

**UTENOS KOLEGIJOS
VERSLO IR TECHNOLOGIJŲ FAKULTETO
VERSLO IR VIEŠOSIOS VADYBOS KATEDROS
TURIZMO IR VIEŠBUČIŲ ADMINISTRAVIMO PROGRAMA**

TVIRTINU

Dekanė

dr. Vaida Bartkutė-Norkūnienė

2021- 06-10

**SVETINGUMO SEKTORIAUS VYSTYMO GALIMYBĖS UTENOS
RAJONE COVID – 19 PANDEMIJOS SĄLYGOMIS**

BAIGIAMASIS DARBAS

Darbo autorė

TA- 17 I gr. stud.

Ligita Stasiulionienė

2021-05-28

Recenzentė

Docentė

dr. Rūta Meištė

2021-06-04

Darbo vadovė

Docentė

Ramutė Narkūnienė

2021-05-28

TURINYS

SANTRAUKA	6
SUMMARY	7
ĮVADAS	9
1.SVETINGUMO SEKTORIAUS VYSTYMO GALIMYBIŲ COVID-19 PANDEMIJOS SĄLYGOMIS TEORINIAI ASPEKTAI	11
1.1. Svetingumo paslaugų vieta turizmo sektoriuje	11
1.2. Svetingumo samprata ir esmė teoriniu aspektu	12
1.2.1. Apgyvandinimo paslaugų teikimas.....	14
1.2.1.1. Apgyvandinimo paslaugų teikimo reikalavimai	14
1.2.1.2. Apgyvandinimo paslaugų klasifikacija	14
1.2.1.3. Viešbučių teikiamos paslaugos ir klasifikacija.....	17
1.2.1.4. Kaimo turizmo sodybų teikiamos paslaugos ir klasifikavimas	19
1.2.2. Maitinimo paslaugų teikimas	22
1.2.2.1.Maitinimo paslaugų teikimo reikalavimai	22
1.2.2.2. Maitinimo paslaugas teikiančių įmonių klasifikavimas	23
1.2. Svetingumo sektoriaus apribojimai COVID-19 pandemijos metu	26
2.SVETINGUMO SEKTORIAUS VYSTYMO GALIMYBIŲ COVID-19 PANDEMIJOS SĄLYGOMIS ANALIZĖ	28
2.1 Bendros žinios apie Utenos rajoną.....	28
2.1.1 Utenos rajono apgyvendinimo įmonių analizė.....	29
2.1.2 Utenos rajono maitinimo įmonių analizė	30
2.1.3 Lietuvos maitinimo įmonių 2019 metų ir 2020 metų analizė.....	31
2.2 Tyrimo charakteristika	32
2.3 Anketinių apklausų analizė	33
2.3.1 Lankytojų anketos apklausos analizė	33
2.3.2 Utenos rajono svetingumo įmonių anketinė apklausa.....	50
IŠVADOS.....	58
PASIŪLYMAI.....	59

LITERATŪRA IR ŠALTINIAI	60
PRIEDAI	62
1 Priedas. ĮSAKYMAS DĖL LIETUVOS HIGIENOS NORMOS HN 118:2002 „APGYVENDINIMO PASLAUGŲ SAUGOS SVEIKATAI REIKALAVIMAI“ PATVIRTINIMO.....	63
2 Priedas. NUTARIMAS DĖL KARANTINO LIETUVOS RESPUBLIKOS TERITORIJOJE PASKELBIMO.....	66
3 Priedas. ĮSAKYMAS DĖL HIGIENOS REIKALAVIMŲ MAŽAIS KIEKIAIS GAMINAMO MAISTO TIEKĖJAMS PATVIRTINIMO.....	68
4 Priedas. ANKETA APGYVENDINIMO IR MAITINIMO ĮMONĖMS.....	70
5 Priedas. ANKETA.....	73
PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS	
1 pav. Turistų apgyvendinimo būdai (D.Baltrūnaitė, R.Melvilė, R.Andriukaitienė(2011) Aptarnavimas paslaugų įmonėse)	16
2 pav. Kaimo turizmo struktūra (P.Gregevičius,2002).....	19
3 pav. Apgyvendinimo įmonių pasiskirstymas pagal tipus Utenos rajone.....	30
4 pav. Maitinimo įmonių pasiskirstymas pagal tipus Utenos rajone.....	31
5 pav. Maitinimo ir gėrimų teikimo veiklos įmonių apyvarta (mln.Eur) 2020 ir 2019 metais.....	31
6 pav. Maitinimo ir gėrimų teikimo veiklos įmonių apyvartos pokyčiai (%) 2020 metus lyginant su 2019 metais.....	32
7 pav. Ar žino,kokios apgyvendinimo įmonės yra Utenos rajone procentinis pasiskirstymas.....	34
8 pav. Ar teko naudotis apgyvendinimo įmonių paslaugomis procentinis pasiskirstymas.....	34
9 pav. Maitinimo įmonių žinomumas Utenos rajone.....	35
10 pav. Ar teko naudotis maitinimo įmonių paslaugomis procentinis pasiskirstymas.....	35
11 pav. Naudojimosi Utenos rajono apgyvendinimo įmonių paslaugomis dažnumas Covid-19 pandemijos metu.....	36

12 pav. Naudojimosi Utenos rajono maitinimo įmonių paslaugomis dažnumas Covid – 19 pandemijos metu.....	37
13 pav. Informacijos apie Utenos rajono apgyvendinimo ir maitinimo įmones šaltiniai.....	37
14 pav. Paslaugos, kurių pasigendama Utenos rajono apgyvendinimo įmonėse.....	38
15 pav. Paslaugos, kurių pasigendama Utenos rajono maitinimo įmonėse.....	39
16 pav. Atsakymų į klausimą „Ar reikia Utenos rajone daugiau įkurti apgyvendinimo įmonių“ procentinis pasiskirstymas.....	39
17 pav. Ar reikia Utenos rajone daugiau įkurti maitinimo įmonių procentinis pasiskirstymas.....	40
18 pav. Suma, kurią dažniausiai išleidžia apgyvendinimo paslaugoms.....	41
19 pav. Suma, kurią dažniausiai išleidžia maitinimo paslaugoms.....	41
20 pav. Kriterijai, kurie yra svarbiausi renkantis apgyvendinimo ir maitinimo įmones.....	42
21 pav. Dažniausi apgyvendinimo paslaugų pasirinkimo tikslai.....	43
22 pav. Dažniausi maitinimo paslaugų pasirinkimo tikslai.....	43
23 pav. Utenos rajono svetingumo sektoriaus teikiamų paslaugų kokybės vertinimas.....	44
24 pav. Ar laiko save pastoviu Utenos rajono svetingumo sektoriaus klientu procentinis pasiskirstymas.....	44
25 pav. Ar rinksitės kitą kartą Utenos rajono apgyvendinimo paslaugas procentinis pasiskirstymas.....	45
26 pav. Ar rinksitės maitinimo paslaugas Utenos rajone kitą kartą procentinis pasiskirstymas.....	46
27 pav. Ar rekomenduotu Utenos rajono svetingumo sektoriaus paslaugas kitiems turistams.....	46
28 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį.....	47
29 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių.....	48
30 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal užsiėmimą.....	48
31 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą.....	49
32 pav. Vidutinės respondentų mėnesio pajamos.....	49
33 pav. Įmonių veiklos pobūdis.....	50

34 pav. Veiklos vystymo laikotarpis.....	51
35 pav. Darbuotojų skaičius įmonėse.....	51
36 pav. Kaip sekėsi vystyti verslą iki Covid – 19 pandemijos procentinis pasiskirstymas.....	52
37 pav. Covid – 19 pandemijos poveikis verslui.....	52
38 pav. Valstybės paramos vertinimas verslo vystymui pandemijos metu.....	53
39 pav. Ar planuoja pandemijai pasibaigus priimti daugiau darbuotojų procentinis pasiskirstymas.....	54
40 pav. Svečių kiekis, kurį gali aptarnauti šiuo metu.....	54
41 pav. Ar jaučiama konkurencija Utenos rajone svetingumo sektoriuje procentinis pasiskirstymas.....	55
42 pav. Įmonių nuomonė, kas padėtų pagerinti svetingumo lygį maitinimo ir nakvynės sektoriuje.....	55
43 pav. Įmonių nuomonė, ar Utena ypač palankus miestas keliauti turistams/verslo turistams.....	56
44 pav. Atsakingo asmens pareigos įmonėje.....	56

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Viešbučių paslaugos ir jų skirstymas.....	18
2 lentelė. Turizmo paslaugų sistema pagal F.Vellas ir L.Becherel.....	20
3 lentelė. Reikalavimai svečių aptarnavimui pagal „Gandrų sistemą“(D.Baltrūnaitė, R.Melvilė, R. Andriukaitienė 2011).....	21
4 lentelė. Maitinimo įmonių klasifikacija (N.Langvinienė, B.Vengrienė 2005).....	25
5 lentelė. Maitinimo įmonių klasifikavimo principai (N.Langvinienė, B.Vengrienė 2005).....	25

Ligita Stasiulionienė. Svetingumo sektoriaus vystymo galimybės Utenos rajone COVID 19 pandemijos sąlygomis. Turizmo ir administravimo programos studento baigiamasis darbas. Vadovė docentė Ramutė Narkūnienė. Utenos kolegijos Verslo ir technologijų fakulteto Verslo ir viešosios vadybos katedra. Utena, 2021.

SANTRAUKA

Turizmas – plati ir perspektyvi sritis visame pasaulyje, apimanti 7 % bendrųjų investicijų. Analizuojama ir gilinamasi į daug turizmo sričių. Viena iš jų svetingumo sektorius. Svetingumo sektorius viena iš labiausiai augančių sričių pasaulyje. Lietuvoje šis sektorius sudaro 2 % BVP su tendencija augti. Tačiau dar 2020m. prasidėjusi pandemija padarė įtakos visuose sektoriuose, ne išimtis ir svetingumo sektorius. Iškelti apribojimai, teisėtai stabdomos veiklos sukėlė daug ekonominės žalos. Nors vyriausybės skirta 500 mln. Verslo likvidumui išsaugoti, tačiau svetingumo sektorius turi tapti labai lankstus ir prisitaikyti prie Covid- 19 pandemijos metu iškeltų apribojimų ir suvaržymų.

Darbo objektas - svetingumo sektoriaus vystymo galimybės Utenos rajone COVID – 19 pandemijos sąlygomis.

Darbo tikslas – Ištirti svetingumo sektoriaus vystymo galimybės Utenos rajone COVID – 19 pandemijos sąlygomis.

Tyrimo charakteristika. Siekiant išanalizuoti apgyvendinimo paslaugų pasiūlą Utenos rajone buvo naudojamas tyrimo metodas – anketinė apklausa

Tyrimo rezultatai leido padaryti tokias **pagrindines išvadas:** Utenos rajone apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančių įmonių pasiūla beveik nekinta, dėl pandemijos apribojimų, stabdomos ar kitaip varžomos įstatymų veiklos, paslaugų plėtrai pandemijos metu nepalankios galimybės. Išanalizavus tyrimo rezultatus galima teigti, kad turistams svarbiausia, kad būtų teikiamos kokybiškos paslaugos už prieinamą kainą, taip pat pageidaujama, kad apgyvendinimo įmonė būtų įsikūrusi nesunkiai pasiekiamoje vietoje.

Praktinį darbo rezultatų reikšmingumą ir pritaikymo galimybes nusako tai, jog parengti anketinės apklausos tyrimų rezultatai apie svetingumo sektoriaus paslaugų vystymo Utenos rajone gali būti pritaikomi įmonių veiklos plėtrai. Svetingumo sektorius gali plėsti teikiamų paslaugų spektrą, teikti daugiau turistų pageidaujamų papildomų paslaugų (pvz. gyva muzika), tačiau tik tada kai apribojimai bus sumažinti arba panaikinti.

Ligita Stasiulionienė. Opportunities of Hospitality Sector Development in Utena District under COVID – 19 Pandemics Conditions. Tourism and Administration Program Student Thesis. Supervisor Associate Professor Ramutė Narkūnienė. Department of Business and Public Management, Faculty of Business and Technology, Utena College. Utena, 2021.

SUMMARY

Tourism is a broad and promising area in the world, accounting for 7% of total investment. Many areas of tourism are analyzed and delved into. One of them is the hospitality sector. The hospitality sector is one of the major growing areas in the world. In Lithuania, this sector accounts for 2% of GDP with a tendency to grow. But still in 2020. the onset of the pandemic made the mainstream in all sectors, with no exceptions and the hospitality sector. Restrictions imposed; legitimate halted activities caused a lot of economic damage. Although the government has allocated 500 million maintaining business liquidity, but the hospitality sector has a high degree of flexibility and adaptability to the constraints and constraints imposed during the Covid-19 pandemic.

The object of the work is the development opportunities of the hospitality sector in Utena district COVID - 19 in the conditions of pandemic.

The aim of the work is to investigate the development possibilities of the hospitality sector in Utena district in the conditions of COVID - 19 pandemic.

Characteristics of the study. In order to analyze the supply of accommodation services in Utena district, a research method was used - a questionnaire survey

Results of the analysis infers: allowed to make the following main conclusions: The supply of accommodation and catering companies in Utena district is almost unchanged, due to pandemic restrictions, suspended or otherwise restricted legal activities, unfavorable opportunities for service development during the pandemic. After analyzing the results of the study, it can be stated that the most important thing for tourists is to provide quality services at an affordable price, and it is also desirable that the accommodation company is located in an easily accessible place.

The practical significance of the work results and the possibilities of application are determined by the fact that the results of the questionnaire survey on the development of hospitality sector services in Utena district can be applied to the development of business activities. The hospitality sector can expand the range of services provided, provide more additional services desired by tourists (eg live music), but only when restrictions are reduced or removed.

IVADAS

Darbo temos aktualumas: Spartus rinkos užpildymas naujomis paslaugomis nuolat skatina verslininkus tobulėti ir prisitaikyti prie besikeičiančių sąlygų bei visuomenės poreikių. Svetingumo sektorius ne išimtis. Lietuvoje svetingumo sektoriaus didėjantis vaidmuo ypač išryškėjo prasidėjus perėjimui nuo komandinės ūkio sistemos prie rinkos ekonomikos. Lietuvoje vyraujanti didelė konkurencija svetingumo sektoriuje (maitinimo įstaigos, apgyvendinimas) iš rinkos stumia silpniausius (bankrotai). Norint išlaikyti esamus klientus bei pritraukti naujus- būtinas naujovių integravimas, rinkos poreikių sekimas, naujų paslaugų teikimas bei prisitaikymas prie sąlygų. Anot Kolesnikovaitės, (2003) „Tinkamai išanalizavus vartotojų elgseną ir įtaką jai darančius veiksnius, įmonė gali geriau prisiderinti prie vartotojų poreikių, atsižvelgti į jų lūkesčius, parinkti tinkamus rinkodaros veiksmus ir priemones bei paveikti, pakeisti savo vartotojų elgseną ir pasiekti ilgalaikę sėkmę versle“. Gana plačiai vartotojų elgseną nagrinėja užsienio autoriai Kanuk, L.L. (2003), Engel 2000). Tačiau vartotojų elgsenos (pasirinkimo) tyrimai nėra galutiniai (baigtiniai). Vartotojų elgsena priklauso nuo labai daug aspektų, kaip šiuo atveju, turizmo kontekste- siūlomų paslaugų spektras.

Darbo temos naujumas: Pastaraisiais metais didžiausias kliūtis svetingumo sektoriuje sukėlė COVID- 19 pandemija. Pasaulinė korona viruso pandemija palietė praktiškai visas ekonomines sritis (verslus). Lietuvos kelionių verslo asociacijos viceprezidentas Armandas Burba (2021) teigia „Turizmo sektoriui COVID-19 pandemijos metu, nuostoliai siekia 10 mln. Eur. Lyginant su 2019 metais, 2020 metais vietos ir užsienio turistų srautas krito 42 proc“. Apribojimai, paskelbti šalies mastu, sukėlė daug iššūkių bei suvaržymų. Kiekvienam verslui pandemijos įtaka vis kitokia: vieni turėjo stipriai „susiveržti diržus“, kiti ieškoti galimybių išsilaikyti ir prisitaikyti prie apribojimų. Tačiau, norint išsilaikyti, visi verslai priversti ieškoti galimybių, kaip išsaugoti ne tik verslą, bet ir darbuotojus, paslaugų kokybę ir t.t. Bandymas išlaikyti verslus paskatino įmones kurti najas paslaugas (nepažeidžiant vyriausybės nustatytų apribojimų), taip pat lanksčiau ir originaliau žiūrėti į galimybę teikti paslaugas.

Darbo praktinis reikšmingumas ir pritaikymo galimybės: Darbo autorės pasirinkta tema yra praktiškai reikšminga tuo, kad šiuo metu tai labai aktuali tema, svetingumo sektorius pandemijos metu stipriai paveiktas apribojimų. Didelė dalis įmonių, teikiančių apgyvendinimo paslaugas buvo priversti stabdyti savo veiklą. Kitos įmonės, kurios savo paslaugų pakete turi maisto ruošimo, pristatymo, paruošimo išsinešimui ir t.t. paslaugas, turi galimybę lanksčiau dirbti, tačiau varžomi apribojimų. Išanalizavus visuomenės poreikius Utenos rajone,

pasiūlymus bei pastabas, COVID 19 pandemijos metu, galima daryti išvadas bei sprendimus dėl svetingumo sektoriaus vystymo (plėtos) pandemijos metu.

Baigiamojo darbo objektas: svetingumo sektoriaus vystymo galimybės Utenos rajone COVID – 19 pandemijos sąlygomis.

Baigiamojo darbo tikslas: ištirti svetingumo sektoriaus vystymo galimybės Utenos rajone COVID – 19 pandemijos sąlygomis.

Siekiant užsibrėžto tikslo buvo iškelti tokie darbo **uždaviniai**:

1. Išanalizuoti svetingumo sektoriaus vystymo galimybes teoriniu aspektu.
2. Atlikti svetingumo sektoriaus vystymo galimybių Utenos rajone COVID – 19 pandemijos sąlygomis analizę.

Darbe naudojami šie **metodai**:

1. Mokslinės literatūros ir internetinių šaltinių analizė. Teoriniai aspektai, susiję su svetingumo sektoriumi, apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų sferomis, pandemijos metu nustatytais apribojimais paslaugų sektoriuje.
2. Anketinės apklausos metodas. Siekiant išsiaiškinti svetingumo sektoriaus vystymo galimybes Covid 19 pandemijos metu, buvo renkami duomenys anketinės apklausos metodu.
3. Apibendrinimas.

Darbo apimtis: darbą sudaro santrauka, įvadas, 2 dalys, išvados, pasiūlymai, 22 pozicijų literatūros ir šaltinių sąrašas, priedai. Darbą iliustruoja 44 paveikslai. Darbo apimtis – 61 puslapiai be priedų.

1. SVETINGUMO SEKTORIAUS VYSTYMO GALIMYBIŲ COVID-19 PANDEMIJOS SĄLYGOMIS TEORINIAI ASPEKTAI

1.1. Svetingumo paslaugų vieta turizmo sektoriuje

Smith S. L. J. (1993) rašo „1800 m. Samuel Pegge pavartojo žodį turistą (tourist), apibrėždamas naują keliautojo sąvoką. 1811 metais Anglijos „Sporting magazine“ įtraukė žodį turizmas. Abu žodžiai mūsų žodyne yra jau pora šimtmečių, tačiau ir dabar nėra paprasta pateikti vienaprasmius šių žodžių apibrėžimus.“ Taigi nėra universalaus, visais atvejais tinkamo sakinio, nes ir patį turizmo reiškinį sunku išskirti kaip visiškai atskirą, savarankiško ūkio šaką. Taigi nėra universalaus, visais atvejais tinkamo sakinio, nes ir patį turizmo reiškinį sunku išskirti kaip visiškai atskirą, savarankišką ūkio šaką. Turizmo valdytojai, organizatoriai, analitikai kuria apibrėžimus pagal poreikį ir turizmo būklę, todėl apibrėžimo pagalba:

- Nustatomi klasifikuojantys turizmo verslo požymiai, pagal kuriuos patogu vesti statistiką,
- Lengviau atskirti turistines keliones nuo bet kokių kitų kelionių.
- Aiškiau suvokiama turizmo struktūra, sandara.
- Suvienodinami reikalavimai ir kokybės vertinimo kriterijai skirtingose šalyse.
- Aiškiau planuojama turizmo plėtra šalyje ir regionuose.
- Duomenys panaudojami formuojant valstybės turizmo politiką.
- Apibrėžiama turizmo vieta visuomenės gyvenime.

Lietuvos respublikos turizmo įstatymo 2021 metų redakcijoje (kaip ankstesnėse redakcijose, bei papildymuose) yra įvardintos pagrindinės turizmo verslo sąvokos, atitinkančios Europos sąjungos turizmo srities dokumentų nuostatas. Labiausiai paplitę, JT Pasaulio turizmo organizacijos rekomendacijas ir prigimtį atitinkantys apibrėžimai, paskelbti lietuvių kalba bei privalomi naudoti taisyklingai yra šie:

Turizmas – tikslinga žmonių veikla, susijusi su kelione ir laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų, ne ilgiau kaip vienerius metus, jei ši veikla nėra mokymas ar mokamas darbas lankomoje vietoje (LR turizmo įstatymas)

Turizmas – veikla susijusi su ne ilgiau kaip vienus metus trunkančia asmens kelione už įprastinės aplinkos ribų įvairioms reikmėms tenkinti- atostogų, verslo ir kitais tikslais. Neįskaitomas buvimas ligoninėje ir kitose medicinos įstaigose, karo tarnyba, bausmės atlikimas kalėjime ir veikla susijusi su samdomuoju darbu.

Aktualiausi turizmo dokumentai yra paskelbti JT Pasaulio turizmo organizacijos tinklapyje <http://www.unwto.org/> . Vienas iš jų – Turizmo statistikos metodika (Tourism Satellite

Account: Recommended Methodological Framework, 2008), leidžianti parodyti skaičiais esminius turizmo reiškinius. Ji įvardija svarbiausias turizmo sąvokas, nustato objektyvius turizmo skiriamuosius kriterijus ir rodiklius, todėl yra vertinama kaip svarbių turizmo sąvokų ištakos.

Apibendrinant, galima teigti jog svetingumo paslaugos yra turizmo sudėtinė dalis, o „turizmo“ reiškinius apibūdinančios sąvokos ir apibrėžimai kinta priklausomai nuo turizmo raidos etapo, aktualių verslo poreikių, šalių ekonominės būklės, politinių susitarimų ir kt.

1.2. Svetingumo samprata ir esmė teoriniu aspektu

Svetingumo sektorius – vienas iš sparčiausiai augančių paslaugų sektorių pasaulyje. Lietuvoje paslaugų sektorius sudaro 2 proc. BVP ir turi tendenciją augti. Sektoriaus plėtrai ir teikiamų paslaugų kokybei užtikrinti būtini kvalifikuoti, linkę bendrauti ir išpildyti klientų lūkesčius darbuotojai. Svetingumo darbuotojus Lietuvoje rengia profesinio ir darbo rinkos mokymo centrai bei kolegijos, tačiau darbdaviai kelia kvalifikuotos darbo jėgos trūkumo ir nepakankamų kompetencijų problemas. Spręsdami darbo jėgos trūkumo problemą, darbdaviai jau telkiasi darbuotojus iš trečiųjų šalių.

Svetingumas yra viena seniausių žmonijos civilizacijos reiškinių, kai žmonės dalindavosi maistu ir vandeniu su keliautojais, suteikdavo jiems pastogę. Ilgainiui svetingumas tapo verslo šaka. Svetingumo sektoriaus plėtojimas neša didelę naudą- sukuriama naujos darbo vietos, turistai (svečiai) turi galimybę rinktis kur bus patenkinami jų fiziologiniai poreikiai, valstybei nešama finansinė nauda ir didinamas BVP.

Didžiojoje Britanijoje viešbučių ir restoranų sektorius, vadinamas svetingumo (angl. Hospitality) sektoriumi. Svetingumo sąvoka apima didžiąją dalį turistų patyrimų keliaujant (nakvynė, maistas). Tai būtinos sąlygos žmogaus išgyvenimui, todėl turistai (kituose moksliniuose šaltiniuose dar vadinami svečiais) be išimties visada naudojami šio sektoriaus teikiamomis paslaugomis.

Cituojant Oksfordo anglų kalbos aiškinamąjį žodyną, svetingumo (angl. hospitality) apibrėžimas: „Geranoriškas ir dosnus svečių, lankytojų bei nepažįstamųjų priėmimas ir vaišinimas (linksminimas)“. Svetingumo sąvoka moksliniuose šaltiniuose tampa diskusijų objektu. Bandant apibrėžti šią sąvoką daromi netikslumai. Svetingumo sektorius apima ne tik viešbučius ir restoranus. Svetingumo sektorius apima ir tokią plačią veiklos sritį, kaip barai, užkandinės, valgyklos, bendrabučiai, nuomojami kambariai ir t.t..

Svetingumo terminas apibrėžia daug veiklų, kurios apima nuo apgyvendinimo ir maitinimo iki turizmo informacijos centrų bei kitokių paslaugų, kurios suteikiamos tiems, kurie yra

išvykę iš namų trumpesniai ar ilgesniai laikui (ne ilgiau 1 metų laikotarpiui). Aptarnavimo srityje paslaugų pardavimas yra neįmanomas be tiesioginio vartotojo dalyvavimo, todėl svetingumo versle vartotojas yra vadinamas svečiu. Pasak I. Svetikienės (2002), būtent viešbučiuose ir restoranuose, kaip niekur kitur stengiamasi patenkinti visus svečio norus ir poreikius, nes šios, svetingumo verslu užsiimančios įmonės parduoda ne tik savo pagrindines apčiuopiamas paslaugas (nakvynę, maistą, gėrimus), bet ir tokius neapčiuopiamus elementus kaip aptarnavimas, atmosfera, kurie turi didelės įtakos kliento pasirinkimui.

Dar kitas šio sektoriaus terminas – HORECA— tai akronimas, santrumpos rūšis sudaryta iš pirmųjų šių žodžių raidžių -Hotel, Restaurant, Cafe/Catering. HORECA – terminas, apibrėžiantis viešojo maitinimo ir svetingumo sektorius. Jis dažnai vartojamas tarp restoranų ir viešbučių darbuotojų, virėjų, įrangos gamintojų, maisto produktų ir paslaugų viešbučiams, restoranams, barams ir kavinėms tiekėjų, o taip pat tarp tų, kurie priklauso svetingumo industrijos rinkai. Pirmasis „HORECA— termino skiemuo „Ho— nuo žodžio Hotel. Cituojant Oksfordo anglų kalbos žodyną, pateikiamas toks viešbučio apibrėžimas: „Viešbutis - apgyvendinimo, maitinimo ir kitas paslaugas, keliautojams ir turistams, teikianti įmonė. Antrasis „Horeca— termino skiemuo „Re— nuo žodžio Restaurant. Analizuojant Oksfordo anglų kalbos žodyną randamas toks restorano apibrėžimas: „Restoranas – vieta, kurioje žmonės moka pinigus už pagamintus ir patiektus patiekalus. Ir trečiasis „Horeca— termino skiemuo „Ca— nuo žodžio Catering. Taipogi cituojant Oksfordo anglų kalbos žodyną randamas toks apibrėžimas: „Aprūpinimas maistu bei gėrimais susibūrimų bei švenčių metu.

Anot I. Svetikienės 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 svečių segmentų poreikiai.

Viešbučių, restoranų ir viešojo maitinimo įstaigų, dar kitaip vadinamą horeca, sektorių sudaro viešbučiai, kavinės, restoranai, maisto išsinešimo paslaugas teikiančios įmonės ir kt. Atsižvelgiant į BVP, ši paslaugų sritis sukuria didelę dalį naudingumo ne tik darbuotojams, darbdaviams bet ir valstybei.

Apibendrinant, galima teigti, jog svetingumo sektorius yra vienas seniausių žmonijos civilizacijos reiškinių. Svetingumo sektorius apima verslus teikiančius paslaugas, kaip maitinimas, nakvynė, parodos ir t.t.

1.2.1. Apgyvandinimo paslaugų teikimas

1.2.1.1. Apgyvandinimo paslaugų teikimo reikalavimai

Apgyvandinimas- viena svarbiausių turizmo paslaugų sistemos sudedamųjų dalių (D. Baltrūnaitė, R. Melvilė ir R. Andriukaitienė „Aptarnavimas paslaugų įmonėse“). Aptarnavimo tikslas yra užtikrinti turistams (svečiams) gyvenimo sąlygas už jų pastovios gyvenamosios vietos ribų, ilgesniam nei viena diena laikotarpiui. Atvykstantys į kaimo turizmo sodybas tikisi apgyvandinimo įvairovės ir gero aptarnavimo.

Apgyvandinimo paslaugos gali būti teikiamos tuose pastatuose, kurie suprojektuoti, pastatyti ar rekonstruoti, įrengti ir priimti naudoti Lietuvos Respublikos statybos įstatymo, Lietuvos Respublikos turizmo įstatymo nustatyta tvarka.

Gyvenamosiose patalpose oro kokybė, triukšmas turi atitikti visuomenės sveikatos priežiūros teisės aktuose nustatytus reikalavimus (Lietuvos higienos norma HN 33:2001 „Akustinis triukšmas. Leidžiami lygiai gyvenamojoje ir darbo aplinkoje. Matavimo metodikos bendrieji reikalavimai“, patvirtinta Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2001m gruodžio 29d. Įsakymo Nr. 692 (Žin., 2002, Nr. 8-301, Nr. 59-2401) ir Lietuvos higienos norma HN 35:2002 „Gyvenamosios aplinkos orą teršiančių medžiagų koncentracijų ribinės vertės“, patvirtinta Lietuvos Respublikos sveikatos apsaugos ministro 2002m. spalio 18d/ įsakymu Nr. 512 (Žin., 2002, Nr. 105-4726).)

Apibendrinant šį skyrių, autorė nori paminėti, jog visos apgyvandinimo paslaugas teikiančios įmonės turi atitikti daug kriterijų, ir reikalavimų, kurie yra nustatyti Lietuvos respublikos teisės aktuose. Dažniausiai, tik atitinkančios apgyvandinimo reikalavimus įmonės yra patrauklios ir pritraukia daugiau lankytojų (klientų), kas įtakoja didesnę pelną.

1.2.1.2. Apgyvandinimo paslaugų klasifikacija

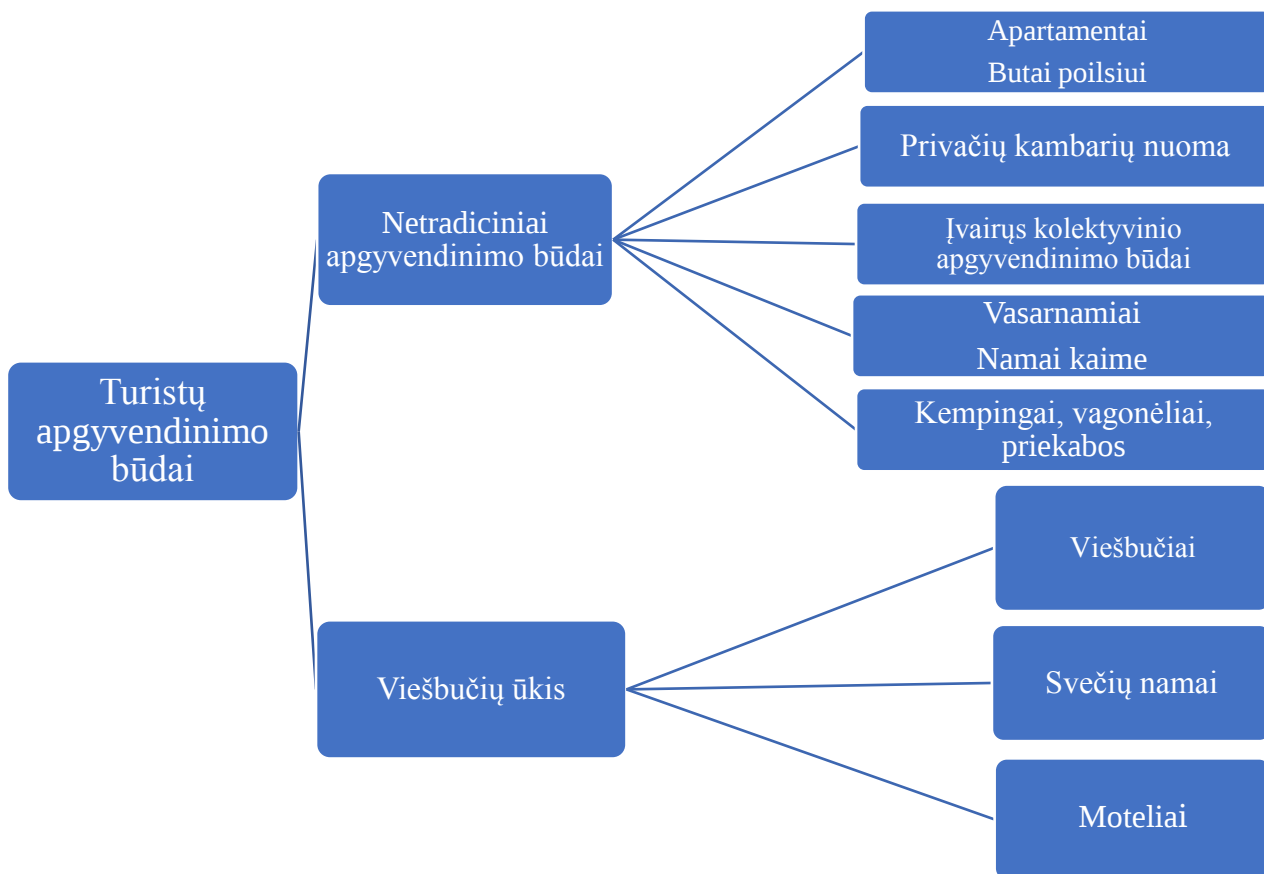
Apgyvandinimo paslaugos - tai viena iš turizmo sektoriaus dalių, puoselėjanti tradicijas ne tik pasaulyje, bet ir Lietuvoje. Būtent šiam sektoriui priskiriami viešbučiai, moteliai, svečių namai ir kt. kurie teikia apgyvandinimo paslaugas (kaimo turizmo sodybos, stovyklavietės teikiančios šias paslaugas). Analizuojant mokslinę literatūrą, galima rasti nemažai apibrėžimų šiai paslaugai įvardinti. Mokslinėje literatūroje galima rasti apgyvandinimo ir maitinimo paslaugų analizę kaip neatsiejamą vieną nuo kitos. Tačiau šios paslaugos (sektoriai) skaidomi į dvi dalis - maitinimo ir nakvynės paslaugas. Kiti nagrinėja kaip svetingumo industrijos dalį arba kaip paslaugų sektoriaus atšaką.

Nuo 2010 m. Lietuvos statistikos departamentas įdiegė ekonominių veiklų klasifikavimo sistemą EVRK 2. Ekonominės veiklos rūšių klasifikatorius - nacionalinė versija, parengta pagal Europos Sąjungos NACE klasifikatorių – ekonominės veiklos rūšių klasifikatorius.) Jis reikalingas tam, kad būtų galima apskaityti paslaugų apimtį, jų lyginamąjį svorį šalies bendrajame vidaus produkte (BVP) augimo tempus, darbuotojų skaičių ir jų pasiskirstymą ekonomikos sektoriuose ir skirtingose paslaugų srityse, palyginti įvairių šalių paslaugų sferos ir atskirų paslaugų plėtrą ir t.t. Ekonominės veiklos rūšių klasifikatoriaus 55 sekcijoje apibrėžia apgyvendinimo ir paslaugų veikla:

Į šią sekciją įeina apgyvendinimas trumpam laikotarpiui, teikiamas lankytojams ir kitiems keliautojams.

- Viešbučių ir panašių laikinų buveinių veikla (viešbučiai, kurortų viešbučiai, svečių namai, moteliai);
- Poilsiautojų ir kita trumpalaikio apgyvendinimo veikla (vaikų ir kt. poilsio namai, jaunimo nakvynės namai);
- Poilsinių transporto priemonių, priekabų aikštelių ir stovyklaviečių veikla (trumpalaikis svečių apgyvendinimas stovyklavietėse, priekabinių namelių parkuose, poilsio ir pasilinksminimo bei žvejybos ir medžioklės stovyklose, kempinguose, lauko stovyklų teikiamos priemonės palapinėms statyti ir (arba) miego maišams dėti.
- Kita apgyvendinimo veikla (studentų bendrabučiai, mokyklų bendrabučiai, nuomojami kambariai su baldais).

Dar kitas, labai svarbus aspektas nagrinėjant svetingumo sektoriaus vieną iš dalių yra tai jog, apgyvendinimas yra skirstomas į skirtingus tipus. Jei nagrinėjant viso pasaulio svetingumo sektoriaus apgyvendinimo tipus, gali pastebėti, jog yra labai daug įvairių apgyvendinimo įstaigų. Skiriasi jų tipai, struktūra ir kt.. I. Svetikienė išskiria turistų apgyvendinimo būdus, kuriuos autorė pateikia grafiškai 1 paveiksle. Turistų apgyvendinimo būdai suskirstyti į du pogrupius: viešbučių ūkis bei netradiciniai apgyvendinimo būdai. Pasak I.Svetikienės viešbučiuose turistai yra svečiai ir paslaugų užsakovai. Kitomis sąlygomis, naudojant netradicinius apgyvendinimo būdus, turistai yra arba savininkai, arba nuomininkai.



1 pav. Turistų apgyvendinimo būdai (D. Baltrūnaitė, R. Melvilė, R. Andriukaitienė(2011)
Aptarnavimas paslaugų įmonėse)

1. *Apartamentai* – butų tipo apgyvendinimo įstaigos, viena iš populiariausių savitarnos apgyvendinimo formų daugelyje Viduržemio jūros kurortų.
2. *Privačių kambarių nuoma*. Kambarių nuoma yra paplitusi kurortiniuose miestuose.
3. *Įvairūs kolektyvinio apgyvendinimo būdai*. Prieglaudos, poilsio stovyklos ir kt.
4. *Vasarnamiai, namai kaime*. Kaimo turizmas, sodybos užmiesčiuose, nameliai.
5. *Kempingai, vagonėliai priekabos*. nameliuose, palapinėse ar nameliuose ant ratų teikiamos apgyvendinimo paslaugos tam skirtose vietovėse.
6. *Viešbučiai* - apgyvendinimui pritaikyti statiniai, turintys ne mažesnę už nustatytą minimalų skaičių kambarių bei įrangą nakvynės, higienos, maitinimo ir poilsio poreikiams tenkinti (pagal Lietuvos turizmo įstatymą – ne mažiau kaip 10).
7. *Svečių namai*. Svečių namuose keliautojams dažniausiai teikiamos apgyvendinimo paslaugos, bet gali būti - ir maitinimo bei poilsio
8. *Moteliai* viešbučių tipo apgyvendinimo įstaigos, skirtos auto turistams, teikiančios nakvynės, maitinimo, poilsio ir rekreacijos laikotarpiai.

Išanalizavus 1 pav. pateiktus duomenis, dar galima būtų paminėti keletą apgyvendinimo būdų:

1. *Poilsio namai*. Dažniausiai įrengiami patraukliose kurortinėse vietovėse ir yra skirti apsistojantiems poilsio ir rekreacijos ilgesniam laikotarpiui.
2. *Kaimo turizmo* paslaugas teikia įvairios apgyvendinimo įstaigos, esančios kaimo vietovėje.
3. *Jaunimo nakvynės namai* teikia pigias bendrabučio tipo paslaugas jaunimui. Dažniausiai tai nepelno siekiančios organizacijos.
4. *Studentų bendrabučiai* tam tikrais periodais gali būti naudojami apgyvendinti turistus. Juose dažnai apsistoja konferencijų, susitikimų dalyviai, taip pat laisvalaikio turistai, ypač jei bendrabučiai yra populiariose, turistų lankomose vietovėse.

Apibendrinant, iš pateiktų tipų ir anksčiau analizuotos teorinės medžiagos matyti, jog svetingumo sektorius ne visada apima maitinimo ir apgyvendinimo paslaugas kartu. Kaip pavyzdį galima paminėti butų nuomą. Ši svetingumo paslauga dažniausiai suteikia tik nakvynės paslaugą. O įsigilinus į svetingumo sąvokos apibrėžimus galima pastebėti, jog šis sektorius apima didelę dalį pramogų, maitinimo, nakvynės paslaugų.

1.2.1.3. Viešbučių teikiamos paslaugos ir klasifikacija

Anot D. Baltrūnienės, R. Melvilės ir R. Andriukaitienės (2011) „Apgyvendinimas yra viena pagrindinių viešbučių siūlomų paslaugų ir vienas iš pagrindinių pelno šaltinių. Tačiau klientas (svečias) perka ne tik nakvynės paslaugą, tačiau ir atmosferą bei saugumą bei daug kitų paslaugų. Jas autorė pateikia 1 lentelėje.

Jonikienė M., Mikulskienė A. (2007) „Viešbučių verslo pagrindai“, teigia jog viešbučiai gali būti klasifikuojami pagal aptarnavimo lygį ir kambarių kainas:

- *Aukštos (liukso) klasės viešbučiai*. Teikiamas itin platus paslaugų asortimentas, pasižymi aukštu aptarnavimo lygiu. Jais naudojasi kilmingi ir didelės pajamos gaunantys svečiai, įtakingi politikai ar pramogų verslo žvaigždės. Šie viešbučiai pasižymi ypatingai prabangiu interjeru, restoranais, dideliais kambariais, antikvariniais baldais, greitu ir nepriekaištingu aptarnavimu.
- *Vidutinės klasės viešbučiai*. Viešbučiuose būtinai teikiamos durininko ir bagažo nešiko paslaugos. Taip pat teikiamos transporto, maitinimo bei dalykinių susitikimų paslaugos. Pagrindiniai šio tipo viešbučių svečiai yra verslininkai, individualūs keliautojai ir šeimos.

- *Ekonominės klasės viešbučiai.* Viešbučiai teikia ribotą kiekį paslaugų. Patalpos ir kambariai tvarkingi, vyrauja paprastas ir neprabangus interjeras bei baldai, dažnai viešbutis neturi savo restorano. Šiuos viešbučius paprastai renkasi grupėmis keliaujantys turistai arba atostogautojai.

1 lentelė

Viešbučių paslaugos ir jų skirstymas

Nemokamos paslaugos	Mokamos paslaugos	
	Maitinimo paslaugos	Kitos
• Gydytojo iškviatimas, vaistų pristatymas sergančiajam; • Karšto virinto vandens teikimas; • Kai kurių indų teikimas į kambarį • Svečio žadinimas; • Korespondencijos pristatymas; • Informacijos suteikimas; • Galimybė naudotis kelių lyginimo presu; • Galimybė naudotis sporto salėmis, baseiniais	• Teikiamos restoranų; • Teikiamos kavinių; • Teikiamos barų; • Ankstyvi pusryčiai; • Maitinimas į numerį; • Mini baras numeryje; • Užsakovieji vakarėliai – Valentino diena, gimimo diena, vestuvės, Naujų metų sutikimas, Kūčių vakarienė, biznio pietūs ir pan.	1. Valiutos keitimas; • Spaudos platinimas; • Svečių daiktų saugojimas; • Kirpyklų, kosmetikos kabinetų, grožio terapijos kabinetų paslaugos; • Konferencijų salių nuoma; • Automobilių saugojimas aikštelėse ar garažo nuomojimas; • Automobilių nuoma, taksi iškviatimas; • skalbimas, cheminis valymas, lyginimas; • Vaistinės paslaugos; • Saunos, baseinai; Internetas

Kaip matoma, lentelėje yra išskiriamos paslaugos kaip mokamos ir nemokamos. Nemokamos paslaugos yra tos paslaugos, kurias klientas (svečias) gauna, arba jomis gali naudotis už tai papildomai nemokant. Šios paslaugos yra įskaičiuotos į viešbučio nuomos kainą, arba yra neapmokestintos kitais tarifais.

Mokamų paslaugų yra šiek tiek daugiau. Jos yra apmokestinamos tam tikru tarifu, kuris nurodytas viešbučio kainoraštyje.

Viešbučiai yra vertinami žvaigždutėmis, deimantukais ir kitais aspektais. Visose šalyse šis reitingavimas vyksta vis kitaip, nes taikomi skirtingi reitingavimo principai. Lietuvos viešbučiai reitinguojami 5 žvaigždučių sistemos metodu. Apgyvendinimo paslaugų klasifikacijos reikalavimus pavesta nustatyti Lietuvos valstybiniam turizmo departamentui. Kiekvienas viešbutis turėtų siekti, kad būtų įvertintas žvaigždute.

Visame pasaulyje naudojami skirtingi ženklai/ būdai klasifikuoti ir reitinguoti viešbučius:

1. Žvaigždutės (1-7);
2. Raidės (A-F);
3. Deimantai (1-5);

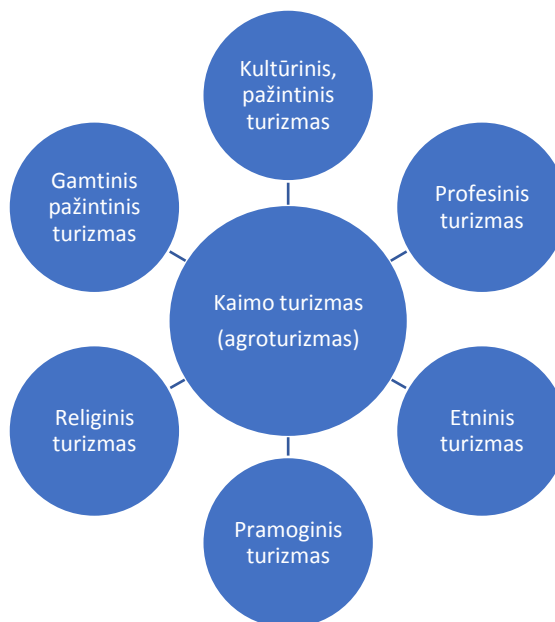
4. Raktai;
5. Balai;
6. Klasės.

Apibendrinant, galima teigti, jog viešbučių paslaugos yra skirstomos į mokamas ir nemokamas. Tačiau pagrindinė viešbučių funkcija išlieka- apgyvendinimo paslauga. Viešbučių reitingavimas visame pasaulyje yra labai skirtingas. Lietuvoje priimta reitinguoti žvaigždučių sistema.

1.2.1.4. Kaimo turizmo sodybų teikiamos paslaugos ir klasifikavimas

Anot R. Vainienės (2001), „kaimo turizmas yra viena iš daugelio skirtingų turizmo rinkos sektorių, kartu sudarančių visą turizmo rinką“. Pasaulinės turizmo tendencijos yra nukreiptos į turizmo produkto kokybės gerinimą, bei augantį susidomėjimą tokiu turizmu, kuris nedaro žalos gamtai. Tai ir atliepia kaimo turizmas.

Lyginant su visa turizmo rinka, kaimo turizmas užima nedidelę jos dalį. Tačiau būtent šis sektorius auga sparčiausiai. Iki šiol turizmas buvo sukoncentruotas urbanizuotose teritorijose. Tačiau didžiulis ir dar neišnaudotas turizmo potencialas telkiasi mažiau urbanizuotose teritorijose. Pagal Europos Sąjungos tendencijas, kaimo turizmas yra vienas iš kertinių regionų plėtros elementų.



2 pav. **Kaimo turizmo struktūra** (P. Grecevičius, 2002)

2 pav. Autorė pateikia kaimo turizmo struktūrą. Kiekvieną sudedamąją struktūros dalį aprašo žemiau.

- *Pramoginis kaimo turizmas*- tai kelionė į kaimą, norint linksmai ir nerūpestingai praleisti laiką.
- *Kultūrinis, pažintinis kaimo turizmas*- Kai norima susipažinti su kaimo teritorijoje esančiomis kultūrinėmis vertybėmis.
- *Gamtinis pažintinis kaimo turizmas*- kai siekiama pabūti gamtoje (žvejoti, grybauti, uogauti ir t.t.).
- *Profesinis kaimo turizmas* - tai kelionės, susijusios su profesiniais interesais kaime.
- *Etninis kaimo turizmas* - kai turistai keliauja į kaimą aplankyti gimtųjų vietų, susipažinti su tėvų žeme.

2 lentelė

Turizmo paslaugų sistema pagal F. Vellas ir L. Becherel

Kaimo turizmo paslaugos		
Būtinės paslaugos	Papildomos paslaugos	Infrastruktūrinės paslaugos
• Apgyvendinimas • Maitinimas • Gamtinis kompleksas • Kultūrinis kompleksas	• Ekskursijos • Pramogos • Mėgėjų užsiėmimai, žaidimai • Gydymas • Sportas • Suvenyrų įsigijimas	• Valdymo paslaugos • Rekreacijos įstaigos • Transportavimas • Informacijos teikimas

2 lentelėje yra pateikiama kaimo turizmo paslaugų sistema . Ji susideda iš 3 dalių – būtinės paslaugos, papildomos paslaugos, infrastruktūrinės paslaugos.

Pagrindinė kaimo turizmo sodybų veiklos kryptis yra apgyvendinimo paslaugų teikimas. Apgyvendinimo paslaugos gali būti teikiamos individualiuose gyvenamuosiuose namuose, sodybose, vasarnamiuose ir įvairiose atskirose patalpose.

Lietuvos kaimo turizmo asociacija išskiria šias sodybų specializacijas:

- Ramus poilsis;
- Pažintinis poilsis;
- Aktyvus laisvalaikis;
- Poilsis su šeima;
- Kulinarinis paveldas;
- Sveikatingumo sodyba;

- Agroturizmas.

Kaimo turizmo klasifikavimo reikalavimus nustato Lietuvos kaimo turizmo asociacija (LKTA). Pagal LKTA įstatus (2009) tai yra savarankiškas, savanoriškas susivienijimas, vienijantis fizinius ir juridinius asmenis, vykdančius asociacijos narių veiklą, atstovaujantis narių interesams. Gandrais žymimos sodybų komfortiškumo kategorijos.

LKTA patentuotas ženklas - tai žaliame fone stovintis baltas gandas, su užrašu „Poilsis kaime“. Jis žymi poilsio kaime sodybą- asociacijos narę.

Lietuvoje kaimo turizmo sodybos klasifikuojamos pagal gandriukų skaičių. Gandras - tai LKTA sukurtas simbolis, apibūdinantis sodyboje teikiamų paslaugų spektrą. Sodybai gali būti skiriama nuo 1 iki 5 gandriukų. 3 lentelėje pateikiami reikalavimai svečių aptarnavimui pagal „gandrų sistemą“.

3 lentelė

Reikalavimai svečių aptarnavimui pagal „Gandrų sistemą“ (D. Baltrūnaitė, R. Melvilė, R. Andriukaitienė 2011)

Įvertinimas „Gandrais“	Apgyvendinimo paslaugų charakteristika
1 gandas	Nameliai: Be patogumų. Aštuoniems poilsiautojams 1 dušas, sanitarinis mazgas. Bendrame visiems poilsiautojams pastate- atskiri dviviečiai- penkiaviečiai kambariai. Sanitariniai mazgai, dušai, kriauklės, viryklės atskirame pastate bendri visiems poilsiautojams. Baldai: lova, stalas, rūbų pakabos. Skiriama patalynė ir vienas rankšluostis, keičiami kartą per savaitę.
2 gandrai	Nameliai: su daliniais patogumais, įvestas šaltas vanduo, kriauklė. Bendro gyvenimo patalpose: kambariai (triviečiai- keturviečiai), bendra patalpa (poilsio zona) visiems svečiams, bendro naudojimo virtuvė. Penkiems žmonėms vienas sanitarinis mazgas, vienas dušas. Kambariai tvarkomi kartą per dieną. Baldai : televizorius, lovos, rūbų spinta, staliukas prie lovų, apšvietimas prie lovų, minkštos kėdės, langų užtamsinimas. Vienam asmeniui skiriama patalynė, po du rankšluosčius suaugusiems ir vaikams, keičiama kartą per savaitę.
3 gandrai	Nameliai: Karštas vanduo, dušas, sanitarinis mazgas, galimybė užtamsinti langus, mini virtuvė kurioje yra indai, viryklė, šaldytuvas. Bendrose gyvenamosiose patalpose: dviviečiai, triviečiai kambariai su lovomis, numatyta vieta rūbams, batams, įrengtas apšvietimas, veidrodis. Prie lovos kilimas, minkštos kėdės. Patalynė keičiama kas trys dienos. Rankšluosčiai trijų dydžių. Kambariai tvarkomi kasdien. Galimybė atsivežti gyvūnus.
4 gandrai	Nameliai: karštas vanduo, dušas, sanitarinis mazgas, mini virtuvė su visais reikiama indais, šaldytuvas, virtuviniai baldai. Bendrose gyvenamosiose patalpose : kambariuose vienvietės lovos, apšvietimas prie lovų, veidrodis, spinta rūbams, minkšti baldai poilsiui, galimybė prijungti kompiuterį, židiny, televizorius, video aparatūra. Patalynė keičiama svečiui paprašius. Keturių skirtingų dydžių rankšluosčiai, dušo priemonės, dušo kilimėlis, muilas.
5 gandrai	Numeriai komfortiški, su miegamąja erdve, svetaine. Numeriuose baldai vieningo stiliaus. Kasdien keičiama patalynė, lininė arba medvilninė. Individualus kilimėlis prie dušo kabinos, muilas. Turi būti patalynės sandėliavimo patalpa, skalbykla- lyginimas. Šildomos grindys sanitariniuose mazguose, duše. Penki skirtingo dydžio rankšluosčiai. Vienvietės lovos, apšvietimas prie lovų, rūbų spinta, minkšti baldai, rašomasis stalas, interneto ryšys, langų užtamsinimas žaliuzėmis, kilimas, vėdinimo sistema, televizorius, video aparatūra. Galimybė atsivežti naminius gyvūnus.

Kaimo turizmo sodybų reikalavimai, pagal „Gandrų sistemą“, nustato, koku gandrų skaičiumi bus pažymėta sodyba (žr. 3 lentelė). Kaimo turizmo klasifikavimo reikalavimus nustato Lietuvos kaimo turizmo asociacija.

Apibendrinant, galima teigti jog kaimo turizmas užima nedidelę dalį turizmo sektoriaus, tačiau ši sritis sparčiai auga. Kaimo turizmo teikiamų paslaugų spektras yra gana platus ir pritaikytas daugelio klientų (svečių poreikiams). Į kaimo turizmo sodybas klientai gali atvykti ne tik pailsėti, tačiau ir darbo reikalais, bei etniniais tikslais.

1.2.2. Maitinimo paslaugų teikimas

1.2.2.1. Maitinimo paslaugų teikimo reikalavimai

Viešojo maitinimo vieta– restoranas, kavinė, baras, bufetas, smuklė, picerija ar kitos laikantis maisto tvarkymą reguliuojančių teisės aktų nustatytų viešojo maitinimo reikalavimų įrengtos patalpos, kuriose verčiamasi viešojo maitinimo veikla.

Maisto tvarkymas–bet koks poveikis maistui arba veiksmai su juo ar atskiromis jo sudedamosiomis dalimis (įskaitant gaminimą, ruošimą, perdirbimą, pakavimą, laikymą, saugojimą, gabenimą, paskirstymą, tiekimą, pateikimą parduoti, pardavimą), galintys turėti įtakos maisto saugai, kokybei ir mitybos vertei; bet koks poveikis maistui arba veiksmai su juo ar atskiromis jo sudedamosiomis dalimis visuose gamybos, perdirbimo ir paskirstymo etapuose, kaip apibrėžta 2002 m. sausio 28 d. Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (EB) Nr. 178/2002, nustatančio maistui skirtų teisės aktų bendruosius principus ir reikalavimus, įsteigiančio Europos maisto saugos tarnybą ir nustatančio su maisto saugos klausimais susijusias procedūras (OL 2004m. specialusis leidimas, 15 skyrius, 6 tomas, p. 463), 3 straipsnio 16 punkte, galintys turėti įtakos maisto saugai ir (arba) kokybei.

Maitinimo verslas yra neatsiejamas nuo turizmo ir apgyvendinimo paslaugų. Tačiau, jeigu apgyvendinimo paslaugos yra reikalingos tik turistams, atvykusiems į regioną ilgiau nei vienai parai, tai maitinimo paslaugos yra aktualios ir trumpam vizitui atvykusiems asmenims. Pilno aptarnavimo apgyvendinimo įstaigose (viešbučiuose, moteliuose) šalia apgyvendinimo paslaugų svarbią vietą užima maitinimo organizavimas ir teikimo reikalavimai.

Maitinimo ir apgyvendinimo paslaugos gali būti teikiamos kartu arba atskiroje viešojo maitinimo paslaugų įmonėje, t.y. sodyboje, netoliese esančioje kavinėje, valgykloje. Beje, yra apskaičiuota, kad net 60 proc. Pajamų sudaro maitinimo paslaugų teikimas kaimo turizmo sodybose.

Maitinimo paslaugas teikiančioms įmonėms yra teisės aktų nustatyta tvarka, bei reikalavimai higienos normoms ruošiant maistą, sandėliavimui, pateikimui ir t.t. Autorė pateikia higienos reikalavimus maisto ruošimo paslaugoms. Darbo autorė pateikia higienos normų reikalavimus 1 priede. Teisės nustatytuose aktuose reikalavimai yra nustatyti ne tik higienos normoms, tačiau ir maisto tiekėjams, sandėliavimui, rūšiavimui bei asmenims tvarkantiems maistą. Maisto produktai ir žaliavos turi būti įsigijami iš patikimų tiekėjų. Draudžiama naudoti maisto produktus ir žaliavas, jei žinoma ar įtariama, kad jie netinkami maistui gaminti arba kurių tinkamumo vartoti terminas pasibaigęs. Maisto produktai ir žaliavos turi būti laikomi, vežami ar kitaip tvarkomi, vadovaujantis gamintojų nurodytomis sąlygomis. Apdorojant maistą šiluma, būtina pašildyti jį taip, kad temperatūra pasiektų ne mažiau kaip 75 °C, išskyrus patiekalus, kuriems dėl kulinariinių ar technologinių priežasčių numatyta kitokia šiluminio apdorojimo temperatūra, jei tai neturi įtakos maisto saugai. Pagamintas maistas, kuris turi būti tiekiamas karštas, turi būti laikomas šilumą palaikančiuose įrenginiuose, išlaikant ne žemesnę kaip 68 °C temperatūrą ne ilgiau kaip 4 val., ir suvartotas pagaminimo dieną.

Apibendrinant, galima teigti, jog maisto tiekimo reikalavimai yra griežtai nustatyti Lietuvos Respublikos teisės aktuose. Maisto tiekimo įmonės griežtai tikrina VMVT, išduoda leidimus bei užtikrina reikalavimų vykdymą maitinimo įstaigose.

1.2.2.2. Maitinimo paslaugas teikiančių įmonių klasifikavimas

Anot N. Langvinienės ir B Vengrienės, (2005) remiantis bendra paslaugų metodika, maitinimo paslauga – tai serija veiksmų, kurie yra neapčiuopiamos prigimties ir pasireiškia sąveika tarp kliento ir paslaugų darbuotojo, kai šis pasiūlo klientui maistą ir gėrimus.

JAV rinkodaros specialistai maitinimo paslaugas apibrėžia kaip seriją neapčiuopiamų veiksmų, kurie pasireiškia santykiais, kontaktais tarp maitinimo paslaugos teikėjo ir paslaugos vartotojo arba kliento, kai paslaugos teikėjas teikia vartotojui, šiam pageidaujant, maisto patiekalus ar gėrimus (fizinius išteklius). Teikiant maitinimo paslaugą, būtent maistas ir jo pateikimas tampa kliento ar vartotojo poreikių tenkinimo priemone). Kadangi maitinimo paslaugos turi didelį izoliuotą pagrindą, tai joms lengviausiai pritaikomi fiziniai apimtys rodikliai, kurie tiksliausiai atspindi paslaugos veiklos specifiką. Rezultatą apibrėžia paruoštų bei pateiktų patiekalų skaičius, aptarnautų asmenų skaičius ir kt.

Kazlauskienė (2002) „Maitinimo paslaugų rinkos būklė ir pokyčiai integruotos vertinimo sistemos kontekste: teorinis ir praktinis aspektai teigia jog maitinimo paslaugų ir ypač produktų sudėtis bei jų teikėjų veikla sparčiai kinta:

- dėl besikeičiančių vartotojų poreikių;

- dėl novacijų sklaidos šioje srityje;
- dėl valstybės reglamentuojančių dokumentų kaitos;
- dėl valstybės reglamentuojančių dokumentų įtakos gyvenimo kokybei;
- dėl ekonominių sąlygų, kurias nusako visuomenės gyvenimo, jos turtingumo, tuo pačiu ir gyvenimo patogumo lygiai

Būtina paminėti jog EVRK 2 klasifikavimą išskiriamas kitas Ekonominės veiklos klasifikavimo skirsnis 56, į kurį įeina maitinimo ir gėrimų teikimo veikla, teikiant paruoštus ir vietoje tinkamus vartoti valgius ir gėrimus tradiciniuose restoranuose, savitarnos restoranuose ir „maisto į namus— restoranuose, nuolat veikiančiuose ar laikinuose kioskuose, su sėdimomis vietomis ar be jų. Pagrindinis faktas yra ne tai, kaip ir kokiomis priemonėmis teikiamas valgis, bet tai, kad teikiamas valgis yra tinkamas vartoti vietoje. Išskiriamos tokios klasės:

- Restoranų ir pagaminto valgio teikimo veikla (restoranai, savitarnos užkandinės, greitojo maisto restoranai, vietos, kuriose prekiaujama maistu išsineštinai, ledų pardavėjų furgonai, maisto paruošimas turgaviečių kioskuose);
- Pagaminto valgio tiekimas renginiams ir kitų maitinimo paslaugų veikla (maisto tiekimas atskiriems renginiams arba tam tikram laikotarpiui ir išsinuomotų maitinimo patalpų eksploatavimas sporto ir panašiuose renginiuose);
- Pagaminto valgio tiekimas renginiams (maitinimo paslaugų teikimas tam tikram renginiui, vykdomas susitarimo su užsakovu pagrindu, užsakovo nurodytoje vietoje); 13
- Kitų maitinimo paslaugų teikimas (pramoninis maisto tiekimas, t. y. maitinimo paslaugos, teikiamos pagal sutartį su užsakovu tam tikrą laikotarpį, išsinuomotų maitinimo patalpų sporto ir panašiuose įrenginiuose eksploatavimas, valgyklų arba savitarnos užkandinių eksploatavimas (pvz., gamyklose, biuruose, ligoninėse ar mokyklose) nuomos pagrindu;
- Gėrimų pardavimo vartoti vietoje veikla (barai, smuklės, kokteilių barai, diskotekų (kur vyrauja gėrimų teikimas, aludės, kavinės, sulčių barai).

Maitinimo įmonės gali būti klasifikuojamos pagal daugybę požymių, kuriuos sugrupavus galima išskirti pagrindinius principus. 4 lentelėje pateikta maitinimo įmonių klasifikacija pagal Langvinienės N., Vengrienė B. knygą „ Paslaugų teorija ir praktika“

Maitinimo įmonių klasifikacija (N., Langvinienė, B., Vengrienė 2005)

Klasifikacija	Pagrindiniai principai
Pagal lankytojų kontingentą	- kintantys lankytojai – maitinimo įmonės, įrengtos tose vietose, kur didelis įmonių srauto judėjimas, tai – vadinamosios atviro tinklo maitinimo įmonės; - nekintantys lankytojai – uždaro tinklo maitinimo įmonės, aptarnaujančios vis tuos pačius lankytojus. Jos įrengtos sanatorijose, mokslo įstaigose, darbovietėse ir kt.
Pagal lankytojų aptarnavimo formą	- aptarnauja padavėjai – maitinimo įmonės, kur yra visiškas arba dalinis padavėjų aptarnavimas; - savitarna – maitinimo įmonės, kur vartotojas pats įdeda maisto arba paprašo, kad jo akivaizdoje virėjai įdėtų maisto į jo lėkštę; - ekspreso aptarnavimas – įmonės, kur aptarnaujama prekybiniais automatais, tampantis vis populiariesnis masinio susibūrimo vietose (ligoninėse, universitetuose, viešbučiuose)
Pagal valdymo pobūdį	- nepriklausomos įmonės – kai šeimininkas gauna pajamų tik iš šios įmonės veiklos; - asocijuotos – įmonė priklauso tam tikro pobūdžio įmonių tinklui (pvz., „Stikliai“); - franšizės – įmonė veikia plačiai žinomų įmonių vardu, perimdamos jų planavimo, valdymo ir kitos veikos modelį (pvz., McDonalds)

N. Langvinienė ir B. Vengrienė skiria dar keletą maitinimo įmonių klasifikavimo principų (žr. 5 lentelė):

Maitinimo įmonių klasifikavimo principai (N., Langvinienė, B., Vengrienė 2005)

Maitinimo įmonių klasifikavimo principai	Klasifikacija
Pagal įmonės dydį	Apyvarta, klientų skaičius, vietų skaičius
Pagal darbo laiką	Nuolat veikiančios ir sezoninės
Pagal aptarnavimo laiką	Greito aptarnavimo įmonės, neskubančių klientų aptarnavimo įmonės
Pagal darbo grafiką	Tik darbo dienomis, poilsio dienomis, ištisą parą
Pagal veiklos pobūdį	Komercinės, nekomercinės
Pagal tipą	Restoranas, kavinė, baras, bufetas, užkandinė, valgykla ir kt.

E. Kazlauskienė (2002) „Maitinimo paslaugų rinkos būklė ir pokyčiai integruotos vertinimo sistemos kontekste: teorinis ir praktinis aspektai“ išskiria šiuos maitinimo įmonių tipus:

- Valgykla;
- Restoranas;
- Kavinė;
- Baras;
- Bufetas;
- Užkandinė

Anot B. Vengrienės (1998), teikiama paslauga negali būti vienodai gera visiems potencialiems klientams. Skirtingos klientų grupės nevienodai vertina paslaugą. Jų elgsena naudojant paslaugas skiriasi. Taigi, paslaugų įmonės klientai yra heterogeniški, nesudaro vieningos visumos

1.2. Svetingumo sektoriaus apribojimai COVID-19 pandemijos metu

Turizmas - vienas jautriausių sektorių ir greitai reaguojantis į įvairias krizines situacijas: uraganai, žemės drebėjimai, ekonominės krizės, teroro išpuoliai, epidemijos ir pandemijos. Tai sumažina turistų srautus, tačiau šis sektorius lygiai taip pat greitai ir susigražina juos.

Koronaviruso (COVID-19) pandemija, prasidėjusi 2020m. pradžioje, labai smarkiai paveikė pasaulio ir euro zonos ekonomikos aktyvumą. Siekiant stabdyti viruso (Covid -19) plitimą, daugelyje šalių, taip pat ir Lietuvoje, buvo atšaukti svarbiausi kultūros ir sporto renginiai, stabdomos veiklos, uždrausti būriavimai.

Pasaulio turizmo organizacijos (PTO) duomenimis 2019 metais visame pasaulyje keliavo apie 1,5 milijardo turistų. Turizmas generavo 10 proc. BVP. Lyginant su 2018-aisiais, turizmas išaugo 4 proc. ir buvo prognozuojama, kad tokio augimo galima ateinančiais metais (2019,2020). Tačiau, anot KTU Ekonomikos ir verslo fakulteto docentės Rimantės Hopenienės, akivaizdu, kad tokios prognozės gali neišsipildyti, o pandemijai praėjus sektoriui atsigauti prireiks beveik vienerių metų.

Turizmo pramonė pasaulyje susidūrė su precedento neturinčia grėsmių sankaupa. Kelionių ir turizmo naujienų portalas „Travel Daily News“ praneša, kad SARS epidemija pasaulio ekonomikai kainavo 54 milijonus dolerių (remiantis Pasaulio banko duomenimis), o COVID-19 gali kainuoti apie 3 trilijonus dolerių arba 5 procentus pasaulio BVP. Viešbučių tinklai ir rezervacijos platformos kaip „Booking“ buvo priversti atšaukti rezervacijas ne tik Lietuvoje, bet ir visame pasaulyje. Virusų poveikis įmonėms yra visuotinis, atšaukiant keliones, viešus renginius, laikinai keičiant įdarbinimą ir mažėjant pajamoms.

Nutarime dėl karantino Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbta apribojimai, bei veiklos stabdymas daugeliui sričių. Darbo autorė išanalizavo nutarimą ir pateikia apribojimus susijusius su paslaugų sektoriumi (2 priedas).

2. SVETINGUMO SEKTORIAUS VYSTYMO GALIMYBIŲ COVID-19 PANDEMIJOS SĄLYGOMIS ANALIZĖ

2.1 Bendros žinios apie Utenos rajoną

Utena - Šiaurės rytų Lietuvoje, Šventosios upės baseine įsikūrusi, yra vienas seniausių šalies miestų. Utenos vardą pirmą kartą paminėjo karalius Mindaugas savo laiške kalavijuočių ordinui 1261 metais. Utenos rajonas Rytų Aukštaitijoje turtingas ežerais, jų čia net 185. Miestas kasmet gražėja, tvarkoma aplinka, įrengti nauji, jaukūs parkai. Utenoje svečių laukiama visus metus. Vasaros sezonu poilsiautojai traukia prie Alaušo ežero, o žiemą greičio ir automobilių gerbėjai susirenka stebėti žiemos ralio.

Utenos rajonas gali didžiulius vaizdingus kraštovaizdžius bei vandens telkinių gausą, o mieste veiklos yra daug kultūrinių, edukacinių kelionių gerbėjams ir istorijos mylėtojams. Utenos rajonas turi ką pasiūlyti ir pavieniams keliautojams, ir šeimoms, ir turistų grupėms. Labiau vietos istoriją ir tradicijas pažinti padės apsilankymas Utenos kraštotyros muziejuje, įkurtame 1929 metais, istorijos paminklu pripažinto vandentiekio bokšto ar senosios pašto stoties apžiūra.

Norintiems geriau įsigilinti ir suprasti praeities įvykius bei kasdienybę vertėtų aplankyti laisvės kovų muziejų, V. Valiušio keramikos muziejų Leliūnų miestelyje, prieškarinio ūkininko sodybą Sirutėnuose bei tradicinių amatų centrą „Svirkas“, kuriame meistrai moko kurti karpinius, pinti iš vytelių, megzti, pažinti vaistines žoles, pinti juostas, supažindina su vilnos dirbiniais ir jų gamybos procesu. Utenos miestas šalyje ir už jos ribų garsėja savo alaus darykla, veikiančia nuo 1977 m. Gamykloje rengiamos ekskursijos ir degustacijos.

Jei keliaujate su vaikais, vertėtų aplankyti triušukų slėnį prie Saldutiškio, kur galite pasigrožėti net 30 veislių ilgaausiais ar jų įsigyti.

Literatūros ir meno gerbėjai yra laukiami Antano ir Motiejaus Miškinių literatūrinėje-etnografinėje sodyboje bei Levutės Meškauskienės betoninių skulptūrų muziejuje „Drakono džunglės“, Vilko muziejuje, meno galerijose. Taip pat Utena yra žalias miestas, kuriame tarp miesto šurmulio puikiai telpa ir Dauniškio bei Vyžuonaičio ežerai, todėl visiems norintiems pakvėpuoti grynu oru ir pasivaikščioti toli ieškoti neteks. Tam puikiai tinka Dauniškio bei Vyžuonos parkai bei miesto sodas.

Besidomintiems dvarų kultūra bus įdomu ir naudinga pakeliauti po Utenos rajoną. Čia Alaušo ežero pusialaly įsikūręs architektūros paminklu pripažintas Bikuškio dvaras, praeitį mena Jotaučių, Leliūnų, Saldutiškio, Vyžuonėlių dvarai. Rajone gausu ir unikalių gamtos objektų kaip: Gydomosiomis savybėmis ir apsauga garsėjantis Šv. Krokulės bei Varniškių šaltiniai, dėmesį traukia Šeimyniškių atodanga su konglomerato uola, daug piliakalnių, stovi Biliakiemio, Laumės, Žiezdrų akmenys, žaliuoja šimtamečiai ąžuolai ir pušys, įkurti net 8 draustiniai. Mėgstantiems

pėsčiųjų maršrutus siūloma išbandyti Ažuolijos pažintinį taką, įrengtą botanikos ir zoologijos draustinyje. Pasirinkimo Utenoje tikrai užteks ir aktyvaus laisvalaikio gerbėjams. Šeimoms ar draugų ratui pramogoms puikiai tiks galvosūkių kambarys, boulingas, jodinėjimas žirgais, dažasvydis, šaudymas iš lanko, žygiai visureigiu, žygiai šiaurietiško ėjimo lazdomis, tenisas ar vandens pramogos: plaukiojimas plaustu, baidarėmis, valtimis, vandens dviračiais. Mėgstantiems šilumą – galima pasidžiaugti pirčių kompleksais, maudynėmis kubile bei baseinuose uždaroje patalpose. Norintiems atitrūkti nuo kasdienybės siūlomi pėsčiųjų, dviračių ir automobilių maršrutai po Aukštaitijos nacionalinį parką.

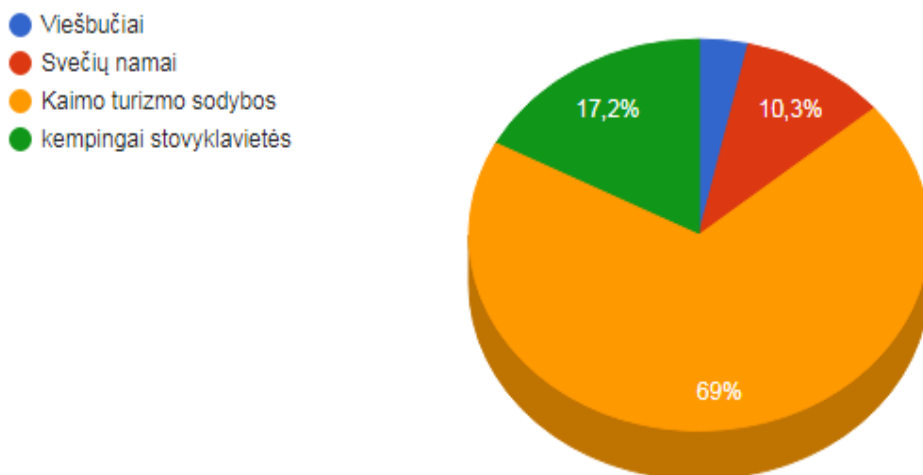
Aplankius minėtas pramogas, Utenos rajonas turi gausų pasiūlymą pietums ar vakarienei. Galimi variantai iš: Restoranų, kavinių, greito maisto užkandinių, kepyklėlių bei picerijų.

Po visų pramogų Utenos rajone rasite didelį pasirinkimą nakvynei. Populiariausia apgyvendinimo rūšis Utenos krašte – kaimo turizmo sodybos, kurių gamtos apsupty yra net daugiau nei keturiasdešimt. Utenoje yra viešbutis, keletas svečių namų, ramiose pakrantėse yra keletas kempingų bei stovyklaviečių, mėgstantiems keliauti ekonomiškai ir poilsiauti arčiau gamtos.

Apibendrinus galima teigti, kad patrauklus ir turtingas gamtiniais ištekliais Utenos rajonas turi puikias galimybes plėstis svetingumo sektoriuje. Turistams ir svečiams didelis pasirinkimas lankytinų vietų, todėl tai skatina plėstis Utenos rajono svetingumo sektorių.

2.1.1 Utenos rajono apgyvendinimo įmonių analizė

Apgyvendinimo paslaugos - tai viena iš turizmo sektoriaus dalių, puoselėjanti tradicijas ne tik pasaulyje, bet ir Lietuvoje. Būtent šiam sektoriui priskiriami viešbučiai, moteliai, svečių namai ir kt. kurie teikia apgyvendinimo paslaugas (kaimo turizmo sodybos, stovyklavietės teikiančios šias paslaugas). Analizuojant mokslinę literatūrą, galima rasti nemažai apibrėžimų šiai paslaugai įvardinti. Mokslinėje literatūroje galima rasti apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų analizę kaip neatsiejamą vieną nuo kitos. Tačiau šios paslaugos (sektoriai) skaidomi į dvi dalis - maitinimo ir nakvynės paslaugas. Kiti nagrinėja kaip svetingumo industrijos dalį arba kaip paslaugų sektoriaus atšaką.



3 pav. Apgyvandinimo įmonių pasiskirstymas pagal tipus Utenos rajone

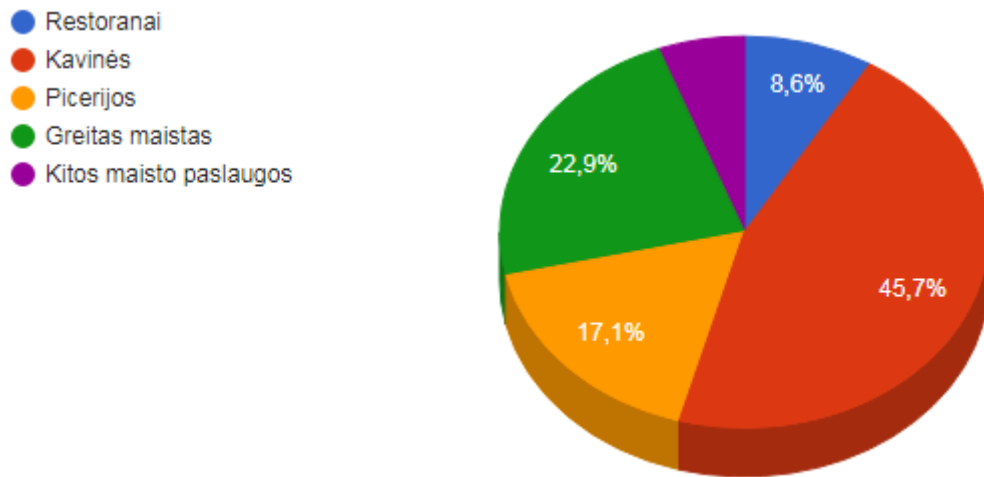
Išanalizavus pateiktą diagramą galima pastebėti, kad didžiąją dalį apgyvandinimo įmonių Utenos rajone sudaro kaimo turizmo sodybos (69%). Taip pat pateiktoje diagramoje matoma, kad Utenos rajone yra nemažai kempingų ir stovyklaviečių (17,2%) ir svečių namų (10,3%).

Apibendrinant ir atsižvelgus į rinkos situaciją, galima būtų Utenos rajonui plėsti viešbučių pasiūlą.

2.1.2 Utenos rajono maitinimo įmonių analizė

Maitinimo įmonių paskirtis – suteikti lankytojams paslaugas, kad jie pavalgytų, pailsėtų ir gerai praleistų laiką. Šiose įmonėse svečiai ne tik pavalgo, bet ir švenčia valstybines, šeimos ir kitas įvairias šventes, rengia pobūvius ir pan. Todėl labai svarbu suteikti kokybiškas aptarnavimo paslaugas, pateikti puikios kokybės ir įvairaus asortimento patiekalus bei gėrimus, sudaryti jaukią ir malonią aplinką. Maitinimo įstaigos turi turėti savo iškabą, kurioje informuojama apie maitinimo įmonės tipą, pavadinimą, darbo režimą ir vidaus reklamą, kurioje nurodomos teikiamos paslaugos. Maitinimo įmonės priklausomai nuo lankytojų aptarnavimo lygio, sąlygų, patiekalų sudėtingumo, skirstomos pagal tipus, specializaciją, kategorijas.

Utenoje yra daug įsikūrę maitinimo įstaigų ir jų atsiranda vis daugiau. Nuo to kaip maitinimo įstaigos skiria dėmesį savo paslaugų kokybei priklauso įmonių konkurencingumas. Todėl svarbų įvertinti ar keičiasi ir kaip keičiasi maitinimo paslaugos, jų kokybė, ar maitinimo įmonės patenkina vartotojų poreikius.

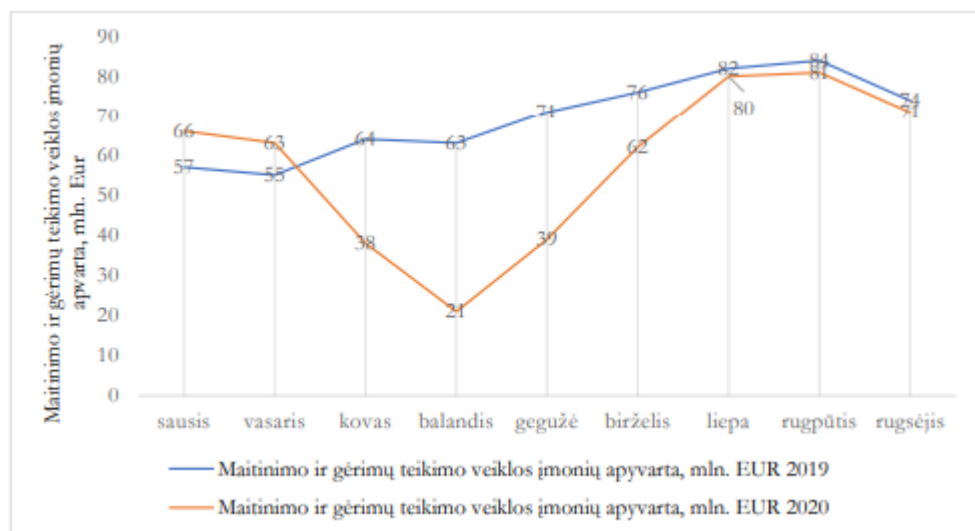


4 pav. **Maitinimo įmonių pasiskirstymas pagal tipus Utenos rajone**

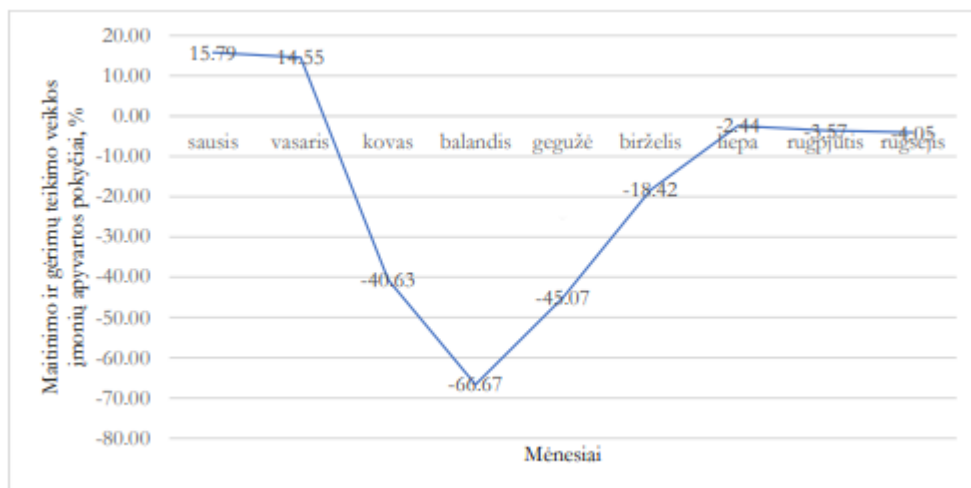
Išanalizavus pateiktą diagramą galima pastebėti, kad didžiąją dalį maitinimo įmonių Utenos rajone sudaro kavinės (45,7%). Taip pat pateiktoje diagramoje matoma, kad Utenos rajone yra nemažai greito maisto (22,9%) įmonių ir picerijų (17,1%).

Apibendrinant ir atsižvelgus į rinkos situaciją, galima būtų Utenos rajonui plėsti restoranų pasiūlą.

2.1.3 Lietuvos maitinimo įmonių 2019 metų ir 2020 metų analizė (procentais ir eurai)



5 pav. **Maitinimo ir gėrimų teikimo veiklos įmonių apyvarta (mln.Eur) 2020 ir 2019 metais**



6 pav. **Maitinimo ir gėrimų teikimo veiklos įmonių apyvartos pokyčiai (%) 2020 metus lyginant su 2019 metais**

2020 metų pradžioje maitinimo ir gėrimų tiekimo veiklos įmonių apyvarta buvo didesnė nei 2019 metais (žr. 5 pav.), tačiau kovo mėnesį, paskelbus karantiną ir apribojus šių įmonių veiklą, apyvarta krito, ir kovo mėnesio apyvarta buvo beveik 40 procentų mažesnė nei 2019 metų kovo, o balandį – net 67 procentais mažesnė nei 2019 metų balandį (žr. 6 pav.). Nuo gegužės mėnesio, šiek tiek mažinant apribojimus, maitinimo ir gėrimų tiekimo veiklos įmonių apyvarta pradėjo augti: gegužės mėnesį, lyginant su balandžiu, ji buvo 86 procentais didesnė, o birželio mėnesį, lyginant su gegužė, beveik 60 procentų didesnė (žr. 6 pav.). Tačiau, nors ir auganti, maitinimo ir gėrimų tiekimo veiklos įmonių apyvarta iki 2020 metų rugsėjo nepasivijo 2019 metų atitinkamo mėnesio lygio ir 2020 metų rugsėį vis dar buvo 4 procentais mažesnė nei 2019 metų rugsėį (žr. 6 pav.).

2.2 Tyrimo charakteristika

Tyrimo instrumento paaiškinimas. Siekiant atlikti svetingumo sektoriaus vystymo galimybių Covid-19 pandemijos sąlygomis analizę buvo panaudotas kiekybinis tyrimo metodas – anketinė apklausa. Darbo autorė sudarė dvi anketas: pirmoji skirta išanalizuoti lankytojų nuomonę apie Utenos rajono svetingumo sektoriaus plėtojimo galimybes Utenos rajone (žr. 5 priedą), antroji skirta – išanalizuoti Utenos rajono svetingumo įmonių plėtros galimybes (žr. 4 priedą). Pirmąją anketą sudarė – 27 klausimai, antrąją – 14 klausimų.

Kiekvienos anketos pradžioje pirmiausia buvo pateikiamas paaiškinimas kodėl atliekamas tyrimas ir koks yra jo tikslas. Pirmąją anketą sudarė dvejojo pobūdžio klausimai, tyrimą atspindintys klausimai (1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21) ir bendrieji demografinio pobūdžio klausimai (22,23,24,25,26,27). Antrąją anketą sudarė tik esminiai su tyrimu

susiję klausimai (1-14). Anketose pateikiami uždaro ir atviro tipo klausimai. Respondentų amžius nuo 18 iki 60m ir vyresni.

Tyrimo imtis. Pirmos anketos respondentai buvo žmonės pildę anketą tinklalapyje www.apklausa.lt. Antrosios anketos imtis buvo neatsitiktinė, respondentai buvo tik Utenos rajono svetingumo sektoriaus įmonių savininkai (arba jų atstovai). Tyrimas buvo atliktas pavasarį, ne sezono metu. Pirmąją anketa buvo apklausti 121 respondentai. Antrąją anketa buvo gauti 15 svetingumo įmonių atsakymai.

Tyrimo imtį galima apskaičiuoti pagal Paniotto formulę: $n=1/(\Delta^2+1/N)$, kai:

n- imties dydis;

Δ - leistina paklaida;

N- populiacijos dydis.

Tyrimo laiko ir vietos parinkimas. Pirmoji ir antroji anketos buvo patalpintos į internetinę svetainę www.apklausa.lt. Pirmoji anketa buvo platinama internetinėse grupėse.. Antrosios anketos nuoroda buvo siunčiama Utenos rajono svetingumo įmonėms el. paštu. Užpildymo laikas ribojamas nebuvo.

Tyrėjo vaidmuo. Tyrimą atliko Utenos kolegijos turizmo ir viešbučių administravimo studijų programos studentė. Pirmajame tyrime dalyvavo žmonės lankęsi Utenos rajone, taip pat kitų rajonų gyventojai, o Antrajame tyrime dalyvavo tik Utenos rajono apgyvendinimo ir maitinimo įmonių savininkai arba jų atstovai t. y. vadybininkai arba administratoriai.

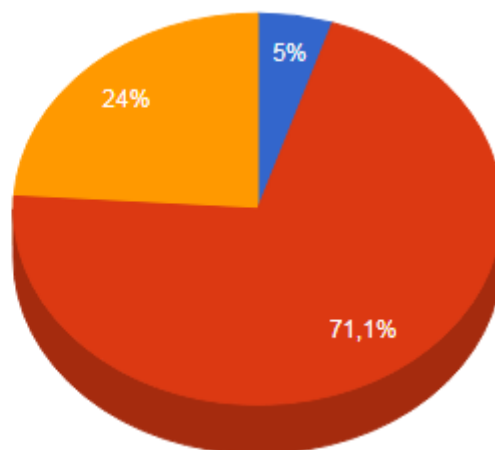
Tyrimo duomenų kontrolės ir apdorojimo paaiškinimas. Tyrimų metu buvo renkami duomenys apie Utenos rajono apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas teikiančias įmones. Anketų klausimai bus statistiškai apdorojami (pateikiamos diagramos bei duomenų suvestinė (žr. 4 - 5 priedus).

2.3 Anketinių apklausų analizė

2.3.1 Lankytojų anketos apklausos analizė

Darbo autorės pagrindinis anketinės apklausos analizės tikslas buvo - išsiaiškinti Utenos rajono svetingumo sektoriaus vystymo galimybes Covid-19 pandemijos laikotarpiu. Taip pat išsiaiškinti, ar pandemija stipriai pakenkė įmonėms ir kaip sekėsi įmonėms tvarkytis su pandemijos pasekmėmis.

● Taip, žinau visas
 ● Taip, žinau kelias
 ● Nežinau

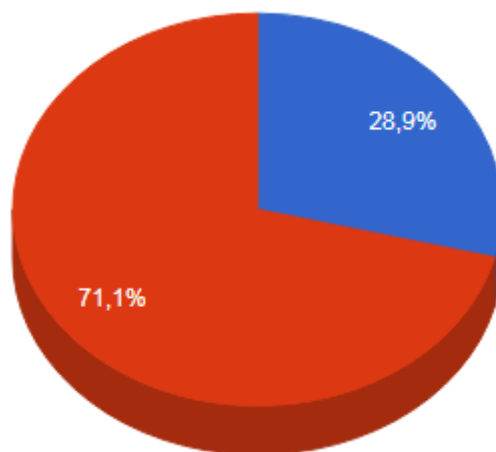


7 pav. Ar žino, kokios apgyvendinimo įmonės yra Utenos rajone procentinis pasiskirstymas

7 paveiksle pateikiama respondentų nuomonė ar žino kokios apgyvendinimo įmonės yra Utenos rajone. Dauguma respondentų (71,1%) žino apgyvendinimo įmones, tačiau tik keletą. Kita dalis respondentų (24%) nežino visai ir tik maža dalis respondentų (5%) žino visas apgyvendinimo įmones.

Utenos rajone apgyvendinimo sektorius yra gana platus, tačiau respondentų didžioji dalis, net 71,1 %, teigia jog žino tik kelias apgyvendinimo vietas. Pateiktoje diagramoje matoma, jog respondentai, apie Utenos apgyvendinimo sektorių žino, tačiau tai nėra dar išplėtotą ir pakankamai reklamos turinti sritis.

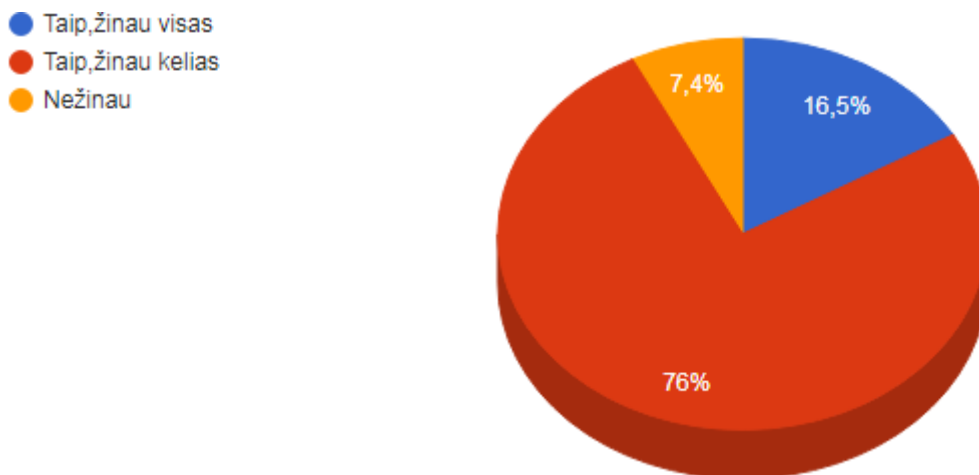
● Taip
 ● Ne



8 pav. Ar teko naudotis apgyvendinimo įmonių paslaugomis procentinis pasiskirstymas

8 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje respondentai pateikė informaciją, ar teko naudotis Utenos rajono apgyvendinimo įmonių paslaugomis. Iš atsakymų matome, kad dauguma respondentų (71,1%) nesinaudojo šiomis paslaugomis ir tik dalis respondentų (28,9%) naudojos Utenos rajono apgyvendinimo paslaugomis.

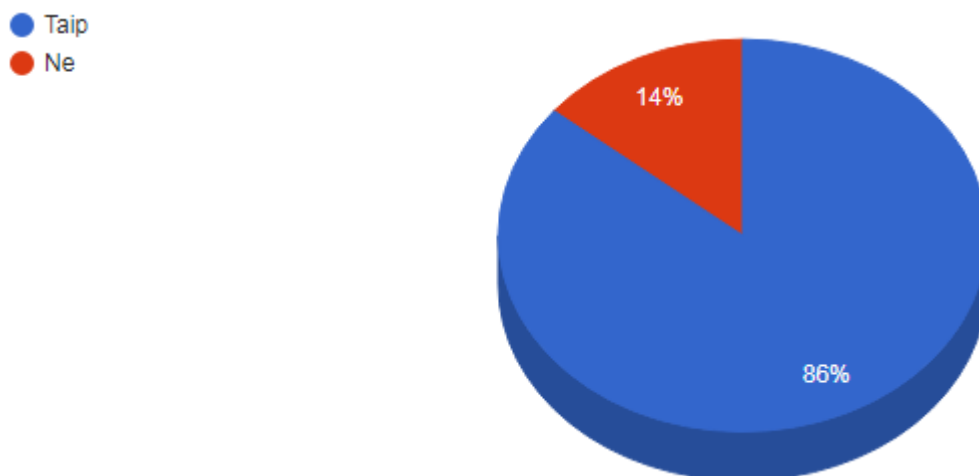
Išanalizavus pateiktą diagramą, galima teigti, kad dauguma respondentų mėgaujasi trumpomis kelionėmis, be apgyvendinimo paslaugų. Tai parodo, kad Utenos kraštas yra patrauklus ir įdomus turistams ir dėl galimybės daug ką pamatyti per vieną dieną, tačiau apgyvendinimo paslaugomis nepasinaudojama.



9 pav. **Maitinimo įmonių žinomumas Utenos rajone**

9 paveiksle pateikiama respondentų nuomonė, ar žino kokios maitinimo įmonės yra Utenos rajone. Dauguma respondentų (76%) žino maitinimo įmones, tačiau tik kelias. Kita dalis respondentų (16,5%) žino visas maitinimo įmones ir tik maža dalis respondentų (7,4%) visai nežino Utenos rajono maitinimo įmonių.

Pateiktoje diagramoje matoma, jog respondentai Utenos mieste žino kelias maitinimo įmones. Pats Utenos rajonas yra gausus maitinimo sektoriumi užsiimančių įmonių, tačiau dėl mažos reklamos sklaidos jos nėra gerai žinomos net Utenos raj. gyventojų.

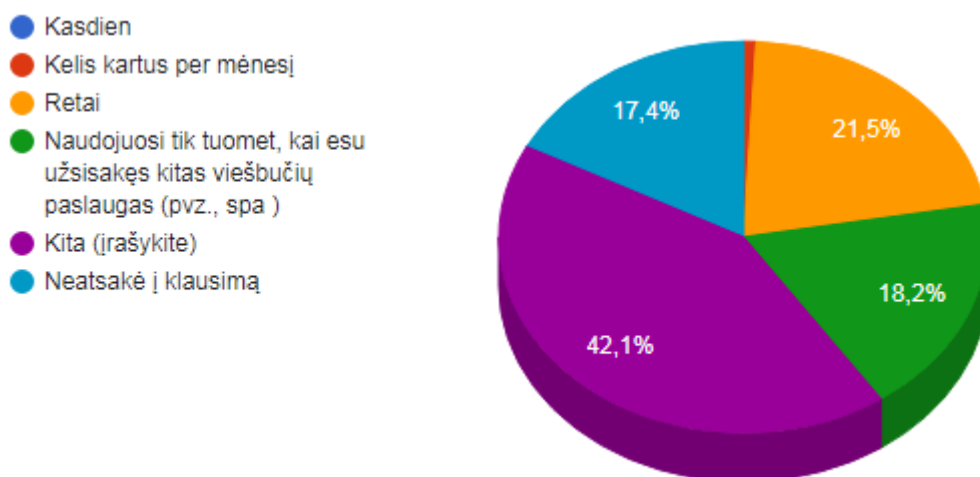


10 pav. **Ar teko naudotis maitinimo įmonių paslaugomis procentinis pasiskirstymas**

10 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje respondentai pateikė informaciją ar teko naudotis Utenos rajono maitinimo įmonių paslaugomis. Iš atsakymų matome, kad daugumai

respondentų (86%) teko naudotis šiomis paslaugomis ir tik maža dalis respondentų (14%) nesinaudojo Utenos rajono maitinimo paslaugomis.

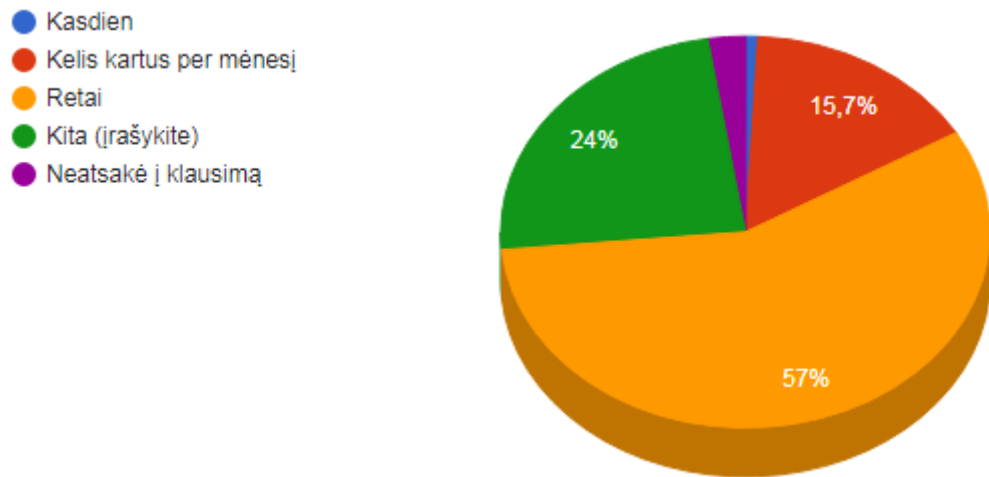
Iš pateiktos diagramos matoma, jog daugumai respondentų teko naudotis Utenos raj. maitinimo įmonių paslaugomis. Kaip ankstesnėse diagramose buvo minėta, jog Utenos raj. yra patrauklus ir lankytinas rajonas, tačiau ne visi renkasi ir apgyvendinimo paslaugas, tuomet būtinos maitinimo paslaugų sritys, kuriose turistai, miesto svečiai ir gyventojai pasinaudotų šiomis paslaugomis, todėl akivaizdu, kad didžioji dalis respondentų yra pasinaudojusi maitinimo paslaugų sfera Utenoje.



11 pav. Naudojimosi Utenos rajono apgyvendinimo įmonių paslaugomis dažnumas Covid-19 pandemijos metu

11 paveiksle matome, kad respondentai atsakė ar teko pandemijos metu naudotis apgyvendinimo paslaugomis. Didžioji dalis respondentų (42,1%) pasirinko variantą „kita“, kaip (neteko dėl kelių apribojimų, nes yra iš kito miesto, pandemijos metu neteko, nesu buvusi Utenos mieste/rajone ir kt.), kita dalis respondentų (21,5%) naudojos retai, dar kita dalis respondentų (18,2%) atsakė, kad naudojos tik tuomet, kai yra užsisakę kitas viešbučių paslaugas, mažiausiai respondentų (0,8%) atsakė, kad teko naudotis keli kartus per mėnesį ir dalis respondentų (17,4%) į klausimą neatsakė.

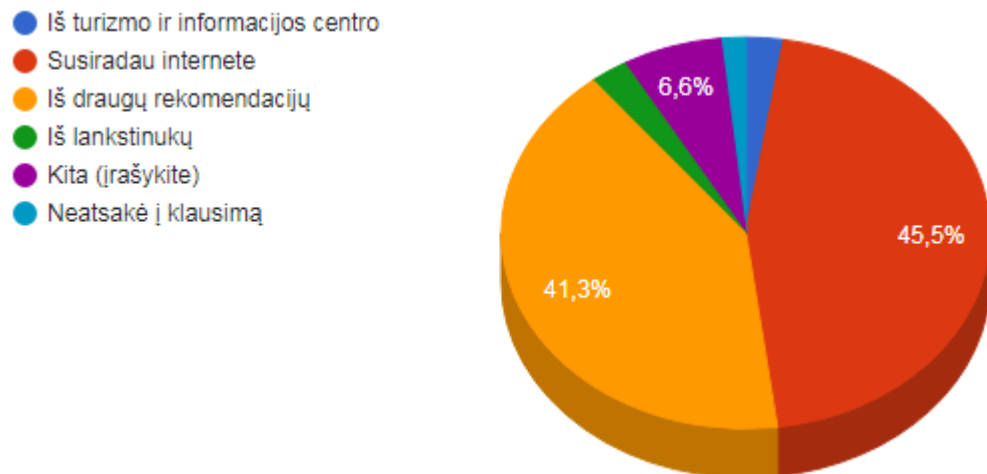
Išanalizavus pateiktus duomenis diagramoje, galima teigti, jog pandemija įtakuoja apgyvendinimo sektorių, dėl to respondentų atsakymų pasiskirstymas yra, jog didžioji dalis nesinaudojo šiomis paslaugomis.



12 pav. **Naudojimosi Utenos rajono maitinimo įmonių paslaugomis dažnumas Covid-19 pandemijos metu**

12 paveiksle matome, kad respondentai atsakė, ar teko pandemijos metu naudotis maitinimo paslaugomis. Didžioji dalis respondentų (57%) atsakė, kad teko naudotis retai, kita dalis respondentų (24%) parašė kitas priežastis kaip (pandemijos metu nesinaudojau, neteko dėl uždarytų kelių apribojimų, nesinaudojau ir kt.), dar kita dalis respondentų (15,7%) atsakė, kad naudojosi keletą kartų per mėnesį, mažiausiai respondentų (0,8%) atsakė, kad naudojasi kasdien ir dalis respondentų (2,5%) į klausimą neatsakė.

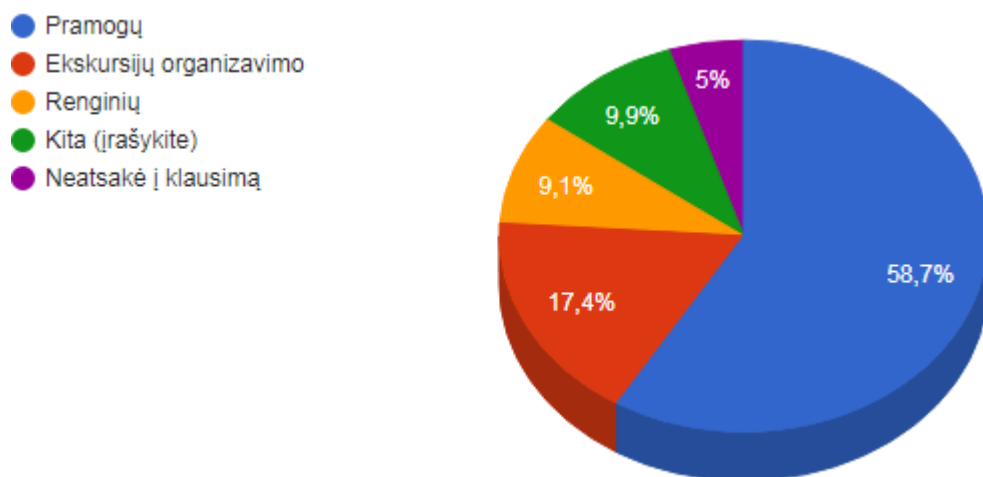
Apibendrinus šios diagramos turimus duomenis, galime teigti, kad pandemijos metu didelė dalis respondentų maitinimo paslaugomis naudojosi retai dėl pandemijos apribojimų, tačiau pandemija nesutrukdė tam, kad visai nesinaudotų. Maitinimo įstaigos ieškojo išeičių verslo plėtrai bei galimybėms teikti paslaugas, todėl respondentai turėjo galimybę naudotis maitinimosi paslaugomis.



13 pav. **Informacijos apie Utenos rajono apgyvendinimo ir maitinimo įmones šaltiniai**

13 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje respondentai atsakė iš kur sužinojo apie Utenos rajone esančias maitinimo ir apgyvendinimo paslaugas. Didžioji dalis respondentų (45,5%) sužinojo iš internete paskelbtos informacijos, kita dalis respondentų (41,3%) sužinojo iš draugų rekomendacijų, dar kita dalis respondentų (6,6%) parašė kitus atsakymus kaip (gyvenu Utenoje, todėl žinau, žino iš visų minėtų šaltinių ir kt.), maža dalis respondentų po (2,5%) sužinojo iš lankstinukų ir iš turizmo informacijos centro. Mažiausia dalis respondentų (1,7%) į klausimą neatsakė.

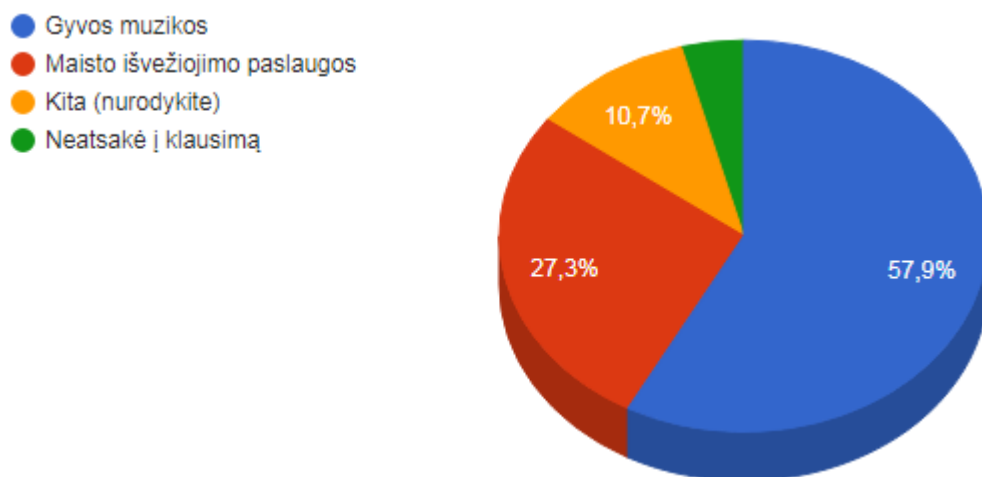
Apibendrinant šios diagramos duomenis, aiškiai matyti, kad didžiausia dalis respondentų sužino apie maitinimo ir apgyvendinimo įmones iš draugų rekomendacijų ir internetinių puslapių. Informacinių technologijų naudojimas šiais laikais yra neatsiejama gyvenimo dalis, todėl galima daryti prielaidą jog didžiausia reklamos sklaida yra internetinėje erdvėje, kur įmonės ir kelia savo reklamas, taip kviesdami naudotis jų paslaugomis.



14 pav. **Paslaugos, kurių pasigendama Utenos rajono apgyvendinimo įmonėse**

14 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje respondentai atsakė, kokių paslaugų pasigenda Utenos rajone esančiose apgyvendinimo įmonėse. Didžioji dalis respondentų (58,7%) labiausiai pasigenda pramogų, kita dalis respondentų (17,4%) norėtų, kad būtų organizuojamos ekskursijos, dar kita dalis respondentų (9,9%) pasirinko kitą variantą (manantis, kad visko užtenka kaip dabar yra, visų minėtų paslaugų reikia ir kt.), taip pat dalis respondentų (9,1%) mano, kad reikia daugiau renginių. Mažiausia dalis respondentų (5%) į klausimą neatsakė.

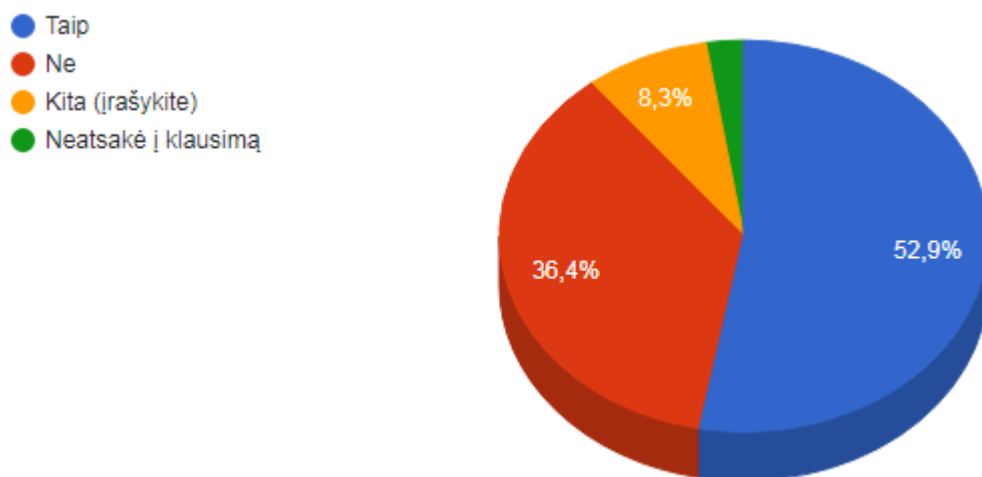
Apibendrinant šią diagramą, galima teigti, kad daugiausia respondentų norėtų, kad Utenos rajono apgyvendinimo įmonėse būtų daugiau pramogų, taip pat nemaža dalis norėtų organizuojamų ekskursijų.



15 pav. **Paslaugos, kurių pasigendama Utenos rajono maitinimo įmonėse**

15 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje respondentai atsakė, kokių paslaugų pasigenda Utenos rajone esančiose maitinimo įmonėse. Didžioji dalis respondentų (57,9%) labiausiai pasigenda gyvos muzikos, kita dalis respondentų (27,3%) pasigenda maisto išvežiojimo paslaugos, dar kita dalis respondentų (10,7%) parašė kitus atsakymus kaip (pasigendame abiejų variantų, neturiu nuomonės ir kt.). Mažiausia dalis respondentų (4,1%) į klausimą neatsakė.

Apibendrinant šią diagramą, galime teigti, kad maitinimo įstaigose pasigendama gyvos muzikos bei maisto išvežiojimo paslaugų, kas labai įtakotų lankytojų pasirinkimą rinktis šias maitinimo įstaigas.

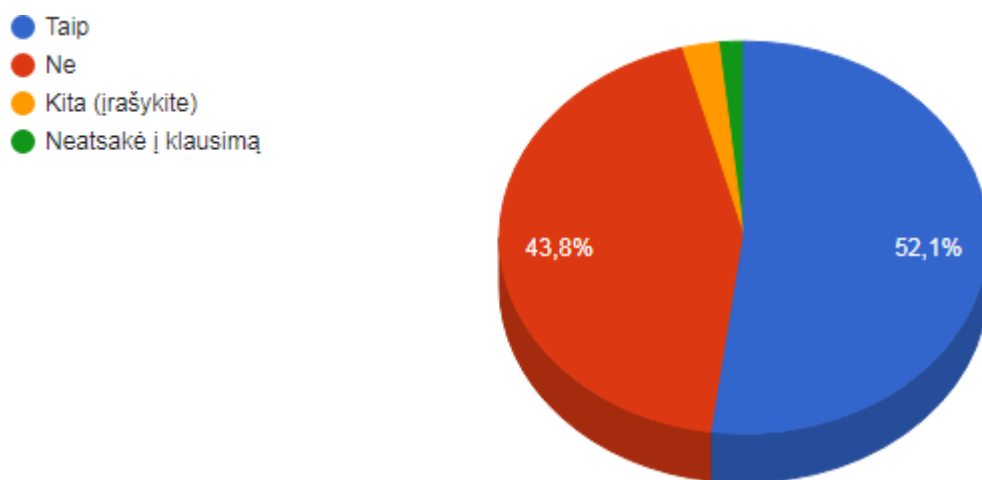


16 pav. **Atsakymų į klausimą „Ar reikia Utenos rajone daugiau įkurti apgyvendinimo įmonių“ procentinis pasiskirstymas**

16 paveiksle pateikiama respondentų nuomonė, ar reikia Utenos rajone įkurti daugiau apgyvendinimo įmonių. Dauguma respondentų (52,9%) mano, kad reikia daugiau įkurti apgyvendinimo įmonių, kita dalis respondentų (36,4%) galvoja, kad daugiau apgyvendinimo įmonių įkurti Utenos rajone nereikia. Dar kita dalis respondentų (8,3%) išreiškė kitą savo nuomonę.

kaip (reikia įkurti jeigu atsiras ir kitų pramogų, neturintis nuomonės ir kt.). Ir visai maža dalis respondentų (2,5%) neatsakė į klausimą.

Apibendrinus galima teigti, kad didžioji dalis respondentų galvoja, kad reikia daugiau įkurti Utenos rajone apgyvendinimo įmonių, tačiau taip pat nemaža dalis respondentų galvoja, kad nereikia. Atsižvelgus ir į kitus atsakymus galima manyti, kad jeigu būtų įkurtos įmonės su kitomis pramogomis, tuomet paklausa tikrai būtų didesnė. Turistai dažniausiai renkasi apgyvendinimo įmonę, kurioje galėtų ne tik pailsėti, bet ir papramogauti ar užsisakyti kitas svečiams teikiamas papildomas paslaugas. Todėl populiareesnės yra didesnės, kuriose yra daugiau paslaugų teikiančios apgyvendinimo įmonės Utenos rajone.

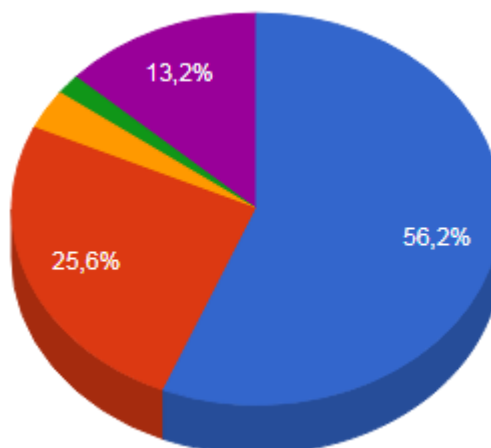


17 pav. Ar reikia Utenos rajone įkurti daugiau maitinimo įmonių procentinis pasiskirstymas

17 paveiksle pateikiama respondentų nuomonė, ar reikia Utenos rajone įkurti daugiau maitinimo įmonių. Dauguma respondentų (52,1%) mano, kad reikia daugiau įkurti maitinimo įmonių, kita dalis respondentų (43,8%) galvoja, kad daugiau maitinimo įmonių įkurti Utenos rajone nereikia. Dar kita dalis respondentų (2,5%) pasakė savo nuomonę kaip nežinantis, ir visai maža dalis respondentų (1,7%) neatsakė į klausimą.

Išanalizavus diagramą, akivaizdžiai matoma, jog respondentai pasiskirstė į dvi dideles grupes, kurie teigia, jog reikia ir nereikia įkurti daugiau maitinimo įstaigų. Galima daryti prielaidą, jog dėl mažos reklamos sklaidos ar žinomumo, dalis maitinimo įstaigų yra tiesiog ne tokios populiarios ir žinomos respondentams ir norima, kad maitinimo įstaigų būtų daugiau.

- Iki 100Eur
- 100-200Eur
- 200-300Eur
- 300Eur ir daugiau
- Neatsakė į klausimą

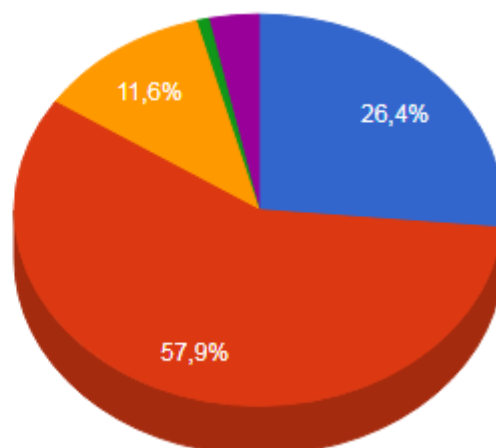


18 pav. **Suma, kurią dažniausiai išleidžia apgyvendinimo paslaugoms**

18 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje respondentai pateikė informaciją, kokią dažniausiai sumą išleidžia apgyvendinimo paslaugoms Utenos rajone. Iš atsakymų matome, kad dauguma respondentų (56,2%) išleidžia iki 100 eurų. Kita respondentų nemaža dalis (25,6%) išleidžia 100-200 eurų, dar kita dalis respondentų (3,3%) išleidžia 200-300 eurų ir visai maža dalis respondentų (1,7%) išleidžia 300 eurų ir daugiau. Kita likusi dalis respondentų (13,2%) neatsakė į klausimą.

Apibendrinus galima teigti, kad Utenos rajono turistai daugiausia renkasi apgyvendinimo įmones, kurių kaina neviršija 100 eurų biudžeto.

- Iki 20Eur
- 20-50Eur
- 50-100Eur
- 100Eur ir daugiau
- Neatsakė į klausimą

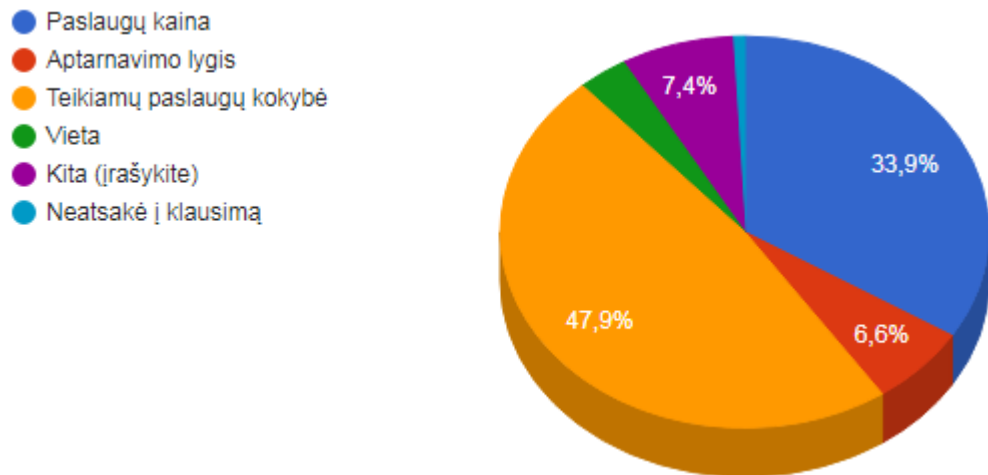


19 pav. **Suma, kurią paprastai išleidžia maitinimo paslaugoms**

19 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje respondentai pateikė informaciją kokią dažniausiai sumą išleidžia maitinimo paslaugoms Utenos rajone. Iš atsakymų matome, kad dauguma respondentų (57,9%) išleidžia 20-50 eurų. Kita respondentų nemaža dalis (26,4%) išleidžia iki 20 eurų, dar kita dalis respondentų (11,6%) išleidžia 50-100 eurų ir visai maža dalis

respondentų (0,8%) išleidžia 100 eurų ir daugiau. Kita likusi dalis respondentų (3,3%) neatsakė į klausimą.

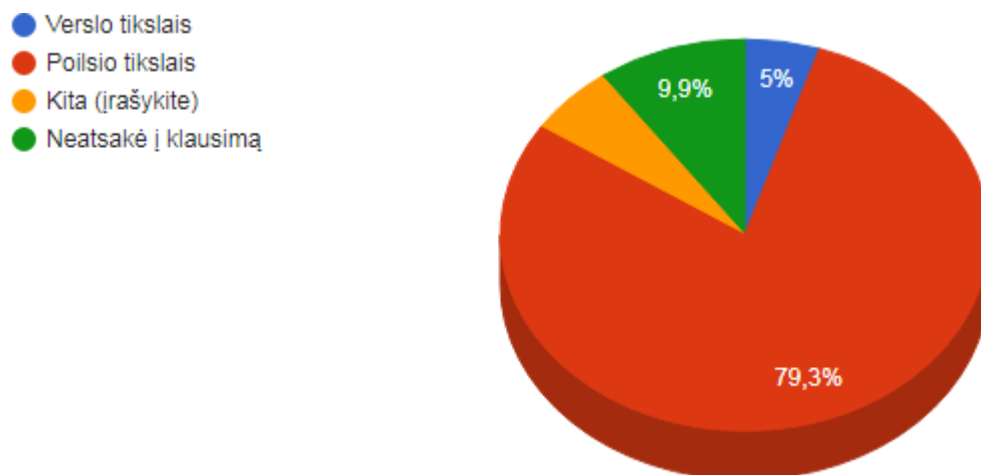
Apibendrinus galima teigti, kad Utenos rajono turistai daugiausia renkasi maitinimo įmones, kuriose gali maitinimo paslaugoms išleisti 20-50 eurų, taip pat nemaža dalis renkasi, kur gali dar mažiau išleisti savo biudžeto t.y iki 20 eurų.



20 pav. **Kriterijai, kurie yra svarbiausi renkantis apgyvendinimo ir maitinimo įmones**

20 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje respondentai atsakė, kurie kriterijai jiems yra svarbiausi renkantis apgyvendinimo ir maitinimo įmones. Didžioji dalis respondentų (47,9%) renkasi įmones atsižvelgdami į teikiamų paslaugų kokybę, kita dalis respondentų (33,9%) renkasi atsižvelgdami į kainą, dar kita dalis respondentų (7,4%) parašė kitus atsakymus kaip (visi svarbus kriterijai, nežinantis ir kt.), maža dalis respondentų (6,6%) renkasi pagal aptarnavimo lygį, ir mažiausia dalis respondentų (3,3%) renkasi pagal vietą.

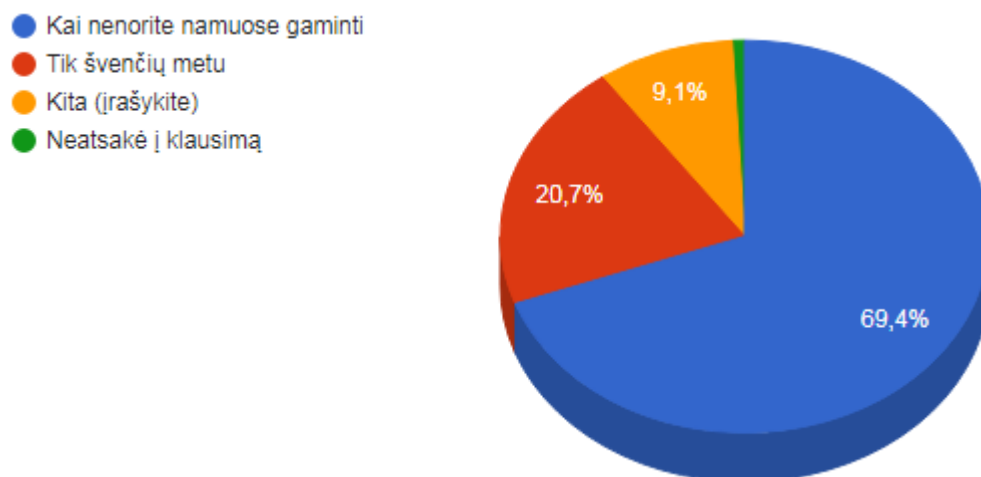
Apibendrinant šios diagramos duomenis, aiškiai matyti, kad didžiausia dalis respondentų įmones renkasi, atsižvelgdami į teikiamų paslaugų kokybę ir paslaugų kainą. Galime teigti, kad daugiausia turistų sulaukia įmonės, kurios daugiausia dėmesio skiria teikiamų paslaugų kokybei bei tos, kurios pasiūlo patrauklią kainą.



21 pav. Dažniausi apgyvendinimo paslaugų pasirinkimo tikslai

21 paveiksle pateikiama respondentų nuomonė, koku tikslu dažniausiai renkami apgyvendinimo paslaugas Utenos rajone. Dauguma respondentų (79,3%) renkami poilsio tikslais, kita dalis respondentų (5%) renkami verslo tikslais, dar dalis respondentų (5,8%) pasakė savo nuomonę, kad renkami apgyvendinimo paslaugas dėl tarptautinių projektų ir dalis nesirenka apgyvendinimo paslaugų, ir dalis respondentų (9,9%) neatsakė į klausimą.

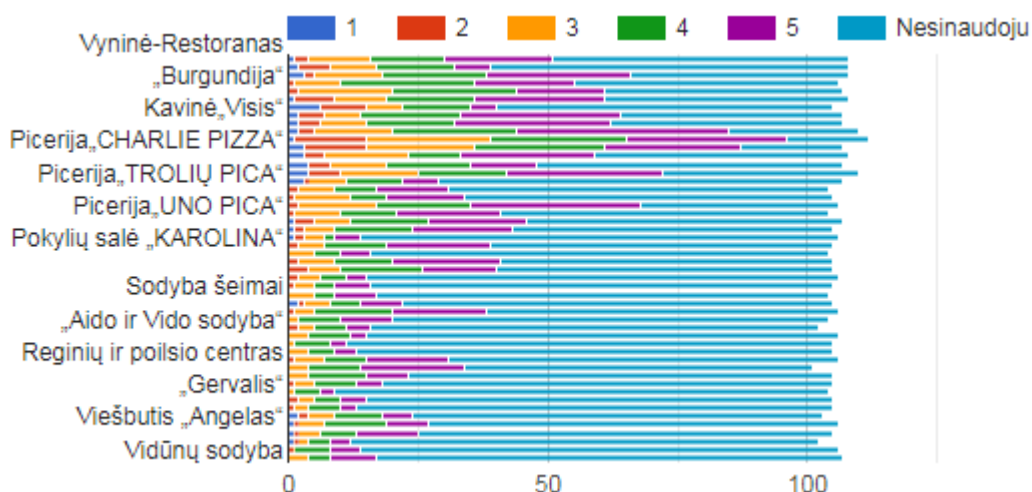
Apibendrinus galima teigti, kad didžioji dalis respondentų Utenos rajone renkami apgyvendinimo paslaugas poilsio tikslais. Toks respondentų įvertinimas tik patvirtina, kad Utenos miestas ir rajonas yra patrauklus teikiamomis paslaugomis.



22 pav. Dažniausi maitinimo paslaugų pasirinkimo tikslai

22 paveiksle pateikiama respondentų nuomonė, koku tikslu dažniausiai renkami maitinimo paslaugas Utenos rajone. Dauguma respondentų (69,4%) renkami, kai nenori namuose gaminti, kita dalis respondentų (20,7%) renkami tik švenčių metu, dar dalis respondentų (9,1%) pasakė savo nuomonę kaip (dėl visų išvardintų tikslų, norintis pabendrauti su draugais, pagal norą ir kt.), ir dalis respondentų (0,8%) neatsakė į klausimą.

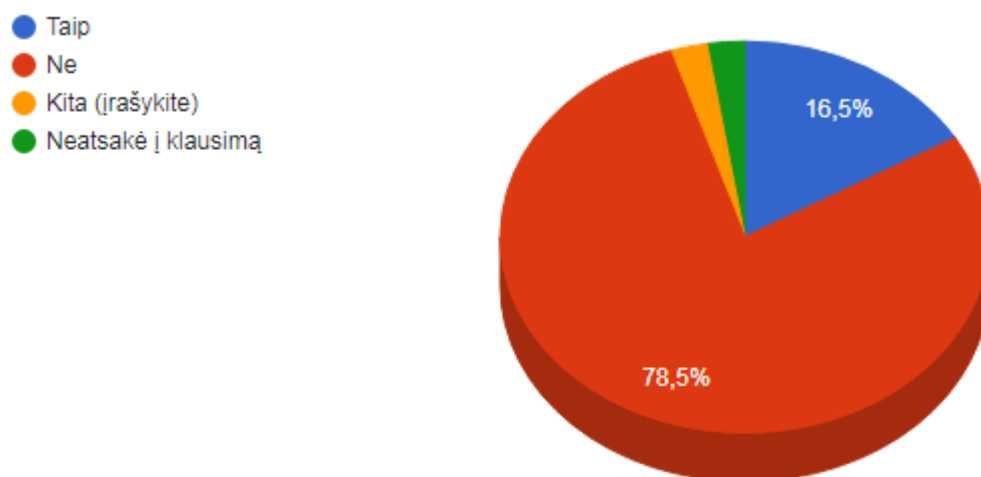
Apibendrinus galima teigti, kad didžioji dalis respondentų Utenos rajone renkasi maitinimo paslaugas, kai nenori gaminti namuose, o tai maitinimo įmonėms labai naudinga, tokių atvejų turi daug klientų.



23 pav. Utenos rajono svetingumo sektoriaus teikiamų paslaugų kokybės vertinimas

23 paveiksle pateikiama Utenos rajono svetingumo sektoriaus teikiamų paslaugų kokybės vertinimas. Respondentai vertino svetingumo paslaugas teikiančių įmonių paslaugas nuo 1 iki 5 balų. Respondentai geriausiai įvertino Charlie pizza teikiamas paslaugas. Šiek tiek mažesnę vertinimą gavo Uno pica. Patį mažiausią įvertinimą gavo Vidūnų sodyba.

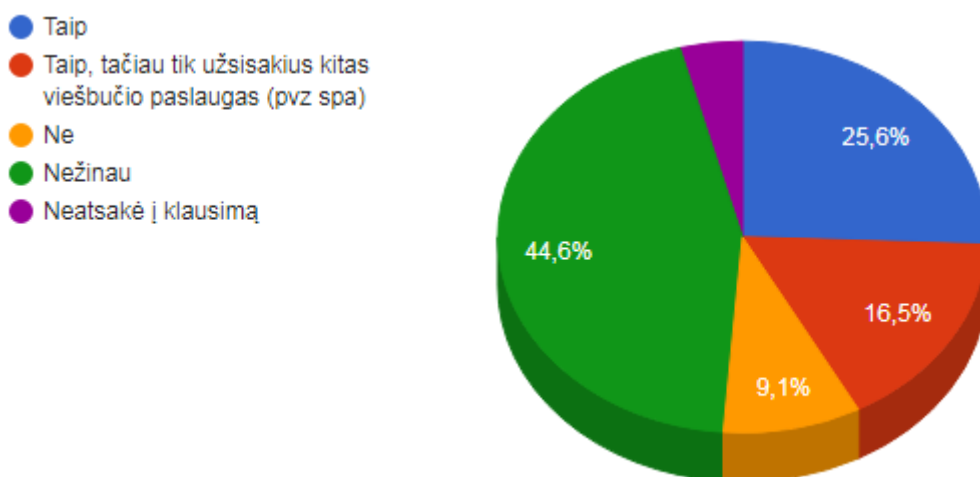
Išanalizavus pateiktus duomenis, galima teigti, jog respondentai geriausiai vertina maitinimo paslaugas teikiančios Charlie pizza picerija. Galima paminėti, jog ši vieta yra Utenos centre, ji teikia maitinimo paslaugas ir teikia maisto išsinešimui paslaugas, tad galima daryti prielaidą, jog dėl šių priežasčių respondentai geriausiai įvertino būtent šią piceriją.



24 pav. Ar laiko save pastoviu Utenos rajono svetingumo sektoriaus klientu procentinis pasiskirstymas

24 paveiksle pateikiama respondentų nuomonė, ar laiko save pastoviu Utenos rajono svetingumo sektoriaus klientu. Dauguma respondentų (78,5%) mano, kad nėra pastovūs svetingumo sektoriaus klientai, kita dalis respondentų (16,5%) galvoja, kad yra pastovūs Utenos rajono svetingumo sektoriaus pastovus klientai. Dar kita dalis respondentų (2,5%) išreiškė savo nuomonę, kad tik vasaros metu yra Utenos rajono svetingumo sektoriaus klientai. Dalis respondentų (2,5%) neatsakė į klausimą.

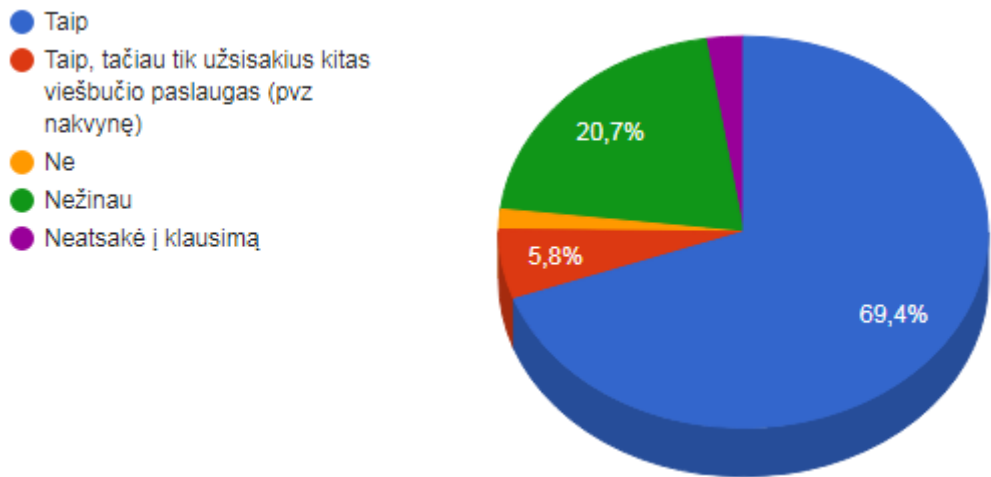
Apibendrinus, galima teigti, kad didžioji dalis respondentų galvoja, kad nėra Utenos rajono svetingumo sektoriaus klientai.



25 pav. Ar rinksitės kitą kartą Utenos rajono apgyvendinimo paslaugas procentinis pasiskirstymas

25 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje respondentai pateikė informaciją, ar rinksis kitą kartą Utenos rajono apgyvendinimo paslaugas. Iš atsakymų matome, kad didžioji dalis respondentų (44,6%) nežino, ar dar kada nors naudosis Utenos rajono apgyvendinimo paslaugomis, kita dalis respondentų (25,6%) sako, kad dar žada naudotis apgyvendinimo paslaugomis, kita nemaža dalis respondentų (16,5%) galvoja, kad naudosis apgyvendinimo paslaugomis, tik kitą kartą rinksis apgyvendinimo paslaugas, kad kartu būtų ir kitokių paslaugų (pvz. SPA), dar dalis respondentų (9,1%) išreiškė nuomonę, kad nebesinaudos Utenos rajono apgyvendinimo paslaugomis ir mažoji dalis respondentų (4,1%) neatsakė į klausimą.

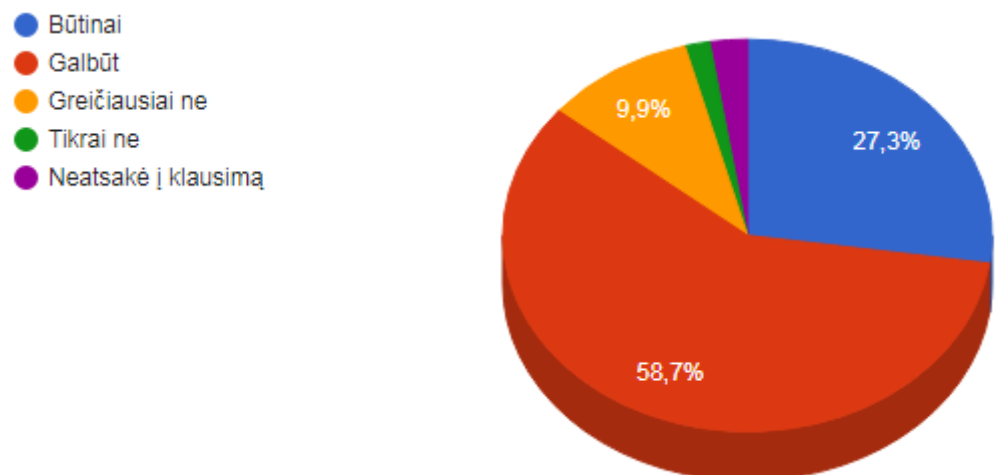
Apibendrinus, galima teigti, kad Utenos rajono apgyvendinimo paslaugų didžioji dalis respondentų dar svarsto ar rinksis. Tačiau nemaža dalis sako, kad rinksis, taip pat dalis, kad rinksis jei bus ir kitų paslaugų įmonėje. Galima teigti, kad Utenos rajono apgyvendinimo paslaugomis daugiau respondentų norės naudotis, jei apgyvendinimo įmonės galės pasiūlyti ir kitokių paslaugų (pvz. SPA).



26 pav. Ar rinksitės maitinimo paslaugas Utenos rajone kitą kartą procentinis pasiskirstymas

26 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje respondentai pateikė informaciją, ar rinksis maitinimo paslaugas Utenos rajone kitą kartą. Iš atsakymų matome, kad didžioji dalis respondentų (69,4%) išreiškia nuomonę, kad planuoja naudotis maitinimo paslaugomis, kita nemaža dalis respondentų (20,7%) nežino, ar dar kada naudosis maitinimo paslaugomis Utenoje, dar kita dalis respondentų (5,8%) galvoja, kad naudosis maitinimo paslaugomis, tik kitą kartą rinksis maitinimo paslaugas, kad kartu būtų ir kitokių paslaugų (pvz. SPA ar nakvynė), dar dalis respondentų (1,7%) sako, kad nebesinaudos Utenos rajono maitinimo paslaugomis ir maža dalis respondentų (2,5%) neatsakė į klausimą.

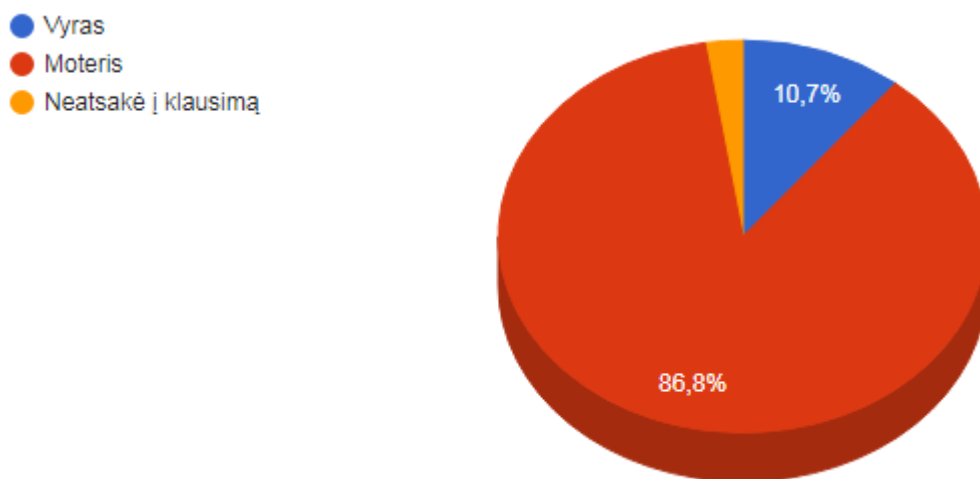
Apibendrinus galima teigti, kad Utenos rajono maitinimo paslaugomis turistai mielai naudojami ir žada toliau jomis naudotis. Toks respondentų įvertinimas maitinimo įmonėms yra labai svarbus ir atsiranda dar didesnis noras turistus patenkinti savo paslaugomis.



27 pav. Ar rekomenduotų Utenos rajono svetingumo sektoriaus paslaugas kitiems turistams

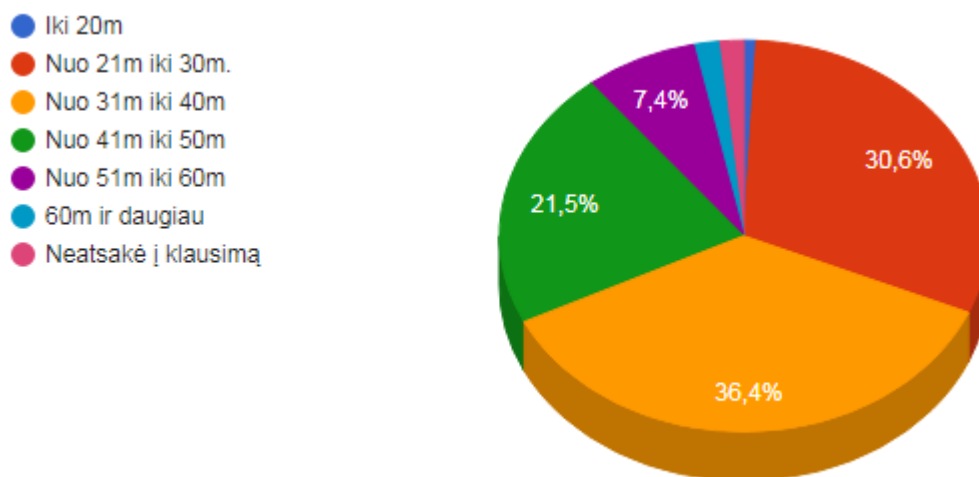
27 paveiksle pateikiama respondentų nuomonė, ar rekomenduotų kitiems turistams naudotis Utenos rajono svetingumo sektoriaus paslaugomis. Dauguma respondentų (58,7%) kitiems galbūt rekomenduotų svetingumo sektoriaus įmones Utenos rajone, kita nemaža dalis respondentų (27,3%) sako, kad būtinai rekomenduotų, tai parodo, kad svetingumo įmonės yra patrauklios ir atitinka turistų lūkesčius. Nedidelė dalis respondentų (9,9%) mano, kad greičiausiai nerekomenduotų ir visai maža dalis respondentų (1,7%) pasakė, kad nerekomenduotų Utenos rajono svetingumo sektoriaus įmonių.

Apibendrinus galima teigti, kad Utenos rajono svetingumo sektoriaus paslaugos atitinka pageidavimus ir yra teigiamai įvertinamos. Dauguma respondentų rekomenduotų naudotis Utenos rajone svetingumo paslaugomis.



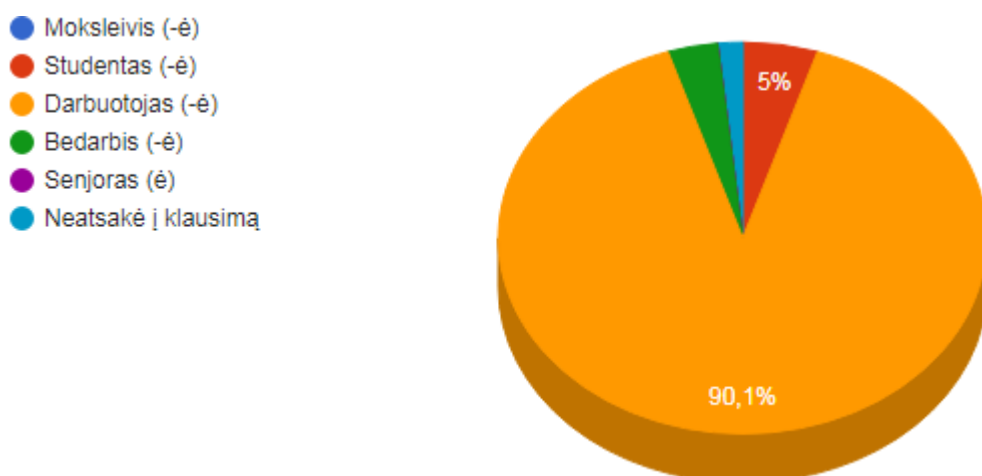
28 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį

Pateiktoje diagramoje matome, kad daugiausia respondentų (86,8%) atsakiusių į anketos užduotus klausimus yra moterys, kita maža dalis respondentų (10,7%) yra vyrai. Ir visai maža dalis respondentų (2,5%) neatsakė į klausimą. Apibendrinus diagramos duomenis, galima teigti, kad tarp respondentų aktyvesnės yra moteriškos lyties atstovės.



29 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių

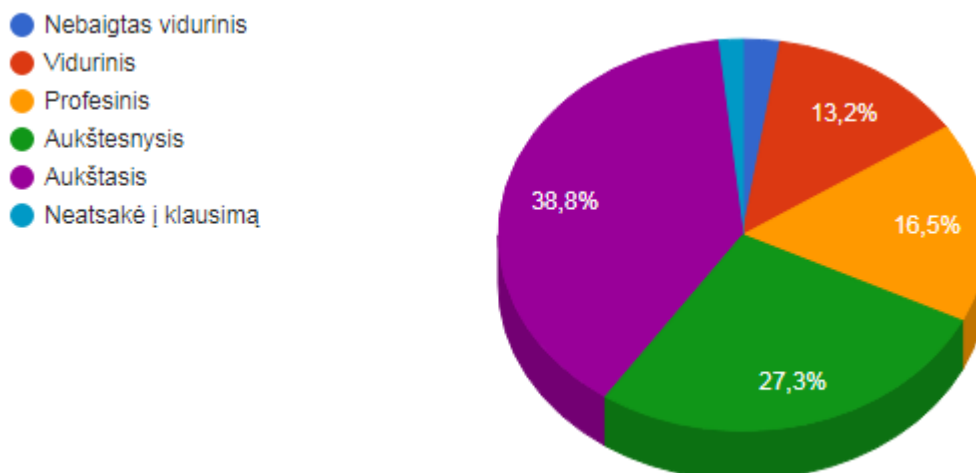
Tyrimo metu taip pat yra nustatyta respondentų pasiskirstymas pagal amžių. Pateiktoje diagramoje matome, kad daugiausia atsakiusiųjų respondentų (36,4%) amžius yra 31 - 40m., kita nemaža dalis respondentų (30,6%) amžius yra 21 - 30m, taip pat nemaža dalis respondentų (21,5%) amžius yra 41 - 50m. Maža dalis respondentų (7,4%) amžius yra 51 - 60m. dar mažesnė dalis respondentų (1,7%) amžius yra virš 60m. ir labai maža dalis respondentų (0,8%) amžius yra iki 20m. Taip pat maža dalis respondentų (1,7%) neatsakė į klausimą. Išanalizavus diagramos duomenis, galima teigti, kad tarp respondentų aktyviausi buvo 21-50 metų amžiaus žmonės.



30 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal užsiėmimą

Svarbus klausimas, nagrinėjant Utenos rajono svetingumo sektoriaus vystymosi galimybes Utenos rajone yra respondentų užsiėmimas. Respondentų buvo prašoma suteikti informaciją apie jų užsiėmimą. Išanalizavus gautus duomenis (žr. pav. Nr. 30) paaiškėjo, kad didžiausia dalis respondentų (90,1%) yra darbuotojai, kita maža dalis respondentų (5%) yra studentai, dar mažesnė dalis (3,3%) yra bedarbiai ir visai maža dalis respondentų (1,7%) neatsakė į klausimą. Apibendrinus duomenis, galima teigti, kad didžioji dalis respondentų yra darbuotojai.

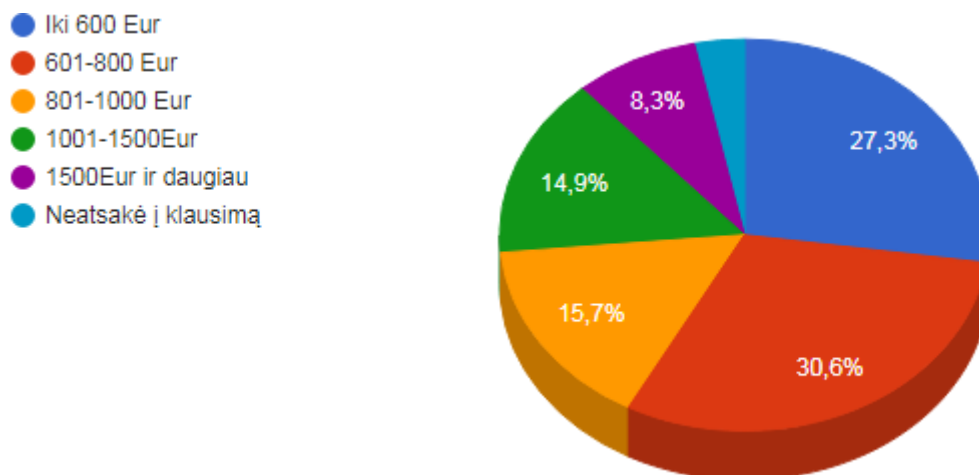
Galima daryti prielaidą, jog dirbantys asmenys gali sau leisti daugiau ir dažniau gali rinktis apgyvendinimo bei maitinimo paslaugas.



31 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą

Dar vienas klausimas svarbus nagrinėjant Utenos rajono svetingumo sektoriaus vystymosi galimybes yra paslaugų gavėjų išsilavinimas. Respondentų 25-tu klausimu buvo prašoma suteikti informaciją apie turimą išsilavinimą. Išanalizavus gautus duomenis (žr. pav. Nr. 31) paaiškėjo, kad didžiausia dalis respondentų (38,8%) turi aukštąjį išsilavinimą, kita dalis respondentų (27,3%) turi aukštesnįjį išsilavinimą, dar kita dalis respondentų (16,5%) turi profesinį išsilavinimą, taip pat dalis respondentų (13,2%) turi vidurinį išsilavinimą ir maža dalis respondentų (2,5%) yra nebaigę vidurinės. Mažiausia dalis respondentų (1,7%) neatsakė į klausimą.

Apibendrinant galima teigti, kad didžioji dalis respondentų po vidurinės siekė didesnio išsilavinimo ir tęsė studijas toliau. Todėl iš diagramos duomenų matome, kad dauguma turi aukštesnį išsilavinimą.



32 pav. Vidutinės respondentų mėnesio pajamos

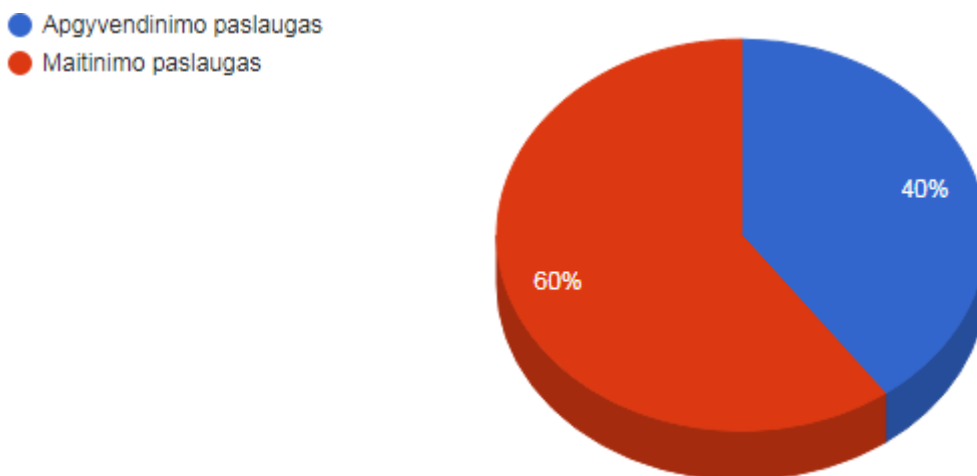
Tyrimo metu taip pat yra nustatyta respondentų vidutinės mėnesio pajamos. Pateiktoje diagramoje matome, kad daugiausia atsakiusių respondentų (30,6%) gauna 601-800 eurų per mėnesį. Kita nemaža dalis respondentų (27,3%) gauna iki 600 eurų per mėnesį, taip pat nemaža dalis respondentų (15,7%) gauna 801-1000 eurų per mėnesį. Dar nemaža dalis respondentų (14,9%) gauna 1001-1500 eurų per mėnesį. Ir tik maža dalis respondentų (8,3%) gauna daugiau nei 1500 eurų per mėnesį. Taip pat buvo maža dalis respondentų (3,3%) kurie neatsakė į klausimą. Apibendrinus diagramos duomenis, galima teigti, kad didžiosios dalies respondentų vidutinės mėnesio pajamos yra iki 600 eurų per mėnesį ir 601-800 eurų per mėnesį. Deja, bet mažiausiai respondentų gauna 1500 eurų ir daugiau eurų per mėnesį.

Dar vienas labai svarbus klausimas, nagrinėjant svetingumo sektoriaus vystymosi galimybes Utenos rajone, yra turistų gyvenamoji vieta. Nemaža dalis respondentų atsakė, kad gyvena Utenoje ar Utenos rajone. Didžioji dalis respondentų yra iš kitų Lietuvos miestų ir keletas iš užsienio šalių. Į Utenos kraštą respondentai buvo atvykę iš Marijampolės, Klaipėdos, Zarasų, Vilniaus, Kėdainių, Plungės, Kaišiadorių, Anykščių, Elektrėnų, Ukmergės ir Rokiškio miestų. Taip pat dalis respondentų buvo atvykę ir iš užsienio šalių, tokių kaip Airija, Norvegija ir Kaliningradas.

Apibendrinant galima teigti, kad didžiajai daliai turistų Utenos kraštas yra patrauklus ir moka pritraukti turistus. Turistų atvykimas į Utenos kraštą yra geras įvertinimas svetingumo sektoriui ir tik dar labiau skatina šio sektoriaus paslaugas vystyti.

2.3.2 Utenos rajono svetingumo įmonių anketinė apklausa

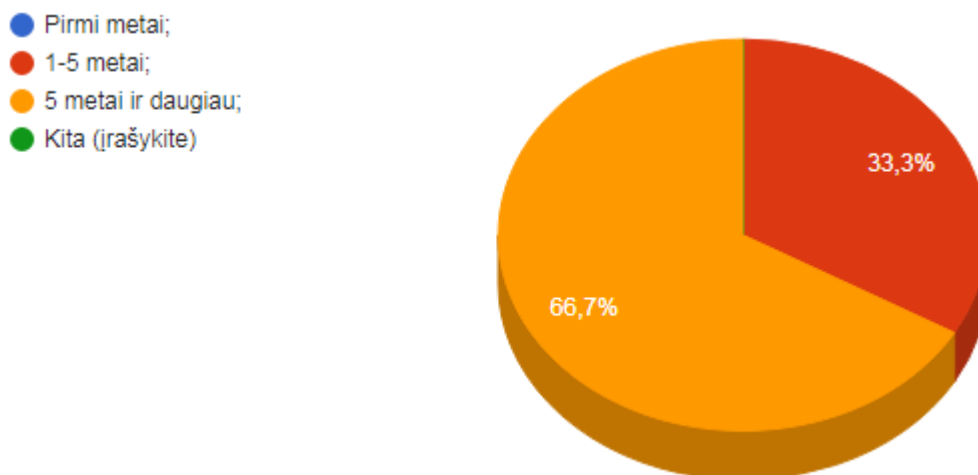
Darbo autorės pagrindinis anketinės apklausos analizės tikslas - išsiaiškinti Utenos rajono svetingumo sektoriaus vystymo galimybes Covid-19 pandemijos laikotarpiu. Taip pat išsiaiškinti, ar pandemija stipriai pakenkė įmonėms ir kaip sekėsi įmonėms tvarkytis su pandemijos pasekmėmis.



33 pav. Įmonių veiklos pobūdis

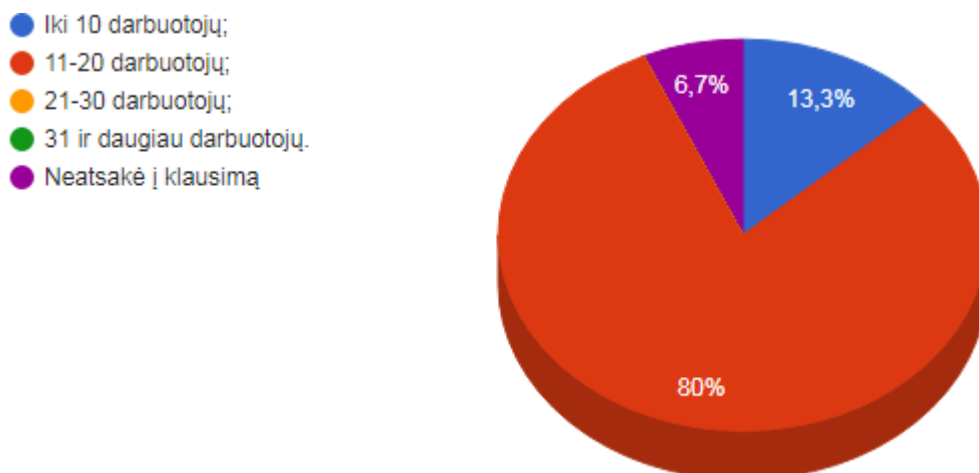
33 paveiksle pateikiama Utenos rajono svetingumo įmonių veiklos pobūdis. Daugiausia (60%) anketų užpildė maitinimo įmonės. Likusią dalį (40%) užpildė apgyvendinimo paslaugas teikiančios įmonės.

Išanalizavus diagramą, galima teigti, kad Utenos rajono svetingumo sektoriuje aktyviau į užduotus klausimus atsakė maitinimo įmonės.



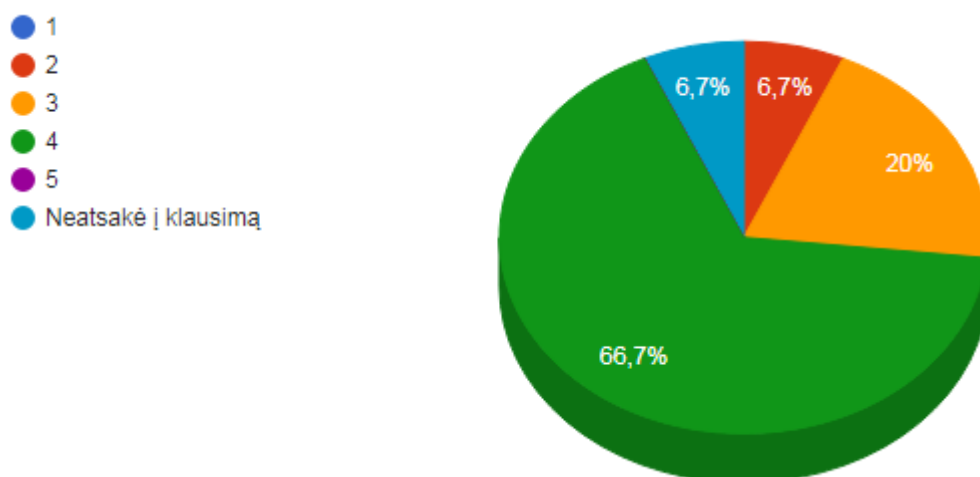
34 pav. **Veiklos vystymo laikotarpis**

34 paveiksle pateikiama Utenos rajono svetingumo įmonių veiklos vystymo laikotarpis. Didžioji dalis (66,7%) atsakiusiųjų įmonių savo verslus plėtoja penki metai ir daugiau, likusi dalis (33,3%) pasisakė, kad vykdo įmonės veiklą 1-5 metai. Apibendrinus galima teigti, kad Utenos rajono svetingumo sektoriuje yra daugiau įmonių, kurios savo veiklą vykdo daugiau nei penkis metus. Tačiau nemaža dalis įmonių yra dar neilgai vykdančių veiklą, kurioms iš pateikto intervalo matosi, kad taip pat sekasi neblogai vykdyti veiklą.



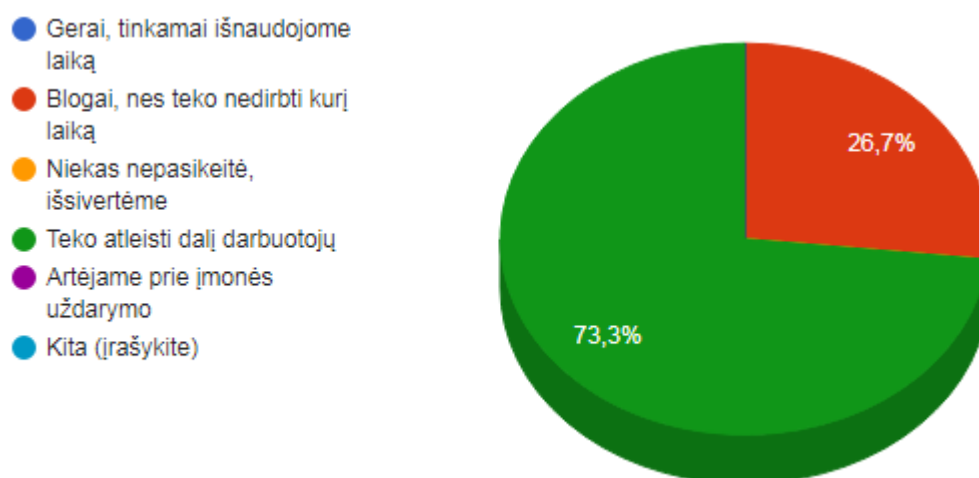
35 pav. **Darbuotojų skaičius įmonėje**

35 paveiksle pateikiama Utenos rajono svetingumo įmonių darbuotojų skaičius įmonėse. Didžioji dalis (80%) atsakiusiųjų įmonių sako, kad jų įmonėse dirba 11-20 žmonių. Kita dalis (13,3%) įmonių įvardija, kad pas juos dirba iki 10 darbuotojų ir labai maža dalis (6,7%) įmonių neatsakė į klausimą. Apibendrinus galima teigti, kad Utenos rajono svetingumo sektoriaus įmonėse daugiausia dirba 11-20 darbuotojų. Tai optimalus skaičius nedidelėms įmonėms, kurios siekia aptarnauti savo klientus.



36 pav. Kaip sekėsi vystyti verslą iki Covid-19 pandemijos procentinis pasiskirstymas

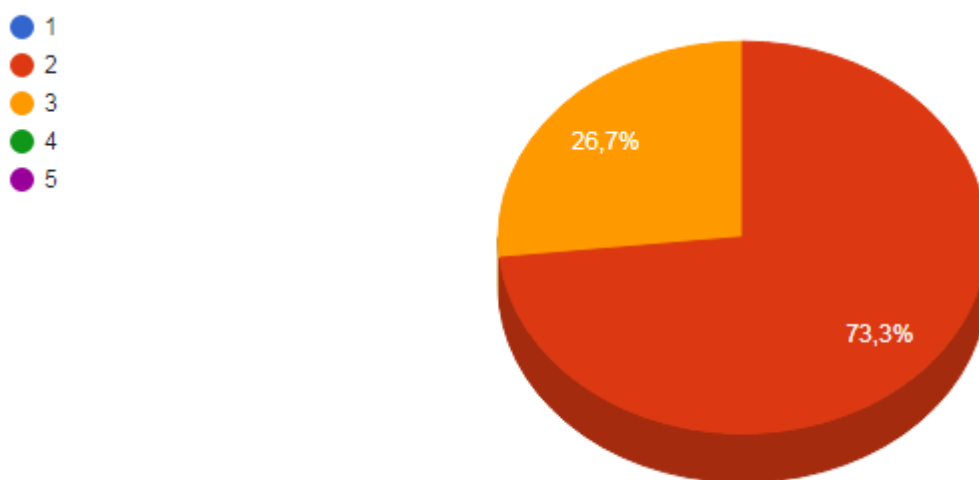
36 paveiksle matome, kad daugumai (66,7%) Utenos rajono svetingumo įmonių verslams sekėsi gerai vystyti verslus. Nemaža dalis (20%) įmonių teigia, kad iki pandemijos su verslu sekėsi normaliai ir tik maža dalis (6,7%) verslų sako, kad sekėsi blogai. Į klausimą neatsakė (6,7%) įmonių. Apibendrinus galima teigti, kad Utenos rajono maitinimo ir apgyvendinimo įmonėms iki Covid-19 pandemijos sekėsi tikrai gerai vystyti verslus.



37 pav. Covid-19 pandemijos poveikis verslui

Respondentams buvo pateiktas klausimas apie pandemijos COVID - 19 poveikį jų verslams. Respondentų atsakymų procentinis pasiskirstymas pateiktas 35 paveiksle. Iš atsakymų matosi, kad daugumai (73,3%) įmonių sekėsi prastai, teko atleisti dalį darbuotojų, kita dalis (26,7%) respondentų teigia, kad taip pat sekėsi blogai, nes teko kurį laiką nedirbti. Pandemijos metu apribojimai buvo skirti visoms paslaugas teikiančioms įmonėms, kurios turėjo nutraukti, sustabdyti ar kitaip apriboti savo veiklą.

Apibendrinus Utenos rajono svetingumo įmonių verslų atsakymus galima teigti, kad Covid-19 pandemija blogai paveikė verslus. Deja, bet Utenos rajono svetingumo įmonėms tai pasijautė labiau blogąja prasme.

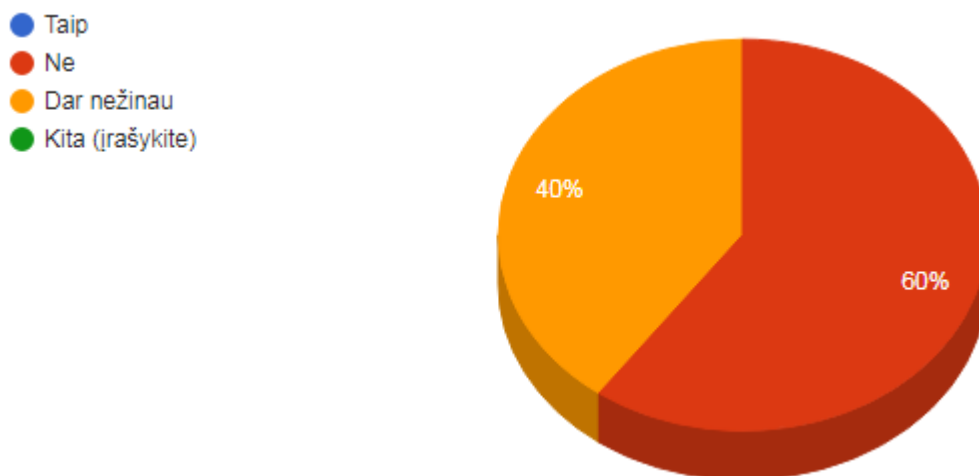


38 pav. Valstybės paramos vertinimas verslo vystymui pandemijos metu

Respondentams buvo pateiktas klausimas apie valstybės paramos vertinimą verslo vystymui pandemijos metu. Respondentų atsakymų procentinis pasiskirstymas pateiktas 36 paveiksle. Įmonių buvo prašyta įvertinti penkių balų skalėje, kaip vertina valstybės paramą verslams vystyti pandemijos metu, kur 1 – labai blogai 5 – labai gerai. Iš respondentų atsakymų matome, kad dauguma (73,3%) įmonių valstybės paramą vertina blogai, kita dalis (26,7%) verslų, sako, kad valstybės paramą vertina vidutiniškai. Iš viso per 2020m buvo skirta per 79mln. Eur subsidijų verslams išsaugoti Lietuvoje. Apibendrinus Utenos rajono svetingumo įmonių verslų atsakymus galima teigti, kad valstybės parama verslams COVID-19 pandemijos metu yra blogai vertinama.

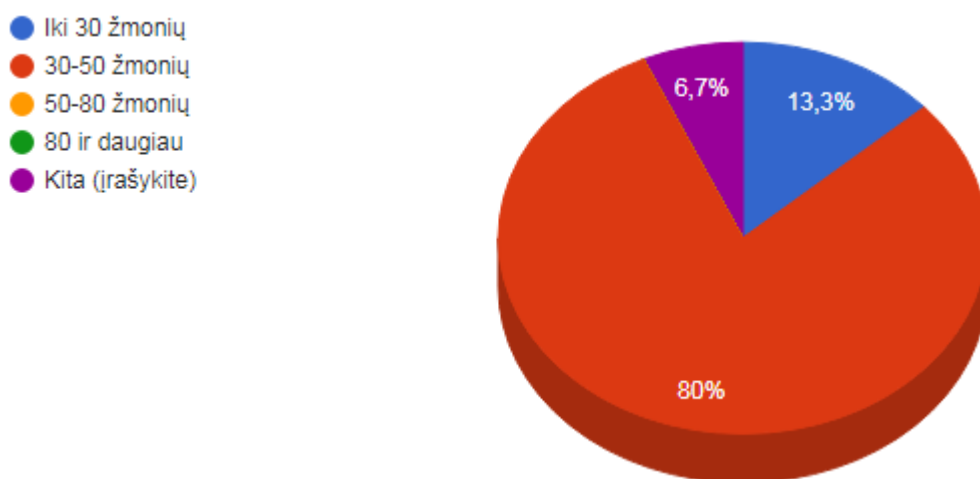
Taip pat įmonių buvo klausta, ar planuoja plėstis pasibaigus pandemijai. Visos įmonės (100%) yra vienos nuomonės, kad pasibaigus pandemijai neplanuoja plėstis.

Apibendrinus galima daryti prielaidą jog pandemijos sukelti apribojimai bei stabdomos veiklos, finansiškai pakenkė įmonėms, ko pasekoje įmonės neketina plėstis.



39 pav. **Ar planuoja pandemijai pasibaigus priimti daugiau darbuotojų procentinis pasiskirstymas**

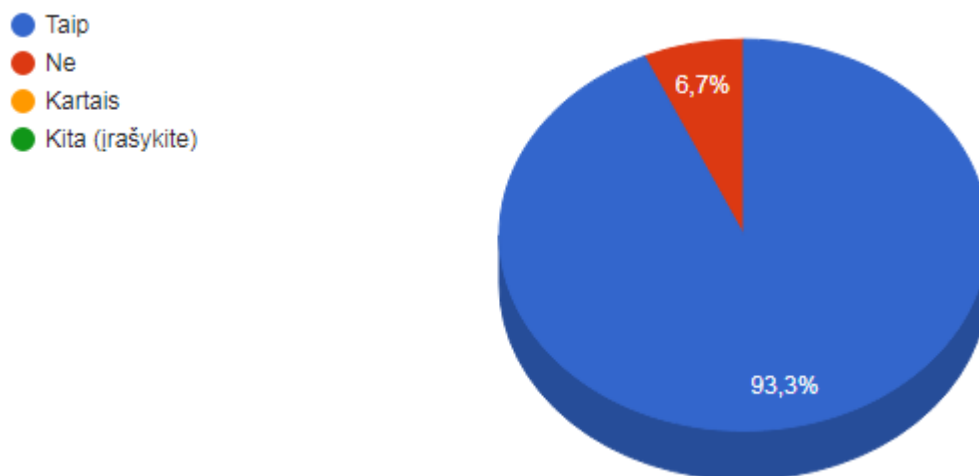
39 paveiksle pavaizduota diagrama, kurioje buvo klausta, ką įmonių vadovai planuoja daryti pandemijai pasibaigus, ar priimti daugiau darbuotojų ar ne. Matosi, kad dauguma (60%) įmonių neplanuoja priimti daugiau darbuotojų, kita dalis (40%) įmonių dar nežino, kaip darys pandemijai pasibaigus. Apibendrinus įmonių atsakymus, galima teigti, kad Utenos rajono maitinimo ir apgyvendinimo įmonės pandemijai pasibaigus kuris laikas neplanuoja priimti daugiau darbuotojų. Pandemijos laikotarpiu patirta žala bei mėginimas išsaugoti esamus darbuotojus įtakojo įmonių sprendimus nesiplėsti bei nepriimti daugiau darbuotojų.



40 pav. **Svečių kiekis, kurį gali aptarnauti šiuo metu**

40 paveiksle pateikiama Utenos rajono svetingumo įmonių diagrama, kurioje pavaizduota, kiek šiuo metu įmonės gali aptarnauti svečių. Didžioji dalis (80%) atsakiusių įmonių įvardija, kad jų įmonės šiuo metu gali aptarnauti 30-50 svečių. Kita dalis (13,3%) įmonių teigia, kad gali aptarnauti iki 30 svečių šiuo metu ir labai maža dalis (6,7%) įmonių pasakė kitą nuomonę, kad šiuo metu yra prastovoje. Apibendrinus galima teigti, kad Utenos rajono svetingumo sektoriaus

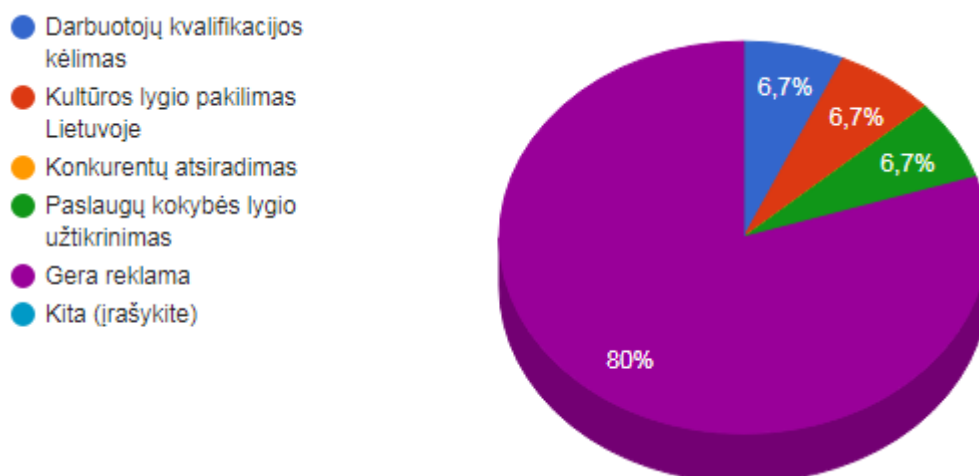
įmonių didžioji dalys šiuo metu gali aptarnauti 30-50 svečių. Pandemijos metu tai yra neblogas skaičius Utenos rajono maitinimo ir apgyvendinimo įmonėms.



41 pav. Ar jaučiama konkurencija Utenos rajone svetingumo sektoriuje procentinis pasiskirstymas

41 paveiksle pateikiama diagrama, kurioje Utenos rajono įmonių buvo prašyta atsakyti, ar jaučia konkurenciją svetingumo sektoriuje. Didžioji dalis (93,3%) įmonių atsakė, kad jaučia konkurenciją ir tik maža dalis (6,7%) verslų, sako, kad nejaučia jokios konkurencijos.

Apibendrinus Utenos rajono svetingumo įmonių verslų atsakymus galima teigti, kad Utenos svetingumo sektoriaus įmonės jaučia konkurenciją tarp įmonių. Didelis įmonių skaičius šiame sektoriuje daro įtaką konkurencijai.

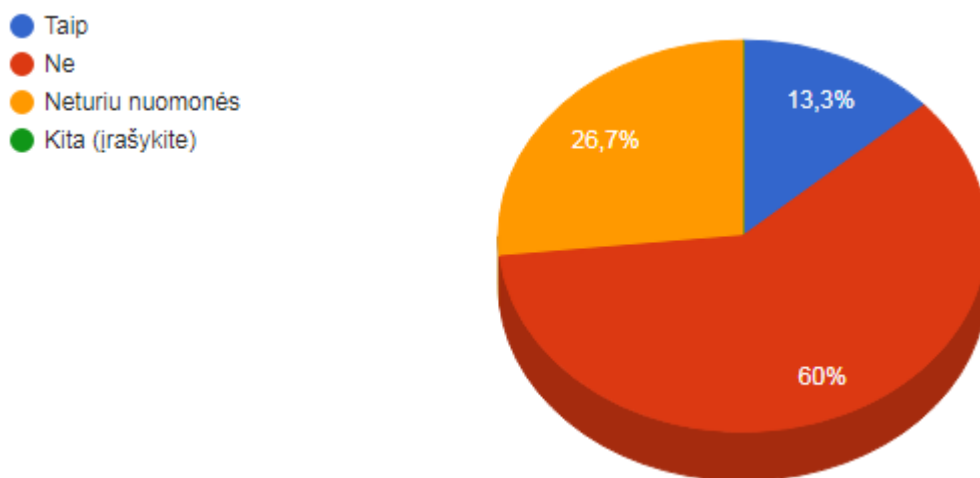


42 pav. Įmonių nuomonė, kas padėtų pagerinti svetingumo lygį maitinimo ir nakvynės sektoriuje

42 paveiksle matome, kad dauguma (80%) Utenos rajono svetingumo įmonių galvoja, kad gera reklama pagerintų lygį maitinimo ir nakvynės sektoriuje. Ir tik maža dalis po (6,7%) įmonių atsakė, kad pagerintų svetingumo lygį maitinimo ir nakvynės sektoriuje darbuotojų

kvalifikacijos kėlimas, kultūros lygio pakilimas Lietuvoje ir paslaugų kokybės lygio užtikrinimas.

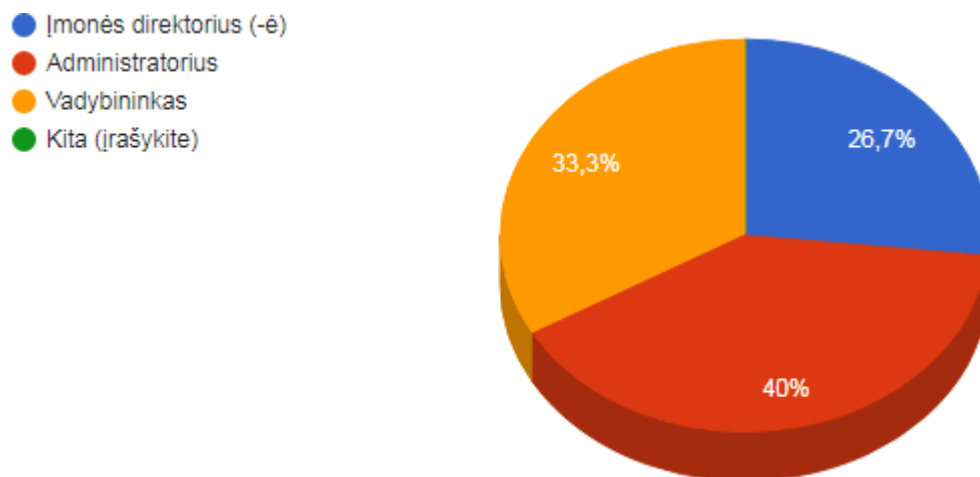
Apibendrinus galima teigti, kad dauguma Utenos rajono maitinimo ir apgyvendinimo įmonių galvoja, kad tik gera reklama gali padėti pagerinti svetingumo lygį.



43 pav. Įmonių nuomonė, ar Utena yra palankus miestas keliauti turistams/verslo turistams

43 paveiksle pateikiama Utenos rajono svetingumo įmonių diagrama, kurioje pavaizduota įmonių nuomonė, ar Utena yra palankus miestas keliauti turistams/verslo turistams. Didžioji dalis (60%) atsakiusiųjų įmonių sako, kad Utena nėra palankus miestas keliauti turistams/verslo turistams. Kita dalis (26,7%) įmonių sako, kad šiuo klausimu neturi nuomonės ir labai maža dalis (13,3%) įmonių atsakė, kad mano jog Utena yra palankus miestas turistams/verslo turistams.

Apibendrinus įmonių nuomonę galima teigti, kad Utenos miestas nėra palankus miestas keliauti turistams/verslo turistams. Utenos rajonas yra gausus lankytinų vietų bei paslaugų įmonių, todėl galima daryti prielaidą, kad svetingumo sektoriuje yra didelė konkurencija.



44 pav. Atsakiusiojo asmens pareigos įmonėje.

44 paveiksle matome, kad į anketos užduotus klausimus didžiojoje dalyje (40%) įmonių atsakė administratoriai, kita nemaža dalis (33,3%) įmonių atsakė vadybininkai ir kitą likusią dalį (26,7%) atsakė įmonių direktoriai. Apibendrinus galime teigti, kad dažniausiai į anketas atsako įmonių vadybininkai ir administratoriai.

IŠVADOS

1. Svetingumo sektorius – vienas iš sparčiausiai augančių paslaugų sektorių pasaulyje. Apgyvendinimo paslaugos - viena svarbiausių svetingumo sektoriaus dalių. Siekiant pritraukti kuo daugiau klientų, visame pasaulyje yra vykdoma apgyvendinimo ir maitinimo paslaugų klasifikacija. Maitinimo verslas – kita svarbi svetingumo sektoriaus dalis, jos yra svarbios ir trumpam vizitui atvykusiems asmenims.
2. Covid-19 pandemija smarkiai apribojo visas veiklas, įskaitant ir svetingumo sektoriuje teikiamas paslaugas. Įmonės privalėjo stabdyti visas veiklas. Analizuojant tyrimo duomenis apie svetingumo paslaugų vystymą, galima teigti, jog turistai Utenos rajone pasigenda pramogų, taip pat nemaža dalis norėtų organizuojamų ekskursijų. Maitinimo įstaigose pasigendama gyvos muzikos bei maisto išvežiojimo paslaugų, kas labai įtakotų lankytojų pasirinkimą rinktis šias maitinimo įstaigas. Atlikto tyrimo rezultatai parodė, jog dauguma Utenos rajono maitinimo ir apgyvendinimo įmonių galvoja, kad tik gera reklama gali padėti pagerinti svetingumo lygį. Didinant reklamą tiek virtualioje erdvėje, tiek kitomis priemonėmis, paslaugų sektoriaus paklausai bei vystymui būtų daroma įtaka.

PASIŪLYMAI

Atsižvelgiant į tyrimo rezultatus ir Utenos rajono svečių nuomonę apie Utenos rajono svetingumo sektoriaus teikiamų paslaugų aukštos kokybės užtikrinimą ir vartotojų lūkesčių pateisinimą, siūlomi tokie veiklų tobulinimo sprendimai:

1. Reklamos sklaida, vystymas.
2. Svetingumo lygį maitinimo ir nakvynės sektoriuje pagerintų darbuotojų kvalifikacijos kėlimas ir paslaugų kokybės lygio užtikrinimas.
3. Maitinimo įstaigoms siūlyti maisto išvežiojimo paslaugas.

LITERATŪRA IR ŠALTINIAI

1. Atvykstamasis turizmas Lietuvoje- vis daugiau jaunų turistų.
Prieiga per internetą: <https://bznstart.lt/verslas/marketingas/atvykstamasis-turizmas-lietuvoje-visdaugiau-jaunu-turistu#>
2. Baltrūnienė, D., Melville R., Andriukaitienė, R.(2011). Aptarnavimas paslaugų įmonėse. Marijampolė: Vitae Litera.
3. Bartuševičienė, V., Steponienė, V., Kuprėnaitė, Ž. (2016). Savarankiškų rašto ir baigiamųjų darbų rengimo metodiniai reikalavimai. Utena. Utenos kolegija.
4. Ekonominės veiklos rūšių klasifikatorius 2 redakcija (EVRK 2 red.) (stat.gov.lt). Prieiga per internetą: <https://osp.stat.gov.lt/static/evrk2.htm>
5. Kelionių verslo asociacija: naujausiais duomenimis, turizmo sektoriaus nuostoliai siekia apie 10 mln. Eurų. Prieiga per internetą: <https://www.lrt.lt/naujienos/verslas/4/1365825/kelioniu-verslo-asociacija-naujausiais-duomenimis-turizmo-sektoriaus-nuostoliai-siekia-apie-10-mln-euru>
6. Kazlauskienė, E. (2002). Maitinimo paslaugų rinkos būklė ir pokyčiai integruotos vertinimo sistemos kontekste: teorinis ir praktinis aspektai. Socialiniai mokslai.
7. Langvinienė, N. (2013). :Laisvalaikio paslaugų vaidmuo gyvenimo kokybės kontekste.Kaunas. Technologija.
8. Langvinienė, N., Vengrienė, B.(2005). Paslaugų teorija ir praktika. Kaunas. Technologija.
9. Ligeikienė, R. A.(2005).Turizmo įmonės marketingo planavimas. Kaunas. Kauno kolegija.
10. Norvaišienė, P. (2003).Viešbučiai ir jų patalpų priežiūra. Vilnius. Homo liber
11. Nutarimas dėl karantino Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbimo
12. Prakapienė, D., Valukonienė, G.(2015) Hospitality business organization. Utena: Indra.
13. Tukker, A, Tischner, U (2017). New business for old Europe: product-service development, competitiveness and sustainability. London. Routledge.
14. Nutarimas dėl karantino Lietuvos Respublikos teritorijoje paskelbimo. Prieiga per internetą: <https://e-seimas.lrs.lt/portal/legalAct/lt/TAD/a2b5da801f4a11eb9604df942ee8e443/asr>
15. Laimėtojai ir pralaimėjusieji pandemijos laikotarpiu. Prieiga per internetą: <https://trans.info/lt/laimetojai-ir-pralaimejusieji-pandemijos-laikotarpiu-ekonomines-aplinkos-apzvalga-204853>
16. Pruskus, V. (2013) Pramogos kaip komunikacijos forma: samprata ir socialinės funkcijos. Vilnius. Vilniaus Gedimino Technikos universitetas
17. Sabaliauskaitė, M. (2012). Atvykstamasis turizmas Lietuvoje: vis daugiau jaunų turistų.
18. Stulpinaitė, J. (2013). Turizmo pagrindai. Šiauliai. Šiaulių valstybinė kolegija.

19. Value chain management under uncertainty: case of food-to-go sector. Prieiga per internetą https://www.vdu.lt/cris/bitstream/20.500.12259/127137/2/ISSN2538-6778_2020_V_23.PG_87-95.pdf
20. Žuromskaitė, B., Gražulis, V., Jagminas, J., Katunian, A., Kripaitis, R., Arimavičiūtė, M., Vijeikis, J., Svetikienė, I., Survyla, A. (2016) Turizmas. Vilnius: Mykolo Romerio universitetas.
21. Utenos informacijos centras. Prieiga per internetą <https://www.utenainfo.lt/>
22. Prieiga per internetą <https://www.ku.lt/shmf/wp-content/uploads/sites/60/2020/12/mokslo-studija-su-isvadosimis-ir-rekomendacijos-P-COV-20-51.pdf>