

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA**

Lina JUŠKAITĖ

**RASEINIŲ RAJONO KAIMO TURIZMO SODYBŲ
PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS**

Magistro darbas

Šiauliai, 2009

ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
VADYBOS KATEDRA

Lina JUŠKAITĖ

RASEINIŲ RAJONO KAIMO TURIZMO SODYBŲ
PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMAS

Magistro darbas
Socialiniai mokslai, vadyba ir verslo administravimas (03S1)

Magistro darbo autorė Lina Juškaitė
(vardas, pavardė, parašas)

Vadovas doc.dr. L. Žalys
(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

Recenzentas doc.dr. K. Ališauskas
(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

Lina Juškaitė. Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybės vertinimas: vadybos su spec. magistro studijų baigiamasis darbas/ mokslinis vadovas doc. dr. Linas Žalys; Šiaulių universitetas, Vadybos katedra. – Šiauliai, 2009.

SANTRAUKA

Magistro baigiamajame darbe nagrinėjama tema – „Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybės vertinimas“.

Darbe išsamiai analizuojama Raseinių rajono kaimo turizmo paslaugų kokybė. Šiame darbe analizavau 4 Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybę, kad galėčiau įvertinti, ko vartotojai tikisi važiuodami į kaimo turizmo sodybą ir sužinoti ar kaimo turizmo sodybos teikia kokybiškas paslaugas, kurios atitiktų vartotojų lūkesčius. Taip pat kaimo turizmo sodybos buvo lyginamos tarpusavyje.

Šis darbas susideda iš įvado, trijų dalių, išvadų, pasiūlymų, literatūros sąrašo ir priedų. Darbą sudaro teorinė ir praktinė dalys. Teorinėje dalyje yra supažindinama su turizmo, kaimo turizmo esme, rūšimis, bei raida. Aptariama kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų sistema ir struktūra.

Praktinėje dalyje analizuojama Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybė pagal SERVQUAL metodiką, t.y., aiškinamasi ar visų kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų kokybė patenkina vartotojų lūkesčius, lyginant patirtą paslaugą su laukiama. Tyrimui atlikti buvo naudojama anketa, o duomenų sisteminimui ir lyginimui naudota SPSS kompiuterinė programa.

Diplominio darbo apimtis 94 puslapiai, tame tarpe 32 paveikslėliai ir 8 lentelės, literatūros sąrašė yra pateikta 63 šaltiniai bei 3 priedai.

Lina Juškaitė. Service Quality Evaluation of Country Tourism Places in Raseiniai District: the terminal paper of master's degree studies of management with speciality/ research adviser dr. Linas Žalys; Siauliai university, Management department.-Siauliai, 2009.

SUMMARY

The subject analysed in the terminal paper of master's degree studies :“ Service Quality Evaluation of Country Tourism Places in Raseiniai District“.

There has been made a thorough analysis of service quality evaluation of country tourism places in Raseiniai district in this work. In this work the service quality analysis has been made of four country tourism places in Raseiniai district in order to ascertain what people expected when they go to country tourism places and to find out whether these places could provide a good quality service which would come up to the expectations of consumers. What is more, the country tourism places were compared with each other.

The paper is comprised of introduction, three parts, conclusions, suggestions, references and appendixes. The work is comprised of theoretical and practical parts. The theoretical part introduces the essence of tourism and country tourism, their kinds and development. There has been also discussed the system and structure of the service that country tourism places provide.

In the practical part of the work the service quality of Raseiniai district country tourism places has been analysed according to the SERVQUAL methodology, i.e. I have ascertained whether the provided service quality of all these country tourism places satisfied the expectations of consumers, comparing the provided service with the expected one. A questionnaire has been used for the research and in order to systematize and compare the data the computer program SPSS has been used in this work.

The scope of graduation dissertation is 94 pg. in which one can find 32 pictures and 8 tables. References comprise 63 sources and 3 appendixes.

TURINYS

ĮVADAS.....	9
TURIZMO BEI KAIMO TURIZMO TEORINIAI ASPEKTAI.....	11
1.1. Turizmo esmė: jo formos, kategorijos bei raida.....	11
1.2. Kaimo turizmo esmė, rūšys ir raida.....	21
1.3. Kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų sistema ir struktūra.....	28
2. PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMO TEORINIAI ASPEKTAI.....	33
2.1. Paslaugų kokybės samprata ir jos valdymas.....	33
2.2. Paslaugų kokybės suvokimas vartotojų požiūriu bei ją įtakojantys veiksniai.....	36
2.3. Paslaugų kokybės vertinimo modeliai.....	41
3. RASEINIŲ RAJONO KAIMO TURIZMO SODYBŲ TEIKIAMŲ PASLAUGŲ VERTINIMAS.....	52
3.1. Tyrimo organizavimas.....	52
3.2. Kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų vertinimas.....	54
3.3. Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų analizė ir palyginimas.....	70
IŠVADOS.....	76
REKOMENDACIJOS.....	78
LITERATŪRA.....	80
PRIEDAI.....	84
1 priedas. Anketa.....	85
2 priedas. Simbolių paaiškinimas.....	87
3 priedas. Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų aprašymas.....	90

LENTELIŲ SĄRAŠAS

1 lentelė. Turistų tipai.....	15
2 lentelė. Kaimo turizmo, agroturizmo ir ūkio bruožai.....	24
3 lentelė. Pirminiai Servqual kokybės kriterijai.....	46
4 lentelė. Vartotojams užduotų klausimų struktūra.....	52
5 lentelė. Paslaugų kokybės nuokrypių santykinė išraiška.....	68
6 lentelė. Kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybės nuokrypis proc.....	69
7 lentelė. Raseinių rajono turizmo sodybos (2009)	70
8 lentelė. Raseinių rajono turizmo sodybos (2008)	73

PAVEIKSLŲ SĄRAŠAS

1 paveikslas. Pasaulio Turizmo organizacijos (PTO) lankytojų klasifikacija.....	15
2 paveikslas. Turizmo formos ir kategorijos.....	17
3 paveikslas. Turizmo formų, kategorijų, kaimo turizmo bei rekreacijos tarpusavio ryšys.....	18
4 paveikslas. Poilsio kaime, kaimo turizmo ir turizmo sąsajos.....	23
5 paveikslas. Poilsio kaime paslaugų sąsajos.....	29
6 paveikslas. Kaimo turizmo paslaugų sistema.....	29
7 paveikslas. Kaimo turizmo paslaugų modelis.....	30
8 paveikslas. Kaimo turizmo paslaugų sistemos modelis.....	30
9 paveikslas. Kaimo turizmo paslaugų struktūra.....	31
10 paveikslas. Kaimo turizmo paslaugų paketo papildomos funkcinės paslaugos.....	31
11 paveikslas. Paslaugos kokybės valdymo schema.....	35
12 paveikslas. Pagrindinės paslaugų kokybės spragos.....	40
13 paveikslas. Bendrai suvokta paslaugos kokybė.....	42
14 paveikslas. Įvertinimo modelis pagal B. Edvardsson ir B. B. Gustavsson.....	43
15 paveikslas. Paslaugų kokybės spragų modelis pagal A. Parasuraman, V. A. Zeithalm ir L. L. Berry.....	44
16 paveikslas. SERVQUAL spragų modelis.....	50
17 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį (procentais).....	54
18 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių (procentais).....	55
19 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal šeimyninę padėtį (procentais).....	55
20 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą (procentais).....	56
21 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal padėtį visuomenėje (procentais).....	57
22 paveikslas. Respondentų pasiskirstymas pagal apsilankymo tikslą kaimo turizmo sodybose (procentais).....	57
23 paveikslas. Paslaugos patikimumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais).....	58
24 paveikslas. Paslaugos reagavimo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais).....	59
25 paveikslas. Paslaugos kompetentingumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais).....	60
26 paveikslas. Paslaugos prieinamumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais).....	61
27 paveikslas. Paslaugos paslaugumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais).....	62

28 paveikslas. Paslaugos komunikabilumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais).....	63
29 paveikslas. Paslaugos pasitikėjimo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais).....	64
30 paveikslas. Paslaugos saugumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais).....	65
31 paveikslas. Paslaugos vartotojo pažinimo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais).....	66
32 paveikslas. Paslaugos apčiuopiamumo (akivaizdumo) rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais).....	67

IVADAS

Pastaruoju metu vis didesnę reikšmę nacionalinėje ekonomikoje įgyja rekreacijos sfera, t.y. žmogaus dvasinių ir fizinių jėgų atgavimo procesas, kurioje ypatingą vietą užima kaimo turizmas. Kaimo turizmas yra gan populiarus Vakarų Europoje ir tampa vos ne „mados klyksmu“, kurio laikosi milijonai europiečių, turinčių pastovias pajamas. Vis daugiau žmonių teikia pirmenybę patriarchaliniam ramumui, pirmykščiam grožiui, ekologijos švarumui, o ne triukšmui ir prašmatnių kurortų margumui.

Šiandien kaimo turizmas sparčiai vystosi, pritraukia didelę užsienio rėmėjų dalį ir yra pelninga verslo veiklos dalis. Europos Sąjunga tvirtina, kad kaimo ekonomikos augimui, itin svarbus kaimo turizmas. Lietuvoje kaimo turizmą gali plėtoti privatūs verslininkai, ūkininkai, taip pat įvairios organizacijos, įsteigtos ir funkcionuojančios pagal Lietuvos Respublikos numatytus įstatymus.

Temos naujumas. Paslaugų organizacija, teikianti kokybiškas paslaugas, laimi vartotojų palankumą ir ištikimybę, padidina rinkos dalį, pritraukia investitorius, suformuoja ir išlaiko kompetentingų darbuotojų komandą, tampa mažiau pažeidžiama dėl kainų konkurencijos. Kiekvieno paslaugų vartotojo poreikiai yra individualūs. Vartotojo reikšmingumas įpareigoja paslaugų teikėjus nuodugniai išanalizuoti visus veiksnius ir priimti reikiamus sprendimus, sudarančius galimybes vartotojui tinkamai atlikti savas funkcijas. Šie ir kiti klausimai nepakankamai išnagrinėti Lietuvos mokslininkų darbuose Kaimo turizmo srityje.

Temos aktualumas. Viena iš didžiausių kaimo turizmo sodybų problemų yra nekokybiškas paslaugų teikimas. Juo labiau, kai dauguma vartotojų nepatenkinti paslaugų kokybe, blogėja paslaugų teikėjų įvaizdis. Būtina skatinti Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų šeimininkus teikti kokybiškas paslaugas, didinti konkurencingumą ir taip laimėti vartotojų palankumą ir ištikimybę. Todėl iškyla mokslininkų mažai tirta kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybės vertinimo problema. Ši **mokslinė problema** formuluojama tokiu probleminiu klausimu:

- Kokiais kriterijais remdamasis klientas suvokia gaunamos paslaugos kokybę.

Siekiant atsakyti į probleminį klausimą iškelta **hipotezė**: Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų kokybė netenkina daugelio klientų poreikio.

Suformuluota ir iškelta hipotezė leidžia apibrėžti **tyrimo objektą** - Kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų kokybės vertinimas Raseinių rajone.

Tikrinant iškeltą hipotezę suformuluotas **tyrimo tikslas** - įvertinti Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų kokybę. Magistriniame darbe užsibrėžto tikslo įgyvendinimui buvo iškelti tokie **uždaviniai**:

1. Išanalizuoti turizmo bei kaimo turizmo esmę;
2. Išsiaiškinti kaimo turizmo rūšis ir jo raidą Lietuvoje.
3. Išanalizuoti kaimo turizmo paslaugų sistemą ir struktūrą.
4. Ištirti Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų kokybę.

Tyrimo metodai:

1. Mokslinės literatūros analizė leido pagrįsti kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybės vertinimą.
2. Anketinė apklausa taikyta norint nustatyti Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų paslaugų vertinimą vartotojų požiūriu.;
3. SERVQUAL metodika, kaip kokybės matavimo būdas, efektyviai atskleidė stipriąsias ir silpnąsias teikiamų paslaugų kokybės savybes.
4. Lyginamoji analizė naudota grindžiant paslaugų kokybės vertinimo pokytį kiekybiniame tyrime.
5. Duomenų sisteminimas, palyginimas ir apibendrinimas leidžia tinkamai išryškinti kaimo turizmo paslaugų kokybės suvokimą .
6. Statistinė analizė, atlikta SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) programine įranga, patvirtina kiekybinio tyrimo duomenų patikimumą ir padeda nustatyti teikiamų paslaugų vertinimo pokytį.

Planuojant ir atliekant tyrimą buvo pasirinktas **Tyrimo pagrindas (teorijos pasirinkimas)** remiantis pagrindiniais lietuvių autoriais: L. Bagdonienė, R. Hopenienė, P. Grecevičius, I. Vainienė, B. Vengrienė, E. Vitkienė, A. Urbis, I. Žalienenė, L. Žalys . Taip pat užsienio literatūra: H. И. Кабушкин, Г. А. Бондаренко, J. A. Fitzsimmons, M. J. Fitzsimmons, P. Asubonteng, A. Brysland.

Darbo **teorinę reikšmę** lemia tai, kad atskleisti kaimo turizmo, bei paslaugų kokybės vertinimo teoriniai aspektai ir pagrįsta tyrimo metodologija.

Tyrimo **rezultatų praktinis reikšmingumas** tas, kad atliktas tyrimas yra naudingas Raseinių rajono kaimo turizmo sodyboms, nes paslaugų kokybės tyrimo rezultatai leidžia įvertinti teikiamų paslaugų kokybės lygį. Tai labai svarbus aspektas vartotojui, norint išsiaiškinti ar jis gauna kokybiškas paslaugas, ar ne. Šis tyrimas kaimo turizmo sodyboms naudingas ir tuo, kad suteikia galimybę tobulinti savo silpnąsias vietas. Tyrimo rezultatai, apibendrinimai ir rekomendacijos suteikia galimybę kaimo turizmo sodybų šeimininkams užtikrinant tinkamas ir kokybiškas paslaugas savo vartotojams.

1. TURIZMO BEI KAIMO TURIZMO TEORINIAI ASPEKTAI

1.1. Turizmo esmė: jo formos, kategorijos bei raida.

Turizmas – prasideda nuo žmonių, nusprendusių kur nors nukeliauti. Į keliones žmonės leidžiasi norėdami pakeisti gyvenamąją aplinką, patirti naujų emocijų, aplankyti draugus ir gimines, tvarkyti darbo reikalus. Pagal tai kelionės skirstomos į laisvalaikio (atostogų, malonumo) ir profesines (verslo).

Žodis „turizmas“ (lot. *turo* – sukutis, vilkutis) reiškia keliavimą iš vienos vietovės į kitą. Pagal 1998 m. Priimtą Lietuvos Respublikos turizmo įstatymą jis apibrėžiamas taip:

Turizmas – tikslinga 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 (Žalienė I., Žalys L., 2002, p. 37). Taip pat turizmas apibrėžiamas kaip keliavimo pobūdis, kai keliavimas plačiąja prasme yra suprantamas kaip judėjimas iš vienos vietos į kitą. Turizmas visuotinėje žmonių mobilumo sistemoje apima pasaulinę kelionių rinką ir paslaugų teikimą lankytojams. Turizmas – tai veikla, susijusi su kelione už asmens įprastinės aplinkos ribų įvairioms reikmėms tenkinti.

Turizmas - negamybinės sferos ekonomikos šaka, kurioje organizacijos tenkina turistų poreikius, materialų ir nematerialų paslaugų dėka, kurių pagrindinė funkcija suteikti žmogui pilnavertį ir racionalų poilsį (Туризм и гостиничное хозяйство. 2004, p. 5).

Kitoki turizmo apibūdinimą – „turizmas – tai veikla asmenų, kurie keliauja po vietoves, esančias už jiems įprastos aplinkos ribų, ne ilgiau vienerių metų poilsio, verslo ir kitais tikslais“ – priėmė 1993 m. JTO Statistikos komisija. (Grecevičius P., Armaitienė A., Junevičienė O., ir kiti 2002, p.26).

Turizmas yra atviros šalies įvaizdis, paslaugų sferos plėtojimas, geresnis šalies infrastruktūros naudojimas, darbo efektyvumo didinimas, naujų darbo vietų sukūrimas, geresnis veiklos pasiskirstymas regionuose, aktyvesnė užsienio valiutos apyvarta, šalies pajamų didėjimas, mažų ir vidutinių įmonių plėtra, ryšių su kitais ekonomikos sektoriais stiprėjimas. (Žalys L., Žalienė I., Iždonaitė I., 2006)

Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą vis svarbesnis tampa Lietuvos vaidmuo ne tik Europoje, bet ir kitose užsienio šalyse. Užsienio rinkų pritraukimas skatina šalies ekonomikos augimą, naujų darbo vietų kūrimą bei turizmo konkurencingumo didinimą. Norint pritraukti užsienio rinkas domėtis Lietuvos turizmu, reikia formuoti ne tik Lietuvos turizmo, bet ir kaimo turizmo įvaizdį (Janulienė I., Žalienė I., Žalys L., 2004.). Turizmas, kaip pasaulinė industrija šiandieną galutinai įgavo savo tolesnio vystymosi „trimatį pagrindą“ („triple bottom line“), suteikianti jam ekonominę, ekologinę ir socialinę atsakomybę (Vasiljevas A., 2004). Turizmo plėtros skatinimas – viena iš

priemonių spręsti nedarbo bei kitas ekonomines ir socialines problemas. Pažangios užsienio šalių patirties analizė, siekiant padidinti turizmo paslaugų reprezentacijos efektyvumą Lietuvoje, be galo reikšminga (Navickas V., Malakauskienė A., 2006)

Šiuo metu Lietuvoje kaimo turizmas – vienas iš labiausiai kaime išplėtotų alternatyvių ūkininkavimui verslų, iš kurio ne tik gaunamos pajamos, tenkinant poilsiautojų poreikius, bet ir sėkmingai dalyvaujant rekreacinių paslaugų rinkoje su kitais šių paslaugų teikėjais (Astromskienė A., Sirusienė R., 2007).

Pagal Lietuvoje vyraujančią rekreacijos sampratą, turizmas yra viena svarbiausių žmogaus rekreacinės veiklos sudėtinių dalių. Tai ne tik ekonominis, bet ir socialinis, gamtinis, kultūrinis bei politinis reiškinys. Turizmą galima vertinti įvairiais aspektais. Tai:

- Kelionės, kai patiriamas malonumas matant naujus, įdomius ir gražius kraštovaizdžius, susipažįstama su kitų šalių ar vietovių žmonių kultūra, gyvenimu, istorija, tradicijomis, architektūra;

- Turistų poveikis aplinkai;
- Daugeliui pasaulio žmonių - tai verslas, darbo ir pajamų šaltinis;
- Šalies ūkinės veiklos sritis, apimanti pramonę, žemės ūkį, transportą, energetiką, pramogą, apgyvendinimą, maitinimą, tarpininkavimą ir kt.

- Rekreacinės veiklos sudėtinė dalis. Keliaujant poilsiaujama, pramogaujama, sportuojama, bendraujama, gydomasi, t.y. atgaunamos dvasinės ir fizinės jėgos. (Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I. 1999)

Daug metų į turizmo veiklą buvo žiūrima, kaip į mažmeninės prekybos dalį, kurią buvo galima palyginti su prekyba paprastose parduotuvėse. Palaipsniui toks požiūris ėmė keistis. Ir tik praeitame amžiuje turizmas pradėtas suprasti kaip pats masiškiausias reiškinys, kuris skverbiasi į visas mūsų gyvenimo sritis, keičia aplinką ir kraštovaizdį.

„Kad ir kokie bebūtų kelionės tikslai ar motyvai, ji visada susijusi su vykimu iš vienos vietos į kitą. Keliauti galima po savo rajoną, šalį, pasaulį“. (Damulienė A., 1995, p. 97)

Tarptautinėje turizmo statistikoje visi turizmu užsiimantys keliautojai vadinami lankytojais (žr. 1 pav.) (Lietuvos turizmo statistika 2004, 2005).

Lankytojai - tai asmenys, kurie keliauja į kitą, nei jų nuolatinė gyvenama vieta, šalį ar vietovę ne ilgesniam kaip 12 mėnesių laikotarpiui ir kurių pagrindinis kelionės tikslas nėra mokamas darbas lankomoje vietoje (Lietuvos turizmo statistika 2004, 2005).

Į lankytojų sąvoką įeina turistai ir vienadieniai lankytojai.

Turistas - asmuo, kuris pažintiniais, profesiniais, kultūriniais, rekreaciniais, religiniais, verslo, profilaktinio gydymo ar kitais tikslais keliauja po šalį ar vyksta į užsienį ir

apsistoja bent vienai nakvynei už savo nuolatinės gyvenamosios vietos ribų (Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I., 1999).

Pagal Grecevičių P., Armaitienę A., Junevičienę O., ir kitus (2002) turistai suskirstomi į tipus pagal dominuojančias vertybines orientacijas:

- Ekonominės orientacijos turistai.
- Intelektualinės orientacijos turistai. Socialinės orientacijos turistai.
- Politinės orientacijos turistai.
- Papildomosios orientacijos turistai.

Ekonominės orientacijos turistai ypač vertina prabangią ir gerai organizuotą veiklą. Jų interesas remiasi papildomu veiklos pažinimu tam, kad išloštų. Jie perka prabangą, tačiau nori, kad pinigai turėtų vertę, jie pinigus stropiai skaičiuoja.

Intelektualinės orientacijos turistai vertina estetinius palyginimus ir analizę, tyrinėja tai, ką mato, daro apibendrinimus. Jiems yra ne tas pats, kur keliauti, jie turi žinoti, kad jų intelektas gaus peno ten, kur nukeliaus.

Socialinės orientacijos turistams pagrindiniai motyvai keliauti yra socialinės vertybės: žmonių meilė, ryšys, socialinės sąveikos, „bendra“ dvasia. Tokiam turistui nėra itin svarbu, kur keliauti, jam svarbiau, su kuo keliauti, ar bus galimybė nukeliavus mėgautis socialiniais kontaktais, suplanuotais laisvalaikio užsiėmimais ir malonumais.

Politinės orientacijos turistui keliavimo reikšmingumas yra stipriai įtakojamas statuso, valdžios, politinės naudos, gaunamos kelionės metu, simbolių. Kartais šis reikšmingumas siejamas su keliaujančia draugija, asmeniniais kontaktais. „Pabuvoti ten, kur lankėsi Cezaris“, „vaikščioti takais, kuriais ėjo prezidentas“, važiuoti drauge su valdžios pareigūnais – tai pagrindinės šio vartotojo orientacijos.

Papildomosios orientacijos turistai turi dviejų ir daugiau vertybių įvairių laipsnių kombinaciją.

Atostogų metų svečias nori nutolti nuo savo kasdienybės, jis turi jausti, kad namų šeimininkai džiaugiasi, matydami jį savo namuose. Čia yra labai svarbu turėti supratimą apie tai, kaip atskiros poilsiautojų grupės įsivaizduoja atostogas kaime. (Astromskienė A., Sirusienė R. 2001).

Yra pateikiama įvairių turistų tipologijų, kurių sudarymo pagrindas yra būtent motyvacija.

Pagal patyrimo motyvus – emocijas, veikimą, nuosavybę, siejant turisto elgesį su požiūriu į save ir kitus – turistai gali būti charakterizuojami (Grecevičius P., Armaitienė A., Junevičienė O., ir kiti 2002):

1. „emocijų“ tipo vartotojas yra susidomėjęs praeities patyrimais, emocijomis, augimu, tobulėjimu;
2. „veikimo“ tipo vartotojas nori pats aktyviai dalyvauti vyksme;
3. „nuosavybės“ tipo vartotojas pageidauja gerai organizuotų ir modernių patogumų kelionės metu. Jis keliaus į prestižines, gerai įrengtas vietas, o ne ten, kur galima susidurti su nepatogumais.

Pagal skirtingus žmonių elgesio stilius skirstoma į tokius tipus:

- a. Nuolaidūs/sutinkantys vartotojai – keliautojai, sekantys bendras minios pirkimo tendencijas;
- b. Agresyvūs vartotojai – keliautojai, apgalvotai nesilaikantys minios pirkimo tendencijų;
- c. Nepriklausomi vartotojai – keliautojai, kurių pirkimo kriterijai yra pačių statyti, išplaukiantys iš vidinių nuostatų.

Tradiciškai pagal turistų aktyvumą poilsio metu išskiriamos šešios turistų grupės: (Типы туристов. Зарождение туризма. 2004)

1. Ramaus poilsio mėgėjai.

Jo atstovai vyksta atostogų tam, kad atsikratyti kasdieninių stresų ir pailsėti ramioje ir malonioje aplinkoje. Jie nemėgsta pašalinių ir didelių žmonių susibūrimų. Ramaus poilsio mėgėjus labiausiai traukia saulė, smėlis ir jūra.

2. Malonumų mėgėjai.

Tai labai iniciatyvių turistų tipas, kurie poilsio metu ieško visokiausių malonumų ir pirmenybę teikia prašmatniai atmosferai.

3. Aktyvaus poilsio mėgėjai.

Šie turistai mėgsta gamtą ir fizinę kūno apkrovą. Mėgsta nuolatinį judėjimą ir buvimą gryname ore. Jų atostogas galima prilyginti gydymui.

4. Sporto poilsio mėgėjai.

Palyginus su aktyvaus poilsio mėgėjais, jų dėmesys sukonzentruotas į varžybas. Jiems labai svarbus sportas – jų hobis. Jie nebijo fizinio krūvio.

5. Poilsiautojai, siekiantys naujų žinių.

Šie poilsiautojai suinteresuoti savo mokslinio lygio kėlimu, naujovių pažinimu.

6. Nuotykių mėgėjai.

Nuotykių mėgėjų tipui galime priskirti tokius turistus, kurie ieško ypatingų išpūdžių, susietu su tam tikru rizikos laipsniu. Jiems rizika – galimybė save išbandyti.

Kiti žinomi autoriai pateikia tokias turistų klasifikacijas:

1 lentelė

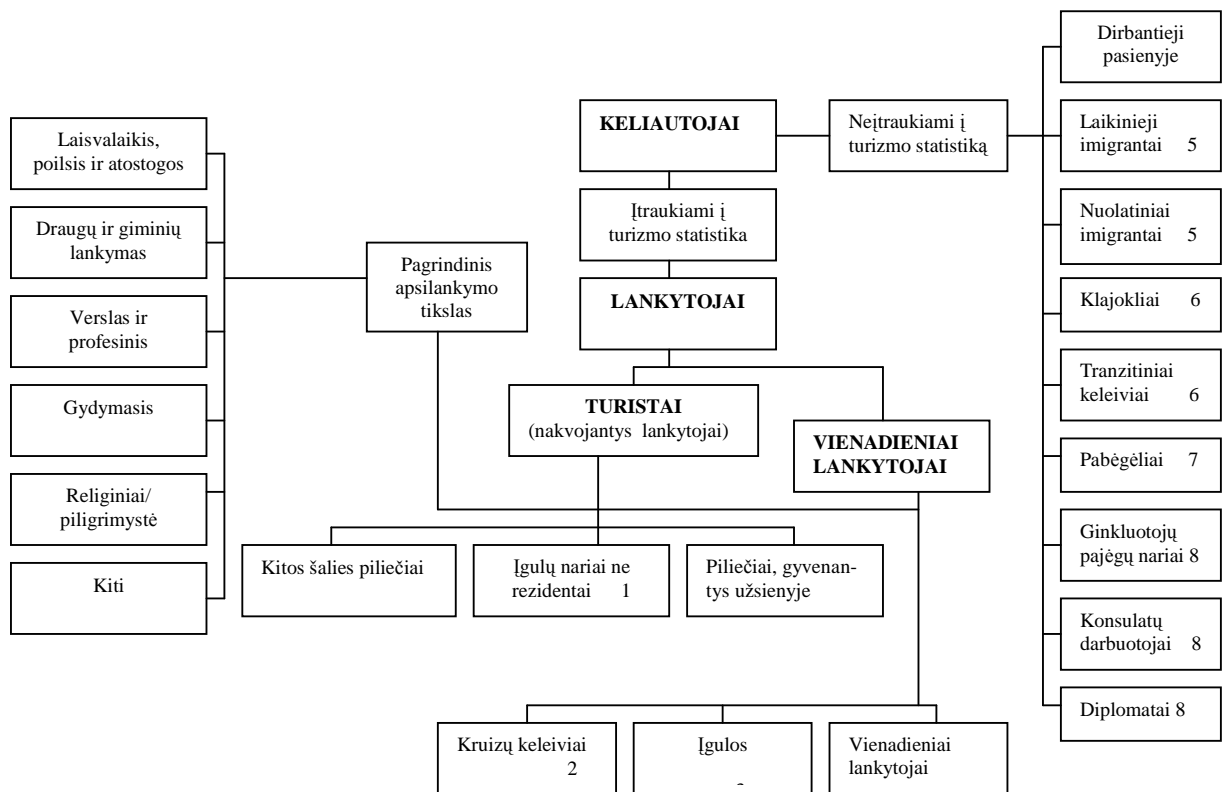
Turistų tipai

Smith 1977, 1989	Cohem 1972	Cohem 1979	Urry 1991
Tyrinėtojai Elitas Neįprasti (nepriimtini) Nepaprasti Pradedantys masiniai Masiniai „Čarteriniai“	Klajotojai Tyrinėtojai (tyrinėjantys individai) Individualūs masiniai Organizuoti masiniai	Egzistencialistai (kaip piligrimai) Eksperimentuotojai (klajotojai) Įvairovės ieškotojai (ieškantys pokyčių) Hedonistiniai (SSSS)	Romantiškasis žvilgsnis Kolektyvinis žvilgsnis

Šaltinis: Grecevičius, P., Armaitienė, A., Junevičienė O., ir kiti 2002

Vienadieniai lankytojai – lankytojai, kurie nenakvoja lankomos šalies ar vietovės apgyvendinimo įstaigoje nei vienos nakties (Vainienė I., 2001).

Kaip skirstomi keliautojai, lankytojai, kokie yra jų apsilankymo tikslai, pavaizduota pasaulinės turizmo organizacijos lankytojų klasifikatoriuje, pateiktame pirmoje lentelėje.



1 pav. Pasaulio Turizmo organizacijos (PTO) lankytojų klasifikacija

Šaltinis: Lietuvos turizmo statistika 2004. (2005). Valstybinis turizmo departamentas

1 paveikslo paaiškinimas:

1. Užsienio lėktuvų ar laivų įgulos, kurios apsistoja lankomos šalies apgyvendinimo įstaigose.
2. Asmenys, kurie atvyksta į šalį kruizų laivais ir nakvoja laive. Gali būti ilgiau nei vieną naktį.
3. Įgulų nariai, kurie nėra lankomos šalies gyventojai ir praleidžia šalyje vieną dieną.
4. Lankytojai, kurie atvyksta ir išvyksta tą pačią dieną: laisvalaikio, poilsio ir atostogų tikslais; draugų ir giminių lankymo; biznio ir profesiniais; gydymosi; religiniais; kitais tikslais, taip pat tranzitiniai vienos dienos lankytojai.
5. Pagal Jungtinių tautų Tarptautinės migracijos statistikos rekomendacijų apibrėžimą, 1980 m.
6. Keleiviai, kurie nepalieka oro uosto ar uosto tranzito teritorijos, įskaitant pervažiavimus tarp oro uostų ir uostų.
7. Pagal Jungtinių tautų Pabėgėlių vyriausiojo komisaro apibrėžimą, 1967m.

Kai jie vyksta iš savo šalies į paskirties vietą ar atvirkščiai (įskaitant ir pagalbinį personalą ir lydinčius juos asmenis).

Kasdieninėje kalboje turizmas dažnai neskiriamas nuo paprasto keliavimo, bet šios dvi sąvokos skiriasi. **Keliavimas** yra tęstinis, ilgalaikis reiškinys, ilgas ir kartotinis kilnojimasis iš vienos vietos į kitą, o turizmas – iškyla, kai aplankomos tam tikros vietos, ir vėl grįžtama namo. **Keliautojas** – asmuo, keliaujantis iš vienos vietos į kitą, nepriklausomai nuo kelionės tikslo. Keliautojai dažnai yra naujų vietų ir įvykių ieškotojai, nuoseklesni tautų ir kraštų tyrinėtojai – mokslininkai ir menininkai.

Turizmas – tai verslas, kuriame dominuoja žmogiškasis faktorius, t.y. žmonės, teikiantys paslaugas kitiems žmonėms. Turizmas nuo kitų šakų skiriasi ir tuo, jog veikia kelionių tarpininkai. (Žalys L., Žalienė I., Iždonaitė I., 2006)

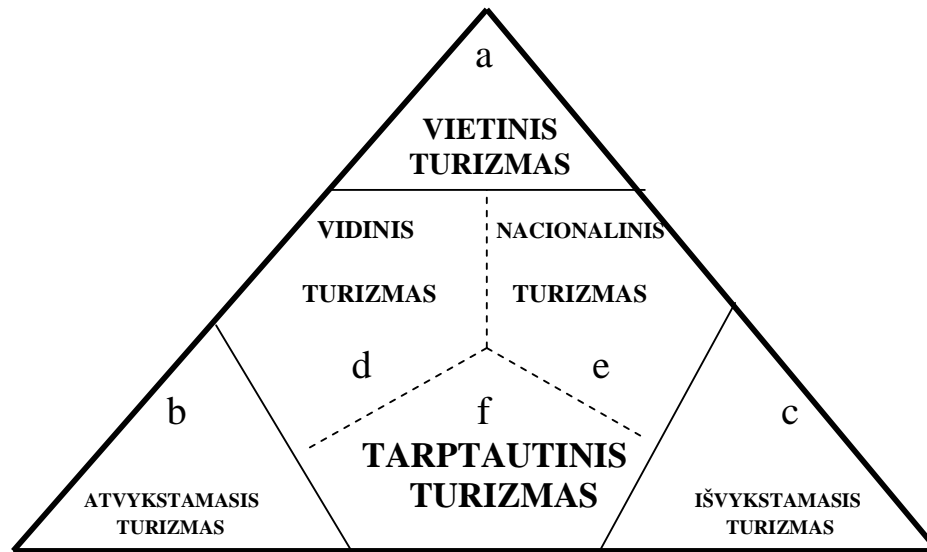
Damulienė A. (1995) teigia, kad turizmas yra sezoninis produktas ta prasme, kad tam tikros vietos populiarios lankyti tam tikru metų laiku. Paklausa ypač didelė vasarą. Kurortai, turistinės firmos turėtų ypač kruopščiai planuoti savo veiklą sezono piko metu, nors reikia bandyti gauti naudos ir ne sezono metu.

Tam tikros šalies atžvilgiu gali būti skiriamos trys turizmo formos:

2. Vietinis turizmas apima tam tikros šalies gyventojų, keliaujančių į tos šalies vietas, esančias už jų įprastinės aplinkos ribų, ir laikinai ten apsistojančių, veiklą.
3. Atvykstamasis turizmas apima ne tos šalies gyventojų, keliaujančių į tos šalies vietas, esančias už jų įprastinės aplinkos ribų, ir laikinai ten apsistojančių, veiklą.

4. Išvykstamasis turizmas apima tam tikros šalies gyventojų, keliaujančių į tos šalies vietas, esančias už jų įprastinės aplinkos ribų, ir laikinai ten apsistojančių, veiklą.

Kombinuojant jas, išskiriamos 3 turizmo kategorijos (vidinis, nacionalinis, tarptautinis) (Lietuvos turizmo statistika 2004, 2005). Turizmo formos ir kategorijos pateiktos 3 pav.



Kur a, b, c – turizmo formos; d, e, f – turizmo kategorijos; $d=a+b$; $e=a+c$; $f=b+c$.

2 pav. Turizmo formos ir kategorijos

Šaltinis: Žalys L., Žalienė I., Iždonaitė I., (2006). Lietuvos kaimo turizmo charakteristika ir plėtros politika. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 2 (7), 180-179.

Kelios turizmo paslaugos, sujungtos į vieną rinkinį ir parduodamos už vieną bendrą kainą, įskaitant apgyvendinimą bei transportą, kai paslaugų trukmė viršija parą, sudaro turizmo paslaugų paketą.

Per daugelį metų turizmo sąvoka kito, ir iki šiol nėra vieningai pripažintos nuomonės, kas yra turizmas. Pats žodis “turizmas” reiškia kelionę iš vienos vietos į kitą, sugrįžtant į pirmąją.

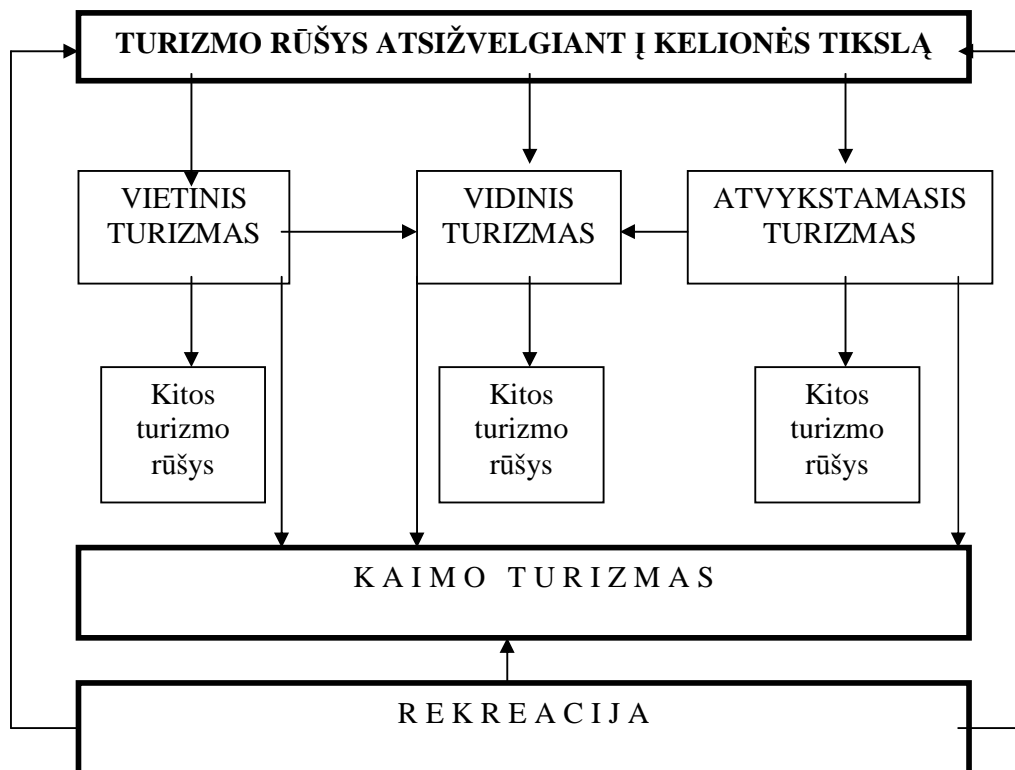
Kaimo turizmo sąvoką tampa susieta su rekreacijos sąvoka. Mokslinėje literatūroje rekreacijos sąvoka aiškinama įvairiai. Mokslininkai, analizuodami ir vertindami žmogaus veiklą laisvu nuo darbo metu įvardija rekreaciją kaip būtiną žmogaus individualią veiklą, lemiančią jo veiklumo, energijos išsaugojimo galimybę. Kiti rekreaciją apibūdina kaip individualią malonių pojūčių, išgyvenimų teikiančią aplinką. Rekreacija – tai žmogaus sveikatos atgavimas, fizinių jėgų atkūrimas, teigiamos emocinės, dvasinės, kultūrinės psichoemocinės būsenos, malonių pojūčių, išgyvenimo atkūrimo, atnaujinimo procesas. (Žalys L., Žalienė I., Iždonaitė I., 2006, p. 179-180)

Rekreacinė veikla reikalinga bet kokio amžiaus žmogui: nuo ką tik gimusio iki pagyvenusio (Vitkienė E., 2002). Tačiau svarbiausia yra tai, kad rekreacija yra procesas, kurio efektyvumas tiesiogiai įtakoja žmogaus gebėjimą tinkamai dirbti ir uždirbti reikiamas lėšas pragyvenimui. Rekreacija yra savotiškas atlygis už tinkamai atliktą darbą, nes rekreacines paslaugas galima gauti tik turint lėšų toms paslaugoms pirkti .

Kaimo turizmas – tai viena iš turizmo rūšių. Kaip matoma iš paveikslo, kaimo turizmas atlieka dvejopą vaidmenį (žr. 3 pav.): iš vienos pusės, tai yra turizmo formos (vietinis turizmas, atvykstamasis turizmas), iš kitos pusės tai yra kategorija apibrėžianti vidinį turizmą. Detalesnis turizmo formų ir kategorijų, kaimo turizmo bei rekreacijos ryšys yra pateikiamas 4 paveiksle.

Šiame paveiksle akcentuojamas dėmesys į tai, kad turizmo rūšys gali būti įvairios. Ir turizmo formos (vietinis, atvykstamasis, išvykstamasis turizmas) ir turizmo kategorijos (vidinis, nacionalinis, tarptautinis turizmas) įtakoja taip pat kaimo turizmo formavimą.

Kaimo turizmas plačiai paplitęs daugelyje pasaulio šalių, tačiau tikslaus visuotinai pripažinto kaimo turizmo apibrėžimo pasigendama. Yra daug įvairių kaimo turizmo sampratų. Vienos jų kaimo turizmą paprasčiausiai tapatina su turizmu mažai apgyvendintose teritorijose. Kitos akcentuoja, veiklą, siūlomą kaime.



3 pav. Turizmo formų, kategorijų, kaimo turizmo bei rekreacijos tarpusavio ryšys

Šaltinis: Žalys L., Žalienė I., Iždonaitė I., (2006). Lietuvos kaimo turizmo charakteristika ir plėtros politika. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. 2 (7), 179-180.

- Rekreacinės veiklos sudėtinė dalis. Keliaujant poilsiuojama, pramogaujama, sportuojama, bendraujama, gydomasi, t.y. atgaunamos dvasinės ir fizinės jėgos. (Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I. 1999)

Žmonių noras keliauti, pažinti, pamatyti, pakeisti kasdienybę, poreikis lavintis ir šviestis skatino žmonių judėjimą, o didėjantis gyventojų judėjimas ir galimybės tai įgyvendinti, t.y. susisiekimo priemonės, buvo prielaidos turizmui atsirasti (Шапалов Г. Ф., 1998).

XVIII a. pabaigoje ėmė reikštis pramonės revoliucija. Šis fenomenalus reiškinys ne tik paveikė daugelio šalių ekonomiką, bet ir buvo šių laikų turizmo pagrindas. XIX a. – tai genialių mokslininkų atsiradimų ir praktinių jų panaudojimų amžius. Revoliuciniai mašinų gamybos pokyčiai ir pačios gamybos plėtra turėjo didelę reikšmę turizmui. Plėtojama paslaugų sfera, ji nėra tokia ribota kaip anksčiau, žmonės atlaisvinami nuo gamybos proceso, atsiranda poreikis palengvinti buitį. Vienas iš paslaugų sferos plėtros būdų buvo turizmo verslo radimasis. (Žalienė I., Sabaliauskaitė A. 2002).

1841 m. yra laikomas organizuoto turizmo pradžia, o Anglija – šalis, kurioje atsiranda pirmos turistinės organizacijos, savo veiklą plečiančios šioje, o vėliau ir kitose valstybėse.

Turizmo plėtra buvo nutraukta Pirmojo pasaulinio karo metu. Karui pasibaigus prasideda turizmo pramonės formavimosi etapas. Komercinė turizmo firmų veikla jau leidžia teigti, kad turizmas yra verslo šaka. Turistinės problemos nagrinėjamos daugeliu aspektų, pradedant maršruto parengimu ir planavimu, darbu su klientais ir baigiant specialiujų kompleksų statyba arba atskirų regionų infrastruktūros sudarymu. Visa tai leidžia priskirti turizmą šių laikų poilsio, gydymo, pramogų bei verslo pramonei. Turizmo pramonė – tai gamybos, transporto, prekybos, paslaugų įmonių bei apgyvendinimo priemonių sistema (Žalienė I., Sabaliauskaitė A., 2002).

Ypač didelę reikšmę tarptautiniam turizmui antrą ir trečią dešimtmetį turėjo sparčiai augantis automobilių ir aviacijos transportas.

Šių laikų turizmo mokslas skiria keletą turizmo raidos etapų:

1. etapas: senovinė fazė – iki XIX a.;
2. etapas: pradinė fazė – 1800 – 1917 m.;
3. etapas: raidos ir kilimo fazė – 1917 – 1990 m.;
4. etapas: centralizuotų turizmo struktūrų žlugimas ir skirtingų nuosavybės formų, turistinių įmonių kūrimas – 1990 m. ir iki šių laikų.

Žalienė I. ir Sabaliauskaitė A. (2002) teigia, jog visi išvardyti etapai skiriasi:

- ✓ pasirinktomis transporto priemonėmis: pėsčiomis, raitai, geležinkeliu, automobiliu, lėktuvu;

- ✓ kelionių motyvais – nuo kelionių dėl būtinybės iki kelionių asmeniniais tikslais (pasaulio pažinimas, gydymas, poilsis, rekreacija ir t.t.)
- ✓ dalyvių kiekiu ir jų priklausomybe įvairiems visuomenės sluoksniams – elitiniam, pasiturinčiam, vidutiniam ir t.t.

Lietuvos turizmo istorija praėjo tuos pačius vystymosi etapus, kaip ir kitų Europos šalių turizmo istorija, tik periodų trukmė ir pradžios laikas buvo skirtingas (Grecevičius P., Armaitienė A., Janavičienė ir kt. 2002, p. 41).

Pasak Žalienės I. ir Sabaliauskaitės A. (2002) turizmas Lietuvoje platesne prasme ėmė augti tik nepriklausomybės metais. Dėl materialijų, ūkinių ir techninių prižasčių jis negalėjo pasiekti pirmaujančių turistinių kraštų lygio, tačiau krašto gamtos ir kultūros sąlygos buvo palankios turizmui augti. Krašto gamta, kad ir nelabai įvairi, jūra, ežerai, upės, miškai, gydomosios ir poilsio vasarvietės buvo patrauklūs turizmo objektai.

Lietuvos pajūris buvo pirmoje vietoje tarp lankočiausių vietovių. Jis savo grožiu, švara, jūros atvirumu buvo vienintelis Šiaurės Europoje.

Nida, Juodkrantė, Smiltynė, Giruliai, Palanga, Šventoji turėjo tokių gamtinių privalumų, kurių trūko daugeliui pasaulyje išgarsintų vasarviečių. Švarus, smulkus paplūdimių smėlis, kopos, pušynai, žvejų kaimeliai ir kt. – puikios sąlygos turizmui. Be šių pajūrio vasarviečių, buvo daugybė gydomųjų vasarviečių su mineraliniais vandens šaltiniais: Birštonas, Druskininkai, Likėnai. Krašto viduje buvo dar daug visuomenės pamėgtų ir įstatymais pripažintų vasarviečių: Alytus, Anykščiai, Aukštoji Panemunė, Kačerginė, Kulautuva, Švenčionėliai, Trakai ir kt. Krašto gamta teikė puikių galimybių įvairiausioms turistų pramogoms: kelionėms sportinėmis valtimis, meškeriojimui gausiuose ežeruose ir upėse, medžioklei, žiemos sporto pramogoms ir kt. Lietuvoje gausu istorinių paminklų, piliakalnių, pilių, architektūros paminklų, liaudies meno turtų (senoviniai kryžiai, koplytėlės, audiniai, medžio dirbiniai ir t.t.)

Žalienė I. ir Sabaliauskaitė A. (2002) teigia, jog turizmas turėjo labai didelę ūkinę reikšmę. Jis buvo ne tik pajamų šaltinis, bet reiškėsi ir kaip rinkos plėtikais bei sudarė sąlygas ir galimybes visai naujiems verslams.

1.2. Kaimo turizmo esmė, rūšys ir raida

Kaimo turizmas – tai tikslinga rekreacinė atvykusių žmonių veikla kaimo vietovėse bei laikinas gyvenimas kaimo sodybose.

Ši žmogaus veikla apima kelias turizmo sritis: agroturizmą, gamtinį kaimo turizmą, kaimo kultūrinį turizmą ir kt. Dažniausiai pagrindinė kaimo turizmo paslaugų teikėjo veikla yra žemės ūkio produktų gamyba, amatai ir kitoks verslas, o turizmas – tik papildomas pajamų šaltinis.

Kaimo turizmas yra gana sudėtingas reiškinys. Iš jo apibrėžimų matyti, kad panašios paslaugos vadinamos vienu metu kaimo turizmo pavadinimu. Toks tarpusavyje panašias, tačiau kai kuriais požymiais besiskiriančias kaimo turizmo paslaugas vadinsime kaimo turizmo rūšimis. Populiariai jis apibūdinamas kaip kaimiško gyvenimo būdo, kaimiško maitinimo, pagaliau kaimiškų pramogų visuma. Vieniems, pavargusiems nuo civilizacijos – būtinybė atsigauti gamtos prieglobstyje, kitiems – trauka sugrįžti prie savo šaknų, prie tradicijų, dar kitiems – natūralus bendravimo poreikis arba tiesiog gyvenimo būdas. Taigi, kaimo turizmas ne tik apgyvendinimo, bet ir maitinimo, buitinių, poilsio, bendravimo paslaugų visuma, teikiamų už urbanizuotos teritorijos ribų. (A. Astromskienė, R. Sirusienė, 2002)

Vainienė I. (2002) teigia, kad sąvoka „kaimo turizmas“ taip pat neturi tikslaus vieno apibrėžimo, nes vienur kaimo turizmas tapatinamas su turizmu mažai apgyvendintoje teritorijoje, kitur akcentuojama veikla, siūloma kaime. Todėl kaimo turizmo specialistų užsienyje ir Lietuvoje kaimo turizmo priimtinausia samprata yra, kad tai yra turizmo rūšis, apimanti kelionę į kaimo vietas ir rekreacinę veiklą jose,

Kaimo turizmas gali būti vertinamas kaip naujų pajamų šaltinis. Iš turistinės veiklos gaunamos pajamos. Šias pajamas galima gauti ne tik teikiant apgyvendinimo ir maitinimo paslaugas, bet ir išnaudojant objektus, kurių pritaikymas turizmo tikslams nereikalauja papildomų investicijų: pvz., ekskursijų pas bitininkus organizavimas, dvarų aplankymas ir t.t. Vienas pagrindinių papildomas pajamas teikiančių šaltinių yra namų ūkio produkcijos turistams pardavimas: maisto produktų, antikvarinių sendaikčių, rankdarbių, suvenyrų.

Apibendrinant aptartas kaimo turizmo sąvokas, kaimo turizmą galima apibrėžti taip: kaimo turizmas – tai visos turizmo rūšys susijusios su kaimo aplinka (su žemės ūkio veikla, kraštovaizdžiu ir gamtovaizdžiu, su vietiniais gyventojais, jų papročiais, apeigomis bei amatais), jos pažinimu ir poilsiu joje.

Turizmas skirstomas į rūšis pagal šiuos kriterijus:

- Kelionės tikslas – kultūrinis pažintinis, sanatorinis, verslinis, kaimo, profesinis, etninis, sportinis, religinis, nuotykių, poilsio;
- Turistų skaičius – masinis, grupinis, individualus;
- Kelionės trukmė – trumpalaikis, vidutinės trukmės, ilgalaikis;

- Metų laiką – vasaros, rudens, žiemos, pavasario;
- Keliavimo būdą – dviračių, pėsčiųjų, vandens. (Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I. 1999)

Kaimo turizmo tarp turizmo rūšių užima ypatingą vietą; jį sunku išskirti pagal kuri nors vieną požymį ar kriterijų. Tai kompleksinis apgyvendinimo, maitinimo, laisvalaikio organizavimo ir kitų turistų poreikius tenkinančių paslaugų teikimo verslas.

Dėl šių ypatumų kaimo turizmą galima apibūdinti – kaip tikslingą rekreacinę atvykusių žmonių veiklą kaimo vietovėse, bei ir laikiną gyvenimą kaimo sodybose (Sharpley R., Sharpley J. 1997).

Pabūti kaimo aplinkoje skatina įvairūs turistų norai:

- ✓ Patirti nuotykius, aštrius ir emocingus išgyvenimus
- ✓ Atgauti fizines bei dvasines jėgas.
- ✓ Pažinti gamtą, kultūrą, tradicijas.
- ✓ Naudotis naujomis ir įvairiomis rekreacinėmis erdvėmis.
- ✓ Pakeisti įprastą gyvenimo aplinką kita bei kt.
- ✓ Pailsėti nuo įtemptų darbų ir kt.

Pagal šiuos ir kitus turistų norus arba keliavimo motyvus formuojasi atskiros kaimo turizmo rūšys.

Taip pat populiarus kaimo turizmo apibūdinimas yra kaip kaimiško gyvenimo būdo, kaimiško maitinimo, kaimiškų pramogų visuma. Kadangi kaimo turizmas yra viena iš turizmo sričių, tai jis vertinamas taip pat kaip ekonominis, politinis, socialinis, kultūrinis bei ekologinis reiškinys. Pagal teikiamas kaimo turizmo paslaugas yra išskiriamos kaimo turizmo rūšys (Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I., 1999):

- agroturizmas,
- pramoginis;
- kultūrinis pažintinis;
- gamtinis pažintinis;
- profesinis;
- etninis;
- religinis.

Pramoginis kaimo turizmas – tai kelionė į kaimą norint linksmai ir ne rūpestingai praleisti laiką.

Kultūrinis pažintinis kaimo turizmas – kai norima susipažinti su kaimo teritorijoje esančiomis kultūrinėmis vertybėmis: koplytstulpiais, koplytėlėmis, įdomiomis sodybomis, dvarais ir t.t.

Gamtinis pažintinis kaimo turizmas – kai siekiama pabūti gamtoje (žvejoti, grybauti ir pan.), susipažinti su gamtos įdomybėmis – augalais, medžiais, gyvūnais, juos stebėti, fotografuoti.

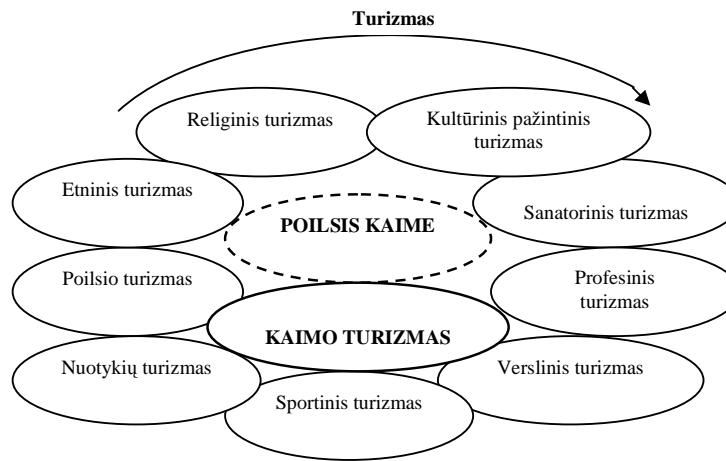
Profesinis kaimo turizmas – tai kelionė, susijusi su profesiniais interesais kaime.

Etninis kaimo turizmas – kai turistai keliauja į kaimą aplankyti gimtųjų vietų, susipažinti su tėvų žeme.

Religinis kaimo turizmas – tai kelionė, kurios tikslas – atlikti kokias nors religines procedūras, misijas.

Sirusienė-Lamanauskienė R. Ir Lamanauskas A. (2009) truputį pakeitė ir papildė minėtų autorių pateiktas kaimo turizmo rūšis. Pagal turistų norus ir keliavimo motyvus, autorių teigimu, formuojasi atskiros turizmo rūšys:

Visoms kaimo turizmo rūšims būdinga kaimo aplinka, kurios pagrindas yra žemės ūkis. Nuo šios veiklos priklauso ir gyvenimo būdas ir kraštovaizdis (žr. 5 pav.)



4 pav. Poilsio kaime, kaimo turizmo ir turizmo sąsajos

Šaltinis: Sirusienė-Lamanauskienė R., Lamanauskas A. (2009)

Trumpai apibūdinant – *kultūrinis pažintinis turizmas* – kai keliaujama pažinimo tikslu, norint susipažinti su kultūrinėmis, istorinėmis savo ar kitos šalies vertybėmis.

Sanatorinis turizmas – kai keliaujama norint sustiprinti sveikatą ir pasigydyti.

Verslinis turizmas – tai verslo kelionės. Verslininkai, nepriklausomai nuo sezono, yra pasiruošę mokėti pinigų už brangias aukštos kokybės paslaugas.

Profesinis turizmas – tai kelionės profesiniais interesais.

Etninis turizmas – tai giminių lankymas, gimtojo krašto lankymas, susipažinimas su tėvų žeme. Kai kuriuose šaltiniuose dar vadinamas nostalginių turizmu.

Sportinis turizmas – tai kelionės susijusios su dalyvavimu sporto varžybose. Šiuo tikslu keliauja sporto klubai, „sirgalių“ klubai, pavieniai asmenys.

Religinis turizmas – tai kelionės, Šventų vietų lankymu, jų tvarkymu, susijusios su įvairiomis religinėmis procedūromis, misijomis, dalyvavimu atlaiduose ir pan.

Nuotykinis turizmas – kai keliaujama, norint patirti nuotykių, fizines iškrovas, pajusti įtampa, išbandyti save.

Poilsio turizmas – tai poilsinės kelionės, kurių metu vengiama sudėtingos ar intensyvios veiklos, siekiama pailsėti, atsipalaiduoti, sumažinti įtampa, pakeisti aplinką.

Kaimo turizmas kaip verslas apima visą rekreacinę ir poilsio kaime organizavimo veiklą bei su šia veikla susijusius tiek natūralius, tiek žmogaus susikurtus išteklius, esančius kaimo vietovėse.

Kaimo turizmas išteklių naudojimo požiūriu – ypatingas verslas, nes čia kaip niekur kitur labiau reikalingos palankios versliu sąlygos nei tiesioginės išteklių sąnaudos (Sirusienė-Lamanauskienė R., Lamanauskas A., 2009).

Tam, kad suvokti kaimo turizmo rūšis, svarbu suprasti kuo viena kaimo turizmo rūšis skiriasi nuo kitos. Remiantis „Kaimo turizmas“ leidiniu, darbe pateikiami trumpi šių rūšių apibūdinimai (Armaitienė, A., Grecevičius, P., Urbis, A., Vainienė I. 1999).

Agroturizmas – tai tokia kaimo turizmo rūšis, kai turistai atvyksta į kaimą susipažinti su tradicine ar šiuolaikine žemdirbyste arba atskirais jos elementais ir dalyvauti žemės ūkio gamybos procese.

Agroturizmas yra labai svarbus, kadangi: prisideda prie žemės ūkio auginimo, saugo kaimo kraštovaizdį, agroturistai, pirkdami žemės ūkio produktus bei amatininkų dirbinius, kelia vietinių produktų vertę taip pat saugo aplinką.

Kai kuriose šaltiniuose aptinkamas dar vienas terminas – *ūkių turizmas*, kurį kaimo turizmo specialistai apibūdina kaip agroturizmo porūšį.(Vainienė I. 2001). Ūkių turizmas apima visą kaimo turizmo veiklą, susijusią su ūkiais, taip pat ir apsisistojimą ūkyje.

2 lentelė

Kaimo turizmo, agroturizmo ir ūkių turizmo bruožai.

	Kaimo turizmas	Agroturizmas	Ūkio turizmas
Teritorijos charakteristika	Kaimo teritorijos, gamtos parkai, miškai	Žemės ūkio teritorijos	Ūkininko ūkis ir jo aplinka
Paslaugų teikėjas	Kaimo bendruomenė	Ūkininkai	Ūkio savininkai
Pagrindinis produktas	Kaimo aplinka Sportas ir rekreacija, kaimo šventės	Ūkio produktai Kaimiškas gyvenimo būdas, kaimo šventės	Gyvenimas ūkyje
Papildomas produktas	Atostogų kaimai, kaimo viešbučiai, apsisistojimas privačiuose namuose	Apsistojimas veikiančiuose ūkiuose, žemės ūkio erdvės naudojimas	Apsistojimas ūkyje
	Kempingai, maitinimosi įstaigose	Maitinimas kempinguose Rekreacijos priemonių parduotuvės	Maitinimas
	Parduotuvės, lankytinos vietos, informacija		Rekreacija

Šaltinis: Vainienė I., (2001)

„Be šių išvardintų turizmo rūšių, kurios yra gana populiarios kaime, turistai tikisi užsiimti ir kita veikla, būdinga kaimui. Kadangi kaime nuo seno pagrindinis verslas buvo žemdirbystė, tai suteikė kaimo žmonių gyvenimui specifiškumo. Būtent tai traukia į kaimą miestiečius“ (Vainienė I., 2001, p. 33). Kaimo turizmas kaip verslas apima visą rekreacinę ir poilsio kaime organizavimo veiklą bei su šia veikla susijusius tiek natūralius, tiek žmogaus sukurtus išteklius.

Apibendrinant kaimo turizmas – tai visos turizmo rūšys, susijusios su kaimo aplinka (su žemės ūkio veikla, kraštovaizdžiu ir gamtovaizdžiu, su vietiniais gyventojais, jų papročiais, apeigomis bei amatais), jos pažinimu ir poilsiu joje (Sirusienė-Lamanauskienė R., Lamanauskas A., 2009, p.75).

Pastaruoju metu populiarėja kelių dienų (dažniausiai savaitgaliais) darbuotojų stovyklos, išvykos į gamtą. Tuo turi pasinaudoti kaimo turizmo sodybos. Ne sezono metu reikėtų paruošti pasiūlymus ir siųsti jos įmonėms prieš sezono pradžią, vėliau joms perskambinti. Atvykus į sodybą, poilsiautojams svarbios ne tik apgyvendinimo bei maitinimo paslaugos, bet ir sudarytos laisvalaikio pramogos: žaidimai, varžybos, išvykos į unikalias vietas ir pan. (Valančiauskaitė V., Kinčiūtė V., 2002, p. 76).

Pasak Žalienę I. ir Žalį L. (2002) kaimo turizmui reikalingi natūralūs kaimo sodyboje sukurti poilsio ištekliai, užtikrinantys aukštą paslaugų kokybę. Todėl turistai prieš nusipirkdami kaimo turizmo paslaugas, dėl jų neapčiuopiamumo ieško kokybę užtikrinančių ženklų. Natūraliems kaimo turizmo ištekliams priskirtini ekologiškai švarūs maisto produktai, vanduo, oras, gamtinė aplinka. Sodyboje sukurti ištekliai – apgyvendinimo ir poilsio įranga, namų apyvokos daiktai, pramogų inventoriai, ūkyje auginami gyvuliai, išauginti ir pagaminti maisto produktai. Pramoniniai ištekliai – apgyvendinimui, poilsiui ir atrakcijoms reikalinga įranga, inventoriai, buities reikmenys (Astromskienė A., 1998). Kaimo turizmui Lietuva turi reikiamus išteklius: natūralūs gamtiniai kraštovaizdžiai, jų gydomosios bei poilsį teikiančios fizinės ir estetinės savybės, kultūriniai kraštovaizdžiai, archeologijos, istorijos, architektūros, etnografijos paminklai, meno aplinkos žmonės, jų buitis, tradicijos, šventės, papročiai ir kita.

Lietuva turi turtingą kultūros paveldą: pilys ir piliakalniai, turintys istorinę – gynybinę reikšmę, savitumą išsaugoję miesteliai ir bažnytkaimiai, archeologijos paminklai, buvusių dvarų sodybos, nacionaliniai ir regioniniai parkai, liaudies buities muziejai ir dar daug kitų.

Kaimo turizmas Lietuvos kaimo vietovėse – besiplėtojanti turizmo rūšis (Armaitienė A., Raišutienė J., 2002)

„Kaimo turizmo paslaugos – tai ne tik tiesioginės, susijusios su svečių aptarnavimu paslaugos, bet visas kompleksas veiksnių, susijusių su kaimo infrastruktūros ir gerbūvio plėtojimu“ (Astromskienė A., Sirusienė R., 2001, p. 70).

Atvykęs į kaimo sodybą poilsiautojas turi jaustis saugus. Tai ne tik jį priimančiojo sodybos šeimininko rūpestis, bet visos kaimo socialinės aplinkos problema.

Kaimo turizmas nėra nauja turizmo forma nei Lietuvoje, nei kitose šalyse. Turizmo šaknų reikia ieškoti gilioje senovėje. Kelionių istorijos pradžios negalima datuoti nei metais, nei šimtmečiais. Tikriausia pradžių pradžia – prievartos kelionės, kai Dievas išvarė Adomą ir Ievą iš rojus. Jau čia yra kai kurių požymių, atitinkančių turizmo sąvoką: gyvenimo vietos pakeitimas, buvimas kitame regione. Bet šių laikų turizmo mokslas nepripažįsta pirmųjų keliautojų kaip turistų, nes jie neturėjo tikrosios motyvacijos: kelionės nebuvo malonumui, dažniausiai vykdavo ne savo noru ir ne asmeniniais tikslais. Atvirksčiai, kelionė dažniausiai būdavo sunki (fiziškai ir moraliai), labai sudėtinga ir tai buvo tik priemonė tikslui pasiekti. Pagrindiniai motyvai buvo prekyba ir komercija, atrasti naujas žemes ir jas užkariauti jas, religijos plėtimas ir t.t. (Žalienė I., Sabaliauskaitė A., 2002).

Bėgant šimtmečiams, vyko emigracija iš kaimo į miestą ir atvirksčiai. Senos aristokratų šeimos, dar turinčios ryšių su kaimu, išvyko į miestus, o miesto buržuazija įsigijo nuosavybę kaime. Daugeliui žmonių kaimo turizmas nebuvo atotrūkis nuo darbo ar kasdieninės veiklos pakeitimas, siekiant atgauti fizinę ir dvasinę energiją. Šie sezoniniai ir periodiniai apsilankymai kaime buvo susiję su žemės ūkio ritmu ir darbais: derliaus nuėmimu, medžioklės sezonu ir t.t.

Kaimo teritorijos taip pat buvo lankomos sergančių bei besigydančių miestiečių. Tai sudarė sąlygas suklestėti sveikatos turizmui ir kurortams. (Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I. 1999).

XIX a. pabaigoje vasaros sezono metu turistams masiškai veržiantis į paplūdimius, reikėjo išsklaidyti šį srautą į kaimo teritorijas. Todėl buvo valdiški užėigos namai ir viešbučiai kaime bei privatūs užėigos namai. Taip pat kūrėsi įvairios kitos apgyvendinimo įstaigos (jaunimo namai, stovyklos vaikams).

Pastarųjų 50 metų sąlygų pokyčiai turėjo įtakos turizmo plėtrai kaimo ir priemiesčio zonose. Pasikeitus keliavimo sąlygoms (išsiplėtus geležinkelių tinklui ir padaugėjus privačių automobilių), buvo nuolat grįžtama į kaimą; tai susiję su ilgomis moksleivių ir studentų atostogomis. Taip pat keliavo žmonės, gimę kaime ir turintys robotus ekonominius išteklius (priklausantys darbininkų ir žemesniajai – vidutinei klasei). Paprastai jie apsistodavo kaime pas savo gimines, draugus ar išsinormuotose namuose.

Kai kuriose šalyse yra labai senos kaimo turizmo tradicijos. Šveicarijoje, Austrijoje ir Švedijoje nuo seno ūkininkavimas ir turizmas kaime buvo glaudžiai susiję. Turizmas, ypač kambarių nuoma, buvo viena iš ūkininkavimo sąlygų. (Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I., 1999).

Prancūzijoje buvo sukurta pavyzdinė kaimo turizmo sistema, kuria naudojama kaip sektinu pavyzdžiu. 1951 metais Prancūzijoje prasidėjo naujas judėjimas „*Gites de France*“, palaikomas žemės ūkio ir turizmo departamentų („*Gite*“ – sen. pranc. – pastogė, namas). Dabar žodis „*gite*“ suprantamas kaip svetingumas ir susijęs su svetingumo priėmimo idėja. 1955 metais buvo įkurta nacionalinė federacija „*Gites de France*“. Tais metais buvo užregistruotos 146 kaimo užėigos, kurios priklausė šiai federacijai. 1979 metais kaimo užėigų jau buvo 28 574, o 1990 metais – 49 492.

JAV vyriausybė taip pat aktyviai remia kaimo turizmą. 1996 metais buvo įkurta ne pelno siekianti korporacija – Kaimo turizmo fondas, kurio funkcijos – planuoti, rengti projektus ir programas, kurie didintų kelionių ir turizmo pajamas, kviesdami į Amerikos kaimą užsieniečius. Atostogos ūkyje, šiuo metu yra vienas populiariausių turistų tikslų Amerikoje. Atostogautojai nori stebėti gamtą, kultūrinę aplinką, džiaugtis kaimo ramybe, pamatyti skirtingas kaimo teritorijas bei ištrūkti iš urbanizuotos aplinkos. Kaimo turizmo verslas savo svečiams siūlo įvairiausių pramogų: jodinėti, važinėti dviračiais, plaukioti kanojomis, laiptoti uolomis, apžiūrėti istorines vietas, stovyklauti, stebėti paukščius, medžioti.

Anglijoje kaimo turizmas prasidėjo 1983 metais, kai kaimo turizmo susivienijimai susibūrė į Atostogų ūkiuose biurą, kurį globojo Anglijos karališkoji žemės ūkio organizacija, Valstybinė žemės ūkio konsultavimo tarnyba, Anglijos turizmo valdyba ir ūkininkų savaitraštis. Įvairiuose Anglijos rajonuose vietinė valdžia rūpinasi kaimo turizmo plėtra, tyrimais.

Rumunijoje kaimo turizmas prasidėjo 1920 metais, veikla buvo silpna, 1970-ųjų metų pradžioje apie 40 kaimų iš visų etnografinių zonų pradėjo gaivinti turizmą. Nuo 1990 metų prasidėjo kaimo turizmo įteisinimas, tyrimas, mokymas ir tarptautinis bendradarbiavimas. Rumunijoje kaimo turizmo plėtrą skatino 1994 metais įkurta Nacionalinio kaimo asociacija ir bendradarbiavimas su tarptautinėmis organizacijomis. Šios asociacijos tikslas – remti kaimo turizmą ir informuoti kaimo turizmu suinteresuotus žmones bei įmones. Rumunija yra EUROGITES (Europos ūkių ir kaimo turizmo federacija) narė ir turi 19 pagalbininkų įvairiuose regionuose. 1996 metais šios Asociacijos dėka Rumuniją aplankė apie 30 tūkst. turistų.

Japonijoje kaimo turizmas tai viena iš sąlygų kaimo bendruomenėms išlikti. Kaimo bendruomenės susiduria su nauja tarptautine aplinka. 1994 metais Nacionaliniame kongrese buvo nuspręsta remti kultūrinius mainus tarp miesto ir kaimo. Viena iš galimybių pasiekti šį tikslą – kaimo turizmo plėtra.

Danijoje kaimo turizmo organizatorius yra paslaugų teikėjų susivienijimas. 1998 metais įsikūrė Kaimo turizmo sąjunga, kuri nuo 1989 metų pradėjo leisti kaimo turizmo katalogą. Danijoje vyriausybės politika buvo palanki kaimo turizmui plėtoti, 1950 metais aktyviai buvo rūpinamasi vaikų sveikata. Vyriausybė skyrė pinigų tiems fermeriams, kurie priimdavo vaikus pailsėti fermeje. 1994 metai Danijos turizmo departamentas kaimo turizmo sąjungai skyrė 2,4 mln. kronų kaimo turizmo plėtrai ir rinkodarai.

Latvijos kaimo turizmo asociacija „Lauku celotajs” įsikūrė 1993 metais. Kaimo sodybų priklausymas šiai asociacijai rodo gerą ir aukštą sodybos kokybę. Labai gerai vertinami turistų sodybų objektai gauna kokybės sertifikatą „Kvalitatos zime”. 2001 metais „Lauku celotajs” asociacijai priklausė 120 sodybų, 2002 metais „Atpūta laukos” kataloge jau buvo 180 sodybų, teikiančių kaimo turizmo paslaugas.

Lietuvoje kaimo turizmas pradėjo formotis dvidešimto amžiaus trečiajame dešimtmetyje. Tai būdavo pačios paprasčiausios iškylos į gamtą, po kurių studentai, moksleiviai ar šiaip poilsiautojai nakčiai apsistodavo pas ūkininkus.

Lietuvos turizmo istorijoje yra vienas esminis periodas, išskiriantis iš kitų šalių – tai paskutinis praėjusio šimtmečio dešimtmetis. Turizmo procesai, kurie vyko šiame laikotarpyje po Nepriklausomybės atgavimo, išgyveno skirtingą laikotarpį nei tie kurie vyko visoje Vakarų Europoje.

Tai kokybinių pokyčių ir persiorientavimo laikotarpis, kuris buvo būdingas visoms Rytu Europos šalims.

Tam tikra prasme kaimo turizmas veikė ir anksčiau, t.y. iki Nepriklausomybės atkūrimo, nes kaimo gyventojai vasara priimdavo svečius iš Maskvos, Sankt Peterburgo ir net Sibiro. Poilsiauti Lietuvoje buvo laikoma prestižo reikalu (Aleknienė, H. 2003).

„Ypač kaimo turizmas suklestėjo septintajame – aštuntajame dešimtmetyje, kai Rusijos didmiesčių gyventojai ieškojo galimybių pailsėti nuo miesto gyvenimo Lietuvos kaimuose“ (Grecevičius P., Armaitienė A., Junevičienė O., ir kiti. 2002, p.41).

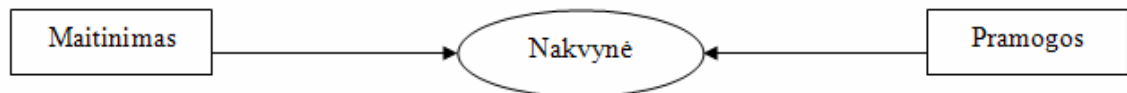
1.3. Kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų sistema ir struktūra

Pagrindiniai kaimo turizmo komponentai – sportinės ir laisvalaikio pramogos, nakvynė gamtoje ar neįprastoje kaimo aplinkoje, nacionalinė virtuvė, etnografiniai patiekalai, civilizacijos laikais neįprastas susisiekimas (pėsčiomis, dviračiais, valtimis, baidarėmis ir pan.). Kaimo turizmo paslaugos kaip prekės ypatumas slypi šios veiklos persipynime su daugeliu kitų turizmo rūšių, kurios papildo viena kitą. Šiuo metu kaimo turizmo sektorius sparčiai vystosi ir papildomų paslaugų spektras plečiasi. Jei prieš dešimtmetį kaimo turizmo paslauga buvo tapatinama su pasyviu poilsiu kaime, tai dabartinės kaimo turizmo paslaugos yra kompleksinės, daugialypės,

teikiančios įvairius emocinius patyrimus. Kaimo turizmo produktas tapo paslaugų ir sąlygų, siūlomų klientų poilsio ir pramogų tikslo (intereso) poreikiams patenkinti visuma.

Verslo požiūriu, kaimo turizmas yra visas kompleksas veiksmų, susijusių ne tik su tiesioginių turistų ir poilsiautojų aptarnavimu, bet ir su kaimo infrastruktūros ir gerbūvio plėtojimu (Astromskienė A., Sirusienė R., 2001).

Pagrindinės šio verslo sudedamosios dalys yra kaimo gyvenimo būdas ir aplinka, turistams teikiamos apgyvendinimo, maitinimo paslaugos, taip pat siūlomos pramogos (žr. x pav.).



5 pav. Poilsio kaime paslaugų sąsajos

Šaltinis: Sirusienė – Lamanuskienė R., Lamanuskas A., (2009)

Poilsio kaime pagrindinė paslauga yra nakvynė, o maitinimas yra lengvinamoji paslauga. Norint šią paslaugą išskirti iš konkurentų, pasitelkiama kuo įvairesnių pramogų organizavimu.

Poilsio kaime ir kaimo turizmo paslaugų sistemos turi ir skirtumų. Kaimo turizmo pagrindinė paslauga yra kelionė, kurios lengvinamoji paslauga yra nakvynė, o vertei padidinti pasitelkiamas maitinimas, kaip remiamoji paslauga:



6 pav. Kaimo turizmo paslaugų sistema

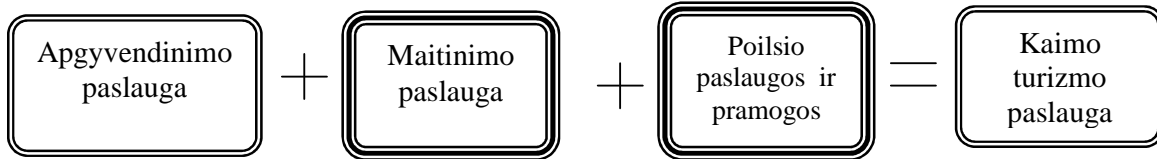
Šaltinis: Sirusienė – Lamanuskienė R., Lamanuskas A., (2009)

Kaimo turizmo pagrindinė paslauga yra kelionė, kurios lengvinamoji paslauga yra nakvynė, o vertei padidinti pasitelkiama remiamoji paslauga, t.y. maitinimas.

Nors Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme teigiama, kad kaimo turizmui, kuris sutapatinamas su poilsiu kaime, svarbiausia yra apgyvendinimo paslauga, tačiau užsienio šalių patirtis rodo, kad poilsis kaime yra neatsiejamas ir nuo maitinimo. Labai svarbu natūralūs produktai, nacionaliniai patiekalai ir jų pateikimo būdas.

Kaimo turizmo sodybų šeimininkai vienu metu siūlo ne vieną, o keletą rekreacinių paslaugų, kurios skiriasi ne tik savo paskirtimi, vartojimo būdu, emociniu poveikiu, bet ir teikimo būdu, priemonėmis. Kaimo turizmo paslaugos pripažinimas kompleksine daugialype paslauga, verčia sodybų šeimininkus pasirūpinti visų paslaugų komponentų – apgyvendinimo, maitinimo,

pramogų tarpusavio suderinamumu. Kaimo turizmo bazinė paslauga yra apgyvendinimo paslauga. Kitos paslaugos, t.y. turizmo paslaugų kompleksas svečių apgyvendinimui pritaikytose kaimo turizmo sodybose, vadinamos papildomomis, lydinčiomis paslaugomis:

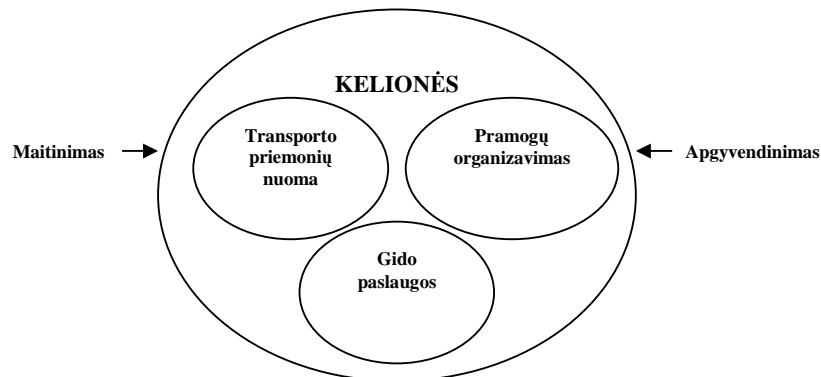


7 pav. Kaimo turizmo paslaugos modelis

Šaltinis: Astromskienė A., Sirusienė R. (2007). Kaimo turizmas.

Apgyvendinimo paslaugos paskirtis kaimo turizmo paslaugoje – tenkinti svarbiausią žmogaus fiziologinį poreikį – miegą. Kaimo turizmo sodybos pasirinkimą lemia ne ši paslauga, o papildomų poilsio ir paslaugų ir pramogų pasiūla sodyboje.

Apjungus anksčiau minėtus poilsio kaime (x pav.) ir kaimo turizmo (x pav.) veiklos bendrumus, galima sudaryti schematinį kaimo turizmo paslaugų sistemos modelį:



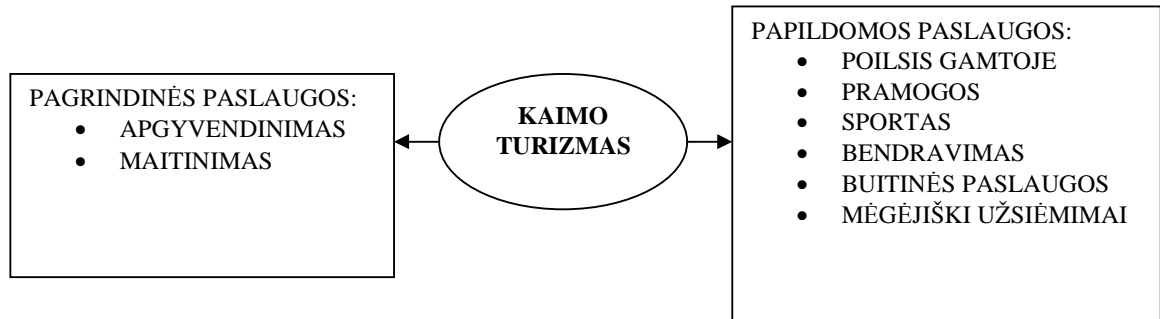
8 pav. Kaimo turizmo paslaugų sistemos modelis

Šaltinis: Sirusienė – Lamanuskienė R., Lamanuskas A., (2009)

Poilsio paslauga yra neapčiuopiama fizine prasme, neišmatuojam konkrečiais mato vienetais, t.y. ji neturi daiktinės formos. Ši paslauga kaip prekė yra gaminama ir vartojama tuo pačiu metu ir toje pačioje vietoje.

Klasifikuoti kaimo turizmo paslaugas labai sudėtinga ir komplikuota, kadangi jos apima labai platų spektrą (Brazaitytė V., Ramanauskienė J., 2006).

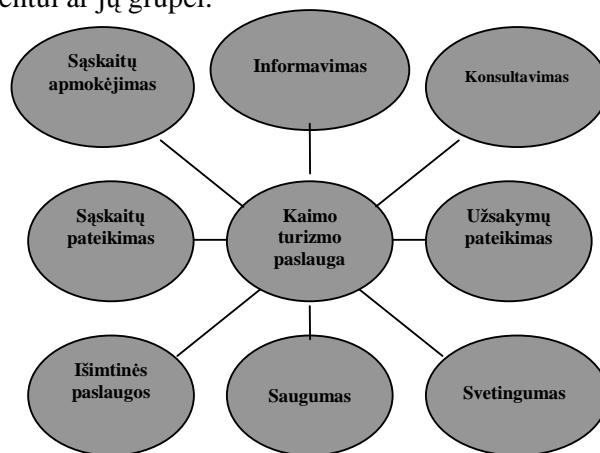
Kaimo turizmo paslaugos teikimo procesas susietas su paslaugos paketo struktūra. Planuojant kaimo turizmo paslaugos teikimo procesą, pirmiausia reikia išskirti dėmesio centrus, t.y. suskirstyti paslaugų paketą į pagrindines (vykdomąsias) ir papildomas (dispozicines) paslaugas:



9 pav. kaimo turizmo paslaugų struktūra (pagal D. Dvilevičienę)

Šaltinis: Astromskienė A., Sirusienė R. (2007). Kaimo turizmas.

Dažnai pagrindinė kaimo turizmo paslauga – apgyvendinimas turi ne vieną, bet keletą lydimųjų paslaugų. Pagal jų pobūdį formuojamos sodybų specializacijos. Sėkmė parduodant kaimo turizmo paslaugas priklauso nuo gebėjimo aiškiai ir klientui priimtinais atskleisti paslaugų turinį ir būsimą jų naudą klientui ar jų grupei.



10 pav. Kaimo turizmo paslaugų paketo papildomos funkcinės paslaugos (pagal Ch. Lovelock)

Šaltinis: Astromskienė A., Sirusienė R. (2007). Kaimo turizmas.

Informavimas – tai papildoma kaimo turizmo paslauga, suteikianti būsimam klientui standartinę informaciją dar prieš paslaugos vartojimą arba šio proceso metu.

Konsultavimas, remiantis bendrais terminais apibūdinamas kaip pagalbos asmeniui teikimo procesas, padedantis išspręsti susidariusias problemas. Konsultavimas, priešingai nei informavimas, reikalauja paslaugų teikėjo ir vartotojo dialogo.

Užsakymų priėmimas yra efektyvios konsultacijos rezultatas. Ši paslauga turėtų būti suteikta taip, kad vartotojas nesugaištų daug laiko ir nepatirtų fizinių ar psichologinių sunkumų.

Svetingumas išreiškia paslaugų teikėjų rūpinimąsi vartotojais. Paslaugų teikėjų išradingumas padeda rasti įvairiausių svetingumo būdų (pvz.: mažytės dovanėlės svečiams, papildomos paslaugos ir pan.).

Saugumas – vienas svarbiausių poilsio organizavimo kaimo turizmo sodyboje principų. Saugumą garantuojančios paslaugos yra viena svarbiausių kaimo turizmo paslaugų paketo dalis. Suteikti saugias paslaugas – teikėjų prestižo dalykas, todėl jos yra griežtai kontroliuojamos.

Sąskaitų pateikimas – būdinga visoms tiesiogiai vartotojų apmokamoms paslaugoms. Nesvarbu, klientas moka grynaisiais, ar banko pavedimu.

Sąskaitų apmokėjimo paslaugos. Sąskaitos apmokėjimas – kaimo turizmo paslaugų paketo baigiamoji paslauga. Sąskaitos pateikimas ir apmokėjimas verslo tęstinumo požiūriu yra viena iš sodybos įvaizdžio formavimo ir palaikymo priemonių.

Poilsio paslaugą pirkdamas klientas per turizmo tarpininkus paprastai už ją sumoka anksčiau, nei ji bus pagaminta. Kai vyksta visi verslo procesai vienu metu, labai svarbu nuoseklumas ir suderinamumas. Poilsiautojas turi žinoti, kad atvykęs į sodybą kaime bus tinkamai aptarnautas bet kuriuo metu.

Dar vienas poilsio kaime paslaugų ypatumas – nepastovi jų kokybė. Ji priklauso nuo paslaugų techninio, profesinio ir psichologinio pasiruošimo, taip pat ir nuo paslaugos teikimo sąlygų, paslaugos vartotojo fizinės ir emocinės būsenos. Poilsio paslaugos gaminamos ir vartojamos vienu metu, neleidžia kontroliuoti jų kokybės.

2. PASLAUGŲ KOKYBĖS VERTINIMO TEORINIAI ASPEKTAI

2.1. Paslaugų kokybės samprata ir jos valdymas

Paslaugų kokybę apibrėžti iš tiesų yra labai sunku, tačiau iš daugumos skirtingų autorių nuomonių nuspręsta, kad tai kažkoks neapčiuopiamumas, kuris vartotojams suteikia malonumą ir patenkinamą vertę. Zeithaml (1990) nuomone, vartotojas yra vienintelis paslaugų kokybės teisėjas (<http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/1080110603.html>).

Šiandien manoma, kas vienas svarbiausių momentų, skatinančius įmones bei organizacijas konkuruoti, taip pat padedančių išsilaikyti arba užkariauti rinką, yra parduodamų prekių bei paslaugų kokybė. Vadinas, į prekių ir paslaugų kokybę visose įmonėse bei organizacijose turi būti kreipiamas didžiulis dėmesys. Be to, kokybė formuoja įmonės įvaizdį, daro tiesioginę įtaką veiklos produktyvumui, pelno augimui, vartotojų pasitenkinimui (Vitkienė, E., 2004, p. 34).

Kokybės apibrėžimų yra daug ir įvairių. Labai dažnai kokybė yra apibūdinama kaip produkto savybių ir reikalavimų, kurie suvokiami kaip kažkas apibrėžto ir nustatyto normatyvais. Tokia kokybės samprata yra tiesiogiai perimta iš pramonės ir kitų daiktinės gamybos sričių, kur atliekama pagamintos prekės kokybės ekspertizė – patikrinami tam tikri parametrai. Teikiant paslaugas tokia kokybės samprata ne visai tinka. Dėl neapčiuopiamos paslaugų prigimties, teikėjo ir vartotojo sąveikos, teikimo ir vartojimo momentų sutapimo paslaugų kokybė yra momentinė būseną (Vengrienė, B., 2006, p. 22).

Kaip jau minėta, kokybė skirtingų autorių yra apibrėžiama skirtingai. Kai kurie žinomi apibrėžimai apima „prisitaikymą prie sąlygų, poreikių“ (Crosby, 1984), „tinkamą naudoti“ (Juran, 1988) ar „kaip vieną, kuris tenkina vartotojus“ (Eiglier and Langeard, 1987) (<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=13&hid=117&sid=ecbc203-d315-45fa-a56c-856d5ea045f2%40SRCSM1> žiūrėta 2007 03 01).

Kokybės paslaugų sektoriuje išmatavimas vis svarbesnis tampa dėl kasdien didėjančios konkurencijos paslaugų rinkoje, kur įmonių verslo sėkmė priklauso nuo to, ar jos sugeba pritraukti vartotojus ir juos išlaikyti (Langvinienė, N., Vengrinė, B., 2005, p. 74).

Apibūdinant paslaugų kokybę, dažnai remiamasi asmeniniu požiūriu, todėl galima būtų išvardyti daug kokybę nusakančių ypatybių.

Visų pirma **kokybė** – tai atitinkami reikalavimai (nusistatyti standartai), kurių, norėdama pasiekti atitinkamą kokybę, paslaugų įmonės privalo griežtai laikytis.

Antra **kokybė** – tai garantija, jog prekė ar paslauga yra tinkama vartoti. Tai pirkėjo ar vartotojo subjektyviai suvokta kokybė, t.y. kokybė vartotojo akimis.

Paslaugas teikiančioje įmonėje kokybė siejama su pelno poveikiu prekybos strategijai, tai reiškia, kad tarp paslaugų kokybės ir pelno yra glaudus ryšys. Neatsitiktinai sakoma, jog gera kokybė nieko nekainuoja, bloga kokybė – priešingai, kainuoja daug, nes prarandamas paslaugos vartotojas. Taigi, kokybiška yra tai, ką vartotojas priima (Vitkienė, E., 2004, p. 34).

Harvardo universiteto profesorius D. A. Gardin (1988), pateikęs metodologinius kokybės matavimo pagrindus, manymu, į kokybės apibrėžtį galimi penki požūriai. Kiekvienas jų akcentuoja tam tikrą kokybės determinantą:

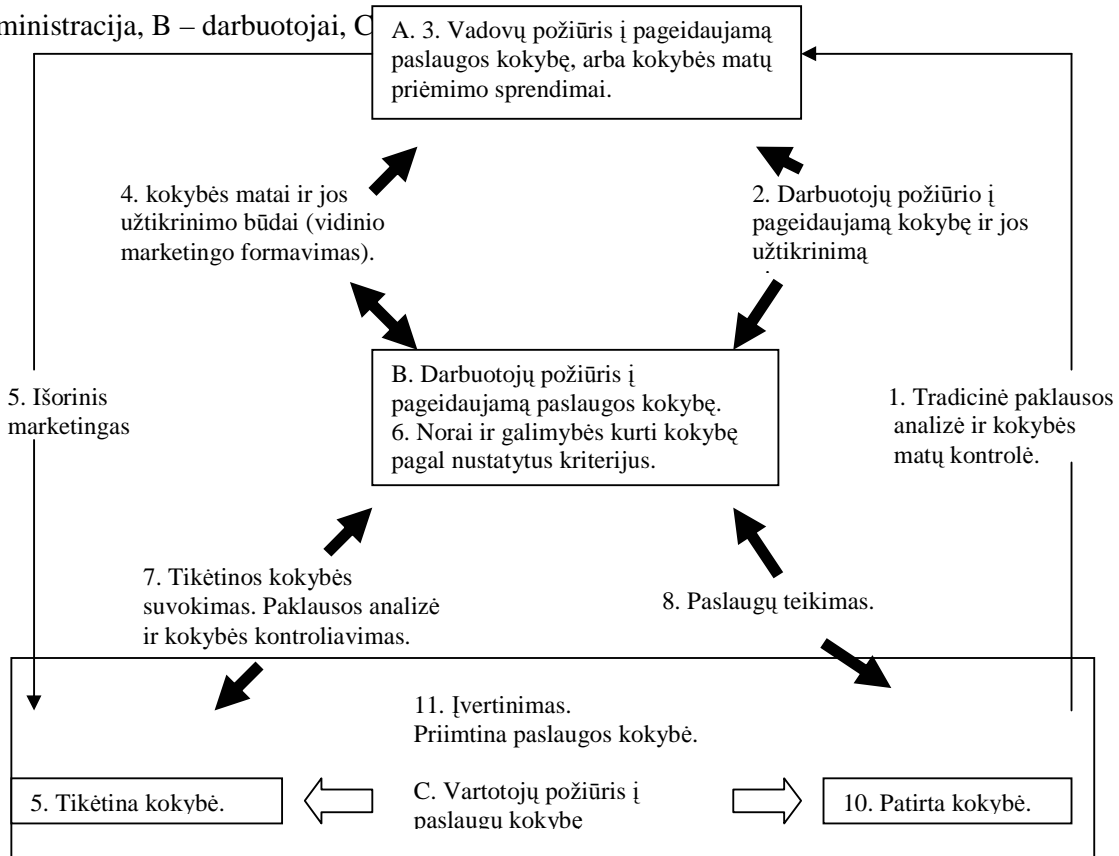
- *Igimtą tobulumą.* Tai – transcendentinis požūris į kokybę, kuris akcentuoja, kad žmonės mokosi pažinti kokybę, įgiję patyrimo (pakartotinai vartojant paslaugą arba naudojantis preke). Vadybiniu požūriu toks apibrėžimas menkavertis, nes juo sunku vadovautis.
- *Produktą* (prekę ar paslaugą). Kokybę apibudina tiksliai nusakomi ir išmatuojami kintamieji, pavyzdžiui, paslaugos atliki trukmė, telefono signalų, iki atsilieps greitosios pagalbos stoties dispečeris, ir pan. Tai objektyvus kokybės aiškinimas, tačiau jo trūkumas tas, kad neįvertina individualaus vartotojo poreikių, preferencijų, skonio.
- *Vartotoją.* Ar paslauga kokybiška, ar ne, sprendžia pats vartotojas. Tai subjektyvus kokybės aiškinimas, kuris paslaugos teikėjui sukelia dvi problemas: 1) kaip sužinoti, kokios privalo būti paslaugos savybės, kad tenkintų kuo daugiau vartotojų; 2) kaip atskirti pasitenkinimą sąlygojančius požymius nuo kokybės atributų.
- *Procesą.* Kokybiška paslauga yra ta, kuri atitinka nustatytus paslaugų teikimo standartus. Tokio požūrio į kokybę trūkumas tas, kad standartai neįvertina vartotojų poreikių ir prioritetų. Iš esmės kokybės užtikrinimas prilyginamas technologinio proceso kontrolei. Sakykim, greitosios pagalbos brigada mieste pas pacientą turi nuvykti per 10 min. Ištikus nelaimėi, paciento ir jo artimųjų tokia trukmė netenkina. Nepaisant to, jei medikai atvyko per tokį laiką ir suteikė jų supratimu būtiną pagalbą (tik medikai sprendžia, ar reikalinga stacionarinė pagalba, ar ne), reiškia, kad vidiniai greitosios pagalbos teikimo standartai nepažeisti, taigi paslauga yra kokybiška. Vartotojo nuomonė, jei kokybė apibūdinama remiantis procesą reguliuojančių standartų vykdymu, neįvertinamas.
- *Vertę.* Šiuo atveju kokybės sampratoje integruojama vertė ir kaina. Kokybiška paslauga yra ta, kuriai būdinga rezultato (atitikimo) arba atlikimo (proceso) ir vartotoją tenkinančios kainos pusiausvyra..

Į produktą ir procesą orientuotas požūris apibrėžiant kokybę turi objektyvų pradą, be to, jis akcentuoja vidinį kokybės vertinimą. Transcendentinis, į vartotoją ir vertę orientuoti požūriai atspindi subjektyvų kokybės vertinimą. Tai suprantama, nes svarbiausius kokybės matavimo svetus turi organizacijos išorėje esantis vartotojas (Bagdonienė, L., Hopenienė, R., 2004, p. 101).

Taigi galima vienareikšmiškai nusakyti, kad kokybė yra sudėtinga. Paslaugų kokybės nustatyti standartai turi padėti paslaugų organizacijai suvienyti darbuotojus ir padalinius kokybės misijai įgyvendinti – patenkinti vartotojų bei personalo, savininkų, steigėjų poreikius.

Kokybė turi būti gerinama ne tik programomis ar agitacijomis. Tai turėtų būti valdomas procesas. Vienas svarbiausių tikslų užtikrinti vadinamąjį „kokybišką personalo elgesį“, akcentuojant kokybės svarbą ir kiekvieno darbuotojo indelį. Administracijos uždavinys – rūpintis, kad kokybės gerinimo procesas nenustotų (Vitkienė, E., 2004, p. 43).

11 pav. pateikta paslaugų kokybės valdymo schema, kur išskirtos trys pagrindinės grupės: A – administracija, B – darbuotojai, C – vartotojai.



11 pav. Paslaugos kokybės valdymo schema (Gronroos, 1990).

Šaltinis: Vitkienė E. (2004). Paslaugų marketingas. Klaipėda.

Administracijos lygmuo (A): valdymo procesas, kuris prasideda nuo kokybės paklausos ir paslaugų kokybės reikalavimų nustatymo (1); darbuotojų požiūrio į kokybę, jos suvokimo lygio ir darbuotojų veiklos savitarpio analizės (2); suvokimo ir savitarpio analizės reikia tam, kad būtų žinomi su paslaugų kokybe susiję nurodymai (3); jie reikalingi, siekiant įgyvendinti numatytą vidinį marketingą bei pateisinti vartotojų lūkesčius (4). Šiame lygmenyje planuojamos išorinio marketingo programos, nustatomi pagrindiniai paslaugų kokybės veiksnio kontrolės matai (5).

Darbuotojų lygmuo (B): svarbu nustatyti kokybės standartus, kuriuos formuoja bendras darbuotojų požiūris (6) – su vartotojais sąveikaujantys darbuotojai (kontaktiniai asmenys) iš rinkos gauna signalus ir gali išaiškinti vartotojų lūkesčius. Jie gali analizuoti paklausą ir vartotojų norus (7). Taip per vartotojo ir paslaugos teikėjo sąveiką kontroliuojama kokybė, nes tuo pačiu metu jie dalyvauja paslaugos teikimo ir vartojimo procese (8).

Vartotojų lygmuo (C): nustatoma priimtina paslaugos kokybė (9). Vartotojai tikisi tam tikros paslaugos kokybės ir ją patyrę arba lieka patenkinti, arba jų lūkesčiai neišsipildo (10). Vartotojų kokybės vertinimo rezultatas – priimtinos kokybės nustatymas (11). Priimtina kokybė priklauso ne tik nuo to, kaip paslaugų įmonė dirba, bet ir nuo išorinio marketingo kryptingumo (kaip patenkinami vartotojų lūkesčiai) (Vitkienė, E., 2004, p. 44).

Taigi, pagrindinis paslaugos kokybės arbitras yra klientas, kuris dalyvauja paslaugos procese, tai suprantama, kad jos gerinimui svarbią reikšmę įgyja sąveika su klientu.

2.2. Paslaugų kokybės suvokimas vartotojų požiūriu bei ją įtakojantys veiksniai

Paslaugų vartotojas paslaugų kokybę vertina kitais būdais nei paslaugos teikėjas. Paprastai vartotojas, apibūdinamas paslaugų kokybę, jos neskaido ir neanalizuoja, o išreiškia tam tikromis savybėmis, kurios, jo požiūriu, atrodo svarbios. Šios savybės paprastai integruoja techninę¹ ir funkcinę kokybę² (Langvinienė, N., Vengrinė, B., 2005, p. 80).

Pagal Ch. Gronroos yra išskiriamos pagrindinės vartotojo vertinamos paslaugų savybės:

1. *Profesionalumas ir įgūdžiai.* Tai kriterijus, parodantis, ar paslaugos teikėjas bei jo darbuotojai turi žinių ir įgūdžių, taip pat sistemų ir fizinių resursų, reikalingų profesionaliam jų problemų sprendimui (Šmergelienė, V., Patackienė, N., 2004, p. 268).

Profesionalus aptarnavimas yra didžioji dalis paslaugų įmonės sėkmė. Atlikti tyrimai atskleidė akivaizdžią tendenciją: vertinant visuminį kliento pasitenkinimą vartojimu paaiškėjo, kad pasitenkinimas pačiu produktu sudaro tik 30 proc. ir net 70 proc. klientų pasitenkinimo priklauso nuo aptarnaujančio darbuotojo elgsenos. Klientus aptarnaujantis darbuotojas daro labai didelę įtaką paslaugos kokybei. Iš tiesų nuo jo didžiąja dalimi priklauso su koku jausmu klientas išeis pro duris ir ar norės sugrįžti dar kartą. Kliento pasitenkinimui įmonės paslaugomis nepaprastai didelės įtakos turi tiesiogiai su žmogumi bendraujantis įmonės darbuotojas. Jis bendraudamas su klientu reprezentuoja visą organizaciją. Egzistuoja keturi svarbiausi principai: dėmesys klientui, tikslumas

¹ Techninė (išorinė) kokybė – tai, ką vartotojas gauna paslaugos vartojimo metu.

² Funkcinė (procesų) kokybė – tai suteikimo techninės kokybės būdas.

ir aiškumas, punctualumas ir paslaugos suteikimas iki galo. Pažeidus bet kuri iš jų, klientas neišvengiamai liks daugiau ar mažiau nepatenkintas (Stankevičienė, A., 2003, p. 1-2).

Kitas įmonės sėkmės veiksnys yra įmonės aplinka. Psichologai nustatė, kad aplinka, kurios spalvos yra suderintos, traukia, skatina kurti, ramina, gerina žmonių tarpusavio bendravimą. Spalva turi didelį poveikį žmogaus psichologinei būsenai ir intelektui. Spalvos veikia žmogaus jausmus, bet ne jo logiką (Šulčienė, A., 2005, p.19-23).

2. *Požiūris ir elgsena.* Vertindami kokybę, paslaugų vartotojai atsižvelgia į kontaktuojančio personalo suinteresuotumą, dėmesį, mandagumą, pagarbą. Turi reikšmės, vertinant paslaugos kokybę, kontaktuojančio personalo išvaizda, kalba. Vartotojas atsižvelgia į tai, kaip personalas elgiasi, kaip paaiškina paslaugą, jos kainą, ryšį tarp paslaugos ir kainos. Vertinimas individualus dėmesys, nuolatinių klientų pažinimas, geranoriškumas (Vengrienė, B., 2006, p. 37).

Šypsena, malonus bendravimas, paslaugumas – tokio elgesio tradiciškai tikimasi iš bet kurio aptarnavimo sferoje dirbančio žmogaus. Labai svarbu, kaip mus pasitinka mus aptarnaujantis asmuo. Daugybės tyrimų rezultatai rodo, jog pirmasis kliento emocinis išpuolis apie jį aptarnaujantį žmogų susiformuoja per pirmąsias 5 – 7 bendravimo sekundes. Tačiau malonus elgsys – tik pradžia. Paviršutiniškas kliento poreikių ir galimybių įvertinimas neretai lemia tai, kad įmonės paslauga ne visiškai atitinka kliento lūkesčius ir jis lieka nepatenkintas. Svarbu pažymėti, kad profesionalus aptarnaujantis darbuotojas gali „sumažinti“ kliento lūkesčius jei jie yra nepagrįstai per dideli, tuomet ir nepalanki kliento reakcija menkia tikėtina. Kitaip tarant, klientui visada reikia žadėti tik tai ką įmanoma laiku ir kokybiškai padaryti.

Dirbantiems aptarnavimo sferoje visada reikia turėti galvoje, kad kiekvieno kliento suvokimas ir vertinimai yra subjektyvūs ir skirtingi. Todėl aptarnaujantis darbuotojas, kuo išsamiau išsiaiškines kliento pageidavimus, turi stengtis prisiderinti prie kliento poreikių ir asmeninių bei elgsenos ypatumų (Stankevičienė, A., 2003, p.1-2).

Taigi, aptarnaujančio personalo bendravimo įgūdžiai priklauso nuo gebėjimo bendrauti su klientu, užmegzti ir pabaigti pokalbį, laikyti akių kontaktą, demonstruoti mandagumą, paslaugumą, dėmesingumą ir pan. Profesinėms žinioms ir įgūdžiams priklauso darbuotojų gebėjimas patraukliai ir teisingai klientui pateikti visą reikiamą informaciją, parduoti paslaugą ar prekę, operatyviai aptarnauti ar išspręsti kliento problemą ir pan. (http://www.tnsgallup.lt/lt/disp.php/lt_news/lt_news_75).

3. *Prieinamumas ir lankstumas.* Ši sąvoka apima tai, kaip paslauga pasiekama, telefono, transporto ryšių su firma būklę. Vartotojas vertina darbo laiko patogumą, trumpą laukimo laiką, patogią paslaugos atlikimo vietą.

4. *Patikimumas*. Tai galėjimas įvykdyti žadėtas paslaugas ne tik patikimai, bet ir tiksliai. Įvykdyti patikimas paslaugas yra vartotojo lūkestis, kuris reiškia, kad paslauga yra atlikta laiku, tuo pačiu būdu ir kiekvieną kartą be klaidų. Pavyzdžiui, pašto gavimas maždaug tuo pačiu laiku kiekvieną dieną daugumai žmonių yra svarbiausia (Fitzsimmons, J.A., Fitzsimmons, M.J., 2004, p. 132).

Vartotojui svarbu pasitikėjimas paslaugos teikėju. Jis tikisi, kad firma jį aptarnaus su tokiu dėmesiu, lyg paslaugą atliktų pirmą kartą. Vertinamas kruopštumas sąskaitoje, tinkamas įrašų saugojimas, paslaugos savavališkumas, greitas vartotojo iškvietimas, tikslus pašto pervedimų atlikimas, pažadų tesėjimas, kontaktuojančio personalo asmeninės savybės. Čia įeina kompanijų reputacija, fizinio, finansinio saugumo, konfidencialumo laidavimas (Vengrienė, B., 2006, p. 37).

Organizacijos įvaizdis – tai žmonių įspūdis apie organizaciją. Jis susidaromas žmogui asmeniškai susidūrus su įmone, klausantis visuomenėje sklindančių gandų ir iš įvairių žiniasklaidos pranešimų (Jazdauskienė, V., 2004, p. 60-61).

Pirmąjį įspūdį sukuriantys faktoriams priklauso tokie bendrą kliento patitenkinimą nulemiantys faktoriai kaip interjeras, švara, aptarnaujančio personalo bendra išvaizda, lankytojų kontingentas ir pan. (http://www.tnsgallup.lt/lt/disp.php/lt_news/lt_news_75).

Klientas lieka labai patenkintas tik tada, kai gauna iš organizacijos daugiau negu tikėjosi. Tai nebūtinai turi būti didelės nuolaidos arba papildomos paslaugos. Žmonės džiugina net ir maži, atrodytų nesvarbūs dalykai. Akivaizdu, kad visiems pirmiausia svarbu išmokti bent jau suteikti klientui tai, ko jam reikia ir kas pažadėta.

Svarbu ne tik atlikti tai, ką esame pažadėję. Nemažiau svarbu pasiteirauti klientą ar jis patenkintas suteiktomis paslaugomis, produktais vartojimo metu. Svarbu parodyti klientui dėmesį po pardavimo ir aptarnavimo. Patenkintos, ko gero, liktu abi pusės: klientas susilaukęs papildomo dėmesio, o įmonė gautu informacijos savo paslaugų tobulinimui (Stankevičienė, A., 2003, p.1-2).

5. *Kompensavimas*. Vertindamas kokybę, vartotojas atsižvelgia į tai, ar paslaugos teikėjas suinteresuotas ieškoti išeities situacijai kontroliuoti, jei paslaugos teikimo metu atsitiko kas nors nenumatyta (Vengrienė, B., 2006, p. 37).

Dėl ne laiku suteiktų paslaugų kyla daugybė konfliktų, ir dėl to visų pirma kenčia organizacijos įvaizdis bei prestižas. Be abejo, visada pasitaikys situacijų, kai nustatytus terminus teks keisti dėl objektyvių priežasčių. Tačiau paslaugų įmonės turi visada prisiminti, jog klientas dėl bet kokių nesklandumų ims kaltinti darbuotojus ir pačią įmonę. Egzistuoja nesikeičianti taisyklė: apie bet kokią vėlavimą įmonės atstovas turi visada pirmas pranešti klientui, o ne laukti, kol jis pats ims domėtis nesklandumo priežastimis. Visiškai normalu informuoti klientą, kad jo užsakymas vėluoja, tačiau taip pat būtina aiškiai nurodyti priežastis. Žmogus supyks, tačiau tikrai ne tiek, kaip tuo atveju, jei būtų buvęs priverstas domėtis pats. Jei vėluojama ilgesnį laiką, o klientas patiria nuostolių – tokiems atvejams reikia turėti kompensavimo sistemą. Labai tikėtina, kad greitai

išsprendęs susidariusią situaciją, pasiūlė abejoms pusėms priimtinausią sprendimą, susigražinsime kliento pasitikėjimą (Stankevičienė, A., 2003, p. 1-2).

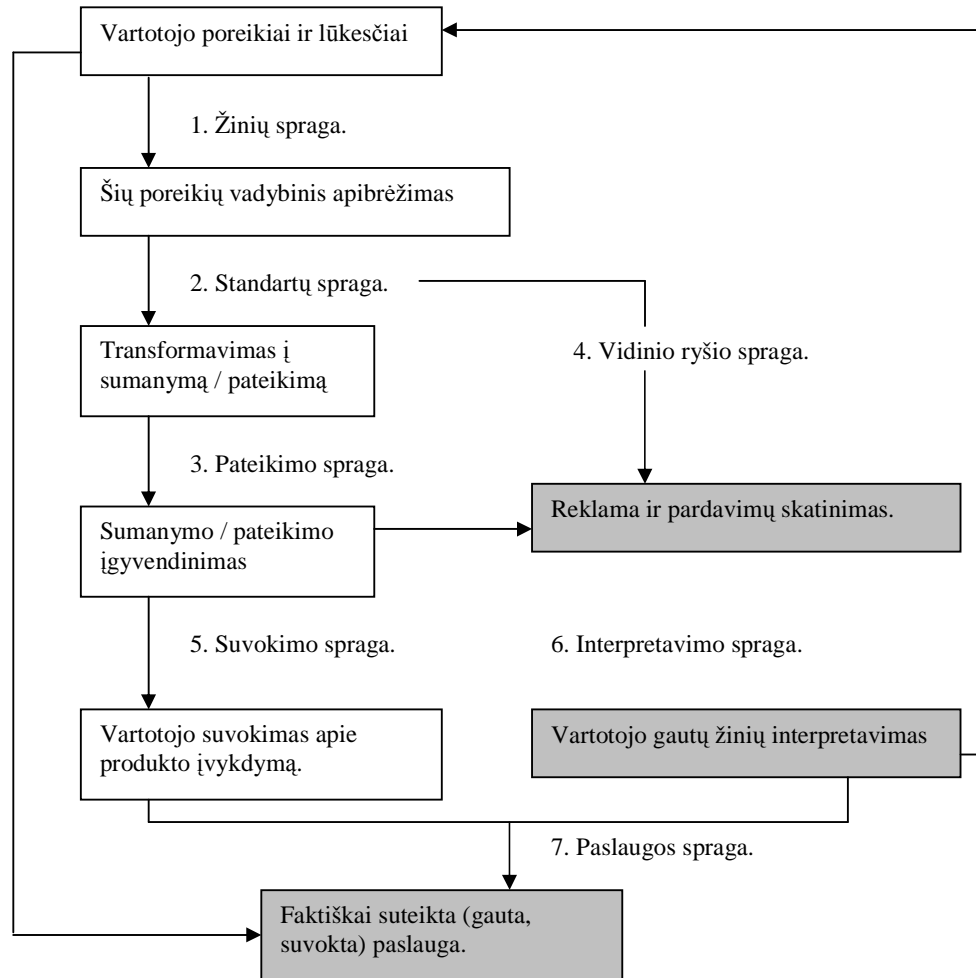
Kiekvienas paslaugų sektorius turi savo specifiką, nuo kurios priklauso bendras klientų pasitenkinimas – tai lankstumas ir kūrybiškas kliento problemos sprendimas. Įsivaizduokime, kad įnoringas klientas pateikia padavėjui sąrašą ingredientų iš kurių turėtų būti pagamintos salotos jo mažamečiui vaikui. Padavėjo reakcija – “mes tokių negaminame”, ar vis dėl to, įvertinus virtuvės galimybes, - greitas kliento užsakymo išpildymas. Kūrybingas kliento problemos sprendimas yra pažengusio klientų aptarnavimo etapas. Įmonėms, kurios sugeba lanksčiai ir kūrybingai spręsti kliento problemas, yra būdingi du dalykai. Pirmiausia, tokioms įmonėms (ir vadovams, ir aptarnaujančiam personalui) iš tikrųjų rūpi jų klientai. Kitas momentas – tokiose įmonėse darbuotojai turi įgaliotumus lanksčiai ir kūrybiškai spręsti klientų problemas. Kitaip sakant, net jeigu darbuotojams ir rūpi klientas, bet jų rankos yra “surištos”, jie problemos neišspręs. Ir atvirkščiai, įgaliotimai dažnai motyvuoja net ir entuziazmu netrykštančius darbuotojus, nes turėti įgaliotumus yra malonu. Tad, siekdami patenkinti klientą, pagalvokime ir apie tai, ar aptarnaujantis personalas yra įgaliotas priimti lanksčius sprendimus? (http://www.tnsgallup.lt/lt/disp.php/lt_news/lt_news_75).

6. *Kreditabilumas*. Vartotojai didelę reikšmę teikia paslaugų firmos pasirengimui pateikti vertę, adekvačią sumokėtiems pinigams. Esant nenumatytai situacijai, firma turi būti pasirengusi padengti nuostolius vartotojui (Vengrienė, B., 2006, p. 37).

Taigi, kiekvienas vartotojas turi savus kokybės vertinimo kriterijus, antraip būtų sunku paaiškinti tokią mokslinėse publikacijose pateiktų kriterijų gausą. Be to, vartotojas suteikia kiekvienam kokybės vertinimo kriterijui individualų turinį ir svarbą, todėl šie įgyja tam tikrą hierarchiją. Tai dar viena priežastis, dėl kurios, nėra prasmės unifikuoti vartotojų kokybės vertinimo kriterijų (Bagdonienė, L., Hopenienė, R., 2004, p. 137).

Kaip žinome, vis dažniau gamybinės įmonės siūlomą vartotojui gaminį sustiprina paslaugomis arba, atvirkščiai, daugėja tokių paslaugų, kurių sudėtyje esama materialinių elementų (tai gali būti prekė, pusfabrikatis ir kt.) tokiu atveju vartotojas vertina pasiūlymo visumą (prekės ir paslaugos derinį), o ne atskirai paslaugas ir materialinius elementus.

Už kokybiškos paslaugos teikimą atsakingas ir paslaugų teikėjas, ir vartotojas (12 pav.). Tačiau jų požiūriai ir vertinimai ne visuomet sutampa, susidarę kokybės traktavimo skirtumai – tai giluminės prasto kokybės vertinimo prielaidos.



12 pav. Pagrindinės paslaugų kokybės spragos

Šaltinis: Langvinienė N., Vengrinė B. (2005). Paslaugų teorija ir praktika. Technologija. Kaunas.

Pagrindinės kokybės spragos, sąlygojančios vartotojo nepasitenkinimą paslaugų kokybe (Parasuraman, 1985):

- Žinių spraga – tai paslaugos teikėjų turimų žinių (numatymo) apie vartotojų lūkesčius ir tikrųjų vartotojų poreikių bei lūkesčių skirtumas;
- Standartų spraga – tai vadovų suvokimo apie vartotojų lūkesčius ir paslaugos teikimui įdiegtų kokybės standartų skirtumas;
- Pristatymo, pateikimo spraga – tai tam tikrų paslaugos teikimo standartų ir paslaugos teikėjo faktiško atlikimo skirtumas;
- Vidinė komunikacijos (susisiekimo) spraga – tai skirtumas tarp to, kas, įmonės reklamos ir pardavimo darbuotojų nuomone, yra produkto savybės, atlikimas ar paslaugos kokybės lygmuo, ir to, ką įmonė realiai gali pateikti;

- Suvokimo spraga – tai skirtumas tarp to, kas faktiškai buvo pateikta, ir to, ką vartotojai suvokia gavę (kadangi jie negali tiksliai įvertinti paslaugos kokybės);
- Interpretacijos spraga – tai paslaugos teikėjo komunikacijos priemonėmis faktiškai išsakytų pažadų ir to, kas, vartotojų nuomone, buvo pažadėta skirtumas;
- Paslaugos spraga – tai vartotojų lūkesčių ir jų suvokimo apie faktiškai suteiktą paslaugą skirtumas. Paslaugos spraga yra pati svarbiausia, nes ji atspindi bendrą vartotojų įvertinimą, palyginti su tuo, ko buvo laukta (tikėtasi), su tuo, kas realiai gauta. Pagrindinė užduotis gerinant paslaugos kokybę yra kuo labiau susiaurinti šią spragą (Langvinienė, N., Vengrinė, B., 2005, p. 82).

Teigdami paslaugas, paslaugų teikėjai iš esmės remiasi paslaugai keliamais reikalavimais, standartais. Tačiau vartotojai retai vertina atitiktį standartams kaip kokybišką paslaugą. Jiems atrodo, jog savaime suprantama, kad paslaugų teikėjas turi laikytis įstatymų ir standartų konkrečiai paslaugai teikti.

2.3. Paslaugų kokybės vertinimo modeliai

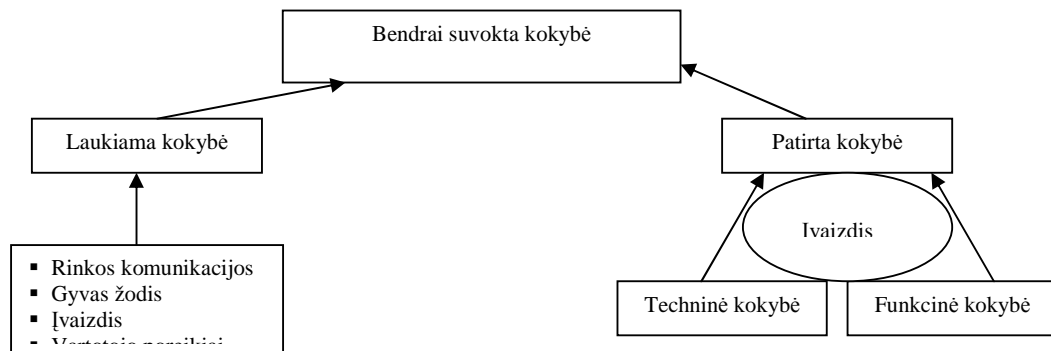
Paslaugų kokybės sąvoka yra sudėtinga. Dauguma paslaugų vartotojų paslaugų kokybę supranta kaip visų lūkesčių patenkinimą (Edvardson, etc. 1994).

Turizmo paslaugų kokybę apibrėžiama kaip visų turizmo paslaugų vartotojų poreikių, reikalavimų bei lūkesčių patenkinimą visais įstatymais pagrįstais būdais, priimtina kaina, kuri adekvati paslaugos kokybei, remiantis tokiais kokybės indikatoriais kaip saugumas ir apsauga, higiena, pasiekiamumas, suprantamumas, autentiškumas ir visos turizmo veiklos harmonija žmoniškoje ir gamtinėje aplinkoje

Pasak L. Bagdonienės ir R. Hopenienės (2004), paslaugų kokybės tyrimams plačiai taikomi modeliai, sujungiantys teoriją ir praktiką. Modelyje atsiribojama nuo tyrimui mažai reikšmingų elementų ir analizuojami tie, kurie daro didžiausią poveikį kokybei. Kokybės modelio pasirinkimas lemia paslaugos prigimtį ir tyrimo tikslai. Autorės teigia, jog mokslinėje literatūroje pateiktus modelius, priklausomai nuo tyrimo pobūdžio, galima būtų skirstyti į tris grupes: 1. vartotojo kokybės suvokimo, 2. paslaugų teikimo proceso, 3. paslaugų teikimo sistemos.

Tirdama kokybę paslaugų organizacija turėtų taikyti ne vieną, o kelis modelius. Jei naudojasi tik vienu modeliu, sutaupoma lėšų ir greitai gaunami rezultatai, tačiau modeliu neatspindi, kokia yra paslaugos kokybė. Kokybės tyrimas turėtų būti kompleksinis. Tyrimo rezultatai parodytų, ar paslaugos nauda, užkoduota koncepcijoje, atitinka vartotojo poreikius, ar gerai suderintas paslaugos procesas ir ar sklandžiai veikia paslaugų teikimo sistema.

Kalbant apie vartotojo kokybės suvokimą kaip pavyzdį L. Bagdonienė ir R. Hopenienė (2004), pateikia Ch. Gronroos bendrai suvoktos kokybės modelį (6 pav.). Pasak autoriaus, bendroji kokybė turi dvi dimensijas: techninę ir funkcinę. Techninė kokybė atspindi tai, ką vartotojas gauna paslaugos metu; tai — kokybės išorinė išraiška. Ji susijusi su materialinėmis paslaugos teikimo priemonėmis ir technologijomis, atitinkančiomis nustatytus standartus. Prieš teikiant paslaugą, apčiuopiamas priemonės vartotojui galima pademonstruoti. Šių priemonių kokybė veikia būsimos paslaugos lūkesčius.



13 pav. Bendrai suvokta paslaugos kokybė pagal Ch. Gronroos (1990), L. Bagdonienė ir R. Hopenienė (2004)

Vartotojas jautriai reaguoja į tai, kaip teikiama paslauga. Tai antroji — funkcinė — paslaugų kokybės dimensija. Vartotojo nuomonę apie kokybę formuoja teikėjo elgsena, kitų vartotojų teigiamas ar neigiamas poveikis, žinios apie paslaugą ir kiti veiksniai (Bagdonienė, Hopenienė, 2004).

Ch. Gronroos atskleistos kokybės dimensijos labai svarbios metodologiniu požiūriu. Jos aiškina, kad vartotojas, vadovaudamasis atitinkamais kriterijais, vertina ne tik galutinį rezultatą, bet ir visą jos teikimo procesą.

Vėliau Ch. Gronroos kokybės dimensijas papildė kokybės lygiais ir kokybės suvokimą sąlygojančiais veiksniais. Pastarasis modelis paaiškina, kad bendrai suvoktai paslaugos kokybei įtaką daro tai, ko vartotojas tikėjosi, ir tai, ką jis patyrė naudodamasis paslauga. Kitaip tariant, tam tikri veiksniai sąlygoja, kad formuojasi du kokybės lygiai — laukiama ir patirta kokybė. Laukiamą paslaugos kokybę veikia įvairūs veiksniai, besiskiriantys paslaugų organizacijos galimybe juos valdyti.

Rinkos komunikacijos procesas padeda paveikti informacijos gavėją ir sukelti pageidaujamą jo reakciją. Tam naudojama reklama, įvairios populiarinimo formos, pardavimų skatinimas ir kt. Komunikacijos priemonės formuoja vartotojo paslaugos lūkesčius. Paslaugų organizacija tiesiogiai kontroliuoja rinkos komunikacijos procesą, todėl gali keisti ir komunikacijos tikslą, ir priemones.

Dalyvaudamas teikiant paslaugą, vartotojas stebi visą šį procesą, ar jo dalį, bendrauja su darbuotojais ir kitais vartotojais, todėl *gyvas žodis*, pasak Ch. Gronroos, labai veikia įvaizdžio apie paslaugų organizaciją formavimąsi. Jei įvaizdis teigiamas, tai pasitaikančios nedidelės klaidos

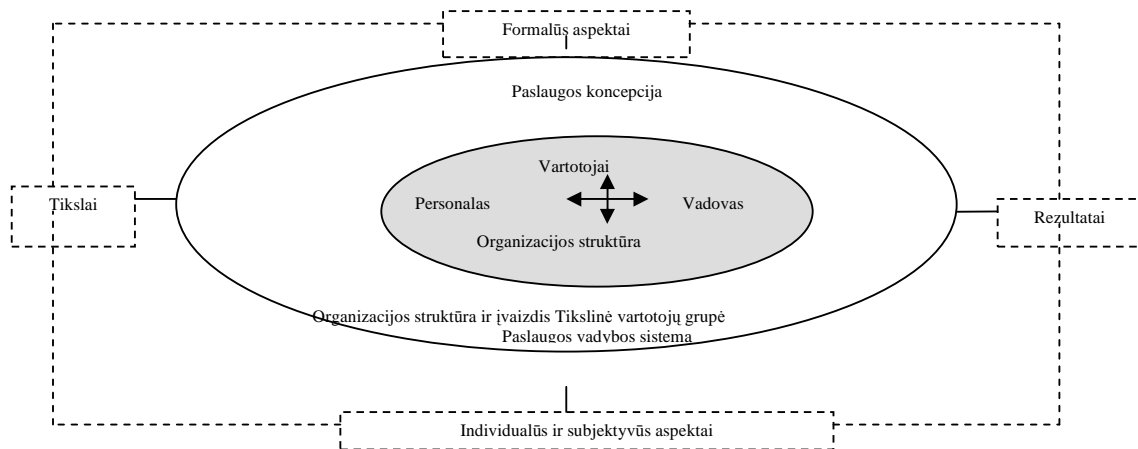
nesukelia vartotojo nepasitenkinimo. Priešingu atveju, kai įvaizdis prastas, net ir nedideli paslaugos teikimo sutrikimai gali turėti neigiamų pasekmių.

Bene svarbiausias laukiamos kokybės veiksnys yra poreikiai. Skirtingose situacijose naudodamasis ta pačia paslauga, vartotojas turi ne vienodus poreikius, todėl skiriasi ir paslaugos kokybės lūkesčiai.

Apibendrinant Ch. Gronroos kokybės modelį, galima teigti, kad bendrai suvokiama paslaugos kokybę lemia laukiama ir patirta kokybė. Laukiama kokybė yra kelių veiksmų funkcija, o patirtos kokybės dimensijos (techninė ir funkcinė) atspindi rezultato ir proceso kokybę (Bagdonienė, Hopenienė, 2004).

Bagdonienė ir Hopenienė pateikia B. Edvardson ir B. O. Gustavsson įvertinimo modelį, kuris padeda išsamiai išnagrinėti kokybės problemas ir klaidas (7 pav.). Autoriai vadovaujami prielaida, kad, nors paslaugų kokybės nesklandumai organizacijose skiriasi, modelyje pateikti kokybės determinantai gali padėti juos išaiškinti ir nagrinėti bet kurioje paslaugų organizacijoje. Įvertinimo šerdis — L. Bagdonienės ir R. Hopenienės (2004) modifikuota R. Normann paslaugų vadybos sistema. Ją sudaro:

- tikslinė vartotojų grupė. Pasirinkdama tikslinę vartotojų grupę, paslaugų organizacija privalo kruopščiai pasirinkti tuos vartotojus, kurių poreikius geriausiai tenkintų jos pasiūla.
- paslaugos koncepcija. Ji atskleidžia vartotojui siūlomą naudą arba privalumus, įgaunančius skirtingas apraiškas: materialinę, psichologinę ar jausminę. Šie privalumai neretai sudaro hierarchinę seką;
- paslaugos teikimo posistemis, kurio elementai yra personalas, vartotojai, fizinė aplinka ir organizacijos struktūra;
- organizacijos kultūra ir įvaizdis.



14 pav. Įvertinimo modelis pagal B. Edvardsson ir B.O. Gustavsson

B. Edvardson ir B. O. Gustavsson pažymi, kad, taikant įvertinimo modelį kokybei tirti, būtina suvokti du svarbius dalykus:

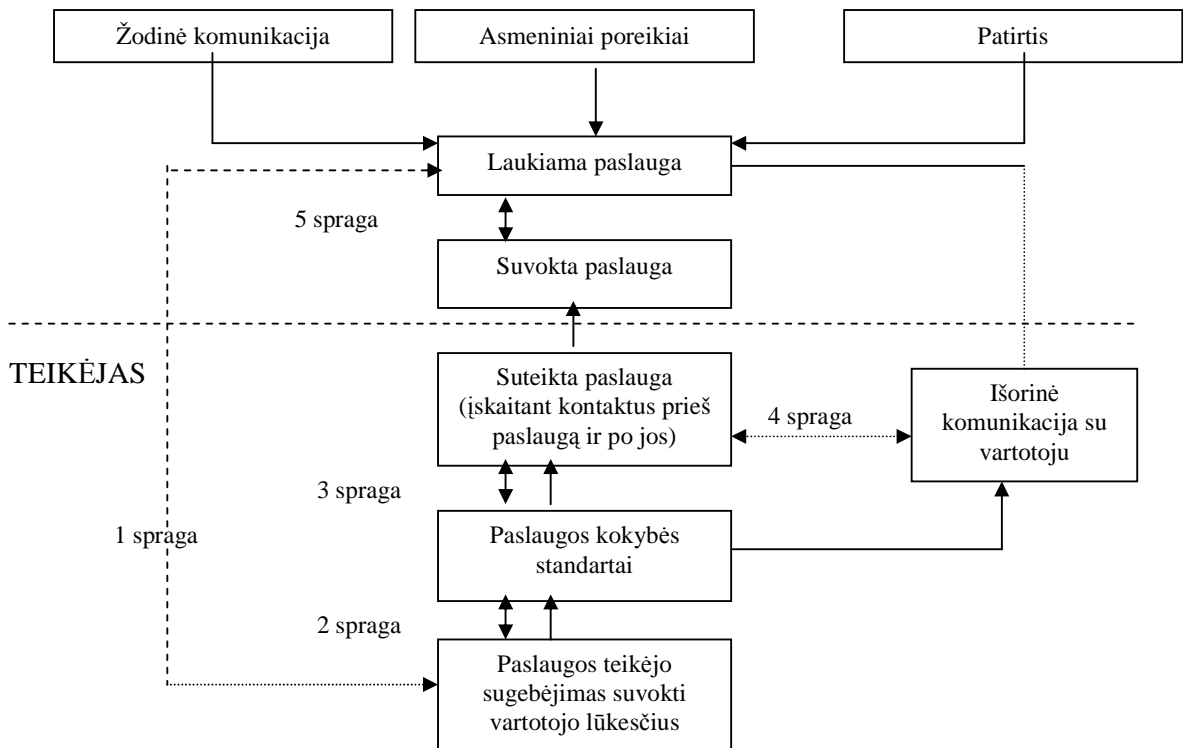
- 1) visada esama neatitikties tarp viešų pareiškimų ir tikrųjų nuostatų,
- 2) pagrindinė socialinių sistemų neatitiktis yra idėjos (tikslų) ir veiksmo (rezultato).

Įvertinimo modelyje išskirto keturios kokybei svarbios analizės sritys:

- formalūs tikslai. Informacija šiai analizei turi aukščiausiasis organizacijos lygmuo.
- subjektyvūs tikslai. Tiriama, kaip paslaugų organizacijos personalas suvokia tikslus.
- formalūs rezultatai. Analizės tikslas — įvertinti organizacijos veiklą, remiantis oficialiais dokumentais, pavyzdžiui, balansu, pinigų srautų ataskaita ir kt.;
- subjektyvūs rezultatai. Dėmesys sutelkiamas į tai, kaip personalas suvokia ir vertina veiklos rezultatus, vartotojų ir organizacijos santykius.

Pasak L. Bagdonienės ir R. Hopenienės, gauta informacija teikia galimybę atlikti nuoseklią analizę ir nustatyti pagrindinį šių sričių nesuderinamumą. A. Parasuraman, V. A. Zeithaml ir L. L. Berry modelis atskleidžia, kad kokybę formuoja du subjektai — vartotojas ir paslaugų teikėjas — ir kaip įvairios spragos arba skirtumai paslaugų teikimo procese gali paveikti vartotojo kokybės suvokimą (15 pav.).

VARTOTOJAS



15 pav. Paslaugų kokybės spragų modelis pagal A. Parasuraman, V. A. Zeithalm ir L. L. Berry (1985)

Galima išskirti du sąlyginius modelio kūrimo etapus. Pirmame etape mokslininkus domino, kas yra paslaugos kokybė vartotojo požiūriu, todėl buvo sudarytos ir tiriamos keturių grupių paslaugų vartotojų tikslinės (fokus) grupės. Kokybės lūkesčiai buvo nustatomi remiantis vartotojų patirtimi, jų poreikiais, potencialiems vartotojams paskleidžiamam nuomone ir teikėjo komunikaciniais pranešimais.

Šių tyrimų rezultatai leido mokslininkams paslaugų kokybę apibūdinti kaip skirtumą vartotojų lūkesčių, kuriuos jie puoselėja dėl geriausiojo paslaugų teikėjo aptarnavimo, ir įprastinio teikėjo siūlomos paslaugų kokybės. Taigi vartotojo pasitenkinimas ar nepasitenkinimas priklauso nuo to, kokią paslaugą jis gavo. Jei paslauga viršija lūkesčius, vartotojas tai vertina kaip idealią kokybę, ir atvirkščiai, — jei nepasiekia net minimalaus lygio, — kaip nepriimtina.

Nustatę paslaugos kokybės suvokimo mechanizmą, A. Parasuraman, V. A. Zeithalm ir L. L. Berry sutelkė dėmesį į paslaugų teikėjų pastangų tyrimą. A. Parasuraman, V. A. Zeithalm ir L. L. Berry nustatė keturias vidines paslaugų organizacijos spragas:

Pirmąją kokybės spragą lemia vartotojų lūkesčių ir teikėjo gebėjimų juos suvokti neatitiktis. Modelio autoriai pažymi, kad paslaugų organizacijų vadovai menkai išmano, kokie paslaugos bruožai atitinka vartotojo poreikius ir koks turi būti paslaugos teikimas, norint užtikrinti aukštą aptarnavimo lygį. Kai paslaugų teikėjas deramai nesuvokia vartotojų lūkesčių, priimami netinkami sprendimai.

Antroji spraga — tai paslaugos teikėjo suvokiamų vartotojų lūkesčių ir jų modifikavimo į paslaugos savybes (kokybės standartus) neatitiktis.

Trečioji modelio nurodyta spraga atsiranda, kaip paslaugos teikimas nukrypsta nuo standartų. Svarbi nekokybiškos paslaugos priežastis gali būti ir nesudarytos būtinos darbo sąlygos arba nepakankama darbuotojų kompetencija. Visgi dažniausiai ši kokybės spraga atsiranda dėl personalo ambicijų, konfliktų, kokybės reikalavimų nepaisymo.

Ketvirtoji spraga — paslaugos teikimo ir marketingo komunikacijų neatitiktis. Kadangi lūkesčiai veikia vartotojo kokybės suvokimą, tai organizacija negali žadėti daugiau nei pajėgi ištesėti.

Penktąją kokybės spragą mokslininkai nustatė, nagrinėdami tikslinių vartotojų grupių atsakymus. Visi tyrime dalyvavę respondentai kokybę vertino, lūkesčius lygindami su patirta paslauga. Kuo didesnis laukiamos ir patirtos kokybės atotrūkis, tuo prasčiau vertina kokybę vartotojas. A. Parasuraman, V. Zeithalm ir L. Berry pabrėžia, kad 5-oji spraga yra visų keturių spragų funkcija (Bagdonienė, Hopenienė, 2004).

Pagrindiniai turizmo paslaugų kokybės veiksniai rodo, kad turėtų būti bendri turizmo kokybės vertinimo matai, į kuriuos turizmo paslaugų vartotojas atsižvelgtų pirkdamas turizmo

paslaugą. Kokybės vertinimo matai sukuria minimalų vartotojo apsaugos lygį prie kurio kokybė arba visuotinė kokybė gali būti pasiekama. Jei nebūtų nei vieno iš šių veiksmų — tai reikšmingai sumažėtų turizmo kokybės patyrimas. Kiekvienos organizacijos vienas iš svarbiausių uždavinių — suvokti, kaip susiformuoja suvokiama vartotojų paslaugų kokybė. Šis suvokimas leidžia gerinti įmonės teikiamų paslaugų kokybę ir stiprina konkurencingumą (Mikalauskiene, 2001).

Paslaugų kokybės vertinimas yra sudėtingas procesas, kadangi paslaugos yra neapčiuopiamos, neatskiriamos, naudojamos paslaugų teikimo metu, jos negali sugesti ir yra heterogeniškos. Galima išskirti vieną, aiškiausią ir populiariausią paslaugų kokybės matavimo metodą — Servqual modelį.

Servqual (angl. Service quality – paslaugų kokybė) metodika gali būti taikoma įvairių paslaugų kokybei matuoti. Sunku šią metodiką išskirti iš tų parametrų kuriuos apima Servqual. Pagal Servqual metodiką galima nustatyti paslaugos kokybės lūkesčius ir patyrimo skirtumo – koncepcijos.

Servqual yra skirtas nustatyti, įvertinti, išmatuoti paslaugų kokybę ir kaip ją supranta vartotojas (<http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/0750100605.html>).

Jo esmė ta, kad suvokiama paslaugų kokybė nustatoma kaip balų, kuriais įvertinama laukiama ir patirta kokybė, skirtumas.

A. Parasuraman, V. Zeithaml ir L. Berry nuomone, Servqual metodika gali būti taikoma įvairių paslaugų kokybei matuoti, nes tik nedaugelis paslaugų sferos organizacijų pasižymi tokiais išskirtinėmis paslaugų savybėmis, kurių šios metodikos parametrai negali atspindėti (<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=28&hid=117&sid=eccbc203-d315-45fa-a56c-856d5ea045f2%40SRCSM1>). Daugiau kokybės parametrų suvokiami vartojant. Tai paslaugos: prieinamumas; teikėjo patikimumas; paslaugumas; personalo gebėjimas suprasti vartotojus; pasirengimas padėti vartotojui (reagavimas); komunikabilumas.

3 lentelėje pateikti pirminiai Servqual kokybės kriterijai.

3 lentelė

Pirminiai SERVQUAL kokybės kriterijai

Paslaugos savybė – kokybės vertinimo kriterijus	Kriterijaus esmė	Pavyzdžiai
Patikimumas	Paslaugos pateikimas be jokių atsisakymų; suderėtu laiku; pažadų ištesėjimas	Teisingas sąskaitų pateikimas; tikslūs įrašai
Reagavimas	Personalo norai ir pasirengimas aptarnauti vartotoją; paslaugos suteikimas laiku	Greitas dokumentų, patvirtinančių sandėrio sudarymą, išsiuntimas; skubus atsiliepimas telefonu
Kompetentingumas	Personalo žinios ir įgūdžiai	Kontaktinio personalo mokėjimai; paramos personalo žinios ir įgūdžiai; organizacijos apskritai gebėjimai
Prieinamumas	Kontaktų užmezgimą trukdančių kliūčių nebuvimas	Paslaugų teikėjui lengva prisiskambinti, atsiliepęs asmuo neprašo palaukti; neilgai laukiama, kol bus suteikta paslauga; patogi paslaugos teikimo erdvė
Paslaugumas	Mandagus ir pagarbus kontaktinio personalo elgesys	Pagarba vartotojo asmeniniams daiktams; tvarkinga ir švari personalo apranga
Komunikabilumas	Gebėjimas bendrauti su vartotoju ta kalba,	Paslaugos esmės išaiškinimas, supažindinimas su paslaugos

	kurią jis moka, išklausymas, vartotojo norų supratimas	kainomis; vartotojo įtikinimas, kad organizacija gali išspręsti jo problemas
Pasitikėjimas	Organizacijos atvirumas ir garbingumas, pasirengimas tenkinti vartotojo poreikius	Organizacijos vardas ir reputacija; kontaktinio personalo asmeninės savybės
Saugumas	Grėsmės vartotojui nebuvimas, rizikos ir abejonių sumažinimas	Asmeninis, finansinis saugumas; informacijos konfidencialumas
Vartotojo pažinimas (supratimas)	Pastangos suvokti vartotojo poreikius	Konkrečių vartotojo reikalavimų žinojimas; individualus požiūris į kiekvieną vartotoją; nuolatinių vartotojų pažinimas
Apčiuopiamumas	Visi elementai, patvirtinantys paslaugos realumą	Materialinės galimybės; kontaktinio personalo apranga; instrumentai, įrengimai ir įranga, būtina paslaugai suteikti; materialus paslaugos simbolis (pavyzdžiui, plastikinė kortelė, čekis ir pan.); kitų vartotojų buvimas

Šaltinis: Bagdonienė, L., Hopenienė, R. (2004). Paslaugų marketingas ir vadyba. Kaunas: Technologija

SERVQUAL metodas sulaukė didelio marketinginio ir vadybos teoretikų bei praktikų dėmesio. Pasiūlytas kokybės matavimo būdas yra ganėtinai paprastas, bet efektyvus, kad atskleistų stipriąsias ir silpnąsias teikiamų paslaugų kokybės savybes.

Galima matyti kaip A. Parasuraman, V. Zeithaml ir L. Berry (pagal L. Bagdonienę ir R. Hopenienę, 2004) **patikimumą** apibūdina kaip vieną iš kokybės kriterijų vartotojo akimis. Vartotojų teisių gynimo įstatyme 8 straipsnyje nurodoma, kad teikiama paslauga turi būti tinkamos kokybės, t.y. paslaugos savybės neturi būti blogesnės, nei yra numatyta tai paslaugai taikomame techniniame reglamente (jeigu jis yra), paslaugų teikimo sutartyje bei numanomus kokybės kriterijus, atsižvelgiant į konkrečios paslaugos prigimtį (http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=233223).

A. Parasuraman, V. Zeithaml ir L. Berry (pagal L. Bagdonienę ir R. Hopenienę, 2004) 2 lentelėje pažymi, kad **reagavimas** - tai personalo norai ir pasirengimas aptarnauti vartotoją; paslaugos suteikimas laiku. F. S. Butkus (2002) pažymi, kad laiko sąnaudos — svarbus kokybės rodiklis. Pirmiausia - laukimo laikas, nes paslauga paprastai teikiama kliento iniciatyva, kai jis pajunta jos poreikį, o organizacija ne visada gali turėti pakankamai laisvų pajėgumų. Svarbi ir paslaugos teikimo proceso trukmė, ir paslaugos pasekmių tvarumo trukmė. Pasak S. Stankevičienės (2003), dėl ne laiku suteiktų paslaugų kyla daugybė konfliktų, ir dėl to visų pirma kenčia organizacijos įvaizdis bei prestižas. Be abejo, visada pasitaiko situacijų, kai nustatytus terminus tenka keisti dėl objektyvių priežasčių, tačiau aptarnavimo įmonės turi visada prisiminti, jog klientas dėl bet kokių nesklandumų ims kaltinti darbuotojus ir pačią įmonę. Kalbant apie reagavimą, galima pažymėti, kad D. Pietaris (2003) teigia, kad nors organizacija ir darbuotojai gali gerai pažinti savo klientus, vis dėlto klientų poreikiai kartais gali netikėtai pasikeisti. Tokiu atveju darbuotojai turi sugebėti tinkamai sureaguoti į tokius pasikeitimus.

Kitas 2 lentelėje minimas kriterijus, svarbus paslaugų kokybei, yra **kompetentingumas**. Vartotojas, žinoma, dažniausiai negali sužinoti kokia jį aptarnaujančio personalo profesija, ar kvalifikacijos laipsnis, tačiau jis gali įvertinti kaip atliekama paslauga. Tačiau, kaip pažymi E. Masalskienė ir V. Masalskis (2005), kompetentingumas, iniciatyvumas, novatoriškumas bei kitos savybės sudaro idealų darbuotojo portretą. Vis dėlto pažymima, kad šios savybės darbo vietoje, dažnai ir dėl pačių vadovų, yra slopinamos ir nerodomos. Toks faktas daro paslaugų kokybę prastesnę.

Kitas A. Parasuraman, V. Zeithaml ir L. Berry (pagal L. Bagdonienę ir R. Hopenienę, 2004) 2 lentelėje pateiktas kokybės matavimo elementas yra **prieinamumas**. Vartotojas turėtų lengvai susipažinti su jam svarbia informacija apie paslaugą.

Šypsena, malonus bendravimas, **paslaugumas** — tai kitas kriterijus, pridedantis vertės paslaugų kokybei. Pasak A. Ulčinskaitės (2003), „profesionalus bendravimas turi atitikti profesinės etikos normas ir standartus, kurių įsisąmoninimas priklauso nuo dviejų veiksnių: vidinio, arba žmogaus asmeninio etikos kodekso, ir išorinio (įmonės, organizacijos normų ir standartų) - geros manieros, etiškas elgesys privalomas visų rangų darbuotojams". Pasak S. Stankevičienės (2003), daugybės tyrimų rezultatai rodo, jog pirmasis kliento emocinis išpuolis apie jį aptarnaujantį žmogų susiformuoja per pirmąsias 5 - 7 bendravimo sekundes. S. Stankevičienė (2003) konstatuoja, kad tikras paslaugumas dar ne dažnas aptarnavimo sferoje. Darbuotojai turėtų būti skatinami būti kuo paslaugesniais.

R. Valantiejiene (2004) pažymi, kad net jei klientas pats ko nors paklausia darbuotojo, šis tokį kliento elgesį priima kaip puolimą ir agresyviai atsako. Paviršutiniškas kliento poreikių ir galimybių įvertinimas neretai lemia tai, kad įmonės paslauga neviseškai atitinka kliento lūkesčius, ir jis lieka nepatenkintas. Būtina gerai suprasti vartotojo poreikius. Pasak E. R. Stanciko ir D. Bagdonienės (2004), vartotojų poreikių tenkinimas yra organizacijos ilgalaikės sėkmės pagrindas. Norint tai pasiekti, reikia visą organizacijos veiklą orientuoti į vartotojų poreikius. Tačiau pagal E. R. Stanciko (2003), organizacijų savarankiškos strateginės tarnybos neretai labai nutolusios nuo vartotojų ir susijusios vertikaliais ryšiais su kitomis tarnybomis. Pasak ICC/ESAMOR Tarptautinės rinkos ir socialinių tyrimų praktikos kodekso, tam, kad paslaugų teikėjas pačiu efektyviausiu būdu pateiktų tai, ko reikalauja vartotojas, jis privalo suprasti skirtingus jų poreikius; kaip geriausiai tuos poreikius patenkinti; ir kaip jis galėtų efektyviausiai pateikti savo siūlomų paslaugų esmę (http://www.tns-gallup.lt/bin/Esomar_codes_lt.pdf). Orientacija į vartotojus ugdo veiklos bendrumą, suderinamumą, išsamios informacijos ir visapusiško problemos supratimo. Tai reikalauja gerų komunikacinių ryšių organizacijos viduje ir tinkamo bendravimo su išorės vartotojais (Bagdonienė, L., Sližienė, G., 2002, p. 8).

Vartotojų teisių gynimo įstatymo 3 bei 5 straipsniuose nurodoma, kad klientas turi teisę gauti teisingą, išsamią, tikslią bei aiškią informaciją apie paslaugas bei jų pateikimą, o paslaugų teikėjas, privalo suteikti šią informaciją. Klientas nesužinos šios informacijos, jei darbuotojai su jais tinkamai nekomunikuos. Vartotojų teisių gynimo įstatymo 11 straipsnyje netgi nurodyta, kad jei kažkoks sutartyje nurodytas punktas nebuvo aptartas su klientu individualiai — tokia sutartis gali būti pripažinta nesąžininga vartotojo atžvilgiu. (http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=233223).

Kadangi paslauga yra neapčiuopiama, jos teikėjai turi ypatingą dėmesį skirti tam, kad įrodytų klientui, kad jos teikimu galima **pasitikėti**. Pasak S. Stankevičienės (2003), dirbantiems aptarnavimo sferoje visada reikia turėti galvoje, kad kiekvieno kliento suvokimas ir vertinimai yra subjektyvūs bei

skirtingi. Todėl aptarnaujantis darbuotojas, kuo išsamiau išsiaiškines kliento pageidavimus, turi stengtis prisiderinti prie kliento poreikių ir asmeninių bei elgsenos ypatumų. D. Vaišvilienė (Lietuvos valstybinės ne maisto produktų inspekcijos paslaugų kontrolės skyriaus viršininkė) pažymi, kad šis kriterijus yra labai svarbus ir Lietuvos paslaugų teikėjai turėtų jį labai atsižvelgti, kadangi šiuo metu šis punktas paslaugų teikėjų gana pažeidžiamas (<http://www.inspekcija.lt/index.php?4227570317>). Pasak S. Stankevičienės (2003) informaciją visada dera pateikti taip, kaip priimtinausia klientui. Jei vartotojas po sutarties sudarymo pastebi, kad gauna ne tokią paslaugą, kurios tikėjosi ir kuri buvo žadėta, tai blogiausiu atveju jis nutrauks sutartį, o geriausiu atveju susitaikys su tokios paslaugos teikimu, tačiau laikys ją prastos kokybės.

Pasak D. Vaišvilienės, pastebėta, kad Lietuvoje vartotojams dažniau rūpi jų ekonominiai interesai, negu teikiamų paslaugų sauga ir tik 3 proc. vartotojų, nepatenkintų išgytomis paslaugomis, skundėsi dėl nesaugių paslaugų, **saugumas** vis dėlto yra labai svarbus paslaugų kokybės kriterijus, kurį paslaugų įmonės stengiasi įvykdyti, galbūt dėl šios priežasties yra tiek mažai besiskundžiančių šiuo kriterijumi.

A. Parasuraman, V. Zeithaml ir L. Berry (pagal L. Bagdonienę ir R. Hopenienę, 2004) pažymi, kad vienas iš kokybės veiklos matavimo rodiklių – **apčiuopiamumas**. Jis apima paslaugos akivaizdumo apraiškas, kurias sudaro fizinės paslaugos teikimo priemonės (patalpos, jų interjeras, įrengimai, jų išdėstymas ir pan.), personalas (svarbu jo išvaizda), veiklą apibūdinančios priemonės (firmos ženklas, logotipas, iškaba, blankai, suvenyrai ir kt.), suteiktą paslaugą patvirtinantys dokumentai. Be to, apčiuopiamumo elementai yra ir kiti paslaugą vartojantys klientai, jų elgsena ir išvaizda, iš kurių sprendžiama apie galimą paslaugos kokybę (Vengrinė, B., 2006, p. 135).

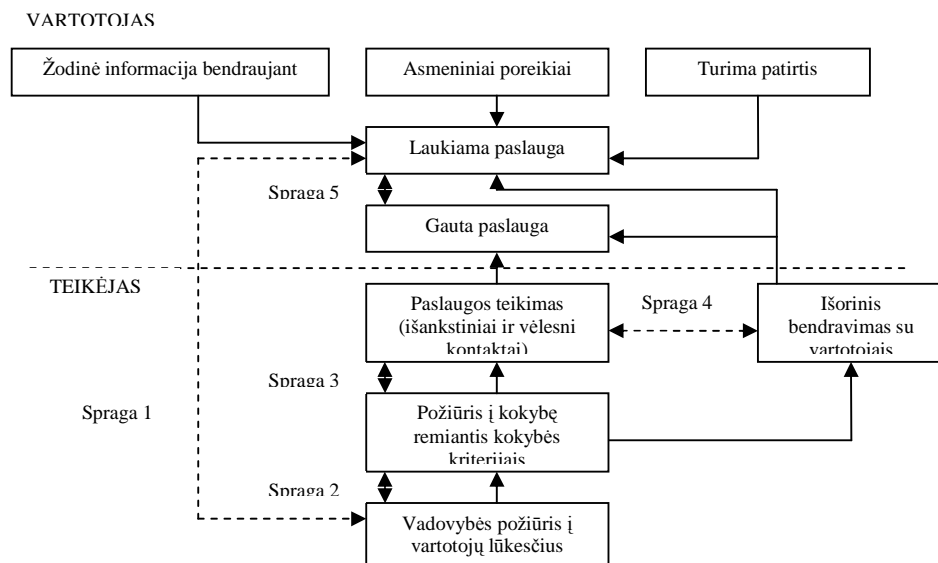
Servqual neabejotinai turi didelį poveikį ne tik verslui, bet ir mokslo bendruomenėms.

Dauguma autorių, kurie aprašo SERVQUAL modelį, pateikia penkių kokybės spragų modelį (F. E. J. Webster, 2002; J. A. Fitzsimmons ir M. J. Fitzsimmons, 2004). Tam, kad apibrėžti paslaugos kokybę, J. A. Fitzsimmons ir M. J. Fitzsimmons (2004) teigia, kad reikia panaudoti penkias dimensijas: patikimumą, reagavimą, užtikrintumą, įsijautimą ir apčiuopiamumą. Jos taip pat naudojamos tam, kad įvesti paslaugų kokybės spragų koncepciją. Kiekviena iš šių spragų atsiranda dėl skirtumo tarp vartotojo paslaugų lūkesčių ir suteiktos paslaugos suvokimo.

F. E. J. Webster (2002) pažymi, kad šios spragos identifikuoja pačius svarbiausius būdus, kuriais verslas gali sutrukdyti gerai atlikti paslaugą vartotojo nuomone:

- Nesuprasti vartotojo lūkesčių;
- Suformuoti neadekvačias paslaugų atlikimo specifikacijas;
- Suformuoti paslaugas, kurios neatitinka atlikimo specifikacijų;
- Paslaugos nauda ne tiksliai ir ne realiai atitinka potencialaus vartotojo poreikius;
- Marketingo komunikacijos pažadais kuriami lūkesčiai, kurie negali būti įgyvendinami.

F. E. J. Webster (2002) rašo, kad 6 paveikslo viršutinė dalis – tai reiškiniai, susiję su vartotojais, apatinė – su paslaugų teikėjais. Tikėtina paslaugos kokybė suvokiama, remiantis jau turima vartotojo patirtimi, norais, pageidavimais bei girdėta informacija, įtakos taip pat turi ir rinkos tyrimo rezultatai.



16 pav. SERVQUAL spragų modelis

Šaltinis: Webster, F. E. (2002). Market-driven management. New York.

Patirta, arba gauta paslauga yra vidinių vartotojų sprendimo rezultatas. Paslaugos kokybę vartotojas patiria ir tuo momentu, kai paslauga kuriama, ir kai ji teikiama. Esmė ta, kad paslaugos kokybę vartotojas vertina kaip skirtumo tarp lauktos ir gautos paslaugos rezultata.

Spragų analizės modelyje pateikti penki skirtumai, arba atotrūkiai, galintys lemti nesėkmingą paslaugos pateikimą. Modelį perpratus, įmanoma tobulinti pagrindinių uždavinių sprendimus, kurie gali turėti įtakos vartotojų pasitenkinimui. 6 paveiksle pateikti skirtumai, arba spragos yra tokios: 1) valdymo; 2) kokybės kriterijų nustatymo; 3) paslaugų teikimo; 4) ryšių su rinka; 5) priimtinos paslaugos kokybės (Vitkienė, E., 2004, p. 40).

Pirmoji kokybės spraga – skirtumas tarp vartotojo lūkesčių ir teikėjo supratimo apie juos. Skirtumas atsiranda dėl to, kad vadovybė neišmano vartotojų poreikių. To priežastys: rinkodaros tyrimų trūkumas; rinkodaros tyrimais susirenkama netiksli informacija; kontaktinis personalas netiksliai perteikia informaciją apie vartotojo lūkesčius; vadovybė neįsigilina į vartotojo problemas (Mikalauskienė, A. ir kt., 2001, p.174).

Antroji spraga – tai paslaugos teikėjo suvokiamų vartotojo lūkesčių ir jų modifikavimo į paslaugas savybes (kokybės standartus) trūkumai. Dėl to nustatomi netinkami kokybės vertinimo kriterijai. Kokybės kriterijų nustatymo klaidų pasitaiko dėl tokių priežasčių: tikslaus paslaugų kokybės apibrėžimo trūkumo; klaidingo paslaugų kokybės įvertinimo proceso; neefektyvus

paslaugų kokybės įvertinimo proceso valdymo; organizacijos tikslų neapibrėžtumo išteklių nepakankamumo pageidaujamai paslaugai suteikti; įmonės orientacijos į situaciją rinkoje, kuri vadinama konkurenciniu atitikimu (Mikalauskienė, A. ir kt., 2001, p.174).

Siekiant sumažinti 2 spragą, svarbu numatyti aiškius įmonės tikslus ir nustatyti kuo tikslesnius kokybės vertinimo kriterijus.

Trečioji spraga atsiranda, kai paslaugos teikimas nukrypsta nuo nustatytų standartų. Klaidų padaroma dėl tokių priežasčių: paslaugų neapčiuopiamumo ir neatskiriamumo; personalas nežino paslaugų kokybės kriterijų; personalui nepakanka įgūdžių kokybiškai suteikti paslaugą; personalas nelinkęs vadovautis paslaugų kokybės kriterijais; techninės galimybės neleidžia suteikti paslaugos pagal nustatytus kokybės kriterijus; efektyvios komunikacijos grandinės įmonėje nebuvimo; išorinės ir vidinės misijos neapibrėžtumo (Tijūnaitienė, R. ir kt., 2002, p.110).

Ketvirtoji spraga – tai ryšių su rinka klaidos. Vartotojų lūkesčius labiausiai veikia teikėjo reklaminiai pranešimai. Rinkodaros specialistai turi garantuoti, kad rėmimo metu sukurtos paslaugos įvaizdis atitiktų realybę – patirtą paslaugų kokybę. Labai svarbu, kad tiesos momentai pateisintų vartotojo lūkesčius.

Penktoji spraga – tai skirtumas tarp laukiamos ir suvoktos paslaugos arba tarp likusių skirtumų rezultatų. Jei skirtumas teigiamas, vartotojas patenkintas paslauga arba jo lūkesčiai viršyti, jeigu neigiamas – nepatenkintas arba nusivylęs. (Bagdonienė, L., Hopenienė, R., 2004, p.123)

Spragų metodas skirtas ne tik išsiaiškinti ar paslaugos vartotojas yra patenkintas jos kokybe, bet ir padeda nustatyti klaidas, kurias paslaugų įmonė padaro visame paslaugos teikimo procese.

3. RASEINIŲ RAJONO KAIMO TURIZMO SODYBŲ TEIKIAMU PASLAUGU VERTINIMAS

3.1. Tyrimo metodika ir organizavimas

Prieš atliekant tyrimą buvo analizuojami galimi tyrimo principai ir metodai, kurių pagrindu galima nustatyti Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų kokybę paslaugų rinkoje.

Tyrimui buvo pasirinkta anketinė apklausa, kadangi yra ypač populiarus, patogus ir plačiai naudojamas duomenų rinkimo instrumentas. Anketų duomenų apdorojimui buvo naudojamas sisteminimo metodas, t.y. atsakymų grupavimas, grafinis duomenų vaizdavimas, gautų rezultatų apibendrinimas ir išvadų formavimas (Kardelis K., 2007).

Tyrimo metų siekta išsiaiškinti Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų kokybę pagal ServQual metodiką, apklausiant paslaugų vartotojus, kurie 2008-2009 m. naudojami paslaugomis.

Apklausa buvo struktūrizuota ir vienkartinė, t.y. buvo vykdoma nuo 2008 metų 12 mėn. iki 2009 metų 12 mėn. Anketos pirmoji dalis sudaryta remiantis Šapkinaite, D. (2006). Joje atkreiptas dėmesys į dešimt SERVQUAL kokybės kriterijų, o antroje dalyje – socialinės-demografinės respondentų charakteristikos. Siekiant gauti kuo tikslesnius rezultatus, buvo paruoštos anoniminės anketos. Anketos turinį sudaro vieno tipo klausimai atskleidžiantys vartotojų vertinimus bei socialiniai-demografiniai klausimai, padėsiantys daugiau sužinoti apie patį klientą. Vartotojams užduotų klausimų struktūra pateikta 4 lentelėje.

4 lentelė

Vartotojams užduotų klausimų struktūra

Respondentų grupė	SERVQUAL kriterijų skaičius	Klausimų skaičius iš SERVQUAL kriterijų	Klausimų skaičius iš informacijos apie klientą	Klausimų viso
Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų vartotojams pateiktų klausimų struktūra	10	31	6	37

Šaltinis: Sudaryta autorės, 2009

Pirmąją anketos dalį sudaro 10 vertinimo kriterijai, t.y.: apčiuopiamumas, patikimumas, atsakingumas, kompetencija, pasitikėjimas, saugumas, prieinamumas, komunikacija, supratimas, kurie buvo vertinami 10 balų sistema, kur 10 reiškia labai gerai, 1 – labai blogai. Kiekvienas kriterijus yra suskaidytas į smulkesnius, siekiant išsiaiškinti, kokiose srityse paslaugų kokybė yra mažesnė nei tikėtasi. Antrąją dalį – informaciją apie klientą sudaro 6 klausimai, turintys du ir daugiau pasirinkimo variantų.

Taikant SERVQUAL metodiką šiame tyrime (bus) apskaičiuota:

- Lūkesčių ir patirtos kokybės bendrasis nuokrypis;
- Atskiro parametro lūkesčių ir patirtos kokybės nuokrypis;

Apklausoje dalyvavę respondentai dirba Raseinių Medicinos banko padalinyje, KB "Raseinių prekyba" ir UAB "Šviesa". Šios organizacijos buvo pasirinktos tikslingai, nes jos rengia įvairius personalo mokymus, susitikimus su verslo atstovais, bei įmonių šventes minėtose Raseinių rajono kaimo turizmo sodybose. Vidutiniškai organizacijos naudojasi kaimo turizmo paslaugomis 5-7 kartus per metus. Mokymuose dalyvauja apie 10- 25 darbuotojai. Visi apklausoje dalyvavę respondentai yra buvę šiose kaimo turizmo sodybose, dalyvavę mokymuose ar šiaip poilsiaę. Organizuojami mokymai trukdavo 2-3 dienas, todėl respondentai yra gerai susipažinę su kaimo turizmo sodybų aplinka ir gali objektyviai vertinti teikiamų paslaugų kokybę šiose kaimo turizmo sodybose. Per 2008 m. kaimo turizmo sodybose pabuvojo 437 darbuotojai. Imčiai apskaičiuoti buvo pasinaudota Paniotto formulė (Kardelis 2007):

$$n = 1 / (\Delta^2 + 1 / N);$$

n = reikiamų respondentų skaičius

Δ = paklaida

N = tiriamos visumos skaičius

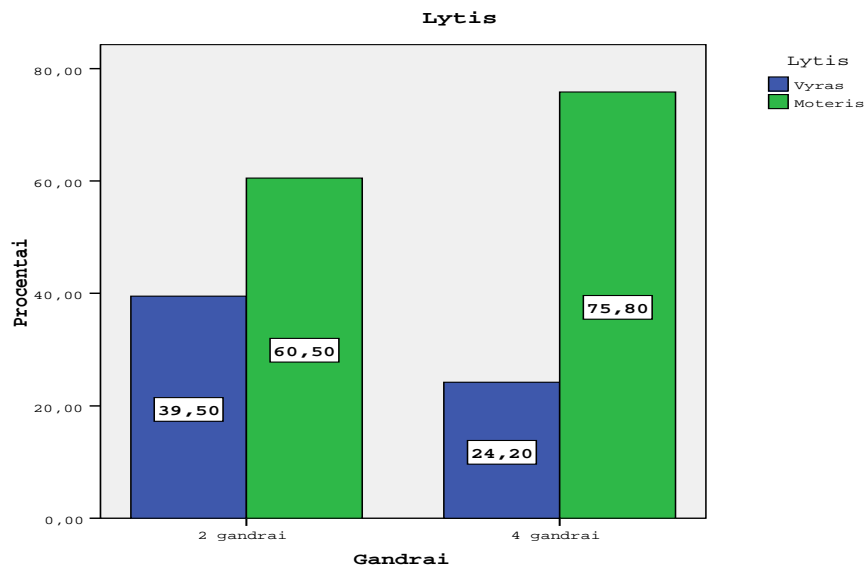
Kad tyrimas būtų validus, būtina apklausti 139 (N=139) lankytojus. Įvertinus, jog nevisos anketos sugriš, ar bus teisingai užpildytos, buvo pateikta 400 anketų, iš jų respondentai neatsakė 20 anketų. Atliekant tyrimą nebuvo išvengta kliūčių. Galima išskirti tik vieną pagrindinę su tyrimo atlikimu susijusią kliūtį: atlikus tyrimą paaiškėjo, kad dvejose kaimo turizmo sodybose 2008 m. nebuvo organizuojami mokymai, ir verslo susitikimai. Todėl informacija apie jose teikiamas paslaugas ir jų kokybę nėra analizuojama. Šios anketinės apklausos rezultatai buvo apdoroti Statistiniu paketu socialiniams mokslams (SPSS 14.0) ir MS Windows Excel programomis. Vėliau gauti rezultatai buvo analizuojami ir apibendrinami.

Kaimo turizmo sodyboms lyginti duomenys buvo imami iš 2009 metų katalogo „Lietuva. Atostogos kaime“, taip pat iš internetinių svetainių. Duomenys buvo renkami ir analizuojami 2009 metų kovo, balandžio mėnesiais. Buvo sudaryta lentelė, kurioje buvo lyginamos turizmo sodybų teikiamos paslaugos, pramogos, kalbos, kuriomis galima susikalbėti analizuojamose kaimo turizmo sodybose. Sodybos buvo lyginamos gandrų skaičiais, tipais, numerių ir vietų skaičiumi. Taip pat informacija apie Raseinių rajono kaimo turizmo sodybas buvo palyginama su analogišku katalogu „Lietuva. Atostogos kaime“ 2008 m.








3.2. Kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų vertinimas






Atlikus apklausą, galima apibūdinti respondentus pagal socialines – demografines charakteristikas. Pirmiausia buvo siekiama sužinoti kas sudaro didžiąją dalį kaimo turizmo sodybų Raseinių rajone klientų, t.y., ar vyrai, ar moterys. Pagal lytį respondentai pasiskirstė 17 paveiksle pavaizduotu santykiu.

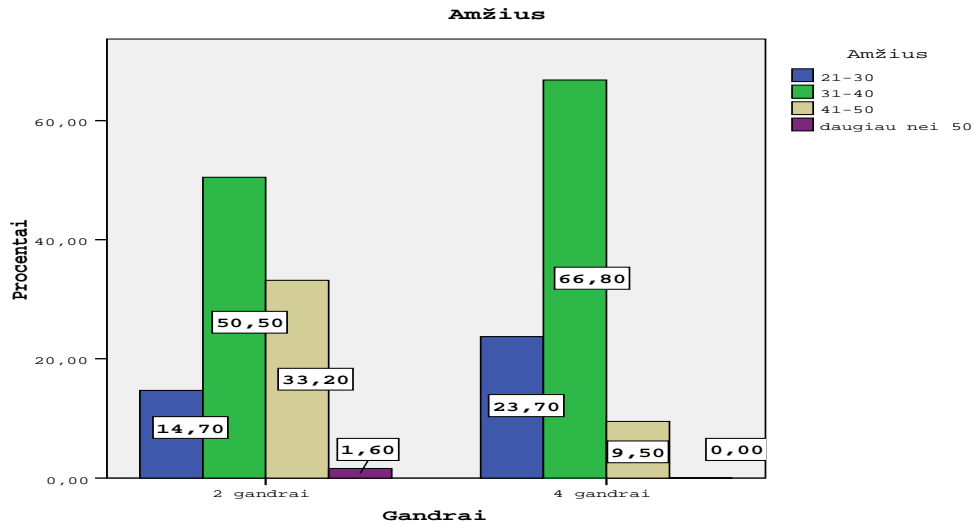
Skaičiavimai atlikti pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių.



17 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal lytį (procentais)

Remiantis 17 paveikslo duomenimis, galima teigti, kad apklausoje dalyvavo žymiai daugiau moterų (iš viso 259), nei vyrų (iš viso 121). Tiek  , tiek ir   kaimo turizmo sodybose didesnę dalis lankytojų buvo moterys.  sodybose apsilankė – 115 moterų, ir – 75 vyrų.   kaimo turizmo sodybose apsilankė atitinkamai moterų ir vyrų – 144 ir 46.

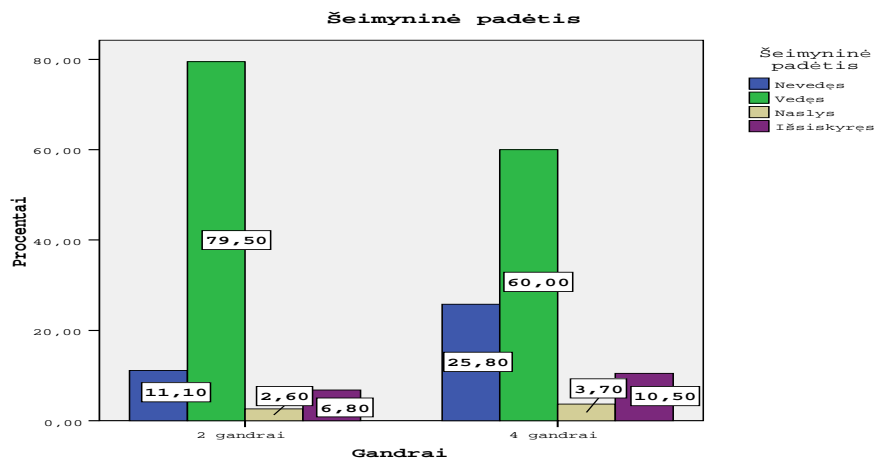
Išsiaiškinus kiek moterų ir vyrų dalyvavo apklausoje, toliau buvo siekiama sužinoti kokio amžiaus klientų daugiausiai lankosi kaimo turizmo sodybose. Iš duomenų matyti, jog tiek  , tiek   kaimo turizmo sodybose daugiausiai lankėsi respondentai turintys 31-40 metų (atitinkamai 96 ir 127). Mažiausiai lankytojų kaimo turizmo sodybose apsilankė turintys daugiau nei 50 metų.  sodybose apsilankė tik 3 apklaustieji dalyviai, turintys daugiau nei 50 metų (žr. 18 pav.).





18 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal amžių (procentais)

Iš gautų duomenų galima teigti, jog daugiausiai tyrimo metu kaimo turizmo sodybose lankėsi nuo 31 iki 50 metų klientai, tačiau didžiąją dalį vartotojų sudarė 31 – 40 metų sodybų svečiai. Galima daryti išvadą, jog pagrindiniai kaimo turizmo sodybų klientai yra vidutinio amžiaus žmonės, kurių nuomonė daugiausiai ir nulėmė tyrimo rezultatus.

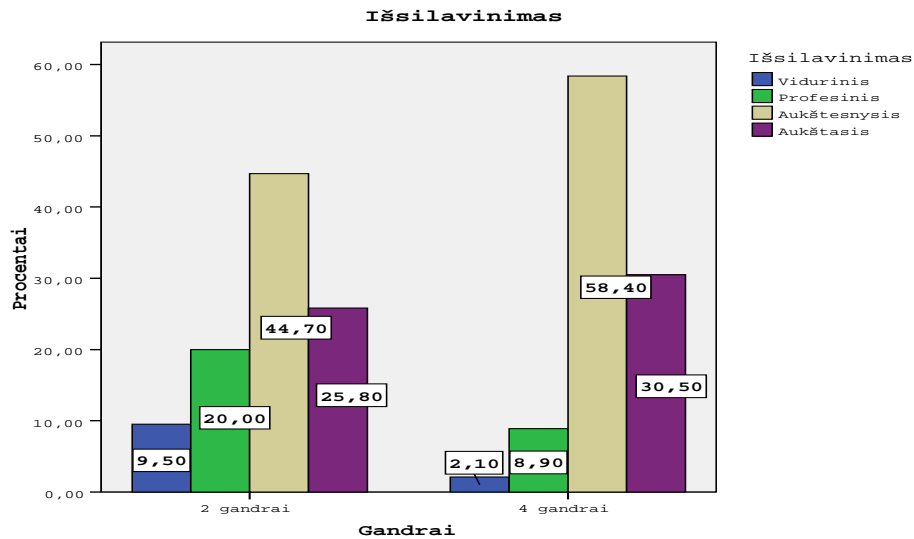
Sužinojus, kad kaimo turizmo sodybose lankosi vidutinio amžiaus žmonės, toliau buvo aiškinamasi apie jų šeimyninę padėtį, kurių rezultatai pateikti 19 paveiksle.



19 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal šeimyninę padėtį (procentais)

Iš gautų rezultatų matyti, kad didžioji dalis kaimo turizmo sodybų klientai yra vedę žmonės, iš viso 265 respondentai iš 380, kurie dalyvavo apklausoje. Tiek , tiek  kaimo turizmo sodybose daugiausiai apsilankiusių respondentų yra vedę (atitinkamai – 151, 114). Mažiausią dalį sudaro našliai (bendrai tik 24 respondentai). Taip pat, palyginus nedaug lankytojų buvo ir išsiskyrę – 66 respondentai. Iš šių duomenų galima teigti, jog kaimo turizmo sodybose daugiausiai lankėsi šeimos sukurę, vidutinio amžiaus žmonės.

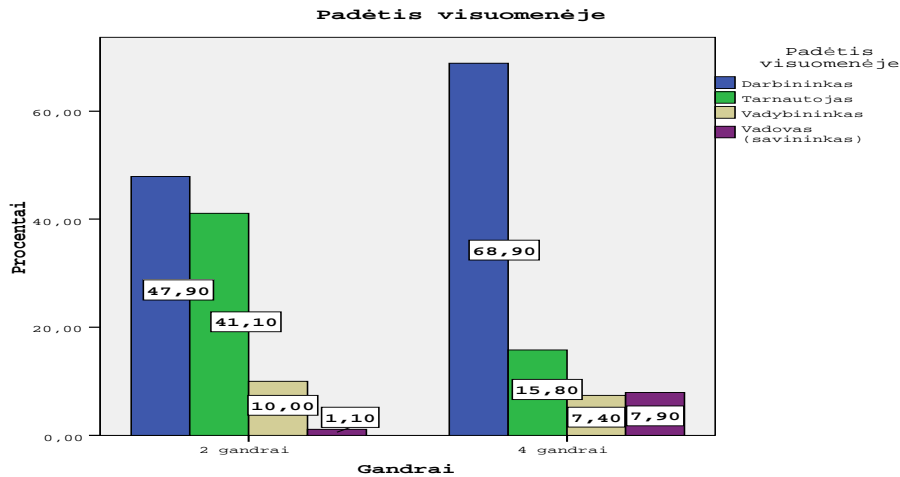
Išsiaiškinus apie kaimo turizmo sodybų klientų šeimyninę padėtį, toliau buvo siekiama sužinoti koks yra jų išsilavinimas (žr. 20 pav.).





20 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal išsilavinimą (procentais)

Pagal diagramoje pavaizduotus duomenis matoma, jog didžiausią dalį apsilankiusiųjų Raseinių rajono kaimo turizmo sodybose sudarė aukštesnįjį išsilavinimą turintys lankytojai, o mažiausiai, tik 44 respondentai turėjo vidurinį išsilavinimą. Todėl galima daryti išvadą, jog kaimo turizmo sodybose lankėsi išprusę, išsimokslinę lankytojai, kurie turėdami aukštesnįjį ir aukštąjį išsilavinimą, atitinkamai tikisi gauti ir aukštos kokybės paslaugas. Taip pat, šiam kriterijui turi did. Reikšmės ir tas faktas, jog apklausoje dalyvavo dirbantys, įvairias pareigas užimantys respondentai, kurie Raseinių rajono kaimo turizmo sodybose lankėsi mokymų, ar poilsio tikslais.

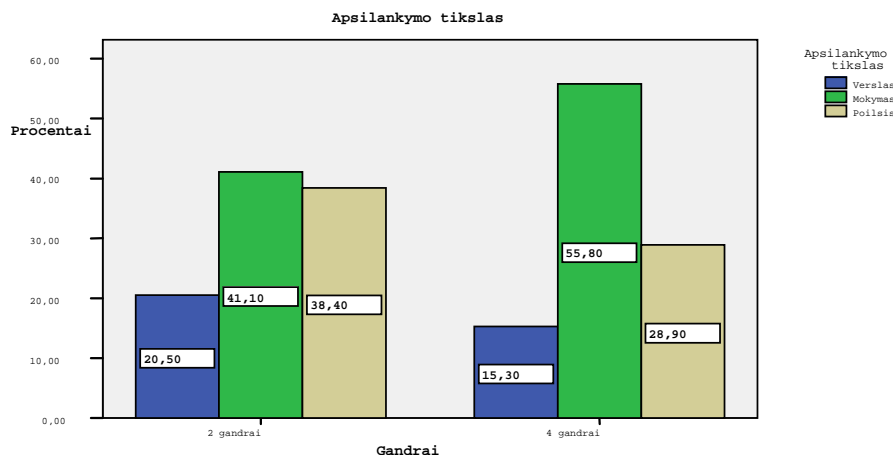
Išsiaiškinus apie kaimo turizmo sodybų klientų išsilavinimą, toliau buvo siekiama sužinoti kokią padėtį visuomenėje jie užima (žr. 21 pav.).



21 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal padėtį visuomenėje (procentais)

Iš gautų duomenų (žr. 21 pav.) matyti, kad kaimo turizmo sodybas labiausiai lanko darbininkai ir jie sudaro tiek , tiek  sodybose didžiąją lankytojų dalį (iš viso 222 klientai). Taip pat nemaža dalis lankytojų dirba tarnautojais (atitinkamai 78 ir 30 klientų), vadybininkais – 19 ir 14 respondentų. Mažiausiai kaimo turizmo sodybose lankėsi vadovu (savininku) – iš viso tik 17 respondentų. Mažą dalį vadovų pareigas užimančių respondentų lankymąsi galėjo lemti tai, kad organizacijos, kuriuose buvo atliekamas tyrimas mokymus organizavo būtent savo darbuotojams. Iš šių rezultatų galima teigti, kad kaimo turizmo sodybose lankėsi vartotojai, kurie turi darbus ir stabilias pajamas.

Išsiaiškinus kaimo turizmo sodybų klientų padėtį visuomenėje ir sužinojus kokių žmonių daugiausiai jose lankėsi, ir toliau siekiant išsiaiškinti dėl kokių priežasčių vartotojai naudojami kaimo turizmo sodybų paslaugomis, buvo užduotas klausimas, kuriuo buvo norima nustatyti, kokie apsilankymo tikslai (žr. 22 pav.).



22 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal apsilankymo tikslą kaimo turizmo sodybose (procentais)

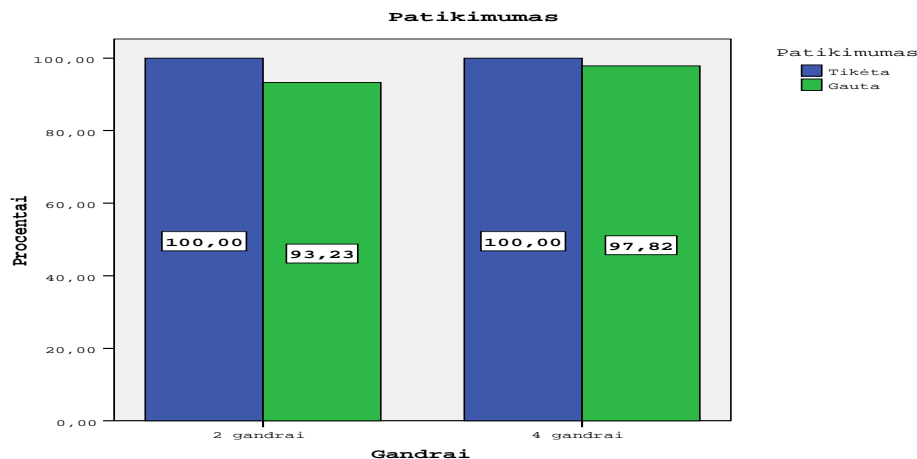
Iš gautų duomenų matyti, jog dauguma respondentų i kaimo turizmo sodybas Raseinių rajone važiuoja mokymosi tikslais – iš viso 184 respondentai. Taip pat nemaža dalis respondentų atvyksta ir poilsiauti – 128 respondentai. Iš viso tik 68 respondentai atvyksta i kaimo turizmo sodybas verslo reikalais. Iš grafike pavaizduotų duomenų galima teigti, jog i kaimo turizmo sodybas atvažiuoja žmonės mokytis (106 respondentai). Galima daryti išvadą, jog vidutinio amžiaus žmonės, užimantys daugiausiai darbininkų pareigas, nelabai gali sau leisti poilsiauti kaimo turizmo sodybose. Jiems priimtinesnis poilsis kaimo turizmo sodybose. Iš grafike pavaizduotų duomenų, yra matoma, jog i pastarąsias kaimo turizmo sodybas atvyksta poilsiauti daugiau žmonių (18 respondentų), nei i kaimo turizmo sodybas.

Išsiaiškinus api kaimo turizmo sodybų klientų socialines – demografines charakteristikas, toliau buvo skaičiuojami duomenys apie paslaugų kokybę pagal SERVQUAL metodiką.

Kiekvienas paslaugos kriterijus yra įvertintas 10 balų sistema. Apklausos duomenys anketoje susisteminti pagal atskirus kriterijus: laukiamos paslaugos vertinimas ir gautos paslaugos vertinimas.

Skaičiuojant skirtumą tarp laukiamos ir patirtos paslaugų kokybės vertinimo, pastebėta, kad galimi minusiniai nuokrypiai nuo laukiamos kokybės, t.y. patirtos kokybės vertinimas yra geresnis. Todėl minusinis nuokrypis reiškia teigiamą paslaugos vertinimą.

Pirmasis SERVQUAL kokybės kriterijus yra patikimumas. Vartotojai įvertino tokias pagrindines patikimumo savybes: atsižvelgiama i vartotojo pageidavimus, suteiktos informacijos (pranešimų) taisyklingumas (be klaidų), paslaugos teikimo kokybė nesikeičia nepriklausomai nuo paros meto bei asmens. Tai labai svarbi paslaugos dalis, todėl anketose kokios paslaugos tikėjosi ir kokią gavo vartotojai pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių įvertino taip (23 pav.):




23 pav. Paslaugos patikimumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandriukų skaičių (procentais)



- tikėta paslauga 3800 balai (100%), gauta paslauga 3717 balai (97,82%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 83 balai, procentais – 2,18%.

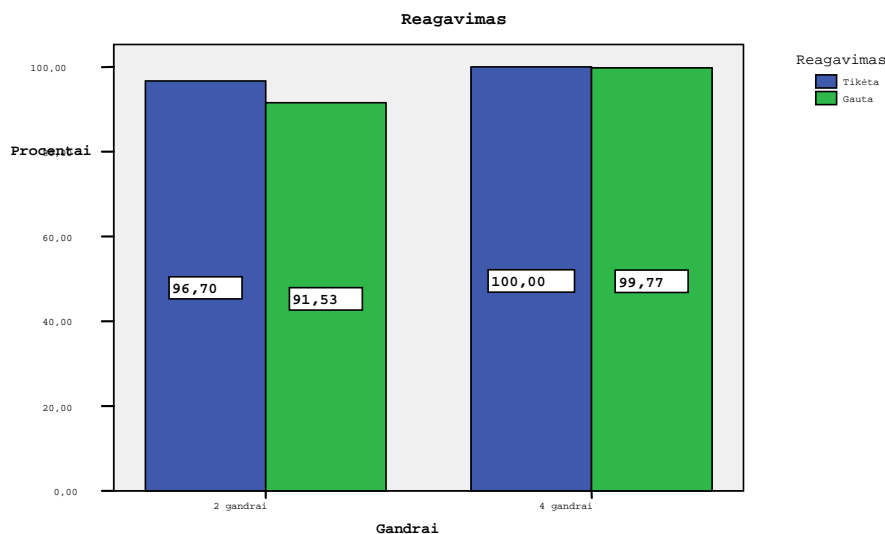


- tikėta paslauga 3800 balai (100%), gauta paslauga 3543 balai (93,23%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 257 balai, procentais – 6,77%.

Pastaba:  - kaimo turizmo sodybos gandrų skaičius

Iš šių duomenų galima teigti kad visų gandrų kaimo turizmo sodybų klientai iš paslaugos patikimumo tikisi gauti kuo aukštesnės kokybės paslaugas. Šiuo atveju, gandrų skaičius, klientų nuomone, patikimumo rodikliui neturėtų daryti didelės įtakos. Visi klientai tikisi aukščiausio paslaugos kokybės suteikimo laipsnio.


Kitas paslaugų kokybės kriterijus - reagavimas. Respondentai vertindami turėjo atsižvelgti į pagrindines reagavimo savybes: paslaugos teikimas pažadėtu laiku, teisingos informacijos suteikimas, noras išspręsti klientui iškilusias problemas. Tad anketose, kokios paslaugos tikėjosi ir gavo vartotojai iš reagavimo, pagal gandrų skaičių įvertino taip (žr. 24 pav.):






24 pav. Paslaugos reagavimo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių (procentais)



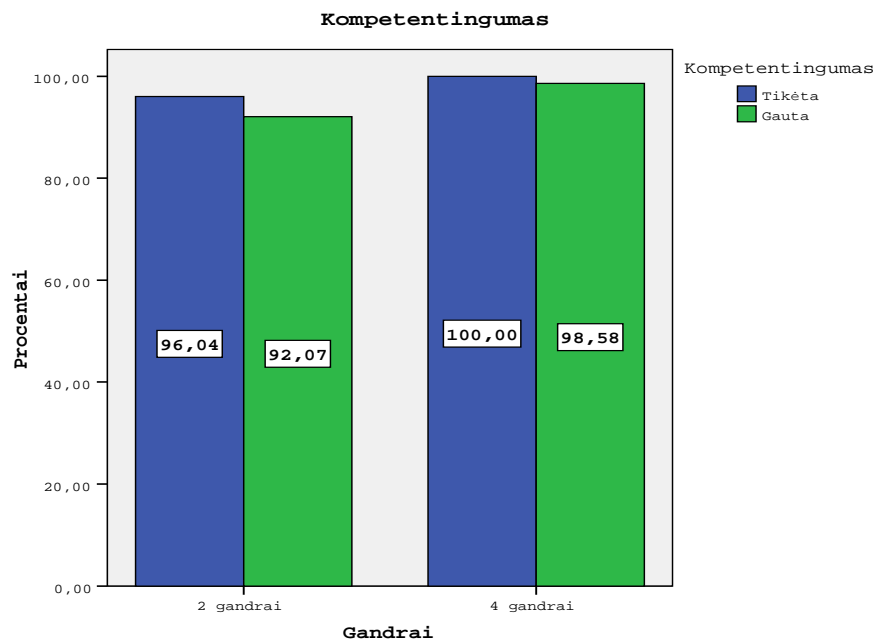
- tikėta paslauga 5700 balai (100%), gauta paslauga 5687 balai (99,77%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 13 balai, procentais – 0,23%.

 - tikėta paslauga 5512 balai (96,04%), gauta paslauga 5217 balai (92,07%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 295 balai, procentais – 3,97%.


Pastaba:  - kaimo turizmo sodybos gandrų skaičius

Iš pateiktos diagramos duomenų, galima teigti, jog  kaimo turizmo sodybų klientai pakankamai aukštai ir gerai įvertino reagavimo rodiklį. Klientai  sodybose sulaukė prastesnės suteiktos paslaugos kokybės. Norint sulaukti aukšto suteiktų paslaugų kokybės įvertinimo reikia stengtis klientams informaciją suteikti be klaidų, norėti ir stengtis išspręsti kliento problemas.

Respondentas vertindamas kompetenciją turėjo atsižvelgti į šiuos kriterijus: personalas suteikia tikslią ir teisingą informaciją, personalas kompetentingai atlieka savo darbą, mielai ir mandagiai bendrauja, nevaidina pernelyg „užsiėmęs“, kai vartotojas pateikia klausimus, personalo bendravimas telefonu malonus ir priimtinas. Tad anketose, kokios paslaugos tikėjosi ir gavo vartotojai iš kompetencijos, pagal gandrų skaičių įvertino taip (žr. 25 pav.):




25 pav. Paslaugos kompetentingumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių (procentais)

 - tikėta paslauga 5700 balai (100%), gauta paslauga 5619 balai (98,58%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 81 balai, procentais – 1,42%.

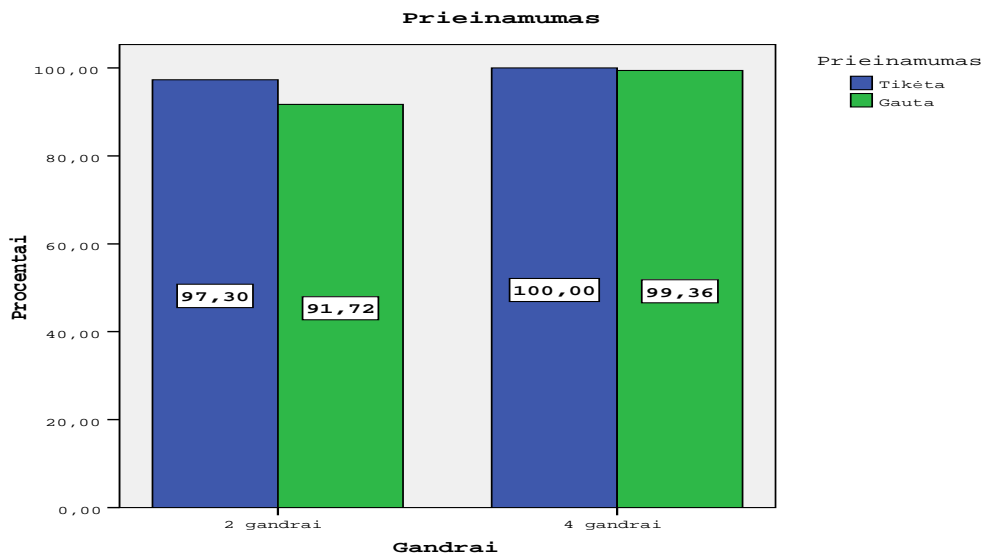


- tikėta paslauga 5473 balai (96,04%), gauta paslauga 5248 balai (92,07%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 225 balai, procentais – 3,97%.

Pastaba:  - kaimo turizmo sodybos gandrų skaičius

Iš šių duomenų galima teigti, kad klientai paslaugos kompetentingumą vertina gerai. Nors dažniausiai klientai negali sužinoti, kokia ji aptarnaujančio personalo profesija, ar kvalifikacijos laipsnis, tačiau jie vertina kaip paslauga yra suteikiama. Tad galima daryti išvadą, jog klientai yra pripažinti, yra atsakomybė už atkilito darbo kokybę, kad darbuotojams būdingas greitas mąstymas ir atsakomybės suvokimas.

Iš 26 paveikslu matyti, kad prieinamumu vartotojai naudojami gana dažnai. Prieinamumo kriterijai: nėra jokių problemų susisiekti su reikalingu kaimo turizmo sodybos darbuotoju (telefonu, el. paštu, asmeniškai), pasikalbėti su išmanančiu personalu apie iškilusią problemą, tinkamai išdėstytos personalo darbo vietos, patogiu susisiekti. Tad anketoje, kokios paslaugos tikėjosi vartotojai iš prieinamumo pagal gandrų skaičių įvertino taip (žr. 26 pav.):




26 pav. Paslaugos prieinamumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių (procentais)





- tikėta paslauga 7600 balai (100%), gauta paslauga 7554 balai (99,36%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 46 balai, procentais – 0,64%.

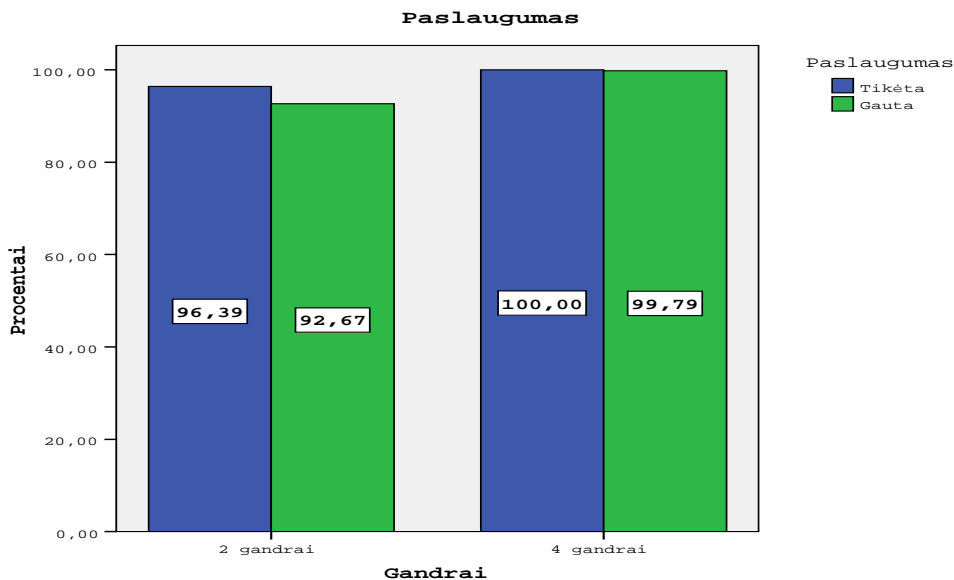


- tikėta paslauga 7395 balai (97,30%), gauta paslauga 6971 balai (91,72). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 424 balai, procentais – 5,58%.

Pastaba:  - kaimo turizmo sodybos gandrų skaičius

Iš 26 grafiko matyti, kad žemiausias prieinamumo rodiklis yra  kaimo turizmo sodybose, galbūt todėl, kad jie yra atokesnėse vietovėse, toliau nuo rajono centro - Raseinių, atokiau nuo pagrindinių kelių, automagistralės, taip pat ne tiek daug lėšų skiria reklamai. Tačiau klientams yra labai svarbu, kad viskas būtų šalia, nebūtų jokių susisiekimo problemų. Geriausiai prieinamumas  kaimo turizmo sodybose, galbūt todėl, kad jos yra įsikūrusios netoli nuo Raseinių miesto ir jas pasiekti, surasti yra daug lengviau bei patogiau. Yra žymiai daugiau nuorodų, reklaminių bukletų, leidinių, nurodančių kaip jas pasiekti ir t.t.

Paslaugumo kriterijus, teikiant paslaugas kaimo turizmo sodybose, buvo vertinamas pagal tokias savybes: į iškilusias problemas reaguojama greitai, personalas noriai atsako į vartotojo pateiktus klausimus. Šio vertinimo rezultatai pateikti 27 paveiksle:




27 pav. Paslaugos paslaugumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių (procentais)



- tikėta paslauga 5700 balai (100%), gauta paslauga 5688 balai (99,79%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 12 balai, procentais – 0,21%.

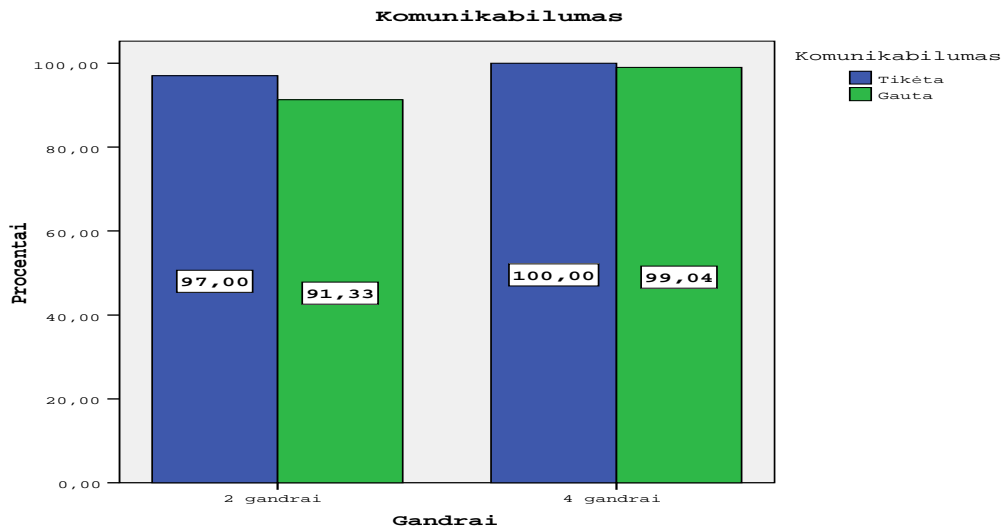


- tikėta paslauga 5494 balai (96,39%), gauta paslauga 5282 balai (92,67%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 212 balai, procentais – 3,72%.

Pastaba:  - kaimo turizmo sodybos gandrų skaičius

Pagal gautus rezultatus galima, teigti, kad Raseinių rajono kaimo turizmo sodybose dirba geranoriškas personalas, kuris pasirengęs padėti, iškilus klausimui vartotojas sulaukia atsakymo. Tačiau, kad klientas būtų visiškai patenkintas, kaip ir tikisi, reikia, jog kaimo turizmo sodybos personalas daugiau skirtų dėmesio bei pastangų savo svečiams. Nuolat turi būti stebima technologijų kaita, ieškoma aukštesnės kvalifikacijos darbuotojų bei stengtis vartotoją sudominti atsiradusiomis naujovėmis, teikiant turizmo paslaugas.

Teikiant komunikacijos paslaugas kaimo turizmo sodybose, buvo atsižvelgta į tai, kaip personalas supranta vartotojo problemas, išreiškia susirūpinimą, personalas tinkamai paaiškina ir pateikia galimus sprendimo variantus bei personalo kalba mandagi. Tad anketoje, kokios paslaugos tikėjosi vartotojai iš komunikacijos pagal gandrų skaičių įvertino taip (žr. 28 pav.):




28 pav. Paslaugos komunikabilumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių (procentais)




- tikėta paslauga 5700 balai (100%), gauta paslauga 5645 balai (99,04%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 55 balai, procentais – 0,96%.

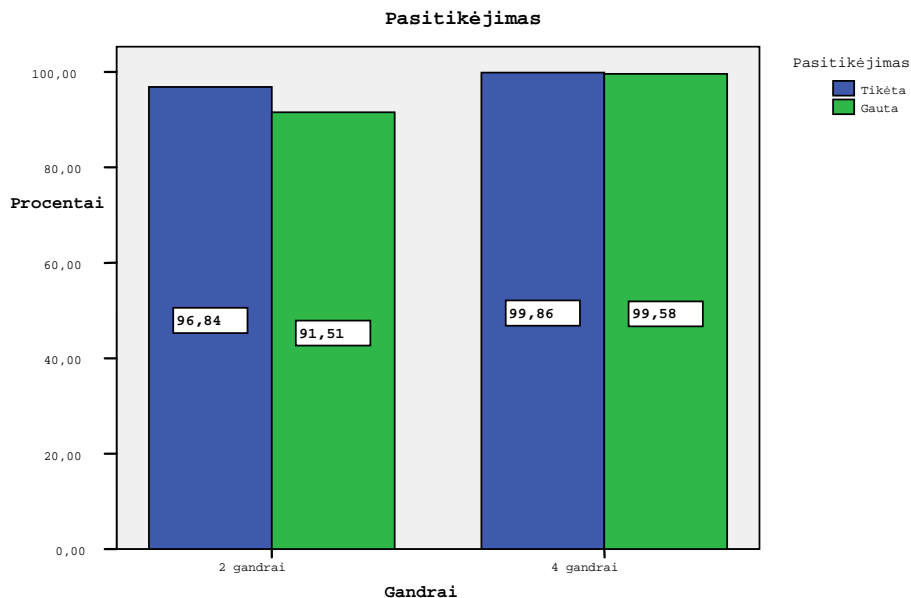


- tikėta paslauga 5529 balai (97,00%), gauta paslauga 5206 balai (91,33). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 323 balai, procentais – 5,67%.

Pastaba:  - kaimo turizmo sodybos gandrų skaičius

Iš 28 paveikslą matyti, kad komunikacijos rodiklis kaimo turizmo sodybose yra ganėtinai aukštas,  sodybose jis yra aukščiausias. Siekiant, kad klientai visiškai būtų patenkinti komunikacija, aptarnaujantis personalas turėtų labiau gilintis į klientų poreikius, daugiau klausinėti, ko jie tikisi iš paslaugos, ko konkrečiai jiems reikia, kas jiems svarbu ir kas tenkina. Tik visa tai įvykdęs aptarnaujantis personalas pajus, kad kompetencija jų kaimo turizmo sodyboje yra labai aukšta ir vartotojai yra patenkinti, kad rūpinamasi jų poreikiais bei problemomis.

Pasitikėjimo paslauga yra skirstoma į tokius kriterijus: tinkamas kaimo turizmo sodybos įvaizdis, kaimo turizmo sodyba garantuoja tinkamas ir kokybiškas paslaugas. Tad anketoje, kokios paslaugos tikėjosi vartotojai iš pasitikėjimo kriterijaus, pagal gandrų skaičių įvertino taip (žr. 29 pav.):




29 pav. Paslaugos pasitikėjimo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių (procentais)





- tikėta paslauga 5692 balai (99,86%), gauta paslauga 5676 balai (99,58%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 16 balai, procentais – 0,28%.

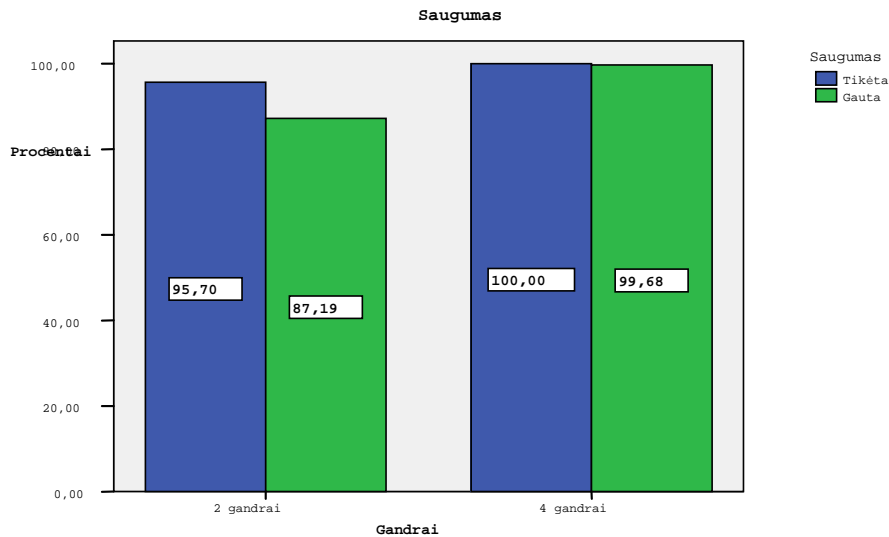


- tikėta paslauga 5520 balai (96,84%), gauta paslauga 5216 balai (91,51%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 304 balai, procentais – 5,26%.

Pastaba:  - kaimo turizmo sodybos gandrų skaičius

Duomenys rodo, kad aukščiausias patikėjimo rodiklis yra  kaimo turizmo sodybose, tačiau neatsilieka ir  kaimo turizmo sodybos. Klientai jaučia, kad aptarnaujantys darbuotojai derinasi prie jų poreikių ir asmeninių bei elgsenos ypatumų, taip jie jaučiasi suprasti ir patenkinti bei pasitiki kaimo turizmo sodybos teikiamų paslaugų kokybe.

Išanalizavus saugumo rodiklį, matyti, kad vartotojai kaimo turizmo sodybose nevysiškai jaučiasi saugūs. Saugumo paslaugos kokybės kriterijai yra šie: užtikrintas saugumas sodybos pastate ir naudojantis technologijomis, sodybos vartotojų duomenys apsaugoti, sodyba užtikrina, kad paslauga bus tinkamai suteikta. Tad anketoje, kokios paslaugos tikėjosi vartotojai iš saugumo pagal gandrų skaičių įvertino taip (žr. 30 pav.):




30 pav. Paslaugos saugumo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių (procentais)




- tikėta paslauga 5700 balai (100%), gauta paslauga 5682 balai (99,68%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 18 balai, procentais – 0,32%.

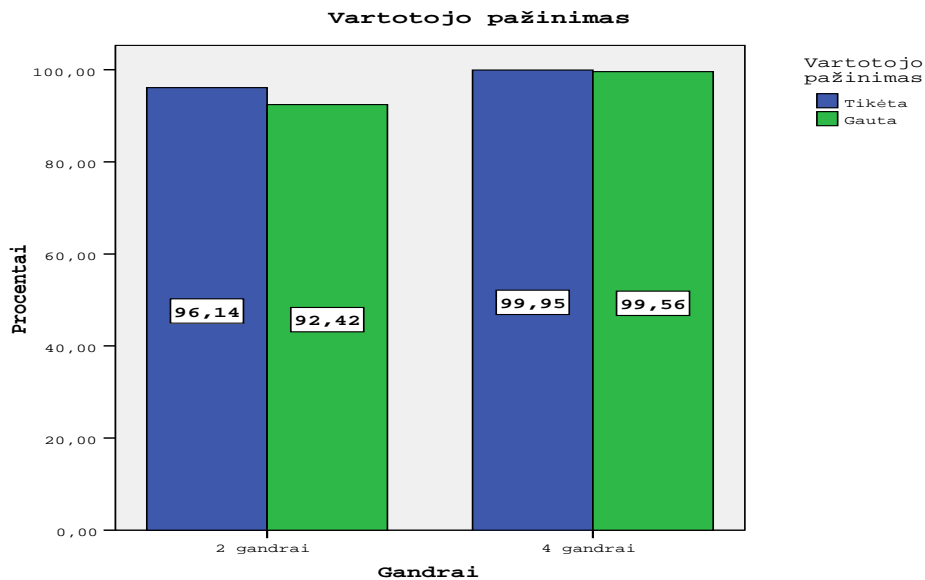


- tikėta paslauga 5455 balai (95,70%), gauta paslauga 4970 balai (87,19%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 485 balai, procentais – 8,51%.

Pastaba:  - kaimo turizmo sodybos gandrų skaičius

Iš gautų duomenų matyti, kad saugumas nėra pati silpnoji kaimo turizmo sodybų vieta, dėl kurios nukentėtų jų paslaugų kokybė. Grafiko duomenys rodo, kad aukščiausias įvertinimas dėl saugumo yra  kaimo turizmo sodybose. Tokie rezultatai rodo, kad klientai nėra labai nepatenkinti sodybų suteikiamu saugumu, tačiau jie netiki, kad jų asmeniniai duomenys gali būti atskleisti ar, kad paslaugos bus suteiktos netinkamai. Jei vartotojai visiškai nepasitikėtų kaimo turizmo sodybų teikiamu saugumu, nevyktų į jį poilsiauti, neorganizuotų mokymų, verslo susitikimų ir pan.

Kai kurios kaimo turizmo sodybos jau turi nuolatinius vartotojus, kurie atvyksta ir išvyksta iš sodybų labai dažnai, galima sakyti, kad jau yra viskas pažįstama. Kaimo sodybų paslaugų kaina yra prieinama ir suderinta su teikiama paslaugų kokybe, žinoma tai priklauso nuo sodybos grandinių skaičiaus ir tai parodo supratimo rodikliai (žr. 31 pav.):




31 pav. Paslaugos vartotojo pažinimo rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių (procentais)




- tikėta paslauga 5697 balai (99,95%), gauta paslauga 5675 balai (99,56%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 22 balai, procentais – 0,39%.

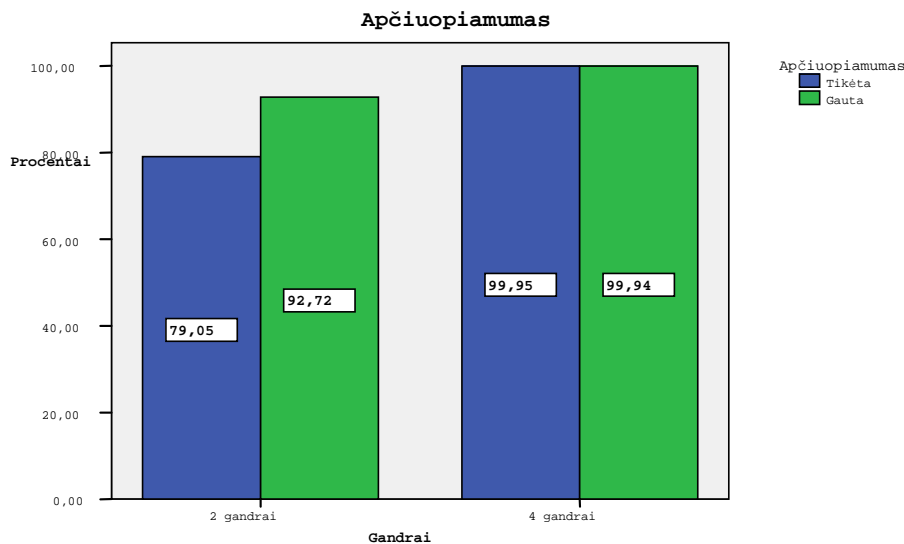


- tikėta paslauga 5480 balai (96,14%), gauta paslauga 5268 balai (92,42%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 212 balai, procentais – 3,72%.

Pastaba:  - kaimo turizmo sodybos gandrų skaičius

Pagal gautus duomenis galima teigti, jog ir vartotojo pažinimo (supratimo) rodikliai kaimo turizmo sodybose yra pakankamai aukšti, kurie užtikrina geresnę paslaugų kokybę. Rezultatai rodo, kad klientai nėra nepatenkinti paslaugų kaina, kadangi ji nelabai atitinka paslaugų kokybę. Vartotojai jaučiasi suprasti, nes atsižvelgiama į jų pageidavimus bei norus. Aukščiausias supratimo kriterijus yra  kaimo turizmo sodybose. Galima teigti, kad kuo daugiau gandrų turi kaimo turizmo sodyba, tuo jie stengiasi, kad paslaugų kokybė jų sodyboje būtų suteikta geriau ir tobuliau, tačiau negalima pamiršti, kad kiekviena paslaugų įmonė turi teikti kuo kokybiškesnes ir geresnes paslaugas, taip užtikrinant klientų lojalumą ir naudojimąsi paslaugomis.

SERVQUAL kokybės kriterijus apčiuopiamumas – akivaizdumas - labai svarbi paslaugos dalis, todėl anketose kokios paslaugos tikėjosi ir kokią gavo vartotojai pagal gandrų skaičių įvertino taip (žr. 32 pav.):




32 pav. Paslaugos apčiuopiamumo (akivaizdumo) rodikliai, pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių (procentais)





- tikėta paslauga 7596 balai (99,95%), gauta paslauga 7595 balai (99,94%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – 18 balai, procentais – 0,32%.







- tikėta paslauga 6008 balai (79,05%), gauta paslauga 7047 balai (92,72%). Paslaugos kokybės nuokrypis balais – -1039 balai, procentais – -13,67 %.

Pastaba:  - kaimo turizmo sodybos gandrų skaičius


Iš šių duomenų galima teigti, kad   kaimo turizmo sodybų klientai iš paslaugos apčiuopiamumo tikėjosi gauti ne tokias aukštos kokybės paslaugas, bet buvo nustebinti sulaukę aukštesnės kokybės paslaugų, nei tikėjosi. Kuo didesnis sodybos gandrų skaičius, tuo, klientų nuomone, apčiuopiamumo rodiklis turi būti aukštesnis. Tai rodo, kad vartotojai didelį dėmesį kreipia į fizines paslaugos teikimo priemones (patalpas, jų interjerą, įrengimus), personalą (jo išvaizdą), veiklą apibūdinančias priemones (įmonės ženklą, logotipą, iškaabą, blankus, suvenyrus ir kt.).

5 lentelė

Paslaugų kokybės nuokrypių santykinė išraiška


Kokybės kriterijus		Paslaugos vertinimas (balais)		Nuokrypio santykis (Tikėta: Gauta)	
					
Patikimumas	Tikėtasi	3800	3800	1:1,07	1:1,02
	Gauta	3543	3717		
Reagavimas	Tikėtasi	5512	5700	1:1,06	1:1,00
	Gauta	5217	5687		
Kompetentingumas	Tikėtasi	5473	5700	1:1,04	1:1,01
	Gauta	5248	5619		
Prieinamumas	Tikėtasi	7395	7600	1:1,06	1:1,01
	Gauta	6971	7554		
Paslaugumas	Tikėtasi	5494	5700	1:1,04	1:1,00
	Gauta	5282	5688		
Komunikabilumas	Tikėtasi	5529	5700	1:1,06	1:1,01
	Gauta	5206	5645		
Pasitikėjimas	Tikėtasi	5520	5692	1:1,06	1:1,00
	Gauta	5216	5676		
Saugumas	Tikėtasi	5455	5700	1:1,1	1:1,00
	Gauta	4970	5682		
Vartotojo pažinimas (supratimas)	Tikėtasi	5480	5697	1:1,04	1:1,00
	Gauta	5268	5675		
Apčiuopiamumas (Akivaizdumas)	Tikėtasi	6008	7596	1:0,85	1:1,00
	Gauta	7047	7595		


Iš lentelėje pateiktų duomenų lentelėje yra matoma, kad didžiausias paslaugų kokybės nuokrypių santykis pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių yra šių kriterijų:

 - saugumas(1,1); patikimumas (1,07); reagavimas, prieinamumas, komunikabilumas, pasitikėjimas (1,06).

 - patikimumas (1,02); kompetentingumas, prieinamumas, komunikabilumas (1,01).

Mažiausias gautos paslaugos ir tikėtos paslaugos santykis yra tokių kriterijų kaip:

 - apčiuopiamumas (0,85); kompetentingumas, paslaugumas ir vartotojo pažinimas (1,04).



 - reagavimas, paslaugumas, pasitikėjimas, saugumas, vartotojo pažinimas ir apčiuopiamumas (1,00).

Kuo santykis tarp tikėtos ir gautos paslaugos mažesnis, tuo paslaugų kokybė yra geresnė ir atvirkščiai, kuo santykis tarp tikėtos ir gautos paslaugos didesnis, tuo paslaugų kokybė yra suteikta blogiau. Iš duomenų pavaizduotų lentelėje matoma, jog tik dviejų gandrų kaimo turizmo sodybose respondentai tikėjosi mažiau, o gautų paslaugų kokybę jų lūkesčius pralenkė.



6 lentelėje pateikiami tikėtos ir gautos paslaugų kokybės nuokrypiai pagal kokybės kriterijus bei sodybų gandrų skaičius.

6 lentelė

Kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybės nuokrypis proc.

Kriterijus	Kaimo turizmo sodybos pagal gandrų skaičių, jų nuokrypis %	
		
Patikimumas	6,77	2,18
Reagavimas	5,17	0,23
Kompetentingumas	3,97	1,42
Prieinamumas	5,58	0,64
Paslaugumas	3,72	0,21
Komunikabilumas	5,67	0,96
Pasitikėjimas	5,33	0,28
Saugumas	8,51	0,32
Vartotojo pažinimas (supratimas)	3,72	0,39
Apčiuopiamumas (akivaizdumas)	-13,72	0,01

Iš pateiktų duomenų 6 lentelėje matyti, kad Raseinių rajono kaimo turizmo sodybos teikia kokybiškas paslaugas. Nors paslaugų kokybė nepranoksta vartotojų lūkesčių, tačiau labiau kaimo turizmo sodyboms susirūpinus teikti kuo kokybiškesnes paslaugas vartotojams, atsižvelgiant į jų pageidavimus, situacija pasikeistų. Tai rodo lauktos (tikėtos) ir suteiktos (patirtos) paslaugos

nuokrypiai. Mažiausias skirtumas tarp tikėtos ir gautos paslaugos yra -13,72 %, tai yra  kaimo turizmo sodybų apčiuopiamumo kriterijus. Galima teigti, jog tik paslaugos apčiuopiamumas pralenkė paslaugos vartotojų lūkesčius. Didžiausias skirtumas tarp tikėtos ir gautos paslaugos yra 8,51% , tai yra taip pat  kaimo turizmo sodybos saugumo kriterijus. Tai rodiklis, kur paslaugų teikėjai turi atkreipti dėmesį ir imtis priemonių, siekiant, kad paslauga būtų suteikta geriau, nei tikisi vartotojai.

Rezultatai rodo, kad žmonės apsistoja kaimo turizmo sodybose dėl skirtingų priežasčių. Vieni iš jų lankosi darbo ir mokymosi reikalais, kiti nori pailsėti, atsipalaiduoti kitoje aplinkoje, praleisti atostogas. Remiantis apklaustųjų duomenimis, galima teigti, jog kaimo turizmo sodybos žmonių gyvenime užima svarbią vietą.

Kiekviena paslaugas teikianti įmonė turi nusistatyti aptarnaujamos rinkos dalį, visuomenės socialinę grupę išanalizuoti jos vartotojų ypatumus, norus, perkamąją galią ir kitus įmonei aktualius klausimus tam, kad tik tada galės išsilaikyti rinkoje ir turėti lojalių klientų.

3.3 Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų analizė ir palyginimas

Šioje dalyje yra analizuojamos ir lyginamos Raseinių rajono kaimo turizmo sodybos. Pateiktoje lentelėje yra analizuojamos ir lyginamos kaimo turizmo sodybos, remiantis 2009 metų katalogu - Lietuva. Atostogos kaime. Raseinių rajone yra šešios kaimo turizmo sodybos, kurios yra lyginamos 7 lentelėje.

7 lentelė

Raseinių rajono turizmo sodybos (2009) (žr. 3 priedą)

		Sodybos					
		„Kiršnovė“	N.Pocienės UAB „Isada“	„Karpynė“	„Pakalnė“	„Prie Dubysos“	D. Babilienės sod.
	Gandrų skaičius	4	2	4	N	2	2
	Tipas	1	2	2	2	2	1
	Numerių skaičius	19	3	11	3	3	4
	Vietų skaičius	36	20	20	20	15	14
	Priima svečius	I-XII	I-XII	I-XII	I-XII	I-XII	I-XII
P Kalba	Anglų k.	+	+	+	+	+	
	Rusų k.	+	+	+	+	+	+
	Vokiečių k.	+		+	+		+
	Lenkų k.	+					
	WC	+	+	+	+	+	+

	Pirtis	+	+	+	+	+	+
	Baseinas	+		+			+
	Židinys	+	+	+	+		+
	Dušas	+	+	+	+	+	+
	Sodyboje gaminamas maistas	+					
	Verslo renginių organizavimas	+		+	+		+
	Invalidams pritaikyta įranga			+			
	Leidžiama atsivežti gyvūnus	+	+	+	+		+
	Draudžiama atsivežti gyvūnus						
	Tualetas lauke					+	+
Pramogos	Jodinėjimas	+			+		
	Žiemos sporto inventoriaus nuoma	+	+	+	+		
	Vandens sporto inventoriaus nuoma	+	+	+	+	+	+
	Biliardas	+		+			+
	Medžioklė			+			+
	Dviračių nuoma	+	+	+	+		+
	Žvejyba	+	+	+	+	+	
	Sporto ir žaidimų inventorių nuoma	+	+	+	+		
	Vaikų žaidimo aikštelė	+	+	+	+		+
	Viso paslaugų:	8	5	8	6	4	8
Viso pramogų:	8	6	8	7	2	5	

Šaltinis: sudaryta darbo autorės remiantis katalogu Lietuva. Atostogos kaime (2009)

Raseinių rajone yra šešios kaimo turizmo sodybos. Iš jų penkios (R. Aniulio „Kiršnovė“, „Prie Dubysos“, D. Babilienės sodyba, N. Pocienės UAB „Isada“, ir J. Kenstavičiaus kaimo turizmo sodyba „Karpynė“) priklauso Lietuvos kaimo turizmo asociacijai. O kaimo sodyba „Pakalnė“ nepriklauso šiai asociacijai, ir reklamuoja savarankiškai. Iš šių šešių sodybų savo internetinius puslapius turi tik keturios kaimo turizmo sodybos (R. Aniulio „Kiršnovė“, J. Kenstavičiaus „Karpynė“, „Prie Dubysos“ ir kaimo turizmo sodyba „Pakalnė“). Raseinių rajone yra dvi sodybos turinčios keturis gandriukus (žr. 3 priedą), tai – R. Aniulio kaimo turizmo sodyba „Kiršnovė“ ir J. Kenstavičiaus kaimo turizmo sodyba „Karpynė“, po du gandriukus turi trys kaimo turizmo sodybos, tai – N. Pocienės „Isada“, „Prie Dubysos“, ir D. Babilienės kaimo turizmo sodybos. O sodyba „Pakalnė“ dar laukia įvertinimo.

Iš šešių Raseinių rajono sodybų dvi kaimo turizmo sodybos yra vienkiemiuose, tai – R. Aniulio kaimo turizmo sodyba „Kiršnovė“ ir D. Babilienės kaimo turizmo sodyba. Visos kaimo turizmo sodybos poilsiautojus priima ištisus metus. Vietų skaičius svyruoja nuo 14 iki 36 vietų. Mažiausiai lankytojų, tik 14, gali apgyvendinti D. Babilienė. 15 sodybos svečių gali apgyvendinti kaimo turizmo sodyboje „Prie Dubysos“. Daugiausiai Raseinių rajone lankytojų ir turistų gali apgyvendinti R. Aniulis savo kaimo turizmo sodyboje, net 36 turistus. O po 20 lankytojų gali apsigyventi kaimo turizmo sodybose - „Isada“, „Karpynėje“, ir „Pakalnėje“. Nepaisant to, jog kaimo turizmo sodyba „Karpynė“ turi keturis gandriukus, ji gali priimti tik dvidešimt sodybos lankytojų. Tačiau šios sodybos patrauklumą ir lankomumą lemia tai, jog ši sodyba vienintelė

Raseinių rajone turi Europos virtuvės restoraną, organizuoja įvairias sporto varžybas, kuriose dalyvauja žinomos sporto žvaigždės, tokios kaip A. Sabonis ir kt. Taip pat šioje sodyboje organizuojamos kasmetinės žūklės varžybos „Kur tu karpi 2005 (2006 ir t.t)“ ir kiti įvairūs renginiai.

Numerių skaičius sodybose svyruoja nuo 3 iki 19 numerių. Daugiausia numerių yra R. Aniulio sodyboje (net 19), 11 numerių yra kaimo turizmo sodyboje „Karpynė“, 4 numeriai yra D. Babilienės sodyboje, o po 3 numerius turi A. ir L. Grubliauskai, kaimo turizmo sodybos „Pakalnė“ ir „Prie Dubysos“.

Visi Raseinių rajono sodybų šeimininkai kalba rusų kalba, taip pat visi, išskyrus D. Babilienę, kalba anglų kalba. Vokiečių kalba kalba R. Aniulis, „Karpynės“, „Pakalnės“ ir „Prie Dubysos“ kaimo turizmo sodybų šeimininkai. Ir vienintelėje Raseinių rajone R. Aniulio kaimo turizmo sodyboje „Kiršnovė“ galima susišnekėti lenkiškai.

Paslaugos. Visose Raseinių rajono kaimo turizmo sodybose yra WC, pirtys ir dušai. Taip pat visose, išskyrus kaimo turizmo sodyboje „Prie Dubysos“, yra židiniai, galima atvykti poilsiauti su gyvūnais, ir yra organizuojami šiose sodybose verslo renginiai. Baseinai yra R. Aniulio sodyboje „Kiršnovė“, J. Kenstavičiaus sodyboje „Karpynė“ ir D. Babilienės kaimo turizmo sodyboje. Gamina maistą tik R. Aniulio sodyboje „Kiršnovė“. Kaimo turizmo sodyboje „Karpynė“ galima pavalgyti Europos virtuvės restorane, taip pat čia galima patiems išsikepti savo pasigautą žuvį. Vienintelėje Raseinių rajone kaimo turizmo sodyba „Karpynė“ turi invalidams pritaikytą įrangą. Ir tik 2 kaimo turizmo sodybose – „Prie Dubysos“ ir D. Babilienės – galima rasti tualetus lauke.

Pramogos. Visose Raseinių rajono kaimo turizmo sodybose savininkai nuomoja vandens sporto inventorių. Dviračius nuomoja visos sodybos, išskyrus „Prie Dubysos“. Taip pat visose kaimo turizmo sodybose, išskyrus sodybas „Prie Dubysos“ ir D. Babilienės, yra nuomojamas žiemos sporto ir sporto ir žaidimų inventorių. Pažvejoti galima visose, išskyrus D. Babilienės, kaimo turizmo sodybose, taip pat visose, išskyrus kaimo turizmo sodyboje „Prie Dubysos“ galima rasti žaidimų aikšteles vaikams. Biliardą galima pažaisiti „Karpynėje“ ir „Kiršnovėje“, jodinėti mėgstantys žmonės gali apsilankyti R. Aniulio sodyboje „Kiršnovė“ ir sodyboje „Pakalnė“. O tiems turistams, kuriuos vilioja medžioklė, patartina apsilankyti J. Kenstavičiaus „Karpynėje“ ir D. Babilienės kaimo turizmo sodyboje.

Iš duomenų pateiktų 7 lentelėje matome, jog daugiausia pramogų siūlo keturių gandriukų sodybos – R. Aniulio kaimo turizmo sodyba „Kiršnovė“ ir J. Kenstavičiaus kaimo turizmo sodyba „Karpynė“. Viena, dviem pramogomis atitinkamai atsilieka dviejų gandriukų sodybos – „Pakalnė“ ir N. Pocienės kaimo turizmo sodybos. D. Babilienės kaimo turizmo sodyboje

teikiamos vidutiniškai (keturios) pramogos. Na, o mažiausiai, tik iš dviejų pramogų galima rinktis kaimo turizmo sodyboje „Prie Dubysos“.

Iš viso kaimo turizmo sodyboje „Kiršnovė“ ir „Karpynė“ paslaugų ir pramogų teikiama po lygiai, t.y po 8. Tai didžiausias pasirinkimas tiek paslaugų, tiek pramogų visame Raseinių rajone. D. Babilienės sodyboje teikiama 8 rūšių paslaugos ir 5 rūšių pramogos. N. Pocienės sodyboje „Isada“ galima pasirinkti iš 6 pramogų, čia teikia 5 rūšių paslaugas. Sodyboje „Pakalnė“ teikiamos 6 paslaugos ir galima pasirinkti 7 pramogas. Kaimo turizmo sodyboje „Prie Dubysos“ teikiama mažiausiai paslaugų – tik 4, ir mažiausiai pramogų – tik 2.

Galima teigti, jog visos teikiamos paslaugos yra ganėtinai standartinės ir nėra didelis jų pasirinkimas. Pasigendama, ir kaip trūkumus galima įvardinti tokių paslaugų nebuvimo kaip – grybavimas, uogavimas, įvairių ekskursijų organizavimas po aplinkines vietas, karvių melžimas, plaukiojimas valtėmis, skraidymas oro balionu, kubilas ir pan.

Šioje lentelėje yra analizuojamos ir lyginamos Raseinių rajono kaimo turizmo sodybos, remiantis 2008 metų Lietuva. Atostogos kaime katalogu. Raseinių rajone yra šešios kaimo turizmo sodybos, kurios yra lyginamos 8 lentelėje.

8 lentelė

Raseinių rajono turizmo sodybos (2008m.) (žr. 3 priedą)

		Sodybos						
		„Kiršnovė“	L. ir A. Grubliauskų sodyba	„Karpynė“	„Pakalnė“	„Prie Dubysos“	D. Babilienės sod.	
	Gandrų skaičius	4	2	4	N	2	2	
	Tipas	1	2	2	2	2	1	
	Numerių skaičius	19	3	11	3	3	4	
	Vietų skaičius	36	20	20	20	15	14	
	Priima svečius	I-XII	I-XII	I-XII	I-XII	I-XII	I-XII	
Kalba	Anglų k.	+	+	+	+	+		
	Rusų k.	+	+	+	+	+	+	
	Vokiečių k.	+		+	+		+	
	Lenkų k.	+						
Paslaugos	WC	+	+	+	+	+	+	
	Pirtis	+	+	+	+	+	+	
	Baseinas	+		+			+	
	Židinys	+	+	+	+		+	
	Dušas	+	+	+	+	+	+	
	Sodyboje gaminamas maistas	+						
	Verslo renginių organizavimas	+		+	+		+	
	Invalidams pritaikyta įranga			+				
	Leidžiama atsivežti gyvūnus	+	+	+	+		+	
	Draudžiama atsivežti gyvūnus							

	Tualetas lauke					+	+
Pramogos	Jodinėjimas	+				+	
	Žiemos sporto inventoriaus nuoma	+	+	+	+		
	Vandens sporto inventoriaus nuoma	+	+	+	+	+	+
	Biliardas	+			+		+
	Medžioklė				+		+
	Dviračių nuoma	+	+	+	+		+
	Žvejyba	+	+	+	+	+	
	Sporto ir žaidimų inventorių nuoma	+	+	+	+		
	Vaikų žaidimo aikštelė	+	+	+	+		+
	Viso paslaugų:	8	5	8	6	4	8
	Viso pramogų:	8	6	8	7	2	5

Šaltinis: sudaryta darbo autorės remiantis katalogu Lietuva. Atostogos kaime (2008)

Raseinių rajone yra šešios kaimo turizmo sodybos. Iš jų tik trys (R. Aniulio „Kiršnovė“, L. ir A. Grubliauskų, ir J. Kenstavičiaus kaimo turizmo sodybos) priklauso Lietuvos kaimo turizmo asociacijai. O kaimo sodybos „Pakalnė“, „Prie Dubysos“ ir D. Babilienės kaimo turizmo sodyba nepriklauso šiai asociacijai, ir reklamuoja savarankiškai. Iš šių šešių sodybų savo internetinius puslapius turi tik trys kaimo turizmo sodybos (R. Aniulio „Kiršnovė“, J. Kenstavičiaus „Karpynė“ ir kaimo turizmo sodyba „Pakalnė“). Raseinių rajone yra dvi sodybos turinčios keturis gandriukus (žr. 3 priedą), tai – R. Aniulio kaimo turizmo sodyba „Kiršnovė“ ir J. Kenstavičiaus kaimo turizmo sodyba „Karpynė“, po du gandriukus turi trys kaimo turizmo sodybos, tai – L. ir A. Grubliauskų, „Prie Dubysos“, ir D. Babilienės kaimo turizmo sodybos. O sodyba „Pakalnė“ dar laukia įvertinimo.

Iš šešių Raseinių rajono sodybų dvi kaimo turizmo sodybos yra vienkiemiuose, tai – R. Aniulio kaimo turizmo sodyba „Kiršnovė“ ir D. Babilienės kaimo turizmo sodyba. Visos kaimo turizmo sodybos poilsiautojus priima ištisus metus. Vietų skaičius svyruoja nuo 14 iki 36 vietų. Mažiausiai lankytojų, tik 14, gali apgyvendinti D. Babilienė. 15 sodybos svečių gali apgyvendinti kaimo turizmo sodyboje „Prie Dubysos“. Daugiausiai Raseinių rajone lankytojų ir turistų gali apgyvendinti R. Aniulis savo kaimo turizmo sodyboje, net 36 turistus. O po 20 lankytojų gali apsigyventi kaimo turizmo sodybose – pas L. ir A. Grubliauskus, „Karpynėje“, ir „Pakalnėje“. Nepaisant to, jog kaimo turizmo sodyba „Karpynė“ turi keturis gandriukus, ji gali priimti tik dvidešimt sodybos lankytojų. Tačiau šios sodybos patrauklumą ir lankomumą lemia tai, jog ši sodyba vienintelė Raseinių rajone turi Europos virtuvės restoraną, organizuoja įvairias sporto varžybas, kuriose dalyvauja žinomos sporto žvaigždės, tokios kaip A. Sabonis ir kt. Taip pat šioje sodyboje organizuojamos kasmetinės žūklės varžybos „Kur tu karpi 2005 (2006 ir t.t.)?“ ir kiti įvairūs renginiai.

Visi Raseinių rajono sodybų šeimininkai kalba rusų kalba, taip pat visi, išskyrus D. Babilienę, kalba anglų kalba. Vokiečių kalba kalba R. Aniulis, „Karpynės“, „Pakalnės“ ir „Prie

Dubysos“ kaimo turizmo sodybų šeimininkai. Ir vienintelėje Raseinių rajone R. Aniulio kaimo turizmo sodyboje „Kiršnovė“ galima susišnekėti lenkiškai.

Numerių skaičius sodybose svyruoja nuo 3 iki 19 numerių. Daugiausia numerių yra R. Aniulio sodyboje (net 19), 11 numerių yra kaimo turizmo sodyboje „Karpynė“, 4 numeriai yra D. Babilienės sodyboje, o po 3 numerius turi A. ir L. Grubliauskai, kaimo turizmo sodybos „Pakalnė“ ir „Prie Dubysos“.

Paslaugos. Visose kaimo turizmo sodybose yra WC, pirtys ir dušai. Taip pat visose, išskyrus kaimo turizmo sodyboje „Prie Dubysos“, yra židiniai, galima atvykti poilsiauti su gyvūnais, ir yra organizuojami šiose sodybose verslo renginiai. Baseinai yra R. Aniulio sodyboje „Kiršnovė“, J. Kenstavičiaus sodyboje „Karpynė“ ir D. Babilienės kaimo turizmo sodyboje. Gamina maistą tik R. Aniulio sodyboje Kiršnovė“. Kaimo turizmo sodyboje „Karpynė“ galima pavalgyti Europos virtuvės restorane, taip pat čia galima patiems išsikepti savo pasigautą žuvį. Vienintelėje Raseinių rajone kaimo turizmo sodyba „Karpynė“ turi invalidams pritaikytą įrangą. Ir tik 2 kaimo turizmo sodybose – „Prie Dubysos“ ir D. Babilienės – galima rasti tualetus lauke.

Pramogos. Visose Raseinių rajono kaimo turizmo sodybose savininkai nuomoja vandens sporto inventorių. Dviračius nuomoja visos sodybos, išskyrus „Prie Dubysos“. Taip pat visose kaimo turizmo sodybose, išskyrus sodybas „Prie Dubysos“ ir D. Babilienės, yra nuomojamas žiemos sporto ir sporto ir žaidimų inventoriūs. Pažvejoti galima visose, išskyrus D. Babilienės, kaimo turizmo sodybose, taip pat visose, išskyrus kaimo turizmo sodyboje „Prie Dubysos“ galima rasti žaidimų aikštes vaikams. Biliardą galima pažaisiti „Karpynėje“ ir „Kiršnovėje“, jodinėti mėgstantys žmonės gali apsilankyti R. Aniulio sodyboje „Kiršnovė“ ir sodyboje „Pakalnė“. O tiems turistams, kuriuos vilioja medžioklė, patartina apsilankyti J. Kenstavičiaus „Karpynėje“ ir D. Babilienės kaimo turizmo sodyboje.

Iš duomenų pateiktų 8 lentelėje matome, jog daugiausia pramogų siūlo keturių gandriukų sodybos – R. Aniulio kaimo turizmo sodyba „Kiršnovė“ ir J. Kenstavičiaus kaimo turizmo sodyba „Karpynė“. Viena, dviem pramogomis atitinkamai atsilieka dviejų gandriukų sodybos – „Pakalnė“ ir L. ir A. Grubliauskų kaimo turizmo sodybos. D. Babilienės kaimo turizmo sodyboje teikiamos vidutiniškai (keturios) pramogos. Na, o mažiausiai, tik iš dviejų pramogų galima rinktis kaimo turizmo sodyboje „Prie Dubysos“.

Iš viso kaimo turizmo sodyboje „Kiršnovė“ ir „Karpynė“ paslaugų ir pramogų teikiama po lygiai, t.y po 8. Tai didžiausias pasirinkimas tiek paslaugų, tiek pramogų visame Raseinių rajone. D. Babilienės sodyboje teikiama 8 rūšių paslaugos ir 5 rūšių pramogos. L. ir A. Grubliauskų sodyboje galima pasirinkti iš 6 pramogų, čia teikia 5 rūšių paslaugas. Sodyboje „Pakalnė“ teikiamos 6 paslaugos ir galima pasirinkti 7 pramogas. Kaimo turizmo sodyboje „Prie Dubysos“ teikiama mažiausiai paslaugų – tik 4, ir mažiausiai pramogų – tik 2.

Galima teigti, jog visos teikiamos paslaugos yra ganėtinai standartinės ir nėra didelis jų pasirinkimas. Pasigendama, ir kaip trūkumus galima įvardinti tokių paslaugų nebuvimo kaip – grybavimas, uogavimas, įvairių ekskursijų organizavimas po aplinkines vietas, karvių melžimas, plaukiojimas valtimis, skraidymas oro balionu, kubilas ir pan.

Lyginant ir apibendrinant 2008 metų ir 2009 metų kaimo turizmo katalogus „Lietuva. Atostogos kaime“, galima teigti, jog pagrindinis, didžiausias skirtumas yra tas, jog į 2009 metų kaimo turizmo katalogą buvo įtraukta nauja N. Pocienės kaimo turizmo sodyba „Isada“. Tačiau šiais metais kataloge nebebuvo Grubliauskų kaimo turizmo sodyba. Visos paslaugos per metus nėra pasikeitusios, išliko ganėtinai standartinės kaip ir buvo praeitais metais. Vis dar pasigendama ir kaip trūkumus galima įvardinti anksčiau paminėtų paslaugų nebuvimo, kaip pvz.: bičių stebėjimo, karvių melžimo, skraidymo oro balionu, įvairių ekskursijų organizavimo po aplinkines vietas, supažindinimo su šio krašto istorija, išskirtinumu, kultūrinių paveldu ir t.t..

IŠVADOS



Teorinės dalies išvados:



- Turizmas - negamybinės sferos ekonomikos šaka, kurioje organizacijos tenkina turistų poreikius, materialų ir nematerialų paslaugų dėka, kurių pagrindinė funkcija suteikti žmogui pilnavertį ir racionalų poilsį. Tai verslas, kuriame dominuoja žmogiškasis faktorius, t.y. žmonės, teikiantys paslaugas kitiems žmonėms. Turizmas nuo kitų šakų skiriasi ir tuo, jog veikia kelionių tarpininkai.
- Kaimo turizmas - tai visos turizmo rūšys (agroturizmas, pramoginis, kultūrinis pažintinis, gamtinis pažintinis, profesinis, etnis ir religinis turizmas) susijusios su kaimo aplinka (su žemės ūkio veikla, kraštovaizdžiu ir gamtovaizdžiu, su vietiniais gyventojais, jų papročiais, apeigomis bei amatais), jos pažinimu ir poilsiu joje. Kaimo turizmas – tai vidinio turizmo kategorija, savyje apjungianti tiek vietinio, tiek atvykstamojo turizmo formas, kurių plėtrai (ypač kaimo turizmo srityje) skatinama naudotis ES struktūrinių fondų parama.
- Pagal teikiamas kaimo turizmo paslaugas yra išskiriamos kaimo turizmo rūšys: kultūrinis pažintinis turizmas, sanatorinis turizmas, verslinis turizmas, profesinis turizmas, etnis turizmas, sportinis turizmas, religinis turizmas, nuotykinis turizmas ir poilsio turizmas.

Apibendrinant kaimo turizmas – tai visos turizmo rūšys, susijusios su kaimo aplinka, jos pažinimu ir poilsiu joje.

- Lietuvoje kaimo turizmas pradėjo formuotis dvidešimto amžiaus trečiajame dešimtmetyje. Tai buvo pačios paprasčiausios iškylos į gamtą, po kurių poilsiautojai nakčiai apsistodavo pas ūkininkus. Lietuvos turizmo istorijoje yra esminis periodas, išskiriantis iš kitų šalių - tai paskutinis praėjusio amžiaus dešimtmetis - tai kokybinių pokyčių ir persiorientavimo laikotarpis.

Empirinės dalies išvados:

- Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų teikiamos paslaugos yra ganėtinai standartinės ir nėra didelis jų pasirinkimas. Pasigendama, ir kaip trūkumus galima įvardinti tokių paslaugų nebuvimo kaip – grybavimas, uogavimas, įvairių ekskursijų organizavimas po aplinkines vietas, karvių melžimas, plaukiojimas valtimis, skraidymas oro balionu, kubilas ir pan.
- Klientai nėra patenkinti paslaugų kaina, kadangi ji nelabai atitinka paslaugų kokybę. Vartotojai jaučiasi suprasti, nes atsižvelgiama į jų pageidavimus bei norus, tačiau neretai pasitaiko teikiamos informacijos netikslumų, dėl kurių kaimo turizmo lankytojai jaučiasi nevisiškai suprasti ir patenkinti. Taip pat iš gautų duomenų galima teigti, kad kaimo turizmo sodybų aptarnaujančio personalo kompetentingumas nuvilia šių sodybų lankytojus. Personalas suteikia netikslią informaciją, kyla sunkumų susisiekiant ir surandant kaimo turizmo sodybų atsakingus asmenis.
- Raseinių rajono kaimo turizmo sodybose dirba geranoriškas personalas, kuris pasirengęs padėti, tačiau personalo darbuotojams iškyla problemų sprendžiant kai kurias iškilusias problemas. Todėl vartotojai nesijaučia paslaugiai ir maloniai aptarnaujami.
- Atlikus tyrimą paaiškėjo, jog iškelta hipotezė nepasitvirtino. Raseinių rajono kaimo turizmo sodybos teikia kokybiškas paslaugas, nepaisant to, jog paslaugų kokybė nepranoksta vartotojų lūkesčius.
- Didžiausi trūkumai kaimo turizmo sodybose, t.y. tikėtos ir gautos paslaugos kokybės skirtumai, pastebėti pagal kaimo turizmo sodybų gandrų skaičių tokiuose kriterijuose:
 kaimo turizmo sodybose – saugumas, nuokrypis – 8,51%, ir patikimumas, nuokrypis – 6,77%;
 kaimo turizmo sodybose – patikimumas, nuokrypis – 2,18 %, kompetentingumas, nuokrypis – 1,42 %. Vartotojai šiais kriterijais labiausiai nepatenkinti, jų nuokrypis pats didžiausias.

Mažiausi paslaugų kokybės nuokrypiai kaimo turizmo sodybose pastebėti tokiuose kriterijuose kaip:  kaimo turizmo sodybose pats mažiausias nuokrypis kriterijaus – apčiuopiamumo (akivaizdumo) - -13,72%, vartotojo pažinimas, nuokrypis – 3,72 %;  kaimo turizmo sodybose – apčiuopiamumas (akivaizdumas), nuokrypis – 0,01% , paslaugumas, nuokrypis - 0,21%.

REKOMENDACIJOS

Siekiant gerinti teikiamų paslaugų kokybę kaimo turizmo sodybose, tikslinga:

- Teikti labiau išskirtines pramogas, tokias kaip – grybavimas, skraidymas oro balionu ar lėktuvu, bičių stebėjimas, ekskursijos į įvairias vietas, alaus degustacija, etnografinė vakarienė ir pan., kurios labiau pritrauktų turistus.
- Siekiant, kad klientai būtų patenkinti reikia paslaugos kainas derinti, kad atitiktų kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybę. Nepaisant to, jog vartotojai jaučiasi suprasti, kadangi yra atsižvelgiama į jų pageidavimus bei norus, reikia stengtis, kad paslaugų kokybė sodybose būtų suteikta geriau ir tobuliau. Kiekviena kaimo turizmo sodyba Raseinių rajone turi teikti kuo kokybiškesnes ir geresnes paslaugas, taip užtikrinant klientų lojalumą ir naudojimąsi kaimo turizmo sodybų paslaugomis.
- Norint sulaukti aukšto suteiktų paslaugų kokybės įvertinimo reikia stengtis kaimo turizmo sodybų personalui suteikti klientams kuo tikslesnę informaciją, norėti stengtis išspręsti kliento problemas. Siekti, jog klientas būtų patenkintas, o kaimo turizmo sodybos personalas skirtų didesnę dėmesį savo svečiams. Nuolat turi būti stebima technologijų kaita, ieškoma

aukštesnės kvalifikacijos darbuotojų. Būtina stengtis vartotoją sudominti atsiradusiomis naujovėmis turizmo paslaugų srityje. Naudinga skirti daugiau lėšų reklamai, spręsti ir lengvinti susisiekimo problemas

- Klientai turi jausti, jog aptarnaujantys darbuotojai derinasi prie jų poreikių ir asmeninių bei elgsenos ypatumų, taip jie jaustųsi suprasti ir patenkinti bei pasitikėtų kaimo turizmo sodybos teikiamų paslaugų kokybe. Kaimo turizmo sodybų personalas turėtų skirti daugiau dėmesio bei pastangų aptarnaudami savo svečius.
- Norint teikti kuo kokybiškesnes ir vartotojus tenkinančias paslaugas, reikia didžiulį dėmesį sutelkti į pačių kaimo turizmo sodybų klientus, klausinėti, tyrinėti ir aiškintis ko jie tikisi, kas jiems patinka, sukelia teigiamas ar neigiamas emocijas, kaip jie jaučiasi vienu ar kitu momentu, koks bendravimas jiems priimtinas ir malonus. Tam rekomenduotina, kad kiekviena kaimo turizmo sodyba sudarytų savo svečiams klausimyną, kuriame vartotojai galėtų išsakyti savo nuomonę bei pageidavimus.
- Kiekviena paslaugas teikianti kaimo turizmo sodyba turi nusistatyti aptarnaujamos rinkos dalį, visuomenės socialinę grupę išanalizuoti jos vartotojų ypatumus, norus, perkamąją galią ir kitus sodybai aktualius klausimus tam, kad tik tada galės išsilaikyti rinkoje ir turėti lojalių klientų.
- Dviejų gandrūčių kaimo turizmo sodybos turėtų atkreipti dėmesį į savo sodybų lankytojų saugumą, patikimumą, komunikabilumą, prieinamumą ir reagavimą. Šios sodybos turi labiau atsižvelgti į vartotojo individualius pageidavimus: papildomų paslaugų teikimas, staigmenų organizavimas. Reikia atsižvelgti ir į prieinamumo kriterijų, kad lengviau būtų susisiekti su administracija. Kaimo turizmo sodybos turėtų lankytojų dėmesį atkreipti ne tik gražia kaimo turizmo sodybos aplinka, bet ir maloniu, bei mandagiu bendravimu. Didžiulį dėmesį reikėtų kreipti į patikimumą, bei komunikaciją. Tai reiškia, kad kaimo turizmo sodyboms reikia labiau domėtis vartotojais, jų pageidavimais, atsiradus problemoms, stengtis jas paaiškinti, išspręsti.
- Keturių gandrūčių kaimo turizmo sodybos turėtų atkreipti dėmesį ypač į patikimumą, kompetentingumą, komunikabilumą ir prieinamumą. Kaimo turizmo sodybos turėtų atsižvelgti ne tik išorinę aplinką, bet ir į vidinę, juk net maža detalė gali labai stipriai paveikti kliento nuomonę apie sodybą ir teikiamų paslaugų kokybę. Kaimo turizmo aptarnaujantis personalas turėtų didelę reikšmę teikti kliento pageidavimams, taip pat turėtų stengtis suteikti tikslią, bei aiškia, abejonių nekeliančią informaciją, neverstų laukti klientų, skubiai spręsti iškilusias problemas. Išreikšti nuoširdų susirūpinimą klientu, kaip jis jaučiasi ir ar yra patenkintas. Neverstų laukti klientų kol bus suteiktos jiems pažadėtos paslaugos

LITERATŪRA

1. Aleknienė H. (2003). Turizmo verslui – finansinė injekcija. *Verslo žinios*, Nr. 76.
2. Armaitienė, A., Grecevičius, P., Urbis, A., Vainienė I. (1999). *Kaimo turizmas*. Vilnius.
3. Armaitienė A., Raišutienė J. (2002). *Vakarų Lietuvos kaimo turizmo paslaugų teikėjų sociodemografinių charakteristinių ypatumai*. // Tiltai, Nr. 2, p. 1-9
4. Astromskienė A. (1998). *Kaimo turizmo paslaugų Lietuvoje struktūros analizė*// Agrarinė ekonomika ir vadyba 98: mokslinės konferencijos medžiaga. Kaunas.
5. Astromskienė A., Sirusienė R. (2001). *Poilsis kaime. Vadovas sodybų šeimininkams*. Kaunas: Lietuvos Respublikos žemės ūkio rūmai.. p. 70-72.
6. Astromskienė A., Sirusienė R. (2002). *Poilsis kaime. Vadovas sodybų šeimininkams*. Kaunas: Lietuvos kaimo turizmo asociacija.
7. Astromskienė A., Sirusienė R. (2007). *Kaimo turizmas*. Kaunas. Lietuvos kaimo turizmo asociacija.
8. Bagdonienė L., Hopenienė R. (2004). *Paslaugų marketingas ir vadyba*. Technologija. Kaunas.
9. Bagdonienė L., Sližienė G. (2002). *Ryšių marketingas – šiuolaikinės paslaugų organizacijos naujoji veiklos filosofija*. Organizacijų vadyba. Nr.23.

10. Brazaitytė V., Ramanauskienė J. (2006). *Kaimo turizmo paslaugų įvaizdžio formavimas*. Jaunųjų mokslininkų darbai. Nr. 1 (8), p. 104-108.
11. Damulienė A. (1995). *Paslaugų marketingas: Turizmas*. Vilnius. Lietuvos informacinis institutas. p. 97.
12. Edvardson, B.O., Thomasson, B., Ovreitvet, J. (1994). *Quality of service. Making it really work*. UK: Mc Graw – Hill Book Company, Europe.
13. Fitzsimmons J. A., Fitzsimmons M. J. (2004). *Service management. Operations, strategy and information technology*. Irvin, 4th edition.
14. Grecevicus, P., Armaitienė, A., Junevičienė, O., ir kiti (2002). *Turizmas: vadovėlis*. Kaunas. p. 26-52.
15. Jazdauskienė V. (2004). *Organizacijos įvaizdis*. Vadovo pasaulis. Nr. 7-8.
16. Janulienė I., Žalienė I., Žalys L. (2004). *Peculiarities of Lithuanias Tourism Strategy Formation*// Organizacijų vadyba: sisteminiai tyrimai, Nr. 31, p. 79-89.
17. Kardelis K. (2007). *Mokslinių tyrimų metodologija ir metodai*. Šiauliai: Lucilijus.
18. Langvinienė N., Vengrinė B. (2005). *Paslaugų teorija ir praktika*. Technologija. Kaunas.
19. *Lietuva. Atostogos kaime*. Katalogas. (2008) Kaunas.
20. *Lietuva. Atostogos kaime*. Katalogas. (2009) Kaunas.
Lietuvos turizmo statistika. 2004. (2005). Vilnius: Valstybinis turizmo departamentas.
21. Mikalauskiene, A., (2001). *Paslaugų kokybės valdymo problemos* // Ekonomika ir vadyba. Šiauliai: Šiaulių universitetas.
22. Mikalauskiene, A., Tijūnaitienė R., Vekterytė M. (2001). *Paslaugų kokybės valdymo ypatumai*. Organizacijų vadyba. Nr.20. Kaunas.
23. Navickas V., Malakauskiene, A. (2006). *Turizmo paslaugų reprezentacija: pažangi užsienio šalių patirtis*. Organizacijų vadyba: Sisteminiai tyrimai. Nr.39
24. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L. L. *A Conceptual Model of Service Quality ant its Implication for Future Research*. Journal of Marketing, 1985, Vol. 49, p.41-50.
25. Pietaris, D. (2003). *Pardavėjui daugiausia laiko dera skirti kliento poreikiams išsiaiškinti*. BMC naujienos, 7, p. 2.
26. Sharpley R., Sharpley J. (1997). *Rural tourism: An introduction*. London
27. Sirusienė-Lamanauskienė R., Lamanauskas A. (2009). *Kaimo turizmo ABC*. Kaunas. Lietuvos kaimo turizmo asociacija.
28. Stankevičienė A. (2003). *Klientų pasitenkinimas – svarbiausia sėkmės sąlyga aptarnavimo versle*. BMC naujienos. Lapkritis Nr. 11.
29. Šapkinaitė, D. (2006). *Šiaulių miesto viešbučių teikiamų paslaugų kokybės įvertinimas pagal SERVQUAL metodiką*. Bakalauro baigiamasis darbas. Šiaulių kolegija, Šiauliai.

30. Šmergelienė V., Patackienė N. (2004). *Paslaugų kokybės vertinimo ypatumai vartotojų požiūriu*. Ekonomika ir vadyba. Šiauliai.
31. Šulčienė A. (2005). *Spalvų psichologija ir reklama*. Marketingas. Rinkos įvaldymo menas. Nr.5.
32. Шапалов Г. Ф. (1998). *История международного туризма*. Минск: Экоперспектива.
33. Tijūnaitienė R., Mikalauskienė A., Vekterytė M. (2002). *Paslaugų kokybės valdymo strateginiai aspektai*. Ekonomika ir vadyba. Šiauliai.
34. Туризм и гостиничное хозяйство. (2004). Учебное пособие. Издательство центр “МАРТ” Москва – Ростов на Дону.
35. Ulčinskaitė, A. (2003). Mandagumas nieko nekainuoja, bet už jį galima daug nusipirkti. *Vadovo pasaulis*, 7-8, p.112-114.
36. Vainienė I. (2001). *Kaimo turizmo organizavimas*. Vilnius: Eugrimas. 15-75,
37. Vainienė, I. (2002). *Kaimo turizmo problematikos Lietuvoje ir užsienyje lyginamoji analizė*. Tiltai, 2, p. 75-81.
38. Valančiauskaitė V., Kinčiūtė V. (2002). *Kaimo turizmo rinkodaros aspektai*.// Tiltai, Nr.3, p. 75-81.
39. Vasiljevas A. (2004). *Subalansuotos turizmo plėtros etinės dimensijos*.// Žmogiškieji ištekliai ir turizmo verslo efektyvumas. Straipsnių rinkinys. Druskininkai, p.137-148.
40. Vengrienė B. (2006). *Paslaugų vadyba*. Vilnius. Vilniaus universiteto leidykla.
41. Vitkienė E. (2004). *Paslaugų marketingas*. Klaipėda: Klaipėdos universitetas
42. Vitkienė E. (2002). *Rekreacija. Rekreacijos marketingo tyrimai*: Monografija. Kaunas.
43. Webster F.E. (2002). *Market – driven management*. New York.
44. Žalienė I., Sabaliauskaitė A. (2002) *Pasaulio ir Lietuvos Turizmo raida*. Kaunas.
45. Žalienė I., Žalys L. (2002). *Kaimo turizmo paslaugų kokybės vertinimas*.// Kaimo plėtros strategijos. Tarptautinės mokslinės konferencijos medžiaga. Kaunas.
46. Žalienė I., Žalys L. (2002). *Kaimo turizmo plėtros prielaidos Dzūkijos regione*. // Tiltai, Nr.1, p.37.
47. Žalys L., Žalienė I., Išdonaitė I. (2006) *Lietuvos kaimo turizmo charakteristika ir plėtros politika*. *Ekonomika ir vadyba*: aktualijos ir perspektyvos. 2006. 2 (7) mokslo straipsnių rinkinys. Šiauliai. p. 179-180.
48. Aniulio R. kaimo turizmo sodyba „Kiršnovė“. (2009). [žiūrėta 2009-01-15]. Prieiga per Internetą: <www.is.lt/aniulio_sodyba>.
49. Babilienės D. kaimo turizmo sodyba. (2009). [žiūrėta 2009-01-15]. Prieiga per Internetą: <<http://atostogoskaime.lt/musupoilsis/>>

50. Butkus, F. S. (2002). *Peculiarities of operative production quality management in diverse enterprises* [Internete]. Vilniaus Gedimino technikos universitetas [žiūrėta 2008-11-28]. Prieiga per internetą: <<http://www.vgtu.lt/leidiniai/index.php?id=36&lid=vtp6#>>.
51. ICC/ESOMAR *Tarptautinis rinkos ir socialinių tyrimų praktikos kodeksas*. [žiūrėta 2008-11-27] Prieiga per internetą: <http://www.tns-gallup.lt/bin/Esomar_codes_lt.pdf>.
52. Kaimo turizmo sodyba „Pakalnė“. (2009). [žiūrėta 2009-01-15]. Prieiga per Internetą: <<http://www.pakalne.lt/links.php?id=paslaugos>>.
53. Kaimo turizmo sodyba „Prie Dubysos“. (2009). [žiūrėta 2009-01-15]. Prieiga per Internetą: <<http://atostogoskaime.lt/priedubysos/>>.
54. Kenstavičiaus J. kaimo turizmo sodyba „Karpynė“. (2009). [žiūrėta 2009-01-15]. Prieiga per Internetą: < [http://www.karpyne.lt/content/rest\\$lt](http://www.karpyne.lt/content/rest$lt)>.
55. *Lietuvos Respublikos vartotojų teisių gynimo įstatymas*. [žiūrėta 2008-10-23.] Prieiga per internetą: <http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=233223>.
56. Pocienės I. kaimo turizmo sodyba. (2009). [žiūrėta 2009-01-15]. Prieiga per Internetą: <<http://www.tpl.lt/irenos-pocienes-kaimo-turizmo-sodyba/>>.
57. Šiaulių universiteto duomenų bazė Emerald [žiūrėta 2008-11-28.] Prieiga per internetą: <<http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/1080110603.html>>.
58. Šiaulių universiteto duomenų bazė Emerald [žiūrėta 2008-11-28.] Prieiga per internetą: <<http://www.emeraldinsight.com/Insight/ViewContentServlet?Filename=Published/EmeraldFullTextArticle/Articles/0750100605.html>>.
59. Šiaulių universiteto duomenų bazė Ebsco [žiūrėta 2008-11-28.] Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=28&hid=117&sid=eccbc203-d315-45fa-a56c-856d5ea045f2%40SRCSM1>>.
60. Šiaulių universiteto duomenų bazė Ebsco [žiūrėta 2008-11-28.] Prieiga per internetą: <<http://web.ebscohost.com/ehost/pdf?vid=13&hid=117&sid=eccbc203-d315-45fa-a56c-856d5ea045f2%40SRCSM1>>.
61. Tyrimų bendrovė. [žiūrėta 2008-11-28.] Prieiga per internetą: <http://www.tnsgallup.lt/lt disp.php/lt_news/lt_news_75>.
62. Типы туристов. Зарождение туризма. [žiūrėta 2008-12-17]. Prieiga per internetą: <http://www.vvs-tour.ru/kind_turist>
63. Vaišvilienė, D. (2001). *Kas žinotina renkant paslaugas* [Internete]. [žiūrėta 2008-11-27]. Prieiga per internetą: <<http://www.inspekcija.lt/index.php?4227570317>>.

PRIEDAI

1. PRIEDAS

ANKETA

Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų įvertinimas pagal SERVQUAL metodiką

Apklauso tikslas - įvertinti Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų teikiamų paslaugų kokybę.

Prašau įvertinti teiginius: *pirmame stulpelyje* – ko tikėjotės, kai atvykote į kaimo turizmo sodybą, *antrame* – kokią paslaugą gavote.

Paslaugas vertinkite 10 balų sistema, kur 10 – puikiai, 1 – labai blogai. **Anketa anoniminė.**

Anketą sudarė Šiaulių Universiteto Socialinių mokslų fakulteto magistrantė Lina Juškaitė.

PASLAUGOS KOKYBĖS VERTINIMO KRITERIJUS	KRITERIJUS PAAIŠKINIMAS	KOKIOS PASLAUGOS TIKĖJOTĖS (vertinimas 10 balų sistemoje)	GAUTOS PASLAUGOS VERTINIMAS (10 balų sistemoje)
Patikimumas	Atsižvelgiama į kliento pageidavimus		
	Rašytinė medžiaga (brošiūros, sąskaitos ir pan.) tvarkinga ir aiški.		

Reagavimas	Paslaugos teikimas pažadėtų laikų		
	Informacijos suteikimas be klaidų		
	Noras išspręsti kliento problemą		
Kompetentingumas	Personalas suteikia tikslią ir teisingą informaciją		
	Personalas kompetentingai atlieka savo darbą		
	Personalas nėra toks užsiėmęs, kad negalėtų atsakyti klientui		
Prieinamumas	Darbo valandos yra patogios klientams		
	Personalas neprašo palaukti kol galės išklausti klientą		
	Neilgai laukiama, kol bus suteikta paslauga		
	Nėra sudėtinga susisiekti su reikalingų kaimo turizmo sodybos darbuotojų		
Paslaugumas	Personalas mielai ir mandagiai bendrauja		
	Personalas visada nori padėti klientui		
	Personalas nuoširdžiai domisi svarbiausiais klientų interesais		
Komunikabilumas	Personalas supranta kliento problemas ir išreiškia susirūpinimą		
	Personalas aiškiai paaiškina paslaugos esmę		
	Personalas nuoširdžiai stengiasi suprasti ir paaiškinti galimus problemos sprendimo variantus		
Pasitikėjimas	Darbuotojų elgsena kelia klientų pasitikėjimą		
	Kaimo turizmo sodyba garantuoja tinkamas ir kokybiškas paslaugas		
	Tinkamas kaimo turizmo sodybos įvaizdis		
Saugumas	Kliento saugumo jausmas sandorio atlikimo metu		
	Užtikrintas saugumas kaimo turizmo sodybos patalpose ir naudojantis technologijomis bei paslaugomis		
	Užtikrintas asmeninės informacijos konfidencialumas (saugumas)		
Vartotojo pažinimas (supratimas)	Klientui skiriamas individualus dėmesys		
	Darbuotai supranta specifinius savo klientų poreikius		
	Paslaugų kaina atitinka paslaugų kokybę		
Apčiuopiamumas (Akivaizdumas)	Modernios išvaizdos įrenginiai		
	Patraukli fizinė aplinka		
	Tvarkinga darbuotojų išvaizda		
	Galimybė pasinaudoti kaimo turizmo sodybos		

	teikiamomis paslaugomis (apgyvendinimas; maitinimas; sporto ir pramogų paslaugomis)		
--	---	--	--

Informacija apie Jus:

1. Jūsų lytis:

- Vyras
- Moteris

2. Jūsų amžius:

- Iki 20
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- Daugiau nei 50

3. Šeimyninė padėtis:

- Nevedęs (-usi)
- Vedęs (-usi)
- Našlys (-ė)
- Išsiskyręs (-usi)

4. Padėtis visuomenėje:

- Moksleivis
- Studentas
- Bedarbis
- Darbininkas
- Tarnautojas
- Vadybininkas
- Vadovas (savininkas)

5. Jūsų išsilavinimas:

- Vidurinis
- Profesinis
- Aukštesnysis
- Aukštasis


6. Jūsų apsilankymo kaimo turizmo sodyboje tikslas:

- Verslas
- Mokymasis
- Draugų ir giminių lankymas
- Poilsis
- Kita

DĖKOJU UŽ GERANORIŠKUMĄ IR PAGALBĄ!!!

2. PRIEDAS

Simbolių paaiškinimas

Kaimo turizmo apgyvendinimo įstaigoms apibūdinti Lietuvoje naudojamas simbolinis žymėjimas - „gandras“  : nuo 1 (žemiausia klasė) iki 4 (aukščiausia klasė) „gandru“. Gandro simbolis sodybos apibūdinime reiškia, kad sodyba yra Lietuvos kaimo turizmo asociacijos narys (<http://www.countryside.lt/>). Klasifikuojama pagal komfortą bei tiekiamų paslaugų kokybę. Toks simbolinis žymėjimas nėra privalomas, tačiau jis padeda kaimo turizmo paslaugos vartotojams apsispręsti, pasirenkant vieną ar kitą įstaigą poilsiui. (Vainienė I. 2001).







Vainienė I. (2001) teigia, jog pasaulyje egzistuoja panašus kaimo turizmo paslaugų klasifikavimas, tik skiriasi klasę žymintys simboliai: drugeliai, saulutės, ramunėlės, javų varpos ir pan.

Sodybų kategorijos

Kiekviena sodyba turi tam tikrą gandrų skaičių arba visai neturi nei vieno gandro. Sodybos gandrų skaičių nustato Lietuvos kaimo turizmo asociacija, skirstant sodybas pagal kategorijas. Sodyba gali

turėti nuo 1 iki 5 gandrų.



Jei sodyba neturi nei vieno gandro, tuomet sodyba nepriklauso Lietuvos kaimo turizmo asociacijai.

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

Sodybų tipai



Sodybos yra skirstomos pagal tipus.

Kiekviena sodyba gali priklausyti keliems Lietuvos kaimo turizmo asociacijos numatytiems tipas.

	Sodyba kaime/gyvenvietėje
	Vienkiemis

Vietų skaičius





Sodybos mini-svetainėje yra pateikiama informacija apie vietas. Kiekvienoje sodyboje nurodomas žmonių skaičius - vietų skaičius bei sodyboje esančių numerių (kambarių) skaičius.

	Sodybos vietų skaičius
	Sodyboje esančių numerių (kambarių) skaičius

Kainų ribos

Sodybos mini-svetainėje bendrosios informacijos srityje yra pateiktos minimalios ir maksimalios kainos. Atskiriamos kelios kainų ribos: vietos kainų ribos, numerio kainų ribos, namelių kainų ribos ir sodybos kainų ribos.













Iš pateiktų sodybos ir jos numerių kainų yra atrenkamos minimali ir maksimali kaina.

	Kainų ribos vienam asmeniui
	Kainų ribos vienam sodybos numeriui (kambariui)
	Kainų ribos sodybos nameliams
	Sodybos kainų ribos



Sodybos darbo kalendorius

Sodybos mini-svetainėje yra pateiktas metų kalendorius, kuriame atvaizduojami metų mėnesiai, kai sodyba priima poilsiautojus:

Svečius priima











I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
											
Žiema		Pavasaris		Vasara			Ruduo				

Kalendoriaus žymėjimai:

	mėnuo, kai sodyba laukia poilsiautojų
	mėnuo, kai sodyba neveikia

Šeimininkai kalba

Sodybos mini-svetainėje bendrosios informacijos srityje pateiktos užsienio kalbos, kuriomis kalba sodybos šeimininkai.

	Šeimininkai kalba angliškai		Šeimininkai kalba latviškai
	Šeimininkai kalba vokiškai		Šeimininkai kalba ispaniškai
	Šeimininkai kalba rusiškai		Šeimininkai kalba švediškai
	Šeimininkai kalba prancūziškai		Šeimininkai kalba vengriškai
	Šeimininkai kalba lenkiškai		Šeimininkai kalba olandiškai

Paslaugos

Sodybos mini-svetainėje bendrosios informacijos srityje pateiktos sodyboje teikiamos paslaugos.

Visos paslaugos yra apibendrintos ikonėlėmis, ant kurių užvedus pele, pateikiamas jos paaiškinimas.










	Tualetas viduje		Tualetas lauke
	Dušas		Pirtis
	Baseinas		Invalidams pritaikyta įranga
	Konferencijų, seminarų organizavimas		Leidžiama atsivežti gyvūnus
	Židinyš		Draudžiama atvežti gyvūnus

Platesnės sodybos paslaugos ir pramogos yra pateiktos KAINOS meniu punkte (Pastaba: platesnės paslaugos pateiktos tik tuomet, kai sodybos šeimininkas pateikė informaciją apie jas).

Pramogos

Sodybos mini-svetainėje bendrosios informacijos srityje pateiktos sodyboje teikiamos pramogos.

Visos pramogos yra apibendrintos ikonėlėmis, ant kurių užvedus pele, pateikiamas jos paaiškinimas.

	Jodinėjimas arkliais		Dviračių nuoma
	Žiemos sporto inventoriaus nuoma		Žvejyba
	Vandens sporto inventoriaus nuoma		Sporto ir žaidimų inventoriaus nuoma
	Biliardas		Vaikų žaidimo aikštelė
	Medžioklė		

3 PRIEDAS

Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų aprašymas

Kaimo turizmo sodyba "Pakalnė"



Kušeliškės,

Šiluvos sen.,

LT-60424 Raseinių r.

www.pakalne.lt



"Pakalnė" - kaimiška sodyba, įsikūrusi vaizdingame Dubysos slėnyje, 10 km nuo Raseinių, važiuojant link Šiluvos. Tai puiki vieta šeimos ar verslo pietums, pokyliams, vakaronėms arba turistiniams sąskrydžiams. Sodyboje yra didžiulė lauko pavėsinė, kurioje vienu metu gali linksintis apie 300 žmonių; kubilas, indėniška pirtis, vaikų žaidimo aikštelė, žirgai ir kitos pramogos. Išanksto suderinus, galima užsisakyti maitinimo

paslaugas. (<http://www.pakalne.lt>)

Kaimo turizmo sodyba „Prie Dubysos“



"Prie Dubysos"

Vandžių k.,
Betygalos sen.,
LT-60206 Raseinių r.



Sodyba-vienkiemis Dubysos regioniniame parke, kraštovaizdžio draustinyje. Prie pat Dubysos upės, 3 ha plote, tinkama vieta ramiam poilsiui ir šventėms organizuoti.

Yra rusiška pirtis su sale ir židiniu, tinklinio ir krepšinio aikštelės. Organizuojame žygius baidarėmis Dubysos.

(<http://atostogoskaime.lt/priedubysos/>)

Dalios Babilienės kaimo turizmo sodyba

Dalia Babilienė



Liulingos g. 19,
Kaulakių k.,
Pagojukų sen.,

LT-60058 Raseinių r.



Sodyba prie Liolingos užtvankos. Sodyboje galima poilsiauti, kelti pokylius, vestuves, organizuoti seminarus iki 50 žmonių. Galima žvejoti, plaukioti valtimis ar baidarėmis Dubysos upėje (15 km). Medžiotojams organizuojama medžioklė. Sodyboje yra vaikų žaidimo aikštelė, rusiška pirtis, baseinas.
(<http://atostogoskaime.lt/musupoilsis/>)

Jordano Kenstavičiaus kaimo turizmo sodyba "Karpynė"

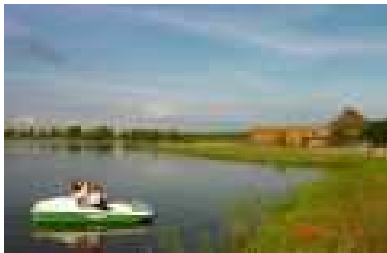


Gabšių k.,
Raseinių sen.,
LT-60192 Raseinių r.



www.karpyne.lt

Kaimo turizmo sodybą "Karpynė" rasite šalia greitkelio Vilnius-Klaipėda 173 km, važiuojant Klaipėda-Vilnius 137 km.



Sodyboje veikia žuvies restoranas "Karpynė", tačiau restorano meniu ne tik iš karpių ir kitų šviežių žuvų. Čia rasite kiaulienos, jautienos, paukštienos, bulvių ir miltinių patiekalų. Sodyboje visada laukiami žvejai. Pirmiausia siūlome laimę išbandyti žvejojant karpius. Tvenkinyje nardo įvairaus dydžio



karpių. Jei lydės sėkmė, galite suvilioti ir iki 20 kg sveriantį karpį. Be karpių tvenkinyje yra lydekaičių, amūrų, karosų ir kitokių žuvų ir žuvelių. Kas nenusiteikęs visą dieną praleisti su meškere ant kranto, laimę gali pabandyti "Blic" tvenkinyje, kur didesnė tikimybė greičiau sugauti karpį, o jei pageidausite, Jūsų sugautą žuvį galime išrūkyti šalia esančioje krosnyje. Mėgstantys aktyvų poilsį laukiami sporto klube "Klėtyje", kur yra baseinas su kaskada ir povandeninėmis srovėmis, karšta sūkurinė vonia, garinė pirtis, treniruoklių salė. Vasarą smagu atsigavinti atvirame baseine, kol iškeps žuvis galite pažaisti krepšinį, o jei subursite komandą -žaiskite

tinklinį. Mažųjų poilsiautojų laukia didelė vaikų žaidimų aikštelė. Gyventi svečiai gali rąstiniuose nameliuose arba jaukiuose, komfortiškai įrengtuose kambarėliuose "Klėtyje".

Verslo atstovai kviečiami rengti konferencijas, seminarus, prezentacijas konferencijų salėje. Svetainėje organizuojame priėmimus, banketus, furšetus, iškilmingus pietus, šeimos šventes. Mūsų kolektyvas maloniai padės Jums surengti vasaros sporto spartakiadą, ar kitą renginį. (<http://www.karpyne.lt>)

Romano Aniulio sodyba "Kirkšnovė"



Darbutų k.,
Betygalos sen.,
LT-4416,
Raseinių r.
www.is.lt/aniulio_sodyba



Sodyba miške, prie užtvenkto Kirkšnovės upelio (Dubysos intakas), du kilometrai nuo žemaičių plento, 100 m nuo krašto kelio Ariogala - Betygala. Pasiilgę ramybės, tyro pušyno oro galite ramiai ir netrukdomai pailsėti ištikus metus, švęsti šventes, rengti konferencijas ir seminarus. Svečiai gali žvejoti, plaukioti valtimis, vandens dviračiais ir kanojomis, važinėti dviračiais, kopti kalnų takais, paskraidyti oro balionu. Yra lauko baseinas, užtvanka, pirtis, konferencijų ir pobūvių salės, erdvūs, gražiai įrengti gyvenamieji kambariai su dušais. (www.is.lt/aniulio_sodyba)

Irenos Pocienės kaimo turizmo sodyba "Isada"



Lina Juškaitė. Raseinių rajono kaimo turizmo sodybų paslaugų kokybės vertinimas

Sujainių k.,

Paliepių sen.,

LT-60013 Raseinių r.

Netoliese yra tvenkinys, teka upelis Alėja. Aplink pastatą yra 3 ha žemės. Ateityje rengiamasi įrengti pramogų ir poilsio parką. (<http://www.tpl.lt/irenos-pocienes-kaimo-turizmo-sodyba/>)

Loretos ir Artūro Grubliauskų kaimo turizmo sodyba



Vandžių k.,

Betygalos sen.,

LT-4416

Raseinių raj.

Sodyba įkurta regioninio parko 3 ha teritorijoje ant Dubysos upės kranto. Ideali vieta ramiam ir aktyviam poilsiui. Geras privažiavimas. Jūsų paslaugoms – pirtis, židinytis, tinklinio ir krepšinio aikštelės, baidarių nuoma, kempingas. (www.atostogoskaime.lt)