

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA

Vaiva MACIJAUSKIENĖ

KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS PLĖTROS
VERTINIMAS ŠIAULIŲ APSKRITYJE

Magistro darbas

Šiauliai, 2009

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA

Vaiva MACIJAIUSKIENĖ

KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS PLĖTROS
VERTINIMAS ŠIAULIŲ APSKRITYJE

Magistro darbas
Socialiniai mokslai, ekonomika (04 S)

Vaiva MACIJAIUSKIENĖ

Magistro darbo autorius _____
(vardas, pavardė, parašas)

Vadovas _____
(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

Recenzentas _____
(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

SANTRAUKA

Vaiva Macijauskienė

Kaimo turizmo paslaugų rinkos plėtros vertinimas Šiaulių apskrityje.

Magistro darbas.

Magistro darbe atskleista kaimo turizmo paslaugų samprata, jų reglamentavimas, išnagrinėtos pagrindines paslaugų rinkos elementų sąvokas ir svarbiausi aplinkos veiksnius, įtakojantys kaimo turizmo paslaugų rinką ir jos plėtrą. Pateikiama kaimo turizmo paslaugų rinkos vertinimo metodologija. Nustatyta, kad Lietuvoje pagrindinis kaimo turizmo paslaugų rinkos plėtros veiksnys, yra: Europos Sąjungos fondų parama. Atlikta Lietuvos ir Šiaulių apskrities kaimo turizmo paslaugų sektoriaus 2004 – 2008 metų struktūros ir dinaminių pokyčių analizė. Vartotojų segmentavimas pagal kilmę atskleidė, kad pagrindiniai kaimo turizmo paslaugų vartotojai yra Lietuvos gyventojai, jie sudaro apie 89 proc., o užsienio poilsiautojai apie 11 proc. nuo visų kaimo turizmo poilsiautojų, analizuojamu laikotarpiu. Šiame tyrime nustatyta, kad poilsiautojų skaičius Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybose per analizuojamą penkmetį išaugo beveik 6 kartus, o vietų pasiūla tik 2 kartus. Pastebima tendencija, kad kaimo turizmo paslaugų paklausa auga didesniu tempu, nei pasiūla. Atlikus Lietuvos ekonominių rodiklių įtakos analizę, nustatyta, kad reikšmingiausias ryšys yra tarp nakvynių skaičiaus ir BVP dalies tenkančios vienam šalies gyventojui dydžio bei vartojimo kainų santykinio lygio. Atlikus kaimo turizmo paslaugų plėtros Šiaulių apskrityje vertinimą, patvirtinta hipotezė, kad galima kaimo turizmo verslo plėtra ten, kur jis nėra išplėtotas, nors potencialas tam yra.

SUMMARY

Vaiva Macijauskienė

The evaluation of country tourism market in Siauliai district.

Master Thesis.

The master thesis reveals the concept of the country tourism services, their regulation, and analyses the main notions of the market elements and the basic environmental factors influencing upon the market of the country tourism and its development. The methodology of evaluation of the country tourism services market is provided here. It was established that the main factor of development of the country tourism services market in Lithuania is: the support from European Union funds. We performed the analysis of the structure and dynamic changes of the country tourism services sector in Siauliai District within the period of 2004 – 2008. The segmentation of inhabitants according to their origin revealed that the main users of the country tourism services are the residents of Lithuania, they make up about 89 percent, and foreign holidaymakers - about 11 percent of the overall amount of the country tourism holidaymakers during the analysed period. It was established in the course of the research that the amount of the holidaymakers in the homesteads of country tourism in Siauliai District increased almost 6 times during the analysable period, and the supply of places just twice. We can observe a tendency that the demand of the country tourism services is growing in a faster rate than the supply. Upon the analysis of the influence of Lithuanian economic indices, it was established that the most important connection is between the amount of stays and the amount of the portion of GDP for one resident and the relative level of usage prices. Upon the evaluation of the development of the country tourism services in Siauliai district, the hypothesis that the development of the country tourism business was possible where it was not developed, though the potential for this existed, was justified.

TURINYS

SANTRAUKA.....	3
TURINYS.....	4
IVADAS	8
I. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS TEORINIAI ASPEKTAI.....	12
1.1. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ SAMPRATA IR JŲ REGLAMENTAVIMAS	12
1.1.1. Kaimo turizmo paslaugų ir teikėjų samprata.....	13
1.1.2. Kaimo turizmo paslaugų reglamentavimas.....	18
1.2. RINKOS ELEMENTAI IR VEIKSNIAI ĮTAKOJANTYS KAIMO TURIZMO PASLAUGAS	19
1.2.1. Kaimo turizmo paslaugų vartotojai.....	20
1.2.2. Kaimo turizmo paslaugų rinkos konkurencija.....	21
1.2.3. Kaimo turizmo paslaugų kainodara.....	25
1.2.4. Kaimo turizmo paslaugų rinkos makroaplinkos vertinimo ypatumai.....	28
1.3. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS PLĖTROS VEIKSNIAI	29
1.3.1. Ekonominio poveikio samprata teikiant Kaimo turizmo paslaugas	30
1.3.2. ES parama ir jos įtaka Lietuvos Kaimo turizmo paslaugų plėtotei.....	33
1.3.3. Tolydi Kaimo turizmo paslaugų plėtra.....	37
1.4. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS VERTINIMO METODOLOGIJA.....	41
II. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS ŠIAULIŲ APSKRITYJE	45
2004 – 2008 METAIS ANALIZĖ	45
2.1. KAIMO TURIZMO TEIKIAMŲ PASLAUGŲ PRISTATYMAS	45
2.1.1. Kaimo turizmo teikiamų paslaugų Lietuvoje pristatymas	45
2.1.2. Kaimo turizmo teikiamų paslaugų Šiaulių apskrityje pristatymas	47
2.2. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS DINAMINĖ IR STRUKTŪRINĖ ANALIZĖ.....	50
2.2.1. Kaimo turizmo paslaugų vartotojų dinamika bei struktūra	50
2.2.2. Kaimo turizmo paslaugų rinkos konkurencingumo analizė	54
2.2.3. Kaimo turizmo paslaugų kainodaros analizė.....	59
2.2.4. Kaimo turizmo paslaugų rinką įtakančių makroekonominių rodiklių analizė	60
III. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS PLĖTROS VERTINIMAS ŠIAULIŲ APSKRITYJE.....	65
3.1. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS ŠIAULIŲ APSKRITYJE EKONOMINIS VERTINIMAS.....	65
3.2. ES PARAMOS ĮTAKA KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ PLĖTRAI ŠIAULIŲ APSKRITYJE	70
3.3. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS TOLYDŽIOS PLĖTROS PRIELAIDOS ŠIAULIŲ APSKRITYJE	72
IŠVADOS	75
REKOMENDACIJOS	78

LITERATŪRA	79
PRIEDAI	84

PAVEIKSLAI

- 1.1 pav. Turizmo formų klasifikavimo kriterijai
- 1.2 pav. Kaimo turizmo struktūra
- 1.3 pav. Įmonės konkurencingumo kriterijai
- 1.4 pav. Įmonės konkurencingumo įvertinimas
- 1.5 pav. Porterio "deimanto" konkurencingumo modelis
- 1.6 pav. Ekonominio poveikio procesas
- 1.7 pav. Kaimo plėtros programos kryptys
- 1.8 pav. Kaimo plėtros krypties priemonės
- 1.9 pav. Kaimo turizmo sektoriaus darnumo aspektų tarpusavio ryšiai
- 1.10 pav. "Keturių atramų modelis"
- 2.1 pav. Lietuvoje teikiamų kaimo turizmo paslaugų kompleksas
- 2.2 pav. Poilsiautojų pasiskirstymas kaimo turizmo sodybose pagal apskritis 2004 - 2008 m. (vidutinės reikšmės)
- 2.3 pav. Poilsiautojų skaičiaus Lietuvos kaimo turizmo sodybose 2002 – 2008 metais dinamika ir pokytis
- 2.4 pav. Kaimo turizmo sodybų vidutinis procentinis pasiskirstymas pagal apskritis 2004 – 2008 m.
- 2.5 pav. Kaimo turizmo sodybose vietų vidutinis procentinis pasiskirstymas pagal apskritis
- 2.6 pav. Poilsiautojų vidutinis procentinis nakvynių skaičius bendrame Lietuvos kaimo turizmo rodiklyje pagal apskritis
- 2.7 pav. Poilsiautojų vidutinis pasiskirstymas kaimo turizmo sodybose 2004 - 2008 m. sausio – gruodžio mėn.
- 3.1 pav. Vidutinės sezono pajamos tenkančios vienai sodybai Šiaulių apskrityje 2004 – 2008 metais (tūkst. Lt)
- 3.2 pav. Vienai kaimo turizmo sodybai tenkantis vidutinis poilsiautojų skaičius Šiaulių apskrityje 2004 – 2008 metais
- 3.3 pav. Vienai kaimo turizmo sodybai tenkantis vidutinis vietų skaičius Šiaulių apskrityje 2004 – 2008 metais
- 3.4 pav. Vidutinis vieno poilsiautojo nakvynių skaičius kaimo turizmo sodybose Šiaulių apskrityje 2004–2008 metais

LENTELĖS

- 1.1 lentelė. Kaimo turizmo teritorijų tipai ir jiems būdingi bruožai
- 1.2 lentelė. Paslaugų kainodaros tikslai ir uždaviniai
- 1.3 lentelė. Turizmo paklausos pokyčius įtakojantys veiksniai
- 1.4 lentelė. Priemonės Perėjimas prie ne žemės ūkio veiklos bendras finansavimas Lietuvai 2007–2013 metų laikotarpiu (einamosiomis kainomis)
- 1.5 lentelė. Priemonės “Parama verlo kūrimui ir plėtrai” bendras finansavimas Lietuvai 2007–2013 metų laikotarpiu (einamosiomis kainomis)
- 1.6 lentelė. Priemonės “Kaimo turizmo veiklos skatinimas” bendras finansavimas Lietuvai 2007–2013 metų laikotarpiu (einamosiomis kainomis)
- 1.7 lentelė. Priemonės “Kaimo atnaujinimas ir plėtra” bendras finansavimas Lietuvai 2007–2013 metų laikotarpiu (einamosiomis kainomis)
- 2.1 lentelė. Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas pagal rajonus 2008 metais
- 2.2 lentelė. Kaimo turizmo sodybos pagal rajonus Šiaulių apskrityje 2008 metais (parengta Šiaulių Turizmo Informacinio Centro duomenimis)
- 2.3 lentelė. Poilsiautojų Šiaulių apskrityje skaičiaus kaimo turizmo sodybose padidėjimo tempai
- 2.4 lentelė. Poilsiautojų, nakvynių skaičius dinamika kaimo turizmo sodybose pagal apskritis
- 2.5 lentelė. Kaimo turizmo sodybų pokytis Lietuvoje 2004 – 2008 metais
- 2.6 lentelė. Kaimo turizmo sodybų skaičiaus pokytis pagal apskritis 2004 – 2008 metais
- 2.7 lentelė. Kaimo turizmo sodybose vietų skaičiaus dinamika pagal apskritis
- 2.8 lentelė. Kainos, už Lietuvoje teikiamos kaimo turizmo paslaugas – nakvynė, padidėjimo tempai 2004 – 2008 metais
- 2.9 lentelė. Lietuvių nakvynių skaičiaus kaimo turizmo sodybose ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica
- 2.10 lentelė. Lietuvių nakvynių skaičiaus Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybose ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica
- 3.1. lentelė. Vienai kaimo turizmo sodybai tenkančios vidutinės pajamos Šiaulių apskrityje 2004 – 2008 metais

IVADAS

Visos kelionės turi savo privalumų. Keliautojas, aplankęs geresnes šalis, gali išmokti, kaip pagražinti savąją. Jei fortūna nuvedė jį į blogesnę, jis gali išmokti džiaugtis savąja šalimi.

William Samuel Johnson (1709–1784)

Kaimo turizmo verslo plėtra turi ypatingą reikšmę socialinei ekonominei būklei stabilizuoti ir jai gerinti ateityje. Plėtojant kaimo turizmo paslaugų verslą ir infrastruktūrą, būtų skatinama ekonomika, vystomas smulkus verslas, atsirastų alternatyvūs pajamų šaltiniai kaimo gyventojams. Akivaizdus ir spartus kaimo turizmo paslaugų plėtojimas sulaukia pelnyto įvairių socialinių mokslų tyrinėtojų dėmesio. Kaimo turizmas dažniausiai tyrinėjamas bendrame paslaugų ekonomikos ir turizmo kontekste, neišryškinant jo ypatumų, objektyvių ir subjektyvių plėtojimo sunkumų. Sėkmingas kaimo turizmo paslaugų plėtojimas neįmanomas be gero jo aplinkos pažinimo, šios rinkos įvertinimo bei analizės.

Vertinant kaimo turizmo paslaugų rinkos plėtrą, ar sprendžiant kitas kaimo turizmo problemas yra atliekama daug ekonominių analizių. Dažnai skirtingi ekonominės analizės tipai yra painiojami, todėl tikslinga ekonominio poveikio tyrimus išdėstyti platesniame ekonominių problemų ir metodikų, susijusių su kaimo turizmu, komplekse. Kaimo turizmo ekonominis poveikis svarbi valstybinio, regioninio ir visuomeninio planavimo ir ekonominio vystymo aplinkybė. Ekonominis poveikis taip pat yra aktualus veiksnys priimant marketingo ir valdymo sprendimus.

Tyrimo aktualumas. Kaimo turizmas tampa svarbia regiono – apskrities - rajono plėtros kryptimi, nes Lietuvoje esti gana ryškūs regioniniai ekonominiai, demografiniai, infrastruktūros ir gamtinių sąlygų, įtakojančių kaimo turizmo paslaugų plėtrą, skirtumai, kurie lemia nemažus gyventojų užimtumo, pajamų lygio ir kitų socialinio - ekonominio regionų išsivystymo rodiklių netolygumus. Lietuvoje kaimo turizmas įgauna vis didesnę pagreitį. Per pastarąjį penkmetį šio turizmo veikla išaugo maždaug 51 proc. Akivaizdu, kad kaimo turizmas kaip ir turizmas bendrąja prasme, turi didelį poveikį apskrities ekonomikai, socialinei gerovei, gamtai, kuriamai aplinkai, visuomenės gerbūviui bei kultūrai. Juolab, pastaraisiais 2007 – 2013 m. iš ES fondų kaip prioritetu bus remiamos, kaimo turizmo sodybos, kurios plėtros tradicinį etnografinį gyvenimo būdą ir amatus. Įvertinant šį prioritetą Šiaulių apskritis turi didelį potencialą kaimo turizmo verslui plėtoti, nes pagal šį prioritetą labiau svarbus yra istorinis, kultūrinis, etnografinis paveldas, nei išpūdingas, ežeringas kraštovaizdis. Todėl darbe analizuojama Šiaulių apskrities kaimo turizmo paslaugų rinkos situacija ir vertinamos plėtros tendencijos bei galimybės: įsisavintų, Lietuvai skiriamas kaimo

plėtrai ir verslo skatinimui jame, ES paramos lėšas, kurios prisidėtų prie regioninės ekonomikos gerinimo bei skirtumų mažinimo; kurios sumažintų nedarbą Šiaulių apskrities kaime, nes jame gyvena 33 % gyventojų; apskritis pritrauktų dar daugiau turistų iš užsienio, kurių išlaidos apskrityje padidintų pajamas ir kitų ūkio sektorių, pavyzdžiui mažmeninės prekybos – maisto, suvenyrų, lininių gaminių ar kt., transporto ir kitų sektorių.

Tyrimo objektas: kaimo turizmo paslaugų rinka.

Tyrimo dalykas: kaimo turizmo paslaugų rinkos plėtra.

Darbo tikslas – remiantis ekonominiais rodikliais išanalizuoti kaimo turizmo paslaugų rinką ir įvertinti plėtros galimybes bei tendencijas Šiaulių apskrityje.

Darbo uždaviniai:

1. Atskleisti kaimo turizmo paslaugų sampratą, jų reglamentavimą, išnagrinėti pagrindines paslaugų rinkos elementų sąvokas ir svarbiausius aplinkos veiksnius, įtakojančius kaimo turizmo paslaugų rinką ir jos plėtrą;
2. Atlikti Lietuvos ir Šiaulių apskrities kaimo turizmo paslaugų sektoriaus 2004 – 2008 metų struktūros ir dinaminių pokyčių analizę;
3. Atlikti kaimo turizmo paklausą įtakojančių makroekonominių rodiklių analizę;
4. Atskleisti Šiaulių apskrities kaimo turizmo paslaugų galimybes ir atlikti plėtros vertinimą.

Mokslinė problema. Pastaruoju metu daug dėmesio skiriama kaimo turizmo verslui ir rekreacijai. Lietuvos kaime pagrindinis pragyvenimo šaltinis, išskyrus samdomo darbo pajamas, pensijas ir socialines pašalpas, yra pajamos iš žemės ūkio. Siekiant sumažinti kaimo gyventojų priklausomybę nuo žemės ūkio, turi būti skirtas daug didesnis dėmesys kaimo verslo plėtrai bei plėtros problemoms spręsti. Sprendžiant šią problemą, labai svarbus strateginis sprendimas – sėkminga kaimo turizmo verslo plėtra ten, kur jis nėra išplėtotas, nors potencialas tam yra. Svarbu laiku atsižvelgti į kaimo turizmo rinkos plėtros tendencijas ir numatyti galimybes pasirengti priimti daugiau atvykstančių poilsiautojų į regioną ir formuoti tinkamą kaimo turizmo plėtros politiką, nes tai įtakoja regiono ar apskrities ekonomiką.

Tyrimo metodai. Tiriant ir analizuojant teorinius rinkos analizės ir vertinimo aspektus, darbe naudojami bendramoksliniai tyrimo metodai: sisteminė, lyginamoji ir loginė mokslinės literatūros, norminių aktų analizė, lentelinis bei grafinis duomenų vaizdavimo būdas. Atliekant kaimo turizmo paslaugų rinkos empirinį tyrimą ir siekiant įvertinti šių paslaugų rinką sąlygojančius veiksnius, naudota struktūros ir dinamikos rodiklių, padidėjimo, sumažėjimo tempų skaičiavimas, koreliacinė analizė.

Tyrimo bazė. Kaimo turizmo paslaugų rinkos tyrimas pagrįstas mokslinių straipsnių, užsienio bei

lietuvių autorių atliktų tyrimų duomenimis, kita mokslinė literatūra. Analizuojant Lietuvos bei Šiaulių apskrities Kaimo turizmo paslaugų rinką naudojami Statistikos departamento prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau Statistikos departamentas), Valstybinio turizmo departamento, Lietuvos Respublikos Žemės ūkio, Nacionalinės mokėjimo agentūros, Eurostato statistinė informacija. Lietuvos bei Šiaulių apskrities Kaimo turizmo paslaugų rinkos tyrimui naudojami 2004 – 2008 m. laikotarpio duomenys. Tačiau, kai kurie metiniai statistiniai duomenys pateikiami kitų metų rudenį (pvz., 2008 m. metiniai duomenys, bus pateikiami 2009 m. rugsėjo mėnesį), tokiu atveju darbe buvo naudojami naujausi viešai skelbiami statistiniai duomenys. Statistiniai duomenys apdoroti kompiuterine MS Excel programa, SPSS - socialinių mokslų statistinių programų paketu.

Tyrimo strategija. Norint išsamiai išanalizuoti kaimo turizmo paslaugų rinkos sampratą, plėtros tendencijas, pirmiausiai atlikta mokslinės literatūros analizė, susisteminta surinkta medžiaga. Išanalizuota kaimo turizmo paslaugų rinką Lietuvoje bei Šiaulių apskrityje. Norint pateikti kaimo turizmo plėtros tendencijas Šiaulių apskrityje, įvertinti makroekonominiai rodikliai įtakojantys kaimo turizmo paslaugų plėtrą. Pagrindinis darbe panaudotų statistinių duomenų šaltinis yra Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau Statistikos departamentas).

Pagrindiniai atlikto tyrimo rezultatai. Kaimo turizmo paslaugų rinką geriausiai atspindi nakvynių skaičius jose. Kaimo turizmo paslaugų rinkos tyrimuose naudojamas ir poilsiautojų skaičiaus rodiklis. Šiame tyrime nustatyta, kad poilsiautojų skaičius Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybose per analizuojamą penkmetį išaugo beveik 6 kartus, o vietų pasiūla tik 2 kartus. Pastebima tendencija, kad Kaimo turizmo paslaugų paklausa auga didesniu tempu, nei pasiūla.

2008 metų pabaigoje Lietuvoje buvo 546 kaimo turizmo paslaugas teikiančios sodybos, o galimas šios rinkos talpumas apie 1 500 kaimo turizmo sodybų Lietuvoje, galima daryti prielaidą, kad Šiaulių apskritis turi dar nemažą kaimo turizmo paslaugų plėtros potencialą.

Pagal atliktus skaičiavimus ir remiantis 2008, 2009 metų paraiškų skaičiais gauti ES paramos lėšų prielaidomis, Šiaulių apskritis, 2007 – 2013 metų laikotarpiu galėtų įsisavinti apie 45 mln. Lt. Lėšų įsisavinimas prisidėtų ir prie apskrities bendrojo vidaus produkto augimo, nedarbo lygio mažinimo, gyventojų pajamų didinimo.

Darbo teorinis rezultatų reikšmingumas. Atlikus mokslinės literatūros analizę kaimo turizmo ekonominio vertinimo tema, nustatyta, kad ši tema nėra pilnai atskleista. Lietuvoje kaimo turizmo sektorių savo moksliniuose darbuose analizavo: Žalys, L. (2006), Žalienė I. (2006), Hopenienė, R. (2004). Mokslininkai daugiausia dėmesio skyrė turizmo poveikio ekonomikai analizei. Magistro darbo tyrimas orientuotas į Šiaulių apskrities kaimo turizmo plėtros galimybių įvertinimą bei tendencijų formavimą.

Darbo praktinis rezultatų reikšmingumas. Darbe atlikta kaimo turizmo rodiklių analizė padės

atskleisti esamą padėtį bei numatyti ateities plėtros tendencijas Šiaulių apskrityje. Remiantis gautais praktinės analizės rezultatais, besidomintys kaimo turizmo verslu šioje apskrityje, galės lengviau įvertinti šio verslo perspektyvas, plėtros poreikį, finansavimo šaltinius bei jo ekonominį reikšmingumą apskričiai.

Darbe atsiribojama: nuo kaimo turizmo paslaugų kokybės analizės bei vertinimo; nuo kaimo turizmo paslaugų efektyvumo vertinimo, nes kaimo turizmo paslaugų pajamos, išlaidos ar kiti finansiniai rodikliai nėra išskiriami iš bendrų turizmo paslaugų sektoriaus.

Tenka pastebėti tai, jog Statistikos departamentas, kitaip nei turizmo paslaugų vartotojus – turistus, kaimo turizmo paslaugų vartotojus įvardija – poilsiautojais, todėl darbe atliekant analizę ir vertinimą kaimo turizmo paslaugų vartotojai vadinami poilsiautojais.

Darbo struktūra. Magistro darbą sudaro trys pagrindinės dalys: *pirmasis darbo skyrius* skirtas atskleisti kaimo turizmo paslaugų sampratą, jų reglamentavimą, išnagrinėti pagrindines paslaugų rinkos elementų sąvokas ir svarbiausius aplinkos veiksnius, įtakojančius kaimo turizmo paslaugų rinką ir jos plėtrą. Taip pat analizuojama kaimo turizmo paslaugų rinkos vertinimo metodologija. Teorinėje darbo dalyje nustatyta, kad pagrindinis kaimo turizmo paslaugų rinkos plėtros veiksnys, yra: Europos Sąjungos fondų parama. *Antrame darbo skyriuje* atliekama Lietuvos ir Šiaulių apskrities kaimo turizmo paslaugų sektoriaus 2004 – 2008 metų struktūros ir dinaminių pokyčių analizė. Vartotojų segmentavimas pagal kilmę atskleidė, kad pagrindiniai kaimo turizmo paslaugų vartotojai yra Lietuvos gyventojai, jie sudaro apie 89 proc., o užsienio poilsiautojai apie 11 proc. visų kaimo turizmo poilsiautojų, analizuojamu laikotarpiu. Šiame tyrime nustatyta, kad poilsiautojų skaičius Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybose per analizuojamą penkmetį išaugo beveik 6 kartus, o vietų pasiūla tik 2 kartus. Pastebima tendencija, kad kaimo turizmo paslaugų paklausa auga didesniu tempu, nei pasiūla. Atlikus Lietuvos ekonominių rodiklių įtakos analizę, nustatyta, kad stipriausias reikšmingas koreliacinis ryšys yra tarp nakvynių skaičiaus ir BVP 1 gyventojui dydžio bei vartojimo kainų santykinio lygio. *Trečiame darbo skyriuje* atlikus kaimo turizmo paslaugų plėtros vertinimą Šiaulių apskrityje, galima teigti, kad kaimo turizmo sektorius Šiaulių apskrityje nėra pakankamai išplėtotas ir turi didelį plėtros potencialą.

I. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS TEORINIAI ASPEKTAI

Turizmo mokslas kaip tyrimų objektas, yra gana naujas, kadangi poreikis turizmo produktui masinį pobūdį įgavo tik po II Pasaulinio karo. Šiuolaikinėje epochoje turizmas traktuojamas kaip sudėtinga socialinė - ekonominė sistema, kurioje integruotas daugiašakis gamybinis kompleksas, sietinas su visuomeniniais bei ekologiniais veiklos aspektais.

Kaimo turizmas - viena iš sparčiai augančių ir pelningų smulkaus ir vidutinio verslo rūšių, skatinanti dirbti, tausoti ir racionaliai panaudoti vietinius išteklius, kultūrinį paveldą ir istorinį palikimą (Žalys ir kt., 2002). Formuojant kaimo turizmo plėtros politiką gali būti nustatomi tam tikri tikslai siekiant ekonominės naudos. R. McKercher (McKercher, 1993), A. Bull (Bull, 1994), teigimu, plėtojant kaimo turizmo paslaugų sektorių, pagrindiniai tikslai yra:

- ✓ Bendro vidaus produkto augimas (toliau BVP);
- ✓ Užsienio valiutų įplaukos;
- ✓ Įplaukų į šalies biudžetą augimas;
- ✓ Naujų darbo vietų sukūrimas, užimtumo didėjimas bei nedarbo sumažinimas.

Ypač svarbu, kad didžioji dalis kaimo turizmo sektoriaus verslo savininkų, teikiančių įvairias paslaugas ar užsiimančių su kaimo turizmu susijusia prekyba, būtų vietos gyventojai, nes tokiu būdu iš kaimo turizmo veiklos gaunamos pajamos ir pelnas lieka šalyje. Tai ypač būdinga Kaimo turizmo paslaugų teikėjams, todėl ši turizmo veikla yra kontroliuojama valstybės.

Dauguma šalių yra apibrėžusios darniosios plėtros principus, kurie dažnai įtvirtinami darniosios plėtros strategijomis ir skverbiasi į nacionalines politikos kryptis. Nacionalinės darnaus vystymosi politikos rengėjai formuoja poreikį į kelionių ir kaimo turizmo sektorių žvelgti kaip į socialinę veiklą, visokeriopai susijusią su gyvybiškai svarbiais ūkio sektoriais ir turinčią įtakos bei padarinių tokioms sritims kaip užimtumas, transportas bei infrastruktūra. Dėl šios priežasties, atsižvelgiant į tai, kad per ateinančius kelerius metus kaimo turizmas nuolat augs, bendrąjį darnumo principą būtina įtvirtinti ir kaimo turizmo politikos kryptyse.

Toliau skyriuose bus nagrinėjama Kaimo turizmo reglamentavimas, rinkos veiksniai: kainodara, vartotojai, konkurencija, kaimo turizmo plėtros finansavimas teoriniu požiūriu.

1.1. Kaimo turizmo paslaugų samprata ir jų reglamentavimas

Apibūdinant turizmą dažniausiai yra naudojamas Pasaulinės Turizmo organizacijos pasiūlytas apibrėžimas, apibūdinantis *turizmą, kaip visas kelionių, ekskursijų rūšis, kai asmuo palieka savo*

nuolatinę darbo ir gyvenamąją vietą ilgiau nei vieną parą ir trumpiau nei 12 mėnesių ir kai išvykos tikslas nėra samdoma, apmokama veikla (Vainienė I. ir kt., 2001).

Panašiai suformuotas turizmo apibrėžimas ir Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme. 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.

Turizmas, teigia L. Žalys ir kt. – tai verslas, kuriame dominuoja žmogiškasis faktorius, t. y. žmonės, teikiantys paslaugas kitiems žmonėms. Turizmas nuo kitų ūkio šakų skiriasi ir tuo, jog veikia kelionių tarpininkai. Per daugelį metų turizmo sąvoka kito ir iki šiol nėra vieningos nuomonės, kas yra turizmas (Žalys ir kt., 2006).

Turizmas gali būti klasifikuojamas pagal nakvynės vietą: viešbučių, specialaus apgyvendinimo, individualaus apgyvendinimo. Remiantis LR Turizmo įstatymu, apgyvendinimo paslauga – tai būtinos apgyvendinti sąlygos ir veikla, kuria tenkinami turistų nakvynės ir higienos poreikiai (Valstybės Žinios, 2002). *Kaimo turizmas*, pagal nakvynės vietą yra priskiriamas prie individualaus apgyvendinimo.

1.1.1. Kaimo turizmo paslaugų ir teikėjų samprata

Greta tradicinių turizmo formų po nepriklausomybės atkūrimo Lietuvoje imtos plėtoti ir kitos turizmo formos, tarp kurių didžiausią užmojį įgavo *kaimo turizmas*. Jo ištakos siekia XX a. 7 – 8 dešimtmečius, kai ši veikla buvo plėtojama nacionaliniuose bei regioniniuose parkuose ir vadinama ne kaimo turizmu, o privataus apgyvendinimo sektoriaus poilsiautojams teikiamomis nuomos paslaugomis (Vainienė, 2001). Aukštaitijos nacionaliniame parke ištisi kaimai gyveno iš poilsiautojų iš Sankt Peterburgo (anuometinio Leningrado) bei Maskvos. Kaimo turizmo, kaip socialinio reiškinių ir ūkininkavimui alternatyvios veiklos pradžia laikytini 1994 metai, kai Lietuvos ūkininkų sąjungos iniciatyva vyko pirmieji seminarai apie kaimo turizmo plėtros galimybes Lietuvoje, o poilsis kaimo turizmo sodybose pirmąkart reklamuotas 1996 m., kuomet Lietuvos turizmo fondas pateikė informaciją apie keturias pirmąsias sodybas, susikūrė Lietuvos kaimo turizmo asociacija. Dar po metų išleisti pirmieji informaciniai leidiniai. Pirmaisiais metais poilsiautojų nebuvo daug: sodybų užimtumas tesiekė apie 15 proc., buvo labai ryškus sezoniškumas.

Esama keletą *kaimo turizmo* sampratų. Vienos jų kaimo turizmą tapatina su turizmu mažai apgyvendintose teritorijose, kitos akcentuoja kaime siūlomą veiklą. *Kaimo turizmu* paprastai vadinama veikla atitinkanti tokias sąlygas: vyksta kaimo vietovėse, atitinka kaimo vietovės

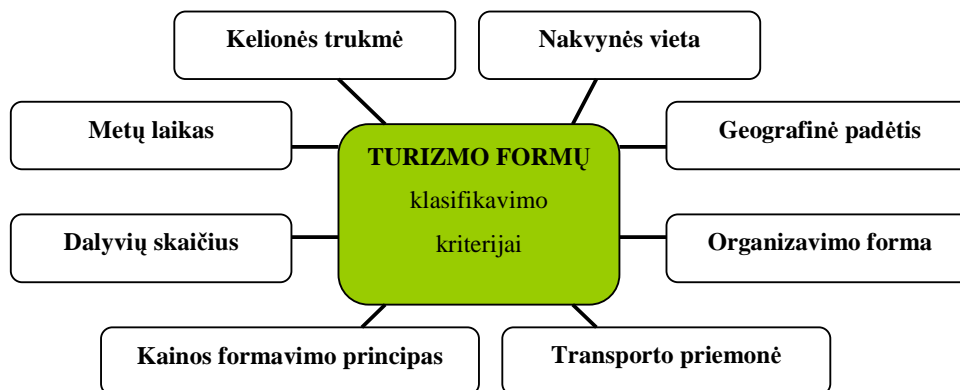
charakteristikas – maža sodyba, žemės ūkiu paremta ekonomika, tradicinė socialinė struktūra, naudoja vietinius išteklius (I. Žalienenė, 2006).

Kaimo turizmas – tai viena iš turizmo rūšių. Kaimo turizmas - tai turizmo rūšis, apimanti kelionę į kaimo vietas ir rekreacinę veiklą jose. Nuo kitų turizmo rūšių jis skiriasi - tai aplinkai būdinga veikla (Armantienė ir kt., 1999).

Kaimo turizmas - kaip paslauga Lietuvoje yra palyginti naujas verslas. Iki šiol labiausiai vystomas išvažiuojamasis turizmas, susijęs su keliavimu į kitas šalis. Atvykstamojo turizmo padėtis Lietuvoje kasmet gerėja. Vis labiau populiarėja vietinis turizmas. Vietinis turizmas apima labai įvairias turizmo formas: poilsį prie Baltijos jūros, taip pat poilsį prie ežerų ar upių, daugiausia kaimo turizmo sodybose, kultūrinį turizmą bei kt. Ypač stipriai teigiamai įtakoja vietinį turizmą - *kaimo turizmas*.

Labai dažnai turistai kelionę renkasi ne pagal veiklą, kuria pageidaujama užsiimti, bet pagrindiniu kelionės tikslu ir motyvu jiems tampa vietovė, į kurią jie ketina nukeliauti - miestas, kaimas, vietovė ir kt. Todėl *turizmas dar gali būti klasifikuojamas pagal kelionės motyvus*: miesto turizmas, *kaimo turizmas* (kelionė į kaimo vietovę, norint ištrūkti iš miesto triukšmo, skubos, užteršto oro, pailsėti kaimiškoje aplinkoje, užsiimti tai aplinkai būdinga veikla), kalnų turizmas, pajūrio (kurortų) turizmas, gamtos turizmas (Vainienė ir kt., 2001).

Išskiriami ir kiti turizmo klasifikavimo kriterijai, kurie pateikti 1.1 paveiksle: kelionės trukmė, metų laikas, dalyvių skaičius, kaina, nakvynės vieta, transportas, kuriuo bus pasiekiamas poilsis, poilsio organizavimo forma, pvz.: kelionę organizuos pats poilsiautojas ar per turizmo agentūros tarpininkus, geografinė padėtis.



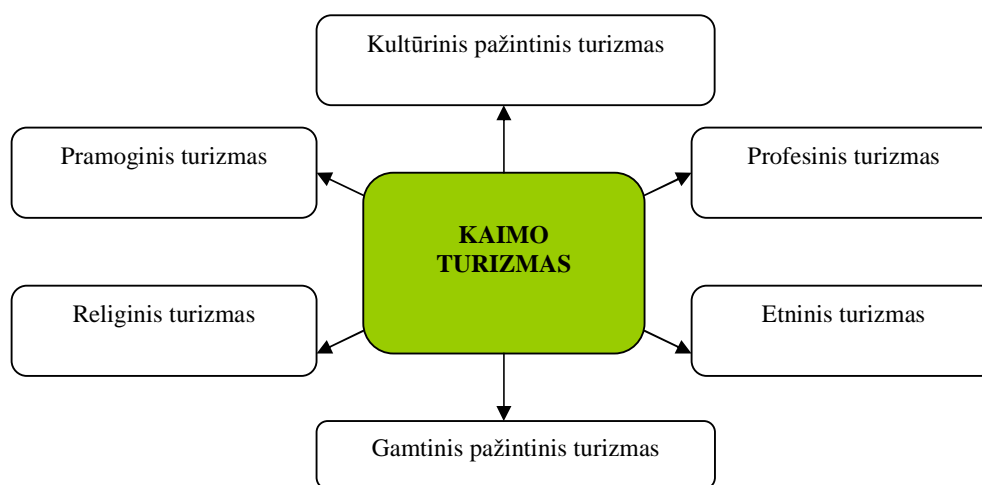
1.1 pav. Turizmo formų klasifikavimo kriterijai

Šaltinis: (Vainienė I., 2001)

Kaimo turizmas, kaip turizmo rūšis, susideda iš transporto, maitinimo, apgyvendinimo ir pramogų. Ji nuo kitų pramonės šakų skiriasi tuo, kad keliauja ne tik produktas, bet ir vartotojas (turistas/poilsiautojas). Šios paslaugos negalima kaupti.

Kiekvienas kaimo turizmo paslaugų teikėjas, priklausomai nuo paslaugos kokybės ir kiekio, gauna atitinkamą atlygį iš paslaugos gavėjo, t.y. poilsiautojo. Vyksta tam tikras procesas, kurį galima pavadinti savita ekonomikos šaka arba ūkinės veiklos sritimi (Armantienė ir kt., 1999).

Kaimo turizmui priskiriama ir tokia veikla, kai neteikiamos apgyvendinimo paslaugos, tačiau vienos dienos kelionių metų supažindinama su žemės ūkio veikla. Šioje srityje vyrauja ekologinių ūkių lankymas (turintis sąsajas su ekologiniu turizmu), taip pat lankymasis specifiniuose ūkiuose (vaistažolių, gėlininkystės ir pan.). Kaimo turizmui priskiriamos ir šios turizmo rūšys, kurios turi sąsajų su gamta, istorija ir panašiai, tai: kultūrinis pažintinis turizmas, profesinis, etninis, gamtinis pažintinis, religinis, pramoginis turizmo rūšys, pateikta detali schema 1.2 paveiksle.



1.2 pav. Kaimo turizmo struktūra

Šaltinis: (Vainienė, 2001)

Kaimo turizmo sodybos skirstomos į etnografines (be komforto), minimalaus komforto ir modernias. Statistika ir apklausos rodo, kad dažniausiai pasirenkamos minimalaus komforto sodybos. Mažiausiai renkamosi modernios sodybos. Šis rodiklis svarbus tiek kaimo turizmo sodybų šeimininkams, sudarantiems paslaugų paketą, tiek kaimo turizmo organizatoriams.

Taigi, kaimo turizmo bruožas tas, jog kaimo turizmo produktas yra kelių suderintų *paslaugų* (informavimo, nakvynės, transportavimo ir kt.) *paketas*. *Paslaugų paketas – tai grupė paslaugų, visą paslaugą formuojančių kaip prekę, kuri praturtina pagrindinę paslaugą, visuma* (Vainienė ir kt., 2001).

Kaimo turizmo versle svarbiausia yra žmogus. Todėl, kai kuriose užsienio šalyse kaimo turizmas dar vadinamas svetingumo industrija, kuriai būdingas paklausos sezoniškumas ir dinamiškumas. Kaimo turizmo verslas ypatingas tuo, jog viena nakvynės vieta sukuria apie dešimtį naujų darbo vietų įvairiose kitose ūkinės veiklos srityse (Armantienė ir kt., 1999). Tai ypač svarbu šiandienos Lietuvos kaime.

Kaimo turizmas yra platesnė sąvoka nei poilsis kaime. Kaimas - suprantamas kaip žemės ūkio verslais besiverčianti žmonių gyvenvietė, arba gamybinių, socialinių, buitinių santykių ir teritorijos apgyvendinimo tipas, laikomas miesto priešingybe. Poilsis kaimo sodybose neatsiejamas nuo gamtinės aplinkos, vietovės kraštovaizdžio, kaimo kultūrinio paveldo ir etninio savitumo. *Kaimo turizmas* - tai kelionė į kaimo vietovę, norint pailsėti gamtoje, maitintis natūraliu, šviežiu maistu bei užsiimti tai aplinkai būdinga veikla (Armantienė ir kt., 1999). Šiuolaikinis kaimo turizmas yra susijęs su kaimo teritorijų plėtra ir gyventojų perorientavimu iš tradicinės žemdirbystės į naujas veiklos formas.

Poilsio kaime veikloje pagrindinis dėmesys skiriamas poilsiautojų apgyvendinimui kaimo sodybose, kuriose vyrauja pasyvaus poilsio formos. Taigi, poilsiui kaime yra siūlomas visas paslaugų paketas. Poilsio kaime “prekė” yra *poilsio paslaugų visuma, skirta atvykstančių į kaimą poilsiautojų rekreacijai*, t.y. poilsiui, fizinių, dvasinių ir kūrybinių jėgų atgavimui. *Rekreacija* - žmogaus fizinių ir dvasinių jėgų atgavimo procesas (Vainienė, 2001). Rekreacijos procesas pagrįstas teigiamomis emocijomis, malonumais ir išpūdziais. Skirtingai nuo kitų paslaugų sferos prekių, teigiamoms atvykusio į kaimą poilsiautojo emocijoms kurti yra pateikiama ne viena kokio nors paslauga, kaip pvz., nakvynė, maitinimas ar kt., bet visa eilė tarpusavyje susijusių paslaugų.

Kaimo turizmą atskirti nuo kitų turizmo rūšių yra gana sudėtinga. Todėl siūloma apibrėžti kaimo turizmą pagal jo sąsajas su gamta (Vainienė, 2001). Kad turizmas būtų apibūdintas kaip kaimo, jis turėtų atitikti visas kaimo vietovės charakteristikas: sodyba turi būti maža, maža gyventojų populiacija, žemės ūkiu paremta ekonomika, tradicinė socialinė struktūra.

Kaimo turizmas turėtų pabrėžti ir atspindėti kaimo aplinką, būti kaimiškas dydžiu, charakteristikoms ir pastatais, remtis šios aplinkos savybėmis ir požymiais, vietovės fiziniu, socialiniu ir kultūriniu potencialu, panaudoti esamus statinius ir įrengimus, įtraukti vietos bendruomenę. Kaimo turizmo vietovių samprata, tipai, bei jiems būdingi bruožai pateikiami 1.1 lentelėje. Pastebėtina tai, kad turtingose žemės ūkio teritorijose kaimo turizmo paslaugų vartotojus traukia ūkininkavimas, jo bruožai, specifiškumas.

Kaimo turizmo teritorijų tipai ir jiems būdingi bruožai

<i>Kaimo turizmo teritorijų tipai</i>	<i>Būdingi bruožai</i>
Populiarios priemiesčių rekreacinės vietovės šalia urbanizuotų teritorijų.	Vienos dienos poilsiautojai.
Tradicinės atostogų vietovės.	Didelis nakvojančių lankytojų skaičius ir infrastruktūra.
Saugomos teritorijos.	Jos siekia valdyti turizmą integruotu būdu.
Istoriniai kaimai	Gausus istorinis ir architektūrinis, kultūrinis paveldas įsiskverbęs į kraštovaizdį.
Nuošalios kaimo teritorijos	Jos patrauklios laukine gyvūnija ir augalija bei nepaliesta gamta. Jas sunkiau pasiekti, mažai vietinių paslaugų. Didelės ekoturizmo plėtros galimybės.
Turtingos žemės ūkio teritorijos.	Lankytojus traukia ūkininkavimas.
Teritorijos netoli jūros	Galima plėsti kaimo turizmą atokiau nuo jūros.
Kalnuotos ar miškingos vietovės.	Kaimo turizmo sodybos miškuose, kur turistams, kaip pramogą galima pasiūlyti grybavimą, uogavimą ir medžioklę.

Šaltinis: (Vainienė I., 2001)

Kaimas yra teritorinė ir erdvinė samprata. Kaimo vietovės sudaro žmonės, žemė ir kiti ištekliai, esantys atviroje erdvėje ir mažose gyvenvietėse. Kaimas, arba sodžius, - dažniausiai žemės ūkio verslais besiverčiančių žmonių gyvenvietė. Išorinės struktūros požiūriu skiriamos kaimų formos: gatviniai, kupetiniai ir vienkiemiai. Lietuvoje yra 20 tūkstančių kaimų, daugelis jų vienkieminiai. Gatviniuose kaimuose sodybose pastatai buvo statomi galais į gatvę. Kupetiniams kaimams būdingas netvarkingas sodybų išdėstymas. Svarbiausias kaimo struktūrinis elementas yra kaimo sodyba. Turistus ypač traukia kaimo žmonių gyvenimo būdas. Geriausias galimybes teikti nuolatinės kaimo turizmo paslaugas turi rentabilūs ūkiai, kurių sodybos yra gražiose gamtinėse vietovėse, patenkinama finansinė būklė, šeiminingai gerai žino žemės ūkio dirbimo tradicijas ir senuosius kaimo amatus, moka organizuoti kaimo turizmo veiklą. Tokiems ūkiams kaimo turizmas būtų papildoma veikla ir nemažas pajamų šaltinis (Armonienė, 1999).

Kaimo gyventojams užsiėmimas kaimo turizmu atrodo kaip kelias į modernumą, kuris suvokiamas kaip išsivadavimas nuo atsilikimo ir galėjimas gyventi „kitokį gyvenimą“ – priartėti prie europietiško gyvenimo standartų. Toks troškimas modernizuoti gyvenamąją aplinką neišvengiamai veda prie minėtų sociokultūrinių pokyčių ir tradicinio gyvenimo būdo spartaus praradimo. Todėl registruotose kaimo turizmo sodybose išivyravo pramogų industrija, teikiamos savaitgalio pramogų paslaugos.

1.1.2. Kaimo turizmo paslaugų reglamentavimas

Šiame skyrelyje trumpai apžvelgta LR Kaimo turizmo paslaugų bazė: paslaugų rūšys, apgyvendinimo paslaugų teikimo reglamentavimas, kokie statiniai gali būti naudojami teikiant šias paslaugas, kas išduoda šiai veiklai vystyti leidimus ir kokia yra įstatyminė mokesčių bazė.

Kaimo turizmo veiklą šalyje koordinuoja ir kaimo turizmo politiką formuoja Valstybinis turizmo departamentas prie Lietuvos Respublikos Ūkio ministerijos.

Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme išskiriamos tokios turizmo paslaugų rūšys: kelionės organizavimo paslaugos; turizmo informacijos paslaugos; apgyvendinimo paslaugos; vežimo, maitinimo, pramogų ir kitos turizmo paslaugos.

Pagal tą patį įstatymą, turistų apgyvendinimo paslaugas teisės aktų nustatyta tvarka gali teikti: juridiniai asmenys, teikiantys viešbučio tipo ar specialaus apgyvendinimo paslaugas, pvz.: kaimo turizmo paslaugos, moteliai ir pan.; fiziniai asmenys, teikiantys nakvynės ir pusryčių *ar kaimo turizmo paslaugas, pvz.: fiziniai asmenys kaip patentuota veikla, ūkininkai – ūkininko pažymėjimo pagrindu*; fiziniai ar juridiniai asmenys, teikiantys turistinės stovyklos paslaugas pvz.: kempingų; fiziniai ir juridiniai asmenys, teikiantys apgyvendinimo paslaugas laivuose ir keltuose.

Pagal Lietuvos Respublikos Įstatymus, kaimo gyvenamojoje vietovėje ar mieste, kuriame gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų, teikiant kaimo turizmo paslaugą apgyvendinimui gali būti skirta ne daugiau kaip 20 nuomojamų kambarių. Jei kambarių skaičius didesnis, yra taikomi Lietuvos Respublikos Turizmo įstatyme nustatyti juridiniams asmenims apgyvendinimo paslaugų teikimo reikalavimai. Kaimo turizmo apgyvendinimo paslaugai gali būti naudojami šie skirtingi statiniai bei patalpos, jie įstatyme išskiriami sekančiais:

- ✓ individualūs gyvenamieji namai ar jų dalys (atskiri kambariai, mansardos, verandos ir pan.);
- ✓ ūkininkų sodybos ar jų dalys (svirnai, pirtys ir pan.);
- ✓ vasarnamiai;
- ✓ sodo, žvejų, medžiotojų nameliai;
- ✓ kempinge arba stovyklavietėje: nameliai - priekabos, palapinės.

Kaimo turistai, vykstantys poilsiauti į kaimą tikisi:

- ✓ Įvairių apgyvendinimo įstaigų (nuo kaimo sodybos iki kempingo), kuriose nakvynės kaina taip pat skiriasi.
- ✓ Priklausomai nuo apgyvendinimo įstaigos - atitinkamo komforto lygio, kuris nuolat gerinamas.

- ✓ Apgyvandinimo įstaigų, kurios yra patraukliame kraštovaizdyje, o pastatai atspindi autentišką etnografinį - architektūrinį kaimo paveldą.

Norėdamas gauti pažymėjimą, kaimo turizmo, nakvynės ir pusryčių, turistinės stovyklos paslaugos teikėjas Savivaldybės administracijai pateikia: užpildytą nustatytos ir Tarybos patvirtintos formos paraišką, Visuomenės sveikatos centro išduoto dokumento, kad patalpos atitinka higienos normos HN 118:2002 „Apgyvandinimo paslaugų saugos sveikatai reikalavimai“ reikalavimus kopiją, Priešgaisrinės gelbėjimo tarnybos išduoto dokumento, kad patalpos atitinka priešgaisrinės saugos reikalavimus kopiją. Savivaldybės administracijos sudaryta komisija per 15 kalendorinių dienų nuo paraiškos pateikimo priima sprendimą ir išduoda atitinkamą kaimo turizmo, nakvynės ir pusryčių ar turistinės stovyklos paslaugos teikimo pažymėjimą bei nustato pažymėjimo galiojimo terminą.

Daugumoje kaimo teritorijų paklausios įvairių tipų apgyvendinimo paslaugos už pačią įvairiausią kainą. Lankytojai tampa vis reiklesni standartams, gyvenimo sąlygoms ir komfortui, bet taip pat ieško ir tradicinių apgyvendinimo įstaigų ir svetingumo (Vainienė, 2001).

Taigi, trumpai apibendrinant, norėtusi pabrėžti tai, kad Kaimo turizmo paslaugoms teikti, kaip ir kitai ūkinei veiklai vykdyti, gausu įstatymų, nominių aktų reglamentuojančių šią veiklą, o veiklos apmokestinimas taip pat nebeturi jokių lengvatų.

1.2. Rinkos elementai ir veiksniai įtakoiantys Kaimo turizmo paslaugas

Kaimo turizmo paslauga yra paslaugų ir prekių rinkos dalis, todėl galima analizuoti jos paklausą ir pasiūlą. Wonnacot P. pateiktame apibrėžime, rinka suprantama kaip erdvė, kurioje formuojami mainai ir prekybiniai ryšiai, pasireiškiantys pardavimo – pirkimo sandėriuose tarp pirkėjų ir pardavėjo (Wonnacott, 1993). Pirkėjas ir pardavėjas yra dvi rinkoje veikiančios jėgos. Pirkėjas, kaip veikianti jėga, formuoja rinkos paklausą, o pardavėjas - rinkos pasiūlą (Urbanskienė ir kt, 1998). Rinka klasifikuojama pagal įvairius požymius. Erdvės (geografiniu) požiūriu rinka gali būti pasaulinė, šalies, regioninė, vidaus, užsienio, tarptautinė ir pan.

Paklausa, pasiūla ir kaina yra pagrindiniai rinkos elementai, o esančios, besiformuojančios tarp jų priežastys – pasekmių priklausomybės, vadinamos rinkos mechanizmu arba paklausos – pasiūlos kainų mechanizmu. Rinkos kaina yra parametras, į kurį įmonė turi atsižvelgti nustatydamas savo pagamintų produktų, paslaugų kainas (Urbanskienė ir kt, 1998).

Kaimo turizmo paslaugų pasiūla yra santykinai fiksuota. Ištekliai, infrastruktūra negali keistis taip greitai, kaip kaimo turizmo paslaugų paklausa (Dovalienė, 1998). Paklausa suprantama kaip paslaugos kiekio, kurį pirkėjas nori ir gali pirkti, ryšys su kaina, už kurią ši paslauga perkama.

Paklausa pasireiškia pirkėjo siekimu įsigyti konkrečią prekę ar paslaugą. Tik pasireiškęs poreikis sukelia paklausą, o tai užtikrina vartojimo prielaidą. Poreikiai – tai tam tikra materialinių ir dvasinių gėrybių visuma, reikalinga visuomenės nariams ir priklausanti nuo socialinių ir ekonominių sąlygų (Kvainauskaitė, Snieška, 2003). Vadinasi, paklausą galime apibrėžti kaip troškimą arba poreikį, egzistuojantį drauge su pasiruošimu ir galėjimu užmokėti.

Taigi, kaip minėta anksčiau, paklausa, pasiūla ir kaina yra pagrindiniai rinkos elementai, juos ir nagrinesime detaliau šio skyriaus poskyriuose. Kaip pagrindinį veiksnių paklausai atspindėti imsime vartotojų apibūdinimą, pasiūlai – konkurencingumą, ir paslaugų kainodara.

1.2.1. Kaimo turizmo paslaugų vartotojai

Kaimo turizmo paslaugų pagrindinis paklausos veiksnys yra paslaugų vartotojas. *Vartotojas* – asmuo, kuris perka prekes ir naudojami paslaugomis asmeniniams poreikiams. *Vartotojai* – tai asmenys ar jų grupės, kurių poreikiams tenkinti sukuriamą paslauga. Tai viena svarbiausių suinteresuotų šalių, nuo kurios interesų patenkinimo laipsnio daug priklauso visa kaimo turizmo projekto sėkmė (Neverauskas ir kt., 2004).

Vartotojas turizmo ar kaimo turizmo paslaugų sektoriuje dar dažnai vadinamas – poilsiautoju.

Vartotojų elgsena – tai yra sritis atsiradusi ekonomikos ir psichologijos sandūroje, šiuo metu tapusi multidisciplininiu dalyku. Moksliniuose tyrimuose dominuoja loginio pozityvumo metodai, kuriais siekiama suprasti ir numatyti vartotojo elgseną. Išsiaiškinti priežasties ir pasekmės ryšius, kurie per įtikinėjimus, informavimą, mokymą valdo vartotoją (Neverauskas ir kt., 2004)

Dauguma kaimo turizmo paslaugų teikėjų detaliai tyrinėja vartotojų sprendimus pirkti jų paslaugas, kad atsakytų į klausimus: *ką perka vartotojai, kur jie perka, kaip, kiek, kada perka ir kodėl jie perka* vienokias ar kitokias paslaugas. Tačiau sužinoti atsakymą į klausimą “*kodėl?*” ir suvokti vartotojų sprendimo pirkti procesą nėra taip lengva, nes atsakymai dažnai būna užrakinti vartotojų galvoje (Kotler, Armstrong, Saunders, Wong, 2003).

Kaimo turizmo paslaugų pirkėjo elgsenai turi įtakos ir socialiniai veiksniai: nedidelės vartotojų grupės, šeima, socialiniai vaidmenys ir vartotojo statusas. Taip pat pirkėjo sprendimams įtakos turi jo asmeninės savybės, tokios kaip pirkėjo amžius ir gyvenimo ciklo etapas, profesija, ekonominė padėtis, gyvenimo būdas, asmenybė bei savimonė. Keičiantis amžiui, keičiasi ir pirkėjų perkami produktai bei paslaugos. Poilsio būdas, maisto skonis, drabužių stilius dažnai yra susiję su amžiumi.

Vartotojų elgesys yra sudedamoji žmogaus elgesio dalis. *Vartotojų elgsena* apima protinius sprendimus, bei fizinius veiksmus, kylančius iš šių sprendimų: vartotojas kaip asmenybė – sudėtingas subjektas, o jo elgesį prognozuoti nelengva; dabartinio vartotojo pinigų leidimas nepastovus ir kaprizingas reiškinys; vartotojo elgesį galima suprasti siauresne ir platesne prasme (Stankevičienė, 2004).

Analizuojant rinką vartotojų aspektų dažnai taikomas segmentavimas. Rinkos segmentavimas yra visos apibrėžtos rinkos skaidymas į tam tikrą skaičių subrinkų (naudojant identifikuotus segmentavimo požymius). Kiekvienas segmentas yra sudarytas iš klientų ar vartotojų, turinčių panašias charakteristikas.

Lietuvos kaimo turizmo paslaugų vartotojai, kurie Statistikos departamento įvardijami kaip – poilsiautojai, dažniausiai analizuojami pagal šiuos kriterijus: Lietuvos ar užsienio gyventojas.

1.2.2. Kaimo turizmo paslaugų rinkos konkurencija

Kaimo turizmas - konkurencinga industrija, kaip ir kitos ūkio šakos. Lyginant su visa turizmo rinka, *kaimo turizmas* užima nedidelę jos dalį. Tačiau būtent šis sektorius auga gana sparčiai. Kaip ir kitus verslo ekonominius sektorius, taip ir kaimo turizmo sektorių, analizuojant konkurenciją įtakoja tam tikri veiksniai, daromos tam tikros konkurencinės analizės pagal tam tikrus veiksnius, kuriuos šiame skyriuje ir panagrinėsime teoriškai.

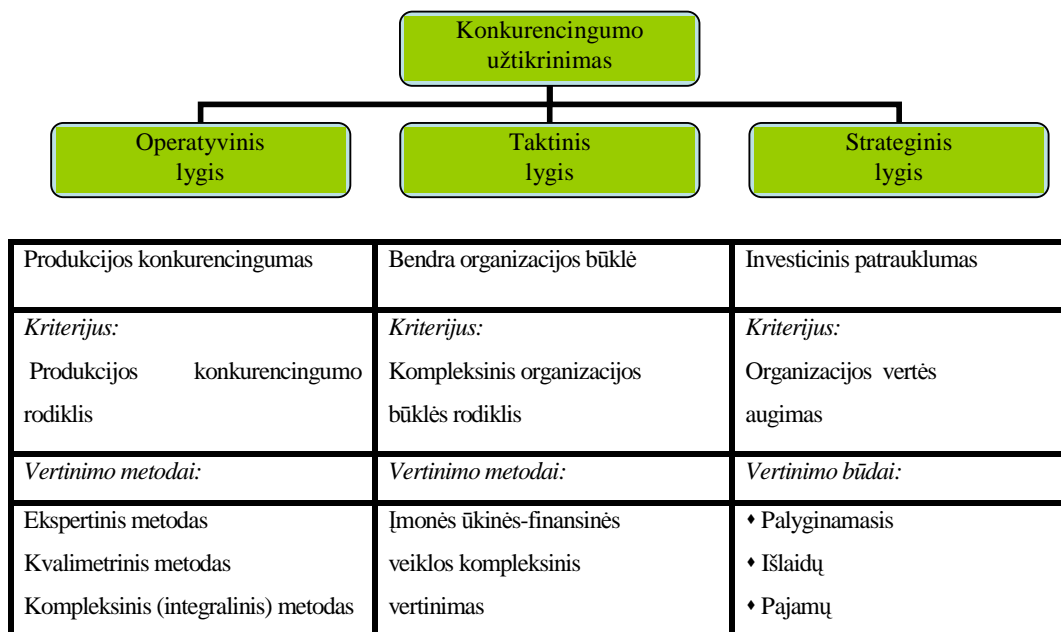
Konkurencija – tai varžymasis, rungtyniavimas kurioje nors srityje, norint pasiekti tą patį tikslą. *Konkurencija ekonomine prasme* yra esminis rinkos požymis išreiškiantis rinkos subjektų tarpusavio rungtyniavimo santykius, t.y. speciali ekonominė ūkio subjektų santykių išraiškos forma, priklausanti nuo tam tikrų požymių, kurių svarbiausieji yra tokie: subjektai; objektai; rezultatas konkuravimo ir konkuravimo prielaidos (Bagdonienė, Hopenienė, 2005).

Priklausomai nuo šių požymių konkurencija gali būti nagrinėjama tokiu būdu:

- ✓ pagal subjektus - vidinė šakos konkurencija (jeigu tai yra tos pačios šakos firmos ar įmonės) ir tarpšakinė konkurencija.
- ✓ pagal objektus (dėl ko konkuruoja) - viduje šakos konkuruoja dėl geresnių gamybos ir realizavimo sąlygų, tarp šakų - dėl pelningesnių kapitalo įdėjimo sferų.
- ✓ pagal rezultata: viduje šakos vienoda rinkos kaina (vienarūšių prekių), tarp šakų - vidutinė gamybos kaina ir vidutinis gamybos pelnas.

Prielaidos: viduje šakos – gamybos kaštai skiriasi (atskirų įmonių), tarp šakų – skirtingi šakų pelningumo lygiai (Šimašius, 2005).

Taigi, kaimo turizmo paslaugų konkurencingumui įvertinti naudojami kiekybiniai ir kokybiniai rodikliai. Teoriniu požiūriu gerai parinkta kiekybinių ir kokybinių vertinimo rodiklių sistema leidžia išsamiau apibūdinti kaimo turizmo paslaugų konkurencinį pajėgumą, finansinę bei strateginę padėtį, prognozuoti bankroto tikimybę. Konkurencinio pranašumo tyrimai yra labai aktualūs, nes jie leidžia nustatyti įmonių stipriasias ir silpnasias vietas, jų turimo potencialo bei atskirų konkurencingumo veiksnių panaudojimo efektyvumą. Analizuojant kaimo turizmo paslaugų konkurencingumą, jo vertinimo ir jo didinimo būdus, galima suformuluoti pagrindinius įmonės konkurencingumo užtikrinimo koncepcijos principus, kurie pateikti 1.3 paveiksle.

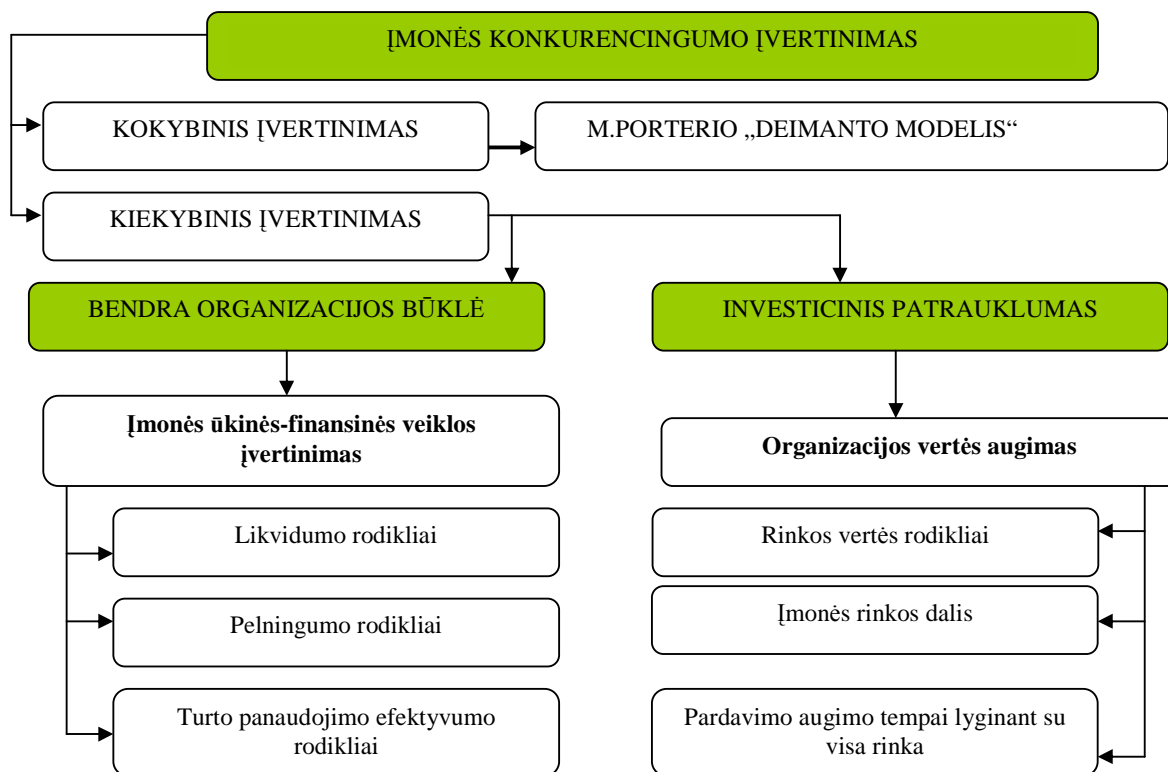


1.4 pav. Įmonės konkurencingumo kriterijai

Šaltinis: (Diskienė, Marčinskas, 2001).

Įmonės konkurencingumo užtikrinimo užduotis susideda iš produkcijos konkurencingumo užtikrinimo, o kartu ir įmonės konkurencingumo. Patartina išskirti skirtingus įmonės konkurencingumo kriterijus priklausomai planavimo lygio ir vadybos įmonėje. Pagrindinis įmonės konkurencingumo rodiklis operatyviniame lygyje – tai integralinis įmonės konkurencingumo rodiklis. Taktiniame lygmenyje įmonės konkurencingumas užtikrinamas jo bendra ūkine – finansine būkle ir charakterizuojamas jos būklės kompleksiniu rodikliu. Strateginiame lygmenyje organizacijos konkurencingumas charakterizuojamas investiciniu patrauklumu, kurio kriterijus – verslo vertės augimas (Diskienė, Marčinskas, 2001).

Konkurencingumo įvertinimui kaip sistemos interpretacija, pateikti 1.4 schemeje kokybiniai bei kiekybiniai konkurencingumo įvertinimo būdai, kurie įvertinti kaip informacinės sistemos, įvardinti sistemos elementai, jų ryšiai.

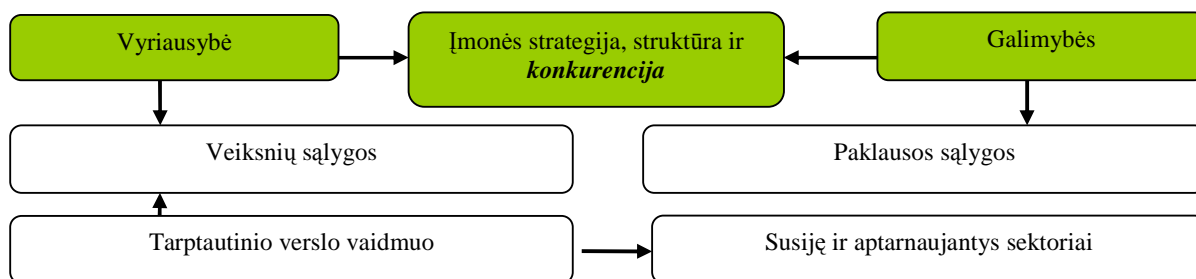


1.5 pav. Įmonės konkurencingumo įvertinimas

Šaltinis: (Diskienė, Marčinskas, 2001).

Pateikta įmonės konkurencingumo įvertinimo schema. Iš šios schemos aišku, kad įmonės įvertinimą sudaro kokybinis ir kiekybinis įvertinimai.

Anot L. Šliburytės, dar vienas iš konkurencingumo įvertinimo metodų yra *M. Porterio* sukurtas "deimanto" modelis (1.5 pav.). *M. Porteris*. "Deimanto" modelio tipo konkurencingumo analizei daugiau būdingi ne kiekybiniai, o kokybiniai įvertinimai (Šliburytė, 2000). Pateiksime šio modelio analizę. *M. Porterio* sukurtame "deimanto" modelyje išskirti keturi vidiniai veiksniai, veikiantys kiekvienas atskirai ir visi keturi kaip sistema, ir išoriniai veiksniai, sąlygojantys kaimo turizmo konkurencingumą.



1.5 pav. Porterio "deimanto" konkurencingumo modelis

Šaltinis: (Šliburytė, 2000)

Keturi tiesiogiai konkurencingumą lemiantieji "deimanto" elementai yra:

- 1) veiksmų sąlygos. Tai esami, baziniai šalies veiksniai – gamtiniai išteklių, klimatas, geografinė padėtis ir demografija, kurie labai svarbūs turizmo paslaugoms teikti, o taip pat pažangūs, specializuoti ir būdingi konkrečioms įmonės veikloms – komunikacijų infrastruktūra, geresnio švietimo dėka įgauti kvalifikaciniai įgūdžiai ir pažangūs tyrimų būdai;
- 2) paklausos sąlygos. Jas galima įvardinti tikrosiomis inovacijų ir technologinę pažangą skatinančiomis jėgomis, kadangi įmonės jautriausiai reaguoja į artimiausių joms vartotojų poreikius, jų pasikeitimai padeda nuspėti būsimas globalines tendencijas;
- 3) susiję ir aptarnaujantys sektoriai. Įmonė gali įgauti konkurencinių pranašumų – jei ji gali sukongcentruos pajėgumus pagrindinei veiklai vystyti, o likusią dalį paliks tiekėjams;
- 4) įmonės strategija, struktūra ir konkurencija. Įmonių kūrimo, veiklos organizavimo ir valdymo efektyvumas iš dalies priklauso nuo šalies teisinių sąlygų ypatumų, o konkurencija sektoriaus viduje yra svarbus įmonių konkurencinių pranašumų šaltinis.

Išoriniai, bet konkurencingumo vertinimui svarbūs M.Porterio "deimanto" modelio veiksniai:

- 5) Vyriausybės vaidmuo. Kaimo turizmo sektoriuje labai didelį vaidmenį vaidina Vyriausybė formuodama investicijų ir inovacijų politikas, užtikrindama kaimo turizmo paslaugų plėtros programų įgyvendinimą, turi sudaryti sąlygas pažangių ir naujoviškų paslaugų gamybai; teisinių aktų pagalba Vyriausybė turi nustatyti griežtus aplinkos apsaugos reikalavimus, darbo saugos standartus ir prižiūrėti, kaip jų laikomasi, įgyvendinti priemones, užkertančias monopolistiniams susitarimams, užtikrinančias rinkos sistemos funkcionavimą, skatinančias darbo jėgos kvalifikacijos augimą;
- 6) galimybių vaidmuo. Galimybėmis laikomi išoriniai, kartais netikėti įvykiai - technologijos šuoliai, kainų svyravimai, politinių sistemų pasikeitimai, karai ir kt., kurie paprastai turi milžinišką įtaką konkurencinių pranašumų atsiradimui, stiprėjimui arba išnykimui;
- 7) tarptautinio verslo vaidmuo. Daugelis kaimo turizmo paslaugų teikėjų turi savo "namų bazę", iš kurios kyla jų specifinė patirtis, ir kuri yra nuolat tobulinama; tačiau veikia ir pasaulinės korporacijos, kurios atsižvelgdamos į visų geriausią savo veiklai vietą, jau nebeturi vienos tėvynės. Jų vaidmuo gali turėti lemiamos reikšmės, plėtojant tam tikras pramonės veiklas daugelyje pasaulio šalių (Lietuvos Respublikos ūkio ministerija. Pramonės konkurencingumo įvertinimo būdai. 2003).

Pasak, Žemės ūkio rūmų vicepirmininkės - Reginos Sirusienės, Lietuvoje galėtų būti kelis kartus daugiau poilsį kaime siūlančių sodybų, o tarp jų atsiradusi konkurencija kilstelėtų šias paslaugas į dar aukštesnį lygį. Dar visai neseniai kaimo turizmo entuziastams teko nertis iš kailio įrodinėjant valdininkams, kad šis verslas yra perspektyvus ir gali būti lygiavertis kitiems paslaugų sektoriams (Sirusienė, 2007).

Taigi, analizuojant kaimo turizmo sektoriaus konkurencingumą visus galimus kaimo turizmo sodybų konkurentus galima priskirti vienai iš 3 grupių, pagal konkurencijos lygį:

1 grupė: Objektai pagal geografinę situaciją arba veiklos (paslaugų) pobūdį sudarantys konkurenciją kuriamai ar esančiai kaimo turizmo sodybai.

2 grupė: Objektai pagal savo veiklos (paslaugų) pobūdį ir geografinę situaciją sudarantys didžiausią konkurenciją kuriamai ar esančiai kaimo turizmo sodybai.

3 grupė: Objektai vykdantys panašaus pobūdžio veiklą, tačiau sudarantys mažiausią konkurenciją kuriamai ar esančiai kaimo turizmo sodybai.

Lietuvos ir užsienio turistų poreikis poilsiauti kaimo sodybose nuolat didėja, tačiau kaimo turizmo paslaugų pasiūla, kokybė ir įvairovė nėra pakankama. 2007-2013 m. teikiant paramą didelį dėmesį numatoma skirti kaimo turizmo paslaugų kokybės ir šių paslaugų įvairovės gerinimui. Čia keliami tokie tikslai: didinti kaimo turizmo sodybų patrauklumą bei nakvynės vietų kaimo turizmo sodybose skaičių, kurti naujas sodybas, puoselėjant lietuviškas architektūros tradicijas (V.Krasuskaitė, 2007).

Literatūrinių šaltinių analizė rodo, kad kaimo turizmo paslaugų konkurencingumui įvertinti gali būti naudojama rodiklių sistema arba apibendrinantys (integraliniai) rodikliai. Tai labai svarbus klausimas ne tik teoriniu, bet ir praktiniu požiūriu. Pažymėtina, kad pagal aukščiau pateiktus rodiklius išsamiai analizei atlikti būtina surinkti daug pirminės informacijos teikiant kaimo turizmo paslaugas. Informacija gali būti renkama įvairiais būdais: renkant ir kaupiant duomenis (statistinius, apyskaitinius ir kt.), o taip pat atliekant tyrimus.

1.2.3. Kaimo turizmo paslaugų kainodara

Kaimo turizmo paslaugų įmonių kainodaros sprendimai gali būti nukreipti skirtingiems tikslams pasiekti. Pagal tikslus kainodara gali būti orientuota į: pajamas, pasiūlos ir paklausos derinimą, klientų skaičiaus didinimą (Lovelock, Wright, 1999).

Į pajamas orientuota kainodara. Siekiant šio tikslo, galimi du variantai: siekti pelno, padengti kaštus. Kiekvienas šis atvejis gali būti įgyvendinamas skirtingai. Siekianti pelno kaimo turizmo paslaugų įmonė turi tikslą maksimaliai padidinti vertės prieaugį. Tačiau tam tikrais atvejais tikslas gali būti ne pelno maksimizavimas, o tam tikras fiksuotas jo lygis. Tokių paslaugų teikimu stengiamasi išsilaikyti lūžio taške, t. y. siekiama tik padengti kaštus. Tais atvejais, kai atskiros paslaugos parduodamos nesiekiant pelno, ta veikla turėtų būti subsidijuojama iš kitų gamybos sričių taikant kryžmines subsidijas.

Bet kuriuo atveju nustatant kaimo turizmo paslaugų kainą reikia tiksliai apibrėžti kaštus. Kaip žinoma, yra dvi kaštų rūšys: *pastovieji* arba *fiksuoti ir kintamieji kaštai*. Tam tikra kaštų dalis turi ir kintamiesiems, ir pastoviesiems kaštams būdingų savybių. Tai *pusiau kintamieji kaštai*.

Pastovieji kaštai nesikeičia kintant teikiamų paslaugų kiekiui. Tam tikrą laiką jie būna pastovūs ir apima tokias išlaidas kaip pastatų išlaikymas, personalas, priežiūra ir pan.

Kintamieji kaštai kinta kartu su pagamintų paslaugų kiekio pakitimais: su kiekviena nauja sąskaita banke, vieta lėktuve ar teatre, užimtu kaimo turizmo sodybos kambariu. Daugelyje paslaugų šie kaštai yra labai nedideli, kartais artėja prie nulio, kaip traukinyje ar teatre. Tačiau kai kur jie sudaro nemažą dalį (pvz., teikiant kaimo turizmo paslaugas vandens ar energijos sąnaudos).

Pusiau kintamieji kaštai yra susiję su suteiktų paslaugų kiekiu (pvz., viršvalandžiai ar papildomo personalo algos, telefono paslaugos). Tai sieja juos su kintamaisiais kaštais. Būdinga, kad šie kaštai kinta šuoliškai kaip pastovieji kaštai. Pavyzdžiui, jei paklausa tokia didelė, kad lėktuvus perpildytas, tenka jį pakeisti didesniu. Bet tada reikia didesnės įgulos, daugiau kuro, didesnių aptarnavimo išlaidų. Būtent jos ir sudaro pusiau kintamuosius šuoliškai pakitusius kaštus.

Kaštų nustatymas ir paskirstymas kaimo turizmo paslaugų teikėjams paprastai yra nelengvas uždavinys. Jį sprendžiant reikėtų artimai bendrauti su apskaitos specialistais. Viena iš problemų yra pridėtinių išlaidų paskirstymas. Pavyzdžiui, nustatant kaimo turizmo teikiamų paslaugų kainas, šios išlaidos gali būti paskirstomos: a) proporcingai plotui; b) proporcingai darbo valandų skaičiui; c) kontaktų su klientais bendrajai trukmei arba jų skaičiui ir kt. Kiekvienas metodas lemia kitokią rezultatą. Vienu atveju gali pasirodyti, kad skyrius tiesiog yra finansų eikvotojas, kitu - kad jis yra lūžio taške, t. y. vos dengia kaštus, trečiu - kad jis labai pelningas. Svarbu žinoti, kokia turėtų būti kaimo turizmo paslaugų pardavimų apimtis, kad teikėjas išsilaikytų.

Pastovūs ir pusiau kintamieji kaštai paskirstomi kiekvienam pardavimų vienetui. Taip paskirsčius, pavyzdžiui, koncertinio renginio kaštus, matyti, kiek bilietų reikia parduoti šia kaina, kad būtų pasiektas lūžio taškas, t. y. kad pasidengtų renginio kaštai. Būtinoji pardavimų apimtis siejama: a) su klientų jautrumu kainai (t. y. paklausos elastingumu); b) su rinkos dydžiu (ar bus užtikrintas reikiamas klientūros skaičius); c) su konkurencijos lygiu (koks yra konkurencinių siūlymų patrauklumas klientams).

Į pasiūlos ir paklausos derinimą orientuota kainodara. Čia būtų galima pažymėti tik tai, kad dažnas kaimo turizmo paslaugų kainų kaitaliojimas gali būti nepageidautinas, nes klientai reiškia pretenzijas, kai sumažinta kaina vėl padidinama. Antras neigiamas tokios kainodaros aspektas - pavojus, kad klientai sumažintą kainą suvoks kaip pablogėjusią kokybę. Todėl įmonės kartais bijo sugadinti savo reputaciją, ir šie jų nuogaštavimai turi pagrindo. Pavyzdžiui, restoranas, nusprendęs dienos metu privilioti daugiau lankytojų, įvedęs savitarną ir sumažinęs patiekalų kainas, gali turėti

sunkumų vakare norėdamas teikti lankytojams aukščiausios klasės restorano paslaugas. Yra grėsmė, kad klientai jį tapatins su savitarnos valgykla. Šiais atvejais svarbu suvokti paklausą lemiančius veiksnius ir įvertinti kliento logiką. Pasiūlęs naujas kaimo turizmo paslaugų paslaugas teikėjas dažnai turi priešingą problemą - pritraukti klientus. Įvedus kainų nuolaidas galima paskatinti paklausą. Dažniausiai nuolaidos derinamos su kitomis rėmimo priemonėmis. Norėdamos išplėsti pasiūlą atskiram klientų tipui, kaimo turizmo paslaugų teikėjas remiasi atskirų rinkos segmentų perkamąja galia ir skirtingais jų reikalavimais paslaugos lygiui. Tuo pagrindu nustatomos diferencijuotos kainos atskiroms vartotojų grupėms pritaikant paslaugos savybes ir jos teikimo sąlygas (Lovelock, Wright, 1999). Apibendrinant paslaugų kainodaros tikslus ir uždavinius, pagal Lovelock, Wright sudaryta 1.2 lentelė.

1.2 lentelė

Paslaugų kainodaros tikslai ir uždaviniai

Tikslai	Uždaviniai
I. Pajamos: a) gauti pelną b) padengti kaštus	1. Pasiiekti kuo didesnį pelną. 2. Pasiiekti užsibrėžtą pelno lygį. 1. Visiškai padengti visus kaštus. 2. Padengti atskiros paslaugos kaštus (be pridėtinių išlaidų). 3. Padengti didesnius pardavimo kaštus tam tikrai ypatingų klientų grupei
II. Racionalus gamybos pajėgumų naudojimas	Keisti kainas priklausomai nuo paklausos ir pasiūlos santykio
III. Klientų skaičiaus didinimas	1. Maksimizuoti vartotojų skaičių, kai tai leidžia paslaugų gamybos pajėgumas, siekiant užsibrėžto pajamų lygio. 2. Taikyti įvairias paslaugos teikimo ir mokėjimo už ją sąlygas skirtingiems rinkos segmentams pagal jų poreikius ir galimybes. 3. Siūlyti tokius atsiskaitymo už paslaugą būdus, kurie išplėstų perkamąją galią (pvz.: kreditas).

Šaltinis: (Lovelock, Wright, 1999)

Būtina pažymėti, kad kaimo turizmo paslaugų kainos panaudojimas klientų elgsenai paveikti turi būti paremtas paklausos elastingumo tyrimais. Kai paklausa kainai neelastinga arba mažai elastinga, jos pokyčiai menkai teveikia bendrąjį paklausos dydį. Ir priešingai, didelis elastingumas sukelia nemažus paklausos pokyčius. Kaimo turizmo paslaugų įmonė turėtų žinoti klientų preferencijas paslaugos teikimo laiko požiūriu, jei ketina panaudoti kainą, pavyzdžiui, įvertinus sezoniškumą. Svarbu nustatyti, kaip reaguos į kainos pokyčius įvairūs segmentai įvairiu metu.

Kitas esminis momentas - kaimo turizmo paslaugų kainodara neturėtų tapti per daug sudėtinga - su daugeliu išimčių, variantų ir atvejų, nes tuomet vartotojas nebesugeba suvokti ir įvertinti paslaugos naudos, o teikėjas sunkiai pajėgia kontroliuoti tokios sudėtingos kainodaros procesą.

1.2.4. Kaimo turizmo paslaugų rinkos makroaplinkos vertinimo ypatumai

Didžiausią įtaką kaimo turizmo paslaugų paklausai ir pasiūlai turi faktoriai lemiantys vidinio turizmo rinkos, kuri susideda iš atvykstamojo ir vietinio turizmo rinkų, pokyčius. Stephen J. Page ir Joanne Connel daugybę kaimo turizmo paslaugų paklausos veiksnių sugrupavo į tris pagrindines grupes: ekonominius, verslo aplinkos bei socialinius – psichologinius veiksnius (Page, Connell, 2007). Jie pateikti žemiau esančioje 1.3 lentelėje.

1.3 lentelė

Turizmo paklausos pokyčius įtakoiantys veiksniai

Ekonominiai veiksniai	Verslo aplinkos veiksniai	Socialiniai – psichologiniai veiksniai
<ul style="list-style-type: none"> • Disponuojamos pajamos; • BVP 1 gyventojui; • Vartojimo išlaidos; 	<ul style="list-style-type: none"> • Pasiūlos elementų pakankamumas; • Ekonominis augimas ir stabilumas; • Politinė ir socialinė aplinka; 	<ul style="list-style-type: none"> • Demografiniai faktoriai; • Motyvacija; • Kelionių pirmenybės;
Ekonominiai veiksniai	Verslo aplinkos veiksniai	Socialiniai – psichologiniai veiksniai
<ul style="list-style-type: none"> • Kelionės kaina; • Gyvenimo kaštai • Gyvenimo kaštai palyginus su kelionės tikslo šalimi; • Apgyvandinimo įmonių kainos; • Valiutų kursas; • Kainų lygis palyginus su kelionės tikslo šalimi; • Marketingo efektyvumas; • Atstumas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ekonominis nuosmukis; • Technologinis išsivystymas; • Pasiiekiamumas; • Infrastruktūros išsivystymas; • Gamtinės katastrofos; • Epidemijos; • Urbanizacijos lygis; • Karas, teroristiniai išpuoliai; • Socialinis ir kultūrinis patrauklumas; • Ypatingi įvykiai (pvz.: Vilnius - 2009 m Europos sostinė); • Trukdžiai laisvai judėti šalyje ir tarp šalių (pvz.: vizos); • Įstatyminės kliūtys. 	<ul style="list-style-type: none"> • Kelionės tikslo šalies įvaizdis; • Kelionės tikslo šalies nuostatos; • Kelionės tikslo šalies pažinimo lygis; • Numanoma nauda; • Ieškoma nauda; • Laisvalaikio kiekis; • Kelionės trukmė; • Apmokamų atostogų trukmė; • Ankstesnių kelionių patirtis; • Fizinės galimybės, sveikata; • Kultūrinis panašumas; • Polinkis keliauti.

Šaltinis: (pagal Stephen J. Page, Connell, J. 2007).

Remiantis Lydekos Z. pateiktu apibrėžimu: *Ekonominė aplinka* – tai objektyviai egzistuojanti erdvė, kurioje veikia ir veikia, priima sprendimus ūkio dalyviai bei jų veiklą reglamentuojančios institucijos. Skiriami du aplinkos tipai (Lydeka, 2001):

1. Makroaplinka – veiksniai, kurie daro įtaką visiems rinkoje esantiems subjektams. Makroaplinkai priklauso ekonominiai, politiniai ir teisiniai, socialiniai ir kultūriniai, technologiniai ir moksliniai, gamtiniai veiksniai;
2. Pramonės rinkos aplinka – veiksniai būdingi konkrečiai rinkai ar šakai, kurioje funkcionuoja įmonės. Pramonės rinkos aplinka dažniausiai apima konkurentus, tiekėjus, vartotojus.

Makroaplinka suprantama, kaip bet kokią rinką veikiančios išorinės sąlygos, ir skirstoma į

skirtingus elementus atsižvelgiant į jų svarbą ir prigimtį. Makroekonomikos pobūdį ir brandumą rinkoje formuoja tam tikros sąlygos.

Lydekos Z. teigimu, dabartinė makroekonominė aplinka turi poveikį subjektų konkretiems veiksams šiuo metu. Tuo tarpu ekonomikos dalyvių dabartiniai veiksmai gali paveikti ateities makroaplinkos formavimąsi (Lydeka, 2001). Makroaplinka nėra ekonomikos subjektų mikroaplinkų suma.

Pagrindiniai veiksniai įtakojantys kelionių paklausą ir pasiūlą, lemia ir kaimo turizmo paslaugų paklausą, nes kaip ir kitų turizmo sektorių veiklą, kaimo turizmo paslaugas kiekvienoje konkrečioje vietovėje įtakoja ne vien tik tos šalies ekonomikos makroaplinkos veiksniai, bet ir šalių, iš kurių atvyksta turistai, makroaplinka bei tarptautinė verslo aplinka.

Nors tyrimuose akcentuojama, kad turizmo paklausą įtakoja daugelis veiksnių, į paklausos prognozavimo modelį paprastai įtraukiami 2-3 veiksniai ir tik atskirais atvejais daugiau veiksnių. Pagrindiniai veiksniai įtakojantys kaimo turizmo paslaugų paklausą, bei veiksniai atspindintys makroaplinkos elementus:

- ✓ Ekonominę aplinką – nedarbas, vartojimo kainų indekso pokytis;
- ✓ Socialinę – kultūrinę aplinkos įtaką – gyventojų skaičius;
- ✓ Gamtinės aplinkos įtaka pasireiškianti išteklių – kuro kaina.

Remiantis teorine analize paklausos pokyčius turėtų dar įtakoti valiutų kursas, paslaugos kaina bei jos pakaitalų kaina.

Šiuo metu nėra vienareikšmiško kaimo turizmo paslaugų *ekonominio vertinimo* apibrėžimo tiek Lietuvos, tiek užsienio literatūroje. Buškevičiūtės E. teigimu ekonominė analizė yra ekonominių procesų ir jų tarpusavio ryšių nagrinėjimas (Buškevičiūtė, Mačerinskienė, 2002). Абрятина М. С. teigimu ekonominės analizės objektas – šiandieninės būklės įvertinimas (Абрятина, 2002). Ekonominės analizės rezultatas turėtų būti išvados apie būklę, padėties įvertinimas. Plačiau prasme vertinimas apibrėžiamas kaip galimas tam tikro ekonominio objekto būsenos nustatymas esamu ir būsimu laikotarpiu, naudojant bet kurį metodą (Kvainauskaitė, Snieška, 2003).

1.3. Kaimo turizmo paslaugų rinkos plėtros veiksniai

Šiuolaikiniame pasaulyje, kai turizmas tampa svarbiu ūkio ekonomikos sektoriumi, turizmo departamentai vis labiau inicijuojami vystyti savarankiškas programas bei veiklas, o turizmo ekonominės naudos maksimizavimu suinteresuotos organizacijos ir institucijos vis plačiau naudoja

ekonominio poveikio tyrimus. Turizmo ekonominiu poveikiu domimasi ne tik valstybiniu, bet ir regioniniu mastu.

Lietuvai tapus ES nare, didesnę reikšmę negu iki šiol įgijo kaimo plėtra – įvairūs infrastruktūros ir socialiniai projektai. Palyginti su išsivysčiusiomis ES šalimis, Lietuvos kaimo infrastruktūra yra žemo lygio. Tai reiškia, kad atsiveria didelės galimybės patenkinti mūsų šalies poreikius ir pagerinti kaimo padėtį. Bendrosios žemės ūkio politikos siekis – mažinti ES valstybių ekonominius ir socialinius skirtumus bei pagerinti atsilikusių regionų konkurencingumą – paremtas konkrečiomis finansinėmis priemonėmis.

Kaimo turizmo plėtra yra kaip tarp dviejų ugnių: lokalios ir globalios plėtros – ką vietiniai gyventojai ir verslininkai norėtų veikti, remdamiesi esamais ištekliais, ir tarp diktuojamų rinkos sąlygų, politikų ir taisyklių bei paramos siūlomos iš išorės. Dėl šių priežasčių kaimo turizmo vaidmuo išauga – kaip vienas iš reikšmingiausių sektorių diversifikuotoje vietinėje ekonomikoje, bei kaip naujos veiklos bei naujų pajamų šaltinis ūkininkams. Būtent dėl šių priežasčių reikia suprasti politikos sistemą, kuri įtakoja kaimo plėtrą, apimančią ir kaimo turizmą. Europoje dominuoja tik Europos Sąjungos politikos sistema, turima omenyje, jog Europos Sąjungos įvaizdis – greitai auganti ne tik savo dydžiu, bet ir savo įtaka valstybė.

Kaimo turizmo paslaugų funkcionavimo efektyvumą nulemia paslaugų gamybos ir paslaugų išsivystymo lygis ir kaimo turizmo išteklių panaudojimo efektyvumas. Kaimo turizmas didina šalių socialinį, kultūrinį potencialą per teikiamą nematerialinę naudą, vartotojų įgyjamus išpūdžius ir patyrimą. Šio skyriaus poskyriuose apžvelgsime ekonominio poveikio sampratą, ES paramos įtaką teikiant ir tolydžiai plėtojant kaimo turizmo paslaugas.

1.3.1. Ekonominio poveikio samprata teikiant Kaimo turizmo paslaugas

Kaimo turizmo paslaugų vartotojai dalyvauja pardavimų, pelnų, darbo vietų, mokestinių įplaukų ir pajamų kūrime. Kaimo turizmo ekonominis poveikis taip pat svarbi valstybinio, regioninio ir visuomeninio planavimo ir ekonominio vystymo aplinkybė. Ekonominis poveikis taip pat yra aktualus veiksny priimant marketingo ir valdymo sprendimus.

Regionų ekonomistai išskiria tiesioginį, netiesioginį ir dirbtinį ekonominius poveikius (Baroniūnaitė, Meilienė, 2006). Netiesioginis ir dirbtinis poveikiai kartais bendrai yra vadinami antriniu poveikiu. Bendras kaimo turizmo ekonominis poveikis yra tiesioginio, netiesioginio ir dirbtinio poveikių regione suma. Bet kuris iš šių poveikių gali būti matuojamas kaip bendra produkcija arba pardavimai, pajamos, užimtumas arba pridedamoji vertė.

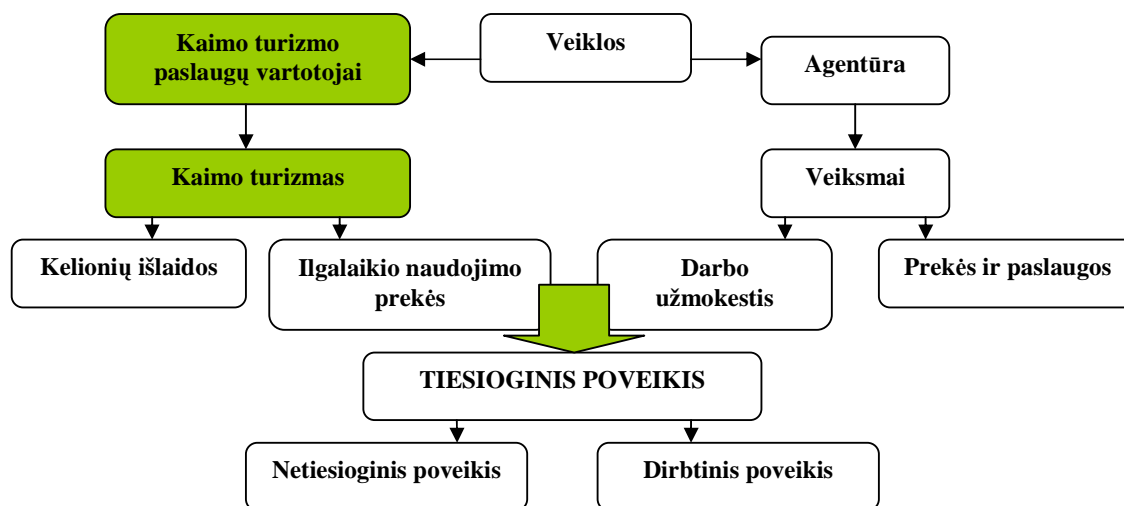
Tiesioginis poveikis yra paslaugų gamybos pokyčiai, susiję su tiesioginiu išlaidų kaimo turizmui pasikeitimo poveikiu. Kitaip tariant, tai yra pasikeitimai ekonominėje veikloje per pirmą išlaidų ciklą. Kaimo turizme tai pasireiškia per poveikį pačiai turizmo šakai. Tiesioginis poveikis atsiranda pirminiuose kaimo turizmo sektoriuose – apgyvendinime (nakvynė), maitinime, transportavime, pramogose ir mažmeninėje prekyboje. Pavyzdžiui, turistų, liekančių nakvoti kaimo turizmo skaičiaus padidėjimas tiesiogiai daro įtaką pardavimų padidėjimui kaimo turizmo sektoriuje. Papildomi kaimo turizmo pardavimai ir su tuo susiję pasikeitimai darbo užmokesčiui, mokesčiams ir tiekimui bei paslaugos yra tiesioginis turistų išlaidų poveikis.

Netiesioginis poveikis yra gamybos pokyčiai, atsirandantys per įvairius tolesnius išlaidų ciklus, kai kaimo turizmo pramonė savo išlaidomis veikia kitas ūkio šakas (pvz.: pramonės, žemės ūkio šakas, prekėmis ir paslaugomis aprūpinančias kaimo turizmo paslaugų teikėjus). Pavyzdžiui, pardavimų, užimtumo ir pajamų pasikeitimai lininių audinių pramonėje atspindi netiesioginį kaimo turizmo paslaugų pardavimų pasikeitimo poveikį. Verslo šakos, aprūpinančios produktais ir paslaugomis lininių audinių pramonę, atvaizduoja kitą netiesioginio poveikio ciklą. Galiausiai kaimo turizmo paslaugų teikėjai yra įvairiai susiję su daugeliu kitų regiono ekonominių sektorių.

Dirbtinis poveikis yra ekonominės veiklos pasikeitimai, įtakojami namų ūkių išlaidų iš tiesioginių ir netiesioginių pajamų, kurias jie gauna kaimo turizmo išlaidų rezultate. Pavyzdžiui, kaimo turizmo ir lininių audinių įmonių darbuotojai, tiesiogiai ir netiesiogiai išlaikomi kaimo turizmo, savo pajamas regione išleidžia namams, maistui, transportui ir įprastiniam namų ūkio poreikių kompleksui. Pardavimai, pajamos, ir darbo vietos, atsirandančios dėl namų ūkių išlaidų iš darbo užmokesčio, vadinami dirbtiniu poveikiu.

Pasinaudojant netiesioginio ir dirbtinio (antrinio) poveikio apibrėžimu, galima teigti, kad kaimo turizmo išlaidų pasikeitimai faktiškai vienaip ar kitaip gali daryti įtaką, bet kuriam ūkio sektoriui.

Antrinio poveikio dydis priklauso nuo regiono įmonių ir namų ūkių polinkio pirkti vietinių gamintojų ir tiekėjų prekes bei paslaugas. Dirbtinis poveikis ypač pastebimas, kai regione uždaroma didelė įmonė. Tada dėl namų ūkių pajamų sumažėjimo regione nukenčia ne tik tos įmonės aprūpinamos kitos pramonės šakos, bet ir visa vietinė ekonomika. Mažmenininkai bankrutuoja ir pinigų nutekėjimas iš regiono didėja, kadangi vartotojai produktus ir paslaugas perka kitame regione. Panašus poveikis pastebimas ir priešinga linkme, kai regione smarkiai padidėja užimtumas ir namų ūkių pajamos. Kaimo turizmo ekonominio poveikio supratimui pailustruoti žemiau pateikiama kaimo turizmo ekonominio poveikio proceso schema, 1.6 paveikslas.



1.6 pav. Ekonominio poveikio procesas

Šaltinis: (Baroniūnaitė, Meilienė, 2006)

Tiriant kaimo turizmo veiklos ekonominį poveikį tam tikram regionui bei jo ekonomikai, svarbu įvertinti ir kitus poveikius, įeinančius į ekonominę analizę. Ekonominio poveikio analizė yra viena iš ekonominės analizės tipų. Ekonominė analizė kaimo turizmo (ir bet kokios kitos) veiklos poveikį ekonomikai įvertina ekonominiu, fiskaliniu, finansiniu, paklausos, naudos/kaštų bei įtakos aplinkai aspektu.

Ekonominį poveikį įtakoja ir kaimo turizmo vystomų paslaugų efektyvumas. Jei plačiau apibendrinti efektyvumą, B. R. Jewell nuomone, *efektyvumo* samprata orientuota į išteklių sąnaudas, kai analizuojama, kiek faktiškai panaudota išteklių ir kiek buvo suplanuota jų panaudoti. Santykis tarp pagaminto produkto/paslaugų apimtys ir sunaudotų išteklių Tam tikro kiekio išteklių panaudojimas užtikrinant maksimalų rezultatą Racionalus išteklių paskirstymas gamyboje siekiant naudos (Jewel, 2000). Antra autorių grupė apibrėždama efektyvumą, akcentuoja maksimalų galutinį rezultatą. A. Jakučio, V. Petraškevičiaus, A. Stepanovo nuomone, efektyvumas – tai įvairių išteklių naudojimo lygis, užtikrinantis maksimalų produkto panaudojimą (Jakutis, ir kt., 2000). V. Boguslauskas, G. Jagelavičius teigia, kad *efektyvumas* vertinamas, išreiškiant veiklos rezultato kiekį (Boguslauskas, Jagelavičius, 2001). Tada jis palyginamas su tai veiklai reikalingais ištekliais ir tos veiklos apimtimi. J. Mackevičiaus ir D. Poškaitės nuomone *efektyvumas* yra suprantamas kaip racionalus lėšų veiklos procese cirkuliavimas, duodantis teigiamą rezultatą, t.y. greitą veiklos proceso ciklą, kurio metu ne tik sukuriamas pelnas, bet ir pinigų srautas, reikalingas veiklos proceso tęstinumui palaikyti (Mackevičius, 2003). Tas pinigų srautas panaudojamas atlyginimams išmokėti, atsargoms kaupti, skoloms grąžinti ir kitiems poreikiams tenkinti. Vadinasi, *ekonominis*

efektyvumas gali būti įvardijamas kaip ribotų išteklių racionalus panaudojimas, kurio rezultatas yra gaunamas pelnas (Баканов, 1990). Apibendrinant skirtingų autorių nuomones, galima daryti išvadą, kad ūkinės veiklos *efektyvumo* sąvoka gali būti apibrėžiama įvairiai, tačiau visais atvejais yra būtina akcentuoti - vykdomos veiklos gaunamo ar gautino rezultato (efekto) palyginimas su tam rezultatiui gauti reikalingomis sąnaudomis.

Kaimo turizmo ekonominis poveikis yra svarbi valstybinio, regioninio ir visuomeninio planavimo ir ekonominio vystymo aplinkybė.

1.3.2. ES parama ir jos įtaka Lietuvos Kaimo turizmo paslaugų plėtotei

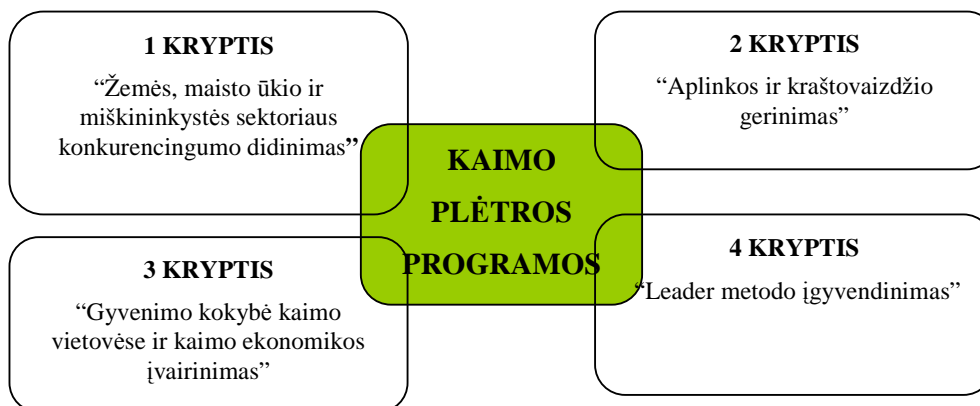
Pradedant arba plečiant kaimo turizmo verslą neįmanoma be ilgalaikių kapitalo investicijų, kurios gali būti nuosavos arba skolintos. Tačiau nuosavų lėšų dažnai nepakanka, todėl kaimo turizmo paslaugų teikėjai naudojami skolintu kapitalu, pritraukdami išorines finansines lėšas. Išoriniai finansavimo šaltiniai nėra pirmaeiliai kapitalo gavimo būdai, tačiau, plečiant veiklą, šiuolaikinėmis verslo sąlygomis be jų išsiversti praktiškai neįmanoma. Šiuo metu didžiausią įtaką kaimo turizmo paslaugų plėtrai daro Europos Sąjungos (toliau ES) parama. Paramą kaimo plėtrai sudaro:

- ✓ Struktūrinė – investicinė parama kaimo plėtrai ir žuvininkystei, administruojama pagal Bendrojo programavimo dokumentą (BPD);
- ✓ Kompensacinė, pajamų palaikymo parama, įgyvendinama pagal Kaimo plėtros planą 2007–2013 m. (KPP);

Struktūrinė investicinė parama (BPD) teikiama pagal šias kryptis: Investicijos į žemės ūkio valdas; Jaunųjų ūkininkų įsikūrimas; Žemės ūkio produktų perdirbimo bei rinkodaros gerinimas; Kaimo vietovių palaikymas ir plėtra (alternatyvūs verslai ir kt.); Miškų ūkio plėtra; Lyderio plius programa; Mokymas.

Kompensacinė, pajamų palaikymo parama (KPP) teikiama tokioms sritims: Ankstyvas pasitraukimas iš ūkininkavimo veiklos; Mažiau palankios ūkininkauti vietovės ir vietovės su agroaplinkosaugos apribojimais; Agroaplinkosauga; Žemės ūkio paskirties žemės apželdinimas mišku; Parama pusiau natūriniais, restruktūrizacijos etape esantiems ūkiams; Parama diegiant ES reikalavimus; Techninė parama.

Pagal Lietuvos kaimo plėtros programą 2007 – 2013 metams 1.7 paveiksle pateikiamos kryptys ir priemonės pagal jas.



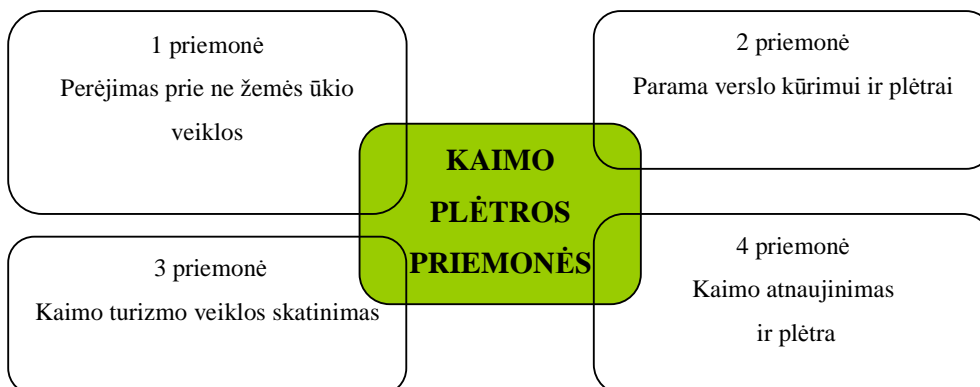
1.7 pav. Kaimo plėtros programos kryptys

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Lietuvos kaimo plėtros programa 2007 – 2013 metams

Kadangi, darbe nagrinėjama kaimo turizmo paslaugų plėtra, toliau darbe bus aprašoma plačiau viena iš 2007 – 2013 metų krypčių, kuri ir numato kaimo turizmo veiklos skatinimo galimybes - "Gyvenimo kokybė kaimo vietovėse ir kaimo ekonomikos įvairinimas" ir jos priemonės.

III kryptis "Gyvenimo kokybė kaimo vietovėse ir kaimo ekonomikos įvairinimas". Šios krypties pagrindinis tikslas – gerinti gyvenimo kokybę ir didinti gyventojų užimtumą kaimo gyvenamosiose vietovėse. Pagrindiniai šios krypties uždaviniai: alternatyvių pajamų šaltinių ir darbo vietų kūrimas kaime bei fizinės ir socialinės kaimo infrastruktūros gerinimas.

Trečios krypties tikslas įgyvendinamas pagal šias priemones, jos pavaizduotos 1.8 paveiksle: perėjimas prie ne žemės ūkio veiklos; parama verslo kūrimui ir plėtrai (mikroįmonės); kaimo turizmo veiklos skatinimas; kaimo atnaujinimas ir plėtra (Leader metodas).



1.8 pav. Kaimo plėtros krypties priemonės

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Lietuvos kaimo plėtros programa 2007 – 2013 metams

Pagrindiniai prioritetai pagal trečios krypties priemones skiriami: užimtumo didinimui ir naujų veiklų kaime kūrimui, kultūriniam paveldui saugoti, steigiant tradicinių amatų centrus bei plėtojant kaimo turizmą, viešosios infrastruktūros kaime gerinimui, bendruomeniškumui kaime skatinti. Paramos gavėjais gali būti ūkininkai arba mikroįmonės. Gali būti finansuojama iki 50 proc. projekto išlaidų. Maksimali parama projektui 200 tūkst..

1 priemonė – “Perėjimas prie ne žemės ūkio veiklos”. Priemonė yra investicinio pobūdžio. Ji skirta ekonominei veiklai kaime įvairinti, kaimo gyventojams, užsiimantiems žemės ūkio veikla, ypač moterims, skatinti persiorientuoti į ne žemės ūkio veiklas, paslaugų teikimą ir gauti papildomų pajamų. Be to, siekiant išsaugoti kaimo paveldo unikalumą, šia priemone skatinama amatų, ypač grindžiamų tautiniais papročiais, plėtra. Siekiant prisidėti prie socialinės ir ekonominės miesto ir kaimo vietovių sanglaudos, parama pagal šią priemonę teikiama ūkininkams ir mikroįmonėms, užsiimantiems žemės ūkio veikla, tačiau taip pat planuojantiems imtis (ar jau vykdančioms) ne žemės ūkio verslą. Parama teikiama plačiam ne žemės ūkio veiklų ratui, įskaitant paslaugas (tokias kaip kirpyklų, siuvyklų, baldų gamybos ir kt.) ir amatus. Šiai priemonei numatytas finansavimas, kuris pateiktas 1.4 lentelėje.

1.4 lentelė

Priemonės Perėjimas prie ne žemės ūkio veiklos bendras finansavimas Lietuvai 2007–2013 metų laikotarpiu (einamosiomis kainomis)

Metai	Viešojo parama, iš viso		Bendrijos finansavimas		Nacionalinis finansavimas	
	EUR	proc.	EUR	proc.	EUR	proc.
2007–2013						
Perėjimas iš žemės ūkio veiklos	75 631 727	50	56 723 795	75*	18 907 932	25*

2 priemonė – “Parama verslo kūrimui ir plėtrai”. Priemonė yra investicinio pobūdžio. Ši priemonė skirta kaimo gyventojų verslumui skatinti, užimtumui didinti, kaimo ekonomikai įvairinti ir plėtoti smulkųjį verslą kaime. Šiai priemonei numatytas finansavimas, pateikta 1.5 lentelėje.

1.6 lentelė

Priemonės “Parama verslo kūrimui ir plėtrai” bendras finansavimas Lietuvai 2007–2013 metų laikotarpiu (einamosiomis kainomis)

Metai	Viešojo parama, iš viso		Bendrijos finansavimas		Nacionalinis finansavimas	
	EUR	proc.	EUR	proc.	EUR	proc.
2007–2013						
Parama verslui kurti ir jo plėtrai	97 696 507	50	73 272 380	75*	24 424 127	25*

3 priemonė – “Kaimo turizmo veiklos skatinimas”. Priemonė yra investicinio pobūdžio. SAPARD bei 2004–2006 m. BPD programavimo laikotarpiais šios priemonės populiarumas tarp pareiškėjų smarkiai išaugo. Atsižvelgiant į tai, 2007–2013 m. didelį dėmesį numatoma skirti kaimo turizmo paslaugų kokybei gerinti, jų įvairoves didinti, taip pat inovacijoms kaimo turizmo versle diegti. Siekiant padidinti kaimo turizmo paslaugų įvairovę, skatinama jungti tradicines žemės ūkio veiklas su paslaugomis turistams, pavyzdžiui, tiekti poilsiautojams šviežius, ūkyje užaugintus produktus, teikti rekreacines paslaugas (vandens sportas, jodinėjimas, įvadinis kursas į tradicinę žemdirbystę ir t. t.). Tokiu būdu kaimo gyventojai gali užsitikrinti ilgalaikių darbo vietų ir papildomų pajamų. Šios priemonės numatytas finansavimas, pateiktas 1.6 lentelėje.

1.7 lentelė

**Priemonės “Kaimo turizmo veiklos skatinimas” bendras finansavimas Lietuvai
2007–2013 metų laikotarpiu (einamosiomis kainomis)**

Metai	Viešojo parama iš viso		Bendrijos finansavimas		Nacionalinis finansavimas	
	EUR	proc.	EUR	proc.	EUR	proc.
Iš viso	82 285 758	50	61 714 319	75*	20 571 439	25*

4 priemonė – “Kaimo atnaujinimas ir plėtra”. Priemonė yra investicinio pobūdžio. Parama skiriama kaimo vietovėms atnaujinti ir jų plėtrai, t. y. pastatams atnaujinti, viešajai infrastruktūrai tvarkyti, bei kurti ir t.t. Parama taip pat skiriama sąmoningumo aplinkosaugos klausimais ugdymo priemonėms ir investicijoms, susijusioms su gamtos paveldo išlaikymu, atkūrimu ir atnaujinimu, bei vertingiems gamtos objektams išsaugoti, taip pat studijoms ir investicijoms, skirtoms kultūros paveldui (kaimų ir kaimo kraštovaizdžio kultūros identitetui išlaikyti, atkurti ir modernizuoti). *Kaimo atnaujinimo ir plėtros* priemonė skatina gerinti gyvenimo kokybę kaimo vietovėse, ekonominės veiklos gyvybingumą, turistų pritraukimą. Ši priemonė svarbi kaimo identitetui išsaugoti ir migracijai mažinti. Šios priemonės numatytas finansavimas, pateiktas 1.7 lentelėje.

1.8 lentelė

**Priemonės “Kaimo atnaujinimas ir plėtra” bendras finansavimas Lietuvai
2007–2013 metų laikotarpiu (einamosiomis kainomis)**

Metai	Viešojo parama, iš viso		Bendrijos finansavimas		Nacionalinis finansavimas	
	EUR	proc.	EUR	proc.	EUR	proc.
Kaimo atnaujinimas ir plėtra	20 mln.	8 0	15 mln.	7 5	5 mln.	2 5

Pirmąjį dešimtmetį, t.y. iki 2007 metų, R.Sirusienė - Kaimo turizmo asociacijos vadovė, vertina kaip pažintį su kaimo turizmu. Ateityje asociacijos nariai turės stengtis ne tik išlaikyti paslaugų lygį,

bet ir priimti naujus iššūkius, tarp jų - panaudoti ES paramą. 2004-2006 metais kaimo turizmo projektams finansuoti buvo numatyta daugiau kaip 60 mln. litų - už šiuos pinigus verslininkai galėjo statyti sodybas, įrengti pramogų aikštes, pirkti virtuvės įrangą, baldus ir t.t. Iš viso finansavimą gavo beveik šimtas projektų. “Nemažai projektų buvo atmesta, tačiau aš pati turėjau progos įsitikinti, kad kai kurie projektai parengti neprofesionaliai, su klaidomis”, - pastebėjo asociacijos vadovė. R.Sirusienė nelinkusi pripažinti, kad ES parama iškreipė konkurenciją šiame versle ir suteikė privalumą finansavimą gavusioms kaimo turizmo sodyboms. “Į paramą galėjo pretenduoti visų sodybų šeimininkai, bet ne visi tuo pasinaudojo. Be to, ir patys verslininkai privalėjo turėti dalį savų lėšų. Daugelis žmonių bijojo imti paskolas iš bankų”, - įsitikinusi R.Sirusienė. 2007-2013 m. kaimo turizmo verslas turėtų gauti 113 mln. Litų (Sirusienė, 2007).

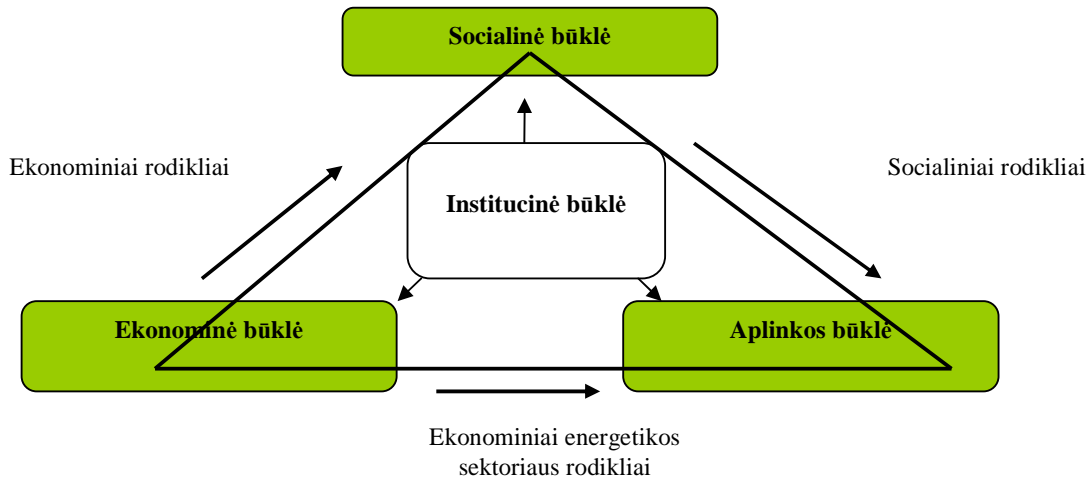
1.3.3. Tolydi Kaimo turizmo paslaugų plėtra

Europos Sąjunga yra įsipareigojusi siekti darnaus vystymosi, kitaip tariant, tokio vystymosi, kuris pagerintų ateities kartų gyvenimo kokybę ne tik Europoje, bet ir visame pasaulyje. Tam reikia tinkamo ekonominio klestėjimo, socialinio teisingumo ir sveikos aplinkos pusiausvyros. Jei bus siekiama šių trijų tikslų vienu metu, jie gali vienas kitą sustiprinti. Aplinkos apsaugą skatinanti politika gali būti naudinga naujovių ir konkurencingumo požiūriu. Tai savo ruožtu skatina ekonomikos augimą, kuris yra gyvybiškai svarbus siekiant socialinių tikslų.

Darnus vystymasis, Pasaulio mastu reiškia, kad apsaugomas Žemės pajėgumas palaikyti visas gyvybės įvairovės formas ir atsižvelgiama į planetos gamtos išteklių ribotą kiekį.

Darnus turizmo vystymasis – tai turizmo paslaugų gamyba ir vartojimas, užtikrinant patikimumo ir aplinkosauginius aspektus bei suderinant su socialinės ir ekonominės plėtros reikmėmis. Darnaus turizmo vystymosi tikslai apima labai platų ekonominį, socialinį ir aplinkosauginį spektrą. Norint nustatyti daromą pažangą ir vykstančius pokyčius, siekiant šių tikslų, tikslinga atlikti atitinkamų rodiklių kiekybinį įvertinimą.

Turizmo plėtrai identifikuoti sudaryta kiekybinių darnaus vystymosi rodiklių sistema, įvertinanti skirtingus aspektus ir besiremianti “priežasties, pasekmės ir būsenos” metodika. Darnumo aspektų tarpusavio ryšiai bei sąveika sektoriuose pavaizduoti 1.9 pav..



1.9 pav. Kaimo turizmo sektoriaus darnumo aspektų tarpusavio ryšiai

Aplinkos būklė priklauso nuo kaimo turizmo sektoriaus, kuri tiesiogiai sąlygoja ekonominiai ir socialiniai veiksniai. Socialinę būklę apsprendžia kaimo turizmo sektoriaus ekonominiai veiksniai. Institucinė būklė per įvairius politinius veiksnius turi įtakos visai subalansuotai turizmo plėtrai.

Lietuvos vykdoma turizmo politika siekia garantuoti darnų turizmo vystymą. Todėl rodiklių taikymas leido kiekybiškai įvertinti turizmo vystymosi darnumą bei išryškinti esamas problemas. Remiantis parinktais darnaus vystymosi rodikliais, atspindinčiais Lietuvos turizmo politikos prioritetus, įvertinti ir išanalizuoti vykstantys pokyčiai, atsižvelgiant į tarptautinių reikalavimų lygį bei kitų šalių patirtį.

Analizuojant Lietuvos Turizmo plėtrą yra numatytas ilgalaikis plėtros projektas. Lietuvos Turizmo plėtros strategijos projektas yra ilgalaikės ūkio (ekonominės) plėtros iki 2015 metų strategijos, rengiamos pagal Lietuvos Respublikos Vyriausybės 2001 metų spalio 30 d. nutarimą Nr. 1274 “Dėl ilgalaikės Lietuvos ūkio (ekonominės) plėtros strategijos projekto rengimo”, projekto sudėtinė dalis. Turizmo plėtros strategija rengiama, atsižvelgiant į parengtų ir LR Vyriausybės patvirtintų *Nacionalinių turizmo plėtros programų* nuostatas 1994 m. ir 1999 m., kur turizmas buvo deklaruotas kaip prioritetinga ūkio šaka, o atvykstamasis turizmas kaip efektyvi priemonė didinanti šalies paslaugų eksportą ir skatinanti vietinių produktų ir prekių vartojimą bei turizmo išteklių racionalų panaudojimą ir išsaugojimą.

Turizmo plėtros strategijoje įvertinamos Pasaulio Turizmo Organizacijos (angl. WTO) turizmo vystymosi prognozės įvairiuose pasaulio regionuose ir subregionuose, kas leidžia tiksliau vertinti turizmo augimo tendencijas Lietuvoje, atitinkamai planuojant ir paskirstant lėšas turizmo bei su juo susijusios infrastruktūros nuolatiniam gerinimui.

Todėl įvertinant ekonomiką Lietuvoje ir stiprinant šalies bendruomenės ir verslo galimybes, būtina formuoti konkurencingą turistinį regioną, remiantis turizmo tolydžios bei tausojančios plėtros koncepcija bei kuriant tvirtus partnerystės pagrindus tarp pagrindinių segmentų: valstybinių, nevyriausybinių organizacijų, privataus segmento, vietinės bendruomenės ir parengti atitinkamas detalias programas strategijai įgyvendinti.

Kaimo politika Europoje kito nuo “daugiau maisto produktų žemomis kainomis” iki susirūpinimo kaimo vietovių bei jų gyventojų gerove. Europos Sąjungos kaimo politiką galima suskirstyti tokiais etapais: 1987-aisiais pranešimas “Kaimo visuomenės ateitis”; LEADER pradžiamokslis išleistas 1991-aisiais; Tradicinės žemdirbystės politikos apžvalga 1992-aisiais; Cork politikos deklaracija 1995-aisiais

Šiuos pasikeitimus kaimo politikoje įtakojo Europos Sąjungos narių skaičiaus išaugimas nuo 12 iki 15, prisijungus Austrijai, Švedijai bei Suomijai 1995-aisiais. Tolimesnes politikos permainas Europos Sąjungoje įtakojo išplitimas į Rytus. Šios permainos atsispindi 2000-ųjų metų Agendoje - pagrindinėje politikos ataskaitoje. Agenda 2000 skatina naują kaimo plėtros programų kūrimą tiek ES valstybėse, tiek valstybėse, kurios dar tik ruošiasi stoti į ES. Šios programos nėra tipinės, todėl šioje srityje vyriausybės turi pakankamai laisvės pasirenkant kryptis bei priemones atitinkančias ES reikalavimus. Be to, daugelis šių vyriausybių turi jų pačių sukurtas kaimo plėtros programas, kurios yra dalinai finansuojamos ES.

Yra manoma, jog kaimo plėtros programos bus efektyvesnės tuo atveju, jei jos bus inicijuotos vietiniame lygmenyje. Plačiai diskutuojama apie vietinį bendradarbiavimą, vietinių grupių veiklą bei planavimą “iš viršaus į apačią” ir “iš apačios į viršų”.

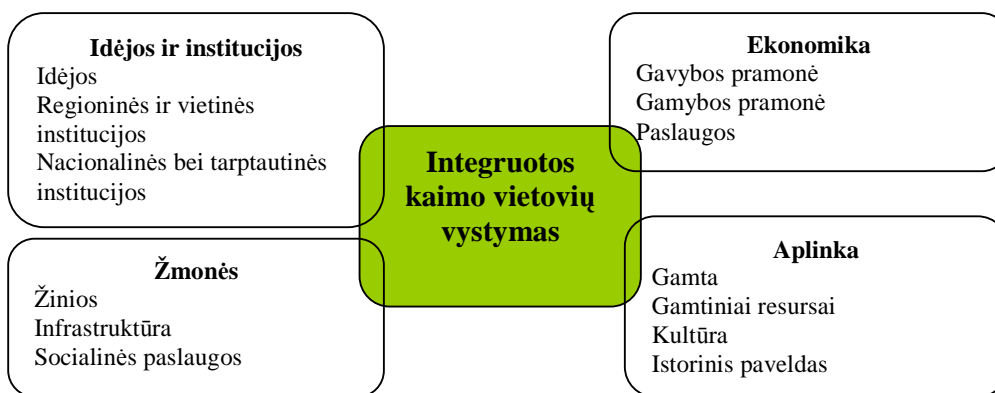
Buvo sukurtas ne vienas kaimo plėtros apibrėžimas. Žemiau pateikiamas vienas iš labiausiai paplitusių: *Kaimo plėtra tai, apgalvota tolydžių ekonominių, socialinių, politinių, kultūrinių ir aplinkos pasikeitimų raida, sudaryta tam, kad pagerinti vietos gyventojų gyvenimo kokybę.*

Svarbiausi šio apibrėžimo tikslai yra:

- ✓ *apgalvota ir subalansuota raida*: kaimo plėtra nėra trumpalaikis dalykas: jai įgyvendinti reikia ne vienerių metų. Tam reikalingas sisteminis požiūris bei monitoringo sistema;
- ✓ penki būdvardžiai – *ekonominis, socialinis, kultūrinis, politinis ir aplinkos*, atskleidžia nagrinėjamos problemos mastą bei būtinumą pažvelgti į tai, kaip į integruotą procesą;
- ✓ *pasikeitimas*: kaimo plėtra nėra Status Quo procesas, tai subalansuotas ir dinamiškas procesas;
- ✓ dėmesys, skirtas *pagerinti vietos gyventojų gyvenimą*. “Kaimo” (arba “regionų”) plėtra praeityje buvo daugiau grindžiama nacionalinėmis reikmėmis (pavyzdžiui elektra, vandeniu, gynyba arba pajamų iš turizmo didinimu nacionaliniame balanse), nei pačių regiono

gyventojų poreikiais. Iš tikrųjų nacionaliniai poreikiai gali atitikti tam tikro regiono poreikius, tačiau labai dažnai šie poreikiai būna skirtingi. Tačiau moderni kaimo (regiono) plėtros koncepcija didžiausią dėmesį skiria vietos gyventojų poreikiams.

Integruoto kaimo vystymo procesą iliustruoja “4 atramų modelis” (1.10 pav.). Šios atramos arba ramsčiai kaip arklio kojos arba pastato pamatai, turi tarpusavyje sąveikauti. Atramos arba ramsčiai tai: žmonės su savo įgūdžiais; ekonomika; aplinka; sumanymai, idėjos, organizacijos ir kitos struktūros.



1.10 pav. “Keturių atramų modelis”

Kaimo plėtra turėtų būti pagrįsta bendruomenės, kuri gyvena šiame regione, susidomėjimu bei dalyvavimu. Šiuo atveju - “bendruomenė” visi žmonės gyvenantys tame regione. Kuo gyvybingesnė ir aktyvesnė bendruomenė, tuo lengviau pritraukti žmones persikelti į šį rajoną bei išlaikyti jau gyvenančius ten. Nepakanka remtis plačiai žinomu Brundtland 1987-ųjų metų apibrėžimu: *Plėtra tai - šiandieninės kartos poreikių vystymas, turintis patenkinti dabartinius poreikius, nesukeliant pavojaus ateities kartoms*. Šis apibrėžimas tiksliai nenusako *tolydžios plėtros principų*. Reikalingas toks apibrėžimas, kuris įvertintų ir atspindėtų integruoto ir bendruomenės - remiamo požiūrio svarbą.

Kaimo turizmas teikia ne tik socialinę ir kultūrinę naudą, tai yra socialiniai kontaktai tarp vietinių gyventojų ir turistų – išaugęs kultūrinio paveldo svarbumo bei apsaugos suvokimas, atsiradę tvirtesni tarpusavio ryšiai tarp vietos gyventojų. Tai leidžia vietinei bendruomenei vystyti vietinę ekonomiką, gerinti pragyvenimo lygį, tausoti kultūrinį paveldą bei socialines vertybes.

Kaimo turizmas gali smarkiai paveikti neurbanizuotų regionų ekonomiką. Tokių regionų ekonomikos augimą apsprendžia ne tik produkcijos ar užimtumo augimas, bet daug platesnė ekonominė nauda. Kaimo turizmas gali būti kaip vietinės ekonomikos diversifikavimo įrankis, padedantis užkariauti naujas rinkas vietiniams produktams. Daugelyje nuošalių ir mažai rentabilių

ES regionų kaimo turizmas yra ta veikla, kuri leidžia tolydžiai plėtoti regiono ekonomiką ir patenkinti gyventojų socialinius poreikius.

1.4. Kaimo turizmo paslaugų rinkos vertinimo metodologija

Vertinant kaimo turizmo paslaugų rinkos plėtrą, ar sprendžiant kitas kaimo turizmo problemas yra atliekama daugybė ekonominių analizių. Kadangi skirtingi ekonominės analizės tipai dažnai yra painiojami, todėl tikslinga ekonominio poveikio tyrimus išdėstyti platesniame ekonominių problemų ir metodikų, susijusių su kaimo turizmu, komplekse. Tos pačios metodikos gali būti pritaikomos bet kokiai veiklos sričiai arba veiksmams, tačiau šiame darbe jos apibrėžiamos kaimo turizmo kontekste. Literatūroje sutinkami šie ekonominės analizės tipai (Vogelsong, Graefe., Estes, 2001):

1. Ekonominio poveikio analizė - *Koks turizmo veiklos indėlis į regiono ekonomiką?* Ekonominio poveikio analizė tiria išlaidų, susijusių su turizmo veikla regione, srautus, pardavimų, mokestinių įplaukų, pajamų ir darbo vietų pasikeitimų dėl turizmo veiklos nustatymui. Pagrindiniai metodai: turistų išlaidų tyrimas, antrinių duomenų iš vyriausybės ekonominės statistikos analizė, ekonominės bazės modeliai, įėjimo – išėjimo modeliai ir multiplikatoriai.

2. Fiskalinio poveikio analizė – *Ar vyriausybės pajamos iš turizmo veiklos mokesčių, tiesioginių įmokų ir kitų šaltinių padengs pridėtinės išlaidas infrastruktūrai gerinti ir vyriausybės teikiamoms paslaugoms?* Fiskalinio poveikio analizė nustato vyriausybės teikiamų paslaugų poreikio pasikeitimus ir įvertina vietinės valdžios pajamas ir išlaidas šioms paslaugoms.

3. Finansinė analizė – *Ar ši veikla bus pelninga?* Finansinė analizė nustato, ar iš verslo gautos pajamos padengia išlaidas. Čia paprastai taikoma trumpalaikė likvidumo ir pradinio kapitalo kaštų analizė, taip pat ir ilgalaikė paskolų, einamųjų kaštų ir pajamų analizė. Finansinė privataus verslo sektoriaus analizė yra analogiška vietinės valdžios sektoriaus fiskalinio poveikio analizei.

4. Paklausos analizė – *Kaip turistų skaičiaus arba tipų pasikeitimas tam tikroje teritorijoje priklauso nuo kainų, rėmimo, konkurencijos, paslaugų kokybės ir kiekio bei kitų paklausos kintamųjų pasikeitimo?* Paklausos analizė įvertina arba numato turistų skaičių ir/arba tipus tam tikroje vietovėje per suvartojimo įvertinimą, prognozavimą arba paklausos modelį. Turistų arba pardavimų skaičius paprastai numatomas remiantis ekspertiniais įvertinimais (Delfi metodas), istorinėmis tendencijomis (serijų metodai) arba naudojant modelį, nustatantį, kaip turistų apsilankymai arba išlaidos kinta su pagrindiniais paklausos veiksniais (struktūriniai modeliai), tokiais kaip gyventojų skaičius, pajamų lygis bei kokybė ir konkurencingumas.

5. Naudos/Kaštų analizė (N/K) – *Kuri alternatyvi strategija per tam tikrą laiką gali duoti didžiausią naudą visuomenei?* N/K analizė įvertina santykinę ekonominių alternatyvių strategijų efektyvumą, lyginant naudą ir kaštus per tam tikrą laiką. N/K analizė nustato efektyviausias strategijas, atsižvelgiant į visuomenės gerovę ir piniginę ir nepiniginę vertes. N/K analizei naudojama eilė metodų ne rinkos prekių ir paslaugų vertei nustatyti. Tai gali būti kelionių kaštų metodas ir kaimo turizmo paslaugų vartotojų kontingento įvertinimų metodas.

6. Įgyvendinamumo tyrimas – *Ar gali būti projektas arba veikla įgyvendinta?* Įgyvendinamumo tyrimas įvertina galimybę įgyvendinti tam tikrus veiksmus kaimo turizmui, jo plėtrai ar naujoms veikloms, turinčioms įtakos kaimo turizmui skatinti, įskaitant politinį, fizinį, socialinį ir ekonominį įgyvendinimą. Ekonominiai įgyvendinamumo tyrimo aspektai paprastai apima finansinę analizę finansiniam pagrindimui nustatyti ir rinkos paklausos analizę rinkos pagrindimui įvertinti.

7. Įgyvendinamumo tyrimas yra privataus sektoriaus naudos/kaštų analizės analogas. Įgyvendinamumo tyrimas daugiausiai akcentuoja individualių firmų ir organizacijų pajamas ir kaštus, o N/K analizuoja visuomenės naudą ir kaštus daug bendresne prasme.

8. Įtakos aplinkai įvertinimas – *Kokia veiksmų įtaka supančiai aplinkai?* Čia įvertinama siūlomų veiksmų įtaka aplinkai, atsižvelgiant į pasikeitimus socialinėje, kultūrinėje, ekonominėje, biologinėje, fizinėje ir ekologinėje sistemose. Kaimo turizmo ekonominio poveikio analizės metodai dažnai yra naudojami kartu su modeliais socialinei, kultūrinei ir aplinkos įtakai įvertinti (Vogelsong, Graefe., Estes, 2001).

Kadangi visi ekonominės analizės tipai yra šiek tiek skirtingi, iškilusios problemos sprendimas dažnai pareikalauja keleto iš jų. Kaimo turizmo ekonominio poveikio analizė dažnai apima kaimo turizmo veiklos paklausos analizę. Kitais atvejais paklausa yra traktuojama kaip išorinė, ir analizė paprastai įvertina poveikį tik tada, jei į tam tikrą vietovę pritraukiamas reikiamas turistų skaičius.

Kaimo turizmo ekonominio poveikio įvertinimas ekonominės analizės aspektu. Turizmo verslu užsiimančios organizacijos ir firmos labai priklauso viena nuo kitos, kaip kad priklauso ir nuo kitų verslo sričių, vyriausybės bei pačių gyventojų. Ekonominė kaimo turizmo nauda ir sąnaudos vienokiu ar kitokiu būdu pasiekia kiekvieną iš minėtų objektų tam tikrame regione. Ekonominio poveikio analizė pateikia realų tokios ekonominės tarpusavio priklausomybės įvertinimą ir padeda geriau suprasti kaimo turizmo vaidmenį bei svarbą regiono ekonomikoje. Bendrąja prasme ekonominio poveikio analizė įvertina ekonominės veiklos pokyčius regione.

Kaimo turizmo veiklos ekonominio poveikio analizė dažniausiai sutelkiama kaimo turizmo įtakojamiems pardavimams, pajamoms ir užimtumo pasikeitimams regione tirti. Be to, ekonominio poveikio analizė gali padėti tikslinėms specifinėms rinkoms padidinti ekonominę aktyvumą regione,

pagrįsti priemonių ar programų finansinį įgyvendinamumą ir planuoti ateities pajamas, gautinas iš kaimo turizmo vystymo planų. Todėl visuomenei aktualu žinoti, kokią svarbą kaimo turizmas turi jų regionui, įskaitant kaimo turizmo indėlį į tam tikros vietovės ekonominę veiklą.

Kaimo turizmo ekonominio poveikio analizės apibrėžimas nagrinėja: kiek tam tikroje vietovėje kaimo turizmo paslaugų vartotojai išleidžia pinigų; kokią dalį vietinio verslo pardavimų įtakoja kaimo turizmas; kiek pajamų kaimo turizmas sukuria namų ūkiams ir verslui tam tikroje vietovėje; kiek darbo vietų regione kaimo turizmas sukuria; kiek mokestinių įplaukų gaunama iš kaimo turizmo.

Ekonominio poveikio analizė taip pat atskleidžia ekonomikos sektorių tarpusavio ryšius ir parodo pasikeitimus, dėl kai kurių veiksmų ekonomikoje. Dažniausiai turizmo ekonominio poveikio analizė taikoma: rekreacijos ir kaimo turizmo galimybių pasiūlos pasikeitimų ekonominio poveikio įvertinimui; kaimo turizmo paklausos pasikeitimų ekonominio poveikio įvertinimui; strategijų ir veiksmų, tiesiogiai ir netiesiogiai įtakančių turizmo veiklą, rezultatų įvertinimui; įvairių ūkio sektorių ekonominės struktūros ir tarpusavio ryšių supratimui; tinkamų veiksmų, skirstant išteklius arba vietinius mokesčius bei kitoms strategijoms, argumentuotas parinkimas; alternatyvių išteklių paskirstymo, strategijų, valdymo ar vystymo pasiūlymų ekonominio poveikio palyginimui.

Ekonominio poveikio analizė dažnai yra painiojama su naudos/kaštų analize, nes abi kalba apie ekonominę „naudą“. Tačiau egzistuoja aiškūs skirtumai: 1) N/K analizė nukreipta į ekonominio efektyvumo naudą, o ekonominio poveikio analizė susikoncentruoja į ekonominės veiklos regioninį paskirstymą. 2) Pajamos, gautos tiksliniame turistų regione, didžia dalimi padengia atitinkamus nuostolius turistų kilmės regione, socialinei gerovei ir efektyvumui atiduodant tik nedidelę dalį. 3) N/K analizė apima rinkos ir ne rinkos vertes, o ekonominio efekto analizė apibota faktiniais pinigų srautais iš rinkos sandorių.

Ekonominio poveikio analizė pateikia gana siaurą ir dažnai vienpusišką turizmo poveikio perspektyvą. Kaimo turizmo ekonominio poveikio analizėje paprastai akcentuojama teigiama kaimo turizmo nauda. Iš kitos pusės, socialinio, kultūrinio, fiskalinio poveikio ir poveikio aplinkai tyrimai labiau atskleidžia neigiamą kaimo turizmo įtaką. Taip yra dėl to, kad egzistuoja neigiamas kaimo turizmo ekonominis poveikis (pavyzdžiui, sezoniškumas ir žemesnis darbo užmokestis) ir daugumoje atvejų - teigiamas socialinis poveikis ir poveikis aplinkai (pavyzdžiui, gamtinių ir kultūrinių išteklių apsauga tam tikroje vietovėje ir turistų bei vietos - kaimo gyventojų švietimas).

Ekonominio poveikio įvertinimas (toliau EPI) parodo dėl tam tikrų veiksmų ekonominėje veikloje atsirandančius pasikeitimus. EPI nustato, kuris ekonomikos sektorius gauna naudą iš kaimo turizmo ir įvertina rezultatinis pajamų ir darbo vietų (užimtumo) pasikeitimus regione.

Pagrindinis motyvas verslo įmonėms regione aptarnauti kaimo turizmo paslaugų vartotojus paprastai yra ekonominis. Privataus verslo įmonės pirmiausia yra suinteresuotos savo pačių pajamomis ir kaštais, o visuomenė arba regionas yra susiję su bendru kaimo turizmo indėliu į ekonomiką, taip kaip ir su jo socialiniu, fiskaliniu poveikiu ir poveikiu aplinkai. Dėl to, kaimo turizmo ekonominio poveikio supratimas yra svarbus tiek turizmo pramonei, tiek vyriausybei, tiek ir visai visuomenei, o ekonominio poveikio analizė daugeliui problemų spręsti yra tik platesnės analizės dalis.

Kaimo turizmo ekonominis poveikis yra svarbi valstybinio, regioninio ir visuomeninio planavimo ir ekonominio vystymo aplinkybė. Ekonominė analizė kaimo turizmo (ir bet kokios kitos) veiklos poveikį ekonomikai įvertina ekonominiu, fiskaliniu, finansiniu, paklausos, naudos/kaštų bei įtakos aplinkai aspektu. Ekonominio poveikio analizė pateikia realų ekonomikos sektorių ir juose veikiančių objektų ekonominės tarpusavio priklausomybės įvertinimą, parodo pasikeitimus ir padeda geriau suprasti kaimo turizmo vaidmenį bei svarbą regiono ekonomikoje.

II. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS ŠIAULIŲ APSKRITYJE 2004 – 2008 METAIS ANALIZĖ

Šiame skyriuje atliekama Lietuvos Kaimo turizmo paslaugų rinkos analizė. Kaimo turizmo paslaugų rinkos analizė neįmanoma be pasiūlos analizės, todėl šiame etape būtina išnagrinėti Kaimo turizmo paslaugų teikėjų skaičiaus bei struktūros dinaminis pokyčius, paslaugų teikėjų pasiskirstymą pagal apskritis. Kaimo turizmo paslaugų vartotojų segmentavimas yra būtinas norint atpažinti vartotojų poreikius, tikslus ir naudojimosi paslauga tendencijas. Išskiriami vartotojų segmentai pagal kilmės šalį, analizuojami 2004 – 2008 m. pokyčiai pagal atrinktus segmentų požymius. Kaimo turizmo paslaugų rinkos rodiklių analizė sudaro prielaidas identifikuoti paklausą sąlygojančius veiksnius, suteikia informacijos apie reiškinių statiką, dinamiką bei kitimo tendencijas. Siekiant tiriamus rodiklius išanalizuoti imti metiniai makroekonominiai rodikliai. Šiame darbe apsiribota 2004 – 2008 metų Kaimo turizmo paslaugų statistinių duomenų bei rodiklių statistiniu tyrimu Lietuvoje bei Šiaulių apskrityje. Pagrindinis darbe panaudotų statistinių duomenų šaltinis yra Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau Statistikos departamentas). Aptariamų duomenų šaltinis yra nurodomas tekste.

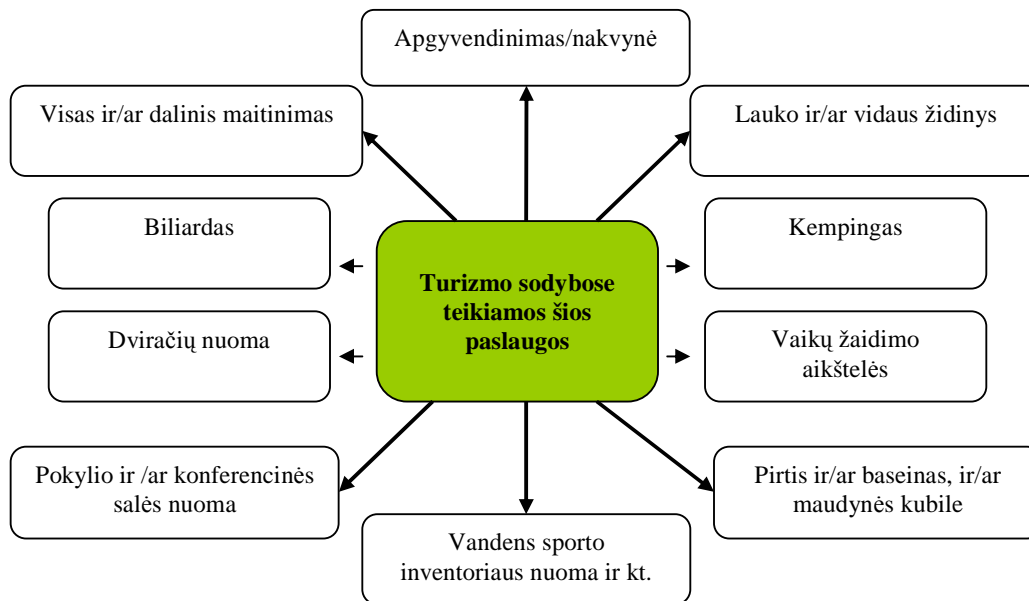
2.1. Kaimo turizmo teikiamų paslaugų pristatymas

Lietuvos Respublikos teritorija skirstoma į apskritis ir savivaldybes. Kadangi, šiame darbe analizuojamos Kaimo turizmo plėtros galimybės Šiaulių apskrityje, todėl, norint objektyviai tai įvertinti, imta bendra Lietuvos apskričių kaimo turizmo paslaugų rinkos situacija ir lyginama su Šiaulių apskritimi. Lentelėse ar paveiksluose pateikiami ne tik bendri Lietuvos kaimo turizmo paslaugų rinkos rodikliai, bet ir atskirų apskričių dinaminis, struktūrinis vaizdas, kad būtų galima stebėti kitų apskričių kaimo turizmo paslaugų rinkos situaciją.

2.1.1. Kaimo turizmo teikiamų paslaugų Lietuvoje pristatymas

Kaip minėta anksčiau, Lietuvos Respublikos teritorija skirstoma į apskritis ir savivaldybes, Lietuvos teritoriją sudaro dešimt apskričių (2 priedas) ir 60 savivaldybių. Lietuvos plotas yra 65300 tūkst. ha. Kaimo turizmui šalyje plėtoti labai svarbus rodiklis yra gyventojų skaičius. 2008 metų pabaigoje gyveno 3350,1 tūkst. gyventojų, 2009 m. pradžioje 103 miestuose gyveno 2240,6 tūkst. žmonių, o daugiau nei 21 tūkst. kaimo gyvenamųjų vietovių – 1109,5 tūkst. Penkiuose miestuose, remiantis

Statistikos departamento duomenimis, – Vilniuje, Kaune, Klaipėdoje, Šiauliuose ir Panevėžyje – gyveno beveik du penktadaliai - 39,4 % šalies gyventojų.



2.1 pav. Lietuvoje teikiamų kaimo turizmo paslaugų kompleksas

Šaltinis: sudaryta autorės

Kaimo turizmas teikia eilę paslaugų ir pramogų. Lietuvoje teikiamos kaimo turizmo paslaugos ir pramogos apskrityse dažniausiai yra tradicinės. Kaimo turizmo sodybose dažniausiai teikiamos *šios paslaugos* (pav. 2.1): apgyvendinimas/nakvynė; visas ir/ar dalinis maitinimas; pokylio ir/ar konferencinės salės nuoma; pirtis ir/ar baseinas, ir/ar maudynės kubile; lauko ir/ar vidaus židinys; biliardas; dviračių nuoma; kempingas; vaikų žaidimo aikštelės; vandens sporto inventoriaus nuoma ir kt.

Dažniausiai siūlomos *pramogos*: pasivažinėjimas dviračiais, kaimo etnografinių bei istorinių elementų apžvalga, jodinėjimas žirgais, pasivažinėjimas “bričkele”, supažindinimas su retais augalais ir pasivaikščiojimas gamtos takais, žvejyba, medžioklė, miško uogų bei grybų rinkimas ir pan..

Atsižvelgiant ir į tai, jog Lietuva įdomi ne tik savo istoriniais paveldais, bet ir savo dar vis natūralia gamta, ji įdomi ne tik užsienio turistams, bet ir vietiniams gyventojams, kurie vis labiau vertina ir pradeda mėgti ilgesnio laikotarpio ar savaitgalinį poilsį natūraliame kaime.

2.1.2. Kaimo turizmo teikiamų paslaugų Šiaulių apskrityje pristatymas

Kaip minėta anksčiau, buvo nustatytos ir vienos iš dešimties Lietuvos apskričių - Šiaulių apskrities administracinės ribos (3 *priedas*). Apskritį sudaro Šiaulių miesto bei Akmenės, Joniškio, Kelmės, Pakruojio, Radviliškio, Šiaulių rajonų savivaldybių teritorijos. Apskrities plotą sudaro 8751 km², o tai sudaro 13,4% visos LR teritorijos. Šiaulių apskritis Lietuvos šiaurėje apima Vakarų Aukštaitijos ir Žemaitijos etnografinių regionų dalis. Per apskritį eina sąlyginė etnografinė žemaičių ir aukštaičių tarmių riba.

Šiaulių apskrityje, palyginus su kitomis apskritimis, pvz. Taurages ar Telšių, yra geras infrastruktūros tinklas. Apskritį kerta pagrindinės magistralės – Ryga – Sovietskas, Daugpilis – Palanga.

Kaimo turizmo paslaugoms plėtoti, o taip pat rekreacijai labai naudingi vandens ištekliai. Šiaulių apskrityje vandens telkiniai užima 21,1 tūkst. ha plotą, o tai sudaro 1,3% viso žemės fondo. Tai dvigubai mažiau, negu vidutiniškai šalyje, kurį sudaro – 2,9%, tačiau vien Šiaulių rajone yra 16 ežerų, 28 tvenkiniai, kurie sudaro 1256 ha vandens ploto. Tinkamai sutvarkyta tvenkinių, ežerų ir upių aplinka traukia poilsiautojus, žvejus megejus, turistus, o tai leidžia kaimo gyventojams plėtoti kaimo turizmo verslą. Vis dėl to, didžiąją Šiaulių apskrities dalį sudaro žemdirbystei tinkamos lygumos.

Kaimo turizmo paslaugoms plėtoti taip pat labai svarbus pamatas - istorinis paveldas. Šiaulių apskritis gan turtinga tiek istoriniu paveldu, tiek parkais: Unikalusis Kryžių kalnas, Kurtuvėnų regioninis parkas, Kelmės rajone yra per 400 kultūros ir gamtos paminklų, medžioklės ūkiui tinkamų miškų gausa, tvirtos ir gražiai tvarkomos sodybos.

Šiaulių apskrityje nėra gausu kaimo turizmo sodybų (žr. 2.2 lentelė 2.2. skyriuje), procentiškai tai sudaro apie 2 % nuo visų Lietuvos kaimo turizmo sodybų skaičiaus.

2.1 lentelė

Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas pagal rajonus 2008 metais

Rajonai	Kaimo turizmo sodybų skaičius vnt.
Šiaulių rajonas	9
Akmenės rajonas	2
Joniškio rajonas	1
Kelmės rajonas	8
Pakruojio rajonas	0
Radviliškio rajonas	1
Viso Šiaulių informacinio Turizmo centro duomenimis:	21
Viso Statistikos departamento duomenimis:	10

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Šiaulių turizmo informacinio centro duomenimis

Remiantis Statistikos departamento duomenis šiuo metu – 2008 metais - Šiaulių apskrityje buvo 10 kaimo turizmo sodybų, o remiantis Lietuvos turizmo informacinio centro duomenimis tais pačiais metais Šiaulių apskrityje buvo 16 kaimo turizmo sodybų. Tenka pastebėti, kad Statistikos departamento ir Lietuvos turizmo informacinio centro duomenys labai skiriasi dar ir nuo Šiaulių turizmo informacinio centro pateikiamų duomenų. Šiaulių turizmo informacinio centro duomenimis, bei Poilsis kaime, Atostogos kaime, Sodyba kaime, Turizmas Lietuvoje tinklalapių duomenimis - 21 sodyba Šiaulių apskrityje, 2.1 lentelėje jos pateiktos pagal apskrityje esančius rajonus.

Kaip minėta anksčiau, 2008 metų pabaigoje Šiaulių apskrityje buvo 21 kaimo turizmo sodyba, kurios pateiktos 2.2 lentelėje detaliau pagal apskrities rajonus, su konkrečiais adresais.

2.2 lentelė

Kaimo turizmo sodybos pagal rajonus Šiaulių apskrityje 2008 metais (parengta Šiaulių Turizmo Informacinio Centro duomenimis)

ŠIAULIŲ	1. Onos Gutkauskienės sodyba	Žačių k., Meškuičių sen., Šiaulių raj.
	2. Z. ir A. Jocu sodyba	Masiuliškių g. 1, Sutkūnai, Šiaulių raj.
	3. L. Sabaliauskienės sodyba	Užtvankos g. 5, Kurtuvėnų k., Bubių sen., Šiaulių raj.
	4. Svetainė prie Kryžių kalno	Domantų km. Šiaulių raj. (300 m. iki Kryžių)
	5. Verda Bell	Verdulių k., Šiaulių raj.
	6. Jono Jankevičiaus	Pavasario g. 5a, Kurtuvėnai, Šiaulių raj.
	7. Genadijaus Ananjevo sodyba	Meškiai, Šiaulių raj.
	8. Lionės Abromavičienės sodyba	Purienu g. 1, Kurtuvėnai, Šiaulių raj.
	9. Sodyba Girelė	Šiaulių raj. (link Kryžių kalno)
RADVILIŠKIO RAJONAS	10. Zigmas Daukšas, Šeduvos malūnas	Vytauto g. 89A, Šeduva, Radviliškio raj.
KELMĖS	11. Ažuolų slėnis	Targauskių km., Kukečių sen., Kelmės raj.
	12. Liucijos sveikos gyvensenos sodyba	Aukštoji g. 15, Vaiguvos km., Kelmės raj.
	13. Penktas sezonas	Rėžalių km., Kelmės raj.
	14. Vlado Lušo sodyba	Puikiškės k., Šaukėnų sen., Kelmės raj.
	15. A. Juškio sodyba	Lupikų k., Kukečių Sen., Kelmės raj.
	16. P. Slizevičiaus sodyba	Lopetiškes sv., Kelmės apylinkių sen., Kelmės raj.
	17. V. J. Balnio sodyba	Cedroniškės k. Kukečių sen., Kelmės raj.
	18. Žydrūno Petrausko sodyba „Miego klinika“	Raudspamės kaimas, Kukečių sen., Kelmės raj.
JONIŠKIO RAJONAS	19. V. Krištopaičio kaimo turizmo sodyba	Butvydžių km., Joniškio raj.
AKMENĖS RAJONAS	20. Rasutės Gžimailienės kaimo turizmo sodyba	Kadagių k., Akmenės sen., Akmenės raj.
	21. A. Martyšiaus agroturizmo paslaugų įmonė	Nepriklausomybės g. 96, Papolės mst., Akmenės raj.

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Šiaulių turizmo informacinio centro duomenimis

Šiaulių apskrityje Šiaulių ir Kelmės rajonai gali didžiuotis kaimo turizmo sodybų gausiu skaičiumi, palyginus su kitais rajonais. Šiaulių rajone sodybos sudaro 42 %, Kelmės rajone – 38 % o Akmenės

rajonas garsėjantis didžiausiu bedarbystės skaičiumi, gali pasigirti dviem kaimo turizmo sodybom, t.y. 9,5 %. Mažiausias sodybų skaičius yra Joniškio – 4,7 %, Radviliškio rajone – 4,7 %, o Pakruojo rajonas bent jau pagal ŠTIC duomenis neturi nė vienos kaimo turizmo sodybos.

Galima teigti, kad kaimo turizmo sodybai svarbi gamtinė padėtis, nes net 38 % Šiaulių apskrities sodybų yra Kelmės rajone, kuris pasižymi gražiu kraštovaizdžiu: pvz. šiame rajone yra net du dideli Kurtuvėnų, Tytuvėnų regioniniai parkai.

Analizuojant Šiaulių apskrities kaimo turizmo teikiamų paslaugų spektrą, sodybų internetiniuose puslapiuose ar internetiniuose puslapiuose skelbiančių apie jas, kaip pvz.: Poilsis kaime, Atostogos kaime, Sodyba kaime, Turizmas Lietuvoje tinklalapių duomenimis, galima teigti, kad kaimo sodybų tipas Šiaulių apskrityje pats įvairiausias, nes yra ir modernių kaimo turizmo sodybų, ir su etnografiniais elementais, net propaguojanti sveiką gyvenseną. Dauguma teikiamų kaimo turizmo paslaugų ir pramogų šioje apskrityje kaip ir kitose Lietuvos apskrityse kaime yra tradicinės.

Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybose dažniausiai teikiamos *šios paslaugos*: apgyvendinimas/nakvynė; pokylio ir/ar konferencinės salės nuoma; pirtis ir/ar baseinas, ir/ar maudynės kubile; lauko ir/ar vidaus židynys; visas ir/ar dalinis maitinimas; biliardas; dviračių nuoma; kempingas; vaikų žaidimo aikštelės; vandens sporto inventoriaus nuoma ir kt.

Dažniausiai siūlomos *pramogos*: pasivažinėjimas dviračiais, kaimo etnografinių bei istorinių elementų apžvalga, jodinėjimas žirgais, pasivažinėjimas “bričkėle”, supažindinimas su retais augalais ir pasivaikščiojimas gamtos takais, žvejyba, medžioklė, miško uogų bei grybų rinkimas ir pan..

Labiausiai kaimo turizmo sodybose Šiaulių apskrityje trūksta žiemos pramogų ir įvairesnių sporto žaidimų (žygių su arkliais miške, pasivažinėjimo rogėmis, slidinėjimo). Žiemą pajamos iš kaimo turizmo menkos, nes dauguma sodybų nepritaikytos žiemos sezonui, be to, keliai prasti ir jas sunku pasiekti. Tačiau per šventes sodybose tuščių vietų beveik nėra, Kalėdoms, Naujiesiems metams jos užsakytos iš anksto. Vis dažniau užimti būna ir savaitgaliai, nes dabar madinga gimtadienius ar firmos šventes švęsti kaimo sodybose.

Atliekant įvairiapusę lyginamąją analizę, svarbu išsiaiškinti, kaimo turizmo sodybų skaičiaus, bei vietų jose, dinamiką, kitimo tempus ir pan.. Kadangi, šiame darbe atsiribota nuo kaimo turizmo paslaugų kokybės analizės, bus analizuojami tik kiekybiniai rodikliai įtakoiantys kaimo turizmo rinką Šiaulių apskrityje ir jie lyginami su Lietuvos kaimo turizmo rinkos rodikliais. Analizuojant Šiaulių apskritį, vis dėl to, bus remiamasi Statistikos departamento duomenimis, kurie duos tikslesnius tolesnius paskaičiavimus vertinant plėtros tendencijas Šiaulių apskrityje, nes bus naudojami ir makrorodikliai.

2.2. Kaimo turizmo paslaugų rinkos dinaminė ir struktūrinė analizė

Statistikos departamentas atlieka kartą per metus kaimo turizmo sodybų tyrimą. Taigi, analizuojant Kaimo turizmo paslaugas, pagrindinis darbe naudotų statistinių duomenų šaltinis yra Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės (toliau Statistikos departamentas). Kaimo turizmo paslaugų rinkos dinaminė ir struktūrinė analizė apima 2004 – 2008 metų laikotarpio kaimo turizmo statistinių duomenų bei rodiklių tyrimą ir lyginimą Lietuvoje bei Šiaulių apskrityje. Tyrimą apsunkina tai: kad kaimo turizmo paslaugų pajamos, išlaidos ar kiti finansiniai rodikliai nėra išskiriami iš bendrų turizmo paslaugų sektoriaus; kad metiniai statistiniai duomenys pateikiami pavėluotai (2008 metų metiniai duomenys bus pateikiami 2009 m. rugsėjo mėnesį), todėl trūksta tikslų 2008 metų duomenys yra preliminarūs, buvo naudojami išankstiniai duomenys.

2.2.1. Kaimo turizmo paslaugų vartotojų dinamika bei struktūra

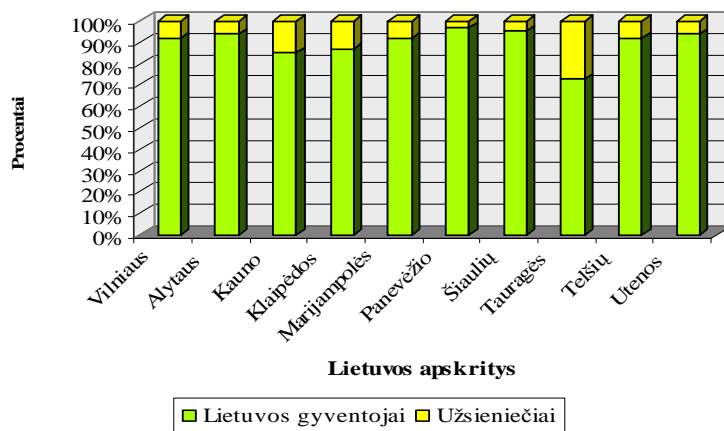
Šiame skyriuje analizuojama Lietuvos kaimo turizmo paslaugų vartotojų dinamika ir struktūra, jų pasiskirstymas pagal apskritis, bei lyginamas Lietuvos ir Šiaulių apskrities kaimo turizmo paslaugų vartotojų kitimas. Reikia pastebėti tai, jog Statistikos departamentas kaimo turizmo paslaugų vartotojus įvardija – poilsiautojais, todėl toliu bus remiamasi Statistikos departamento siūlomų kaimo turizmo paslaugų vartotojų terminu - poilsiautojas.

Lietuvos gyventojai, jų pasiskirstymas pagal apskritis. Statistikos departamento išankstiniais duomenimis, 2009 m. pradžioje Lietuvoje gyveno 3350,1 tūkst. gyventojų. Lietuvos kaimo gyventojų skaičius mažėjo sparčiau nei miesto. 2007 m pradžioje kaime gyveno 1124,6 tūkst. gyventojų ir per praėjusius metus jų sumažėjo 9,9 tūkst., atitinkamai mieste – 2260,2 tūkst. ir sumažėjo 8,6 tūkst. 2004 – 2006 m. miesto ir kaimo gyventojų dalis iš bendro gyventojų skaičiaus beveik nekito: mieste gyveno 67 proc. visų gyventojų, o kaime – 33 procentai.

Šiaulių apskrityje, remiantis Statistikos departamento 2008 duomenimis, vidutinišką metinį gyventojų skaičių apskrityje sudaro 355364 gyventojų, iš jų 128717 Šiaulių mieste. Miesto gyventojai sudaro 61,4 proc., kaimo gyventojai 38,6 proc.. Tai sudaro beveik 11 proc. Lietuvos gyventojų. Pagal gyventojų skaičių tai - ketvirta apskritis Lietuvoje.

Poilsiautojų pasiskirstymas kaimo turizmo sodybose Lietuvos apskrityse. Statistikos departamento duomenimis, 2008 m. daugiausia poilsiautojų sulaukė Utenos (79, 9 tūkst.) ir Vilniaus (58, 2 tūkst.) apskritis. Kiek daugiau nei 2007 m. poilsiautojų 2006 m. - sulaukė Kauno

apskritis – 47, 9 tūkst. (2007 m. – 45, 3 tūkst.) ir Utenos apskritis – 79,9 tūkst.(2007 m. – 66,5 tūkst.). 2007 m. daugiausia poilsiautojų sulaukė Utenos (66,5 tūkst.) ir Vilniaus apskritis (57,0 tūkst.). Kiek daugiau nei 2006 m. poilsiautojų sulaukė Kauno apskritis – 45,3 tūkst. (2006 m. – 29,2 tūkst.), ir Utenos apskritis – 66,5 tūkst.(2006 m. – 56,7 tūkst.). Daugiau kaip pusė visų poilsiautojų apsistojo Utenos ir Vilniaus apskrities kaimo turizmo sodybose. Nors Utenos apskritis sodybų skaičiumi lenkia Vilniaus apskritį, svečių daugiausia sulaukia Vilniaus apskrities sodybos: beveik trečdalis svečių apsistoja Vilniaus apskrities kaimo turizmo sodybose, o Utenos apskrityje – penktadalis visų svečių. Analizuojant šių apskričių rajonus pasiskirstymas: Ignalinos r. savivaldybėje kaimo turizmo sodybose 2005 m. ilsėjosi 9,1 tūkst. poilsiautojų (2004 m. – 8,0 tūkst.), Zarasų – 6,7 tūkst. (2004 m. – 3,2 tūkst.), Trakų – 24,3 tūkst. (2004 m. – 12,1 tūkst.) ir Klaipėdos rajono savivaldybėje – 7,9 tūkst. (2004 m. – 6,3 tūkst.). 2. 2 paveiksle pateikta, Lietuvos ir užsienio poilsiautojų pasiskirstymas pagal LR apskritis analizuojamu laikotarpiu vidutinškai.

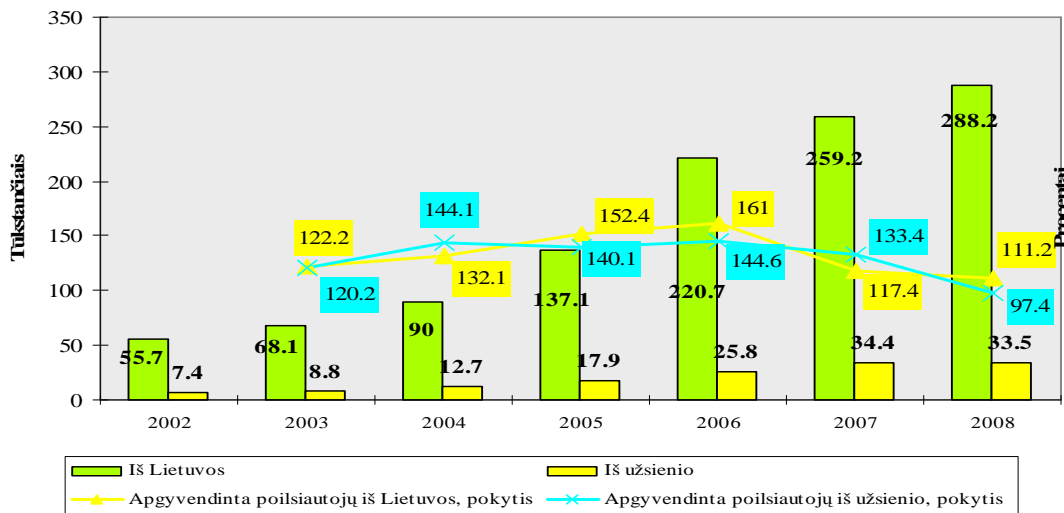


2.2 pav. Poilsiautojų pasiskirstymas kaimo turizmo sodybose pagal apskritis 2004 - 2008 m. (vidutinės reikšmės)

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Statistikos departamento duomenimis

Kaimo turizmo paslaugų vartotojų (poilsiautojų) segmentai pagal kilmės šalį. Lietuvos kaimo turizmo sodybose 2005 m. apgyvendinta 155 tūkst. poilsiautojų, iš jų 17,9 tūkst. užsieniečių, t.y. palyginti su 2004 m., kaimo turizmo sodybose ilsėjosi 52,4 procento daugiau Lietuvos gyventojų ir 40,1 procento daugiau užsieniečių. 2006 m. tyrimo duomenimis, kaimo turizmo sodybose ilsėjosi 246,5 tūkst. poilsiautojų, iš jų 25,8 tūkst. užsieniečių. 2007 m. kaimo turizmo sodybose apsilankė 293,7 tūkst. poilsiautojų, iš jų – apie 34,4 tūkst. užsieniečių. Dauguma užsieniečių buvo iš Lenkijos - 2,5 proc., Vokietijos - 2,4 proc., Latvijos - 1,9 proc.. Dauguma - 88,3 proc. poilsiautojų buvo lietuviai. Lietuvos kaimo turizmo sodybose 2008 m., palyginti su 2007 m., ilsėjosi 9,6 procento daugiau poilsiautojų, iš jų – 11,2 procento daugiau Lietuvos gyventojų ir 2,6 procento mažiau

užsieniečių. Taigi, skaitine prasme, 2008 m. kaimo turizmo sodybose apsilankė 321,7 tūkst. poilsiautojų, iš jų – apie 33,5 tūkst. – 10,4 proc. užsieniečių. Vis dėl to, dauguma - 89,6 proc. poilsiautojų buvo lietuviai. 2.3 paveiksle pateikta Lietuvos gyventojų ir užsieniečių skaičiaus kitimo tendencijos kaimo turizmo sodybose 2002 – 2008 metais.



2.3 pav. Poilsiautojų skaičiaus Lietuvos kaimo turizmo sodybose 2002 – 2008 metais dinamika ir pokytis

Šaltinis: sudaryta autorės, remiantis Statistikos departamento duomenimis

2004 – 2008 metais vidutinis poilsiautojų pokytis Lietuvoje sudarė užsienio 131,9 proc., lietuvių 134,8 proc. poilsiautojų. Lietuvos ir užsienio poilsiautojų – abiejų vartotojų segmentų kitimas – didėjantis, tolygus ir tendencingas.

Analizuojant statistinius duomenis, galima teigti, kad kaimo turizmo paslaugų pagrindiniai vartotojai yra šalies gyventojai, jų apsilankymas kiekvienais metais vis auga, nors procentinis šuolis 2007, 2008 m. nebėra toks didelis, kaip, pvz.: 2006 m. jis buvo 161 proc., lyginant su 2005 m.

Analizuojant Lietuvos bendrą kaimo turizmo užsieniečių poilsiautojų bei jų nakvynių skaičių, kaip buvo minėta aukščiau darbe, 2008 m. kaimo turizmo sodybose apsilankė apie 11 proc. užsienio poilsiautojų, kurie sudarė 33,5 tūkst. poilsiautojų kaime, detaliau pavaizduota 4 priede, dauguma užsieniečių buvo iš Vokietijos (2,5 proc.), Lenkijos (2,0 proc.), Latvijos (1,4 proc.) ir kitų šalių. Galima teigti, kad didžiąsą Lietuvos kaimo turizmo paslaugų užsienio vartotojų dalį sudaro kaimyninių arba artimų šalių gyventojai: vokiečiai, lenkai, latviai. 2008 m., palyginti su 2007 m., kaimo turizmo sodybose ilsėjosi 0,1 procentu mažiau poilsiautojų, iš jų – 11,2 procento daugiau

Lietuvos gyventojų ir 2,6 procento mažiau užsieniečių, galima manyti, jog tai įtakojo Pasaulinė ekonominė krizė.

Analizuojant Šiaulių apskrityje kaimo turizmo poilsiautojų 2004 – 2008 metais pasiskirstymą, 2.3 lentelėje pateikta, Lietuvos ir užsienio poilsiautojų pasiskirstymas ir vidutinis padidėjimo tempas.

2.3 lentelė

Poilsiautojų Šiaulių apskrityje skaičiaus kaimo turizmo sodybose padidėjimo tempai

Metai	2004	2005	2006	2007	2008	2004 – 2008 m. padidėjimo tempas, proc.
Rodiklis						
Užsienio poilsiautojų skaičiaus padidėjimo tempas T_p , proc.	47,7	-27,9	6,7 k.	-8,4	-2,6	123,68
Lietuvos gyventojų skaičiaus padidėjimo tempas T_p , proc.	15,7	65,0	5,1 k.	-37,2	11,2.	108,9
Viso poilsiautojų skaičiaus padidėjimo tempas T_p , proc.	22	42,7	5, 3 k.	-32,8	9,6	116,29

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Iš lentelės (2.3) matyti, kad Šiaulių apskrityje kaimo turizmo sodybose poilsiautojų vidutiniškas per 2004 – 2008 metus padidėjimo tempas - 116,29 proc., tuo tarpu bendras Lietuvos kitimas sudarė - 133,35 proc.. *Galima teigti, kad Šiaulių apskrityje poilsiautojų kitimo tempas buvo panašus kaip ir Lietuvoje, jis kito 12 proc. mažiau.*

Kitas svarbus rodiklis, kuris gali nusakyti kaimo turizmo paslaugų vartotojų segmentą, poilsio laiko atžvilgiu, vidutinis vieno poilsiautojo nakvynių skaičius. 2.4 lentelėje pateikti skaičiai pagal apskritis. Vidutinė poilsiautojo buvimo trukmė šiek tiek sutrumpėjo ir sudarė 2008 m. - 1,91 nakvynės, 2007 m. – 2,09, 2006 m. – 1,85. Užsieniečiai kaimo turizmo sodybose ilsėjosi kiek trumpiau 2008 m. vidutiniškai - 1,85 nakvynės (Lietuvos gyventojai – 1,92), 2007 m. – vidutiniškai 2,24 nakvynės (Lietuvos gyventojai – 2,07).

Vidutinė vieno poilsiautojo buvimo trukmė Šiaulių apskrityje sutrumpėjo beveik per pusę laikotarpiu, nors Lietuvoje ji sumažėjo 60,2 proc. analizuojamu laikotarpiu. Kaip matyti lentelėje 2008 metais bendras Lietuvoje vidutinis vieno poilsiautojo nakvynių skaičius buvo 1,91 nakvynės, o Šiaulių apskrityje 1,87 nakvynės. Galima daryti prielaidą, kad Šiaulių apskrityje kaimo turizmo sodybose apsisistojama tik savaitgaliais.

Poilsiautojų, nakvynių skaičius dinamika, kaimo turizmo sodybose pagal apskritis, pateikiama 2.4 lentelėje.

2.4 lentelė

Poilsiautojų, nakvynių skaičius dinamika kaimo turizmo sodybose pagal apskritis

Apskritis	Poilsiautojų skaičius, tūkst.					Vidutinis vieno poilsiautojo nakvynių skaičius				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Iš viso	102,7	155,0	246,5	293,7	321,7	3,17	2,84	1,85	2,09	1,91
Alytaus apskritis	11,6	19,6	26,2	35,5	42,6	3,62	3,02	2,05	2,08	1,87
Kauno apskritis	11,3	15,9	29,2	45,3	47,9	2,81	3,02	1,61	2,23	1,73
Klaipėdos apskritis	13,2	20,1	42,1	42,4	44,4	3,67	2,72	1,75	2,23	1,83
Marijamp. apskritis	1,8	1,8	11,3	12,5	23,1	5,2	4,19	2,19	1,85	1,74
Panevėžio apskritis	4,5	3,5	7,0	8,1	10,5	2,19	3,28	2,24	2,40	1,91
Šiaulių apskritis	0,9	1,3	7,2	4,8	4,7	3,89	3,48	2,05	2,66	1,87
Tauragės apskritis	1,7	1,9	4,0	6,4	5,6	3,03	2,69	2,38	2,30	2,55
Telšių apskritis	8,0	8,3	12,1	15,2	16,5	2,72	2,08	1,70	2,05	1,71
Utenos apskritis	26,5	34,1	56,7	66,5	79,9	3,23	3,12	1,89	2,21	2,07
Vilniaus apskritis	23,2	48,5	50,7	57,0	58,2	2,93	2,59	1,74	1,69	1,98

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Pastaba. Kai kuriose lentelėse dėl apvalinimo eilučių ir stulpelių suma, gali nesutapti su duomenimis „iš viso“.

Apibendrinant galima daryti pagrindines išvadas apie kaimo turizmo paslaugų vartotojus, bei jų segmentus:

Šiaulių apskrities kaimo turizmo paslaugų tipinis vartotojas/poilsiautojas kaimo turizmo paslaugomis dažniausiai naudojasi savaitgaliais. Pagrindinis vartotojas yra šalies gyventojas, nors pagal segmentus jie dažniausiai skirstomi - Lietuvos ar užsienio gyventojas.

Per analizuojamus 2004 – 2008 metus, Šiaulių apskrityje kaimo turizmo sodybose poilsiautojų padidėjimo tempas - 116,29 proc., Lietuvoje 133,3 proc.

Šiaulių apskrityje kaimo turizmo poilsiautojai sudaro 1,8 proc, t.y. apie 2 proc. bendro poilsiautojų skaičiaus procentinę dalį Lietuvoje.

2.2.2. Kaimo turizmo paslaugų rinkos konkurencingumo analizė

Analizuojant kaimo turizmo konkurenciją, šiame poskyryje bus apžvelgta Lietuvos ir Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybų, teikiančių kaimo turizmo paslaugas, situacija. Kaimo turizmo sodybų skaičiaus kitimo tendencijos pateiktos 2.5 lentelėje, matyti, kad Kaimo turizmo sodybų skaičius sparčiai kito nuo 2004 metų iki 2008 metų pabaigos. 2006 m. paslaugas teikė 531 kaimo turizmo sodyba, sodybų skaičius, palyginti su 2005 m., padidėjo 33 proc., o 2007 m padaugėjo 7 sodybomis, t.y. sudarė 538 sodybas.

2.5 lentelė

Kaimo turizmo sodybų pokytis Lietuvoje 2004 – 2008 metais

Metai	Kaimo turizmo sodybų skaičius Lietuvoje iš viso:	Padidėjimo/ sumažėjimo kitimo tempai lyginant su praėjusiais metais %
2004	361	+ 1,6%
2005	398	+ 10,2 %
2006	531	+ 33,4 %
2007	538	+ 1,3 %
2008	546	+ 1,5 %

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Bendras procentinis Lietuvoje kaimo turizmo sodybų kitimo tempas per analizuojamą laikotarpį sudarė 9,6 proc.

Kaimo turizmo sodybų pasiskirstymas pagal apskritis. Kadangi, Lietuvoje yra gana ryškūs apskričių gamtiniai ir infrastruktūros, įtakojančių kaimo turizmo paslaugų plėtrą, skirtumai, 2.6 lentelėje pateikiama kaimo turizmo paslaugas teikiančių sodybų skaičius pagal apskritis.

2.6 lentelė

Kaimo turizmo sodybų skaičiaus pokytis pagal apskritis 2004 – 2008 metais

Apskritis	Sodybų skaičius 2004 metais	Sodybų skaičius 2005 metais	Sodybų skaičius 2006 metais	Sodybų skaičius 2007 metais	Sodybų skaičius 2008 metais	Padid./sumaž. kitimo tempai 2004 – 2008 metais
Alytaus apskritis	44	61	76	76	84	+ 91%
Kauno apskritis	36	37	47	56	64	+ 79%
Klaipėdos apskritis	39	34	55	50	43	+ 10%
Marijampolės apskritis	6	9	16	17	21	3,5 k.
Panevėžio apskritis	16	15	27	26	21	+ 31%
Šiaulių apskritis	13	8	12	12	10	- 30 %
Tauragės apskritis	13	11	15	14	9	- 44 %
Telšių apskritis	25	21	34	31	32	28 %
Utenos apskritis	117	142	186	186	185	+ 58%
Vilniaus apskritis	52	60	63	70	77	+ 48%
Iš viso:	361	398	531	538	546	+ 51%

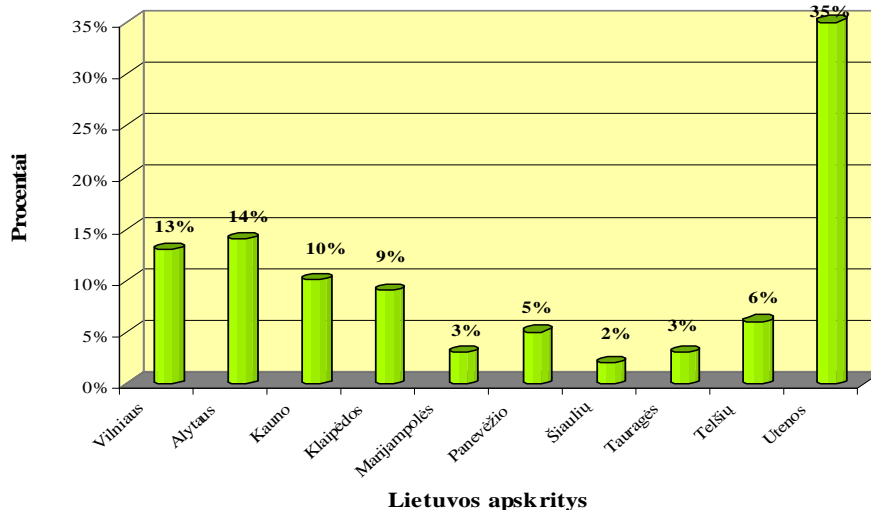
Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Bendras Lietuvos kaimo turizmo sodybų pokytis per analizuojamus metus sudarė apie 51 %.

Daugiausia kaimo turizmo sodybų, net 35 % yra Utenos apskrityje. Mažiausiai kaimo turizmo sodybų yra Šiaulių apskrityje, sudaro tik 2 % bendro šalies kaimo turizmo paslaugas teikiančių teikėjų vidurkio.

Pagal rajonus daugiausia kaimo turizmo sodybų yra Ignalinos (45 sodybos), Zarasų (41 sodyba), Trakų (36 sodybos), Klaipėdos rajonų (24 sodybos) savivaldybėse. Teigiama, kad poilsiautojai labiausiai mėgsta prie ežerų įsikūrusias sodybas, su gražiu kraštovaizdžiu.

Vaizduojant grafiškai kaimo turizmo sodybų ir vietų jose procentinį pasiskirstymą pagal apskritis, analizei naudoti 2004 – 2008 metų procentiniai vidurkiai, pateiktuose 2.4, 2.5 paveiksluose.



2.4 pav. Kaimo turizmo sodybų vidutinis procentinis pasiskirstymas pagal apskritis 2004 – 2008 m.
Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Analizuojant kaimo turizmo sodybų 2004 – 2008 m. vietų kitimo tendencijas, 2.7 lentelėje matyti, kad kaimo sodybų skaičius įtakoja ir vietų skaičių, kuris 2007 m. padidėjo 3,9 proc. – iki 9,6 tūkst., o 2008 m. vietų skaičius padidėjo dar 6,1 proc. – iki 10,2 tūkst. Bendrai analizuojamu laikotarpiu kaimo turizmo vietų skaičius kaimo turizmo sodybose padidėjo 87,9 proc.

Galima daryti prielaidą, kad kaimo turizmo sodybose vietų daugėjo sparčiau, nei, naujų kaimo turizmo paslaugas teikiančių, sodybų. Vidutinis vietų vienoje kaimo turizmo sodyboje 2007 ir 2008 metais išlieka panašus – 18 vietų.

2.7 lentelė

**Kaimo turizmo sodybose vietų skaičiaus dinamika pagal apskritis
2004 – 2008 metais**

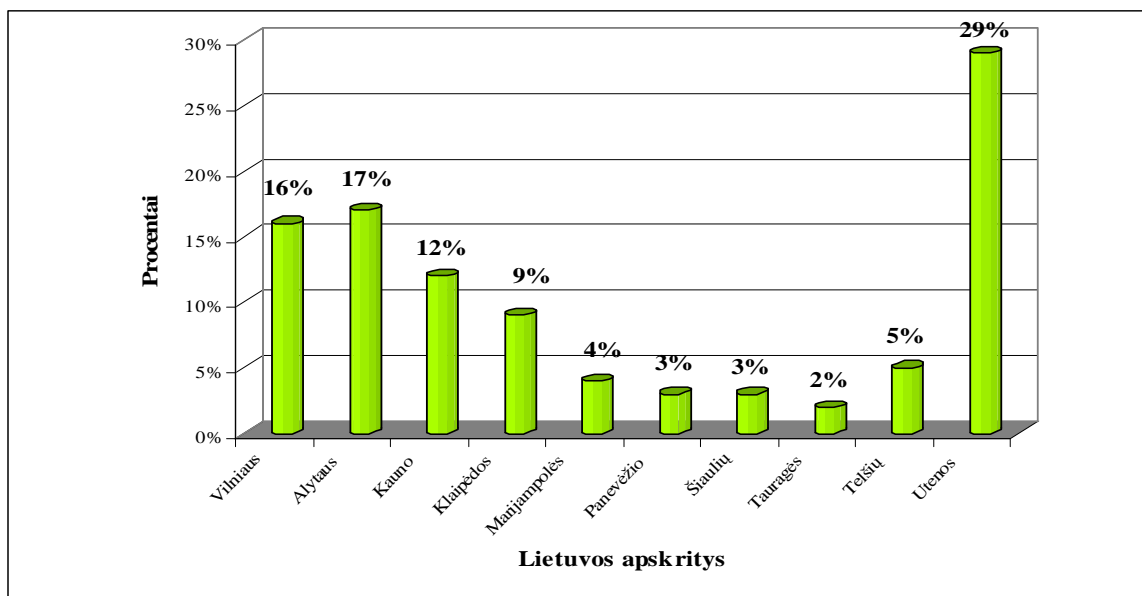
Apskritys	Vidutinis vietų skaičius vienoje sodyboje					Vietų skaičius				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Iš viso	15	17	17	18	18	5442	6735	9273	9637	10229
Alytaus apskritis	24	21	21	21	22	1042	1282	1589	1609	1876
Kauno apskritis	14	18	18	21	20	491	669	839	1150	1276
Klaipėdos apskritis	14	15	17	17	20	561	516	933	868	867
Marijampolės apskritis	17	17	21	22	22	103	151	338	366	462
Panevėžio apskritis	15	18	13	13	15	236	266	352	331	318
Šiaulių apskritis	9	14	41	24	24	117	115	487	289	245
Tauragės apskritis	14	16	14	11	13	183	177	215	160	115

Apskritis	Vidutinis vietų skaičius vienoje sodyboje					Vietų skaičius				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Telšių apskritis	16	20	15	14	18	389	419	495	443	563
Utenos apskritis	14	14	15	15	15	1594	1955	2717	2850	2817
Vilniaus apskritis	14	20	21	22	21	726	1185	1308	1571	1690

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Lyginant Šiaulių apskritį su bendru Lietuvos vidurkiu, Šiaulių apskrityje vidutinis vietų skaičius vienoje sodyboje – 24 vietos, o tai 33 proc. daugiau nei vidutinis vietų skaičiaus vidurkis vienoje sodyboje Lietuvoje.

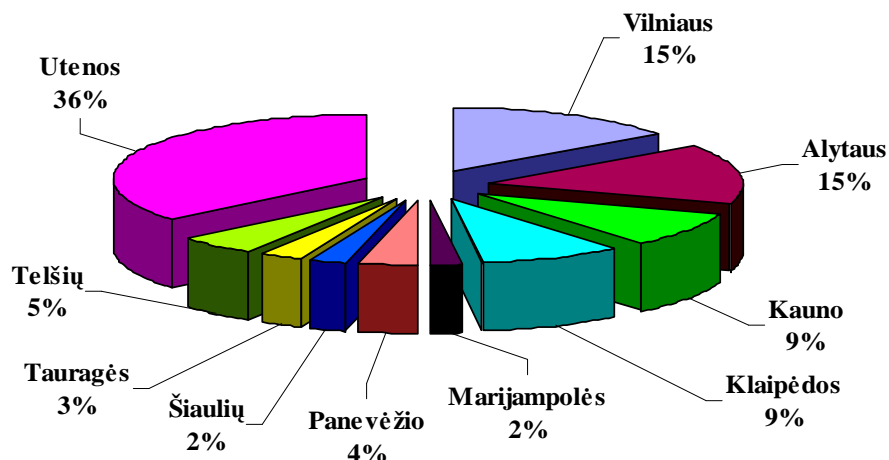
Galima teigti, kad Šiaulių apskrityje kaimo turizmo sodybos yra daugiau talpinančios poilsiautojų; kad Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybos daugiau pritaikytos pramogoms: švęstis šventes, rengti konferencijas ir pan..



2.5 pav. Kaimo turizmo sodybose vietų vidutinis procentinis pasiskirstymas pagal apskritis

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Kaip matyti 2.6 paveiksle Šiaulių apskrityje kaimo turizmo poilsiautojai sudaro 1,8 proc., beveik 2 proc. bendro poilsiautojų skaičiaus procentinę dalį Lietuvoje.



2.6 pav. Poilsiautojų vidutinis procentinis nakvynių skaičius bendrame Lietuvos kaimo turizmo rodiklyje pagal apskritis

Šaltinis: sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Palyginimas su kitomis Lietuvos apskritimis, pagal kaimo turizmo paslaugų teikėjų turimą vietų skaičių, tenkantį vienam tūkstančiui šalies gyventojų. Palyginus Šiaulių apskrities kaimo turizmo paslaugų teikėjų turimą vietų skaičių, tenkantį vienam tūkstančiui šalies gyventojų su Lietuvos, kurią šiuo metu sudaro net 10 apskričių, vidurkiu, situacija atrodo prastai. Šioje srityje Šiaulių apskritis labai atsilieka nuo Lietuvos vidurkio (N lentelė) – beveik 5 kartus. 2008 m. Šiaulių apskrityje vienam tūkstančiui apskrities gyventojų teko 0,6 kaimo turizmo vietos, o Lietuvos vidurkis buvo 3,0 vietos (N lentelė). Turistų/poilsiautojų (atvykstančių ir vietinių) kaimo turizmo sodybose praleidžiamų naktų skaičius Šiaulių apskrityje yra 0,04 punkto dalimi mažesnis nei Lietuvos vidurkis.

Apibendrinant galima daryti pagrindines kaimo turizmo paslaugų rinkos konkurencingumo analizės išvadas:

Bendras procentinis Lietuvoje kaimo turizmo sodybų kitimo tempas sudarė 9,6 proc., o bendras Lietuvos kaimo turizmo sodybų pokytis per analizuojamus metus sudarė apie 51 proc.

Galima daryti išvadą, kad Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybose vietų daugėjo sparčiau, nei naujų kaimo turizmo paslaugas teikiančių sodybų. Vidutinis vietų vienoje Lietuvos kaimo turizmo sodyboje vietų skaičius – 18 vietų, o Šiaulių apskrityje vidutinis vietų skaičius vienoje sodyboje – 24 vietos, tai 33 proc. daugiau nei vidutinis vietų skaičiaus vidurkis vienoje sodyboje Lietuvoje. Galima daryti prielaidą, kad Šiaulių apskrityje kaimo turizmo sodybos yra talpinančios daugiau poilsiautojų ir, kad Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybos daugiau pritaikytos

pramogoms: švęstis šventes, rengti konferencijas ir pan.. Todėl naujai kuriamose kaimo turizmo sodybose vietų turėtų būti ne mažiau - 18.

2.2.3. Kaimo turizmo paslaugų kainodaros analizė

Nustatant kaimo turizmo paslaugų kainą reikia tiksliai apibrėžti kaštus. Kaip žinoma, yra dvi kaštų rūšys: pastovieji arba fiksuoti ir kintamieji kaštai. Tam tikra kaštų dalis turi ir kintamiesiems, ir pastoviesiems kaštams būdingų savybių, tai pusiau kintamieji kaštai. Kaimo turizmo pastovieji kaštai apima tokias išlaidas kaip pastatų išlaikymas, personalas, priežiūra ir pan. Kintamieji kaštai teikiant kaimo turizmo paslaugas vandens, energijos, aplinkos tvarkymo ir kitos sąnaudos. Prie pusiau kintamųjų kaštų galima priskirti sąnaudas viršvalandžiams, papildomo personalo, pvz., sezono metu atlyginimams, telefono paslaugoms apmokėti.

Kaimo turizmo paslaugų teikėjai norėdami išplėsti pasiūlą atskiram klientų tipui, remiasi atskirų rinkos segmentų perkamąja galia ir skirtingais jų reikalavimais paslaugos lygiui. Tuo pagrindu nustatomos diferencijuotos kainos atskiroms vartotojų grupėms pvz., Lietuvos ar užsienio gyventojas. Lietuvos statistikos departamentas pateikia vidutines kainas (2.8 lentelė) tik pagal vieną kaimo turizmo paslaugų formą – nakvynė vienam asmeniui, kurios nėra išskaidytos pagal numerių tipus ar pan.. Kitų kaimo turizmo paslaugų kainų Statistikos departamentas neteikia.

2.8 lentelė

Kainos, už Lietuvoje teikiamos kaimo turizmo paslaugas – nakvynė, padidėjimo tempai 2004 – 2008 metais

Metai	2004	2005	2006	2007	2008	2004 – 2008 m padidėjimo tempas, proc.
Rodiklis						
Užsienio poilsiautojo kaina už kaimo turizmo paslaugas – nakvynė, Lt	28	29	36	31	39	40 %
Lietuvos poilsiautojo kaina už kaimo turizmo paslaugas – nakvynė, Lt	20	20	31	31	33	65%

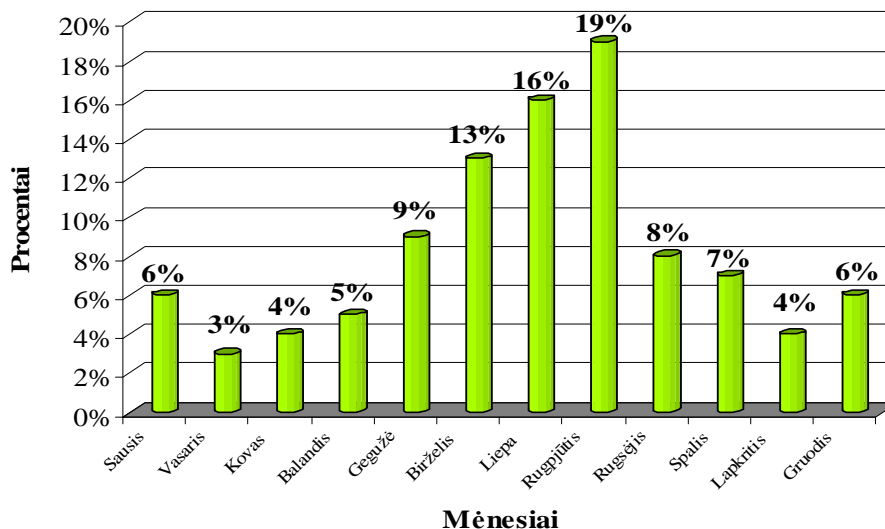
Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Analizuojant kaimo turizmo teikiamos paslaugas - nakvynės kainų pokytį, per analizuojamus metus kainos bendrą pokytį sudarė 52,5 proc.

Remiantis Turizmo informacinio centro duomenimis, Lietuvos kaimo turizmo asociacijos duomenimis Šiaulių apskrityje kitų kaimo turizmo paslaugų, t.y. pirties, maudynių kubile, dviračių nuomos ir kitų paslaugų, kainos yra panašios kaip kitose Lietuvos apskrityse.

Kaimo turizmo paslaugų kainodarą šiek tiek įtakoja sezoniškumas (pav. 2.7). Statistikos departamento teigimu, dauguma poilsiautojų į kaimo turizmo sodybas atvyksta tik savaitgaliais.

Populiariausias mėnuo poilsiuoti kaimo turizmo sodybose yra rugpjūtis ir liepa, birželis. Lietuvoje sezoniškumo problemą apsprendžia klimatinės sąlygos. Visoje šalyje jaučiamas stiprus sezoniškumas, kuris ypač veikia turizmo verslą: sumažėja turistų srautai, o tuo pačiu ir ekonominė nauda miestams bei rajonams.



2.7 pav. Poilsiautojų vidutinis pasiskirstymas kaimo turizmo sodybose 2004 - 2008 m. sausio – gruodžio mėn.
Šaltinis: Statistikos departamento duomenimis

Apibendrinant galima daryti pagrindines kaimo turizmo paslaugų kainodaros analizės išvadas:

Nakvynės kainų pokytis, per analizuojamus metus Lietuvoje, sudarė - 52,5 proc.

Šiaulių apskrityje kitų kaimo turizmo paslaugų, t.y. pirties, maudynių kubile, dviračių nuomos ir kitų paslaugų, kainos yra panašios kaip kitose Lietuvos apskrityse.

Kaimo turizmo paslaugų kainodarą šiek tiek įtakoja sezoniškumas. Populiariausias mėnuo poilsiuoti kaimo turizmo sodybose yra rugpjūtis ir liepa, birželis.

2.2.4. Kaimo turizmo paslaugų rinką įtakančių makroekonominių rodiklių analizė

Kaip ir kitos turizmo sektoriaus veiklos, taip ir kaimo turizmo paslaugų sektoriaus veikla, priklauso nuo tam tikro skaičiaus kintamųjų makroaplinkoje ir mikroaplinkoje. Identifikuoti visus veiksnius, lemiančius kaimo turizmo paslaugų paklausos svyravimus nėra lengva dėl jų gausos ir dėl to, kad sudėtinga visus veiksnius įvertinti kiekybiškai.

Makroaplinkos įvertinimui visų pirma reikia apskaičiuoti koreliacinius ryšius tarp

priklausomo kintamojo ir nepriklausomų kintamųjų. Daugiamatės regresijos modeliui sudaryti pasirinkti ekonominiai rodikliai, atsižvelgiant į nustatytus svarbiausius kiekybinius makroaplinkos veiksnius. Pagrindiniai makroekonominiai rodikliai įtakoję kaimo turizmo paslaugų rinką, kaip nustatyta konceptualioje darbo dalyje yra: Bendrasis vidaus produktas (BVP) 1 gyventojui; nedarbo lygis; vartojimo kainų indeksas; gyventojų skaičius.

Tiriant makroaplinkos rodiklių įtaką kaimo turizmo paslaugų rinkai, tyrimo objektu pasirinktas nakvynių skaičius. Palyginimui tiriama nakvynių skaičiaus visose Lietuvos kaimo turizmo sodybose kartu paėmus ir nakvynių skaičiaus kaimo turizmo sodybose priklausomybę nuo makroaplinkos veiksnių įtakos.

Tyrimo metu kaimo turizmo nakvynių skaičius buvo pažymėtas - y (priklausomasis kintamasis), o nagrinėjami makroaplinkos rodikliai: bendrasis vidaus produktas (BVP) 1 gyventojui, vartojimo kainų indeksas (VKI), nedarbo lygis, gyventojų skaičius – nepriklausomi kintamieji pažymėti - x . Rodikliai buvo paimti iš Lietuvos Statistikos departamento, užsienio šalių makroaplinkos rodiklių statistiniai duomenys buvo paimti iš Eurostat duomenų bazės, tiriamųjų rodiklių pradinės reikšmės pateiktos 6 priede. Kadangi, kaimo turizmo paslaugomis naudojasi ir poilsiautojai iš užsienio, buvo įdomu įvertinti užsienio šalių makroaplinkos įtaką. Buvo pasirinktos dvi užsienio valstybės: Vokietija ir Latvija, norint įvertinti skirtumus tarp kaimyninės šalies ir labiau nutolusios šalies ekonominių rodiklių įtakos nakvynių skaičiui Lietuvos kaimo turizmo sodybose. Vokietija pasirinkta, nes analizuojamu 2004 – 2008 m. laikotarpiu ji buvo antra šalis, iš kurios daugiausia buvo atvykusiųjų poilsiautojų. Latvija pasirinkta, norint įvertinti skirtumus tarp kaimyninės šalies ir todėl, kad Šiaulių apskritis ribojasi su Latvijos respublika (užsienio šalių ekonominių rodiklių koreliacinės matricos pateikiamos 9 priede).

Lietuvoje. Siekiant nustatyti statistinę priklausomybę ir ryšio stiprumą tarp nakvynių skaičiaus kaimo turizmo sodybose bendrai ir tiriamų rodiklių, pagal (1) ir (4) formules apskaičiuoti koreliacijos koeficientai. Naudotas tiesinės koreliacijos – Pirsono koreliacijos koeficientas, kuris yra naudojamas kiekybinių reikšmių koreliacijai apskaičiuoti. Skaičiavimai atlikti SPSS statistinio paketo pagalba. Skaičiavimų rezultatai pateikti 10 priede. Poriniai koreliacijos koeficientai surašyti į koreliacijos matricą. Remiantis gauta koreliacijos matrica tolesniam tyrimui atrinktos tik tarpusavyje glaudžiai susijusios rodiklių poros, kurių koreliacijos koeficientas ne mažesnis kaip $|0,7|$. Šioms nakvynių skaičiaus ir nepriklausomų kintamųjų ekonominių rodiklių poroms buvo sudarytos tiesinės regresijos lygtys ir apskaičiuotas determinacijos koeficientas D . Determinacijos koeficientu vadinamas koreliacinio koeficiento arba koreliacinio santykio kvadratas. Šis koeficientas parodo, kokią priklausomo kintamojo dalį nulemia nepriklausomų kintamųjų kitimas, o $(100 - D)$ kiti neįvertinti veiksniai.

Lietuvių nakvynių skaičiaus ir ekonominių rodiklių SPSS programa apskaičiuoti poriniai koreliacijos koeficientai surašyti į koreliacijos matricą 2.9 lentelėje.

2.9 lentelė

Lietuvių nakvynių skaičiaus kaimo turizmo sodybose ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica

Rodiklis	Svečių iš Lietuvos nakvynių skaičius	BVP 1 gyv.	VKI	Nedarbas	Gyv. sk.	Vartojimo kainų lygis
Svečių iš Lietuvos nakvynių skaičius	1	0,966	0,983	-0,932	-0,949	0,922
BVP 1 gyv.		1	0,966	-0,971	-0,99	0,996
VKI			1	-0,974	-0,989	0,998
Nedarbas				1	0,995	
Gyv. sk.					1	-0,999
Valiutų kursas						-0,875
Kuro kainos						
Vartojimo kainų lygis						1

Sutrumpinimai: BVP 1 gyv. – Bendrasis vidaus produktas vienam gyventojui, Lt; VKI – Vartojimo kainų indeksas, proc.; Nedarbas – Nedarbo lygis, proc.; Gyv. sk.- Lietuvos gyventojų skaičius; Vartojimo kainų lygis.

Šaltinis: apskaičiuota autorės SPSS programa

Skaičiavimų rezultatai rodo, kad Lietuvos gyventojų nakvynių skaičius kaimo turizmo sodybose reikšmingai koreliuoja su visais į tyrimą įtrauktais nepriklausomais kintamaisiais. Stipriausias teigiamas koreliacinis ryšys nustatytas tarp nakvynių skaičiaus ir vartojimo kainų indekso ($r=0,983$), bendro vidaus produkto 1 gyventojui ($r=0,966$). Stipri linijinė priklausomybė nustatyta tarp nakvynių skaičiaus ir vartojimo kainų lygio (0,9220) rodiklių. Koreliacijos koeficientas parodo, kad ryšys tarp nakvynių skaičiaus ir bendro vidaus produkto, tarp nakvynių skaičiaus ir namų ūkių vartojimo kainų lygio bei nakvynių skaičiaus ir vartojimo kainų indekso yra glaudus bei ekonomiškai reikšmingas, kadangi koeficiento reikšmės svyruoja nuo 0,8 iki 0,95.

Neigiamas koreliacinis ryšys nustatytas tarp nakvynių skaičiaus kaimo turizmo sodybose ir nedarbo lygio ($r= -0,932$ bei gyventojų skaičiaus ($r= -0,949$)). Susiklosčiusi Lietuvos darbo rinkos situacija ir demografinės tendencijos, lėmė būtent tokius koreliacinius ryšius. Nedarbas 2004 – 2007 metais sumažėjo 7,5 procentinių punktų, nuo 11,4 proc. iki 3,9 proc., o 2008 m. jis vėl išaugo. Nedarbo mažėjimas lemia nakvynių skaičius augimą. Gyventojų skaičius per analizuojamą 2004 - 2008 m. laikotarpį sumažėjo apie 2,7 %, todėl dėl neigiamų šio rodiklio skaitinių reikšmių pokyčio tendencijų, gyventojų skaičius yra atvirkščiai proporcingas nakvynių skaičiaus augimui.

Kadangi, nedarbo lygio ir gyventojų skaičiaus rodikliai koreliuoja tarpusavyje, jie neatitinka pagrindinės tiesinės regresijos lygties sudarymo sąlygos ir yra netinkami daugiamatės tiesinės regresijos modelio sudarymui.

Šiaulių apskrities skaičiavimų rezultatai rodo (2.10 lent.), kad Šiaulių apskrities BVP 1 gyventojui reikšmingai koreliuoja su vidutiniu mėnesiniu darbo užmokesčiu, vartotojų kainų indeksu. Stipriausias teigiamas koreliacinis ryšys nustatytas tarp BVP 1 gyv. ir vidutinio mėnesinio darbo užmokesčio ($r=0,998$) bei vartojimo kainų indekso (0,928) rodikliu. Neigiamas koreliacinis ryšys nustatytas tarp gyventojų skaičiaus ir vidutinio mėnesinio darbo užmokesčio ($r= -0,968$) bei vartotojų kainų indekso ($r= -0,869$). Silpnai neigiama koreliacija tarp nedarbo ir BVP 1 gyv. ($-0,439$), bei vidutinio stiprumo koreliacija tarp gyventojų skaičiaus ir vidutinio mėnesinio darbo užmokesčio (0,519) bei vartotojų kainų indekso (0,505).

2.10 lentelė

Lietuvių nakvynių skaičiaus Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybose ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica

Rodiklis	BVP 1 gyv.	Nedarbas	Gyventojų skaičius	Vidutinis mėn. darbo užmokestis	Vartotojų kainų indeksas
BVP 1 gyv.	1	-0.439	-0.988	0.998	0.928
Nedarbas		1	0.898	0.519	0.505
Gyventojų skaičius			1	-0.968	-0.869
Vidutinis mėn. darbo				1	0.93
Vartotojų kainų indeksas					1

Sutrumpinimai: BVP 1 gyv. – Bendrasis vidaus produktas vienam gyventojui, Lt; VKI – Vartojimo kainų indeksas, proc.; Nedarbas – Nedarbo lygis, proc.; Gyv. sk.- Lietuvos gyventojų skaičius; Vartojimo kainų lygis.

Šaltinis: apskaičiuota autorės SPSS programa

Didėjant BVP 1 gyventojui skaičiui, didėja ir nakvynių skaičius Šiaulių apskrities kaimo sodybose. Šį kitimą apibūdinantis koreliacinis ryšys yra vidutinio stiprumo, o jį geriausiai aproksimuojanti forma yra tiesinė. Regresinės analizės rezultatai pateikti 10 priede. Šio ryšio daugiamatis koeficientas $R = 0,813$, determinacijos koeficientas $R^2 = 0,662$. Regresinės analizės lygtis $y=1,25x + -12,5$ (apskaičiuota su SPSS programa).

Apibendrinant makroaplinkos įtakos Lietuvos kaimo turizmo paklausai tyrimo rezultatus galima daryti šias išvadas:

Analizuojant makroaplinkos rodiklių įtaką tiek lietuvių, tiek užsienio poilsiautojų nakvynių skaičiui Lietuvos kaimo turizmo sodybose, nustatyta, kad stipriausias reikšmingas koreliacinis ryšys yra tarp nakvynių skaičiaus ir BVP 1 gyventojui dydžio bei vartojimo kainų santykinio lygio.

Buvo nustatyta, kad tarp BVP 1 gyventojui ir lietuvių nakvynių skaičius kaimo turizmo sodybose bendrai koreliacija šiek tiek silpnesnė, nei tarp BVP 1 gyventojui ir latvių nakvynių skaičiaus kaimo turizmo sodybose.

Skaičiavimų rezultatai rodo, kad Šiaulių apskrities BVP 1 gyventojui reikšmingai koreliuoja su vidutiniu mėnesiniu darbo užmokesčiu, vartotojų kainų indeksu. Didėjant BVP 1 gyventojui skaičiui, didėja ir nakvynių skaičius Šiaulių apskrities kaimo sodybose. Neigiamas koreliacinis ryšys nustatytas tarp gyventojų skaičiaus ir vidutinio mėnesinio darbo užmokesčio.

III. KAIMO TURIZMO PASLAUGŲ RINKOS PLĖTROS VERTINIMAS ŠIAULIŲ APSKRITYJE

Pastaruoju metu daug dėmesio skiriama kaimo turizmo verslui ir rekreacijai. Lietuvos kaime pagrindinis pragyvenimo šaltinis, išskyrus samdomo darbo pajamas, pensijas ir socialines pašalpas, yra pajamos iš žemės ūkio. Siekiant sumažinti Šiaulių apskrities kaimo gyventojų priklausomybę nuo žemės ūkio, turi būti skirtas daug didesnis dėmesys kaimo verslo plėtrai bei plėtros problemoms spręsti. Sprendžiant šią problemą, labai svarbus strateginis sprendimas – sėkminga kaimo turizmo verslo plėtra ten, kur jis nėra išplėtotas, nors potencialas tam yra. Svarbu laiku atsižvelgti į kaimo turizmo rinkos plėtros tendencijas ir numatyti galimybes pasirengti priimti daugiau atvykstančių turistų į apskritį ir formuoti tinkamą kaimo turizmo plėtros politiką, nes tai įtakoja apskrities ekonomiką. Nes kaimo turizmo paslaugų vartotojai dalyvauja pardavimų, pelnų, darbo vietų, mokestinių įplaukų ir pajamų kūrimo. Vertinant kaimo turizmo paslaugų plėtrą Šiaulių apskrityje, remtasi ekonominio poveikio analize, kuri iškelia klausimą: Koks kaimo turizmo veiklos indėlis į apskrities ekonomiką?. Remiantis konceptualioje dalyje nustatytais plėtros metodais ir principais, įvertintos Kaimo turizmo paslaugų plėtros tendencijos Šiaulių apskrityje.

3.1. Kaimo turizmo paslaugų rinkos Šiaulių apskrityje ekonominis vertinimas

Šiame skyrelyje atliktas ekonominis vertinimas, formuojant kaimo turizmo paslaugų plėtros prielaidas Šiaulių apskrityje, remiantis paklausos analize – kaip poilsiautojų skaičiaus arba jų tipų pasikeitimas tam tikroje teritorijoje priklauso nuo pasiūlos, konkurencijos, bei kitų paklausos kintamųjų pasikeitimo.

Statistikos departamentas ar kitos institucijos susijusios su Kaimo turizmu neteikia ir negali pateikti atskirai vienos turizmo rūšies - Kaimo turizmo – pajamų, sąnaudų duomenų, o juo labiau pagal atskiras kaimo turizmo paslaugų rūšis. Kadangi, kaimo turizmo paslaugų teikėjai gali būti: *fiziniai*: pvz.: kaimo gyventojai, vykdančys patentuotą veiklą ir mokantys metinį patento mokestį; ūkininkai dirbantys žemės ūkyje, teikiantys kaimo turizmo paslaugas, vykdančys veiklą pagal ūkininko pažymėjimą ir teikiantys pajamų deklaraciją, kaip už žemės ūkio pajamas; ir *juridiniai asmenys*: teikiantys kaimo turizmo paslaugas, kaip turizmo paslaugas teikianti įmonė arba kaip smulkaus verslo įmonės; bei kaimo *bendruomenės*. Todėl Statistikos departamentas ar kitos institucijos kaip Valstybinis Turizmo departamentas, Kaimo turizmo asociacija ar panašios institucijos, tikslių finansinių duomenų negali pateikti, nes verslo klasifikacijose kaimo turizmo,

kaip atskiros turizmo rūšies, dar nėra išskirta. Dėl tokių aplinkybių, įvertinti ir pagrįsti kaimo turizmo ekonominio efektyvumo naudą pakankamai sudėtinga, todėl ekonominis vertinimas bus nukreiptas į indėlį apskrities ekonomikai, ir paklausos kaimo turizmo paslaugų rinkos vertinimą.

Pirmiausiai vertinsime tokius rodiklius pardavimai - tai pajamos gaunamos iš kaimo turizmo paslaugos – nakvynės ir paklausą įtakojančius veiksnius: pasiūlą.

1. Darome prielaidą, kad pajamos už nakvynę sudaro – vidutinės kaimo turizmo pajamas. Vidutiniškai jas galima paskaičiuoti - poilsiautojų išbūtas nakvynes dauginant su vidutine jų kaina.

3.1. lentelė

**Vienai kaimo turizmo sodybai tenkančios vidutinės pajamos
Šiaulių apskrityje 2004 – 2008 metais**

	Nakvynių skaičius, tūkst.					Vidutinė vienos nakvynės kaina Lt					Vidutinės sezono pajamos tūkst. Lt tenkančios vienai sodybai				
	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008	2004	2005	2006	2007	2008
Šiaulių apskritis	3,7	4,7	14,7	12,8	8,9	22	23	32	31	34	6,26	13,51	39,2	33,06	30,24

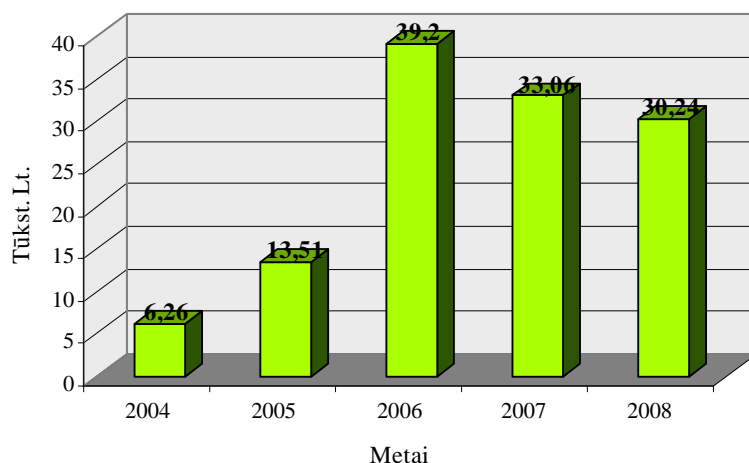
Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Analizuojant 2004 – 2008 metų buvusias vidutines pajamas už nakvynę gaunamas vienoje kaimo turizmo sodyboje Šiaulių apskrityje, kurios pateiktos 3.1 lentelėje, grafinis vaizdas 3.1 paveiksle, matyti, kad jos siekė apie 30 000 per sezoną.

Anot Grecevičiaus, sodybų šeimininkų, teikiančių kaimo turizmo paslaugas, pajamos svyruoja nuo 6 000 Lt iki 100 000 Lt per sezoną, kuris trunka vidutiniškai apie 3 mėnesius (Žalienė, Žalys, 2002). Ir kaip 3.1 lentelėje, matyti, kad jos iš tikro buvo panašios kaip teoriškai prognozuojamos pajamos, nes siekė apie 30 000 Lt per sezoną.

Visos LR parduodamos paslaugos ir prekės yra apmokestinamos pridėtinės vertės (toliau PVM) mokesčiu. Iki 2008 metų kaimo turizmo paslaugos buvo apmokestinamos lengvatiniu PVM tarifu. Pagal PVM įstatymo pakeitimus, nuo 2009 metų sausio 1 dienos, įsigaliojus naujiems PVM mokesčio tarifams, kaimo turizmo paslaugoms ir prekėms nustatytas 19 proc. PVM tarifas, ir panaikintas iki šiol galiojęs 5 proc. lengvatinis PVM tarifas (Valstybinė Mokesčių inspekcija, 2009).

2. Vertinant ūkininkų pajamas, pagal žemės ūkio naudmenų teritorijas, kurios Šiaulių apskrityje sudaro 62,6 proc., galima daryti prielaidą, kad kaimo turizmo sodybų steigimas Šiaulių apskrityje būtų naudingas norint padidinti ūkininkų pajamas 30 – 40 proc., nes teigiama, kad ES pagrindiniai kaimo turizmo paslaugų teikėjai yra ūkininkai.



3.1 pav. Vidutinės sezono pajamos tenkančios vienai sodybai Šiaulių apskrityje 2004 – 2008 metais (tūkst. Lt)

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

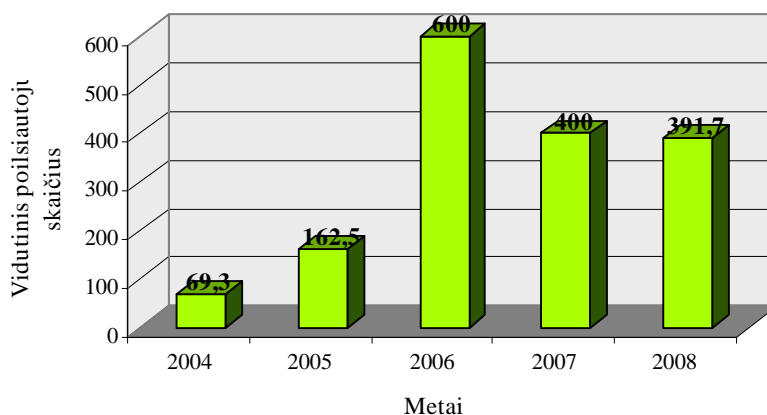
Kaip teigia, I. Vainienė, turitingose žemės ūkio teritorijose poilsiautojus traukia ūkininkavimas, natūralaus maisto galimybės ir pan.

Todėl galima daryti prielaidą, kad pradėję vystyti kaimo turizmo paslaugas ūkininkai Pakruojo ar Joniškio rajonuose, nes būtent šiuose rajonuose yra tik viena kaimo turizmo paslaugas teikianti sodyba, savo pajamas padidintų 30 – 40 proc., nes didžiausią teritorijos dalį žemės ūkio naudmenos ir sudaro Joniškio rajono savivaldybėje – 72,8 proc., o Pakruojo rajono savivaldybėje - 71,7 proc. teritorijos.

2. Analizuojant pasiūlą, galima daryti prielaidą, nes 2004 – 2008 metais, poilsiautojų vidutiniškai padaugėjo 6 kartus (3.2 pav.), kad kaimo turizmo paslaugų teikėjų poreikis Šiaulių apskrityje nuolat auga.

Be to, Jazbutis ir Maksimovienė teigia, jog šiuo metu apie 20 – 30 proc. Lietuvos gyventojų yra potencialūs turistinių paslaugų vartotojai (Jazbutis, Maksimovienė, 2001). O pasak, L. Žalio, jei kiekvienas jų apsilankytų kaimo turizmo sodyboje po vieną nakvyne, įvertinus sezoniskumą, kaimo turizmo sodybų poreikis būtų apie 1 500 sodybų. Lenkijoje teikiančių kaimo turizmo paslaugas sodybų yra apie 10 000, jos užpildytos 80 proc. (Žalienė, Žalys, 2002).

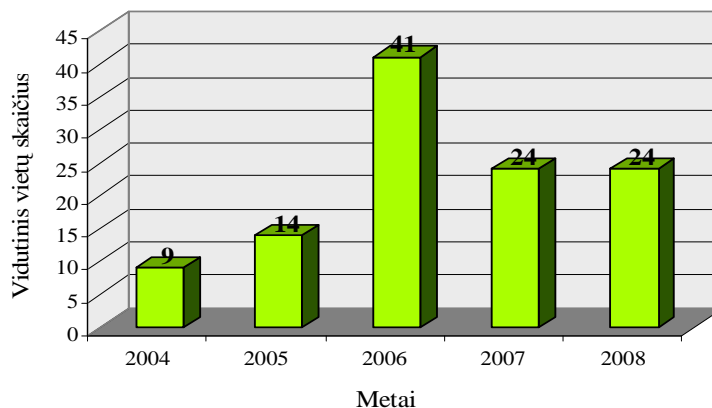
Todėl, galima daryti prielaidą, kad Šiaulių apskritis turi dar nemažą kaimo turizmo paslaugų plėtros potencialą, nes šioje rinkoje ji užima tik 2 proc.. Dabartiniu metu Lietuvoje esant 546 kaimo turizmo paslaugas teikiančių teikėjų, jų turėtų, pagal prognozuojamą skaičių, išaugti dar beveik 2 kartus.



3.2 pav. Vienai kaimo turizmo sodybai tenkantis vidutinis poilsiautojų skaičius Šiaulių apskrityje 2004 – 2008 metais

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

4. Vertinant vietų skaičiaus poreikį vienoje sodyboje, pastebėtina tai, kad bendras Lietuvoje vietų vienoje kaimo turizmo sodyboje yra 18 vietų, Šiaulių apskrityje kaip matyti 3.3 paveikslas, yra 24 vietos ir tai sudaro 30 proc. daugiau, nei vidutiniškai Lietuvos kaimo turizmo sodybose. Bendras vietų tenkantis vienai kaimo turizmo sodybai pokytis Šiaulių apskrityje per analizuojamus metus sudarė beveik 2, 5 karto. Lyginant su gausiausiai išikūrusių kaimo turizmo sodybų apskritimi – Utenos apskritimi, kurioje vyrauja vidutiniškai 15 vietų vienoje sodyboje, galima teigti dar vieną prielaidą, kad Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybos daugiau pritaikytos pramogoms: šventės šventės, rengti konferencijas ir pan..



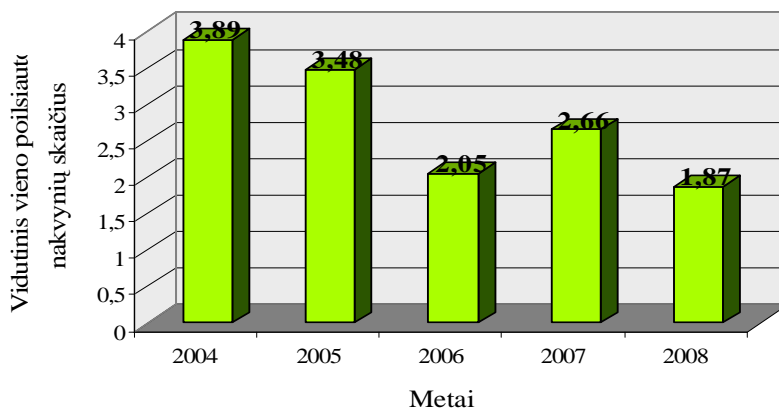
3.3 pav. Vienai kaimo turizmo sodybai tenkantis vidutinis vietų skaičius Šiaulių apskrityje 2004 – 2008 metais

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Išanalizavus vietų sodybose ir poilsiautojų priklausomybę, galima teigti, kad beveik 2 kartus padidintas vietų skaičius, 6 kartus padidino poilsiautojų skaičių (3.3 pav.) analizuojamais metais.

Galima prielaida, kad du kartus padauginus sodybų poilsiautojų Šiaulių apskritis pritrauktų vidutiniškai 4 – 6 kartus daugiau, atsižvelgiant į padidėjusį konkurencingumą.

Analizuojant vidutinį poilsiautojų išbūtų dienų skaičių, norisi pastebėti, kad pvz., Šiaulių apskrityje 2008 m. (3.4 pav.) jis yra žemesnis 0,04 punkto dalimi, nei bendras Lietuvoje vieno poilsiautojo vidurkis, kuris 2008 m. buvo 1,91 paros.



3.4 pav. Vidutinis vieno poilsiautojo nakvynių skaičius kaimo turizmo sodybose Šiaulių apskrityje 2004 – 2008 metais

Šaltinis: apskaičiuota autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Galima daryti prielaidą, kad Šiaulių apskrityje kaimo turizmo sodybose apsisojama tik savaitgaliais.

3. Šiaulių apskrityje viena iš problemų vis dar išlieka nedarbas. Nedarbo lygis Šiaulių apskrityje 2005 m. buvo 10,1 proc. ir viršijo bendrą Lietuvos nedarbo lygį 1,8 proc.. 2006 m. buvo 5,7 proc., 2007 m. dar sumažėjo iki 4,4 proc.. 2004 – 2007 metais nedarbo lygis tendencingai mažėjo, tačiau Šiaulių apskrityje jis buvo aukštesnis nei vidutiniškai Lietuvoje. 2008 m. dėl prasidėjusios pasaulinės ekonominės krizės, kuri palietė ir Lietuvą, nedarbas Šiaulių apskrityje vėl išaugo iki 9,3 proc..

Kaip buvo minėta teorinėje darbo dalyje, užsienio mokslininkų tyrimų analizė teigia, kad smulkios ir vidutinės verslo įmonės, veikiančios ES kaimo turizmo srityje, įdarbina nuo 2 iki 5 žmonių, galima daryti prielaidą, kad viena naujai įkurta kaimo turizmo sodyba įdarbintų 2 - 5 kaimo gyventojų.

Apibendrinant galima daryti pagrindines išvadas:

Išanalizavus vietų sodybose ir poilsiautojų priklausomybę, galima teigti, kad beveik 2 kartus padidintas vietų skaičius, 6 kartus padidino poilsiautojų skaičių analizuojamais metais. Galima prielaida, kad du kartus padauginus sodybų poilsiautojų Šiaulių apskritis pritrauktų vidutiniškai 4 – 6 kartus daugiau, atsižvelgiant į padidėjusį konkurencingumą.

Tokia naujai priimta 2009 metų fiskalinė mokesčių politika gali paveikti kaimo turizmo paslaugų pajamas ir tai gali būti kaip vienas iš veiksnių, plėtojant kaimo turizmo paslaugas, kuris gali mažinti paklausą. Kaimo turizmo paslaugoms ir prekėms nustatytas 19 proc. PVM tarifas, ir panaikintas iki šiol galiojęs 5 proc. lengvatinis PVM tarifas.

3.2. ES paramos įtaka Kaimo turizmo paslaugų plėtrai Šiaulių apskrityje

Kaimo plėtra ir jos ateities perspektyvos neatsiejamai susijusios su ES parama. ES parama neturėtų būti pagrindinis finansavimo šaltinis, bet deja, Lietuvoje kol kas tai yra pagrindinis motyvas skatinantis plėtoti kaimo turizmo paslaugų verslą. Tai lemia keletas svarbių aplinkybių.

Pirma aplinkybė, nulemianti kaimo turizmo plėtros kelią, yra lėtas kaimo turizmo investicijų atsiperkamumas: tyrėjų nuomone, sodybos įrengimas atsiperka maždaug per 10 metų, o kartais be papildomų verslų sodyba apskritai negali gyvuoti. Todėl siekiant išvengti socialkultūrinės aplinkos degradacijos sodybų šeiminkams, plėtojantiems tradicinį kaimo turizmą, reikalinga valstybės ar *ES fondų parama*. Kaip rodo Lenkijos pavyzdys, net ir tokiu atveju sodybos, be kaimo turizmo verslo, dar priverstos užsiimti vienokiais ar kitokiais papildomais darbais: tradiciniu žemės ūkiu, suvenyrų gamyba ir pan. Tačiau ES šalių patirtis rodo, kad, nors kaimo turizmas apima labai mažą šių šalių rinkos dalį, bet jis yra labai reikšmingas kaimo ekonomikai ir socialinės struktūros išlaikymui, o daugeliui nuošalių ir mažai rentabilių rajonų yra ta veikla, kuri leidžia tolygiai plėtoti regiono ekonomiką ir įvairiapusiškai patenkinti gyventojų poreikius.

Antra aplinkybė, nulemianti vangų kaimo turizmo plėtros kelią Šiaulių apskrityje yra ūkininkų, kaimo gyventojų švietimas, dėl galimybių plėtoti kaimo turizmo paslaugas jų gyvenamojoje aplinkoje ar apskritai. Pagal atliktas apklausas, Šiaulių apskrities kaimo turizmo paslaugų teikėjai susiduria su sudėtingu paraiškų paramai gauti pateikimu. Vyriausybės, savivaldybių naudojamos informacinės, konsultacinės priemonės skatinančios ES fondų paramos įsisavinimą yra nepakankamos. Būtina aktyviau skatinti kaimo turizmo sodybų savininkus teikti paraiškas, organizuoti nemokamą pagalbą jas pildant.

Taigi, kaip minėta teorinėje darbo dalyje, ES paramai gauti kaimo turizmo ir amatų skatinimui, 2004 – 2006 m. buvo pateikta 118 paraiškų, jos sudarė 104,528 mln. Lt., iš jų 71,6 mln. Lt - ES paramos pinigai (detaliau pateikta 5 priede). Šiuo laikotarpiu iš Šiaulių apskrities buvo

priimtos 2 paraiškos, kurios buvo įvertintos teigiamai ir jas pateikę asmenys buvo patvirtinti paramos ES paramos gavėjais.

2008 m. per 9 mėnesius buvo pateiktos Lietuvoje 122 paraiškos. 2009 metais Šiaulių apskrityje per pirmą ketvirtį (pagal Šiaulių skyriaus Nacionalinės mokėjimo agentūros duomenis) yra pateiktos 9 paraiškos, viena jų, dėl nepilnai pateiktų dokumentų agentūros buvo atmesta.

Pastaraisiais 2007 – 2013 m. metais kaip prioritetu bus remiamos, pasak R. Sirusienės – Kaimo turizmo asociacijos direktorės - kaimo turizmo sodybos, kurios plėtos tradicinį etnografinį gyvenimo būdą ir amatus. Pagal 2007 – 2013 m. Kaimo plėtros programos priemonę „Kaimo turizmo veiklos skatinimas“ remiamos Nacionalinės mokėjimų agentūros dvi veiklos sritys: „Kaimo turizmo skatinimas, įskaitant amatų plėtrą kaimo turizmo sodybose“ ir „Stovyklaviečių kaimo vietovėse įkūrimas ir plėtra“ (Sirusienė, 2007).

1. Pirma galimybė, vertinant šį prioritetą tai, kad Šiaulių apskritis turi didelį potencialą kaimo turizmo verslui plėtoti, nes pagal šį prioritetą labiau svarbus yra istorinis, kultūrinis, etnografinis paveldas, nei išpūdingas, ežeringas kraštovaizdis.

Per Šiaulių apskritį eina sąlyginė etnografinė žemaičių ir aukštaičių tarmių riba. Šiaulių apskritis gan turtinga parkais, istoriniais paminklais, dvarais: Unikalusis Kryžių kalnas, Kurtuvėnų regioninis parkas, Burbiškio dvaras, Kelmės rajone yra per 400 kultūros ir gamtos paminklų, bei kitų objektų.

Taigi, galima daryti prielaidą, kad pateiktos per 2009 metų pirmą ketvirtį 8 paraiškos Šiaulių apskrityje, daugės vienodu tempu ir per metus sudarys apie 32 paraiškas. Įvertinus tai, kad 10 – 15 proc. paraiškų būna nepatvirtintų ir tai, jog vidutiniška kaimo turizmo projekto suma yra apie 0,3 mln. Lt, šiuo 2007 – 2013 metų likusiu laikotarpiu, skaičiuojant nuo 2009 pradžios, pagal Kaimo plėtros priemones Šiaulių apskritis dar įsisavintų apie 8,2 mln. Lt. per metus, o visu likusiu paramos laikotarpiu apie 41,0 mln. Lt. Nes kaip Kaimo turizmo asociacijos direktorė teigia, kad 2007-2013 m. kaimo turizmo verslas turėtų gauti 113 mln. Lt (Sirusienė, 2007), tai Šiaulių apskritis įsisavintų apie 40 proc. ES fondų paramos.

Šią auksčiau paminėtą prielaidą, dar galima pagrįsti ir apskrities teritorijos ploto santykiu. Šiaulių apskrities bendras plotas, remiantis Šiaulių statistikos metraščiu, yra 854 tūkst. ha. Pagal užimamą plotą Šiaulių apskritis yra antra Lietuvoje, ir užima 13,1 proc. Lietuvos teritorijos. O tuo tarpu, jau egzistuojančių Kaimo turizmo paslaugas teikiančių sodybų, Lietuvos apskričių atžvilgiu ir bendru rodikliu, sudaro tik 2 proc. ir tai yra viena iš mažiausiai turinčių kaimo turizmo sodybų apskritis.

Todėl, galima daryti prielaidą, kad Šiaulių apskritis turi dar nemažą plėtros potencialą ir pagal kaimo turizmo sodybų tankumą apskrityje.

2. Antra galimybė Šiaulių apskrityje įsisavinti Kaimo turizmo paslaugų plėtrai skirtas ES paramos lėšas tai - tradicinių amatų tinklas. Ji numatyta kaip priemonė gerinti Latvijos ir Lietuvos pasienio patrauklumą. Kadangi, Šiaulių apskritis ribojasi su Latvijos respublika - tai ypač aktualu. Pagrindinis projekto tikslas: skatinti kultūrinius bei istorinius pasienio regiono ryšius plėtojant tradicinius amatus ir taikomąjį meną. Planuojama parengti pasienio amatų tinklo plėtros planą, išleisti amatų ir taikomojo meno katalogą, organizuoti amatininkams studijų ir kontaktų užmezgimo vizitą į Švediją, dalyvauti tarptautinėse parodose bei mokymuose. Šiam tikslui pasiekti numatyta - 1,6 mln. EUR finansavimas, jis bus finansuojamas iš Latvijos ir Lietuvos bendradarbiavimo per sieną programos 2007–2013 m. Pastebėtina tai, kad ši priemonė yra įtraukta ir į Šiaulių regiono 2007 – 2013 metų plėtros planą.

Darant prielaidą, kad su Latvijos respublika ribojasi dar dvi apskritys, Šiaulių apskritis 2007 – 2013 metais galėtų įsisavinti apie 30 – 40 proc. šios priemonės finansuojamų lėšų, tai sudarytų – 1,8 mln. Lt. Bei pritraukti dar daugiau latvijos, bei kitų užsienio šalių poilsiautojų. Pastebėtina, kad latvijos gyventojai sudaro didžiausią dalį Šiaulių apskrityje tarp užsienio poilsiautojų kaimo turizmo sodybose.

3.3. Kaimo turizmo paslaugų rinkos tolydžios plėtros prielaidos Šiaulių apskrityje

Plėtojantis kaimo turizmo verslui, daugelis Lietuvos rajonų ir netgi region, kaimo turizmą vertina kaip prioritetinę, strateginę kryptį, kuria siekiama populiarinti kraštą ir pritraukti investicijas, tačiau Šiaulių apskritis 2004 – 2006 metais, savo strateginiame plane kaimo turizmo kaip prioritetinės turizmo šakos - neišskyrė. Kaip prioritetinė veikla kaime buvo išskirta – žemės ūkis.

Jau senokai yra pastebėta, kad LR silpnai ugdomi pasienio rajonai ne tik ekonomiškai atsilieka nuo centro, bet ir praranda su juo abiem pusėm svarbius integracinius ryšius. Tuo tarpu kaimo turizmo sodybos pasienio regionuose, gali atlikti svarbų pažintinį integruojantį vaidmenį.

Kaimo turizmo plėtrai skatinti reikalinga Vyriausybės ir rajonų savivaldybių parama, kuriant informacijos ir reklamos sistemas, kurios suteiktų teisingą, išsamią informaciją ne tik Lietuvos turistams, bet ir skatintų užsieniečius apsilankyti kaimo turizmo sodybose.

Dabar 2007 – 2013 metų plėtros plane Šiaulių apskritis daug dėmesio skiria saugoti ir populiarinti regiono etninį savitumą, tradicijas ir kultūros paveldą.

Ekonominiai indikatoriai.

1. Turizmo sektoriaus indėlis į BVP Lietuvoje 2004 – 2005 m. sudarė 6 – 7,5 proc.. Prognozuojat augimą manyta, kad didėjant BVP, panašiais tempais augs ir indėlis į jį iš turizmo. Tačiau taip neatsitiko. 2006 m. turizmo indėlis į BVP nukrito iki 3,5 proc. Galimas dalykas, kad toks skirtumas atsirado dėl skirtingos skaičiavimo metodikos. Dabar šias prognozes teks dar labiau koreguoti, atsižvelgiant į finansinę krizę, kurią, kaip jau minėta, lydi ir ekonominė. Kai kurie analitikai prognozuoja, kad ekonominė krizė gali užsitęsti iki 2015 metų ir ilgiau, kiti mano, kad ekonominė krizė turėtų baigtis 2010 metais.

Galima daryti prielaidą, kad mažės tiek bendras turizmo, tiek kaimo turizmo sektoriaus sąlygojamas BVP augimas, tačiau tikėtina, kad turizmo sektoriuje šis mažėjimas gali būti spartesnis dėl to, kad dėl lūkesčių pokyčių gyventojai mažiau lėšų skirs poilsiui ir turizmui.

2. Šiaulių apskrities turistinių įmonių dalis ūkio subjektų apimtyje 2004 – 2008 m. laikotarpiu buvo akivaizdžiai mažesnė už Lietuvos mastu apskaičiuotą rodiklį, pavyzdžiui, 2007 m. šios dalys sudarė 0,09 ir 0,36 proc.. Tai leidžia teigti, kad kaimo turizmo sektorius Šiaulių apskrityje nėra pakankamai išplėtotas.

3. Kaip ekonominis indikatorius, naujai priimta 2009 metais fiskalinė mokesčių politika (PVM tarifas nuo lengvatinio 5 proc. padidėjo iki 19 proc.), paveiks kaimo turizmo paslaugų pardavimus ir kaip vienas iš galimų plėtros veiksnių, kuris gali mažinti paklausą.

Socialiniai indikatoriai.

Kaimo turizmo paslaugų regione plėtrai didelę įtaką turi gyventojų skaičius toje apskrityje. Šiaulių apskrityje 2008 m. gyveno 349 876 gyventojai. 61,5 proc. Šiaulių apskrityje gyvena 61, 5 proc. mieste, o 38,5 proc. kaime gyventojų. Akmenės rajono savivaldybėje miesto gyventojų - 62 proc. yra daugiau nei kaimo - 38 proc.. Visose kitose savivaldybėse (išskyrus Šiaulių miesto) daugiau gyventojų yra kaimuose, o ne miestuose. Didžiausia dalis kaimo gyventojų yra Šiaulių rajono ir Pakruojo rajono savivaldybėse – po 73 proc.. Kelmės rajone kaimuose gyvena - 64 proc. Joniškio rajone - 57 proc., Radviliškio rajone - 54 proc. rajonų gyventojų.

Vertinant plėtros tendencijas, kurios sukurtų papildomas darbo vietas kaime, tikrai didelės, nes visuose Šiaulių rajonuose gyvena daugiau žmonių kaimuose, nei miestuose. Viena naujai įkurta kaimo turizmo paslaugų sodyba įdarbintų 2 – 5 kaimo gyventojus.

Šiaulių apskrityje 2008 m. veikė 6825 ūkio subjektai. Apie 5 proc. įmonių sudaro žemės ūkio, miškininkystės, žuvininkystės įmonės, 3 proc. viešbučiai ir restoranai, didžiausią 32 proc. dalį sudaro statybos įmonės.

Gamtiniai indikatoriai.

Šiaulių apskritis turtinga vaizdingu kraštovaizdžiu. Per apskritį teka Ventos, Mūšos, Kruojos upės, išsišakojusios teritorijoje su plačiu intakų ir upeliukų tinklu, tyvuliuoja 56 ežerai. Šiaulių apskrityje yra nemažai nemažai kultūros paveldo objektų: veikia 27 muziejai, 12 dvarų, 32 piliakalniai, 4 malūnai, 16 parkų, iš kurių 6 regioniniai, 1 rezervatas, 19 draustinių. Apskritis savivaldybių miškingumas svyruoja nuo 16,7 proc. iki 36 proc.

Vertinant plėtros tendencijas, kurios sukurtų papildomus turistų srautus, pagal Šiaulių apskrities kraštovaizdį, istorinių paveldų pasiūlą ar pan., yra galimybių juos padidinti. Juolab, analizuojant 2004 – 2008 metus, poilsiautojų vidutiniškai padaugėjo 6 kartus.

Kaimo turizmo paslaugų sektorius Šiaulių apskrityje turi pakankamai didelį plėtros potencialą, tačiau kol kas jo plėtrą riboja tai, kad kaimo turizmo paslaugų pasiūla, kokybė atsilieka nuo tarptautinių standartų. Todėl, siekiant sėkmingos kaimo turizmo paslaugų sektoriaus plėtros būtina gerinti Šiaulių apskrities kaip turistinio regiono įvaizdį ir aktyviai naudoti rinkodaros priemones, pritaikyti kultūros paveldo objektus ir gamtinius išteklius turizmo reikmėms, vystyti turizmo infrastruktūrą, taip pat didinti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą kiekybiniu požiūriu.

IŠVADOS

Kaimo turizmas – tai visos turizmo rūšys, susijusios su kaimo aplinka, žemės ūkio veikla, kraštovaizdžiu ir gamtovaizdžiu, su vietiniais gyventojais, jų papročiais, apeigomis bei amatais, apylinkių pažinimu ir poilsiu. Kaimo turizmas teoriškai yra unikalus – jis, kaip viena turizmo rūšių, atlieka dvejopą vaidmenį: jis priskiriamas turizmo formoms (vietinis ir atvykstamasis turizmas) ir turizmo kategorijai (vidinis turizmas). Kaimo turizmas šalies ūkio požiūriu vertinamas ir plėtojamas dviem lygmenimis ir požiūriais: makrolygmeniu kaip nacionalinė turizmo rūšis ir mikrolygmeniu kaip paslaugų ūkio verslas kaime. Vertinant kaimo turizmo paslaugų rinkos plėtrą, ar sprendžiant kitas kaimo turizmo problemas yra atliekama daug ekonominių analizių. Dažnai skirtingi ekonominės analizės tipai yra painiojami, todėl tikslinga ekonominio poveikio tyrimus išdėstyti platesniame ekonominių problemų ir metodikų, susijusių su kaimo turizmu, komplekse. Kaimo turizmo ekonominis poveikis svarbi valstybinio, regioninio ir visuomeninio planavimo ir ekonominio vystymo aplinkybė. Ekonominis poveikis taip pat yra aktualus veiksnys priimant valdymo ir marketingo sprendimus.

Turizmo situacijos analizė parodo teigiamas tendencijas kaimo turizmo vystymuisi. Mokėjimų balansas visais metais išlieka teigiamas, vadinasi atvykstamasis turizmas yra didesnis už išvykstamąjį turizmą. Pagrindinis kaimo turizmo rinkos paklausos rodiklis – poilsiautojų nakvynių skaičius. Vidutinė vienos nakvynės kaina atspindi pajamos tenkančios 1 parduotai vietai. Tai pat kaimo turizmo paslaugų rinką atspindi vietų skaičiaus ir poilsiautojų skaičiaus didėjimas. Lietuvos kaimo turizmo vietų paklausa (t.y. poilsiautojų skaičius) per analizuojamą laikotarpį išaugo 133,3 proc., o pasiūla (analizuojamo laikotarpio siūlomų vietų skaičius) padidėjo apie 51 proc. Pastebima tendencija, kad kaimo turizmo paslaugų paklausa auga didesniu tempu, nei pasiūla. Kaimo turizmo sodybos koncentruojasi ir sudaro bendrą procentinę Lietuvos kaimo turizmo sodybų dalį - Utenos – 35 proc., Alytaus – 14 proc., Šiaulių tik – 2 proc., apskrityse. Galima teigti, kad kaimo turizmo paslaugų pagrindiniai vartotojai yra šalies gyventojai, kurie sudaro 89,6 proc. visų poilsiautojų, jų apsilankymas kiekvienais metais vis augo, nors procentinis šuolis 2007, 2008 m. jau nebėra toks didelis, kaip 2006 m. kai jis buvo 161 procentas. 2008 m. Lietuvoje, Lietuvos gyventojų, apsistojusių kaimo turizmo sodybose skaičius išaugo 11,2 proc., o užsienio svečių 2,6 proc. sumažėjo, bet bendras poilsiautojų skaičiaus augimas buvo 9,6 proc..

Šiaulių apskritis, pagal kaimo turizmo paslaugų teikėjų turimą vietų skaičių tenkantį vienam tūkstančiui apskrities gyventojų, apie 4 kartus atsilieka nuo Lietuvos vidurkio. 2008 m. Šiaulių apskrityje vienam tūkstančiui apskrities gyventojų teko 0,7 kaimo turizmo vietos, o Lietuvos vidurkis buvo 3,0 vietos vienam tūkstančiui šalies gyventojų.

Poilsiautojų skaičiaus Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybose per analizuojamą penkmetį išaugo beveik 6 kartus, o vietų pasiūla tik 2 kartus. Pastebima tendencija, kad Kaimo turizmo paslaugų paklausa auga didesniu tempu, nei pasiūla. Tenka paminėti tai, kad pvz., vienam Lietuvos svečiui kaimo turizmo sodybose, 2008 m. teko 1,91 nakvynės Lietuvos apskrityse bendrai, o Šiaulių apskrityje – 1,87 nakvynės. Poilsiautojų (atvykstančių ir vietinių) kaimo turizmo sodybose praleidžiamų naktų skaičius Šiaulių apskrityje yra 0,04 punkto dalimi mažesnis nei Lietuvos vidurkis. Todėl galima teigti, kad į Šiaulių apskrities kaimo turizmo sodybas leisti laiko atvyksta Lietuvos gyventojai dažniausiai savaitgaliais. Nakvynės kainų pokytis, per analizuojamus metus Lietuvoje bendrai, sudarė - 52,5 proc.. Šiaulių apskrityje kaimo turizmo paslaugų, t.y. nakvynės, pirties, maudynių kubile, dviračių nuomos ir kitų paslaugų, kainos yra panašios kaip kitose Lietuvos apskrityse. Kaimo turizmo paslaugų kainodarą įtakoja sezoniškumas, kuris ypač veikia kaimo turizmo verslą: sumažėja poilsiautojų srautai, ekonominė nauda miestams bei rajonams. Populiariausias mėnuo poilsiuoti kaimo turizmo sodybose yra rugpjūtis ir liepa, birželis.

Analizuojant makroaplinkos rodiklių įtaką tiek lietuvių, tiek užsienio poilsiautojų nakvynių skaičiui Lietuvos kaimo turizmo sodybose, nustatyta, kad stipriausias reikšmingas koreliacinis ryšys yra tarp nakvynių skaičiaus ir BVP dalies tenkančios vienam gyventojui dydžio bei vartojimo kainų santykinio lygio. Šiaulių apskrities skaičiavimų rezultatai rodo, kad BVP 1 gyventojui reikšmingai koreliuoja su vidutiniu mėnesiniu darbo užmokesčiu, vartotojų kainų indeksu. Neigiamas koreliacinis ryšys nustatytas tarp gyventojų skaičiaus ir vidutinio mėnesinio darbo užmokesčio.

2004 – 2006 m. laikotarpiu buvo patvirtinta 118 paraiškų Lietuvoje bendrai ES paramai gauti. Išipareigojimų suma sudarė 104, 5 mln. Lt pagal “Kaimo vietovių pritaikymas ir plėtra” priemonę. Šiuo laikotarpiu iš Šiaulių apskrities buvo priimtos 2 paraiškos, kurios buvo įvertintos teigiamai ir jas pateikę asmenys buvo patvirtinti paramos ES paramos gavėjais.

2007-2013 m. kaimo turizmo verslas turėtų gauti apie 113 mln. Lt, tai Šiaulių apskritis galėtų įsisavinti apie 40% ES fondų paramos.

Dar viena galimybė Šiaulių apskrityje įsisavinti kaimo turizmo paslaugų plėtrai skirtas ES paramos lėšas, galėtų būti tradicinių amatų tinklas. Ji numatyta kaip priemonė gerinti Latvijos ir Lietuvos pasienio patrauklumą. Kadangi, Šiaulių apskritis ribojasi su Latvijos respublika - tai ypač aktualu. Šiaulių apskritis 2007 – 2013 metais galėtų įsisavinti apie 30 – 40% šios priemonės finansuojamų lėšų, tai sudarytų – 1,8 mln. Lt. Bei pritraukti dar daugiau latvijos, bei kitų užsienio šalių poilsiautojų.

Šiaulių apskrities turistinių įmonių dalis ūkio subjektų apimtyje 2004 – 2008 m. laikotarpiu buvo akivaizdžiai mažesnė už Lietuvos mastu apskaičiuotą rodiklį. Tai leidžia teigti, kad kaimo turizmo sektorius Šiaulių apskrityje dar nėra pakankamai išplėtotas. Kaip ekonominis indikatorius, naujai

priimta 2009 metais fiskalinė mokesčių politika (PVM tarifas nuo lengvatinio 5 proc. padidėjo iki 19 proc.), gali paveikti kaimo turizmo paslaugų pardavimus ir suveikti kaip vienas iš galimų plėtros veiksnių, mažinančių paklausą.

Kaimo turizmo paslaugų sektorius Šiaulių apskrityje turi pakankamai didelį plėtros potencialą, tačiau kol kas jo plėtrą riboja tai, kad kaimo turizmo paslaugų pasiūla, kokybė atsilieka nuo tarptautinių standartų. Todėl, siekiant sėkmingos kaimo turizmo paslaugų sektoriaus plėtros būtina gerinti Šiaulių apskrities kaip turistinio regiono įvaizdį ir aktyviai naudoti rinkodaros priemones, pritaikyti kultūros paveldo objektus ir gamtinius išteklius turizmo reikmėms, vystyti turizmo infrastruktūrą, taip pat didinti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą kiekybiniu požiūriu.

REKOMENDACIJOS

1. Esant pasaulinei, o tai pat Lietuvos ekonominei krizei, svarbus ES paramos lėšų įsisavinimas. Pagal atliktus skaičiavimus ir remiantis 2008, 2009 metų paraiškų skaičiais gauti ES paramos lėšas Šiaulių apskritis, 2007 – 2013 metų laikotarpiu galėtų įsisavinti apie 41,0 mln. Lt. Tinkamai panaudotų kaimo turizmo plėtrai skirtų lėšų įsisavinimas, 2014 metais Šiaulių apskrityje bendrame turizmo sektoriaus sukuriama BVP indėlyje būtų apie 12 - 15 proc., vėlesniais 2015, 2016 metais kaimo turizmo indėlis bendrame turizmo sektoriaus rodiklyje sudarytų apie 15 – 20 proc.

2. Atsižvelgiant į tendenciją, kad kaimo turizmo paslaugų paklausa Šiaulių apskrityje, išaugo beveik 6 kartus, o vietų pasiūla 2 kartus, būtina reaguoti ir kurti daugiau Lietuvos gyventojų bei užsienio svečių apgyvendinimui skirtų vietų, skatinti kaimo turizmo paslaugų verslą. 2007 – 2013 metų laikotarpiu Šiaulių apskrityje būtų tikslinga įkurti apie 100 naujų kaimo turizmo paslaugas teikiančių sodybų, kurių bendros vidutinės pajamos apskrityje sudarytų apie 3,0 mln. Lt. per metus.

3. Kuriant viešąją kaimo turizmo infrastruktūrą, reikia sudaryti galimybes panaudoti vietinius turizmo išteklius, taip pat apskrities išskirtinius gamtinius ir kultūrinius, bei rekreacinius privalumus. Šiuo atveju, didėja apskrities patrauklumas poilsiautojams, tačiau siekiant užtikrinti ilgalaikį ekonominį gyvybingumą, būtina pritraukti kuo daugiau privačių investicijų, tai yra apie 10 mln. Lt, kurios galėtų sudaryti 20 – 30 proc., 2007 – 2013 metų laikotarpiu, planuojamų įsisavinti kaimo turizmo plėtrai skirtų ES paramos lėšų.

4. Kaimo turizmo finansinėms, pvz., ES paramos įsisavinimas, bankų teikiamos paskolos ir panašiai, bei organizacinėms problemoms spręsti, reikėtų kurti Šiaulių apskrityje kaimo bendruomenes. Tikslinga būtų turėti bent po 1 bendruomenę rajone.

5. Sustiprinti, 2007 – 2013 metų likusiu finansinės paramos įsisavinimo laikotarpiu, savivaldybių darbuotojų administravimo gebėjimus turizmo įstatyme nustatytoms funkcijoms vykdyti, bei teikti aiškias konsultacijas kaimo turizmo paslaugų plėtros projektų rengimo klausimais, pritraukiant kuo didesnę kaimo žmonių ir ūkininkų susidomėjimą.

6. Siekiant sėkmingos kaimo turizmo paslaugų sektoriaus plėtros, būtina gerinti Šiaulių apskrities kaip turistinio regiono įvaizdį, pritaikyti kultūros paveldo objektus ir gamtinius išteklius turizmo reikmėms, vystyti infrastruktūrą, taip pat didinti kaimo turizmo paslaugų pasiūlą kiekybiniu požiūriu: pvz., dviračių turizmą sieti su kaimo turizmo teikiamomis paslaugomis.

LITERATŪRA

KNYGOS

1. Armantienė A. ir kt. (1999). *Kaimo turizmas*. Vilnius.
2. Astramskienė, A., Sirusienė, R. (2002). *Poilsis kaime*. Kaunas: Lietuvos Respublikos žemės ūkio rūmai. Lietuvos kaimo turizmo asociacija.
3. Bagdonas, E. (2004). *Socialinė statistika*. I dalis. Metodai. Kaunas: Technologija.
4. Bagdonienė, L., Hopenienė R. (2005). *Paslaugų marketingas ir vadyba*. Kaunas: Technologija.
5. Bakanauskas, A., (2006). *Vartotojų elgsena*. Kaunas: VDU leidykla. -P. 98
6. Баканов, М. И. (1990). *Анализ хозяйственной деятельности в торговле*. Москва: Экономика.
7. Boguslauskas, V., Jagelavičius, G. (2001). *Įmonės veiklos finansinis vertinimas*. Kaunas: Technologija.
8. Buškevičiūtė E., Mačerinskienė I. (2002). *Finansų analizė*. Kaunas: Technologija.
9. Čekanavičius, V., Murauskas, G. (2004). *Statistika ir jos taikymai*. I. Vilnius: TEV.
10. Ittner, C. D, Larcker, D. F (2003). *Coming up short on nonfinancial performance measurement*. Harvard Business Review (November): 88-95.
11. Jewel, B.R. (2000). *Integruotos verslo studijos*. Vilnius: Garnelis.
12. Jakutis, A., Petraškevičius, V., Stepanovas, A. (2000). *Ekonomikos teorijos pagrindai: Vadovėlis aukštųjų mokyklų studentams*. Kaunas: Mažoji poligrafija.
13. Kaplan, R. S., Norton, D. P. (1996). *The Balanced scorecard: translating strategy into action*. Massachusetts: Harvard business school press Boston.
14. Konjunktūrų ir užsienio prekybos kainų institutas (2003). *Lenkija - Tavo ūkio partneris*. Varšuva: Ūkio, darbo ir visuomenės politikos ministerija. - P. 62.
15. Kancerevyčius, G. (2004). *Finansai ir investicijos*. Kaunas: Smaltijos leidykla.
16. Kotler, P., Armstrong, G., Saunders, J., Wong, V. (2003). *Rinkodaros principai*. Kaunas: Poligrafija ir informatika.
17. Kvedaraitė, V. (1999). *Įmonės finansų valdymas*. Vilnius: Lietuvos informacijos institutas.
18. Kvainauskaitė V., Snieška V. (2003). *Konkurencinės rinkos paklausos vertinimas ir prognozavimas/ monografija*. Kaunas: Technologija. p. 13.
19. Langvinienė, N., Vengrienė, B. (2005). *Paslaugų teorija ir praktika*. Kaunas: Technologija.
20. Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 metų ilgalaikė strategija. Vilnius, 2002

21. Lileikienė, A., Šaparnis, G., Tamošiūnas, T. (2004). Magistro darbo rengimo metodika. VŠĮ Šiaulių universiteto leidykla.
22. Lydeka Z. (2001). *Rinkos ekonomikos tapšmas*. Kaunas: VDU leidykla.
23. Mackevičius, J. (1998). *Finansinė analizė*. Vilnius: Katalikų pasaulis, 631 p.
24. Mackevičius, J. (2003). *Valdymo apskaita: koncepcija, metodika, politika*. Vilnius: TEV.
25. Neverauskas, B., Stankevičius, V., Viliūnas, V., Černiūtė, I. (2004). *Projektų valdymas*. Kaunas: Technologija.
26. Page Stephen, Joanne Connell (2007). *Sustainable Tourism*. Taylor & Francis Group. Hardcover.
27. *Projektų valdymas* (2003). Sudarė ISM. Vilnius: “Verslo žinios”.
28. Rutkauskas, A., V. (2001). *Nekilnojamo turto plėtotė, investicijos ir rizika*. Vilnius: Technika.
29. Rutkauskas, V., Stankevičius, P. (2004). *Finansų analizė, valdymas ir prognozavimas*. Vilnius: Vilniaus pedagoginio universiteto leidykla.
30. Slatkevičienė, G., Vanagas, P.(2001). *Veiklos kompleksinio vertinimo sistema: sudarymo teorija ir metodai*. Kaunas: Technologija.
31. Šlekienė, D., Klimavičienė, I. (2000). *Įmonės veiklos finansinis įvertinimas*. Kaunas: Technologija.
32. Šliburytė, L. (2000). *Ekonomikos subjektų konkurencinės aplinkos vertinimas*. Kaunas: Technologija.
33. Turner, J., R. (1999). *The handbook of project – based management* (2nd ed.). London: McGraw – Hill.
34. Vainienė I. ir kt (2001). *Kaimo turizmo organizavimas*. Vilnius: Eugrimas, 2001.
35. Verslo žinios (2003). *Projektų valdymas: žinynas*. Vilnius: “Verslo žinios”
36. Vidickienė, D. (2004). *Įmonės veiklos vertinimo sistema*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla.
37. Žalienenė, I., Sabaliauskaitė, A. (2002). *Pasaulio ir Lietuvos turizmo raida*. Kaunas: LKKA.
38. Websters Encyclopedic unabridged Dictionary of the English Language, FE 1625 W46 (1989).

DISERTACIJOS

39. Ligeikienė A. R. (2003). *Turizmo plėtra ir valdymas* (rankraštis). Daktaro disertacija, socialiniai mokslai, vadyba ir administravimas (03S). Kaunas: Kauno technologijos universitetas, P. 131.

40. Randomanskaitė, A. (2004). *Šalies turizmo pramonės konkurencingumas* (rankraštis): daktaro disertacija, socialiniai mokslai, ekonomika (04S). Kaunas, 172 l.
41. Stankevičienė, J. (2004). *Vartotojų elgsenos ypatumai Lietuvoje: vartojimo prekių kontekstas*. Daktaro disertacija. Kauno technologijos universitetas. Kaunas.
42. Spiriajevas E. (2007). *Turizmo įtaka pasienio regionų plėtrai. Pietryčių Baltijos pakrančių regionų ekonominė-geografinė studija* (rankraštis): daktaro disertacija: fiziniai mokslai, geografija (06P). Vilnius.

STRAIPSNIAI ĮVAIRIUOSE LEIDINIUOSE

43. Armonienė A. (1999). *Kaimo turizmas*. Vilnius: UAB „Valstiečių laikraštis“. -P. 35.
44. Astromskienė, A., Kleininė, D., Tišikienė, G. (2007). Kaimo turizmo plėtros pokyčiai. *Vadybos mokslas ir studijos – Kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai, 11 (4,)*. Lietuvos žemės ūkio universitetas. -P. 10 – 15
45. Baroniūnaitė, E., Meilienė, E. (2001). *Turizmo ekonominio poveikio analizės ypatumai*. Kauno technologijos universitetas. [žiūrėta 2008 11 10]. Prieiga per internetą: http://www.lrti.lt/veikla/bar_turizm.doc.
46. Curry, S. (1993). Weiss, J. Project analysis in developing countries. Great Britain, Chippenham.
47. Dapkus, R. (2008). Kultūrinio turizmo plėtros perspektyvos. *Vadybos mokslas ir studijos – Kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai, 15 (4,)*. Lietuvos žemės ūkio universitetas. -P. 29 - 41 .
48. Diskienė, D., Marčinskas A. (2001). *Įmonės konkurencingumo vadybinis veiksnys // Lietuvos ūkio konkurencingumas: Konferencijos pranešimai*. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, p. 112 -118.
49. Hopenienė, R., Kamičaitytė, A. (2004). *Tolydi turizmo plėtra. Konkurencingos turizmo sistemos kūrimo prielaidos*. Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai. Kaunas: Vytauto didžiojo universitetas. 29. p. 49-65.
50. Jasaitis, J. (2005). *Lietuvos kaimiškųjų vietovių ekonominės ir socialinės situacijos pokyčiai*. Socialiniai tyrimai 2005: Ernesto Galvanausko mokslinės konferencijos pranešimo medžiaga. Šiauliai: Šiaulių universiteto leidykla, p. 31-42.
51. Jazbutis, T., Maksimovienė, I. (2001). *Ekonominiai aspektai Lietuvoje*. Tarptautinė mokslinė konferencija „Turizmas: praktika, problemos, perspektyvos.“ Minskas.
52. Europos Sąjunga: *Struktūriniai fondai ir regioninė politika*. (1999). Vilnius.
53. *ES struktūrinių fondų paramos įmonių verslo projektų rengėjams*. Vilnius: Spauda, 2004. –P. 112.

54. *Nacionalinės darnaus vystymosi strategijos įgyvendinimo ataskaitos 2003 – 2004 metais ataskaita*. Vilnius: AM, 2005. -P. 12.
55. Lietuvos Respublikos ūkio ministerija (2003). Pramonės konkurencingumo įvertinimo būdai. Lileikienė, A. (1998). *Finansinių investicijų rizikos vertinimas*. Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai, Nr. 8. -P. 16 – 67.
56. McCarthy E.J., Perreault W.D, Jr. Basic marketing. IRWIN Homewood, ILG 0430 Boston, MA02116, 1990.
57. Porter, M.E. (2002). *Konkurencija*. Leidykla “Williams. Maskva
58. Ramanauskienė, J., Gargasas, A. (2007). Kokybės aktualumas kaimo turizmo verslo vadyboje. *Vadybos mokslas ir studijos – Kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai, 10 (3)*. Lietuvos žemės ūkio universitetas. -P. 93 - 101 .
59. Ramanauskienė, J., Trijonytė, V. (2008). Kaimo turizmo paslaugų kokybė ir jos gerinimo kryptys. *Vadybos mokslas ir studijos – Kaimo verslų ir jų infrastruktūros plėtrai, 14 (3)*. Lietuvos žemės ūkio universitetas. -P. 126 - 134 .
60. Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos vyriausybės (2004). *Lietuvos statistikos metraštis 2004*. -P. 430 – 433.
61. Sirusienė, R. (2007 06 02). Kaimo turizmas jau nėra pavainikio vietoje. *Kauno diena RSS šaltinis: Ekonomika*.
62. R. Šimašius. *Konkurencijos teisė ir teisė konkuruoti*. <http://www.lrinka.lt/Pranesim/Remigkonk.phtml>
63. *Tourism Market Trends: World Overview Tourism Topics* (2001). Printed by the WTO.
64. *Tourism: 2020 Vision (1999)*. WTO. Madrid, Spain.
65. *Turizmo plėtros iki 2015 metų strategija* (2002).
66. *Turizmas Lietuvoje 2006 metai* (2007). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius. -P. 133-141.
67. *Turizmas Lietuvoje 2007 metai* (2008). Statistikos departamentas prie Lietuvos Respublikos Vyriausybės. Vilnius. -P. 97-105.
68. Verslo žinios. *Lietuvos turizmo sektoriaus rezultatai 2006 metais*.
69. Žalienė, I., Žalys, L. (2002). *Kaimo turizmo plėtros prielaidos Dzūkijos regione*. Tiltai, Nr. 1. -P. 37 – 45.
70. Žalys L., Žalienė I., Išdonaitė I. (2006). *Lietuvos kaimo charakteristika ir plėtros politika*. Ekonomika ir vadyba, 2006. P. 180 – 188.

ELEKTRONINIAI DOKUMENTAI

71. ES Tarybos reglamentas (EC) Nr. 126811 999. <http://europe.eu.int!eur-lexJenJoj/index.html>.

72. Kaime turėtų būti aktyviau kuriami alternatyvūs verslai [žiūrėta 2008 03 02]. Priega per internetą: <[http://www. BizNews. lt/](http://www.BizNews.lt/)>.
73. Lietuvos aplinkos ministerija. Nacionalinė darnaus vystymo strategija: [ttp://www.am.lt](http://www.am.lt).
74. Statistinė informacija. Priega per internetą: <<http://www.svv.lt/>>.
75. www.briantracy.com
76. www.BizNews.lt
77. <http://www.euroverslas.lt>
78. www.nma.lt
79. www.tourism.lt
80. <http://www.verslobanga.lt>
81. www.vmi.lt>Mokesčių pasikeitimai 2009 metais >pridėtinės vertės mokestis
82. <http://www.vtv.lt/content/view/28268/331/>
83. www.zum.lt

PRIEDAI

PAGRINDINIŲ SAVOKŲ ANALIZĖ

A

Apgyvandinimo paslauga – būtinos apgyvendinimui sąlygos ir veiklos, kuria tenkinami turistų nakvynės ir higienos poreikiai, rezultatas.

B

BVP (Bendras vidaus produktas) – tai bendrosios pajamos, sukurtos šalies teritorijoje, taip pat užsienio gamybos veiksnių gautos pajamos konkrečioje šalyje, minus šios šalies piliečių gautos pajamos užsienyje.

D

Determinacijos koeficientas – statistinis dydis, parodantis, kokia priklausomojo kintamojo dinamikos dalis yra paaiškinama tiesine nepriklausomojo kintamojo įtaka.

H

Hipotezė – neįrodytas ir patikrinimo reikalaujantis atskirų procesų ar įvykių bei jų galimos sekos aiškinimas.

I

Infliacija – prekių ir paslaugų bendrojo kainų lygio didėjimas, pasireiškiantis piniginių vienetų perkamosios galios smukimu.

J

K

Kaimo turizmo sodyba – kaimo gyvenamojoje vietovėje ar mieste, kuriame gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų, ūkininko sodyboje ar individualiame gyvenamajame pastate teikiama turizmo paslauga, kurios teikėjai privalo turėti turistams apgyvendinti pritaikytą sodybą ar atskirus pastatus, kuriuose apgyvendinimui skirtų kambarių (numerų) yra ne daugiau kaip 20 ir sudaryti kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimus atitinkančias sąlygas.

Kambarys – apgyvendinimui skirtame pastate specialiai įrengta patalpa ar jų grupė ir apgyvendinimo paslaugų teikėjo siūloma asmenims nuomotis kaip nedaloma visuma.

Kempingas – apgyvendinimo paslaugoms teikti skirta, suplanuota aikštelėmis ir įrengta teritorija, kurioje turistai apgyvendinami palapinėse, mobiliuose ar stacionariuose nameliuose, ir yra sudarytos sąlygos transporto priemonėms statyti. Kempingai privalo būti klasifikuoti ir turėti klasifikavimo pažymėjimą. Jiems taikoma 4 žvaigždučių klasifikavimo sistema.

Kriterijus – sprendimo, veiklos, dokumento, operacijų vertinimo analizė.

L

Laiko eilučių išlyginimas – tai procedūra, kai iš pradinių laiko eilutės reikšmių

eliminuojamas atsitiktinio triukšmo dėmens poveikis.

M

Materialinės investicijos – tai išlaidos pastatams, inžineriniams įrengimams, mašinoms, transporto priemonėms įsigyti; statybai ir esamam ilgalaikiui materialiam turtui atnaujinti (išskyrus einamąjį remontą).

Modelis – realaus objekto dirbtinis ar realus atvaizdas, leidžiantis nagrinėti tam tikras originalo savybes.

N

Nedarbo lygis – tai nedirbančios darbo jėgos, tačiau galinčios ir norinčios dirbti, bet nerandančios tinkamo darbo, santykio su visa darbo jėga procentinė išraiška.

Nominalusis BVP – visų galutinių prekių ir paslaugų, pagamintų per tam tikrą laikotarpį, apskaičiuota faktiškais kainomis.

O

Organizuota turistinė kelionė (turizmo paslaugų rinkinys) – iš anksto parengta, už bendrą kainą parduodama turistinė kelionė, kurią sudaro ne mažiau kaip dvi turizmo paslaugos (apgyvendinimo, vežimo, kita esminę kelionės dalį sudaranti turizmo paslauga, nesusijusi su vežimu ar apgyvendinimu) ir kuri tęsiasi ilgiau kaip 24 valandas arba yra įtraukta nakvynė.

P

Poilsiautojas - fizinis asmuo, kuris pažintiniais, profesiniais-dalykiniais, etniniais, kultūriniais, rekreaciniais, sveikatingumo, religiniais ar specialiais tikslais keliauja po šalį ar į kitas šalis ir apsistoja bent vienai nakvynei, tačiau ne ilgiau kaip vienerius metus už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų, jei ši veikla nėra mokymasis ar apmokamas darbas lankomoje vietovėje. Dažniausiai poilsiautojais įvardijami - kaimo turizmo paslaugų vartotojai.

Pajamos – įplaukos, uždarbis.

Pridėtinė vertė – tai skirtumas tarp firmos pagamintos produkcijos rinkos kainos ir gamybai pirktų prekių ir paslaugų kainų.

R

Rekreacinė teritorija – vietovė, turinti gamtines ar kultūrinės aplinkos savybes ir sąlygas žmonių visaverčiam fiziniam bei dvasiniam poilsiui organizuoti.

Rekreaciniai ištekliai – gamtinės ar kultūrinės aplinkos savybės, tinkamos žmonių visaverčiam fiziniam bei dvasiniam poilsiui organizuoti.

Rodiklis – veiklos rezultatų lygis/santykis.

S

T

Tendencija – tipiška, būdinga, kryptis;

Turistas – fizinis asmuo, kuris pažintiniais, profesiniais-dalykiniais, etniniais, kultūriniais, rekreaciniais, sveikatingumo, religiniais ar specialiais tikslais keliauja po šalį ar į kitas šalis ir apsistoja bent vienai nakvynei, tačiau ne ilgiau kaip vienerius metus už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų, jei ši veikla nėra mokymasis ar apmokamas darbas lankomoje vietovėje.

Turistinės stovyklos paslauga – trumpalaikio poilsio organizavimas ir (ar) nakvynės suteikimas palapinėse ar apgyvendinimui skirtose patalpose rekreacinėse teritorijose, žemės ūkio, miško ar kitos paskirties žemėje įrengtoje stovyklavietėje. Stovyklavietėje privalo būti nustatytos vietos palapinėms statyti ir įranga maistui ruošti, higienos poreikiams tenkinti, atliekoms surinkti bei aktyviam poilsiui organizuoti.

Turizmas – žmonių veikla, susijusi su kelione ir laikinu buvimu už nuolatinės gyvenamosios vietos ribų ne ilgiau kaip vienerius metus, jei ši veikla nėra mokymasis ar mokamas darbas lankomoje vietoje.

Turizmo centras – apgyvendinimui bei poilsiui pritaikyti (skirti) statiniai, kuriuose turistai apgyvendinami atskiruose nameliuose ar kambariuose, o maitinimo, higienos ir kitos paslaugos teikiamos centralizuotai paslaugų komplekse. Turizmo centras turi turėti įrangą aktyviam poilsiui bei turistiniams žygiams organizuoti.

Turizmo ištekliai – turistinį interesą turintys objektai ar vietovės.

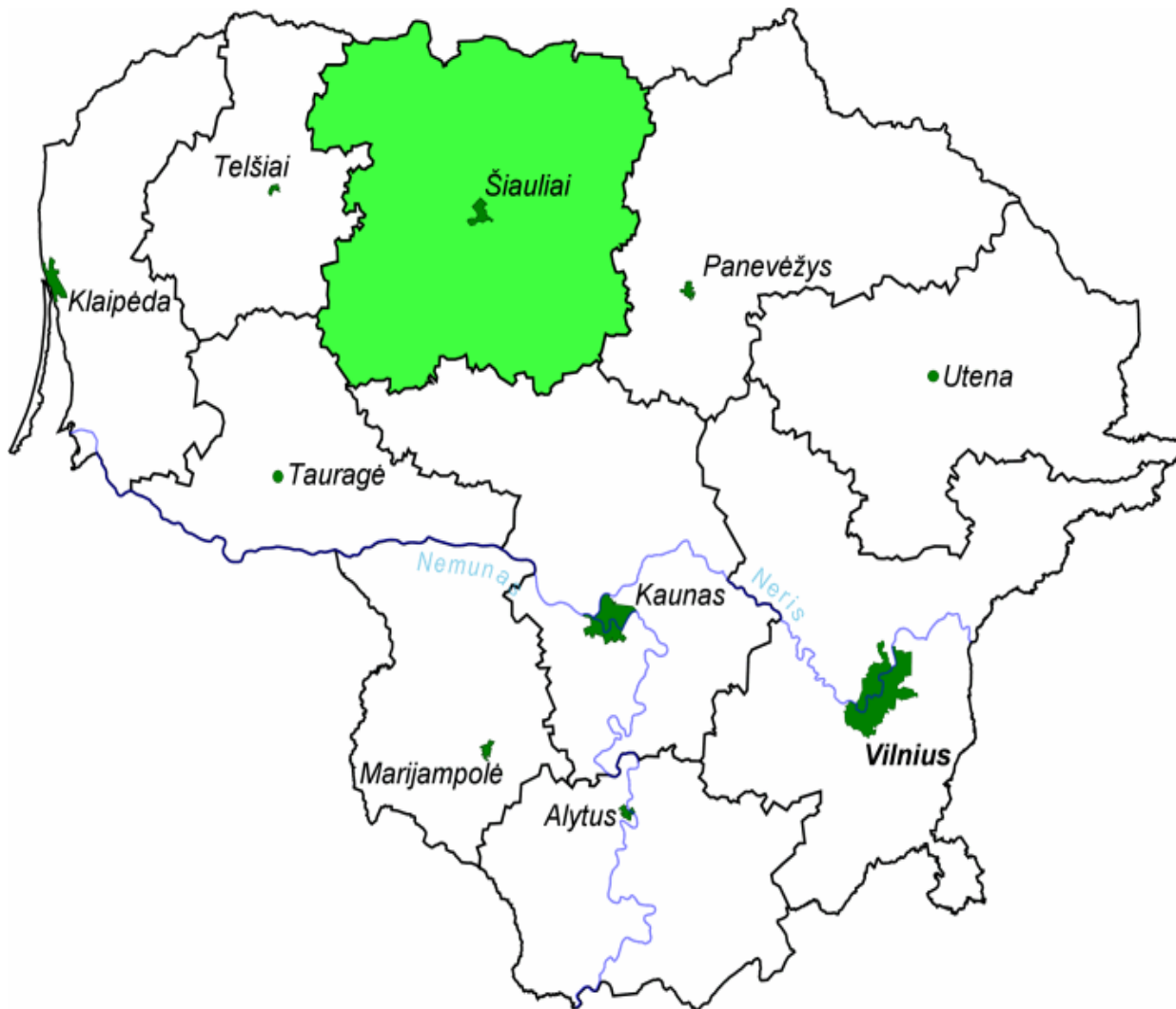
Turizmo paslauga – fizinių ir juridinių asmenų veikla, kuria tenkinami turistų kelionės organizavimo, apgyvendinimo, maitinimo, vežimo, informacijos, pramogų ir kiti poreikiai.

U

V

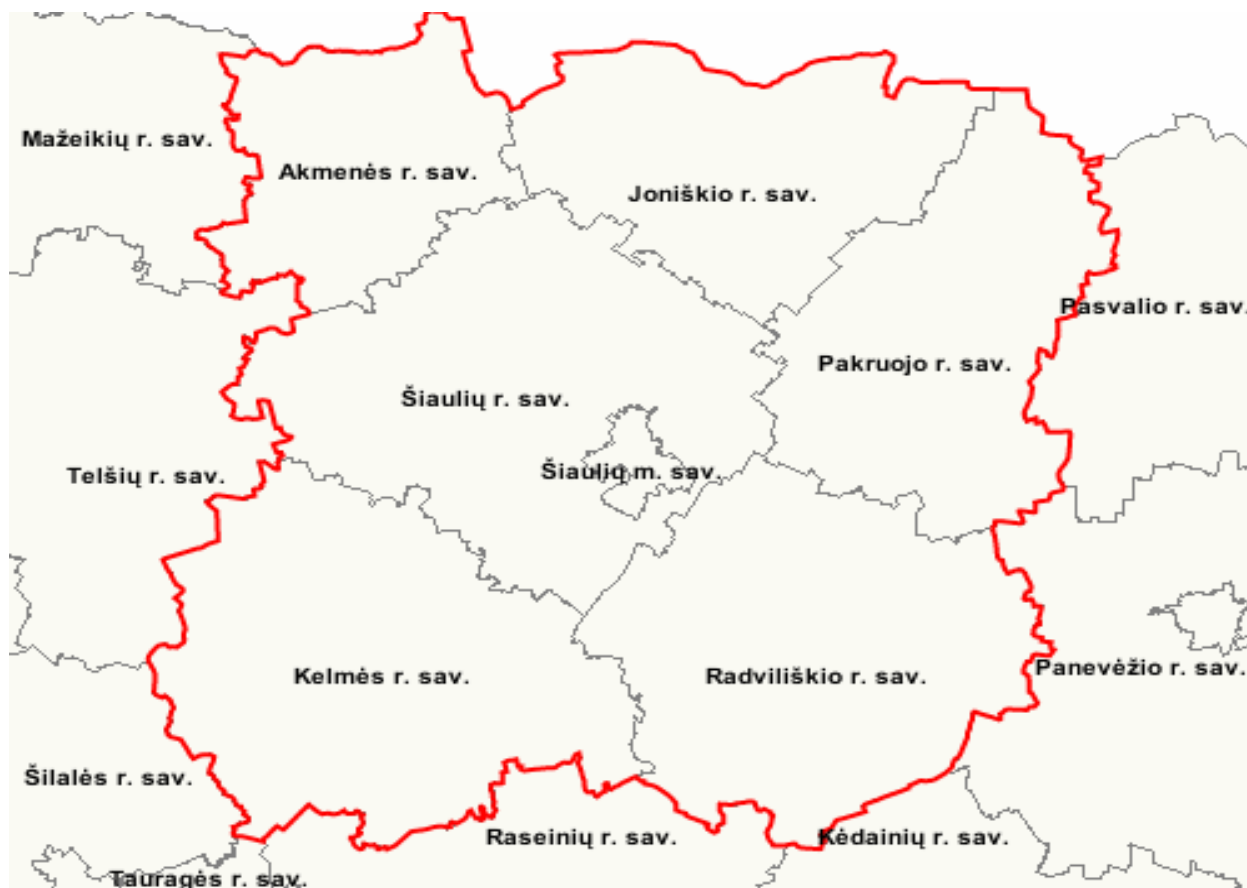
Vartojimo prekių kainų indeksas – vidutinis vartotojų nupirktų prekių ir paslaugų kainų lygis, apskaičiuojamas lyginant fiksuoto skaičiaus pirmojo būtinumo vartojimo prekių ir paslaugų vartotojo krepšelio vertinę išraišką atskirais laikotarpiais.

LIETUVOS APSKRITYS



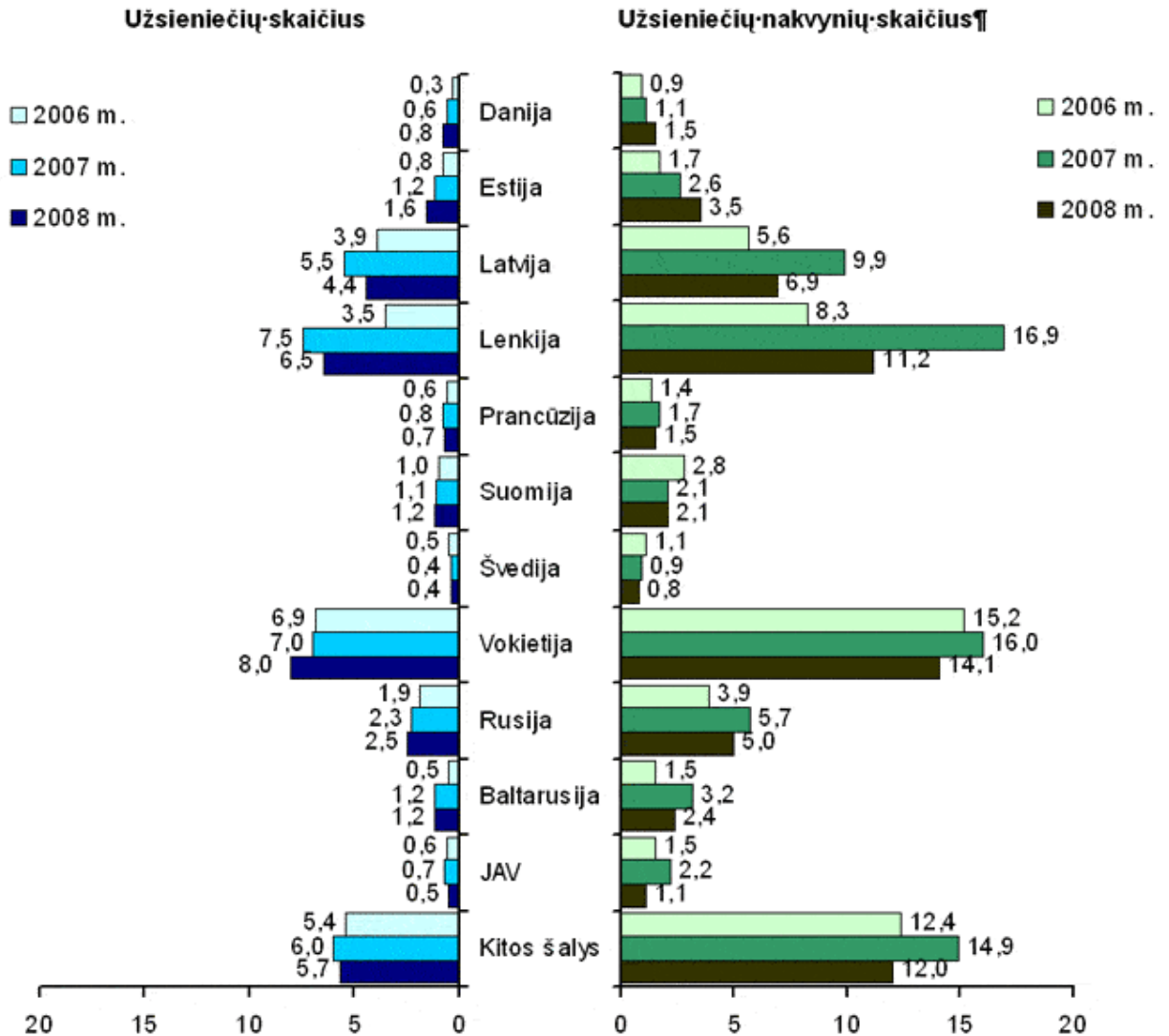
Šaltinis: http://lt.wikipedia.org/wiki/%C5%A0iauli%C5%B3_apskritis 2009 04 02

ŠIAULIŲ APSKRITIS



Šaltinis: <http://www.maps.lt/maps/lt/redirect.asp?l=1> 2009 04 02

UŽSIENIEČIŲ SKAIČIAUS DINAMIKA KAIMO TURIZMO SODYBOSE PAGAL ŠALIS 2006 – 2008 METAIS (TŪKST.)



**LIETUVOS, LATVIJOS, VOKIETIJOS MAKROAPLINKĄ ATSPINDINTYS
RODIKLIAI 2004 – 2008 METAIS**

Bendras vidaus produktas 1 gyventojui suderintomis kainomis, EUR

	2004	2005	2006	2007	2008
Vokietija	25200	25800	26900	28300	
Latvija	9900	11200	12700	14200	
Lietuva	10900	11900	13200	14900	15900

Vidutinio metinio harmonizuoto vartojimo kainų indekso pokytis, proc.

	2004	2005	2006	2007	2008
Vokietija	1.8	1.9	1.8	2.3	
Latvija	6.2	6.9	6.6	10.1	
Lietuva	1.2	2.7	3.8	5.8	

Valiutų kursas

		2004	2005	2006	2007	2008
1 Eurais Lietuvos litų	1	3.4529	3.4528	3.4528		
1 Eurais Vokietijos markių	2	1.95583	1.95583	1.95583		
1 Eurais Latvijos latų	3	0.6652	0.6962	0.6962		

Valiutų (markės ir latų) perskaičiavimas į litus

		2004	2005	2006	2007	2008
1 Lt /EUR	4	0.2896	0.2896	0.2896		
1 Markė, Lt	2:4	6.7533	6.7531	6.7531		
1 Latai, Lt	3:4	2.2969	2.4038	2.4038		

Nedarbo lygis, proc.

	2004	2005	2006	2007	2008
Vokietija	9,5	9,4	8,4		
Latvija	10,4	8,9	6,8		
Lietuva	11,4	8,3	5,6	3,9	5,6

Gyventojų skaičius, analizuojamų metų pabaigoje

	2004	2005	2006	2007	2008
Latvija	2319203	2306434	2294590	2281305	
Lietuva	3445857	3425324	3403284	3384879	

E95 benzino ir dyzelino kainos, EUR

	2004	2005	2006	2007	2008
Vokietija	1.077	1.111	1.262		
Latvija	:	0.717	0.855		
Lietuva	:	0.708	0.89		

Šaltinis: Eurostat. ES statistikos portalas. [Žiūrėta 2009 02 23]. Prieiga per internetą:

<<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/tgm/table.do?tab=table&init=1&plugin=1&language=en&pcode=dbb10000>>.

**LIETUVOS APSKRIČIŲ MAKROAPLINKĄ ATSPINDINTYS RODIKLIAI
2004 – 2008 METAIS**

1 lentelė. Veikiančių ūkio subjektų skaičius pagal savivaldybes

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Šiaulių apskritis	6245	6184	6297	6359	6625	6825
Akmenės r.sav.	350	361	362	351	347	348
Joniškio r. sav.	508	482	474	442	450	455
Kelmės r. sav.	501	487	502	496	524	523
Pakruojo r. sav.	411	402	400	365	382	385
Radviliškio r. sav.	630	607	606	591	623	601
Šiaulių m. sav.	3175	3195	3276	3443	3586	3745
Šiaulių r. sav.	670	650	677	671	713	768

2 lentelė. Veikiančių ūkio subjektų skaičius pagal darbuotojų skaičių Šiaulių apskrityje

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Iš viso	6245	6184	6297	6359	6625	6825
0–4 darbuotojai	3837	3625	3759	3705	3868	3921
5–9 darbuotojai	852	913	857	895	964	1045
10–19 darbuotojų	573	598	624	661	639	677
20–49 darbuotojai	565	585	603	627	665	694
50–99 darbuotojai	258	286	276	282	303	301
100–149 darbuotojai	87	95	94	98	97	101
150–249 darbuotojai	44	47	50	54	54	53
250–499 darbuotojai	21	27	24	29	28	27
500 ir daugiau darbuotojų	7	7	9	5	5	4
1000 ir daugiau darbuotojų	1	1	1	3	2	2

RODIKLIAI NAUDOJAMI STATISTINĖS INFORMACIJOS ANALIZĖJE

Absoliutų lygio padidėjimą/sumažėjimą (prieaugį), kuris parodo keliais vienetais pasikeičia reiškinio lygis per tam tikrą laikotarpį. Jis apskaičiuojamas *baziniu* (1) ir *grandininio* (2) būdu:

$$(1) \Delta y = y_t - y_0$$

$$(2) \Delta y = y_t - y_{t-1}$$

Didėjimo/kitimo tempą, kuris rodo, kiek kartų padidėjo ar sumažėjo šio laikotarpio reiškinio lygis praėjusio laikotarpio atžvilgiu. Tai dviejų dinamikos eilutės lygių santykis, skaičiuojamas *baziniu* (1) ir *grandininio* (2) būdu:

$$T_d = \frac{y_t}{y_0} \quad (1)$$

$$Td = \frac{y_t}{y_{t-1}} \quad (2)$$

Padidėjimo prieaugio tempą, kuris parodo, keliais punktais pasikeičia reiškinio lygis per nagrinėjamą laikotarpį:

$$T_p = T_d - 1$$

Vidutinis dinamikos eilutės lygis. Makroekonominio reiškinio bendram lygiui apibūdinti per visą dinamikos eilutės parodytą laikotarpį yra apskaičiuojamas vidutinis lygis. Šis vidurkis yra apskaičiuojamas *intervalinėmis dinamikos eilutėmis* (1) ir *momentinėmis dinamikos eilutėmis* (2):

$$\bar{y} = \frac{\sum y_t}{n} \quad (1)$$

$$\bar{y} = \frac{0,5y_1 + y_2 + y_3 + \dots + 0,5y_n}{n-1} \quad (2)$$

Vidutinis absoliutinis padidėjimas/sumažėjimas parodo, keliais vienetais pasikeičia reiškinio lygis vidutiniškai per laiko vieneta:

$$\Delta \bar{y} = \frac{y_n - y_1}{n-1}$$

Vidutinis didėjimo tempas apskaičiuojamas pagal geometrinį vidurkį.

$$\bar{T}_d = \sqrt[n-1]{\frac{y_n}{y_1}}$$

Paklausos ir pasiūlos pokyčiams įvertinti ekonomikoje vartojama *elastingumo sąvoka*. Elastingumas priklausomai nuo jo apibrėžimo tikslo nustatomas dvejopai:

- kai norima elastingumą paaiškinti, jis apibrėžiamas kaip paklausos ar pasiūlos kiekio kitimo procentas, kainoms pakitus vienu procentu;
- kai norima matematiškai apskaičiuoti, jis apibrėžiamas kaip paklausos ar pasiūlos kiekio procentinio padidėjimo ir kainų procentinio padidėjimo santykis;

$$E = \frac{\Delta D\%}{\Delta P\%} \quad E = \frac{\Delta S\%}{\Delta P\%}$$

Formulėse paklausos, pasiūlos ir kainos kitimas pateiktas procentais, siekiant elastingumą išreikšti koeficientu, kuris leistų palyginti skirtingų rūšių prekes.

Pasiūlos ir paklausos elastingumo koeficientas, skaičiuojant pagal šias formules, yra skirtingo ženklo. Pasiūlos dėsnis išreiškia tiesioginę kainų ir pasiūlos kiekio priklausomybę, todėl pasiūlos elastingumo koeficientas yra teigiamas. Priešingai, paklausos dėsnis išreiškia atvirkščią kainų ir paklausos kiekio priklausomybę, todėl paklausos elastingumo koeficientas yra neigiamas.

9 priedas

EKONOMINIŲ RODIKLIŲ KORELIACIJOS MATRICA**Latvių nakvynių skaičiaus kaimo turizmo sodybose ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica**

Rodiklis	Svečių iš Lietuvos	BVP 1 gyv.	VKI	Nedarbas	Gyv. sk.	Valiutų kursas	Vartojimo kainų lygis
Svečių iš Lietuvos nakvynių skaičius	1	0,887	0,985	-0,894	-0,883	0,809	0,979
BVP 1 gyv.		1	0,831	-0,999	-0,999	0,809	0,964
VKI			1	-0,834	-0,833		0,291
Nedarbas				1	0,997	-0,814	0,977
Gyv. sk.					1	-0,877	-0,945
Valiutų kursas						1	0,672
Kuro kainos							0,672
Vartojimo kainų lygis							1

Sutrumpinimai: BVP 1 gyv. – Bendrasis vidaus produktas vienam gyventojui, eurai; VKI – Vartojimo kainų indeksas, proc.; Nedarbas – Nedarbo lygis, proc.; Gyv. sk.- Latvijos gyventojų skaičius; Valiutų kursas vidutinės metinės šalies valiutos vertė eurai išreikšta litais; Kuro kainos – E95 ir dyzelino kainos, eurai; Vartojimo kainų lygis – vartojimo kainų lygio santykis su ES27 vidurkiu;

Šaltinis: apskaičiuota autorės SPSS programa

Svečių iš Latvijos nakvynių skaičius reikšmingai tiesiogiai koreliuoja su vartojimo kainų indeksu ($R=0,985$), BVP 1 gyventojui dydžiu ($R=0,887$), valiutų kursu ($R=0,809$) ir atvirkščiai koreliuoja su gyventojų skaičiumi ($R=-0,883$) bei nedarbo lygiu ($R=-0,894$).

Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus kaimo turizmo sodybose ir ekonominių rodiklių koreliacijos matrica

Rodiklis	Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius	BVP 1 gyv.	VKI	Nedarbas	Gyv. sk.	Valiutų kursas	Vartojimo kainų lygis
Svečių iš Vokietijos nakvynių skaičius	1	0,898	-0,707	-0,793	-0,665		-0,99
BVP 1 gyv.		1	0,822	-0,971	-0,857		-0,917
VKI			1	-0,90	-0,98		-0,24
Nedarbas				1	0,946		0,775
Gyv. sk.					1		0,906
Valiutų kursas						1	
Kuro kainos							-0,829
Vartojimo kainų lygis							1

Sutrumpinimai: BVP 1 gyv. – Bendrasis vidaus produktas vienam gyventojui, eurai; VKI – Vartojimo kainų indeksas, proc.; Nedarbas – Nedarbo lygis, proc.; Gyv. sk.- Vokietijos gyventojų skaičius; Valiutų kursas vidutinės metinės šalies valiutos vertė eurai išreikšta litais; Vartojimo kainų lygis – vartojimo kainų lygio santykis su ES27 vidurkiu;

Šaltinis: apskaičiuota autorės SPSS programa

Analizuojant lentelės duomenis matyti, kad reikšmingiausias priklausomybės ryšys yra tarp svečių iš Vokietijos nakvynių skaičiaus kaimo turizmo sodybose ir BVP 1 gyventojui ($r=0,898$), vartojimo kainų santykinio lygio ($r=-0,990$).

10 priedas.

**KORELIACIJOS REIKŠMIŲ INTERPRETAVIMAS
IR SKAIČIAVIMAI**

Nuo -0.2 iki 0.2	Labai silpna koreliacija
Nuo 0.2 iki 0.5 -0.2 iki -0.5	Silpnai teigiama (neigiama) koreliacija
Nuo 0.5 iki 0.7 nuo -0.5 iki -0.7	Vidutinio stiprumo teigiama (neigiama) koreliacija
Nuo 0.7 iki 0.9 nuo -0.7 iki -0.9	Stipri teigiama (neigiama) koreliacija
Nuo 0.9 iki 1 nuo -0.9 iki -1	Labai stipri teigiama (neigiama) koreliacija

BVP su nedarbu

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.439	.294	-.691	.561 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.400	.574	-.617	.600 ^c
N of Valid Cases	4			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

BVP su gyventojų skaičiumi

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.988	.009	-8.997	.012 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-1.000	.000 ^c		
N of Valid Cases	4			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

*NEDARBAS su gyventojų skaičiumi***Symmetric Measures**

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.898	.321	.441	.702 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	.900	.574	.617	.600 ^c
N of Valid Cases	4			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

*BVP su vidutiniu darbo užmokesčiu***Symmetric Measures**

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.998	.001	24.592	.002 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	1.000	.000 ^c		
N of Valid Cases	4			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

*NEDARBAS su vidutiniu darbo užmokesčiu***Symmetric Measures**

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.519	.269	-.859	.481 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-.400	.574	-.617	.600 ^c
N of Valid Cases	4			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

GYVENTOJŲ SKAIČIUS su vidutiniu darbo užmokesčiu

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.968	.021	-5.475	.032 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-1.000	.000 ^c		
N of Valid Cases		4			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

*BVP su vartotojų kainų indeksu***Symmetric Measures**

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	.928	.062	3.511	.072 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	1.000	.000 ^c		
N of Valid Cases		4			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

*NEDARBAS su vartotojų kainų indeksu***Symmetric Measures**

		Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval	Pearson's R	-.505	.216	-.827	.495 ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.400	.574	-.617	.600 ^c
N of Valid Cases		4			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

*GYVENTOJŲ SKAIČIUS su vartotojų kainų indeksu***Symmetric Measures**

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	-.869	.085	-2.482	.131 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-1.000	.000 ^c		
N of Valid Cases	4			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

VIDUTINIS DARBO UŽMOKESTIS su vartotojų kainų indeksu

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error ^a	Approx. T ^b	Approx. Sig.
Interval by Interval Pearson's R	.930	.063	3.586	.070 ^c
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	1.000	.000 ^c		
N of Valid Cases	4			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.