

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA**

Toma TUPIKAITĖ-ŠEMEKLINĖ
Ekonomikos studijų programos studentė

**KAIMO TURIZMO VERSLO KŪRIMO GALIMYBĖS
PAGRINDIMAS AKMENĖS RAJONE**

MAGISTRO DARBAS

Šiauliai, 2009

**ŠIAULIŲ UNIVERSITETAS
SOCIALINIŲ MOKSLŲ FAKULTETAS
EKONOMIKOS KATEDRA**

Toma TUPIKAITĖ-ŠEMEKLINĖ

**KAIMO TURIZMO VERSLO KŪRIMO GALIMYBĖS
PAGRINDIMAS AKMENĖS RAJONE**

**Magistro darbas
Socialiniai mokslai, ekonomika (04 S)**

Magistro darbo autorius Toma Tupikaitė-Šemeklienė....
(vardas, pavardė, parašas)

Vadovas doc.dr. I. Žalienė
(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

Recenzentas
(pareigos, vardas, pavardė, parašas)

SANTRAUKA

Toma Tupikaitė-Šemeklienė

Kaimo turizmo verslo kūrimo galimybės pagrindimas Akmenės rajone

Magistro darbas

Magistro darbe nagrinėjamas kaimo turizmo verslas, jo svarba ir kaimo turizmo vystymo galimybės probleminiame Akmenės rajone. Darbo tikslas – pagrįsti kaimo turizmo verslo steigimo galimybę Akmenės rajone. Darbe teoriniu aspektu išanalizuota kaimo turizmo sąvoka, rūšys, kaimo turizmas kaip verslas. Atlikta Akmenės rajono turizmo situacijos analizė parodė, kad Akmenės rajone turizmo potencialas nėra pilnai išnaudojamas, nors turizmo šaltinių yra pakankamai. Vertinant kaimo turizmo sodybos steigimo galimybes Akmenės rajone didžiausias dėmesys skirtas finansiniam vertinimui, kuris parodė, kad kaimo turizmo steigimo galimybė Akmenės rajone yra finansiškai pagrįsta. Tačiau antroji alternatyva, reikalaujanti mažesnių investicijų, yra tinkamesnė, nes greičiau atsiperka ir mažiau reaguoja į situaciją rinkoje.

SUMMARY

Toma Tupikaitė-Šemeklienė

Foundation of rural tourism business creation possibility in Akmene district

Master's work

In this master work are analysed rural tourism business, its importance and rural tourism development possibility in problematical Akmene district. The aim of this work – to substantiate rural tourism business creation possibility in Akmenė district. In the work author theoretically analyzed rural tourism concept, the types of rural tourism and rural tourism as a business. The analysis of tourism situation in Akmene district showed that tourism potential is not fully exploited, although the tourism resources are sufficient. Founding rural tourism creation possibilities in Akmene district the focal attention is intended on the financial assessment, which showed that the possibility of establishing rural tourism in Akmenė region is financially effective, but the second option, requiring a smaller investment, is more appropriate, as soon pay off, and less responsive to the market situation.

TURINYS

IVADAS	6
1. KAIMO TURIZMO VERSLO SAVOKA	9
1.1. Kaimo turizmo sąvokos apibrėžimo įvairovė ir problematika	9
1.2. Kaimo turizmo įtaka vietinei bendruomenei ir aplinkai	12
1.3. Kaimo turizmo verslas	15
1.4. Kaimo turizmo paslaugų organizavimas	16
1.5. Kaimo turizmo verslo vadyba	19
1.6. Kaimo turizmo rinkodara	22
1.7. ES parama kaimo turizmo plėtrai Lietuvoje	28
2. AKMENĖS RAJONO TURIZMO SITUACIJOS ANALIZĖ	30
2.1. Gamtos, kultūros bei žmogiškųjų išteklių potencialas ir jų panaudojimas turizmo plėtrai	30
2.2. Turistinės infrastruktūros išvystymas	33
2.3. Valstybės ir savivaldybės investicijos į Akmenės rajono turizmo plėtrą	35
2.4. Teikiamų turizmo paslaugų ir pramogų įvertinimas	37
2.5. Turistinių rinkų vertinimas	39
2.6. Potencialios kaimo turizmo paslaugų paklausos įvertinimas	41
2.7. Stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizė	48
3. KAIMO TURIZMO SODYBOS STEIGIMO AKMENĖS RAJONE GALIMYBIŲ TYRIMAS	52
3.1. Tyrimo ir planavimo metodika	52
3.2. Bendras projekto apibūdinimas	56
3.3. Rinkos galimybių tyrimas	58
3.4. Techninis ir organizacinis galimybių tyrimas	70
3.5. Finansinė analizė ir investicijų įvertinimas	73
IŠVADOS IR PASIŪLYMAI	84
LITERATŪRA IR KITI ŠALTINIAI	87
PRIEDAI	91

Paveikslų sąrašas

1 pav. Turizmo rūšių santykis su kaimo turizmu ir jo rūšimis	11
2 pav. Kaimo turizmo poveikis vietinei bendruomenei	12
3 pav. Kaimo turizmo paslaugų teikimo kanalai	25
4 pav. Kaimo turizmo reklamos sistema	27
5 pav. Akmenės rajono savivaldybės 2000–2005 m. biudžetas	36
6 pav. Akmenės rajono užsienio turizmo rinkų 2004–2005 metais vertinimas	40
7 pav. Respondentų poilsiaavimo dažnumas	42
8 pav. Respondentų naudojimosi kaimo turizmo paslaugomis pasiskirstymas	42
9 pav. Informacijos apie kaimo turizmo sodybą šaltiniai	42
10 pav. „Gandriukų“ skaičiaus įtaka respondentų pasirinkimui	43
11 pav. Respondentų poilsiaavimo sezoniškumas	43
12 pav. Poilsio kaimo turizmo sodyboje trukmė	43
13 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai su kuo jie atostogauja	44
14 pav. Respondentų tikslas poilsiaujant kaimo turizmo sodyboje	44
15 pav. Poilsiautojų pageidaujama kaimo turizmo paslaugų pasiskirstymas	45
16 pav. Poilsiautojų pageidaujama paremiančių paslaugų pasiskirstymas	45
17 pav. Poilsiautojų pageidaujamas maitinimo būdas kaimo turizmo sodyboje	46
18 pav. Atstumas kilometrais, kurį poilsiautojai vyktų iki norimos kaimo turizmo sodybos	46
19 pav. Pinigų suma litais, kurią poilsiautojai sutinka mokėti už vieno asmens vieną poilsio dieną	46
20 pav. Teigiamos poilsiautojų asociacijos su kaimo turizmu	47
21 pav. Neigiamos poilsiautojų asociacijos su kaimo turizmu	47
22 pav. Sodybos organizacinė schema	73

Lentelių sąrašas

1 lentelė. Lėšų skirtų sveikatingumui (sportui), rekreacijai ir kultūrai kitimo analizė	36
2 lentelė. Pramogų įstaigos Akmenės rajone	37
3 lentelė. Apgyvendinimo įstaigos Akmenės rajone	38
4 lentelė. Maitinimo įstaigos Akmenės rajone	38
5 lentelė. Svečių ir nakvynių skaičius Akmenės rajone	41
7 lentelė. Akmenės rajono vystomų turizmo nišų vertinimas	50
7 lentelė. Akmenės rajono galimų vystyti turizmo nišų vertinimas	51
8 lentelė. Apgyvendinimo įmonių veikla Šiaulių ir Telšių apskrityse	60
9 lentelė. Kaimo turizmo sodybos Šiaulių ir Telšių apskrityse	60
10 lentelė. Konkurentų siūlomų paslaugų kainos	66
11 lentelė. Pavienių paslaugų kainos	66
12 lentelė. Paslaugų paketų kainos	67
13 lentelė. Pardavimų pajamos	69
14 lentelė. Galimi įrangos tiekėjai ir darbų rangovai	71
15 lentelė. Žaliavų tiekėjai	71
16 lentelė. Lėšų panaudojimas	74
17 lentelė. Finansavimo šaltiniai	75
18 lentelė. Projekto veiklų tvarkaraštis	75
19 lentelė. Prognozuojamos pajamos (Lt.)	76
20 lentelė. Paslaugų teikimo išlaidos	77
21 lentelė. Pelno nuostolio ataskaitos rezultatas	77
22 lentelė. Finansiniai rodikliai	79
23 lentelė. Projektų finansiniai įvertinimai	80
24 lentelė. Alternatyvių projekto variantų efektyvumo rodikliai	81

IVADAS

Turizmas – tai atviros šalies įvaizdis, paslaugų sferos plėtojimas, geresnis šalies infrastruktūros naudojimas, darbo efektyvumo didinimas, naujų darbo vietų sukūrimas, geresnis veiklos paskirstymas regionuose, aktyvesnė užsienio valiutos apyvarta, šalies pajamų didėjimas, mažų ir vidutinių įmonių plėtra, ryšių su kitais ekonominiais sektoriais stiprėjimas. Norint pritraukti ne tik Lietuvos gyventojus, bet ir užsieniečius domėtis Lietuvos turizmu, reikia formuoti ne tik Lietuvos turizmo įvaizdį, bet ir kaimo turizmo įvaizdį. Tuo labiau reikia stiprinti mažesnes turizmo rinkas turinčių Lietuvos rajonų pozicijas. Tai prisidėtų ir prie rajonų ekonominės būklės gerinimo.

Pastaraisiais metais vis sparčiau augantis kaimo turizmas tampa rimtu konkurentu kurortams bei viešbučiams ir sąlyginai nebrangia alternatyva poilsiautojams. Tai verslas, apimantis įvairias vienoje kaimo turizmo sodyboje sutelktas turizmo verslo veiklas ir kartu sudarantis visą turizmo rinką.

Kaip paslauga, kaimo turizmas Lietuvoje pastaraisiais metais sulaukia vis didesnio susidomėjimo. Gerėjant ekonominei situacijai šalyje pastebimai padidėjo Lietuvos gyventojų bei užsieniečių, poilsiaujančių kaimo turizmo sodybose skaičius. 2007 m., palyginti su 2006 m., kaimo turizmo sodybose ilsėjosi 17,4 procento daugiau Lietuvos gyventojų ir 33,4 procento daugiau užsieniečių [45, p. 98].

Mokslinė problema. Pastaruoju metu daug dėmesio skiriama kaimo turizmo verslui ir rekreacijai. Lietuvos kaime pagrindinis pragyvenimo šaltinis, išskyrus samdomo darbo pajamas, pensijas ir socialines pašalpas, yra pajamos iš žemės ūkio. Siekiant sumažinti kaimo gyventojų priklausomybę nuo žemės ūkio, turi būti skirtas daug didesnis dėmesys kaimo plėtrai ir plėtros problemoms spręsti. Sprendžiant šia problemą labai svarbu įvertinti ekonomiškai atsiliekančių rajonų, turinčių pakankamai rekreacinių išteklių, kaimo turizmo vystymo galimybes. Tai padėtų padidinti skurdesnių rajonų gyventojų pajamas. Svarbu laiku atsižvelgti į kaimo turizmo rinkos plėtros tendencijas ir numatyti galimybes pasirengti priimti daugiau atvykstančių turistų į regioną ir formuoti tinkamą kaimo turizmo plėtros politiką.

Aktualumas. Lietuvai ir jos ekonomikai labai svarbi yra turizmo (kaip prioritetinės ūkio šakos) plėtra, ypač vidinio, apimančio ir kaimo turizmą. Pastarasis - sparčiausiai besivystanti turizmo rūšis Lietuvos regionuose. Tačiau vystymosi tempai skirtingose Lietuvos geografinėse vietovėse yra nevienodi. Daugiausia mokslinių turizmo analizių ir yra skirta tiems rajonams ar regionams, kuriuose yra labai platus turizmo išteklių pasirinkimas ir didelė vartotojų paklausa, tačiau tokie nedideli rajonai, kaip Akmenės, susilaukia žymiai mažesnio dėmesio vertinant turizmo galimybes.

Darbo objektas – kaimo turizmo verslas.

Darbo dalykas - kaimo turizmo verslo galimybės Akmenės rajone.

Darbo tikslas – pagrįsti kaimo turizmo verslo steigimo galimybę Akmenės rajone.

Siekiant šio tikslo sprendžiami konkretūs uždaviniai:

1. Teoriškai apibūdinti kaimo turizmą kaip verslą ir jo svarbą turizmo plėtrai.
2. Ištirti esamą turizmo situaciją Akmenės rajone.
3. Išanalizuoti kaimo turizmo verslo steigimo galimybes Akmenės rajone.
4. Pateikti siūlymus kaimo turizmo galimybėms gerinti.

Hipotezė: Kaimo turizmo verslas Akmenės rajone yra visapusiškai finansiškai efektyvus.

Tyrimų bazė: Metodologija, metodika, strategija. Atliekant kaimo turizmo verslo konceptualųjį pagrindimą buvo analizuojama kaimo turizmo sąvoka. Autorė siekia apibendrinti įvairių autorių pateikiamus kaimo turizmo apibrėžimus ir sukurti vieną, kaimo turizmo apibrėžimą, kuris labiausiai atspindėtų Lietuvoje vyraujančių kaimo turizmo paslaugų pobūdį. Autorės nuomone kaimo turizmas tai tos turizmo rūšys, kurios yra labiausiai susijusios su kaimo aplinka (su žemės ūkio veikla; kraštovaizdžiu ir gamtovaizdžiu; su vietiniais gyventojais, jų papročiais, apeigomis bei amatais), jos pažinimu ir poilsiu bei rekreacine veikla joje. Apibrėžus kaimo turizmo sąvoką, kaimo turizmas analizuojamas kaip verslas, turintis organizavimo, vadybos, rinkodaros ir kitus verslo elementus.

Magistrinio darbo tyrimo atlikimo seka yra ne atsitiktinė. Atlikus mokslinę analizę buvo vertinama Akmenės rajono turizmo situacija. Tai leido išsiaiškinti esama turizmo infrastruktūrą, potencialius turizmo šaltinius, galimus kaimo turizmo paslaugų vartotojus ir jų poreikius. Trečioje magistrinio darbo dalyje, atsižvelgiant į gautus Akmenės rajono turizmo situacijos rezultatus, buvo siekiama sukurti dvi kaimo turizmo sodybos alternatyvas. Pirnoji alternatyva tai moderni, daugiau investicijų reikalaujanti sodayba. Antra alternatyva paprastesnė, tačiau paslaugų pobūdžiu panaši į pirmąją alternatyvą sodayba. Didžiausias dėmesys skiriamas abiejų alternatyvų finansiniam efektyvumui. Jam išsiaiškinti naudojami įvairūs projektų finansinio efektyvumo vertinimo metodai, tokie kaip grynoji dabartinė vertė, atsipirkimo laikotarpis ir kt. Alternatyvų vertinimui pasirenkama ir jautrumo analizė, kuri dar tiksliau padeda įvertinti galimus projektų trūkumus.

Darbe naudoti informacijos rinkimo ir tyrimo metodai: antrinių duomenų, mokslinės literatūros analizė, apklausa, sisteminimas ir apibendrinimas. Rengiant darbą naudotasi lietuvių autorių (A. Armaitienės, A. Astromskienės, R. Sirusienės, I. Vainienės ir kt.) kaimo turizmo mokomąja medžiaga, taip pat užsienio literatūros šaltiniais, įvairiais atliktais tyrimais, Lietuvos turizmo įstatymu, konferencijų, įvairių spaudos leidinių bei internetine medžiaga. Siekiant sužinoti potencialių kaimo turizmo vartotojų požiūrį buvo atlikta apklausa.

Darbe naudoti analizės metodai: statistinių duomenų grupavimas ir lyginimas, prognozavimas, projektavimas, rodiklių skaičiavimas ir vertinimas, jautrumo analizė ir kt. Atlikta statistinių

duomenų analizė, remiantis trendo lygtimi atlikta turistų skaičiaus prognozė, suprojektuota įmonės organizacinė struktūra, galimybių finansiniam vertinimui atlikti, apskaičiuoti ir palyginti finansiniai rodikliai, rizikai įvertinti atlikta jautrumo analizė.

Baigiamąjį darbą sudaro trys dalys. Teorinėje dalyje apibrėžiamas kaimo turizmo verslas, jo svarba. Apibrėžiama kaimo turizmo sąvoka, palyginamos įvairios kaimo turizmo rūšys ir jo įtaka vietinei bendruomenei. Nagrinėjamas kaimo turizmas, kaip verslas, jo struktūra, paslaugų organizavimas, vadybos ir rinkodaros aspektai.

Praktinėje dalyje atliekama Akmenės rajono turizmo situacijos analizė. Išskiriami didžiausią turistinių potencialą turintys gamtiniai ir kultūriniai išteklių, apžvelgiama socialinė situacija. Įvertinamos Akmenės rajone teikiamos turizmo paslaugos ir potencialios turistų rinkos. Pateikiami apklausos rezultatai leidžiantys vertinti potencialią kaimo turizmo poilsiautojų rinką Akmenės rajone įsikūrusioms kaimo turizmo sodyboms. Galiausiai pateikiama stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizė.

Trečioje baigiamojo darbo dalyje atliktas projektinis tyrimas. Atsižvelgiant į antrojoje dalyje padarytas išvadas, buvo pasirinktos dvi skirtingos kaimo turizmo sodybos kūrimo galimybės Akmenės rajone. Tyrimo metu buvo iširtos rinkos galimybės, techninės ir organizacinės galimybės ir atliktas finansinis abiejų galimybių vertinimas.

Darbo rezultatai. Didžiausia šio magistrinio darbo reikšmė yra praktinė. Gautas finansinis alternatyvių kaimo turizmo sodybų įvertinimas parodo, kad kaimo turizmo verslas gali būti ekonomiškai efektyvus ir Akmenės rajone. Didžiausias mokslinis darbas Akmenės rajone turizmo srityje buvo 2005 P. Grecevičiaus ir E. Jurkaus atlikta Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. Tačiau ši studija parodė tik bendrus rajono turizmo šaltinius ir esamą infrastruktūrą. Autorės atliktas tyrimas yra konkretesnio pobūdžio. Jame gilintasi į tai ar ekonomiškai apsimoka kurti kaimo turizmo sodybą šiame rajone. Šis tyrimas gali prisidėti prie verslo skatinimo Akmenės rajone. Dauguma verslininkų nesiima naujo verslo neišsiaiškinę jo finansinio efektyvumo. Šis tyrimas galim būti panaudotas pritraukiant naujus investuotojus rajone ar skatinant kaimo žmones turinčius gražias sodybas pradėti užsiimti kaimo turizmo verslu.

1. KAIMO TURIZMO VERSLO SĄVOKA

1.1. Kaimo turizmo sąvokos apibrėžimo įvairovė ir problematika

Kaimo turizmas plačiai paplitęs daugelyje pasaulio šalių, tačiau pasigendama visuotinai pripažinto kaimo turizmo apibrėžimo. Literatūroje kaimo turizmas vadinamas įvairiai: poilsiu kaime, atostogomis kaime, kraštovaizdžio turizmu, agroturizmu, subalansuotu turizmu, ekoturizmu ar poilsiu agrarinėje aplinkoje. Daugelyje šalių vartojamas terminas „kaimo turizmas“ (pvz., Anglijoje - „rural tourism“, Danijoje, Kanadoje, Estijoje - „farm tourism“ ir kt.). Įvairioje literatūroje kaimo turizmas apibrėžiamas skirtingai.

Lenkijos kaimo turizmo specialistai siūlo tokį apibrėžimą: „Agroturystika (kaimo turizmas) – tai platus pasirinkimas paslaugų bei įrengimų, būdingų kaimui ir ūkiui, skirtų turistų poilsio ir laisvalaikio reikmių patenkinimui. Visa tai atlieka kaimo žmonės“.

Danijoje kaimo turizmas apibūdinamas kaip „atvykstančių į kaimą poilsiautojų aptarnavimo paslaugos, teikiančios ūkininkams papildomų pajamų“.

Kanadoje – apibūdinamas kaip „procesas, kuriuo siekiama pritraukti lankytojus į kaimo vietas ir padėti jiems išleisti pinigus tose vietose“ [1, p. 33].

Lietuvoje kol kas nėra vieningo kaimo turizmo apibrėžimo. Dažnai sutinkamas „agroturizmas“. Iš pirmo žvilgsnio atrodo, kad nėra skirtumo tarp kaimo turizmo ir agroturizmo. Iš tikrųjų skirtumas yra ir jis gana svarbus. Kaimo turizmas yra rekreacinių veiklų, kurios vyksta neurbanizuotose vietovėse, visuma. Tai yra industrijos sektorius, kuriam charakteringas smulkus turizmo verslas, įsigalintis žemės ūkio veiklai naudojamuose, miškinguose bei natūraliuose plotuose. Agroturizmas kaip rekreacijos forma vystoma apgyvendinimo paslaugų pagrindu ir rekreacinės veiklos, kryptingai susijusios su ūkių funkcijomis ir juos supančiais plotais. Tad sutinkant su I. Vainiene ir A. Urbiu, jis labiau tiktų apibrėžti turizmui, glaudžiai susijusiam su žemės ūkiu. Europos šalyse „agroturizmas“ – tai poilsis pas ūkininką, turintį didelį ūkį. „Kaimo turizmo“ sąvoka yra platesnė, „agroturizmas“ – tai tik viena iš kaimo turizmo rūšių.

Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme ir valstybinio departamento patvirtintuose „Minimaliuose reikalavimuose patalpoms turistams apgyvendinti teikiant kaimo turizmo paslaugas“ yra teigiama, kad kaimo turizmo paslauga yra apgyvendinimo paslauga, kai už nustatytą mokestį ar be mokesčio išnuomojama apgyvendinimui įrengta individuali gyvenamoji patalpa ar atskiri kambariai ir papildomai suteikiamos aktyvaus poilsio galimybės. Šis teiginys suformuoja klaidingą nuomonę, kad kaimo turizmas yra tik apgyvendinimo paslaugos. Tai, kas šiuose valstybinio departamento patvirtintuose „Minimaliuose reikalavimuose patalpoms turistams apgyvendinti teikiant kaimo turizmo paslaugas“ vadinama kaimo turizmu – apgyvendinimo paslauga yra poilsis kaime. Poilsis kaime yra tik viena iš kaimo turizmo veiklos sričių. Toks poilsis suteikia lankytojams

galimybę patirti, kas yra kaimas, kokie jo žmonės, paveldas, kultūra ir gyvenimo būdas. Kaimo turizmas yra platesnė sąvoka nei poilsis kaime. Tai kelionė į kaimo vietovę, norint pailsėti gamtoje, maitintis natūraliu, šviežiu maistu bei užsiimti tai aplinkai būdinga veikla.

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

Lietuvos specialistai pateikia sekančius kaimo turizmo apibrėžimus:

- I. Vainienė (2003) teigia, kad kaimo turizmas – kelionė į kaimo vietovę, norint ištrūkti iš miesto triukšmo, skubos, užteršto oro, hipodinamijos (per mažo judėjimo) ir pailsėti kaimiškoje aplinkoje, užsiimti tai aplinkai būdinga veikla;
- A. Armaitienė, P. Grecevičius ir kiti (1999) kaimo turizmą apibrėžia kaip tikslingą rekreacinę atvykusių žmonių veiklą kaimo vietovėse bei laikiną gyvenimą kaimo sodybose;
- A. Astromskienės ir R. Sirusienės (2004) nuomone kaimo turizmas – poilsio paslaugų visuma kaimo vietovėje, neapsiribojanti viena sodyba ir jos gamtine aplinka, bet apimanti daugelį kaimo techninės ir socialinės infrastruktūros elementų.

Apibendrinant kaimo turizmo sąvokos aiškinimosi niuansus, galima teigti, kad kaimo turizmas – tai tos turizmo rūšys, kurios yra labiausiai susijusios su kaimo aplinka (su žemės ūkio veikla; kraštovaizdžiu ir gamtovaizdžiu; su vietiniais gyventojais, jų papročiais, apeigomis bei amatais), jos pažinimu ir poilsiu bei rekreacine veikla joje.

Kaimo turizmas yra gana sudėtingas reiškinys. Iš jo apibrėžimų matyti, kad panašios paslaugos vadinamos vienu kaimo turizmo pavadinimu. Tokias tarpusavyje panašias, tačiau kai kuriais požymiais besiskiriančias kaimo turizmo paslaugas vadinsime kaimo turizmo rūšimis. Kaimo vietovėse galimas visų rūšių turizmas pagal jo turinį (žr. 1 pav.):

- Gydomasis turizmas kaime dažniausiai yra siejamas su liaudies medicina ir liaudiškais gydymo metodais. Kaime kartais plečiama profilaktinio gydymo veikla.
- Poilsio turizmas labai populiarus kaime. Nuo miesto tempo pavargusiems žmonėms poilsis yra vienas iš pagrindinių tikslų.
- Pažintinis turizmas kaime apima veiklą, susijusią su noru pažinti kaimo turizmo išteklius (gamtinius, kultūrinius, socialinius ir kt.).
- Profesinis – dalykinis turizmas siejasi su profesinių ir rekreacinių interesų derinimu kaime. Dažniausiai tai dalyvavimas įvairiuose kaime organizuojamuose seminaruose, bendravimas su specialistais ir kt.
- Religinis turizmas apima įvairias religines apeigas, kurių ypač gausu kaimuose.

- Sportinis turizmas kaime plėtojamas jau seniai. Šiuo metu yra nemažai populiarių sporto šakų, kurioms būtina kaimo aplinka (sportinė žūklė, slidinėjimas, važinėjimas kalnų dviračiais ir kt.).

- Nuotykių turizmas gali būti plėtojamas tiek kaime, tiek kitose teritorijose, nes čia svarbiausia pati veikla.

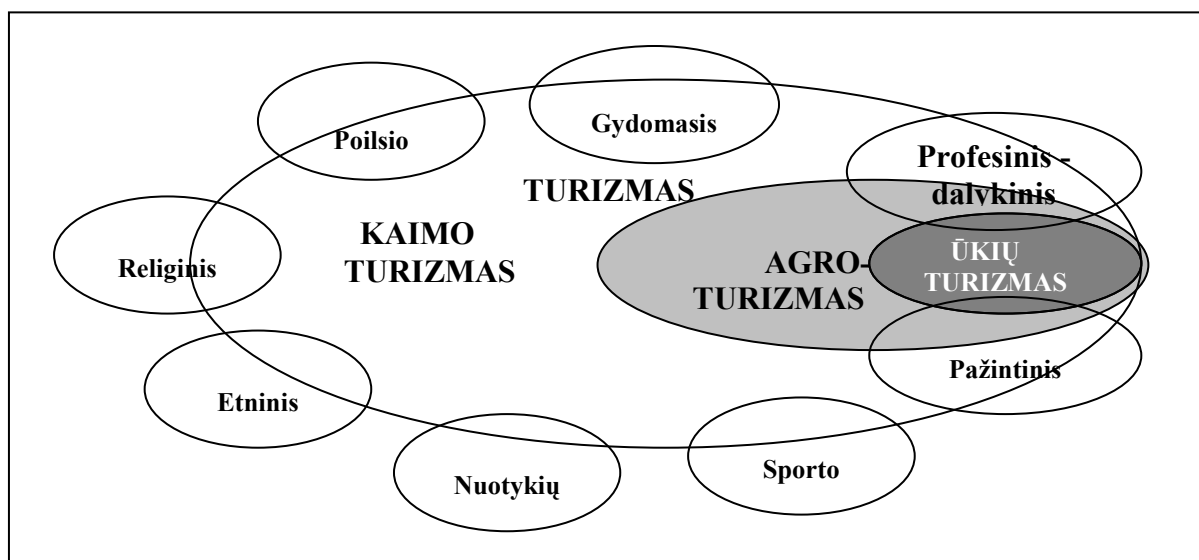
- Etninis turizmas dažniausiai siejamas su kelionėmis į gimtąsias vietas, gimtąjį kraštą. Labai dažnai tos vietos būna kaime.

Be 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. Turistų veikla, susijusi su žemės ūkiu, vadinama agroturizmu.

Lietuvos kaimo turizmo specialistų nuomone, „agroturizmas – tai tokia turizmo rūšis, kai turistai atvyksta į kaimą susipažinti su tradicine ar šiuolaikine žemdirbyste arba atskirais jos elementais ir dalyvauti žemės ūkio gamybos procese [1, p. 33–40].

Pastaraisiais metais agroturizmo samprata sumažėjo. Šiuo metu dažniausiai laikomasi šio agroturizmo apibrėžimo:

Agroturizmas – tai kaimo turizmo rūšis, tiesiogiai susijusi su žemės ūkio produkcija, tradicijomis ir ūkininko gyvenimo būdu [49, p. 31].



1 pav. Turizmo rūšių santykis su kaimo turizmu ir jo rūšimis

Šaltinis: Vainienė I. (2001). Kaimo turizmo organizavimas. Vilnius: Eugrimas, 32, p.400.

Kai kuriuose šaltiniuose aptinkamas dar vienas terminas – ūkių turizmas, kurį kaimo turizmo specialistai apibūdina kaip agroturizmo porūšį (žr. 1 pav.). Ūkių turizmas apima visą kaimo turizmo veiklą, susijusią su ūkiais, t.y. tiek nakvyne, maitinimą ar pramogas, tiek vizitus į ūkius. Svarbu suvokti skirtumą tarp ūkių, kurie vis dar veikia kaip žemės ūkio įmonės ir ūkių, kurie tik siejami su

žemės ūkio verslu dėl esamos geografinės padėties ar architektūros. Dažniausiai ūkių turizmu vadinamas apsistojimas ūkyje, t.y. kambariuose, gretimuose pastatuose ar palapinėse.

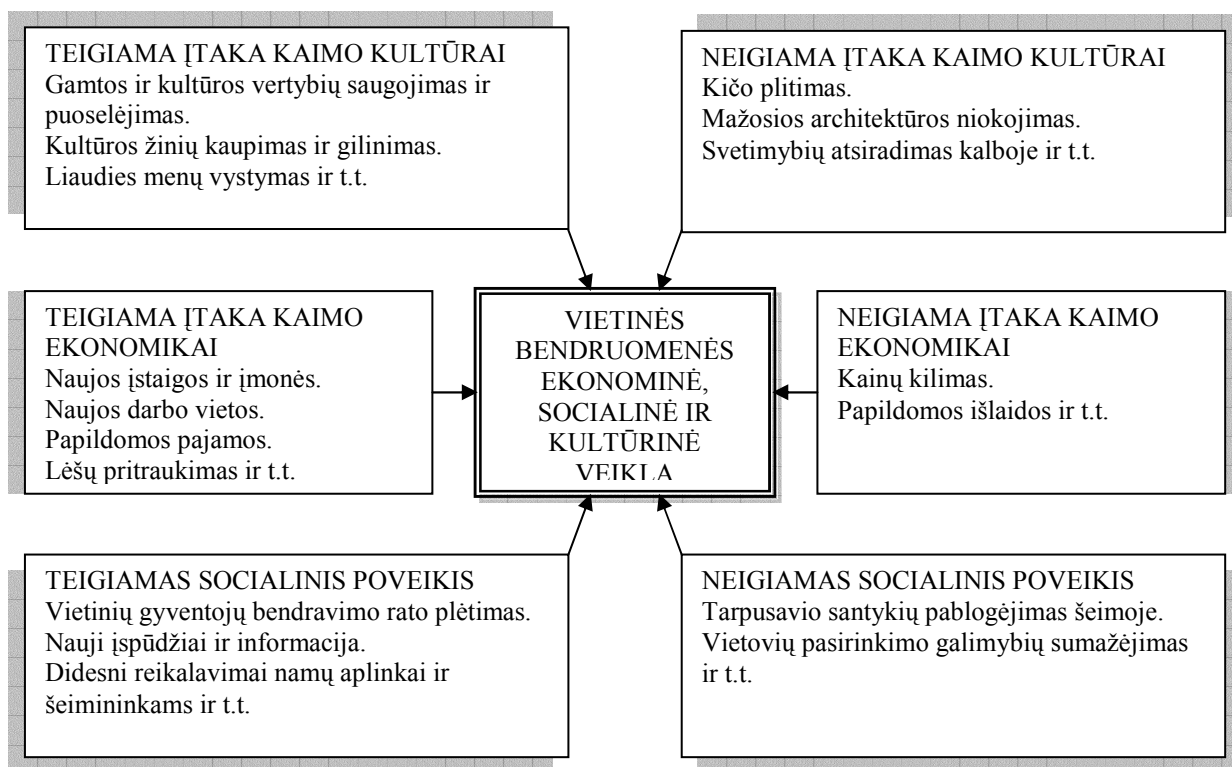
Vis daugiau ūkininkų stengiasi siūlyti turistams įvairių produktų ir paslaugų. Kai kurie ūkininkai orientuojasi į specifines rinkos grupes, pvz., sporto mėgėjus ar tokias rinkos grupes kaip vaikai, pagyvenę ar neįgalūs žmonės.

1.2. Kaimo turizmo įtaka vietinei bendruomenei ir aplinkai

Kaimo turizmas ir vietinė bendruomenė daro įtaką vienas kitam. Šis poveikis gali būti [1, p. 38-39]:

- tiesioginis – kai konkretūs poveikio rezultatai, pavyzdžiui, kaimo gyventojai gauna pajamas iš turistų, arba kai po jų poilsio lieka ištrypta augalija ir krūvos šiukšlių.
- netiesioginis – kai turizmo poveikis iš karto nematomas ir nejaučiamas. Pavyzdžiui, turistai skatina šeiminingus daugiau sužinoti apie savo apylinkes, gimtąjį kraštą; keičiasi kaimo aplinka tam, kad jame apsilankytų daugiau svečių; arba kai stengiamasi gimtoje kalboje įpainioti svetimų žodžių kaip įrodymą, kad bendraujama su užsieniečiais.

Kaip matome iš pavyzdžių, poveikis dar būna teigiamas ir neigiamas (žr. 2 pav.).



2 pav. Kaimo turizmo poveikis vietinei bendruomenei

Šaltinis: Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I. (1999). Kaimo turizmas. Vilnius: Valstiečių laikraštis, 39, p.174.

Teigiama kaimo turizmo įtaka vietinei bendruomenei

Kaimo turizmo įtaka vietinei ekonomikai. Kaimo turizmas pirmiausia siejamas su ekonomine nauda. Žemės ūkyje dirba daug Lietuvos gyventojų, t.y. triskart daugiau negu Europos Sąjungos šalyse. Vadinas, galima prognozuoti, kad Lietuvoje žmonių užimtumas žemės ūkyje mažės, nedarbas didės. Todėl kaimo turizmas yra vienas iš būdų panaudoti laisvą darbo jėgą ir galimybė vieną veiklos rūšį (žemės ūkio produkcijos gamybą) pakeisti ar papildyti kita.

Kitas svarbus kaimo turizmo ekonominis poveikis kaimo bendruomenei – tai papildomos pajamos. Jos gaunamos teikiant šias paslaugas:

- maitinimo;
- apgyvendinimo;
- ekskursijų į vietinius įdomius objektus;
- liaudies amatų (pinti iš vytelių, rišti verbas ir t.t.);
- rekreacijos ir turizmo reikmenų nuomos;
- prekybos rankdarbiais, suvenyrais, sendaikčiais.

Kaimo turizmas – tai naujos darbo vietos, būtinos organizuojant švietimą, informacines, ekskursijų ir kitokias paslaugas. Vietinė bendruomenė bus priversta plėsti įstaigas ir įmones.

Geriausia, kai sodybos šeimininkas suderina paslaugas su kita ūkine veikla. Turistams gali parduoti sodyboje auginamas daržoves, vaisius, pieną, įvairius mėsos ir pieno produktus, naminę duoną.

Socialinė įtaka. Kaimo turizmas daro teigiamą socialinę įtaką sukurdamas galimybes kaimo gyventojams išplėsti savo socialinius ryšius. Jie gali bendrauti ne tik su savo kaimynais, bet ir su kitais įvairiais žmonėmis, gauti informacijos, plėsti savo akiratį, susirasti naujų draugų, pažįstamų. Stengdamasis svečiams parodyti savo apylinkių grožį, šeimininkas turi jį pastebėti ir įvertinti. Kyla reikalavimai namų aplinkai, šeimininkų išvaizdai ir elgsenai, jų gebėjimui įdomiai papasakoti kaimo, rajono istorinius momentus.

Galimybė dirbti ir gauti atlyginimą taip pat svarbus socialinis veiksnys, teigiamai veikiantis ne tik dirbantį žmogų, bet ir jo artimuosius.

Turistams teikiamomis būtinomis paslaugomis gali pasinaudoti ir vietiniai gyventojai.

Teigiama kaimo turizmo įtaka vietinės bendruomenės kultūrai. Kaimo turizmas skatina saugoti ir puoselėti gamtos ir kultūros vertybes. Kaimo bendruomenė suinteresuota turėti kuo daugiau ypatingų, originalių ir natūralių objektų, juos saugoti ir gauti lėšų jų priežiūrai.

Kaimo turizmas skatina kaimo žmones sukaupti tam tikrų kultūros žinių. Jie turi žinoti vietinius kultūros ir gamtos objektus, kaimų istorijas ir vietovardžių kilmę, kaupti ir saugoti žodinę liaudies kūrybą – tautosaką (dainas, pasakas, sakmes, legendas, patarles, priežodžius, mįsles ir kt.).

Turizmas ir suvenyrai – tai vienas su kitu susiję dalykai. Kaimo turistai nori įsigyti originalių, tam regionui būdingų suvenyrų. Todėl skatinami smulkieji liaudies verslai bei liaudies menininkų kūryba.

Neigiamas kaimo turizmo poveikis vietinei bendruomenei

Ilgai turizmas buvo reklamuojamas kaip švari, nedaranti žalos ekonominė veikla. Nuo 1970 metų dėl to pasaulyje pradėta plačiai diskutuoti. Šiukšlinimo, transporto, turistų srautų poveikis gamtai, masinių vizitų poveikis kultūrai ir paveldo objektams buvo pripažinti turizmo sukeltomis problemomis. Prieita prie išvados, kad pagrindinė išeitis – tausojamojo turizmo idėja, kuria turėtų remtis turizmo vadybą. Norint tai įdiegti, reikia žinoti neigiamą kaimo turizmo poveikį ekonominiam, kultūriniam, ekologiniam ir socialiniam vietinės bendruomenės gyvenimui.

Neigiamas poveikis pajuntamas tada, kai daug turistų pabuvoja kaime.

Ekonominiai veiksniai. Pagrindinis neigiamas ekonominis poveikis – tai kainų kilimas. Pradėjus intensyviai vystyti kaimo turizmą, toje vietoje gali pakilti maitinimo ir kitų paslaugų arba net pastatų ir žemės kainos.

Organizuojant kaimo turizmą, keičiasi sodybos sklypo naudojimo paskirtis, reikia daugiau išlaidų papildomiems statiniams, keliams įrengti, želdiniams pasodinti ir kt.

Neigiamas poveikis vietinei kultūrai. Turizmo sociologai yra aprašę daug atvejų, kai turizmas skatina savitos kultūros suklestėjimą ir sunykimą. Lietuvos kaimuose turistų yra daug mažiau nei kitose Europos valstybėse, tačiau nevykusiai organizuojamas jų poilsis gali neigiamai veikti Lietuvos kultūrą:

- gali sunykti senoji medinė kaimo architektūra;
- plisti „kičas“ kaimo amatuose;
- atsirasti svetimų, tam kaimui ir regionui nebūdingų žodžių kasdienėje kalboje.

Socialinis poveikis. Greičiausiai juntamas neigiamas socialinis kaimo turizmo poveikis šeimos narių tarpusavio santykiams, nes nuolat esantys namuose svetimi žmonės vargina. Kaimo turizmas daro įtaką susiklosčiusiam tradiciniam šeimos gyvenimui. Šeimininkas ir jo šeimos nariai savo pagrindinį darbą turi derinti su nauja veikla. Atsiranda asmeninės erdvės ir veiksmų apribojimo problemos.

Užsienio turistams labiau susidomėjus kaimo turizmu, Lietuvos gyventojams gali sumažėti atostogavimo galimybės mėgstamose kaimo vietovėse dėl padidėjusių paslaugų kainų. Be abejo, padidėję turistų srautai apylinkėse trukdo vietinių gyventojų poilsi, mažina jų pasirinkimo galimybes. Kaimo bendruomenėje gali atsirasti neigiamų socialinių reiškinių“ nusikalstamumas, narkomanija, prostitucija.

Kaimo turizmo įtaka šalies ūkiui

Kaimo turizmas veikia ne tik vietinę kaimo bendruomenę, bet ir regioną bei visą šalį.

Kaimo turizmas šalyje paspartintų ir gamybos bei prekybinių paslaugų plėtrą, sudarytų galimybes verslams kaime, pagerėtų kaimo techninė infrastruktūra, pagyvėtų bendras kaimo socialinis gyvenimas.

Naujos darbo vietos, padidėjusios kaimo gyventojų pajamos ar kultūros palaikymo ir išsaugojimo problemos vienodai aktualios bet kuriam kaimui ir visai šaliai. Kaimo turizmo plėtra Lietuvoje ir populiarinimas užsienyje rodo mūsų – kaip turistinės šalies – galimybes, kuria teigiama įvaizdį [1, p. 38-43].

1.3. Kaimo turizmo verslas

Poilsis kaime šios veiklos organizatorių požiūriu gali būti vertinamas kaip pajamų šaltinis. Iš poilsio paslaugų organizavimo veiklos kaime gaunamos pajamos. Šias pajamas galima gauti ne tik tiekiant 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 ūkių produkcijos turistams pardavimas: maisto produktų, antikvarinių sendaikčių, rankdarbių, suvenyrų.

Verslo požiūriu, kaimo turizmas yra visas kompleksas veiksmų, susijusių ne tik su tiesioginiu turistų ir poilsiautojų aptarnavimu, bet ir su kaimo infrastruktūros ir gerovės plėtojimu.

Plačiąja prasme kaimo turizmas apima veiklos sritis – paslaugas, teikiamas už urbanizuotų teritorijų ribų [5, p. 16]:

- kaime esančios atrakcijos;
- iškylos, kurių metu lankomasi kaimo vietovėse, stebint gamtą, betarpiškai susipažįstant su kaimo buitimi ir tradiciniu gyvenimo būdu kaime, domintis, žemės ūkio darbais, aplankant istorines ir kitas žymias vietas, miestelius;
- poilsis nacionaliniuose parkuose ir kultūrinėse vietovėse, kaimo sodybose ir kituose apgyvendinimo paslaugas teikiančiuose dariniuose;
- dalyvavimas kaimo vietovėse vykstančiuose renginiuose, šventėse ir t.t.

Tokiu būdu, apsistojimas kaimo sodybose yra viena kaimo turizmo sudedamųjų dalių. Jei turizmo formose yra specializuojamasi atskirose verslo rūšyse, pvz., apgyvendinimo, maitinimo, pramogų paslaugos, tai kaimo turizme visos turizmo verslo rūšys sukonzentruotos vienoje.

Sisteminis požiūris į verslą leidžia visapusiškiau įvertinti ir kaimo turizmo veiklos ypatybes. Kaimo turizmo, kaip ir turizmo apskritai, paslaugų visuma arba jų sistema susideda iš daugelio elementų:

- gamtos ištekliai, kultūros, architektūros ir istorijos įžymybės;

- paslaugų teikimo vieta – sodyba su visa gyvenimui ir rekreacijai reikalinga įranga;
- transporto priemonės, reikalingos keliavimui į pasirinktą vietą;
- informacija, klientui padedanti pasirinkti poilsio formą, vietą bei keliavimo būdą ir sodybos šeiminiui - apie veiklos vadybą ir klientų poreikius.

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

Kaimo turizmas išteklių naudojimo požiūriu – ypatingas verslas, nes čia kaip niekur kitur labiau reikalingos palankios verslui sąlygos nei tiesioginės išteklių sąnaudos. Kaimo turizmo viena iš sėkmingos plėtros sąlygų – natūrali, patraukli rekreacinė aplinka ir joje atitinkamai įrengtas kaimo turizmo objektas – sodyba ar poilsiavietė, su visa rekreacinei veiklai reikalinga infrastruktūra.

1.4. Kaimo turizmo paslaugų organizavimas

Kaimo turizmui reikalingi natūralūs kaimo sodyboje sukurti poilsio išteklių, užtikrinantys aukštą paslaugų kokybę bei išlaikantys aplinkos savitumą ir patrauklumą. Natūraliems kaimo turizmo ištekliams priskiriami ekologiškai švarūs maisto produktai, vanduo (tiek tiesioginiam vartojimui, tiek atrakcijoms – žvejybai, maudymuisi, plaukiojimui vandens dviračiais ir kt.), oras, gamtinė aplinka. Sodyboje sukurti išteklių – apgyvendinimo ir poilsio įranga, namų apyvokos daiktai, pramogų inventorių, ūkyje auginami gyvuliai, išauginti ir pagaminti maisto produktai. Pramoniniai išteklių - apgyvendinimui, poilsiui ir atrakcijoms reikalinga įranga, inventorių, buitines reikmenys.

Poilsio kaime sėkmingai plėtrai Lietuva turi reikiamus išteklius: natūralūs gamtiniai kraštovaizdžiai, jų gydomosios bei poilsį teikiančios fizinės ir estetiškos savybės, kultūriniai kraštovaizdžiai, archeologijos, istorijos, architektūros, etnografijos paminklai, meno aplinkos žmonės, jų buitis, tradicijos, šventės, papročiai ir kita.

Marketingo požiūriu, kiekviena prekė apibūdinama kaip mainų objektas, turintis tam tikras vartojamąsias savybes, siūlomas rinkai ir skirtas naudojimui. Kaimo turizmo „prekė“ yra poilsio paslaugų visuma, skirta atvykstančiųjų į kaimą poilsiautojų rekreacijai, t.y. poilsiui, fizinių, dvasinių ir kūrybinių jėgų atgavimui. Poilsio kaime vartojamosios savybės išreiškiamos funkcinėmis savybėmis. Poilsiautojas, pirksdamas kaimo turizmo paslaugas, turi gauti didžiulį pasitenkinimą. Skirtingai nuo kitų paslaugų sferos prekių, teigiamoms atvykusio į kaimą poilsiautojo emocijoms kurti yra teikiama ne viena kokia nors paslauga, kaip pvz., nakvynė, maitinimas ar kt., bet visa eilė tarpusavyje susijusių paslaugų. Poilsio kaime veikoje pagrindinis dėmesys skiriamas poilsiautojų apgyvendinimui kaimo sodybose, kuriose vyrauja pasyvaus poilsio formos. Taigi poilsiui kaime yra siūlomas visas paslaugų paketas. Paslaugų paketas – tai grupė paslaugų, visą paslaugą formuojančių kaip prekę, kuri praturtina pagrindinę paslaugą, visumą.

Paslaugos paketą dažniausiai apibūdina dvi pagrindinės kategorijos:

- pagrindinė (bazinė) paslauga;
- papildomos (periferinės) paslaugos.

Paslaugų rinkinyje viena paprastai yra aiškiai dominuojanti, ji vadinama pagrindine arba bazine. Kad vartotojas galėtų pasinaudoti pagrindine paslauga, dažnai yra būtinos ir papildomosios. Anot Ch. Gronrooso, papildomos paslaugos yra skirstomos į lengvinamąsias ir remiamąsias. Lengvinamoji paslauga yra tokia, kuri padeda naudotis pagrindine. Remiamoji paslauga reikalinga arba vertei padidinti, arba išskirti paslaugas iš konkurentų remiamų paslaugų

Poilsio paslauga yra neapčiuopiama fizine prasme, neišmatuojama konkrečiais mato vienetais, t.y. ji neturi daiktinės formos. Ši paslauga kaip prekė yra gaminama ir vartojama tuo pačiu metu ir toje pačioje vietoje. Tiesiogiai pas ūkininką perkant poilsio paslaugą pardavimo procesas sutampa su gamybos ir vartojimo procesais. Toks vienaikiškumas, gaminant ir vartojant, lemia didelę vartotojo priklausomybę nuo gamintojo. Todėl be paslaugoms sukurtų reikalingų techninių priemonių (kambario, lovos, dušo ir t.t.), poilsio kaime paslaugų kūrimo ir pardavimo procese ypatingą reikšmę įgauna svečius priimančių žmonių patyrimas, paslaugumas, nuoširdumas, dėmesys, kas tiesiogiai įtakoja poilsiautojų nuotaiką ir jų teigiamas emocijas. Kai vyksta visi verslo procesai vienu metu, labai svarbu nuoseklumas ir suderinamumas.

Dar vienas kaimo turizmo paslaugų ypatumas – nepastovi jų kokybė, t.y. poilsio paslaugų kokybė priklauso ne tik nuo paslaugos teikėjo techninio, profesinio ir psichologinio pasiruošimo, bet ir nuo paslaugos teikimo sąlygų, paslaugos vartotojo fizinės, emocinės būsenos. Tai, kad poilsio paslaugos gaminamos ir vartojamos vienu metu, neleidžia kontroliuoti jų kokybės. Jos kokybės nepastovumas yra viena svarbiausių konfliktų priežasčių tarp paslaugos teikėjų ir poilsiautojų. Būsimos paslaugos kokybę numatyti padeda išankstinė informacija apie kaimo turizmo sodybos geografinę padėtį, gamtinę ir kultūrinę aplinką, sodyboje esančią įrangą ir bendravimas su sodybos šeimininkais.

Kadangi kaimo turizmo paslaugos „gaminamos“ ir vartojamos toje pačioje vietoje ir tuo pačiu metu, tai turi sutapti minėtų paslaugų paklausos bei pasiūlos ir vieta, ir laikas. Vietos sutapimas reiškia, kad potencialūs kaimo turizmo paslaugos vartotojai turi būti ten, kur jie galėtų pasinaudoti paslauga. Taigi jie turi nuvykti į sodybą, užsiimančią kaimo turizmo paslaugų teikimu, kitaip paslaugos jų nepasieks. Vienalaikiškumas, gaminant ir vartojant, lemia didelę vartotojo priklausomybę nuo gamintojo.

P. Kotleris nurodo tris būdus paslaugų kokybės nevienodumui mažinti:

- investavimas į personalo atranką ir lavinimą;
- paslaugų teikimo procedūrų standartizavimas;
- klientų pasitenkinimo ir nepasitenkinimo kontrolė.

Dauguma kaimo turizmo verslą pradedančių žmonių neturi profesinio pasirengimo ir patirties. Šio verslo subjektų mokymas ir kvalifikacijos kėlimas yra tiek verslo sėkmės, tiek paslaugų kokybės nepastovumo mažinimo ir vartojimo augimo garantas. Todėl sodybų šeimininkai turi investuoti į jų kvalifikaciją keliančius specialius kursus ar seminarus, organizuojamus valstybinių ar savivaldybių institucijų.

Vykstant visiems verslo procesams vienu metu, labai svarbu nuoseklumas ir solidarumas. Kaimo paslaugų teikėjams svarbu iš anksto gerai apgalvoti savo veiksmų planą, kaip priims atvykusius poilsiautojus. Poilsiautojas turi žinoti, kad atvykęs į sodybą kaime bus kokybiškai aptarnautas bet kuriuo laiku.

Nuolatinė klientų pasitenkinimo ar nepasitenkinimo kontrolė padeda pastebėti nukrypimus nuo pageidaujamo kokybės lygio ir imtis reikiamų veiksmų. Ji paprastai atliekama analizuojant įmonės veiklos rezultatus arba darant specialius tyrimus, dažniausiai vykdomus apklausos būdu. Minėti būdai – tai klientų, aptarnaujamų turizmo agentūrų personalo, sodybų šeimininkų, skundų, priekaištų mažinimo priemonė.

Be anksčiau minėtų 4 turizmo paslaugų charakteristikų, L. Lumsdon išskiria ir penktą šio verslo paslaugų ypatybę – nuosavybės nebuvimą. Klientai netampa kokios nors paslaugos savininkais. Jie gali pasiimti su savimi prisiminimus, išpūdžius iš kelionės. Rinkodaros specialistai pabrėžia iliustruotų leidinių bei suvenyrų svarbą atgaivinant kelionėje patirtus išgyvenimus net ir po daugelio metų.

Kaimo turizmas – verslas, kuriame dominuoja žmogiškasis faktorius – žmonės, teikiantys asmenines paslaugas kitiems žmonėms. Todėl čia ypatingai svarbiais verslo sėkmės veiksniais tampa svetingumas, bendravimas. Kuo svetingiau turistas priimamas, tuo labiau jis bus patenkintas ir norės grįžti, skleisti gerus atsiliepimus kitiems potencialiems turistams.

Kaimo turizmo verslo specifiškumą sąlygoja ir pasiūlos bei paklausos ypatumai. Kaimo turizmo pasiūla yra reliatyviai fiksuota. Turizmo išteklių ir infrastruktūra negali taip greitai keistis, kaip to gali norėti turistai. Šių paslaugų (pvz. sodybos) negalima perkelti laike ir erdvėje, todėl jų pasiūla neelastinga. Kaimo turizme, ne taip, kaip kitose ūkio šakose, keliauja ne produktas, bet turistai. Taigi paslaugos specifinėmis tampa, kad jomis naudojama ne namuose, o kelionėje. Paslaugų vartojimo prielaida – žmogaus išvykimas į kitą vietą. Taigi paslaugų vartojimas yra specifinis vietos ir laiko požiūriu [5, p. 27].

Kaimo turizmo paslaugų paklausa ypatingai elastinga lygio, kainų, reklamos atžvilgiu, tačiau labai priklauso nuo politinių bei socialinių sąlygų. Be to, ji priklauso ne tik nuo objektyvių veiksnių (kainos), bet ir nuo subjektyvių veiksnių, tokių kaip vartotojo skoniai, pomėgiai, mada.

Kaimo turizmas – sezoninis verslas, nes daugelis poilsio paslaugų yra būdingos vasaros sezonui. Tik nedidelė dalis sodybų šeimininkų priima poilsiautojus visus metus, nes dažnai tam

nepritaikytos gyvenamosios patalpos, be to, sumažėja atostogaujančių srautas. Išspręsti pastarąją problemą padėtų ne tik apgalvota reklama, bet ir bendradarbiavimas su smulkiomis arba vidutinėmis įmonėmis, bendrovėmis, kurios suinteresuotos savo darbuotojų laisvalaikiu.

Iš veiksmų, skiriančių kaimo turizmą nuo kitų ūkio šakų, būtų galima paminėti kelionių tarpininkus. Kadangi turizmo paslaugos yra toli nuo potencialių vartotojų, tai reikalinga specializuotų tarpininkų, kurie veikia tarp paslaugos gamintojo ir turistų, pagalba.

1.5. Kaimo turizmo verslo vadyba

Kaimo turizmo verslo vadyba dėl nuolat besikeičiančių klientų srautų ir jų poreikių yra gana sudėtingas procesas. Šio verslo sėkmei neužtenka įvykdyti Lietuvos Respublikos turizmo įstatyme pateiktus reikalavimus kaimo turizmo sodyboms, tačiau reikia gerai apgalvoti ir verslo kryptį bei ateitį. Kaimo turizmo sodybos, norinčios išlikti konkurencinėje kovoje, turi laikytis bent keleto verslo vadybos strateginių principų:

- būti arčiau prie rinkos ir klientų ne geografinė padėtimi, bet informacijos ir paslaugų požiūriu;
- sugebėti greitai reaguoti į klientų poreikių pokyčius ir būti lankstiems;
- kelti paslaugumą ir kokybę;
- optimizuoti kaštus.

Ignoruojujantys šiuos principus rašo sau žlugimo nuosprendį. Norintiems išlikti konkurencingiems turizmo paslaugų rinkoje, reikėtų atkreipti dėmesį į keletą kaimo turizmo vadybinių aspektų [3, p. 99-101]:

1. Situacijos analizė

Pirmiausia reikia nustatyti savo verslo stipriąsias ir silpnąsias puses, atpažinti sėkmės faktorius ir ateities rinkas. Reikia iškelti klausimus sau (Kodėl mes darome tai, ką darome? Kodėl tai darome būtent tokiu būdu?), rinkos pozicijai (Kokią poziciją užima organizacija rinkoje? Kokios plėtros galimybės?) ir savo veiklai (Kokia mūsų kompetencija?). Tokie esminiai klausimai priverčia sodybos šeimininkus iš naujo pažvelgti į veiklos eigą, taisykles ir prielaidas.

2. Naujo mąstymo ir veiklos ugdymas

Kaimo turizmas labai greitai besikeičiantis verslas. Reikia pastebėti, kad kiekvienoje šalyje formuojasi savitas šių paslaugų pasiūlos ir paklausos modelis. Sunkiai sekasi tiems, kas laikosi senojo verslo valdymo, pagrįsto savo valios primetimo klientui, požiūriu. Kaimo turizmo sodybų konkurencingumą ir pasiekimus nulems jų šeimininkų mąstymo ir veiklos būdas. Šiais laikais norint pasiekti maksimalių rezultatų, tenka siekti kaimo turizmo sodybos veiklos novatoriškumo ir lankstumo: nežiūrint to, kad kaimo turizmas traktuojamas kaip specialaus apgyvendinimo paslauga, sodybos veiklos sėkmė priklauso nuo atrakcijų ir pramogų išskirtinumo ir naujumo. Ieškant sodybai

skirtingesnės ir įdomesnės veiklos praverčia kooperuotas mąstymas ir diskusija, lankstumas, kūrybingumas, atsakomybės jausmas.

3. Motyvacija

Kaimo turizmo verslo vadyba – tai procesas, kurio metu išanalizuojama, kuo sodyba buvo, kuo yra, kuo nori tapti ir svarstoma, kaip įgyvendinti naudingus pakeitimus. Šis procesas paliečia visus kaimo turizmo verslo vadybos psichologinius ir strateginius aspektus. Pirmiausia sodybos šeimininkas ir jo šeimos nariai turi turėti norą tobulėti. Antra, suvokimas, darbas šiame versle yra prasmingas, leidžia sodybos šeimininkui savo veiklą vertinti kaip procesą. Sėkmės prielaidos:

- Žmogus – svarbiausia. Sodyboje svarbus kiekvienas žmogus – ir šeimos narys, ir klientas;
- Naujas valdymas. Svarbiausia valdymo užduotis – aiškiai ir tiksliai išdėstyti pagrindinę savo sodyboje teikiamų apgyvendinimo ir poilsio paslaugų idėją, viziją ir tikslus.

4. Strategiškai orientuota veikla

Griežtai hierarchinė valdymo struktūra, kartu su savo mąstymu, struktūromis ir pozicijomis jau atgyveno. Struktūrinį mąstymą turi pakeisti procesinis. Klientai reikalauja lankstumo, kūrybiškumo, kokybės, paslaugų. Tai suteikti darosi sunku, jei vis dar išlieka hierarchija, laukiant, kol sodybos „šeimos galva“ priims sprendimą. Patenkinti šiandieninius klientų poreikius įmanoma tik operatyviai reaguojant į klientų paklausimus, pageidavimus ir pretenzijas. Sodybų, kuriose darniai dirba visa šeima, privalumai akivaizdūs: klientai patenkinti; darbas atliekamas ten ir tada, kai jis yra prasmingiausias; mažesnis priežiūros ir kontrolės poreikis; sumažėja darbų suderinimo pastangos.

5. Informacija/komunikacija

Informacija ir komunikacijos – viena iš svarbiausių kaimo turizmo verslo sėkmės prielaidų. Informaciją apie pageidaujamoje sodyboje siūlomas apgyvendinimo ir poilsio paslaugas klientas nori gauti „čia ir dabar“. Kuo sodybos šeimininkai sugeba intensyviau bendrauti su informacijos tinklais, tuo didesni klientų srautai sodyboje, tuo daugiau pajamų.

6. Orientacija į rinką ir klientus

Į rinką orientuotos kaimo turizmo sodybos pasižymi lankstumu, nuolat stengiasi surasti naujų paslaugų organizacijoms. Sodybų šeimininkai klausosi, ką sako klientai, atsižvelgia į jų poreikius, rūpinasi santykiais su klientais ir įtraukia juos į naujų atrakcijų ir pramogų kūrimą. Sėkminga kaimo turizmo sodybos veikla įmanoma tik tuomet, kai visi sodyboje vykstantys procesai funkcionuoja kaip gerai organizuota visuma.

7. Kooperacija

Yra daug priežasčių, dėl kurių verta kooperotis kaimo turizmo versle:

- geresnis klientų poreikių patenkinimas;
- augimo galimybės;

- mažiau kaštų reikalaujančios pramogų ir atrakcijų paslaugos;
- sodybos išskirtinumo užtikrinimas.

Bet kokių atvejų kartu dirbančios kaimo turizmo sodybos pagerina savo galimybes. Pirmiausiai, bendradarbiaujančios sodybos gali priimti didesnes poilsiautojų grupes. Besikeičiančios poilsiautojais sodybos turi didesnes galimybes įvairinti atrakcijas ir pramogas, taupyti lėšas, padidinti investicijų atsipirkimą. Bendradarbiaujančių sodybų ryšiai gali būti įvairių formų: informacijos sklaidos, bendros reklamos, skirtingų atrakcijų, poilsiautojų grupių keitimasis ir t.t. Svarbiausia taisyklė: kiekviena pusė laimi tai, ko veikdama viena pasiekti negalėtų.

8. Orientavimasis į aplinką

Kaimo turizmo sodyba įgyja pranašumo, kai ji skiria dėmesio ir aplinkos apsaugai. Siekianti sėkmės sodyba turėtų:

- savo veikloje akcentuoti verslo ir gamtos sąsajas;
- ugdyti šeimos narių tausojantį požiūrį į gamtą;
- įtraukti „gamtos apsaugą“ į savo rinkodaros strategiją;
- sukurti informacijos sistemą, kuri apimtų visus ekologinius, gamtosauginius kaimo turizmo sodyboje teikiamų paslaugų aspektus;
- permąstyti bendrą sodybos darbo rutiną.

Idealiausia, kai kaimo turizmo sodyboje akcentuojamos visos įmanomos ekologinės, gamtosauginės veiklos sritys.

Kaimo turizmu užsiimantis ir norintis užsidirbti verslininkas turi dirbti ypatingai sunkiai, nes prekė – ypatinga poilsio paslauga, apie kurią daugelis prieš keletą metų net nebuvo girdėję, o ir dabar daliai miestiečių kaimas asocijuojasi su purvu, nešvara, girtaujančiais žmonėmis ir kitokiais negatyviais dalykais. Šiandieninio kaimo turizmo verslo intensyvumas, efektyvumas ir sėkmė priklauso nuo šiuo verslu užsiimančių verslininkų sugebėjimo suvokti ko pageidauja į jų sodybas atvykstantys poilsiautojai. Sodybos šeimininkas rūpinasi investicijomis, veiklos organizavimu, prisiima atsakomybę už visus veiklos rezultatus. Sodybos šeimininkas yra verslininkas, o daugeliu atvejų ir vadybininkas. Verslininkas apibūdinamas kaip asmuo, priimantis ir įgyvendinantis sprendimus, susijusius su investicijomis, veiklos organizavimu. Verslininko veikla nukreipta tam tikrų grupių vartotojų poreikių tenkinimui. Kaimo turizmo veikloje svarbiausias sodybos šeimininko rūpestis – iš anksto tinkamai pasirengti būsimų poilsiautojų rekreacinių poreikių tenkinimui ir jiems atvykus į sodybą – kokybiškai juos aptarnauti.

Sodybų šeimininkas vienu metu atlieka keletą vadybinių vaidmenų:

- Verslininkas – organizuojantis kaimo turizmo veiklą, per kaimo turizmo paslaugas teikiantis visuomenės nariams naudą ir iš šios veiklos gaunantis pelną;

- Savininkas – nuosavybės teisėmis disponuojantis veiklai reikalingais ištekliais ir gautomis pajamomis;

- Vadovas – veiklos kaimo turizmo sodyboje koordinatorius, priimtų sprendimų įgyvendintojas.

Turizmo versle, kaip ir kiekviename kitame, vadybininkas savo darbo rezultatus pasiekia bendraudamas su kolegomis ir klientais, todėl būtinos profesinės žinios ir kompetencija. Vienas iš svarbiausių turizmo vadybininkų sugebėjimų yra organizuotumas. Kaimo turizmas – labiau kūrybinė nei gamybinė veikla. Tai aktyvių, veržlių, bendraujančių žmonių verslas. Čia būtinas nuolatinis rūpestis esamais ir būsimais poilsiautojais, jų besikeičiančių poilsio poreikių ir norų studijavimas, bendravimas su jais ne tik sodyboje, bet gerokai anksčiau, nei jie atvyksta. Mokslininkų nustatyta, kad verslo sėkmę lemia ne pasirinkta verslo rūšis, bet tinkamas jo tvarkymas, verslinės nuojautos turėjimas, teisingas verslo pokyčių ir perspektyvų numatymas. JAV mokslininkas dr. J. Husain savo monografijoje „Įmonės organizavimas ir valdymas“ pateikia sėkmingai dirbančio verslininko bruožų sąrašą:

- visiškas įsipareigojimas, atkaklumas, ištvėringumas;
- troškimas pasiekti tikslą ir augti;
- orientacija į palankias progas ir tikslus;
- iniciatyvumas ir asmeninė atsakomybė;
- atkaklus problemų sprendimas;
- realizmas ir humoro jausmas;
- siekimas ir pasinaudojimas grįžtamuoju ryšiu;
- vidinė kontrolė;
- žemas poreikis padėčiai ir valdžiai;
- dorumas ir patikimumas.

Tai pačios svarbiausios kaimo turizmo verslininko savybės, būtinos dirbant šiame nelengvame, bet labai įdomiame versle.

1.6. Kaimo turizmo rinkodara

Kaimo turizmas kaip rinkodaros objektas

Kaimo turizmas savo ekonomine prigimtimi priskirtinas paslaugų rinkodarai. Tačiau kaimo turizmo verslas turi daug ypatumų, kurie reikalauja ieškoti savitų, tik kaimo turizmo paslaugoms būdingų rinkodaros sprendimų.

Šis verslas turi daug ypatumų, todėl ir jo rinkodara sudėtinga. Pirmiausia pats turizmo produktas yra specifinis. Jis dažniausiai neturi materialaus pagrindo. Tai ne prekė, o paslauga, ne fizinis daiktas, o neapčiuopiamas potyris. Kitas svarbus veiksnys tas, kad turizmo produktas yra

kelių paslaugų rinkinys. Kaimo turizmą sudaro kelionės, atostogos, įvairios ekskursijos kaimo aplinkai pažinti ir pailsėti. Kaimo gyventojams – tai papildomų pajamų šaltinis, nes gaunama tam tikra ekonominė nauda. Tačiau būtina įvertinti ir kaimo turizmo žalą bei išlaidas, kurias patiria kaimo vietovė, sodyba, gamta. Kad kaimo turizmo veikla būtų veiksminga, reikia teikti įvairias ir geras paslaugas, gerai iširti paklausą, žinoti turizmo rinką, kryptis, tinkamai organizuoti reklamą ir kitą informaciją.

Kaimo turizmo rinkodaros specifika lemia produkto ypatumai [1, p. 98]:

- Bendros ir specifinės Lietuvos produkto galimybės bei ypatybės;
- Kaimo turizmo produkto struktūra;
- Lietuviškas svetingumas;
- Kelionių tarpininkų skaičius, veiksmų suderinamumas;
- Kaimo turizmo sezoniškumas;
- Gamtinės, kultūrinės ir socialinės aplinkos specifika.

Kaimo turizmo rinkodaros kompleksas

Šiam kompleksui priklauso visi rinkodaros sričiai būdingi sprendimai, kurių įmonė gali imtis kad veiktų savo produkto paklausą. Sprendimai gali būti susiję su:

- produktu (preke ar paslauga);
- kaina;
- pateikimu;
- rėmimu (reklama).

Rinkodaros kompleksas apima produktą, siūlomą už tam tikrą kainą su tam tikrais rėmimo veiksmiais, kad apie jį ir jo pateikimo būdą būtų informuojami galimi klientai.

Paslauga

Kaimo turizmo produktą sudaro sodybose apsigyvenusiems turistams teikiamų paslaugų ir prekių visuma. Skirtingai nuo kitų paslaugų sferos prekių, teigiamoms atvykusio į kaimą poilsiautojo emocijoms kurti yra prekiaujama ne viena kokia nors paslauga, bet kelios tarpusavyje susijusios paslaugos, tam panaudojant keletą komponentų: gamtos išteklius, kultūros, architektūros ir istorijos išžymybes, įrangą, reikalingą apgyvendinimui, maitinimui, sporto ir poilsio inventorių ir pan. Kaimo turizmas – tai ištisa poilsio paslaugų sistema, kurioje paslaugos skirstomos į pagrindines (apgyvendinimas, maitinimas) ir papildomas (pramogos).

Kaimo turizmo produktui būdingas tam tikras ciklas. Produktas turi nuolat atitikti turisto poreikius. Jam daro įtaką:

- produkto gamintojo patirtis;
- konkurencija;
- valstybės politika turizmo srityje;

- turistų poreikiai;
- informacija.

Kaina

Kitas svarbus kaimo turizmo rinkodaros elementas – kaina. Kaimo turizmo kainodara susidaro iš paslaugų suteikimo, kokybiško pateikimo bei pristatymo. Kaimo turizmo paslaugos kaina susideda iš daugelio dalių: patalpų įrengimo poilsiui, jų priežiūros, maitinimo, ekskursijų organizavimo, reklamos ir kitų darbų. Kainą sudaro atskiros išlaidos ir pridėtinė produkto (paslaugos) vertė. Išlaidas kaimo turizmo paslaugai sukurti galima suskirstyti į grupes:

1. Bazinės išlaidos, jos susidaro kuriant kaimo turizmo bazę (patalpų įrengimas, aplinkos paruošimas ir pan.). Tai būtinos išlaidos.
2. Paslaugos išlaidos susidaro teikiant ir naudojant paslaugą (patalpų priežiūra, maisto produktai, darbo užmokestis už paslaugos teikimą ir pan.).
3. Pridėtinės išlaidos susidaro sukūrus paslaugą, kuria naudojasi vartotojas (mokesčiai ir atsiskaitymai).

Kaimo turizmo paslaugos kainodara labai sudėtinga, todėl dažniausiai kaina suskaidoma į atskiras kainas ar jų grupes: nakvynės, maitinimo, papildomų paslaugų; arba į atskirų turizmo paslaugų paketų kainas: nakvynės su pusryčiais, nakvynės ir maitinimo vienai parai, ekskursijų ciklo ir kt.

Į turizmo paslaugų paketų kainą turėtų įeiti papildomos paslaugos, pavyzdžiui, naudojimasis sauna, arkliais, įvadinė ekskursija po apylinkes, ašotis pieno su kaimiška duona ir kt. Tam nereikia papildomų didelių išlaidų ar sąnaudų, o poilsis tampa malonesnis. Dažnai papildomos paslaugos pateikiamos nemokamai – tai labai gera reklama. Tačiau svarbu, kad šių paslaugų išlaidos ar sąnaudos neviršytų kainoje apskaičiuoto grynojo pelno dydžio.

Kainos skirstomos pagal:

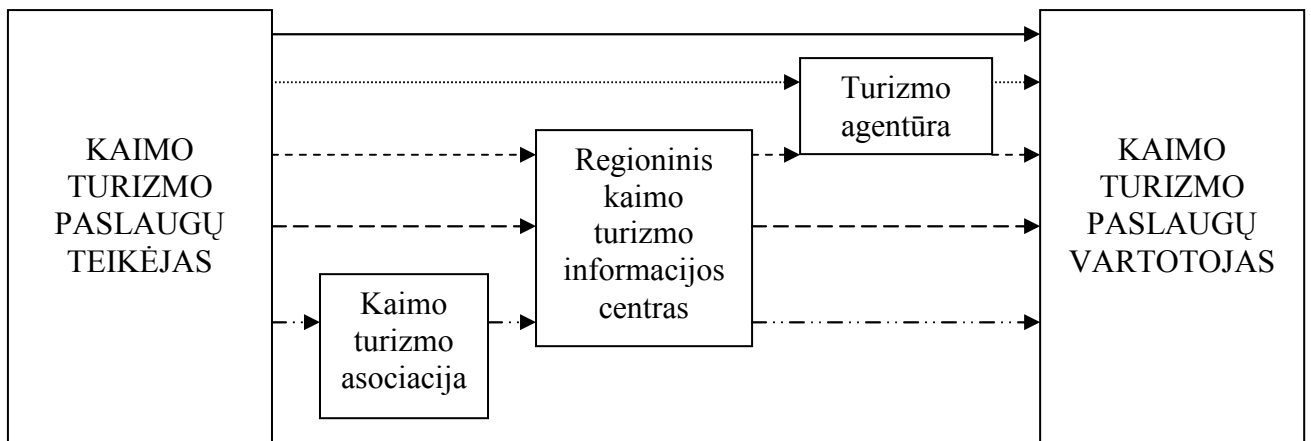
- atskirus sezonus;
- paslaugos naudojimo trukmę;
- atskiras amžiaus grupes;
- ir kt.

Labai svarbu ir tai, kad paslaugų kokybė būtų gera, o kaina tinkama turistui.

Paslaugų teikimas

Paslaugų teikimas apima produkto judėjimą nuo gamintojo iki vartotojo. Galimi trys kaimo turizmo paslaugų tiekimo kanalai (žr. 3 pav.):

- nulinis;
- vieno lygio;
- dviejų lygių.



3 pav. Kaimo turizmo paslaugų teikimo kanalai

Šaltinis: Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I. (1999). Kaimo turizmas. Vilnius: Valstiečių laikraštis, 111, p.174.

Nuliniam kanalui būdingas tiesioginis ryšys tarp paslaugų gamintojo ir vartotojų. Šis kanalas tinka ir paslaugų tiekėjams, ir jų vartotojams. Jo bruožai: paprastumas, paslaugų pardavimo didinimo galimybė, lankstumas, didesnis paslaugų teikėjo pelnas, asmeninio paslaugų pardavimo kontrolė. Tačiau šis kanalas turi ir neigiamų bruožų: didesnės valdymo išlaidos, profesionalūs turizmo tarpininkai suranda daugiau poilsiautojų, nei neturintys patirties tiesioginiai paslaugų teikėjai, turizmo paslaugų pasiūla ir paklausa neatitinka dėl paslaugų sezoniškumo ir vartotojų pasiskirstymo.

Vieno lygio kanalui būdingas vienas tarpininkas tarp paslaugų teikėjo ir vartotojo. Šias funkcijas geriausiai atliktų kaimo turizmo informaciniai centrai. Šio kanalo privalumai: profesinė pagalba, didesnis gamintojų ekonominis pajėgumas, paprastesnis apmokėjimas, kainų pranašumas.

Dviejų lygių kanalas paprastai apima du tarpininkus. Tai Kaimo turizmo informacinis centras ir Turizmo agentūra arba Kaimo turizmo asociacija ir Kaimo turizmo informacinis centras. Pirmieji gali skleisti informaciją apie regione esančias kaimo turizmo sodybas, antrieji – apie visas Lietuvos kaimo turizmo sodybas. Šis kanalas veiksmingas tik tada, kai yra gerai sutvarkyta nuolaidų ir atsiskaitymo apskaita bei informacijos perdavimo sistema.

Sodybos šeimininkas turi pasirinkti kurį nors pateikimo kanalą, kuris turės įtakos jo sodybos rinkai, paslaugų kainoms, pirkėjų nuomonėms, reklamai.

Rėmimas

Vartotojas produktą perka tik tada, kai apie jį pakankamai žino. Turistui reikia pranešti apie kaimo turizmo paslaugą, jos kainą, pateikimo vietą ir laiką, paskatinti jį pirkti. Ši informacija perduodama taikant rinkodaros komplekso elementą – rėmimą.

Turizmo rinkodaroje yra penkios rėmimo būdų grupės:

1. Asmeninis pardavimas – tiesioginis pardavėjo ir pirkėjo bendravimas, kai pardavėjas daro įtaką pirkėjo sprendimams. Kartu užsakoma, parduodama, tuo pačiu ir reklamuojama įmonė.

2. Reklama – užsakovo apmokamas produktą pristatančios ir remiančios informacijos perdavimo būdas.
3. Populiarinimas ir ryšiai su visuomene – draugiški santykiai su įvairiomis organizacijomis, visuomenės sluoksniais ir pavieniais asmenimis, kuriamas teigiamas įmonės įvaizdis ir sudaromos palankios sąlygos jos veiklai.
4. Skatinimas pirkti – veiksmai, kuriais pirkėjui sudaromos ypatingos pirkti produktą skatinančios sąlygos: kainų nuolaidos, konkursai, loterijos, kuponai ir kt.
5. Žodinis rėmimas – vartotojų dalijimasis išpūdžiais apie vieną ar kitą produktą.

Asmeninis pardavimas. Kad kaimo turizmo produktą pirtų, reikia sugebėti jį pasiūlyti, įrodyti, kuo jis gali būti įdomus konkrečiam keliautojui. Sodybos šeimininkas gali padėti turistui įsigyti paslaugą. Asmeninis pardavimas pasiekia mažesnes turistų grupes, bet jis turi didesnę įtaką turistui ir yra veiksmingesnis negu reklama.

Turizmo paslaugos priklauso nuo teigiamo išpūdžio, kurį susidaro klientai, todėl asmeniškai parduodant, išryškėja pardavėjo asmenybė ir gebėjimas bendrauti su klientais. Visose pardavimo grandyse reikėtų išmanyti psichologiją.

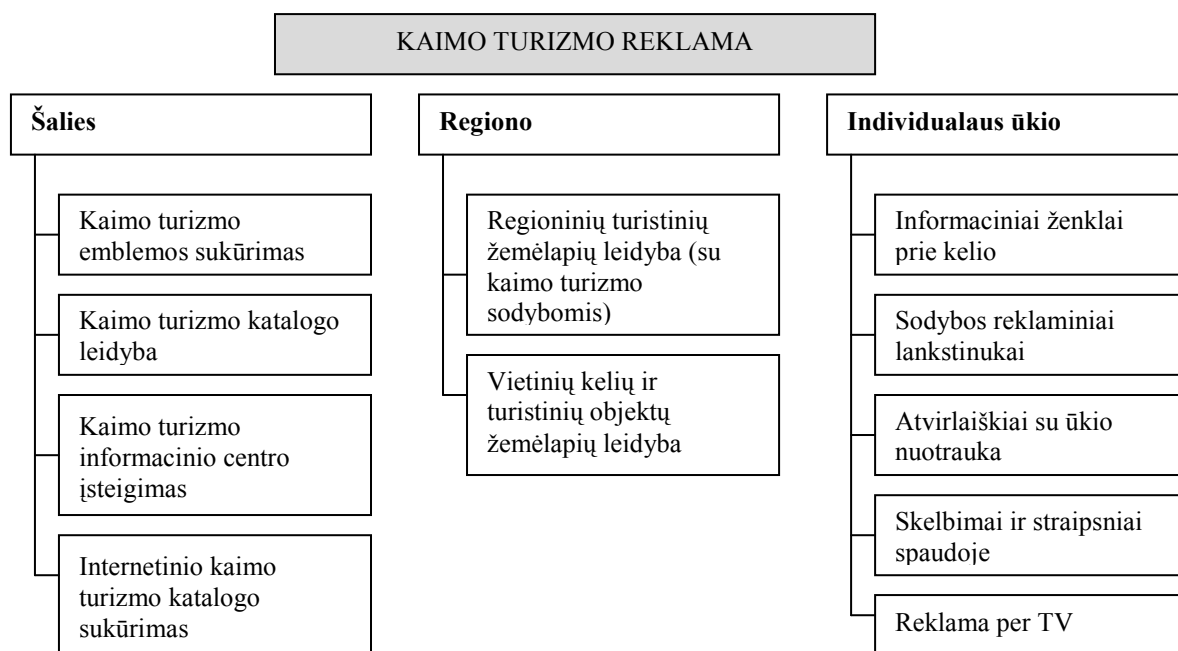
Reklama. Jos tikslas skatinti žmogų pirkti prekę ar paslaugą. Kaimo turizmo reklamos užuomazga Lietuvoje – turistinės firmos „Monoturizmas“ 1995 m. išleistas katalogas. 1999 m. pasirodė kaimo turizmo sodybų vaizdo katalogas, šios sodybos reklamuojamos ir interneto puslapiuose. Pastaraisiais metais daug kaimo turizmo sodybų ėmė reklamotis pačios. Sodybų reklaminiai lapeliai ar lankstinukai yra labai paprasti, tačiau tai pirmieji individualios kaimo turizmo reklamos žingsniai Lietuvoje.

Kaimo turizmo reklamos sistema Lietuvoje turėtų būti trijų lygių (žr. 4 pav.):

- šalies;
- regiono;
- individualaus ūkio.

Šalies sistemos reklamos formos:

1. Sukurti ir pristatyti Lietuvos kaimo turizmo emblemą;
2. Išleisti kaimo turizmo katalogą lietuvių, rusų, anglų ir vokiečių kalbomis;
3. Sukurti internetinį kaimo turizmo katalogą;
4. Įkurti regionuose kaimo turizmo informacijos centrus. Šie centrai rūpintųsi katalogų platinimu, priimtų užsakymus, rengtų reklaminius straipsnius apie kaimo turizmo ūkius, bendrautų su panašiais centrais užsienyje.



4 pav. Kaimo turizmo reklamos sistema

Šaltinis: Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I. (1999). Kaimo turizmas. Vilnius: Valstiečių laikraštis, 118, p.174.

Regiono reklama turi rūpintis regioniniai kaimo turizmo informacijos centrai, apskričių administracijos ir turizmo informaciniai centrai. Pagrindiniai šios reklamos tikslai – leisti regiono turistinius žemėlapius su pažymėtais kaimo turizmo ūkiais. Taip pat reikėtų išleisti kiekvieno rajono kelių ir turistinių objektų žemėlapi, kad svečiai lengvai pasiektų sodybas.

Individualaus ūkio reklama turi rūpintis kiekvienas kaimo turizmo sodybos šeimininkas. Pagal savo skonį ir finansines galimybes jis gali taikyti pačias įvairiausias formas:

1. Originaliose ir estetiškose iškabose su kaimo turizmo emblema nurodyti ūkio vietą prie pagrindinių kelių;
2. Paruošti ir išleisti sodybos lankstinukus lietuvių, anglų ir vokiečių kalbomis arba atvirkščiai su ūkio nuotrauka.
3. Išleisti lankstinuką kartu su kaimyninėmis kaimo turizmo sodybomis.
4. Platinti reklaminę medžiagą apie savo sodybą aplinkinėse degalinėse, restoranuose, kavinėse, turizmo informacijos centruose.
5. Skelbtis vietiniuose, šalies ar užsienio laikraščiuose.
6. Rodyti per televiziją reklaminius filmus apie sodybą.

Kaimo turizmo paslaugą būtina reklamuoti, nes be išsamios informacijos sunku tikėtis sėkmingos veiklos.

Populiarinimas ir ryšiai su visuomene. Kaimo turizmo sodybos sėkmei turi įtakos ir visuomenės nuomonė apie šį verslą bei sodybos veiklą. Ryšiai su visuomene – labai plati veiklos

sritis. Gali būti organizuojami sodybos reputaciją keliantys renginiai, dalyvaujama įvairiose populiariose akcijose, labdaringoje veikloje. Populiarinimą didina masinių informacijos priemonių susidomėjimas kaimo turizmu.

Skatinimas pirkti. Pirkti skatinama tokiais būdais:

- Taikomos sezoninės kainų nuolaidos;
- Taikomos nuolaidos perkant kelis kartus;
- Perkant dalijami suvenyrai.

Žodinis rėmimas. Vyrauja nuomonė, kad žodinės pačių klientų rekomendacijos daugiau padeda kaimo turizmui negu reklama ir kitos brangios priemonės. Turistai labai noriai pasakoja savo išpūdžius kitiems. Jeigu jiems patiko poilsis sodyboje, tai apie ją sužinos ir susidomės penkios būsimų turistų šeimos, o jeigu poilsis paliko prastą išpūdį, tai neigiama informacija bus paskleista dvidešimčiai šeimų.

1.7. ES parama kaimo turizmo plėtrai Lietuvoje

2004 - 2006 metų laikotarpyje, buvo pateikta 118 kaimo turizmo projektų, iš kurių su 54 buvo pasirašytos paramos sutartys, tik kas antras projektas buvo įvertintas teigiamai. Bendrai jiems skirta 49,7 mln. Lt. paramos.

Atsižvelgiant į šios priemonės populiarumą 2004-2006 m. laikotarpiu, 2007–2013 m. didelį dėmesį numatoma skirti kaimo turizmo paslaugų kokybei gerinti, jų įvairovei didinti, taip pat inovacijoms kaimo turizmo versle diegti. Siekiant padidinti kaimo turizmo paslaugų įvairovę, skatinama jungti tradicines žemės ūkio veiklas su paslaugomis turistams, pavyzdžiui, tiekti poilsiautojams šviežius, ūkyje užaugintus produktus, teikti rekreacines paslaugas (vandens sportas, jodinėjimas, įvadinis kursas į tradicinę žemdirbystę ir t. t.). Tokiu būdu kaimo gyventojai gali užsitikrinti ilgalaikių darbo vietų ir papildomų pajamų.

Atsižvelgiant į išaugusį poilsio kaime populiarumą ir siekiant rekreacinių paslaugų kaime įvairovės, parama taip pat teikiama stovyklavietėms kaime kurti ir jų plėtrai.

2007-2013 metais numatoma skirti 284 mln. Litų ir planuojama paremti 570 sodybų. Tikimasi, kad per tą laikotarpį poilsiautojų kaime padidės 30 proc., šis verslas sukurs apie 4 tūkstančius naujų darbo vietų. Kaimo turizmu ypač skatinami verstis jaunesni nei 40 metų ūkininkai ir mažiau palankių ūkininkauti vietovių žemdirbiai. 2007-2013 metais ES investicinė parama bus suteikiama kaimo turizmo paslaugų įvairovei didinti, tradicinei žemės ūkio veiklai derinti su turistų aptarnavimu.

Vadovaujantis Lietuvos kaimo plėtros 2007-2013 programos priemonių projektu, 3 krypties „Gyvenimo kokybė kaime ir kaimo ekonomikos įvairinimas“ 3 priemonė yra „Kaimo turizmo veiklos skatinimas“. Yra išskirtos dvi veiklos sritys:

1. Kaimo turizmo veiklos skatinimas;
2. Stovyklaviečių kaimo vietovėse įkūrimas ir plėtra

Paramos gavėjais gali būti ūkininkai ar kaimo gyventojai kaip nustatyta LR turizmo įstatyme.

Paramos intensyvumas:

Pirmoji veiklos sritis:

1. finansuojama iki 50 proc. visų tinkamų finansuoti projekto išlaidų;
2. maksimali paramos suma vienam projektui 200 tūkst. EUR.

Antroji veiklos sritis:

1. finansuojama iki 50 proc. visų tinkamų finansuoti projekto išlaidų;
2. maksimali paramos suma vienam projektui 40 tūkst. EUR.
3. Teikdamas paraišką pareiškėjas paramos gali kreiptis pagal abi priemonės veiklos sritis.

Maksimali paramos suma bendram projektui negali viršyti 200 tūkst. EUR.

Teorinės dalies išvados

Apibendrinant kaimo turizmo sąvokos aiškinimosi niuansus, galima teigti, kad kaimo turizmas – tai tos turizmo rūšys, kurios yra labiausiai susijusios su kaimo aplinka (su žemės ūkio veikla; kraštovaizdžiu ir gamtovaizdžiu; su vietiniais gyventojais, jų papročiais, apeigomis bei amatais), jos pažinimu ir poilsiu bei rekreacine veikla joje.

Kaimo turizmas veikia ne tik vietinę kaimo bendruomenę, bet ir visą šalį. Kaimo turizmo dėka sudaromos galimybės verslams kaime, pagerėja kaimo techninė infrastruktūra, pagyvėja bendras kaimo socialinis gyvenimas.

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

Kaimo turizmo prekė išsiskiria iš kitų „prekių“ tuo, kad čia teikiama ne viena paslauga, o visas paslaugų kompleksas, poilsio paslauga yra neapčiuopiama, jos kokybė yra nepastovi, turi sutapti paslaugos paklausos bei pasiūlos ir laikas ir vieta. Dėl kaimo turizmo poilsio paslaugų specifškumo paslaugų kūrimo ir pardavimo procese ypatingą reikšmę įgauna svečius priimančių žmonių patyrimas, paslaugumas, nuoširdumas. Turi būti aiškiai suvokiama teikiamos veiklos idėja, vizija ir misija.

Sėkmingam kaimo turizmo verslo vystymui užtikrinti sodybos šeimininkas turi sugebėti greitai reaguoti į klientų poreikių pokyčius, būti arčiau klientų informacijos ir paslaugų požiūriu, kelti paslaugų kokybę, rinkodaros komplekso pagalba įtakoti paklausą.

Tinkamai panaudojus turimus kaimo turizmo išteklius ir kryptingai organizuojant šią veiklą, kaimo turizmas gali užimti svarbią poziciją plėtojant turizmą Lietuvoje.

2. AKMENĖS RAJONO TURIZMO SITUACIJOS ANALIZĖ

2.1. Gamtos, kultūros bei žmogiškųjų išteklių potencialas ir jų panaudojimas turizmo plėtrai

Bendra informacija

Akmenės rajonas yra rytinis Žemaitijos pakraštys, šiaurėje – 48 km Lietuvos ir Latvijos valstybių sienos ruožas. Rajono plotas 844 km², 2008 m. pradžioje gyveno 27744 žmonių. Administracinis centras – Naujoji Akmenė. Rajono teritorija suskirstyta į 6 seniūnijas: Akmenės, Kruopių, Naujosios Akmenės kaimiškąją, Naujosios Akmenės miesto, Papilės ir Ventos. Rajone yra 3 miestai: Naujoji Akmenė (2008 m. pr. – 11468 gyventojai), Akmenė (2008 m. pr. – 2756 gyventojai), Venta (2008 m. pr. – 2959 gyventojas), Papilės ir Kruopių miesteliai, 167 kaimai.

Akmenės rajone yra valstybinis Kamanų rezervatas, Ventos regioninis parkas. Didelę rajono teritorijos dalį (apie 30 %) užima miškai, 57 % rajono ploto – žemės ūkio naudmenos, 2 % – vandens telkiniai, 2 % – miestas ir gyvenvietės, 2 % – pramonės įmonės bei keliai, 7 % – durpynai ir kitos paskirties žemė.

Rajonas išsidėstęs Ventos vidurupio žemumoje. Žemiausia vieta – 63m – yra šiaurės vakaruose, aukščiausia – 108m – pietryčiuose. Per rajoną teka Venta su savo intakais Virvyte, Dabikine ir Vadakstimi. Yra 1 ežeras, 13 tvenkinių. Miškingumas 31,6%, daugiausiai eglynai, pušynai ir beržynai. Didžiausi miškai – Kamanų, Purvių, Pragalvojų. Rajone daugiau nei 60 kultūros paminklų. Rajoną kerta 1871m. nutiestas Šiaulių – Mažeikių geležinkelis (jo atšaka atvesta į Naująją Akmenę), krašto keliai veda į Latvijos Respubliką, Joniškį, Šiaulius, Mažeikius, Telšius.

Gamtiniai ištekliai

Akmenės rajonas Lietuvoje labiau žinomas kaip pramoninis rajonas ir dauguma ten esančių gamtinių išteklių yra žinomi kaip pramonės žaliavos. Rekreaciniai gamtiniai ištekliai yra mažai propaguojami ir mažai žinomi ne tik Lietuvoje, bet ir pačiame Akmenės rajone.

Pagal Lietuvos Respublikos bendrąjį planą Akmenės rajonas priskiriamas prie gana mažą rekreacinį potencialą turinčių arealų ir žemiausio lygmens rekreacinės plėtros zoni. Tokiam teritorijos vertinimui turėjo įtakos ne tik šio rajono laikymas išskirtinai pramoniniu ir žemės ūkio rajonu, bet ir nesugebėjimas reprezentuoti rajone turimų gamtinių –kultūrinių vertybių. LR bendrajame plane Akmenės rajono rekreacinės plėtros prioritetai – pažintinės ir verslo rekreacijos bei turizmo vystymas, o kaip papildomos kryptys – poilsis gamtoje ir pramoginė veikla. Taigi poilsio gamtoje pripažinimas tik kaip antriniu parodo, kad Akmenės rajono gamtinės vertybės yra nepakankamai propaguojamos.

Atskirai analizuojant gamtinius išteklius formuojančius Akmenės rajono rekreacinės aplinkos patrauklumą galima išskirti šias gamtinių išteklių grupes:

1. Saugomos teritorijos;

2. Miškai;
3. Vandens telkiniai;
4. Gamtinės vertybės.

Detalus šių išteklių įvertinimas pateikiamas A priede.

Įvertinus gamtos išteklius, jų būklę, geografinę padėtį, nustatyta, kad didžiausią rekreacinį potencialą turi Ventos regioninis parkas, kiek mažesni Kamanų valstybinis gamtinis rezervatas. Tuo tarpu telmologiniai draustiniai turės tik labai mažą poveikį rajono turizmo plėtroje.

Akmenės rajono miškų medžių sudėtis bei kitos gamtinės sąlygos nėra pačios palankiausios turizmo plėtrai, kadangi dauguma miškų yra saugomose teritorijose, kur rekreacinės veiklos vystymas yra visiškai arba dalinai negalimas. Rajono miškai gerai papildo kitų gamtinių išteklių rekreacinį potencialą. Didžiausią rekreacinį potencialą turi Ventos gyvenvietės apylinkių bei Papilės-Kruopių miškų masyvai. Kitų didesnių miškų masyvų – Kamanų valstybinio gamtinio rezervato miškų, Naujosios Akmenės pietrytinių apylinkių miškų masyvų – rekreacinis potencialas yra mažas.

Akmenės rajone iš vandens telkinių didžiausią rekreacinę vertę turi Ventos upė bei didieji tvenkiniai, kurių plotas didesnis nei 30 ha (Sablauskių, Kivylių, Klykolių ir Šaltiškių). Nors Akmenės rajono vandens telkinių rekreacinis potencialas ir nėra labai didelis, jie yra labai svarbūs turizmo plėtroje, ypač formuojant rekreacines zonas.

Akmenės rajone užfiksuotų gamtinių vertybių yra labai mažai, jų tikrai trūksta norint suformuoti įdomius bei patrauklius pažintinius dviračių, pėsčiųjų takus ir automaršrutus. Iš gamtinių vertybių Akmenės rajonas pasižymi botaninėmis vertybėmis bei unikaliu geomorfologiniu dariniu – Papilės atodanga. Taip pat didelį rekreacinį potencialą ateityje gali turėti Menčių ir Karpėnų karjerai.

Kultūriniai ištekliai

Ne ką mažiau svarbūs už gamtinius išteklius yra kultūriniai ištekliai. Jie ne tik sudaro galimybę pažinti krašto istoriją, tradicinę gyvenimą, papročius, tradicinius amatus, bet yra geras pagrindas įvairiai turizmo infrastruktūrai bei paslaugoms plėtoti. Kita vertus turizmo plėtra yra labai gera priemonė padėti išsaugoti, o dažnai net ir atkurti sunykusias kultūrinės vertybes pritaikant jas rekreacinėms reikmėms.

Akmenės rajone yra gana daug ir įvairių kultūrinių išteklių, kurie daugiau ar mažiau gali įtakoti turizmo plėtrą rajone. Akmenės rajono kultūriniai ištekliai atspindi sudėtingą šio krašto istorinę raidą. Daugiausia yra archeologinių ir istorinių objektų, dalis kurių yra neišeksponuoti ir apleisti. Taip pat nemažą dalį Akmenės rajono kultūros paveldo išteklių sudaro XIX a. pab. sakraliniai objektai. Didesnė dalis etnografinių objektų šiuo metu yra gana apleisti, o kai kurie net ties

sunykimo riba. Kiek geresnė padėtis yra su sakraliniais kultūros paveldo objektais, tačiau ir jų priežiūra yra nepakankama.

Vertinant kultūrinius išteklius galima išskirti šiuos kultūros paveldo objektų tipus:

1. Urbanistinės vertybės;
2. Architektūros paminklai;
3. Istoriniai paminklai;
4. Dailės paminklai;
5. Technikos paminklai;
6. Archeologijos paminklai.

Detalus kultūrinių išteklių įvertinimas pateikiamas B priede.

Svarbiausi Akmenės rajono urbanistiniai centrai, kuriuose būtų galima plėtoti turizmą yra Naujosios Akmenės miestas bei Papilės miestelis. Taip pat turizmo bei rekreacinių paslaugų plėtrai būtina išnaudoti Akmenės ir Ventos miestus, o taip pat Kruopių miestelį.

Didžiąją dalį architektūros paminklų Akmenės rajone sudaro bažnyčios statinių kompleksai. Taip pat turizmo bei rekreacijos paslaugų plėtroje būtų galima išnaudoti Paragių Dvaro sodybą – Lazdynų Pelėdos memorialinį muziejų.

Vertinant Akmenės rajono istorinius paminklus galima išskirti dvi istorinio paveldo objektų grupes – žymių žmonių laidojimo vietas ir senosios kapinės bei paminklai. Istorinius paminklus Akmenės rajone reikėtų išnaudoti pažintinio turizmo bei edukacinės veiklos plėtrai, įtraukiant šiuos paminklus į pažintinius maršrutus bei pritaikant juos mokomųjų išvykų organizavimui.

Akmenės rajone šiuo metu yra du technikos paminklais pripažinti objektai. Abu jie yra vandens malūnai. Jie yra netoli Papilės miestelio ant Ventos upės kranto. Šiuos technikos paminklus galima panaudoti kaip lankomus objektus formuojant pėsčiųjų ir dviračių pažintinius maršrutus, o taip pat plėtojant svetingumo ir vandens turizmo paslaugas.

Daugiausiai iš archeologinių objektų Lietuvoje yra piliakalnių, įvairių senovinių laidojimo vietų, alkakalnių. Ne išimtis ir Akmenės rajonas. Akmenės rajone tokių archeologinių objektų yra daugiau nei 40. Pagrindiniai šių objektų panaudojimo trūkumai yra atraktyvumo trūkumai. Siekiant pritaikyti šiuos objektus turizmo plėtrai, būtina atlikti kraštovaizdžio formavimo darbus išeksponuojant šiuos archeologinius objektus. Taip pat būtina sutvarkyti priėjimo bei įrengti informacinę infrastruktūrą.

Žmogiškieji ištekliai

2008 m. sausio 1 dienai rajone gyveno 27744 gyventojų. Lyginant su 2007 metais gyventojų skaičius rajone sumažėjo 460 žmogumi (gyventojų tankumas 33,9 gyv./km²). Gyventojų tankumas palyginus su vidutiniu Lietuvos Respublikos teritorijos gyventojų tankumu (52,1gyv./km²) ir Šiaulių apskrities tankumu (41,8 gyv./km²) yra mažas. Akmenės rajono savivaldybės teritorija yra

maža, rajonas užima tik 844 km², tuo tarpu kai Šiaulių apskrities teritorija užima 8540 km². Didžioji dalis Akmenės rajono gyventojų gyvena mieste 17183 žmonių (kaime gyvena 10561 žmonės). Akmenės rajono gyventojų sudėtis pagal amžių yra palanki verslo plėtrai, nes 59% gyventojų yra darbingo amžiaus (apskirtyje 61%), o likusi dalis gyventojų tolygiai pasidalina į pensinio amžiaus ir vaikų bei jaunuolių iki 18 m. žmonių grupes.

Remiantis Statistikos departamento duomenimis Akmenės rajono gyventojų užimtumo rodikliai yra gana blogi. Nedarbo lygis (2009 m. – 14,6 %) čia yra daug didesnis nei Lietuvos (2009 m. sausį – 9,8 %) ir taip pat daug didesnis nei Šiaulių apskrities nedarbo lygis (5,6%). Vertinant nedarbo lygio kitimo tendencijas, pastebima, kad nedarbo lygis Akmenės rajone kaip ir visoje Lietuvoje nuolat mažėjo, tačiau kilus krizei vėl pradėjo augti.

Panašios darbuotojų augimo tendencijos pastebimos ir Akmenės rajono viešbučių ir restoranų sektoriuje. Tiesa, šio sektoriaus darbuotojų dalis (2008 metais – 0,19 % nuo visų darbuotojų) Akmenės rajone yra žymiai mažesnė nei Lietuvoje (2008 metais – 2,19 %), tačiau čia reiktų atsižvelgti į du aspektus. Pirma, reikia įvertinti tai, kad šį rodiklį Lietuvos masteliu labai koreguoja kurortai – Palanga (2008 metais – 21,2 %), Neringa (2008 metais – 24,5%) – kur darbuotojų dalis turizmo ūkyje yra labai didelė. Taip pat šį rodiklį koreguoja ir didieji Lietuvos miestai – Vilnius (2008 metais – 2,72 %), Kaunas (2008 metais – 2,22 %), Klaipėda (2008 metais – 2,86 %) – kur šis rodiklis nors ir nedaug yra didesnis už Lietuvos vidurkį, tačiau dėl didelio gyventojų skaičiaus šiuose miestuose, ir šis nedidelis skirtumas daro labai didelę įtaką bendriems šalies rodikliams. Bet ir įvertinus šiuos aspektus vis tiek darbuotojų dalis Akmenės rajone viešbučių ir restoranų sektoriuje yra daug mažesnė nei daugumoje Lietuvos rajonų, todėl galima teigti, kad svetingumo ir turizmo ūkio potencialas Akmenės rajone nėra išnaudojamas.

7,8 % Akmenės rajono gyventojų yra su aukštuoju išsilavinimu, 19,2% turi aukštesnįjį išsilavinimą, o 27,6% turi vidurinį išsilavinimą. Rajone yra 13 bendrojo lavinimo mokyklų, kurios kasmet išleidžia virš 370 abiturientų.

Statistikos departamento duomenimis Akmenės rajone 2008 m. buvo 12 kultūros centrų, 10 viešųjų kultūros įtaigų, veikė apie 70 mėgėjų meno kolektyvų, Lazdynų Pelėdos memorialinis muziejus, kuris kasmet pritraukia iki 2000 lankytojų.

2.2. Turistinės infrastruktūros išvystymas

Naujoji Akmenė yra nepatogioje geografinėje vietoje, nes yra pačiame Lietuvos pakraštyje. Akmenės rajonas ribojasi su Latvijos Respublika. Patogiausia susisiekimo priemonė – autobusai. Atstumai iki Šiaulių apskrities centro – 57 km, Kauno miesto – 204 km, Vilniaus – 269 km. Per Akmenės rajoną važiuoja traukiniai maršrutu „Mažeikiai–Kaunas–Vilnius“.

Paanalizavus ir įvertinus kelių ir transporto infrastruktūrą Akmenės rajone, galima teigti, kad kelių ir transporto infrastruktūros būklė išvystyta nepakankamai. Akmenės rajonas yra nutolęs nuo pagrindinių Europos kelių tinklo koridorių Lietuvoje bei Lietuvos magistralinių kelių. Akmenės rajonas yra pasienyje su Latvijos Respublika, tačiau šio svarbaus veiksnio negalima kol kas panaudoti turizmo plėtrai rajone, kadangi nėra didelių transporto srautų per Akmenės rajoną į Latvijos Respubliką.

Rajonas yra nutolęs nuo šalies oro uostų, jūrų uostų, o praeinančio keleivinio geležinkelio atšaka neina per rajono centrą. Bendras eismo intensyvumas nėra didelis, todėl Akmenės rajone nėra labai palankios sąlygos tranzitinių keleivių aptarnavimo sektoriaus vystymui.

Vertinant anksčiau minėtus faktus galima teigti, kad susisiekimo infrastruktūros sistema nėra labai palanki turizmo plėtrai Akmenės rajone.

Autoturizmo trasos

Šiuo metu, autokeliai Akmenės rajone yra gerai sutvarkyti, tačiau rajonas yra nutolęs nuo pagrindinių Lietuvos autotransporto arterijų. Be to viena didžiausių problemų – informacinės infrastruktūros trūkumas. Šiuo metu Akmenės rajone nėra suformuota specializuotų automaršrutų, todėl nėra parengta tokių automaršrutų populiarinimo programa, nėra vykdoma tokių maršrutų kaip turistinių produktų rinkodara. Pagrindinės autoturizmo vystymo perspektyviausios kryptys būtų:

1. Pagrindinis Akmenės rajono automaršrutas „*Akmenės amžių žiedas*“: Naujoji Akmenė – Alkiškiai – Akmenė – Venta – Papilė – Klaišiai – Spaičiai – Kruopiai – Pakalniškiai – Gaušiai – Naujoji Akmenė. Šis automaršrutas formuojamas pagrindiniais autotransporto koridoriais ir jame žmogui būtų siūloma aplankyti daugelį vietovių, nuo susiformavusių prieš 150 mln. metų, iki modernių šiuolaikinių karjerų.
2. Regioninės trasos formuojamos periferiniais transporto koridoriais. Perspektyviausios būtų šios vystymo kryptys:
 - Naujoji Akmenė – Vėlaičiai – Vegeriai – Klykoliai – Kivyčiai – Agluonai – Akmenė – Padvarėliai – Venta – Dabikinė – Alkiškiai – Naujoji Akmenė;
 - Papilė – Biliūniškės – Šiaudinė – Paragiai – Kairiškiai – Skabeikiai – Papilė;
 - Kruopiai – Menčiai – Alkiškiai – Gaušiai – Jautmalkiai – Kruopiai – Karniškės.

Dviračių turizmo trasos

Specializuotų dviračių trasų trūkumas yra ne tik Akmenės rajono, bet ir visos Lietuvos problema. Siekiant nors kiek spręsti dviračių turizmo plėtros problemas Lietuvoje, šiam tikslui bandoma naudoti automobilių kelių tinklą, kuriant atitinkamus dviračių mėgėjams patrauklius maršrutus, įrengiant informacinę infrastruktūrą bei įgyvendinant tam tikras rinkodaros priemones – maršrutų pristatymą turizmo parodose, įvairių leidinių leidybą, darbą su TIC ir t.t. Šiuo metu Akmenės rajone yra siūlomos trys dviračių maršrutų trasos:

- Biliūniškės – Papilė – Šiaudinė – Paragiai – Kairiškiei – Venta – Akmenė – Agluonai – Kivyčiai – Klykoliai – Naujoji Akmenė – Alkiškiai – Menčiai – Kruopiai – Žagarė. Šis maršrutas skirtas pažinčiai su Akmenės krašto įžymiomis vietomis, gamtos, kultūros ir istorijos paminklais.
- Kruopiai – Eglesiai – Papilė – Šiaudinė – Paragiai – Kairiškiei – Venta – Akmenė – Agluonai – Kivyčiai – Klykoliai – Naujoji Akmenė – Alkiškiai – Menčiai – Žagarė. Šis dviračių maršrutas taip pat skirtas pažinčiai su Akmenės kraštu.
- Žagarė – Alkiškiai – Kruopiai – Eglesiai – Papilė – Šiaudinė – Paragiai – Kairiškiei – Venta – Akmenė – Agluonai – Kivyčiai – Klykoliai – Naujoji Akmenė – Vegeriai.

Vandens turizmo trasos

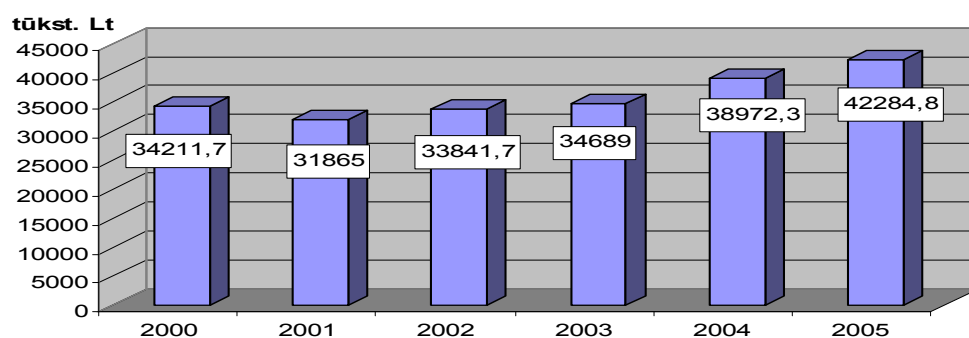
Akmenės rajonas nors ir turtingas upėmis, tačiau vandens turizmo maršrutams tinkamų vandens telkinių nėra labai daug. Šiuo metu vandens turizmo mėgėjai pavasarinio pilnavandenio metu mėgsta plaukti Ventos upe. Tačiau vasaros metu šios upės vandens lygis Akmenės rajone yra nedidelis, todėl esant sausiams orams gali kilti sunkumų praplaukti visą siūlomą trasą nuo Papartinės malūno. Siekiant išspręsti šias problemas reikėtų įrengti specialią infrastruktūrą bei naudoti modernias plaukiojimo priemones – mažagrimzdes baidares ir pan. Kitų upių tinkamų vandens turizmo plėtrai rajone nėra. Vandens maršrutas Ventos upe yra skirtas trimis dienoms.

Pėsčiųjų turizmo trasos

Šiuo metu Akmenės rajone yra siūloma tik viena įrengta pėsčiųjų trasa – Kamanų mokomasis-pažintinis takas, kurio ilgis 3,6 km. Šis pažintinis takas yra įrengtas Kamanų valstybiniame gamtiniame rezervate, tad jame be rezervato direkcijos leidimo lankytis draudžiama, o turistų srautai yra ribojami. Direkcijos siūlomos ekskursijos trukmė apie 2 val.

2.3. Valstybės ir savivaldybės investicijos į Akmenės rajono turizmo plėtrą

Šiaulių apskrityje sukuriama beveik 8 proc. viso šalies bendrojo vidaus produkto (toliau – BVP). Tačiau, ši rodiklį išreiškus vienam gyventojui, matome beveik 25 proc. mažesnę BVP, tenkantį vienam gyventojui, lyginant su šalies vidurkiu. Apskrities paslaugų sektoriuje sukurtos pridėtinės vertės dalis 2003–2005 metais mažėjo ir 2005 m. Lietuvos statistikos departamento prie LR Vyriausybės duomenimis sudarė vos 55 proc. visos apskrityje sukurtos pridėtinės vertės. Ši situacija iš dalies parodo ir menką turizmo sektoriaus išvystymą apskrityje, o tuo pačiu ir Akmenės rajone. Atsižvelgiant į šią aplinkybę, svarbu panagrinėti Akmenės rajono savivaldybės biudžeto kitimo ir jo struktūros dinamiką (žr. 5 pav.).



5 pav. Akmenės rajono savivaldybės 2000–2005 m. biudžetas

Šaltinis: Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf

Biudžeto sąmatoje išlaidos turizmo ir rekreacijos plėtrai nėra išskirtos iš bendro poilsiui, kultūrai ir religijai skirtų biudžeto lėšų rajone. Vertinant 2000–2005 metų Savivaldybės biudžeto lėšas skirtas kultūrai, poilsiui ir religijai, pastebimas skirtų lėšų augimas (žr. 1 lentelę).

1 lentelė

Lėšų skirtų sveikatingumui (sportui), rekreacijai ir kultūrai kitimo analizė

Išlaidų pavadinimas	2000	2001	2002	2003	2004
<i>Sveikatingumo ir sporto priemonės</i>	N/d	348,6	374,2	401,0	N/d
<i>Bibliotekos</i>	N/d	408,6	388,6	481,1	N/d
<i>Muziejai ir parodų salės</i>	N/d	15,1	14,3	52,7	N/d
<i>Kitos įstaigos ir priemonės</i>	N/d	678,0	676,7	771,4	N/d
<i>Religinių ir visuomeninių organizacijų rėmimas</i>	N/d	27,4	7,8	7,4	N/d
Iš viso:	1567,0	1477,7	1461,6	1726,4	1688,4

Šaltinis: Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf

Viso poilsiui, kultūrai ir religijai rajono biudžete 2004 m. buvo skirta 1 mln. 688 tūkst. Lt (4,15 proc.). Iš jų Papilės kultūros ir laisvalaikio centrai skirta 159,9 tūkst. Lt, Akmenės rajono kultūros centrai – 854,1 tūkst. Lt, Sporto centrai – 442,1 tūkst. Lt, Viešajai bibliotekai – 561 tūkst. Lt kultūros veiklos plėtrai ir jos vaidmeniui bendruomenės gyvenime stiprinti. Savivaldybėje funkcionuojančiam Verslo skatinimo fondui Savivaldybės biudžete skirta 10 tūkst. Lt darbo vietų kūrimui skatinti, sąlygoms verslo plėtrai sudaryti ir turizmo plėtrai vykdyti.

Turizmo plėtra – sudėtinė Naujosios Akmenės miesto ir rajono smulkaus ir vidutinio verslo plėtros strategijos dalis. Tačiau Akmenės rajono savivaldybė nėra parengusi nei investicijų programos bei neregistruoja privačių investicijų į turizmo sektorių. Investicijos į rajono turizmą skatinamos taip pat kaip ir visos kitos verslo rūšys:

1. Suteikiamos lengvatinės paskolos asmenims pradantiems savo verslą, 3 metų laikotarpiui su vienerių metų lengvatiniu periodu, taikant 5 procentų palūkanų normą;

2. Kompensuojama dalis palūkanų už paskolas, gautas verslo plėtros projektams įgyvendinti iki 50 procentų banko paskolų palūkanų (bet ne daugiau kaip 5000 Lt vienai paskolai) ne daugiau kaip už 2 metus nuo paskolos paėmimo dienos;
3. Dalinai padengiamos išlaidos už dalyvavimą tarptautinėse ir respublikinėse komercinėse parodose (iki 50 procentų išlaidų bet ne daugiau kaip 5000 Lt) ;
4. Padengiama dalis investicinių projektų paruošimo išlaidų asmenims, dalyvavusiems verslo plėtros programose bei fonduose (iki 50 proc. išlaidų bet ne daugiau 5000 Lt);
5. Padengiama dalis infrastruktūros sutvarkymo projektų įgyvendinimo išlaidų (iki 50 proc. išlaidų bet ne daugiau 5000 Lt);
6. Dengiamos įmonės įregistravimo išlaidos bedarbiams, kurie savarankiškai pradeda savo verslą;
7. Kitos skatinimo priemonės.

2.4. Teikiamų turizmo paslaugų ir pramogų įvertinimas

Turizmo paslaugų verslas Akmenės rajone išvystytas labai menkai. Rajone veikia 2 apgyvendinimo įstaigos, 11 turistų maitinimui tinkamų įstaigų ir 2 kaimo turizmo sodybos. Laisvalaikio paslaugų pasirinkimas yra labai siauras (žr. 2 lentelę).

2 lentelė

Pramogų įstaigos Akmenės rajone

Pramogų įstaiga, sritis	Vieta
Medžiokė, žvejyba	Lietuvos medžiotojų ir žvejų draugija Akmenės skyrius, Naujoji Akmenė
Oreivystė	Akmenės aeroklubas, Akmenė
A.Čiapo botanikos sodas	Antano Čiapo botanikos sodas "Puošmena", Naujoji Akmenė. Botanikos sodas yra A.Čiapo sodyboje, čia viskas suskirstyta dalimis pagal šalis, jų augalus, atributus.
Akmenės gamtos ir kultūros parkas	Akmenės gamtos ir kultūros parkas yra 67 ha ploto, kuris miesto gyventojams ir svečiams turi rekreacinę poilsinę reikšmę. Čia yra unikali atvira su 800 sėdimų vietų koncertinė estrada, parke eksponuojama 17 medžio skulptūrų .

Šaltinis: Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf

Turizmo informacijos centrų gyvenvietėse nėra, tačiau informacijos sklaidą vykdo esantys kultūros įstaigų darbuotojai, pvz. Simono Daukanto memorialinio muziejaus darbuotojai. Turizmo informaciją teikia rajono centre – Naujojoje Akmenėje esantis Verslo ir turizmo informacinis centras, Ventos regioninio parko direkcija, Kamanų rezervato darbuotojai. Turizmo ir verslo informacinis centras bendradarbiauja su keliomis kelionių agentūromis gauna iš jų pasiūlymus ir naują informaciją apie jų organizuojamas keliones.

Apgyvendinimo įstaigų rajone yra tik keturios: viešbutis, motelis ir dvi kaimo turizmo sodybos (žr. 3 lentelę).

Apgyvandinimo įstaigos Akmenės rajone

Apgyvandinimo įstaiga	Vietų skaičius	Teikiamos paslaugos	Vertė
Naujosios Akmenės sanatorija – viešbutis	11 kambarių, iš jų 2 liuksai, 2 vienviečiai, 7 dviviečiai	Apgyvandinimas, maitinimas, reabilitacinis gydymas; seminarų rengimas	Viešbutis Poilsio vieta
Motelis – kavinė „Saurida“ (degalinė)	2 dviviečiai kambariai	Apgyvandinimas, maitinimas	Viešbutis
Rasutės Gėimailienės kaimo turizmo sodyba	5 dviviečiai kambariai	Apgyvandinimas, maitinimas, pobūvių, konferencijų salė, sportinių žaidimų aikštelės, maudyklės, dviračiai, vandens dviračiai, žvejyba	Kaimo turizmo sodyba
Algirdo Martyšiaus kaimo turizmo sodyba	7 kambariai, 15 vietų	Apgyvandinimas, maudyklės, pirtis, 30 vietų pobūvių, konferencijų salė, sportinių žaidimų aikštelė, žvejyba, uogavimas.	Kaimo turizmo sodyba

Šaltinis: Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf

Agluonų kaime Akmenės seniūnijoje kuriasi Jurkevičienės kaimo turizmo sodyba, o Viliošių kaime - V. Gerdausko kaimo turizmo sodyba.

Išanalizavus Akmenės rajono apgyvendinimo įstaigų tinklą ir infrastruktūrą, galima teigti, kad įstaigų tinklas išvystytas nepakankamai. Būtinai platesnis apgyvendinimo įstaigų tinklas, esamų apgyvendinimo įstaigų infrastruktūros rekonstrukcija (vandentiekio, šildymo, kt.), tai pat apdailos elementų atnaujinimas bei architektūrinės kokybės pagerinimas (eksterjero, interjero). Reikalingos papildomos investicijos šiai infrastruktūrai atnaujinti bei plėtoti.

Akmenės rajone yra sekančios maitinimo įstaigos (žr. 4 lentelę):

4 lentelė

Maitinimo įstaigos Akmenės rajone

Maitinimo įstaiga	Vieta	Tipas	Vietų skaičius
Dianos Jokimčienės-Kachabrišvili kavinė „EroDija“	Naujoji Akmenė	Kavinė	60
Jono Isajevo individualios įmonės kavinė „Prie aikštės“	Naujoji Akmenė	Kavinė	60
Raimondo Grotuzo restoranas „Luokava“	Naujoji Akmenė	Restoranas	90-110
Raimondo Grotuzo kavinė	Akmenė	Kavinė	100
A. Pauliko įmonės „Saulė“ kavinė „Prie židinio“	Venta	Kavinė	100
Zvjado Kachabrišvili individualios įmonės kavinė – „Inkognito“	Kruopių mst., Akmenės r.	Kavinė	100-150
UAB „Gaudra“ kavinė baras „Karčiama“	Alkiškių k, Akmenės r.	Kavinė - baras	50
UAB „Danvytas“ kavinė	Pašakarnių k, Akmenės r.	Kavinė	16

Šaltinis: Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf

Išanalizavus Akmenės rajono maitinimo įstaigų tinklą ir infrastruktūrą, galima teigti, kad maitinimo įstaigos yra rajono miestuose ir didesnėse gyvenvietėse, tačiau trūksta nuorodų ir

informacijos apie jų dislokacijos vietą. Būtina esamų maitinimo įstaigų infrastruktūros rekonstrukcija (vandentiekio, šildymo, kt.).

2.5. Turistinių rinkų vertinimas

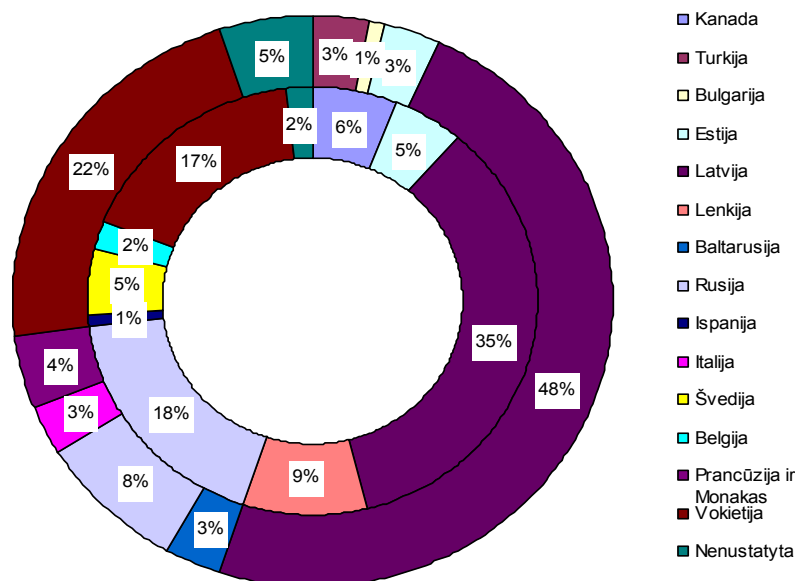
2007 m. duomenys rodo, kad tie metai itin sėkmingi tiek atvykstantajam, tiek išvykstantajam, tiek ir vietiniam Lietuvos turizmui. Valstybinio turizmo departamento duomenimis 2007 metų pabaigoje Lietuvoje buvo 45 turizmo informacijos centrai (be Nacionalinių ir regioninių parkų informacijos centrų. Turizmo informacijos centruose 2007 m. apsilankė 526 tūkstančiai lankytojų, iš jų beveik pusė (48 procentai) buvo svečiai iš užsienio. Per 2007 m. bendras lankytojų skaičius informacijos centruose išaugo 15 procentų, Lietuvos gyventojų lankėsi 14 procentų daugiau, užsieniečių – 17 procentų daugiau. Šie skaičiai rodo ne tik didėjantį turistų skaičių, bet ir turizmo informacijos centrų tinklo plėtrą.

Apie Akmenės rajono turizmo plėtrą dalinai bandysime spręsti ir iš Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centro darbo. Paskutiniai duomenys iš šio centro yra tik 2005 metų. Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centre 2005 m. apsilankė 2336 lankytojai, iš jų 1836 – Lietuvos gyventojai, 700 – užsienio piliečiai. Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centro lankomumas, lyginant 2005 metais apsilankiusių skaičių su 2004 metų analogiškais rezultatais, 1,57 karto išaugo. Pagrindiniai rajono lankytojai, kaip rodo statistika yra Lietuvos gyventojai.

Pagrindiniai Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centro lankytojai – Latvijos (14,82 proc.) ir Vokietijos (6,74 proc.) piliečiai. Akmenės rajono turizmo informacijos centre apsilankiusių Latvijos piliečių skaičius 2004–2005 metais išaugo net 117 proc. (2004 – 91 žm., 2005 m. – 198 žm.). Lankytojai iš Rusijos yra vieni iš dominuojančių tarp apsilankiusių Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centre. Todėl ši turizmo rinka yra viena pagrindinių Akmenės rajono turistų rinkų (žr. 6 pav.).

Daug žmonių individualiai iš anksto planuodami kelionę informacijos ieškojo ir netiesiogiai. Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centras 2005 metais sulaukė 184 telefono skambučių, iš jų 3,8 procento iš užsienio. Bendras skambinusių skaičius per metus sumažėjo 8 procentais, o skambinusių iš užsienio skaičius padidėjo 17 procentų. Elektroniniu paštu gauti 204 laišakai, iš jų – 22 procentai gauti iš užsienio. Bendras rašiusių elektroniniu paštu skaičius per metus išaugo 53 procentais, o rašiusių iš užsienio skaičius padidėjo 2,1 karto. Besikreipusieji į Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centrą Lietuvos gyventojai daugiausiai domėjosi: Akmenės rajono lankytinomis vietomis, istoriniu paveldu, apgyvendinimo įstaigomis, kaimo turizmo sodybomis ir kt. Vieni dažniausių klausimų apie Kamanų rezervatą, botanikos sodą, Ventos regionini parką. Daugiausiai užsieniečiai domėjosi maitinimo paslaugomis, apgyvendinimu, informaciniais leidiniais ir jų įsigijimu, suvenyrais, kaimo turizmo sodybomis, lankytinomis

Akmenės krašto vietomis, cemento gamykla ir jai priklausančiais karjeriais, botanikos sodu, dviračių trasomis, slidinėjimo trasomis Lietuvoje, vandens maršrutais ir kt.



6 pav. Akmenės rajono užsienio turizmo rinkų 2004– 2005 metais vertinimas

Šaltinis: Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf

Lietuvos mastu prioritetinės turizmo rinkos yra kaimyninės valstybės, iš kurių atvyksta daugiausia vienadienių lankytojų, ir valstybės, iš kurių tradiciškai atvyksta daug turistų: Vokietija, Latvija, Lenkija, Rusija, Estija, Baltarusija, Suomija, Švedija ir Jungtinė Karalystė. Turizmo srityje pagrindiniai tarptautiniai turistiniai ryšiai vystomi su kaimyninėmis valstybėmis kaip prioritetine ir potencialia turizmo rinka.

Akmenės rajonas, kaip pasienio rajonas, jau užmezgė ryšius ir pradėjo bendradarbiavimą su Latvijos Respublikos Dobelės rajonu, Lenkijos Respublikos Konino miestu, Vokietijos Respublikos Bochoolto miestu, Rusijos Federacijos Briansko miestu. Būtent Latvija, Lenkija, Rusija ir Vokietija tiek turizmo verslo, tiek ir bendros turizmo infrastruktūros prasme yra prioritetinės Akmenės rajono užsienio turistų rinkos. Remiantis Statistikos departamento duomenimis galima teigti, kad apgyvendintų svečių skaičius Akmenės rajone nuo 2003 metų auga (žr. 5 lentelę) ir 2007 metais siekia 1600 svečių, kuriems suteikta per 7100 nakvynių.

Svečių ir nakvynių skaičius Akmenės rajone

Metai	Apgyvendinta svečių	Suteikta nakvynių	Vidutinė buvimo trukmė
2000	1100	4800	4,36
2001	600	4600	7,67
2002	500	5000	10,00
2003	500	1700	3,40
2004	900	6800	7,56
2005	1100	6700	6,09
2006	1300	6600	5,08
2007	1600	7100	4,44

Šaltinis: sudaryta autorės

Vidutinė svečių buvimo trukmė Akmenės rajone (4,44 – 2007 m.) viršija vidutinę buvimo trukmę Lietuvos mastu (2,78 – 2007 m.).

2.6. Potencialios kaimo turizmo paslaugų paklausos įvertinimas

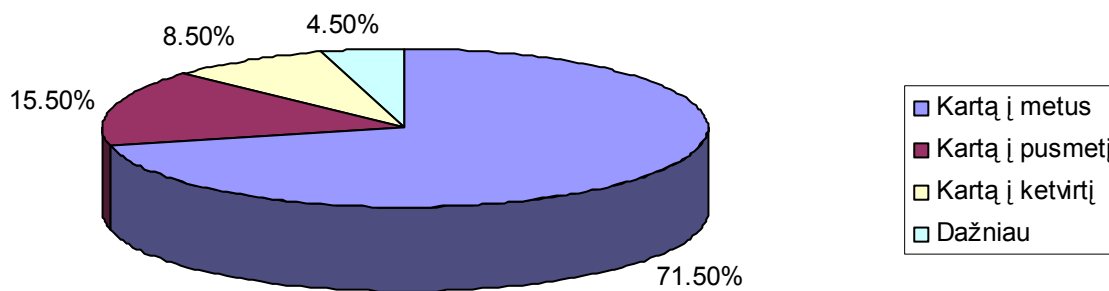
Siekiant nustatyti Akmenės rajono kaimo turizmo paslaugų potencialią paklausą, buvo atlikta potencialių kaimo turizmo paslaugų vartotojų apklausa. Buvo apklausti Šiaulių ir Telšių apskričių gyventojai. Šios apskritys buvo pasirinktos todėl, kad Akmenės rajonas yra apsuptas šių apskričių rajonų. Anketų duomenys bus naudojama siekiant išsiaiškinti kokių tikslų yra vykstama į kaimo turizmo sodybas, kokiomis kaimo turizmo paslaugomis naudojasi, ko tikimasi iš sodybos ir pan.

Šis tyrimas yra kokybinio pobūdžio. Mokslinėje literatūroje teigiama, kad kokybinis tyrimas yra grindžiamas filosofiniu „interpretatyviniu“ požiūriu, nusakančiu, kaip socialinis pasaulis interpretuojamas, suprantamas, patiriamas ir pateikiamas (31, 112 p.). Šis metodas metodologiniu pobūdžiu geriausiai leis įvertinti kaimo turizmo paslaugų potencialią paklausą.

Tyrimas atliktas 2008 m. vasario – balandžio mėnesiais. Kaip jau minėta tyrimo respondentai buvo Šiaulių ir Telšių apskričių gyventojai. Anketos buvo siunčiamos elektroniniu paštu, dalinamos žmonių susibūrimo vietose. Anketas buvo prašoma užpildyti iš karto. Anketos pavyzdys pateikiamas M priede. Tyrime dalyvavo 200 gyventojų, 62,5% iš Šiaulių apskrities ir 37,5% iš Telšių apskrities.

Buvo apklausta 46,5% vyrų ir 53,5% moterų. Vyraujantis amžius buvo nuo 25 iki 45m. Šio amžiaus apklaustųjų grupė sudarė daugiau nei pusę visų apklaustųjų - 56%. Respondentai iki 25 m. amžiaus sudaro 29,5%, nuo 45 iki 60 – 12%, o vyresni nei 60 tik 2,5% visų respondentų.

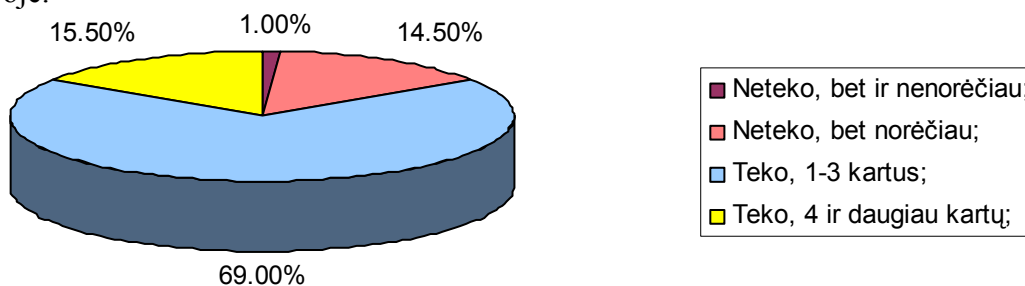
Dauguma respondentų (71,50%) pasisakė atostogaujantys tik kartą į metus, 15,5% kartą į pusmetį, 8,5% kartą į ketvirtį, o likę 4,5% dažniau (žr. 7 paveikslėlį).



7 pav. Respondentų poilsavimo dažnumas

Šaltinis: sudaryta autorės

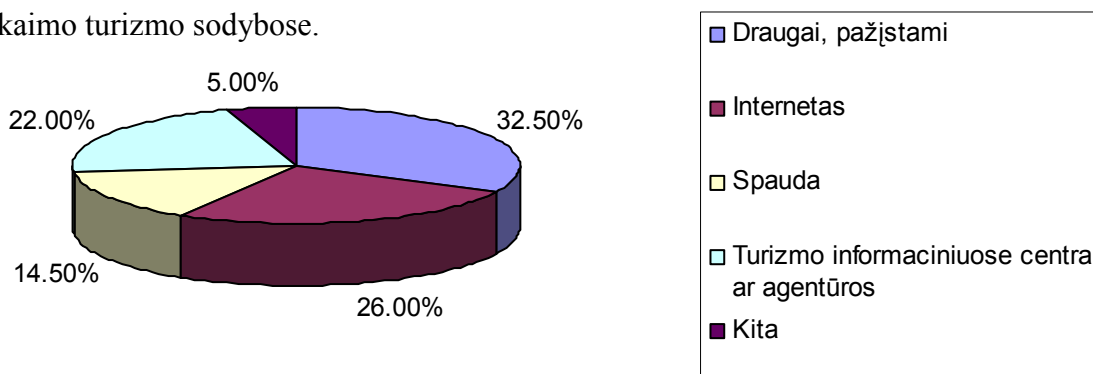
Į klausimą ar teko lankytis kaimo turizmo sodyboje, net 84,5% atsakė teigiamai. 69% lankėsi 1-3 kartus, 15,5% 4 ir daugiau kartų (žr. 8 paveikslėlių). Tik 15,5% respondentų nėra tekę lankyti kaimo turizmo sodyboje. Tačiau tik 1% visų apklaustųjų nesilankė ir nenorėtų lankyti kaimo turizmo sodyboje.



8 pav. Respondentų naudojimosi kaimo turizmo paslaugomis pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės

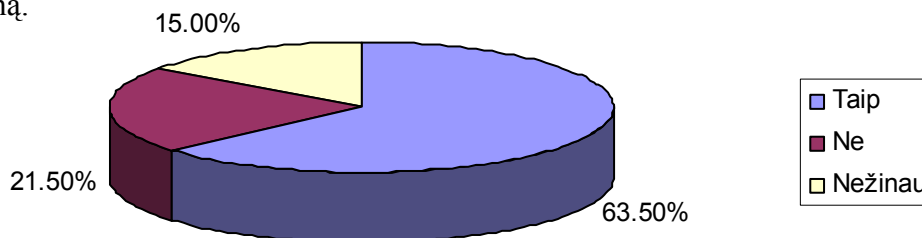
Informaciją apie kaimo turizmo sodybą (žr. 9 paveikslėlių) respondentai daugiausia gauna iš draugų pažįstamų (32,5%), taip pat internete (26%), turizmo informaciniuose centruose ir agentūrose (22%). 14,5% ieško informacijos spaudoje, o 5% - kitur. Galima sakyti, kad didžiausią reikšmę renkantis kaimo turizmo sodybą turi informacija gauta iš draugų ar pažįstamų, kurie jau lankėsi tose kaimo turizmo sodybose.



9 pav. Informacijos apie kaimo turizmo sodybą šaltiniai

Šaltinis: sudaryta autorės

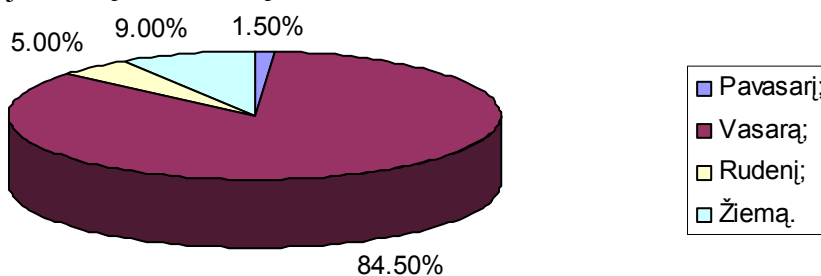
Sodybai suteiktas „gandriukų“ skaičius įtakoja 63,5% apklaustųjų, 15% neturi nuomonės, o 21,5% teigia, kad tai jų pasirinkimo neįtakoja (žr. 10 paveikslėlį). Vis dėlto galima teigti, kad dauguma poilsiautojų domisi koku gandriukų skaičiumi sodyba yra įvertinta ir tai įtakoja jų pasirinkimą.



10 pav. „Gandriukų“ skaičiaus įtaka respondentų pasirinkimui

Šaltinis: sudaryta autorės

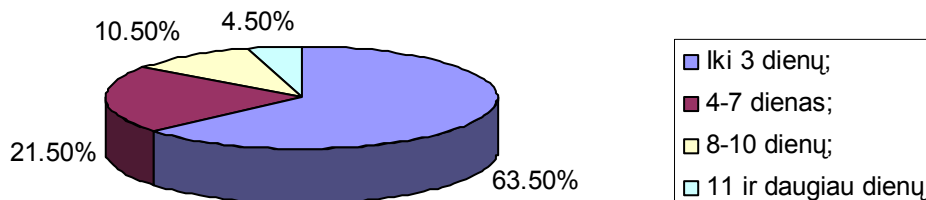
Paklausus, koku metų laiku respondentai norėtų lankytis kaimo turizmo sodyboje (žr. 11 paveikslėlį), kaip ir buvo galima tikėtis dauguma, net 84,5% atsakė, kad vasarą. Žiemą norėtų ilsėtis 9% respondentų. Ruduo ir žiema susilaukė dar mažesnio susidomėjimo. Daugelis poilsiautojų poilsį kaimo turizmo sodyboje rinktųsi tik vasarą.



11 pav. Respondentų poilsavimo sezoniškumas

Šaltinis: sudaryta autorės

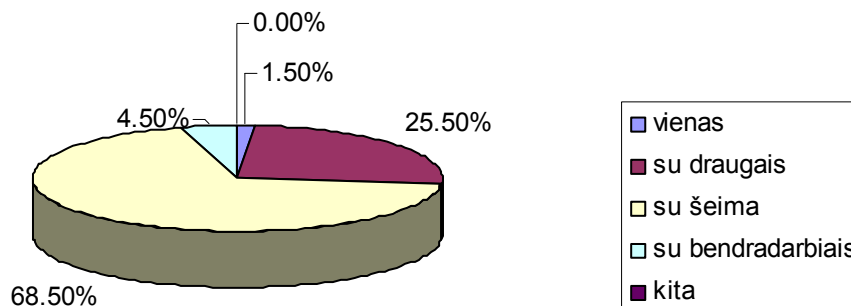
63,5% respondentų kaimo turizmo sodyboje poilsiautų iki 3 dienų (žr. 12 paveikslėlį). Dauguma apklaustųjų poilsiu kaimo turizmo sodyboje rinktųsi savaitgalį. 21,5% apklaustųjų ilsėtųsi nuo 4 iki 7 dienų, 10,5% - iki 10 dienų, likusieji kaimo turizmo sodybą rinktųsi ilgesniam poilsiu.



12 pav. Poilsio kaimo turizmo sodyboje trukmė

Šaltinis: sudaryta autorės

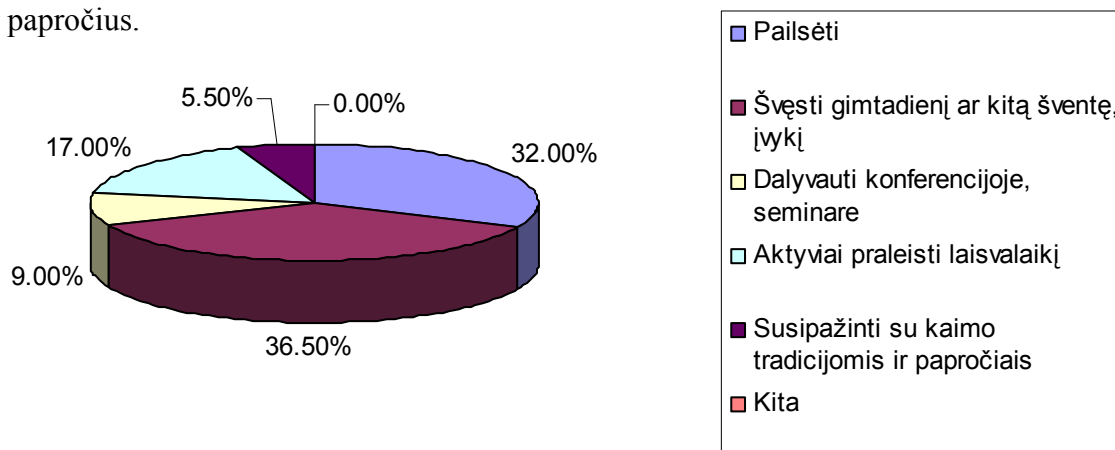
13 paveikslėlyje pateikiama diagrama parodanti su kuo respondentai praleidžia atostogas. 68,5% atostogauja kartu su šeima, 25,5% - su draugais. Apsilankyti kaimo turizmo sodyboje su bendradarbiais vyksta tik 4,5% respondentų. 1,5% apklaustųjų ketina atostogauti vieni. Tai rodo, kad poilsiauti į kaimo turizmo sodybas vykstama žmonių grupelėmis, t.y. dažniausiai su šeima ar draugų kompanija.



13 pav. Respondentų pasiskirstymas pagal tai su kuo jie atostogauja

Šaltinis: sudaryta autorės

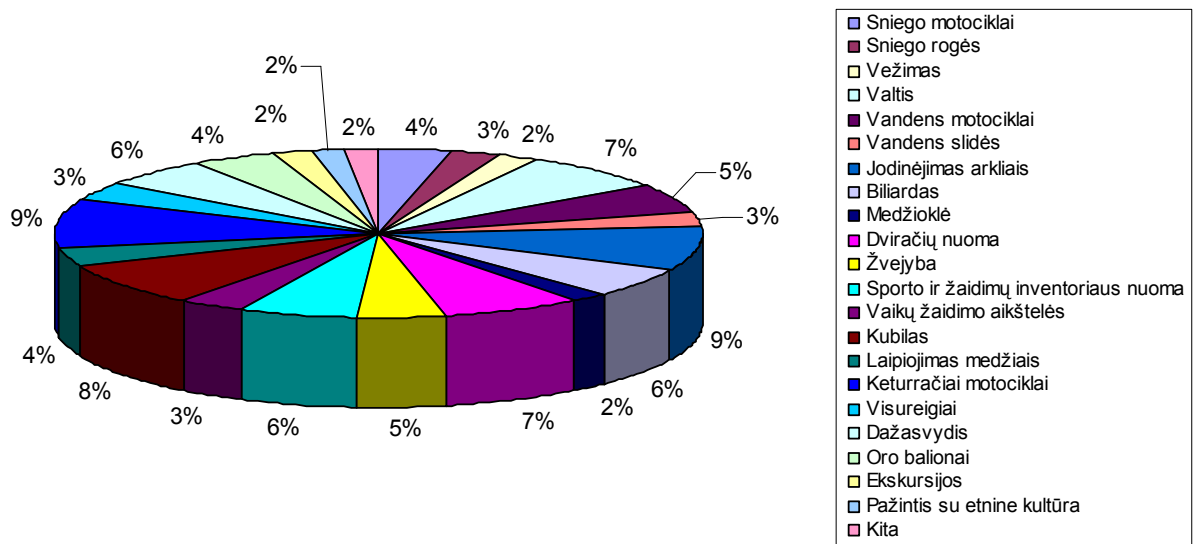
Iš 14 paveikslėlio matyti, kad 36,5% respondentų renkasi kaimo turizmo sodybą tam, kad čia galėtų atšvęsti gimtadienį ar kitą šventę. Beveik tiek pat respondentų – 32% teigia, kad jie nori pailsėti kaimo turizmo sodyboje. 17% apklaustųjų rinkęsi aktyvų poilsį, 9% vyksta dalyvauti kaimo turizmo sodybose surengtose konferencijose ir tik 5,5% respondentų norėtų pažinti kaimo tradicijas ir papročius.



14 pav. Respondentų tikslas poilsiaujant kaimo turizmo sodyboje

Šaltinis: sudaryta autorės

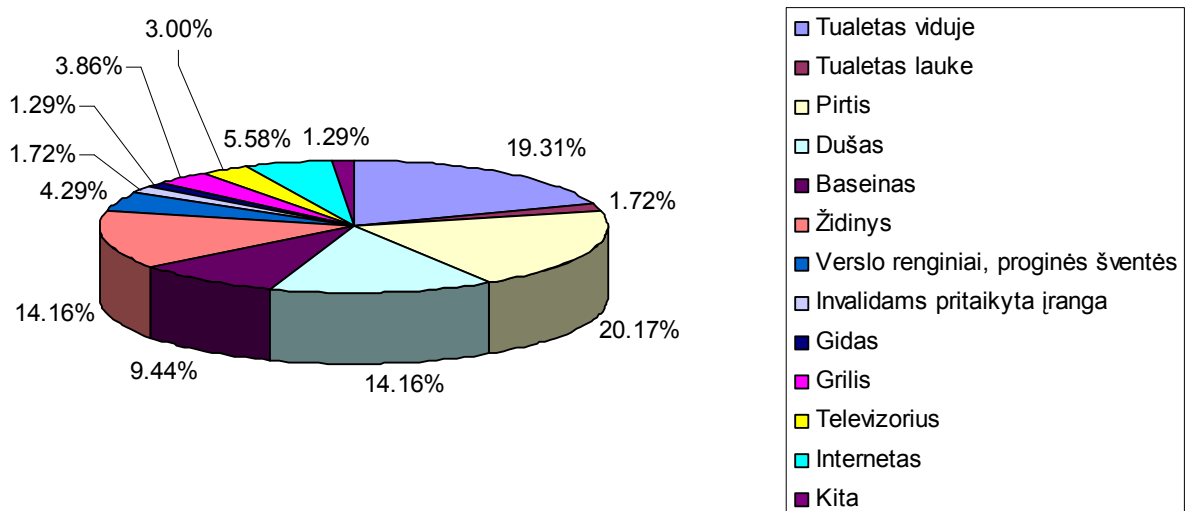
Paklausti kokias pramogas norėtų patirti poilsiaudami kaimo turizmo sodyboje, respondentai dažniausiai paminėjo pasivažinėjimą keturačiu motociklu (9,46%), jodinėjimą arkliu (8,7%), maudynes kubile (8,18%), plaukiojimą valtimi (7,42%), pasivažinėjimą dviračiu (6,91%). Mažiausiai dėmesio susilaukė pažintis su etnine kultūra (1,53%), medžioklė (1,79%), vežimas (2,05%) ir ekskursijos (2,05%) (žr. 15 paveikslėlį).



15 pav. Poilsiautojų pageidaujamų kaimo turizmo paslaugų pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės

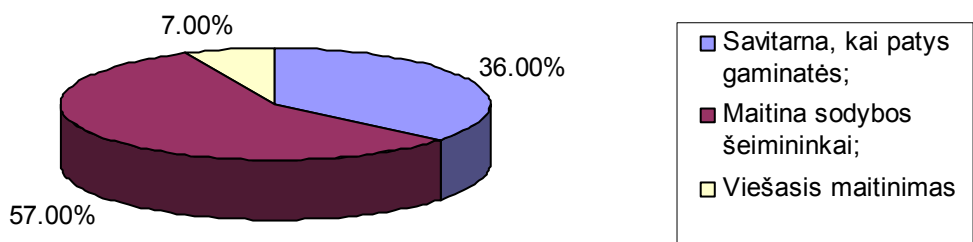
Iš pagrindines kaimo turizmo paslaugas paremiančių paslaugų (žr. 16 paveikslėlių), poilsiautojai daugiausia pageidautų pirties (20,17%), tualetu viduje (19,31%), dušo (14,16%) ir židinio (14,16%). Mažiausiai poilsiautojams reikalingas gidas (1,29%), invalidams pritaikyta įranga (1,72%), tualetas lauke (1,72%).



16 pav. Poilsiautojų pageidaujamų paremiančių paslaugų pasiskirstymas

Šaltinis: sudaryta autorės

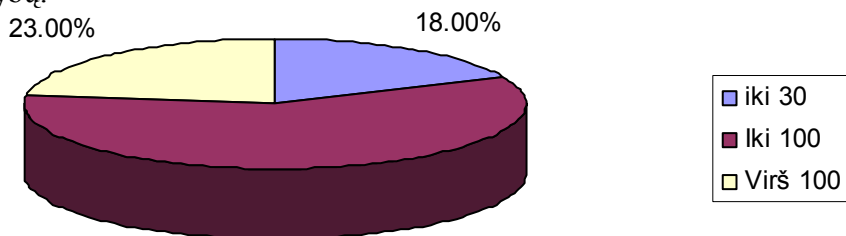
Kai kuriose sodybose maitinimo būdą galima paties pasirinkti, kai kur jau yra numatytas konkretus maitinimo būdas. 57% poilsiautojų norėtų, kad maistu pasirūpintų sodybos šeimininkai (žr. 17 paveikslėlių). 36% apklaustųjų pageidautų patys gamintis maistą, t.y. turėtų būti įrengta atskira virtuvė, kur jie galėtų pasigaminti pageidaujamus patiekalus. 7% respondentų sutiktų eiti valgyti į viešas maitinimo įstaigas.



17 pav. Poilsiautojų pageidaujamas maitinimo būdas kaimo turizmo sodyboje

Šaltinis: sudaryta autorės

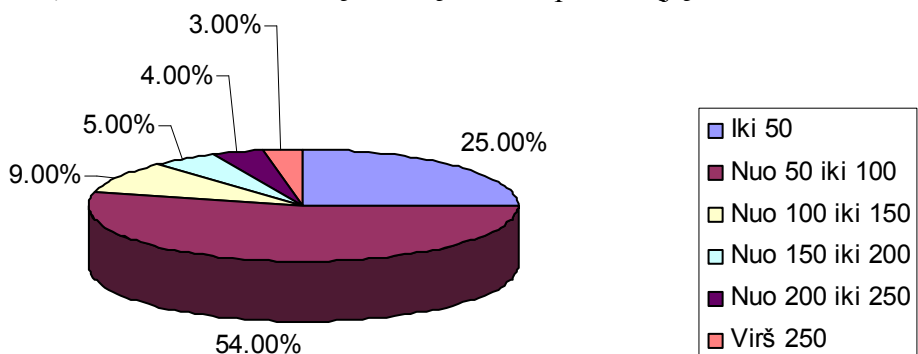
Dauguma sodybų yra išikūrusios atokiau nuo miestų. 18% respondentų vyktų tik 30 km atstumu nuo jų gyvenamos vietos į kaimo turizmo sodybą (žr. 18 paveikslėlį). 59% apklaustųjų sutiktų važiuoti iki 100 km iki jiems patinkamos kaimo turizmo sodybos. Tik 23% apklaustųjų vyktų toliau nei 100 km. Tai rodo, kad dauguma sodybose besilankančių poilsiautojų gyvena nelabai dideliu atstumu nuo šių sodybų.



18 pav. Atstumas kilometrais, kurį poilsiautojai vyktų iki norimos kaimo turizmo sodybos

Šaltinis: sudaryta autorės

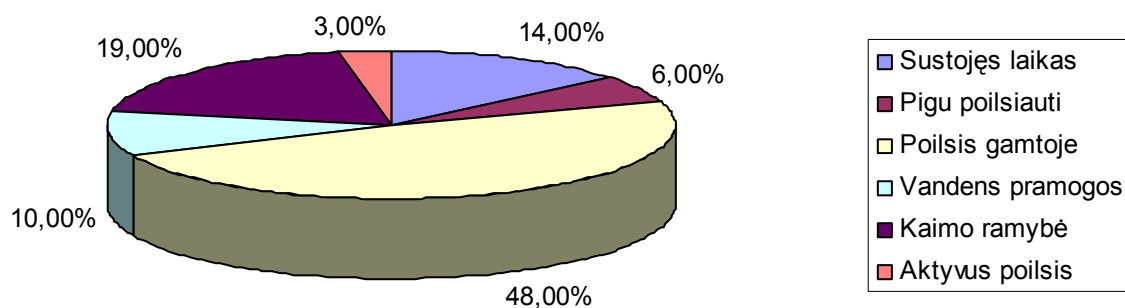
Dienos kaina kaimo turizmo sodybose skiriasi. 25% apklaustųjų sutiktų poilsiauti toje sodyboje, kur vienos dienos kaina vienam asmeniui neviršytų 50 litų (žr. 19 paveikslėlį). Daugiau nei pusė respondentų – 54% sutinka už poilsį mokėti iki 100 litų. Iki 150 litų sutiktų mokėti 9%, iki 200 – 5%, iki 250 – 4%, o mokėti virš 250 litų sutiktų tik 3% apklaustųjų.



19 pav. Pinigų suma litais, kurią poilsiautojai sutinka mokėti už vieno asmens vieną poilsio dieną

Šaltinis: sudaryta autorės

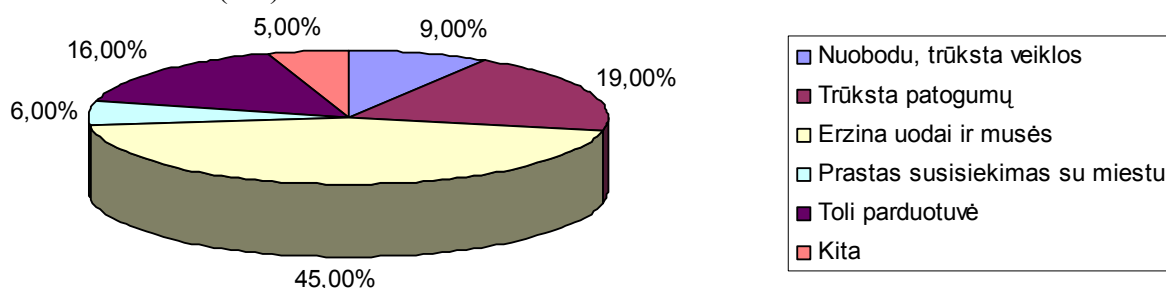
Respondentų paklausus, kas labiausiai patinka poilsiaujant kaime 48% atsakė, kad tiesiog pats poilsis gamtoje (žr. 20 paveikslėlį). 19% mėgaujasi kaimo ramybe. 14% apklaustųjų kaime jaučiasi lyg laikas būtų sustojęs. 10% patinka mėgautis vandens pramogomis. Tik 6% išsakė nuomonę, kad jie poilsiauja kaimo turizmo sodyboje nes ten pigu poilsiauti, o 3% apklaustųjų nori aktyvaus poilsio kaimo turizmo sodyboje.



20 pav. Teigiamos poilsiautojų asociacijos su kaimo turizmu

Šaltinis: sudaryta autorės

Labiausiai kaimo turizmo poilsiautojus šiose sodybose erzina uodai ir musės (45%). 19% apklaustųjų trūksta patogumų. 16% pasigenda arti nesančių parduotuvių (žr. 21 paveikslėlį). Kitiems poilsiautojams tiesiog nuobodu ir trūksta veiklos (9%), kai kurie yra nepatenkinti prastu susisiekimu su miestu (6%).



21 pav. Neigiamos poilsiautojų asociacijos su kaimo turizmu

Šaltinis: sudaryta autorės

Apibendrinant gautus apklausos rezultatus galima teigti kad dauguma apklaustųjų atostogauja kartą į metus, tai lemia finansinė būklė ar darbo sąlygos. Beveik visi iš apklaustųjų jau yra lankęsi 1-3 kartus kaimo turizmo sodybose. Apie kaimo turizmo sodybas poilsiautojai dažniausiai sužino iš draugų ir artimųjų. Taip yra dėl to, kad jie poilsiautojams teikia daugiau pasitikėjimo nei skelbimai spaudoje ar kitur. Taip pat nemažai apklaustųjų informacijos ieško turizmo agentūrose ar turizmo informaciniuose centruose. Šis informacijos šaltinis yra lengvai prieinamas, nieko nekainuoja ir turi pakankamai daug informacijos. Rinkdamiesi sodybą poilsiui dauguma respondentų atkreipia dėmesį

į tai, koku gandrū skaičiumi sodyba yra įvertinta. Kuo sodyba turi daugiau gandrū, tuo labiau poilsiautojai iš tokios sodybos tikisi geresnio aptarnavimo, geresnių gyvenimo sąlygų ir pan. Dauguma poilsiautojų atostogauja vasarą. Poilsui kaimo turizmo sodyboje jie dažniausiai skiria tik 3 dienas. Tai dažniausiai savaitgaliai. Poilsiaujama šeimomis, nes atostogos buvimo su šeima ir artimaisiais metas. Kaimo turizmo sodybas vieni renkasi poilsui, kiti atšvesti kokioms šventėms ar įvykiams. Labiausiai pageidaujamos pramogos yra pasivažinėjimas keturačiu motociklu, jodinėjimas arkliu, maudynės kubile, plaukiojimas valtimi, pasivažinėjimas dviračiu. Iš pagrindines kaimo turizmo paslaugas paremiančių paslaugų, poilsiautojai daugiausia pageidautų pirties, tualetu viduje ir dušo. Daugiau nei pusė apklaustųjų norėtų dėl maisto nesirūpinti, šį rūpestį užkrauti sodybos šeiminkams, tačiau ir nemaža dalis yra tokių poilsiautojų, kurie norėtų gamintis patys. Iki mėgstamos sodybos daugiau nei pusė respondentų vyktų iki 100 kilometrų atstumu, o už vieno asmens vieną poilsio dieną sutiktų mokėti iki 100 litų. Kaimo turizmo sodyboje turistai labiausiai vertina poilsį gamtoje ir kaimo ramybę, tačiau juos labiausiai erzina uodai, musės ir patogumų nebuvimas.

Šios anketos rezultatus pritaikysime ir praktinėje dalyje, kuriant konkurencingą ir poilsiautojų poreikius atitinkančią kaimo turizmo sodybą.

2.7. Stiprybių, silpnybių, galimybių ir grėsmių analizė

Stiprybės

1. Didelę rekreacinę vertę turintys gamtiniai ištekliai;
2. Patrauklūs rekreacijai kultūriniai ištekliai;
3. Parengtas Akmenės rajono plėtros strateginis planas ir strateginis veiklos planas;
4. Turizmo plėtros projektai yra įtraukti į Akmenės rajono plėtros strateginį planą;
5. Sukurta pakankama turizmo informacijos institucinė sistema;
6. Įkurtas ir funkcionuojantis Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centras, įkurtas specialus etatas ryšiams su visuomene Akmenės rajono savivaldybės administracijos struktūroje;
7. Teigiamas vietos savivaldos institucijų bei vietos gyventojų požiūris į turizmo plėtrą;
8. Ryšiai su kitų kaimyninių valstybių savivaldos institucijomis;
9. Lėšų, skirtų turizmo plėtrai, augimas;
10. Savivaldybės vykdoma investicijų skatinimo sistema;

Silpnybės

1. Nepalanki plėtrai pramonės ir verslo struktūra, silpnai išvystytas paslaugų sektorius;
2. Didesnis nei Lietuvos vidurkis nedarbo lygis;
3. Neigiamas Akmenės rajono įvaizdis;

4. Menkai išvystytas susisiekimo infrastruktūros servisas – trūksta automobilių stovėjimo aikštelių, atokvėpio aikštelių ir t.t., silpnai išvystytos viešojo transporto paslaugos;
5. Nepakankamai išnaudojami kultūriniai ištekliai;
6. Mažos investicijos lyginant su didžiaisiais urbanistiniais centrais;
7. Menkai išvystytas maitinimo ir apgyvendinimo paslaugų sektorius;
8. Turistinės trasos nėra sujungtos į vieningą turizmo sistemą;
9. Kvalifikuotų turizmo ir rekreacijos specialistų stoka;
10. Nepakankama turizmo informacijos infrastruktūra;
11. Silpnai išvystytas kaimo turizmo sektorius;
12. Silpna rinkodarinė veikla: trūksta leidinių apie rajono turizmo išteklius, nėra apsispręsta dėl rajono turizmo verslo vartotojų tikslinio segmento;
13. Nėra parengta investicijų programa;
14. Neregistruojamos privačios investicijos į rajono turizmo sektorių.

Galimybės

1. Akmenės rajono įvaizdžio keitimas ir kūrimas galėtų būti vienas iš pirmųjų esminių žingsnių rajono turizmo plėtrai skatinti;
2. Įvairių išorės ekspertų ir specialistų pajungimas sprendžiant Akmenės rajono turizmo plėtros problemas, rengiant turizmo įvaizdžio keitimo/kūrimo programą;
3. Palankios galimybės toliau vystyti turizmo informacijos infrastruktūrą;
4. Teigiamo Akmenės rajono kaip aktyvios rekreacijos ir turizmo centro įvaizdžio sukūrimas;
5. Turistinių trasų sujungimas į vieningą turizmo sistemą;
6. Lėšų skyrimas turizmo plėtros projektams įgyvendinti iš nacionalinio ir savivaldybės biudžeto;
7. Struktūrinių ir kitų fondų lėšų panaudojimas turizmo plėtros projektams įgyvendinti;
8. Privataus kapitalo pritraukimas rekreacinės infrastruktūros plėtrai;
9. Akmenės rajono turizmo objektų įtraukimas į nacionalinės svarbos turistinius maršrutus.

Grėsmės

1. Menkas privataus verslo iniciatyvos laipsnis;
2. Finansavimo šaltinių turizmo plėtros projektams įgyvendinti trūkumas ir investicijų vertės išaugimas;
3. Kvalifikuotos darbo jėgos emigracija į kitus regionus ir šalis;
4. Nekvalifikuotų rangovų parinkimas gali neigiamai paveikti projekto kokybę ir apimtį;

5. Rekreacinės infrastruktūros plėtros trukdžių suintensyvėjimas;
6. Savanaudiškų kai kurių verslo struktūrų tikslai įsisavinti gamtos ir kultūros vertybes rajone gali stabdyti turizmo plėtros procesus;
7. Teisinės bazės, reglamentuojančios gamtinių – kultūrinių išteklių panaudojimą rekreacijai ir turizmo plėtrai pasikeitimas.

Praktinės dalies išvados

Atsižvelgiant į Akmenės rajono gamtines sąlygas, kraštovaizdį bei įvertinus socialinę padėtį galima teigti, kad be pramonės vystymo yra palankus ir rekreacinių paslaugų vystymas. Akmenės rajone esančios socialinės problemos neturėtų ženkliai įtakoti investicinės aplinkos. Socialinė aplinka čia yra pakankamai stabili ir palanki rekreacinių paslaugų, kurios gali būti plėtojamos rajone, vystymui.

Atlikus analizę, galima išskirti šias pagrindines Akmenės rajone vystomas turizmo nišas (žr. 6 lentelę):

6 lentelė

Akmenės rajono vystomų turizmo nišų vertinimas

Turizmo niša	Vietovės	Vartotojai
Kultūrinis – istorinis turizmas	Akmenė, Papilė	Pravažiuojantys turistai, aplinkinių didesnių miestų (Mažeikių ir Šiaulių) gyventojai ir organizuotos aplinkinių miestų ir rajono įvairaus amžiaus moksleivių grupės.
Vandens turizmas	Ventos upė, Papartinės malūnas, Papilė, Venta	Vandens turizmo ir pramogų mėgėjai.
Rekreacinis-gamtinis turizmas, gamtinis-kultūrinis turizmas	Akmenės, Ventos, Papilės – Kruopių rekreaciniai arealai	Aplinkinių didžiųjų miestų, rajono miestelių gyventojai, pravažiuojantys turistai.
Kaimo turizmas	Akmenės, Papilės–Kruopių rekreaciniai arealai	Poilsio gamtoje bei kaimiškųjų vietovių mėgėjai, aplinkinių didžiųjų miestų, rajono miestelių gyventojai.
Verslo turizmas	Naujoji Akmenė, Akmenė	Investitoriai, verslo partneriai, įvairūs protokolinių renginių dalyviai.

Šaltinis: Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf

Išanalizavus Akmenės rajono svetingumo ir turizmo įstaigų tinklą ir infrastruktūrą, paaiškėja, kad svetingumo ir turizmo ūkio potencialas Akmenės rajone nėra išnaudojamas. Pagrindinės vystymosi kliūtys yra nepakankamos privačios investicijos į turizmo sektorių Akmenės rajone ir mažesnė nei kituose Lietuvos regionuose turizmo paslaugų paklausa.

Pagrindiniai Akmenės rajono turistai yra Lietuvos gyventojai. 2005 m. – 75 % visų Akmenės rajono turistų buvo lietuviai. Prioritetinės Akmenės rajono užsienio lankytojų rinkos yra Latvija, Lenkija, Rusija ir Vokietija.

Prognozuojant Akmenės rajono turizmo nišas, pateikiami tokie vertinimai (žr. 7 lentelę):

7 lentelė

Akmenės rajono galimų vystyti turizmo nišų vertinimas

Turizmo niša	Vertinimas	Komentaras
Golfas	<i>Neperspektyvu</i>	<i>Kraštovaizdžio trūkumai, potencialių vartotojų trūkumas, dideli investicijų kaštai</i>
Medžioklė	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Ventos, Papilės - Kruopių, Naujosios Akmenės rekreacinių arealų miškų masyvuose</i>
Gamtinis turizmas (keliaujant pėsčiomis)	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Akmenės, Ventos, Papilės - Kruopių rekreaciniuose arealuose.</i>
Žirginis turizmas	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Akmenės, Ventos, Papilės - Kruopių rekreaciniuose arealuose.</i>
Keliavimas dviračiais	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Akmenės, Ventos, Papilės - Kruopių, Naujosios Akmenės rekreaciniuose arealuose.</i>
Paukščių (gyvosios gamtos) stebėjimas	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Akmenės, Ventos rekreaciniuose arealuose.</i>
Rekreacinė žvejyba	<i>Įmanoma</i>	<i>Tinkama vystyti Ventos (Ventos upėje), Papilės - Kruopių (Eglesių tvenkinyje), Akmenės (Sablauskių, Menčių tvenkiniuose) rekreaciniuose arealuose.</i>
Kaimo turizmas	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Akmenės, Ventos, Papilės - Kruopių rekreaciniuose arealuose.</i>
Agroturizmas	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Akmenės, Ventos, Papilės-Kruopių rekreaciniuose arealuose.</i>
Autoturizmas	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti pagrindiniais ir periferiniais autoturizmo koridoriais.</i>
Ekstremalus autoturizmas	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Naujosios Akmenės, rekreaciniame areale (išeksploduotuose karjeruose).</i>
Kultūrinis, pažintinis turizmas	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Akmenės, Ventos, Papilės-Kruopių, Naujosios Akmenės rekreaciniuose arealuose.</i>
Pramoninis turizmas	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Naujosios Akmenės rekreaciniame areale (AB „Akmenės cementas“).</i>
Amatų turizmas	<i>Perspektyvu</i>	<i>Tinkama vystyti Naujosios Akmenės rekreaciniame areale („Karpėnų keramika“).</i>

Šaltinis: Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf

Perspektyviausios turizmo plėtros nišos Akmenės rajone yra medžioklė, gamtinis turizmas, žirginis turizmas, kaimo turizmas, agroturizmas, autoturizmas, kultūrinis, pažintinis turizmas, amatų turizmas.

Atlikus Šiaulių ir Telšių apskričių gyventojų apklausą paaiškėjo, kad dauguma gyventojų lankosi kaimo turizmo sodybose. Čia dažniausiai poilsiaujama vasarą su šeima. Dažniausiai poilsis kaimo turizmo sodyboje trunka iki 3 dienų. Už vieno asmens vieną poilsio dieną sodyboje poilsiautojai sutinka mokėti iki 100 litų. Poilsiautojai iki mėgstamos sodybos sutiktų vykti iki 100 kilometrų. Tai rodo, kad pasirinktų apklausai apskričių gyventojai yra potencialūs Akmenės rajono kaimo turizmo sodybų lankytojai.

3. KAIMO TURIZMO SODYBOS STEIGIMO AKMENĖS RAJONE GALIMYBIŲ TYRIMAS

3.1. Tyrimo ir planavimo metodika

Šiandien bet kuri ekonomiškai reikšminga veikla nevykdoma iš anksto neparengus jos projekto. Tai savo ruožtu reikalauja aibės įvairiausių tyrimų. Projektiniai veiklos tyrimai – tai būsimos veiklos modeliavimas, siekiant išsamiai įvertinti ne tik tos veiklos naudą būsimam jos valdytojui, bet ir ekologines, socialines ir technologines veiklos pasekmes.

Projekto idėjai pagrįsti yra rengia galimybių studija (galimybių tyrimas). Galimybių studijos pagrindinis tikslas yra įvertinti siūlomo projekto ekonominį gyvybingumą. Ji yra rengiama priešinvesticinėje fazėje. Tačiau galimybių tyrimai, kurie leidžia priimti sprendimą dėl projekto, yra brangus ir ilgai trunkantis veiksmas. Dėl to, prieš skiriant daug lėšų tokiam tyrimui, projekto idėja turi būti įvertinama dar išankstinių galimybių studijoje, kurios pagrindiniai tikslai yra nustatyti, ar [34, p. 57-58]:

- visos galimos alternatyvos buvo peržvelgtos;
- projekto idėja verta detalesnės analizės galimybių studijoje;
- kurie nors projekto aspektai yra ypač svarbūs jam vykdyti, nes reikalauja išsamesnės analizės.

Galimybių tyrimai turėtų išanalizuoti šias pagrindines sritis:

- Rinką
- Techninius ir organizacinius poreikius
- Finansinę situaciją

Rinkos klausimai

Pradinė išankstinių galimybių nagrinėjimo sritis yra potencialios rinkos galimybės naujam verslui. Jei atitinkama paklausa tam tikram produktui neegzistuoja ir įmonė nežino kaip diferencijuoti produktą, kad jis galėtų konkuruoti su konkurentų produktais, tai tokia įmonė neturėtų būti kuriama.

Klausimai, į kuriuos turėtų atsakyti išankstinių galimybių studija yra:

- Kioje pramonės šakoje veiks mūsų verslas?
- Kokios galimos rinkos mūsų gaminamam produktui? Kokias demografines charakteristikas jos apima? Kokio dydžio šios rinkos? Kur jos išsidėsčiusios? Ar tikimasi šios rinkos augimo ateityje?
- Kas yra pagrindiniai konkurentai šioje rinkoje? Kokio dydžio tie konkurentai? Kokios jų produktų kainos? Kaip jie reaguos į naują varžovą?

- Kaip įmonė diferencijuos savo produktus? Kokios konkurentų stipriosios ir silpnosios pusės? Kuo įmonė skirsis nuo savo konkurentų? Kokią rinkos dalį įmonė ketina užimti ir kaip tai padarys?

Reikiamą informaciją galima rasti publikuojamuose leidiniuose bei kituose darbuose arba per pirminius tyrimus, tokius kaip rinkos apžvalga ir kt. Reikiama informacija galima gauti iš įvairių šaltinių, pavyzdžiui, statistikos departamento, prekybos žurnalų, pramonės ataskaitų ir kt. Internetas taip pat atveria plačias informacijos paieškos galimybes.

Atsakymai į su rinka susijusius klausimus turi padėti įmonei atlikti realistinius projekto paklausos įvertinimus, įmonė gali iš anksto įvertinti būsimo verslo apimtis tam, kad pasirinkti tinkamus įrenginius. Jei projekto apimtis nėra pakankamai didelė, kad pasiteisintų įsigyjami įrenginiai, tokiu atveju projektas yra nepagrįstas.

Technologiniai ir organizaciniai poreikiai

Ši sritis apima vidinę įmonės struktūrą. Šioje dalyje turi būti atsakyti sekantys klausimai:

- Kokio tipo įrengimų ir technologijų reikės produktui gaminti? Kokios yra kainos?
- Kokie yra potencialūs įrangos tiekėjai? Kur jie išsikūrė? Kokio tipo paslaugas ir garantijas jie suteikia? Kiek laiko užtruks įrenginių įsigijimas ir gamybos pradžia?
- Kiek ir kokių žaliavų reiks? Kokie yra kokybės reikalavimai? Ar yra pakankamai tokių žaliavų tiekėjų?
- Kokios galimos firmos steigimo vietovės? Kokio dydžio plotas yra reikalingas? Kokios pastatų kainos? Ar pateikta vieta turi tinkamą priėjimą su infrastruktūra ir paslaugomis? Ar bus statoma nauja gamykla ar įsigyjama jau pastatyta?
- Kur gamykla bus įkurta atsižvelgiant į vartotojus? Kas bus atsakingas už prekių transportavimą nuo gamintojo iki pirkėjo? Kokios yra transportavimo kainos?
- Ar firmos organizacinė struktūra yra tinkama tokiam verslui? Kokią svarbą verslo sėkmei turi tiekimo kontraktai ir pastovus žaliavų šaltinis?
- Kokios kvalifikacijos reikia šių operacijų valdymui? Kokios yra pagrindinės darbo vietos, kurios turės būti įsteigtos?
- Kokią patirtį turi turėti vadovai? Ar yra potencialių kandidatų šioms pozicijoms užimti?

Finansinė situacija

Atsižvelgiant į prieš tai padarytus išankstinius galimybių tyrimo įvertinimus, įmonė turi apibrėžti bendrą savo finansinę situaciją. Turi būti nustatytas finansavimo poreikis bei atitinkami šaltiniai.

Turi būti atsakyti sekantys klausimai:

- Kokios yra bendrosios pradinės išlaidos, kurių reikia norint pradėti operacijas?

- Kas sudaro eksploatacines išlaidas (algos, nuoma, komunalinės paslaugos, mokėtinis palūkanos ir kt.)?

- Atsižvelgiant į įvertintą paklausą, kokios yra planuojamos pajamos? Kaip bus nustatomos kainos?

- Kokie yra galimi finansavimo šaltiniai? Kas yra potencialūs skolintojai? Kokie bus skolų terminai bei sąlygos?

- Atsižvelgiant į planuojamas pajamas ir išlaidas, koks yra numatomas pelnas ar nuostolis? Kokia yra nenuostolingumo taško apimtis?

Finansinė projekto analizė grindžiama projekto efektyvumo nustatymu remiantis projektuojamais pinigų srautais. Šie srautai atspindi būsimas investicijas bei veiklos pajamas ir išlaidas. Dažniausiai pinigų srautai skaičiuojami atsižvelgiant į svarbiausias ir labiausiai tikėtinas aplinkos sąlygas. Nuo projektui svarbių sąlygų identifikavimo kokybės ir jų prognozių patikimumo priklauso ir finansinės analizės rezultatų patikimumas, todėl prieš analizę reikia įsitikinti projektinių duomenų pagrįstumu.

Projektai vertinami šiais finansinės analizės metodais:

- investicijų atsipirkimo laiko nustatymas,
- dabartinės grynosios vertės nustatymas,
- vidinės pelno normos nustatymas,
- investicijų rentabilumo indekso nustatymas.

1. Investicijų atsipirkimo laiko nustatymas.

Laikas, per kurį projekte numatytos pajamos padengia investicijas, skirtas šioms pajamoms gauti, vadinamas investicijų atsipirkimo laiku (PP).

Atsipirkimo laikotarpis yra vienas svarbiausių ir paprasčiausių metodų, padedantis priimti sprendimą. Šis metodas įvertina neapibrėžtumą, atsižvelgia į trumpalaikius projekto rezultatus ir, atitinkamai, į įmonės likvidumą. Atsipirkimo laikotarpis gali būti naudingu rizikos matu situacijoje, kai neapibrėžta gali būti tik projekto egzistavimo trukmė. Tikimybė, kad tam tikra investicija duos pelno (arba bent jau neduos nuostolių), yra tuo didesnė, kuo trumpesnis atsipirkimo laikotarpis. Todėl visi priimantys sprendimą turi įvertinti tikimybę, kad projekto egzistavimo laikas po atsipirkimo periodo bus pakankamai ilgas, kad investicija būtų patraukli.

Atsipirkimo periodą lengviausia apskaičiuoti sumuojant projekto grynuosius pajamų srautus, kol bendra suma tampa teigiama. Kuo trumpesnis atsipirkimo periodas tuo geresnis yra projektas.

2. Dabartinės grynosios vertės nustatymas.

Projekto dabartinė grynoji vertė yra visų projekto diskontuotų grynujų pinigų srautų suma. Tai dabartinė visų pinigų srautų, įskaitant ir pradinę investiciją, vertė. Projektas pasirenkamas, jei

grynoji dabartinė vertė yra teigiama, o tai reiškia, kad iš investicijos prognozuojama gauti pinigų srautus didesnius už grynąją investicijos vertę. Grynoji dabartinė vertė nustatoma taip:

$$NPV = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+k)^t}; \quad (1)$$

čia:

NPV – grynoji būsimųjų pajamų vertė;

CF_t – planuojami t laikotarpio pajamų srautai, Lt;

k – reikalaujamas pelningumas, %;

n – metai.

Pradiniai įdėjimai (investicijos nediskontuojami ir rašomi su (-) ženklu.

Remiantis grynąją dabartine verte, laikomasi tokios sprendimų priėmimo taisyklės:

- projektas pasirenkamas, jei $NPV > 0$,
- projektas atmetamas, jei $NPV < 0$,
- projektu nesidomima, jei $NPV = 0$.

Dabartinė grynoji vertė parodo projekto absoliutų efektą atsižvelgiant į laiko veiksnį. Didesnę dabartinę vertę turintis projektas yra priimtinesnis. Informacija šiai analizei imama iš projektuojamų finansinės būklės pakitimų ataskaitų.

3. Vidinės pelno normos nustatymas.

Vidinė projekto pelno norma laikoma diskonto koeficiento reikšmė (r), prie kurios projekto pinigų srautų dabartinė grynoji vertė yra lygi 0. IRR apskaičiuojama pagal formulę:

$$NPV = 0 = \sum_{t=0}^n \frac{CF_t}{(1+IRR)^t} - PI; \quad (2)$$

čia:

NPV – grynoji būsimųjų pajamų vertė, Lt;

IRR – pelningumo koeficientas, %;

CF_t – planuojami t laikotarpio pajamų srautai, Lt;

PI – pradinių investicijų suma, Lt.

Šis rodiklis nusako investicijų rentabilumą ir parodo maksimalų leistiną santykinį (procentinį) investicijų kainos lygį, kurį viršijus projektas tampa nerentabiliu. Siūloma atsisakyti finansuoti tuos projektus, kurių vidinė pelno norma mažesnė nei vidutinė rinkos palūkanų norma analogiško laikotarpio paskoloms. Priimtinesniu laikomas turintis didesnę vidinę pelno normą projektas. Jeigu dabartinės grynosios vertės nustatymo metodu pasirinktas kitas investicinis projektas, nei vidinės pelno normos nustatymo metodu, tai priimtinesniu laikomas dabartinės grynosios vertės nustatymo metodu parinktas projektas. Duomenys šiam metodui imami iš projektuojamų finansinės būklės pakitimų ataskaitų.

Vidinės pelno normos sprendimų taisyklės:

- projektas pasirenkamas, jei $IRR > i$,
- projektas atmetamas, jei $IRR < i$,
- projektu nesidomima, jei $IRR = i$.

3.2. Bendras projekto apibūdinimas

Projekto tikslai ir uždaviniai

Pagrindinis projekto tikslas – įkurti gyvybingą ir konkurencingą kaimo turizmo sodybą Akmenės rajone, kuri teiktų aukštos pridėtinės vertės rekreacinio poilsio paslaugas.

Uždaviniai:

- Pastatyti paslaugų teikimui reikalingus pastatus, sutvarkyti upės pakrantę, pritaikant juos kaimo turizmui;
- Sukurti kaimo turizmo paslaugų kompleksą ir teikti aukštos kokybės paslaugas užsienio ir Lietuvos turistams;
- Teikti aukštos pridėtinės vertės paslaugas, siūlant kuo platesnį paslaugų asortimentą.

Kiti tikslai:

- Didinti kaimo turizmo populiarumą Lietuvoje ir skatinti vietos turizmą Akmenės rajone;
- Gerinti Akmenės rajono įvaizdį;

Uždaviniai:

- Plėtoti konferencijų organizavimo, laisvalaikio paslaugas;
- Plėsti paslaugų įvairovę;
- Bendradarbiauti su Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centru, kuriant patrauklų turizmui Akmenės rajono įvaizdį;
- Didinti paslaugų prieinamumą ne sezono metu.

Alternatyvų išskyrimas

Remiantis pateikta turizmo išteklių analize ir rinkų įvertinimu nustatyta, kad didžiausią turizmo potencialą Akmenės rajone turi Ventos upė. Todėl nuspręsta kaimo turizmo sodybą steigti Ventos upės pakrantėje, tarp Ventos ir Papilės miestelių pakelėje Mažeikiai – Kuršėnai esančiame upės vingyje. Tai leistų teikti platų paslaugų asortimentą ir būti netoli potencialių vartotojų. Sodybos plotas - 7 ha.

Atliekant galimybių tyrimą bus nagrinėjamos 2 alternatyvos. Tyrimo metu kiekviena alternatyva bus aptariama bei įvertinama keliais aspektais.

Bus tiriamos sekančios kaimo turizmo verslo kūrimo Akmenės rajone galimybės:

- 1 alternatyva – modernios kaimo turizmo sodybos steigimas;
- 2 alternatyva – kaimiškos kaimo turizmo sodybos steigimas.

1 alternatyva – modernios kaimo turizmo sodybos steigimas

Igyvendinant šią alternatyvą būtų steigiama moderni kaimo turizmo sodyba su labai plačiu paslaugų asortimentu, apimančiu visą paslaugų paketą.

Čia būtų įrengtas didelis senovinio tipo namas, kur būtų 10 gyvenamųjų kambarių, kuriuose galėtų apsistoti 32 poilsiautojai, taip pat būtų įrengta 80 vietų konferencijų ar pobūvių salė ir kitos reikalingos patalpos. Ramesnio poilsio mėgėjams būtų pasiūlyti du atokiau nuo pirmojo namo įrengti nameliai su pirtimis, kuriuose galėtų apsistoti po 10 svečių. Taip pat būtų pastatytas ūkinis pastatas žirgų auginimui ir inventoriaus saugojimui. Upės pakrantėje būtų įrengtas dešimties vietų kempingas su lauko tualetu, kriauklėmis ir dušu. Kitoje upės pusėje esančiame nedideliame miškelyje bei pievose būtų galima įrengti trasas šaudymui ir taip praplėsti teikiamų paslaugų asortimentą.

Šioje sodyboje svečiams bus teikiamos sekančios paslaugos:

- apgyvendinimas;
- maitinimas;
- 80 vietų pobūvių - konferencijų salė;
- pasiplaukiojimas baidarėmis, valtimis, žvejyba;
- pirtis;
- jodinėjimas žirgais;
- specialios atrakcijos vaikams;
- ekskursijos baidarėmis, dviračiais, pėsčiomis;
- ekskursijos po apylinkes;
- 10 vietų kempingas;
- šaudymas iš lankų ir arbaletų į stacionarų taikinį;
- šaudymas į guminius žvėris;
- šaudymas miško trasoje;
- orientacinis nuotykių sportas;
- „Airsoft“ as“
- ir kt.

Sodyba būtų įrengta per vienerius metus.

2 alternatyva - kaimiškos kaimo turizmo sodybos steigimas

Igyvendinant šią alternatyvą upės pakrantėje būtų kuriama kuklesnė kaimo turizmo sodyba. Labiau atitinkanti senovines tradicijas. Čia būtų teikiamos pagrindinės apgyvendinimo, maitinimo ir kai kurios poilsio paslaugas. Poilsio paslaugos būtų labiau orientuotos į kaimiško gyvenimo kasdienybę ir šventes. Turistams būtų atskleidžiamos senosios kulinarijos paslaptys su gausybe senovinių receptų, jie būtų mokomi elementarių kaimiškų darbų, kaimo amatų. Būtų rengiamos

įvairios kaimo darbų ir gėrybių šventės. Ši sodyba būtų skirta geriau pažinti mūsų kaimą, jo papročius ir tradicijas. Sodyba būtų kuklesnė negu pirmu atveju, o teikiamos paslaugos labiau orientuotos į papildomų kaštų nereikalaujančias laisvalaikio organizavimo formas. Čia bus panaudotos mažesnės investicijos nei pirmuoju atveju.

Šioje sodyboje svečiams bus teikiamos sekančios paslaugos:

- apgyvendinimas;
- maitinimas;
- 80 vietų pobūvių salė;
- žvejyba;
- pirtis;
- ekskursijos;
- plaukiojimas baidarėmis;
- seminarai kaimo tradicijų ir papročių temomis;
- kaimo amatai;
- grybavimas, uogavimas;
- vaistinių žolelių rinkimas;
- įvairūs kasmetiniai kaimo darbai;
- išvykos į ūkininkų ūkį;
- ir kt.

Sodyba būtų įrengta per vienerius metus.

Galimi šios išankstinės galimybių studijos rezultatai yra:

- Abiejų galimybių atmetimas ir tolesnių tyrimų nutraukimas;
- Vienos galimybės atrinkimas ir jos tolimesni tyrimai, atmetant kitą galimybę;
- Toliau atliekami išsamesni abiejų galimybių tyrimai.

3.3. Rinkos galimybių tyrimas

Turizmo rinkos apžvalga

Akmenės rajone kuriamos kaimo turizmo sodybos potencialūs klientai yra Šiaulių ir Telšių apskričių gyventojai t.y. Akmenės, Joniškio, Šiaulių, Radviliškio, Kelmės, Telšių, Mažeikių, Plungės ir Rietavo rajonų gyventojai ir svečiai iš užsienio.

Lietuvoje turizmas kiekvienais metais populiarėja. Labai sparčiai plečiamas viešbučių tinklas, populiarėja poilsis kurortuose bei kaimo turizmo sodybose, didėja turizmo paslaugų įvairovė.

Apie Akmenės rajono turizmo plėtrą dalinai bandysime spręsti ir iš Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centro darbo. Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centre 2005 m.

apsilankė 2336 lankytojai, iš jų 1836 – Lietuvos gyventojai, 700 – užsienio piliečiai. Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centro lankomumas, lyginant 2005 metais apsilankiusių skaičių su 2004 metų analogiškais rezultatais, 1,57 karto išaugo. Pagrindiniai rajono lankytojai, kaip rodo statistika yra Lietuvos gyventojai.

Pagrindiniai Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centro užsienio lankytojai – Latvijos (14,82 proc.) ir Vokietijos (6,74 proc.) piliečiai. 2005 m. Akmenės rajono turizmo informacijos centre apsilankiusių Latvijos piliečių skaičius 2004–2005 metais išaugo net 117 proc. (2004 – 91 žm., 2005 m. – 198 žm.). Tačiau nepaisant sumažėjusio turistų skaičiaus iš Rusijos, šios šalies piliečiai yra vieni iš dominuojančių tarp apsilankiusių Akmenės rajono turizmo ir verslo informacijos centre. Todėl ši turizmo rinka yra viena pagrindinių Akmenės rajono turistų rinkų.

2005 m. Šiaulių miesto turizmo informacijos centro duomenimis, TIC'e apsilankė apie 19 000 lankytojų, iš kurių 16 000 lietuvių ir 3000 užsieniečių. Daugiausia užsienio lankytojų iš Rytų ir vidurio Europos valstybių: Latvijos, Lenkijos, Estijos, Čekijos, Rusijos. Iš Vakarų Europos daugiausia lankytojų iš Vokietijos, Olandijos, Prancūzijos, Belgijos, Austrijos. Iš Šiaurės Europos daugiausia lankytojų iš Suomijos, Švedijos, Danijos, Didžiosios Britanijos. Iš Pietų Europos valstybių – Ispanijos, Italijos, Portugalijos.

Lietuvai įstojus į Europos Sąjungą, didėja užsienio turistų ir lankytojų skaičius, ypač vasaros sezono metu. Ši didėjimo tendencija išliks ir ateityje, nes Europoje didėja domėjimasis Baltijos valstybėmis, kurios tarptautinio turizmo rinkoje vis dar išlieka mažai žinomos, tačiau priskiriamos vienam turistiniam Baltijos šalių regionui. Dauguma užsienio turistų vienos kelionės metu lanko visas tris Baltijos valstybes. Taip pat pagal Šiaulių miesto turizmo informacijos centro pateiktus TIC'o lankomumo duomenimis, daugiausia per Šiaulių apskritį (per Joniškio, Šiaulių ir Kelmės rajonus) vyksta lankytojai ir užsienio turistai iš Latvijos, Estijos, Suomijos, Vokietijos, Rusijos, Lenkijos, (taip pat ir Kaliningrado srities), t.y. tų valstybių, per kurias driekiasi Via Hanza kelias Rytų ir Šiaurės Baltijos regione. Ekspertų teigimu, Šiaulių apskrities atžvilgiu, prioritetinėmis būtų būtent šių valstybių tarptautinio turizmo rinkos.

8 lentelė parodo ne tik Šiaulių ir Telšių apskričių apgyvendinimo įmonių veiklos rodiklius, tačiau parodo ir bendrą kitimo tendenciją. Matome, kad šie rodikliai pastoviai auga, o tai rodo, kad apgyvendinimo sektorius plečiasi.

Apgyvandinimo įmonių veikla Šiaulių ir Telšių apskrityse

Apgyvandinimo įmonių veikla		
Metai	Apgyvendinta svečių, iš viso	Suteikta nakvynių, iš viso
Šiaulių apskritis		
2000	27.90	52.2
2001	28.50	61.0
2002	35.30	67.8
2003	35.30	68.6
2004	46.50	108.0
2005	44.20	115.8
2006	69.00	154.4
2007	69.50	155.0
Telšių apskritis		
2000	6.60	22.7
2001	8.00	27.0
2002	9.60	20.6
2003	9.70	35.9
2004	15.20	33.4
2005	21.40	44.4
2006	17.70	57.1
2007	-	-

Šaltinis: Sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Konkurencijos analizė

Tiesioginiai konkurentai yra kitos kaimo turizmo sodybos įsikūrusios Šiaulių ir Telšių apskrityse. Iš viso čia veikia 29 kaimo turizmo sodybos (žr. 9 lentelę).

Kaimo turizmo sodybos Šiaulių ir Telšių apskrityse

Apskritis	Kaimo turizmo sodybų skaičius	Vietų skaičius	Vidutinis vietų skaičius vienoje sodyboje
Šiaulių apskritis	8	115	14
Telšių apskritis	21	419	20
Iš viso:	29	534	18

Šaltinis: Sudaryta autorės remiantis Statistikos departamento duomenimis

Pagrindiniai konkurentai Akmenės rajone:

- *Rasutės Džimailienės kaimo turizmo sodyba* - šiuolaikiškai įrengta sodyba apsupta mišku, Kadagių kaime. Sodyboje yra 5 kambariai, 10 vietų, 2 pirtys, baseinas, 70 vietų pobūvių, konferencijų salė, sportinių žaidimų aikštelės, maudyklės, dviračiai, valtys, vandens dviračiai, žvejyba, grybavimas, uogavimas.

- *Algirdo Martyšiaus kaimo turizmo sodyba* - sodyba įkurta Papilės miestelyje. Individualiame name, yra įrengti 7 kambariai, 15 vietų. Taip pat yra maudyklės, pirtis, 30 vietų pobūvių, konferencijų salė, sportinių žaidimų aikštelė, žvejyba, uogavimas.

Pagrindiniai konkurentai Šiaulių rajone:

- **Joco kaimo turizmo sodyba** – įsikūrusi Šiaulių miesto pakraštyje. Poilsiautojams parengti vienviečiai ir dviviečiai kambariai su visais patogumais. Paberžynėlyje - pavėsinė ir vietos palapinėms bei autokaravanams statyti, laužavietė, vaikų žaidimo aikštelės. Sodybos teritorija 1,5 ha. Įrengta jauki pokylių ir konferencijų salė, pirtis.

- **Rasčiuškienės kaimo turizmo sodyba** Skaudvilių kaime. Nuomojama 50 vietų pokylių salė, taip pat yra atskira salė šokiams. Šiuo metu įrenginėjami 3 dviviečiai kambariai, ateityje planuojama priimti pirmuosius poilsiaautojus. Sodyboje yra pirtis, įrengta krepšinio aikštelė, perspektyvoje planuojama įrengti vaikų žaidimo aikštelę.

- **R. Gutkauskienės sodyba** - apie 10 km nuo Šiaulių miesto. Kaimo turizmo sodybai suteikta 4 „gandriukų“ kategorija. Veikia nuo 1999 metų. Teikiamos tik nakvynės paslaugos. Iš viso yra 6 dviviečiai ir 2 triviečiai kambariai bei įrengta virtuvė savitarnai. Nuomojama salė užsakomiesiems vakarams. Salėje galima rengti konferencijas 20 žmonių. Taip pat yra baseinas, teikiamos jodinėjimo žirgais paslaugos.

Pagrindiniai konkurentai Joniškio rajone:

- **R. Krištopaitienės kaimo turizmo sodyba** – apie 8 km nuo Joniškio miesto. Naujai pastatyta sodyba, orientuota kaimo turizmui. Neįrengtas privažiavimas prie sodybos. Šalia Platonio upės. Galima vandens dviračių nuoma, yra tinklinio aikštelė, pirmame aukšte yra 30 vietų salė ir poilsio kambarys. Iš viso 4 kambariai, gali apgyvendinti apie 10 lankytojų. Sodyba dar neįteisinta.

Pagrindiniai konkurentai Kelmės rajone:

- **V. Lušo kaimo turizmo sodyba** - sodyba įsikūrusi Kurtuvėnų regioniniame parke, miške šalia ežero, labai gražioje, jaukioje vietoje. Tinka ramiam poilsiui.

Pagrindiniai konkurentai Plungės rajone:

- **"Pas tėvukus", Marijonos Striaukienės sodyba** - sodyba įkurta 1997 m. Sodyba restauruota 2001 m. Sodybos teritorija 90 a. Etnografinio stiliaus erdvės svetingi namai Beržoro ežero pakrantėje. Tai ideali vieta poilsiui ar dalykiniais susitikimams.

- **Sodyba "Prie Žiedelio ežero"** - vienkiemis nuostabiame gamtos kampelyje, tarp keturių gražuolių ežerų, Žemaitijos Nacionaliniame parke. Siūlomas aktyvus ir ramus poilsis šalia miško, kuriame gausu uogų, grybų, riešutų. Čia galima švęsti jubiliejus ir gimtadienius, rengti seminarus ir konferencijas, pobūvius ir vestuves. Sodyboje yra gyvenamasis namas ir du ant Žiedelio ežero kranto stovintys poilsiniai namai. Viso galime apgyvendinti apie 40 žmonių. Nameliuose yra sausa ir garinė pirtys, 2 salės -25 ir 50 vietų su židiniiais. Erdvės dviviečiai ir triviečiai kambariai su visais patogumais, gyvenamajame name- du

apartamentai trijų- keturių asmenų šeimoms, su atskirais įėjimais, židiniaiis, atskirom virtuvėm ir sanitariniais mazgais.

- **Sodyba "Po ažuolais"** - sodyba yra Žemaitijos nacionaliniame parke, 200 m iki Platelių ežero, kalvotoje vietoje, apsuptoje šimtamečių ažuolų. Sodyboje yra du žuvingi tvenkiniai. Čia galima išbandyti norvegišką pirtį (kubile) ir lietuvišką garinę pirtį. Išsiilgusiems gamtos ir ramybės - grybų ir uogų pilnas miškas. Ekstremalių pojūčių mėgėjams - žiemos metu sniego motociklai.

- **R. J. Dailidonio kaimo turizmo sodyba** - šiuolaikinė sodyba su etnografiniais elementais prie Beržoro ežero. Iki Platelių ežero tik 2 km. Sodyboje yra vienas mūrinis ir du mediniai namai. Mūriniame name yra svetainė su židiniu, salė, bariukas, šeimyninė pirtelė, virtuvė, židinytis ir trys miegamieji - dešimčiai žmonių. Mediniame name - pirmame aukšte virtuvė ir miegamasis 2 asmenims ir vaikeliui. Vasarnamyje - svetainė su židiniu, mini-virtuvėlė, miegamasis 4 asmenims. Namuose yra visi patogumai. Kiekvienas namas turi gražiai apželdintą teritoriją. Po jautia pavėsine galima išsikepti šašlyką. Sodyboje įrengtos krepšinio bei tinklinio aikštelės, yra vaikų žaidimo aikštelė. Taip pat šeimnininkai leidžia pašerti triušius, pasiskinti sode braškių, serbentų, obuolių, kiekvieną rytą parsinešti iš darželio šviežių gėlių. Maistas sodyboje gaminamas iš ekologiškų čia pat auginamų daržovių.

- Elenos Razmienės kaimo turizmo sodyba, Jurčių sodyba, Elenos ir Albino Klimų sodyba "Iešnalė" ir kt.

Pagrindiniai konkurentai Telšių rajone:

- **Gražinos Gaižauskienės sodyba** - ideali vieta ramybės mėgėjui, šeimoms su vaikais, linksmi kompanijai ilsėtis ar švęsti. Sodyba išdėstyta 12 ha gamtinio-landšaftinio draustinio plote. Aplinkui yra 9 šventvietės. Visos poilsivietės turi savo laužavietę, šašlykinę ir pakankamai didelį atstumą viena nuo kitos. Sodyba susideda iš 3 poilsiviečių: atskiras namas su pirtimi ir poilsio kambariais (12 žmonių); nakvynės namelis (8 žmonėms); didelis namas su pobūvių sale, virtuve bei poilsio kambariais. Įvažiavimas į poilsivietę saugomas. Sodyboje daug atrakcionų vaikams, sporto įrengimų. Vasarą organizuojamos vaikų poilsio stovyklos.

- **Arno Mickevičiaus sodyba** - vienkiemis prie Šiaulių-Palangos plento ir Virvytės upės. Du žuvingi tvenkiniai. 6 dviviečiai kambariai. Patogumai: atskiras tualetas, atskira vonia, atskiras šaldytuvas, bendra virtuvė, bendras telefonas, palydovinė TV, muzikos centras, kompiuteris, židinytis, uždaras baseinas, pirtis, banketų salė iki 30 žmonių, vieta palapinėms, laužavietė, krepšinio aikštelė, stalo žaidimai, biblioteka, žvejyba, grybavimas, uogavimas.

Paslaugos: maitinimas, skalbimas, lyginimas, automobilių priežiūra, šeimos švenčių organizavimas, sporto inventoriaus, valčių, dviračių nuoma

- *Alvydo Vaitkevičiaus sodyba* - sodyboje yra 2 dviečiai kambariai, pirtis, 30 žmonių pokylių salė, dviračiai, žvejyba.

- *J. Šepikienės kaimo turizmo sodyba „Minavuonė“* - 70 vietų pokylių salė, 48 nakvynės vietos, pirties nuoma, kurioje telpa 20-24 žmonės, vasarnamių nuoma, stovyklavietė palapinėms, valčių nuoma, žvejyba, sporto aikštelė, stalo tenisas.

Pakruojo, Radviliškio, Rietavo ir Mažeikių rajonuose oficialiai veikiančių kaimo turizmo sodybų nėra.

Iš pateikto kaimo turizmo sodybų sąrašo bei jų apibūdinimų matyti, kad kaimo turizmo sodybų tinklas nėra labai platus. Konkurencija vyksta tarp daugelio nedidelių sodybų. Atkaklios konkurencinės kovos nėra. Didžiąja dalimi tai lemia pasyvus šios veiklos vykdymas, aiškios rinkodaros strategijos nebuvimas. Šią konkurencijos situaciją galima įvardinti kaip monopolinę konkurenciją, kadangi yra daug pardavėjų, pardavėjų vaidmuo rinkoje yra mažas, konkurentų įtaka kainoms – maža ir yra didelė prekių diferenciacija pirkėjų atžvilgiu.

Pagrindinės teikiamos paslaugos yra apgyvendinimas, maitinimas, konferencijų ir pobūvių salių nuoma, pirtis, vandens inventoriaus nuoma, žvejyba, uogavimas, grybavimas. Įdomesnių atrakcijų galima patirti tik kai kuriose sodybose, pavyzdžiui, pajodinėti žirgais galima tik R. Gutkauskienės sodyboje, pasivažinėti sniego motociklais - sodyboje "Po ąžuolais", susipažinti su naminiais gyvūnais, juos pašerti, pasiskinti sodybų šeimininkų užaugintų vaisių ir gėlių - R. J. Dailidonio kaimo turizmo sodyboje. Išanalizavus konkurentų teikiamas paslaugas galima teigti, kad dauguma sodybų šeimininkų parduoda pagrindinę paslaugą t.y. apgyvendinimą ir maitinimą, tačiau nelabai rūpinasi pagrindinę paslaugą papildančiomis paslaugomis, tokiomis kaip aktyvaus poilsio organizavimas, ekskursijų rengimas ir kt. Poilsiautojams turėtų būti siūlomas visas paslaugų paketas, užtikrinantis įdomų poilsį kaimo turizmo sodyboje. Tai padėtų geriau patenkinti poilsiautojų poreikius, o tai savo ruožtu didintų paklausą kaimo turizmo paslaugoms.

Rinkos segmentai

Ieškodami potencialių turistų pritraukimo būdų ir siekdami geriau pritaikyti produktus vartotojų poreikiams, įgauti geresnę padėtį konkurencinėje veikloje bei didinti pardavimų kiekį, kaimo turizmo paslaugų teikėjai savo paslaugas daugiau ar mažiau orientuoja į kelis pagrindinius segmentus:

1. *Savaitgalio poilsiautojai*. Šis segmentas labai svarbus vietinio turizmo skatinimui ir plėtrai, kadangi jis yra didžiausias ir pelningiausias. Didėjant žmonių užimtumui, gerėjant kelių būklei ir susisiekimo galimybėms, savaitgalio rekreacija tampa vis populiareesnė, poilsiautojų srautai didėja, todėl daugėja ir savaitgalinių pasiūlymų. Savaitgalio poilsiautojų segmentą sudaro jaunesnio ir

vidutinio amžiaus asmenys, gaunantys vidutines pajamas. Tokių poilsiautojų poreikiai susiję su infrastruktūros kokybe, atrakcijomis ir gerai organizuotu lankytinų objektų pasiekiamumu. Sodybos siūlo romantiškus savaitgalius, ekskursijas ir kitokius trumpalaikiam poilsiui skirtus paslaugų paketus. Savaitgalio atostogautojai per trumpą laiką nori patirti kuo daugiau aukštos kokybės potyrių. Prie savaitgalio poilsiautojų būtų galima priskirti ir savaitgalio poilsiautojų dideles grupes, kurie susirenka dažniausiai su tikslu pažymėti kieno nors jubiliejų, rengdami bendraminčių ar draugų susitikimus.

2. *Šeimos*. Šeimos yra viena didžiausių savaitgalinio ir ekoturizmo segmentų. Šį segmentą pakankamai lengva pritraukti, bet reikia ypač daug dėmesio skirti jų užimtumui, pramogoms vaikams ir aptarnavimo paslaugų kokybei. Šis segmentas yra lengvai pritraukiamas, nes šeimos skiria ypatingą dėmesį ramiam poilsiui. Orientuojantis į šeimas, turizmo paslaugos turi būti diversifikuotos, nes tėvų ir vaikų poreikiai yra skirtingi. Taip pat reikalingos paslaugos, tenkinančios abiejų pusių interesus.

3. *Specialių interesų žmonės*. Pastaraisiais metais ypač padaugėjo turistų, dalyvaujančių kraštovaizdžio rekreacijoje, išskylaujančių dviračiais, pėsčiomis ir vandens transporto priemonėmis. Ši veikla dažnai tampa pagrindiniu atostogų tikslu. Pastebima galimybė šį segmentą sudominti vietiniu maistu, produktais, paveldu ir kt.

4. *Verslo arba dalykiniai turistai*. Paskutiniu metu vis daugiau verslo susitikimų, konferencijų bei seminarų yra organizuojama kaimo sodybose, atokiau nuo miesto šurmulio. Konferencijų turizmas dažnai derinamas su pažintiniu. Verslo turistams reikšmingiausios paslaugos yra apgyvendinimo, ryšio paslaugos, informaciją ir saugumą užtikrinančios paslaugos.

Kuriama kaimo turizmo sodyba orientuosis į du stambius segmentus - šeimas ir verslo klientus. Kadangi šeimoms bus siūlomas visas paslaugų paketas, tai šis segmentas apims ir anksčiau minėtus savaitgalio poilsiautojus bei specialių interesų žmones.

Šiuos atskirus rinkos segmentus yra sunku išmatuoti dėl nepakankamai išsamiai pateikiamų regioninių statistinių duomenų. Būtų galima šeimų segmento dydį apskaičiuoti pagal vidutines ir aukštesnes pajamas gaunančių šeimų skaičių šioje teritorijoje, tačiau nėra tokių duomenų.

Pabandydysime nustatyti bendrą Šiaulių ir Telšių apskričių gyventojų skaičių galinčių būti potencialiais kaimo turizmo klientais bei jų išlaidas poilsio paslaugoms. Kaimo turizmo poilsiautojais dažniausiai būna 20-60 m. amžiaus žmonės. Šiaulių ir Telšių apskrityse 2008 m. pradžioje iš viso gyveno 523 259 žmonės, iš kurių 15-60 m. amžiaus yra 332 653 gyventojai (222 235 Šiaulių apskrityje, 110 418 Telšių apskrityje). Tačiau dažniausiai kaimo turizmo paslaugų pirkėjai yra miesto gyventojai. Statistikos departamento duomenimis mieste gyvena 61,46 % Šiaulių apskrities gyventojų ir 58,98% Telšių apskrities gyventojų. Iš viso Šiaulių apskrityje 20-60 m. amžiaus žmonių, gyvenančių mieste, yra 117 577, o Telšių apskrityje – 54 273 žmonės. Kuriamo

kaimo turizmo sodybos klientų tikslinę grupę sudaro 172 250 gyventojai. Statistikos departamento duomenimis vidutinės vartojimo išlaidos poilsiui ir kultūrai vienam namų ūkio nariui per mėnesį Šiaulių apskrityje siekia 25,4 Lt., o Telšių apskrityje – 17,2 Lt. Bendros Šiaulių ir Telšių apskričių šio amžiaus kategorijos miesto gyventojų išlaidos poilsiui ir kultūrai per metus sudaro 47 039 417 Lt. Užėmus bent vieną procentą poilsio ir kultūros rinkos būtų gautos virš 470 tūkst. Lt. pajamos per metus. Kadangi vidutinės mėnesinės išlaidos poilsiui kiekvienais metais auga, tai šių pajamų dydis taip pat gali būti dar didesnis.

Toliau nustatysime verslo klientų segmento rinkos dydį. Šiaulių apskrityje veikia 4457 įmonės, Telšių apskrityje 2293 įmonės. Kaimo turizmo potencialiais klientais turėtų būti įmonės gaunančios didesnes pajamas, t.y. įmonės, kurių pajamos viršija bent 100 000 Lt. Įmonių, kurių pajamos per metus viršija 100 000 Lt., Šiaulių apskrityje yra 2343, Telšių – 1094. Verslo klientų tikslinę rinką sudaro 3437 įmonės. Tiksliai pajamas iš šio segmento nustatyti yra sunku, kadangi nežinomas jų poreikis seminarams ar konferencijoms ir darbuotojų motyvavimo politika.

Išskirtiems segmentams bus taikoma diferencijuoto marketingo strategija, t.y. atskiroms tikslinėms rinkoms įvaldyti bus naudojami skirtingi specialiai šioms rinkoms pritaikyti marketingo kompleksai. Šeimoms bus siūlomos įvairūs poilsio paslaugų kaimo turizmo sodyboje paketai, o verslo klientams bus siūlomos konferencijų ir seminarų organizavimo paslaugos, taip pat bus tariamasi dėl darbuotojų atostogų kaimo turizmo sodyboje, kaip motyvacinės priemonės, nes šias atostogas apmokėtų darbdavys.

Marketingo kompleksas

Efektyviam klientų poreikių tenkinimui reikalinga integruota marketingo strategija. Pagrindiniai paslaugų marketingo komplekso elementai yra paslaugų paketo vystymas, kainodara, paskirstymas, rėmimas, žmogiškieji išteklių ir įvaizdis.

Paslaugų paketo vystymas. Įkurtoje kaimo turizmo sodyboje bus siekiama parduoti ne atskiras paslaugas, tokias kaip apgyvendinimas, maitinimas, ekskursijos, o visą paslaugų paketą. Bus sukurti skirtingi paslaugų paketai atitinkantys skirtingus poilsiautojų poreikius. Į šį paslaugų paketą įeis apgyvendinimas, maitinimas, vandens inventoriaus nuoma, pirtis ir, priklausomai nuo poilsiautojo pageidavimų, pasirinktos papildomos atrakcijos, pavyzdžiui, ekskursija baidarėmis, jodinėjimas pakrante, šaudymas lankais miško trasoje, seminarai kaimo tradicijų temomis ar kitos pramogos. Sodyba bus orientuota į šeimų poilsį, todėl čia bus įkurtos poilsio aikštelės ir atrakcijos ne tik suaugusiems bet ir vaikams. Sodyboje galės lankytis ir vienadieniai turistai. Jiems bus pasiūlytos visos sodyboje teikiamos pramogos. Tačiau pirmenybė teikiama sodyboje apsistojusiems poilsiautojams. Ir pirmiausia bus atsižvelgiama į jų poreikius bei pageidavimus.

Verslo turistams bus organizuojamos konferencijos, seminarai, banketai, sudaromos sąlygos tiek darbui, tiek poilsiui.

Teikiant paslaugas, orientuojamasi į:

- paslaugų tęstinumo ir pastovumo užtikrinimą per visą kliento buvimo laikotarpį;
- paslaugų kokybę.

Paslaugų kokybę lemia įmonės vidaus taisyklės, aptarnaujantis personalas, kliento, kuriam teikiamos paslaugos, išprusimo lygis. Nuo to priklauso pageidavimų formulavimas ir aktyvesnis ar pasyvesnis dalyvavimas teikiant paslaugą ir suvokiant teikiamos paslaugos kokybę. Siekiant užtikrinti kuo aukštesnę paslaugų kokybę darbuotojai bus mokomi, visas aptarnavimo procesas bus standartizuotas į tam tikrą atskirų veiksmų seką, kurios įvykdymas padės palaikyti nuolatinį kokybės lygį.

Kainodara. Sodyboje, nustatant paslaugų kainas, pirmiausia bus siekiama padengti paslaugų teikimo kaštus ir gauti pelną. Tačiau galutinį kainos lygį lemia konkurencija ir paklausa. Konkurentų paslaugų kainos yra gana įvairios (žr. 10 lentelę).

10 lentelė

Konkurentų siūlomų paslaugų kainos

Paslauga	Kaina
Visos sodybos nuoma	1200 – 5000 LT
Apgyvandinimo kaina vienam asmeniui	20 - 70 LT
Vieta palapinei	15 – 30 LT

Šaltinis: Sudaryta autorės

Kainų lygį taip pat įtakos metų laikas. Turizmo paslaugoms būdingas sezoniškumas. Todėl ne sezono metu siekiant pritraukti daugiau poilsiautojų bus mažinamos kainos.

Bus taikoma nuolaidų politika. Nuolaidos priklausys nuo svečių grupės dydžio ir jų buvimo trukmės.

Po keturių sodybos gyvavimo metų numatoma padidinti paslaugų kainas, reaguojant į paklausos ir konkurencijos pokyčius.

Kaimo turizmo sodyboje numatomos kainos pateikiamos 11 lentelėje.

11 lentelė

Pavienių paslaugų kainos

Nakvynės kaina			
1 asmeniui	2 asmenims	4 asmenims	6 asmenims
60 LT	110 LT	180 LT	240 LT
Visos sodybos nuoma		Kempingas	
Vakarui be nakvynės	Savaitgaliui	Vienos palapinės kaina	
1000 LT	2000-3000 LT	15 LT	
Konferencijų salės nuoma (80 vietų)			
1 val.		1 dienai	
50 LT		200 LT	

E					
Baidarėmis (6 asmenys)		Dviračiais (10 asmenų)		Autobusu (12 asmenų)	
400 LT		600 LT		300 LT	
				Pėsčiomis (10 asmenų)	
				200 LT	
Pirtis					
1 val.			Visos kitos valandos		
100 LT			po 50 LT už valandą		
Baidarės nuoma		Valties nuoma		Dviračio nuoma	
1 val.	Para	1 val.	Para	1 val.	Para
8 LT	30 LT	8 LT	30 LT	4 LT	20 LT
Jodinėjimas žirgu		Šaudymas lankais		„Airsoft“as“	
1val.		1val.		1 val., 1 žmogui	
25 LT		25 LT		25 LT	

Šaltinis: Sudaryta autorės

Čia pateiktos pavienių kaimo turizmo sodyboje teikiamų paslaugų kainos. Tačiau bus nustatomos kainos ir visam paslaugų paketui (žr. 12 lentelę).

12 lentelė

Paslaugų paketų kainos

Paslaugų paketo pavadinimas	Apibūdinimas	Kaina 1 asmeniui
Poilsis upės prieglobstyje	Poilsiautojams suorganizuojama kelionė baidarėmis Ventos upe. Išvykstama iš ryto. Kelionės pradžia Papartinės malūnas. Visa diena skirta plaukiojimui. Pavakarę grįžtama į sodybą, kur laukia jaukus vakaras prie laužo kepant šašlykus ar kitaip ilsintis. Nakvynė sodyboje. Kita diena skirta ramesniam poilsiui: pasiplaukiojimui upe, kaitinimuisi prieš saule ir kt. Išvykstama vakare.	150 LT
Robino Hudo atostogos	Šių atostogų metu poilsiautojams yra pateikiamas visa šaudymo lankais atrakcijų įvairovė: šaudymas į stacionarų taikinį, šaudymas į guminius žvėris, šaudymas miško trasoje. Poilsiaujama dvi dienas.	150 LT
Poilsis jodinėjant	Didžioji dalis poilsio skiriama jodinėjimui. Svečiai apmokomi jodinėti aptvare, vėliau jiems surengiamas pasijodinėjimas upės pakrante, miško takeliais ir kt.	150 LT
Savaitgalis gamtoje	Poilsiautojai atvyksta šeštadienį iš ryto ir būna iki sekmadienio vakaro. Būdami sodyboje gali žvejoti, plaukioti baidarėmis (2 h.), šaudyti lankais (1 h.) ir jodinėti (1 h.). Jiems teikiamas maitinimas tris kart per dieną.	150 LT
Prisimenant kaimo tradicijas	Poilsiautojai būtų supažindinami su kaimo darbais, papročiais, tradicijomis, jie mokomi gaminti valgius, renkamos gydamosios žolelės, organizuojamos išvykos į ūkius.	100 LT
Ir kiti	Paketai gali būti sudaromi iš anksto suderinant su poilsiautojais, parenkant jų pageidaujamas paslaugas.	Sutartinė

Šaltinis: Sudaryta autorės

Ketvirtaisiais sodybos gyvavimo metais numatomas paslaugų kainų augimas.

Paskirstymas. Kaip jau buvo minėta teorinėje darbo dalyje yra galimi trys kaimo turizmo paslaugų tiekimo kanalai:

- nulinis;
- vieno lygio;
- dviejų lygių.

Bus naudojamos visos kanalų rūšys. Veiklos pradžioje, siekiant kad apie sodybą sužinotų kuo daugiau poilsiautojų Lietuvos kaimo turizmo asociacijos internetiniame puslapyje bus patalpinta

informacija apie šią kaimo turizmo sodybą. Taip poilsiautojai internete galės rasti visus duomenis apie sodybą. Taip pat bus pasitelkti turizmo informaciniai centrai ir turizmo agentūros. Su jais bus pasirašomos bendradarbiavimo sutartys.

Daugiausiai paslaugų bus parduodama tiesiogiai, naudojant tiesioginio marketingo priemones. Šiai pardavimo sistemai būdingas lankstumas ir paprastumas. Poilsiautojai galės iš anksto užsukti ir pasižiūrėti kaip atrodo sodyba, kokios teikiamos paslaugos. Taip teikiama paslauga taps apčiuopiamesnė, poilsiautojai žinos ko tikėtis.

Rėmimas. Rėmimo procese bus naudojamos šios priemonės:

- Asmeninis pardavimas, kur bus sutelkiamos pastangos į potencialius klientus. Asmeninio pardavimo tikslai – skleisti informaciją apie paslaugas, surinkti informaciją apie patį klientą, surasti ir pritraukti klientą. Su klientais bus siekiama palaikyti ilgalaikius ryšius, kad jų atvykimas į sodybą nebūtų pirmas ir paskutinis kartas, o tik nuolatinio bendravimo pradžia. Paslaugas parduodant asmeniškai bus siekiama išsiginčinti į kliento poreikius ir pateikti jo lūkesčius atitinkantį paslaugų paketą.

- Ryšiai su visuomene padės išlaikyti vieningą įmonės stilių, supažindinti potencialius klientus su teikiamų paslaugų asortimentu, įvesti į rinką naujas paslaugas, daryti poveikį tikslinėms grupėms, formuoti įvaizdį. Tam bus palaikomi ryšiai su įvairiomis organizacijomis, rengiamos įvairios šventės. Viena iš tokių švenčių galėtų būti rudens mugė. Už minimalų mokestį būtų pakviesti norintys savo derlių parduoti ūkininkai ir žinoma poilsiautojai, pirkėjai. Jiems būtų rengiamos įvairios atrakcijos, taip pat jie galėtų išbandyti kai kurias sodyboje teikiamas paslaugas, pavyzdžiui, pajodinėti, pašaudyti iš lanko ir t.t. Taip į sodybą būtų pritraukta daug žmonių ir populiarinama pati sodyba.

- Reklama. Norint atkreipti pasirinktų tikslinių grupių dėmesį yra naudojama reklamos segmentavimo strategija.

- ✓ Spausdinta reklama. Bus spausdinami lankstinukai, kurie bus platinami viešose vietose, turizmo agentūrose ir siunčiami verslo organizacijoms. Taip pat reklaminiai skelbimai bus talpinami ir spaudos leidiniuose, t.y. krašto laikraščiuose, Lietuvos kaimo turizmo asociacijos leidžiamame Lietuvos kaimo turizmo sodybų kataloge.

- ✓ Reklama internetiniame puslapyje. Bus sukurtas kaimo turizmo sodybos internetinis puslapis, kuriame bus pateikta visa informacija apie sodybą.

- ✓ Reklaminius stendus. Šis stendas bus pastatytas prie pagrindinio kelio prie įvažiavimo į kaimo turizmo sodybą. Jo dėka bus stengiamasi pritraukti pravažiuojančius poilsiautojus.

Pagrindinis rėmimo būdas bus asmeninis pardavimas, taip pat reklama ir ryšiai su visuomene. Visų pirma, reklama bus nukreipiama į didesnių miestų verslo kompanijas - konsultacines firmas, kalbų mokymo organizacijas, finansų įmones ir kitas organizacijas, kurios didelį dėmesį skiria savo

darbuotojų motyvacijai. Su šiomis kompanijomis bus siekiama sudaryti sutartis dėl jų darbuotojų poilsio šioje kaimo turizmo sodyboje. Reklama šeimoms bus skleidžiama per rajoninę ir regioninę spaudą, turizmo informacinius centrus, reklaminių stendų, internetą. Viešieji ryšiai įgalins kurti prekinį vardą ir įvaizdį.

Žmogiškieji ištekliai. Kadangi paslaugos yra atliekamos žmonių, personalo atranka, apmokymas ir motyvacija daro didelę įtaką vartotojų pasitenkinimui. Nuo personalo didžiaja dalimi priklauso įmonės sėkmė. Aukšta aptarnavimo kultūra leis pritraukti ir išlaikyti didesnę klientų skaičių. Kaimo turizmo sodyboje dirbantiems darbuotojams bus keliami aukšti reikalavimai. Kadangi orientuojamasi ne tik į Lietuvos, bet ir į užsienio turistus, privalomas reikalavimas – užsienio kalbos mokėjimas. Bus vykdomas nuolatinis darbuotojų tobulinimas, organizuojant seminarus, mokymus ir naudojant kitas priemones.

Įvaizdis. Sodyboje bus kuriama pasitikėjimo atmosfera. Kadangi paslaugos yra neapčiuopiamos, vartotojas ieško kokybę liudijančių ženklų. Jis teikia prasmę viskam, ką mato: vietai, žmonėms, įrangai, simboliams, kainoms. Todėl kliento pasitikėjimo sužadinimas yra pagrindinis tikslas. Švara, aptarnavimo greitis ir kultūra turės teigiamą įtaką teikiamų paslaugų kokybei.

Pardavimų prognozės

Pardavimų prognozės yra sudaromos remiantis kasmetinio kaimo turistų bei jų nakvynių skaičiaus didėjimo prognozėmis Šiaulių ir Telšių apskrityse ir apskaičiuota teikiamų paslaugų vidutine kaina. Numatomos pardavimų pajamos pateikiamos lentelėje (žr. 13 lentelę). Smulkesni skaičiavimai pateikiami C priede.

13 lentelė

Pardavimų pajamos

Paslaugos	Metai						%
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
1 Alternatyva							
Nakvynės paslaugos	30622	60650	88239	135103	174625	218314	31%
Laisvalaikio paketai	13765	27533	40386	62419	81150	101963	14%
Kempingas	20567	22624	24886	36499	40149	44164	8%
Sodybos nuoma	31200	40560	52728	75401	94251	117814	18%
Konferencijos	7800	10140	13182	20564	26733	34753	5%
Pirtis	6000	7200	8640	12442	14930	17169	3%
Ekskursijos	15000	22500	30000	42500	51000	59500	10%
Jodinėjimas	9000	10800	12960	18662	22395	26874	4%
Šaudymas	12000	14400	17280	24883	29860	35832	6%
Plaukiojimas baidarėmis	2880	3456	4147	7465	8958	10750	2%
Iš viso	148834	219862	292447	435938	544050	667132	100%

2 Alternatyva							
Nakvynės paslaugos	30622	60650	88239	135103	174625	218314	38%
Laisvalaikio paketai	13765	27533	40386	62419	81150	101963	17%
Sodybos nuoma	31200	40560	52728	75401	94251	117814	22%
Konferencijos	7800	10140	13182	20564	26733	34753	6%
Pirtis	6000	7200	8640	12442	14930	17169	4%
Ekskursijos	15000	22500	30000	42500	51000	59500	12%
Plaukiojimas baidarėmis	2880	3456	4147	7465	8958	10750	2%
Iš viso	107267	172039	237322	355893	451647	560262	100%

Šaltinis: Sudaryta autorės

Iš lentelės matyti, kad didžiąją pajamų dalį sukuria nakvynės paslaugos. Tačiau nemažą reikšmę turi ir laisvalaikio paketai, sodybos nuoma, ekskursijos ir kt. paslaugos.

3.4. Techninis ir organizacinis galimybių tyrimas

Infrastruktūros poreikis

Kaimo turimo paslaugoms teikti bus pastatytas rąstinis 300 kvadratiųjų metrų gyvenamasis namas. Kurio pirmame aukšte bus įrengta 80 vietų pobūvių - konferencijų salė ir dvi mažesnės salės bei virtuvė. Antrame aukšte bus įrengta 10 miegamųjų kambarių, keturi dviviečiai, keturi keturviečiai ir du šešioviečiai. Truputį atokiau nuo pagrindinio namo bus pastatyti du svečių nameliai, kuriuose galės apsigyventi po dvi šeimas (iki 10 žmonių). Šiuose nameliuose bus įrengta po pirtelę. Žirgų auginimui ir inventorius saugojimui bus pastatytas ūkinis pastatas, Prie kurio paruošta aikštelė jodinėjimui žirgais Taip pat bus įrengtas 10 vietų kempingas su tualetais, kriauklėmis ir dušais.

Svečių patogumui reikia sutvarkyti privažiavimą prie sodybos (apie 200 m.) ir išasfaltuoti mašinų stovėjimo aikštelę. Būtina sutvarkyti visą sodybos aplinką, įrengti vaikų žaidimo aikšteles, pavėsines, suoliukus ir kitą poilsio inventorių.

Aktyviam svečių poilsiui užtikrinti reikia įrengti šaudymo lankais aikšteles, miško ir paupio trasas, sutvarkyti paplūdimius.

Sodybos teritorijoje reikėtų iškasti arterinį gręžinį ir įrengti buitinių nuotekų valymo įrenginius, kadangi čia nėra vandens tiekimo ir kanalizacijos.

Įrangos ir žaliavų tiekėjai

Kaimo turizmo paslaugų teikimui nereikalinga specifinė technologija ar įranga. Visą reikiamą įrangą galima gauti iš Lietuvos tiekėjų. Jų pasirinkimas yra gana nemažas (žr. 14 lentelę).

Galimi įrangos tiekėjai ir darbų rangovai

Įrangos ar darbų pavadinimas	Galimi tiekėjai ar rangovai
Projektavimo ir inžinerijos darbai	AB „Šiaulių hidroprojektas“, J. Lukošiuo projektavimo įmonė „Kuorai“, UAB „Pastatų konstrukcijos“
Arterinio gręžinio įrengimas	UAB „Šiaulių hidrogeologija“, UAB „Vandens gręžiniai“, UAB „Kauno hidrogeologija“
Buitinių nuotekų valymo įrengimai	UAB „Filonas“, UAB „Traidenis“, UAB „Eneka“
Kelio dangos įrengimas	UAB „Eismo sauga“, UAB Mažeikių automobilių keliai“, UAB „Kelio tiesėjas“
Pastatų statyba	UAB „Butrema“, UAB „Stitis“, UAB „Kesvalda“
Santchnikos darbai	UAB „Aurivita“, UAB „Karmada“, UAB „Santechera“
Elektros darbai	UAB „Fisanta“, UAB „Elektrosauga“, TŪB „EMO“
Vidaus apdaila	UAB „Butrema“, UAB SI“Sitis“, UAB „Hedagra“
Želdinimo ir aplinkos tvarkymo darbai	UAB „Alandus“, UAB „Šiaulių apželdinimas“, UAB „Emvadara“
Baldai	UAB „Ergolain baldai“, UAB „Grafų baldai“, UAB „Balduva“
Virtuvės įranga	UAB „Egidijus ir Vytautas“, UAB „Krinova“, UAB „Sateka“
Vonios ir pirties įranga	UAB „Manselva“, UAB „Vilpra“, UAB „Saunita“
Vandens pramogų įranga	UAB „Baidarių centras“, UAB „Bivakas“
Šaudymo įranga	UAB „Airsoftas“, VŠĮ „Oksalis“
Multimedia ir garso įranga	UAB „Baltic optical disc“, UAB „Fortakas“, UAB „Rikonetas“

Šaltinis: Sudaryta autorės

Sodybos gyvavimui bei paslaugų teikimui reikalingos ir tam tikros žaliavos (žr. 15 lentelę).

Žaliavų tiekėjai

Žaliavos	Tiekėjai
Maisto produktai: - Daržovės, vaisiai ir pieno produktai - Ekologiški duonos gaminiai - Mėsos gaminiai - kiti maisto produktai	— Egidijaus Šemklio ekologiškas ūkis — UAB „Akmenės duona“, — UAB „Mažeikių mėsinė“, UAB „Žemaitijos mėsinė“ — UAB „Rivona“
Buitinė chemija, higienos ir tualetų reikmenys	— UAB „Rivona“
Gėrimai	— UAB „Rivona“
Kanceliarijos prekės	— UAB „Šiaulių infotekas“
Sodo augalai ir reikmenys	— UAB „Žemaitijos sėklos“
Elektra	— AB „Vakarų skirstomieji tinklai“

Šaltinis: Sudaryta autorės

Daugelio tiekėjų pasirinkimo galimybė yra labai plati, todėl tiekėjo pakeitimo kaštai yra labai žemi. Tai yra teigiamas rodiklis tiekėjų praradimo atveju, nes visada egzistuoja kelios pakeitimo alternatyvos. Įmonę aptarnausiantys tiekėjai yra žinomos įmonės, tiekiančios aukščiausios kokybės įrangą ir žaliavas.

Verslo forma

Kaimo turizmo sodyba veiks pagal verslo liudijimą, išduodamą vietos Valstybinės mokesčių inspekcijos, kurios teritorijoje yra gyventojų nuolatinė gyvenamoji vieta. Sodybas steigėjas turės gauti apgyvendinimo paslaugų (kaimo turizmo, nakvynės ir pusryčių paslaugos) verslo liudijimą (Ekonominės veiklos rūšių klasifikatoriaus (EVRK) klasė 55,23).

Kaimo gyvenamojoje vietovėje ar mieste, kuriame gyvena ne daugiau kaip 3000 gyventojų, ūkininko sodyboje ar individualiame gyvenamajame pastate teikiantys specialaus apgyvendinimo (kaimo turizmo) paslaugą, taip pat nakvynės ir pusryčių paslaugą teikiantys pagal verslo liudijimus gyventojai privalo:

- turėti turistams apgyvendinti pritaikytus nuomojamus kambarius (numerius), kurių turi būti ne daugiau kaip 20, teikiant kaimo turizmo paslaugas, ir ne daugiau kaip 10 – nakvynės ir pusryčių paslaugas,
- sudaryti paslaugos teikimo reikalavimus atitinkančias sąlygas ir turėti savivaldybės išduotą minimalių reikalavimų įvykdymo pažymėjimą.

Šie reikalavimai yra detaliam išdėstyti Valstybinio turizmo departamento prie Lietuvos Respublikos ūkio ministerijos direktoriaus įsakymuose: 2003 m. kovo 27 d. Nr. 27-V „Dėl Nakvynės ir pusryčių paslaugos teikimo reikalavimų patvirtinimo“ ir 2003 m. kovo 27 d. Nr. 26-V „Dėl Kaimo turizmo paslaugos teikimo reikalavimų patvirtinimo“.

Žmogiškųjų išteklių planas

Įkūrus kaimo turizmo sodybą numatoma sukurti 4 naujas darbo vietas:

- Sodybos vadovė – apskaitininkė;
- Administratorius – laisvalaikio organizatorius;
- Virėja – kambarinė;
- Aplinkos ir ūkinės dalies prižiūrėtojas.

Kadangi gyventojas pagal verslo liudijimą vykdomoje individualioje veikloje turi teisę dalyvauti tik sutuoktinis, tėvas, motina, vaikas nuo 14 metų, globojamasis, globėjas (rūpintojas), todėl personalo atranka nebus vykdoma, o sukurtas darbo vietas užims šeimos nariai. Jie turės būti nurodyti gyventojui išduotame verslo liudijime.

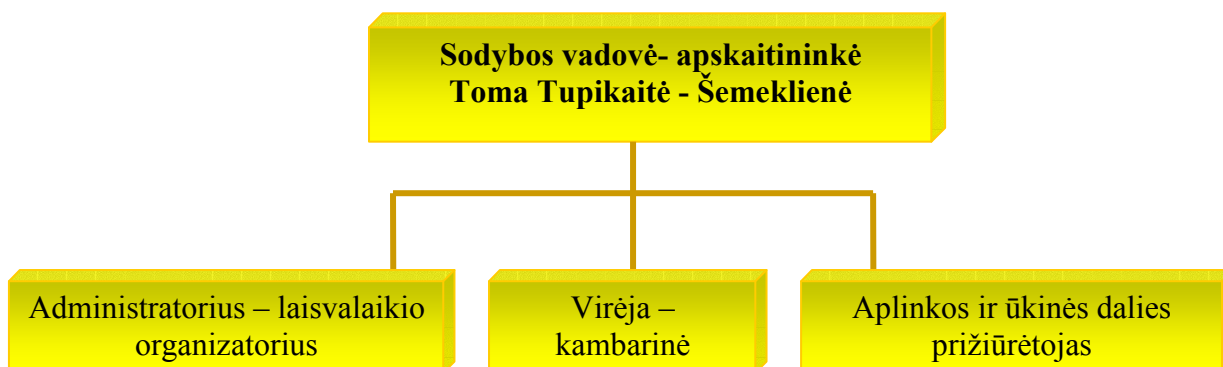
Sodybos vadovė koordinuos sodybos veiklą. Ji bus atsakinga už klientų paiešką, santykių su potencialiais partneriais užmezgimą. Palaikys ryšius su verslininkais, su kuriais tarsis dėl dalykinių renginių organizavimo.

Administratoriaus – laisvalaikio organizatoriaus darbas apims bendravimą su klientu nuo registracijos momento iki svečio išlydėjimo. Jis bus atsakingas už svečių poilsio organizavimą.

Virėja – kambarinė paruos atvykstantiems svečiams kambarius ir gamins maistą.

Aplinkos ir ūkinės dalies prižiūrėtojas rūpinsis sodybos aplinka, prižiūrės gyvulius.

Organizacinė schema atrodytų sekančiai (žr. 22 pav.):



22 pav. Sodybos organizacinė schema

Šaltinis: Sudaryta autorės

Ateityje didėjant svečių skaičiui numatoma įdarbinti daugiau darbuotojų. Tačiau norint įdarbinti darbuotojus pagal darbo sutartį reiktų pasirinkti kitą ūkinės veiklos formą nei veikla pagal verslo liudijimą, t.y. reiktų steigti įmonę ar registruoti individualią veiklą. Tačiau norint gauti Europos Struktūrinių fondų paramą kaimo turizmo verslas turi būti vykdomas pagal verslo liudijimą. Todėl ir pasirenkama ši ūkinės veiklos forma.

Steigėjų vaidmenys ir atsakomybė organizacijoje

Kaimo turizmo sodybos steigėja yra Toma Tupikaitė – Šemeklienė. Ji vadovaus kaimo turizmo sodybai nuo jos įsteigimo. 2003 m. baigusi vidurinę mokyklą, įstojo į Vilniaus Gedimino technikos universitetą, kur labai gerai mokėsi ir jį baigė 2007 m. Toliau studijas tęsia Šiaulių universitete ekonomikos magistrantūros studijose. Nuolat domisi kaimo turizmo veikla, ieško naujų idėjų bei galimybių. Vadovavimo patirties neturi, tačiau turi vadovui būdingų savybių, tokių kaip atkaklumas, tvirta nuomonė, organizuotumas ir kt.

Projekto metu bus pasamdyta konsultacinė įmonė, kuri bus atsakinga už projekto valdymą ir administravimą.

3.5. Finansinė analizė ir investicijų įvertinimas

Visi projekto skaičiavimai atlikti litais (Lt.). Skaičiavimai paremti šiuo metu vyraujančiomis rinkos kainomis. Projekto finansinę dalį sudaro dvejų alternatyvų vertinimas. Prognozuojama šešių metų laikotarpiui.

Projekto finansinis modelis grindžiamas tokiomis prielaidomis:

1. Projektas prasideda 2009 metų pradžioje.
2. Sėkmingam projekto įgyvendinimui pirmuoju atveju prašoma 330 750 Lt. subsidija iš Europos Sąjungos fondų. Numatoma imti 300 000 litų ilgalaikę paskolą iš banko, kuri bus gražinta per 5 metus (grąžinimo schema pateikta E priede), taip pat bus reikalinga

trumpalaikė banko paskola, kuri bus gražinta po metų, gavus ES fondų paramą. Taip pat yra nagrinėjama ir kita alternatyva. Šiuo atveju būtų panaudota 200 000 Lt. nuosavų lėšų, 171 000 Lt. subsidija iš Europos Sąjungos fondų, imama 75 200 Lt. ilgalaikė banko paskola ir subsidijos dydį atitinkanti trumpalaikė paskola. Banko paskolą planuojama gauti su 6 % metinėmis palūkanomis.

3. Kainų kitimas numatytas ketvirtyiems – šeštiesiems metams.

Yra skaičiuojamos prognozės pagal šių ataskaitų straipsnius:

- pelno/nuostolio ataskaita,
- balansas,
- pinigų srautų ataskaita.

Yra pateikiami kasmetiniai skaičiavimai.

Reikiamos lėšos ir jų panaudojimas

Pirmojo projekto įgyvendinimui reikalinga 831 380 Lt. investicija, antrojo 446 200 Lt. Jų panaudojimo sritys pateikiamos 16 lentelėje.

16 lentelė

Lėšų panaudojimas

Lėšų panaudojimas	1 alternatyva	2 alternatyva
Nematerialus turtas	35400	15340
Materialus turtas	757500	397600
Žemė	20000	20000
Pastatai ir statiniai	501500	279660
Transporto priemonės	29500	23600
Įranga	152220	57230
Kitas materialus turtas	54280	17110
Materialiojo turto draudimo sąnaudos	5500	5000
Reklamos sąnaudos	5900	3540
Projekto valdymo ir administravimo sąnaudos	7080	4720
Apyvartinės lėšos	20000	20000
Iš viso	831380	446200

Šaltinis: Sudaryta autorės

Smulkesnė projekto sąmata pateikiama D priede.

Projektui finansuoti bus panaudojamos nuosavos lėšos, ES parama, trumpalaikė ir ilgalaikė banko paskola (žr. 17 lentelę). ES subsidija bus gauta tik įgyvendinus projektą, todėl imama tą sumą atitinkanti trumpalaikė banko paskola. Kuri bus gražinta gavus subsidiją. Banko paskolos gražinimo ir palūkanų mokėjimo schema pateikiama E priede.

Finansavimo šaltiniai

Finansavimo šaltiniai	1 alternatyva		2 alternatyva	
Projekto vertė	831380	100 %	446200	100%
Nuosavos lėšos	200630	24%	200000	45%
ES parama	330750	40 %	171000	38%
Ilgalaikė banko paskola	300000	36 %	75200	17%
Trumpalaikė banko paskola	330750	-	171000	-

Šaltinis: Sudaryta autorės

Projekto pradžia 2009 m. sausio 1 d. Projekto trukmė 1 m. Projekto planuojama pabaiga 2009 m. gruodžio 31 d. Pateikiama lentelė su projekto veiklų tvarkaraščiu (žr.18 lentelę).

Projekto veiklų tvarkaraštis

Veikla	Projekto veiklų vykdymo mėnesiai											
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Techninės dokumentacijos rengimas												
Kasybos ir žemės darbai												
Statybos darbai												
Santechnikos darbai (įskaitant reikiamos įrangos įsigijimą)												
Elektros darbai												
Vidaus apdaila												
Teritorijos tvarkymas												
Įrangos įsigijimas												
Projekto valdymas ir administravimas												
Internetinio puslapio rengimas												

Šaltinis: Sudaryta autorės

Pardavimai ir pajamos

Pardavimų prognozės yra sudaromos remiantis kasmetinio kaimo turistų bei jų nakvynių skaičiaus didėjimo prognozėmis ir apskaičiuota teikiamų paslaugų vidutine kaina.

Apskaičiuojant pajamas buvo laikoma, kad sodyboje bus teikiamos, nakvynės, konferencijų, laisvalaikio paketų, pirties, sodybos nuomos, ekskursijų, plaukiojimo baidarėmis paslaugos, o pirmosios alternatyvos atžvilgiu dar papildomai bus teikiamos kempingo, jodinėjimo ir šaudymo paslaugos. Žemiau yra pateikiamos kuriamos kaimo turizmo sodybos pajamų prognozės (žr. 19 lentelę).

Prognozuojamos pajamos (Lt.)

Alternatyvos	Metai						Iš viso
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	
I	148834	219862	292447	435938	544050	667132	2308265
II	107267	172039	237322	313117	397452	493129	1720327

Šaltinis: Sudaryta autorės

I alternatyvos realizacinės pajamos už parduotas paslaugas per šešerius sodybos gyvavimo metus sudarys 2 308 265 Lt., antrosios alternatyvos 1 720 327 Lt. Šis skirtumas nėra labai didelis.

Išsamesni pajamų apskaičiavimas pateikiamas C priede ir 3.3.5 poskyryje.

Išlaidos

1. Savikainą sudaro:

1. Kintamos išlaidos, kurios yra apskaičiuotos kiekvienai teikiamų paslaugų grupei.
2. Dalis pastovių išlaidų. Tokios kaip:
 - Komunalinė išlaidos;
 - Darbuotojų (išskyrus administraciją) atlyginimai su mokesčiais.

2. veiklos sąnaudas sudaro:

1. Administracijos išlaidos;
2. Komunalinės išlaidos
3. Transporto išlaidos;
4. Marketingo kaštai;
5. Bendrosios išlaidos;
6. Nusidėvėjimo sąnaudos (skaičiavimai pateikiami F priede).

3. finansinės ir investicinės veiklos sąnaudas sudaro palūkanos bankui, kurios siekia 12% metinių palūkanų. Palūkanų mokėjimo grafikas pateikiamas E priede.

20 lentelėje pateikiamos prognozuojamos paslaugų teikimo išlaidos.

Paslaugų teikimo išlaidos

Išlaidos	1 Alternatyva						2 Alternatyva					
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Savikaina	56095	70416	108135	129085	147638	175077	49300	63047	100117	120329	138040	164514
Kintami kaštai	27056	41377	55485	71712	90265	111408	20261	34009	47466	62956	80667	100844
Darbuotojų (išskyrus administraciją) darbo užmokestis	22038	22038	45651	50373	50373	56670	22038	22038	45651	50373	50373	56670
Komunalinės išlaidos	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000	7000
Veiklos sąnaudos	94843	97343	99843	104491	105991	99344	66116	68616	71116	75765	77265	78051
Komunalinės išlaidos	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000	3000
Transporto išlaidos	4000	4000	4500	4500	5000	5000	4000	4000	4500	4500	5000	5000
Administracijos išlaidos	28335	28335	28335	31483	31483	34632	28335	28335	28335	31483	31483	34632
Marketingo kaštai	2000	2500	2500	3000	3000	3000	2000	2500	2500	3000	3000	3000
Bendrosios išlaidos	3000	5000	7000	8000	9000	10000	3000	5000	7000	8000	9000	10000
Materialiojo turto draudimo sąnaudos	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500	5500
Verslo liudijimo mokestis	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Nusidėvėjimas	48908	48908	48908	48908	48908	38112	20181	20181	20181	20181	20181	16819
Finansinės ir investicinės veiklos sąnaudos	36922	36000	30000	21600	10800	0	11898	9024	6624	3624	624	0
Palūkanos bankui	36922	36000	30000	21600	10800	0	11898	9024	6624	3624	624	0
Iš viso	187860	203759	237978	255176	264430	274421	129644	143017	180187	202048	218259	244895

Šaltinis: Sudaryta autorės

Iš lentelės matyti, kad savikainoje didžiąją dalį išlaidų sudaro kintami kaštai ir darbuotojų darbo užmokestis. Veiklos sąnaudų pagrindą sudaro nusidėvėjimas ir administracinė išlaidos. Palūkanų bankui vaidmuo išlaidų struktūroje kiekvienais metais mažėja. Dėl augančio paslaugų skaičiaus savikaina kiekvienais metais didėja, tačiau veiklos sąnaudų augimas yra lėtesnis, o tai sudaro sąlygas masto ekonomijai.

Pelno nuostolio ataskaita

Remiantis anksčiau pateiktomis pajamų ir išlaidų prognozėmis ir pagrindiniais apskaitos principais sudarytos prognozuojamos projektų pelno (nuostolio) ataskaitos. Išsamios pelno nuostolio ataskaitos pateikiamos G priede. Čia pateikiami tik ataskaitų rezultatai (žr. 21 lentelę).

Pelno nuostolio ataskaitos rezultatas

I Alternatyva	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Iš viso
Grynasis pelnas (nuostolis)	-39026	16104	54469	180762	279621	392711	884641
Grynasis pelningumas	-26%	7%	19%	41%	51%	59%	
II Alternatyva							
Grynasis pelnas (nuostolis)	-22376	29022	57134	111069	179194	248235	602277
Grynasis pelningumas	-21%	17%	24%	35%	45%	50%	

Šaltinis: Sudaryta autorės

Matome, kad ir vienu, ir kitu atveju pirmaisiais sodybos veikimo metais yra patiriamas nuostolis. Nuo antrųjų metų yra gaunamas pelnas, kuris kiekvienais metais auga. Pirmosios alternatyvos per šešis sodybos gyvavimo metus numatomas suminis pelnas yra 884 641 Lt., o antrosios alternatyvos – 602 277 Lt. Pirmosios alternatyvos grynasis pelningumas yra didesnis.

Prognozuojamas balansas

Rengiant balansą remiamasi tokiomis prielaidomis:

- Nematerialųjį turtą sudaro projekto įgyvendinimo metu 2009 m. įmonės įvaizdžio kūrimui skirtos lėšos ir projektavimo paslaugos.

- Ilgalaikį materialųjį turtą sudaro 2009 m. įsigyta žemė ir pastatyti statiniai. Transporto priemonės: keleivinis autobusas. Kitą materialųjį turtą sudaro ilgalaikiam turtui priskiriama įranga. Materialaus turto nusidėvėjimas paskaičiuotas kiekvienai ilgalaikio turto grupei atskirai (F priedas).

- Nuosavas kapitalas. Esant pirmai alternatyvai įstatinį kapitalą 2009 m. sudaro 200 630 Lt., antai – 200 000 Lt. Pirmuoju atveju planuojama gauti ES subsidija, kurios dydis yra 330 750 Lt., antruoju – 171 000 Lt.

- Mokėtinos sumos ir išsipareigojimai. Pirmuoju atveju 2009 m. ketinama imti 300 000 Lt. ilgalaikė banko paskola ir 330 750 Lt. trumpalaikė banko paskola, antruoju atveju – 75 200 Lt. ilgalaikė ir 171 000 Lt. trumpalaikė banko paskolos. Paskolų grąžinimo grafikai pateikiami E priede. Prie trumpalaikių išsipareigojimų priskiriama skola tiekėjams. Darbuotojų atlyginimai yra mokami iki kito mėnesio 10 dienos.

Planuojamas investicijų balansas pateikiamas H priede.

Prognozuojamų pinigų srautų ataskaita

Pinigų srautų ataskaita parodo ar užteks veiklai pinigų bet kuriuo projekto įgyvendinimo laikotarpiu. Šioje ataskaitoje fiksuojamas pinigų gavimas ir išleidimas. Planuojamos investicinio projekto pinigų srautų ataskaitos pateikiamos I priede.

Parengtos prognozuojamų pinigų srautų ataskaitos rodo, kad pinigų srautai yra teigiami per šešis sodybos gyvavimo metus abejais atvejais. Sodybos steigimo metais teigiami pinigų srautai iš finansinės veiklos rodo, kad buvo paimitos paskolos, o neigiami pinigų srautai rodo turto įsigijimą. Sekančių metų duomenys rodo, kad daugiausiai piniginių įplaukų gaunama iš pagrindinės veiklos.

Prognozuojami ekonominiai rodikliai

Pagal anksčiau pateiktas ataskaitas yra apskaičiuoti ekonominiai įmonės rodikliai po projekto įgyvendinimo (žr. 22 lentelę).

Finansiniai rodikliai

Finansiniai rodikliai	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010	2011	2012	2013	2014	2015
	I Alternatyva						II Alternatyva					
Pelningumo rodikliai												
Bendrasis pelningumas	62%	68%	63%	70%	73%	74%	54%	63%	58%	62%	65%	67%
Grynasis pelningumas	-26%	7%	19%	41%	51%	59%	-21%	17%	24%	35%	45%	50%
Turto pelningumas	-5%	2%	7%	22%	28%	28%	-5%	7%	13%	21%	25%	26%
Nuosavo kapitalo pelningumas	-27%	10%	25%	46%	41%	37%	-14%	15%	23%	31%	33%	31%
Veiklos pelningumas	-1%	24%	29%	46%	53%	59%	-10%	22%	27%	37%	45%	50%
Finansinės būklės ir rizikos įvertinimo rodikliai												
Bendrasis mokumo koeficientas	0,47	0,63	1,16	4,22	-	-		3,29	7,43	41,47	-	-
Įsipareigojimų įvykdymo įvertinimas (kartais)	-1,06	0,45	1,82	8,37	25,89	-	-1,88	3,22	8,63	30,65	287,17	-
Finansų struktūros rodikliai												
Skolos koeficientas	0,39	0,34	0,25	0,11	0,00	0	0,19	0,14	0,07	0,02	0,00	0
Skolos-nuosavybės koeficientas	2,12	1,59	0,86	0,24	0,01	0	0,48	0,30	0,13	0,02	0,01	0
Palūkanų koeficientas	-0,06	1,45	2,82	9,37	26,89	-	-0,88	4,22	9,63	31,65	288,1	-
Turto panaudojimo efektyvumo rodikliai												
Ilgalaikio turto apyvartumas	0,20	0,32	0,45	0,73	0,99	1,31	0,27	0,47	0,69	0,97	1,32	0,27
Turto apyvartumas	0,19	0,30	0,40	0,53	0,54	0,48	0,26	0,41	0,52	0,58	0,56	0,26

Šaltinis: Sudaryta autorės

Pelningumo rodikliai rodo įmonės efektyvumą, kuo jie didesni, tuo pelningumas didesnis. Iš pateiktos lentelės matome, kad pelningumo rodikliai didėja, tačiau aukštesni pelningumo rodikliai yra pirmos alternatyvos.

Finansinės būklės ir rizikos įvertinimo rodikliai rodo įmonės įsipareigojimų vykdymo laipsnį, kuo šis lygis didesnis, tuo įmonės įsipareigojimų įvykdymo tikimybė yra didesnė. Matome, kad šie koeficientai kiekvienais metais didėja, o aukštesni yra antros alternatyvos koeficientai.

Finansų struktūros rodikliai parodo, kokia įmonės turo dalis yra įsigyta už skolintas lėšas. Kuo šie rodikliai mažesni, tuo geriau. Iš pateiktos lentelės matyti, kad abiejų alternatyvų koeficientai mažėja.

Turto panaudojimo efektyvumo rodikliai rodo pajamų santykį su kitais dydžiais, pvz., ilgalaikio turto apyvartumas parodo kiek ilgalaikio turto litas sukuria pajamų. Kuo šis rodiklis didesnis tuo turtas yra panaudojamas efektyviau. Iš lentelės matyti, kad turtas efektyviau panaudojamas pagal antrąją alternatyvą.

Finansinis projekto alternatyvų įvertinimas

Priimant investicinius sprendimus, reikia įvertinti realią jų kainą, arba rinkos vertę. Turto rinkos vertė priklauso nuo to, kokią naudą tikisi gauti turto savininkas per visą jo naudojimo laikotarpį ir

kokia yra tokio sprendimo rizika. Finansiniu požiūriu tai reiškia, kad investuotojas pasirengęs sumokėti tokią pinigų sumą, kurią tikisi gauti ateityje disponuodamas tuo turtu.

Investiciniams sprendimams priimti ir projektams įvertinti dažniausiai naudojami tokie metodai kaip:

- Grynoji dabartinė vertė (angl. k. – Net Present Value (NPV)),
- Vidinė gražos norma (angl. k. – Internal rate of Return (IRR)),
- Atsipirkimo periodas (angl. k. – Payback Period (PP)).

Grynoji dabartinė vertė ir vidinė gražos norma skaičiuojama 6 metų laikotarpiui. Apskaičiuoti rodikliai pateikiami 23 lentelėje, o smulkesni skaičiavimai pateikiami prieduose (grynosios dabartinės vertės skaičiavimas – J priedas, vidinės gražos normos skaičiavimas – K priedas, atsipirkimo laikotarpio skaičiavimas – L priedas).

23 lentelė

Projektų finansiniai įvertinimai

Metodai	I alternatyva	II alternatyva
Grynoji dabartinė vertė	247 142 Lt..	209 135 Lt.
Vidinė gražos norma	20 %	25%
Atsipirkimo laikotarpis	5,89 m.	5,48 m.

Šaltinis: Sudaryta autorės

Iš pateiktos lentelės matyti, kad abiejų projektų grynoji dabartinė vertė yra teigiama, o tai reiškia, kad abu projektai yra priimtini. Tačiau pirmojo projekto grynoji dabartinė vertė yra didesnė ir siekia 247 142 Lt., tuo tarpu antrojo projekto grynoji dabartinė vertė – 209 135 Lt.

Antrasis metodas – vidinė gražos norma remiasi investicijų į turtą pelno norma, kuri apskaičiuojama surandant tokią diskonto normą, kai būsimųjų įplaukų dabartinė vertė tampa lygi būsimųjų išlaidų dabartinei vertei. Iš nagrinėjamų projektų antrojo projekto vidinė gražos norma yra didesnė, ji siekia 25 %, o pirmojo projekto – 20 %. Remiantis šiuo metodu priimtinesnė būtų antroji alternatyva.

Atsipirkimo periodas – tai laikas, per kurį gaunamos grynosios pajamos iš investicijų ir padengiamos investicijoms skirtos išlaidos. Atsipirkimo periodą lengviausia apskaičiuoti sumuojant projekto grynuosius pajamų srautus, kol bendra suma tampa teigiama. Kuo trumpesnis atsipirkimo periodas, tuo geresnis yra projektas. Mūsų atveju trumpesnis atsipirkimo periodas yra antrojo projekto. Antrasis projektas atsipirks per 5,48 m., o pirmasis - per 5,89 m. Atsižvelgiant į tai galima teigti, kad priimtinesnis būtų antrasis projektas.

Rizikos įvertinimas

Rizikos analizė yra svarbi visiems finansiniams sprendimams, ypač tiems kurie susiję su kapitalo įdėjimų planavimu. Galimi trys rizikos vertinimo metodai:

- Jautrumo analizė, kurios esmę sudaro vieno pagrindinio kintamojo keitimas, kai kiti išlieka pastovūs, stebint NPV ir IRR pokyčius.
- Analizės pagal scenarijų metodą esmė – „blogų“ ir „gerų“ aplinkybių tikimybinis įvertinimas, lyginant su labiausiai tikėtina situacija arba su baziniu atveju.
- Monte Karlo modeliavimo metodas. Tai rizikos analizės metodas, kuriuo ateities įvykiai modeliuojami kompiuteriu, gaunant numatomus pelno normas ir rizikos indeksus.

Šio projekto rizikai įvertinti pasirinkta jautrumo analizė su sekančiais kintamaisiais:

- Pardavimų sumažėjimas 10 %;
- Kintamųjų kaštų padidėjimas 10%;
- Darbo užmokesčio padidėjimas 10 %.

Pagal atitinkamus kintamuosius pakeitus bazinį variantą gaunamos skirtingos grynosios dabartinės vertės, vidinės gražos normos ir atsipirkimo laikotarpio reikšmės (žr. 24 lentelę).

24 lentelė

Alternatyvių projekto variantų efektyvumo rodikliai

Kintamieji	I alternatyva			II alternatyva		
	NPV	IRR	PP	NPV	IRR	PP
Bazinis variantas	247 142 Lt.	20 %	5,89 m.	209 135 Lt.	25%	5,48 m.
Pardavimų sumažėjimas 10 %	-17 220 Lt.	11 %	7,27 m.	96 935 Lt.	18 %	6,09 m.
Kintamųjų kaštų padidėjimas 10 %	213 296 Lt.	19 %	6,00 m.	182 969 Lt.	23 %	5,60 m.
Darbo užmokesčio padidėjimas 10%	210 031 Lt.	19 %	6,00 m.	176 303 Lt.	23%	5,63 m.

Šaltinis: Sudaryta autorės

Iš pateiktų variantų abu projektai jautriausiai reaguoja į pardavimų sumažėjimą. Tačiau pirmojo projekto pardavimų sumažėjimas 10 % nulemia neigiama grynąją dabartinę vertę, kuri lygi -17 220 Lt. Antruoju variantu Grynoji dabartinė vertė yra teigiama ir siekia 96 935 Lt. Taip pat sumažėja ir vidinė gražos norma, kuri pirmoje alternatyvoje krenta net iki 11 %, o kas reiškia, kad ji yra mažesnė nei diskonto norma. Antrosios alternatyvos IRR lygi 19 %. Atsipirkimo periodas irgi pailgėja. Pirmuoju atveju net iki 7,27 m., antruoju iki 6,09 m. Kiti du kintamieji nėra tokie svarbūs, kadangi pokyčiai yra labai menki.

Iš gautų projektų įvertinimo bei rizikos analizės duomenų galima daryti išvadą, kad kaimo turizmo steigimo galimybė Akmenės rajone yra finansiškai pagrįsta. Abi pasirinktos alternatyvos yra ekonomiškai tinkamos, tačiau pirmoji alternatyva reikalauja didesnių investicijų ir jautriau

reaguoja į aplinkos pokyčius. Todėl šiuo sunkiu laikotarpiu priimtinesnė būtų antroji alternatyva. Ji reikalauja mažiau investicijų, greičiau atsiperka ir mažiau reaguoja į situaciją rinkoje.

Projektinės dalies išvados

Iš atliktos kaimo turizmo sodybų Šiaulių ir Telšių apskrityse konkurencinės analizės matyti, kad kaimo turizmo sodybų tinklas nėra labai platus. Konkurencija vyksta tarp daugelio nedidelių sodybų. Atkaklios konkurencinės kovos nėra. Tai didžiąja dalimi lemia pasyvus šios veiklos vykdymas, aiškios rinkodaros strategijos nebuvimas. Šią konkurencijos situaciją galima įvardinti kaip monopolinę konkurenciją, kadangi yra daug pardavėjų, pardavėjų vaidmuo rinkoje yra mažas, konkurentų įtaka kainoms – maža ir yra didelė prekių diferenciacija pirkėjų atžvilgiu.

Techninių ir organizacinių galimybių tyrimo metu nustatyta, kad daugelio tiekėjų pasirinkimo galimybė yra labai plati, todėl tiekėjo pakeitimo kaštai yra labai žemi. Tai yra teigiamas rodiklis tiekėjų praradimo atveju, nes visada egzistuoja kelios pakeitimo alternatyvos. Žmogiškųjų išteklių pasirinkimas nėra labai didelis, nes steigiant kaimo turizmo sodybą pagal verslo liudijimą, sodybos darbuotojais gali būti tik šeimos nariai. Tokiu atveju norint įdarbinti daugiau darbuotojų reikia pasirinkti kitą verslo formą arba kaimo turizmo sodybą turi steigti ūkininkas, kuris galės įdarbinti papildomus darbuotojus.

Finansinės analizės metu nustatyta, kad didžiąją pajamų dalį sukuria nakvynės paslaugos: pirmu atveju – 31 %, antru atveju - 38 %. Tačiau nemažą reikšmę turi ir laisvalaikio paketai, sodybos nuoma, ekskursijos ir kt. paslaugos. Tuo tarpu savikainoje didžiąją dalį sudaro kintami kaštai ir darbuotojų darbo užmokestis. Dėl augančio paslaugų skaičiaus bendra paslaugų savikaina kiekvienais metais didėja, tačiau veiklos sąnaudų augimas yra lėtesnis, o tai sudaro sąlygas masto ekonomijai. Abiem atvejais pirmaisiais sodybos gyvavimo metais yra patiriamas nuostolis. Nuo antrųjų metų yra gaunamas pelnas, kuris kiekvienais metais auga. Pirmosios alternatyvos per šešis sodybos gyvavimo metus numatomas suminis pelnas yra 884 641 Lt., o antrosios alternatyvos – 602 277 Lt. Pirmosios alternatyvos grynasis pelningumas yra didesnis. Parengtos prognozuojamų pinigų srautų ataskaitos rodo, kad pinigų srautai yra teigiami per šešis sodybos gyvavimo metus abejais atvejais. Tai rodo, kad verslui netrūks pinigų. Daugiausia piniginių įplaukų gaunama iš pagrindinės veiklos.

Apskaičiuoti ekonominiai rodikliai rodo, kad abi alternatyvos yra pelningos ir pelningumas pastoviai didėja, turtas panaudojamas efektyviai, o išipareigojimų įvykdymo tikimybė taip pat auga. Pelningesnė yra pirmoji alternatyva, tačiau turtas efektyviau panaudojamas antrojoje. Galima teigti, kad abu projektai ekonomiškai efektyvūs.

Atlikus finansinį projekto įvertinimą nustatyta, kad abiejų projektų grynoji dabartinė vertė yra teigiama, o tai reiškia, kad abu projektai yra priimtini. Tačiau pirmojo projekto grynoji dabartinė

vertė yra didesnė ir siekia 247 142 Lt., tuo tarpu antrojo projekto grynoji dabartinė vertė – 209 135 Lt. Vidinė gražos norma yra didesnė antrojo projekto, ji siekia 25 %, o pirmojo projekto – 20 %. Remiantis šiuo metodu priimtinesnė būtų antroji alternatyva. Apskaičiavus atsipirkimo periodą gauta, kad trumpesnis atsipirkimo periodas yra antrojo projekto. Antrasis projektas atsipirks per 5,48 m., o pirmasis per 5,89 m. Atsižvelgiant į tai galima teigti, kad priimtinesnis būtų antrasis projektas.

Projekto rizikai įvertinti pasirinkta jautrumo analizė, keičiant po vieną kintamąjį (pardavimų sumažėjimas 10 %, kintamųjų kaštų padidėjimas 10%, darbo užmokesčio padidėjimas 10 %) ir sekant finansinio vertinimo rodiklių pokyčius. Iš pateiktų variantų abu projektai jautriausiai reaguoja į pardavimų sumažėjimą. Tačiau pirmojo projekto pardavimų sumažėjimas 10 % nulemia neigiama grynąją dabartinę vertę, kuri lygi -17 220 Lt. Antruoju variantu Grynoji dabartinė vertė yra teigiama ir siekia 96 935 Lt. Taip pat sumažėja ir vidinė gražos norma, kuri pirmoje alternatyvoje krenta net iki 11 %, o kas reiškia, kad ji yra mažesnė nei diskonto norma. Antrosios alternatyvos IRR lygi 19 %. Atsipirkimo periodas irgi pailgėja. Pirmuoju atveju net iki 7,27 m., antruoju iki 6,09 m. Kiti du kintamieji nėra tokie svarbūs, kadangi pokyčiai yra labai menki.

Iš gautų projektų įvertinimo bei rizikos analizės duomenų galima daryti išvadą, kad kaimo turizmo steigimo galimybė Akmenės rajone yra finansiškai pagrįsta. Abi pasirinktos alternatyvos yra ekonomiškai tinkamos, tačiau pirmoji alternatyva reikalauja didesnių investicijų ir jautriau reaguoja į aplinkos pokyčius. Todėl šiuo sunkiu laikotarpiu priimtinesnė būtų antroji alternatyva. Ji reikalauja mažiau investicijų, greičiau atsiperka ir mažiau reaguoja į situaciją rinkoje.

IŠVADOS IR PASIŪLYMAI

Išnagrinėjus mokslinę literatūrą bei praktinėje dalyje surinktą informaciją ir įvertinus kaimo turizmo verslo kūrimo galimybes Akmenės rajone, galima daryti sekančias išvadas.

Kaimo turizmas – tai tos turizmo rūšys, kurios yra labiausiai susijusios su kaimo aplinka, jos pažinimu ir poilsiu bei rekreacine veikla joje. Kaimo turizmas veikia ne tik vietinę kaimo bendruomenę, bet ir visą šalį. Kaimo turizmo dėka sudaromos galimybės verslams kaime, pagerėja kaimo techninė infrastruktūra, pagyvėja bendras kaimo socialinis gyvenimas. Tinkamai panaudojus turimus kaimo turizmo išteklius ir kryptingai organizuojant šią veiklą, kaimo turizmas gali užimti svarbią poziciją plėtojant turizmą Lietuvoje.

Atsižvelgiant į Akmenės rajono gamtines sąlygas, kraštovaizdį ir įvertinus socialinę padėtį, galima teigti, kad be pramonės vystymo yra palankus ir rekreacinių paslaugų vystymas. Akmenės rajone esančios socialinės problemos neturėtų ženkliai įtakoti investicinės aplinkos. Socialinė aplinka čia yra pakankamai stabili ir palanki rekreacinių paslaugų, kurios gali būti plėtojamos rajone, vystymui. Didžiausią rekreacinį potencialą turi Ventos upė. Perspektyviausios turizmo plėtros nišos Akmenės rajone yra medžioklė, gamtinis turizmas, žirginis turizmas, kaimo turizmas, agroturizmas, autoturizmas, kultūrinis, pažintinis turizmas, amatų turizmas. Teigiamas potencialių kaimo turizmo paslaugų vartotojų požiūris turėtų lemti kaimo turizmo paslaugų paklausos didėjimą Akmenės rajone.

Iš atlikto rinkos galimybių tyrimo matyti, kad kaimo turizmo sodybų tinklas Šiaulių ir Telšių apskrityse nėra labai platus. Konkurencija vyksta tarp daugelio nedidelių sodybų. Atkaklios konkurencinės kovos nėra. Šią konkurencijos situaciją galima įvardinti kaip monopolinę konkurenciją, kadangi yra daug pardavėjų, pardavėjų vaidmuo rinkoje yra mažas, konkurentų įtaka kainoms – maža ir yra didelė prekių diferenciacija pirkėjų atžvilgiu.

Techninių ir organizacinių galimybių tyrimo metu nustatyta, kad daugelio tiekėjų pasirinkimo galimybė yra labai plati, todėl tiekėjo pakeitimo kaštai yra labai žemi. Tai yra teigiamas rodiklis tiekėjų praradimo atveju, nes visada egzistuoja kelios pakeitimo alternatyvos. Žmogiškųjų išteklių pasirinkimas nėra labai didelis, nes steigiant kaimo turizmo sodybą pagal verslo liudijimą, sodybos darbuotojais gali būti tik šeimos nariai. Tokiu atveju norint įdarbinti daugiau darbuotojų reikia pasirinkti kitą verslo formą arba kaimo turizmo sodybą turi steigti ūkininkas, kuris galės įdarbinti papildomus darbuotojus.

Atlikus finansinį projekto įvertinimą nustatyta, kad abiejų projektų grynoji dabartinė vertė yra teigiama, o tai reiškia, kad abu projektai yra priimtini. Tačiau pirmojo projekto grynoji dabartinė vertė yra didesnė. Tuo tarpu vidinė gražos norma yra didesnė antruoju variantu. Apskaičiavus atsipirkimo periodą gauta, kad trumpesnis atsipirkimo periodas yra antrojo projekto.

Projekto rizikai įvertinti naudota jautrumo analizė, kurios pagalba nustatyta, kad abu projektai jautriausiai reaguoja į pardavimų sumažėjimą. Tačiau pirmojo projekto pardavimų sumažėjimas 10 % nulemia neigiama grynąją dabartinę vertę, kuri lygi -17 220 Lt. Antruoju variantu Grynoji dabartinė vertė yra teigiama ir siekia 96 935 Lt. Taip pat sumažėja ir vidinė gražos norma, kuri pirmoje alternatyvoje krenta net iki 11 %, o kas reiškia, kad ji yra mažesnė nei diskonto norma. Antrosios alternatyvos IRR lygi 19 %. Atlikta rizikos analizė rodo, kad rizikingesnis yra pirmasis projektas, nes jo reakcija į pajamų svyravimus yra kur kas didesnė.

Iš atlikto duomenų galima daryti išvadą, kad kaimo turizmo steigimo galimybė Akmenės rajone yra finansiškai pagrįsta. Abi pasirinktos alternatyvos yra ekonomiškai tinkamos, tačiau pirmoji alternatyva reikalauja didesnių investicijų ir jautriau reaguoja į aplinkos pokyčius. Todėl šiuo sunkiu laikotarpiu priimtinesnė būtų antroji alternatyva. Ji reikalauja mažiau investicijų, greičiau atsiperka ir mažiau reaguoja į situaciją rinkoje.

Atlikus situacijos analizę ir įvertinus kaimo turizmo verslo kūrimo galimybes galima teikti pasiūlymus.

Pagrindiniai Akmenės rajono rekreaciniai išteklių – gamtiniai bei kultūriniai objektai, kurie deja nėra sujungti į vieną darnų rekreacinių išteklių tinklą bei jų panaudojimas rekreacijai nėra kompleksinis, šis darbas vykdomas nesistemiškai. Be rinkodarinės veiklos ir informacijos sklaidos trūkumų, Akmenės rajone dar trūksta ir vieningos rekreacinės infrastruktūros sistemos. Tad tolimesnė turizmo plėtra Akmenės rajone turi būti orientuota į gamtinių ir kultūrinių vertybių išnaudojimą turizmo plėtroje, formuojant atitinkamą rekreacinę infrastruktūrą bei vykdant rinkodarinę bei informacijos sklaidos veiklą.

Siekiant plėsti rekreacinių paslaugų įmonių skaičių reikia siekti tarpusavio bendradarbiavimo tarp privačių investuotojų, savivaldybių ir kitų valstybės institucijų. Taip būtų galima apjungti privačias, savivaldybės ir kitas biudžeto bei ES fondų lėšas. Tai keltų investicijų lygį ir užtikrintų turizmo paslaugų plėtrą.

Išanalizavus konkurentų teikiamas paslaugas galima teigti, kad dauguma sodybų šeimininkų parduoda pagrindinę paslaugą t.y. apgyvendinimą ir maitinimą, tačiau nelabai rūpinasi pagrindinę paslaugą papildančiomis paslaugomis, tokiomis kaip aktyvaus poilsio organizavimas, ekskursijų rengimas ir kt. Poilsiautojams turėtų būti siūlomas visas paslaugų paketas, užtikrinantis įdomų poilsį kaimo turizmo sodyboje. Tai padėtų geriau patenkinti poilsiautojų poreikius, o tai savo ruožtu didintų paklausą kaimo turizmo paslaugoms.

Norint užsitikrinti tvirtą poziciją rinkoje reikia parengti ir aktyviai vykdyti marketingo strategiją, paremtą marketingo komplekso elementais. Nes tik tokiu atveju pirmiausia patys šeimininkai žinos savo verslo pagrindinę idėją, poilsiautojai bus skatinami pirkti jų poreikius

atitinkančias paslaugas, jiems pritaikytomis kainos ir paskirstymo kanalais, o ir pats verslas įgis konkurencinį pranašumą prieš konkurentus.

Atliekant tolimesnius galimybių tyrimus reikia įvertinti ir kitas galimas poilsio paslaugas, kurios nesukuria didelių papildomų kaštų, o jų pagalba būtų padidintos pardavimų pajamos. Reikia atlikti rinkos tyrimus, padėsiančius geriau įvertinti paklausą. Parengti išsamią projekto sąmatą, pagal kurią būtų galima atlikti tikslius tolimesnius skaičiavimus. Be to norint geriau įvertinti projekto efektyvumą galima panaudoti ir kitus efektyvumo vertinimo metodus tokius, kaip modifikuotas investicijų atsipirkimo laikotarpis, investicijų pelningumo indeksas, modifikuota vidinė gražos norma ir kt. Taip pat projekto riziką įvertinti Monte Karlo modeliavimo ir analizės pagal scenarijus metodais. Remiantis šiais vertinimais bus galima lengviau įvertinti projekto riziką ir priimti tinkamiausią alternatyvą.

LITERATŪRA IR KITI ŠALTINIAI

1. Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I. Kaimo turizmas. Vilnius: Valstiečių laikraštis, 1999. 174 p.
2. Astromskienė A. Kaimo turizmo paslaugų Lietuvoje struktūros analizė. Agrarinė ekonomika ir vadyba 98: mokslinės konferencijos medžiaga. Kaunas: Lietuvos žemės ūkio universiteto leidybinis centras, 1998. p. 150–160.
3. Astromskienė A., Sirusienė R. Kaimo turizmas. Knyga sodybų šeimininkams. Lietuvos Respublikos žemės ūkio rūmai. Kaunas: 2004. 304 p.
4. Astromskienė A., Sirusienė R. Kaimo turizmas: leidinys pradedantiems verslą. Kaunas: Lietuvos kaimo turizmo asociacija, 2007. 271 p.
5. Astromskienė A., Sirusienė R. Poilsis kaime. Kaunas: Lietuvos Respublikos žemės ūkio rūmai. 2002: Kaunas. 146 p.
6. Astromskienė A., Sirusienė R. SAPARD įtaka ekonominės veiklos plėtrai ir alternatyvių pajamų skatinimui kaimo turizmo versle (studija). Lietuvos kaimo turizmo asociacija. Kaunas: 2004. 98 p.
7. Armaitienė A., Grecevičius P., Urbis A., Vainienė I. Kaimo turizmas. Vilnius: Valstiečių laikraštis, 1999. 174 p.
8. Bagdžiūnienė V. Įmonių veiklos planavimas ir analizė: esmė ir verslo situacijos. Vilnius: Conto litera, 2006. 178 p.
9. Burneiki J., Punys P. Galimybių studija. Kas tai?. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: <http://ausis.gf.vu.lt/mg/nr/2002/02/02gal.html>
10. Dirsinė L. Minimalūs reikalavimai patalpoms turistams apgyvendinti teikiant kaimo turizmo paslaugas. Turizmas. Nr. 4, 1998, p. 11–13.
11. Egelhoff T. How to Do A Small Business Feasibility Study. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: <http://www.smalltownmarketing.com/feasibility.html>
12. Feasibility study. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://www.umanitoba.ca/afs/agric_economics/MRAC/feasibility.html
13. Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf
14. Gromskas V. Ekonominė analizė: mokomoji knyga. Kauno technologijos universitetas. Kaunas: Technologija, 2006, 195 p.
15. Hofstrand D., Clause M. H. Feasibility study outline. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: <http://www.extension.iastate.edu/AGDM/wholefarm/html/c5-66.html>

16. Informacija kaimo verslininkams. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: <http://www.atostogoskaime.lt/lt/informacija>
17. Jasaitis J. Kaimo raidos tyrimų kompleksiško problema. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. Mokslo straipsnių rinkinys, Nr. 1 (6), Šiauliai: Viešoji įstaiga Šiaulių universiteto leidykla, 2006, p. 87 – 95.
18. Jasaitis J., Ratkevičienė V. Vietinės ūkinės veiklos įvairinimo kaimo vietovėse šiuolaikinių galimybių tyrimas. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. Mokslo straipsnių rinkinys, Nr. 1 (10), Šiauliai: Viešoji įstaiga Šiaulių universiteto leidykla, 2008, p. 64-81.
19. Kaimo plėtra 2003. Globalizacijos ir integracijos iššūkiai rytų ir vidurio Europos kaimui. Pranešimų rinkinys. Lietuvos žemės ūkio universitetas. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. Akademija: 2003, 274 p.
20. Kaimo verslų vadyba: teorija, studijos, praktika. Mokslinės praktinės konferencijos pranešimų medžiaga. Akademija: 2004, 1(5). 118 p.
21. Kinduris V. Paslaugų marketingas. Teorija ir praktika. Vilnius: Vilniaus Universiteto leidykla, 1998. 130 p.
22. Kolb Bonita M. *Tourism marketing for cities and towns :using branding and events to attract tourists*. Burlington, Mass: Butterworth-Heinemann, 2006. 210 p.
23. Lazarevičienė L., Raupelienė A., Perkumienė D. Šiuolaikiškų kaimo plėtros idėjų pritaikymas Lietuvoje. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. Mokslo straipsnių rinkinys, Nr. 1 (6), Šiauliai: Viešoji įstaiga Šiaulių universiteto leidykla, 2006, p. 117 – 124.
24. Lazauskas J. Įmonių ūkinės ir komercinės veiklos ekonominė analizė: mokomoji knyga. Vilniaus Gedimino technikos universitetas. Vilnius: Technika, 2005, 201 p.
25. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas. Valstybės žinios. Nr. 32 1998, p. 3-11.
26. Lietuvos Respublikos turizmo įstatymas. Valstybės žinios. Nr.123-5507 2002, p. 4-14.
27. Lietuvos ūkio (ekonomikos) plėtros iki 2015 m. ilgalaikė strategija. Lietuvos Respublikos ministerija. Vilnius: 2003.
28. Melnikienė R. ir kt. Lietuvos kaimo raida. Lietuvos agrarinės ekonomikos institutas. Vilnius: 2005. 116 p.
29. Navickaitė L. Rural Tourism – Townspeople’s Business. *Lithuanian Business Review*. Nr.4. 2001, p. 40-41.
30. Peters K., Kloeze J. W., Voet H. A training for trainers on rural tourism in Eastern Europe. Center for recreation Studies, Wageningen Agricultural University, 1994.
31. Pranulis V., Pajuodis A., Viršilaitė S. Marketingas. Vilnius: Šviesa, 2000. 245 p.
32. Prichockytė F. Kaimo turizmo situacija Lietuvoje ir jo plėtojimo galimybės. *Ekonomikos ir vadybos aktualijos 2005*. Penktoji studentų mokslinė konfederacija. Šiaulių universitetas,

Socialinių mokslų fakultetas. Šiauliai: Viešoji įstaiga Šiaulių universiteto leidykla, 2005. p. 219 – 221.

33. Ramanauskienė J., Gargasas A., Ramanauskas J. Marketing solutions in rural tourism development in Lithuania. *Ekonomika. Mokslo darbai*, Nr 74, Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2006, p. 38-51.

34. Rutkauskas A. V. Konkurencingo verslo projektavimas. Vilnius: Technika, 2006. 351 p.

35. Serafinienė Z. Kaimo turizmas. *Mokslas ir gyvenimas*. Nr.4. 2005: p.38-39.

36. Sirusienė R. Ekologinis turizmas: knyga kaimo turizmo organizatoriui. Lietuvos kaimo turizmo asociacija. Kaunas: Judex, 2005. p. 136.

37. Supranavičienė G., Butkus F. S. Kaimo turizmo regione marketingo modelio kūrimas. 5-oji Lietuvos jaunųjų mokslininkų konferencija „Lietuva be mokslo – Lietuva be ateities“. Humanitariniai ir socialiniai mokslai. Vilniaus Gedimino technikos universitetas. Vilnius: Technika, 2002. p.236-241.

38. Supranavičienė G., Butkus F. S. Kaimo turizmo regione marketingo modelio kūrimas. 6-oji Lietuvos jaunųjų mokslininkų konferencija „Lietuva be mokslo – Lietuva be ateities“. Humanitariniai ir socialiniai mokslai. Vilniaus Gedimino technikos universitetas. Vilnius: Technika, 2003. p.178-183.

39. Šilytė D. Kaimo turizmas. Kulinarinio paveldo panaudojimas plėtojant kaimo turizmo verslą Žemaitijos regione. Kaunas: 2004. 80 p.

40. Turizmas Lietuvoje 2002. Statistikos departamentas. Vilnius: 2003. 122 p.

41. Turizmas Lietuvoje 2003. Statistikos departamentas. Vilnius: 2004. 154 p.

42. Turizmas Lietuvoje 2004. Statistikos departamentas. Vilnius: 2005. 168 p.

43. Turizmas Lietuvoje 2005. Statistikos departamentas. Vilnius: 2006. 174 p.

44. Turizmas Lietuvoje 2006. Statistikos departamentas. Vilnius: 2007. 170 p.

45. Turizmas Lietuvoje 2007. Statistikos departamentas. Vilnius: 2008. 182 p.

46. Turizmo plėtros iki 2015 metų strategijos projektas. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://www.tourism.lt/nsv/index_veikla.html

47. Turizmo projektai, tyrimai. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://www.tourism.lt/nsv/index_turizmo_projektai.html

48. Vainienė I. Kaimo turizmo organizavimas. Vilnius: Eugrimas, 2001. 400 p.

49. Vainienė I. Kaimo turizmo verslo praktinis vadovas. Klaipėda: Karklė, 2003. 79 p.

50. Vengrienė B. Paslaugų vadyba. Vilnius: Vilniaus universiteto leidykla, 2006. 272 p.

51. Verslo liudijimą išsigyjančio gyventojų atmintinė. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: <http://www.vmi.lt/lt/index.aspx?itemId=10132736>

52. Vitkienė E. Paslaugų marketingas. Klaipėda: Dauta, 1999. 127 p.

53. Žalienė I., Žalys L., Išdonaitė-Medžiūnienė I. Šiaulių regiono turizmo plėtros situacijos analizė. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. Mokslo straipsnių rinkinys, Nr. 3 (12), Šiauliai: Viešoji įstaiga Šiaulių universiteto leidykla, 2008, p. 385-404..

54. Žalys L., Žalienė I., Išdonaitė I. Lietuvos kaimo turizmo charakteristika ir plėtros politika. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. Mokslo straipsnių rinkinys, Nr. 2 (7), Šiauliai: Viešoji įstaiga Šiaulių universiteto leidykla, 2006, p. 180–189.

55. Žalys L., Žalienė I., Janulienė I. Turizmo organizacijos įvaizdžio formavimo aspektai rinkodaros požiūriu. *Ekonomika ir vadyba: aktualijos ir perspektyvos*. Ernesto Galvanausko tarptautinė mokslinė konferencija. Šiauliai: Viešoji įstaiga Šiaulių universiteto leidykla, 2005, p. 401-407.

PRIEDAI

A priedas

Rekreacijai ir turizmui vystyti potencialių gamtinių išteklių panaudojimo turizmo plėtroje galimybės

Objekto pavadinimas	Panaudojimo turizmo plėtroje galimybės
SAUGOMOS TERITORIJOS	
<i>Mažą potencialą turinčios saugomos teritorijos</i>	
Draustiniai: <i>Girkančių telmologinis (pelkių) draustinis; Karniškių telmologinis (pelkių) draustinis</i>	Tai gana perspektyvios teritorijos vystyti gamtinį pažintinį turizmą bei edukacinę veiklą įrengiant pažintinius takus bei kitą reikalingą infrastruktūrą.
<i>Vidutinį potencialą turinčios saugomos teritorijos</i>	
<i>Kamanų valstybinis gamtinis rezervatas</i>	Tai ypatingai vertinga gamtinė teritorija, net ir tarptautiniu gamtosauginiu mastu. Čia planuojant bet kokią veiklą, taip pat ir rekreacinę reikia įvertinti tai, kad šioje teritorijoje draudžiama net lankytis be Kamanų valstybinio gamtinio rezervato direkcijos leidimo. Pagrindinės plėtros kryptys – ribota edukacinio – pažintinio turizmo plėtra.
<i>Labai didelį potencialą turinčios saugomos teritorijos</i>	
<i>Ventos regioninis parkas</i>	Ventos regioninis parkas yra didžiausią rekreacinę vertę Akmenės rajonui sukuriantis objektas. Ši teritorija yra perspektyviausia plėtojant kaimo turizmą, gamtinį - pažintinį turizmą, poilsį gamtoje (stovyklavimas, vandens pramogos ir pan.) medžioklės organizavimą, žvejybą, grybavimą, uogavimą, vaistažolių rinkimą bei su šiomis veiklomis susijusias paslaugas.
MIŠKAI	
<i>Vidutinį potencialą turintys miškų masyvai</i>	
<i>Kamanų valstybinio gamtinio rezervato miškai</i>	Tai gana perspektyvus miškų masyvas vystyti gamtinį pažintinį turizmą bei edukacinę veiklą įrengiant pažintinius takus bei kitą reikalingą infrastruktūrą
<i>Naujosios Akmenės pietrytinių apylinkių miškų masyvai</i>	Šalia Naujosios Akmenės miškų masyvų yra cemento gamyklos eksploatuojami smėlio karjerai, o tai labai sumenkina miško vertę, nors jis yra šalia ir urbanizuotos ir pakankamai gausiai apgyvendintos teritorijos.
<i>Didelį potencialą turintys miškų masyvai</i>	
<i>Ventos gyvenvietės apylinkių miškų masyvai (Purvių, Viliošių, Skabeikių, Vervedžių, Balsių, Jonaičių miškai)</i>	Ventos gyvenvietės apylinkių miškų masyvas sudaro sąlygas įvairioms turizmo formoms gamtoje plėtoti. Pagrindinės plėtros kryptys – poilsis gamtoje, stovyklavimas, grybavimas, uogavimas, pažintinis turizmas.
<i>Miškų masyvai tarp Papilės ir Kruopių miestelių (Klaidžių, Gamėnų, Latveliškų, Rudausių, Pagervių, Paliesių, Girkančių miškai)</i>	Kruopių – Papilės miestelių miškų masyvai sudaro sąlygas įvairioms turizmo formoms gamtoje plėtoti. Pagrindinės plėtros kryptys – poilsis gamtoje, stovyklavimas, grybavimas, uogavimas, pažintinis turizmas, komercinė medžioklė.

A priedo lentelės tęsinys kitame puslapyje

Objekto pavadinimas	Panaudojimo turizmo plėtroje galimybės
VANDENS TELKINIAI	
<i>Vidutinį potencialą turintys vandens telkiniai</i>	
<i>Upės: Dabikinė, Uogys, Avižlys, Šventupys, Agluona</i>	Šios upės yra per mažos, kad be kliūčių vystyti vandens turizmo paslaugas, tačiau jos pagyvina rajono kraštovaizdį. Pagrindinės turizmo plėtros kryptys: poilsio gamtoje (stovyklaviečių) paslaugos, išnaudoti kaip resursą kaimo turizmo, poilsio zonų formavimui gamtoje, gamtinio – pažintinio turizmo plėtrai įrengiant regyklas.
<i>Gumbakių, Augustaičių malūno, Papartinės vandens malūno tvenkiniai</i>	Šie vandens telkiniai yra svarbūs tenkinant vietos rekreacinius poreikius. Juos galima išnaudoti vystant kaimo turizmo paslaugas. Pagrindinės turizmo plėtros kryptys: licencijuota mėgėjiška žvejyba, maudynės, poilsio gamtoje organizavimas (stovyklavimas), išnaudoti kaip resursą kaimo turizmo paslaugų paketui didinti (pirčių, priplaukų, lieptų įrengimui bei kaimo turizmo poilsio zonų įrengimui priekrantėje bei kitoms rekreacinėms paslaugoms plėtoti).
<i>Didelį potencialą turintys vandens telkiniai</i>	
<i>Šaltiškių, Kivylių, Klykolių, Sablauskių tvenkiniai</i>	Šie vandens telkiniai yra svarbūs tenkinant vietos gyventojų rekreacinius poreikius. Juos taip pat galima išnaudoti vystant kaimo turizmo paslaugas, vandens pramogas ir pan. Pagrindinės turizmo plėtros kryptys: licencijuota mėgėjiška žvejyba, maudynės, poilsio gamtoje organizavimas (stovyklavimas), išnaudoti kaip resursą kaimo turizmo paslaugų paketui didinti (pirčių, priplaukų, lieptų įrengimui bei kaimo turizmo poilsio įrengimui priekrantėje bei kitoms rekreacinėms paslaugoms plėtoti).
<i>Upė Venta</i>	Ventos upė viena gražiausių ir žinomiausių Lietuvos upių ir pati didžiausia Akmenės rajono upė, o tai rajonui sudaro puikias sąlygas išnaudoti ją turizmo plėtrai. Šiuo metu yra siūlomas vandens turizmo maršrutas Ventos upe, upė Akmenės rajone yra pakankamai vandeninga, tad be kliūčių ir toliau galima vystyti vandens turizmo paslaugas. Upės pakrantėse galėtų įsikurti kaimo turizmo sodybos, kurios turėtų patraukti turistų dėmesį. Pagrindinės turizmo plėtros kryptys (vandens maršrutų formavimas, poilsio gamtoje (stovyklaviečių) paslaugos), išnaudoti kaip resursus kaimo turizmo paslaugų paketui didinti t.y. pirčių, lieptų įrengimui bei kaimo turizmo poilsio zonų įrengimui priekrantėje, poilsio zonų gamtoje formavimas, gamtinio – pažintinio turizmo plėtrai įrengiant regyklas, ribotai mėgėjiškai žvejybai).
GAMTINĖS VERTYBĖS	
<i>Vidutinį potencialą turinčios gamtinės vertybės</i>	
<i>Dovydžių, Užbrasčių, Rudikių ažuolai, 15-kamienė liepa</i>	Šie gamtos paminklai yra ryškūs kraštovaizdžio akcentai. Jie gali būti įtraukti kaip gamtiniai – pažintiniai objektai formuojant pėsčiųjų, dviračių turistines trasas ir autoturizmo maršrutus bei vykdant įvairias ekologinio švietimo programas.
<i>Didelį potencialą turinčios gamtinės vertybės</i>	
<i>Papilės atodanga</i>	Papilės atodanga, kurioje atidengti jūros periodo suakmenėjusios faunos kompleksai, buvę žemės paviršiuje prieš 155-130 milijonų metų. Tai unikalus geologinis paminklas esantis Ventos regioninio parko Ventos kraštovaizdžio draustinyje. Šis gamtos paminklas gali būti įtrauktas kaip pažintinis objektas formuojant pėsčiųjų ir dviračių turistines trasas, autoturizmo maršrutus.
<i>Karjerai: Menčių, Karpėkų</i>	Šie karjerai galėtų tapti labai patraukliais rekreaciniais objektais, kuriuose būtų galima organizuoti įvairias, unikalias atrakcijas. Tačiau šiuo metu šie karjerai tebėra eksploatuojami ir kol nėra atskirtos ir parengtos tolimesniam naudojimui jau išeksploatuotos zonos bet kokios rekreacinės veiklos organizavimas yra labai komplikotas. Parengus atitinkamus teritorijų planavimo bei techninius dokumentus bei atskyrus jau išeksploatuotas karjerų zonas jas būtų įmanoma panaudoti kaip originalias turizmo pramogas, tokias kaip sunkiai pravažiuojamų trasų visureigiams ir keturračiams motociklams įrengimas, ekstremalaus slidinėjimo trasų įrengimas, laukų dažasvydžio įrengimas ir kitų ekstremalių lauko pramogų vystymas.

Šaltinis: Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf

B priedas
Rekreacijai ir turizmui vystyti potencialių kultūros vertybių panaudojimo turizmo plėtroje galimybės

Objekto pavadinimas	Panaudojimo turizmo plėtroje galimybės
URBANISTINĖS VERTYBĖS	
<i>Vidutinį potencialą turinčios urbanistinės vertybės</i>	
<i>Akmenė</i>	Miestas turi vietinę reikšmę rajono turizmo plėtroje. Turizmo plėtros kryptys – kaip lokalaus turizmo centro formavimas, išnaudojant jo apylinkėse esančias gamtines vertybes. Miesto centre formuoti rekreacijai patrauklią aplinką (želdynų formavimas, aplinkos estetiško vaizdo formavimas, smulkios rekreacinės ir informacinės infrastruktūros įrengimas, komforto įrenginių: dviračių stovų, suolų, šiukšliadėžių įrengimas)
<i>Kruopiai</i>	Miestelis turi vietinę reikšmę rajono turizmo plėtroje. Turizmo plėtros kryptys: lokalaus turizmo centro formavimas, išnaudojant jo apylinkėse esančias gamtines vertybes. Miestelio centre formuoti rekreacijai patrauklią aplinką (želdynų formavimas, aplinkos estetiško vaizdo formavimas, smulkios rekreacinės ir informacinės infrastruktūros įrengimas, komforto įrenginių: dviračių stovų, suolų įrengimas).
<i>Venta</i>	Miestas turi vietinę reikšmę rajono turizmo plėtroje. Turizmo plėtros kryptys: lokalaus turizmo centro formavimas, siekiant išnaudoti Ventos regioninio parko dalies, esančios Akmenės rajone, rekreacinį potencialą. Čia formuoti gamtinio – pažintinio bei poilsio gamtoje turistų centrą, plėtoti bent minimalias turizmo informacijos paslaugas. Miestelyje formuoti rekreacijai patrauklią aplinką (želdynų formavimas, aplinkos estetiško vaizdo formavimas, smulkios rekreacinės ir informacinės infrastruktūros įrengimas, komforto įrenginių: dviračių stovų, suolų, šiukšliadėžių įrengimas).
<i>Didelį potencialą turinčios urbanistinės vertybės</i>	
<i>Naujoji Akmenė</i>	Naujosios Akmenės miestas yra rajono tiek administracinis, tiek ir geografinis centras. Čia jau dabar geriausiai išvystyta infrastruktūra, mieste yra nemažai kultūrinių ir gamtinių vertybių. Pagrindinės turizmo plėtros kryptys turėtų ir prasidėti būtent nuo Naujosios Akmenės miesto. Naujosios Akmenės miesto kaip rajono turizmo centro formavimas, jame koncentruojant turizmo informacijos valdymo centą, atskiriant verslo ir turizmo informacijos valdymo funkcijas. Mieste plėtoti svetingumo paslaugas, kurios būtų nukreiptos į vietos gyventojų bei lankytojų atvykstančių į rajoną, poreikius (motelio paslaugos, maitinimo paslaugos, pramogų centrai).
<i>Papilė</i>	Miestelis turi svarbią reikšmę rajono turizmo plėtroje, čia koncentruojasi dauguma Akmenės rajono gamtos ir kultūros objektų (Papilės atodanga, S.Daukanto memorialinis muziejus - kapas, Varnių regioninio parko dalis, 15-kamienė liepa, „beždžionių“ tiltas, Ventos upė). Papilės apylinkėse, ypač šalia Ventos upės galėtų atsirasti kaimo turizmo sodybos. Čia formuoti gamtinio – pažintinio bei poilsio gamtoje turistų centrą, minimaliai plėtoti turizmo informacijos paslaugas. Turizmo plėtrą planuoti siekiant ne tik pritraukti kuo daugiau turistų, bet ir kuo ilgiau juos išlaikyti.
ARCHITEKTŪROS PAMINKLAI	
<i>Vidutinį potencialą turintys architektūros paminklai</i>	
<i>Paragių Dvaro sodyba Lazdynų Pelėdos memorialinis muziejus</i>	Tai įdomus objektas, jį galima įtraukti į pažintinius maršrutus bei panaudoti organizuotų turistų ar moksleivių grupių aptarnavimui, edukacinių projektų rengimui, įkurti literatūros centrą, pritaikant rajono literatūrinių renginių organizavimui.
<i>Šiaudinės Švč. Mergelės Marijos bažnyčia</i>	Tai religinių pastatų kompleksas, kuris neatsiejamas nuo Šiaudinės kaimo pietinės dalies susiformavusios iki XIX a., sudaro įdomų architektūrinį ansamblį. Vienas patraukliausių kultūros objektų galinčių pritraukti piligrimų bei turistų, besidominčių sakraliniu paveldu, dėmesį. Objektą galima įtraukti į pažintinius maršrutus.
<i>Klykolių Švč. Marijos Apsilankymo, Papilės šv. Juozapo, Kruopių šv. Onos bažnyčios</i>	Tai religinių pastatų kompleksai, kurie gali pritraukti piligrimų bei turistų, besidominčių sakraliniu paveldu, dėmesį. Objektą galima įtraukti į pažintinius maršrutus.

B priedo lentelės tęsinys kitame puslapyje

Objekto pavadinimas	Panaudojimo turizmo plėtroje galimybės
<i>Didelį potencialą turintys architektūros paminklai</i>	
<i>Akmenės Šv. Onos Bažnyčios statinių kompleksas</i>	Tai vienas patraukliausių rajone kultūros paminklų, galinčių pritraukti turistų dėmesį. Pagrindinės turizmo plėtros kryptys – pritaikymas religiniam turizmui, bei įtraukimas į pažintinius maršrutus, kurie labiausiai domina religinio paveldo mėgėjus bei piligrimus.
ISTORINIAI PAMINKLAI	
<i>Paminklai Simonui Daukantui ir Lietuvos Didžiajam Kunigaikščiui Kęstučiui. Žymių žmonių laidojimo vietos (M. Kuprevičiaus, K. Kazakausko, P. Stulpino-Ventos, V. Zubovo) Senosios kapinės (Trikių Kruopių, Saunorių, Pleikių, Mažunaičių, Zabikų, Jonaičių ir t.t.)</i>	Šiuos paminklus galima pritaikyti pažintiniam turizmui bei edukacinei veiklai, įtraukiant šiuos paminklus į pažintinius maršrutus bei pritaikyti juos organizuojant mokomąsias išvykas. Taip pat šiuos objektus būtina pritaikyti paminėjimų ir kitų proginių renginių organizavimui.
DAILĖS PAMINKLAI	
<i>Dailės objektai: koplytstulpis su Nazaretiečio, Kristaus nešančio kryžių; koplytėlė su Pietos, Šv. Barboros ir nežinomos šventosios skulptūra</i>	Šie dailės objektai gali būti pritaikyti pažintiniam turizmui bei edukacinei veiklai, įtraukiant šiuos paminklus į pažintinius maršrutus bei pritaikyti juos organizuojant mokomąsias išvykas, taip pat juos kaip sakralinius objektus išnaudoti religinio turizmo plėtrai
<i>Dekoratyvinė skulptūra "Šokėjas" ir dekoratyvinė skulptūra "Lietuvaitė"</i>	Šie dailės objektai gali būti pritaikyti pažintiniam turizmui bei edukacinei veiklai, įtraukiant šiuos paminklus į pažintinius maršrutus.
TECHNIKOS PAMINKLAI	
<i>Vandens malūnai: Augustaičių ir Papartinės vandens malūnai</i>	Šiuos malūnus galima panaudoti įrengiant vandens turizmo infrastruktūrą, bei pritaikant svetingumo paslaugų teikimui, o taip pat pažintiniam turizmui, įtraukiant šiuos paminklus į pažintinius maršrutus.
ARCHEOLOGIJOS PAMINKLAI	
<i>Vidutinį potencialą turintys archeologijos paminklai</i>	
<i>Piliakalniai: Piliakalnis, vad. Pilalė; Papilės piliakalnis II, vad. Pašalpos kalnu; Luokavos - Kerėžių piliakalnis, vad. Lokavos kalnu</i>	Piliakalniai yra puikūs kraštovaizdžio akcentai, pagyvinantys jo estetinę vertę, jie gali pritraukti nemažai turistų. Pagrindinės turizmo plėtros kryptys piliakalniuose – pažintinių trasų įrengimas, rekreacinių erdvių suformavimas, pėsčiųjų, dviračių bei informacinės infrastruktūros plėtra, poilsiaviečių įrengimas, privažiavimų ir automobilių stovėjimo vietų įrengimas, kraštovaizdžio išeksponavimo priemonių įgyvendinimas.
<i>Senosios laidojimo vietos (kapinynai, senosios kapinės ir kt. laidojimo vietos)</i>	Šiuos paminklus galima pritaikyti pažintiniam turizmui, edukacinei veiklai, o taip pat įtraukti į pažintinius maršrutus. Taip pat šiuos objektus būtina pritaikyti paminėjimų ir kitų proginių renginių organizavimui.
<i>Kiti archeologiniai paminklai</i>	Pagrindinės turizmo plėtros kryptys – pritaikymas pažintiniam turizmui, įtraukiant šiuos paminklus į pažintinius maršrutus.

Šaltinis: Grecevičius P., Jurkus E. Akmenės rajono savivaldybės Turizmo plėtros galimybių studija. [Žiūrėta 2009-03-02]. Prieiga per internetą: http://senas.akmene.lt/data/FILE_nuWMjUSI.pdf

C priedas

Prognozuojant kaimo turizmo poilsiautojų skaičių buvo pasinaudota statistiniais kaimo turizmo poilsiautojų Šiaulių ir Telšių apskrityse 2003-2006 m. duomenimis (žr. C.1. lentelę).

C.1. lentelė

Kaimo turizmo rodikliai Šiaulių ir Telšių apskrityse

	Kaimo turizmo sodybų skaičius	Vietų skaičius	Poilsiautojų skaičius	Nakvynių skaičius
Šiaulių apskritis				
2003	15	75	804	1957
2004	18	72	771	2093
2005	13	117	941	3662
2006	8	115	1300	4700
Telšių apskritis				
2003	23	281	2830	9036
2004	25	428	5604	14227
2005	25	389	7951	21608
2006	21	419	8300	17200
Iš viso				
2003	38	356	3634	10993
2004	43	500	6375	16320
2005	38	506	8892	25270
2006	29	534	9600	21900

Šaltinis: sudaryta autorės

Nakvynių ir poilsiautojų skaičiaus prognozės parengtos remiantis ankstesnių metų duomenimis sudarant trendo lygtis.

Nakvynių skaičiaus trendo lygtis: $T=8203+4167*t$

Poilsiautojų skaičiaus trendo lygtis: $T=2021,5+2041,5*t$

T – prognozuojamas dydis

t - metai

Pasinaudojant trendo lygtimis gautos sekančios prognozės (žr. C.2. lentelę):

C.2. lentelė

Nakvynių ir poilsiautojų skaičiaus prognozės

Metai	Nakvynių skaičiaus prognozė	Poilsiautojų skaičiaus prognozė
2007	29039	12229
2008	33206	14271
2009	37373	16312
2010	41540	18354
2011	45707	20395
2012	49874	22437
2013	54041	24478
2014	58208	26520
2015	62375	28561

Šaltinis: sudaryta autorės

Skaičiuojant turistų srautą kuriamoje kaimo turizmo sodyboje numatoma, kad poilsiautojų ir nakvynių skaičius pirmaisiais sodybos gyvavimo metais sudarys 2 %. Šis dydis gautas turistų ir nakvynių skaičių po lygiai paskirsčius visoms šiose apskrityse veikiančioms kaimo turizmo sodyboms. Numatomas užimamos rinkos augimas kiekvienais metais užimant po 1 % rinkos dalies. Vėliau šis augimas gali truputį mažėti (žr. C.3. lentelę).

C.3. lentelė

Sodybos užimama rinkos dalis

Metai	Nakvynių skaičius kuriamoje sodyboje	Užimama rinkos dalis	Poilsiautojų skaičius kuriamoje sodyboje	Užimama rinkos dalis
2010	692	2%	306	2%
2011	1371	3%	612	3%
2012	1995	4%	897	4%
2013	2702	5%	1224	5%
2014	3492	6%	1591	6%
2015	4366	7%	1999	7%

Šaltinis: sudaryta autorės

Prognozuojant pajamas buvo sudedamos sekančių paslaugų sukuriamos vertės abejomis alternatyvomis:

- Nakvynės;
- Paslaugų paketai;
- Sodybos nuoma;
- Konferencijos;
- Pirtis;
- Ekskursijos;
- Plaukiojimas baidarėmis;

Ir kelios papildomos pirmosios alternatyvos paslaugos:

- Kempingas;
- Jodinėjimas;
- Šaudymas.

Skaičiuojant pajamos daromos sekančios prielaidos:

- 30 % sodybai priskirtų poilsiautojų įsigis pilnus paslaugų paketus.
- Kelio Nr. 155 Kuršėnai – Mažeikiai eismo intensyvumas 3415 automobilių per parą, daroma prielaida, kad 0,1 % iš jų yra kempingo turistai. Jų skaičius kasmet auga po 10 %.
- Sodybos nuoma - daroma prielaida, kad pirmaisiais metais sodybos pagrindinis pastatas bus nuomojamas šiltojo sezono savaitgaliais, t.y. 12 kartų, po to nuomos kiekis augs po 30 % kasmet, tačiau augimas lėtėja

- Konferencijų skaičius pirmaisiais metais sudarys bent po 10 valandų į mėnesį, t.y. 120 val. per metus. Toliau konferencijų skaičius augs 30 % kasmet.
- Pirties nuomos paslaugas pirmaisiais metais planuojama suteikti 50 kartų ir numatomas 20 % augimas.
- Planuojama pirmaisiais metais suteikti visų rūšių ekskursijų po 5 kartus. Kitais metais numatomas ekskursijų skaičiaus augimas po 5 kiekvienos rūšies ekskursijas.
- Pirmaisiais metais planuojama suteikti 300 pavienių jodinėjimo valandų. Toliau numatomas 20 % augimas kasmet.
- Pirmaisiais metais planuojama suteikti 200 pavienių šaudymo valandų. Toliau numatomas 20 % augimas kasmet.
- Pirmaisiais metais planuojama suteikti 200 pavienių "Airsoft" žaidimo valandų. Toliau numatomas 20 % augimas kasmet.
- Pirmaisiais metais planuojama suteikti 300 pavienių valčių ir baidarių nuomos valandų. Toliau numatomas 20 % augimas kasmet.

D priedas
Projekto išlaidų sąmata

D.1. lentelė

I projekto išlaidų sąmata

PROJEKTO IŠLAIDŲ SĄMATA	Suma (Lt.)	Projekto įgyvendinimo laikotarpis			
		I ketv.	II ketv.	III ketv.	IV ketv.
TINKAMOS IŠLAIDOS					
<i>Materialios investicijos</i>	620000				
Žemė	20000	20000			
Statybos darbai	300000	60000	120000	100000	20000
Arterinio gręžinio įrengimas	30000	30000			
Buitinių nuotekų valymo įrengimai	30000	30000			
Santehnikos darbai	25000			20000	5000
Elektros darbai	20000		8000	10000	2000
Teritorijos tvarkymas	20000		3000	7000	10000
Baldai	40000				40000
Kiliminė danga	5000				5000
Užuolaidos	5000				5000
Patalynė, rankšluosčiai ir kt. buitinė	7000				7000
Multimedia	3000				3000
Garso aparatūra	4000				4000
Virtuvės darbo įrankiai, indai ir puodai	25000				25000
Indai ir stalo reikmenys	11000				11000
Lauko terasos stalai ir kėdės	5000				5000
Žirgai	20000				20000
Dviračiai	5000				5000
Šaudymo įranga	20000				20000
Vandens inventorius	15000				15000
Kempingo įrengimas	7000				7000
Ūkio priežiūros įranga	3000				3000
<i>Konsultavimo paslaugos</i>	36000				
Projektavimo ir inžinerinės paslaugos	25000	25000			
Projekto valdymo ir administravimo	6000	1500	1500	1500	1500
Internetinio puslapio rengimas	3000				3000
Lankstinuko rengimas	2000				2000
<i>Materialiojo turto draudimo išlaidos</i>	5500				
Pastatų draudimas	4000				4000
Automobilio draudimas	1500				1500
Iš viso tinkamų išlaidų:	661500	166500	132500	138500	224000
NETINKAMOS IŠLAIDOS					
Keleivinis autobusiukas	25000				25000
Apyvartinės lėšos	20000	5000	5000	5000	5000
Reklamos išlaidos	5000			1000	4000
PVM	119880	26370	23850	25110	44550
Iš viso netinkamų išlaidų:	169880	31370	28850	31110	78550
BENDRA PROJEKTO VERTĖ:	831380	197870	161350	169610	302550
		25%	19%	20%	36%

Šaltinis: sudaryta autorės

II projekto išlaidų sąmata

PROJEKTO IŠLAIDŲ SĄMATA	Suma (Lt.)	Projekto įgyvendinimo laikotarpis			
		I ketv.	II ketv.	III ketv.	IV ketv.
<i>Materialios investicijos</i>	320000				
Žemė	20000	20000			
Statybos darbai	150000	30000	50000	50000	20000
Arterinio gręžinio įrengimas	30000	30000			
Buitinių nuotekų valymo įrengimai	30000	30000			
Santechnikos darbai	10000		4000	5000	1000
Elektros darbai	10000		2000	6000	2000
Teritorijos tvarkymas	7000		1000	3000	3000
Baldai	15000				15000
Kiliminė danga	0				0
Užuolaidos	2500				2500
Patalynė, rankšluosčiai ir kt. buitinė	3000				3000
Multimedia	3000				3000
Garso aparatūra	2500				2500
Virtuvės darbo įrankiai, indai puodai	10000				10000
Indai ir stalo reikmenys	6000				6000
Lauko terasos stalai ir kėdės	3000				3000
Žirgai	0				0
Dviračiai	5000				5000
Šaudymo įranga	0				0
Vandens inventorių	10000				10000
Kempingo įrengimas	0				0
Ūkio priežiūros įranga	3000				3000
<i>Konsultavimo paslaugos</i>	17000				
Projektavimo ir inžinerinės paslaugos	10000	10000			
Projekto valdymo ir administravimo	4000	1000	1000	1000	1000
Internetinio puslapio rengimas	2000				2000
Lankstinuko rengimas	1000				1000
<i>Materialiojo turto draudimo išlaidos</i>	5000				
Pastatų draudimas	3000				3000
Automobilio draudimas	2000				2000
Iš viso tinkamų išlaidų:	342000	121000	58000	65000	98000
NETINKAMOS IŠLAIDOS					
Keleivinis autobusiukas	20000				20000
Apyvartinės lėšos	20000	5000	5000	5000	5000
Reklamos išlaidos	3000			1000	2000
PVM	61200	18180	10440	11880	20700
Iš viso netinkamų išlaidų:	104200	23180	15440	17880	47700
BENDRA PROJEKTO VERTĖ:	446200	144180	73440	82880	145700
		32%	16%	19%	33%

Šaltinis: sudaryta autorės

E priedas
Banko paskolos gražinimo ir palūkanų mokėjimo tvarkaraštis

E.1. lentelė

I projekto ilgalaikės banko paskolos gražinimo schema

Eil.Nr.	Metai	Kredito gražinimo suma	Priskaičiuotos palūkanos	Viso gražinti
0	2009	300000	12%	
1	2010	0	27000	27000
2	2011	50000	36000	86000
3	2012	70000	30000	100000
4	2013	90000	21600	111600
5	2014	90000	10800	100800

Šaltinis: sudaryta autorės

E.2. lentelė

I projekto trumpalaikės banko paskolos gražinimo schema

Eil.Nr.	Metai	Kredito gražinimo suma	Priskaičiuotos palūkanos	Viso gražinti
0	2009	330750		
			19845	350595
1	2010	330750	39690	370440

Šaltinis: sudaryta autorės

E.3. lentelė

II projekto ilgalaikės banko paskolos gražinimo schema

Eil.Nr.	Metai	Kredito gražinimo suma	Priskaičiuotos palūkanos	Viso gražinti
0	2009	75200	12%	
1	2010	0	6768	6768
2	2011	20000	9024	29024
3	2012	25000	6624	31624
4	2013	25000	3624	28624
5	2014	5200	624	5824

Šaltinis: sudaryta autorės

II projekto trumpalaikės banko paskolos gražinimo schema

Eil.Nr.	Metai	Kredito gražinimo suma	Priskaičiuotos palūkanos	Viso gražinti
0	2009	171000		
			10260	10260
1	2010	171000	20520	191520

Šaltinis: sudaryta autorės

F priedas
Ilgalaikio turto nusidėvėjimo planas

F.1. lentelė

I projekto ilgalaikio turto nusidėvėjimo planas

Eil. Nr.	Turtas	Turto įsigijimo kaina	Likvidacinė vertė	Nusidėvėjimo laikotarpis	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
					Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė	Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė	Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė	Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė	Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė	Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė
1	Pastatai ir statiniai	501500	20020	25	20020	481480	20020	461460	20020	441440	20020	421420	20020	401400	20020	381380
2	Transporto priemonės	29500	2920	10	2920	26580	2920	23660	2920	20740	2920	17820	2920	14900	2920	11980
3	Įranga	152220	15172	10	15172	137048	15172	121876	15172	106704	15172	91532	15172	76360	15172	61188
4	Kitas materialus turtas	54280	10796	5	10796	43484	10796	32688	10796	21892	10796	11096	10796	300	0	300
				Viso	48908	688592	48908	639684	48908	590776	48908	541868	48908	492960	38112	454848

Šaltinis: sudaryta autorės

F.2. lentelė

II projekto ilgalaikio turto nusidėvėjimo planas

Eil. Nr.	Turtas	Turto įsigijimo kaina	Likvidacinė vertė	Nusidėvėjimo laikotarpis	2010		2011		2012		2013		2014		2015	
					Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė	Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė	Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė	Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė	Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė	Nusidėvėjimo suma	Likutinė vertė
1	Pastatai ir statiniai	279660	11146,4	25	11146	268514	11146	257367	11146	246221	11146	235074	11146	223928	11146	212782
2	Transporto priemonės	23600	2330	10	2330	21270	2330	18940	2330	16610	2330	14280	2330	11950	2330	9620
3	Įranga	57230	5673	10	5673	51557	5673	45884	5673	40211	5673	34538	5673	28865	5673	23192
4	Kitas materialus turtas	17110	3362	5	3362	13748	3362	10386	3362	7024	3362	3662	3362	300	0	300
				Viso	22511	355088	22511	332577	22511	310066	22511	287554	22511	265043	19149	245894

Šaltinis: sudaryta autorės

I projekto pelno nuostolio ataskaita

Pelno nuostolio ataskaita, Lt.	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pardavimai	148834	219862	292447	435938	544050	667132
Savikaina	56095	70416	108135	129085	147638	175077
Bendrasis pelnas	92740	149447	184312	306853	396412	492055
Veiklos sąnaudos	94843	97343	99843	104491	105991	99344
Veiklos pelnas	-2103	52104	84469	202362	290421	392711
Kita veikla	0	0	0	0	0	0
Finansinė ir investicinė veikla	-36922,5	-36000	-30000	-21600	-10800	0
Ypatingoji veikla	0	0	0	0	0	0
Pelnas prieš apmokestinimą	-39026	16104	54469	180762	279621	392711
Pelno mokestis	0	0	0	0	0	0
Grynasis pelnas (nuostolis)	-39026	16104	54469	180762	279621	392711

Šaltinis: sudaryta autorės

II projekto pelno nuostolio ataskaita

Pelno nuostolio ataskaita, Lt.	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Pardavimai	107267	172039	237322	313117	397452	493129
Savikaina	49300	63047	100117	120329	138040	164514
Bendrasis pelnas	57968	108992	137205	192788	259412	328616
Veiklos sąnaudos	68446,28	70946,28	73446,28	78094,6	79594,6	80380,92
Veiklos pelnas	-10478	38046	63758	114693	179818	248235
Kita veikla	0	0	0	0	0	0
Finansinė ir investicinė veikla	-11898	-9024	-6624	-3624	-624	0
Ypatingoji veikla	0	0	0	0	0	0
Pelnas prieš apmokestinimą	-22376	29022	57134	111069	179194	248235
Pelno mokestis	0	0	0	0	0	0
Grynasis pelnas (nuostolis)	-22376	29022	57134	111069	179194	248235

Šaltinis: sudaryta autorės

I projekto balanso ataskaita

Balansas, Lt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ilgalaikis turtas	792900	743992	695084	646176	597268	548360	510248
Nematerialusis turtas	35400	35400	35400	35400	35400	35400	35400
Materialusis turtas	757500	708592	659684	610776	561868	512960	474848
Žemė	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Pastatai	501500	481480	461460	441440	421420	401400	381380
Nusidėvėjimas	0	20020	20020	20020	20020	20020	20020
Transporto priemonės	29500	26580	23660	20740	17820	14900	11980
Nusidėvėjimas	0	2920	2920	2920	2920	2920	2920
Įranga	152220	137048	121876	106704	91532	76360	61188
Nusidėvėjimas	0	15172	15172	15172	15172	15172	15172
Kitas materialus turtas	54280	43484	32688	21892	11096	300	300
Nusidėvėjimas	0	10796	10796	10796	10796	10796	0
Trumpalaikis turtas	20000	33402	48414	81791	221461	459990	890813
Atsargos	0	1500	1500	1500	1500	1500	1500
Per 1 metus gautinos sumos	0	0	0	0	0	0	0
Išankstiniai apmokėjimai	0	0	0	0	0	0	0
Kitas trumpalaikis turtas	0	0	0	0	0	0	0
Pinigai kasoje ir banke	20000	31902	46914	80291	219961	458490	889313
TURTAS IŠ VISO	812900	777394	743498	727967	818729	1008350	1401061
Nuosavas kapitalas	182150	143124	159228	213697	394459	674080	1066791
Kapitalas	200630	200630	200630	200630	200630	200630	200630
Rezervai	0	0	0	0	0	0	0
Atskaitomųjų metų pelnas	-18480	-39026	16104	54469	180762	279621	392711
Nepaskirstytas praėjusiu metų pelnas	0	-18480	-57506	-41402	13067	193829	473450
Subsidijos ir dotacijos	0	330750	330750	330750	330750	330750	330750
Gauta ES parama	0	330750	0	0	0	0	0
Mokėtinos sumos ir įsipareigojimai	630750	303520	253520	183520	93520	3520	3520
Ilgalaikiai įsipareigojimai	300000	300000	250000	180000	90000	0	0
Finansinės skolos	300000	300000	250000	180000	90000	0	0
Kitos mokėtinos sumos ir ilgalaikiai įsipareigojimai	0	0	0	0	0	0	0
Trumpalaikiai įsipareigojimai	330750	3520	3520	3520	3520	3520	3520
Finansinės skolos	330750	0	0	0	0	0	0
Skola tiekėjams	0	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Mokesčiai, atlyginimai, soc.dr.	0	1520	1520	1520	1520	1520	1520
Kitos mokėtinos sumos	0	0	0	0	0	0	0
SAVININKŲ NUOSAVYBĖ IR ĮSIPAREIGOJIMAI IŠ VISO	812900	777394	743498	727967	818729	1008350	1401061

Šaltinis: sudaryta autorės

II projekto balanso ataskaita

Balansas, Lt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Ilgalaikis turtas	412940	390429	367917	345406	322894	300383	281234
Nematerialusis turtas	15340	15340	15340	15340	15340	15340	15340
Materialusis turtas	397600	375089	352577	330066	307554	285043	265894
Žemė	20000	20000	20000	20000	20000	20000	20000
Pastatai	279660	268514	257367	246221	235074	223928	212782
Nusidėvėjimas	0	11146,4	11146,4	11146,4	11146,4	11146,4	11146,4
Transporto priemonės	23600	21270	18940	16610	14280	11950	9620
Nusidėvėjimas	0	2330	2330	2330	2330	2330	2330
Įranga	57230	51557	45884	40211	34538	28865	23192
Nusidėvėjimas	0	5673	5673	5673	5673	5673	5673
Kitas materialusis turtas	17110	13748	10386	7024	3662	300	300
Nusidėvėjimas	0	3362	3362	3362	3362	3362	0
Trumpalaikis turtas	20000	23655	55188	109834	218415	414920	682304
Atsargos	0	1500	1500	1500	1500	1500	1500
Per 1 metus gautinos sumos	0	0	0	0	0	0	0
Išankstiniai apmokėjimai	0	0	0	0	0	0	0
Kitas trumpalaikis turtas	0	0	0	0	0	0	0
Pinigai kasoje ir banke	20000	22155	53688	108334	216915	413420	680804
TURTAS IŠ VISO	432940	414084	423105	455240	541309	715303	963537
Nuosavas kapitalas	186740	164364	193385	250520	361589	540783	789017
Kapitalas	200000	200000	200000	200000	200000	200000	200000
Rezervai	0	0	0	0	0	0	0
Atskaitomųjų metų pelnas	-13260	-22376	29022	57134	111069	179194	248235
Nepaskirstytas praėjusių metų pelnas	0	-13260	-35636	-6615	50520	161589	340783
Subsidijos ir dotacijos	0	171000	171000	171000	171000	171000	171000
Gauta ES parama	0	171000	0	0	0	0	0
Mokėtinos sumos ir įsipareigojimai	246200	78720	58720	33720	8720	3520	3520
Ilgalaikiai įsipareigojimai	75200	75200	55200	30200	5200	0	0
Finansinės skolos	75200	75200	55200	30200	5200	0	0
Kitos mokėtinos sumos ir ilgalaikiai įsipareigojimai	0	0	0	0	0	0	0
Trumpalaikiai įsipareigojimai	171000	3520	3520	3520	3520	3520	3520
Finansinės skolos	171000	0	0	0	0	0	0
Skola tiekėjams	0	2000	2000	2000	2000	2000	2000
Mokesčiai, atlyginimai, soc.dr.	0	1520	1520	1520	1520	1520	1520
Kitos mokėtinos sumos	0	0	0	0	0	0	0
SAVININKŲ NUOSAVYBĖ IR ĮSIPAREIGOJIMAI IŠ VISO	432940	414084	423105	455240	541309	715303	963537

Šaltinis: sudaryta autorės

I priedas

Pinigų srautų ataskaitos

I.1. lentelė

I projekto pinigų srautų ataskaita

Pinigų srautai, Lt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Grynasis pelnas	-18480	-39026	16104	54469	180762	279621	392711
Nusidėvėjimas	0	48908	48908	48908	48908	48908	38112
Išankstinių apmokėjimų pokytis	0	0	0	0	0	0	0
Kito trumpalaikio turto pokytis	0	0	0	0	0	0	0
Pinigų srautai iš pagrindinės veiklos	-18480	9882	65012	103377	229670	328529	430823
Finansinių skolų pokytis	630750	-	-50000	-70000	-90000	-90000	0
Subsidijų pokytis	0	330750	0	0	0	0	0
Naujos emisijos	200630	0	0	0	0	0	0
Pinigų srautai iš finansinės veiklos	831380	0	-50000	-70000	-90000	-90000	0
Materialiojo turto pokytis	-	0	0	0	0	0	0
Nematerialiojo turto pokytis	-35400	0	0	0	0	0	0
Pinigų srautai iš investicinės veiklos	-	0	0	0	0	0	0
Atsargų pokytis		-1500	0	0	0	0	0
Įsiskolinimų tiekėjams pokytis		2000	0	0	0	0	0
Įsiskolinimo mokesčiams, atlyginimui		1520	0	0	0	0	0
Kitų mokėtinų trumpalaikių	0	0	0	0	0	0	0
Apyvartinio kapitalo pokytis	0	2020	0	0	0	0	0
Pinigų pokytis	20.000	11.902	15.012	33.377	139.670	238.529	430.823
Pinigai laikotarpio pradžioje	0	20000	31902	46914	80291	219961	458490
Pinigai laikotarpio pabaigoje	20000	31902	46914	80291	219961	458490	889313

Šaltinis: sudaryta autorės

I.2. lentelė

II projekto pinigų srautų ataskaita

Pinigų srautai, Lt	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Grynasis pelnas	-13260	-22376	29022	57134	111069	179194	248235
Nusidėvėjimas	0	22511	22511	22511	22511	22511	19149
Išankstinių apmokėjimų pokytis	0	0	0	0	0	0	0
Kito trumpalaikio turto pokytis	0	0	0	0	0	0	0
Pinigų srautai iš pagrindinės veiklos	-13260	135	51533	79646	133581	201705	267384
Finansinių skolų pokytis	246200	-	-20000	-25000	-25000	-5200	0
Subsidijų pokytis	0	171000	0	0	0	0	0
Naujos emisijos	200000	0	0	0	0	0	0
Pinigų srautai iš finansinės veiklos	446200	0	-20000	-25000	-25000	-5200	0
Materialiojo turto pokytis	-	0	0	0	0	0	0
Nematerialiojo turto pokytis	-15340	0	0	0	0	0	0
Pinigų srautai iš investicinės veiklos	-	0	0	0	0	0	0
Atsargų pokytis	0	-1.500	0	0	0	0	0
Įsiskolinimų tiekėjams pokytis	0	2.000	0	0	0	0	0
Įsiskolinimo mokesčiams, atlyginimui	0	1.520	0	0	0	0	0
Kitų mokėtinų trumpalaikių	0	0	0	0	0	0	0
Apyvartinio kapitalo pokytis	0	2020	0	0	0	0	0
Pinigų pokytis	20.000	2.155	31.533	54.646	108.581	196.505	267.384
Pinigai laikotarpio pradžioje	0	20000	22155	53688	108334	216915	413420
Pinigai laikotarpio pabaigoje	20000	22155	53688	108334	216915	413420	680804

Šaltinis: sudaryta autorės

J priedas
Projekto grynosios dabartinės vertės skaičiavimas

J.1. lentelė

I projekto grynoji dabartinė vertė

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Laikas	0	1	2	3	4	5	6
Investicijos	-500.630						
Pajamos		148.834	219.862	292.447	435.938	544.050	667.132
Išlaidos		187860	203759	237978	255176	264430	274421
Grynosios pajamos		-39.026	16.104	54.469	180.762	279.621	392.711
Likutinė vertė							510248
Grynasis pinigų srautas	-500.630	-39.026	16.104	54.469	180.762	279.621	902.959
Diskonto norma	12%						
Diskontuotas pinigų srautas	-500.630	-34.845	12.838	38.770	114.877	158.664	457.467
Grynoji dabartinė vertė	247 142 Lt.						

Šaltinis: sudaryta autorės

J.2. lentelė

II projekto grynoji dabartinė vertė

Metai	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Investicijos	-275200						
Pajamos		107267	172039	237322	313117	397452	493129
Išlaidos		129644	143017	180187	202048	218259	244895
Grynosios pajamos		-22376	29022	57134	111069	179194	248235
Likutinė vertė							281234
Grynasis pinigų srautas	-275200	-22376	29022	57134	111069	179194	529468
Diskonto norma	12%						
Diskontuotas pinigų srautas	-275200	-19979	23136	40667	70587	101679	268245
Grynoji dabartinė vertė	209 135 Lt.						

Šaltinis: sudaryta autorės

K priedas
Projekto vidinės gražos normos skaičiavimas

K.1. lentelė

I projekto vidinė gražos norma

Metai	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Grynasis pinigų srautas	-500.630	-39.026	16.104	54.469	180.762	279.621	902.959
Diskonto norma	12%						
Diskontuotas pinigų srautas	-500.630	-34.845	12.838	38.770	114.877	158.664	457.467
Vidinė gražos norma	20%						

Šaltinis: sudaryta autorės

K.2. lentelė

II projekto vidinė gražos norma

Metai	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Grynasis pinigų srautas	-275.200	-22.376	29.022	57.134	111.069	179.194	529.468
Diskonto norma	12%						
Diskontuotas pinigų srautas	-275.200	-19.979	23.136	40.667	70.587	101.679	268.245
Vidinė gražos norma	25%						

Šaltinis: sudaryta autorės

L priedas
Projekto atsipirkimo laikotarpio skaičiavimas

L.1. lentelė

I projekto atsipirkimo laikotarpis

Metai	Grynųjų pajamų srautai	Suminis grynųjų pajamų srautas
2009 (0)	-831380	-831380
2010 (1)	-39026	-870406
2011(2)	16104	-854302
2012 (3)	54469	-799833
2013 (4)	180762	-619071
2014 (5)	279621	-339450
2015 (6)	392711	53261
Atsipirkimo laikotarpis		5,89 m.

Šaltinis: sudaryta autorės

L.2. lentelė

II projekto atsipirkimo laikotarpis

Metai	Grynųjų pajamų srautai	Suminis grynųjų pajamų srautas
2009 (0)	-446200	-446200
2010 (1)	-22376	-468576
2011(2)	29022	-439555
2012 (3)	57134	-382420
2013 (4)	111069	-271351
2014 (5)	179194	-92157
2015 (6)	248235	156077
Atsipirkimo laikotarpis		5,48 m.

Šaltinis: sudaryta autorės

M priedas

Anketa „Akmenės rajone kuriamos kaimo turizmo sodybos paklausos įvertinimas“

Esu Toma Tupikaitė-Šemeklienė, Šiaulių universiteto Socialinių mokslų fakulteto, ekonomikos magistrantūros antrojo kurso studentė. Ši anketa yra skirta išsiaiškinti Šiaulių ir Telšių apskričių gyventojų požiūrį į kaimo turizmą, ar jie naudojami šia turizmo rūšimi, kokių tikslų vykstant į kaimo turizmo sodybas, kokių paslaugų tikimasi ir pan. Apklausos rezultatai bus naudojami magistriniame darbe siekiant apibrėžti kaimo turizmo paklausą Šiaulių ir Telšių rajonuose, taip pat į gautus rezultatus bus atsižvelgiama kuriant konkurencingos ir vartotojų lūkesčius atitinkančios kaimo turizmo sodybos modelį.

Iš anksto dėkoju už atsakymus.

Jūsų lytis

- Vyras
- Moteris

Jūsų amžius

- Iki 25
- Nuo 25 iki 45
- Nuo 45 iki 60
- Virš 60

Socialinė padėtis

- Dirbantis asmuo
- Nedirbantis asmuo
- Studentas
- Moksleivis
- Pensininkas

Kaip dažnai atostogaujate?

- Kartą į metus
- Kartą į pusmetį
- Kartą į ketvirtį
- Dažniau

Ar teko naudotis kaimo turizmo paslaugomis?

- Neteko, bet ir nenorėčiau;
- Neteko, bet norėčiau;
- Teko, 1-3 kartus;
- Teko, 4 ir daugiau kartų;

Kur ieškote informacijos apie kaimo turizmo sodybas?

- Klausiate draugų, pažįstamų patarimo
- Internetu
- Spaudoje
- Turizmo informaciniuose centruose ar agentūrose
- Kita

Ar didelį dėmesį kreipiate į “gandriukų” skaičių, kai renkatės kaimo turizmo sodybą?

- Taip
- Ne
- Nežinau

Kokiu metų laiku poilsiaujate/pageidautumėte poilsiauti kaimo turizmo sodyboje?

- Pavasarį;
- Vasarą;
- Rudenį;
- Žiemą.

Kiek laiko praleidžiate/praleistumėte kaimo turizmo sodyboje?

- Iki 3 dienų;
- 4-7 dienas;
- 8-10 dienų;
- 11 ir daugiau dienų;

Su kuo važiuojate/važiuotumėte praleisti atostogas kaimo turizmo sodyboje?

- Vienas
- Su draugais
- Su šeima
- Su bendradarbiais
- Kita

Koks Jūsų lankymosi kaimo turizmo sodyboje tikslas?

- Pailsėti
- Švęsti gimtadienį ar kitą šventę, įvykį
- Dalyvauti konferencijoje, seminare
- Aktyviai praleisti laisvalaikį
- Susipažinti su kaimo tradicijomis ir papročiais
- Kita.....

Kokių pramogų pageidaujate ilsėdamiesi kaimo turizmo sodyboje? (Pažymėkite 5 labiausiai patinkančias)

- Sniego motociklai
- Sniego rogės
- Vežimas
- Valtis
- Vandens motociklai
- Vandens slidės
- Jodinėjimas arkliais
- Biliardas
- Medžioklė
- Dviračių nuoma
- Žvejyba
- Sporto ir žaidimų inventoriaus nuoma
- Vaikų žaidimo aikštelės
- Kubilas
- Laipiojimas medžiais
- Keturračiai motociklai
- Visureigiai
- Dažasvydis
- Oro balionai
- Ekskursijos
- Pažintis su etnine kultūra
- Kita.....

Kokių paremiančių paslaugų pageidaujate? (Pažymėkite 3 labiausiai pageidautinas)

- Tualetas viduje
- Tualetas lauke
- Pirtis
- Dušas
- Baseinas
- Židinytis
- Verslo renginiai, proginės šventės
- Invalidams pritaikyta įranga
- Gidas
- Grilis
- Televizorius
- Internetas
- Kita.....

Koks maitinimo būdas Jums patogiausias?

- Savitarna, kai patys gaminatės;
- Maitina sodybos šeimininkai;
- Viešasis maitinimas

Kiek kilometrų nuo savo gyvenamosios vietos sutiktumėte važiuoti iki geros kaimo sodybos?

- Iki 30
- Iki 100
- Virš 100

Pinigų suma, kurią skirtumėte poreikius atitinkančiam paros poilsiui (litas 1-am asmeniui)

- Iki 50
- Nuo 50 iki 100
- Nuo 100 iki 150
- Nuo 150 iki 200
- Nuo 200 iki 250
- Virš 250

Kas labiausiai patinka poilsiaujant kaime?

- Sustojęs laikas
- Pigu poilsiauti
- Poilsis gamtoje
- Vandens pramogos
- Kaimo ramybė
- Aktyvus poilsis

Kas labiausiai nepatinka ilsintis kaime?

- Nuobodu, trūksta veiklos
- Trūksta patogumų
- Erzina uodai ir musės
- Prastas susisiekimasis su miestu
- Toli parduotuvė
- Kita