninku taip pat svarbiausias nevedusiems.

6 lentelė. Kitų paslaugų poreikio sąsajos su šeimynine padėtimi (proc.)

Šeimyninė padėtis		Organizuojami žygiai (Chi-Square 17,868, l.l.sk. 6, p=0,007)	Nuomajami dviračiai (Chi-Square 17,765, l.l.sk. 6, p=0,007)	Yra baseinas (Chi-Square 27,785, l.l.sk. 6, p=0)	Yra biliardas (Chi-Square 14,448, l.l.sk. 6, p=0,025)	Šeimyninko bendravimas su svečiu (Chi-Square 13,304, l.l.sk. 6, p=0,038)
nevedęs/netekėjusi	Labai reikia	86,7	73,3	60	53,3	70
	Nebūtinai reikia	6,7	26,7	20	20	30
	Nereikia	6,7	0	20	26,7	0
vedęs/ištekėjusi	Labai reikia	74,2	45,3	30	35,8	54,2
	Nebūtinai reikia	24,7	37,4	37,9	44,7	34,2
	Nereikia	1,1	17,4	32,1	19,5	11,6
našlys, -ė	Labai reikia	100	0	66,7	66,7	0
	Nebūtinai reikia	0	66,7	0	0	66,7
	Nereikia	0	33,3	33,3	33,3	33,3

išsiskyręs, -usi	Labai reikia	100	52,2	73,9	47,8	73,9
	Nebūtinai reikia	0	47,8	26,1	52,2	26,1
	Nereikia	0	0	0	0	0

Kaip parodė tyrimo rezultatai, skirtingo amžiaus sodybų klientai pageidauja skirtingų paslaugų.

Kaip matome 7 lentelėje, teikiamos maitinimo paslaugos svarbesnės vyresnio amžiaus žmonėms, negu jaunesniems.

7 lentelė. Maitinimo paslaugų poreikio sąsajos su amžiumi (proc.)

Amžius		Teikiama maitinimo paslauga (Chi-Square 23,917, l.l.sk. 4, p=0)	Galima pasirinkti maitinimo būdą (Chi-Square 13,249, l.l.sk. 4, p=0.010)
19-30	Labai reikia	8,3	47,2
	Nebūtinai reikia	63,9	36,1
	Nereikia	27,8	16,7
31-45	Labai reikia	45,3	52,7
	Nebūtinai reikia	38,5	39,2
	Nereikia	16,2	8,1
46-65	Labai reikia	40,3	43,5
	Nebūtinai reikia	54,8	56,5
	Nereikia	4,8	0

Visoms amžiaus grupėms ypač svarbi dviračių nuoma, tačiau žvejybinės įrangos ir sporto inventoriaus nuoma aktualesnė 19-30 metų respondentams.

8 lentelė. Nuomos paslaugų poreikio sąsajos su amžiumi (proc.)

Šeimyninė padėtis		Nuomajami dviračiai (Chi-Square 16,303, l.l.sk. 4, p=0.003)	Nuomojama žvejybinė įranga (Chi-Square 32,496, l.l.sk. 4, p=0)	Nuomojamas sporto inventorių (Chi-Square 11,062, l.l.sk. 4, p=0,026)
19-30	Labai reikia	88,9	72,2	77,8
	Nebūtinai reikia	5,6	5,6	16,7

	Nereikia	5,6	22,2	5,6
31-15	Labai reikia	73,6	50,7	56,1
	Nebūtinai reikia	26,4	46,6	41,2
	Nereikia	0	2,7	2,7
46-65	Labai reikia	83,9	58,1	67,7
	Nebūtinai reikia	12,9	35,5	25,8
	Nereikia	3,2	6,5	6,5

Kaip matome 9 lentelėje, kad būtų teikiama aiški informacija apie paslaugas, dažniau pageidauja respondentai virš 30 metų amžiaus. Internetas ir televizorius svarbesni 19-30 metų žmonėms.

9 lentelė. Informacinių paslaugų poreikio sąsajos su amžiumi (proc.)

Amžius		Teikiama aiški informacija (Chi-Square 10,671, l.l.sk. 4, p=0,031)	Galima naudotis internetu (Chi-Square 11,722, l.l.sk. 4, p=0,020)	Yra televizorius (Chi-Square 29,384, l.l.sk. 4, p=0)	Galima užsisakyti grožio procedūras (Chi-Square 29,272, l.l.sk. 4, p=0)
19-30	Labai reikia	33,3	47,2	47,2	38,9
	Nebūtinai reikia	55,6	25	30,6	16,7
	Nereikia	11,1	27,8	22,2	44,4
31-15	Labai reikia	59,5	43,9	62,8	10,1
	Nebūtinai reikia	35,1	37,2	29,1	34,5
	Nereikia	5,4	18,9	8,1	55,4
46-65	Labai reikia	64,5	66,1	24,2	12,9
	Nebūtinai reikia	32,3	24,2	56,5	53,2
	Nereikia	3,2	9,7	19,4	33,9

Paslaugų, pateiktų 10 lentelėje labiau pageidauja 19-30 metų amžiaus žmonės, negu vyresni.

10 lentelė. Maitinimo paslaugų poreikio sąsajos su šeimynine padėtimi (proc.)

Amžius	Yra krepšinio aikštelė(Chi-Square	Yra tinklinio aikštelė (Chi-	Yra vaikų žaidimo aikštelės	Yra dviračių takeliai (Chi-	Yra baseinas (Chi-Square	Yra biliardas (Chi-Square	Šeimnininko bendravimas su svečiu(Chi-
--------	-----------------------------------	------------------------------	-----------------------------	-----------------------------	--------------------------	---------------------------	--

		39,907, l.l.sk. 4, p=0)	Square 25,449, l.l.sk.4, p=0)	(Chi- Square 23,120, l.l.sk. 4, p=0)	Square 18,100, l.l.sk. 4, p=0,001)	15,093, l.l.sk. 4, p=0,005)	34,801, l.l.sk. 4, p=0)	Square 24,257, l.l.sk. 4, p=0)
19-30	Labai reikia	88,9	88,9	100	77,8	47,2	72,2	86,1
	Nebūtinai reikia	11,1	11,1	0	22,2	36,1	16,7	13,9
	Nereikia	0	0	0	0	16,7	11,1	0
31-15	Labai reikia	39,2	48,6	77	44,6	30,4	33,8	48,6
	Nebūtinai reikia	59,5	50	21,6	44,6	33,8	39,9	36,5
	Nereikia	1,4	1,4	1,4	10,8	35,8	26,4	14,9
46-65	Labai reikia	46,8	46,8	80,6	59,7	51,6	33,9	61,3
	Nebūtinai reikia	43,5	46,8	9,7	25,8	33,9	61,3	37,1
	Nereikia	9,7	4	9,7	14,5	14,5	4,8	1,6

Paslaugų poreikis priklauso ne tik nuo respondentų šeimyninės padėties, amžiaus, bet ir nuo gaunamų pajamų. Kaip matome 11 lentelėje, didesnes pajamas gaunantiems žmonėms maitinimo paslaugos yra svarbesnės.

11 lentelė. Maitinimo paslaugų poreikio sąsajos su pajamomis (proc.)

Pajamos		Teikiama maitinimo paslauga (Chi-Square 12,564, l.l.sk. 4, p=0,014)	Maistą galima gamintis pačiam (Chi-Square 21,485, l.l.sk. 4, p=0)	Galima pasirinkti maitinimo būdą (Chi-Square 26,016, l.l.sk. 4, p=0)	Pristatomas kultūrinis paveldas (Chi-Square 10,192, l.l.sk. 4, p=0,037)
Iki 1000 lt	Labai reikia	36	52	24	32
	Nebūtinai reikia	56	40	56	48
	Nereikia	8	8	20	20
1001-2500 lt	Labai reikia	34	64,1	58,3	34
	Nebūtinai reikia	48,1	34,6	37,8	46,2
	Nereikia	17,9	1,3	3,8	19,9
2500-4000 lt	Labai reikia	60	65	47,5	60
	Nebūtinai reikia	27,5	17,5	47,5	30

	Nereikia	12,5	17,5	5	10
--	----------	------	------	---	----

Taip pat didesnes pajamas gaunantiems žmonėms svarbiau, kad sodyboje būtų pirtis, organizuojami žygiai. (12 lentelė)

12 lentelė. Kitų paslaugų poreikio sąsajos su pajamomis (proc.)

Pajamos		Yra pirtis (Chi-Square 19,513, l.l.sk. 4, p=0,001)	Organizuojami žygiai (Chi- Square 17,245, l.l.sk. 4, p=0.002)
Iki 1000 lt	Labai reikia	72	28
	Nebūtinai reikia	28	52
	Nereikia	0	20
1001-2500 lt	Labai reikia	63,5	51,9
	Nebūtinai reikia	32,1	32,7
	Nereikia	4,5	15,4
2500-4000 lt	Labai reikia	95	62,5
	Nebūtinai reikia	0	37,5
	Nereikia	5	0

Įvairios teikiamos nuomos paslaugos svarbesnės didesnes pajamas gaunantiems respondentams. (13 lentelė)

13 lentelė. Nuomos paslaugų poreikio sąsajos su pajamomis (proc.)

Pajamos		Nuomojamas vandens inventoriųs (Chi-Square 13,912, l.l.sk. 4, p=0,008)	Nuomojami dviračiai (Chi-Square 10,334, l.l.sk. 4, p=0.035)	Nuomojama žvejybinė įranga (Chi-Square 30,581, l.l.sk. 4, p=0)	Nuomojamas sporto inventoriųs (Chi-Square 20,297, l.l.sk. 4, p=0)
Iki 1000 lt	Labai reikia	64	78	56	64

	Nebūtinai reikia	28	18	28	28
	Nereikia	8	4	16	8
1001-2500 lt	Labai reikia	77,6	74,4	49,4	55,1
	Nebūtinai reikia	16,7	24,4	48,1	42,3
	Nereikia	5,8	1,3	2,6	2,6
2500-4000 lt	Labai reikia	95	95	80	87,5
	Nebūtinai reikia	0	5	10	7,5
	Nereikia	5	0	10	5

14 lentelėje matome, kad galimybė naudotis internetu svarbesnė dideles pajamas gaunantiems respondentams. Grožio procedūrų dažniau pageidauja iki 1000 lt uždirbantys žmonės.

14 lentelė. Informacinių paslaugų poreikio sąsajos su pajamomis (proc.)

Pajamos		Galima naudotis internetu (Chi-Square 18,722, l.l.sk. 4, p=0.001)	Galima užsisakyti grožio procedūras (Chi-Square 57,615, l.l.sk. 4, p=0)
Iki 1000 lt	Labai reikia	38	30
	Nebūtinai reikia	50	46
	Nereikia	12	24
1001-2500 lt	Labai reikia	48,7	10,3
	Nebūtinai reikia	32,7	24,4
	Nereikia	18,6	65,4
2500-4000 lt	Labai reikia	70	15
	Nebūtinai reikia	7,5	72,5
	Nereikia	22,5	12,5

Krepšinio, tinklinio, vaikų žaidimų aikštelės svarbiausios 2500-4000 lt pajamas gaunantiems respondentams. Dviračių takeliai, baseinas, biliardas svarbesni iki 1000 lt pajamas turintiems žmonėms.

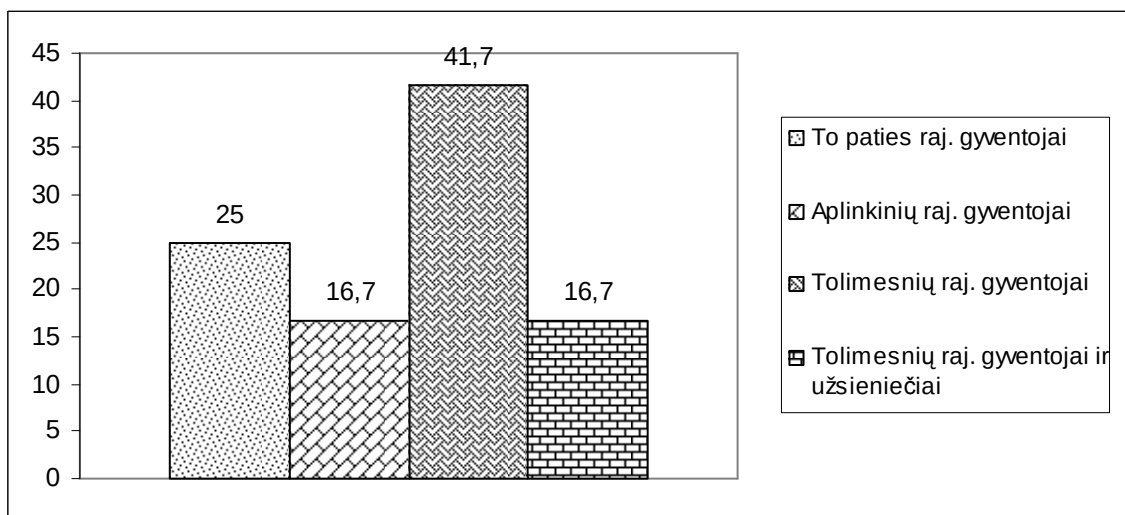
15 lentelė. Kitų paslaugų poreikio sąsajos su pajamomis (proc.)

Pajamos	Yra krepšinio aikštelė (Chi-Square 36,692,	Yra tinklinio aikštelė (Chi-Square 25,285,	Yra vaikų žaidimo aikštelės (Chi-Square	Yra dviračių takeliai (Chi-Square 11,601,	Yra baseinas (Chi-Square 18,760, l.l.sk. 4,	Yra biliardas	Šeiminių bendravimas su svečiais (Chi-
---------	--	--	---	---	---	---------------	--

		l.l.sk. 4, p=0)	l.l.sk. 4, p=0)	12,659, l.l.sk. 4, p=0,013)	l.l.sk. 4, p=0,021)	p=0,001)	(Chi-Square 18,312, l.l.sk. 4, p=0,001)	Square 16,510, l.l.sk. 4, p=0,002)
Iki 1000 lt	Labai reikia	68	68	86	72	60	60	70
	Nebūtinai reikia	28	28	10	24	32	36	30
	Nereikia	4	4	4	4	8	4	0
1001-2500 lt	Labai reikia	34,6	43,6	76,3	48,1	31,4	31,4	57,1
	Nebūtinai reikia	62,8	55,1	21,2	41,7	37,2	46,8	29,5
	Nereikia	2,6	1,3	2,6	10,3	31,4	21,8	13,5
2500-4000 lt	Labai reikia	77,5	77,5	95	50	37,5	45	42,5
	Nebūtinai reikia	17,5	17,5	0	32,5	25	30	52,5
	Nereikia	5	5	5	17,5	37,5	25	5

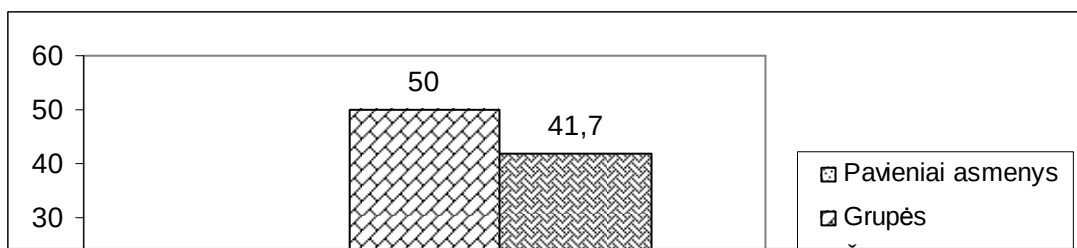
3.3. Kaimo turizmo sodybų šeimininkų nuomonės apklausos rezultatai

Kaimo turizmo sodybų šeimininkų apklausa parodė, kad dažniausiai sodybų paslaugomis naudojasi tolimesnių rajonų gyventojai (41,7 proc.)



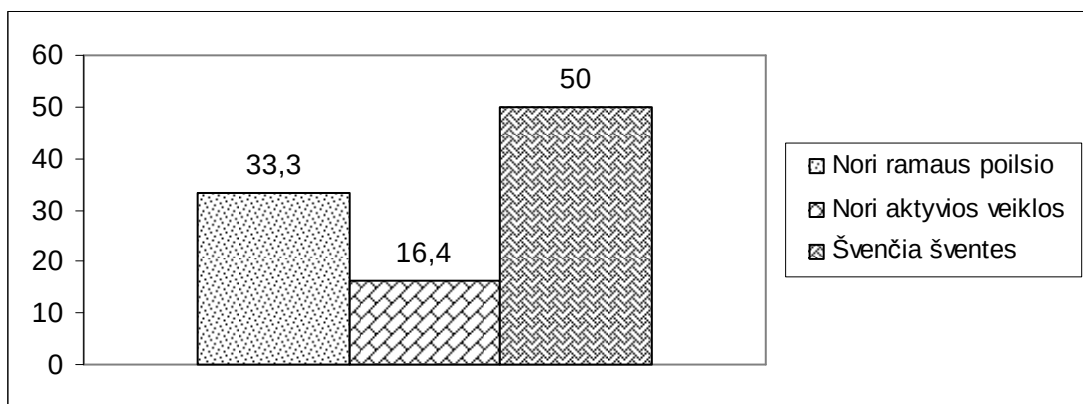
27 pav. Kaimo turizmo lankytojų pasiskirstymas pagal gyvenamą vietovę (proc.)

Dažniausiai sodybose lankosi grupės turistų (50 proc.), taip pat 41,7 proc. lankytojų yra šeimos.



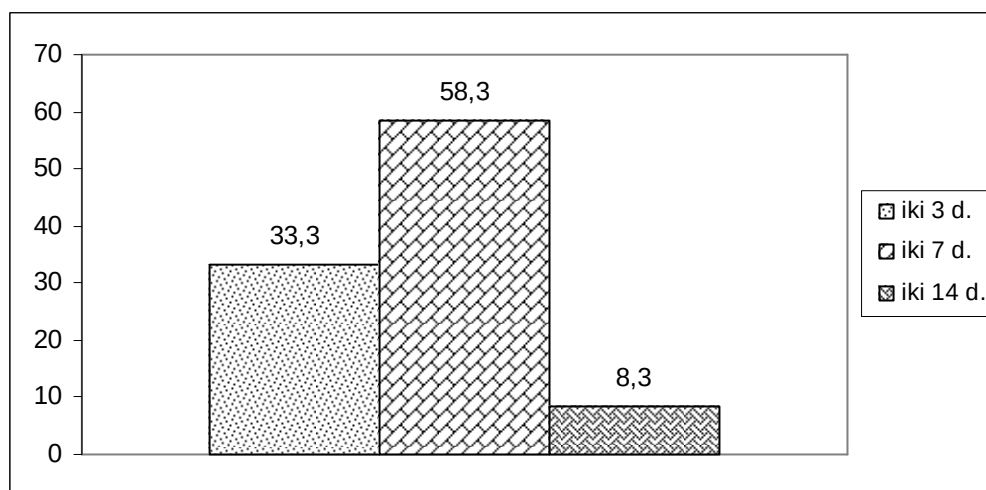
28 pav. Kaimo turizmo lankytojų pasiskirstymas pagal lankytojų pobūdį (proc.)

Net 50 proc. sodybų lankytojų atvyksta švęsti švenčių, 33,3 proc. nori ramaus poilsio.



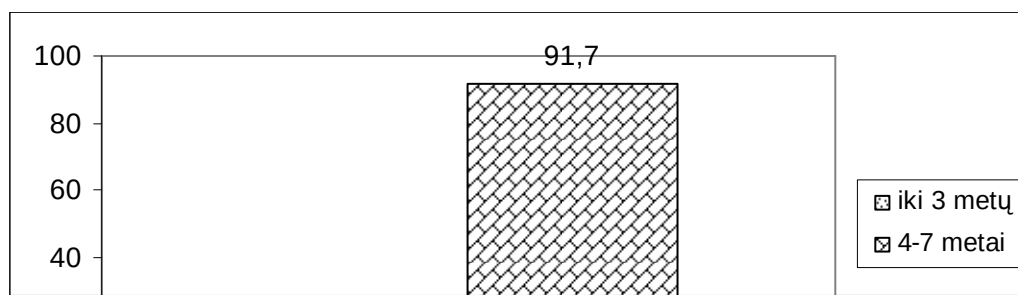
29 pav. Kaimo turizmo lankytojų pasiskirstymas pagal lankymosi tikslo pobūdį (proc.)

Dažniausiai lankytojai sodyboje vieši iki 7 dienų (58,3 proc.).



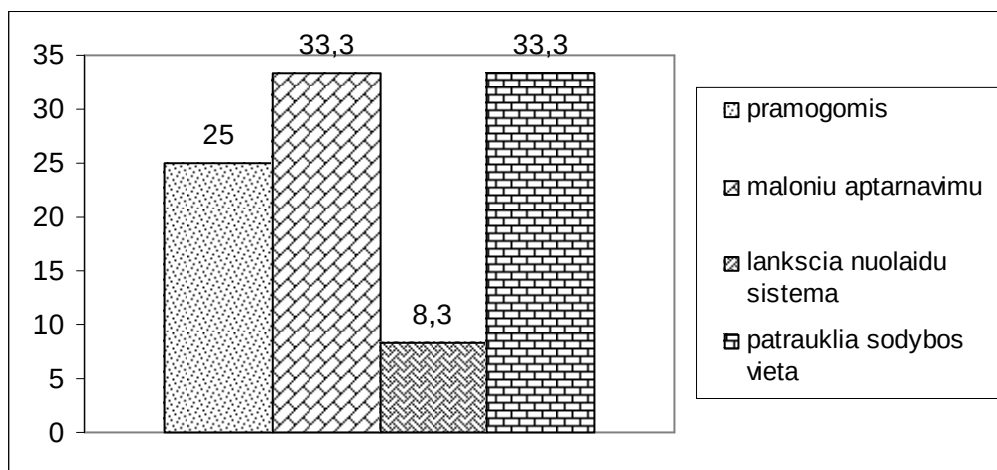
30 pav. Kaimo turizmo lankytojų pasiskirstymas pagal lankymosi trukmę (proc.)

Dauguma kaimo turizmo sodybų šeimininkų paslaugas teikia 4-7 metus (91,7 proc.)



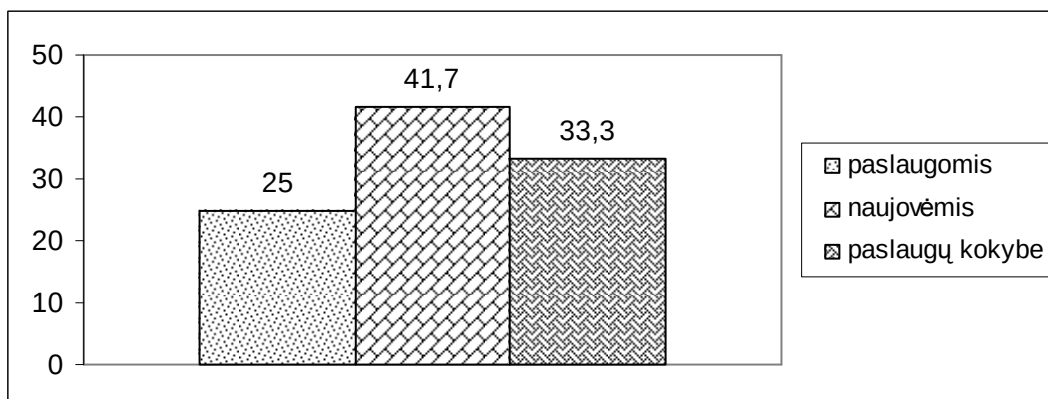
31 pav. Kaimo turizmo sodybų paslaugų teikimo laikotarpis(proc.)

Kaip matome, dauguma šeiminių stengiasi pritraukti klientus malonių aptarnavimu (33,3 proc.) ir patrauklia sodybos vieta (33,3 proc.).



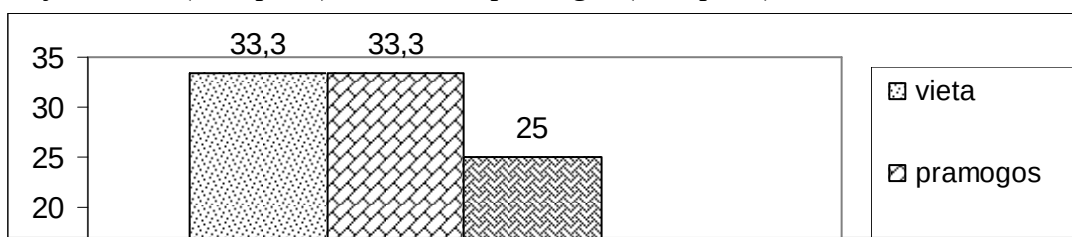
32 pav. Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas pagal klientų pritraukimo pobūdį (proc.)

41,7 proc.sodybų šeiminių domisi kitų sodybų naujovėmis.



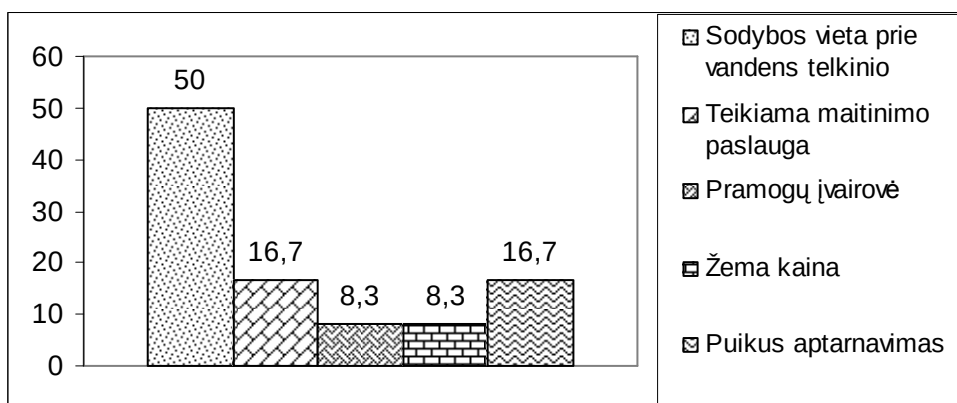
33 pav. Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas pagal domėjimosi kitomis sodybomis pobūdį (proc.)

Pagrindiniai klientų domėjimosi apie sodybą klausimai, šeiminių nuomone yra sodybos vieta (33,3 proc.) ir siūlomos pramogos (33,3 proc.).



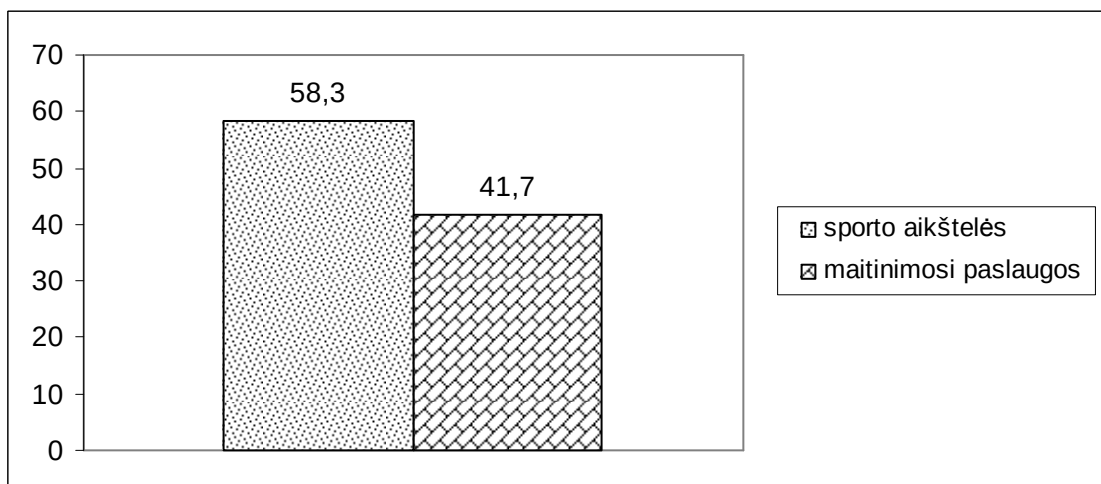
34 pav. Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas pagal klientų užklausimų pobūdį (proc.)

Pagrindinis kriterijus, nulemiantis sodybos pasirinkimą, šeimininkų nuomone yra sodybos vieta prie vandens telkinio (50 proc.).



35 pav. Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas pagal kriterijus, nulemiančius sodybos pasirinkimą, lyginant su konkurentais (proc.)

Klientai dažniausiai sodyboje pasigenda sporto aikštelių (58,3 proc.) ir maitinimosi paslaugų (41,7 proc.)



36 pav. Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas tai, ko labiausiai pasigenda klientai (proc.)

IŠVADOS

1. Kaimo turizmas- tai fizinių asmenų teikiama turizmo paslauga, kuria tenkinami sodybos svečių apgyvendinimo, maitinimo ir pramogų organizavimo poreikiai, skirti poilsiautojų rekreacijai ir laisvalaikio leidimui kaimo vietovėse. Kaimo turizmas apima visas turizmo rūšis, susietas su kaimo aplinkos pažinimu ir poilsiu joje.

2. Kaimo turizmo plėtra kasmet auga Lietuvoje. Kaimo turizmo kaip turizmo rūšies bruožas yra tas, kad kaimo turizmo paslauga teikiama vietovėse su mažo tankumo populiacija, t.y. tokiose, kuriose gyvena ne daugiau negu 3000 gyventojų, o kitas svarbus bruožas yra tas, kad kaimo turizmo paslaugos vartotojai savo veiklai naudoja vietinius išteklius (socialinius, ekonominius, gamtinius, kultūrinius). Be to, kaimo turizmas yra vienas iš kertinių regiono vystymo elementų, taip pat nauja sritis, kuri duoda pajamas ir pelną kaimo vietovėse bei keičia žemės ūkio gamybinę veiklą į paslaugų sektorių, ir taip pat svarbus papildomas arba naujas pajamų šaltinis kaimo bendruomenėse.

3. Kaimo turizme labiausiai vartotojų vertinama paslauga yra pirtis, galimybė maistą gamintis pačiam bei pasirinkti maitinimo būdą, taip pat labai gerai vertinama vandens ir sporto inventoriaus nuoma, televizoriaus sodyboje buvimas bei bendravimas su sodybos šeimininku, todėl galima spręsti, kad kaimo turizmo paslaugos vartotojams ypač svarbu sodyboje teikiamos pramogos. Svarbiausias motyvas renkantis kaimo turizmo sodybą-tai sodybos vieta prie vandens telkinio. Pagrindiniai vykimo į kaimo turizmo sodybą tikslai-ramiai pailsėti arba švęsti šventes. Kaimo turizme teikiamų paslaugų kokybę, kainą ir asortimentą, šios paslaugos vartotojai vertina vidutiniškai, todėl reikia gerinti teikiamų paslaugų kokybę.

4. Kaimo turizmo paslaugų vartotojai labiausiai pageidauja šių papildomų pramogų ir paslaugų: įvairių žygių organizavimo, dviračių ir vandens inventoriaus nuomos, vaikų žaidimo aikštelių bei aiškios informacijos apie sodyboje teikiamas paslaugas ir lankytinas vietas.

Tyrimo rezultatai patvirtina hipotezę, kad kaimo turizmo paslaugų paketo formavimui lemiamą reikšmę turi sodybos vieta prie vandens telkinio ir sodyboje teikiamos įvairios pramogos.

PASIŪLYMAI

Pasiūlymai kaimo turizmo paslaugų paketo formavimui Lazdijų rajono savivaldybės teritorijoje pagal vartotojų poreikius:

- šalia sodybos būtinas vandens telkinys;
- ypač pageidaujama, kad sodyboje būtų teikiama pirties paslauga;
- taikyti lanksčią kainų sistemą, siūlyti įvairias nuolaidas, sudarant sodyboje teikiamų paslaugų pasiūlymus;
- sudaryti geras sąlygas maistą gamintis sodyboje patiems vartotojams ir galimybę pasirinkti maitinimo būdą;
- sodyboje teikti vandens inventoriaus, sporto inventoriaus ir dviračių nuomos paslaugas;
- organizuoti įvairius žygius;
- vartotojams pateikti išsamią informaciją apie sodyboje teikiamas paslaugas, pramogas ir lankytinas vietas;
- labai svarbu, kad sodyboje būtų žaidimo aikštelės vaikams;
- pastoviai gerinti teikiamų paslaugų kokybę.

LITERATŪRA:

- Adomaitytė-Juršienė, I., Ramanauskienė, J. (2004). Kaimo turizmo verslo plėtros pagrindas-optimali rinkodaros strategijos koncepcija. *Jaunųjų mokslininkų darbai, Nr. 2*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
- Aleksejūnaitė, J.(2005). Kaimo turizmo plėtros strategija (nepublikuotas magistro baigiamasis darbas, Vytauto Didžiojo universitetas, 2005).
- Andriuškevičiūtė, I., Ramanauskienė, J. (2005). Rinkodaros sprendimai plėtojant kaimo turizmo verslą. *Jaunųjų mokslininkų darbai, Nr. 3(7)*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
- Astromskienė, A., Sirusienė, R. (2007). Kaimo turizmas. Kaunas: UAB „Arx Baltica“.
- Astromskienė, A., Sirusienė, R. (2002). Poilsis kaime. Kaunas: LKTA.
- Brazaitytė, V., Ramanauskienė, J. (2006). Kaimo turizmo paslaugų įvaizdžio formavimas. *Jaunųjų mokslininkų darbai, Nr. 1(8)*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
- Čaplikas, A. (2007). Kaimo turizmo bumai dar tik prasideda. *Valstiečių laikraštis, Nr. 71*, p. 16.
- Damulienė, A. (1996). Paslaugų marketingas. Vilnius: Lietuvos informacijos institutas.
- Dautartaitė, A. (2006). Kaimo turizmo paslaugų paketo sudarymas bei praktinis pritaikymas kaimo turizmo sodyboje „Pušų paunksnėje“ (nepublikuotas magistro baigiamasis darbas, Vytauto Didžiojo universitetas, 2006).
- Drumm A. et. al. Ecotourism Development. A Manual for Conservation Planners and Managers.- USA: The Nature Conservancy, 2004.
- Dvilevičienė, D. (1997). Kelionių paslaugų industrija ir komercija. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
- Faulkner H. W., Walmsley D. J. Globalization and the Pattern of Inbound Tourism in Australia. *Australian Geographer, Vol 29, No 1*, 1998.
- Girniūtė, G. (2004). Kauno rajono kaimo turizmo sodybose poilsiaujančių turistų poreikių tenkinimo analizė (nepublikuotas magistro baigiamasis darbas, Lietuvos kūno kultūros akademija, 2004).
- Grecevičius, P., Armaitienė, A., Junevičienė, O. ir kt. (2002). Turizmas: vadovėlis. Kaunas: Kauno kolegijos leidybos centras.
- Gumblevičienė, V. (2002). Lietuvos kaimo turizmo plėtojimas ir jį lemiančių veiksnių analizė (nepublikuotas magistro baigiamasis darbas, Lietuvos kūno kultūros akademija, 2002).
- Hopenienė R. (2002) Turizmo paslaugų vartotojų elgsenos ypatumai/R.Hopenienė, G. Pukienė, A. Grabienė//Verslas ir vadyba, 2001: mokslinės konferencijos medžiaga I tomas. Vilnius, 2001 lapk. 29,30. p. 231-239.
- Kabuškin N. I. (2002) Menedžment turizma.-Minsk: novoe zdaniie.
- Kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimai (2007). *Valstybės žinios (VŽ), Nr. 1-42*.

- Kasparas, M. (2004). Pirčių pritaikymas plėtojant kaimo turizmą Šiaulių rajone. Kaunas: UAB „Judex“.
- Kirkliauskas, V. (2005). Kaimo turizmo rinkodara rytų Lietuvoje (nepublikuotas magistro baigiamasis darbas, Lietuvos kūno kultūros akademija, 2005).
- Klimas, R. (2001). Kaimo turizmo plėtros prielaidos Dzūkijos regione (nepublikuotas magistro baigiamasis darbas, Lietuvos kūno kultūros akademija, 2001).
- Knowles T. et al. The globalization of Tourism and Hospitality: a Strategic Perspective.-London: Thomson, 2004.
- Labanauskaitė, D. (2002). Atvykstamojo turizmo ekonominio produkto vertinimas. (Daktaro disertacija, Kauno technologijos universitetas, 2002).
- Ligeikienė, R. A. (2003). Turizmo plėtra ir valdymas. (Daktaro disertacija, Vilniaus universitetas, 2003).
- Lopez E. P., Garcia F. J. C. Agrotourism, Sustainable Tourism and Ultraperipheral Areas: The Case of Canary Islands. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Vol. 4, No 1, 2006, p. 85-97.
- Macnoriutė, L. (2001). Kaimo turizmo plėtros galimybės Lietuvoje, kaimo turizmo paslaugos žmonėms su negalia (nepublikuotas baigiamasis magistro darbas, Lietuvos kūno kultūros akademija, 2001).
- Matekonienė, J., Navackaitė, L., Dumbauskaitė, J. (2002). Kaimo turizmo vieta tolydžioje kaimo plėtroje. *Regionų plėtra. Tarptautinė konferencija(2002)*. Kaunas.
- Mazūraitė, I. (2004). Bitininkystės organizavimas ir nauda kaimo turizmo plėtrai. Kaunas: UAB „Judex“.
- Navickas, V., Malakauskaitė, A. (2007). Įvykių taikymas turizmo plėtros skatinimui Lietuvoje. *Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, Nr. 42*. Kaunas: VDU leidykla.
- Peters K., Kloeze J. W., Voet H. A training for trainers on rural tourism in Eastern Europe.-Centre for recreation Studies,-Wageningen Agricultural University,-1994. p.6-7
- Piščalka, A. (2005). Informacinių sistemų vaidmuo parduodant kaimo turizmo sodybos įvaizdį (nepublikuotas magistro baigiamasis darbas, Vytauto Didžiojo universitetas, 2005)
- Ramanauskienė, J., Ramanauskas, J., Gargasas, A. (2006). Marketing solutions in rural tourism development in Lithuania. *Ekonomik. Mokslo darbai, Nr. 74*. Vilnius: VU leidykla.
- Ramanauskienė, J., Radavičiūtė-Valachova, R. (2004). Lietuvos kaimo turizmo verslo konsultavimas. *Jaunųjų mokslininkų darbai, Nr. 2*. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla.
- Randomanskaitė, A. (2004). The competitiveness of national tourism industry. (Daktaro disertacija, Kauno technologijos universitetas, 2004).
- Sakas, A.V. (2007). Kaimo turizmas ir kulinarinis paveldas. *Kelionės ir pramogos, Nr. 6*, p. 89.

- Sharpley R., Sharpley J. Rural tourism: An introduction.-London, 1997, p. 20
- Svetikienė, I. (2002). Turizmo marketingas. Vilnius.
- Swarbrooke J., Horner S. (1999). Consumer behaviour in Tourism. Oxford.
- Šaulytė, A. (2007). Kaimo sodybose poilsiautojai ieško patogumų ir gero maisto. *Kelionės ir pramogos*, Nr. 4, p. 73.
- Šaulytė, A. (2007). Sūrių valgytojai. *Kelionės ir pramogos*, Nr. 3, p. 74-75.
- Towards quality rural tourism: Integrated Quality Management (IQM) of rural tourism destinations.-European Commission.-Luxembourg.-1999, p.161
- Undžytė, J. (2006). Kvalifikuoto personalo pritraukimo ir išlaikymo Lietuvos kaimo turizme projektas (nepublikuotas magistro baigiamasis darbas, Vytauto Didžiojo universitetas, 2006).
- Vainienė, I. (2001). Kaimo turizmo organizavimas: mokymo priemonė. Kaunas: Spindulys.
- Valančiauskaitė V. (2002). Kaimo turizmo rinkodaros aspektai/V. Valančiauskaitė, V. Končiūtė//Tiltai, Nr. 3 (20), p. 75-81.
- Vasiljevienė, N., Vasiljevas, A. ir kt. (2001). *Etiniai turizmo vystymosi problemų aspektai*. Dalykinė etika: pasaulinės tendencijos ir postsocialinių šalių aktualijos:[mokslo leidinys] . Kaunas: Vilniaus universitetas, Kauno humanitarinis fakultetas, Verslo etikos centras.
- Wearing S., Neil J. Ecotourism. Impacts, Potentials and Possibilities.-Oxford:Butterworth-Heinemann, 1999.
- World Tourism Organization. Concepts, Definitions and Clasifications for Tourism Statistics. WTO Technical Manual, No 1, 1995.
- Žilytė, D. (2004). Kulinarinio paveldo panaudojimas plėtojant kaimo turizmo verslą Žemaitijos regione. Kaunas: UAB „Judex“.
- Žukaitis, V. (2006). Kaimo turizmo paslaugų komplekso formavimas Varėnos rajone (nepublikuotas magistro baigiamasis darbas, Lietuvos kūno kultūros akademija, 2006).
- <<http://www.atostogoskaime.lt/lt/naujienos/?rid=160>> (žiūrėta 2007-07-19)
- <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leaderplus/pdf/magazine/mag7_lt.pdf> (žiūrėta 2007-10-18)
- Wood. M. E. Ecotourism: Principles, Practices and Policies for Sustainability. United Nation Publication (2002)//Prieiga internete :www.unep.org/tourism/home.html (žiūrėta 2007-09-25)

Lietuvos kūno kultūros akademijos, magistrantūros II kurso studentė Laima Černiauskienė kviečia Jus dalyvauti apklausoje, kurios tikslas-išsiaiškinti Lazdijų rajono savivaldybėje kaimo turizmo paslaugų vartotojų poreikius bei paslaugų plėtros galimybes.

Anketa yra anoniminė, todėl asmeniniai duomenys nebus skelbiami, tyrimo rezultatai bus viešinami tik apibendrinus.

Iš anksto dėkoju už bendradarbiavimą!

1. Kaip dažnai lankotės kaimo turizmo sodybose?

- ☐ Esu pirmą kartą
- ☐ 1 kartą per metus
- ☐ 2-3 kartus per metus
- ☐ Daugiau negu 3 kartus per metus

2. Kokie motyvai lėmė (ar lemia) Jūsų sprendimą rinktis kaimo turizmo sodybą?

- ☐ Ramus poilsis
- ☐ Kaimo aplinka
- ☐ Sodybos vieta
- ☐ Pigus poilsis
- ☐ Noras pabūti gamtoje
- ☐ Dėl siūlomų pramogų

3. Koks pagrindinis Jūsų sprendimo rinktis kaimo turizmo sodybą tikslas:

- ☐ Noriu praleisti atostogas
- ☐ Kaimo turizmo sodyboje švenčių įvairias šventes
- ☐ Nauja laisvalaikio praleidimo forma, kurią noriu išmėginti
- ☐ Pažintiniais tikslais

4. Kiek laiko poilsiausite kaimo turizmo sodyboje:

- ☐ Iki 3 d.
- ☐ Iki 7 d.
- ☐ Iki 14 d.
- ☐ Daugiau nei 14 d.

5. Apie kaimo turizmo sodybą sužinojote iš:

- ☐ Interneto
- ☐ Draugų
- ☐ Katalogų
- ☐ Reklamos

6. Renkantis sodybą Jums svarbiausia:

	Labai svarbu	Svarbu	Nesvarbu
Ar sodyba yra prie vandens telkinio			
Ar yra pirtis			
Apgyvendinimo sąlygos			
Kaina			
Ar yra teikiama maitinimo paslauga			
Gandrų skaičius			
Sodybos specializacija			

7. Įvertinkite sodyboje teikiamas paslaugas:

	Labai gerai	Gerai	Patenkinamai	Nėra
Teikiama maitinimo paslauga				
Maistą galima gamintis pačiam				
Galima pasirinkti maitinimo būdą				
Pristatomas kulinarinis paveldas				
Yra pirtis				
Galima užsisakyti ekskursijas				
Organizuojami žygiai (pėsčiomis, baidarėmis, dviračiais)				
Nuomojamas vandens inventoriųs				
Nuomojami dviračiai				
Nuomojama žvejybinė įranga				
Nuomojamas sporto inventoriųs				
Teikiama aiški informacija apie paslaugas, lankytinas vietas				
Galima naudotis internetu				
Yra televizorius				
Galima užsisakyti grožio procedūras				
Yra krepšinio aikštelė				
Yra tinklinio aikštelė				
Yra vaikų žaidimų aikštelės				
Yra dviračių takeliai				
Yra baseinas				
Yra biliardas				
Šeiminingo bendravimas su svečiu				

8. Kokių paslaugų trūksta ar pageidautumėte kaimo turizmo sodyboje:

	Labai reikia	Nebūtinai reikia	Nereikia
Teikiama maitinimo paslauga			
Maistą galima gamintis pačiam			
Galima pasirinkti maitinimo būdą			
Pristatomas kulinarinis paveldas			
Yra pirtis			
Galima užsisakyti ekskursijas			
Organizuojami žygiai (pėsčiomis, baidarėmis, dviračiais)			
Nuomojamas vandens inventoriųs			
Nuomojami dviračiai			
Nuomojama žvejybinė įranga			
Nuomojamas sporto inventoriųs			
Teikiama aiški informacija apie paslaugas, lankytinas vietas			
Galima naudotis internetu			
Yra televizoriųs			
Galima užsisakyti grožio procedūras			
Yra krepšinio aikštelė			
Yra tinklinio aikštelė			
Yra vaikų žaidimų aikštelės			
Ra dviračių takeliai			
Yra baseinas			
Yra biliardas			
Šeimininko bendravimas su svečiu			

9. Įvertinkite kaimo turizmo sodybą pagal pateiktus kriterijus:
(1-žema, neatitinka Jūsų poreikių; 2-vidutinė, atitinka Jūsų poreikius;
3-aukšta, viršija Jūsų poreikius)

	Vertinimas balais (įrašykite)								
	Kokybė			Kaina			Asortimentas		
	Že- ma	Vidu- tinė	Au- kšta	Že- ma	Vidu- tinė	Au- kšta	Že- ma	Vidu- tinė	Au- kšta
Apgyvendinimo paslauga									
Maitinimo paslauga									
Pramogos									
Aptarnavimas									

10. Jūsų lytis:

- ☐ Vyras
☐ Moteris

11. Jūsų amžius:

Įrašykite

12. Jūsų šeimyninė padėtis:

- ☐ Nevedęs/netekėjusi
☐ Vedęs/ištekėjusi
☐ Našlys/našlė
☐ Išsiskyręs/išsiskyrusi

13. Jūsų išsilavinimas:

- ☐ Vidurinis
☐ Aukštesnysis
☐ Aukštasis neuniversitetinis
☐ Aukštasis universitetinis

14. Iš kur atvykote:

Įrašykite.....

15. Jūsų mėnesio pajamos:

- ☐ Iki 1000 Lt.
☐ 1001-2500 Lt.
☐ 2501-4000 Lt.
☐ 4001 ir daugiau Lt.

16. Jūsų pagrindinė veikla:

- ☐ Verslininkas
☐ Tarnautojas
☐ Darbininkas
☐ Studentas
☐ Pensininkas

Mielas Respondente,

Priedas Nr. 2

Lietuvos kūno kultūros akademijos, magistrantūros II kurso studentė Laima Černiauskienė kviečia Jus dalyvauti apklausoje, kurios tikslas-išsiaiškinti Lazdijų rajono savivaldybėje kaimo turizmo paslaugų vartotojų poreikius bei paslaugų plėtros galimybes.

Anketa yra anoniminė, todėl asmeniniai duomenys nebus skelbiami, tyrimo rezultatai bus viešinami tik apibendrinus.

Iš anksto dėkoju už bendradarbiavimą!

1. Jūsų sodybos teikiamomis paslaugomis dažniausiai naudojasi:

- ☐ To paties raj. sav. gyventojai
- ☐ Aplinkinių raj. sav. gyventojai
- ☐ Tolimesnių raj. sav. gyventojai
- ☐ Užsieniečiai

2. Į Jūsų sodybą dažniausiai atvyksta:

- ☐ Pavieniai asmenys
- ☐ Grupės
- ☐ Šeimos

3. Dažniausiai Jūsų sodybos klientai:

- ☐ Nori ramaus poilsio
- ☐ Aktyvios veiklos (aktyvaus poilsio)
- ☐ Švenčia šventes

4. Dažniausiai pasitaikanti poilsavimo trukmė:

- ☐ Iki 3 d.
- ☐ Iki 7 d.
- ☐ Iki 14 d.
- ☐ Daugiau negu 14 d.

5. Kiek laiko teikiate kaimo turizmo paslaugas:

- ☐ Iki 3 m.
- ☐ 4-7 m.
- ☐ 8 ir daugiau m.

6. Kuo stengiatės pritraukti turistus:

- ☐ Pramogomis
- ☐ Maloniu aptarnavimu
- ☐ Maitinimo paslaugomis
- ☐ Lanksčia nuolaidų sistema
- ☐ Patrauklia sodybos vieta

7. Domitės kitų sodybų šeimininkų:

- ☐ Reklama
- ☐ Teikiamomis paslaugomis
- ☐ Naujovėmis
- ☐ Paslaugų kokybe

8. Sodybos klientas dažniausiai teiraujasi apie sodybos:

- ☐ Vietą
- ☐ Pramogas
- ☐ Kainą
- ☐ Ar teikiamas maitinimas

9. Koks Jūsų manymu pagrindinis kriterijus, nulemiantis Jūsų sodybos pasirinkimą, lyginant su konkurentais:

- ☐ Sodybos vieta prie vandens telkinio
- ☐ Teikiama maitinimo paslauga
- ☐ Pramogų įvairovė
- ☐ Žema kaina
- ☐ Puikus aptarnavimas

10. Kokių paslaugų ar pramogų labiausiai pasigenda ar teiraujasi Jūsų klientai: Išvardinkite.....

.....

11. Ar stengiatės išsiaiškinti vartotojų poreikius:

- ☐ Taip
- ☐ Ne

12. Informacija apie Jus:

Vardas, Pavardė arba sodybos pavadinimas

Vietovė

Amžius

Išsilavinimas

1 lentelė. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei amžiaus sąsajos (proc.)

Amžius		apgyvendinimo sąlygos (Chi-Square 21.976, l.l.sk. 4, p=0)	kaina (Chi-Square 12.793, l.l.sk. 4, p=0.012)	maitinimo paslauga (Chi-Square 9.734, l.l.sk. 4, p=0.045)	gandų skaičius (Chi-Square 14.734, l.l.sk. 4, p=0.005)	sodybos specializacija (Chi-Square 19.455, l.l.sk. 4, p=0.001)
19-30	labai svarbu	66.7	75	5.6	0	2.8
	svarbu	33.3	25	36.1	52.8	75
	nesvarbu			58.3	47.2	22.2
31-45	labai svarbu	52	50	24.3	9.5	8.1
	svarbu	48	37.2	21.6	28.4	57.4
	nesvarbu		12.8	54.1	62.2	34.5
46-65	labai svarbu	41.9	66.1	29	12.9	9.7
	svarbu	48.4	29	27.4	19.4	32.3
	nesvarbu	9.7	4.8	43.5	67.7	58.1

2 lentelė. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei amžiaus sąsajos (proc.)

Šeimyninė padėtis		vandens telkinys (Chi-Square 15.793, l.l.sk. 6, p=0.015)	pirtis (Chi-Square 17.795, l.l.sk. 6, p=0.007)	apgyvendinimo sąlygos (Chi-Square 13.386, l.l.sk. 6, p=0.037)	kaina (Chi-Square 58.987, l.l.sk. 6, p=0)	sodybos specializacija (Chi-Square 27.659, l.l.sk. 6, p=0)
nevedęs/netekėjusi	labai svarbu	76.7	40	60	80	3.3
	svarbu	20	40	40	20	60
	nesvarbu	3.3	20	0	0	36.7
vedęs/ištekėjusi	labai svarbu	74.7	53.7	54.2	50	9.5
	svarbu	25.3	34.7	42.6	40	46.3
	nesvarbu		11.6	3.2	10	44.2
našlys, -ė	labai svarbu	100	100	0	0	0
	svarbu	0	0	100	0	100
	nesvarbu	0	0	0	100	0
išsiskyręs, -usi	labai svarbu	100	73.9	26.1	100	0
	svarbu	0	26.1	73.9	0	0
	nesvarbu	0	0	0	0	100

3 lentelė. Pagrindinių sodybos pasirinkimo motyvų bei pajamų sąsajos (proc.)

Pajamos		vandens telkinys (Chi- Square 21.655, l.l.sk. 4, p=0)	pirtis (Chi- Square 20.870, l.l.sk. 4., p=0)	apgyvendinimo sąlygos (Chi- Square 25.308, l.l.sk. 4, p=0)	kaina (Chi- Square 51.528, l.l.sk. 4, p=0)	maitinimo paslauga (Chi- Square 41.372, l.l.sk. 4, p=0)	gandrų skaičius (Chi- Square 15.598, l.l.sk. 4, p=0.004)
iki 1000 lt	labai svarbu	54	42	48	50	20	8
	svarbu	83.3	46	40	46	42	50
	nesvarbu	85	12	12	4	38	42
1001- 2500 lt	labai svarbu	46	51.3	50.6	63.5	15.4	9
	svarbu	16	30.8	49.4	33.3	26.3	21.8
	nesvarbu	15	17.9	0	3.2	58.3	69.2
2501- 4000 lt	labai svarbu	0	82.5	60	45	55	10
	svarbu	6	17.5	40	17.5	0	35
	nesvarbu	0	0	0	37.5	45	55